



### دراسة تقييمية للتجارة الإلكترونية

#### E-commerce assessment study

د. حسين حياة

جامعة البلدية 2- (الجزائر)

houcinehayet1@gmail.com

المعلومات المقال	الملخص:
تاريخ الارسال: 27 افريل 2021 تاريخ القبول: 25 سبتمبر 2021	لا شك أن الثورة المعلوماتية قد تركت أبعادا في مختلف مجالات القانون، وقد كان للقانون التجاري النصيب الأوفر من هذه الثورة، فقد ظهرت التجارة الإلكترونية والتي تلبى متطلبات القانون التجاري، إذ أن أحد أهم المرتكزات التي يقوم عليها هو السرعة في التعامل وهو أمر ينسجم مع طبيعة التجارة الإلكترونية، إلا أنه توجد بعض المعوقات التي تعرقل ممارسة التجارة الإلكترونية سنتناولها بالبحث وسنبين أهم الوسائل القانونية والتقنية التي تساعد في تجاوز تلك العقبات، وأنهينا دراستنا ببعض النتائج التي توصلنا إليها وبعض التوصيات التي رأيناها ضرورية لتذليل الصعوبات التي تواجهها التجارة الإلكترونية. إن التعامل بالتجارة الإلكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والمخاطر، فهي تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة، كما تساعد الأفراد على الخيار العالمي الأجود من المنتجات وبأرخص الأثمان، غير أن هذه التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبيات ينبغي العمل من أجل القضاء عليها
الكلمات المفتاحية: ✓ التجارة الإلكترونية ✓ المميزات والمخاطر ✓ التحديات	Abstract : <i>There is no doubt that the information revolution has left dimensions in various fields of law, and commercial law has had the largest share of this revolution. E-commerce has emerged that meets the requirements of commercial law, as one of the most important pillars on which it is based is speed in dealing, which is consistent with the nature of E-commerce, however, there are some obstacles that hinder the practice of e-commerce. We will explain the most important legal and technical means that help in overcoming these obstacles. We ended our study with some of our findings and some recommendations that we saw necessary to overcome the difficulties faced by e-commerce. Dealing with e-commerce imposes acceptance of the reciprocal binary of advantages and risks, as it creates value by helping institutions without regard to their size to enter global markets at the least time and cost, and it also helps individuals to find the best global choice of products and the cheapest prices, but this trade assumes burdens, risks and disadvantages. Work should be done to eliminate it</i>
Article info Received 27 April 2021 Accepted 25 September 2021 Keywords: ✓ Electronic trade. ✓ Features and Risks. ✓ Challenges	

مقدمة:

إن من أهم ما يميز عصرنا الحالي هو تسارع وتيرة التطورات التكنولوجية، والتي ألفت بظلالها على القطاع التجاري، وساهمت في تحسين وتطوير الأنشطة التجارية التقليدية، وكذلك استحداث أنشطة تجارية جديدة كالتجارة الإلكترونية المختلفة تماما في مبادئها ومفاهيمها وخصائصها عن نظيرتها التقليدية.

وتمثل التجارة الإلكترونية شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف، بحيث يكون التبادل إلكترونيا بدلا منه ماديا أو ماديا مباشرة (غالبا، 2006، صفحة 20)، وهي عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، والمميز في هذه العملية التجارية هو وجود وسيط إلكتروني يساعد على غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف.

ويعرّف خبراء المنظمة العالمية للتجارة الإلكترونية على أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج أو توزيع أو ترويج أو بيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات، ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة إلكترونيا: الكتب و القطع الموسيقية (حماد، 2003، صفحة 8)، و ما يلاحظ على هذا التعريف أن هذه المنظمة تأخذ بالتعريف الموسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية: عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه، وعمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات، وعمليات تسليم المشتريات.

