

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع:

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم الحقوق

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية في الجزائر

ميدان الحقوق و العلوم السياسية

التخصص: قانون خاص

تحت إشراف الأستاذ(ة):

بن عديدة نبيل

الشعبة: حقوق

من إعداد الطالب(ة):

سي عبد القادر فايزة

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

مشرفا مقررا

مناقشا

حميدة نادية

بن عديدة نبيل

زواتين خالد

الأستاذ(ة)

الأستاذ(ة)

الأستاذ(ة)

السنة الجامعية: 2021/2020

نوقشت في: 2021/07/15

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" قل هل يستوي الذين يعلمون

والذين لا يعلمون "

سورة الزمر: الآية 10

إهداء

إلى من جعل الجنة تحت أقدامها.... إلى منبع الحب التي ربت وكافحت
وسهرت أُمي حفظها المولى ورعاها.... إلى الذي أفنى عمره محترقا
شامخا لكي يريني النور.... إلى من أعطاني ولم يزل يعطيني بلا
حدود... إلى من تنحني هامتي له خجلا أبي العزيز أطال الله عمره
وألْبسه ثوب الصحة والعافية

إلى من أشد بهم أُرزي أخي وأخواتي

إلى من كان مشجعا لي ماديا ومعنويا رفيق دربي زوجي الغالي حفظه
الله إلى نور عيني أبنائي.... إلى من أرى السعادة في ضحكتهم

أريج و تاج الـدين سـمير

إلى كل عائلة زوجي

إلى كل من ساعدني لإتمام هذا العمل من قريب أو من بعيد.

شكر و تقدير

كل الشكر والتقدير للأستاذ " بن عديدة نبيل "

الذي كان لي المرجع في انجاز هذا العمل

المتواضع بنصائحه القيمة وملاحظاته النيرة .

وأشكر جميع أساتذتي الكرام بكلية الحقوق.

أعضاء لجنة المناقشة

قائمة المختصرات:

* باللغة العربية:

ق.م.ج : القانون المدني الجزائري.

ق.ع : قانون العقوبات.

* باللغة الأجنبية:

E.Commerce: Electronic Commerce.

UN : united nation .

EDIFACT: Electronic Data Interchange for Administration,
Commerce and Transport .

UNICTRAL : united nations centre for international trade law.

OMC: Organisation Mondiale du Commerce.

O.E.C.D : Organisation for Economic Co-operation and
Development.

WIPO: World Intellectual Property Organization.

ITU: International Telecommunication Union.

B2B: Business to Business.

C2C : consumer to consumer

HTML: l'HyperText Mark-up Language.

XML: l'Extensible Mark-up Language

مقدمة

مقدمة

ما شهده العالم اليوم من تطور سريع في مختلف المجالات وبالأخص التقدم الهائل الذي بلغته وسائل الاتصال في نهاية القرن العشرين أدى الى ظهور تقنيات حديثة ما حول العالم الى قرية صغيرة أو كما يطلق عليها البعض قرية واحدة الكترونية، وقد القى هذا التقدم بظلاله على النشاط التجاري على اعتبار ان التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي، فكان لزاما عليها مسايرة التطورات التكنولوجية وماتج عن هذه المسايرة هو ميلاد التجارة الالكترونية والتي ساهمت بفضل الانترنت في تحويل العالم واسع الارحاء الى سوق واحد تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف احجامها وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة، متخطين بذلك كل الحدود. وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين اصبح بإمكانهم اقتناء حاجياتهم دون مغادرة أماكنهم وبمجرد نقرة زر واحدة.

ولقد أصبحت التجارة الالكترونية النعمة السائدة في عالم اليوم فقد اكتسبت أهمية بالغة وقد بدأت بفرض وجودها على جميع الاقتصاديات وأصحاب الاعمال في العالم، فقد بلغت حدودا عالية في انتشارها لدى الدول الغربية والدول العربية باعتبارها أسلوبا حديثا للتجارة ونمط جديد في الاستهلاك.

فسعي الجزائر للاندماج في الاقتصاد العالم والانضمام الى منظمة التجارة العالمية يفرض عليها مواكبة كل التطورات الاقتصادية الحديثة، والتجارة الالكترونية واحدة من بين هذه التطورات.

فالمميزات التي يوفرها هذا النوع من المبادلات التجارية تتم عبر وسيط إلكتروني، فالحاجة الى ادراك هذا النوع اصبح ضرورة حتمية على جميع الدول، فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط خاصة الدول الغربية عكس الدول العربية التي أصبحت تخطو أولى خطواتها في هذا المجال، كما أن سعي الجزائر للاندماج في الاقتصاد العالمي والانضمام لمنظمة التجارة العالمية يفرض عليها مواكبة هذه التطورات الاقتصادية الحديثة

ولكن اعتمادها على التجارة الالكترونية مازال في مراحلها الأولى ولم يرقى بعد إلى ذلك المستوى الذي يمكن من اعتبارها كتقنية متطورة للتجارة وبالتالي يتعرض الاقتصاد الجزائري لخلل كبير بسبب نقص هذه التجارة.

تظهر أهمية هذا البحث في تحديد مفهوم التجارة الالكترونية بعد ظهورها وتناميها نتيجة الأرباح المحققة من ذلك، كما ونتاج عنها الكثير من الجدل حول العديد من القواعد والمبادئ القانونية التي تحكمها، فالتجارة الإلكترونية تلعب دورا هاما وبارزا في زيادة التنمية الاقتصادية للدول وتعزيز التجارة الخارجية والنهوض بالكثير من القطاعات المحلية، كما فتحت الأبواب أمام الأفراد للإندماج ضمن الاقتصاد الجديد واختيار عملية التسوق على الخط.

يهدف البحث لتحقيق مجموعة متكاملة من الأهداف والتي تتمثل في :

- عرض واقع التجربة الجزائرية في إرساء التجارة الإلكترونية.
- إبراز أهمية توظيف التجارة الإلكترونية في قطاع الأعمال والقطاعات الأخرى.
- الإطلاع على أهم العقبات التي تواجه نظام التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- التعرف على تصنيف الجزائر ضمن مؤشر التجارة الإلكترونية.

ومن أسباب اختيار الموضوع :

ميل ورغبة الباحث لدراسة الموضوع.

حدثة الموضوع خاصة على المستوى الوطني كونه طرح جدل كبير بالنظر للأهمية البالغة التي أصبحت تحتلها التجارة الإلكترونية كونها الصورة المثلى لعملية التطور التكنولوجي الحديث.

زيادة توجه المستهلكين والمؤسسات الجزائرية لإستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما يستدعي البحث في مدى إدراك الجزائريين للإستخدامات التجارية لهذه التكنولوجيا.

ومن الأسباب العملية لهذه الدراسة محاولة توضيح الغموض الذي يكتنف الإطار القانوني لهذه التجارة التي تتم عبر شبكة الأنترنت ،فعدم تسليط الضوء على هذا الجانب يفقدها الثقة والأمان القانوني الذي يبحث عنه المتعاملين إلكترونيا .
وكذلك محاولة تبيان ما قام به المشرع الجزائري من مجهودات من أجل إيجاد إطار قانوني للتجارة الإلكترونية، ووضع ضوابط قانونية تتلائم وأنماط التجارة الإلكترونية .
مع التطور الهائل والسريع الذي يشهده العالم اليوم باعتماده على التكنولوجيا في جميع المجالات خاصة في المجال التجاري ومدى اعتماد الدول على المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني ماسمي "بالتجارة الإلكترونية" وتمكنت من تلقي رواج كبير في جميع دول العالم .
وعليه وجب طرح التساؤل التالي :

ما هو الدور الذي لعبته التجارة الإلكترونية في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية في الجزائر؟

للإجابة على هذا التساؤل، ونظرا لقيمة الموضوع وأهميته، وبما أن كل بحث يحتاج لمنهج ليكون الوسيلة التي تحدد للباحث مجالات البحث ومنه تسهل عليه الإجابة عن التساؤلات المطروحة .

فاعتمدنا بداية على المنهج التاريخي لبيان نشأة وتطور التجارة الإلكترونية والمنهج الوصفي لوصف مفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، مع وصف الوضع الراهن للتجارة الإلكترونية في دول العالم، والمنهج التحليلي عند تشريح وتقييم وضع التجارة الإلكترونية في العالم والدول العربية ومن بينها الجزائر، والمنهج التحليلي من اجل تحليل النصوص القانونية والآراء الفقهية للتوصل الى نتائج منطقية ولمعرفة ان كانت القواعد القانونية كفيلة بحماية المعاملات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وبعث الثقة لدى المتعاملين فيها .

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الإستعانة بمجموعة من أدوات الدراسة تجسدت في البحث المكتبي القائم على الإستعانة بالمراجع والكتب المتنوعة والمجلات الاقتصادية والبحوث القانونية والأكاديمية والتقارير، ومن أجل إعطاء الموضوع صبغة تتماشى مع المستجدات الراهنة تم اللجوء الى مواقع الأنترنت للحصول على المعلومات الرقمية ذات صلة بالموضوع.

وفي سبيل عرض هذا البحث في قالب منظم يؤدي الهدف المنوط به تم تقسيمه لفصلين:

الفصل الأول خصصناه لماهية التجارة الإلكترونية، كما قمنا بتقسيم الفصل لمبحثين، المبحث الأول تطرقنا فيه لمفهوم التجارة الإلكترونية، اما المبحث الثاني فخصصناه للهيئات الإدارية لتنظيم التجارة الإلكترونية. أما فيما يخص الفصل الثاني فقدمناه بعنوان دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية في الجزائر، وبدوره قسمناه لمبحثين، المبحث الأول بعنوان تحديات ومعوقات البنية التحتية الرقمية والقانونية للتجارة الإلكترونية، اما المبحث الثاني فكان بعنوان معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل توسيع استخدامها.

الفصل الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

شهدت السنوات الأخيرة من القرن الماضي ثورة هائلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال أثرت في جميع مناحي الحياة خاصة المجال التجاري، فأصبحت الصفقات التجارية تتم عبر شبكات الإتصال الإلكترونية وظهر ما يسمى بالتسوق الآلي أو التجارة الإلكترونية أو تجارة الانترنت. وقد فرضت التجارة الإلكترونية نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، مانتهج عنه تغير للمفاهيم السائدة في المعاملات المدنية والتجارية.¹

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية:

مفهوم التجارة الإلكترونية يدل على تقليب الأموال وإدارتها لغرض الأرباح المشروعة، والتجارة الإلكترونية بمفهومها المعاصر تدخل في ذلك دخولاً أولياً مع إضافة تقنيات واتصالات² تؤدي إلى النتيجة الإيجابية، ومثل هذا المصطلح كثير الإنتشار يحتاج إلى بيان مدلوله وتمييزه عن ما يشابهه.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية وبيان خصائصها:

فوضع تعريف محدد ودقيق لما يسمى بالتجارة الإلكترونية ليس بالأمر اليسير لاسيما إذا أخذنا في الإعتبار تنوع التقنية المستخدمة في هذا النوع من التعامل، وكذا التطور السريع والمستمر في أساليبها ووسائلها، ويأخذ مفهوم التجارة الإلكترونية عدة معاني.

¹ إيمان مأمون أحمد سليمان (إبرام العقد الإلكتروني وإثباته) - دار الجامعة الجديدة للنشر - الإسكندرية 2008 ص

² - محمد منصور ربيع ألمدخلي (أخلاقيات التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي) ص. 22

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية:

اصبح مصطلح التجارة الإلكترونية (e-commerce) متداولاً بكثرة لدى مختلف القطاعات الاقتصادية مؤخراً، ومصطلح يمثل هذا الانتشار يحتاج لبيان مدلوله بدقة وبيان الإطار القانوني الذي ينظم معاملاته وذلك من أجل تمييزه عن ما يشابهه.

فتعبير التجارة الإلكترونية ينقسم لغويًا إلى قسمين:

الأول: التجارة التي تشير في مفهومها إلى نشاط إقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة.

الثاني: الإلكترونية: وهي تدل على أن التجارة الإلكترونية تتم عبر وسائل الإتصال الحديثة وتتم من خلال تنسيق إلكتروني عتى الانترنت فقط.¹

والتجارة الإلكترونية في المفهوم الاقتصادي تتضمن التجارة التي لا تتسع لتشمل عمليات الإنتاج والتصنيع للسلع، وإنما تقتصر على تداولها فقط، وهذا التداول سيتم عبر شبك الأنترنت العالمية.

أما مفهوم التجارة الإلكترونية القانوني، فإن مدلول التجارة يمتد ليشمل عمليات الإنتاج والتصنيع وتداول السلع بقصد تحقيق الربح.²

أولاً: كما وتعددت التعاريف الفقهية للتجارة الإلكترونية فعرفها جانب من الفقه بأنها "تلك الأنشطة التجارية التي تدار عبر شبكة دولية متصلة إلكترونيًا بأجهزة الكمبيوتر" وعرّفها جانب آخر " أنها عملية البيع والشراء عبر الشبكات الإلكترونية على المستويين السلعي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج الكمبيوتر وأنشطة أخرى التي تساعد الممارسات

¹ أبو العلا علي أبو العلا النمر (المشكلات العملية والقانونية في التجارة الإلكترونية) بحث مقدم لجامعة عين شمس_2003

² لشهب حورية_ النظام القانوني للتجارة الإلكترونية_ دراسة مقارنة_ مجلة العلوم الإنسانية. العدد 23_ جامعة محمد خيضر بسكرة_ نوفمبر 2011. ص 27

التجارية، فتنفذ كل أو بعض المعاملات التجارية التي تتم بين المشاركين التجاريين والمستهلكين باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات" أو أنها كل معاملة تجارية تتم باستعمال وسيلة إلكترونية وذلك حتى أمام العقد¹

وتعرف أيضا أنها " تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الأنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة².
فعند دراسة كل التعاريف السابقة نلاحظ أن:

- التعاريف تركز على الوسيلة المستخدمة في التعاقد وهي شبكات اتصال يتمتعن طريقها هذا النوع من التجارة.
- فالتعاريف لم تركز على وسيلة بعينها وإنما تركت الباب مفتوحا أمام وسائل إلكترونية مستقبلية قد تظهر بفضل التطور العلمي.
- لهذا نلاحظ أن التجارة الإلكترونية تختلف عن التجارة التقليدية التي أساسها الدعائم الورقية، ففي التجارة الإلكترونية تختفي المراسلات الورقية بين طرفي العقد، حيث يتحول العقد المكتوب وفاتورة التسليم وسداد الثمن وسند الشحن إلى بيانات رقمية تتم عبر شبكة الأنترنت.
- إضافة لذلك فالتجارة الإلكترونية ماهي إلا تطبيق لفكرة العولمة، فالعلاقات القانونية الناشئة عن هذه التجارة ليست مقيدة ببلد معين بل هي علاقات دولية عابرة للقارات، فقد يكون البائع في فرنسا والمشتري في تونس، وقد يكون منتج السلعة في

¹ بكوش تقي الدين بن يحي عبد الغني_النظام القانوني للتجارة الإلكترونية_مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص_تخصص قانون أعمال_جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل_كلية الحقوق والعلوم السياسية_قسم الحقوق_2017_2018.

²_لشهب حورية_المرجع السابق_ص.28.

اليابان والمستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية. فالعملية التجارية تتم بينهما عن طريق الأنترنت.¹

ثانياً: كما تم تعريف التجارة الإلكترونية من قبل العديد من المنظمات والهيئات الدولية نذكر منها:

أولاً: منظمة الأمم المتحدة (un)،² استخدمت الأمم المتحدة في البداية مصطلح EDIFACT والذي يعني تبادل معطيات المعلوماتية في مجالات الإدارة والتجارة والنقل. وبعدها قامت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (UNICTRAL)،³ بوضع مشروع قانون التجارة الإلكترونية وذلك بتاريخ 16 ديسمبر 1966 حيث وافقت اللجنة على إصدار القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية.

- تعريف منظمة التجارة العالمية (OMC)،⁴ "على أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية معتمدة في ذلك على الأنترنت كأهم وسيلة في التجارة الإلكترونية".
- تعريف خبراء منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE)⁵ "تدل التجارة الإلكترونية عادة على المعاملات والصفقات التجارية التي يتدخل فيها الأشخاص والمؤسسات وترتكز على تحويل وتحليل المعطيات الإلكترونية على إختلاف أشكالها".

¹ مصطفى هنشور وسيمة_النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن. أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في الحقوق (نظام ليسانس_ماستر_دكتوراه) تخصص قانون العلاقات الاقتصادية الدولية. كلية الحقوق والعلوم السياسية_جامعة عبد الحميد بن باديس_مستغانم_2016_2017.ص36.

² un : United nations .

³ unictral: الهيئة القانونية الرئيسية التابعة لمنظمة الأمم المتحدة في مجال القانون التجاري الدولي، أنشأت سنة 1966.

⁴ Organisation mondiale du commerce _OMC، وهي منظمة عالمية أنشأت في 1 يناير 1995. وهي منظمة من أحد المنظمات الدولية ومهمتها تكمن في ضمان إنسياب التجارة بأكبر قدر من السلاسة واليسر.

⁵ Organisation for economic Co_Operation and Développement _OCDE، وهي منظمة تهدف إلى التنمية الاقتصادية وإلى إنعاش التبادلات التجارية. أنشأت سنة 1961.

- تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)،¹ إن إعطاء تعريف محدد وشامل للتجارة الإلكترونية يبدو مستحيلا نظرا لما تشهده التجارة الإلكترونية من تطور سريع، لكن يمكن القول أن التجارة الإلكترونية في شكلها الواسع تشمل الوسائل الإلكترونية المستخدمة لغرض التجارة الإلكترونية.
 - تعريف المنظمة الدولية للاتصالات (ITU)،² تتضمن التجارة الإلكترونية عملية الإنتاج والدعاية، البيع والتوزيع للمنتجات بواسطة الوسائط الإلكترونية معتمدة في ذلك على معالجة ونقل البيانات الرقمية.³
 - لقد اهتمت الكثير من دول العالم بإصدار تشريعات منظمة للتجارة الإلكترونية وبيان أحكام المعاملات التي تتم من خلالها وذلك راجع لأهمية موضوع التجارة الإلكترونية على المستوى المحلي والدولي.
- ثالثا:** فعرّفها التشريع الفرنسي "أنها مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة"
- وفي التشريع الأمريكي أصدر المشرع الأمريكي سنة 1999 قانون المعاملات الإلكترونية، فعرّف الأعمال التجارية في الفقرة الثانية من المادة الثانية منه ، كما عرفت المادة 26 من الجزء 102 لفظ "إلكتروني" بأنه "كل ما يتصل بالتكنولوجيا بوسيط إلكتروني له قدرات كهربائية أو رقمية أو مغناطيسية أو لاسلكية أو بصرية أو كهرومغناطيسية أو أي قدرات مماثلة"

¹ World Intellectual Property Organisation _WIPO_ تأسست سنة 1967.

² Union internationale des télécommunications:ITU، تأسست سنة 1865.

³ قندوز فاطمة الزهراء_التجارة الإلكترونية،تحدياتها وأفاقها في الجزائر_أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير_ تخصص:تحليل إقتصادي_كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير _جامعة الجزائر_3_2012_2013.ص43.

على الرغم من أن النظام القانوني للولايات المتحدة يتضمن عشرات التشريعات المنظمة للشؤون التقنية والكمبيوتر والشبكات إلا أن المشرع الأمريكي لم يضع تعريفا للتجارة الإلكترونية في قوانينه.

- وفي التشريع التونسي تعتبر تونس الدولة العربية السبّاقة والأولى على مستوى العالم العربي في إصدار قانون ينظم مبادلات التجارة الإلكترونية هذا من خلال القانون رقم 83 لسنة 2000 الصادر بتاريخ 09 أوت 2000 حيث عرف هذا القانون في الفصل الثاني منه التجارة الإلكترونية "أنها العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية"، كما عرف المبادلات الإلكترونية أنها "المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية".¹

- وفي التشريع الجزائري نظم المشرع كل ما يتعلق بمجالات الاتصالات في القانون رقم 03_2000 المؤرخ في 5 أوت 2000 والذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، والمرسوم التنفيذي 123_01 المتعلق بنظام الإستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 162_07 والذي تم إلغاؤه بموجب القانون 04_15،² ورغم تأخره كثيرا في تنظيم نشاط التجارة الإلكترونية مقارنة ببعض التشريعات المقارنة، إلا أنه حاول تدارك الأمر ،حيث قامت وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال والرقمنة بتقديم مشروع قانون متعلق بالتجارة الإلكترونية أواخر سنة 2017، ثم بعد ذلك أفرج المشرع عن قانون التجارة الإلكترونية وكان ذلك في 10 ماي 2018 حيث

¹ القانون عدد 83 لسنة 2000 ،مؤرخ في 09 أوت سنة 2000 المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية.الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 11 أوت 2000. العدد 64.

² القانون رقم 04_15 مؤرخ في 1 فيفري 2015 ،يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني.الجريدة الرسمية عدد 06 الصادر بتاريخ 20 فيفري 2015.

أصدر القانون 05_18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وعرفت المادة 06 منه مصطلح التجارة الإلكترونية "بأنها النشاط الذي بموجبه يقوم مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير السلع والخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".¹

الفرع الثاني: تطور التجارة الإلكترونية وبيان خصائصها:

_ أولا: مراحل تطور التجارة الإلكترونية:

مر التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية عبر حقتين أساسيتين:

1_ التجارة الإلكترونية حقبة أولى: وتشير إلى الحقبة الزمنية الممتدة من عام 1995 إلى عام 2000 وهي التي شهدت نموا متفجرا في التعاملات الإلكترونية والمعتمدة أو الموجهة بالتقنية، حيث كان تركيز منظمات الأعمال منصبا بصفة أساسية على نمو العائد من تلك التعاملات، وذلك من خلال تبني استراتيجيات تعتمد على التواجد الإلكتروني الفوري الخاص، في غياب ملموس للتشريعات الحكومية المختلفة والمنظمة للأعمال الإلكترونية.

2_ التجارة الإلكترونية حقبة ثانية : وتتمثل في الحقبة الزمنية التي بدأت من عام 2001 وحتى وقتنا هذا، حيث شهدت تحولات في نمط التعاملات إلى التوجه بالأعمال، وتركيز منظمات الأعمال كان منصبا على تنمية الأرباح ومن خلال تبني استراتيجيات مختلطة، أي تعتمد على التواجد المادي للمنظمة في السوق وتواجدها الإلكتروني على شبكة الانترنت، في ظل تشريعات حكومية منظمة للأعمال الإلكترونية.²

¹ قانون رقم 05_18 مؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية. الجريدة الرسمية عدد 28 الصادر بتاريخ 16 ماي 2018.

