نحو التحول الرقمي الذكي: الاقتصاد الرقمي ما بعد الجائحة

The Smart Digtal Transformation

حاج صدوق ليندة
كلية الحقوق –جامعة الجزائر 01
البريد الالكتروني:lyndasadok@gmail.com

تاريخ الارسال2021/03/31 تاريخ القبول:2021/12/19.تاريخ النشر : ديسمبر 2021

الملخص:

نعيش في عالم أصبحت فيه المنتجات والخدمات والصناعات بكاملها على نحو متزايد تستخدم فيها تكنولوجيات المعلومات والاتصالات بشكل مبتكر لتحسين معيشتنا، من السيارات الذكية إلى المدن الذكية، فأصبح الاتجاه إلى صناعات مرتبطة بالتكنولوجيات الذكية لتلبية متطلبات الفرد بجودة عالية في جميع جوانب الحياة. فالامكانيات هائلة لكن تسخيرها يتطلب تحديات في مجالات التكنولوجيا والسياسات والمجتمع والتنظيم ومؤسسات الأعمال. فكيف يمكن للحكومات أن تعزز نمو المشاريع الأعمال الصغيرة والمتوسطة للمساهة في تعزيز الابتكار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي يدفع عجلة الاقتصاد الرقمي؟

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، الاقتصاد الرقمي، التجارة الالكترونية، الرقمنة، تكنولجيا الاعلام والاتصال.

Abstract We live in a world where products, services and entire industries are increasingly using information and communication technologies innovatively to improve our lives,

from smart cars to smart cities, and the trend has become to industries related to smart technologies to meet individual requirements with high quality in all aspects of life. The potential is enormous, but harnessing it requires challenges in the areas of technology, politics, society, regulation and business. How can governments promote the growth of small and medium businesses to contribute to the promotion of ICT innovation that drives the digital economy?

Keywords: The digital transformation, Electronic Commerce, Digitization, Information and communication technology.

***المؤلف المرسل: حاج صدوق ليندة**

مقدمة:

أدى إنتشار فيروس الكوفيد 19 في جل دول العالم إلى زعزعة أمنها الداخلي وتهديد الاقتصاد العالمي ومختلف القطاعات الحيوية في الدول.

وتعد الجزائر من بين الدول التي أصابها الفيروس عن طريق بعض الحالات الوافدة من أوروبا، الأمر الذي فرض على السلطات الجزائرية إتخاذ مجموعة من التدابير الوقائية والاحترازية تجنبا لإنتشار وتفشي الوباء بين الأشخاص، كإغلاق الحدود البحرية، الجوية والبرية، وإغلاق المدارس والجامعات، وتجميد مختلف الأنشطة الإقتصادية والإجتماعية حفاظا على سلامة المواطنين. وتسبب ذلك عرقلة الاقتصاد العالمي، حتى وصل أثرها إلى حياتنا اليومية.

أدى ذلك إلى ضرورة الاعتماد على التكنولوجيا لتسيير القطاعات الحيوية في ظل وجود الوباء، والقدرة على التكيف والتحول باتجاه اقتصاد رقمي جديد، إذ تهدف الدراسة إلى البحث فيما إذا كان متوقعا أن تحدث

أزمة الكورونا تغييرا في الاتجاه نحو الاقتصاد الرقمي، وبما يمكن أن يقع من تغيير في سلوكات الأفراد والشركات.

فما مدى نجاعة الرقمنة في تطوير الاقتصاد الوطني بظهور جائحة الكورونا؟

إعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي للتعريف بالاقتصاد الرقمي وتحديد مؤشراته والتطرق إلى تطبيقات الاقتصاد الرقمي في الحياة اليومية للمواطن والمؤسسات والسلطات العمومية، وكذا تبيان مدى ضرورة الرقمنة وكيفية تسخيرها لدفع عجلة الاقتصاد الرقمي.

وللإجابة على الإشكالية المطروحة، وللإلمام بكل جوانب الموضوع، تم تقسيم البحث إلى محورين أو مبحثين:

المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي.

المبحث الثاني: تطبيقات الاقتصاد الرقمي.

المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

نتج عن التطور التقني الهائل الذي حصل في مجال التكنولوجيا واستخدام الانترنت خلال العقود الماضية، إلى إحداث تغييرات جوهرية في أسلوب حياة الناس، وقد تفاعلت الأنشطة التجارية والاقتصادية مع تلك التغييرات والتطورات، مما ساهم في ظهور نوع جديد من الاقتصاد أطلق عليه مسمى الاقتصاد الرقمي أو إقتصاد تكنولوجيا المعلومات.

المطلب الأول: تعريف الاقتصاد الرقمي

الاقتصاد الرقمي، أو مايسمى باقتصاد تكنولوجيا المعلومات، هو إقتصاد أساسه المعلومات، ومحركه التكنولوجيا والاتصالات، إذ يقوم على بنية تحتية رقمية عالية مرتبطة بمعظم شؤون الحياة. حيث عرف على أنه:" ذلك الاقتصاد المرتبط بمفهوم مجتمع المعلومات الذي يعبر

عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومات الركيزة الأساسية للإقتصاد والعلاقات البشرية ككل، متجسدة في بنية تحتية رقمية عالية كفيلة بتحقيق ذلك في شتى مجالات الحياة."[1]

كما يعرف بأنه:" التفاعل والتكامل والتناسق بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة وبين الاقتصاد الوطني والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية الفورية والإتاحة لجميع المؤشرات السائدة لجميع القرارات الاقتصادية والمالية والتجارية في الدولة خلال فترة ما.". [2]

وهناك من يحصر مفهوم الاقتصاد الرقمي في التجارة الالكترونية، لكن الأصح أن الاقتصاد الرقمي هو نتاج للاستعمال الفعلي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجمل القطاعات الاقتصادية ومن طرف الادارة والمؤسسات والأفراد."[3]

وهو بذلك يشمل العديد من جوانب الاقتصاد العالمي، من البنوك، التجارة، الطاقة، المواصلات، التعليم، الصحة،الخ.

ومن هنا يمكن استخلاص أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر إحدى مرتكزات الاقتصاد الرقمي، وأن قطاع الخدمات المالية

---

[1]–بوشول فائزة وقطاف ليلى وعماري عمارة، واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر ، مجلة الباحث، المجلد5،العدد5،كلية قاصدي مرباح ورقلة،الجزائر،2007، ص 121.

[2]– فريد النجار، الاقتصاد الرقمي، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007،ص 25.

[3]–بشاري سلمى، تطوير الرقمنة في الجزائر كآلية لمرحلة ما بعد جائحة الكورونا، مقال منشور في مجلة "les cahiers du creed، 2020, N03, vol 36 بتاريخ 17 جويلية 2020.

والتجارة يعتبر من أكثر القطاعات المستثمرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كما أنه في ظل جائحة الكورونا ومع عملية غلق المحلات وإجراءات العزل، اعتبرت التجارة الالكترونية وعمليات الخدمات المالية الرقمية أفضل خيار للمستهلكين والتجار والشركات من أجل مواصلة النشاط.

ولذلك يتبين أهمية الرقمنة كخيار استراتيجي لمواجهة تبعات الجائحة ولتطوير القطاعات الاستراتيجية.

إذ يساعد انتشار مجتمع المعلومات والمعرفة على تشجيع بناء الحكومة الإلكترونية، البنوك الالكترونية والتجارة الالكترونية، ويحتاج كل ذلك إلى التطوير المستمر في مؤشر مجتمع المعلومات والمعرفة من خلال تطوير عمليات استخدام البرمجيات في إدارة الأنشطة الاقتصادية، المالية والتجارية والتعليمية.[1]

المطلب الثاني: خصائص الاقتصاد الرقمي

من خلال التعريفات المتعددة المتناولة في المطلب الاول من الدراسة، يظهر جليا أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر إحدى أهم مرتكزات الاقتصاد الرقمي، إذ يعتمد الاقتصاد الرقمي على المعلومات والترابط الفوري في القطاعات الاقتصادية كافة. كما يعتمد على التقنية الحديثة والابداع الفكري، إذ يتمثل عنصر الانتاج فيه في المعرفة، خلافا في الاقتصاد التقليدي الذي يتمثل في العمل ورأس المال.

[1]–جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية، عمان،الأردن،2017،ص 22.

كما يتميز الاقتصاد الرقمي بسهولة الوصول إلى مصادر المعلومات، مما يسمح للأفراد والمؤسسات المشاركة في شبكات المعلومات ومواقع الانترنت المختلفة.

