الـجـمهورية الـجـزائرية الـدمقراطية الـشـعبية

وزارة الـتـعليم الـعـالي و الـبـحث الـعـلـمي

جـــامعة عـمارثليجـــي - بالأغـواط -

كـــلية الـحـقوق و الـعـلوم سياسية

عنوان المذكرة :

أثر الرقمة في المعاملات التجارية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص قانون الاعمال

من إعداد الطالبتين :

- دحام خديجة

إشراف الأستاذ :

- أ.رزق الله العربي بن مهدي

رئيسا	أستاذ أ	النحوي سليمان
مناقش	أستاذ أ	تاج عطاءالله
مشرف	أستاذ أ	رزق الله العربي

السنة الجامعية

2025-2024

بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء

الحمدالله شكرا و امتنان على البدء و الختام

(وَآخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِين)

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها ان تكون لم يكن الحلم قريبا ولا طريق محفوفا بالتسهيلات لكني فعلتها و نلتها بكل حب أهدي ثمرة نجاحي و تخرجي إلى من احمل اسمه بكل افتخار الرجل الأبرز في حياتي الذي حصد الاشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم

طاب بك العمر ياسيد الرجال و طبت لي عمرا يا (ابي الغالي)

الى جنة قلبي و الجسر الصاعد بي الى الجنة من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي ... من تحملت كل لحظة الم مررت بها و ساندتني عند ضعفي و هزلي (امي الحبيبة)

الى ضلعي الثابت الذي لا يميل إلى من رزقت بهم سندا و ملاذي الأول و الأخير (اخوتي)

الى شريكتي الدرب و طموح البعيد... الى من كانو دوما موضع اتكاء عثرات حياتي

الى رفاق الخطوت الأولى و الأخيرة الى من كانوا في سنوات العجاف سحابا ممطرا إلى كل عابر في حياتي ترك اثرا جميلا...

الحمدالله الذي به خيرا و املا و اغرقنا سرورا و فرحا.

دحام خديجة

تشكرات

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين

سيدنا وحبيبنا محمد صلى الله عليه وسلم. ببادئ الأمر نشكر الله عز وجل على كل النعم ما علمنا منها وما لم نعلم

ونحمده على نعمة الإسلام والعلم ونسأله التوفيق والنجاح.

نتوجه بخالص الشكر والامتنان إلى كل من ساهم في إنتاج هذا العمل المتواضع وبالأخص الدكتور المشرف والأساتذة الذين رافقونا طيلة سنوات الدراسية الذين قدموا أي جهد في مساعدتنا وتوجيهنا بعد عون الله تعالى وتوفيقه لنا.

على وقوفهم معنا من أول إلى آخر لحظة لغاية انجاز هذا العمل.

وفي الأخير نتوجه بجزيل الشكر والتقدير لأوليائنا الأعزاء وإخواننا وأخواتنا وجميع الأهل والأحبة

مقدمة

مقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة ثورة تكنولوجية غير مسبوقة، كان للرقمنة فيها الدور المحوري في إعادة تشكيل مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية. لم تقتصر هذه التحولات على تغيير نمط الاتصال والتفاعل البشري، بل امتدت لتحدث انقلاباً جذرياً في طبيعة المعاملات التجارية، من أساليب الإنتاج والتوزيع إلى نماذج التسويق والاستهلاك. لقد باتت الرقمنة قوة دافعة لا غنى عنها في عالم الأعمال المعاصر، حيث أصبحت المجلات التجارية – بمختلف أنواعها وأحجامها – تستشعر الحاجة الملحة إلى تبني الحلول الرقمية لمواكبة التغيرات المتسارعة والحفاظ على قدرتها التنافسية.

إن العلاقة بين الرقمنة والمعاملات التجارية ليست مجرد علاقة تبسيط وتسهيل، بل هي علاقة تحول هيكلي جذري. فمنذ ظهور الإنترنت وتطبيقاته المتعددة، مثل التجارة الإلكترونية، والخدمات المصرفية الرقمية، والتسويق عبر المنصات الرقمية، أصبحت المجلات التجارية مطالبة بإعادة تعريف استراتيجياتها وأساليب عملها. لم يعد النجاح حليفاً لمن يمتلك الموارد التقليدية فحسب، بل أصبح حليفاً لمن يمتلك القدرة على الاستفادة القصوى من الأدوات الرقمية لتحسين الكفاءة، تقليل التكاليف، توسيع نطاق الوصول إلى العملاء، وتعزيز تجربة المستخدم.

لقد قامت العديد من التشريعات حول العالم، وعلى غرار المشرع الجزائري، بالاستجابة لهذا التحول بتبني قوانين ولوائح تنظيمية تهدف إلى تأطير المعاملات التجارية الرقمية. تضمنت هذه التشريعات أحكاماً تتعلق بالدفع الإلكتروني، والفواتير الرقمية، وحماية البيانات الشخصية، والأمن السيبراني، وذلك بهدف بناء بيئة رقمية آمنة وموثوقة تشجع على تبني التجارة الإلكترونية وتحد من التجارة غير الرسمية، وتسهم في تعزيز الاقتصاد الوطني. يمثل دستور 1996 المعدل والمتمم، على سبيل المثال، إطاراً عاماً يؤكد على حق المواطنين في الرعاية الصحية، وبتطبيق مبادئه على النشاط الاقتصادي، فإنه يدعم أي تطور يسهم في رفاهية المجتمع، ومن ذلك الرقمنة في التجارة.

بالنظر إلى الديناميكية المتسارعة التي تميز التطور الرقمي، فإن أثر الرقمنة على المجلات التجارية يمثل ظاهرة معقدة ومتعددة الأبعاد. فبينما تتيح الرقمنة فرصاً هائلة للنمو والابتكار، فإنها تفرض أيضاً تحديات جديدة تتعلق بالأمن السيبراني، خصوصية البيانات، وتأهيل الكوادر البشرية، والتكيف مع نماذج أعمال جديدة. إن هذا التطور التكنولوجي لم يعد مجرد خيار تكتيكي، بل أصبح ضرورة استراتيجية تحدد مصير الكثير من المجلات التجارية في المستقبل. من هنا، تستمد دراسة "أثر الرقمنة في المجلات التجارية" أهميتها البالغة.

انطلاقاً من هذه المعطيات النظرية والعملية، تتبلور إشكالية بحثنا الرئيسية في التساؤل التالي: – ما هو أثر الرقمنة على أداء المجلات التجارية، وما هي التحديات والفرص التي تفرضها في بيئة الأعمال المعاصرة؟

إن دراسة أثر الرقمنة في المجلات التجارية تعد موضوعاً ذا أهمية قصوى لما لها من تأثير مباشر على التنافسية، النمو الاقتصادي، وتطور النماذج التجارية. إن فهم كيفية تأثير الرقمنة على كفاءة العمليات، وتوسيع الأسواق، وتحسين تجربة العملاء، يسهم في تحديد الاستراتيجيات المثلى للمجلات التجارية لضمان استمراريتها وازدهارها. كما تساهم هذه الدراسة في تعزيز الوعي بأهمية التحول الرقمي وضرورته، مما يدعم اتخاذ القرارات السليمة على المستويين الجزئي والكلي، ويوفر إطاراً تحليلياً يساعد على التكيف مع متطلبات الاقتصاد الرقمي.

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن بمحض الصدفة، فكغيره من الدراسات الأخرى تقف وراء دراستنا هذه مجموعة من الأسباب الموضوعية وأخرى ذاتية التي دفعت بنا إلى التطرق إلى هذا الموضوع والتي يمكن عرضها كما يلي:

الشغف العلمي والاهتمام الشخصي بتأثير التكنولوجيا على الأعمال.

الرغبة في إثراء البحوث العلمية، إذ تعد هذه الدراسة حسب اطلاعنا من المواضيع الحديثة والمتجددة.

الفضول لمعرفة كيفية إعادة تشكيل الرقمنة لمستقبل الأعمال التجارية وتأثيرها على مختلف الصناعات.

المساهمة في فهم التحديات والفرص التي تواجه المجلات التجارية في عصر التحول الرقمي.

أما المشاكل التي تعرضنا لها من خلال هذا الموضوع فهي عديدة أهمها:

حداثة الموضوع وعدم توفر عدد كاف من المراجع المتخصصة التي تتناول أثر الرقمنة في المجلات التجارية بشكل مباشر، مما يتطلب جهداً أكبر في تجميع وتحليل المعلومات.

التغير المستمر والسريع للتقنيات الرقمية وتأثيراتها، مما يجعل من الصعب مواكبة جميع التطورات وإدراجها في إطار دراسي محدد.

صعوبة تحديد العلاقة السببية المباشرة بين تطبيق الرقمنة وبعض الآثار المترتبة عليها، نظراً لتداخل العديد من العوامل الاقتصادية والاجتماعية.

تباين التجارب والممارسات بين المجلات التجارية المختلفة، مما يصعب من عملية تعميم النتائج أو وضع إطار موحد لأثر الرقمنة.

قلة الاجتهادات القضائية أو التنظيمية الواضحة التي تتناول بشكل مفصل النزاعات أو القضايا المتعلقة بالرقمنة في سياق المجلات التجارية.

اخترنا لدراسة موضوعنا هذا اتباع المنهج التحليلي في استعراض المفاهيم والنظريات المتعلقة بالرقمنة والمعاملات التجارية، وتقييم أثرها على أداء المجلات التجارية. كما سنستخدم المنهج الوصفي لتبيان واقع التحول الرقمي في المجلات التجارية، ووصف أبرز الممارسات والتحديات التي تواجهها.

وتماشياً مع هذين المنهجين، وتحقيقاً لأهداف الدراسة، ارتأينا تقسيم البحث إلى فصلين: نتطرق في الفصل الأول إلى الإطار المفاهيمي للرقمنة والمعاملات التجارية، بينما نخصص الفصل الثاني لـ أثر الرقمنة على أداء المجلات التجارية والتحديات والفرص المرتبطة بها.

تتكون خطة المذكرة من فصلين ألا وهما:

الفصل الأول: الرقمنة في المعاملات التجارية

- المبحث الأول : مفهوم الرقمنة في المعاملات التجارية
  - المطلب الأول : تعريف الرقمنة وتطورها
  - المطلب الثاني المقصود بالمعاملات التجارية الالكترونية
  - المطلب الثالث : أهمية الرقمنة في تحسين المعاملات التجارية
- المبحث الثاني : إطار القانوني والإقتصادي للرقمنة في التجارة
  - المطلب الأول : التشريعات المنظمة للمعاملات التجارية الرقمية
  - المطلب الثاني : ممارسات التجارة الالكترونية وآليات حمايتها في التشريع الجزائري
  - المطلب الثالث : أثر التحول الرقمي على الإقتصاد والتجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني : الرقمنة وتحدياتها في التجارة المعاصرة

- المبحث الأول : مزايا وتحديات الرقمنة التجارية
  - المطلب الأول: تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف.
  - المطلب الثاني : تأثير الرقمنة على سلوك المستهلكين والتجارة
  - المطلب الثالث : العقبات التي تواجه التحول الرقمي في التجارة
- المبحث الثاني : تجارب رقمية واستراتيجيات تطبيقية في التجارة
  - المطلب الأول : نماذج من شركات ناجحة في الرقمنة التجارية
  - المطلب الثاني : تأثير الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية على الأسواق
  - المطلب الثالث : استراتيجيات تعزيز الرقمنة والثقة الرقمية في التجارة.

الفصل الأول

الرقمنة في المعاملات التجارية

تمهيد الفصل

إن العقود الأخيرة قد شهدت تحولات جذرية في المشهد الاقتصادي والتجاري العالمي، كان للرقمنة فيها الدور المحوري في إعادة تشكيل نماذج الأعمال وطرق التفاعل. فمع التطور المتسارع لتقنيات المعلومات والاتصال، لم تعد المجلات التجارية بمنأى عن هذه التغيرات، بل أصبحت مطالبة بتبني الأدوات والحلول الرقمية للحفاظ على قدرتها التنافسية وضمان استمراريتها. إن هذا التحول من البيئة التقليدية إلى البيئة الرقمية أحدث ثورة في كيفية إدارة العمليات، والتواصل مع العملاء، وحتى طبيعة المنتجات والخدمات المقدمة.

إن فهم عمق هذا التحول يستلزم الغوص في مفهوم الرقمنة ذاته، وكيف أثر على طبيعة المعاملات التجارية. فالمجلات التجارية، رغم اختلاف أحجامها وأنواعها، باتت تعتمد بشكل متزايد على المنصات الرقمية، بدءًا من التسويق الإلكتروني وصولاً إلى سلاسل الإمداد الرقمية. ولضمان حماية هذه المعاملات وتنظيمها، قامت التشريعات الحديثة، بما فيها التشريع الجزائري، بوضع أطر قانونية لتأطير هذه التحولات وضمان بيئة آمنة للتعاملات الرقمية.

سنتناول في هذا الفصل تحديد الإطار المفاهيمي للرقمنة والمعاملات التجارية، وسنركز على مفهوم الرقمنة وتطورها في المبحث الأول، وكذلك مفهوم المعاملات التجارية في العصر الرقمي في المبحث الثاني.

المبحث الأول : مفهوم الرقمنة في المعاملات التجارية

إن المشهد القانوني المعاصر يشهد تحولات عميقة بفعل التطور التكنولوجي المتسارع، الذي أعاد تشكيل الأطر التقليدية للمعاملات التجارية. فبروز **الرقمنة** كقوة دافعة لم يعد مجرد خيار، بل أصبح ضرورة ملحة تحكم سير التعاملات على المستويين المحلي والدولي. وفي هذا السياق، تبرز أهمية فهم التداعيات القانونية لهذه الثورة الرقمية، إذ تُسهم الرقمنة بفعالية في تعزيز الكفاءة، تبسيط الإجراءات، وتخفيض التكاليف، الأمر الذي يدفع بالمؤسسات إلى تبني الحلول الرقمية كجزء لا يتجزأ من ممارساتها اليومية.

وتشير المعاملات التجارية الرقمية إلى مختلف العمليات التي تتم بين الأفراد أو المؤسسات عبر الوسائط الإلكترونية، مثل التجارة الإلكترونية، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والتسويق الرقمي، وغيرها من الأنشطة التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال. وتنبع أهمية هذه الظاهرة من قدرتها على إعادة تشكيل نماذج الأعمال التقليدية، وتقديم فرص جديدة للنمو والتوسع في الأسواق.

لذلك، يهدف هذا المبحث إلى تسليط الضوء على المفهومين الأساسيين :الرقمنة والمعاملات التجارية، من خلال توضيح دلالاتهما، وعرض الأبعاد النظرية المرتبطة بهما، مع الإشارة إلى التحولات التي طرأت على بيئة الأعمال بفعل هذا التوجه الرقمي المتسارع.

المطلب الأول : تعريف الرقمنة وتطورها

ان المتتبع لمسار الرقمنة المكتبية يدرك أ هذا التحول جاء نتيجة تحديات عرفتها تقنيات المعلومات والاتصال الذي مكن المكتبات من تدعيم استراتيجياتها لتنمية أدائها، هذا التطور الهائل للمعلومات والاتصال الذي حققته في مجالات عديدة نتيجة توظيف البرمجيات والانترنت ليصل الى المفردات والمصطلحات.

الفرع الأول: نشأة الرقمنة

يرجع مفهوم الرقمنة الى تطورات تاريخية عديدة في مرافق ومؤسسات المعلومات، لتسيير بعض الأنشطة المكتبية بعد ادخال الحاسب الألي فيها، في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، منذ الخمسينات حسب هرتر من خلال النتائج المحققة لاختفاء السجلات البطاقية الورقية لتحل محلها السجلات الالكترونية والتي تسمح للمكتبات المشاركة في شبكات السجلات وتبادلها لتحل محلها السجلات الالكترونية وفي مجال

الفهرسة التعاونية، وكذلك في الاعارات بين المكتبات حسب مشروع المكتبة الكونية مفاده توحيد الفهارس ونصوصها في كل مكتبات العالم من طرف القوى العظمى الغربية أو ما تعرف بمجموعة السبعة في 1994 جويلية

بغرض جعل كل المصادر قابلة للبحث فيها عبر شبكة الانترنت باعتبارها فضاء للمعلومات والمعرفة في المكتبات، ليمتد بعدها إلى اجتماعات عديدة بين القوى العظمى، الرقمنة المكتبات بتكثيف الربط الرقمي بين مختلف المكتبات بنية توسيع المعرفة إلى أوسع الحدود، وجاءت بعد العديد من الاجتماعات بين هذه القوى، ومن أهمها اجتماع بروكسل سنة 1995 لدعم التنمية في المجال الإقتصادي والاجتماعي والعلمي والثقافي الذي تبنته الولايات المتحدة الأمريكية ، بتمويل من المؤسسة القومية للعلوم والوكالة الفضائية للنازا التابعة لوزارة الدفاع، ليشمل هذا المشروع اقامة مكتبات رقمية تساهم في البحث العلمي للتعليم العالي بدعم من المؤسسات الفاعلة في الولايات المتحدة الأمريكية.

انتقلت بعدها الى أوروبا بمشاريع مماثلة أطلق عليها اسم ذاكرة ميموريا، بمشاركة المكتبة الوطنية الفرنسية و أكسفورد تاست أرشيف) ومعهد (تولون) للأبحاث العلمية والمؤسسات في المعلوماتية، أو ما يعرف بالتوجه نحو حفظ الانتاج الفكري الالكتروني القطاعات نوعية وموضوعية، ليرتبط بعدها بمكتبات العديد من الدول المتقدمة من خلال مشروعات عملاقة للمكتبات الرقمية[1]

ان المتتبع لمسار الرقمنة المكتبية يدرك ان هذا التحول جاء نتيجة تحديات عرفتها تقنيات المعلومات والاتصال الذي مكن المكتبات من تدعيم استراتجيتها لتنمية ادائها، فهذا التطور الهائل للمعلومات والاتصال التي حققته مجالات عديدة نتيجة توظيف البرمجيات والانترنت وصولا الى المفردات والمصطلحات.

اما فيما يكتبه ويقوله الباحثون والمتخصصون في مجال المكتبات الرقمية التي تطور استخدامها في اختزان البيانات الببلوغرافية واسترجاعها ويتها الى الجهات المستفيدة الأخرى.

بدأت تتردد مصطلحات عديدة مشابهة مثل المكتبة الافتراضية، والمكتبة الالكترونية، والمكتبة الرقمية) كل هذه المصطلحات

[1] الحمد الكبيسي، تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية ، مجلة العربية 300، العدد 29، 2008، ص 6

بقيت تتسم بالغموض لتعدد مصطلحاتها، حيث سماها ليكليدر بمكتبة المستقبل، وسماها الانكيستر دون ورق إلا ان همهما اختلفت هذه التسميات يبقى جوهرها واحد وهو إدخال تطبيقات الحاسوب والشبكات في تنظيم الوثائق وإدارة واسترجاع المعلومات.

هذا التطور الطويل لحوالي نصف القرن تبين ان هناك تسميات فرضت نفسها على ادبيات علوم المكتبات والمعلومات والمكتبات الالكترونية أو الرقمية أو الافتراضية والتي حصل خلط فيما بينها ، ينبغي توضيحه حسب ما تشمله هذه المصطلحات من معاني اضافة الى الأشكال المختلفة والإشارات التناظرية التي تشمل كل المواد الرقمية من أصل الكتروني وتتطلب جهاز الكتروني لتصبحمقروءة، لأن عبارة إلكترونية تشير إلى كيفية عمل الأجهزة أكثر من أنها صفة للبيانات التي تحويها، وعليه فإن المكتبة الإلكترونية تتألف من كل الموارد الموجودة في المكتبات التي أدخلت أجهزة إلكترونية والتي توجد في المكتبة الرقمية، فالمكتبة الإلكترونية هو المصطلح الأعم والأوسع دلالة حيث يشمل كلا من التناظري والرقمي ويضم كل الجهود التي ترمي إلى إستخدام اجهزة إلكترونية مثل آلات الفيديو وقارئات الميكروفيلم والحاسب

وهي تشمل مواد إلكترونية ورقمية، غير أن هذه المصطلحات ما تزال رغم شيوعها تعاني الكثير من الخلط والإضطراب بسبب عدم اهتمام عدد من المنظرين العرب للكتابة الرقمية والمهتمين بها بتحديد دلالة هذه المصطلحات وضبط حدودها[1]

الفرع الثاني : تعريف الرقمنة

شاعت في الأدبيات العربية المعاصرة ومصطلحات الكتابة الرقمية" و "الإبداع الرقمي " و "الكتاب الإلكتروني" و "الترقيم"، وغيرها من المصطلحات التي تحيل إلى نمط جديد من الكتابة التي تولدت نتيجة التطور الهائل الذي حدث في مجال تكنولوجيا الإعلام والإتصال.

ولتفادي الغموض والخلط بين هذه المصطلحات فيما بينها والوصول إلى مفهوم جامع يمكن الوقوف على بعض التعاريف المختلفة لمصطلح الرقمنة او التعريف الرقمي فيما يلي:

الفقرة الأولى: تعريف الرقمنة "لغة"

[1] أحمد الكبيسي، مرجع سابق، ص 8

تدل مادة رقم في المعاجم اللغوية العربية على جملة من المعاني أهمها التعجيم والتبيين والكتابة والقلم والخلط، ويقول ابن منظور " الرقم والترقيم تعجيم الكتاب، ورقم الكتاب يرقمه رقما أعجمه وبينه، وكتاب مرقوم أي قد بينت حروفه بعلامتها من التنقيط وقوله عز وجل كتاب مرقوم كتاب مكتوب والمرقم القلم .. والرقم الكتابة والختم.. والرقم ضرب مخطط من الوشي.. ورقم الثوب يرقمه رقما ورقمه خططه.

الفقرة الثانية: تعريف الرقمنة "اصطلاحا"

يعرف سعيد يقطين الترقيم التناظري النمط بأنه "عملية نقل أي صنف من الوثائق من (أي) إلى النمط الرقمي، وبذل كصبحالصورة الثابتة أو المتحركة والصوت أو الملف مشفرا إلى أرقام لأن هذا التحويل هو الذي يسمح للوثيقة أيا كان نوعها بأن تصير قابلة للاستقبال والاستعمال بواسطة الأجهزة المعلوماتية" وهنا، يتضح أن ترقيم النص هو عملية تحويل النص المكتوب المطبوع أو المخطوط من صيغته الورقية إلى صيغته الرقمية ليصبح قابلا للمعاينة على شاشة الحاسوب[1]

هناك مفاهيم أخرى تتعلق بمصطلح "الرقمنة " ذلك وفقا للسياق الذي يستخدم فيه، فينظر "تيري كاني" إلى الرقمنة أنها "عملية تحويل مصادر المعلومات على اختلاف أشكالها من (الكتب، والدوريات، والتسجيلات الصوتية والصور المتحركة ...) إلى شكل

مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية غير النظام الثنائي (البيتات) والذي يعتبر وحدة المعلومات الأساسية لنظام معلومات يستند. إلى الحاسبات الآلية، وتحويل المعلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية يمكن أن يطلق عليها "الرقمنة"، ويتم القيام بهذه العملية بفضل الاستناد إلى مجموعة من التقنيات والأجهزة المتخصصة.

وتشير "شارلوت بيرسي" إلى الرقمنة أنها "منهج يسمح بتحويل البيانات والمعلومات من النظام التناظري إلى النظام الرقمي".

