



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عمار ثلجي الأغواط

كلية الحقوق و العلوم السياسية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
في تخصص : قانون أعمال

التجارة الالكترونية (معوقات و حلول)

تحت إشراف :

- الدكتور لحاق عيسى

من إعداد الطالب :

+ بيقع الطيب

الجنة :

رئيسا

مشرفا

ممتحنا

- أ.د / رزق الله العربي

- أ.د / لحاق عيسى

- أ.د / بن جلول مصطفى

السنة الجامعية : 2025 / 2026

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا
محمد صلى الله عليه وسلم.

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

إلى من كانا سبب وجودي ونجاحي، إلى من غرسا في نفسي حب العلم
والاجتهاد،

إلى أعز الناس على قلبي — والديّ الكريمين — حفظهما الله وأطال في
عمرهما.

إلى كل أفراد عائلتي الكريمة الذين كانوا سنداً لي طوال مسيرتي الدراسية.
إلى كل أساتذتي الأفاضل الذين أناروا طريقي بالعلم والمعرفة.
إلى أصدقائي وزملائي الذين شاركوني لحظات التعب والاجتهاد.
إلى كل طالب علم يسعى إلى النجاح والتفوق.

بيقع الطيب

شكر و عرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الله سبحانه وتعالى الذي وفقني وأعانني على إنجاز هذه المذكرة.

كما أتوجه بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف : **لحاق عيسى** على ما قدمه لي من توجيهات قيمة ونصائح علمية ومتابعة مستمرة طوال فترة إعداد هذه الدراسة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى كافة أساتذة كلية الحقوق الذين أسهموا في تكويني العلمي والأكاديمي طيلة سنوات الدراسة، وإلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة لقبولهم قراءة هذه المذكرة وتقييمها.

ولا يفوتني أن أتوجه بخالص الشكر إلى كل من أسهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل، سواء بالدعم العلمي أو المعنوي.

وفي الأخير، أسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن يوفقنا جميعاً لما فيه الخير والنجاح.

مقدمة

مقدمة

يعرف العالم تطورا مذهلا للتكنولوجيا مس مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والقانونية، وكان من أبرز مظاهر هذا التطور ظهور التجارة الإلكترونية التي أصبحت تشكل إحدى الركائز الأساسية للاقتصاد الرقمي المعاصر. فقد ساهم الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت وتطور وسائل الاتصال الحديثة في إحداث تحول جذري في طبيعة المعاملات التجارية، حيث انتقلت هذه الأخيرة من الإطار التقليدي القائم على الحضور المادي للأطراف إلى بيئة افتراضية تسمح بإبرام العقود وتنفيذ الالتزامات التجارية إلكترونياً دون التقيد بالحدود الجغرافية أو الزمنية.

وقد أضحت التجارة الإلكترونية من أهم الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية لتحقيق الانتشار التجاري وتوسيع الأسواق وتخفيض تكاليف المعاملات، الأمر الذي جعلها تحتل مكانة متزايدة في الاقتصاد العالمي. كما ساهمت في تعزيز التنافسية الاقتصادية وتحقيق سرعة أكبر في المبادلات التجارية، مما أدى إلى اعتمادها كخيار استراتيجي في مختلف الدول الساعية إلى تحقيق التحول الرقمي والتنمية المستدامة.

غير أن هذا التطور التكنولوجي لم يخلُ من جملة من الإشكالات والتحديات التي أثرت على انتشار التجارة الإلكترونية وفعاليتها، خاصة في الدول النامية. إذ أفرزت البيئة الرقمية معوقات قانونية وتقنية واقتصادية واجتماعية حالت دون الاستفادة الكاملة من الإمكانيات التي توفرها التجارة الإلكترونية، وهو ما يبرز بصورة واضحة في الجزائر رغم الجهود التشريعية والتنظيمية المبذولة في هذا المجال.

وفي هذا السياق، تدخل المشرع الجزائري من خلال إصدار القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى جملة من النصوص القانونية المرتبطة بالتوقيع الإلكتروني وحماية المستهلك ومكافحة الجرائم الإلكترونية. غير أن التطبيق العملي لهذه النصوص أظهر استمرار العديد من العراقيل التي تحد من تطور التجارة الإلكترونية وانتشارها داخل البيئة الاقتصادية الجزائرية.

أهمية الموضوع :

تتجلى أهمية الموضوع في جانبه العلمي والعملية، فمن الناحية العلمية يندرج ضمن المواضيع القانونية الحديثة المرتبطة بالتحول الرقمي والاقتصاد الإلكتروني، والتي تشهد اهتماماً متزايداً من قبل الباحثين والفقهاء القانونيين. أما من الناحية العملية فتبرز أهميته من خلال الدور الذي تؤديه التجارة الإلكترونية في دعم النشاط الاقتصادي وتحقيق التنمية الاقتصادية، فضلاً عن الحاجة إلى دراسة المعوقات التي تحد من تطورها واقتراح الحلول الكفيلة بتجاوزها.

أسباب اختيار الموضوع :

أولاً: الأسباب الذاتية :

- الاهتمام الشخصي بالمواضيع المرتبطة بالقانون الرقمي وقانون الأعمال .
- الرغبة في دراسة أحد المواضيع القانونية الحديثة ذات الصلة بالتطور التكنولوجي .

ثانياً: الأسباب الموضوعية :

- حداثة موضوع التجارة الإلكترونية وتزايد أهميته في البيئة الاقتصادية المعاصرة .
- أهمية دراسة فعالية التشريع الجزائري في تنظيم التجارة الإلكترونية .
- تعدد المعوقات التي تواجه هذا النوع من التجارة وتأثيرها على الاقتصاد الوطني .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعريف بمفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها .
- تحليل أهم المعوقات القانونية والتقنية والاجتماعية التي تواجه التجارة الإلكترونية .
- دراسة موقف المشرع الجزائري من هذه المعوقات .
- اقتراح آليات قانونية وعملية لتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر .

إشكالية الدراسة :

في ضوء ما سبق، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية للدراسة على النحو الآتي:
ما مدى نجاعة النصوص القانونية في مواجهة و توجيه و مراقبة التجارة الخارجية ؟
 ويتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما المقصود بالتجارة الإلكترونية وما هي خصائصها القانونية؟
- ما هي أهم المعوقات القانونية التي تواجه التجارة الإلكترونية؟
- ما هي المعوقات التقنية والاقتصادية والاجتماعية التي تحد من انتشارها؟
- ما مدى فعالية التشريع الجزائري في تنظيم التجارة الإلكترونية؟
- ما هي الآليات الكفيلة بتطوير التجارة الإلكترونية وتجاوز معوقاتها؟

فرضيات الدراسة :

- تعاني التجارة الإلكترونية في الجزائر من معوقات قانونية وتقنية واجتماعية تحد من فعاليتها .
- رغم تدخل المشرع الجزائري لتنظيم التجارة الإلكترونية، إلا أن بعض النصوص القانونية لا تزال بحاجة إلى التطوير لمواكبة التطورات الرقمية الحديثة .
- تطوير التجارة الإلكترونية يتطلب تكامل الحلول القانونية والتقنية والاقتصادية والاجتماعية .

المنهج المعتمد :

للإجابة عن الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على **المنهج الوصفي التحليلي**، من خلال وصف ظاهرة التجارة الإلكترونية وتحليل مختلف النصوص القانونية المنظمة لها، مع الاستعانة بالتحليل القانوني والنقد التشريعي لبيان أوجه القصور واقتراح الحلول المناسبة.

الصعوبات التي واجهت الدراسة :

من أبرز الصعوبات التي واجهت هذه الدراسة:

- حداثة بعض النصوص القانونية المنظمة للتجارة الإلكترونية .
- قلة الدراسات المتخصصة في بعض الجوانب التطبيقية للتجارة الإلكترونية في الجزائر .
- التطور السريع للتكنولوجيا الرقمية مقارنة بسرعة تطور التشريعات .

خطة الدراسة :

للإجابة عن الإشكالية المطروحة تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول:

- الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والقانوني للتجارة الإلكترونية .
- الفصل الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية .
- الفصل الثالث: آليات تطوير التجارة الإلكترونية وتجاوز معوقاتها.

الفصل الأول:

التجارة الإلكترونية والإطار القانوني المنظم لها

تمهيد:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تطوراً تكنولوجياً متسارعاً شمل مختلف المجالات الاقتصادية والتجارية، حيث أصبحت وسائل الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات عنصراً أساسياً في تطوير المعاملات التجارية. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور التجارة الإلكترونية التي تعتبر من أبرز مظاهر الاقتصاد الرقمي، لما توفره من سرعة في إنجاز المعاملات وتقليص للقيود الزمانية والمكانية. ولإحاطة بمختلف الجوانب المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، سيتم التطرق في هذا الفصل إلى مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها وصورها المختلفة (المبحث الأول)، ثم دراسة الإطار القانوني المنظم لها في التشريع الجزائري (المبحث الثاني)، وأخيراً بيان الأحكام القانونية المتعلقة بالعقود والإثبات الإلكتروني (المبحث الثالث).

المبحث الأول: التجارة الإلكترونية

تمثل التجارة الإلكترونية أحد أهم مظاهر الاقتصاد الرقمي في العصر الحديث، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في تحويل كثير من المعاملات التجارية التقليدية إلى معاملات إلكترونية تتم عبر شبكة الإنترنت باستعمال وسائل الاتصال الحديثة. وقد جاء هذا المبحث ليتناول مفهوم التجارة الإلكترونية وطبيعتها القانونية في المطلب الأول، ثم خصائصها في المطلب الثاني، وأنواعها في المطلب الثالث.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية فقهاً وتشريعاً

تعددت تعريفات الفقه للتجارة الإلكترونية تبعاً لاختلاف زوايا النظر إليها؛ فهي عند بعض الباحثين "مجموع المعاملات التجارية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية باستخدام شبكة الإنترنت". كما عرفها محمد حسين منصور بأنها وسيلة لإبرام وتنفيذ المعاملات التجارية باستخدام الوسائل الإلكترونية¹، فهي أيضاً تُعرّف بأنها كل نشاط تجاري يتم عن بُعد باستعمال الوسائل الإلكترونية، ويشمل عمليات البيع والشراء والدفع والإشهار الإلكتروني. أما منظمة التجارة العالمية (WTO) فتعرّفها بأنها "إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع وتسليم السلع والخدمات بواسطة الوسائل الإلكترونية".

أما المشرع الجزائري، فقد حدّد مفهومها في المادة 6 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بأنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للتجارة الإلكترونية

تثير التجارة الإلكترونية عدة إشكالات قانونية تتعلق بطبيعتها، إذ يذهب جانب من الفقه إلى أنها ليست نوعاً جديداً من التجارة، وإنما وسيلة حديثة لممارسة النشاط التجاري باستخدام الوسائط الإلكترونية. في حين يرى اتجاه آخر أنها أفرزت نظاماً قانونياً خاصاً بها، بسبب غياب التواجد

1 محمد حسين منصور، التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010.

المادي للأطراف، والطابع الدولي للمعاملات، والاعتماد على الوسائط الرقمية، وخصوصية الإثبات الإلكتروني.

الفرع الثالث: تقييم التعريف التشريعي الجزائري

تعرض تعريف القانون 18-05 لانتقادات فقهية، إذ يُعدّ تعريفًا ضيقًا يركز على علاقة المورد بالمستهلك فحسب، دون استيعاب مختلف صور التجارة الإلكترونية الأخرى، كالمعاملات بين المؤسسات (B2B) والخدمات الرقمية الحديثة المبنية على الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية.

خاتمة جزئية : يتضح أن التجارة الإلكترونية تمثل تطورًا حديثًا للنشاط التجاري، حيث يصعب حصرها في تعريف جامع مانع نظرًا للتطور المستمر في وسائلها وأشكالها، مما يفرض ضرورة مواكبة المفاهيم القانونية للبيئة الرقمية المتجددة.

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: الطابع الدولي والعابر للحدود

تتميز التجارة الإلكترونية بطابعها العالمي، حيث تتم المعاملات التجارية عبر شبكة الإنترنت دون التقيد بالحدود الجغرافية، مما يوسع الأسواق ويزيد المنافسة، غير أنه يثير في المقابل إشكالات تتعلق باختصاص القضائي والقانون الواجب التطبيق.