ومن خصائصه كذلك أنه اقتصاد لا حدودي، فلا يقتصر على دولة ما، إذ يعرض منتجاته وخدماته في كل أنحاء العالم، نظرا لإعتماده على تكنولوجيا المعلومات والمواصلات، فهو سريع الحركة وسمته الوصول إلى التكنولوجيا المعلومات والتنافس بشأنها.

كما يوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات عن طريق تعلم كيفية تحديد الاحتياجات المعلوماتية ثم اختيار المصادرالمناسبة للمعلومات الأساسية والهامة في إدارة الصادر والوارد من المعلومة بطريقة أكثر كفاءة وتأثيرا.[1]

كما يساهم الاقتصاد الرقمي في النمو الاقتصادي للدول بشكل كبير جدا، لذلك تم الاهتمام بتطبيق تقنيات حديثة وتطوير كافة الوسائل المساعدة في نموه، بإعتماده على تكنولوجيا المعلومات، والتي تعتمد بدورها بشكل كبير على تطوير برامج الحاسوب المستخدمة في الاقتصاد الرقمي. كما يعتمد تطبيق الاقتصاد الرقمي على مجموعة من التشريعات التي تم إصدارها.

وبالتالي يشمل الاقتصاد الرقمي تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتجارة الإلكترونية وخدمات التوصيل الإلكترونية والبرمجيات والمعلومات ، وهي تختلف بإختلاف حجم المعاملات الاقتصادية والتخصص والموارد

---

[1]– قراش عبد القادر، واقع الاقتصاد الرقمي في الصيرفة الجزائرية، مذكرة الماستر، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم لاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2016–2017، ص 11.

والقطاعات الاقتصادية ومكونات الناتج المحلي الإجمالي، ويرى بعض الاقتصاديين أن مكونات الاقتصاد الرقمي تختلف باختلاف نطاق الاقتصاد وتأثير شبكات المعلومات والمعايير والسلع العامة وتكلفة المعاملات والصفقات، ومن المعروف أن التكنولوجيات تتغير بصفة سريعة وتؤثر على منظومات الأعمال من حيث المصادر البديلة والمدخلات والعمليات والتشغيل والمخرجات والمنتجات والاستخدامات والتوزيع[1].

لذلك سوف نسلط الضوء في المبحث الثاني من الدراسة على بعض من تطبيقاته والتشريعات الصادرة من أجله.

المبحث الثاني: تطبيقات الاقتصاد الرقمي

يتضمن الاقتصاد الرقمي في الكثير من مجالات الحياة، ولعل أهمها التجارة الالكترونية، التي تعتمد على استخدام الانترنت في كافة عملياتها، وكذا التسويق الالكتروني، الذي يستخدم الانترنت في تحقيق الأهداف التسويقية، والتي من خلال شبكات الاتصال المباشرة والوسائل التفاعلية الرقمية واتصالات الحاسوب.

كما يمكن استخدام الاقتصاد الرقمي في مجال الاستثمار الالكتروني، وذ لك عن طريق الاستفادة من المعلومات التي يتم تبادلها على الشبكة وإمكانياتها العديدة، والتي تساهم بشكل كبير من اتخاذ القرارات اللازمة في الاستثمار.

المطلب الأول: التجارة الالكترونية كآلية فعالة للتحول الرقمي

منذ بداية أزمة فيروس "كوفيد19"، إقتضى على المواطن الجزائري انتهاج مسار مغاير نحو التعامل الالكتروني، باستخدام أدوات

[1]–جعفر حسن جاسم، المرجع السابق،ص 45.

التكنولوجيا في جميع المجالات. وأدت الحاجة الملحة التي فرضتها الأزمة الصحية إلى التعامل إلكترونيا، وتغيير ذهنيات بعض المستهلكين، مما شجع المتعاملين الاقتصاديين على تسجيل أنفسهم ضمن القيد الخاص بهذا النوع من التجارة، والمنظم وفقا لقانون التجارة الالكترونية الجزائري لسنة 2018.[1]

كما شهد ارتفاعا في معدل عمليات الدفع الالكتروني، من طرف بعض الجزائريين، حيث لجأ الكثير منهم إلى إستخدام البطاقة البنكية والبطاقة الذهبية البريدية، لدفع بعض الفواتير وسحب الأموال، والتي اعتبرت خطوة نوعية نحو تغيير الذهنيات والتوجه نحو الرقمنة.[2]