² صارة بالساكر _ التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية "دراسة حالة الجزائر" مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي _ ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير _ الشعبة : علوم تجارية _ تخصص تجارة دولية _ كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير _ قسم العلوم التجارية _ جامعة الشهيد حمدة لخضر بالوادي. 2014_2015 ص10.

_ هناك عدة عوامل ساعدت على تطور التجارة الإلكترونية:

- الأسعار في التجارة الإلكترونية تعتبر أخفض نسبياً من مثيلاتها في التجارة العادية، وهو عامل حاسم في مجال المنافسة وتسويق المنتجات، ولقد سمح ظهور مجموعات المستهلكين التفاوضية في دفع الأسعار إلى الإنخفاض، وبذلك تكون التجارة الإلكترونية قد إستفادت من وسائل الإتصال الحديثة لتتغل فكرة سبق وأن وجدت في مجال التجارة العادية.

- تؤدي ممارسة التجارة الإلكترونية إلى إنخفاض تكاليف العرض والشراء إذ أنها تتوفر على مواقع تقدم معلومات كثيرة مقارنة لأسعار العديد من السلع المشابهة المباعة في الأنترنت وحتى في الأسواق التقليدية ما يجعل الأسواق الإلكترونية يقترب إلى حد كبير من وضع المنافسة الكاملة.¹

- إن انخفاض تكاليف الحصول على مستلزمات خدمات الأنترنت سمح بتزايد عدد كبير من رواد مواقع التجارة الإلكترونية.

ولعل أهم العوامل المتحكمة في تطور التجارة الإلكترونية العوامل القانونية:

- قانون العقود: الذي يراعي فيه التكيف مع المضمون المادي للصفقات، وذلك بعزل بعض القيود خاصة فيما يتعلق بقانون الإثبات (الحجة، الدليل) هناك ثلاث محاور معينة بهذا وهي التسجيلات المعلوماتية بدون إمضاء، ثقل الدليل والطابع غير المنسوخ للصفقة، تطوير الإمضاء الإلكتروني.
- سرية الصفقات، سرية المعلومات اللازمة للجانب المادي للصفقة التجارية، بالإضافة إلى حماية الدخول والذي يضمن من أجل تشجيع الشراء فأحدى الوسائل الفعالة هي الإمضاء الإلكتروني والذي يسمح بمعرفة القائم بعملية الدفع.

¹ المنظمة العربية للتنمية الإدارية_ مؤتمر "التجارة الإلكترونية_تجارة بلا حدود" بالتعاون مع غرفة تجارة الأردن_ عمان_ المملكة الأردنية الهاشمية_ ديسمبر 2010. ص 54_55

- حماية المعطيات الشخصية للمستهلك :تمثل التجارة الإلكترونية تجارة عن بعد عن طريق الشراء والبيع عن بعد، فهي تلتزم بضمانات مشتركة ومتبادلة بين البائع والمشتري بعد كشف المواقع التي يتمن خلالها الصفقات الإلكترونية ومن جهة أخرى يؤدي إهمال المعطيات الشخصية المرسله أثناء الصفقة إلى طرح سؤال إستفهام حول حمايتها.
 - الملكية الفكرية : العديد من النقاط أثرت حول هذا الموضوع من بينها دوام نظام حقوق المؤلف والتوافق بين العناوين الإلكترونية وحق العلامات.
 - الإختيارات : تسمح بتنوع استعمال الأنترنت في المؤسسة أو في الإجراءات الإدارية وذلك بتشجيع التطور وتعميم الإستعمال.¹
- ولعل هذه بعض أهم الأسباب المتحكمة في مدى تطور التجارة الإلكترونية.

ثانياً_ خصائص التجارة الإلكترونية:

- 1_لايوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة أو المستخدمة في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية، كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونياً ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق. ولذلك تعتمد الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.
- 2_من الممكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف واحد وفي نفس الوقت. وبذلك يتمكن كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جداً من المستقبلين في نفس الوقت، ولن تكون هنالك حاجة لإرسالها ثانية.

¹ _بوالقول هارون_ التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر_مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع تحليل اقتصادي_كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير_قسم العلوم الاقتصادية_جامعة بن يوسف بن خدة_2008_2009 ص58.

3_ يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات ، وما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية من غير أن يكون الطرفان في نفس الوقت متواجدين على الشبكة.

4_ عدم توفر تنسيق مشترك بين كافة الدول من أجل التنسيق وصدور قانون محدد لكل دولة مع الأخذ بعين الإعتبار قوانين الدول الأخرى وهذا بدوره يعيق التطبيق الشامل للتجارة الإلكترونية.

5_ يمكن أن يتم بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة ومن خلال شبكة الاتصالات ، وبهذا تكون التجارة الإلكترونية قد انفردت عن مثيلاتها من الوسائل التقليدية والمستخدمه في عملية البيع والشراء، ومثال ذلك التقارير والأبحاث والدراسات والصور وماشابه.

6_ إن استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لإنسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هناك أي تدخل مباشر للقوى البشرية يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف.¹

_ أما بالنسبة للخصائص والصفات الفريدة للتجارة الإلكترونية فيمكن إيجازها فيما يلي:

- إنها متاحة في كل مكان من جهة، ومتاحة في كل الأوقات من جهة أخرى، فلا يشترط أن يكون هنالك مكان مادي محدد لكي يذهب إليه الزبون للتحري أولاً ومن ثم إستكمال إجراءات البيع والشراء، فبالنسبة إلى التجارة الإلكترونية فإنها متاحة في كل مكان وفي جميع الأوقات، حيث يستطيع الزبون التسوق من منزله أو مكتبه بمكان عمله، وعبر حاسوبه الشخصي، أو حتى من سيارته عبر الهاتف النقال. أما فضاء السوق فهو واسع وفسيح ومناسب لهذا النوع من التسوق، وبذلك يكون الزبون

¹ _ عامر إبراهيم قنديلجي_ التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها_ دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة_ عمان_ الطبعة الأولى_ 2015_ ص 48_ 49.

قد وفر الوقت للذهاب إلى السوق والجهود التي كان سيحتاجها في إنجاز معاملات الشراء.

- تتيح تكنولوجيا التجارة الإلكترونية تجاوز الحدود الجغرافية، أي أن تصل إلى أي مكان في العالم الواسع، إذا تطلب الأمر، وبطريقة عملية وفعالة.
- تتصف التجارة الإلكترونية بأنها مشتركة بين جميع دول العالم أي إنها ذات معايير عالمية ما أسهم في تقليص تكاليف الدخول إلى الأسواق، حيث أنه إذا مارجعنا إلى أسلوب التجارة التقليدية فإنه ينبغي على التاجر دفع رسوم وتكاليف عند جلبه للبضائع والمنتجات مما يزيد في أسعار البيع بالنسبة للزبون المستهلك.

المطلب الثاني:

أشكال التجارة الإلكترونية ومجالات تطبيقها:

تختلف أشكال التجارة الإلكترونية تبعاً لأطراف العلاقة التجارية، وتنقسم حسب ذلك إلى عدة أقسام وأصناف.

الفرع الأول: أشكال التجارة الإلكترونية:

شهدت التجارة الإلكترونية تطوراً كبيراً أدى إلى تنوع أشكالها على نحو كبير وزاد تطبيقاتها في مجالات شتى.

أولاً: التجارة بين وحدة أعمال ووحدة أعمال B2B:

يشمل هذا النشاط كافة أشكال وأطر العمل والتبادل بين الشركات، والتي تتم بوسائل إلكترونية، كإجراء المفاوضات وتبادل المعلومات والبيانات ومن ثم إبرام العقود التجارية، وفقاً لقواعد تقنية وقانونية خاصة.¹ ومن تقنيات هذا النوع من التجارة:

¹ _هداية بوعزة_ النظام القانوني للدفع الإلكتروني_دراسة مقارنة_رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص_كلية

الحقوق والعلوم السياسية _ جامعة أبي بكر بلقايد_تمسان_2018_2019 ص 53

1_التسويق الإلكتروني: تعتمد التشريعات بغرض مقارنة السلع المعروضة من الموردين المختلفين من أجل العثور على المورد المناسب. تستخدم فيه الأنترنت كقناة اتصال وتواصل لترويج الخدمات¹ ، ويجري نقل وتوزيع الخدمات بأساليب كثيرة منها:

- التحميل: توزيع الخدمات وتسليمها بأسلوب التحميل.
- التوزيع المختلط: وهو التوزيع الذي يجري جزء منه بصورة إلكترونية والجزء الآخر في العالم الواقعي.
- التسويق الإلكتروني: عن طريق محركات البحث.
- التسويق من خلال الإعلانات.
- التسويق باستخدام الرسائل الإلكترونية.
- التسويق من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية.²

2_التبادل الإلكتروني للبيانات:

تبدأ هذه التقنية في العمل بمجرد إختيار المورد المناسب، والإتفاق معه على شروط وترتيبات التوريد، من خلال تبادل البيانات وإرسال طلبات التوريد.

3_التجارة الإلكترونية الداخلية:

يوجد هذا النوع في الشركات الكبيرة ذات الفروع المتعددة في الشركات المتعددة الجنسيات التي تسمح بإجراء تبادل داخلي للسلع والخدمات بين الأقسام والفروع المختلفة. ثانيا: التجارة بين وحدات الأعمال والمستهلكين:

وتشير إلى التبادلات الإلكترونية بين المنظمات والزبائن، حيث تقوم الشركة أو الموزعين بعرض وتسويق منتجاتها وخدماتها للزبائن وبيعها لهم وتقديم الدعم والخدمات والإجابة عن استفساراتهم إلكترونياً، وتعرف باسم تجارة التجزئة الإلكترونية ويتم التعامل

¹ محمد نور برهان، عز الدين خطاب_التجارة الإلكترونية.الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات 2009.ص 224.

² مبادئ نظم وتقنيات المعلومات (تال101ت)_المحاضرة التاسعة_التجارة الإلكترونية.جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.

بين المنظمة والأفراد سواء على مستوى السوق المحلي أو الدولي حيث يقوم الفرد بطلب المنتج من موقع المنظمة على شبكة الأنترنت ويدفع ثمنها بالبطاقة مثلا ثم يحصل على المنتج مباشرة أو عن طريق البريد التقليدي.¹

يعتري هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية عقبات متعددة تتعلق بمسألة حماية كل من البائع والمستهلك، فالمستهلك تتقصه الضمانات، ومنها سرية البيانات التي أدلى بها على الشبكة وهو في مأمن من إختراق خصوصيته وكذا حقيقة التاجر الذي يتعاقد معه.²

ثالثا: التجارة بين الحكومات والمستهلكين:

يعد هذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية الأقل أهمية من حيث القيمة المالية والإقتصادية، ويتم التعامل في هذا الشكل بين الحكومات من جهة، والمتعاملين معها من جهة أخرى سواءا مستهلكين أو طالبي خدمة أو موردين. ويشمل ماتجيره الدولة من مناقصات، وأمر توريد، والخدمات التي تقدم إلى المواطنين عبر الوسائط الإلكترونية.³

رابعا: التجارة بين المستهلكين ومستهلكين آخرين C2C:

_ حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بالبيع والشراء فيما بينهم وذلك من خلال المزادات التي تبنى في شبكة الأنترنت.⁴

خامسا: التجارة عبر جهاز الهاتف النقال Mobile Commerce:

¹ محمد عبد حسين الطائي_ التجارة الإلكترونية_ المستقبل الواعد للأجيال القادمة_ دار الثقافة _عمان. المملكة الأردنية الهاشمية_ الطبعة الأولى. 2010. ص 30.

² طالب حسن موسى_ قانون التجارة الإلكترونية الدولية _ دار الثقافة للنشر والتوزيع 2016. ص 62.

³ طارق عبد العال_ التجارة الإلكترونية_ المفاهيم_ التجارب_ التحديات_ الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية،الدار الجامعية للنشر. الطبعة 2008. ص 10_ 11.

⁴ كامش محمد ياسين_ خلادي محمد الأمين_ التجارة الإلكترونية_ دراسة حالة الجزائر_ مذكرة لنيل شهادة الماستر قسم العلوم الاقتصادية_ المركز الجامعي_ مغنية_ جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان_ 2015_ 2016. ص 6.

يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع، حيث يتم بواسطة استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الإتصال بشبكة الأنترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والإطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء.

سادسا: التعاملات التجارية فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض:

يمكن أن تشمل هذه التعاملات بين الأجهزة الحكومية و لكنها يمكن أن تشمل أعمالا ذات طابع تجاري كأن توجر هيئة الأوقاف أراض أو شقق لوزارة أخرى من وزارات الدولة.¹
الفرع الثاني: مجالات تطبيق التجارة الإلكترونية:

_ تطبيقات التجارة الإلكترونية مدعومة ببنى تحتية ، وتأدية عمل هذه التطبيقات يستلزم الإعتماد على أربعة محاور مهمة:

- الناس.
- المعايير والبروتوكولات التقنية.
- شركات أخرى.
- فتطبيقات التجارة الإلكترونية تنقسم إلى ثلاثة أجزاء:
- شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو مايسمى بالسوق الإلكتروني.
- تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والإتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة للشركة الواحدة.
- توفير خدمة الزبائن.

الأسواق الإلكترونية:

¹ _صراع كريمة_ واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر_ مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية _تخصص استراتيجية_ كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية_ جامعة وهران_2013_2014_ص16.

_ السوق هو عبارة عن محل من التعاملات و المعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال. وعندما تكون هيئة السوق الإلكترونية فإن مركز التجارة بنائية أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية. فالمشاركون في الأسواق الإلكترونية من باعة ومشترين وسماسرة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا ما يعرفون بعضهم البعض، فطرق التواصل ما بين الأفراد في السوق الإلكتروني تختلف من فرد لآخر ومن حالة لأخرى.¹

_ أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات و الأسواق الإلكترونية:

- أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات تركز على تبادل وتدفق المعلومات ما بين منطمتين أو أكثر، غرضها الأساسي هو تخليص المعاملات بصورة فعالة، كإرسال الحوالات المالية والفواتير عبر الشبكات الخارجية، وفي هذه الأنظمة فإن كل العلاقات ما بين الأطراف المعنية قد تم الاتفاق عليها مسبقا. في حين أن الباعة والمشترين في الأسواق الإلكترونية يتفاوضون ويزيدون السعر ويناقصون ويتفقون على فاتورة معينة وينفذون الاتفاق وهم متصلون بالشبكة أو غير متصلين. هذه الأنظمة التي تكون ما بين المؤسسات تستخدم في تطبيقات الشركات للشركات وفي تطبيقات الشركات للمستهلكين.

- أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات هو نظام يربط ما بين عدة جهات تجارية وغالبا ما تشمل شركة ما ومزودها ومستهلكها. ومن خلال أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات يستطيع الباعة والمشترين تنظيم وترتيب المعاملات التجارية الروتينية ويتم تبادل المعلومات من خلال شبكات إتصالات تم تهيئتها بصورة مناسبة لكي لا يتم استخدام الهواتف والوثائق الورقية والإتصالات التجارية. فسابقا كانت أنظمة

¹_مصطفى يوسف كافي_ التجارة الإلكترونية_ دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع_ طبعة 2009_ص22.

المعلومات تتم ما بين المؤسسات من خلال شبكات اتصالات خاصة ولكن الإتجاه

الآن هو استخدام الأنترنت لهذه الغايات.¹

_أنواع أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات:

- التبادل الإلكتروني للبيانات :يوفر اتصال الشركات للشركات بصورة آمنة عبر شبكات القيمة المضافة.
- الشبكة الإضافية: التي توفر اتصال الشركات للشركات بصورة آمنة عبر الأنترنت .
- التحويل الإلكتروني للأموال.
- الإستثمارات الإلكترونية.
- التواصل المتكامل: هو عملية إرسال الإيميلات ووثائق الفاكس عبر نظام موحد للإرسال الإلكتروني.
- قواعد البيانات المتقاسمة: وفيها أن المعلومات المخزنة في قواعد البيانات تكون قابلة للمعاينة من قبل جميع الأطراف المشاركين في التجارة ، والغرض من هذا التقاسم هو التقليل من الوقت اللازم لإرسال البيانات و إستقبالها إذا لم تكن البيانات مفتوحة للجميع، والمقاسمة تجري عبر الشبكات الإضافية .
- إدارة سلسلة التوريد: وهو التعاون ما بين الشركات ومزوديها ومستهلكيها في مجال التنبؤ بالطلب وإدارة قائمة الجرد وإنهاء الطلبات التجارية وهو التعاون الذي يؤدي إلى خفض البضائع المخزونة وإلى تسريع شحن البضائع وإلى السماح بالتصنيع الآلي.

¹_مصطفى يوسف كافي _المرجع السابق_ ص 23.

المبحث الثاني:

الهيئات الإدارية لتنظيم التجارة الإلكترونية:

يثير موضوع التجارة الإلكترونية جدلا واسعا في الأوساط القانونية والفقهية اليوم، ذلك أن التطور المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلوماتية وما أفرزه من مشكلات يستدعي وجود منظومة قانونية تحدد نطاق وكيفية تنظيم هذه التجارة. وإذ عملت التشريعات الدولية والوطنية على مواكبة هذه التطورات بتحديث منظومتها القانونية، فإن ذلك يستوجب البحث في التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر على غرار مثيلاتها في دول العالم، كما وبذلت الجزائر جهود متواضعة في مجال تطوير التجارة الإلكترونية اقتصر على إطلاق بعض المبادرات تتعلق بتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي من شأنها دعم الأعمال الإلكترونية (نظرا لكونها تشكل القاعدة الأساسية) بالإضافة إلى تهيئة المحيط الملائم لهذه التجارة من قوانين مشجعة لتطبيقها والتي تعترف بشرعية وقبولية المسائل المستعملة في هذه التجارة وتوفير الحماية اللازمة لها.¹

المطلب الأول:

على المستوى المركزي:

سعت الجزائر لبذل جهود من أجل مواكبة التغيرات وتطويلا مجتمع المعلومات نتيجة لتسارع التحولات التكنولوجية، وما دفعها لتطويلا مجتمع المعلومات هو أن هذه التحولات تستوجب تنظيما مؤسساتيا متناسقا يدعمه، ويأخذ بعين الاعتبار الطابع المتعدد الأبعاد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ويراعي خصوصياتها.

فالمصالح التي يمكنها أن تتشابك للوصول إلى وضع قانون للتجارة الإلكترونية

تتمثل في: _وزارة التجارة والتي تعمل على:

- المشاركة في القوانين المرتبطة بحماية المستهلك.

¹- إبراهيم يامة_ التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر "دراسة على ضوء القانون 18/05" مجلة القانون والعلوم الإنسانية. ص 09_10.

- النصوص التشريعية المتعلقة بالنشاط التجاري تركز على إعلام المستهلك.
 - لوضع قانون لنشاط التجارة الإلكترونية يجب وضع دفتر الشروط تحدد فيه كل الحقوق والواجبات التي يجب أن يحتويها موقع الويب التجاري. إذ يسلم هذا الدفتر إستحسانا قبل التسجيل في السجل التجاري للمؤسسات الجديدة وكذا المؤسسات التي سجلت من قبل التي يتمثل نشاطها في البيع عن بعد.
 - وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والإتصال.
 - وزارة الثقافة: حماية الملكية الفكرية .
 - وزارة الداخلية: محتويات الموقع، حماية وأمن المعلومات.
- الفرع الأول: وزارة التجارة: تعمل الجزائر على تطوير إقتصادها من خلال تحسين منتوجاتها والرفع من مستوى الصادرات والتحكم في مستوى الواردات، كما تسعى لتطوير علاقاتها الاقتصادية الخارجية
- وتعتبر وزارة التجارة الهيئة الحكومية المكلفة بكافة المعاملات الإقتصادية والإجراءات الخاصة بالتجارة داخليا أو على المستوى الخارجي وتختلف مهامها حسب هيئاتها الإدارية. تكونت وزارة التجارة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 24/207 المؤرخ في 16 يوليو 1994 بعدما كانت تحت وصاية وزارة الاقتصاد قبل أن يتم التعديل رقم 90/189 المؤرخ في 13 يونيو 1990 وبه كانت وزارة التجارة تعمل على تسيير شؤونها ومصالحها، وتحولت من سنة 1994 إلى سنة 2000 من وزارة الاقتصاد إلى وزارة التجارة. وبقيت محتفظة بتسمية وزارة التجارة، ويشرف عليها الوزير كمال رزيق الذي يشغل المنصب منذ سنة 2020.¹

- فتعتبر وزارة التجارة من الهيئات الهامة التي تعمل على دفع عملية النمو الإقتصادية إلى الأمام والسهر على إدماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي. ومن أجل

¹ الموسوعة الحرة_ويكيبيديا ar.wikipedia.org

ترقية استعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، قامت وزارة التجارة بإعداد استراتيجية تعتمد على 3 محاور هامة تساعد على تطوير وتحسين الخدمات التي من الواجب توفيرها إلى المستعملين من موظفي القطاع بصفة خاصة وكذا مختلف الشرائح من مواطنين، مستهلكين ومتعاملين إقتصاديين بصفة عامة.

تخص هذه المحاور:

- إنشاء البنية التحتية التي تمكن من ربط الإدارة المركزية عبر شبكة الأنترنت مع المصالح الخارجية.
- وضع الوسائل التقنية التي تمكن من إيصال المعلومة في حينها.
- وضع تحت الخط مواقع من الواب لفائدة المصالح الخارجية.
- شملت هذه الإستراتيجية عصرنة قطاع التجارة بما فيها الإدارة المركزية وكذا المصالح التابعة للوزارة.

1_ عصرنة الإعلام الآلي على مستوى الإدارة المركزية:

- قصد تحسين الخدمات على مستوى مصالح الإدارة المركزية قامت وزارة التجارة بإنجاز عدة عمليات نذكر منها:
- إنشاء مركز لمعالجة المعلومات وتزويده بوسائل حديثة من موزعين وأجهزة الأمن الإلكتروني.
- ربط عبر شبكة الأنترنت الإدارة المركزية مع مصالحها الخارجية.
- إيواء التطبيقات المتعلقة بميدان التجارة، قاعدة بيانات النصوص القانونية وقاعدة بيانات المتعاملين الإقتصاديين.
- تحديث أجهزة الحاسوب وتعميم استعمالها على أكبر عدد ممكن من الموظفين.