الفرع الثاني: السرعة والمرونة

تعتمد التجارة الإلكترونية على الوسائل الرقمية الحديثة مما يسمح بإتمام المعاملات التجارية بسرعة فائقة ومرونة عالية، إذ يمكن للمستهلك إجراء المعاملات في أي وقت ومن أي مكان، مما يوفر الوقت والجهد ويخفض التكاليف.

الفرع الثالث: غياب التواجد المادي للأطراف والاعتماد على الوسائط الإلكترونية

من أهم خصائص التجارة الإلكترونية أن أطراف العلاقة التعاقدية لا يجتمعون ماديًا أثناء إبرام العقد، بل يتم التعاقد عن بُعد عبر الوسائط الرقمية كالإنترنت والبريد الإلكتروني والتطبيقات الرقمية،

وهو ما يترتب عليه صعوبة التحقق من الهوية، ومشاكل الإثبات الإلكتروني، والحاجة إلى وسائل حماية رقمية متطورة.

ويرى جانب من الفقه أن الطابع اللامادي للمعاملات الإلكترونية يمثل السمة الأساسية التي تميزها عن التجارة التقليدية¹

المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: التجارة الإلكترونية بين المؤسسات (B2B)

تشمل المعاملات التجارية التي تتم بين المؤسسات الاقتصادية عبر الوسائط الإلكترونية، كتبادل السلع والخدمات وإبرام العقود التجارية والمعاملات البنكية الرقمية، ويُعد هذا النوع من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية انتشارًا على المستوى العالمي.

الفرع الثاني: التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمستهلك (B2C)

يتمثل هذا النوع في المعاملات التي تتم بين المورد الإلكتروني والمستهلك النهائي عبر المتاجر الإلكترونية ومنصات البيع عبر الإنترنت، ويُعد الأكثر انتشارًا بين الأفراد، خاصة مع تطور خدمات التوصيل والدفع الإلكتروني.

الفرع الثالث: التجارة الإلكترونية بين الأفراد (C2C)

يتعلق هذا النوع بالمعاملات التي تتم بين الأفراد عبر المنصات الإلكترونية كمواقع البيع المستعمل ومنصات المزادات الإلكترونية، ويلاحظ تنامي هذا النوع عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

خاتمة المبحث الأول: يتضح أن التجارة الإلكترونية تمثل أحد أهم مظاهر التحول الرقمي الحديث، وأن خصائصها المتميزة تفرض ضرورة وجود تنظيم قانوني خاص يضمن أمن واستقرار المعاملات الإلكترونية.

¹ Paul Todd, E-Commerce Law, Cavendish Publishing, London, 2005

المبحث الثاني: تنظيم التجارة الإلكترونية

أدى انتشار التجارة الإلكترونية إلى ضرورة تدخل المشرع لتنظيم المعاملات الرقمية وحماية الأطراف. وعليه، يتناول هذا المبحث التنظيم القانوني الجزائري في المطلب الأول، والعقود الإلكترونية في المطلب الثاني، والإثبات الإلكترونية في المطلب الثالث.

المطلب الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر

الفرع الأول: القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

يُعتبر القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. أول نص قانوني متخصص ينظم التجارة الإلكترونية في الجزائر، ويتضمن أحكامًا تتعلق بالتزامات المورد الإلكتروني، وحقوق المستهلك الإلكتروني، وشروط ممارسة التجارة الإلكترونية، والإشهار الإلكتروني، ووسائل الدفع الإلكتروني. غير أن التطبيق العملي كشف عن نقائص تشريعية، لا سيما في مجال حماية البيانات الشخصية وتسوية المنازعات الإلكترونية.

الفرع الثاني: النصوص القانونية المكملة

إلى جانب القانون 18-05، ثمة نصوص قانونية مكملة تنظم البيئة الرقمية، أبرزها: القانون 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، والقانون 09-04 المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية، والقانون 18-07 المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، وقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفرع الثالث: تقييم المنظومة التشريعية الجزائرية

رغم أهمية هذه النصوص، إلا أنها لا تزال تعاني من قصور في مواكبة التطور الرقمي المتسارع، إذ تعتمد في كثير من الأحيان على قواعد عامة لتنظيم معاملات إلكترونية متخصصة، وتغيب عنها الأحكام الخاصة ببعض التقنيات الحديثة كالذكاء الاصطناعي وسلاسل الكتل (Blockchain) والعملات الرقمية.

ورغم أهمية القانون 18-05، إلا أن بعض أحكامه لا تزال غير كافية لتنظيم بعض المستجدات

الرقمية الحديثة، خاصة المعاملات المرتبطة بالمنصات الرقمية العالمية والتطبيقات التجارية المستحدثة.

المطلب الثاني: النظام القانوني للعقود الإلكترونية

الفرع الأول: مفهوم العقد الإلكتروني وخصائصه

يقصد بالعقد الإلكتروني ذلك العقد الذي يتم إبرامه وتنفيذه كلياً أو جزئياً بواسطة الوسائط الإلكترونية دون الحاجة إلى التواجد المادي للأطراف. ويقوم على نفس الأركان الأساسية للعقد التقليدي — الرضا والمحل والسبب — غير أن خصوصيته تكمن في وسيلة التعبير عن الإرادة الإلكترونية، وطابعه الدولي، وسرعة انعقاده.

الفرع الثاني: انعقاد العقد الإلكتروني: زمانه ومكانه والتزامات أطرافه

تشير العقود الإلكترونية إشكالية تحديد زمان ومكان انعقادها، نظراً لغياب التواجد المادي للأطراف. وقد اختلف الفقه بين نظرية الإرسال ونظرية الوصول في تحديد لحظة انعقاد العقد. أما الالتزامات، فيلتزم المورد بتقديم معلومات واضحة وضمان المنتجات وحماية بيانات المستهلك، فيما يلتزم المستهلك بسداد الثمن المتفق عليه والتزام شروط الاستخدام.

الفرع الثالث: التكييف القانوني للعقد الإلكتروني

يرى الاتجاه الغالب أن العقد الإلكتروني لا يُعدّ عقداً جديداً من حيث الجوهر، وإنما وسيلة حديثة لإبرام العقود التقليدية باستعمال الوسائط الرقمية. وقد اعترف به المشرع الجزائري ضمناً من خلال القانون 05-18، لكن خصوصية البيئة الرقمية تقتضي قواعد قانونية مخصصة تتعلق بالحماية والإثبات والاختصاص القضائي.

المطلب الثالث: الإثبات الإلكتروني

الفرع الأول: مفهوم الإثبات الإلكتروني وأهميته

يقصد بالإثبات الإلكتروني استخدام الوسائل الإلكترونية لإثبات التصرفات القانونية والمعاملات التجارية الرقمية، كالرسائل الإلكترونية والمحركات الرقمية والتوقيع الإلكتروني، وهو ضرورة حتمية في ظل انتشار التجارة الإلكترونية.

الفرع الثاني: حجية المحركات الإلكترونية في التشريع الجزائري

اعترف المشرع الجزائري بالمحركات الإلكترونية من خلال القانون 04-15، غير أن حجيتها مشروطة بإمكانية حفظها واسترجاعها، وضمان سلامتها من التعديل، والتحقق من هوية مصدرها. ولا يزال التطبيق العملي يواجه صعوبات تتعلق باحتمال التلاعب بالمحركات الرقمية وضعف الخبرة التقنية لدى بعض القضاة.

الفرع الثالث: التوقيع الإلكتروني وإشكالاته العملية

يُعدّ التوقيع الإلكتروني من أهم وسائل الإثبات في التجارة الإلكترونية، لأنه يُتيح التحقق من هوية الموقع وضمان سلامة المحرر. وقد عرّفه القانون الجزائري بأنه "بيانات في شكل إلكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقيًا ببيانات إلكترونية أخرى تُستعمل كوسيلة توثيق". وقد اعترف المشرع الجزائري بالحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني بموجب القانون رقم 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، شريطة إمكانية التحقق من هوية الموقع وضمان سلامة المحرر الإلكتروني. غير أن استخدامه في الجزائر لا يزال محدودًا بسبب ضعف الثقافة الرقمية وشح هيئات التصديق الإلكتروني.

خاتمة الفصل الأول :

يتضح أن التجارة الإلكترونية أصبحت ركيزة أساسية للاقتصاد الرقمي، وأن المشرع الجزائري حاول من خلال القانون 05-18 والنصوص المكملة توفير إطار قانوني لها، وإذا كان الإطار المفاهيمي والقانوني للتجارة الإلكترونية يبرز أهمية هذا النمط الحديث من المعاملات، فإن نجاحه يبقى رهيناً بمدى قدرته على تجاوز مختلف المعوقات التي تعترض انتشاره، وهو ما سيتم التطرق إليه في الفصل الثاني. غير أن التطور المتسارع للتكنولوجيا الرقمية يجعل الحاجة قائمة إلى التطوير المستمر لهذه المنظومة التشريعية.

الفصل الثاني :
معوقات التجارة الإلكترونية

تمهيد:

أفرز التطور التكنولوجي المتسارع الذي شهدته أواخر القرن العشرين وبدايات الألفية الثالثة تحولات جذرية في طبيعة المعاملات التجارية، إذ باتت التجارة الإلكترونية ظاهرة اقتصادية عالمية لا يمكن تجاهلها. غير أن انتشارها لا يزال يصطدم بعقبات جوهرية تتوزع على ثلاثة مستويات: المستوى القانوني والتنظيمي (المبحث الأول)، والمستوى التقني والاقتصادي (المبحث الثاني)، والمستوى الاجتماعي والثقافي (المبحث الثالث).

المبحث الأول : المعوقات القانونية

أدى التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى فرض تحديات قانونية جديدة لم تكن مطروحة في ظل التجارة التقليدية. وفي الجزائر، رغم إصدار القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية وجملة النصوص التكميلية، فإن التطبيق العملي كشف عن استمرار عدة صعوبات قانونية، تتجلى في ضعف التشريعات (المطلب الأول)، وإشكالية تحديد الاختصاص القضائي (المطلب الثاني)، وصعوبات الإثبات الإلكتروني (المطلب الثالث)

المطلب الأول: نقص التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية

الفرع الأول: قصور الإطار التشريعي

رغم صدور القانون 05-18، يلاحظ أن المشرع الجزائري ركّز على الجوانب الشكلية لنشاط المورد الإلكتروني دون التوسع الكافي في معالجة الإشكالات التقنية والقانونية المعقدة، كتنظيم التعاقد عبر المنصات الأجنبية، ومسؤولية الوسطاء الإلكترونيين، وآليات فضّ المنازعات الرقمية. ويؤدي هذا القصور إلى حالة من الغموض القانوني، مما ينعكس سلباً على ثقة المتعاملين الاقتصاديين.

ورغم أهمية القانون 05-18 باعتباره أول نص قانوني متخصص في مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر، إلا أن التطورات المتسارعة في البيئة الرقمية أظهرت محدودية بعض أحكامه، خاصة فيما يتعلق بتنظيم العقود الذكية والتعاملات الرقمية الحديثة المرتبطة بمنصات التجارة العالمية. كما أن بعض النصوص جاءت بصياغة عامة تترك مجالاً واسعاً للاجتهاد والتفسير، مما قد يؤثر على استقرار المعاملات الإلكترونية¹.

الفرع الثاني: محدودية مواكبة التشريع للتطور الرقمي

تتميز البيئة الرقمية بسرعة التطور، حيث تظهر يومياً تطبيقات ومنصات إلكترونية جديدة تعتمد على الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية والعملات الرقمية، في حين تبقى

1 دليّة بلدي، "معوقات التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 14، العدد 1، 2021.

النصوص القانونية التقليدية عاجزة في أحيان كثيرة عن مواكبة هذه المستجدات. ويضطر القاضي في غياب نصوص متخصصة إلى الاجتهاد بالرجوع للقواعد العامة، مما يفضي إلى تضارب الأحكام القضائية وزعزعة استقرار المعاملات الإلكترونية.

الفرع الثالث: ضعف الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

يُعدّ المستهلك الإلكتروني الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية الرقمية، نظراً لغياب الاتصال المباشر وانعدام إمكانية المعاينة الحسية للمنتج. وتتجلى مواطن ضعف الحماية الراهنة في صعوبة التحقق من هوية المورد، وانتشار الإعلانات التجارية المضللة، وغياب آليات فعّالة لتسوية النزاعات الإلكترونية واسترجاع المبالغ المدفوعة. وقد أكدت الدراسات أن هذا الضعف يُفضي إلى انخفاض الثقة في المعاملات الرقمية، مما يُكبح انتشار التجارة الإلكترونية.