كما نجد أن المشرع الجزائري وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 18-112 [3] الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، ألزم على التجار سواء أكانوا أشخاص طبيعية أو معنوية، غير الحائزين على السجل التجاري المزود بالرمز الالكتروني "س.ت.إ" [4]طلب تعديل مستخرجات سجلاتهم التجارية لدى فروع المركز الوطني

---

[1]-القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

[2]- حسب بيان بريد الجزائر، كشف عن تسجيل ما يفوق 959 مليون دينار جزائري خلال الأربع الأشهر الأولى لسنة 2020، جراء الدفع الالكتروني، وبمعدل 273 ألف عملية شهريا منذ شهر مارس لسنة 2020.

[3]- المرسوم التنفيذي رقم 18-112 المؤرخ في 05 أفريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 21 المؤرخة في 11 أفريل 2018،ص07و08.

[4]- الرمز الالكتروني "س.ت.إ" : هو شفرة بيانية تتضمن معطيات ومعلومات مشفرة حول التاجر، وفقا للمادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 18-112 المؤرخ في

للسجل التجاري المختصة إقليميا[1]، والذي أصبح إجباريا إبتداء من نهاية سنة 2020، حسب تصريح وزير التجارة.[2]

ونتيجة للتحول الرقمي، ساهمت التجارة الالكترونية في فتح أسواق جديدة أمام المنتجين والتجار وزيادة كفاءة النشاط التجاري.

والجدير بالذكر أن التجارة الالكترونية لا تقتصر فقط على عمليات البيع والشراء عبر الانترنت، وإنما تتضمن أيضا معالجة حركات بيع وشراء المعلومات نفسها وتنوع العقود التي تبرم من خلالها.[3] فما هو معروف أن التجارة الالكترونية تتم من خلال وسيط إلكتروني من أجل تسهيل تبادل المعلومات المتعلقة بعمليات البيع والخدمات.[4]

---

05 أفريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 21 المؤرخة في 11 أفريل 2018،ص07.

[1]– المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 18–112 المؤرخ في 05 أفريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 21 المؤرخة في 11 أفريل 2018،ص07.

[2]– سالم أحمد ومصطفى بن حسين، سياسة تعميم الاقتصاد الرقمي في المؤسسة الجزائرية، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 05، العدد02، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، ديسمبر 2020،ص575.

[3]– مصطفى موسى العطيات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الالكترونية، دار وائل للنش والتوزيع، عمان ، الأردن،2011،ص 27.

[4]– عماد الحداد، التجارة الالكترونية، دار الفاروق للنشر والتوزيع، الأردن،2004،ص 03.

كما تتعلق بتنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالسلع والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة.[1]

كما عرفت في المادة السادسة من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، على أنها: " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أوضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية" [2] كما يعتبر شرطان أساسين لممارسة التجارية الالكترونية كل من التسجيل في السجل التجاري وإنشاء موقع على شبكة الانترنت بامتداد "com.dz" .

أما في الواقع التطبيقي، فإن التجارة الالكترونية تتخذ أنماطا عديدة، كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيوع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع وإنشاء متاجر إفتراضية وكل عمليات التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنت. إلا أن هذه الوسيلة الحديثة الناتجة عن الرغبة في التحول الرقمي للمعاملات، لها مخاطر وسلبيات، من حيث صعوبة الإثبات في العالم الافتراضي، ومسائل التوقيع الالكتروني والقانون الواجب التطبيق في حالة انتهاك حقوق الملكية الفكرية نظرا للافتقار بتنظيم قانوني محكم وكامل، والذي أدى لخوف

[1] -Ugo DRAETTA, Internet et Commerce électronique en Droit International des affaires, Bruylant Edition, Paris,France, 2003, P119.

[2]– المادة 6 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

العديد من المستهلكين من استخدام بطاقاتهم الائتمانية في التعاملات التجارية الالكترونية خوفا من عمليات السرقة والاحتيال.[1]

وتجدر الإشارة إلى أن الجزائر قد أدرجت مشروع " الجزائر الالكترونية 2013"، ضمن استراتيجية الحكومة الجزائرية للتحول الرقمي من أجل تحقيق التنمية المستدامة في مختلف جوانب الحياة، بتطوير النظام الالكتروني في كل قطاعات الدولة من اتصالات، البنوك، الإدارة العمومية، التربية والتعليم، والأنشطة التجارية، باستعمال التكنولوجيات الحديثة.[2]

وكانت نتيجة ذلك صدور قانون التجارة الالكترونية عام 2018، والذي جاء نوعا ما متأخرا مقارنة مع بقية التشريعات المقارنة، وما نجم عنه من تأخر في صدور المراسيم التنظيمية والتنفيذية لهذا القانون.