- وضع تحت تصرف الموظفين موقع داخلي لنشر المعلومة الخاصة بهم(رزمة
المدائمة_ استمارات_ دليل مصالح إدارة التجارة).¹
- نشر المعلومات والأحداث المتعلقة بقطاع التجارة عبر موقع الواب لفائدة المستهلكين
والمعاملين الإقتصاديين.

2_ عصنة الإعلام الآلي على مستوى المصالح الخارجية:

- قامت وزارة التجارة بإنشاء في مرحلة أولى شبكة على مستوى المديرية الجهوية
والولائية للتجارة بغرض ربط مصالح الإدارة المركزية مع المصالح الخارجية.
- مكنت هذه الشبكات المحلية مصالح المديرية الولائية للتجارة العمل فيما بينها بصفة
مشتركة والاتصال مع الإدارة المركزية وكذا المتعاملين الإقتصاديين والمستهلكين.
- وفي سياق آخر وقصد تحسين الإتصال مع كل شرائح المجتمع وتقريب الإدارة من
كل المواطنين المستهلكين بصفة خاصة وكذا المتعاملين الإقتصاديين بصفة عامة،
أعدت وزارة التجارة برنامجا طموحا يتمثل في إنشاء مواقع الواب لفائدة كل المديرية
الجهوية والولائية للتجارة.
- فهذه المواقع أنشأت تطبيقا للتعليمات من قبل وزير التجارة بمقر الشركة الجزائرية
للمعارض والتصدير (safex) والذي خصص لتقييم نشاط المصالح الخارجية.

3_ عصنة الإعلام الآلي على مستوى المصالح التابعة لوزارة التجارة:

- على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري (cnrc)
- قام المركز الوطني للسجل التجاري بوضع تحت الخدمة بوابة إلكترونية للسجل
التجاري لفائدة المتعاملين الإقتصاديين. الذي يمكن بواسطته من الإطلاع على كل
المعطيات الإقتصادية والقانونية التي تم جمعها حول ما يقارب 1,5 مليون مؤسسة
تجارية متواجدة على التراب الوطني.

¹ _نشرية وزارة التجارة _ العدد السادس 2013 ص 07

- تحتوي هذه البوابة على المعلومات التالية:
- دليل التجار، مدونة النشاطات الخاضعة للقيود في السجل التجاري، اختيار التسميات التجارية للشركات التي هي في طور الإنجاز، الحسابات الاجتماعية.¹
- 4_ على مستوى الغرفة الجزائرية والصناعة:
- _ بغية رفع قدرات المصدرين الجزائريين صممت بوابة إلكترونية تهدف إلى إنشاء مساحة إلكترونية تمنحهم فضاءات إفتراضية لعرض منتجاتهم الوطنية القابلة للتصدير وإتاحة الفرصة لهؤلاء المتعاملين لتحسين صورتهم وفرض وجودهم عبر شبكة الأنترنت وتمكينهم من الدخول إلى الأسواق الدولية. توفر هذه البوابات الخدمات التالية:
- تسيير مدونة النشاطات وتسميات المنتجات.
- تسيير دليل المصدرين ومنتجاتهم وعرض المنتجات عبر الوسائط المتعددة الأوساط مرفقة بالبطاقات التقنية.

الفرع الثاني : وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والإتصال: كان وضع الخدمات البريدية سنة 1962 يتميز بضعف شبكة البريد وبتباين واضح بين المدن والقرى ، ففي السنوات الأولى من الإستقلال حاولت مصالح البريد أن تواجه أوضاعا صعبة بيد عمالة قليلة، إضافة إلى عدم خبرتها وكذا بوسائل مادية هشة . ولكن مع نهاية عام 1962 كان في حوزة الجزائر 826 مكتب بريد يشتغل وطنيا، وقد بلغت الشبكة البريدية 3310 مؤسسة في مطلع عام 2000 مكتب بريد واحد لكل 9500 نسمة وذلك بفضل تراخيص البرامج المتحصل عليها في إطار البرامج التنموية.²

¹ نشرية وزارة التجارة _ العدد السادس 2013 ص 08

² معلومات مستقاة من الموقع الإلكتروني لوزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والإتصال على الرابط

www.mpt.gov.dz :

كان قطاع البريد يخضع إلى الأمر رقم 75_89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 الذي يمنح وزارة البريد والمواصلات مهمة تحديد سياسة القطاع ويعطيها دور المنظم المتعامل، بحيث كانت الخدمات البريدية والاتصالية من صلاحيات الوزارة لا غير.

وفي عام 2000 وافقت الحكومة على إجراء إصلاحات معمقة لقطاع البريد والمواصلات من أجل مواكبة تحديات القرن 21 منها تحويل وزارة البريد والمواصلات إلى وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، جاءت هذه الإصلاحات نتيجة لضرورة ضمان التنافسية والتنوع داخل الاقتصاد الجزائري بمؤسساته وكذا إعطاء الأولوية لقطاع الاتصالات الموسوم بالتنافسية والحيوية، وقد أخذت لنفسها موقعا ضمن سياق العولمة المتنامية والتحضير لانضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة وكذا التفاوض من أجل اتفاق شراكة مع الإتحاد الأوروبي.

_تهدف الإستراتيجية المعدة لهذه الإصلاحات الواعدة إلى الأهداف الرئيسية منها:

- تحسين نوعية الخدمات المقدمة ومضاعفتها.
- ضمان إستفادة سكان المناطق الريفية والأشخاص المعزولين من الخدمات البريدية والاتصالات وكذا الأنترنت.
- إنشاء شبكة وطنية للاتصالات فعالة وموصولة بشبكة المعلومات.
- تطوير البريد والاتصالات باعتبارهما قطاعين اقتصاديين لتنمية اقتصاد تنافسي ومتفتح على العالم.

_ كما سمحت هذه البرامج ببلوغ الأهداف التالية:

- عصرنة الشبكة البريدية.
- التحويل التدريجي لكل العمليات عبر الشبائيك إلى العمل بالنظام الآلي .
- استحداث نظام للبريد الإلكتروني.

وبغية تنفيذ هذه الأهداف ضمنت الوزارة مجموعة متنوعة من الهياكل وهي:

- ❖ المديرية العامة للاقتصاد الرقمي.
- ❖ المديرية العامة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال،
- ❖ مديرية إدارة الوسائل.
- ❖ مديرية البريد.
- ❖ مديرية التعاون والعلاقات الدولية.
- ❖ مديرية التنظيم والشؤون القانونية.
- ❖ مديرية الموارد البشرية.¹

1_ المديرية العامة للاقتصاد الرقمي: تنقسم المديرية العامة للاقتصاد الرقمي إلى مديرتين تتكفل إحداها بتطوير الاقتصاد الرقمي، فيما تهتم الأخرى بالإحصاء والدراسات والإستشراف، وتتمثل هذه المهام في وضع السياسة الوطنية من أجل تعزيز الاقتصاد الرقمي وتطويره، إضافة إلى تنفيذ استراتيجيات الإنتشار الإقليمي والدولي للمتعاملين الإقتصاديين الناشطين في المجال الرقمي. ولذلك فهي ملتزمة بتحفيز البحث والإبتكار وتعزيزه من خلال وضع إطار لتشجيع نقل التكنولوجيا، فضلا عن المشاركة في إعداد استراتيجيات وطنية خاصة بالحظائر التكنولوجية إلى جانب إنشاء نظام يهدف إلى تطوير الحاضنات والمؤسسات الناشئة. ومن أجل ضمان يقظة إقتصادية، تعمل الإدارة العامة للاقتصاد الرقمي بالتشاور مع مختلف المؤسسات والإدارات العامة على تجميع وتوحيد أنظمة المعلومات الإحصائية وذلك بهدف إنشاء قاعدة معلومات موثوق منها.

2_ المديرية العامة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال: تتمحور مهام المديرية العامة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال أساسا في وضع استراتيجيات التنمية وكذا سياسة تسيير طيف ذبذبات

¹ _ معلومات مستقاة من الموقع الإلكتروني لوزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام و الإتصال على

الرابط: www.mpt.gov.dz

الراديو الكهربية، بالإضافة إلى السهر على حسن سير شبكة محطات الخدمات النقلة البحرية والنقلة البحرية عبر الساتل، وبالتالي ضمان الولوج إلى نطاق ترددي دولي عال ومؤمن ذي تدفق سريع وفائق السرعة. تهتم المديرية العامة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل خاص بتأمين المنشآت الأساسية للاتصالات وفقا للمعايير المعمول بها، ووضع برامج دراسات تهدف لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبالتالي المساهمة في فتح فروع سوق تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، فضلا عن تشجيع وترقية الصناعة الوطنية في مجال تجهيزات تكنولوجيات الإعلام والاتصال ذات نسبة عالية.¹ وتعتمد المديرية العامة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في أداء مهامها على مديرتين:

- مديرية الاتصالات اللاسلكية والتجهيزات الحساسة للمواصلات السلكية واللاسلكية.
 - مديرية تطوير ومتابعة المنشآت الأساسية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال.
- تجدر الإشارة إلى أن المديرية العامة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال تسهر أيضا على تطوير الإطار القانوني لتكنولوجيات الإعلام والاتصال من جهة، وضمان احترام شروط دوام شبكات الإعلام والاتصال واستمراريتها يضمن متطلبات الدفاع الوطني والأمن العام من جهة أخرى.

كما تسعى الوزارة للمشاركة في القوانين المتعلقة بالجانب التقني لمواقع الويب (حفظ البيانات التقنية ، حلول تقنية موثوق بها). إذ تشترط التجارة الإلكترونية مناداة شرعية للنصوص التالية:

1_ الالكتروني التوقيع **la signature électronique**:- وضع نصوص تحدد

- مصداقية وموثوقية البيانات التقنية والمحتويات الموجودة في المواقع التجارية .
- وضع نصوص تحدد الصفات والخصائص التقنية اللازمة لإنشاء التوقيع الالكتروني.

www.mpt.gov.dz¹

2- تجهيز مزود خدمات التصديق الإلكتروني la certification électronique

إذا كان لدى وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال فكرة فتح نشاط مزود خدمة التصديق الإلكترونية والتي تثبت صحة وجود المؤسسة الافتراضية التجارية يجب وضع :

- نص المواصفات المتعلقة بممارسة نشاط مزود خدمات التصديق الإلكترونية.
 - نص يوضح إجراءات الحصول على القبول من مزود خدمات التصديق الإلكترونية.
- 3 - استعمال إمكانيات وخدمات التشفير : le cryptage:** وضع نص يحدد شروط وإجراءات استخدام وسائل أو خدمات التشفير عبر شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية ، والسعي إلى تطوير الأنشطة المتعلقة بها.

المطلب الثاني:

على المستوى المحلي:

تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، وهو ما يمثل دورا أساسيا هاما في التنمية الاقتصادية، ما دفع بالجزائر إلى محاولة خلق كيان مستقل لتنظيم قطاع الاتصالات الذي يمثل عاملا رئيسيا في نمو وانتشار التجارة الإلكترونية. فمثل هذا الكيان يتولى وضع آليات تنظيمية لخلق سوق يعزز الشفافية ويشجع على التنافس ويضمن التحول السريع إلى مجتمع المعلومات.¹

الفرع الأول: مديرية المنافسة والأسعار: إن المديرية الجهوية للتجارة بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة تقوم بمهام تنشيط وتوجيه وتقييم أعمال المديريات الولائية للتجارة التابعة لإختصاصها الإقليمي كما تقوم بتنظيم و إجراء كل التحقيقات حول المنافسة والتجارة الخارجية والجودة وسلامة المواد. كما يكلف وزير التجارة بالمساهمة في تطوير القانون وممارسة المنافسة.

¹ الموسوعة الحرة ويكيبيديا. ar.wikipedia.org

- يقترح كل إجراء من شأنه تعزيز قواعد وشروط منافسة سليمة ونزيهة في سوق السلع والخدمات.

- ينظم الملاحظة الدائمة للسوق ويقوم بتحليل هيكله ويعين الممارسات غير الشرعية الهادفة إلى إفساد المنافسة الحرة ويضع حدا لها، بالتنسيق مع الهيئات المعنية.

وبما أن التجارة الإلكترونية أزلت الحدود والقيود الجغرافية أمام مختلف الأعمال، وبالتالي تحولت المنافسة إلى المستوى العالمي ووضعت الشركات أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس ، فالمستهلك يستطيع المقارنة بين مختلف العروض المقدمة أي إنحياز التبادلات لصالح المشتري على حساب البائع مما يجعل الشركات تعاني من مشكلة عدم القدرة على تحقيق عوائد ربحية فعلية ،مع إمكانية فقدانها للكثير من المستهلكين التقليديين بسبب المنافسة الشرسة.

ولقد أثر ظهور الانترنت على سلوك الأفراد المستهلكين والمؤسسة المنتجة والموزعة على حد سواء وبطبيعة الحال انعكس هذا على حجم السوق ، حيث ظهر قسم جديد من العملاء يقابله قسم جديد من الإحتياجات ، القسم الجديد من العملاء يعتمد في معاملاته على شبكة الإنترنت ربما بدءا من التسويق الإلكتروني حتى العمليات البنكية لتسديد مشترياته تبعا لما توفره المواقع التجارية من تسهيلات الدفع ومستويات الأمن المطبقة والكفيلة بنيل ثقة المستهلكين.¹

إن التطورات العالمية الراهنة في الاقتصاد كالعولمة تفرض على المؤسسة ضرورة النظر مرة أخرى في مسارها التنافسي بغية الحصول على وضعية تنافسية جيدة واقتناص الفرص وبغية ضمان البقاء والإستمرار على المدى البعيد ، والسبيل الوحيد للإنسجام مع هذه التطورات وتحضير الأرضية المتينة للمواجهة ، هو تغيير كيفية المنافسة ومقوماتها لتشمل الإعتماد على تكنولوجيا المعلومات والإتصالات للحصول على معلومات مفصلة

¹ من الموقع الإلكتروني:المركز الديمقراطي العربي:www.democraticac.de

حول السياسات والإستراتيجيات المتبعة من المنافسين، وكذلك مميزات وخصائص منتجاتهم المنافسة. وبالتالي استعمال هذه المعلومات لمحاولة الارتقاء بمستوى نوعية المنتجات وتحسين جودتها وتقديم أفضل عروض البيع للوصول إلى السوق قبل الغير، وإقناع المستهلك وكسب رضاه.

فاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تؤدي دورا أساسيا في تغيير مستوى النشاط التجاري فمن شأن الآثار المحسنة للعلاقة مع العملاء ومع الموردين وزيادة النفاذ إلى الأسواق وابتكار المنتجات الجديدة أن تقضي إلى زيادة حجم المبادلات والصفقات المحققة وتحسين فعاليتها وكذلك تحسين مستوى نشاط المؤسسات وبالتالي النمو والإرتقاء بمستوى الاقتصاد ككل.

فالتجارة الإلكترونية تؤثر على هيكل الأسواق وخاصة أنها تقربنا من الوصول إلى تحقيق فرضيات سوق المنافسة الكاملة وهي:

- تتطلب سوق المنافسة وجود عدد كبير من البائعين فيتحقق هذا في وجود التجارة الإلكترونية متمثلا في دورها في توسيع السوق وزيادة أعداد البائعين والمشتريين بشكل كبير، حيث أنه يضيف عدد متسوقين من خارج الدولة إلى المتسوقين من داخل الدولة بسبب الوصول للأسواق العالمية وهذا ما يحقق الفرض الأول من سوق المنافسة.
- حرية الدخول والخروج من السوق: فلا توجد قيود على القيام بعمليات التجارة الإلكترونية، فإنشاء موقع إلكتروني يمكن الفرد من ممارسة التجارة ولو بشكل جزئي عن طريق عرض المنتجات على الموقع وبدون مصاريف وهذا يقلل من عنصر المخاطرة ويجعل إمكانية الخروج من السوق سهلة وبأقل الخسائر .
- تجانس وحدات السلعة المنتجة من حيث الشكل واللون والجودة. تقلل التجارة الإلكترونية الفروق بين المنتجات وتقريبها من التجانس مثل بعض المنتجات الرقمية.

• المعلومات عن السوق متوفرة للجميع والأسعار معلومة: تكون المعلومات في سوق المنافسة الكاملة متوفرة للجميع بدون استثناء كما أن أسعار السلع والخدمات معلومة ، فالتجارة الإلكترونية تعمل على توفير هذه المعلومات في المواقع الإلكترونية وتكون متاحة للبائعين والمشتريين معا، وبذلك تكون وفرت المعلومات الكافية عن السوق للجميع وحقت شروط المنافسة الكاملة.

الفرع الثاني: مديرية الرقابة: مع الممارسة الكلية للتجارة الإلكترونية من طرف المؤسسات يقل الاعتماد على المستندات الورقية، وازدياد البيانات الواردة من خلال الشبكة، مما يجعل القائمين على تطبيق نظام الرقابة الداخلية أمام تحدي الاعتماد على الأدلة الإلكترونية، وبالتالي يحتم عليه الإلمام بالوسائل التي تمكنه من استقراء المعلومات والبيانات حتى يتمكن من الاعتماد على هذه الأدلة. أوضح ALBERT MARCELLA في مقاله تحت عنوان: آثار التجارة الإلكترونية على مهنة المحاسبة ومهنة التدقيق، أن التكنولوجيا الحديثة أحدثت عدة تغيرات خاصة ما يتعلق بنظام الرقابة الداخلية وتأثره وبشكل جوهري بوجود التجارة الإلكترونية، حيث أصبحت الإجراءات الرقابية التقليدية عديمة الجدوى، وأصبح لابد من إجراءات رقابية تكنولوجية تواكب التغيرات التكنولوجية المصاحبة للتجارة الإلكترونية، وأصبحت عملية التوكيد على نظام الرقابة الداخلية في ظل التجارة الإلكترونية من أكبر التحديات التي تواجه المراجع.¹

ومن أجل ذلك فقد استحدثت وزارة التجارة بالتعاون مع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية وتكنولوجيات ورقمنة الإتصال ، تقنية الرقابة الإلكترونية المتنقلة

¹ _ زين يونس_ الرقابة الداخلية في بيئة التجارة الإلكترونية_ مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية (جامعة الوادي_ العدد السابع_ المجلد الأول) ص 228 .

للسجلات الإلكترونية عن طريق لوحات المطابقة الإلكترونية التي تمكن أعوان الرقابة وقمع الغش من الكشف عن هوية صاحب السجل التجاري.¹

وتعتمد تقنية الرقابة الإلكترونية المتقدمة للسجلات التجارية التي كشف عنها خلال يوم إعلامي حول السجل التجاري الإلكتروني من طرف وزير التجارة ووزير البريد على مطابقة السجلات التجارية مع الرمز الذي يحمله كل سجل تجاري إلكتروني مع قاعدة البيانات الإلكترونية ، عن طريق إما التقاط صورة للمجسم المتواجد على السجل التجاري الإلكتروني لفك الشيفرة التي تحمل المعلومات الكاملة عنه ، أو من خلال استغلال التقنية الجديدة عن طريق استعمال رقم تدوين السجل التجاري لاستخراج كل المعطيات المطلوبة التي يمكن أن تكشف أية تلاعبات أو تزوير بخصوص الوثيقة محل المراقبة.

وباعتبار أن استحداث تقنية الرقابة الجديدة تندرج في إطار التعاون بين وزارة التجارة ووزارة البريد في إطار تحسين سير قطاع التجارة عبر استعمال الأنظمة التكنولوجية الحديثة التي سوف تسمح بتفعيل عمليات وآليات الرقابة على مستوى السوق الوطنية وضمان الشفافية والنزاهة.

كما أكد الوزير على الأهداف المرجوة من العملية والمتمثلة في عصنة السجل التجاري، من خلال استبدال النماذج القديمة لمستخرجات السجل التجاري بنماذج جديدة تحمل الشارة الإلكترونية، يصب في اتجاه تطهير وتأمين السجل التجاري من التزوير والتلاعبات والسماح لكل شخص الحصول على المعلومات المحيطة من المركز الوطني للسجل التجاري المتعلقة بوضعية التاجر.

فالقانون الذي ياطر التجارة الإلكترونية في الجزائر يفرض على أي تاجر التوقيع مع بريد الجزائر أو أي مؤسسة مصرفية على اتفاقية حتى يقوم بالدفع الإلكتروني مؤكدة

¹ _الحياة العربية_ يومية وطنية إخبارية_ عدد 1 ديسمبر 2018.

أن الإتفاقية الموقع عليها اليوم بين المركز الوطني للسجل التجاري ومؤسسة بريد الجزائر تدخل ضمن هذا التنظيم .

الفصل الثاني:

دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية في الجزائر:

إن التطور الكبير الحاصل في استخدام أدوات وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي مست جميع جوانب الحياة وفي مقدمتها الحياة الاقتصادية قد أثر تأثيرا كبيرا في معايير قياس الدول، فأصبحت الدول الأكثر تطورا هي التي تملك أكثر الأدوات التكنولوجية والتقنية المتطورة وتتحكم أكثر في المعلومة، كما ساهم إستعمال هذه التكنولوجيات في إحداث تغييرات كبيرة ومنتالية وسريعة في حجم الأنشطة الاقتصادية المتعلقة بقطاع الإنتاج والخدمات حول العالم مما أفرز إقتصادا رقميا جديدا قائما على المعرفة يختلف في نوعيته وبنيته وآلياته ونظرياته عن سابقه الإقتصاد التقليدي.¹

فتعتبر التجارة الإلكترونية إحدى القوى الداعمة للإقتصاد وإحدى دعائمه الأساسية، إلا أنها تبقى غائبة في بلادنا رغم بعض الملامح التي تدل عليها. فنحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على ما وصلت إليه الجزائر في اعتمادها على التجارة الإلكترونية كوسيلة للنهوض بالإقتصاد الوطني.

المبحث الأول:

تحديات ومعوقات البنية التحتية الرقمية والقانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

إن التغييرات العالمية الجذرية والناجمة عن الثورة التكنولوجية كان لها آثار بالغة على كيفية ممارسة النشاطات التجارية، وكان من أهم ثمار هذه التغييرات هو ميلاد التجارة الإلكترونية كنمط حديث للمبادلات التجارية ما لبث أن تخطى كل الحدود وتوسع انتشاره وتنامت معدلاته على الساحة الاقتصادية العالمية والعربية. والجزائر كجزء من الأمة العربية تتوفر على العديد من المؤهلات التي تمكنها من الانسحاق ضمن هذه الديناميكية العالمية

¹ نادية قادري_د.صوفيا شراد_مقتضيات التحول نحو التجارة الإلكترونية، مجلة الإجتهد القضائي:المجلد

والعربية لتطبيق التجارة الإلكترونية. وسنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على درجة استغلال الجزائر لإمكانياتها المتاحة، ومدى تقدمها في تطبيق هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية.