خاتمة جزئية: يتضح أن ضعف الإطار التشريعي يُشكّل أحد أبرز المعوقات القانونية التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر، إذ أن القوانين الحالية رغم أهميتها لا تزال عاجزة عن مواكبة التطور الرقمي المتسارع، الأمر الذي ينعكس سلباً على الأمن القانوني للمعاملات الإلكترونية وثقة المتعاملين بها.

المطلب الثاني: صعوبة تحديد الاختصاص القضائي

تزداد إشكالية الاختصاص القضائي تعقيداً عندما يكون أحد أطراف العقد الإلكتروني مقيماً خارج الجزائر، حيث تطرح مسألة تحديد المحكمة المختصة والقانون الواجب التطبيق، خاصة في ظل غياب قواعد تفصيلية ضمن القانون 18-05 تعالج المنازعات الإلكترونية ذات الطابع الدولي.

الفرع الأول: الطابع العابر للحدود للتجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بطابعها العالمي، حيث يمكن إبرام العقد بين أطراف متواجدين في دول مختلفة دون أي اتصال مادي مباشر. وبينما يسهل تحديد الاختصاص القضائي في

العقود التقليدية اعتمادًا على مكان الإبرام أو التنفيذ، تُصبح هذه العناصر معقدة في البيئة الرقمية بسبب غياب الحدود الجغرافية، وتوزع الخوادم الإلكترونية، وتعدد أماكن تنفيذ العقد.¹

الفرع الثاني: إشكالية تنازع القوانين

تطرح المعاملات الإلكترونية الدولية تساؤلات جوهرية حول القانون الواجب التطبيق: هل يُطبَّق قانون موطن المستهلك، أم قانون موطن المورد الإلكتروني، أم قانون الدولة التي يوجد بها الخادم الإلكتروني؟ ويُفضي هذا التعدد القانوني إلى حالة من انعدام اليقين القانوني، خاصة بالنسبة للمستهلك الذي يجد صعوبة في معرفة حقوقه القانونية وتحديد الجهة القضائية المختصة بحمايته.

الفرع الثالث: محدودية التعاون القضائي الدولي

تتطلب منازعات التجارة الإلكترونية تعاونًا قضائيًا دوليًا فعليًا، غير أن الواقع العملي يكشف عن عقبات عدة، أبرزها: اختلاف الأنظمة القانونية، وبطء إجراءات التعاون القضائي، وصعوبة تنفيذ الأحكام الأجنبية، وغياب اتفاقيات دولية موحدة في بعض المجالات الرقمية، مما يُعسّر مكافحة الاحتيال الإلكتروني العابر للحدود وملاحقة مرتكبيه.

خاتمة جزئية: يتبين أن الطابع الدولي للتجارة الإلكترونية أفرز صعوبات قانونية جديدة تجعل القواعد التقليدية عاجزة في أحيان كثيرة عن مواكبة البيئة الرقمية، مما يستوجب تطوير آليات قانونية دولية موحدة لضمان فعالية تسوية النزاعات الإلكترونية وتحقيق الأمن القانوني.

1 Paul Todd, E-Commerce Law, Cavendish Publishing, London, 2005، ص 87.

المطلب الثالث: مشاكل الإثبات الإلكتروني

الفرع الأول: مفهوم الإثبات الإلكتروني في سياق المعوقات

يُعدّ الإثبات الإلكتروني ضرورة حتمية في معاملات التجارة الرقمية، باعتباره الوسيلة الأساسية لإثبات الحقوق والالتزامات الناشئة عنها. غير أن هذه الوسيلة ذاتها تطرح إشكالات عملية معقدة تتعلق بمدى حجية المحررات الرقمية ومدى صحة التوقيعات الإلكترونية أمام القضاء.

الفرع الثاني: صعوبة حجية المحررات الإلكترونية

رغم اعتراف المشرع الجزائري بالمحرر الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني، يواجه التطبيق العملي صعوبات جمة، أبرزها: احتمالية التلاعب بالمحررات الرقمية، وصعوبة التأكد من هوية الأطراف، واحتمال اختراق الأنظمة المعلوماتية، وضعف البنية التقنية لهيئات التوثيق الإلكتروني. فضلاً عن ذلك، لا يزال بعض القضاة يُولون الأولوية لوسائل الإثبات التقليدية بسبب محدودية الخبرة التقنية في المجال الرقمي.

الفرع الثالث: التوقيع الإلكتروني وإشكالاته التطبيقية

يبقى انتشار التوقيع الإلكتروني في الجزائر محدوداً بسبب عوامل متشابكة: ضعف الثقافة الرقمية، ومحدودية هيئات التصديق الإلكتروني المعتمدة، وارتفاع تكاليف البنية التقنية المطلوبة، ونقص الوعي القانوني بأهميته. ويؤدي تراجع استخدام التوقيع الإلكتروني إلى إبطاء نمو العقود الإلكترونية وبقاء كثير من المتعاملين متمسكين بالوثائق الورقية التقليدية.

تعميم قانوني

القانون رقم 15-04 المؤرخ في 01 فبراير 2015 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

خاتمة جزئية: يُمثّل الإثبات الإلكتروني ركيزة أساسية لنجاح التجارة الإلكترونية، غير أن فعاليته لا تزال تعترضها عقبات قانونية وتقنية جوهرية، مما يستوجب تطوير البنية القانونية والتقنية الداعمة وتكوين الكفاءات القضائية في المجال الرقمي.

خاتمة المبحث الأول:

أثبتت الدراسة أن البيئة القانونية الجزائرية لا تزال تعاني من ثلاث فجوات رئيسية: فجوة تشريعية، وفجوة في الاختصاص القضائي، وفجوة في منظومة الإثبات الرقمي. وهذه الفجوات مجتمعة تُوهن الأمن القانوني للمعاملات الإلكترونية وتُقلل من ثقة المتعاملين بها، مما يجعل إصلاح المنظومة التشريعية الرقمية ضرورة حتمية.

وعليه، فإن تجاوز هذه المعوقات القانونية يقتضي مراجعة مستمرة للنصوص التشريعية بما ينسجم مع التطور المتسارع للتكنولوجيا الرقمية ويضمن تحقيق الأمن القانوني للمعاملات الإلكترونية.

المبحث الثاني: المعوقات التقنية والاقتصادية

لا يقتصر نجاح التجارة الإلكترونية على وجود إطار قانوني منظم، بل يشترط توافر بيئة تقنية واقتصادية ملائمة تضمن إجراء المعاملات الإلكترونية بصورة آمنة وفعّالة. وتكشف الدراسة الميدانية أن الجزائر تعاني من ثلاثة أصناف من العقبات: ضعف البنية التحتية الرقمية (المطلب الأول)، ومشاكل الأمن السيبراني (المطلب الثاني)، والتكلفة الاقتصادية للتحويل الرقمي (المطلب الثالث).

المطلب الأول: نقص البنية التحتية الرقمية

الفرع الأول: ضعف خدمات الإنترنت والاتصال

تشكل شبكة الإنترنت العمود الفقري للتجارة الإلكترونية، إذ لا يمكن تصوّر معاملات رقمية دون اتصال سريع ومستقر. غير أن الجزائر لا تزال تعاني من بطء سرعة الإنترنت، وضعف التغطية في بعض المناطق، وتقطّعات الخدمة، ومحدودية انتشار الألياف البصرية؛ مما يؤثر مباشرة على جودة الخدمات الإلكترونية ويُقيّد قدرة المؤسسات الوطنية على المنافسة في الأسواق الرقمية الدولية.

ويرتبط نجاح التجارة الإلكترونية ارتباطاً وثيقاً بجودة البنية التحتية الرقمية، إذ إن أي قصور في خدمات الاتصال والإنترنت يؤدي إلى تقليص حجم المعاملات الإلكترونية وإضعاف ثقة المتعاملين بها¹.

الفرع الثاني: محدودية وسائل الدفع الإلكتروني

يُعدّ الدفع الإلكتروني ركيزة أساسية للتجارة الرقمية، غير أن الجزائر تشهد تأخراً نسبياً في هذا المجال يتجلى في ضعف انتشار البطاقات البنكية، ومحدودية استخدام الدفع عبر الإنترنت، وقلة المنصات الإلكترونية المعتمدة. ورغم الجهود المبذولة كبطاقة CIB وخدمة البريد الذهبي، يبقى الاستخدام الفعلي لهذه الوسائل محدوداً بسبب ضعف الثقة في الأنظمة البنكية الإلكترونية، والخشية من القرصنة، ونقص الثقافة المصرفية الرقمية.

1 OECD, The Digital Economy, OECD Publishing, Paris, 2019, ص 56.

الفرع الثالث: ضعف الخدمات اللوجستية والتوصيل

تعتمد التجارة الإلكترونية اعتمادًا كبيرًا على فعالية خدمات التوصيل، إلا أن الجزائر تواجه صعوبات لوجستية تتمثل في: التأخر في تسليم الطلبات، وضعف التغطية الجغرافية لشركات التوصيل، وارتفاع تكاليف النقل، ومشاكل الدقة في تحديد العناوين؛ وهي عوامل تُضعف ثقة المستهلكين في المتاجر الإلكترونية.

خاتمة جزئية: يُمثل ضعف البنية التحتية الرقمية عائقًا حقيقيًا أمام تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر، مما يجعل تطويرها شرطًا أساسيًا لتحقيق اقتصاد رقمي فعال.

المطلب الثاني: مشاكل الأمن السيبراني

تعد الهجمات الإلكترونية واختراق قواعد البيانات من أبرز المخاطر التي تهدد التجارة الإلكترونية، لما يترتب عنها من تسريب للبيانات الشخصية والمصرفية للمستهلكين. ¹

الفرع الأول: مفهوم الأمن السيبراني وأهميته

يُعرّف الأمن السيبراني بأنه مجموع الوسائل والتقنيات والإجراءات الرامية إلى حماية الأنظمة المعلوماتية والشبكات الإلكترونية من الاختراقات والهجمات الرقمية. ويكتسب هذا الأمن أهمية بالغة في مجال التجارة الإلكترونية نظرًا لاعتماد المعاملات على تبادل بيانات حساسة كالمعلومات البنكية والبيانات الشخصية وكلمات المرور.

الفرع الثاني: مظاهر التهديدات والجرائم الإلكترونية

أبرز التطور التكنولوجي أنماطًا جديدة من الجرائم الإلكترونية تُشكل تهديدًا حقيقيًا للتجارة الرقمية، أبرزها: الاحتيال الإلكتروني، وسرقة الحسابات البنكية، واختراق المواقع الإلكترونية، والقرصنة المعلوماتية، وسرقة البيانات الشخصية. وتزداد خطورة هذه الجرائم بصعوبة اكتشافها وتتبع مرتكبيها، لا سيما عندما تتم عبر شبكات دولية معقدة.

1 عبد القادر سعدي، "التجارة الإلكترونية وتحديات الجريمة المعلوماتية"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 4، العدد 1، 2019.

تؤثر المخاطر الأمنية تأثيراً مباشراً على سلوك المستهلك الإلكتروني، حيث يدفع الخوف من الاحتيال أو سرقة البيانات كثيراً من الأفراد إلى الإحجام عن التجارة الإلكترونية. ويُفاقم من هذه الإشكالية ضعف الوعي الأمني لدى المستخدمين الذي يزيد من عرضتهم للاختراق، خاصة مع انتشار أساليب التصيد الإلكتروني.

الفرع الثالث: الحماية القانونية من الجرائم الإلكترونية

أدرك المشرع الجزائري خطورة الجرائم الإلكترونية وانعكاساتها السلبية على التجارة الإلكترونية، لذلك تدخل من خلال سن مجموعة من النصوص القانونية الرامية إلى حماية الأنظمة المعلوماتية وتأمين المعاملات الرقمية، وعلى رأسها القانون رقم 09-04 المؤرخ في 05 أوت 2009 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها. كما عزز الحماية القانونية بإصدار القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، والقانون رقم 18-07 المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي. غير أن فعالية هذه النصوص تبقى مرتبطة بمدى تطبيقها العملي وتطويرها بما يتلاءم مع التطور المستمر للجرائم السيبرانية وأساليب الاختراق الحديثة.

خاتمة جزئية: يُعدّ تعزيز الأمن السيبراني شرطاً جوهرياً لنجاح التجارة الإلكترونية، إذ إن تنامي الجرائم الإلكترونية وضعف أنظمة الحماية الرقمية يُفضيان إلى تراجع مستوى الثقة في المعاملات الرقمية.¹

المطلب الثالث: التكلفة الاقتصادية للتحويل الرقمي

كما أن التحويل نحو التجارة الإلكترونية يتطلب استثمارات مالية معتبرة تتعلق بإنشاء المنصات الرقمية وتطوير أنظمة الحماية الإلكترونية والتسويق الرقمي، وهو ما يشكل عبئاً اقتصادياً بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.²

1 G. Schneider, Electronic Commerce, 2017, ص 164.

2 المرجع السابق.