وأمام انتشار الوباء، أدى إلى تنامي غير مسبوق للتعاملات الالكترونية وتوجه المستهلك للتسوق عبر الانترنت، والذي قد يعتبر بوابة لمنعطف جديد للتجارة الالكترونية في العالم حتى بعد الجائحة.

المطلب الثاني: مساهمة التسويق الالكتروني في انتعاش الاقتصاد الرقمي

مع التطورات التكنولوجيا الحديثة، إعتبرت الانترنت فضاء تجاري ضخم تتشارك فيه جميع الأطراف المعنية من سلطات محلية ووطنية، إلى تجار إلكترونين وموزعين. كما أصبح التسويق الالكتروني من أهم الضروريات في حياة المؤسسات والمصانع والشركات التجارية محليا

[1] -Agnès RABAGNY-LAGOA, Droit du commerce électronique, ELLIPSES Edition, Paris,France, 2011,P06.

[2] – خواثرة سامية، التحول الرقمي خلال جائحة كورونا وما بعدها، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 58، العدد 02، السنة2021،ص115.

ودوليا.[1] كما أصبحت الانترنت قناة تسويقية عالمية كبرى، وسوق تجارية مفتوحة دوليا لترويج السلع والخدمات.

إذ يسمح التسويق الالكتروني للشركات للترويج لمنتجاتها في جميع أنحاء العالم دون انقطاع، مما يعطيها أكثر فرص للنجاح، وبالتالي ضمان ديناميكية واستمرارية العلاقة مع العملاء من خلال العمل على مدار 24 ساعة.

ويعتبر التسويق الالكتروني الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية، بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وكذا تقديم السلع والخدمات إلى العملاء.[2]

كما تتمثل وظيفة التسويق الالكتروني في قيادة كل أشكال نشاط الشركة الالكترونية التي تجمع جميع الأطراف من مسوقين، مروجين، وسطاء وعملاء حتى نهاية عملية بيع للمنتوج.[3] إذ يحدد التسويق للشركة أي سوق تدخله وأي سلعة تبيعها ويضع التخطيط الترويجي من خلال رسم طرق بيع إلكترونية.

فتترسخ فكرة التسويق الالكتروني في كيفية تسخير التكنولوجيا لجعل التسويق أكثر فاعلية ولجذب انتباه الأفراد والمستهلكين، وكل ذلك يعتمد

---

[1]– فؤاد الصباغ، الاقتصاد الرقمي وتكنولوجيات الاتصال، مجلة الحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد 2، العدد 1، السنة 2018، ص 9.

[2]– أحسن يسمينة أميرة ومغراوي محي الدين عبد القادر، دور التسويق الالكتروني في نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 2، العدد 2، رقم 2017/05، جامعة عبد الحميد إبن باديس مستغانم، 2017، ص209.

[3]– فؤاد الصباغ، المرجع السابق، ص 12.

على الإدارة الجيدة للحالات التجارية والتصميم الأفضل للموقع الالكتروني.[1]

كما أن أغلبية دول العالم، أصبحت مدركة لحقيقة أن التحول إلى الاقتصاد الرقمي يعزز الابتكار والإنتاجية لكثير من القطاعات الاقتصادية، ويعمل على تحسين مستوى تقديم الخدمات العامة والرفاهية. ففي معظم البلدان أصبحت التنافسية والقدرة على البقاء تعتمد بشكل أساسي على قدرة هذه البلدان على الابتكار وخلق أفكار إبداعية.[2]

ويعتبر المستهلك الاكتروني الركيزة الأساسية وحلقة الوصل بين نجاح المؤسسة أو فشلها، وهو العنصر المحوري في وظيفة التسويق، كونه المعيار الدقيق لتصريف المنتجات فعلا في الأسواق.[3]

فالمستهلك الالكتروني هو الشخص الذي يبرم العقود الالكترونية المختلفة من شراء وإيجار وقروض وانتفاع وغيرها، من أجل توفير ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية.