المطلب الأول:

البنية التشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

إن القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية المصادق عليه في أبريل 2018 من قبل مجلس الأمة والمؤرخ في 10 ماي 2018، من شأنه دفع مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر، إذ سيؤطر هذا النص القانوني السوق الإلكترونية من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الإلكترونية مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنت والمستهلكين. قام المشرع الجزائري في هذا القانون بتنظيم مواضيع مختلفة في بابين مهمين هما الباب الثاني والثالث المتعلقان ب:

- الممارسات الإلكترونية،
- الجرائم الإلكترونية والعقوبات.

كما أن هذا القانون قد سنه المشرع الجزائري وفقا للبيئة الجزائرية على غرار النموذج الدولي الأونسيترال Uncitral الخاص بالتجارة الإلكترونية، فبوجود هذه البيئة القانونية والتشريعية في الجزائر يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتطور وتنمو في السنوات القليلة القادمة.¹

الفرع الأول: حماية الأطراف المتعاملة في التجارة الإلكترونية: اهتمت التشريعات الحديثة بحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، فالمستهلك يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، وبما أن القواعد العامة في التشريعات المدنية لم توفر حماية كافية للمستهلك، فقد اتجهت

¹ حمري نجاد_حمري نوال_ واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 05.18 (قانون التجارة الإلكترونية) مجلة البحوث القانونية والإقتصادية. المجلد 4 العدد 1، 2021، ص 17_18.

التشريعات الحديثة إلى إقرار الكثير من وسائل حماية المستهلك سواء في مرحلة ما قبل التعاقد أو مرحلة إبرام التعاقد أو في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني .

أولاً: الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد:

إن مرحلة ما قبل التعاقد الإلكتروني، تعد من أهم مراحل حياة العقد الإلكتروني، بل وأكثرها خطورة على الإطلاق، وذلك لما تحمله من مخاطر حقيقية على المستهلك الذي يمثل الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية . لأن المهني في هذه المرحلة قد يعتمد إلى سلوك أسلوب غامض عند التعاقد وهو ما يربط حقا للمستهلك في الحماية . باعتبار أن عقود التجارة الإلكترونية تتم عن بعد - في أغلبها - فإن ذلك يتطلب تزويد المستهلك بجميع المعلومات الضرورية حول العقد ومشمولاته، وهذا حتى يكون تعاقد قد تم عن بصيرة¹، وهذا ما يطلق عليه الالتزام بالإعلام والتبصير السابق على التعاقد الإلكتروني، وتعريفه " التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع العقود الإلكتروني، يلتزم المهني خلاله بإعلام المستهلك الإلكتروني حول الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة، حتى يكون المستهلك على بينة" فالالتزام بالإعلام يقصد به منح المستهلك كل المعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ القرار بالتعاقد من عدمه وهو التزام يقع على عاتق المهني الذي يمد المستهلك بالمعلومات اللازمة لمساعدته في اتخاذ قراره بالتعاقد سلبا أو إيجابا . ولقد اهتمت العديد من التشريعات الحديثة بالحق في الإعلام، ومن بينها التشريع الجزائري، حيث وباستقراء نصوص قانون حماية المستهلك وقمع الغش² 09-03 نجد أن هذا الالتزام قد نصت عليه المواد 17 و 18، كما ألزمت المادة 21 من نفس القانون جمعيات حماية المستهلك العمل على تحسيس المستهلك وضمان تحقق إعلامه.

¹ وهو ما عبر عنه المشرع الجزائري في المادة 12 المن قانون -18 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

² القانون -09 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فيفري 2008 ج ر ع : 15 الصادرة بتاريخ

08 مارس 2009.

وقد نصت المادة 11 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائري على ضرورة إعلام المستهلك بشخصية المزود، وذلك من خلال ذكر رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد، بالإضافة إلى رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي . كما يتوجب على المزود إعطاء المشتري المعلومات الضرورية والمفيدة لاستعمال المبيع، والتي تهدف إلى أن يتاح للمستهلك أن يكون استعمال المنتج متوافق مع مقصده، ويقع هذا الالتزام على عاتق البائع على وجه الخصوص، عندما يكون المنتج جديدا ومعقدا ولاسيما إن كان المنتج خطرا .ومن بين المعلومات التي يجب على المزود الإلكتروني تقديمها للمستهلك الإلكتروني حسب المادة 10 من مشروع قانون التجارة الإلكترونية الجزائري:

- طبيعة، خصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
 - الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية البيانات الشخصية .
 - شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
 - طريقة حساب السعر، عندما لا يتم تحديده مسبقا.
 - وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية.
 - شروط وآجال العدول عند الاقتضاء... الخ .
- مع ملاحظة وهي أن هذه المعلومات والبيانات التي أوردتها هذه المادة هي بيانات على سبيل المثال لا الحصر، كما يلاحظ أن المشرع اشترط أن يتم إعلام المستهلك باللغة الوطنية وهذا بحسب المادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كما أن هذا الالتزام لا يقتصر على ذكر بعض البيانات المهمة حول العملية التعاقدية بل يمتد ليشمل تقديم النصح والمشورة بل وحتى التحذير¹.

¹ _ بكوش تقي الدين _ بن يحي عبد الغني_المرجع السابق_ص 116.

ثانيا: حماية المستهلك عند إبرام العقد:

يعتبر المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية الطرف الضعيف دائما في هذه العلاقة، والتي يميزها الاحتكار والهيمنة وتشمل في الغالب عنصرا أجنبيا مما يزيد من خطورتها وتشعبها، وقد يعمد المورد إلى إدراج بعض الشروط في العقد والتي قد تعتبر تعسفية وجب مواجهتها، وهذا يعود في الأساس إلى أن أغلب العقود الإلكترونية تكون على شكل عقود نموذجية يصعب على المستهلك التفاوض فيها. وقد أتاح المشرع الجزائري في نص المادة 110 من ق م ج جاز للقاضي أن يعدل من هذه الشروط أو أن يعطي الطرف المذعن منها.

فكل شرط يرد في العقد من أجل إعفاء المزود ومقدم الخدمات من الالتزامات المبينة اتجاه المستهلك يكون باطلا، وكذلك الشروط التي تكون مجحفة بحق المستهلك، حيث يمكن تعديل هذه الشروط أو استبعادها، وقد شدد المشرع على حماية المستهلك من هذه الشروط عندما قرر عقوبة مالية قد تصل إلى خمسة ملايين دينار، وهذا حسب المادة 38 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹. كما جاء في نص المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه يعتبر باطلا كل شروط مخالفة لما ورد من حقوق المستهلك في هذه المادة، بمعنى أن أي شرط يرد في العقد من أجل إعفاء المهني ومقدم الخدمات من الالتزامات المبينة اتجاه المستهلك يكون باطلا وكذا الشروط التي تكون مجحفة في حقه².

¹ _ القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج ر رقم 41 المؤرخة في 27 جوان 2004)

² _ بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز 02، سطيف، 2013، ص43.

- كما أن المشرع الجزائري وعبر مشروع قانون التجارة الإلكترونية قد أضاف حماية أخرى للمتعاقد (المستهلك) تتمثل في وجوب وضوح بنود العقد عند الإبرام حيث نصت المادة 12 على ضرورة تضمين العقد الإلكتروني لبيانات ومعلومات أساسية تتمثل في :
- الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات .
 - شروط وكيفيات التسليم .
 - شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع.
 - شروط فسخ العقد الإلكتروني.
 - شروط وكيفيات الدفع .
 - شروط وكيفيات إعادة المنتج .

- مدة العقد حسب الحالة...الخ. في حين نصت المادة 14 من نفس القانون على الحلول المتاحة للمستهلك في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لبنود المادة 13، حيث أتاحت للمستهلك المطالبة بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به.

ثالثا: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد:

بعد الانتهاء من مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، وبعد تطابق الإيجاب مع القبول، ينتقل المتعاقدان إلى المرحلة الحاسمة في العلاقة التعاقدية وهي مرحلة تنفيذ العقد، بحيث يلتزم كل طرف بالوفاء بالالتزامات الناتجة عن العقد وتنفيذها، مما يقتضي أن تمتد حماية المستهلك إلى هذه المرحلة ، وبالإضافة إلى الحماية المقررة في القواعد العامة للمشتري من ضمان للعيوب الخفية وكذلك ضمان التعرض والاستحقاق وحقه في تسليم المبيع، ابتكر التشريع الحديث آليات تتيح للمستهلك الحماية المنشودة خاصة في العقود التي تتم عن بعد . ومن بين هذه الآليات المستحدثة، هناك آلية الحق في العود عن العقد، حيث تعتبر هذه الآلية من الآليات الحماية التي تمكن المستهلك من مراجعة اختياراته و إعادة النظر

في قبوله، ومن ثم تعاقدته، وذلك بهدف تجنب النتائج التي يمكن أن تتجر عن القبول
المشروع.

2_ الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية:

من أهم المشكلات المعاصرة التي تواجه المستهلك اليوم المتعلقة بالمعاملات
الإلكترونية عبر الإنترنت في إطار ما يعرف بالعقود الإلكترونية باعتباره أهم وسيلة من
وسائل التجارة الإلكترونية التي يغلب فيها عنصر المخاطرة نتيجة لضعف الثقة في التعامل
بها وسهولة التلاعب في المعاملات التي تجري بواسطتها¹، مع عدم كفاية عنصر الأمان
فيها باعتبار المستهلك الإلكتروني هو الحلقة الأضعف في هذه المعاملة، مما يستلزم أن
يكون مشمول بالحماية سواء لقلّة خبرته، أو لجهله بالجهة التي يتعامل معها مما يؤثر كثيرا
على مراحل العملية الاستهلاكية.

أولاً: الحماية الجنائية للمستهلك قبل التعاقد:

من أهم الصور التي تجسد الحماية الجنائية للمستهلك قبل التعاقد مسألة بالغة
الأهمية تساهم في الوصول إلى إبرام التعاقد الإلكتروني وهي الحماية من الإعلان التجاري
الخادع. فقد توجهت التشريعات نحو تجريم المزاعم والإشارات والعروض الزائفة أو التي لها
طابع التضليل أو الإيقاع في الخطأ، بالإضافة إلى الإعلان الخادع الذي له طابع التضليل
المؤدى إلى الخطأ، سواء تعلق ذلك بمحتوى المنتج أو صفة من صفاته أو في منشأه أو
في كميته أو سعره أو في النتائج المترتبة عن استخدامه. وقد اختلفت التشريعات في تحديد
عقوبة النصب والاحتيال بين عقوبات أصلية وتكميلية². فقد نص المشرع على تجريم

¹ جبار خديجة، عثمانى نسيمه، حماية المستهلك في ظل العقود الإلكترونية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة
الماستر، تخصص إدارة أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجبالي بونعامة، خميس مليانة، 2015،
ص5

² لمداوي حنان، الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر، حقوق،
تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2017
ص. 54.

الاحتيايل الالكتروني وهذا من خلال نص القانون 09 -04 المؤرخ في 2009/08/05 والمرسوم الرئاسي رقم 252_14 المؤرخ في 2014/09/08 والمتضمن التصديق على الاتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات المحررة بالقاهرة 2010/12/21 ، إضافة إلى ما جاء به نص المادة 28 من القانون 04 -02 يمنع كل إشهار تضليلي لاسيما إذا تضمن تعريفات أو بيانات أو شكليات يمكن أن تؤدي إلى تضليل المستهلك ووقوعه في غلط أو خداع.¹

ومن خلال ذلك نجد أن المشرع الجزائري قد جرم الاحتيايل الالكتروني في مواضع مختلفة في محاولة منه لإعطاء انطلاقة جدية للتعاملات الالكترونية التي تسير كما سبق وأن ذكرنا بالطابع السريع والتقني في أغلب الأحيان والذي من شأنه أن يهضم حقوق الطرف الضعيف في هذه المعاملات والذي يظل دائما هو المستهلك.

ثانيا: الحماية الجنائية للمستهلك أثناء التعاقد:

تتعدد صور الحماية المقررة للمستهلك في إطار عقود التجارة الالكترونية أثناء مرحلة إرسال البيانات الشخصية التعاقد كونها يتم عبر شكلية الانترنت غالبا ما يستلزم تبادل وارسال البيانات الشخصية الخاصة بالمستهلك واستعماله للطرق الحديثة في الدفع نتيجة البعد المكاني وما يحمله من أخطار .

- الحماية الجنائية للبيانات الشخصية للمستهلك الالكتروني: تولى المشرع الجزائري توفير الحماية الجنائية العامة للبيانات الشخصية الالكترونية في إطار قانون العقوبات بموجب القانون 04 -15 المتعلق بجرائم المعالجة الآلية للمعطيات من خلال جريمة التجميع أو الاتجار أو نشر معطيات محزنة أو معالجة منظومة معلوماتية. جريمة الحيازة أو الإفشاء أو الاستعمال للمعطيات المتحصل عليها.

¹ بن الشيخ الحسين يامنة، بن صيد منال، حماية المستهلك في التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الإخوة متتوري، قسنطينة، 2017، ص 54.

- كما جاء المشرع الجزائري بحماية جنائية خاصة أيضا للبيانات الالكترونية الشخصية في إطار ق.ع بموجب المواد 303 مكرر إلى المادة 303 مكرر 5 والتي تناول جريمتين أساسيتين الأولى تتمثل في جريمة المساس بحرمة الحياة الخاصة حسب نص المادة 303 مكرر من خلال التقاط أو تسجيل أو نقل مكالمات أو أحاديث خاصة سرية أو صورة شخص بعدم رضاه مع توفر القصد الجنائي العام المتمثل في العلم والإرادة، أما الجريمة الثانية فهي جريمة التعامل بالأشياء المتحصل عليها من الجرائم السابقة وتناول المشرع هذه الجريمة في المادة 303 مكرر 1 من خلال نصه على قيام هذه الجريمة في حالة استعمال أو إيداع أو الاحتفاظ بالأشياء المتحصل عليها من الجرائم السابقة في المادة مكرر 303 .

ثالثا: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني:

إن الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني لا تتوقف عند مرحلة إبرام العقد بل تتعداها إلى مرحلة التنفيذ لتشمل بالخصوص عمليات التوقيع وحماية محل السلعة المتعاقد عليها أو الخدمة من الغش التجاري أو الصناعي.

بالرجوع إلى القانون 04-15 أقر المشرع حماية التوقيع والتصديق الالكتروني من خلال تعداد مختلف الجرائم رغم أنه لم يعتمد أي تصنيف لهذه الجرائم إلا أن القراءة المتأنية لهذه النصوص والجرائم المتضمنة لها تميز بين تلك التي تلحق مؤدي خدمات المصادقة¹، كجمع البيانات الشخصية للموقع واستخدامها في غير الغرض المخصص لها، أو التي تلحق بطلب الخدمة الالكترونية كجحة حيازة أو إفشاء أو استعمال بيانات توقيع موصوفة خاصة بالغير والتي تخضع لعقوبات مختلفة تتراوح بين الحبس والغرامة حيث ترك السلطة التقديرية لقاضي الموضوع في ذلك .

¹- لرقط عزيزة ، "الحماية الجنائية للتوقيع والتصديق الالكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائري ، 2017 ، ص118

الفرع الثاني : أنظمة الدفع الإلكتروني وتطبيقاتها في القانون التجاري الجزائري:

تعريف وسائل الدفع الإلكتروني:

صدرت العديد من التعريفات للدفع الإلكتروني مسايرة لأوضاع ومتطلبات التجارة الإلكترونية فنجد القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال (international credit transferts Model low) الصادر عام 1992 من لجنة الأمم المتحدة (unictrol) يعرف هذا القانون التحويل المصرفي على أنه: "مجموعة العمليات التي تبدأ بأمر الدفع الصادر عن الأمر بهدف وضع قيمة الحوالة تحت تصرف المستفيد". ويشمل التعريف أمر الدفع صادر عن بنك الأمر أو أي بنك وسيط تهدف إلى تنفيذ أمر الدفع الصادر عن الأمر. كما عرف المشرع الأمريكي عرف تقنية أمر الدفع وبالتحديد في التقنين التجاري الموحد (Uniform Commercial Code) بأنه: "مجموعة الخطوات التي تبدأ بأمر التحويل الصادر من المستفيد بهدف الدفع للمستفيد من الأمر، ويتم ذلك شفويا، الكترونيا أو كتابيا ويشمل ذلك أي أمر صادر من بنك الأمر، أو البنك الوسيط يهدف إلى تنفيذ أمر الأمر بالتحويل، ويتم نقل القبول بنك المستفيد دفع قيمة الحوالة لمصلحة المستفيد المبين في الأمر"¹

كما و يعرف الدفع الإلكتروني على أنه: "عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات"²

¹نظر، المادة 06 من القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال الصادر عن لجنة الأمم المتحدة 1992 الذي تنص على: «Crédit de transfert signifie que les servies d'exploitation, en commençant par ordre de paiement du donneur d'ordre, faite dans le but de planifier ami et l'dispersal d'un bénéficiaire, le terme inclut tout ordre de paiement émis par la banque origine ou tout inter media rye banque avait l'intention effectuer le ordre de paiement du donneur d'..

²_مصطفى هنشور وسيمية، المرجع السابق، ص 304.

في حين عرفها المشرع الجزائري في المادة 69 من الأمر 03-11 تعتبر وسائل دفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل .

-وسائل الدفع الالكترونية المطورة:

أولاً: الأوراق التجارية المطورة: إن فكرة الأوراق التجارية الالكترونية جاءت بتحويل الأوراق التجارية الورقية إلى أوراق تجارية الكترونية وهناك نوعين من الأوراق التجارية المطورة وهما السفتجة الالكترونية والشيك الالكتروني وذلك باعتبارهما الأكثر رواجاً واستعمالاً . وقد تبني المشرع الجزائري الشيك الالكتروني ولو ضمناً بموجب القانون رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005¹ وذلك في سياق حديث عن الوفاء حيث أن المشرع الجزائري أضاف فقرة ثالثة للمادة 414. ق ت ج. ، وكذلك في المادة 502. ق ت. ج بمناسبة تقديم الشيك للوفاء أضاف نفس الفقرة .

الشيك الالكتروني: اعتبر الشيك الالكتروني أحد مفردات نظام الوفاء الالكتروني هذا النظام المتطور عن نظام الوفاء التقليدي، والذي يتضمن بالإضافة إلى الأوراق التجارية الالكترونية (والتي يعد الشيك الالكتروني أحد مفرداتها) وسائل أخرى للوفاء كالنقود الالكترونية وبطاقات الوفاء والانتمان الالكتروني . والشيك الالكتروني هو محرر ثلاثي الأطراف معالج الكترونياً بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغاً من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد .

السفتجة الالكترونية: السفتجة الالكترونية هي محرر شكلي ثلاثي الأطراف معالج الكترونياً بصورة كلية أو جزئية، يتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى

¹ _ قانون رقم 05-02 مؤرخ في 6 فبراير سنة 2005، يعدل و يتم الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 و المتضمن القانون التجاري.

المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لشخص ثالث يسمى المستفيد لدى الإطلاع أو في تاريخ معين .

ثانيا: النقود الإلكترونية : لقد مرت النقود بمراحل خضعت خلالها للتطور التدريجي حسب طبيعة وظروف الحياة الاقتصادية والاجتماعية والتي كانت سائدة في كل مرحلة من مراحل التطور، ولقد أظهر التقدم التكنولوجي في مجال الاتصالات، وسرعة تطور الصناعة البنكية، وظهور التجارة الإلكترونية صعوبة وعجز النقود الحالية لإتمام المعاملات الإلكترونية، لهذا كانت الحاجة إلى ابتكار شكل جديد من النقود وهي النقود الإلكترونية . فلقد عرف المشرع الجزائري فقد عرف النقود الافتراضية في نص المادة 117 من قانون المالية لسنة 2018 بأنها: "...العملة الافتراضية هي تلك التي يستعملها مستخدمو الانترنت عبر شبكة الانترنت، وهي تتميز بغياب الدعامة المادية كالقطع والأوراق النقدية وعمليات الدفع بالصك أو بالبطاقة البنكية".¹

وما يلاحظ بالنسبة للمشرع الجزائري هو أنه منع تداول النقود الافتراضية وبصفة مطلقة وهذا من خلال المادة 1/117 من قانون المالية لسنة 2018 بنصها على : "يمنع شراء العملة الافتراضية وبيعها واستعمالها وحيازتها"، بل وأنه رتب جزاء لمن يخالف هذا المنع من خلال الفقرة الثالثة من نفس المادة "يعاقب كل مخالفة لهذا الحكم، طبقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها .

وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة :

أولا: البطاقات البنكية الإلكترونية : تعرف البطاقات البنكية على أنها "عبارة عن بطاقة مغناطيسية تصدرها البنوك والمؤسسات المالية، والتي تسمح لحاملها تسديد ثمن المشتريات أو سحب الأموال من الماكينات الإلكترونية ، فهي بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما - بنك ، أو شركة استثمار، يذكر فيها اسم العميل

¹ قانون 11 -17 يتضمن قانون المالية لسنة 2018 ، ج ر عدد 76 ، المؤرخ في 25 ديسمبر 2017

الصادرة لصالحه، ورقم حسابه، وهي التي تتم صرف الأموال من البنوك بواسطتها من خلال ماكنات الصرف الآلية، وللبطاقة البنكية عدة تسميات إلا أن مسمى بطاقات الائتمان هو الأكثر شيوعاً، وذلك لأنها بجانب كونها وسيلة دفع فإنها تعطي لحاملها ائتمان قصير الأجل، وهناك عدة أنواع من هذه البطاقات لعل من أهمها: **البطاقات الائتمانية**: عرفت بأنها البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة ويتم استخدامها كأداة لضمان وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الوقت والجهد لحاملها، ولها نوعان: البطاقات الائتمانية المتجددة والغير المتجددة.¹

البطاقات غير الائتمانية: هي تلك البطاقات التي لا تتيح لحاملها الحصول على الائتمان قرض، وتنقسم إلى:

1- **البطاقات المدنية (بطاقة الدفع)**: وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة عملية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية بمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة.

2- **أجهزة الصرف الآلي**: لقد تطورت أجهزة الصراف الآلي ففي السبعينات ظهرت كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية، لتقليل عدد المعاملات داخل البنك إلى أن وصلت لحالتها الحالية.

3- **بطاقات الدفع مقدما**: تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد بحيث يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ ويتم التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة كلما تم استعمالها، ومن أمثلتها بطاقات النداء الهاتفية وبطاقة النقل الداخلي العام.²

¹ خشة حسيبة، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص

قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016، ص. 39.

² أمير فرج يوسف_عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني_المكتب الجامعي الحديث_الإسكندرية_2009.ص101_102.