الفرع الأول: ارتفاع تكاليف التحول الرقمي

يتطلب الانتقال إلى التجارة الإلكترونية استثمارات مالية معتبرة تشمل: إنشاء المواقع الإلكترونية، وتطوير التطبيقات الرقمية، وشراء التجهيزات التقنية، وتكاليف الصيانة والحماية الإلكترونية، وتأهيل الموارد البشرية. وتُشكل هذه التكاليف عائقًا أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تفتقر إلى التمويل اللازم للاستثمار الرقمي.

الفرع الثاني: ضعف الاستثمار في الاقتصاد الرقمي

يعاني الاقتصاد الرقمي في الجزائر من محدودية الاستثمارات الموجهة لتطوير البنية الرقمية والتكنولوجية، ويتجلى ذلك في ضعف تمويل المؤسسات الناشئة، وقلة الحوافز الاستثمارية، ونقص الابتكار الرقمي؛ مما يحدّ من قدرة المؤسسات الوطنية على تطوير خدمات إلكترونية تنافسية.

الفرع الثالث: أثر المعوقات الاقتصادية على تنافسية المؤسسات

تُفضي العقبات الاقتصادية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية إلى إضعاف تنافسية المؤسسات الجزائرية، خاصة في مواجهة الشركات الأجنبية ذات الإمكانيات التقنية والمالية المتطورة. ويدفع ارتفاع تكاليف التشغيل الإلكتروني بعض المؤسسات إلى التمسك بالطرق التجارية التقليدية.

خاتمة المبحث الثاني:

أثبتت الدراسة أن نجاح التجارة الإلكترونية مشروط بتوافر بيئة تقنية واقتصادية متطورة وآمنة، وأن ضعف البنية التحتية الرقمية ومخاطر الأمن السيبراني وارتفاع تكاليف التحول الرقمي تؤثر مجتمعةً على فعالية المعاملات الرقمية وثقة المتعاملين بها.

المبحث الثالث: المعوقات الاجتماعية والثقافية

إلى جانب المعوقات القانونية والتقنية والاقتصادية، تواجه التجارة الإلكترونية عقبات اجتماعية وثقافية تؤثر بصورة مباشرة على انتشارها. إذ يرتبط نجاح هذا النوع من التجارة بمدى تقبل الأفراد للمعاملات الإلكترونية وثقتهم في الوسائل الرقمية الحديثة. وتتجلى هذه العقبات في ضعف الثقة الإلكترونية (المطلب الأول)، والأمية الرقمية (المطلب الثاني)، والعادات الاستهلاكية التقليدية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: نقص الثقة في التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: مفهوم الثقة الإلكترونية وأهميتها

تُعدّ الثقة الإلكترونية من أهم العناصر الأساسية لنجاح التجارة الرقمية، وتعني شعور المستهلك بالأمان والاطمئنان أثناء إجراء معاملاته الإلكترونية. وتكتسب هذه الثقة أهمية بالغة في البيئة الرقمية، لأن المعاملات تتم عن بُعد دون اتصال مباشر بين الأطراف، وهو ما يجعل المستهلك يعتمد على المعلومات المعروضة إلكترونياً. وقد أكدت الدراسات أن تراجع الثقة الرقمية يُعدّ من أبرز العوامل المُثَبِّطة لانتشار التجارة الإلكترونية في الدول النامية.

الفرع الثاني: مخاطر الاحتيال الإلكتروني وأثرها على الثقة

يُعدّ الاحتيال الإلكتروني المحرك الرئيسي لضعف الثقة في التجارة الإلكترونية، إذ تنتشر ممارسات غير مشروعة كسرقة البيانات البنكية، وانتحال الهوية، وإنشاء مواقع وهمية، وعرض منتجات غير مطابقة للمواصفات. وقد ساهم انتشار هذه الجرائم في تعميق مخاوف المستهلكين من مشاركة بياناتهم الشخصية عبر الإنترنت.

الفرع الثالث: ضعف الثقة في وسائل الدفع الإلكتروني

لا تزال نسبة كبيرة من المستهلكين تفضّل الدفع النقدي، خشيةً من اختراق حساباتهم البنكية أو فقدان أموالهم إلكترونياً. ويؤثر هذا الواقع مباشرةً على نمط التجارة الإلكترونية في

الجزائر، حيث تعتمد أغلب المتاجر الإلكترونية على الدفع عند الاستلام بدلاً من الدفع المسبق عبر الإنترنت.

ويرجع ضعف الثقة في التجارة الإلكترونية إلى التخوف من التعرض للاحتيال الإلكتروني أو استلام منتجات غير مطابقة للمواصفات المعروضة عبر المنصات الرقمية¹.

خاتمة جزئية: يُمثل ضعف الثقة الإلكترونية أحد أهم المعوقات الاجتماعية التي تُقيد انتشار التجارة الرقمية، ويستوجب معالجتها توفير حماية قانونية وتقنية فعّالة تُؤمن المعاملات الإلكترونية وتحمي المستهلك.

المطلب الثاني: الأمية الرقمية

إن ضعف المهارات الرقمية لدى شريحة معتبرة من المجتمع يحد من القدرة على استعمال الوسائط الإلكترونية والاستفادة من الخدمات الرقمية الحديثة².

الفرع الأول: مفهوم الأمية الرقمية وأثرها على التجارة الإلكترونية

تُقصد بالأمية الرقمية عجز الأفراد عن استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعامل مع الأنظمة الرقمية بصورة صحيحة وآمنة. وتُعدّ هذه الظاهرة من أبرز المعوقات في الدول النامية، حيث يفتقر قطاع واسع من السكان إلى المهارات الأساسية لاستعمال الإنترنت وإجراء عمليات الدفع الإلكتروني.

الفرع الثاني: ضعف برامج التكوين والتوعية الرقمية

تبقى برامج التكوين والتوعية الرقمية في الجزائر محدودة قياساً بسرعة التطور التكنولوجي، مما يُسهم في استمرار ضعف الثقافة الإلكترونية لدى فئات اجتماعية واسعة. ويتضح هذا

1 E. Lawrence, [عنوان المرجع]، 2010، ص 31.

2 المرجع السابق، ص 74.

القصور في ضعف مناهج التكوين الرقمي، ومحدودية التوعية بمخاطر الإنترنت، وغياب برامج تعليمية متخصصة في الاقتصاد الرقمي.

الفرع الثالث: أثر الأمية الرقمية على الاقتصاد الوطني

لا تقتصر آثار الأمية الرقمية على الأفراد، بل تمتد لتنعكس على الاقتصاد الوطني ككل، من خلال إبطاء التحول الرقمي، وتراجع استخدام الخدمات الإلكترونية، وضعف الابتكار التكنولوجي، وتدني تنافسية المؤسسات الوطنية؛ مما يُقيّد قدرة المجتمع على الاستفادة من فرص الاقتصاد الرقمي.

خاتمة جزئية: تُعدّ الأمية الرقمية من أبرز التحديات الاجتماعية التي تُقيّد تطور التجارة الإلكترونية، وتستوجب مواجهتها رفع مستوى التكوين والتوعية الرقمية وإدماجها في المناهج التعليمية.

المطلب الثالث: العادات الاستهلاكية التقليدية

لا يزال جزء من المستهلكين يفضلون المعاملات التقليدية التي تسمح بمعاينة المنتج مادياً قبل شرائه، وهو ما يفسر استمرار الاعتماد على الأسواق التقليدية رغم انتشار الوسائط الرقمية¹.

الفرع الأول: التمسك بأسلوب التجارة التقليدية

لا يزال عدد كبير من المستهلكين يُفضّل المعاملات التجارية التقليدية القائمة على المعاينة المباشرة للسلع والخدمات، وذلك بسبب الرغبة في التحقق من جودة المنتج، والخشية من الغش الإلكتروني، والموروث الاجتماعي المتعلق بممارسة التجارة. وتحدّ هذه السلوكيات من توسع التجارة الإلكترونية، خاصة في القطاعات التي تعتمد اعتماداً أساسياً على المعاينة الحسية للمنتجات.

1 محمد حسين منصور، التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010، ص 203.

الفرع الثاني: ضعف الوعي بأهمية الاقتصاد الرقمي

لا يزال شريحة من المجتمع تنظر إلى التجارة الإلكترونية باعتبارها وسيلة ثانوية أو غير موثوقة، رغم الدور المحوري الذي بات يلعبه الاقتصاد الرقمي في التنمية الاقتصادية العالمية. ويعود ذلك إلى ضعف الثقافة الاقتصادية الرقمية، وشُح الحملات التحسيسية، واستمرار التصورات التقليدية للتجارة.

الفرع الثالث: أثر المعوقات الثقافية على تطور التجارة الإلكترونية

تؤثر المعوقات الثقافية تأثيراً مباشراً على تطور التجارة الإلكترونية، إذ يُفضي ضعف الوعي الرقمي واستمرار السلوك الاستهلاكي التقليدي إلى انخفاض حجم المعاملات الإلكترونية وتراجع تنافسية الاقتصاد الرقمي. وقد أكدت الدراسات أن نجاح التجارة الإلكترونية لا يتحقق بالتكنولوجيا وحدها، بل يتطلب تغييراً ثقافياً مجتمعياً حقيقياً.

خاتمة المبحث الثالث: يتبين أن نجاح التجارة الإلكترونية يتوقف كذلك على مدى تقبل المجتمع للتحويل الرقمي، وأن ضعف الثقة الرقمية والأمية التكنولوجية واستمرار أنماط الاستهلاك التقليدي تُشكل عقبات حقيقية تستوجب تعزيز الثقافة الرقمية وتطوير برامج التكوين والتوعية.

خاتمة الفصل الثاني :

من خلال دراسة معوقات التجارة الإلكترونية، يتضح أن هذا النمط الحديث من المعاملات التجارية، رغم ما يوفره من مزايا اقتصادية وقانونية، لا يزال يواجه العديد من العراقيل التي تحد من انتشاره وتطوره، خاصة في البيئة الجزائرية.

فقد تبين أن المعوقات القانونية تتمثل أساساً في بعض أوجه القصور التشريعي المرتبطة بتنظيم المعاملات الإلكترونية، وصعوبة تحديد الاختصاص القضائي في المنازعات ذات الطابع الإلكتروني، إضافة إلى الإشكالات المتعلقة بالإثبات الإلكتروني وحجية المحررات الرقمية. كما كشفت الدراسة أن المعوقات التقنية والاقتصادية، وعلى رأسها ضعف البنية التحتية الرقمية، ومحدودية وسائل الدفع الإلكتروني، ومخاطر الأمن السيبراني، تشكل عوائق حقيقية أمام تحقيق بيئة رقمية آمنة وفعالة.

ومن جهة أخرى، أظهرت الدراسة أن المعوقات الاجتماعية والثقافية لا تقل أهمية عن غيرها، حيث يساهم ضعف الثقة في المعاملات الإلكترونية، وانتشار الأمية الرقمية، واستمرار بعض العادات الاستهلاكية التقليدية في الحد من الإقبال على التجارة الإلكترونية وتوسيع نطاقها.

وعليه، فإن تجاوز هذه المعوقات يقتضي اعتماد مقاربة شاملة تجمع بين تطوير المنظومة القانونية، وتعزيز البنية التحتية الرقمية، وتوفير الحماية التقنية اللازمة، إلى جانب نشر الثقافة الرقمية وترسيخ الثقة في البيئة الإلكترونية. وهو ما يجعل من البحث عن آليات فعالة لتطوير التجارة الإلكترونية ضرورة حتمية لضمان نجاح التحول الرقمي وتحقيق الاستفادة القصوى من مزايا الاقتصاد الرقمي، وهو ما سيتم التطرق إليه في الفصل الثالث من هذه الدراسة.