نجد أن المشرع الجزائري لم يتناول المستهلك الالكتروني ضمن القانون الجديد لحماية المستهلك وقمع الغش لسنة 2009.[4] إلا أن قانون التجارة

---

[1]– لعمايرية لبيبة و زكريا طفياتي، التسويق في البيئة الرقمية، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 1، العدد2، جامعة الجزائر3، جوان 2020، ص7.

[2]– شيلي إلهام، اعتماد عناصر التسويق الالكتروني ضمن آليات الاندماج وتطبيق الاقتصاد الرقمي، مجلة مينا للدراسات الاقتصادية، المجلد 3، العدد5، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة غليزان،الجزائر، 2020، ص 133.

[3] - Gray colin , Impact of e-commerce on consumes and smal firms, Ashgate publishing limited, England, 2006,P165.

[4]– القانون رقم 09–03 المؤرخ في 29 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 08 مارس 2009، والمعدل بالقانون رقم 18–09 المؤرخ في 10 جوان 2018، المعدل والمتمم.

الالكترونية الجزائري السالف الذكر، وضع تعريفا واضحا للمستهلك الاكتروني على أنه:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي." [1]

كما نص المشرع الجزائري صراحة على الالتزامات الواقعة على عاتق المورد الالكتروني تجاه المستهلك الالكتروني، من إرسال نسخة إلكترونية للعقد إلى المستهلك وحسن تنفيذ الالتزامات المترتبة عن ذلك العقد، وإعداد فاتورة من قبله تسلم للمستهلك، وكذا الاثار المترتبة عن عدم احترام آجال التسليم، الخ.[2]

ونصت المادة 13 الفقرة 2 من قانون التجارة الالكترونية على وجوب تضمن العقد الالكتروني على الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات، شروط وكيفيات التسليم، شروط وكيفيات الدفع، شروط وكيفيات إعادة المنتوج وفسخ العقد.[3]

---

[1]– المادة 6 من القانون رقم 18–05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018، ص6.

[2]– المواد من 18 إلى 26 من القانون رقم 18–05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018، ص6.

[3]– المادة 2/13 من القانون رقم 18–05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018، ص7.

كما للمستهلك الالكتروني الحق في العدول، نظرا لعدم توافره على الخبرة الكافية، وعدم إمكانية معاينة المنتوج أو السلعة، ودون تقديم أي مبرر لذلك ودون أن يتعرض لأي جزاء.[1]

وإذا رجعنا إلى الواقع العملي، نجد أن موقع أمازون من أشهر مواقع الانترنت في مجال التجارة الالكترونية، إذ يحتل الصدارة باتباعه لنمط تسويقي متميز، يعتمد على تقسيم العملاء إلى عدة فئات متدرجة، كخدمة أمازون برايم (Amazon prime)

خاتمة:

برزت أهمية التحول الرقمي جليا خلال جائحة كوفيد 19، والذي بات ضرورة حتمية وشرطا رئيسيا للعبور إلى نمو إقتصادي ما بعد إنجلاء وباء الكورونا.

إذ أن الجائحة سرعت عملية التحول الرقمي لدى الكثير من الشركات والدول. فهذا الوباء القبيح فتح الطريق إلى عالم جديد، الذي مازال في موضع تصورات لدى النخبة الاقتصادية والاستراتيجية لكل دولة، من أجل مستقبل أفضل.

ونأمل أن يكون عالم ما بعد كوفيد 19 أفضل من عالم ما قبل وأثناءالوباء خاصة من حيث تطور الاقتصاد الرقمي.

وما يمكن استنتاجه من خلال الدراسة، أن التجارة الالكترونية أصبحت ثقافة المجتمع الرقمي، الذي أصبح يشتري ويبيع عبر أكبر المواقع الالكترونية العالمية.

---

[1]– المادة 11 من القانون رقم 18–05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018، ص6.

كما نستنتجت أن هذه التجارة تطورت من خلال العلاقات بين الشركات، المستهلكين والحكومة.

والجهوذ المبذولة من قبل السلطات الجزائرية للتوجه نحو الإدارة الرقمية وحتى المؤسسات العامة والخاصة، والرغبة للتحول إلى الاقتصاد الرقمي نظرا للظروف الصحية التي عرفها العالم منذ ظهور وانتشار وباء الكورونا.