البطاقات الذكية : تعتبر أحدث البطاقات المنتجة على مستوى العالم حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة حيث تضاف دائرة الكترونية بالشريط المغنط، وتحتوي هذه الدائرة على بيانات وتعليمات مخزنة خاصة بالعميل وتخزن أيضا المعاملات التي قام بها العميل سواء عمليات شراء أو سحب نقدي، والتي تخصم مباشرة من حد البطاقة المخزن على دائرة الكترونية¹.

المحافظ الإلكترونية: بعض أنظمة الدفع تسمح لقيمة مالية أن تنتقل من خلال الحسابات الآلية وتسمى بالمحفظة الإلكترونية، وتسمى أيضا " Monéo " تمثل أحدث تطور تم التوصل إليه فيما يخص وسائل الدفع، حيث أنه يتمثل في قطعة كلاسيكية شبه البطاقة البنكية حاملة لبطاقة ذكية يمكن شحنها حيث أن الحامل للمحفظة الإلكترونية سيبدل على مستوى بنكه قيمة معينة من النقود الكلاسيكية (ائتمانية أو نقدية) مقابل ما يساويها من النقود الإلكترونية والتي على أساسها يتم شحن الرقاقة الإلكترونية وبعد نفاذ هذه القيمة يمكن إعادة الشحن بنفس الطريقة .

المطلب الثاني:

البنية التحتية الرقمية للتجارة الإلكترونية:

ان أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية لم تعد اليوم محال للجدل في أي منطقة من مناطق العالم ، فالتجارب الدولية المعاصرة أثبتت أن السبيل الوحيد لتحقيق تقدم في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية وافتكاك مكانة في السباق العلمي والمعلوماتي الحالي هو توفير بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. **الفرع الأول : شبكة الانترنت**: إن رغبة الجزائر في التحول نحو اقتصاد المعرفة والتي تعد التجارة الإلكترونية جزءا منه، يفترض لها أن تتحقق وتتجسد على أرض الواقع مع نضوج وتطور الإنترنت كوسيط إلكتروني يؤدي إلى تقريب المسافات وإزالة الحواجز وتخفيض

¹ _عصام عبد الفتاح مطر_ التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية. دار الجامعة الجديدة للنشر

الإسكندرية 2009 ص 85_86.

التكاليف ورفع الكفاءة والسرعة في إنجاز المعاملات . ولقد زاد وعي الدولة الجزائرية بضرورة هذا التحول، وكانت أولى الخطوات المتخذة لتحقيق هذه الرغبة وتعميم تقنية الإنترنت هي إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية وربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 لمركز البحث والإعلام العلمي والتقني¹ CERIST التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي. وكان الانطلاق الفعلي للارتباط بالشبكة العنكبوتية في شهر مارس 1994 عن طريق إيطاليا، حيث كانت سرعة الخط آنذاك ضعيفة جدا ولا تتعدى 6,9 كيلو بت (حرف ثنائي) / ثا، ولكن هذه السرعة ما فتئت تنمو وتتطور لتبلغ 1 ميغا بيت / ثا بفضل ربط CERIST الجزائر بواشنطن. بالقمر الصناعي الأمريكي سنة 1998. وبعد مرور 10 سنوات تضاعفت هذه السرعة بأكثر من 200 مرة لتبلغ 6530 ميغا بيت / ثا . أما فيما يخص تقديم خدمات الإنترنت فقد ظلّ القطاع محتكرا من قبل الدولة حتى صدور القانون 98-257 في 25 أوت 1998، والذي حرر هذا القطاع وأنهى الاحتكار وفتح الباب الواسع أمام مزودي خدمات الإنترنت الخواص والعموميين لممارسة نشاطهم، مما ساهم بشكل ملحوظ في تطور عدد مستخدمي الإنترنت الجزائريين.

من غير المعقول التحدث عن التجارة الإلكترونية الجزائرية قبل التطرق إلى بيئتها، والتي تتمثل أساسا في عدد مستخدمي شبكة الإنترنت، فهذه الشبكة تعد الأرضية التي تقوم عليها كل عمليات التجارة الإلكترونية. ويعد الجدول والشكل السابقين أحسن دليل على الإقبال الكبير للجزائريين على استخدام الشبكة العنكبوتية، فهما يمداننا بمؤشرات تؤكد بشكل ملموس أن الجزائر قطعت أشواطاً لا بأس بها في مجال استخدام شبكة الشبكات. فوفقاً لإحصائيات الأمم المتحدة لم يتعدى عدد المستعملين للإنترنت سنة 1994 حوالي 100 شخص، كانوا عبارة عن باحثين علميين تم السماح لهم بالاستعمال المجاني للشبكة،

¹ CERIST : Centre de recherche et d'information scientifique et technique أنشأ في أبريل سنة

ثم تضاعف عددهم بـ 5 مرات سنة 1995 بعد إنشاء مصلحة اشتراك، تسمح للمستخدمين بالاتصال بشبكة الإنترنت.

فخلال سنة 1999 سجل عدد مستخدمي شبكة الإنترنت زيادة قدرها 900 % مقارنة مع سنة 1998، حيث انتقل العدد من 6000 إلى 60000 مستخدم، وهذا بسبب دخول مزودي خدمات الإنترنت الخواص والعموميين لسوق خدمات الإنترنت، وتحريها من احتكار الدولة. وخلال سنة 2001 تم إنشاء 43 خط مخصص لقطاع التعليم العالي والبحث العلمي، ثم تم إضافة أكثر من أربعين خط آخر لباقي القطاعات سنة 2002، مما ساهم في نمو عدد المشتركين من 200000 سنة 2001 إلى 500000 سنة 2002، أي بنسبة زيادة قدرها 150%.

وباستعراض وتيرة نمو الانترنت خلال السنوات التالية (2004_2009)، نلاحظ حدوث تغيرات متسارعة وهائلة في مجال نمو عدد المستخدمين، فقد انتقل العدد من 5,1 مليون سنة 2004 إلى 7,4 مليون سنة 2009، بمعدل نمو قارب 214 % . ولعلّ الإجراءات المتخذة خلال هذه الفترة ساهمت بشكل كبير في زيادة عدد المستخدمين، فعلى سبيل المثال تم سنة 2005 تعميم الإنترنت في المدارس والجامعات بموجب اتفاقية بين وزارة التربية الوطنية ووزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أما سنة 2008 أجرت مؤسسة اتصالات الجزائر تخفيضات بقيمة 50 % في تسعيرة التموين بخدمات الإنترنت ذو التدفق العالي¹. وتجدر الإشارة أن تكنولوجيا الإنترنت ذو التدفق العالي ساهمت بشكل كبير في تغذية نمو الإنترنت وتوسيع حقل استعماله، ومنه فإن محاولة تبني حلول التجارة الإلكترونية في الجزائر تتطلب ضرورة توفر شبكة إنترنت عريضة النطاق، تتيح معدلات عالية من نقل البيانات وتوفر توصيلات إنترنت عالية السرعة، مما سيسمح

¹ حمد/ب، "هيشور يعلن عن إنشاء مرصد مجتمع المعلومات ويقرر تخفيض سعر الإنترنت بـ 50%"، جريدة

www.el-massa.com/ar/content/view

المساء، العدد 5792 ليوم: 20_04_2008

للأفراد والمؤسسات على حد سواء بالاستفادة من مزايا هذا الاتصال وتحقيق المشتريات والمبيعات بكل هدوء وهو ما سينعكس إيجاباً على تطوير التجارة الإلكترونية. وفيما يلي مؤشر التجارة الإلكترونية الصادر عن الأمم المتحدة، من أهم المؤشرات التي تقيس درجة استخدام الدول للإنترنت والوسائل التكنولوجية الأخرى، لممارسة البيع والشراء، وفيما يلي تصنيف الجزائر حسب هذا المؤشر للفترة 2016-2019، وكذا ترتيبها العالمي. الجدول

رقم 01 : تطور مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2019

السنوات	المرتبة عالمياً	قيمة المؤشر
2016	95	32,3
2017	97	38
2018	111	36,3
2019	107	38,2

المصدر (united nations, 2019) (united nations, 2016, p. 24)

(united nations, 2017, p. 18) : (United nations, 2018, p. 20)

من خلال الجدول رقم 01، نلاحظ أن: • خلال الفترة (2016-2019) تحسنت الجزائر على قيم منخفضة في مؤشر التجارة الإلكترونية، حيث تحسنت على قيمة 38 في 2017، حيث ارتفعت القيمة بـ 7.5 مقارنة بـ 2016، أين تحسنت الجزائر على 3.32، لتحصل خلال سنتي 2018 و2019 على قيم 3.36 و2.38 على التوالي، وهي قيم متقاربة كثيراً، مما يعني لا يوجد أي تحسن في قيمة المؤشر؛

• بالنسبة للترتيب العالمي وفق هذا المؤشر، احتلت الجزائر في 2016 و2017 مراتب أفضل مقارنة بسنتي 2018 و2019، فمثال في 2018 حلت الجزائر بالمركز 111 عالميا، مسجلة بذلك تراجعاً بـ 14 مركز مقارنة بترتيب 2017 أين احتلت الجزائر المرتبة 97، أما في سنة 2019 فقد تقدمت الجزائر بـ 4 مراكز مقارنة بـ 2018؛ مما سبق يمكننا القول بأن قيم مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر المتدنية، ومراتبها المتأخرة ناتج عن عدة أسباب، نذكر منها:

- ضعف البنية التحتية للاتصالات في الجزائر، حيث أن هناك عدة مناطق لم يتم استكمال ربطها بوسائل الاتصالات الحديثة؛
 - اتساع الفجوة الرقمية في استعمال الأنترنت بين الأفراد؛
 - ضعف وسائل الدفع الإلكتروني، وعدم العمل بها في أغلب التعاملات التجارية؛
 - نقص الدعم والاهتمام من طرف السلطات لمشاريع التجارة الإلكترونية؛
 - غياب الثقافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع و تخوف الأفراد من التعامل افتراضياً؛¹
- وكشف التقرير الصادر عن الأمم المتحدة أن الجزائر أحصت إلى غاية 31 يناير الفارط 26,35 مليون مستخدم ما يمثل زيادة تقدر بـ 3,6 مليون مستخدم (16 بالمئة) منذ يناير 2020.

وتضمن التقرير ذاته احصائيات متعلقة بوسائل التواصل الإجتماعي والتجارة الإلكترونية إضافة إلى توجهات ومعلومات تخص وضع الرقمنة في العالم.

وحسب آخر تقرير لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية فإن هذا الرقم يمثل العدد الحقيقي لمستخدمي الانترنت في الجزائر وليس مشتركها والذي كان يبلغ 41,8 مليون خلال الثلاثي الثالث من سنة 2020.

¹ _ نافع زينب، جميل أحمد_ التجارة الإلكترونية في الجزائر : طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة. مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال_ المجلد 3 العدد 6_ ديسمبر 2020. ص9.

ويوضح موقع داتاريبورتال أن نسبة ولوج الانترنت في الجزائر بلغت 59,6 بالمئة خلال يناير 2021 من مجموع سكان يبلغ 44,23 مليون. وأكد ذات الموقع أنه تم تسجيل حوالي 3 مليون مستخدم جديد لمواقع التواصل الإجتماعي أي بزيادة 13,6 بالمئة خلال سنة واحدة وهو ما جعل العدد الإجمالي لمستخدمي هذه التطبيقات يقفز إلى 25 مليون أي بنسبة 56,5 بالمئة من عدد السكان الإجمالي.

وتستعمل أغلبية مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي (24,8 مليون أي 97,9 بالمئة) الهاتف الذكي واللوحات الالكترونية للاتصال بهذه الشبكات.

من جهة أخرى، أكد الرئيس المدير العام لمجمع اتصالات الجزائر، كريم بيبي تريكي أن هذا الأداء يؤكد العمل الميداني ويترجم إرادة الجزائر في تحسين نوعية الخدمات المتعلقة بالانترنت والرقمنة في البلد.¹

وأردف بالقول "إن التطور الذي ورد في تقرير داتاريبورتال جاء ليؤكد العمل الميداني وتشجيعنا خاصة على المواصلة بوتيرة اكبر من أجل تدارك التأخر المسجل في أفضل الأجال وكذا مرافقة اعتماد الانترنت والرقمنة في البلد".

وكشف المسؤول ذاته أن "الجزائر سطرت استراتيجية لتحسين الأداءات والتي يجب أن تمر عبر مراحل عدة لبلوغ الاهداف المنشودة" مضيفا "نحن نتقدم بشكل تدريجي وجددي، فالنمو العالمي المتسارع للمواقع التي تركز مفهوم التجارة الإلكترونية زاد من قناعة المؤسسات الجزائرية والأفراد على حد سواء لضرورة استخدام شبكة الإنترنت لعقد الصفقات الإلكترونية، وهو ما انعكس على نمو عدد ومحتوى مواقع التجارة الإلكترونية الجزائرية.

الجدول رقم 02: تطور عدد السكان وعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2000. 2018 .

¹ وكالة الأنباء الجزائرية_ مقال بعنوان ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت بالجزائر_ يوم الأربعاء 17 فيفري 2021.

المصدر: بالاعتماد على بيانات الأمم المتحدة والاتحاد الدولي للاتصالات.

السنة	عدد السكان	عدد مستخدمي الإنترنت	النسبة
2000	31, 795,500	50.000	%0.2
2005	33.003.546	1.920.000	%5.8
2007	33.033.567	2.480.000	%7.3
2008	33.769.669	3.500.000	%10.4
2009	34,176.188	3.500.000	12
2010	34.586.184	4.700.000	13.6
2012	37.367.226	5.230.000	14
2013	38.813.722	6.404.264	16.5
2014	38.813.722	6.669.927	17.2
2015	39.542.166	11.000.000	27.8
2016	40.263.711	15.000.000	37.3
2017	41.063.753	18.580.000	45.2
2018	42.008.045	20.430.000	48.63

بعض مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر: تضاعف عدد المواقع الإلكترونية المختصة في البيع عبر الإنترنت خلال السنوات الأخيرة خاصة بعد إطلاق خدمتي الجيل الثالث في 2014 والجيل الرابع في 2016 إضافة إلى إصدار قانون 18-05 الأخير المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي يُوَظِر هذه السوق التي تجذب المواطنين أكثر فأكثر نحو هذا النمط من المعاملات الذي وصفوه بـ"المريح"، ومن أهم هذه المواقع نذكر:

• موقع واد كنييس: ouedkniss.com هو أول موقع للتسوق عبر الإنترنت في الجزائر، تم تأسيسه في 2006، وهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء أو مبادلة مختلف المنتجات، حقق هذا الموقع نجاحا لافتا، إن تبلغ عدد زيارته اليومية من 100 ألف إلى 120 ألف زائر، وتصل إلى حوالي 3 ملايين في الشهر؛

• موقع أشريلي : echerily.com تأسس هذا الموقع سنة 2012 ،متخصص في بيع المواد الغذائية، ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل بمختلف الماركات، يوجه مبيعاته إلى ولاية الجزائر العاصمة ووسط ولاية بومرداس فقط، يشترط أن يكون الدفع عند التسليم إما نقداً أو بشيك، أو بصيغة الدفع الإلكتروني، ويعتمد هذا الموقع لتوصيل البضاعة على وسائله الخاصة، حيث يلتزم بتسليم السلعة إلى صاحبها قبل 24 ساعة، يملك الموقع أكثر من 400 زبون مسجلين في شبكة التوزيع الخاصة بالموقع، وأكثر من 100 زائر يوميا، ويمثل سكان الجزائر العاصمة 81% من الزوار

• موقع دير الفار : diraffaire.com هو موقع 100% جزائري، أنشأ سنة 2008 ،يقوم باستقبال وبث عروض الإعلانات المبوبة ومحلية (عقارات، سيارات، أثاث، هواتف، فرص العمل، ملابس، مجوهرات، تربصات...) ، كما يمنح فرصة الاختيار وشراء المنتج الأمثل، وكذا إتمام الصفقة بكل أمان وسرعة.

• موقع سوق الجزائر المفتوح: opensooq.com هو واحد من أهم المواقع الإلكترونية المتخصصة في مجال الإعلانات المبوبة والتي تمكن المستخدمين سواء كانوا بائعين أم مشتريين من بيع وشراء مختلف السلع والمنتجات والخدمات خلال أقصر وقت ممكن وبأقل جهد يذكر، وسواء كانت حالة تلك المنتجات جديدة أم مستعملة، وحتى يسهل على المستخدم إيجاد ما يبحث عنه أو الإعلان عما يريد بيعه يوجد أقسام رئيسية وفرعية لعرض وتصفح مختلف أنواع السلع والخدمات المتداولة بينهم وإتاحة التواصل المباشر فيما بينهم بكل سهولة.

الفرع الثاني: شبكات الهاتف الثابت والنقال: إن من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الإلكترونية هو توفر شبكات الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة، والتي يتم من خلالها النفاذ إلى الإنترنت وممارسة التجارة الإلكترونية، فضعف هذه الشبكات لا يقدم أي دعم فعال لشبكات الأعمال ولا يلبي متطلبات الأعمال الإلكترونية حيث يمكن

القول أن الجزائر عموما متأخرة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الذي يختص في كل من الهواتف النقالة والثابتة رغم الجهود المبذولة.

- **الهاتف الثابت:** عرف هذا القطاع تطورا في السنوات الأخيرة مع دخول السوق الجزائرية عدة متعاملين فيما يخص الهاتف الثابت بالإضافة إلى مؤسسة اتصالات الجزائر، و يتمثل هؤلاء المتعاملين في:

• ASSILA: (Assila Box) هذا المتعامل تابع إلى شركة EEPAD

• N9UF ما يميز هذا المتعامل الجديد أنه يقدم مكالمات هاتفية مجانية و غير محدودة بين مشتركين N9UF بفرنسا و مشتركين Box Assila بالجزائر.

• WLL (Wireless Local) وفيما يخص الإحصائيات المتعلقة بالكثافة الهاتفية بالجزائر فقد انتقل عدد المشتركين في الهاتف الثابت من 1.600.000 في سنة 2000 إلى 3.000.000 مشترك في سنة 2006، ثم 3.059.336 مشترك في سنة 2011.¹ كما و بلغ عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت خلال سنة 2015 حوالي 3 267 592 مليون مشترك (، منها 3 013 460 مشترك في الهاتف الثابت السلكي و 254 132 في الهاتف الثابت اللاسلكي) WLL، وهو ما يمثل تطور . بنسبة 45.5 % مقارنة بسنة 2014 . كما بلغت نسبة الأسر الحائزة على خط هاتفي ثابت ما يعادل 41.65% سنة 2015. مقابل 40.04 % مقابل سنة 2014.²

وفي آخر إحصائية للسنة الفارطة فقد بلغت حظيرة المشتركين في شبكات الهاتف الثابت (سلكية ولاسلكية) في الجزائر عند نهاية الفصل الرابع من سنة 2020 مجموع 4 78 مليون مشترك مقابل 4 61 مليون خلال نفس الفترة من سنة 2019، أي بزيادة

¹ قندوز فاطمة الزهراء_ المرجع السابق_ص 162.

² آيت أمبارك سامية_ التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال_مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة / العدد: 33-2016, ص 34.

بلغت 3ر64 بالمائة خلال سنة، حسبما كشفت عنه آخر حصيلة لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية.

وحسب الوثيقة، فإن 3ر57 مليون مشترك من مجموع 4ر78 مليون مشترك في شبكات الهاتف الثابت في الثلاثي الرابع من سنة 2020 هم متصلون بالشبكات السلكية (مقابل 3ر42 مليون خلال نفس الفترة من 2019) و 1ر20 مليون متصل بشبكات الهاتف الثابت اللاسلكي و الجيل الرابع/ويمانكس (1ر19 مليون مشترك خلال نفس الفترة من السنة السابقة

كما كشفت الحصيلة أن المشتركين في شبكات الهاتف الثابت السلكية تمثل 74ر81 في المائة مقابل 25ر19 بشبكات الهاتف الثابت اللاسلكية عند نهاية الثلاثي الرابع وعرفت نسبة الاتصال بشبكات الهاتف الثابت ارتفاعا طفيفا حيث بلغت 10ر88 في المائة عند نهاية الثلاثي الرابع من سنة 2020 مقابل 10ر52 في المائة خلال نفس الفترة م السنة السابقة.¹

وبخصوص نسبة الأسر المتصلة بالثابت، أفاد ذات المصدر أنها عرفت ارتفاعا حيث انتقلت إلى 65ر27 في المائة إلى غاية الثلاثي الرابع من سنة 2020 مقابل 63ر09 في المائة خلال نفس الفترة سنة 2019.

للإشارة، فإنه تم إعداد الحصيلة حسب نسبة سكان قدرها 43ر98 مليون نسمة و7ر33 مليون أسرة إلى غاية 31 ديسمبر 2020.

– الهاتف النقال: يوجد في السوق الجزائري ثلاث متعاملين في الهاتف المحمول:

_جازي OTA DJEZZY:

_WTA Nedjma الوطنية:

– Mobilis ATM

¹ _ من موقع الإذاعة الجزائرية_ <https://www.radioalgerie.dz>

و بصفة عامة انتقل عدد المشتركين في الهاتف الجوال من 54000 في سنة 2000 إلى 4.882.000 مشترك في سنة 2003، ثم إلى 27.031.472 في سنة 2008، و وصل إلى 53.615.926 مشترك في سنة 2011. فبالرغم من الارتفاع النسبي لسعر المكالمات للهاتف النقال و كذا ارتفاع أسعار الهواتف النقالة، إلا أن تطور و نمو استعمال هذه الأخيرة عرف انتشارا و نموا محسوسا في السنوات الأخيرة و ذلك راجع إلى المزايا التي يستفيد منها كل مستعمل للهاتف النقال، وعدم القدرة عن التخلي عنه.

كما و شهد سوق الهواتف المحمولة إستقرارا فقد ارتفع من 45.818 مليون مشترك في عام 2016 إلى 45.846 مليون مشترك في عام 2017 ويفسر هذا الوضع تشبع سوق الهواتف المحمولة، وقد انخفض معدل تغلغل الهواتف المحمولة انخفاضاً طفيفاً بنسبة 1% من 110.94% في عام 2016 إلى 109.94% عام 2017.