[1] الحمد فرج احمد، الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات ام خارجها، المملكة المتحدة، جامعة الأمام محمد بن سعود الإسلامية العدد 4، 2009، ص 11.

ويقدم "دوج هودجز" مفهوما أخرا تم تبنيه من طرف المكتبة الوطنية الكندية ويعتبر فيه الرقمنة عملية أو إجراء لتحويل المحتوى الفكري المتاح على وسيط تخزين فيزيائي تقليدي، مثل (مقالات الدوريات والكتب والمخطوطات، والخرائط ....) إلى شكل رقمي".

وبمعنى أخر أن الرقمنة هي عملية تحويل البيانات إلى شكل رقمي، وذلك لأجل معالجتها بواسطة الحاسب الألكتروني غير أن هذا المصطلح يمكن أن يأخذ عدة معاني حسب المجال الذي يستخدم فيه حيث يلاحظ أن الرقمنة تعني:[1]

في الحسابات تحويل البيانات إلى شكل رقمي بحيث يمكن معالجتها بواسطة الحاسب.

في سياق نظم المعلومات تحويل النصوص المطبوعة مثل (الكتب والصور سواء كانت صورا فوتوغرافية أو إيضاحات أو خرائط ... إلخ) وغيرها من المواد التقليدية من أشكالها التي يمكن أن تقرأ بواسطة الإنسان أي تناظرية إلى الأشكال التي يقرأ فيها بواسطة الحاسب الآلي، أي إشارات ثنائية وذلك عن طريق استخدام نوع من أجهزة المسح الضوئي طريق الكاميرات الرقمية[2] ، والتي ينتج عنها أشكال عرضها على شاشة الحاسب.

الفرع الثالث: خصائص الرقمنة

تتميز الرقمنة عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بالخصائص التالية:

- **تقليص الوقت** : فالتكنولوجي التجعل كل الأماكن – إلكترونيا متجاورة.
- **تقليص المكان** : تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بيسر وسهولة.
- **تقاسم المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث ونظام الذكاء الصناعي، مما يجعل تكنولوجية المعلومات تساهم في تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.

[1] سعيد يقطين من النص إلى النص مدخل الى جماليات الابدع التفاعلي، بيروت، المركز الثقافي العربي، 2005، ص 21.

[2] الخلاء أحمد بس الرقمنة وتقنياتها في المكتبات العربية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2013، ص 20.

- **تكوين شبكات الاتصال:** تتحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين وكذا منتج ي الآلات ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى.
- **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.
- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشارك وتغير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
- **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
- **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع، على مستوى العالم بأكمله.
- **قابلية التحرك والحركية:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة من الحاسب الآلي النقال، الهاتف النقال... الخ.
- **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.
- **اللاجماهرية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك.
- **الشيوع والانتشار** : وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم، بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمط مرن.

- **العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونيا[1]

المطلب الثاني المقصود بالمعاملات التجارية الالكترونية

ولتحديد المقصود بالمعاملات التجارية الالكترونية يقتضي أولا الوقوف على تعريف العقد الالكتروني" و "التجارة الالكترونية " وهذا ما سنتناوله في الفرع الأول مع ضرورة الوقوف على الخصائص التي تتميز بها المعاملات التجارية الالكترونية في الفرع الثاني ، و سنتناول ذلك على النحو الآتي :

الفرع الأول : تعريف المعاملات التجارية الالكترونية

نظرا لكثرة حدوث عمليات التعاقد الإلكتروني في الآونة الأخيرة ، الناتجة عن إبرام المعاملات التجارية الالكترونية وانتشارها ، وما أثارته من إشكالات قانونية ، بات لزاما على الدول إصدار تشريعات قانونية في مجال التجارة الالكترونية ، بهدف تنظيم هذا النوع من المعاملات و إزالة اللبس على العقود الالكترونية ، إضافة إلى اجتهاد الفقهاء ، وبناءا على هذه التعاريف للعقد الالكتروني وتعريف التجارة الالكترونية نستنتج تعريف المعاملات التجارية الالكترونية

أولا: التعريف الفقهي

اهتم الفقه المعاصر بتعريف العقد الالكتروني ، الذي يعتبر وليد البيئة الرقمية في وقتنا الحالي ، لكن ما يلاحظ أن الفقهاء عند محاولتهم لضبط حدود ومعالم هذا النوع من العقود اختلفوا في كيفية النظر إليه ، الأمر الذي أنتج عنه ظهور عدة تعريفات فقهية .

فنجد طائفة من الفقه ، قد عرفت العقد الالكتروني بالنظر إلى الوسيلة التي ينعقد بها على أنه : « اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد بوسيلة مسموعة ومرئية بفضل التفاعل بين الموجب و القابل »[2].

[1] مشهورة، أحمد. "التحديات القانونية لإبرام عقود التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري ".*مجلة الحقوق والعلوم السياسية*، جامعة الجزائر 1، المجلد 15، العدد 2، 2022 ، ص 7

[2] أسامة أبو الحسن مجاهد ، خصوصية التعاقد عبر الانترنت ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000 ، ص 39.

وما يعاب على هذا التعريف أنه جاء بنوع من الإغفال و القصور ، ويظهر ذلك في أنه حصر عملية إبرام العقد الالكتروني في وسيلة الانترنت فقط رغم أنها الأكثر استخداما ، لكن لم يفتح المجال لإمكانية ظهور وسائل اتصال حديثة ومتطورة كما يؤخذ على هذا التعريف أيضا ، أنه لم يحدد النتيجة الأساسية التي يتوخاها المتعاقدين من وراء إبرام عقد معين ، المتمثلة في ترتيب مختلف الآثار القانونية .

كما عرف جانب آخر من الفقه العقد الالكتروني ، اعتمادا على صفة الدولية والعابرة للحدود التي يتسم بها هذا العقد ، على أنه : « العقد الذي تتلاقى فيه عروض السلع و الخدمات بقبول من أشخاص في دول أخرى وذلك من خلال وسائط التكنولوجية المتعددة ، ومنها شبكة المعلومات الدولية الانترنت بهدف إتمام العقد »[1].

بينما جانب آخر من الفقه ، اعتمد على مختلف الوسائل الالكترونية لاستخلاص تعريف للعقد الالكتروني ، على أنه : « العقد الذي يتم انعقاده بوسيلة الكترونية كليا أو جزئيا ، وتتمثل الوسيلة الالكترونية في كل وسيلة كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو الكترومغناطيسية أو أية وسيلة أخرى مشابهة صالحة لتبادل المعلومات بين المتعاقدين » [2].

ما يؤخذ على هذا التعريف أنه أجاز أن يتم انعقاد العقد الالكتروني بصفة كلية أو جزئية عبر وسيلة الكترونية ، المعنى من ذلك أن التراضي سواء تم كليا عبر وسيلة الكترونية أو كان رضا أحد المتعاقدين هو المعبر عنه الكترونيا فقط فانه يكفي لاعتبار التعاقد الكترونيا ، في حين أن الأمر الصحيح من ذلك أن تكون كلا الإرادتين معبرة عنهما بوسيلة الكترونية، حتى تتحدد صفة التعاقد بأنه الكترونيا وليس تقليديا ، لأن مسألة تحديد عما إذا كان التعاقد الكتروني أو تقليدي يتوقف على طريقة تطابق الإرادتين من أجل قيام العقد بناءا على مختلف التعريفات المشار إليها أعلاه، يمكن التوصل إلى إعطاء تعريف فقهي جامع ومانع للعقد

[1] أحمد عبد الكريم سلامة ، القانون الدولي الخاص النوعي، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000 ، ص 68 .

[2] محمد أمين الرومي التعاقد الالكتروني عبر الانترنت دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية ، 2004 ، ص 49

الالكتروني بأنه : « ذلك العقد الذي يتلاقى الإيجاب والقبول عبر شبكة اتصالات دولية باستخدام التبادل الالكتروني للبيانات ، وبقصد إنشاء التزامات تعاقدية »[1]

ثانيا : التعريف التشريعي

حاولت التشريعات المقارنة وضع تعريف للعقد الالكتروني نورد بعضها فيما يلي :

1 التعريف التشريعي للعقد الالكتروني في المواثيق الدولية

لقد حاولت التشريعات الدولية وضع تعريف للعقد الالكتروني ، باعتباره أساس كل معاملة تجارية الكترونية وسنوضحذلك فيما يلي :

يعرف القانون النموذجي للتجارة الالكترونية ، المعد من طرف لجنة القانون التجاري ، التابعة للأمم المتحدة المسماة الأونسترال[2] .

هذا القانون وضع تعريف العقد الالكتروني من خلال تعريف الوسائل التي من خلالها يتم إبرامه .

حيث تنص المادة الثانية (02) الفقرة الأولى من القانون النموذجي بشأن التجارة الالكترونية على أنه :

« يراد بمصطلح رسالة البيانات : المعلومات التي يتم إنشاؤها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل الكترونية أو بصرية أو ضوئية أو بوسائل مماثلة ، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الالكترونية أو البريد الالكتروني أو البرق ، أو التلكس ، أو النسخ البرقي »

[1] أسامة عبد العليم الشيخ ، مجلس العقد و أثره في عقود التجارة الالكترونية ، دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2013 ، ص 24

[2] الأونسترال لجنة القانون التجاري التابعة لمنظمة الأمم المتحدة تم إنشاؤها بموجب القرار رقم 2205 المؤرخ في 17/12/1996 تظم في عضويتها غالبية الدول الممثلة للأنظمة القانونية المختلفة أنشئت من أجل تحقيق الانسجام بين القواعد القانونية المنظمة للتجارة العالمية . قرار رقم 162/51 المتضمن قانون اليونسترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية للأمم المتحدة، الصادر من الجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة 1997/01/30

وتضمت الفقرة 02 من نفس المادة تعريف تبادل البيانات الالكترونية على أنه : « يراد بمصطلح تبادل البيانات الالكترونية : نقل المعلومات الكترونيا من حاسوب إلى آخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات » .

كما تنص المادة 11 من القانون النموذجي للتجارة الالكترونية المعد من طرف لجنة القانون التجاري التابعة للأمم المتحدة على ما يلي : « في سياق تكوين العقد وما لم يتفق الطرفان على غير ذلك يجوز استخدام رسائل البيانات للتعبير عن العرض و قبول العرض ، وعند استخدام رسالة بيانات في تكوين العقد ، لا يفقد ذلك العقد صحته أو قابليته للتنفيذ لمجرد استخدام رسالة بيانات لذلك الغرض »[1] .

نلاحظ أن هذا القانون عندما عرف تبادل المعلومات اقتصر قيامها في وسيلة واحدة هي الحاسب لإتمام التعاقد رغم وجود وسائل أخرى يتم بها تبادل المعلومات .

2- التعريف التشريعي للتجارة الكترونية في المواثيق الدولية

لم يضع القانون النموذجي للتجارة الالكترونية الذي اعتمدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي

في 16 ديسمبر 1996 تعريفا للتجارة الالكترونية ، ولكن اقتصر فقط على تعريف تبادل المعطيات الالكترونية الذي يتضمن التجارة الالكترونية ، حيث عرفه بأنه: « نقل المعلومات الكترونيا من حاسوب إلى حاسوب آخر باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات »[2] ، كما سبق وتطرقنا

وقد اختارت اللجنة لتبادل المعطيات الالكترونية تعريفا واسعا ، شاملا كل استعمالات المعلومات الالكترونية المتصلة بالنشاط التجاري، والتي يطلق عليها التجارة الالكترونية ، وهذا يعني أن لجنة اليونسترال على الرغم من أنها أولى الجهات الدولية التي اهتمت بالتنظيم القانوني للتجارة الالكترونية ، إلا أنها حرصت على ترك تعريف هذه التجارة مفتوحا بحيث لا يقتصر فقط على الأنشطة التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت ، بل

[1] المادة 11 من القانون النموذجي للتجارة الالكترونية الصادر عن لجنة القانون التجاري التابعة للأمم المتحدة في 12/06/1996 وتم إقراره بناءا على التوصية رقم 51/162 الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 16/12/1996

[2] المادة 02 فقرة ب من القانون النموذجي لليونسترال للتجارة الالكترونية لسنة 1996.

من الممكن إتمام صفقات هذه التجارة بأي وسيلة الكترونية أخرى كالفاكس و التلكس ، ومن هنا ظهرت عدة تعريفات للتجارة الالكترونية ، نذكر من بينها

- أن التجارة الالكترونية هي مجموعة المبادلات التجارية التي من خلالها يتم الشراء من على شبكة الاتصالات عن بعد [1].
- كما تعرف بأنها نوع من التجارة يتم من خلال وسيط الكتروني بما في ذلك التجارة التي تتم عبر الهاتف و التليفزيون و الفاكس ، وكذلك شبكات الاتصال المخصصة لذلك [2]
- وتعرف كذلك التجارة الالكترونية بأنها نوع من عمليات البيع والشراء بين المستهلكين والمنتجين، وبين الشركات بعضها مع بعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وهي بذلك أداة عملية تجارية بين شركاء وتجاريين باستخدام تكنولوجيا متطورة تضمن رفع كفاءة وفاعلية الأداء [3].

– موقف المشرع الجزائري من العقد الالكتروني :

إن المشرع الجزائري قد وضع مبدأ عام في المادة 60 من الأمر رقم 75/58 المتضمن القانون المدني الجزائري والتي تقضي بحرية التعبير عن الإرادة ، بأيه طريقة تخول للطرفين الحرية الكاملة في اختيار طريقة إخراج الإرادة التي هي أمر نفسي إلى العالم الخارجي ، أي أن المادة 60 من القانون المدني الجزائري ، أتاحت حرية اختيار طريقة التعبير عن الإرادة و أن استخدام وسيلة الكترونية أو أكثر في التعبير عن الإرادة ينسجم مع نص المادة 60 والذي جاء فيها : « التعبير عن الإرادة يكون باللفظ و بالكتابة أو بالإشارة المتداولة عرفا كما يمكن أن يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالته على مقصود صاحبه » ، وهذا دليل على جواز التعبير عن الإرادة بالوسائل الالكترونية وهذا ما يبرز مشروعية العقد الالكتروني[4]

---

[1] BENSOUSSAN (A): le commerce électronique, aspects juridiques ed, Hermes, paris 1998,p 13

[2] د/ عماد الحداد ، التجارة الالكترونية ، إعداد اللجنة العلمية للتأليف والنشر و التحرير، دار الفاروق للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، ص 3

[3] م رأفت رضوان ، عالم التجارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، سنة 1999 ، ص 15

[4] المادة 60 من الأمر 75/58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975م ، يتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بموجب قانون رقم 07/05 المؤرخ في 13 ماي 2007 ، جريدة رسمية عدد 31، الصادرة في 13 ماي 2007

و تنص المادة 06 / 01 من القانون رقم 18 05 على أن « التجارة الالكترونية هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية »[1]

ونجد أنه وفقا لنص المادة 06/2 من القانون رقم 18 05 ، فإنها تحيلنا إلى مفهوم العقد الالكتروني وفقا للقانون رقم 04/02 المؤرخ في 05 جمادي الأولى عام 1425هـ الموافق ل 23 يونيو 2004م ، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

إن العقد الالكتروني يتم إبرامه عن بعد ، و دون الحضور الفعلي والمتزامن الأطرافه باللجوء لتقنية الاتصال الالكتروني.

ونستنتج أن المشرع الجزائري لم يحصر الوسيلة الالكترونية التي يتم بها الاتصال لإبرام العقد الالكتروني.

القانون المدني الجزائري لم يتعرض للنظم القانونية ، التي تحكم العقد الالكتروني وإنما أصدرت الجزائر قانون خاص بالتجارة الالكترونية وهو القانون رقم 18 – 05 المنظم للمعاملات التجارية الالكترونية الصادر في 10 2018 ماي ، حيث عرفت المادة 06 / 01 من القانون رقم 18 05 السالف الذكر على أن « التجارة الالكترونية هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية » .

ومن هذا النص نجد أن المشرع الجزائري لم يحصر الوسيلة الالكترونية التي يتم بها العقد الالكتروني وإنما يتم بكافة الوسائل الالكترونية الممكنة التي يمكن أن يكتشفها الإنسان في المستقبل القريب ، كما أن موضوع العقد الالكتروني حسب نص المادة 06/1 من القانون 18 – 05 هو السلع و الخدمات ولا يقتصر هذا العقد على التجار فقط وإنما يكون أحد أطراف هذا العقد مستهلك شخص مدني طبيعي أو معنوي.

وبهذا يمكن أن نقول أن المشرع الجزائري أخذ بالمعيار الموسع لنطاق المعاملات التجارية الإلكترونية سواء من حيث الوسيلة التي يتم بها أو الأشخاص الذين يتعاملون بها وأكد على خاصية البعد على غرار ما فعل

[1] المادة 06/02 من القانون 18 05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق ل 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية الصادر في العدد 28 الجريدة الرسمية الجزائرية في 30 شعبان عام 1439هـ الموافق ل 16 ماي 2018

المشرع الأردني الذي وضع تعريف صريح ومباشر محدد من العقود وهذا سعيا منه لاحتواء كافة التصرفات التي يتم إبرامها عبر الانترنت وترك المجال مفتوحا لإدراج تصرفات جديدة تتم بالصفة الإلكترونية [1]

ومما سبق يمكننا استنتاج تعريف للمعاملات التجارية الالكترونية : بأنها كل معاملة تجارية تتم بين تاجر) طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار نشاطه المهني و المستهلك (طبيعي أو معنوي) ، يترتب عنها التزامات على عاتق المتعاقدين ، وتتم عبر شبكة الانترنت و بإحدى الوسائل الالكترونية سواء كليا أو جزئيا ، و تعرض فيها المنتجات والخدمات في صورة رقمية أو افتراضية ، بحيث لا يحتاج أطراف المعاملة إلى أن يكونا حاضران فعليا لتنفيذ هذا النوع من المعاملات، ومن بين هذه المعاملات التجارية الالكترونية نذكر : البيع و الشراء، الدفع الالكتروني، التعليم عن بعد ، دفع الخدمات الصحية، نشر المعلومات ، تقديم خدمات ، توصيل ، تبادل ..... الخ.

الفرع الثاني : خصائص المعاملات التجارية الالكترونية

هناك مجموعة من الخصائص تتميز بها المعاملات التجارية الالكترونية عن غيرها من المعاملات التجارية التقليدية ، وهذا راجع إلى أن المعاملات التجارية الالكترونية تقوم أساسا على العقد الالكتروني ، مما جعلها تكتسب منه نفس خصائصه ، وهي كونه يبرم عن بعد وذو طابع تجاري كما أنه ذو طابع استهلاكي ويتم إثباته ووفاؤه بطريقة خاصة، وسنشرح هذه الخصائص كالتالي :

أولا : المعاملات التجارية الالكترونية تبرم عن بعد

يتم إبرام المعاملات التجارية الالكترونية دون التواجد المادي لطرفيها أي لا يجمع المتعاقدين مجلس عقد حقيقي حيث يتم التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة ، ويتم تبادل الإيجاب والقبول الكترونيا عبر الإنترنت ، فهي تقوم على أساس عقد حكمي افترضي[2] .

[1] خالد الصباحين ، انعقاد العقد الالكتروني ، بحث مقدم إلى مؤتمر القانون و الحاسوب ، جامعة اليرموك ، الأردن 12/13 جويلية 2004.

[2] محمد سعيد خليفة مشكلات البيع عبر الانترنت ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2000 ، ص 51.

ثانيا : أنها ذات طابع استهلاكي

وذلك لكون أن أحد أطرافها المتعاقدة مستهلك ، لذا وجب حمايته كطرف ضعيف من خلال التشريع و القضاء المعاصر، للحد من ضعفه واستغلال المنتجين له ، لأن هناك تنوع في السلع و الخدمات بصور معقدة ، بالإضافة الأساليب الترويج و الإعلان المبالغ فيها ، لذا تسري على العقد الالكتروني أحكام حماية المستهلك ، ومن صور هذه الحماية الالتزام بإعلام المستهلك بكافة البيانات المتعلقة بالبضاعة أو الخدمة[1]

ثالثا : يتم إثباتها و وفؤها بطريقة خاصة

العقود الالكترونية المبرمة عبر الانترنت على وجه الخصوص تكون دائما غير مثبتة على دعامة ورقية و هذا بخلاف ما هو عليه الحال في المعاملات التجارية التقليدية

أما الوفاء في المعاملات التجارية الالكترونية ، فإنها تتم بالنقود الالكترونية التي تتخذ عدة صور منها : النقود الالكترونية المبرمجة ، البطاقات البلاستيكية الممغنطة والشيكات الالكترونية .

إن المعاملات و الخدمات المتاحة على الشبكة العنكبوتية أوجدت نوعا جديدا من الكتابة و التوقيع عليها يتم بأسلوب كتابي

رابعا : المعاملات التجارية الالكترونية من العقود التجارية

لذلك يطلق على العقود التي تبرم وفقها ، عقود التجارة الالكترونية لأن الطابع التجاري هو الغالب ، أي أنه تنفيذ المعاملات التجارية في السلع و الخدمات التي تتم بين مؤسسة تجارية و أو بين تاجر فرد ومستهلك بوسيلة الكترونية على سبيل الاعتياد ، الاستعمال الأمثل لكافة أنواع تكنولوجيات الاتصال المتاحة لتطوير النشاط التجاري للمؤسسات خاصة إذا كان موضوعها تجاريا وفقا لما جاء في المادة 02 من القانون الأردني رقم 85 لسنة 2001[2]

[1] عجالي باخالد النظام القانوني للعقد الالكتروني في التشريع الجزائري ، رسالة دكتوراه في القانون ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 53 الجزائر

[2] 2 المادة 02 من القانون رقم 85 لسنة 2001 المتضمن قانون المعاملات الالكترونية الأردني

يستنتج أن إعمال هذه الخاصية لا يمكن إطلاقه على كافة المعاملات الالكترونية لأنه توجد معاملات الكترونية ذات طابع مدني ، لأن العقد الالكتروني يكون تجاريا أو مدنيا حسب الشخص الذي أبرمه تاجر أو مدني وحسب الهدف المطلوب من إبرام العقد .

المطلب الثالث : أهمية الرقمنة في تحسين المعاملات التجارية

لقد فرضت الرقمنة نفسها كأداة حيوية وفعّالة في تحسين المعاملات التجارية، سواء على الصعيد المحلي أو الدولي. فهي لم تعد مجرد خيار تقني، بل أصبحت ضرورة استراتيجية في سياق التحول نحو الاقتصاد الرقمي والحكومة الإلكترونية. ويظهر أثر الرقمنة جلياً من خلال ما تقدّمه من مزايا في تسهيل الإجراءات، وتعزيز الشفافية، ودعم الإطار القانوني للمعاملات التجارية، إلى جانب تطوير البيئة الاستثمارية للدولة.

أولًا: تسريع وتبسيط الإجراءات التجارية

ساهمت الرقمنة في تسهيل المعاملات الإدارية المرتبطة بالنشاط التجاري، سواء في ما يتعلق بإنشاء الشركات، أو تسجيل العلامات التجارية، أو استخراج السجلات التجارية، حيث أصبحت تتم عن طريق منصات إلكترونية دون الحاجة إلى الحضور الفعلي. هذا ما أدى إلى تقليص الوقت والجهد والتكاليف، وبالتالي تحسين بيئة الأعمال بشكل عام[1].