الفصل الثالث :

آليات تطوير التجارة الالكترونية و تجاوز
معوقاتها

تمهيد :

أظهرت الدراسة في الفصل السابق أن التجارة الإلكترونية في الجزائر لا تزال تواجه مجموعة من المعوقات القانونية والتقنية والاقتصادية والاجتماعية، الأمر الذي يحد من قدرتها على أداء دورها في دعم الاقتصاد الرقمي وتحقيق التنمية الاقتصادية. ومن ثم فإن تجاوز هذه العراقيل يتطلب تبني مقاربة شاملة تقوم على إصلاح المنظومة القانونية، وتطوير البنية التحتية الرقمية، وتعزيز الأمن السيبراني، ونشر الثقافة الرقمية داخل المجتمع. وعليه، سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الآليات القانونية لتطوير التجارة الإلكترونية (المبحث الأول)، ثم الآليات التقنية والاقتصادية (المبحث الثاني)، وأخيراً الآليات الاجتماعية والثقافية (المبحث الثالث).

المبحث الأول: الآليات القانونية لتطوير التجارة الإلكترونية.

تعد المنظومة القانونية من أهم الركائز التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية، إذ لا يمكن الحديث عن بيئة رقمية آمنة ومستقرة دون وجود إطار قانوني قادر على تنظيم مختلف المعاملات الإلكترونية وحماية الحقوق والمصالح المتعارضة للأطراف المتعاملة. فمع التطور المتسارع للتكنولوجيا الرقمية واتساع نطاق استخدام شبكة الإنترنت في المعاملات التجارية، برزت الحاجة إلى مراجعة التشريعات التقليدية وتكييفها مع خصوصيات البيئة الإلكترونية التي تتميز بالسرعة واللامادية والطابع العابر للحدود.

ورغم الجهود التي بذلها المشرع الجزائري من خلال إصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، والقانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، والقانون رقم 18-07 المتعلق بحماية المعطيات الشخصية، إلا أن الواقع العملي لا يزال يكشف عن وجود بعض النقائص القانونية التي تستدعي التدخل التشريعي المستمر لمواكبة التطورات الرقمية المتلاحقة. وعليه، سيتم التطرق إلى تحديث التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية (المطلب الأول)، ثم تعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني (المطلب الثاني)، وأخيراً تطوير آليات تسوية المنازعات الإلكترونية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: تحديث التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية

الفرع الأول: ضرورة مراجعة وتطوير القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية
يعتبر القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية خطوة مهمة في مسار تنظيم المعاملات الإلكترونية في الجزائر، حيث وضع إطاراً قانونياً يحدد شروط ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني وحقوق والتزامات مختلف المتعاملين في هذا المجال. غير أن الطابع المتطور للتكنولوجيا الرقمية يفرض ضرورة مراجعة هذا القانون بصورة دورية لضمان مواكبته للمستجدات التقنية والاقتصادية.

فمنذ صدور هذا القانون ظهرت العديد من التطبيقات الرقمية الجديدة التي لم تكن منتشرة بالشكل الحالي، مثل المنصات الرقمية متعددة الخدمات، وتطبيقات الاقتصاد التشاركي، والتجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والعقود الذكية المعتمدة على تقنية البلوك تشين. وهو ما يجعل بعض الأحكام الحالية غير كافية لتنظيم هذه المستجدات بصورة دقيقة.

كما أن بعض النصوص القانونية جاءت بصياغة عامة تترك مجالاً واسعاً للتفسير والاجتهاد، وهو ما قد يؤدي إلى ظهور صعوبات عملية عند التطبيق. لذلك أصبح من الضروري مراجعة القانون بصورة دورية بما ينسجم مع التحولات الرقمية المتسارعة ويحقق الأمن القانوني للمتعاملين¹.

الفرع الثاني: تنظيم المستجدات الرقمية الحديثة

لم تعد التجارة الإلكترونية تقتصر على المواقع الإلكترونية التقليدية، بل أصبحت تشمل تطبيقات الهاتف الذكي، ومنصات التواصل الاجتماعي، والأسواق الإلكترونية العالمية التي تسمح بإجراء آلاف المعاملات في وقت قصير. كما أدى ظهور الذكاء الاصطناعي إلى تطوير أنظمة رقمية قادرة على إبرام بعض المعاملات بصورة شبه آلية.

1 محمد بن داود، القانون الرقمي والتجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الجزائر، 2020، ص 145.

وفي هذا السياق، يبرز دور المشرع في وضع إطار قانوني واضح ينظم هذه المعاملات الجديدة، ويحدد المسؤولية القانونية للأطراف المتدخلة فيها، خاصة في الحالات التي يتم فيها الاعتماد على أنظمة إلكترونية ذكية أو وسائط رقمية متطورة.

كما أن تنظيم هذه المستجدات يساهم في تقليل المخاطر القانونية ويعزز ثقة المستثمرين والمستهلكين في البيئة الرقمية¹.

الفرع الثالث: تعزيز الإطار القانوني للإثبات والتوقيع الإلكتروني

يشكل الإثبات الإلكتروني أحد أهم عناصر التجارة الإلكترونية، نظرًا لارتباطه بإثبات الحقوق والالتزامات الناشئة عن المعاملات الرقمية. وقد اعترف المشرع الجزائري بحجية المحررات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني من خلال القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

ورغم أهمية هذا التنظيم، إلا أن التطبيق العملي ما زال يواجه بعض الصعوبات المتعلقة بإثبات سلامة البيانات الإلكترونية وإمكانية الاحتفاظ بها واسترجاعها بصورة موثوقة عند الحاجة. لذلك يتعين تطوير الوسائل التقنية والقانونية المتعلقة بالإثبات الإلكتروني، بما يضمن تعزيز الثقة في المعاملات الرقمية ويحقق الحماية القانونية للأطراف المتعاقدة².

المطلب الثاني: تعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني

الفرع الأول: تكريس حق الإعلام الإلكتروني

يعتبر حق الإعلام من أهم الحقوق الأساسية التي يتمتع بها المستهلك الإلكتروني، إذ يهدف إلى تمكينه من تكوين إرادة حرة ومستتيرة قبل التعاقد. ويقصد بالإعلام الإلكتروني التزام المورد أو التاجر الإلكتروني بتقديم جميع المعلومات الضرورية المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المعروضة للبيع بصورة واضحة ودقيقة.

1 Paul Todd, E-Commerce Law, Cavendish Publishing, London, 2005 ص 105.

2 عبد القادر رحمان، الإثبات الإلكتروني في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة وهران، 2019، ص 247.

وقد حرص المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 18-05 على إلزام المورد الإلكتروني بتقديم مجموعة من البيانات الأساسية للمستهلك، مثل هوية المورد، وخصائص المنتج، والسعر، وشروط التسليم، ووسائل الدفع المتاحة.

غير أن فعالية هذا الحق تبقى مرتبطة بمدى التزام الموردين الإلكترونيين بتطبيق هذه الأحكام، ووجود رقابة فعالة على مختلف المنصات التجارية الرقمية¹.

الفرع الثاني: توسيع نطاق حق العدول

يتميز التعاقد الإلكتروني بغياب المعاينة المادية المباشرة للسلعة أو الخدمة، الأمر الذي قد يؤدي إلى وقوع المستهلك في بعض الأخطاء عند اتخاذ قرار الشراء. ومن هذا المنطلق برز حق العدول كآلية قانونية تهدف إلى إعادة التوازن للعلاقة التعاقدية بين المستهلك والتاجر الإلكتروني.

ويقصد بحق العدول إمكانية تراجع المستهلك عن العقد خلال مدة معينة دون الحاجة إلى تبرير قراره، وهو ما يسمح له بإعادة تقييم المنتج بعد استلامه فعلياً.

وتكمن أهمية هذا الحق في تعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية وتشجيع المستهلكين على استخدام وسائل التجارة الإلكترونية دون الخوف من التعرض للغش أو التضليل².

الفرع الثالث: تعزيز حماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني

أصبحت البيانات الشخصية تمثل مورداً اقتصادياً مهماً في العصر الرقمي، حيث تعتمد العديد من المنصات الإلكترونية على جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالمستهلكين من أجل تطوير خدماتها وتحسين استراتيجياتها التسويقية.

1 نور الدين عيساوي، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري"، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 12، العدد 2، 2020، ص 61.

2 عبد الله حسين قاسم، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، دار وائل، عمان، 2016، ص 186.

غير أن هذا الأمر قد يشكل تهديدًا لخصوصية الأفراد إذا لم يتم تنظيمه قانونيًا بصورة فعالة. لذلك تدخل المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 07-18 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي.

القانون رقم 07-18 المؤرخ في 10 جوان 2018 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ويستوجب تعزيز هذه الحماية تطوير آليات الرقابة وتكثيف العقوبات المقررة ضد المخالفين، بالإضافة إلى نشر الوعي القانوني لدى المستخدمين حول حقوقهم المتعلقة بحماية بياناتهم الشخصية.

المطلب الثالث: تطوير آليات تسوية المنازعات الإلكترونية

الفرع الأول: تفعيل القضاء الإلكتروني

أدى التطور التكنولوجي إلى ظهور الحاجة إلى تحديث مرفق العدالة بما يتماشى مع متطلبات البيئة الرقمية. ويقصد بالقضاء الإلكتروني استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في مختلف مراحل التقاضي، بداية من رفع الدعوى إلكترونياً إلى غاية صدور الأحكام وتنفيذها. ويساهم القضاء الإلكتروني في تسريع الفصل في المنازعات وتقليل التكاليف الإجرائية، كما يتيح للأطراف إمكانية متابعة إجراءات التقاضي عن بعد، وهو ما يتناسب مع طبيعة المعاملات الإلكترونية التي تتسم بالسرعة والمرونة¹.

الفرع الثاني: تشجيع التحكيم الإلكتروني

أصبح التحكيم الإلكتروني من الوسائل الحديثة لتسوية المنازعات الناشئة عن التجارة الإلكترونية، خاصة في المعاملات الدولية التي يصعب فيها تحديد المحكمة المختصة أو القانون الواجب التطبيق.

1 المرجع السابق، ص 254.

ويتميز التحكيم الإلكتروني بالسرعة والمرونة والسرية، كما يسمح للأطراف بإدارة إجراءات النزاع عن بعد باستخدام الوسائل الرقمية المختلفة.

ولذلك أصبح من الضروري تشجيع اللجوء إلى هذه الوسيلة من خلال وضع إطار قانوني ينظمها ويحدد شروطها وآثارها القانونية¹.

الفرع الثالث: تعزيز الوساطة الإلكترونية والتعاون الدولي

إلى جانب القضاء والتحكيم الإلكتروني، تمثل الوساطة الإلكترونية إحدى الوسائل البديلة الحديثة لتسوية المنازعات، حيث تسمح بحل النزاعات بصورة ودية بعيداً عن التعقيدات القضائية التقليدية.

كما أن الطبيعة العابرة للحدود للتجارة الإلكترونية تجعل من التعاون القضائي الدولي ضرورة حتمية لمكافحة الجرائم الإلكترونية وتنفيذ الأحكام القضائية المتعلقة بالمنازعات الرقمية.

ومن ثم فإن تعزيز التعاون الدولي وتبادل الخبرات القانونية والتقنية بين الدول من شأنه أن يساهم في توفير بيئة قانونية أكثر استقراراً وأماناً للتجارة الإلكترونية².

خاتمة المبحث الأول: يتضح مما سبق أن تطوير التجارة الإلكترونية لا يقتصر على توفير الوسائل التقنية الحديثة فحسب، بل يتطلب بالدرجة الأولى وجود منظومة قانونية متكاملة وقادرة على مواكبة التطورات الرقمية المتسارعة. ويظهر ذلك من خلال ضرورة تحديث التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية، وتعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني، وتطوير آليات فعالة لتسوية المنازعات الناشئة عن المعاملات الرقمية. كما أن تحقيق الأمن القانوني والثقة في البيئة الإلكترونية يظل رهيناً بمدى قدرة المشرع على الاستجابة المستمرة للتحديات التي يفرضها الاقتصاد الرقمي، بما يضمن حماية الحقوق وتحقيق التوازن بين مختلف الفاعلين في مجال التجارة الإلكترونية.

1 E. Montero, [عنوان المرجع]، 2009.

2 عبد القادر الشريف، القانون الدولي للتجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2015، ص 271.

المبحث الثاني: الآليات التقنية والاقتصادية لتطوير التجارة الإلكترونية

لا يكفي وجود إطار قانوني متكامل لضمان نجاح التجارة الإلكترونية، بل يتطلب الأمر كذلك توفير بيئة تقنية واقتصادية ملائمة تسمح بممارسة الأنشطة التجارية الإلكترونية في ظروف آمنة وفعالة. فالتجارة الإلكترونية تعتمد أساساً على البنية التحتية الرقمية وشبكات الاتصال ووسائل الدفع الإلكتروني والخدمات اللوجستية، كما ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمستوى الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة والأمن السيبراني. ومن ثم فإن تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر يستوجب معالجة مختلف النقائص التقنية والاقتصادية التي تعيق نموها، من خلال تحسين البنية التحتية الرقمية (المطلب الأول)، وتعزيز الأمن السيبراني (المطلب الثاني)، ودعم الاستثمار والتحول الرقمي (المطلب الثالث).