في حين شهدت خدمات الهاتف النقال في الجزائر تحسنا ملحوظا، حيث تجاوزت نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال 100 بالمئة و تشكل فئة الاشتراكات المسبقة الدفع الحصة الكبر للهاتف النقال إذ تعد هذه قفزة نوعية للجزائر في مجال الهاتف المحمول وهذا راجع لعدد المزايا للهاتف المحمول لسهولة النقل وإنخفاض تكلفة الإتصال وتكنولوجيات الجديدة التي تغرى الجزائريين بالإضافة إلى امتلاكهم أكثر من شريحة هذا التطور سوف يفتح المجال كذلك للتجارة الإلكترونية خاصة إذا زود بالإنترنت.¹

كما بلغ عدد مشتركى الهاتف النقال (جي.أس.أم والجيلين الثالث والرابع) في الجزائر 45,55 مليون مشترك خلال سنة 2020، أي ما يمثل ارتفاعا طفيفا يقدر بـ 29,0%، مقارنة بنفس الفترة من سنة 2019، حيث بلغ 45,42 مليون مشترك.

¹صراع كريمة _ كربالي بغداد_واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000_2018 مجلّة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية_المجلد12: العدد(01) (2019)، ص 215.

و جاء في التقرير ذاته أنه من اصل 45,55 مليون مشترك نشط، يوجد 38,77 مليون مشترك في شبكة الجيلين الثالث والرابع أي ما يمثل نسبة 85,11% مقابل 6,78 مليون مشترك في الجي أس أم أي 14,89%.

غير أن السلطة ذاتها تشير الى تسجيل انخفاض (33ر20%) في حظيرة مشتركي جي.أس.أم في ظرف سنة (6,78 مليون خلال الثلاثي الرابع من سنة 2020، مقابل 8,97 مليون مشترك خلال نفس الفترة من سنة 2019)، إذ فسرت سلطة الضبط ذلك بهجرة متعاملي الجي أس أم نحو شبكات الجيلين الثالث والرابع.

وسجلت نسبة الولوج الى الانترنت ارتفاعا طفيفا (0,58%) لتنتقل من 103% خلال الثلاثي الرابع من 2019 الى نسبة 103,58% خلال الثلاثي الرابع من 2020 حسبما جاء في التقرير.

وأرجعت ذات الهيئة ارتفاع نسبه الولوج إلى الأنترنت بالتطور الضئيل لسوق لهاتف النقال من جهة وارتفاع عدد سكان الجزائر إلى 43,98 مليون نسمة (إلى غاية 31 ديسمبر 2020) من جهة أخرى.

أما الحركة على مستوى شبكات الهاتف النقال، فقد ارتفعت بدورها إلى 41.216 مليون دقيقة، خلال الثلاثي الرابع من سنة 2020 مقابل 35.675 مليون دقيقة خلال نفس الفترة من عام 2019 أي بزيادة قدرها 15، 53% في ظرف سنة.

ومن بين 41.216 مليون دقيقة مسجلة خلال هذه الفترة، 86، 37% أجريت على المستوى الداخلي للشبكة و 13، 49% مكالمات وطنية خارجة و 0، 08 مكالمات دولية خارجة إضافة إلى 0,06% من المكالمات الدولية الواردة، حسب الحصيلة المقدمة.

وبشأن الدخل الشهري المتوسط المحقق عبر كل مشترك، فقد انخفض ب 1,15% منتقلا من 524 دينار جزائري الى 518 دج في ظرف سنة.¹

¹ من موقع الإذاعة الجزائرية __ <https://www.radioalgerie.dz>

وفيما يخص تطور حظيرة المشتركين حسب المتعاملين، فإن موبيليس تظل تحتل الصدارة ب 16,55 مليون مشترك (جيل 3و4) خلال الثلاثي الرابع من سنة 2020، مقابل 15,74 مليون خلال نفس الفترة من سنة 2019، إضافة إلى 2,42 مليون مشترك في شبكة الجي أس ام خلال الثلاثي الرابع من عام 2020 مقابل 2,89 مليون مسجلة في نفس الفترة من سنة 2019.

وجاء في المرتبة الثانية المتعامل جيزي الذي احصى إلى نهاية الثلاثي الرابع من 2020 مجموع 11,56 مليون مشترك (جيل 3 و 4) مقابل 11,27 مليون خلال الفترة نفسها من سنة 2019 علاوة على 2,80 مليون مشترك في شبكة الجي أس أم خلال الفترة ذاتها (3,34 مليون في نفس الفترة 2019)، ثم أخيرا المتعامل أوريدو الذي سجل 10,65 مليون مشترك (جيل 3و4) خلال الثلاثي الرابع من 2020 (9,89 مليون خلال نفس الفترة من 2019) إضافة إلى 1,56 مليون مشترك جي أس أم خلال السداسي الرابع من عام 2020 (2,18 مليون خلال نفس الفترة 2019).

فقد أدى التطور الباهر الذي شهده قطاع المواصلات اللاسلكية فزيادة على تنامي الإستعمال التجاري للإنترنت، فإن التطور في هذا القطاع من شأنه أن يغير الصورة حول تبني التكنولوجيات الحديثة في الجزائر، ويفتح مجالا واسعا لإمكانية استخدام الشبكات النقالة للولوج إلى عالم التجارة الإلكترونية¹

المبحث الثاني:

معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل استخدامها:

إن التوجه الذي يشهده العالم اليوم هو الاعتماد على البنية التحتية المعلوماتية، حيث أثرت التكنولوجيا على العديد من المجالات ومن ضمنها المجال الاقتصادي والتجارة.

¹ _فلاق شبره فاطمة_ واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر _ مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي الشعبة: علوم تجارية التخصص: إلامداد والنقل الدولي_ كلية الحقوق والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية_ جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم_2017_2018. ص36.

فظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية، فلها عوائق تحد من نجاحها رغم مميزاتها، وسيتم التسليط في هذا المبحث على أبرز هذه العوائق.

المطلب الأول:

معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

رغم أن الانعكاسات الإيجابية للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد التي لا تعد ولا تحصى، إلا أن هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور والانتشار، و الارتقاء إلى المستوى العالمي، ومن هذه الأسباب ما هو تقني، تجاري وتشريعي.¹

الفرع الأول: عوائق تقنية تكنولوجية:تحتدم التجارة الإلكترونية بعدة عقبات، منها التقنية والتكنولوجية، التي تحول دون تطورها بالشكل المرجو من مستعمليها، وتشمل هذه العقبات نقص التقنيات ذات الجودة العالية التي تضمن سيرورة عمليات التسويق الإلكتروني، إلى جانب ارتفاع تكاليفها، التي تبقى عبئا على الدولة، وعوائق أخرى سنذكرها في ما يلي:

1-ضعف البنية التحتية الإلكترونية: والمتمثلة في نوعية، وسرعة الإنترنت والاتصالات ونقل المعلومات والربط الإلكتروني ومدى توفر قطع نقل المعلومات المتمثلة في العتاد التقني والتي تعتبر من الوسائل الأساسية للدخول إلى الأنترنت، والتعامل مع أي نشاط تجاري إلكتروني. ونلاحظ هنا الافتقار إلى البنية الأساسية التكنولوجية خاصة ارتفاع ثمن التجهيزات، وارتفاع ثمن أجور الاتصالات، وصعوبة توفرها في بعض الدول العربية النامية والتي من بينها الجزائر، إلى جانب تخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث الوسائل وتقنيات الدفع الحديثة.

¹سمية ديمش_التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر_ مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية _كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية _تخصص: تحليل واستشراف اقتصادي_ جامعة منتوري - قسنطينة-2010_2011.ص.275.

2- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع: هناك من يسميها بالأمية المعلوماتية وهي تمثل عدم قدرة الباحث على تحديد حاجته المعلوماتية وكيفية الوصول إليها عبر مصادرها المختلفة سواء أكانت تقليدية أو الكترونية. حيث تلعب المعرفة والثقافة بالتجارة الإلكترونية دورا هاما في انتشارها وتطورها لاسيما في المؤسسات التجارية والإنتاجية¹.

3- قصور الكوادر البشرية: المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية: حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع، وبالتالي تطوير التجارة الإلكترونية. وتتطلب التجارة الإلكترونية أيدي عاملة مدربة في مجالات عديدة مثل تطوير المواقع على الإنترنت، كذلك مهارات البرمجة في عدة لغات (HTML, XML, Perl, CSS, java)، وخبراء في قواعد البيانات، وأنظمة التشغيل، بالإضافة إلى متخصصين في تصميم مواقع للتجارة الإلكترونية، وقوائم الكاتالوجات، وأنظمة الدفع الإلكتروني.

4- عدم مواكبتها لتطورات التقنية العالمية: نجاح التجارة الإلكترونية يتطلب بيئة تقنية متطورة و التي تساعد على انتشار استخدام الإنترنت و توفر البيئة المناسبة و الداعمة للتجارة الإلكترونية. فالتجارة تتسم بـ:

- نقص الكفاءات المؤهلة و الإطارات المتخصصة في تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية.
- دعم كفاية خطوط الاتصال وبطء شبكتها.
- نقص خبرات المؤسسات الجزائرية في مجال التجارة الإلكترونية يحول دون ذلك لأن مفهوم هذه الأخيرة لا يزال غامضا عند العديد من المؤسسات الجزائرية وتفضل

¹ سحقي نعيمة "الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص و التحديات"، مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية مؤسسة، جامعة البويرة: كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير_قسم العلوم التجارية، 2014/2015، ص. 80.

الإعلان عن منتجاتها عن طريق اللافتات الإشهارية دون أن تشغل الإنترنت للتسويق و بيع منتجاتها.

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية في الوطن العربي اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال الكترونية، ومحدودية حجم التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها أو بينها وبين الموردين المحليين أو حتى بينها وبين المستهلكين محليا يعتبر من العوائق التجارية التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية في الوطن العربي.¹

5_العوائق المصرفية في الجزائر: رغم انقضاء عدة سنوات على شروع السلطات الجزائرية في تعميم التعاملات المالية الإلكترونية على مستوى مختلف مرافقها المالية ومصالحها التجارية، إلا أن التجربة لا تزال متعثرة، لاعتبارات متداخلة، وإذا كانت السلطات تبدي تفاؤلا بتكريس الشيك الإلكتروني أو البطاقة المغناطيسية، إلا قطاعا واسعا من المتعاملين المحليين وكذا المواطنين لا يتعاطون بحماس مع هذه الصيغة في استخراج أموالهم. وإذا كانت مزايا وسائل الدفع الحديثة لا تحتاج إلى تأكيد حسب الأخصائيين فإنه يعتقد أن هناك عمل كبير يجب القيام به في مجال الاتصال في ظل عدم امتلاك الجزائريين ثقافة التعامل بالبطاقات الإلكترونية، في وقت لا تزال الطوابير الطويلة والوقت الضائع في مؤسسات الصرف معظم المؤسسات الكبرى ما تزال تتعامل بالشيكات من باب الضمان، رغم أن البطاقات الإلكترونية أكثر أمانا 10 مرات من الشيكات، لكن وكالات بيع السيارات على سبيل المثال لا الحصر، تفضل التعامل مع زبائنها وفق طريقة الشيكات البنكية لتفادي أي تزوير على حد تصورها. و يمكن تلخيص أهم العوائق التي تقف أمام تطور وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر فيما يلي:

¹ _ بالساكر صارة _مرجع سابق_ ص 53

- ضعف القطاع المصرفي بصفة عامة ورداءة الخدمات المقدمة للزبائن هذا ما جعل العديد من الجزائريين يبتعدون عن التعاملات المصرفية ويفضلون تسوية معاملاتهم المالية خارج القطاع البنكي.
- غياب ثقافة مصرفية في المجتمع، و انعدام ثقته اتجاه النظام الحديث بالإعلام الآلي والاتصال، فهو لا يتعامل مثال بالشيك المصرفي إلا نادرا، و يرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى ضعف المستوى التعليمي والثقافي، بحيث أن نسبة الأمية في الجزائر تعادل 28 % من حجم السكان، بالإضافة إلى ضعف التحكم في الوسائل الإلكترونية مثل الحاسوب من قبل نسبة كبيرة من السكان بما فيهم الأميين و غير الأميين.

وبالتالي لا يزال استخدام البطاقات المصرفية الإلكترونية محدود جدا في الجزائر¹

- ضعف كفاءة العنصر البشري على مستوى البنوك الجزائرية وعدم قدرته على استخدام الأساليب و الأدوات المتطورة مما أثر على طريقة تسيير هذه البنوك في ظل عدم وجود برامج جادة للتدريب و التطوير و يتجلى ذلك في تخصيص عدد هام من الإطارات لوظائف الدعم أي الوسائل العامة و المحاسبة والأمانة على حساب الوظائف العملياتية في العلاقة مع الزبائن و تسيير وسائل الدفع مع غياب بعض الوظائف الاستراتيجية الأساسية التي تمكن البنك التأقلم مع مستجدات المحيط كدراسة متطلبات السوق، رقابة التسيير بالإضافة إلى وجود عدد كبير من العمال لم يتلقوا تكويننا تقنيا معمقا، بل مجرد تكوين ميداني لا يكفي عادة لممارسة الوظائف البنكية والمسؤوليات المسندة إليهم؛

¹ بن عزة محمد أمين، زوهري جلييلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكتروني، دراسة حالة البنك الجزائري للتنمية الريفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، 26_27 أبريل 2011

- الاعطاب المستمرة التي واجهها العديد من المواطنين عند القيام بعملية السحب الآلي للنقود، والتي يرجعها المسؤولون إلى شبكة الهاتف.
- عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية للمعاملات الإلكترونية في الجزائر؛
- عدم وجود تواصل الكتروني بين البنوك الجزائرية؛
- الميول للحرية والإحجام عن إظهار أي معلومات حول وضعية الزبون المالية أمام الناس في الشارع.
- ارتفاع نسبة البطالة في الجزائر والتي تفوق 10.2% ، مع الأخذ بعين الاعتبار التشغيل بالعقود محدودة الفترة، والتي تمثل عائق أمام تطور وسائل الدفع الإلكترونية، علما أن بطاقات Classique CIB و GOLD مثلا لا تمنح إلا لأصحاب الدخل الثابتة.

الفرع الثاني: العقبات القانونية، الأمنية، الاجتماعية و الثقافية: إن العامل القانوني يلعب دورا هاما في وجه تطور التجارة الإلكترونية فالقوانين المتعلقة بالتجارة الإلكترونية تمثل أحد أهم البنى المؤسساتية لقيام هذه التجارة، لكن له تحديات عديدة تقف أمامها، رغم أن الجزائر سنت قواعد قانونية تمس بعض جوانب التجارة الإلكترونية، كقانون الجريمة الإلكترونية. فبرامج الأمن والحماية لنظم المعلومات للتجارة الإلكترونية لا تخلو من عمليه الاحتيال والابتزاز.¹والقرصنة.

- صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من معاملات التجارة الإلكترونية والخاصة ببعض السلع كالأدوية المخدرة (الصيدلة الإلكترونية)
- وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة معاملات التجارة التقليدية. ففي التجارة الإلكترونية يحدث العكس .

¹ عميري صونية_عوائق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تفعيلها (من 1990_ إلى غاية 2014)_ مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص سياسات عامة وإدارة محلية_ كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم العلوم السياسية _ جامعة مولود معمري تيزي وزو 2017_2018 _ص_103.

- صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته وكيانه القانوني في فترة زمنية قصيرة .
- نقص الأمن و الانضباط فيما يتعلق بتسرب المعلومات.
- تعتبر اللغة من العوائق التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية وذلك لأن أغلب المواقع والتعاملات التجارية تكون باللغة العالمية الأولى وهي اللغة الإنجليزية، فنرى نسبة مستخدمو الإنترنت في الوطن العربي لأغراض تجارية تكون حصرا على الطبقات المتقفة التي تمتلك اللغة.
- كذلك وجود عوائق اجتماعية والمتمثلة في العادات والتقاليد الاجتماعية التي يؤمن بها المستهلكين والتي تعتبر عائقا في وجه الاستفادة القصوى من فوائد الشبكات العالمية للتجارة الإلكترونية.
- كما أن النظرة السائدة في المجتمعات في الوطن العربي من الانفتاح على العالم الخارجي وما ينطوي عليه من غزو ثقافي وفكري وأخلاقي مثل ترويج السلع المحرمة إسلاميا، قد يشكل عائقا وتحديا أمام انتشار استخدام التجارة الإلكترونية في هذه المجتمعات. ومن ناحية أخرى فإن الشكوك حول أمن المعلومات وغياب الثقة لدى بعض المجتمعات في الوطن العربي كما هو الحال في الدول النامية، لاسيما في عمليات البيع والشراء ودفح الثمن عبر الأنترنت يعد عائقا آخر لانتشار التجارة الإلكترونية.
- من مجمل هذه العوائق المذكورة سابقا والتي كانت سببا في تطبيق المعاملات التجارية بصفة إلكترونية وتخليها في كل ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات نستخلص أهمها و المتمثلة في:
- انخفاض الوعي بأهمية عقد الصفقات التجارية إلكترونيا من حيث أنها توفر الوقت وتشمل كل الأسواق و المستهلكين.

- نقص الاهتمام من قبل المؤسسات الاقتصادية في البلاد بتقنيات التجارة الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم آفاق اقتصادية واسعة.
- ارتفاع تكاليف استخدام الأنترنت لدى المواطن الجزائري¹.
- انتشار الأمية في أوساط المجتمع الجزائري، وهذا نظرا لنسبة وغياب ثقافة استخدام الحاسوب حيث تعتبر الجزائر من الدول التي تحتوي على نسبة أمية مرتفعة.
- قلة تدفق سعة الانترنت.
- النقص في الكفاءات، والإطارات المتحكمة في مجال تكنولوجيا المعلومات.
- فشل بعض البرامج، والخطط المعتمدة لتعميم استخدام خدمة الانترنت ومن مثلها مشروع أسرتك.

والمعيق الكبير للتجارة الإلكترونية في الجزائر هو عدم تمكن البائع والمشتري من دفع ثمن السلعة الكترونيا نظرا لافتقار المواقع العربية للخصائص الفنية التي تضيفي إلى المواقع الجانبية وتجعل العملاء يقدمون على مواقعهم وكذا لافتقار للبرامج ذات المحركات البحث القوية، و إلى النظم المصرفية بصفة عامة وكذا إلى التشريع القانوني المناسب لضبط عمليات التجارة الإلكترونية فيما بين الدول العربية. بالرغم من وجود العديد من المعوقات في بلد الجزائر في سبيل الإفادة من التجارة الإلكترونية، والتي لا يمكن حصرها في هذا المقام، الا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات واللاحق بركب الدول المتقدمة في هذا المجال، ولكن لن يتحقق ذلك إلا بوضع استراتيجيات للتخلص من هذه العوائق.

المطلب الثاني:

حلول وسبل من أجل توسيع استخدام التجارة الإلكترونية وتنمية الاقتصاد الوطني:
تواجه الجزائر العديد من العوائق التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية في حدودها، إلا أنها وعلى الرغم من ذلك ومع التطورات الكبيرة التي حدثت في التكنولوجيا

¹رشيد علام. عوائق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر،رسالة الماجستير في إدارة الاعمال.بريطانيا:2010/2009 ص.

والعالم، أكدت على أن وجودها في البلد أحد أهم مصادر الدخل، وبالتالي أصبحت واقعاً لا مهرب منه، ومتطلباً أساسياً لتطوير كافة القطاعات الإنتاجية في البلد، والسعي للنهوض في المستوى الاقتصادي له، الأمر الذي يقوده للمشاركة في التجارات الخارجية، كل ذلك يدعو الدولة إلى إزالة كافة العراقيل التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية، وتشجيع العمل من خلالها، وتوفير كافة سبل النجاح التي تساعد على ظهورها بالصورة الصحيحة المناسبة، ومن أهمها البنية التكنولوجية التحتية، وإطلاق القوانين والتشريعات المتعلقة فيها.¹

ومن أجل الدخول إلى العالم الافتراضي الذي يشهده العالم اليوم وتبني نشاط التجارة الإلكترونية والاستفادة من مزاياها عملت الجزائر على توفير مختلف الشروط القانونية والمتطلبات اللازمة لقيام هذا النوع من النشاط، فلقد شرعت الجزائر قانون متعلق بالتجارة الإلكترونية في الجريدة الرسمية الصادرة في 16 ماي 2018² والذي طالما انتظره المتسوقين عبر الأنترنت. إلا أن هناك جملة من التحديات التي تواجه تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

الفرع الأول : السبل التوعوية التشريعية، الاقتصادية، التقنية و التكنولوجية:

1_السبل التوعوية: من المتفق عليه أن التحول نحو التجارة الإلكترونية والتعامل في عالم افتراضي خالي من الوسائل المادية، ولا يعترف بالحدود الزمانية والمكانية، يشكل في واقع الأمر تحدياً كبيراً لعادات استهلاكية وأفكار تجارية مستقرة منذ عقود طويلة. ولذلك لا يمكن تطبيق التجارة الإلكترونية إلا في ضوء خطة إعلامية تنويرية علمية مدروسة بعناية، ومخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها.

¹ من الموقع الإلكتروني: إقرأ على السوق المفتوح <https://read.opensooq.com>

² _ قانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية/العدد28.

فالقيام بهذه الحملات التثويرية الهادفة إلى نشر الوعي والاستعداد النفسي للتجارة يعد عاملاً أساسياً في تكوين رأي عام إيجابي حول هذه التجارة والمزايا الناجمة عن التعامل بها لدى جميع الفئات بكافة أعمارهم وثقافتهم، سواء كانوا أفراد أو مؤسسات. إذن فنجاح هذه السبل التوعوية في أداء الدور المنوط بها، يستدعي تركيزها على نشر الثقافة والمعرفة باستخدامات الإنترنت والتجارة الإلكترونية، وتحسيس الجمهور بفوائد هذه التجارة، وتكوين موارد بشرية، وموائمة لنظام التكوين والتعليم مع هذا النوع الحديث من المعاملات.¹

2_ السبل التشريعية:

تختلف المعاملات في إطار التجارة الإلكترونية في كثير من جوانبها عن التجارة التقليدية، فقد أفرز الاعتماد المتنامي على شبكات المعلومات ونظم الحواسيب في المجال التجاري جملة من التحديات القانونية التي لم يسبق للمشرع الجزائري مجابتهها. ولهذا فإن رغبة الجزائر في إقامة التجارة الإلكترونية وتحقيق الفوائد المرجوة منها يستدعي ضرورة القيام بتعديلات عميقة، تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية لمعالجة الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجانب التجاري، من خلال حركة تشريعية تعكس استجابة التشريع الجزائري للجديد والمستجد في هذا الحقل، حيث لا بد أن تركز هذه الحركة على التحضير والتكيف السريع للإطار القانوني للتجارة الإلكترونية، الذي يكفل تنظيمها على نحو يحقق شيوعها ونمائها. وإن تسارع التجارة الإلكترونية أوجد رغبة لدى المشرعين الجزائريين لتكييف قواعد قانونية تحكم التطورات التكنولوجية، إلا أن هذه القواعد لا زالت دون الطموحات لطبيعة التجارة الإلكترونية. ولذلك لا بد من مراجعة

¹_سمية ديمش_المرجع السابق.ص288.