تكمن أهمية موضوع الدراسة في أهمية ومميزات التجارة الإلكترونية في حد ذاتها إذا ما قارناها بالتجارة الإلكترونية، حيث أن المميزات العديدة التي يوفرها هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني، ساهم في زيادة إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الإلكترونية، فالحاجة إلى إدراك هذا النوع من التجارة لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، لكن بالمقابل يواجه مستعملوها عدة عراقيل و تحديات تزداد حدتها في الدول التي تعاني نموا بطيئا في الجانب التكنولوجي كالجائر مثلا، لهذا

يهدف هذا البحث إلى إبراز إيجابيات التجارة الإلكترونية من خلال تمييزها عن التجارة التقليدية وتحديد المزايا التي تتمتع بها والتسهيلات التي تقدمها لجميع الأطراف، لكن بالمقابل وحتى تكون دراستنا موضوعية سنبين من جانب آخر العراقيل و التحديات التي تطرحها وتجعل المهتمين بالتجارة يترددون في التعامل بها ، وحتى تكون دراستنا واقعية سنحاول إسقاط كل محور من هذه المحاور على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في محاولة منا لإبراز مدى انتشار هذا النوع المستحدث من التجارة في الجزائر من جهة، ومدى توفيق المشرع الجزائري في الإلمام بأحكام وقواعد التجارة الإلكترونية خاصة في ظل الإشكالات التي تثيرها من جهة ثانية.

إن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات حسب أوضاعها وخصوصياتها، حيث بلغت التجارة الإلكترونية حدودا عالية في انتشارها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطو خطوات مهمة رغم تواضعها، إلا أن اعتماد هذه التجارة في الجزائر ما زال في مراحله الأولى والمحتشمة، فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسع انتشار التجارة الإلكترونية، فمما هي أهم مميزات التجارة الإلكترونية التي جعلت منها منافسا قويا للتجارة التقليدية؟ وماهي أهم العراقيل التي تواجهها والتحديات التي تطرحها حتى تتسع دائرة التعامل بها مستقبلا؟

من خلال هذه الإشكالية يتبادر إلينا الفرضيات التي يطرحها موضوع الدراسة التي يمكن حصرها في النقاط التالية:

- تميّز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية بما تطرحه من سرعة وسهولة في التعامل.

- التخوف من التعامل عن طريق التجارة الإلكترونية لما يميّزها من غموض عدم تنظيم بسبب حداتها ولارتباطها بواقع افتراضي مازال التعامل به حذرا وغير آمن.

بشبكة الإنترنت (Bensoussan.A, 1998, p. 8)، من هذا المنطلق سنتطرق إلى تعريف التجارة الإلكترونية وأهم الفروقات الجوهرية بينها وبين التجارة التقليدية والأعمال الإلكترونية.

## 1.2 تعريف التجارة الإلكترونية

يمثل موضوع التجارة الإلكترونية واحدا من مواضيع الاقتصاد الرقمي الذي يقوم على حقيقتين هما التجارة الإلكترونية و تقنية المعلومات، فتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي و الحقيقي للتجارة الإلكترونية، باعتبارها تعتمد على الحوسبة و الاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وإدارة النشاط التجاري.

و التجارة الإلكترونية هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالصناعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة، الأول خدمات ربط أو دخول الإنترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت، والثاني التسليم أو التزويد التقني للمعلومات، والثالث استعمال الإنترنت كوسيلة أو واسطة لتوزيع الخدمات و البضائع (سحنون، 2005، صفحة 72).

وتتخذ التجارة الإلكترونية في الواقع العملي أنماطا عديدة، كعرض البضائع والخدمات عبر الإنترنت، وإجراء البيوع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عملية الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو غيرها من وسائل الدفع، وإنشاء متاجر افتراضية أو محال بيع على الإنترنت، والقيام بأنشطة التزويد و التوزيع و الوكالة التجارية عبر الإنترنت، وممارسة الخدمات المالية وخدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها عبر الإنترنت (Wright.B, 2000, p. 5).

وقد عرفها القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية (جريدة رسمية العدد 28 مؤرخة في 2018/5/16) في المادة الثانية منه بأنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع

-عزوف المجتمع الجزائري عموما عن التعامل بواسطة الانترنت لعدة أسباب أهمها انعدام الثقة في كل ما هو غير مادي وغير ملموس.