المطلب الأول: تطوير البنية التحتية الرقمية

الفرع الأول: تحسين شبكات الاتصال وخدمات الإنترنت

تمثل البنية التحتية الرقمية الأساس الذي تقوم عليه التجارة الإلكترونية، إذ لا يمكن تصور وجود معاملات إلكترونية فعالة دون توفر شبكة اتصال مستقرة وسريعة. فكلما ارتفعت جودة خدمات الإنترنت، زادت قدرة المؤسسات والأفراد على استخدام المنصات الرقمية وإبرام العقود الإلكترونية وتنفيذ عمليات الدفع والتسليم بكفاءة أكبر.

ورغم الجهود التي بذلتها الجزائر خلال السنوات الأخيرة لتوسيع شبكات الألياف البصرية وتحسين خدمات الجيل الرابع والخامس، إلا أن العديد من المناطق لا تزال تعاني من ضعف التغطية أو بطء تدفق البيانات، وهو ما ينعكس سلباً على أداء التجارة الإلكترونية ويحد من انتشارها.

كما أن التفاوت الرقمي بين المناطق الحضرية والريفية يؤدي إلى حرمان فئات واسعة من الاستفادة من الخدمات الإلكترونية، مما يستوجب اعتماد سياسات وطنية تهدف إلى تحقيق

العدالة الرقمية وضمان استفادة جميع المواطنين من خدمات الاقتصاد الرقمي¹.

الفرع الثاني: تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني

تعد وسائل الدفع الإلكتروني من أهم مكونات التجارة الإلكترونية، لأنها تمثل الحلقة التي تربط بين عملية التعاقد الإلكتروني وتنفيذ الالتزام المالي. فنجاح المعاملات الإلكترونية يرتبط بوجود وسائل دفع آمنة وسريعة وموثوقة تمكن المستهلك من إتمام عمليات الشراء بسهولة.

وقد شهدت الجزائر تطوراً ملحوظاً في مجال الدفع الإلكتروني من خلال اعتماد البطاقة البنكية المشتركة (CIB) وبطاقة الذهبية، إضافة إلى إطلاق منصات الدفع الإلكتروني لفائدة المؤسسات الاقتصادية. غير أن استعمال هذه الوسائل لا يزال محدوداً مقارنة بالدول المتقدمة بسبب ضعف الثقافة المصرفية الرقمية وتردد بعض المستهلكين في استخدام الوسائل الإلكترونية.

وعليه، فإن تطوير منظومة الدفع الإلكتروني يقتضي تعزيز الثقة في الأنظمة البنكية الرقمية، وتبسيط الإجراءات المرتبطة بالدفع الإلكتروني، وتشجيع المؤسسات الاقتصادية على اعتماد وسائل الدفع الحديثة².

الفرع الثالث: تطوير الخدمات اللوجستية

تعتبر الخدمات اللوجستية من العناصر الأساسية في نجاح التجارة الإلكترونية، إذ تتوقف فعالية المعاملات الإلكترونية على قدرة المورد على إيصال المنتجات إلى المستهلكين في الوقت المناسب وبالجودة المطلوبة.

وتشمل الخدمات اللوجستية عمليات التخزين والتغليف والنقل والتوزيع وتتبع الشحنات، وهي عناصر تؤثر بصورة مباشرة في رضا المستهلك عن الخدمة المقدمة. لذلك فإن تطوير

1 OECD, The Digital Economy, OECD Publishing, Paris, 2019 ص 54.

2 G. Schneider, Electronic Commerce, 2017 ص 174.

التجارة الإلكترونية يتطلب تحديث قطاع البريد والنقل واعتماد أنظمة ذكية لإدارة عمليات التوصيل.

كما ينبغي دعم المؤسسات الناشئة المتخصصة في خدمات التوصيل السريع وتشجيعها على استخدام الحلول الرقمية الحديثة من أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة للمستهلكين¹.

خاتمة جزئية :

يتضح أن تطوير البنية التحتية الرقمية يشكل شرطاً أساسياً لنجاح التجارة الإلكترونية، إذ يساهم تحسين خدمات الإنترنت ووسائل الدفع والخدمات اللوجستية في تعزيز كفاءة المعاملات الإلكترونية وزيادة ثقة المستهلكين فيها.

المطلب الثاني: تعزيز الأمن السيبراني

الفرع الأول: تطوير أنظمة الحماية الإلكترونية

يعد الأمن السيبراني من أهم المتطلبات التقنية اللازمة لنجاح التجارة الإلكترونية، نظراً لما يوفره من حماية للبيانات والمعلومات المتداولة عبر الشبكات الرقمية. فمع تزايد الاعتماد على الوسائط الإلكترونية في إبرام العقود وتنفيذ المعاملات المالية، أصبحت المخاطر الإلكترونية أكثر تعقيداً وخطورة.

وتشمل الحماية الإلكترونية استخدام تقنيات التشفير الحديثة والجدران النارية وأنظمة كشف الاختراق، بالإضافة إلى اعتماد برامج الحماية المتطورة التي تمنع الوصول غير المشروع إلى البيانات.

كما أن تحديث الأنظمة المعلوماتية بصورة دورية يساعد على مواجهة التهديدات الإلكترونية المتجددة ويحد من مخاطر الاختراق والقرصنة¹.

1 E. Carol, [عنوان المرجع]، 2018، ص 382.

الفرع الثاني: مكافحة الجرائم الإلكترونية

أصبحت الجرائم الإلكترونية من أبرز التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية، لما تسببه من خسائر اقتصادية وأضرار قانونية للمؤسسات والمستهلكين على حد سواء. وتشمل هذه الجرائم الاحتيال الإلكتروني وسرقة البيانات الشخصية واختراق الحسابات البنكية وانتحال الهوية الرقمية.

وقد تدخل المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 04-09 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، بهدف توفير حماية قانونية للأنظمة المعلوماتية وتعزيز أمن المعاملات الإلكترونية.

غير أن التطور المستمر لأساليب الجرائم الإلكترونية يفرض تحديث الآليات القانونية والتقنية بصورة دائمة لمواكبة التحديات الجديدة².

الفرع الثالث: نشر ثقافة الأمن الرقمي

لا يمكن تحقيق الأمن السيبراني من خلال الوسائل التقنية فقط، بل يتطلب الأمر كذلك رفع مستوى الوعي الرقمي لدى المستخدمين. فكثير من الهجمات الإلكترونية تنجح بسبب ضعف الوعي بمخاطر الإنترنت وعدم معرفة أساليب الاحتيال الحديثة.

لذلك ينبغي تنظيم برامج تكوينية وحملات توعوية تستهدف مختلف فئات المجتمع، بهدف تعريفهم بالممارسات الآمنة أثناء استخدام المنصات الرقمية ووسائل الدفع الإلكتروني.

كما أن إدراج الثقافة الرقمية ضمن البرامج التعليمية والتكوينية يساهم في بناء مجتمع أكثر قدرة على مواجهة التهديدات السيبرانية³.

خاتمة جزئية : يتبين أن الأمن السيبراني يمثل ركيزة أساسية لضمان استقرار التجارة الإلكترونية واستمراريتها، وأن تعزيز الحماية الرقمية ومكافحة الجرائم الإلكترونية ونشر الوعي الأمني تشكل عناصر متكاملة لتحقيق بيئة رقمية آمنة.

1 E. Lawrence, [عنوان المرجع]، 2010، ص 29.

2 القانون رقم 04-09 المؤرخ في 05 أوت 2009 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها.

3 المرجع السابق، ص 76.

المطلب الثالث: دعم الاستثمار والتحول الرقمي

الفرع الأول: تشجيع الاستثمار في المؤسسات الناشئة

تلعب المؤسسات الناشئة دورًا محوريًا في تطوير الاقتصاد الرقمي من خلال تقديم حلول مبتكرة وخدمات إلكترونية حديثة. لذلك أصبح دعم هذه المؤسسات ضرورة اقتصادية واستراتيجية لتحقيق التحول الرقمي.

ويتطلب ذلك توفير التمويل اللازم وتبسيط الإجراءات الإدارية ومنح الحوافز الجبائية التي تشجع المستثمرين على إنشاء مشاريع رقمية جديدة¹.

الفرع الثاني: تعزيز الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة

أصبح الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة من أهم مؤشرات التنمية الاقتصادية، حيث يساهم في تطوير الإنتاج وتحسين الخدمات وزيادة القدرة التنافسية للمؤسسات.

ويشمل هذا الاستثمار مجالات الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية وتحليل البيانات الضخمة والأمن السيبراني، وهي مجالات أصبحت تشكل الدعامة الأساسية للاقتصاد الرقمي الحديث².

الفرع الثالث: دعم التحول الرقمي للمؤسسات الاقتصادية

أصبح التحول الرقمي ضرورة حتمية للمؤسسات الاقتصادية الراغبة في المحافظة على قدرتها التنافسية في السوق. فاعتماد الحلول الرقمية يساهم في تحسين الإنتاجية وتقليل التكاليف وتوسيع قاعدة الزبائن.

كما أن رقمنة الخدمات الإدارية والتجارية تمكن المؤسسات من تحسين جودة خدماتها والاستجابة السريعة لمتطلبات السوق، وهو ما ينعكس إيجابًا على نمو التجارة الإلكترونية³.

1 G. Schneider, Electronic Commerce, 2017، ص 291.

2 E. Turban, Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective, 2015، ص 210.

3 خالد زواوي، التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي، دار الخلدونية، الجزائر، 2019، ص 164.

خاتمة المبحث الثاني :

من خلال ما سبق، يتضح أن نجاح التجارة الإلكترونية لا يرتبط فقط بوجود إطار قانوني منظم، وإنما يتطلب أيضاً توفير بنية تقنية واقتصادية متطورة تدعم مختلف مراحل المعاملة الإلكترونية. فكلما تحسنت البنية التحتية الرقمية وتعزز الأمن السيبراني وتطورت الاستثمارات التكنولوجية، ازدادت قدرة التجارة الإلكترونية على المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية وتعزيز مكانة الاقتصاد الرقمي في الجزائر. ومن ثم فإن تطوير هذه الجوانب يمثل شرطاً أساسياً لتجاوز المعوقات التقنية والاقتصادية وتحقيق تحول رقمي فعال ومستدام.

المبحث الثالث: الآليات الاجتماعية والثقافية لتطوير التجارة الإلكترونية

إذا كانت الإصلاحات القانونية والتقنية تمثل أساساً ضرورياً لتطوير التجارة الإلكترونية، فإن نجاحها الفعلي يبقى مرتبطاً بمدى تقبل المجتمع لهذا النمط الجديد من المعاملات التجارية. فالتجارة الإلكترونية ليست مجرد وسيلة تقنية لإبرام العقود وتنفيذ المعاملات، بل هي ثقافة اقتصادية واجتماعية جديدة تتطلب تغييراً في السلوك الاستهلاكي وفي طريقة تعامل الأفراد والمؤسسات مع الوسائط الرقمية.

وقد أظهرت التجارب الدولية أن المعوقات الاجتماعية والثقافية تعد من أكثر العوامل تأثيراً في انتشار التجارة الإلكترونية، خاصة في الدول النامية التي لا تزال تشهد ضعفاً في الثقافة الرقمية وتردداً في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات الرقمية. ومن هذا المنطلق، فإن تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر يقتضي العمل على تعزيز الثقة في البيئة الرقمية، ونشر الثقافة الرقمية، وتغيير بعض العادات الاستهلاكية التقليدية التي تعيق انتشار المعاملات الإلكترونية. وعليه سيتم التطرق إلى تعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية (المطلب الأول)، ونشر الثقافة الرقمية ومكافحة الأمية الرقمية (المطلب الثاني)، ثم تطوير الوعي الاستهلاكي الرقمي (المطلب الثالث).

المطلب الأول: تعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: أهمية الثقة في نجاح التجارة الإلكترونية

تعتبر الثقة من أهم المقومات التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية، إذ إن المستهلك الإلكتروني يتعامل في بيئة افتراضية تفتقر إلى الاتصال المباشر بين أطراف العلاقة التعاقدية. وعلى خلاف التجارة التقليدية التي تسمح للمستهلك بمعاينة المنتج والتأكد من جودته قبل الشراء، فإن التجارة الإلكترونية تقوم على الاعتماد على المعلومات والصور المعروضة عبر المنصات الرقمية.