ثانيًا: تعزيز الشفافية والحد من الفساد

من أهم إيجابيات الرقمنة أنها تُمكّن من تتبع المعاملات التجارية بشكل دقيق، مما يقلل من فرص التلاعب أو الفساد، خاصة في الصفقات العمومية. فكل العمليات موثقة رقمياً، مما يسهل عملية الرقابة والمساءلة.

ثالثًا: دعم الإطار القانوني للمعاملات الرقمية

فرضت الرقمنة واقعاً قانونياً جديداً، تمثّل في بروز الحاجة إلى تنظيم المعاملات الإلكترونية بعقود رقمية وتوقيعات إلكترونية ووسائل إثبات إلكترونية. وهو ما دفع المشرّع إلى تحديث العديد من القوانين الوطنية، مثل قانون التجارة الإلكترونية، والتوقيع الرقمي، والأمن السيبراني، لتأطير هذه التغيرات.

[1] د. فؤاد عبد المنعم أحمد، *الرقمنة والتحول الإلكتروني في المعاملات الإدارية والتجارية*، دار النهضة العربية، القاهرة، 2020، ص. 53.

رابعًا: دعم الجاذبية الاستثمارية للدولة

كلما كانت الدولة متقدمة في رقمنتها، كانت أكثر قدرة على جذب الاستثمارات الأجنبية، بفضل ما توفره من شفافية وسهولة في الإجراءات وفعالية في الأداء. فقد أصبحت الرقمنة معياراً من معايير تقييم مناخ الأعمال في تقارير المنظمات الدولية مثل البنك الدولي ومنظمة التعاون والتنمية[1].

خامساً: تسهيل المعاملات التجارية عبر الحدود

مكنت الرقمنة من تجاوز الحدود الجغرافية، مما سهل من عمليات التبادل التجاري بين الدول. فبفضل أنظمة الدفع الإلكتروني، والتعاقد الرقمي، والتخزين السحابي، أصبح من الممكن إبرام الصفقات الدولية عن بعد، بشكل آمن وفعّال[2].

سادساً: تعزيز التكامل الاقتصادي والعلاقات الدولية

في إطار تخصص العلوم السياسية، تُعتبر الرقمنة وسيلة لتسهيل التعاون الاقتصادي بين الدول، عبر إنشاء منصات رقمية موحدة للتبادل التجاري، وتطوير الدبلوماسية الرقمية التي تسهم في توسيع علاقات الشراكة والتكامل الإقليمي[3].

المبحث الثاني : إطار القانوني والإقتصادي للرقمنة في التجارة

لقد سعت الجزائر من خلال مجموعة من الإجراءات والتدابير ، سواء التشريعية أو الهيكلية وذلك في سبيل الانتقال إلى عالم التجارة الالكترونية والاقتصاد الرقمي، في محاولة منها المواكبة ركب الدول الرائدة في هذا النوع من التجارة، وتقليص الفجوة الرقمية مع هذه الدول المتقدمة.[4]

---

[1] محمد فاضل عبد الله، *الرقمنة والحوكمة الاقتصادية: مدخل للتنمية المستدامة*، مجلة العلوم السياسية، جامعة بغداد، العدد 55، 2021، ص. 142.

[2] عبد الله بن سعيد، *الرقمنة وأثرها على الاقتصاد السياسي للدولة*، دار الجسور، تونس، 2019، ص. 91.

[3] *الدبلوماسية الرقمية في العلاقات الدولية المعاصرة*، دار الهدى، الجزائر، 2020، ص. 66.

[4] – مصطفى هنشور وسيمة ، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن ، أطروحة دكتوراه – جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم ، 2016/2017 ، ص 322

لذلك كان لزاما على المشرع الجزائري وضع إطار قانوني وتنظيمي لإرساء جو من الثقة بين المتعاملين، مما يؤدي إلى اتساع رقعة ومجال المعاملات الالكترونية عبر الأسواق

الافتراضية[1] . وبناءا على ما سبق سنتناول أهم النصوص القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر، وشروط وآليات حمايتها

المطلب الأول : التشريعات المنظمة للمعاملات التجارية الرقمية

سنحاول من خلال هذا المطلب معرفة أهم النصوص القانونية المتعلقة بالتجارة الالكترونية ودراسة النظام القانوني لها في ظل القانون رقم 18-05 ، كما سنبرز مدى فعالية هذه القوانين التشريع الجزائري وفقا لما يلي:

الفرع الأول : النصوص القانونية المتعلقة بالتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري

لقد أدى التطور في مجالي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم عامة والجزائر خاصة إلى حدوث تغييرات جذرية مست مختلف أشكال التعاملات الإدارية والتجارية والمالية حتى صار الشكل الالكتروني يطغى تدريجيا على الشكل الورقي في المعاملات.

والمشرع الجزائري لم يكن بمعزل عن مسايرة هذه التطورات، بل حاول إيجاد نصوص قانونية تتعامل مع خصوصية هذه التجارة، بداية بالقانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 المعدل والمتمم الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث نصت المادة 3 منه يقصد في مفهوم هذا القانون : 3- إشهار كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة". [2]

[1] عباس فريد – رحالي سيف الدين شروط ممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون رقم 18-05 ، مقال منشور في مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثامن جانفي 2020، ص 71

[2] مشتي أمال التجارة الالكترونية في الجزائر ، مقال منشور في مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية – سنة . 2018 العدد 13 ص 251

واعترف المشرع الجزائري في سنة 2005 بالكتابة الالكترونية وأعطاها قوة إثبات نفسها المعترف بها، بالنسبة للكتابة الورقية ومنحها الحجة القانونية كدليل إثبات، وذلك وفق ما نصت عليه المادتين 323 مكرر و 323 مكرر 1 من القانون المدني الجزائري .[1]

ثم صدر المرسوم التنفيذي رقم 05/468 المؤرخ في 10/12/2005 الذي يحدد شرط تحديد الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، حيث تضمنت المادة 4

على أنه يجب تحتوي الفاتورة على الختم وتوقيع البائع، إلا إذا حررت عن طرق النقل الالكتروني.

القانون رقم 09-03 المؤرخ في 15/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إذ نصت المادة 17 " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الرسم أو وضع العلامات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة". [2]

القانون رقم 09/04 المؤرخ في 05/08/2009 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها.

المرسوم التنفيذي رقم 09/65 المؤرخ في 07/02/2009 المحدد للكيفيات الخاصة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة وذلك في المادة 4 التي نصت على " يقصد في مفهوم أحكام هذا المرسوم الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام ... ولا سيما الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار".

القانون رقم 15/04 المؤرخ في 01/02/2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، جاء هذا القانون ليرفع اللبس عن كل ما يتعلق بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، حيث جاء في

[1] القانون رقم 05/10 المؤرخ في 20/06/2005 (ج ر 44) المعدل للأمر رقم 75/58 المؤرخ في 26-09-1975 المتضمن القانون المدني الجزائري

[2] مشتي أمال، المرجع السابق ص 252

المادة 2/1 يقصد بما يأتي: -1 التوقيع الالكتروني : بيانات في شكل الكتروني، مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات الكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق " .[1]

القانون رقم 18/04 المؤرخ في 10/05/2018 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية، حيث جاء في نص المادة 1 منه يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية " . [2]

رغم صدور هذه المجموعة من القوانين التي حاولت تنظيم التجارة الالكترونية في الجزائر، لتساير وتواكب التحديات التي فرضتها هذه التجارة وطريقة استعمالها باستخدام وسائل اتصال تكنولوجية حديثة، إلا أن ذلك لم يغطي الفراغ التشريعي الواضح في التعامل مع هذا النمط المستجد من التجارة، فكان على المشرع الجزائري تبني قانون جديد ينظم التجارة الالكترونية وهو ما تجلى في صدور القانون رقم 18/05 المؤرخ في 10/05/2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

الفرع الثاني: النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل القانون رقم 18/05 :

في سنة 2017 خطت الجزائر خطوة كبيرة في مجال التجارة الالكترونية، باقتراح مشروع قانون أعد من طرف وزارة البريد وتكنولوجيات الاتصال السلكية واللاسلكية والرقمنة، متضمنا قانون التجارة الالكترونية والذي تم إقراره فيما بعد بتاريخ 10/05/2018 تحت رقم 18/05 يهدف إلى تحديد القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع والخدمات، إذ أن وضع منظومة تشريعية تؤطر التجارة الالكترونية يندرج في إطار الإجراءات التي تهدف إلى إرساء جو من الثقة، من شأنه أن يفضي إلى تعميم وتطوير المبادلات الالكترونية. [3]

---

[1] حمودي فريدة " التجارة الالكترونية في القانون الجزائري " ، مقال منشور في مجلة حوليات جامعة الجزائر 1 ، المجلد 34 العدد05- 2020 -ص11

[2] القانون رقم 18/04 المؤرخ في 10/05/2018 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية . (ج ر عدد 27 الصادرة في 13/05/2018)

[3] – مشتي أمال، المرجع السابق ص 255

أولا: نطاق ومجال تطبيق القانون 18-05 : حددت أحكام القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية للخدمات والسلع مجال تطبيقه ، من حيث الأشخاص ومن حيث النشاط :

من حيث الأشخاص نصت المادة 2 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية أنه يطبق القانون الجزائري إذا كان أحد أطراف العقد الالكتروني ، متمتعا بالجنسية الجزائرية، أو مقيما إقامة شرعية في الجزائر ، أو شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري، أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر .

– من حيث النشاط التجاري : نصت المادة 3 من القانون 18-05 تمارس التجارة الالكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما، غير أنها منعت ممارسة النشاط التجاري الالكتروني في مجالات المتاجرة بالمشروبات الكحولية والتبغ ، والمنتجات الصيدلانية ، والمتاجرة في مجال لعب القمار والرهان واليانصيب، والمتاجرة في مجال المنتوجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية والصناعية والتجارية، والمتاجرة في السلع المحظورة بموجب التشريع المعمول به والمتاجرة في السلع والخدمات التي تستوجب عقد رسمي.

ونصت المادة 5 من نفس القانون على المنع من النشاط في مجال المتاجرة بالعتاد والتجهيزات والمنتوجات الحساسة أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي [1].

ثانيا : المستهلك الالكتروني: ورد تعريفه في نص المادة 6/3 من القانون 18-05 بقولها المستهلك الالكتروني كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض، أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

التزامات المستهلك الالكتروني: وتتمثل في :

الالتزام بدفع الثمن إن دفع الثمن هو التزام يقع على عاتق المستهلك الالكتروني، فهو يلتزم بدفع مقابل الشيء المبيع المتحصل عليه أو مقابل أداء الخدمة المتفق عليها في العقد، وقد نصت المادة 16 من القانون

[1] بلعربي علي، وبقنيش عثمان، مقال بعنوان الإطار القانوني المنظم للتجارة الالكترونية في الجزائر ، مقال منشور في مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، العدد الرابع جوان 2017 ص 362

18-05 على أنه ما لم ينص العقد الالكتروني على خلاف ذلك، يلتزم المستهلك الالكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الالكتروني بمجرد إبرامه.[1]

الالتزام بتوقيع وصل استلام عند التسليم: يترتب على المستهلك عند تسلم المبيع، التزام آخر وهو أن يوقع وصل استلام بطلب من المورد الالكتروني ولا يمكنه رفض توقيع هذا الوصل، حيث نصت المادة 17 من القانون رقم 18-05 على " أنه يجب على المورد الالكتروني أن يطلب من المستهلك الالكتروني، توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتوج، أو تأدية الخدمة موضوع العقد الالكتروني، لا يمكن المستهلك الالكتروني أن يرفض توقيع وصل الاستلام ، تسلم نسخة من وصل الاستلام وجوبا للمستهلك الالكتروني"[2].

ثالثا : المورد الالكتروني: عرفت المادة 6/4 من القانون 18-05 بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات، عن طريق الاتصالات الالكترونية ".[3]

التزامات المورد الالكتروني: وتتضمن ما يلي:

الالتزام بحسن تنفيذ العقد : ونصت عليه المادة 18 من القانون رقم 18-05 كما يلي" يصبحالمورد الالكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الالكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عن هذا العقد، سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤديي خدمات آخرين ...."

الالتزام بإرسال نسخة إلكترونية من العقد ونصت عليه المادة 19 من القانون 18-05 بمجرد إبرام العقد يلزم المورد الالكتروني بإرسال نسخة الكترونية من العقد، إلى على أنه " المستهلك الالكتروني ".

الالتزام بإعداد الفاتورة وتسليمها للمستهلك الالكتروني: نصت على هذا الالتزام المادة 20 من القانون 18-05- بقولها يترتب على كل بيع لمنتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية، إعداد فاتورة من

---

[1] باشي ليلى زاوي حولة " التنظيم القانوني لعقود التجارة الالكترونية " ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان الحقوق ، تخصص قانون أعمال – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق – السنة الجامعية 2019 – 2020 ،ص 49

[2] عبدو بولعراس – بلغيث عمارة " التزامات المستهلك في العقد الالكتروني مقال منشور في المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد السابع – العدد الأول ، بتاريخ 19/03/2023 ، ص 902

[3] المادة 6 من القانون رقم 18-05 التجارة الإلكترونية هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية

قبل المورد الالكتروني تسلم للمستهلك الالكتروني" ، وهذا الالتزام يقع على عاتق المورد الالكتروني عند كل بيع منتوج أو تأدية خدمة عليه إعداد الفاتورة من قبل وتسليمها للمستهلك الالكتروني.

الالتزام بمضمون طلب المستهلك ونصت عليه المادة 21 من القانون 18-05 بأنه عندما يسلم المورد الالكتروني منتوجا أو خدمة لم يتم طلبها من طرف المستهلك الالكتروني، لا يمكنه المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف التسليم".

حيث يجب على المورد أن يلتزم بطلب المستهلك، وفي حالة عدم احترام هذا الالتزام، فلا يمكنه المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف الالتزام.

الالتزام بعدم الموافقة على طلبية منتوج غير متوفر : وتضمنته المادة 24 من القانون 05-18 بقولها على المورد الالكتروني عدم الموافقة على طلبية منتوج غير متوفر في مخزونه ، لأن هذا التصرف قد يتسبب في عدم تسليم المنتوج للمستهلك الالكتروني في آجاله. [1]

الالتزام بحفظ السجلات التجارية: إذ نصت المادة 25 من القانون 18-05 على " يجب على كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري ، حيث يعتبر مسك السجلات من أهم الالتزامات التي تقع على التاجر فهي تبين مركزه المالي الحقيقي ويتم على أساسها تقييم الضريبة، وهي أيضا وسيلة إثبات لمصلحة أو ضد التاجر .[2]

الالتزام بضمان المعطيات الشخصية : وهذا ما نصت عليه المادة 26 من القانون 18-05 ، إذ يقع على عاتق المورد الالكتروني التزام بجمع بيانات الزبائن الضرورية لإبرام المعاملات

التجارية، ويجب عليه الحصول على موافقة المستهلكين الالكترونيين قبل جمع هذه البيانات وضمان سريتها.

وهذا يعد تماشيا مع ما تضمنته المادة 46 من الدستور الجزائري المعدل والمتمم بنصها لا يجوز انتهاك حياة المواطن الخاصة وحرمة شرفه، ويحمي القانون سرية المراسلات الخاصة بكل أشكالها". [3]

---

[1] باشي ليلى زاوي خولة ، المرجع السابق ص 53-54.

[2] باشي ليلى زاوي خولة ، المرجع السابق ص 54.

[3] المادة 46 من الدستور المعدل بموجب القانون 16/01 المؤرخ في 6 مارس 2016 . (ج ر رقم 14 المؤرخة في 07/03/2016)

الفرع الثالث مدى فعالية النصوص القانونية المنظمة للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري :

لقد شرعت الجزائر في إعداد خطة هدفها تعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات في كافة المجالات، من خلال رقمنة العديد من القطاعات منها القطاع التجاري، حيث كان إصدار قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 أول خطوة تشريعية، متبوعا بإصدار سلسلة من القوانين والقوانين المعدلة حسب ما يقتضيه الحال، ومجموعة من المراسيم التنفيذية المتعلقة بالسجل التجاري الالكتروني، وضبط التجارة الالكترونية في قطاع التجارة الحديثة على العموم، حيث أن توجه المشرع الجزائري لسن القانون السالف الذكر والمرسوم التنفيذي رقم 18/112 الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء الكتروني، والمراسيم المعدلة المتعلقة بمسك السجل التجاري، جاء ضمن إصرار الدولة على تنفيذ مشروع الحوكمة الالكترونية للوصول إلى التحصيل الأمثل للموارد العمومية في قطاع التجارة ، ومن خلاله تتم عملية تحيين المعلومات الموجودة في رمز السجل التجاري الإلكتروني بانتظام، من طرف مصالح المركز الوطني للسجل التجاري.[1]

كما تظهر فعالية النصوص القانونية المنظمة للتجارة الالكترونية، من خلال التعديلات التي أقرها المشرع الجزائري سنة 2005 للقانونين المدني والتجاري، حيث كرس نظام الإثبات الإلكتروني بموجب المادة 323 مكرر من القانوني المدني ، التي أصبح بمقتضاها الإثبات بالكتابة مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها وكذا طرق إرسالها ، كما أقر العمل بالتوقيع الالكتروني بموجب المادة 327/2 التي اعتد من خلالها بالتوقيع الالكتروني.

أما القانون التجاري المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-02 المؤرخ في 06/02/2005 فبموجبه أصبح بالإمكان الوفاء بأية وسيلة تبادل الكترونية يحددها التشريع والتنظيم، حيث أضافت المادة 543 مكرر 23 من هذا القانون سندات تجارية أخرى، على غرار الأوراق التجارية الكلاسيكية المتمثلة في السفتجة والشيك والسند لأمر.

واستحدث المشرع الجزائري نظام الوفاء الالكتروني ووسع في مفهومه، بموجب المادة 69 من قانون النقد والقرض رقم 03/11 لما أخذ بجميع السندات وقبل كل الأساليب التقنية المستعملة، فهناك طرق للدفع

[1] بوزانة أيمن حمدوش وفاء ، " التجارة الالكترونية في سياق القانون رقم 18-05 والمراسيم التنفيذية المتعلقة بالسجل التجاري الالكتروني في الجزائر ، مقال منشور بمجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية مجلد 6 العدد 1 بتاريخ 15-07-2021 ص 1834

الالكتروني أهمها التحويل الالكتروني، بطاقات الدفع الالكتروني، الشيكات الالكترونية، التي ظهرت فيما بعد على شكل بطاقات دفع الكترونية .[1]

كما صدر القانون رقم 15/04 المؤرخ في 01/02/2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكترونيين، الذي كان يهدف من خلاله المشرع الجزائري إلى إعطاء نوع من الفعالية بالتكفل بالمتطلبات القانونية والتنظيمية والتقنية التي تسمح بإحداث جو من الثقة المواتية لتعميم وتطوير ، المبادلات الالكترونية وترسيخ المبادئ العامة المتعلقة بنشاطي التوقيع والتصديق الالكترونيين في الجزائر.[2]

وعليه يتضح من خلال سرد هذه النصوص التشريعية والتنظيمية، التي أصدرها المشرع الجزائري والتي كانت لهدف الانتقال من وضع معين إلى وضع آخر جديد، أي من مجال العلاقات التعاقدية التقليدية، إلى نفس مجال العلاقات التعاقدية لكن وفق نمط ووسط مختلف من حيث التقنية المستعملة فقط، ألا وهي استخدام الوسائط الالكترونية في مجال إبرام وتنفيذ عقود ومعاملات التجارة الالكترونية.[3]

المطلب الثاني : ممارسات التجارة الالكترونية وآليات حمايتها في التشريع الجزائري :

نظرا لما عرفه التعامل التجاري الالكتروني في الجزائر من توسع، يوما بعد يوم أصبح من الضروري إحاطة هذه المعاملات الالكترونية بضوابط قانونية في شكل شروط تتماشى وخصوصيتها، منها إلزامية إخضاع النشاط التجاري الالكتروني للتسجيل في السجل التجاري أوفي سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة، نشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت مستضاف في الجزائر بامتداد com.dz مع وجوب توفر الموقع الالكتروني للمورد الالكتروني على وسائل تسمح للتأكد من صحته.

[1] عبد القادر علاق– محمد بوراس " قانون التجارة الالكترونية في الجزائر دراسة تحليلية لمراحل وعوامل ظهوره وآفاق تطبيقه ، مقال منشور بمجلة العلوم القانونية والسياسية بتاريخ 28/04/2020 – مجلد 11 العدد 1، ص 190–191.

[2] بوراس بودالية " واقع التجارة الالكترونية في الجزائر " مقال منشور بالمنصة الرقمية للمجلات العلمية الجزائرية ASJP بتاريخ 01/03/2012 ص 31–30

[3] عبد القادر علاق– محمد بوراس، المرجع السابق ص 190.

الفرع الأول : شروط ممارسة التجارة الالكترونية في التشريع الجزائري :

أولا: شرط التسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية:

نصت المادة 8 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية على أن " يخضع نشاط التجارة الالكترونية للتسجيل في السجل التجاري، أوفي سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة ولنشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz"، ويجب أن يتوفر الموقع الالكتروني للمورد على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.[1]

وسجل المعاملة الالكترونية حسب المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97/41 المحدد لكيفيات حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري" بأنه ملف الكتروني يودع فيه المورد الالكتروني عناصر المعاملة التجارية المنجزة الآتية: العقد، الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، كل وصل استلام أثناء التسليم أو الاستعادة أو الاسترداد، حسب الحالة.[2]

ويشترط في حفظ سجلات المعاملات التجارية الالكترونية وإرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري في ظل القانون رقم 18-05 مجموعة شروط تتمثل في :

تخزين عناصر المعاملة التجارية الالكترونية، وحفظ عناصر هذه المعاملة في شكلها الأصلي، وتزويد المركز الوطني للسجل التجاري بعناصر المعاملات، مع التقيد بأجل إرسال المعلومات للمركز الوطني للسجل التجاري.