من هذا المنطلق ارتأيت البحث في الموضوع وفق منهجية محددة حيث ابتدأتها بتحديد مزايا وعيوب هذا النوع المستحدث نسبيا من التعاملات التجارية، بالإضافة إلى تحديد أهم المخاطر التي يمكن أن تنجر عن استخدام هذا النوع من التجارة، و إبراز أهم العراقيل التي يمكن أن تواجه المتعامل الإلكتروني والتي من شأنها أن تحول دون أن تكون التجارة الإلكترونية بديلا منافسا للتجارة التقليدية في بعض الدول خاصة في دولة كالجائز تفتقر إلى أدنى مقومات التكنولوجيا ومتطلباتها.

ولإحاطة بموضوع البحث اتبعت المنهجين التحليلي والوصفي وكذلك المنهج المقارن، حيث تم الاستعانة بالمنهجين التحليلي و الوصفي في جمع المعلومات والمعطيات وتفسيرها من أجل استخراج النتائج وفقا لشواهد وقرائن متنوعة، أما المنهج المقارن فتمت الاستعانة به لمقارنة بعض المصطلحات المتقاربة من حيث المفهوم.

## 2. تعريف التجارة الإلكترونية وتمييزها عن بعض المفاهيم الأخرى

لا شك أن التجارة هي العمود الفقري لأي اقتصاد في العالم، حيث أنها تعتمد على المبدأ الأساسي للعمل وهو تبادل السلع والخدمات والأموال للحصول على أقصى ربح ممكن، كما أنها تعزز القدرة التنافسية وتشجع الابتكار، علاوة على خلق فرص عمل متنوعة ومختلفة .

وفي هذا العصر الرقمي الذي انتشرت فيه الإنترنت انتشارا واسعا شاعت التجارة الإلكترونية، والتي تتيح العديد من المزايا، فقد أصبح من الممكن لرجال الأعمال تجنب مشقة السفر من بلد إلى آخر للقاء شركائهم وعملائهم، وأصبح بمقدورهم توفير الوقت و المال من أجل الترويج للمنتجات و الخدمات، كما أصبح في متناول المستهلك الحصول على ما يريده دون التنقل أو استخدام النقود بالطريقة التقليدية، وكل ما يحتاجه المستهلك هو اقتناء جهاز كمبيوتر وبرنامج مستعرض الإنترنت و اشتراك

الجهود التي يبذلونها في شحن وتخزين وإعلان لتوصيل السلع للمستهلك، كما أن معظم السلع التي يتم تسويقها عبر المعاملات الإلكترونية هي عبارة عن سلع غير مادية ورحلات ومنتجات معلومية، أما العقارات والمنتجات الغذائية سريعة التلف هي سلع ملائمة تماما لأنشطة التجارة التقليدية، فهي سلع تتطلب معاينة شخصية ومباشرة من طرف الزبون، أما المنتجات التي تتطلب مهارات نمطية فهي الأكثر شيوعا في التجارة الإلكترونية مثل الكتب والشرايط، وهناك نوع آخر من السلع التي تلائم كلا الاستراتيجيتين التقليدية والإلكترونية معا هي النمطية والتي تتطلب معاينة شخصية، مثل شراء السيارات، فالأشخاص يتحصلون على معلومات عن السيارات (الخيارات، الأسعار، التوزيع) من موقع الويب، ولا يقومون بالشراء إلا بعد المعاينة الشخصية للسيارة.

تتميز التجارة الإلكترونية كذلك أنها لا تحتاج للكثير من النفقات لممارسة العمل التجاري فيها على خلاف التجارة التقليدية التي ينبغي تكبد الكثير من المصاريف مثل الإيجارات والعمالة والمصاريف التشغيلية والإدارية، كما تختلف وسائل الدفع في كل من التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، حيث تعتمد التجارة التقليدية بشكل كبير على المقابلة الشخصية وجها لوجه بخلاف التجارة الإلكترونية التي تعتمد على وسائل دفع مختلفة مثل البنوك الافتراضية والبطاقات الائتمانية وغيرها (سفر، 2006، صفحة 27).