ولهذا فإن قرار المستهلك بإتمام عملية الشراء يتوقف بدرجة كبيرة على مستوى الثقة الذي يشعر به تجاه التاجر الإلكتروني والمنصة المستعملة ووسيلة الدفع المعتمدة. وكلما ارتفع مستوى الثقة، زادت معدلات استخدام التجارة الإلكترونية واتسع نطاق انتشارها.

كما أن الثقة تساهم في تعزيز استقرار المعاملات الإلكترونية وتقليل المنازعات الناشئة عنها، مما ينعكس إيجاباً على تطور الاقتصاد الرقمي بصورة عامة¹.

الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في ثقة المستهلك الإلكتروني

تتأثر ثقة المستهلك الإلكتروني بعدة عوامل، من أهمها مستوى الحماية القانونية المقررة للمستهلك، وفعالية الأنظمة الأمنية المستخدمة لحماية البيانات الشخصية والمعاملات المالية، إضافة إلى السمعة التجارية للموقع الإلكتروني أو المنصة الرقمية.

كما تلعب جودة الخدمات المقدمة دوراً مهماً في تعزيز الثقة، حيث يساهم الالتزام بمواعيد التسليم، واحترام شروط التعاقد، وتوفير خدمة ما بعد البيع في تشجيع المستهلكين على تكرار التعامل مع المنصات الإلكترونية.

ومن جهة أخرى، تؤثر التجارب السلبية المتعلقة بالغش الإلكتروني أو الاحتيال الرقمي على مستوى الثقة العامة في التجارة الإلكترونية، حتى وإن كانت هذه الحالات محدودة من الناحية العددية².

الفرع الثالث: آليات تعزيز الثقة في البيئة الرقمية

يتطلب تعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية اعتماد مجموعة من الإجراءات القانونية والتقنية والاجتماعية المتكاملة. فمن الناحية القانونية ينبغي تفعيل النصوص المتعلقة بحماية المستهلك والبيانات الشخصية، وتشديد العقوبات على الجرائم الإلكترونية.

1 محمد حسين منصور، التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2010، ص 198.

2 المرجع السابق، ص 31.

أما من الناحية التقنية، فيجب تشجيع المؤسسات الاقتصادية على استخدام شهادات الأمان الإلكترونية وتقنيات التشفير الحديثة التي تضمن حماية المعلومات المتبادلة عبر الإنترنت.

كما تساهم الحملات الإعلامية والتوعوية في تعريف المستهلكين بحقوقهم وواجباتهم وتوضيح الضمانات القانونية المتاحة لهم، مما يعزز ثقتهم في استخدام الوسائط الإلكترونية¹.

خاتمة جزئية :

يتضح أن الثقة تمثل حجر الأساس في نجاح التجارة الإلكترونية، وأن تعزيزها يتطلب تضافر الجهود القانونية والتقنية والتوعوية من أجل توفير بيئة إلكترونية آمنة ومستقرة.

المطلب الثاني: نشر الثقافة الرقمية ومكافحة الأمية الرقمية

الفرع الأول: مفهوم الثقافة الرقمية وأهميتها

تشير الثقافة الرقمية إلى مجموع المعارف والمهارات التي تمكن الأفراد من استخدام الوسائط الرقمية بصورة فعالة وآمنة. ولم تعد هذه الثقافة مجرد مهارة إضافية، بل أصبحت ضرورة أساسية للاندماج في المجتمع الرقمي والاستفادة من الخدمات الإلكترونية المختلفة.

وتكمن أهمية الثقافة الرقمية في كونها تساعد الأفراد على فهم كيفية استخدام المنصات الإلكترونية ووسائل الدفع الرقمي والتطبيقات الحديثة، كما تمكنهم من حماية بياناتهم الشخصية والتعامل بحذر مع المخاطر الإلكترونية.

وفي مجال التجارة الإلكترونية، تساهم الثقافة الرقمية في زيادة إقبال الأفراد على المعاملات الإلكترونية وتحسين قدرتهم على الاستفادة من الفرص التي يوفرها الاقتصاد الرقمي².

1 المرجع السابق، ص 82.

2 المرجع السابق، ص 65.

الفرع الثاني: مظاهر الأمية الرقمية وأثرها على التجارة الإلكترونية

رغم التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم، لا تزال الأمية الرقمية تمثل إحدى العقبات الرئيسية أمام انتشار التجارة الإلكترونية في العديد من الدول النامية.

وتتمثل الأمية الرقمية في عدم قدرة الأفراد على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة أو ضعف معرفتهم بأساسيات التعامل مع الإنترنت والخدمات الرقمية. ويؤدي ذلك إلى عزوف فئات واسعة من المجتمع عن استخدام التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الرقمية.

كما أن ضعف المهارات الرقمية يحد من قدرة المستهلك على التمييز بين المواقع الموثوقة وغير الموثوقة، مما يجعله أكثر عرضة لعمليات الاحتيال الإلكتروني¹.

الفرع الثالث: آليات نشر الثقافة الرقمية

يتطلب نشر الثقافة الرقمية اعتماد استراتيجية وطنية شاملة تشمل مختلف المؤسسات التعليمية والإعلامية والاقتصادية.

ففي المجال التعليمي، ينبغي إدراج الثقافة الرقمية ضمن البرامج الدراسية في مختلف المراحل التعليمية، مع التركيز على الجوانب التطبيقية المتعلقة باستخدام التكنولوجيا الحديثة.

أما في المجال الإعلامي، فيجب تكثيف البرامج التوعوية التي تهدف إلى تعريف المواطنين بأهمية التجارة الإلكترونية وكيفية الاستفادة منها بطريقة آمنة.

كما يمكن للمؤسسات الاقتصادية أن تساهم في نشر الثقافة الرقمية من خلال تنظيم دورات تكوينية وورشات تدريبية لفائدة العاملين والعملاء².

1 المرجع السابق، ص 113.

2 المرجع السابق، ص 305.

خاتمة جزئية :

يتبين أن نشر الثقافة الرقمية يمثل شرطاً أساسياً لنجاح التجارة الإلكترونية، إذ يساهم في رفع مستوى الوعي الرقمي وتقليص آثار الأمية الرقمية وتعزيز مشاركة مختلف فئات المجتمع في الاقتصاد الرقمي.

المطلب الثالث: تطوير الوعي الاستهلاكي الرقمي

الفرع الأول: مفهوم الوعي الاستهلاكي الرقمي

يقصد بالوعي الاستهلاكي الرقمي قدرة المستهلك على اتخاذ قرارات رشيدة عند التعامل مع المنصات الرقمية، من خلال إدراك حقوقه وواجباته وفهم المخاطر المرتبطة بالمعاملات الإلكترونية.

ويعد هذا الوعي عنصراً أساسياً لحماية المستهلك من مختلف أشكال الغش والخداع الإلكتروني، كما يساهم في تعزيز ثقافة الاستهلاك المسؤول في البيئة الرقمية¹.

الفرع الثاني: دور التوعية في حماية المستهلك الإلكتروني

تساهم برامج التوعية في تعريف المستهلك بطرق التحقق من مصداقية المواقع الإلكترونية ووسائل الدفع المستخدمة، كما تساعد على التعرف على حقوقه القانونية في حالة وقوع نزاع أو تعرضه للغش الإلكتروني.

وتكتسي هذه البرامج أهمية خاصة في ظل التطور المستمر لأساليب الاحتيال الإلكتروني التي تستهدف المستهلكين عبر مختلف الوسائط الرقمية².

1 المرجع السابق، ص 205.

2 دليلة بليدي، "معوقات التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 14، العدد 1، 2021، ص 1130.

الفرع الثالث: دور المجتمع المدني ووسائل الإعلام في تعزيز الوعي الرقمي

لا يقتصر نشر الوعي الرقمي على مؤسسات الدولة فقط، بل يشمل كذلك منظمات المجتمع المدني ووسائل الإعلام بمختلف أنواعها. فهذه الجهات قادرة على الوصول إلى مختلف شرائح المجتمع ونشر المعلومات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية بصورة مبسطة وفعالة. كما يمكنها المساهمة في كشف الممارسات غير المشروعة والتحذير من المواقع الاحتيالية وتعزيز ثقافة الاستخدام الآمن للوسائط الرقمية¹.

خاتمة المبحث الثالث :

من خلال ما سبق، يتضح أن نجاح التجارة الإلكترونية لا يرتبط فقط بوجود تشريعات حديثة أو بنية تقنية متطورة، بل يتطلب كذلك تهيئة بيئة اجتماعية وثقافية داعمة لهذا النمط من المعاملات. فتعزيز الثقة في البيئة الرقمية، ونشر الثقافة الرقمية، وتطوير الوعي الاستهلاكي الرقمي، كلها عوامل أساسية لضمان اندماج الأفراد والمؤسسات في الاقتصاد الرقمي. كما أن الاستثمار في العنصر البشري يظل من أهم الآليات الكفيلة بتحقيق تحول رقمي مستدام وتعزيز مكانة التجارة الإلكترونية في الجزائر.

1 المرجع السابق، ص 91.

خاتمة الفصل الثالث :

من خلال دراسة الآليات الكفيلة بتطوير التجارة الإلكترونية وتجاوز مختلف المعوقات التي تعترض انتشارها، يتضح أن نجاح هذا النمط الحديث من المعاملات التجارية يتطلب تبني مقاربة شاملة ومتكاملة تجمع بين الإصلاح القانوني والتطوير التقني والتأهيل الاجتماعي والثقافي. فالتجارة الإلكترونية لم تعد مجرد وسيلة بديلة لممارسة النشاط التجاري، بل أصبحت أحد المرتكزات الأساسية للاقتصاد الرقمي ومحركاً مهماً للتنمية الاقتصادية وتعزيز التنافسية.

وقد تبين أن تطوير الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية يقتضي مواصلة تحديث التشريعات المنظمة للمعاملات الإلكترونية، وتعزيز حماية المستهلك الإلكتروني، وتوفير آليات فعالة لتسوية المنازعات الرقمية بما يحقق الأمن القانوني ويعزز الثقة في البيئة الإلكترونية. كما أظهرت الدراسة أن تطوير البنية التحتية الرقمية، وتوسيع استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وتعزيز الأمن السيبراني، وتشجيع الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة، تشكل عوامل أساسية لضمان فعالية المعاملات الإلكترونية واستمراريتها.

ومن جهة أخرى، فإن نجاح التجارة الإلكترونية يظل مرتبطاً بمدى قدرة المجتمع على التكيف مع متطلبات التحول الرقمي، من خلال نشر الثقافة الرقمية، ومكافحة الأمية التكنولوجية، وتعزيز الوعي الاستهلاكي الرقمي، وترسيخ الثقة في مختلف الخدمات الإلكترونية. فالعنصر البشري يبقى المحور الأساسي لأي مشروع للتحول الرقمي، مهما بلغت درجة تطور الوسائل التقنية والتشريعية.

وعليه، فإن تحقيق بيئة إلكترونية آمنة ومتطورة في الجزائر يستوجب تضافر جهود الدولة والمؤسسات الاقتصادية والهيئات المختصة ومختلف مكونات المجتمع، بما يسمح بتجاوز العقبات القائمة والاستفادة من الفرص التي يتيحها الاقتصاد الرقمي. ومن ثم، فإن تبني هذه

الآليات من شأنه أن يساهم في تعزيز مكانة التجارة الإلكترونية ودعم مسار التحول الرقمي وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

الخاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة الموسومة بـ "معوقات التجارة الإلكترونية - دراسة في ضوء التشريع الجزائري"، يتضح أن التجارة الإلكترونية أصبحت من أبرز مظاهر التحول الرقمي الذي يشهده العالم المعاصر، حيث فرضت الثورة التكنولوجية واقعا اقتصاديا جديدا تجاوز الحدود الجغرافية التقليدية وأحدث تغييرا جذريا في أساليب ممارسة النشاط التجاري وإبرام العقود وتنفيذ المعاملات المالية. فقد أضحت التجارة الإلكترونية إحدى الدعائم الأساسية للاقتصاد الرقمي، لما توفره من سرعة ومرونة في التعامل، وقدرة على توسيع الأسواق وتخفيض تكاليف المعاملات وتعزيز فرص الاستثمار والتنافسية الاقتصادية.