ثانيا : شرط الإدراج في البطاقية الوطنية للموردين الالكترونيين :

تم استحداث البطاقية الوطنية للموردين الالكترونيين وتضم جميع الموردين المسجلين سواء على مستوى السجل التجاري، أوفي الصناعات التقليدية والحرفية ، ويتم نشرها الكترونيا وتكون هذه البطاقية في متناول المستهلك الالكتروني، وذلك طبقا للمادة 9 من القانون رقم 18-05 ولعل اشتراط المشرع بموجب المادة 9/3

---

[1] ريحي تبوب، فاطمة الزهراء. "سرية المراسلات والاتصالات الالكترونية حقا يضمنه القانون." مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2021 ص 25

[2] المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97/41 المؤرخ في 18/01/1997 المتعلق بشروط القيد في السجل التجاري ج عدد 5 1997 المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97/322 المؤرخ في 26/08/1997 (ج ر عدد 57- 1997)

إلزامية نشر هذه البطاقية الغرض منه، ليس جعلها فقط في متناول المستهلك الالكتروني، وإنما إعلام الجميع بمحتواها، وفي هذا الصدد يتعين الإشارة إلى ضرورة التنسيق بين مصالح السجل التجاري، وإدارة الضرائب من أجل إضفاء فعالية أكثر على هذه البطاقية من خلال الإشارة إلى طبيعة نشاط كل مورد ضمن البطاقية وكذا تحديد وضعية نشاط كل مورد الكتروني، بمعنى إدراج ملاحظات تخص الموردين المتوقفين مؤقتا، مثلا عن النشاط هذه الوضعيات لا يمكن الوقوف عليها، إلا من خلال التنسيق مع إدارة الضرائب التي يصرح لديها المورد الإلكتروني في حالة توقفه وانقطاعه المؤقت عن النشاط، فالإشارة إلى وضعية نشاط كل مورد الكتروني في البطاقية من شأنها التقليل من حالات النصب والاحتيال باسم مورد متوقف مؤقتا[1]

الفرع الثاني : الإشهار الإلكتروني :

عرف المشرع الجزائري الإشهار الالكتروني بمقتضى المادة 6/6 من القانون رقم 18-05 * الإشهار الالكتروني: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة، إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية ".[2]

فبالإضافة إلى الأحكام التشريعية والتنظيمية المنظمة لقواعد الإشهار عامة، والإشهار الالكتروني خاصة، باعتباره أهم مرحلة من المراحل السابقة للتعاقد، نظرا لما توفره من معطيات ومعلومات ومتعلقة بكل تفاصيل العقد ، ومضمونه فإن المشرع الجزائري فرض توافر مجموعة شروط في عملية الإشهار أو الترويج، أو الرسالة ذات الطابع أو الهدف التجاري، كما قيد المورد بالتزامات خاصة لممارسة هذا الإشهار التجاري الالكتروني، وستتطرق إلى ذلك كما يلي:

أولا : شروط ممارسة الإشهار التجاري الالكتروني:

عدم مخالفة النظام العام والآداب العامة اشترط المشرع الجزائري في الإشهار الالكتروني عدم المساس بالآداب العامة والنظام العام، وهو شرط جوهري يتعلق بمحل وموضوع الإشهار فإطلاق المورد لإشهار

[1] ريحي تبوب فاطمة الزهراء ، المرجع السابق ص 27-28

[2] – المادة 6 فقرة 6 من القانون رقم 18 – 05 المرجع السابق

تجاري الكتروني يستلزم أن يراعي مقتضيات النظام العام والآداب العامة، ولا يمس بالمصالح الجوهرية للأفراد والجماعات المستهدفة بهذا الإشهار ، وتضمنت هذا الشرط المادة 30 من القانون 18-05

– ضرورة تحديد مضمون العرض التجاري : فرض المشرع هذا الشرط وهو أن يحدد ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، بمعنى أن المورد الالكتروني ملزم بتحديد مضمون إشهاره التجاري، وقد نظم المشرع الجزائري أحكام هذا النوع من الإشهارات في نص المادة 16 من القانون رقم 04/02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. [1]

انتفاء صفتي التضليل والغموض للاستفادة من عرض السلعة أو الخدمة حيث اشترط المشرع ضرورة التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضللة أو غامضة، حيث يجب أن يخلو الإشهار التجاري الالكتروني من جميع مظاهر أشكال التضليل والغموض، وذلك بغية حماية لمستهلك الالكتروني في المعاملات التجارية المبرمة عن طريق الاتصالات الالكترونية، وذلك وفقا لما أقره المشرع في القانون 04/02 في المادة 28 منه

ثانيا: تقييد المورد بالتزامات خاصة لممارسة الإشهار التجاري الإلكتروني:

رتب المشرع الجزائري مجموعة من الالتزامات على عاتق المورد أثناء إطلاقه إشهارا تجاريا الكترونيا، وذلك ضمانا لعدم المساس بحقوق المستهلك الالكتروني، فقد أوجب عليه أن يضع في المتناول منظومة الكترونية يسمح من خلالها لكل شخص بالتعبير عن رغبته، في عدم تلقي أي إشهار منه بواسطة الاتصالات الالكترونية، دون مصاريف أو مبررات وفي سبيل ذلك الزم المورد الالكتروني، أن يضطلع بما يلي :

تحديد الشخص المخاطب برسالة الإشهار : ألزم المشرع الجزائري المورد الالكتروني، حين مباشرة عملية الإشهار الموجه لمستهلك الكتروني، بأن يحدد الشخص المخاطب والمستهدف برسالة الإشهار، والغرض من ذلك هو تحديد هوية المستهلك الالكتروني باعتباره مستهدفا بهذا الإشهار.

[1] علاق عبد القادر ،بوراس محمد " الإشهار التجاري الالكتروني على ضوء القانون 18-05 " ، مقال منشور بمجلة حوليات جامعة الجزائر 1 ، المجلد 34 العدد 4 ، بتاريخ ديسمبر 2020 ، ص 284-285

تسليم وصل استلام للمستهلك الإلكتروني: حيث يجب على المورد الالكتروني تسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الالكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني، تسجيل طلبه، والغرض من تقرير هذا الالتزام هو توفير إثبات الكتروني، وتحديد المسؤولية أو انتفائها في المعاملة التجارية، مع تحمل كل طرف المسؤوليته في هذه العلاقة التعاقدية ذات الطبيعة القانونية الخاصة.[1]

تلبية رغبة المستهلك الالكتروني بسرعة معقولة: فرض المشرع من خلال القانون 18-05 التزام آخر على عاتق المورد الالكتروني باتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبة الزبون المستهلك في غضون 24 ساعة، للاستجابة لطلب هذا الأخير.

كما حظر المشرع الجزائري بمقتضى المادة 31 من القانون رقم 18-05 على المورد الالكتروني إطلاق استبيان مباشر اعتمادا على إرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الالكترونية، باستعمال معلومات شخص طبيعي بأي شكل من الأشكال، ما لم يبد موافقته المسبقة على ذلك، إضافة إلى ذلك منع المشرع الجزائري على المورد الالكتروني نشر أو ترويج

السلعة أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الالكترونية وذلك طبقا للمادة 34 من القانون رقم 18-05 ، ويتعلق هذا المنع بالخدمات أو السلع أو المنتوجات المنصوص عليها في المادة 03 من القانون 18- 05 ,[2]

الفرع الثالث: آليات حماية التجارة الالكترونية في التشريع الجزائري

إن ازدهار التجارة الالكترونية وتطورها يقاس بمدى توفر عامل الثقة بين المتعاملين بها، فعقود التجارة الالكترونية لا تختلف في جوهرها عن صيغ التعامل القانونية الأخرى، إلا من حيث أنها تتم عبر وسيلة الكترونية، ومع التوجهات الحديثة نحو الاهتمام المتزايد بتوفير الحماية اللازمة للتجارة الالكترونية انتبه

[1] علاق عبد القادر ، محمد بوراس، المرجع السابق ص 287286

[2] – انظر المواد 3 ، 31 ، 34 من القانون رقم 18-05 ، المرجع السابق

المشرع الجزائري كغيره من التشريعات إلى ضرورة توفير الحماية لهذا النوع من التجارة[1] ، وعليه سنوضح آليات حماية التجارة الالكترونية من خلال ما يلي :

أولا : الحماية المدنية للتجارة الالكترونية:

لقد حظيت التجارة الالكترونية بحماية قانونية من المشرع الجزائري، من خلال إثبات الحق بالتعويض للمتضرر الذي تلحقه أضرار عند ممارسة هذه التجارة، عن طريق اللجوء إلى الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض وجبر الضرر، وتنقسم المسؤولية عند إخلال أحد طرفي العقد بتنفيذ التزاماته التعاقدية في التجارة الالكترونية إلى:

1- المسؤولية العقدية الناتجة عن التجارة الإلكترونية وتقوم في حالة عدم احترام المتعاقدين لالتزاماتهم التعاقدية ، وهذا ما نصت عليه المادة 06 من القانون المدني العقد شريعة المتعاقدين"، فالعقد هو الذي يحكم العلاقة بين طرفيه، والذي يكون محله سلعا أو خدمات ويكون الإخلال بمضمون العقد واضحا عند عدم التنفيذ أو التأخير في التنفيذ.

2- المسؤولية التقصيرية الناتجة عن التجارة الالكترونية وتمثل الجزاء المترتب عن تقصير قد يكون من طرف مقدمي الخدمات أو عملية الإدارة في المواقع والشبكات، باعتبارهم مختصون ومسؤولون عن ما يحدث من أخطاء داخل منظومة العمل من خلال الوسائل الالكترونية، كما تقوم المسؤولية التقصيرية إذا كان هناك فعل ضار صادر من أحد الأشخاص وأصاب غيره بضرر، فيجب أن يكون ذلك الفعل الضار هو السبب في وقوع هذا الضرر، وهذا ما يعبر عنه بضرورة وجود علاقة السببية بين الخطأ والضرر. [2]

حق المستهلك الالكتروني في العدول: يعد حق المستهلك الالكتروني في العدول عن التعاقد

[1] بركي حمزة – طيبي المسعود " التجارة الالكترونية في القانون والتشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص قانون أعمال – جامعة زيان عاشور ، الجلفة – كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2020-2021 29 2020-2021 ، ص 29

[2] الحاج موسى ريمي بلاغيت أمال ، " التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية دراسة على ضوء التشريعات الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون ، قسم الحقوق – جامعة غرداية – كلية الحقوق والعلوم السياسية ، السنة الجامعية 2021 – 2022 ص 69.

من أهم مظاهر الحماية القانونية، وهذا ما تضمنته المادة 22 من القانون رقم 18-05، وذلك في حالة عدم احترام المورد الالكتروني، لأجال التسليم حيث يمكن للمستهلك إعادة إرسال المنتوج على حالته خلال مدة أقصاها 04 أيام من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر، وفي هذه الحالة يجب على المورد الالكتروني أن يرجع إلى المستهلك الالكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتوج، وعليه إصلاحه إذا كان معيبا أو تبديله وذلك طبقا للمادة 23 من القانون 18- 05 .[1]

حق المستهلك الالكتروني في الحماية من الشروط التعسفية

عرفت المادة 03 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، الشرط التعسفي على أنه كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد، أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"، فالمشرع الجزائري خول للمستهلك الالكتروني حق طلب إبطال العقد الالكتروني والتعويض عن الضرر الذي لحق به نتيجة عدم قيام المورد الالكتروني بوضع الشروط المتعلقة بكيفيات التسليم، وإعادة المنتوج وكيفيات الدفع.

حق المستهلك الالكتروني في الضمان من العيب الخفي بالرجوع إلى المادة 23 من

القانون 18-05، نجد أن المشرع الجزائري وفي سبيل حماية المستهلك الالكتروني، أوجب على المورد الالكتروني استعادة منتوجه المعيب والالتزام بضمان هذا العيب، إما بتسليم منتوج موافق للطلبية، أو إصلاح المنتوج المعيب أو استبداله بمنتوج آخر مماثل أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة، خلال 15 يوما من تاريخ استلام المنتوج.[2]

ثانيا : الحماية الجزائية للتجارة الالكترونية

نظم المشرع الجزائري الحماية الجزائية للتجارة الالكترونية، بمجموعة من النصوص القانونية تناول من خلالها الجرائم المرتكبة أثناء ممارسة التجارة الالكترونية، والعقوبات المقررة لها فأخضع المورد الالكتروني للتشريع

[1] المواد 22، 23 من القانون 18 05 ، المرجع السابق.

[2] الحاج موسى ريمي – بلاغيت أمال ، المرجع السابق ص 70

والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك الالكتروني، وهذا ما سنعالجه كما يلي:

أولا: معاينة المخالفات المرتكبة من طرف الموردين الالكترونيين إن كشف ومعاينة

المخالفات المنصوص عليها في القانون رقم 18-05 يتم بواسطة الأعوان المذكورين في المادة 36 من هذا القانون، فزيادة على ضباط وأعوان الشرطة القضائية المشار إليهم في قانون الإجراءات الجزائية، أضاف المشرع الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة .

كما ألزمت الفقرة الثالثة من نفس المادة المورد الالكتروني بالسماح للأعوان المؤهلين المعاينة المخالفات بالولوج بحرية لتواريخ المعاملات التجارية، ويمنع عليه معارضة مهام الرقابة الموكلين بها، وبالرجوع إلى القانون رقم 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نجد أن المشرع منح صلاحيات واسعة للمكلفين بالقيام بمعاينة المخالفات منها :

-1 حق الاطلاع على الوثائق : وذلك طبقا للمادة 50 من القانون 04/02 ، إذ خولت للموظفين المؤهلين القيام بتفحص كل المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، ويمكنهم أن يشترطوا استلامها حيثما وجدت والقيام بحجزها.

2- الحق في تفتيش المحلات المهنية وفتح الطرود وذلك بموجب المادة 52 من القانون 04/02 ، فقد خول المشرع للأعوان المؤهلين الحق في الدخول إلى المحلات التجارية وزيارة المكاتب والملحقات، وفتح الطرود.

- تحرير محاضر وتقارير التحقيق نصت على ذلك المواد من 55 إلى 59 من القانون السالف الذكر، فتثبت المخالفات بتحرير محضر ويختم التحقيق بتقرير تحقيق.

ثانيا : الجزاء المترتب على ارتكاب المخالفات: ويشتمل على :

-1- العقوبات الأصلية: وهي منصوص عليها في المواد من 37 إلى 44 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، فقد نصت المادة 37 على ما يلي دون المساس بالعقوبات الأشد المنصوص عليها في التشريع المعمول به يعاقب بغرامة من 200.000 دج إلى 1000.000 دج كل من يعرض للبيع، أو يبيع عن طريق الاتصال الالكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 3 من هذا القانون".

وفي نص المادة 38 وقعت غرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج ، كل من يخالف أحكام المادة 5 التي منعت التعامل بالعتاد والتجهيزات الحساسة، وكذا كل المنتجات أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.

وفي حالة مخالفة الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و 12 من هذا القانون يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج بموجب المادة 39 من نفس القانون، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع، لمدة لا تتجاور 06 أشهر .

أما بالنسبة للإشهار الالكتروني فقد وقعت المادة 40 غرامة قدرها من 50.000 دج إلى 500.000 دج في حالة مخالفة شروطه، إضافة إلى تعويض الضحايا المتضررين من تبعات هذا الإشهار ، كما نصت المادة 41 على غرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج على كل مورد الكتروني لم يقم بحفظ سجلات المعاملات التجارية، وتواريخها وعدم إرسالها إلى المركز الوطني للسجل التجاري، والمنصوص عليها في المادة 25

2- العقوبات التكميلية تضمنتها المادتين 42 و 43 من القانون 18-05 كما يلي: [1]

أ) – التعليق الفوري لتسجيل أسماء النطاق لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية دون تسجيل مسبق في السجل التجاري ويبقى التعليق ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته.

ب) التعليق التحفظي لتسجيل أسماء نطاق المورد الالكتروني من طرف الهيئة المكلفة بمنحأسماء النطاق في الجزائر، بناءا على مقرر من وزارة التجارة في حالة ارتكابه مخالفات تحت طائلة عقوبة غلق المحل، دون أن تتجاوز مدة التعليق لاسم النطاق 30 يوما.

[1] **المادة 42** تحدد العقوبات المرتبطة بمخالفة أحكام المادة 20 من القانون، والتي تتعلق بالمعاملات التجارية الإلكترونية
المادة 43 تتعلق بالعقوبات المفروضة على المورد الإلكتروني الذي لا يلتزم بحفظ المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك، وفقًا للمادة 26 من القانون.

ثالثا : إجراءات غرامة الصلح ونصت عليها المادة 45 من القانون 18-05 بقولها دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض تؤهل الإدارة المكلفة بحماية المستهلك بالقيام بإجراءات غرامة الصلح مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون". [1]

وألزمت نفس المادة في الفقرة 02 الأعوان الذين سبق ذكرهم في المادة 36 اقتراح غرامة الصلح على المخالفين، ويشترط هنا أن لا يكون المخالف في حالة عود، وأن مبلغ غرامة الصلح هو الحد الأدنى من الغرامة المنصوص عليه في أحكام هذا القانون.

وتشير المادة 47 بأن على المصالح التابعة لإدارة التجارة تبليغ المورد الالكتروني المخالف خلال مدة لا تتجاوز 07 أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار بالاستلام، يتضمن هوية المورد، عنوان بريده الالكتروني تاريخ وسبب المخالفة، ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة بالإضافة إلى مواعيد وكيفيات الدفع.

وإذا لم يتم دفع الغرامة أولم يمتثل المورد المخالف للأحكام التنظيمية المعمول بها في أجل 45 يوما، يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة، ويضاعف مبلغ الغرامة في حالة تكرار الجريمة خلال مدة لا تتجاوز 12 شهرا من تاريخ العقوبة المتعلقة بالجريمة السابقة.[2]

المطلب الثالث : أثر التحول الرقمي على الإقتصاد والتجارة الإلكترونية

أحدث التحول الرقمي نقلة نوعية في بنية الاقتصاد العالمي، حيث لم يعد التأثير محصورًا في الجوانب التقنية فقط، بل امتد ليشمل مختلف المتغيرات الكلية المؤثرة في الأداء الاقتصادي مثل الناتج المحلي الإجمالي،

[1] **المادة 45** تمنح هذه المادة القاضي السلطة في اتخاذ إجراءات إضافية، مثل إغلاق الموقع الإلكتروني لفترة محددة أو الشطب من السجل التجاري، في حال تكرار المخالفات أو في الحالات الخطيرة.

[2] – حاصل نورية ، " النظام القانوني للعقد الالكتروني في ظل القانون رقم 18 05 المتعلق بالتجارة الالكترونية . مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان الحقوق والعلوم السياسية ، تخصص القانون الخاص – جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم – كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم القانون الخاص ، السنة الجامعية 2018 – 2019 ص 84 .

الإنتاجية، الاستثمار، العلاقات التجارية، وسوق العمل. وقد ساهم الانتشار المتزايد للتكنولوجيا الرقمية في إعادة تشكيل ديناميكيات التجارة الإلكترونية وسلاسل القيمة العالمية، مما جعل من الرقمنة محورًا جوهريًا لأي تحليل اقتصادي حديث.

أولا : التحول الرقمي والناتج المحلي الإجمالي والنمو العالمي

أدى التحول الرقمي إلى تحفيز النمو الاقتصادي العالمي من خلال توسيع القدرة الإنتاجية للدول وتعزيز الكفاءة في مختلف القطاعات. وتشير تقارير البنك الدولي إلى أن زيادة بنسبة 10% في اعتماد تقنيات التحول الرقمي قد ترفع الناتج المحلي الإجمالي بنسبة تصل إلى 0.5% في الدول النامية[1]. كما أن الرقمنة تساهم في خلق قطاعات جديدة، مثل الاقتصاد القائم على المنصات، والخدمات السحابية، مما يرفع من الناتج الإجمالي الحقيقي.

في السياق نفسه، ساهمت التجارة الإلكترونية في تسريع عملية التبادل التجاري، مما أدى إلى تحفيز الإنتاج الصناعي والتجاري، ورفع القيمة المضافة لقطاعات التكنولوجيا واللوجستيك الرقمي.

ثانيا : التحول الرقمي والإنتاجية وسوق العمل الدولي

تلعب الرقمنة دورًا محوريًا في تحسين الإنتاجية من خلال إدماج الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، والحوسبة السحابية في سلاسل الإنتاج. في المقابل، فإن هذا التحول يعيد تشكيل سوق العمل العالمي عبر ما يُعرف بـ"الأتمتة الذكية"، حيث يتم الاستغناء عن بعض الوظائف التقليدية وظهور وظائف جديدة مرتبطة بالبرمجة، تحليل البيانات، والأمن السيبراني[2]

ورغم المخاوف المرتبطة بزيادة البطالة الهيكلية، إلا أن الاقتصاد الرقمي يفتح فرصًا جديدة من خلال العمل عن بُعد والمنصات العالمية للعمل الحر، مما يوسّع من قاعدة الدخل العالمي.

[1] World Bank, "World Development Report: Data for Better Lives", 2021.p 15

[2] ILO, *World Employment and Social Outlook: The Role of Digital Technologies*, 2021, p. 112

ثالثا التحول الرقمي وتدفقات الاستثمار العالمي

التحول الرقمي أعاد توجيه الاستثمارات العالمية نحو القطاعات التكنولوجية والرقمية، مثل خدمات الإنترنت، التجارة الإلكترونية، والخدمات المالية الرقمية. وقد أدى توفر البيانات الضخمة وأدوات التحليل التنبؤية إلى تسهيل اتخاذ قرارات استثمارية دقيقة، مما جعل من الأسواق الرقمية بيئة جاذبة لرأس المال الدولي

الدول التي تستثمر في البنية التحتية الرقمية، مثل كوريا الجنوبية وسنغافورة، شهدت نموًا سريعًا في استثمارات رأس المال الأجنبي المباشر FDI ، مدفوعة بثقة المستثمرين في قدرات هذه الاقتصادات على التكيّف مع التحول الرقمي

رابعا : التجارة الإلكترونية كامتداد للعلاقات الاقتصادية الدولية

التجارة الإلكترونية أصبحت العمود الفقري للعلاقات التجارية الدولية الحديثة، حيث تجاوزت الحواجز التقليدية المرتبطة بالمكان والزمن. فقد ساهمت المنصات الإلكترونية مثل Amazon و Alibabaفي ربط المنتجين بالمستهلكين عالميًا، ما أدى إلى زيادة التبادل التجاري، وفتح أسواق جديدة حتى أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة[1]

كما أن التحول الرقمي في قطاعي الشحن والمدفوعات الدولية) مثلPayPal ، العملات الرقمية (ساعد في تسهيل وتسريع حركة التجارة الدولية، مما عزز من التكامل الاقتصادي العالمي.

خامسا : التحول الرقمي، البطالة، والتضخم في الاقتصاد العالمي

أدى التحول الرقمي إلى تأثير مزدوج على البطالة والتضخم؛ فمن جهة، تسببت الأتمتة في تراجع عدد من الوظائف منخفضة المهارة، مما رفع مؤشرات البطالة مؤقتًا في بعض القطاعات. ومن جهة أخرى، ساهم في خلق وظائف جديدة أكثر كفاءة وأعلى أجرًا، خاصة في الاقتصاد الرقمي والخدمات المعتمدة على البيانات [2]

[1] بوراس بودالية، مرجع سابق ص 57

[2] World Bank, Former reference, 2021, p. 75

أما من حيث التأثير على التضخم، فإن الرقمنة أسهمت في خفض تكاليف الإنتاج والتوزيع، وبالتالي ساعدت في استقرار أو انخفاض أسعار العديد من السلع والخدمات، خاصة تلك التي تُباع إلكترونيًا. كما أن الشفافية التي توفرها المنصات الرقمية تقلل من التلاعب في الأسعار وتعزز المنافسة العادلة.

الفصل الثاني

الرقمنة وتحدياتها في التجارة المعاصرة

تمهيد الفصل:

بعد أن تناولنا في الفصل الأول الإطار المفاهيمي للرقمنة والمعاملات التجارية، وتعمقنا في تعريف كل منهما وبيان التطورات التي طرأت عليهما، أصبح من الضروري الانتقال إلى تحليل الأثر الفعلي لهذه التحولات الرقمية على المجلات التجارية. فالرقمنة لم تعد مجرد خيار تكنولوجي، بل أصبحت محركًا رئيسيًا للتنافسية والنمو، وتفرض على المجلات التجارية ضرورة التكيف مع بيئة أعمال جديدة تتسم بالسرعة والمرونة.