كما أن التجارة الإلكترونية توفر الجهد و الوقت، فجهاز حاسوب أو هاتف محمول كاف لأن تتسوق بكل سهولة وراحة، كما يمكنك إتمام كل عمليات الشراء في دقائق بدءا من التسوق وانتهاء بالدفع الإلكتروني الآمن والسهل من خلال بوابات الدفع المختلفة.

بالمقابل لا شك أن الأمان وقلة الاحتيال هو أحد مميزات التجارة التقليدية بعكس التجارة الإلكترونية التي يكثر فيها عمليات النصب والاحتيال والسرقة لعدم وجود مكان فعلي لإتمام عمليات البيع والشراء وتسليم الأموال، وبالرغم من ذلك فإن التطور التكنولوجي شمل أيضا العمل على إيجاد حلول دفع

وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

## 2.2 تمييز التجارة الإلكترونية عن غيرها من المفاهيم المقاربة:

مع التطور التكنولوجي المتسارع، أصبحت التجارة لا تقتصر على وجود مكان لتبادل السلع والخدمات بل توسعت لتعتمد على عالم الإنترنت في عمليات التبادل، ومن هنا تبرز عدة نقاط اختلاف بين مفهوم التجارة التقليدية و التجارة الإلكترونية، كما يخلط الكثيرون بين ما يعرف بالأعمال الإلكترونية وبين التجارة الإلكترونية نظرا للتداخل الكبير بينهما لدرجة أن البعض يستخدمهما كمرادف وهذا خطأ، وعليه سنحاول في ما يلي التمييز باختصار بين كل من التجارة الإلكترونية و التجارة التقليدية من جهة، وبينها و بين الأعمال الإلكترونية من جهة أخرى.

### 1.2.2 تمييز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية:

التجارة التقليدية تعني أن يتجه المشتري إلى المتجر لشراء احتياجاته ومتطلباته، بينما التجارة الإلكترونية هي سوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتعرض المنتجات من سلع وخدمات في صيغة رقمية، وتسمى هذه العملية بالتبادل الإلكتروني والتي تختلف كثيرا عن عملية التبادل التقليدي المتعارف عليها.

وهناك بعض التشابه بين الطريقة القديمة والجديدة للشراء إلا أن طريقتي الحصول على المعلومات وتحويلها تختلفان، فالتجارة التقليدية تستغرق وقتا طويلا لمعالجة الطلبية بسبب محاور الاتصال المختلفة على عكس التجارة الإلكترونية التي تختصر هذه المحاور وتكون فيها المعلومات ذات طبيعة رقمية (العيسوي، 2003، صفحة 18).

وتتميز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية باختصار الدورة التجارية مما ينعكس على تخفيض تكلفة المنتج، حيث ألغت التجارة الإلكترونية دور تجار الجملة والتجزئة والوكلاء وأصبحت عملية البيع تتم من المصنع إلى المستهلك مباشرة، وبالتالي تنخفض الأرباح التي كان يتحصل عليها هؤلاء الوسطاء نتيجة



الإلكترونية في حين أن التجارة الإلكترونية ليست بهذا القدر من المثالية (الطيبي، 2008، صفحة 233).

### 3. مزايا التجارة الإلكترونية و مخاطرها:

تطورت التجارة الإلكترونية بشكل كبير وسريع، وزاد حجم التبادل التجاري على الإنترنت في الآونة الأخيرة، وذلك بسبب بعض المزايا التي تتميز بها التجارة الإلكترونية، وعلى الرغم من وجود هذه المزايا فإن هناك مخاطر تحيط التعامل بها تجعل هناك تخوفا و ترددا في اللجوء إليها.

### 1.3 مزايا و إيجابيات التجارة الإلكترونية:

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية عاملا مؤثرا في اقتصاديات الدول وازدهار تجارتها الداخلية والخارجية بسبب المزايا التي تتوفر عليها سواء بالنسبة للمؤسسات أو الزبائن، أو بالنسبة للمجتمع ككل .