التشريعات القانونية القائمة وتنقيتها وإدخال عليها تعديلات لإثرائها، ولجعلها أكثر فعالية واستجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية.¹

لذا فالتجارة الإلكترونية تحكم بإدخال تعديلات على التشريعات القائمة بشكل يجعلها أكثر استجابة لمتطلباتها أو إصدار تشريع مختص ليقوم بتنظيم هذه الأخيرة وإنشاء المواقع على شبكة الأنترنت وحتى نظم سداد المدفوعات.

- إصدار تشريعات ملائمة لهذه التجارة، لحماية وثيقة لجميع المتعاملين.
- التفكير في قوانين حماية المستهلك وهذا تفاديا للتخوف من مخاطر التجارة الإلكترونية.

- منع الغش و التزوير والقتص و السرقات الإلكترونية.
وعليه فقد قامت الجزائر بسن القانون 05_18 وذلك لإلزام القائمين على التجارة الإلكترونية بالخضوع للقوانين الضريبية وفقا لمصدر وقيمة الدخل ومكان الإقامة، وتبقى هذه القوانين تواجه بعض التحديات مثل صعوبة تحديد هوية مستخدمي التجارة الإلكترونية وعدم إمكانية تعقب الصفقات التجارية التي يتم إقامتها عن طريق وسائط إلكترونية، هذا و إن موضوع فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية ينظر إليه من وجهتي نظر مختلفتين الأولى: ترى أن إخضاع الصفقات الإلكترونية إلى الضرائب يعد كبحا للتطور التكنولوجي، في حين ترى وجهة النظر الثانية أن الإعفاء الضريبي للمعاملات التجارية الإلكترونية يؤدي حتما إلى حرمان خزينة الدولة من إيرادات مهمة ، لكن يبقى فرض الضريبة على الممتهين للتجارة بمختلف أنواعها و أساليبها و طرقها توجها عالميا لتحقيق العدالة الضريبية، فهو يصب في مصلحة اقتصاديات الدول كما أنه يظهر عدالة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية خاصة في ظل المؤشرات التي تظهر ازدياد حجم التجارة الإلكترونية في العالم

¹ - عميري صونية _المرجع السابق_ ص 107.

حيث أن مبيعات التجارة الإلكترونية حول العالم تصل إلى معدل سنوي بقيمة 25.3 تريليون دولار.¹

وعلى هذا فمسألة فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية في الجزائر تمثل تحديا كبيرا بالنسبة للمشرع الجزائري في القانون الأخير، إذ لم يوضح لا طريقة ولا كيفية فرضها، وهذا ما يؤدي إلى اختلال مبدأ من مبادئ الضريبة وهو العدالة، في كون بعض السلع يتم تداولها عبر شبكة الإنترنت لا تمر عبر الحواجز الجمركية العادية على خلاف التجارة التقليدية، فالمشرع الجزائري في القانون رقم 05.18 أغفل كليا عن وضع ضوابط جبائية تتلائم مع تطور تقنيات المعلومات والاتصال لتطال الضريبة معاملات التجارة الإلكترونية، فالضريبة بصفة عامة تعرف بأنها اقتطاع نقدي جبري تفرضها الدولة على المكلفين وفقا لقدراتهم وبالمقابل وذلك لتغطية الأعباء، ويسري هذا التعريف في مضمونه على الواقع الرقمي والافتراضي، وما تغير هو شكل الإدارة الضريبية فقط، الذي يتوجب عليها تحديث نظامها إلى نظام ضريبي الكتروني، وعلى هذا فهناك فرق بين كل من الضريبة الإلكترونية والضريبة على التجارة الإلكترونية، فالأولى هي إحدى مفرزات الحكومة الإلكترونية أي تحصيل الضرائب بطريقة الكترونية بعد ما كانت تدفع نقدا، في حين الثانية تثير إشكال سن قوانين تنظم قدرة وكفاءة الأداء الضريبي في تحصيل الضرائب على المعاملات التجارية التي تتم عبر الأنترنت، وعلى هذا فقانون 05.18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية يثير الكثير من التساؤلات حول المعاملات للصفقات الرقمية، حيث تبقى مشكلة التهرب الضريبي قائمة، فالحكومات إن لم تفرض ضرائب على التجارة الإلكترونية فإن المستهلكون سيخاطرون بتحويل مشترياتهم إلى الفضاء الإلكتروني، وهو ما سيعمل على تقليص حصة الدولة من جباية الضرائب، بالإضافة إلى تحويل التجار الجزء الكبير من مبيعاتهم عبر الأنترنت للتهرب من دفع الضرائب وفرض الضريبة على التجارة التقليدية وإعفاء التجارة الإلكترونية

¹ حمري نجود، حمري نوال _ المرجع السابق ص 21.

يعد إخلالا بمبدأ العدالة . فالتقدم الهائل في التجارة الإلكترونية لا تنحصر آثاره فقط في زيادة الرفاهية لدى الأفراد، ولكن أيضا يمثل إيرادات هامة للدول إذا أتقنت طرق تحصيلها الجبائي، وهذا ما تجاهله المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية 18 - 05.

_ السبل الاقتصادية:

تعتبر السبل الاقتصادية المحرك الأساسي للترقية بالتجارة الإلكترونية، تتخذ من خلالها الحكومة مجموعة من الإجراءات والتدابير الاقتصادية و المالية التي من شأنها توفير قوة الدفع اللازمة لجميع أطراف مجتمع المعلومات لتبني التجارة الإلكترونية.¹

1 - الشراكة بين القطاع الخاص و الحكومة : إن الرغبة في بناء مجتمع المعلومات يتطلب تنسيقا وتكاملا بين القطاع الحكومي و الخاص ،للتتاح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحول نحو هذا المجتمع، فمشروع التجارة الإلكترونية جزء من مجتمع المعلومات لا يمكن أن تقوم به الحكومة وحدها ، لابد من إسناد القيادة للقطاع الخاص ، و تفعيل دوره في مجال تطوير هذه التجارة بكافة أبعادها، من خلال إعطائه حرية الانطلاق و ضمان مشاركته في تحديد الرؤية والتخطيط وإعداد القواعد و النظم والإجراءات اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، وتقييم ومتابعة تنفيذ هذا المشروع .

2

2-تنمية وتشجيع المؤسسات للتحول الى التجارة الإلكترونية : يوجد اتفاق عالمي أن القطاع الخاص يلعب الدور الفاعل و الرئيس ي في نمو و ازدهار التجارة الإلكترونية، وما يميز مؤسسات هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامها بهذه التقنية التجارية التي ستفتح لها آفاق واسعة، ولذلك لابد أن تلعب الحكومة الجزائرية دورا إيجابيا، مشجعا ومحفزا لهذه الشركات لتعظيم استخدامها للتجارة الإلكترونية و رفع مستوى الوعي لديها بالفرص و

¹ محمد عبد الله شاهين محمد_التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو.دار حميثرا للنشر والتوزيع 2017_ص.168.

² فلاق شبرة فاطمة المرجع السابق.ص.59.

التحديات التي تشكلها هذه التجارة ، كما يمكن انشاء سلسلة من الشركات المهتمة بالتجارة الالكترونية ، وتجميعها لإنشاء شبكات تجارية ومواقع تسويقية أو بوابات الكترونية على شبكة الأنترنت ، تهدف الى زيادة روابط التعاون بين هذه المنشآت وتدعيم المعاملات و الصفقات بينها عن طريق الاتصال المباشر .

3- تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي : ان التجارة الإلكترونية هي ركن من أركان الاقتصاد تعكس ما يدور فيه ، فازدهار هذه التجارة يتطلب تعبئة كافة القطاعات الاقتصادية لخدمتها

1 - رفع معدل الانفاق على أنشطة البحث والتطوير: يمثل البحث و التطوير أحد أهم جوانب التطوير التكنولوجي ، فالدخول في اقتصاد المعرفة و تبني التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة لقطاع البحث على أنه لا يحقق قيمة مضافة ، و تجسيد ذلك بوضع خطة بحث و تطوير في تقنية المعلومات و الاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العلميين و الاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية و استعمالها في انتاج و تطوير منتجات و خدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

2 - تطوير نظام الدفع الالكتروني: إن من بين الأسباب الرئيسية لنمو التجارة الالكترونية الجزائرية و انتشار تطبيقاتها، هو ضرورة استبدال النظام التقليدي للدفع و السداد بنظام الكتروني يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة ، فلا بد على الدولة الجزائرية أن تسارع بتشخيص الأوضاع الراهنة وتحديد احتياجات هذا النظام الالكتروني الحديث، وبناء عليه تقوم بتنفيذ برنامج أو خطة شاملة لعصرنة وتطوير الأساليب الشاسعة الاستعمال لتسديد المدفوعات، على غرار البطاقات الائتمانية والذكية والنقود الالكترونية .

3 - تخفيض التكاليف : لا بد أن تسعى الحكومة الى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخدمات النفاذ اليها من خلال خصخصة قطاع الاتصالات و فتح الباب للمنافسة، ومنح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات و

الاتصالات و التجارة الالكترونية و تخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال المستوردة ليتاح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليها.

3_السبل التقنية والتكنولوجية:

تتعلق الحلول التكنولوجية الرامية الى النهوض بالعناصر التالية :

1- تعميم استخدام الأنترنت : ان الانتشار الكبير لشبكة الانترنت وتزايد استخداماتها

وبروزها كقاعدة للتجارة الالكترونية، ساعد على جعل هذه التجارة الطريقة الارخص

و الأكثر كفاءة للوصول الى الأسواق الوطنية العالمية وإتمام الصفقات، مما يجعل

من البديهي ان تضع الجزائر ضمن مشاريعها القادمة والمستعجلة ضرورة توسيع

استخدام الانترنت والعمل على الاستفادة القصوى منه.¹

2 - تحرير سوق خدمات الاتصالات : ان من بين ما يحد من تطور التجارة الالكترونية

هو انغلاق أبواب المنافسة في أسواق خدمات الإعلام والاتصال التكنولوجية ولهذا لابد

من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار، من اجل

خلق بيئة و سوق تنافسي تتعادل فيه الفرص ويكون حافزا ومشجعا على تطوير شبكة

الاتصالات و زيادة معدلات الاتصال و تخفيض تكاليف الحصول على الخدمات فضلا

عن تحسين نوعية الجودة و الخدمة.

3 - تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار : تتميز البنية التحتية للاتصالات و

المعلومات في الجزائر بكونها لاتزال دون المستوى المقبول سواء من حيث نسب

الانتشار أو القدرات أو التكلفة و لذلك يحتاج واقع البنى التحتية لكثير من الاستثمارات

لتطوير أنظمة المعلومات و الاتصالات.

¹ سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، " التجارة الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن، 2004، .

- 4 - خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات: تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال احد الأركان الأساسية في مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر فلا يجب التركيز على استيراد التكنولوجيا الجاهزة.
- تم إعداد مقترح للإطار العام لخطة عمل تستهدف استكمال متطلبات نشر تقنيات التجارة الإلكترونية في الجزائر، وتوجيه نداء للجهات المختصة للإسراع في تنفيذ المهام التي تقع في نطاق اختصاصها، وأن تقوم بتزويد وزارة التجارة ببرامج أعمالها التفصيلية لإنجاز المهام الموكلة إليها. ويشمل الإطار العام للخطة المجالات التالية:
- 1_ (إيجاد البنية التحتية للمفاتيح العمومية (PKI) لتوفير البيئة الآمنة التي تضمن أمن وسرية التعاملات ، وتحديد آلية إصدار الشهادات الرقمية ، الإلكترونية، ومتطلبات جهات التصديق على سلامة الوثائق والمواصفات الفنية للتوقيعات الإلكترونية.¹
 - 2_ تطوير نظم المدفوعات اللازمة للقيام بجميع العمليات المصرفية المطلوبة لإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة وأمان من خلال الوسائل الإلكترونية.
 - 3_ تطوير البنية التحتية للاتصالات لتكون جاهزة لدعم تقنيات التجارة الإلكترونية وتوفير خدمات نقل البيانات بالسرعات والسعات المطلوبة بكفاءة وموثوقية في جميع مناطق الوطن.
 - 4_ إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لاعتماد التعاملات الإلكترونية والعقود المبرمة من خلالها وضمان الوفاء بالتزاماتها وحفظ حقوق المتعاملين واعتماد التوقيع الإلكتروني كوسيلة إثبات تقوم مقام التوقيع اليدوي.
 - 5_ تحديد متطلبات أمن المعلومات وحماية الخصوصية للبيانات الشخصية.
 - 6_ تقديم الخدمات الحكومية إلكترونياً فيما يعرف باسم "الحكومة الإلكترونية".

¹ _رشيد علام_ المرجع السابق ص158

7_ إيجاد نظام إلكتروني للمشتريات الحكومية يتم من خلاله طرح المناقصات الحكومية واستكمال إجراءاتها.

8 _ إنشاء موقع تسويقي على شبكة الانترنت للشركات والمصانع الوطنية لتمكينها من تسويق منتجاتها وبيعها عن طريق الشبكة داخل وخارج الوطن.

9 _ دعم نشر مفاهيم وتطبيقات التجارة الإلكترونية وتشجيع الاستثمار في تقنياتها. 10 _ توفير الخدمات المساندة الضرورية لدعم انتشار تطبيقات التجارة الإلكترونية مثل: تحسين خدمات توصيل الطرود والإرساليات البريدية، وتحديد عناوين المواقع الحكومية والتجارية والسكنية.

11 _ نشر الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية وإبراز ما لها من مزايا وإيجابيات وتعزيز الثقة بكفاءة وأمان التعاملات الإلكترونية.

12 _ تدريب وتأهيل الكفاءات البشرية الوطنية لمواجهة الطلب المتوقع على الكفاءات المؤهلة مع تزايد استخدام تقنيات التجارة الإلكترونية في الوطن.

13 _ إجراء الدراسات والبحوث المتعلقة بسبل الاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية في الوطن.

الفرع الثاني: مستقبل الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده على التجارة الإلكترونية: مما لا شك فيه انه وبعد اعتماد الجزائر لقانون التجارة الإلكترونية لابد أن يحدث ذلك العديد من الآثار سواء على مستوى قطاع الأعمال أو على مستوى المستهلكين أو حتى على المستوى القومي والتي من شأنها أن تساعد على دفع عجلة التنمية الاقتصادية للدولة.¹

1 -آثار التجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال :

¹_ عمارة نعيمة ، مرواني كوثر_ المستجدات القانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية_ مجلة جديد الاقتصاد_ المجلد:14/العدد 1 2019_ص125.

- توسيع نطاق السوق: توسيع دائرة السوق المحلي والنفوذ للأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة،
- زيادة المزايا التنافسية: يؤدي اتساع التجارة الإلكترونية إلى حدوث تغيرات هيكلية في نشاط المؤسسة، حيث يخلق ما يسمى بالتاجر الإلكتروني والمشروعات الافتراضية،
- انخفاض تكاليف العمليات التجارية: كألعاب السماسرة وعمولات المبيعات والإجراءات الإدارية وغيرها،
- تحسين خدمة العملاء: من خلال سرعة الاستجابة لرغباتهم، سرعة الرد على استفساراتهم،
- تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية: حيث تعتبر التجارة الإلكترونية بابا يتيح الفرصة أمام مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة لتسويق إنتاجها على المستوى المحلي والعالمي.

2- آثار التجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين:

- سرعة وسهولة التسوق: حيث تتيح خيارات التسوق أمام المستهلكين بشكل واسع عبر شبكة الانترنت على مدار الساعة في أي يوم وفي أي وقت،
- انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتجات.

3- آثار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي :

- دعم التجارة الخارجية: حيث تمكّن من تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة وتمتاز بالقدرة على عقد وإنهاء الصفقات التجارية إضافة إلى القدرة على تحليل الأسواق،
- دعم التنمية الاقتصادية: تساهم بصفة خاصة في البلدان النامية في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال زيادة فعالية إدارة المؤسسات خاصة المتوسطة والصغيرة منها ما تمثل المحور الأساسي في التنمية الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية،

- **التقليص من حجم البطالة:** لأن التجارة الإلكترونية توفر فرصا جديدة للتوظيف، حيث تمكن من إقامة مشاريع صغيرة ومتوسطة (تجارة الخدمات).
- ومن أهم المزايا التي سينالها الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده التجارة الإلكترونية و المتمثلة فيما يلي:
- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تشكو من مشكلة صعوبة دخولها إلى أسواق عالمية لصغر حجمها و انخفاض مواردها.
- الاستفادة من الخدمات و السلع الأجنبية التكنولوجية المتطورة، و بالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه و إعطائه قدرة تنافسية أكبر.
- تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن منتجات جزائرية تجد طلبها في السوق العالمي، لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم.
- تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكترونية المختلفة.
- إمكانية تخفيض المشاكل الإدارية بين المكلفين بالضريبة و الإدارة الجبائية.
- سهولة إيصال المعلومات بين المستهلك و المنتج.
- تبني و إتباع استراتيجية شاملة و هادفة للوصول إلى الهدف المرجو ونذكر أهمها:
- تعزيز البنية التحتية و تعميم النفاذ إلى تكنولوجيات الاعلام و الاتصال إلى بإجراءات ملموسة في مجال التكوين و تطوير الكفاءات البشرية.
- التخلي عن الأنماط الإدارية التقليدية و تعويضها ب الأساليب الحديثة التي تعتمد أساسا على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.
- وضع استراتيجية مدروسة لتقبل التجارة الإلكترونية من قبل الافراد، و توسيع استخدام البطاقات الإلكترونية على كامل الإدارات العمومية والإدارات الخاصة.

- تخفيض الرسوم الجمركية على تكنولوجيا المعلومات المستوردة وتمكين بعض الفئات الحصول عليها.

والواقع أن هذا الشكل من التجارة يمكن أن يقوم على اتصالات عالية السرعة أكثر أو أقل سمة في الجزائر.

يجب أن يركز هذا الأخير على خفض تكاليف الاتصال حتى و إذا كان التراجع جنبا إلى جنب تشارك بالفعل. و إلى جانب ذلك، يجب أن يكون الجيل الثالث والجيل الرابع مفهوم، و تطوير التجارة في الجزائر لن يكون فقط عنصرا أساسيا لتطوير الاقتصاد و رفاهية الجزائريين و لكن أيضا من المرجح أن يرفع البلد إلى مستوى أعلى في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

ومن أجل تنمية التجارة الإلكترونية لابد من التركيز على ثلاثة محاور أساسية والمتمثلة فيما يلي:

المحور الأول: تنمية الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية أو نقول نمو إدراك عام لدى صانع القرار والقطاع الخاص، بحيث لا يتم التعامل معها باعتبارها خيارا ثريا بقدر ما تعد أمرا ضروريا. وبذلك يرتبط العمل على تنمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وتنمية القدرات البشرية. المحور الثاني: المتمثل على تنمية البنية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية في مجال الاتصالات.

المحور الثالث: يتعلق بتنمية البيئة التشريعية والقانونية الخاصة بتنظيم وتسهيل ممارسة التجارة الإلكترونية بشكل منتظم. و الجزائر خطت الخطوة الأولى في التجارة الإلكترونية، هذا ما يلاحظ من خلال المواقع الموجودة و المعروفة و كذا عبر الشخصيات الموجودة عبر اليوتيوب. ومع كل هذا يبقى مشوار طريق لان تلحق الجزائر بنظيرتها من الدول الأوروبية التي جعلت لهذا الاستثمار بنية تحتية صامدة

فكتلة كبيرة من سكان الجزائر ترتبط الآن بشبكة الأنترنت، إلا أن التجارة الإلكترونية لا تزال مختلفة، و من الممكن نموها و دفعها دون إبطاء حتى و إن كانت نوعية البيانات المستخدمة يمكن أن تكون مصدرا لبعض الأخطاء.

وفي ظل التطورات الراهنة في الوقت الحالي ومايشهده العالم بسبب الجائحة التي عصفت بالعالم أجمع في أواخر سنة 2019 "جائحة كورونا" والتي أثرت بالسلب على عدة قطاعات ذات طبيعة اقتصادية إلا أنها بالمقابل ساهمت في إنعاش التجارة الإلكترونية في الجزائر، خاصة أنه في هذه الفترة عملت الدولة على إطلاق خدمات جديدة في ظل تطور استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال والرغبة في التوجه نحو الاقتصاد الرقمي وتوسع نطاق التجارة الإلكترونية في أغلب دول العالم.

ووفقا للتقرير السنوي الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، فإن "الجزائر أحرزت تقدما محسوسا قدر بتسع وعشرين (29) مرتبة على الصعيد العالمي، وفقا لآخر تقرير سنوي صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، حول التجارة الإلكترونية، حيث انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 عالميا، محتلة بذلك المرتبة الرابعة إفريقيا". وأشار هذا التقرير الأممي الذي نوهت به وزارة البريد إلى أن "الجزائر تعد من بين الدول الأربع التي حققت أكبر تقدم على الصعيد العالمي وفقا لذات المؤشر، رفقة كل من البرازيل (تقدم بـ10 مراتب) وغانا (تقدم بـ20 مرتبة) وجمهورية لاوس (تقدم بـ11 مرتبة)". ويستند التقرير في تصنيفه إلى جملة من المؤشرات، تتمثل في نسبة تعميم استعمال الإنترنت وتأمينه والإدماج المالي وكذا موثوقية الخدمات البريدية وفقا لترتيب الاتحاد البريدي العالمي.