إن هذا التكيف ينطوي على استغلال الفرص الهائلة التي تقدمها الرقمنة لتحسين الأداء وتوسيع نطاق الأعمال، ولكنه في الوقت نفسه يفرض تحديات جديدة تتطلب استراتيجيات مبتكرة للتغلب عليها. فالمجلات التجارية التي تتبنى الرقمنة بحكمة يمكنها أن تحقق قفزات نوعية في كفاءتها التشغيلية، وعلاقاتها مع العملاء، وقدرتها على الابتكار. وعلى النقيض، فإن المجلات التي تتجاهل هذا التوجه قد تجد نفسها متخلفة عن ركب التطور، معرضة لخسارة حصتها السوقية.

من خلال فصلنا هذا، سنتطرق إلى الفرص التي توفرها الرقمنة للمجلات التجارية في المبحث الأول، ثم التحديات التي تواجهها المجلات التجارية في ظل الرقمنة في المبحث الثاني.

.

المبحث الأول : مزايا وتحديات الرقمنة التجارية

شهدت المجلات التجارية تحولاً جذرياً في أساليب عملها ونماذج إيراداتها بفضل انتشار التقنيات الرقمية. فما كان يُعدّ في السابق مجرد ميزة إضافية، أصبح اليوم ضرورة حتمية للبقاء والاستمرارية في سوق شديد التنافسية. لم تعد الرقمنة مجرد عملية تقنية بحتة، بل هي استراتيجية متكاملة تفتح آفاقًا واسعة من الفرص للمجلات التجارية، تمكّنها من تحقيق النمو، وتعزيز كفاءتها، وتوسيع نطاق وصولها إلى جمهور أوسع.

إن القدرة على تحويل البيانات إلى معلومات قيمة، وتبسيط العمليات المعقدة، وتقديم خدمات ومنتجات مبتكرة، هي بعض من المكاسب الجوهرية التي تتيحها الرقمنة. هذه الفرص لا تقتصر على جانب واحد من النشاط التجاري، بل تشمل مجالات متعددة مثل التسويق، المبيعات، خدمة العملاء، إدارة سلاسل الإمداد، وحتى تطوير المنتجات. ولذلك، فإن استيعاب هذه الفرص والاستفادة منها بشكل فعال يعد مفتاح النجاح للمجلات التجارية في العصر الرقمي.

لذلك، يهدف هذا المبحث إلى تسليط الضوء على أبرز الفرص الإيجابية التي تقدمها الرقمنة للمجلات التجارية، من خلال توضيح كيفية مساهمتها في تحسين الكفاءة التشغيلية، توسيع نطاق الوصول إلى الأسواق والعملاء، وتعزيز الابتكار وتقديم خدمات ومنتجات جديدة.

المطلب الأول : تحسين الكفاءات والسرعة في المعاملات التجارية

يعتبر التحول الرقمي في مجال التجارة آليةً رئيسية لتعزيز فعالية الإجراءات التجارية ودقتها. فمع استخدام الأنظمة الإلكترونية وتقنيات الاتصال الحديثة، تصبح العمليات التجارية أسرع وأقل اعتماداً على الإجراءات الورقية التقليدية. فقد بيَّنت دراساتٌ متخصصة أن الرقمنة تحدّ من تكرار التنقل البدني وإضاعة الوقت المُخصص للمعاملات[1]، كما تزيد من قدرة المؤسَّسات على إنجاز الصفقات في وقت قياسي وبدقة متناهية,

[1] بن عودة، مونية" .دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات التجارية"، مجلة الاقتصاد والتجارة، العدد 10، 2021، ص115 .

ويساعد الاعتماد على الشبكات الإلكترونية في تخطي القيود المكانية والزمانية المفروضة على التجارة التقليدية، إذ يمكن إجراء الصفقات وتبادل الوثائق والبيانات التجارية في الوقت الحقيقي وعلى مدار الساعة دون توقف,

من جهة أخرى، تؤدي الرقمنة إلى خفض التكاليف التشغيلية بنحو ملحوظ. فالأعمال التي كانت تتطلب إنفاقاً كبيراً على الطباعة والنسخ والتخزين الورقي أصبحت تُنجز بموارد أقل بفضل الأنظمة الرقمية. على سبيل المثال، يمكن تجسيد العقود إلكترونياً دون الحاجة لطباعة نسخ مكررة، ما يقلّص تكاليف الورق والخدمات اللوجستية المرتبطة بها,

كما يساهم تفعيل الحلول الرقمية في الحد من الحاجة إلى العمالة البشرية في بعض المراحل الروتينية؛ إذ تُستبدل المهام اليدوية التي تستغرق وقتاً طويلاً بأنظمة إلكترونية أتمتت العملية وأجرت المهام آلياً.

الفرع الأول : إسهامات الرقمنة في رفع كفاءة المعاملات

من أبرز الآثار الإيجابية للتحول الرقمي على الكفاءة التجارية ما يلي:

أتمتة الإجراءات وتقليص الأخطاء: تُمكّن الرقمنة من استبدال الإجراءات التقليدية المتكررة بأنظمة برمجية تدار آلياً، مما يختصر الوقت والجهد اللازمين لإنجاز المعاملة ويُقلّل من الأخطاء البشرية. فالأنظمة الإلكترونية تنفذ المهمات بسرعة ودقة عاليتَين، وتخزن البيانات في قواعد معلومات يسهل الوصول إليها فوراً.

تيسير الوصول إلى المعلومات: تتيح المنصات الرقمية الحصول الفوري على الوثائق والمعلومات المتعلقة بالمعاملات والتعاملات. فبدلاً من البحث الورقي في الملفات، يمكن للمتعاملين الاستعلام إلكترونياً عن حالة معاملاتهم أو التحقق من البيانات في غضون ثوانٍ ويؤدي هذا إلى تسريع اتخاذ القرارات وزيادة جودة الخدمات[1].

[1] أحمد، شوقي .التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي"، دار المعرفة، الجزائر، 2020، ص78 .

إلغاء الحواجز الزمنية والمكانية: نظرًا لأن التجارة الرقمية لا تخضع لمواعيد دوائر العمل التقليدية، فإنها تُمكّن من إتمام الصفقات على مدار 24 ساعة طوال أيام الأسبوع,

.كما تزول الحدود الجغرافية إذ يستطيع المتعاملون إبرام عقود وسداد مقابل الخدمات بضغطة زر، بغض النظر عن موقعهم الجغرافي. وهذا ما يجعل المعاملات التجارية مستمرة دون توقف، على عكس تجارة الأفرع التقليدية التي قد تعاني من تعطيل بسبب إغلاق المكاتب أو الحاجة للسفر.

خفض التكاليف التشغيلية: من خلال تحويل المعاملات الورقية إلى رقمية، تنخفض نفقات الطباعة والتخزين والتصحيح اليدوي. كما تتضاءل متطلبات البنية البشرية في بعض المراحل مثل إدخال البيانات أو نسخ المستندات,

وقد أشارت تقارير إلى أن الرقمنة تقلل بشكل فعال الاحتياج إلى العنصر البشري في العمليات الإدارية روتينية المتكررة، مما يخفف الأعباء الوظيفية على الموظفين,

رفع الشفافية وجودة الأداء: تسهم الأنظمة الرقمية في زيادة الشفافية في المعاملات عبر تسجيل كل خطوة إلكترونيًا.

فالمتداولون يستطيعون الاطلاع على سجل المعاملة وتفاصيلها، مما يقلّل من مخاطر التلاعب أو ازدواجية الوثائق. وقد بيّن الخبيران أن فتح الولوج بين قواعد البيانات الحكومية يسهّل العمليات ويُعزّز الثقة، لأن غياب الربط الرقمي يضطر الإدارة إلى طلب مستندات ورقية مكررة وتعطيل مصالح المتعاملين,[1]

وعليه، فإن رقمنة المتعامل الرقمي تتيح للمتعاملين الاقتصاديين إنجاز الخدمات بسهولة أكبر والوصول إلى المعلومات المُحينة في الوقت المناسب

الفرع الثاني : أثر الرقمنة على الوقت والتكاليف والموارد البشرية

باختصار، ينتج عن الرقمنة التجارية ما يلي فيما يتعلق بالوقت والتكاليف والموارد:

[1] خليل، سمير"الرقمنة والإدارة العمومية في الجزائر"، مجلة القانون والسياسة، العدد 12، 2022، ص66 .

توفير الوقت: تُختصر إجراءات المعاملات التجارية بشكل كبير. فالمعاملات الإلكترونية لا تتطلب انتقالاً ميدانياً أو انتظاراً طويلاً كما كان الحال مع المعاملات الورقية

كما أن التأكد من صحة الوثائق وإتمام الإجراءات الرقيمة يتم بسرعة عالية، مما يمكّن البائع من تحصيل مستحقاته بنحو أسرع,

خفض التكاليف: تشير التقارير إلى أن الرقمنة تخفض تكاليف التشغيل عبر تقليل احتياج الورق واللوازم المكتبية وغيرها من الموارد المادية. هذا يعني توفير نفقات مالية لصالح الاستثمارات ذات العائد العالي

قليل العبء البشري: تقل الحاجة إلى أداء الأعمال اليدوية الروتينية بفضل الأنظمة الذكية والمنصات الإلكترونية. فالمنصات الرقمية تقلص الجهد البشري المطلوب من الموظفين، إذ تضطلع بالمهام المتكررة بشكل آلي,

وهذا يسمح بتحويل الموارد البشرية إلى مهام أكثر تخصصًا وإنتاجية، مما يرفع كفاءة الأداء الإداري.

باختصار، فإن رقمنة المعاملات تعني تحويل العمليات التقليدية إلى إجراءات رقمية تنفذ بسرعة ودقة أكبر، من دون ورق، وبموارد أقل، مما يرفع من سرعة إبرام الصفقات التجارية ويقلّل التكاليف ويحرّر الموظفين من المهام الرتيبة

الفرع الثالث : الإطار القانوني الداعم للتجارة الرقمية في الجزائر

في السياق الجزائري، أدخل المشرع تعديلات تشريعية لتواكب هذه المستجدات الرقمية. فقد أصدر قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي حدّد الإطار العام لهذا النمط من التجارة ويعرّف هذا القانون التجارة الإلكترونية بأنها: «النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية« [1]كما اعتبر

[1] القانون رقم 05-18المؤرخ في 10مايو 2018 يُعدّ هذا القانون الإطار التشريعي الأول الذي ينظم المعاملات التجارية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية في الجزائر، ويهدف إلى تنظيم التجارة الإلكترونية بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، أو بين المتعاملين فيما بينهم.

النص القانوني أن العقد الإلكتروني يساوي العقد التجاري المعتمد في القانون التجاري التقليدي، ما يضفي صفة الإلزامية على المعاملات عبر الإنترنت. كما جاء قانون رقم 15-04 لسنة 2015 لتنظيم التوقيع الإلكتروني والمصادقة عليه؛ إذ يهدف القانون إلى وضع القواعد العامة للتوقيع الإلكتروني بما يكفل سلامة التعرف على هوية الأطراف وصحة البيانات[1]

ومن جهة أخرى، تم سن قانون رقم 18-07 لسنة 2018 الخاص بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعطيات الشخصية (دخل حيز التنفيذ في 10 أوت 2023) لحماية خصوصية المتعاملين عبر الإنترنت وحفظ بياناتهم من الإساءة

ورغم هذه المناخات القانونية الحديثة، يلاحظ بعض الخبراء أن المشرع الجزائري يحتاج إلى مزيد من التعديلات التنظيمية لمواكبة التطور المتسارع للاقتصاد الرقمي. فقد بيّن بحث أكاديمي أن التحديات القانونية الناجمة عن انتشار التجارة الإلكترونية لم يسبق للمشرع الجزائري مواجهتها بالشكل الكافي، الأمر الذي يستدعي «ضرورة القيام بتعديلات عميقة تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية لمعالجة الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال«

ويعني ذلك ضرورة تحديث المراجع القانونية (التجارية والجنائية والضريبية) وإصدار تعليمات تنفيذية تراعي الخصوصيات الرقمية وتحقق أمن المعاملات الإلكترونية.

الفرع الرابع : التحديات الخاصة بالتطبيق في الجزائر

على الرغم من الفوائد المتعددة للرقمنة، تواجه الجزائر عدداً من المعوقات عند تطبيقها في الميدان التجاري:

ضعف البنية التحتية الرقمية: تواجه الجزائر تحديات حقيقية على صعيد البنية التحتية، أبرزها «ضعف تغطية الشبكات في المناطق النائية، وعدم توفر سُحب إلكترونية واسعة الانتشار بعد«

[1] القانون رقم 04-15المؤرخ في 1فبراير 2015 صدر هذا القانون لتنظيم شروط وكيفيات ممارسة الأنشطة التجارية، سواء من قبل الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين، وذلك لضمان شفافية المعاملات التجارية، حماية الاقتصاد الوطني، وضمان المنافسة العادلة.

فرغم جهود تعزيز شبكات الألياف الضوئية وتمديد شبكات الجيل الرابع، إلا أن بعض المناطق الريفية تفتقر إلى الاتصال الجيد بالإنترنت. كما أن اعتماد الحوسبة السحابية (Cloud) ما زال في بداياته، وهو ما يعيق توسيع الخدمات الحكومية والإدارية عن بُعد.

فجوة في الموارد البشرية والكفاءات: إن نجاح التحول الرقمي يتطلب تكوين وتأهيل الكوادر القادرة على التعامل مع التقنيات الحديثة بمرونة واحترافية. ورغم إطلاق برامج تدريبية، إلا أن الحاجة لا تزال ملحة لإعادة تأهيل موظفين في مختلف القطاعات التجارية والمالية. وقد نبه خبراء إلى أن ثقافة الاعتماد على التكنولوجيا داخل المؤسسات والأفراد تمثل حجر الزاوية للنجاح، ويستلزم ذلك مواكبة التكوين والتحفيز على الابتكار بالاقتران مع تطوير البنية التحتية,[1]

القضايا القانونية والتنظيمية: تبقى بعض الأحكام القانونية التقليدية غير متكيفة تماماً مع الواقع الرقمي الجديد. فغياب إجراءات واضحة لحوكمة البيانات والإجراءات الإلكترونية يؤدي أحياناً إلى بطء في التنفيذ؛ إذ أكّد مختصون أن غياب التنسيق الرقمي بين الإدارات قد «يؤدي بالضرورة إلى طلب ملفات ورقية في كل مرة، مما يضطر المتعاملين إلى التنقل وبالتالي تعطيل المصالح«

.ولتفادي ذلك، يشدد الخبراء على أهمية إصدار نصوص تنظيمية مرافقة لقوانين التجارة الإلكترونية، وتحديث القواعد المتعلقة بالأمن السيبراني لتتماشى مع التطورات التقنية,

الأمن السيبراني وحماية البيانات: مع اتساع رقعة التجارة الرقمية، تبرز مخاطر القرصنة وسوء استخدام المعطيات الشخصية. فقد أكدت التوجهات الحكومية أن حماية البيانات الوطنية والمؤسساتية أمرٌ حاسمٌ لحماية الأمن القومي.[2] ومن أجل تعزيز ثقة المواطنين، صدر قانون حماية المعطيات (18-2018/07)

[1] بوشنتوف، سليم .التحول الرقمي في الجزائر :التحديات والآفاق"، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 1، 2021، ص91 .

[2] وزارة الرقمنة والإحصائيات، تقرير رسمي حول الأمن السيبراني، الجزائر، 2023، ص34 .

وجرى إنشاء سلطة وطنية لحماية البيانات[1]. ورغم ذلك، يبقى العمل جارياً على بناء منظومة أمنية متطورة وقادرة على التصدي للتهديدات المستجدة في البيئة الرقمية,

تحديات اقتصادية وثقافية: تعاني التجارة الإلكترونية في الجزائر أيضاً من تحديات اقتصادية مثل محدودية إمكانيات الدفع الإلكتروني وتقييد الحصول على العملة الصعبة. بالإضافة إلى ذلك، يتطلب نقل المتعامل الجزائري من الاقتصاد التقليدي إلى الرقمي تعميقاً لثقافة الثقة في المعاملات عبر الإنترنت.[2] وقد لاحظت الدراسات أن نشر الوعي بالمزايا الرقمية وتقديم حوافز تشريعية (كَتسهيل الشراء الإلكتروني والإعفاءات الجمركية لبعض الصادرات) يعدّ ضرورياً لجعل الرقمنة تجربة مألوفة وميسرة لرجال الأعمال والمستهلكين على حد سواء.

يتضح إذًا أن رفع كفاءة وسرعة المعاملات التجارية بفضل الرقمنة هو هدف استراتيجي يحفّز الدول إلى تطوير أطرها التقنية والتشريعية. وفي الحالة الجزائرية، يجمع الخبراء على أن استكمال ربط القطاعات الحكومية وتهيئة بيئة قانونية ومؤسسية ملائمة هما مفتاح إنجاح هذه العملية,

وعلى الرغم من الصعوبات القائمة، تشكل الرقمنة فرصة حقيقية للجزائر لتجاوز بعض القيود التقليدية في التجارة، شرط العمل المتوازي على تحديث البنى التحتية وتنمية الكفاءات وتعزيز ثقافة الاقتصاد الرقمي.

المطلب الثاني : تأثير الرقمنة على سلوك المستهلكين والتجارة

ساهم التعامل من خلال الانترنت بما تتميز به من انخفاض تكلفتها، مقارنة بالوسائل الأخرى للاتصال في انتعاش وتزايد إمكانية ممارسة التسويق الالكتروني وفتح المجال لإجراء مزيد من المعاملات التجارية عبر هذه الشبكة، كما أن قد أدى بدوره إلى زيادة فرصة إنشاء علاقات تجارية عابرة القارات دون الحاجة إلى

[1] قانون رقم 07-18المؤرخ في 10يونيو 2018هو **القانون المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي** في الجزائر .يهدف هذا القانون إلى ضمان حماية الحياة الخاصة والحريات الأساسية، لا سيما حماية الأفراد من الاستعمال غير المشروع أو العشوائي للمعطيات ذات الطابع الشخصي.

[2] زروقي، محمد ،الثقافة الرقمية والتحول الاقتصادي"، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 15، 2022، ص44 .

الانتقال، وفتح أسواق جديدة لترويج المنتجات وتسويقها، وفي هذا الصدد سنناقش بعض الموضوعات التي تتعلق بالمستهلك.

أ- المستهلك الالكتروني :

كانت الانترنت في البداية بمثابة نادي من نوادي الصفوة الذي يظم فقط هؤلاء الأفراد الذين يمتلكون القرارات المالية، بالإضافة إلى المهارات الفنية اللازمة للتعامل مع جهاز الحاسب الآلي والدخول على شبكة الانترنت والاستفادة من خدماتها المتنوعة، ولذلك كان يطلق على تلك النوعية من المستخدمين في مجال البيع والشراء بمحللي التجارة الالكترونية، أما الآن فقد تغير الوضع تماما حيث نجد أن معظم الطبقات الاجتماعية والاقتصادية تقريبا تتبنى استخدام الانترنت وتقوم بالتسوق عبر مواقع الويب التجارية الموجودة عليه، فقد ساهم ذلك الاستخدام المتزايد للانترنت في إمداد المسوقين الالكترونيين بالقدرة على الوصول إلى أنواع جديدة من القطاعات الديمغرافية مثل : ربات البيوت والموظفين ذوي الوظائف الدنيا والذين ازداد استخدامهم للانترنت لأغراض التسوق بشكل كبير جدا خلال الآونة الأخيرة في الكثير من دول العالم، ويمكن القول بأن النمو المتزايد لأعداد ونوعيات مستخدمي الانترنت قد أدى إلى ظهور العديد من الفرص الجديدة أمام المسوقين لممارسة التجارة الالكترونية، فالويب يصل الآن لجميع المستهلكين على اختلاف مراحلهم العمرية .

كما أن الأطفال وكذلك المراهقين ممن تتراوح أعمارهم ما بين 12-20 سنة، هم أكثر الشرائحالعمرية التي تذهب لاستخدام الانترنت من أي فئة عمرية أخرى، فقد أشارت الدراسات إلى وجود نسبة تصل إلى 65% من الأطفال الذين تتراوح أعمارهم ما بين 14-17 سنة يستخدمون الآن الانترنت بشكل

مرتفع ومتزايد، وقد جذبت تلك الفئات العمرية اهتمام ورعاية العديد من المسوقين الإلكترونيين الذين يمارسون أعمالهم عبر الانترنت، حيث نجد أن موقع مثل أمريكا أون لاين يقدم للأطفال الكثير من المساعدات لحل واجباتهم الدراسية، وكذلك يقدم المجالات الإلكترونية والألعاب والبرمجيات.

وعلى الرغم من أن معظم مجتمع مستخدمي الانترنت مازال يتكون من هؤلاء الأفراد صغار السن بصفة عامة، إلا أن الأفراد المستهلكين الذين تبلغ أعمارهم 50 سنة أو أكثر، يمثلون نسبة تبلغ حوالي 20% من هذا المجتمع ككل، وبينما تتركز استخدامات الانترنت للأفراد صغار السن في أغلب الأحوال في التسلية

واتباع الحاجات الاجتماعية ، تذهب الفئات العمرية الكبيرة للانترنت لأغراض أكثر جدية من هذا، ويختلف المستهلكون الذين يسوقون عبر الانترنت عن المستهلكين التقليديين بصدد المداخل والطرق التي يتبعونها عند قيامهم بالشراء، وكذلك نجدهم يختلفون في ردود أفعالهم واستجابتهم للأنشطة التسويقية التي يتم توجيهها لهم، فعملية المبادلة التي تتم عبر الانترنت توصف بوجود مساواة وسيطرة أكبر من جانب المستهلك، كما تضع مستخدمو الانترنت عادة قيمة أكبر للمعلومات وتكون لهم ردود فعل سلبية اتجاه الرسائل التي تهدف فقط وتركز على التوجه البيعي، وفي الوقت الذي يستهدف فيه التسويق التقليدي أعداد ضخمة وكبيرة من الجمهور، نجد أن التسوق الالكتروني يستهدف فقط هؤلاء الأفراد الذين تم اختيارهم بالفعل من زوار موقع الويب، وممن قاموا بجمع واستقبال المعلومات الخاصة بالنشاط التسويقي للمنتجات التي يمكن شراؤها. الأمر الذي جعلنا نصل إلى خلاصة مؤداها بأن العالم الجديد للتجارة الالكترونية في حاجة ماسة إلى مدخل جديد ومتطور للتسويق.