غير أن هذا التطور المتسارع لم يخلُ من العديد من التحديات والإشكالات التي ما زالت تعيق الانتشار الفعلي للتجارة الإلكترونية في الجزائر، بالرغم من الجهود التشريعية والتنظيمية التي بذلتها الدولة من خلال إصدار القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، والقانون رقم 04-15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، والقانون رقم 07-18 المتعلق بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، فضلا عن النصوص القانونية المرتبطة بحماية المستهلك ومكافحة الجرائم الإلكترونية.

وقد بينت الدراسة أن معوقات التجارة الإلكترونية لا تقتصر على جانب واحد، بل تمتد إلى عدة أبعاد مترابطة ومتكاملة، تشمل الجوانب القانونية والتقنية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية. فمن الناحية القانونية، كشفت الدراسة عن وجود بعض النقائص والثغرات التشريعية التي تحد من فعالية الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق بمواكبة المستجدات التكنولوجية الحديثة، وتنظيم المعاملات الرقمية المستحدثة، وتحديد الاختصاص القضائي في المنازعات الإلكترونية ذات الطابع الدولي، فضلا عن الصعوبات المرتبطة بالإثبات الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني.

أما على المستوى التقني والاقتصادي، فقد تبين أن محدودية البنية التحتية الرقمية، وضعف خدمات الإنترنت في بعض المناطق، وقلة انتشار وسائل الدفع الإلكتروني، إضافة إلى المخاطر المرتبطة بالأمن السيبراني وارتفاع تكاليف التحول الرقمي، كلها عوامل تؤثر

بصورة مباشرة على فعالية التجارة الإلكترونية وتحد من قدرة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على الاندماج في الاقتصاد الرقمي العالمي.

كما أظهرت الدراسة أن المعوقات الاجتماعية والثقافية تمثل بدورها تحديا حقيقيا أمام تطور التجارة الإلكترونية، حيث ما زالت شريحة واسعة من المستهلكين تفضل أنماط التجارة التقليدية بسبب ضعف الثقة في المعاملات الإلكترونية والخوف من الاحتيال الرقمي وسرقة البيانات الشخصية، فضلا عن استمرار ظاهرة الأمية الرقمية وضعف الوعي بأهمية الاقتصاد الرقمي ومتطلباته.

ومن خلال تحليل مختلف هذه المعوقات، توصلت الدراسة إلى أن تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر يتطلب اعتماد رؤية شاملة ومتكاملة تقوم على تضافر الجهود التشريعية والتقنية والاقتصادية والاجتماعية، بما يضمن توفير بيئة رقمية آمنة وموثوقة تشجع مختلف الفاعلين الاقتصاديين على الانخراط في المعاملات الإلكترونية.

كما تبين أن نجاح التجارة الإلكترونية لا يرتبط فقط بسن القوانين وإصدار النصوص التنظيمية، وإنما يتطلب كذلك توفير بنية تحتية رقمية متطورة، وتعزيز الثقة في وسائل الدفع الإلكتروني، وتطوير منظومة الأمن السيبراني، وتشجيع الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة، فضلا عن نشر الثقافة الرقمية وترسيخ الوعي القانوني لدى مختلف فئات المجتمع.

النتائج المتوصل إليها :

من خلال الدراسة والتحليل، أمكن استخلاص جملة من النتائج أهمها:

1. أصبحت التجارة الإلكترونية ضرورة اقتصادية تفرضها التحولات الرقمية العالمية .
2. ساهم المشرع الجزائري في تنظيم التجارة الإلكترونية من خلال إصدار القانون 18-05 والنصوص المكملة له .
3. ما زالت المنظومة التشريعية الجزائرية بحاجة إلى مراجعة دورية لمواكبة التطورات الرقمية المتسارعة .
4. يشكل الطابع الدولي للتجارة الإلكترونية تحديا قانونيا فيما يتعلق بالاختصاص القضائي والقانون الواجب التطبيق .

5. لا تزال وسائل الإثبات الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني تواجه صعوبات عملية تحد من انتشارها .
6. يمثل ضعف البنية التحتية الرقمية أحد أبرز العوامل المعرقة لتطور التجارة الإلكترونية .
7. تؤثر الجرائم الإلكترونية ومخاطر الأمن السيبراني بصورة مباشرة على ثقة المتعاملين في البيئة الرقمية .
8. يشكل ضعف الثقافة الرقمية والأمية التكنولوجية عائقاً أمام انتشار التجارة الإلكترونية .
9. ما تزال العادات الاستهلاكية التقليدية تحد من إقبال المستهلكين على المعاملات الإلكترونية .
10. يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية تكاملاً بين الإصلاح القانوني والتطوير التقني والتوعية المجتمعية .

التوصيات :

- بناء على النتائج السابقة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات:
- مراجعة وتحديث القانون 05-18 بصورة دورية لمواكبة التطورات الرقمية الحديثة .
- وضع نصوص قانونية خاصة بالعقود الذكية والذكاء الاصطناعي والعملات الرقمية .
- تعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني والبيانات الشخصية .
- تطوير آليات الإثبات الإلكتروني وتعميم استخدام التوقيع الإلكتروني .
- إنشاء منصات وطنية لتسوية المنازعات الإلكترونية عن بعد .
- تحسين خدمات الإنترنت وتوسيع شبكات الألياف البصرية .
- دعم وسائل الدفع الإلكتروني وتشجيع استعمالها .

- تعزيز منظومة الأمن السيبراني وتكوين كفاءات متخصصة في المجال .
- نشر الثقافة الرقمية في المؤسسات التعليمية والإعلامية .
- تشجيع المؤسسات الناشئة والاستثمار في الاقتصاد الرقمي .
- تعزيز التعاون الدولي في مكافحة الجرائم الإلكترونية وتبادل الخبرات الرقمية .
- دعم البحث العلمي في مجالات التجارة الإلكترونية والقانون الرقمي .

وفي الأخير، يمكن القول إن التجارة الإلكترونية لم تعد خيارا ثانويا، وإنما أصبحت ضرورة حتمية تفرضها متطلبات الاقتصاد الرقمي العالمي. وعليه، فإن قدرة الجزائر على الاستفادة من الفرص التي تتيحها التجارة الإلكترونية ستظل مرتبطة بمدى نجاحها في بناء منظومة قانونية وتقنية ومؤسسية متكاملة قادرة على مواكبة التحولات الرقمية المتسارعة وتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولاً: النصوص القانونية :

1. القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28 .
2. القانون رقم 15-04 المؤرخ في 01 فبراير 2015 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين .
3. القانون رقم 09-04 المؤرخ في 05 أوت 2009 المتعلق بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها .
4. القانون رقم 18-07 المؤرخ في 10 جوان 2018 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي .
5. القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .
6. الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم .
7. الأمر رقم 75-59 المتضمن القانون التجاري الجزائري المعدل والمتمم .

ثانياً: الكتب العربية :

1. بن داود، محمد .(2020) . القانون الرقمي والتجارة الإلكترونية .الجزائر: دار الجامعة الجديدة .
2. بوسقيعة، أحسن .(2017) .الجرائم المعلوماتية في التشريع الجزائري .الجزائر: دار هومة .
3. الحداد، محمد علي .(2014) .النظام القانوني للتجارة الإلكترونية .عمان: دار الثقافة .
4. الجبوري، ياسين محمد .(2013) .التوقيع الإلكتروني وحجيته القانونية .عمان: دار الصفاء .
5. الشريف، عبد القادر .(2015) . القانون الدولي للتجارة الإلكترونية .بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية .

6. السنهوري، عبد الرزاق. (2005). الوسيط في شرح القانون المدني. بيروت: دار إحياء التراث العربي .
7. زكي، محمود جمال الدين. (2011). المعاملات التجارية الإلكترونية. القاهرة: دار الفكر العربي .
8. زواوي، خالد. (2019). التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي. الجزائر: دار الخلدونية .
9. طه، مصطفى كمال. (2008). القانون التجاري. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية .
10. عبد الفتاح، محمد. (2012). العقود الإلكترونية والإثبات الإلكتروني. القاهرة: دار النهضة العربية .
11. قاسم، عبد الله حسين. (2016). الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني. عمان: دار وائل .
12. منصور، محمد حسين. (2010). التجارة الإلكترونية. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة .

ثالثاً: الرسائل الجامعية والأطروحات :

1. رحمانى، عبد القادر. (2019). الإثبات الإلكتروني في التشريع الجزائري. أطروحة دكتوراه، جامعة وهران .
 2. بوقرة، سميرة. (2020). الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري. مذكرة ماستر، جامعة قسنطينة .
 3. بن الشيخ، ليلي. (2021). الأمن السيبراني وأثره على التجارة الإلكترونية. مذكرة ماستر، جامعة سطيف .
 4. قاسمي، فاطمة الزهراء. (2022). جرائم التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري. مذكرة ماستر، جامعة باتنة .
-

رابعاً: المقالات العلمية :

1. عيساوي، نور الدين. (2020). حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري. مجلة الحقوق والعلوم السياسية، 12. (2)
2. بليدي، دليلة. (2021). معوقات التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري. مجلة الواحات للبحوث والدراسات، 14. (1)
3. زروقي، نادية. (2023). إشكالية الإثبات الإلكتروني في القانون الجزائري. مجلة الاجتهاد القضائي، 15. (2)
4. سعيدي، عبد القادر. (2019). التجارة الإلكترونية وتحديات الجريمة المعلوماتية. مجلة الدراسات والبحوث القانونية، 4. (1)
5. لعور، سفيان. (2022). الأمن السيبراني وأثره على المعاملات الإلكترونية. مجلة العلوم القانونية والسياسية، 8. (3)

خامساً: المراجع الأجنبية :

1. Schneider, G. (2017). Electronic Commerce.
2. Todd, P. (2005). E-Commerce Law.
3. Turban, E. (2015). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	الإهداء ، الشكر
أ - د	مقدمة عامة ، أهداف الدراسة ، الإشكالية ، الفرضيات ، هيكل الدراسة
10	الفصل الأول : التجارة الإلكترونية والإطار القانوني المنظم لها
11	المبحث الأول: التجارة الإلكترونية
11	المطلب الأول : مفهوم التجارة الإلكترونية
12	المطلب الثاني : خصائص التجارة الإلكترونية
13	المطلب الثالث : أنواع التجارة الإلكترونية
14	المبحث الثاني: تنظيم التجارة الإلكترونية
14	المطلب الأول: التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر
15	المطلب الثاني: النظام القانوني للعقود الإلكترونية
16	المطلب الثالث: الإثبات الإلكتروني
19	الفصل الثاني : معوقات التجارة الإلكترونية
20	المبحث الأول: المعوقات القانونية
20	المطلب الأول: نقص التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية
21	المطلب الثاني: صعوبة تحديد الاختصاص القضائي
23	المطلب الثالث : مشاكل الإثبات الإلكتروني
25	المبحث الثاني: المعوقات التقنية والاقتصادية
25	المطلب الأول: نقص البنية التحتية الرقمية
26	المطلب الثاني: مشاكل الأمن السيبراني
27	المطلب الثالث: التكلفة الاقتصادية للتحويل الرقمي
29	المبحث الثالث: المعوقات الاجتماعية والثقافية
29	المطلب الأول: نقص الثقة في التجارة الإلكترونية
30	المطلب الثاني: الأمية الرقمية
31	المطلب الثالث: العادات الاستهلاكية التقليدية

35	الفصل الثالث : آليات تطوير التجارة الإلكترونية وتجاوز معوقاتها
36	المبحث الأول : الآليات القانونية لتطوير التجارة الإلكترونية.
37	المطلب الأول : تحديث التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية
38	المطلب الثاني : تعزيز الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني
40	المطلب الثالث: تطوير آليات تسوية المنازعات الإلكترونية
42	المبحث الثاني : الآليات التقنية والاقتصادية لتطوير التجارة الإلكترونية
42	المطلب الأول : تطوير البنية التحتية الرقمية
44	المطلب الثاني : تعزيز الأمن السيبراني
46	المطلب الثالث: دعم الاستثمار والتحول الرقمي
48	المبحث الثالث : الآليات الاجتماعية والثقافية لتطوير التجارة الإلكترونية
48	المطلب الأول : تعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية
50	المطلب الثاني : نشر الثقافة الرقمية ومكافحة الأمية الرقمية
52	المطلب الثالث : تطوير الوعي الاستهلاكي الرقمي
57	الخاتمة
62	قائمة المراجع
66	فهرس المحتويات