وما هذا إلا تمهيد للطريق وجعل الأرضية خصبة للاستمرار نحو التحول الرقمي الذي يحدث لا محال أثرا إيجابيا على إقتصاد البلاد وعلى جميع القطاعات، وفتح الآفاق في قطاع التجارة الالكترونية.

وأن التحول الرقمي لم يعد خيارا وإنما أصبح ضرورة.

وطبقا لذلك فالتوصيات التي يمكن تقديمها من خلال هذه الدراسة:

- تفعيل النصوص التنفيذية المتعلقة بقانون التجارة الالكترونية الجزائري لسنة 2018.
- الاهتمام أكثر بتحسن خدمات تكنولوجيات الاعلام والاتصال في الجزائر، لما يحقق تحول رقمي متين وناجع.
- توفير البنية التحتية للاتصالات وللاعلام من أجل الولوج الاحسن للعالم الرقمي.
- خلق المناخ القانوني الملائم لتبني هذا النمط الجديد، ونشر ثقافة استعمال الرقمنة من طرف المواطن الجزائري في معاملاته اليومية المختلفة.

قائمة المصادر والمراجع:

أولا / قائمة المصادر:

-النصوص القانونية:

1-القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15 المؤرخة في 08 مارس 2009، والمعدل والمتمم.

2- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية العدد 28 الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

3-المرسوم التنفيذي رقم 18-112 المؤرخ في 05 أفريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 21 المؤرخة في 11 أفريل 2018.

ثانيا /قائمة المراجع:

أ-الكتب:

1- فريد النجار، الاقتصاد الرقمي، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007.

2- مصطفى موسى العطيات، الجوانب القانونية لتعاملات التجارة الالكترونية، دار وائل للنش والتوزيع، عمان ، الأردن،2011.

3- عماد الحداد، التجارة الالكترونية، دار الفاروق للنشر والتوزيع، الأردن،2004.

4- جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية، عمان،الأردن،2017.

ب-الرسائل الجامعية:

1-قراش عبد القادر، واقع الاقتصاد الرقمي في الصيرفة الجزائرية، مذكرة الماستر، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم لاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2016-2017.

ج-المقالات في المجلات:

1-أحسن يسمينه أميرة ومغراوي محي الدين عبد القادر، دور التسويق الالكتروني في نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 2، العدد 2، رقم 2017/05، جامعة عبد الحميد إبن باديس مستغانم، 2017، (ص205-227).

2-بوشول فائزة وقطاف ليلى وعماري عمارة، واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، مجلة الباحث، المجلد5، العدد5، كلية قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر،2007، (ص121-136).

3-بشاري سلمى، تطوير الرقمنة في الجزائر كآلية لمرحلة ما بعد جائحة الكورونا، مقال منشور في مجلة "les cahiers du creed، 2020, N03, vol 36 بتاريخ 17 جويلية 2020،(ص 545-580).

4- سالم أحمد ومصطفى بن حسين، سياسة تعميم الاقتصاد الرقمي في المؤسسة الجزائرية، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 05، العدد02، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، ديسمبر 2020،(ص567-578).

5- خواثرة سامية، التحول الرقمي خلال جائحة كورونا وما بعدها، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 58، العدد 02، السنة2021،(ص103-126).

6- فؤاد الصباغ، الاقتصاد الرقمي وتكنولوجيات الاتصال، مجلة الحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد 2، العدد 1، السنة 2018، (ص 1-24).

7- لعمايرية لبيبة و زكريا طفياتي، التسويق في البيئة الرقمية، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 1، العدد2، جامعة الجزائر3، جوان 2020،(ص 131-155).

8- شيلي إلهام، اعتماد عناصر التسويق الالكتروني ضمن آليات الاندماج وتطبيق الاقتصاد الرقمي، مجلة مينا للدراسات الاقتصادية، المجلد 3، العدد5، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة غليزان،الجزائر، 2020، (ص100-119).

ثالثا/ قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

Les Ouvrages :

1-Ugo DRAETTA, Internet et Commerce électronique en Droit International des affaires, Bruylant Edition, Paris,France, 2003.
Agnès RABAGNY-LAGOA, Droit du commerce électronique, ELLIPSES Edition, Paris,France, 2011,P06.
2- Gray colin , Impact of e-commerce on consumes and smal firms, Ashgate publishing limited, England, 2006.