ب – خصائص المستهلك عبر الانترنت

يجب التعرف على أثر كل من العوامل الديموغرافية والثقافية على اتجاه المستهلك نحو التسوق الالكتروني، ويقصد بالعوامل الديموغرافية، الخصائص أو الصفات المختلفة للمستهلك، كالسن والنوع ومستوى الدخل، ومستوى التعليم، والوظيفة أو المهنة والطبقة الاجتماعية، أما العوامل الثقافية فهي مجموعة القيم والعادات والتقاليد الاجتماعية والأعراف واللغة وأنماط التفكير التي يشترك فيها مجموعة أفراد في مجتمع ما، وتنتقل من جيل لآخر وتؤثر على سلوك الأفراد وتصرفاتهم وهذا ما سنتعرف عليه فيما يلي:

الخصائص الثقافية عبر الانترنت: يرى كل من سميز وروب" (Smith – Rupp,2003) أن اختلاف الطبقة الاجتماعية يؤدي على اختلاف سلوك الشراء عبر النت، فعموما يشتري المستهلكون من الطبقة الاجتماعية العليا بصورة أكثر ويكون لديهم نية أكبر للشراء عبر الانترنت لاحتمالية استخدامهم الكمبيوتر، وبالتالي لديهم فرصة أكبر للدخول على الانترنت، بينما قد لا يمتلك المستهلكون من الطبقة الدنيا نفس الخواص، وأشار الباحثون أيضا أن المستهلكون من الطبقة الدنيا وبسبب عدم امتلاكهم بعض الخواص قد لا يكون لديهم المعلومات الضرورية عن الكمبيوتر ليتمكنوا من الاستفادة منها.

وتعتبر الطبقة الاجتماعية متغيرا هاما يؤثر على السلوك الشرائي، وهو يسير إلى مكانة الفرد أو الأسرة على المقياس الاجتماعي، وتعرف الطبقية الاجتماعية بأنها مجموعة من الأفراد الذين يتصفون بالتماثل والتشابه في بعض الخصائص الاقتصادية والاجتماعية، ولذلك هم يشتركون في الاتجاهات والمعتقدات والقيم.

وتقوم فكرة الطبقات الاجتماعية على مفهوم أساسي، وهو أن الفرد حينما ينتمي إلى جماعة معينة فإن هذه الجماعة تؤثر على اتجاهاته، وقيمه ومبادئه، وعاداته الشرائية، ومن هنا يتولد التماثل بين الأفراد الذين ينتمون إلى طبقة اجتماعية معينة [1] ومن المنطقي أن يزداد إقبال المستهلك على التسوق الإلكتروني كلما ارتفع مستوى الطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها خاصة أن فئات الطبقة الاجتماعية يتم تحديدها اعتمادا على عوامل ديموجرافيا أهمها الدخل والمكانة الوظيفية ومستوى التعليم [2]

الخصائص الاجتماعية عبر الانترنت

إن التأثير الاجتماعي على المستهلك عبر الانترنت يأتي من عدة مجموعات مرجعية حديثة مقارنة بالطريقة التقليدية، ولقد تم تحديد المجموعات المرجعية الحديثة الخاصة بالمستهلك عبر الانترنت بمجتمعات واقعية مكونة من مجموعة نقاشات على أحد مواقع الانترنت، ويستطيع المستهلك الاطلاع على خبرات وأراء الآخرين المعروضة لتتأثر بالمجموعات المرجعية الخاصة بـ (كريستوفر وهورنج)

(christopher – Hurang, 2003) وترتبط هذه المجموعات المرجعية بالمنتج المتعلق بمواقع الانترنت والتي تشجع بدورها أيضا على اختيار المنتج وتوصيل المعلومات. [3]

والجماعة المرجعية هي الجماعة التي يرجع إليها الفرد في تقديم سلوكه الاجتماعي، وهي الجماعة التي يربط نفسه بها أو يأمل في أن يرتبط نفسيا، وقد توصل "جيروس" Jaros من خلال دراسته حول تأثر جماعة الأقران على ما يكسب قيما جديدة من خلالها، ومن ناحية أخرى تقوم هذه الجماعة بتدعيم ما لدى الفرد من

[1] العوادلي سلوى الاعلان وسلوك المستهلك دار النهضة العربية، مصر، 2006، ص ص 70-71

[2] عبد الحليم وآخرون، اثر العوامل الديمغرافية والثقافية على اتجاه المستهلك النهائي المصري نحو التسوق الالكتروني، في مجلة الدراسات المالية والتجارية، كلية التجارة جامعة بن سويف، العدد 01، 2005، ص 631

[3] مي أسامة الهيطيل العوامل المؤثرة على التسوق الالكتروني وخصائص سلوك المستهلك عبر الانترنت في مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي الغربي، ألمانيا، العدد 09، 2019، ص 139

قيم وللجماعة المرجعية أهمية خاصة للفرد، حيث يتوحد مع معاييرها ومعتقداتها، ويستخدمها كمعايير له، وقد يعجب الفرد بشخص واحد يستخدمه كنموذج يحتذى به لإعجابه بصفاته الشخصية، وقد ينتمي الفرد إلى جماعات متعددة وهذه الجماعات يسعى رجال التسويق والمعلنون إلى محاولة فهمها ودراستها لأهميتها الشديدة في التأثير على نظرة الشخص لنفسه واتجاهاته وسلوكه.

وللجماعة المرجعية القدرة على تغيير تصرفات الآخرين، فعند درجة معينة يكون لدى الفرد القدرة على جعل الآخرين يقومون بسلوك ما، وسواء قاموا بهذا السلوك أم لا فإن لهذا الفرد قوة في التأثير على الآخرين، ويتم ترجمة هذه القوة بشكل مباشر أو غير مباشر إلى السلوك، فمثلا فإن أعجب الفرد صفات أو خصائص شخص آخر أو جماعة أخرى فإنه سيحاول محاكاة هذه الصفات، من خلال القيام بنفس سلوكيات الأفراد المرجعيين اختيار الملابس ركوب السيارات، أنشطة قضاء وقت الفراغ ويستخدمها كمرشد له عند اختيار تفضيلاته الاستهلاكية.[1]

ووفقا لذلك ونظرا لأن سلوك المستهلك يتأثر إلى حد كبير بسلوك الأصدقاء والجيران والزملاء والأقارب فمن المنطقي أن يزيد احتمال إقبال المستهلك على التسوق الإلكتروني كلما أقبل أعضاء جماعته المرجعية من الممارسين لهذا الأسلوب من التسوق.

الخصائص الشخصية عبر الانترنت

اكتشف كل من مونسوى وديليرت ورويتر" monsuwe & Dellaert & Ruyter 2004 الخصائص الشخصية للمستهلك عبر الانترنت وتوصلوا إلى أن الدخل يلعب دور حيوي في سلوك الشراء عبر الانترنت، كما ناقش الباحثون لوهز وآخرون Lohse etal 2000" ممن أشاروا إلى أن المستهلكين الحاصلين على دخل عالي للأسرة يكون لديهم اتجاه أكثر ايجابية نحو التسوق، وبعد تفسير هذه النتيجة هو أن الأسر الحاصلة على دخل مرتفع لديها علاقة ارتباط ايجابية باستخدام الكومبيوتر والدخول على الانترنت.

[1] عوادلي سلوى، مرجع سابق، ص ص 86-89

كما حدد أيضا سميز وروب Smith & Rupp. 2003" أن الأشخاص الأكبر سنا ممن لديهم تفاعل متواصل مع الانترنت والكمبيوتر لم يستخدموا الانترنت كوسيلة للشراء بينما يستخدمه الشباب البالغين، وما توصلوا إليه هو أن الشباب البالغين يستخدمون الانترنت والكمبيوتر بصورة متواصلة كما تم تحديد الأشخاص الصغر سنا بأن لديهم المزيد من المعلومات الفنية، وأكد مونسوى وآخرون Monsuwe 2004,ctal هذا التقييم باستنتاجهم الذي ذكروا فيه أن البالغين الأصغر سنا عادة يكون لديهم اهتمام أكبر باستخدام التقنيات الحديثة لتصفح المعلومات وتقييم البدائل.

إن هذه الخصائص المحددة تعد خصائص أساسية متعلقة بالمستهلك والهدف من تحديدها هو التعرف على سلوك المستهلكين عبر الانترنت والقدرة على تحليل أفكارهم. [1]

سلوك المستهلك عبر الانترنت يستخدم المستهلكون الانترنت للتفاعل مع بعض المؤسسات من خلال طريقتين، فقد يبحث المستهلك عن المعلومات فقط على أحد مواقع الانترنت أو يبحث عن منتجات لشرائها وفيما يلي نماذج من سلوك المستهلك عبر النت:

حدد كل من لويس ولويس Lewis & Lewis 1997" خمسة أنواع مختلفة من مستخدمي الانترنت:

باحثين عن المعلومات بصورة مباشرة يبحث هؤلاء عن بعض المعلومات المتعلقة ببعض المنتجات المعنية وهدفهم يتمثل في البحث عن المعلومات وليس الشراء.

باحثين عن المعلومات بصورة غير مباشرة يتصفح هؤلاء بانتظام ويقومون بتغيير المواقع باستخدام الروابط المنعجة ويطلق عليهم "متصفحين" لأن بحثهم على المواقع من أجل الحصول على شيء شيق.

مشترين مباشرين ويتسم هؤلاء المستخدمين بزيارة أحد مواقع الأنترنت بهدف شراء بعض المنتجات عبر الأنترنت والبحث عن منتجات معينة وعقد بعض الصفقات.

[1] مي أسامة هيطيل، مرجع سابق، ص – ص 139-140

باحثين بهدف التسلية يزور هؤلاء المستخدمين المواقع التي تعرض بعض الصور المسلية كالمسابقات والألغاز والألعاب متعددة اللاعبين.

باحثين عن صفقات يتميز هذا النوع من الباحثين بالبحث عن عروض خاصة مثل العينات المجانية أو المسابقات، إن الاستجابات السريعة عبر مواقع الانترنت يمكن أن تؤثر بدورها على سلوك المستهلكين عبر الانترنت وتدفعه لزيادة الموقع مرة أخرى، وتوصلت الدراسات إلى أن العوامل المسببة لزيادة الموقع مرة أخرى هي الاستمتاع بمهارة التسويق بجانب الاستفادة من الموقع أيضا، فعرض تصميم الموقع وسهولة التصفح والشكل العام من العوامل مؤثرة على سلوك المستهلك عبر النت في اتخاذ قرارات الشراء [1]

المطلب الثالث : العقبات التي تواجه التحول الرقمي في التجارة :

إن عملية التحول نحو تفعيل الرقمنة ليس بالأمر الهين بل هو في غاية التعقيد لذا يلزم على المنظمات معرفة التحديات التي تواجه عملية التطبيق، إضافة إلى سعيها لتخطي المعوقات التي تحول دون تحقيق العملية بنجاح وسنحاول فيما يلي إيجاز أهمها: [2]

تحديات تطبيق الرقمنة تتهافت المنظمات اليوم نحو تبني مشروع الرقمنة، وتسارع إلى إدخال التقنيات الجديدة في أعمالها، وعلى الرغم من المزايا الناتجة عن إدخالها، إلا أن عملية الانتقال هذه لا تخلو بأي شكل من الأشكال من التحديات

الكبيرة، والتي تتمثل في:

- إدارة عملية التحول الالكتروني الكامل لأنشطة وعمليات المنظمة
- تهيئة المنظمة للانتقال إلى نموذج الأعمال الإلكترونية.

[1] مي أسامة هيطيل، مرجع سابق ص 140 – 141

[2] الهادي بوقلفول أهمية الرأس مال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات، مجلة التواصل، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر 2018 عدد 24 جوان 2009 ،ص 62

- تنمية وتطوير البنية التحتية للأعمال الإلكترونية.
- إدارة موقع المنظمة على شبكة المعلومات العالمية

معوقات تطبيق الرقمنة تعد الرقمنة وليدة الفكر الإداري الحديث، ومحاولة تطويرها على مستوى المنظمة عادة ما يصاحبها عدة عراقيل تحول دون تحقيقها بنجاح، وقد اتجه بعض الباحثين إلى تصنيفها إلى جوانب متعددة كما يلي:

معوقات إدارية وأمنية تواجه الإدارة في تحولها من الأسلوب التقليدي إلى الإلكتروني عددا من المعوقات الإدارية والأمنية يمكن عرضها :

أولاً: المعوقات الإدارية تواجه الإدارة في رحلة تحولها من الأسلوب التقليدي إلى الأسلوب الإلكتروني عددا من المعوقات الإدارية لعل أبرزها :

غياب الإستراتيجية الفعالة

غموض المفهوم: فما زال الكثير من القيادات الإدارية في العديد من الحكومات والمنظمات لا يدركون مفهوم الحكومة الإكترونية بصورة جيدة، لذلك فإن الأمر يستلزم إظهارا للمفهوم وتحقيق الأرضية الفكرية لهم.[1]

الافتقار إلى التخطيط والتدريب المناسبين وضح كبار عرابي أن غياب التخطيط يشكل عائقا رئيسيا أمام التحول الرقمي. ومن خلال التخطيط السليم من البداية إلى النهاية وتدريب الموظفين، يمكن تقليل فرص الفشل وزيادة فرصهم في النجاح

ثانيا: المعوقات الأمنية: تتمثل في:

مخاوف كبيرة لدى المتعاملين مع الإدارات من نجاح إحدى محاولات الاختراق للإدارة التي يتعاملون معها، وأن يمس ذلك الاختراق البيانات الخاصة بهم بالحذف أو التدمير، أو استغلالها في أعمال غير مشروعة.

[1] السواط، طلال عوض الله؛ الحربي، ياسر ساير" .التحديات القانونية لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الفقه الإسلامي ".مجلة الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المجلد 30، العدد 3، 2022، ص 660

عدم توافر برمجيات تحكم الرقابة على الاختراقات المتعمدة.

تشمل تحديات أمن المعلومات نطاقا واسعا من العناصر، بعضها فني تقني يرتبط بالأنظمة التقنية والبرامج والأجهزة المستخدمة، وبعضها الآخر يرتبط بالأفراد والهيئات الإدارية القائمة على الإدارات الإلكترونية حول العالم.

المعوقات البشرية

إن نقص في الموارد البشرية مع العصر الرقمي بعد معوقا يواجه المؤسسات عن ممارستها لتكنولوجيا الحديثة، وتتمثل فيما يلي:

- ضعف الوعي الثقافي بتكنولوجيا المعلومات على المستوى الاجتماعي والتنظيمي.
- قلة برامج التدريب في مجال التقنية الحديثة المتطورة في المنظمات.
- نقص الخبرات لدى المديرين وندرة تقديم حوافز مادية لهم.
- ضعف المعرفة الكافية بتقنيات الحاسب الآلي والرهبة والخوف الذي يمتلكه العاملين بالإدارة عند استخدامه.
- قلة تشجيع المسؤولين للأفراد على التعلم الذاتي للبرامج وتطبيقات الإدارة الالكترونية وتقنية المعلومات.
- قصور نظرة الموظفين والعمال الإداريين في المنظمات إلى المشروعات التقنية والحاسب عامة على رؤية ما تكلفه هذه المشروعات من نفقات دون النظر إلى إيجابياتها وفوائدها.

مقاومة التغيير: إذ أن إقامة مثل هذا المشروع تحمل في طياته الكثير من المتغيرات على مستوى المنظمات والأقسام والشعب، وإعادة توزيع المهام والصلاحيات مما يستلزم تغييراً في القيادات الإدارية والمراكز الوظيفية وقد ينجم عن ذلك في أغلب الأحيان مقاومة للتغيير من قبل المديرين والموظفين ، من خلال:

- تنامي شعور بعض المديرين وذوي السلطة بأن هذا التغيير بشكل تهديدًا.
- مقاومة العاملين للتغيير وشعورهم أنه لن يكون لهم مقاعد في الإدارات الجديدة، أو أن حضورهم على الأقل سيكون ها مشيا.
- خوف بعض الموظفين وبخاصة القدامى من فشل تجربتهم في التعامل مع كل جديد، كذلك ضعف مهاراتهم اللغوية وخصوصا الانجليزية، مما يؤخر مشروع الإدارة الالكترونية حتى تتمكن المؤسسات من إعادة تأهيل هؤلاء الأفراد أو استبدالهم.
- خوف المتعاملين من أثر السلبيات التقنية الحديثة على مصالحهم وما يترتب عليها من تقليص العمالة وانخفاض الحوافز

معوقات مالية وتتمثل فيما يلي:

تكلفة استخدام الشبكة العالمية للأنترنت.

قلة الموارد المالية المخصصة للبنية التحتية اللازمة لتطبيق الادارة الالكترونية وبخاصة انشاء الشبكات وتطوير الاجهزة.

– قلة الموارد المتاحة لدى الادارات العليا.

قلة توفير المخصصات المالية التي تحتاج اليها عمليات التدريب والتأهيل من أجل تطبيق الادارة الالكترونية.

توجيه التمويل نحو الأمور الأكثر الحاحاً.

نقص الموارد المالية للمؤسسات.

ضعف نظام الحوافز المادية للموظفين في العمل الالكتروني.

عدم القيام بدراسة الجدوى من الناحية الاقتصادية لمتطلبات تطبيق الادارة الالكترونية وتجهيزاتها

التحديات التقنية وتتمثل التحديات فيما يلي:

- صعوبات ومشكلات تشغيل الحاسب الآلي في بعض البيئات المؤسساتية.
- ندرة وجود مواصفات ومعايير موحدة للأجهزة المستخدمة حتى داخل المؤسسة الواحدة.
- تقادم اجهزة وبرامج الحاسب الآلي المستخدمة في البيئة التعليمية.
- ضعف البنية التحتية لشبكات الاتصال في بعض المناطق ولكثير من المؤسسات.
- ضعف قطاع التقنيات الحديثة في الدول النامية.
- ندرة اتباع الطرق العلمية لتحديد الاحتياجات اللازمة لمختلف الوحدات والتجهيزات للإدارة الالكترونية.
- قلة توافر المبرمجين الفنيين ونقص البرامج بالتحول الى الادارة الالكترونية.
- قلة الدورات المستمرة التي تواكب التقنيات الحديثة[1]

المبحث الثاني : تجارب رقمية واستراتيجيات تطبيقية في التجارة

على الرغم من الفرص الواعدة والتحولات الإيجابية التي تقدمها الرقمنة للمجلات التجارية، إلا أن هذا التحول لا يخلو من تحديات جمة ومعقدة. فكما أن للرقمنة وجهًا مضيئًا يوفر سبل التطور والنمو، فإن لها وجهًا آخر يتطلب استعدادًا كبيراً وقدرة عالية على التكيف لمواجهة المخاطر والصعوبات المحتملة. إن الاندفاع نحو البيئة الرقمية دون فهم كامل لهذه التحديات قد يؤدي إلى نتائج عكسية، ويعرض المجلات التجارية لمخاطر قد تهدد استمراريتها.

[1] سامر عبد السلام ضو الفحوائش معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية في كلية الآداب جامعة صبراتة مجلة كلية الآداب، العدد 29 ، 2020 ص 171

تتنوع هذه التحديات لتشمل جوانب تقنية، تنظيمية، مالية، وبشرية. فمن أمن المعلومات وخصوصية البيانات، إلى شدة المنافسة في الفضاء الرقمي، مروراً بالحاجة المستمرة لتأهيل الكوادر البشرية وتطوير قدراتهم، وصولاً إلى ضرورة التكيف مع التغيرات السريعة في القوانين والتشريعات المنظمة للبيئة الرقمية. إن التعامل مع هذه التحديات يتطلب استراتيجيات واضحة، استثمارات مدروسة، ووعيًا مستمرًا بالمخاطر المحتملة.

لذلك، يهدف هذا المبحث إلى استعراض أبرز التحديات التي تواجه المجلات التجارية في ظل الرقمنة، من خلال توضيح التحديات المتعلقة بالأمن السيبراني وحماية البيانات، وتحديات المنافسة الرقمية وتأهيل الكوادر البشرية، وأخيراً التكيف مع التغيرات التنظيمية والاجتماعية.

المطلب الأول : نماذج من شركات ناجحة في الرقمنة التجارية

شهدت العديد من الشركات الدولية تحولات رقمية ناجحة أدت إلى تغيير الطريقة التي تعمل بها وتتفاعل بها مع عملائها. من بين أبرز دراسات الحالة:

نتفليكس (Netflix): تحولت نتفليكس من خدمة تأجير أقراص DVD إلى منصة بث عالمية من خلال الاستفادة من تحليلات البيانات لتقديم توصيات مخصصة والاستثمار بكثافة في المحتوى الأصلي. أدركت الشركة في وقت مبكر أن مستقبل استهلاك الوسائط سيكون رقميًا وبدأت في استكشاف تكنولوجيا البث، مما يدل على رؤية استراتيجية مكنتها من التفوق على منافسين مثل بلوكباستر (Blockbuster).

أمازون (Amazon): تطورت أمازون من مكتبة لبيع الكتب عبر الإنترنت إلى عملاق عالمي للتجارة الإلكترونية من خلال الابتكار الذي يركز على العملاء والتوصيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي وتحسين سلسلة التوريد والخدمات اللوجستية. يمثل تقديم خدمة الاشتراك Amazon Prime في عام 2005 تحولًا رقميًا كبيرًا، حيث قدم للعملاء مجموعة من المزايا وغير بشكل جذري طريقة تسوق الأشخاص عبر الإنترنت.

إيكيا (IKEA): ركزت إيكيا على تحسين تجربة التسوق من خلال تطبيقات الواقع المعزز لتصور الأثاث في مساحات العملاء والاستحواذ على TaskRabbit لخدمات التجميع. سمح تطبيق IKEA Place للعملاء بتصور كيف سيبدو الأثاث في منازلهم، مما أدى إلى اتخاذ قرارات شراء أكثر استنارة.

وول مارت (Walmart): استثمرت وول مارت بكثافة في منصات التجارة الإلكترونية وتحسين سلسلة التوريد من خلال الروبوتات وتقديم خدمات استلام وتسليم البقالة للمنافسة مع تجار التجزئة عبر الإنترنت. أدت هذه الجهود إلى نمو كبير في المبيعات عبر الإنترنت، خاصة خلال جائحة COVID-19، مما يدل على أهمية التحول الرقمي في تحقيق التمايز.

تتضمن الاستراتيجيات المشتركة التي تستخدمها هذه الشركات نهجًا يركز على العملاء والاستفادة من التقنيات الناشئة (الذكاء الاصطناعي، السحابة، إنترنت الأشياء، الواقع المعزز/الواقع الافتراضي) والتركيز على تحليلات البيانات لاتخاذ القرارات وتكييف النماذج التجارية مع المشهد الرقمي. كان للرقمنة تأثير كبير على نمو الإيرادات والحصة السوقية وولاء العملاء والكفاءة التشغيلية لهذه الشركات.