ووفقا لكافة المعطيات نستنتج أن التجارة الإلكترونية رغم كل المعوقات والصعوبات والتحديات خاصة المشاكل التي تمس نظام الدفع الإلكتروني، فقد استطاعت الانتعاش في ظل الأزمة العالمية الحالية ، ولكن يبقى الطريق طويلا لتحقيق القفزة النوعية المأمول¹

الجدول 3: مؤشر التجارة الإلكترونية للأونكتاد B2C، 2020

Table 8. UNCTAD B2C E-commerce index, 2020, 30 الملحق رقم
World

2020 Rank	Economy	Share of individuals using the Internet (2019 or latest)	Share of individuals with an account (15+, 2017)	Secure Internet servers (normalized, 2019)	UPU postal reliability score (2019 or latest)	2020 Index value)	Index value change (2019-20data)	Rank 2019
70	Bosnia and Herzegovina	70	59	64	40	58.1	-3.4	64
71	India	34	80	49	65	57.1	1.4	75
72	Uruguay	87	64	61	15	56.6	1.3	76
73	South Africa	56	69	77	24	56.5	0.1	73
74	Jamaica	55	78	41	45	55.0	-3.1	70
75	Trinidad and Tobago	77	81	47	14	54.9	-2.9	71
76	Jordan	67	42	39	71	54.7	2.0	80
77	Tunisia	67	37	46	69	54.6	-1.4	74
78	Montenegro	73	68	54	21	54.0	-0.1	77
79	Peru	57	43	49	61	52.5	4.8	91
80	Algeria	60	43	33	73	52.2	14.0	109

الخاتمة

لقد تم التطرق من خلال هذه الدراسة إلى موضوع "دور التجارة في التنمية الاقتصادية في الجزائر" وبالرغم من أن التجارة الإلكترونية قد تخطت حدود العالمية في انتشارها، إلا أن اعتمادها في الجزائر مازال في بداياته برغم التطور الكبير في البنية التحتية للاتصالات والمعلومات وازدياد عدد مستخدمي شبكة الانترنت، والاهتمام بالتجارة التي تعتمد على وسيط إلكتروني يدل على شعوب واعية تسعى لاقتصاد أمثل، هذه التجارة التي كانت مجرد حلم قد فرضت اليوم نفسها وذلك من أجل مستقبل زاهر. فأصبح من الضروري أن تنهض الجزائر عن لتلتحق بركب الدول السارية إلى التقدم و الدخول إلى التجارة الإلكترونية ويكون هذا بإتباع أساليب حديثة بما يتلاءم مع الأوضاع والمتغيرات الجديدة في ظل نمو الأسواق الشاملة والتكتلات الاقتصادية . كما يجب على الجزائر أن تواجه العقبات التي تقف أمامها وترفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيات الاتصال، و تفتح المجال على مصراعيه للتجارة الإلكترونية و أن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام ، لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى اختراق الأسواق العالمية، والنهوض باقتصادها، وتطوير إنتاجها و توجيهه للتصدير و البحث عن موارد مالية بديلة للموارد النفطية، و ذلك بوضع استراتيجية وطنية للتجارة الإلكترونية، مع التأكيد على أن القرارات المتخذة بشأن الاستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية لابد أن تتخذ على أعلى مستوى سياسي، و يتطلب ذلك إرادة حكومية قوية لضمان نشر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و كذا التجارة الإلكترونية في الجزائر. و هذا ما حاولنا وضعه دراستنا للموضوع.

كما لا ننسى برغم حداثتها كان لابد من إيجاد الإطار القانوني الذي ينظم المعاملات المتعلقة بها، وقد كان قانون اليونسترال النموذجي هو أول قانون بشأن التجارة الإلكترونية . وعلى غرار الكثير من الدول التي أصدرت قوانين لتنظيم التجارة الإلكترونية فإن المشرع الجزائري أصدر القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. والذي تكون من 50 مادة وبهذا جاء القانون مقتضبا وقاصرا عن تناول الكثير من مسائل التجارة الإلكترونية.

فتمثل التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية ويحمي الأطراف المتعاملة فيها ويخلق الآليات التي تتناسب معها.

فالتقدم الهائل الذي تشهده التجارة الإلكترونية لا تنحصر آثاره في زيادة الرفاهية فقط لدى الأفراد، ولكن أيضا يمثل إيرادات هامة للدول إذا أتقنت طرق تحصيلها الجبائي، وهذا ما تجاهله المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية 18 - 05.

ومن خلال هذه الدراسة نستخلص الأهمية الكبيرة لدور التجارة الإلكترونية للنهوض باقتصاد الدول للسير بها نحو التقدم والعصرنة وذلك من خلال توفير البيئة الملائمة لممارستها. وبعد محاولتنا الاطلاع على مختلف جوانب الموضوع ، نخلص في الأخير لبعض النتائج :

- إن الاقتصاد الرقمي هو الصيغة الحديثة للاقتصاد التقليدي ومستقبله المحتوم.
- إن التجارة الإلكترونية تتيح إمكانية التوسع في الأسواق العالمية بالإضافة إلى فتح أسواق جديدة .
- مازالت الجزائر تحتل المراكز المتوسطة في التجارة الإلكترونية.
- بالرغم من أن القانون يلعب دورا هاما في تنظيم التجارة الإلكترونية إلا إنها مازالت تعتبر غير كافية.
- العمل على تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر سيدعم إرساء الحكومة الإلكترونية فيها ، باعتبارها أحد أقسامها.
- ضرورة العمل على تطوير عملي وفعلي وسريع للبنية التحتية التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية، خاصة من حيث جودة ونوعية شبكة الاتصالات على المستوى الوطني .

كما يمكن اقتراح بعض التوصيات من اجل النهوض بمستقبل التجارة الإلكترونية:

- العمل على تعزيز الثقافة والوعي الإلكتروني سواء بين المستهلكين أو بين المهنيين وهذا لا يكون إلا عن طريق العمل على تقويم الإطار البشري المختص في مجال تكنولوجيا المعلومات .
- تطوير النظام البنكي بما يتماشى والتطورات الحاصلة في مجال الدفع الإلكتروني، كالدفع باستعمال الهاتف المحمول المقرون بحساب بنكي أو بريدي .
- ضرورة تنسيق العمل على المستوى الدولي لإقرار قانون موضوعي إلكتروني يأطر التجارة الإلكترونية مع مراعاة مقتضيات حماية المستهلك الإلكتروني
- تزداد أهمية التجارة الإلكترونية يوماً بعد يوم وتزداد معها المزايا و الفوائد التي تحققها سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات الإقتصادية أو الحكومات ، ولقد تعاضم دور هذه التجارة في توفير السلع والخدمات وتداولها عن بعد في ظل ظهور مرض كوفيد _19(وباء كورونا).

قائمة المراجع

أولا :النصوص القانونية:

- القانون رقم 15_04 المؤرخ في 10 نوفمبر 2004 المتمم لأمر رقم 66_156 المتضمن قانون العقوبات تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات.
- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج ر رقم 41 المؤرخة في 27 جوان 2004).
- القانون رقم 02_05 المؤرخ في 06 فيفري 2005 يعدل ويتمم الأمر رقم 75_59 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري.
- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش (الجريدة رقم 15 المؤرخة في 08 مارس 2009).
- القانون 04_09 مؤرخ في 05 أوت سنة 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها.
- قانون رقم 04-15 مؤرخ في أول فبراير سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين.(ج.ر رقم 06 المؤرخة في 10 فبراير 2015).
- قانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية.
- الأمر رقم 75_89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 الذي يمنح وزارة البريد مهمة تحديد سياسة القطاع.(ج.ر عدد29 المؤرخة في 30ديسمبر1975)
- الأمر رقم 11_03 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1424 الموافق 26 أوت 2003 يتعلق بالنقد والقرض(ج.ر عدد52 المؤرخة 27 أوت 2003)
- المرسوم التنفيذي 23_01 المتعلق بنظام الإستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات .

- المرسوم التنفيذي رقم 207_24 المؤرخ في 16 يوليو 1994 والذي يقتضي بتكوين وزارة التجارة .
- المرسوم الرئاسي رقم 114_252 المؤرخ في 08/09/2014 يتضمن التصديق على الإتفاقية العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات.(حررت الاتفاقية يوم 21_12_2010 بمدينة القاهرة _جمهورية مصر العربية)

النصوص القانونية الأجنبية:

- القانون رقم 83 لسنة 2000 ،مؤرخ في 09 أوت 2000 ،المتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية، الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 11 أوت 2000 ،العدد 64.
- التشريع الأمريكي الصادر سنة 1999.
- القانون النموذجي للتحويلات الدولية للأموال الصادر عن لجنة الأمم المتحدة 1992
- قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية الصادر سنة 1992.

ثانيا: المراجع:

أ: المراجع المتخصصة:

- بن سعيد لزهري، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة، الجزائر، 2002
- طارق عبد العال _التجارة الإلكترونية _ المفاهيم _ التجارب _التحديات _الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية،الدار الجامعية للنشر. الطبعة 2008 .
- أمير فرج يوسف _عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني _المكتب الجامعي الحديث _الإسكندرية _2009.

- مصطفى يوسف كافي _ التجارة الإلكترونية _ دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع. طبعة 2009.
- محمد عبد حسين الطائي _ التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة _ دار الثقافة عمان _ المملكة الأردنية الهاشمية. الطبعة الأولى 2010.
- محمد منصور ربيع المدخلي ، أخلاقيات التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي.
- الأستاذ الدكتور عامر إبراهيم قنديلجي . التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها _ دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة _ عمان _ الطبعة الأولى 2015.

ب: المراجع العامة:

- سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، " التجارة الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن، 2004 .
- الدكتورة إيمان مأمون أحمد سليمان (إبرام العقد الإلكتروني وإثباته) _ دار الجامعة الجديدة للنشر _ الإسكندرية 2008.
- عصام عبد الفتاح مطر _ التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية. دار الجامعة الجديدة للنشر _ الإسكندرية 2009.
- محمد نور برهان، د عز الدين خطاب _ التجارة الإلكترونية. الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات 2009.
- طالب حسن موسى _ قانون التجارة الإلكترونية الدولية _ دار الثقافة للنشر والتوزيع 2016.
- محمد عبد الله شاهين محمد _ التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو. دار حميثرا للنشر والتوزيع .2017.

ثالثا: الأطروحات والمذكرات الجامعية:

أ: الأطروحات:

• قندوز فاطمة الزهراء_التجارة الإلكترونية،تحدياتها وآفاقها في الجزائر_ أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير_تخصص:تحليل إقتصادي_كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير _جامعة الجزائر 2013_2012_3.

• مصطفى هنشور وسيمة_النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن.أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في الحقوق(نظام ليسانس_ماستر_دكتوراه)تخصص قانون العلاقات الاقتصادية الدولية.كلية الحقوق والعلوم السياسية_جامعة عبد الحميد بن باديس_مستغانم_2017_2016

• هداية بوعزة_ النظام القانوني للدفع الإلكتروني_دراسة مقارنة_رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص_كلية الحقوق والعلوم السياسية _ جامعة أبي بكر بلقايد_تلمسان_2019_2018

ب:مذكرات الماجستير:

• بوالقول هارون_التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر_مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع تحليل اقتصادي_كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير_قسم العلوم الاقتصادية_جامعة بن يوسف بن خدة_2009_2008

• رشيد علام. عوائق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر،رسالة الماجستير في إدارة الأعمال.بريطانيا:2010/2009

• سمية ديمش_التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر_ مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية _كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية _تخصص: تحليل واستشراف اقتصادي_جامعة منتوري - قسنطينة-2011_2010.

- _صراع كريمة_ واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر_ مكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية_ تخصص استراتيجية_ كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية_ جامعة وهران_ 2013_2014
- بوزكري انتصار، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع الالكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة الباز 02، سطيف، 2013
- خشة حسيبة، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016

ج:مذكرات الماستر:

- صارة بالساكر _ التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية"دراسة حالة الجزائر" مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي _ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير_الشعبة :علوم تجارية_تخصص تجارة دولية_كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير _قسم العلوم التجارية_جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي.2014_2015
- سحقي نعيمة "الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص و التحديات «،مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية ،تخصص مالية مؤسسة،)جامعة البويرة: كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير_قسم العلوم التجارية،(2014/2015،)
- كامش محمد ياسين _خلادي محمد الأمين_التجارة الإلكترونية_دراسة حالة الجزائر_مذكرة لنيل شهادة الماستر قسم العلوم الاقتصادية_المركز الجامعي_مغنية_جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان_2015_2016

- جبار خديجة ، عثمانى نسيمة ، حماية المستهلك في ظل العقود الالكترونية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، كلية الحقوق ق والعلوم السياسية، جامعة الجبالي بونعامة، خميس مليانة، 2015
- لمداوي حنان، الحماية الجنائية للمستهلك الالكتروني، مذكرة مكملة من مقتضيات نيل شهادة الماستر، حقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف ، 2017
- بن الشيخ الحسين يامنة، بن صيد منال، حماية المستهلك في التجارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2017 ،
- فلاق بشرة فاطمة _ واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر _ مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي الشعبة: علوم تجارية التخصص: إلامداد والنقل الدولي_ كلية الحقوق والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية_ جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم_2017_2018
- عميري صونية_عوائق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تفعيلها(من 1990_ إلى غاية 2014)_ مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص سياسات عامة وإدارة محلية_ كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم العلوم السياسية _ جامعة مولود معمري تيزي وزو_2017_2018

رابعاً: المقالات العلمية:

- المنظمة العربية للتنمية الإدارية_ مؤتمر "التجارة الإلكترونية_تجارة بلا حدود" بالتعاون مع غرفة تجارة الأردن_عمان_المملكة الأردنية الهاشمية _ديسمبر 2010.
- _ لشهب حورية_النظام القانوني للتجارة الإلكترونية_دراسة مقارنة_مجلة العلوم الإنسانية.العدد23_جامعة محمد خيضر_ بسكرة_نوفمبر 2011
- بن عزة محمد أمين، زوهري جلييلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكترونية، دراسة حالة البنك الجزائري للتنمية الريفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، 26_27أفريل 2011
- _مبادئ نظم وتقنيات المعلومات (تال101ت) _ المحاضرة التاسعة_التجارة الإلكترونية.جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.المملكة العربية السعودية2013
- _نشرية وزارة التجارة _العدد السادس 2013
- د.زين يونس_الرقابة الداخلية في بيئة التجارة الإلكترونية_مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية (جامعة الوادي_العدد السابع_المجلد الأول) 2014
- آيت أمبارك سامية_ التجارة الالكترونية بالجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال_مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة / العدد: 33-2016
- لرقط عزيزة، "الحماية الجنائية للتوقيع والتصديق الالكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائري ، 2017 ،

- عمارة نعيمة، مرواني كوثر_ المستجدات القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية_ مجلة جديد الاقتصاد_ المجلد:14/العدد 1 2019
- إبراهيم يامة_ التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر "دراسة على ضوء القانون 18/05" مجلة القانون والعلوم الإنسانية . المجلد الخامس. العدد02 جوان2019)المركز الجامعي صالحى احمد.النعامة.
- نافع زينب، جميل أحمد_ التجارة الإلكترونية في الجزائر: طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة. مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال_ المجلد 3 العدد 6_ ديسمبر 2020
- نادية قادري_د.صوفيا شراد_مقتضيات التحول نحو التجارة الإلكترونية ،مجلة الإجتهااد القضائي:المجلد 12_العدد02اكتوبر 2020_مخبر أثر الإجتهااد القضائي على حركة التشريع_جامعة محمد خيضر بسكرة
- _حمري نجود_حمري نوال_ واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم05.18) قانون التجارة الإلكترونية (مجلة البحوث القانونية والاقتصادية المجلد 4 العدد 1، 2021.
- وكالة الأنباء الجزائرية_مقال بعنوان ارتفاع عدد مستخدمي الأنترنت بالجزائر_يوم الأربعاء 17 فيفري 2021

مواقع الانترنت:

- الموسوعة الحرة_ويكيبيديا ar.wikipedia.org
- معلومات مستقاة من الموقع الإلكتروني لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال على الرابط: www.mpt.gov.dz
- www.mpt.gov.dz

- من الموقع الإلكتروني:المركز الديمقراطي العربي:www.democraticac.de
- حمد/ب، "هيشور يعلن عن إنشاء مرصد مجتمع المعلومات ويقرر تخفيض سعر الإنترنت بـ 50%"، جريدة المساء، العدد 5792 ليوم:20_04_2008
www.el-massa.com/ar/content/view
- من موقع الإذاعة الجزائرية _ <https://www.radioalgerie.dz>
- _من الموقع الإلكتروني: إقرأ على السوق المفتوح
<https://read.opensooq.com>
- من الموقع الإلكتروني _عربية SKY NEWS _
www.skynewsarabia.com

الملاحق

الملحق رقم 01:

الجدول رقم 01 : تطور مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-
2019:

السنوات	المرتبة عالميا	قيمة المؤشر
2016	95	32,3
2017	97	38
2018	111	36,3
2019	107	38,2

الملحق رقم 02

الجدول رقم 02: تطور عدد السكان وعدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر خلال الفترة . 2000- 2018

السنة	عدد السكان	عدد مستخدمي الأنترنت	النسبة
2000	31,795,500	50.000	%0.2
2005	33.003.546	1.920.000	%5.8
2007	33.033.567	2.480.000	%7.3
2008	33.769.669	3.500.000	%10.4
2009	34,176.188	3.500.000	12
2010	34.586.184	4.700.000	13.6
2012	37.367.226	5.230.000	14
2013	38.813.722	6.404.264	16.5
2014	38.813.722	6.669.927	17.2
2015	39.542.166	11.000.000	27.8
2016	40.263.711	15.000.000	37.3
2017	41.063.753	18.580.000	45.2
2018	42.008.045	20.430.000	48.63

¹Table 8. UNCTAD B2C E-commerce index, 2020, World.30 الملحق رقم
الجدول 3: مؤشر التجارة الإلكترونية للأونكتاد ، B2C ، 2020 ،

2020 Rank	Economy	Share of individuals using the Internet (2019 or latest)	Share of individuals with an account (15+, 2017)	Secure Internet servers (normalized, 2019)	UPU postal reliability score (2019 or latest)	2020 Index value)	Index value change (2019-20data)	Rank 2019
70	Bosnia and Herzegovina	70	59	64	40	58.1	-3.4	64
71	India	34	80	49	65	57.1	1.4	75
72	Uruguay	87	64	61	15	56.6	1.3	76
73	South Africa	56	69	77	24	56.5	0.1	73
74	Jamaica	55	78	41	45	55.0	-3.1	70
75	Trinidad and Tobago	77	81	47	14	54.9	-2.9	71
76	Jordan	67	42	39	71	54.7	2.0	80
77	Tunisia	67	37	46	69	54.6	-1.4	74
78	Montenegro	73	68	54	21	54.0	-0.1	77
79	Peru	57	43	49	61	52.5	4.8	91
80	Algeria	60	43	33	73	52.2	14.0	109

الفهرس :

	بسملة
	إهداء
	شكر وتقدير
	قائمة المختصرات
01	مقدمة
05	الفصل الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
05	المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية
05	المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية وبيان خصائصها
06	الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية
07	أولاً: التعاريف الفقهية
08	ثانياً: تعريف المنظمات الدولية للتجارة الإلكترونية
09	ثالثاً: التعريف القانوني للتجارة الإلكترونية
11	الفرع الثاني: تطور التجارة الإلكترونية وبيان خصائصها
11	أولاً: مراحل تطور التجارة الإلكترونية
13	ثانياً: خصائص التجارة الإلكترونية
15	المطلب الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية ومجالات تطبيقها
15	الفرع الأول: أشكال التجارة الإلكترونية
18	الفرع الثاني: مجالات تطبيق التجارة الإلكترونية
21	المبحث الثاني: الهيئات الإدارية لتنظيم التجارة الإلكترونية
21	المطلب الأول: على المستوى المركزي
22	الفرع الأول: وزارة التجارة
25	الفرع الثاني: وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال
29	المطلب الثاني: على المستوى المحلي
30	الفرع الأول: مديرية المنافسة والأسعار
32	الفرع الثاني: مديرية الرقابة
35	الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية في الجزائر
35	المبحث الأول: تحديات ومعوقات البنية التحتية الرقمية والقانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

36	المطلب الأول: البنية التشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر
36	الفرع الأول: حماية الأطراف المتعاملة في التجارة الإلكترونية
37	أولاً: الحماية المدنية للمستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد
41	ثانياً: الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية
44	الفرع الثاني : أنظمة الدفع الإلكتروني وتطبيقاتها في القانون التجاري الجزائري
44	تعريف وسائل الدفع الإلكتروني
45	– وسائل الدفع الإلكترونية المطورة
47	– وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة
49	المطلب الثاني: البنية التحتية الرقمية للتجارة الإلكترونية
49	الفرع الأول : شبكة الأنترنت
56	الفرع الثاني: شبكات الهاتف الثابت والنقال
61	المبحث الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل استخدامها
61	المطلب الأول: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر:
62	الفرع الأول: عوائق تقنية تكنولوجية
66	الفرع الثاني: العقبات القانونية، الأمنية، الاجتماعية و الثقافية
69	المطلب الثاني: حلول وسبل من أجل توسيع استخدام التجارة الإلكترونية وتنمية الاقتصاد الوطني:
69	الفرع الأول : السبل التوعوية التشريعية، الاقتصادية، التقنية و التكنولوجية:
77	لفرع الثاني: مستقبل الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده على التجارة الإلكترونية:
84	خاتمة
88	المراجع
98	الملاحق
103	الفهرس

ملخص مذكرة الماستر

ما يشهده العالم اليوم من تطورات تكنولوجية في مختلف المجالات، خاصة وسائل الاتصال جعل من العالم قرية إلكترونية واحدة، واثّر هذا التقدم التكنولوجي الهائل على المجال التجاري بوجه خاص، وظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية. ولذا كان من الضروري أن نسلط الضوء على الدور الذي تقوم به التجارة الإلكترونية في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر، من خلال بيان مفهومها وإطارها القانوني، وكذا الدور الذي تقوم به في النهوض بالاقتصاد وتشجيعه، مع ذكر أهم المعوقات والتحديات التي تواجهها، والوصول لحلول بهدف أن تصبح التجارة الإلكترونية إحدى الركائز الأساسية للدفع بعجلة التنمية الاقتصادية نحو الأفضل.

الكلمات المفتاحية:

- 1/ التجارة الإلكترونية. 2/ البنية التحتية. 3/ المواقع الإلكترونية
- 4/ الدفع الإلكتروني. 5/ الأنترنت. 6/ التنمية الاقتصادية.

Abstract of The master thesis

The world is witnessing technological développements in various fields today, particularly the means of communication, which have made the world one electronic village, and this tremendous technological progress has affected the commercial field in particular, and the so-called e-commerce has emerged. It was therefore necessary to highlight the role that e-commerce plays in achieving economic development in Algeria, by demonstrating its concept and legal framework, as well as its role in promoting the economy, while citing the most important constraints and challenges it faces, and reaching solutions with the aim of becoming one of the cornerstones of advancing economic development for the better.

keywords:

- 1/E-commerce 2/ Infrastructure 3/ Websites.
- 4/ E-payment 5/ The Internet 6/ Economic Development.