- ✓ **الرقمنة التجارية في الجزائر: التركيز على الأمثلة المحلية:**

يشهد سوق التجارة الإلكترونية في الجزائر نموًا، وإن كان نطاقه محدودًا نسبيًا. بلغ عدد تجار التجزئة عبر الإنترنت 291 تاجرًا في نهاية عام 2022، قاموا بمعالجة حوالي 22 مليون دفعة بقيمة 120 مليون دولار في عام 2022. ومع ذلك، تقدر الرابطة الوطنية للتجار والحرفيين الجزائريين إمكانات السوق بنحو 5 مليارات دولار. تسعى الحكومة إلى زيادة معدل انتشار الإنترنت وعرض النطاق الترددي لتعزيز التجارة الإلكترونية. تعتبر Jumia الموقع الأكثر شيوعًا للمبيعات عبر الإنترنت في الجزائر، يليه منصات محلية مثل Ouedkniss و Batolis و IdealForme. هناك اتجاه متزايد نحو المدفوعات الرقمية في الجزائر، بعيدًا عن الاعتماد التقليدي على الدفع نقدًا عند التسليم. ارتفع عدد مواقع التجارة الإلكترونية الجزائرية ليصل

إلى 105 مواقع في النصف الأول من عام 2021، بزيادة كبيرة عن 48 موقعًا في عام 2020. تجاوزت قيمة سوق التجارة الإلكترونية 1.5 مليار دولار، ويعزى ذلك إلى زيادة عدد بطاقات الدفع المتداولة.[1]

دراسة حالة: Ouedkniss: تعتبر Ouedkniss منصة إعلانات مبوبة رائدة عبر الإنترنت في الجزائر، حيث تجاوز عدد زوارها عدد زوار فيسبوك في البلاد. تأسست المنصة في عام 2006 بهدف ربط المشترين والبائعين عبر فئات مختلفة مثل العقارات والسيارات والوظائف. تشمل العوامل التي ساهمت في نجاحها التركيز على الإعلانات عبر الإنترنت وفيسبوك للترويج، وتلبية احتياجات جميع أنواع البائعين (الأفراد وأصحاب المتاجر الصغيرة وتجار الجملة)، وبناء علاقة وثيقة مع البائعين. يعتمد نموذج أعمالها على الإعلانات المبوبة، ومن المحتمل أن تحقق إيرادات من خلال الإعلانات المميزة والاشتراكات والإعلانات والخدمات المتميزة. تتنافس Ouedkniss مع منصات مماثلة في الجزائر مثل Jumia و Batolis و Yassir Market. تشير تحليلات حركة المرور إلى وجود قاعدة مستخدمين كبيرة في الغالب من الجزائر، مع حركة مرور كبيرة من البحث العضوي والزيارات المباشرة. يعكس نجاح Ouedkniss في الجزائر قدرتها على دخول السوق مبكرًا وفهم سلوك المستخدمين المحليين، لا سيما وجودها القوي على فيسبوك، مما سمح لها بالوصول إلى جمهور واسع حتى مع محدودية انتشار الإنترنت.

شركات جزائرية وناشئة أخرى ناجحة في قطاعي التجارة الإلكترونية والخدمات الرقمية: تشمل هذه الشركات:

ياسر (Yassir): تطبيق شامل يقدم خدمات حجز سيارات وتسوق بقالة وتوصيل طعام ويتوسع ليشمل الخدمات المالية، وقد أصبح الشركة الناشئة الأكثر تمويلًا في الجزائر. يشير ظهور تطبيقات شاملة مثل ياسر إلى اتجاه نحو دمج مختلف الخدمات الرقمية في منصة واحدة في الجزائر، مما يلبي احتياجات المستخدمين من حيث الراحة ويستفيد من تأثير الشبكة عبر فئات الخدمات المختلفة.

جوميا الجزائر (Jumia Algeria): منصة تجارة إلكترونية عموم أفريقية لها حضور كبير في الجزائر، تقدم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات. يتميز سوق التجارة الإلكترونية الجزائري بمزيج من الشركات الناشئة

[1] https://meatechwatch.com/2025/01/01/algeria-to-launch-mobile-payment-system-in-january-2025-boosting-digital-transformation/ (17/05/2025/19:45)

المحلية والمنصات الأفريقية الشاملة مثل Jumia، مما يشير إلى مشهد تنافسي حيث تحتاج الشركات المحلية إلى تمييز نفسها من خلال عروض متخصصة أو فهم عميق للاحتياجات المحلية.

فاتورة باي برينياك (Fatoura by Brainiac): تقدم حلولًا شاملة للفواتير والضرائب والبرمجيات كخدمة للشركات.

الجزائر ماركت (Algérie Market): منصة تجارة إلكترونية رائدة تهدف إلى أن تكون سوبر ماركت افتراضي للجزائريين.

- ✓ **الاتجاهات الرئيسية التي تشكل الرقمنة التجارية:**

تشمل الاتجاهات العالمية الحالية في التحول الرقمي ذات الصلة بالأنشطة التجارية ما يلي:

الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي (ML): يحدثان ثورة في إنشاء المحتوى والتخصيص وخدمة العملاء وخوارزميات البحث والتحليلات التنبؤية. يمثل الاتجاه العالمي نحو التخصيص المدعوم بالذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية فرصة كبيرة للشركات الجزائرية لتعزيز تفاعل العملاء وزيادة المبيعات. ومع ذلك، يتطلب ذلك استثمارًا في قدرات وتحليلات البيانات التي قد تكون صعبة بالنسبة للشركات الصغيرة.

التجارة عبر الهاتف المحمول (M-commerce): هيمنة متزايدة للتسوق عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مما يتطلب تحسين المتاجر عبر الإنترنت لتوفير تجارب سلسة عبر الهاتف المحمول. يتوافق الاهتمام المتزايد بالتجارة عبر الهاتف المحمول على مستوى العالم بشكل جيد مع الانتشار الكبير للهواتف المحمولة في الجزائر، مما يشير إلى أنه يجب على الشركات إعطاء الأولوية لتحسين وجودها عبر الإنترنت للأجهزة المحمولة لتلبية احتياجات غالبية مستخدمي الإنترنت.

تحليلات البيانات (Data Analytics): الاستفادة من البيانات الضخمة للحصول على رؤى حول سلوك العملاء وتحسين الاستراتيجيات وتعزيز تجارب العملاء.

العلامات التجارية الأخلاقية (Ethical Branding): تزايد وعي المستهلكين بالتأثير البيئي والاجتماعي، مما يدفع الطلب على المنتجات المستدامة والمصادر الأخلاقية. قد يكون لاتجاه العلامات التجارية الأخلاقية والاستدامة في التجارة الإلكترونية، على الرغم من نموه عالميًا، مسار مختلف في الجزائر اعتمادًا على أولويات المستهلكين وتوافر الخيارات الصديقة للبيئة. يمكن للشركات التي يمكنها الاستفادة من هذا الوعي المتزايد أن تكتسب ميزة تنافسية.

لوائح أخرى ذات صلة: توجد لوائح أخرى ذات صلة تحكم المعاملات عبر الإنترنت والمدفوعات الرقمية وحماية المستهلك في الجزائر (مثل اللوائح الضريبية للدخل عبر الإنترنت واللوائح المتعلقة بالعملات الرقمية ولوائح تحويل المدفوعات). يشير حظر المعاملات عبر الإنترنت لبعض السلع والخدمات (مثل الكحول والتبغ والأدوية) بموجب القانون رقم 18-05 إلى نهج حذر من الحكومة الجزائرية تجاه أنواع المنتجات التي يمكن بيعها عبر الإنترنت، مما يعكس على الأرجح اعتبارات اجتماعية وصحية.

- ✓ **العوامل التمكينية للرقمنة التجارية في الجزائر:**

حلول الدفع الرقمية: يشهد استخدام بطاقات الائتمان والخصم (CIB-SATIM و EDAHABIA) نموًا متزايدًا للمعاملات عبر الإنترنت، على الرغم من أن الدفع نقدًا عند التسليم لا يزال سائدًا. تظهر حلول الدفع عبر الهاتف المحمول والمحافظ الإلكترونية مثل Barid Pay و Wimpay-BNA. تشمل بوابات الدفع الرئيسية ومقدمي الخدمات العاملين في الجزائر SATIM و GIE Monétique و Chargily Pay و Paysecure و ProgressSoft. من المتوقع أن يمثل إطلاق نظام الدفع عبر الهاتف المحمول " DZ MOB PAY" في يناير 2025 خطوة مهمة نحو تحديث نظام الدفع. لا تزال نسبة السكان الذين يمتلكون بطاقات ائتمان منخفضة، ولكن هناك زيادة سريعة في اعتماد المدفوعات الرقمية وعبر الإنترنت. يعد تطوير البنية التحتية للدفع الرقمي والاعتماد المتزايد لطرق الدفع الإلكترونية من العوامل التمكينية الحاسمة لنمو الرقمنة التجارية في الجزائر. من المحتمل أن يؤدي الإطلاق القادم لـ "DZ MOB PAY" إلى تسريع هذا الاتجاه بشكل كبير من خلال توفير حل دفع مناسب وآمن عبر الهاتف المحمول.

البنية التحتية للوجستيات وسلسلة التوريد: تلعب شركات الخدمات اللوجستية مثل DHL و Aramex ومقدمي الخدمات المحليين مثل Colivraison Express و WeeWee Delivery دورًا مهمًا في دعم نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر. لا تزال هناك تحديات في الخدمات اللوجستية، مثل التوصيل عبر بلد كبير بجودة بنية تحتية متفاوتة. تعتمد شركات الخدمات اللوجستية بشكل متزايد على التقنيات الرقمية لأتمتة العمليات والتتبع والتحسين. على الرغم من وجود شركات لوجستية دولية مثل DHL في الجزائر، فإن ظهور شركات ناشئة محلية لتوصيل الطلبات مثل Colivraison Express و WeeWee Delivery يشير إلى تركيز متزايد على معالجة تحديات التوصيل للميل الأخير المحددة داخل البلاد، وهو أمر حيوي لنجاح شركات التجارة الإلكترونية. [1]

الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية ومبادرات الحكومة الإلكترونية: تساهم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية مثل Yassir و S PAY3 و Amentech في تطوير الخدمات المالية الرقمية. تهدف مبادرات الحكومة الإلكترونية إلى تحديث الخدمات العامة من خلال المنصات الرقمية، مثل البوابات الإلكترونية للخدمات المالية وجوازات السفر البيومترية والسجلات المدنية الرقمية. يمكن أن يؤدي التآزر بين الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية ومبادرات الحكومة الإلكترونية إلى إنشاء نظام بيئي رقمي أكثر قوة في الجزائر. يمكن لشركات التكنولوجيا المالية توفير حلول مبتكرة للمدفوعات الرقمية والشمول المالي، بينما يمكن للمنصات الحكومية الاستفادة من هذه التقنيات لتعزيز تقديم الخدمات العامة وتعزيز اقتصاد غير نقدي.

المطلب الثاني : تأثير الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية على الأسواق

لقد أدّى التحول الرقمي في مجال المعاملات الاقتصادية إلى بروز التجارة الإلكترونية كأحد المحاور الأساسية للاقتصاد الحديث، وكان الدفع الإلكتروني أحد أبرز الأدوات التي ساهمت في تطور هذا النمط من التجارة. غير أن انتشار هذه الوسائل حمل معه العديد من التحديات القانونية، خاصة في الدول التي ما تزال في طور بناء المنظومة التشريعية الرقمية، مثل الجزائر. وعليه، فإن دراسة التأثير القانوني للدفع الإلكتروني

[1] https://theinternational.si/algeria-is-committed-to-digital-transformation/ (17/05/2025/20:13)

على الأسواق الجزائرية تقتضي التطرق إلى الإطار التشريعي المنظم له، مدى تأثيره على ضبط الأسواق، ثم التحديات القانونية المصاحبة له.

أولًا: الإطار القانوني المنظم لعمليات الدفع الإلكتروني في الجزائر

تبنّت الجزائر مجموعة من النصوص القانونية لتنظيم التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني بصفة عامة. ويُعدّ القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أبرز هذه القوانين، حيث وضع إطارًا قانونيًا عامًا لتنظيم العلاقات التجارية الإلكترونية، بما في ذلك طرق الدفع الإلكتروني، وفرض التزامات على الموردين الإلكترونيين بخصوص تأمين وسائل الدفع وشفافية المعاملات. كما ألزم القانون المورد بتمكين المستهلك من تتبع مراحل طلبه ووسائل الدفع المعتمدة، مع ضمان حقوق الإلغاء والتراجع.

من جهة أخرى، نظم القانون رقم 15-04 الصادر سنة 2015 والمعني بالتوقيع والتصديق الإلكتروني المسائل المتعلقة بتوثيق المعاملات الإلكترونية، حيث عرّف التوقيع الإلكتروني كوسيلة رسمية لإثبات العقود الإلكترونية. ويساهم هذا القانون في إرساء حجية الإثبات القانونية للتعاملات التجارية الإلكترونية، بما فيها الدفع عبر الإنترنت.[1]

أما قانون النقد والقرض رقم 90-10 المؤرخ في 14 أفريل 1990، فقد تضمن إشارات ضمنية إلى وسائل الدفع الحديثة، حيث نصّت المادة 113 منه على تعريف وسائل الدفع بأنها: "الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما كان الشكل أو الأسلوب التقني المستعمل"، ما يفتح المجال قانونيًا لاعتماد وسائل الدفع الإلكتروني كأدوات قانونية مشروعة، شريطة أن تكون مرخصة من طرف بنك الجزائر.[2]

وقد صدرت عن بنك الجزائر تعليمات دورية تنظم عمليات الدفع الإلكتروني، مثل الترخيص لمؤسسات تقديم خدمات الدفع (PSP) أو منصات التجارة الإلكترونية لتفعيل بوابات الدفع الإلكتروني وفق ضوابط أمنية

[1] جوهر رابحي، فاطمة ياسع، التجارة الإلكترونية في القانون 18-05، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2021، ص 44

[2] القانون رقم 90-10 المتعلق بالنقد والقرض هو قانون جزائري قديم تم إلغاؤه وتعديله عدة مرات على مر السنين. كان هذا القانون يمثل نقطة تحول في المنظومة المصرفية والنقدية الجزائرية، حيث جاء في سياق التحول من الاقتصاد الموجه مركزياً إلى اقتصاد السوق.

صارمة. كما نظّمت بعض المراسيم التنفيذية الجوانب التقنية والتجارية لاستخدام البطاقات البنكية في المعاملات الرقمية، خصوصًا بالتعاون مع بريد الجزائر والمؤسسات المصرفية.

ثانيًا: أثر الدفع الإلكتروني على ضبط الأسواق وتنظيمها قانونيًا

يُعتبر الدفع الإلكتروني وسيلة فعالة لضبط وتنظيم الأسواق، من خلال الحد من المعاملات النقدية غير الرسمية، وإتاحة التتبع والمراقبة القانونية للتدفقات المالية. فهو يساهم في محاربة التهرب الضريبي، وتعزيز الشفافية، وتوفير بيانات دقيقة للسلطات الجبائية والرقابية، مما يساعد على استقرار السوق.

وقد أدّت هذه المزايا إلى دفع السلطات الجزائرية نحو تسريع رقمنة المعاملات، بما في ذلك فرض الدفع الإلكتروني على بعض الأنشطة التجارية، خاصة الكبرى منها، وإلزام المحلات الكبرى بتوفير وسائل الدفع الإلكترونية مثل أجهزة الدفع عبر البطاقة[1]

ومع ذلك، فإن هذا التوجه القانوني لم يُواكب بشكل تام التطورات التقنية، إذ أن النصوص الحالية ما زالت عامة وغير كافية لتغطية جميع الإشكاليات المرتبطة بالمدفوعات الرقمية. فغياب تشريع خاص بحماية المعاملات الرقمية من الاحتيال أو تبييض الأموال، يؤدي إلى محدودية فعالية الدفع الإلكتروني كوسيلة قانونية لتنظيم السوق.

ثالثًا: التحديات القانونية المصاحبة للدفع الإلكتروني في السوق الجزائرية

رغم إيجابيات الدفع الإلكتروني، إلا أنه يطرح عدة إشكاليات قانونية في السياق الجزائري، أهمها:

1. غياب الثقة القانونية :لا يزال العديد من المستهلكين والتجار يُبدون تحفظًا على التعامل الإلكتروني بسبب غياب ضمانات قانونية كافية تحميهم في حالة الاحتيال أو النزاعات. كما أن الإطار القانوني لا يوفر إجراءات سريعة وفعالة لفض النزاعات الناتجة عن الدفع الإلكتروني.

[1] صارع كريمة، وقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة وهران، 2014، ص 23

2. صعوبة الإثبات :تواجه العقود الإلكترونية صعوبات في الإثبات أمام القضاء، خصوصًا عند عدم توفر التوقيع الإلكتروني المعتمد أو التصديق من هيئة موثوقة، مما يفتح المجال للتشكيك في صحة المعاملة.

3. الجرائم الإلكترونية :مع تزايد استخدام الدفع الإلكتروني، برزت جرائم جديدة مثل القرصنة، واختلاس المعلومات البنكية، والاحتيال عبر الإنترنت. وتفتقر الجزائر حتى الآن إلى قانون شامل لمكافحة الجرائم الإلكترونية، رغم وجود بعض النصوص المتفرقة في قانون العقوبات.

4. ضعف البنية التحتية القانونية :لا تزال النصوص التنظيمية المرافقة لقانون 18-05 غير مكتملة، مما يخلق فراغًا قانونيًا في مسائل تقنية مثل حماية البيانات الشخصية، شروط الأمن السيبراني، ومسؤولية مزودي خدمات الدفع[1].

رابعًا: النصوص القانونية ذات العلاقة بالدفع الإلكتروني

تتضمن المنظومة القانونية الجزائرية مجموعة من المواد والنصوص التي تتصل بشكل مباشر أو غير مباشر بالدفع الإلكتروني، نذكر منها:

- المادة 113 من قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض.
- المواد 8 و13 و19 من قانون 18-05 المتعلقة بحقوق المستهلك وشفافية التعاقد الإلكتروني.
  - المادة 8: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

تهدف هذه المادة إلى تنظيم النشاط التجاري الإلكتروني وضمان مشروعية الموردين. تنص المادة 8 على شروط أساسية لممارسة التجارة الإلكترونية

  - المادة 13: حق المستهلك في الإعلام قبل التعاقد

[1] مشري فريد وآخرون، الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني – الجزائر نموذجا، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، 2018، ص 2

تعتبر المادة 13 من أهم المواد التي تضمن شفافية التعاقد الإلكتروني وتحمي المستهلك من الغش والتدليس. تركز هذه المادة على إلزامية الإعلام المسبق للمستهلك الإلكتروني .يجب على المورد الإلكتروني أن يزود المستهلك بمعلومات واضحة وكاملة قبل إبرام العقد، وتشمل هذه المعلومات

- المادة 19: حق العدول عن العقد (حق التراجع)

تعتبر المادة 19 من الحقوق الأساسية للمستهلك الإلكتروني، وتمنحه إمكانية التراجع عن العقد المبرم عن بعد

- المواد 3 و6 من القانون 15-04 المتعلقة بالتوقيع الإلكتروني وحجيته.

- المادة 3: مبدأ عدم الإلزام بالتوقيع الإلكتروني

تنص المادة 3 من القانون 15-04 على مبدأ أساسي يضمن حرية الاختيار للمتعاملين

- المادة 6: وظيفة التوقيع الإلكتروني وشروطه الأساسية

تتناول المادة 6 من القانون 15-04 وظيفة التوقيع الإلكتروني

- قانون حماية المستهلك رقم 09-03، خاصة في المواد المتعلقة بالإشهار التجاري وحق المستهلك في الرجوع عن الشراء.

المطلب الثالث : استراتيجيات تعزيز الرقمنة والثقة الرقمية في التجارة

صبح من البديهي أن نجاح التجارة الإلكترونية لا يعتمد فقط على تطوير البنية التحتية الرقمية، بل يستلزم أيضًا ترسيخ الثقة في البيئة الرقمية وتعزيز الإطار القانوني والمؤسساتي الذي يضمن أمن التعاملات الإلكترونية. وعليه، فإن تعزيز الرقمنة والثقة الرقمية في التجارة بالجزائر يمر عبر جملة من الاستراتيجيات التشريعية، المؤسساتية، والتقنية.

أولًا: تطوير الإطار التشريعي المنظم للثقة الرقمية

إن أول خطوة لتعزيز الثقة الرقمية في التجارة الإلكترونية تتمثل في استكمال وتحديث الإطار القانوني الذي يضمن حماية المستهلك، المعاملات، والبيانات الشخصية. وقد قامت الجزائر بخطوات هامة في هذا المجال، منها إصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الذي وضع ضوابط قانونية لإبرام العقود عبر الإنترنت وضمان حقوق المستهلك، من خلال فرض الشفافية، وحق التراجع، وتحديد البيانات الواجب عرضها من طرف المورد. [1]

إضافة إلى ذلك، فإن القانون رقم 15-04 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، يُعد من المرتكزات الأساسية في إرساء الثقة في التعاملات الإلكترونية، إذ يمنح التوقيع الإلكتروني نفس القوة الإثباتية للتوقيع الخطي متى استوفى الشروط القانونية. كما أن المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المؤرخ في 9 يونيو 2007 يحدد كيفيات ممارسة نشاط التصديق الإلكتروني، وهو ما يُعزز مصداقية الوثائق والعقود الإلكترونية.[2]

ورغم هذه النصوص، إلا أن غياب قانون خاص بحماية المعطيات الشخصية يُعد نقطة ضعف بارزة، حيث تفتقر الجزائر إلى تشريع شامل يُنظم جمع، معالجة، وتخزين البيانات الإلكترونية، وهو ما قد يؤثر على ثقة الأفراد في المنصات الرقمية. وتشير التوصيات الصادرة عن المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي إلى ضرورة سن قانون خاص بحماية البيانات الرقمية على غرار اللائحة العامة الأوروبية لحماية البيانات[3]

ثانيًا: تعزيز البنية المؤسساتية والإدارية لحوكمة الرقمنة

إحدى الركائز الأساسية لتعزيز الثقة الرقمية تتمثل في إرساء مؤسسات وهيئات تنظيمية فعالة تتولى مراقبة وتنظيم الفضاء الإلكتروني التجاري. وقد تم إنشاء "السلطة الوطنية للمصادقة الإلكترونية" بموجب المرسوم

[1] جوهر رابحي، فاطمة ياسع، التجارة الإلكترونية في القانون 18-05، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2021، ص 49

[2] قانون 15-04، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 71، 2005، المادة 6

[3] المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، تقرير حول التحول الرقمي في الجزائر، الجزائر، 2021، ص 32

التنفيذي رقم 20-83 سنة ،2020[1] والتي تضطلع بمهمة منح الاعتماد لمقدمي خدمات المصادقة الرقمية، ومراقبة احترام الضوابط القانونية.

كما تعمل وزارة الرقمنة والإحصائيات بالتعاون مع وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية على تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للرقمنة، التي تشمل محاور عدة من بينها رقمنة الخدمات العمومية، تبسيط الإجراءات الإدارية، وتشجيع المؤسسات الناشئة (Startups) على الابتكار في مجال الأمن السيبراني والتجارة الإلكترونية.

ثالثًا: ترقية الثقة عبر الأمن السيبراني وحماية المستهلك

تُعد مسألة الأمن المعلوماتي من أهم الشروط لبناء الثقة الرقمية. وتعمل الجزائر على تعزيز البنية التحتية للأمن السيبراني من خلال مشروع إنشاء الوكالة الوطنية للأمن السيبراني، إلى جانب توسيع مهام الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، والتي تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 09-04 المتعلق بالوقاية من الجرائم المعلوماتية.[2]

كما أقرّت الجزائر قانون حماية المستهلك رقم 09-03، والذي يتضمن أحكامًا تتعلق بالإشهار الإلكتروني، وحق المستهلك في التراجع، وضمان جودة المنتجات المعروضة عبر الإنترنت. وقد تم تعزيز هذا القانون في ضوء تحديات التجارة الإلكترونية، من خلال مراسيم تنظيمية تحث الموردين الإلكترونيين على احترام قواعد الشفافية والمعلومة الكافية.[3]

رابعًا: تحفيز التحول الرقمي لدى الفاعلين الاقتصاديين

من بين الاستراتيجيات الفعالة لتعزيز الرقمنة، اعتماد برامج تحفيزية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل الانتقال نحو النمط الرقمي. وقد أطلقت الحكومة عدة برامج تمويل بالتعاون مع الوكالة الوطنية لترقية

[1] المرسوم التنفيذي رقم 20-83، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 16، 2020

[2] قانون 09-04، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 50، 2009، المادة 2

[3] قانون 09-03، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 25، 2009، المادة 17

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تهدف إلى رقمنة سلاسل التوريد، والتسويق الرقمي، وتبني حلول الدفع الإلكتروني.

كما أن التشريع الجبائي الجزائري بدأ يتكيّف تدريجيًا مع التجارة الإلكترونية، حيث تم فرض التصريح الإلكتروني للمداخيل عبر الإنترنت، وتشجيع استخدام الفوترة الرقمية، وهو ما يُسهم في دمج النشاطات التجارية غير الرسمية في الاقتصاد الوطني.[1]

خامسًا: التعاون الدولي وتبادل الخبرات في مجال الثقة الرقمية

لا يمكن فصل الثقة الرقمية عن السياق الدولي، خاصة أن التجارة الإلكترونية تتجاوز الحدود الجغرافية. وقد انخرطت الجزائر في عدة اتفاقيات دولية تهدف إلى تبادل الخبرات في مجالات الأمن السيبراني، توحيد المعايير التقنية، وتعزيز قدرات الرقابة الإلكترونية. ومن أهم هذه الاتفاقيات، التعاون مع الاتحاد الإفريقي في إطار برنامج "الاقتصاد الرقمي الإفريقي"، بالإضافة إلى الانضمام إلى الشراكة العربية للتجارة الإلكترونية تحت إشراف جامعة الدول العربية.

كما تسعى الجزائر إلى مواءمة تشريعاتها مع المعايير الدولية، من خلال مراجعة قوانينها بما يتماشى مع توصيات لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (UNCITRAL) بشأن التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني[2].

[1] مراد بوقرة، رقمنة الإدارة الاقتصادية الجزائرية، مجلة دراسات قانونية، جامعة الجزائر 1، العدد 2020/2، ص 114

[2] مراد بوقرة نفس المرجع، 115

الخاتمة

الخاتمة

لقد سعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على "أثر الرقمنة في المجلات التجارية"، وهو موضوع يكتسب أهمية بالغة في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها عالم الأعمال المعاصر. من خلال المنهج التحليلي والوصفي، تمكنا من استكشاف الأبعاد المختلفة للرقمنة، بدءًا من تعريفها وتطورها، وصولاً إلى تحليل أثرها على مختلف جوانب أداء المجلات التجارية، وما تفرضه من فرص وتحديات.

لقد تبين لنا أن الأثر الكلي للرقمنة على المجلات التجارية هو أثر تحويلي عميق، حيث لا يقتصر على مجرد تحديث آليات العمل، بل يمتد ليشمل إعادة صياغة لنماذج الأعمال بأكملها. فالرقمنة، بأدواتها المتعددة كالتجارة الإلكترونية، والتسويق الرقمي، والتحليلات البيانية، تساهم في تعزيز كفاءة العمليات، توسيع نطاق الوصول للعملاء، وتوفير تجارب تسوق مخصصة. إلا أن هذا التحول لا يخلو من تحديات جمة، أبرزها ضرورة الاستثمار في البكنولوجيا، وتأهيل الكوادر البشرية، ومواجهة مخاطر الأمن السيبراني والمنافسة الشديدة في الفضاء الرقمي.

توصلنا من خلال بحثنا هذا إلى النتائج التالية: إن أثر الرقمنة على المجلات التجارية بلغ درجة بالغة من الأهمية، وأضحى يستلزم اهتماماً خاصاً من قبل الفاعلين الاقتصاديين وصناع القرار، خاصة وأن القواعد التقليدية للمارسات التجارية لم تعد كافية لاستيعاب الديناميكيات الجديدة التي تفرضها البيئة الرقمية. ورغم الإقرار بضرورة التحول الرقمي، إلا أن المجلات التجارية –خاصة المتوسطة والصغيرة– قد لا تستفيد بشكل كامل من هذه الفرص، إما بسبب نقص الوعي، أو ضعف البنية التحتية، أو صعوبة التكيف مع متطلبات السوق الرقمي.

كما استحدث المشرع الجزائري، على غرار التشريعات المقارنة، مجموعة من القوانين واللوائح التنظيمية بهدف تأطير المعاملات التجارية الرقمية، مثل تنظيم الدفع الإلكتروني والفواتير الرقمية، وحماية البيانات الشخصية. وعلى الرغم من هذه الجهود، إلا أن هذه النصوص قد تحتاج إلى تحديث مستمر لمواكبة التطور التقني المتسارع، وسد أي فجوات قانونية قد تنشأ عن الممارسات الجديدة.

وقد توصلنا إلى النتائج والتوصيات التالية:

1. **على المشرع أن يتدخل لوضع نصوص قانونية أكثر تفصيلاً وشمولية** تعالج كافة جوانب المعاملات التجارية الرقمية، بما في ذلك حماية المستهلك الرقمي، وتسوية المنازعات الإلكترونية، وتحديد مسؤولية الأطراف في التجارة الإلكترونية، وذلك لضمان بيئة رقمية آمنة وجذابة للاستثمار.
2. **ضرورة إنشاء هيئات متخصصة أو تفعيل دور الهيئات القائمة في تنظيم ومراقبة الممارسات التجارية الرقمية**، وتوفير آليات فعالة للشكاوى والتحقيق في المخالفات، بما يضمن حماية حقوق المستهلكين والتجار على حد سواء ويعزز الثقة في التعاملات الرقمية.
3. **تمكين المجلات التجارية من مسايرة التطورات الرقمية من خلال تسطير برامج تكوينية مستمرة** لأصحاب الأعمال والعمال في مجالات التجارة الإلكترونية، التسويق الرقمي، الأمن السيبراني، وتحليل البيانات، لزيادة قدراتهم التنافسية في السوق الرقمي.
4. **تشجيع المجلات التجارية على تبني حلول الدفع الإلكتروني والفوترة الرقمية** من خلال تقديم حوافز وتسهيلات، وتبسيط الإجراءات الإدارية المتعلقة بذلك، لتعزيز الشفافية والكفاءة في المعاملات التجارية.
5. **أهمية تعزيز البنية التحتية الرقمية في الجزائر**، بما في ذلك تحسين سرعة الإنترنت وتوسع تغطية الشبكات، لتمكين المجلات التجارية من الاستفادة القصوى من الفرص التي توفرها الرقمنة.

وختامًا، تظل الرقمنة قاطرة للتنمية الاقتصادية والتجارية، والمجلات التجارية مدعوة لأن تكون في طليعة هذا التحول، مستفيدة من إيجابياته ومتجاوزة لتحدياته، بما يضمن استمرارية نجاحها ونموها في المستقبل. تبقى هذه الدراسة نقطة انطلاق لأبحاث أعمق تتناول جوانب محددة من أثر الرقمنة، مثل أثر الذكاء الاصطناعي في التسويق التجاري، أو تحديات أمن المعلومات في التجارة الإلكترونية، أو دراسة مقارنة بين التشريعات الوطنية والدولية في هذا المجال.

قائمة المراجع و المصادر

قائمة المراجع

أولاً: مراجع باللغة العربية

مصادر مواد قوانين:

- **القانون رقم 18/04** المؤرخ في 10/05/2018 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية. (ج ر عدد 27 الصادرة في 13/05/2018).
- **القانون رقم 09-03**، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 25، 2009، المادة 17.
- **القانون رقم 09-04**، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 50، 2009، المادة 2.
- **القانون رقم 05/10** المؤرخ في 20/06/2005 (ج ر 44) المعدل للأمر رقم 75/58 المؤرخ في 26-09-1975 المتضمن القانون المدني الجزائري.
- **القانون رقم 15-04** المؤرخ في 1 فبراير 2015 لتنظيم شروط وكيفيات ممارسة الأنشطة التجارية. (ج ر عدد 71، 2005، المادة 6).
- **القانون رقم 18-05** المؤرخ في 10 مايو 2018 يُعدّ هذا القانون الإطار التشريعي الأول الذي ينظم المعاملات التجارية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية في الجزائر، ويهدف إلى تنظيم التجارة الإلكترونية بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، أو بين المتعاملين فيما بينهم. (المادة 6: التجارة الإلكترونية هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية. المواد 22، 23، 3، 31، 34).
- **القانون رقم 18-07** المؤرخ في 10 يونيو 2018 يتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي في الجزائر.
- **القانون رقم 85 لسنة 2001** المتضمن قانون المعاملات الإلكترونية الأردني، المادة 02.
- **القانون رقم 90-10** المتعلق بالنقد والقرض (ملغى ومعدل).
- **المرسوم التنفيذي رقم 20-83**، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 16، 2020.
- **المرسوم التنفيذي رقم 97/41** المؤرخ في 18/01/1997 المتعلق بشروط القيد في السجل التجاري (ج عدد 5 1997) المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97/322 المؤرخ في 26/08/1997 (ج ر عدد 57- 1997)، المادة 2.
- **اللجنة القانون التجاري التابعة لمنظمة الأمم المتحدة (الأونسترال) :**
  - القرار رقم 2205 المؤرخ في 17/12/1996 لإنشاء اللجنة.
  - القرار رقم 162/51 المتضمن قانون اليونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية للأمم المتحدة، الصادر من الجمعية العامة لهيئة الأمم المتحدة 30/01/1997.

- القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الصادر عن اللجنة في 12/06/1996، المادة 11 (تم إقراره بناءً على التوصية رقم 51/162 الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 16/12/1996).
- القانون النموذجي لليونسترال للتجارة الإلكترونية لسنة 1996، المادة 02 فقرة ب.

- **المادة 42** من القانون 18-05 (تحدد العقوبات المرتبطة بمخالفة أحكام المادة 20 المتعلقة بالمعاملات التجارية الإلكترونية).
- **المادة 43** من القانون 18-05 (تتعلق بالعقوبات المفروضة على المورد الإلكتروني الذي لا يلتزم بحفظ المعطيات ذات الطابع الشخصي للمستهلك وفقًا للمادة 26).
- **المادة 45** من القانون 18-05 (تمنح القاضي السلطة في اتخاذ إجراءات إضافية).
- **المادة 46 من الدستور** المعدل بموجب القانون 16/01 المؤرخ في 6 مارس 2016. (ج ر رقم 14 المؤرخة في 07/03/2016).
- **المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي**، تقرير حول التحول الرقمي في الجزائر، الجزائر، 2021، ص 32.
- **وزارة الرقمنة والإحصائيات**، تقرير رسمي حول الأمن السيبراني، الجزائر، 2023، ص 34.

الكتب:

- أحمد، شوقي .**التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي** .دار المعرفة، الجزائر، 2020
- أبو الحسن مجاهد، أسامة .**خصوصية التعاقد عبر الإنترنت** .دار النهضة العربية، القاهرة، 2000
- الخلاء، أحمد بس .**الرقمنة وتقنياتها في المكتبات العربية** .القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2013.
- الحداد، عماد .**التجارة الإلكترونية** .إعداد اللجنة العلمية للتأليف والنشر والتحرير، دار الفاروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،
- الدبلوماسية الرقمية في العلاقات الدولية المعاصرة، دار الهدى، الجزائر، 2020.
- الرومي، محمد أمين .**التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت** .دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- الشيخ، أسامة عبد العليم .**مجلس العقد وأثره في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي** .دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2013.
- العوادلي، سلوى .**الإعلان وسلوك المستهلك** .دار النهضة العربية، مصر، 2006.
- رضوان، رأفت .**عالم التجارة الإلكترونية** .المنظمة العربية للتنمية الإدارية، سنة 1999.
- سلامة، أحمد عبد الكريم .**القانون الدولي الخاص النوعي** .دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
- خليفة، محمد سعيد .**مشكلات البيع عبر الإنترنت** .دار النهضة العربية، القاهرة، 2000.
- يقطين، سعيد .**من النص إلى النص مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي** .بيروت، المركز الثقافي العربي، 2005.

مذكرات:

- باشي، ليلى زاوي حولة. "التنظيم القانوني لعقود التجارة الإلكترونية." مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان الحقوق، تخصص قانون أعمال – جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، السنة الجامعية 2019–2020،
- بركي، حمزة – طيبي المسعود. "التجارة الإلكترونية في القانون والتشريع الجزائري." مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال – جامعة زيان عاشور، الجلفة – كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2020–2021.
- بوشنتوف، سليم. "التحول الرقمي في الجزائر: التحديات والآفاق." مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 1، 2021.
- حاصل، نورية. "النظام القانوني للعقد الإلكتروني في ظل القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية." مذكرة لنيل شهادة الماستر في ميدان الحقوق والعلوم السياسية، تخصص القانون الخاص – جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم – كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، السنة الجامعية 2018–2019.
- الحاج موسى، ريمي – بلاغيت أمال. "التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية دراسة على ضوء التشريعات الجزائرية." مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون، قسم الحقوق – جامعة غرداية – كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة الجامعية 2021–2022.
- صارع، كريمة. "واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر." مذكرة ماستر، جامعة وهران، 2014.
- عجالي، باخالد. "النظام القانوني للعقد الإلكتروني في التشريع الجزائري." رسالة دكتوراه في القانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.
- هنشور، مصطفى وسيمة. "النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن." أطروحة دكتوراه – جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2017/2016.

مقالات:

- الأحمد، فؤاد عبد المنعم. "الرقمنة والتحول الإلكتروني في المعاملات الإدارية والتجارية." دار النهضة العربية، القاهرة، 2020.
- بوعراس، بودالية. "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر." مقال منشور بالمنصة الرقمية للمجلات العلمية الجزائرية ASJPبتاريخ 01/03/2012.

قائمة المراجع

- بوزانة، أيمن – حمدوش وفاء. "التجارة الإلكترونية في سياق القانون رقم 18-05 والمراسيم التنفيذية المتعلقة بالسجل التجاري الإلكتروني في الجزائر." مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية مجلد 6 العدد 1 بتاريخ 15-07-2021،
- بوقرة، مراد. "رقمنة الإدارة الاقتصادية الجزائرية." مجلة دراسات قانونية، جامعة الجزائر 1، العدد 2020/2.
- بن عودة، مونية. "دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات التجارية." مجلة الاقتصاد والتجارة، العدد 10، 2021.
- بلعربي، علي – بقنيش عثمان. "الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية في الجزائر." مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، العدد الرابع جوان 2017.
- جوهر رابحي، فاطمة ياسع. "التجارة الإلكترونية في القانون 18-05." جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2021.
- حمودي، فريدة. "التجارة الإلكترونية في القانون الجزائري." مجلة حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34 العدد 05-2020،
- خالد الصباحين. "انعقاد العقد الإلكتروني." بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والحاسوب، جامعة اليرموك، الأردن 12-13 جويلية 2004.
- خليل، سمير. "الرقمنة والإدارة العمومية في الجزائر." مجلة القانون والسياسة، العدد 12، 2022.
- ريحي تبوب، فاطمة الزهراء. "سرية المراسلات والاتصالات الإلكترونية حقاً يضمنه القانون." مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2021.
- زروقي، محمد. "الثقافة الرقمية والتحول الاقتصادي." مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 15، 2022.
- سامر عبد السلام ضو الفحوائش. "معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية الآداب جامعة صبراتة." مجلة كلية الآداب، العدد 29، 2020.
- السواط، طلال عوض الله؛ الحربي، ياسر ساير. "التحديات القانونية لتطبيق الذكاء الاصطناعي في الفقه الإسلامي." مجلة الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المجلد 30، العدد 3، 2022.
- عبد الحليم وآخرون. "أثر العوامل الديمغرافية والثقافية على اتجاه المستهلك النهائي المصري نحو التسوق الإلكتروني." مجلة الدراسات المالية والتجارية، كلية التجارة جامعة بن سويف، العدد 01، 2005.
- عبدو بولعراس – بلغيث عمارة. "التزامات المستهلك في العقد الإلكتروني." المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد السابع – العدد الأول، بتاريخ 19/03/2023.
- عباس فريد – رحالي سيف الدين. "شروط ممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18-05." مجلة دائرة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، العدد الثامن جانفي 2020.
- علاق، عبد القادر – بوراس محمد. "الإشهار التجاري الإلكتروني على ضوء القانون 18-05." مجلة حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 34 العدد 4، بتاريخ ديسمبر 2020.

- علاق، عبد القادر – بوراس محمد. "قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر دراسة تحليلية لمراحل وعوامل ظهوره وآفاق تطبيقه." مجلة العلوم القانونية والسياسية بتاريخ 28/04/2020 – مجلد 11 العدد 1.
- محمد فاضل عبد الله. "الرقمنة والحوكمة الاقتصادية: مدخل للتنمية المستدامة." مجلة العلوم السياسية، جامعة بغداد، العدد 55، 2021.
- مشهورة، أحمد. "التحديات القانونية لإبرام عقود التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري." مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، المجلد 15، العدد 2، 2022.
- مشري فريد وآخرون. "الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني – الجزائر نموذجاً." جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، 2018
- مشتي، أمال. "التجارة الإلكترونية في الجزائر." مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية – سنة 2018 العدد 13
- مي أسامة الهيطيل. "العوامل المؤثرة على التسوق الإلكتروني وخصائص سلوك المستهلك عبر الإنترنت." مجلة العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي الغربي، ألمانيا، العدد 09، 2019.
- الهادي بوقلفول. "أهمية الرأس مال الفكري في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات." مجلة التواصل، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر 2018 عدد 24 جوان 2009.

ثانياً: مراجع باللغة الأجنبية

- BENSOUSSAN (A): **le commerce électronique, aspects juridiques** ed, Hermes, paris 1998,.
- ILO, **World Employment and Social Outlook: The Role of Digital Technologies**, 2021.
- World Bank, "**World Development Report: Data for Better Lives**", 2021,

المواقع الإلكترونية:

- https://meatechwatch.com/2025/01/01/algeria-to-launch-mobile-payment-system-in-january-2025-boosting-digital-transformation/ (تم الاطلاع في: 19:45/2025/05/17).
- https://theinternational.si/algeria-is-committed-to-digital-transformation/ (تم الاطلاع في: 20:13/2025/05/17).

الفهرس

فهرس المحتوى

إهداء

تشكرات

مقدمة..... 2

الفصل الأول : الرقمنة في المعاملات التجارية

تمهيد الفصل..... 7

المبحث الأول : مفهوم الرقمنة في المعاملات التجارية..... 8

المطلب الأول : تعريف الرقمنة وتطورها 8

الفرع الأول: نشأة الرقمنة 8

الفرع الثاني : تعريف الرقمنة 10

الفرع الثالث: خصائص الرقمنة 12

المطلب الثاني المقصود بالمعاملات التجارية الالكترونية..... 14

الفرع الأول : تعريف المعاملات التجارية الالكترونية..... 14

أولا: التعريف الفقهي 14

ثانيا : التعريف التشريعي 16

الفرع الثاني : خصائص المعاملات التجارية الالكترونية 20

أولا : المعاملات التجارية الالكترونية تتم عن بعد..... 20

ثانيا : أنها ذات طابع استهلاكي..... 21

ثالثا : يتم إثباتها و وفاؤها بطريقة خاصة 21

رابعا : المعاملات التجارية الالكترونية من العقود التجارية..... 21

المطلب الثالث : أهمية الرقمنة في تحسين المعاملات التجارية 22
أولًا: تسويع وتبسيط الإجراءات التجارية 22
ثانيًا: تعزيز الشفافية والحد من الفساد 22
ثالثًا: دعم الإطار القانوني للمعاملات الرقمية..... 22
رابعًا: دعم الجاذبية الاستثمارية للدولة..... 23
خامسًا: تسهيل المعاملات التجارية عبر الحدود 23
سادسًا: تعزيز التكامل الاقتصادي والعلاقات الدولية 23
المبحث الثاني : إطار القانوني والإقتصادي للرقمنة في التجارة..... 23
المطلب الأول : التشويعات المنظمة للمعاملات التجارية الرقمية..... 24
الفرع الثاني: النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل القانون رقم 18/05 26
الفرع الثالث مدى فعالية النصوص القانونية المنظمة للتجارة الالكترونية في التشويع الجزائري 30
المطلب الثاني : ممارسات التجارة الالكترونية وآليات حمايتها في التشويع الجزائي 31
الفرع الأول : شروط ممارسة التجارة الالكترونية في التشويع الجزائي 32
أولا: شرط التسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية 32
ثانيا : شرط الإدراج في البطاقية الوطنية للموردين الالكترونيين 32
الفرع الثاني : الإشهار الإلكتروني 33
اولا : شروط ممارسة الإشهار التجاري الالكتروني 33
ثانيا : تقييد المورد بالتزامات خاصة لممارسة الإشهار التجاري الإلكتروني 34
الفرع الثالث: آليات حماية التجارة الالكترونية في التشويع الجزائي 35
أولا : الحماية المدنية للتجارة الالكترونية:..... 36

ثانيا : الحماية الجزائية للتجارة الالكترونية 37

المطلب الثالث : أثر التحول الرقمي على الإقتصاد والتجارة الإلكترونية..... 40

أولا : التحول الرقمي والناتج المحلي الإجمالي والنمو العالمي 41

ثانيا : التحول الرقمي والإنتاجية وسوق العمل الدولي 41

ثالثا التحول الرقمي وتدفقات الاستثمار العالمي 42

رابعا : التجارة الإلكترونية كامتداد للعلاقات الاقتصادية الدولية 42

خامسا : التحول الرقمي، البطالة، والتضخم في الاقتصاد العالمي 42

الفصل الثاني : الرقمنة وتحدياتها في التجارة الإلكترونية

تمهيد الفصل..... 45

المبحث الأول مزايا وتحديات الرقمنة التجارية 46

المطلب الأول : تحسين الكفاءات والسرعة في المعاملات التجارية 46

الفرع الأول : إسهامات الرقمنة في رفع كفاءة المعاملات..... 47

الفرع الثاني : أثر الرقمنة على الوقت والتكاليف والموارد البشرية 48

الفرع الثالث : الإطار القانوني الداعم للتجارة الرقمية في الجزائر..... 49

الفرع الرابع : التحديات الخاصة بالتطبيق في الجزائر 50

المطلب الثاني : تأثير الرقمنة على سلوك المستهلكين والتجارة 52

المطلب الثالث : العقبات التي تواجه التحول الرقمي في التجارة 58

المبحث الثاني : تجارب رقمية واستراتيجيات تطبيقية في التجارة..... 62

المطلب الأول : نماذج من شركات ناجحة في الرقمنة التجارية..... 63

المطلب الثاني : تأثير الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية على الأسواق..... 68

المطلب الثالث : استراتيجيات تعزيز الرقمنة والثقة الرقمية في التجارة..... 72

أولًا: تطوير الإطار التشريعي المنظم للثقة الرقمية 73

ثانيًا: تعزيز البنية المؤسساتية والإدارية لحوكمة الرقمنة 73

ثالثًا: ترقية الثقة عبر الأمن السيبراني وحماية المستهلك..... 74

رابعًا: تحفيز التحول الرقمي لدى الفاعلين الاقتصاديين..... 74

خامسًا: التعاون الدولي وتبادل الخبرات في مجال الثقة الرقمية 75

الخاتمة 77

قائمة المصادر و المراجع