### 1.1.3 مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة لمنظمات الأعمال(المؤسسات):

-الوصول العالمي : حيث يساعد استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية في وصول الأعمال إلى الأسواق العالمية وبتكلفة قليلة، أي أن التجارة الإلكترونية تمنح فرصا متساوية للشركات على اختلاف أحجامها للنفاذ إلى الأسواق والمنافسة فيها، فبقدر قليل من رأس المال تستطيع هذه الشركات بسهولة وسرعة أن تعثر على المزيد من العملاء وأفضل الموردين وأفضل الشركاء في العالم.

-في السياق نفسه فإن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحوّل العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (جات، جاتس، تريس) تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى توافق ومفاوضات، ومن هنا قيل إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهدا دوليا جماعيا لتنظيمها ابتداء، لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة، وتتطلب أن لا تقيدها أية قيود. (المجالي، 2013، صفحة 17).

إلكتروني آمنة مثل تطبيق سداد لحلول الدفع (عبد الله، 2011، صفحة 45)

### 2.2.2 تمييز التجارة الإلكترونية عن الأعمال الإلكترونية:

يستخدم الكثيرون اصطلاح التجارة الإلكترونية كمترادف للأعمال الإلكترونية، غير أن هذا خطأ شائع لا يراعي الفرق بينهما، فالأعمال الإلكترونية أوسع نطاقا وأشمل من التجارة الإلكترونية، فالأعمال الإلكترونية هي عبارة عن أسلوب متكامل موحد و سهل و في قمة المرونة و الأمان مُخصص للقيام بالأعمال التجارية بطريقة ممتازة، و هذا عن طريق تبسيط و توحيد الإجراءات و الأنظمة التي تتحكم في الأعمال التشغيلية الجوهرية، كما يمكن القول أن الأعمال الإلكترونية هي التجارة الإلكترونية و لكن بالإضافة إلى المشاركة في المعرفة و المعلومات (اسماعيل، 2009، الصفحات 39-47) .

والأعمال الإلكترونية هي عبارة عن تعبير أكثر دقة و هي استبدال أو تحويل أو مقايضة الخدمات و السلع و المعرفة و المعلومات عن طريق شبكة الإنترنت أو أي من التقنيات التي عن طريقها يمكن القيام بهذه الأعمال بسهولة، حيث تمتد الأعمال الإلكترونية لسائر الأنشطة الإدارية و الإنتاجية والمالية و الخدماتية، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد بالزبون، بل تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها و موظفيها وعملائها، كما تمتد إلى أنماط أداء العمل وتقييمه و الرقابة عليه، في حين أن التجارة الإلكترونية نشاط تجاري وبشكل خاص تعاقدات البيع و الشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية.

من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن مصطلح الأعمال الإلكترونية أكثر شمولاً من مصطلح التجارة الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية تندرج تحت مصطلح الأعمال الإلكترونية، كما أن الأعمال الإلكترونية تستخدم تقنية الإنترنت و التقنيات الأخرى في سبيل تسهيل التجارة الإلكترونية، في حين أن التجارة الإلكترونية تستخدم تقنية المعلومات من أجل بيع و شراء و استبدال الخدمات و السلع، و تمثل الأعمال الإلكترونية أسلوبا سهلا مرنا و موحدًا وآمنا تماما للقيام بالأعمال

ملحوظ في عمليات الاستخبارات السوقية والتخطيط الاستراتيجي، حيث تستطيع الشركة الحصول على المعلومات المتعلقة بسوق أو شريك محتمل أو منافس وكذلك تحركات الأسعار وصفقات الأعمال بسرعة كبيرة وبدقة متناهية، كل هذا بالاعتماد على نظام متطور للمعلومات.

- تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر: حيث أن الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية تسمح للمؤسسات بتوسيع قاعدة زبائنها عبر العالم وبالتالي جني أرباح إضافية.

- تخفيض مصاريف المؤسسات: التجارة التقليدية تستدعي استخدام تجهيزات من أجل الترويج و جلب الزبائن مما يثقل ميزانية المؤسسة بتكاليف إضافية، كما تحتاج إلى توفير مكاتب وموظفين، في حين أنه في التجارة الإلكترونية فهذه العمليات تعد أكثر اقتصادية لأن استخدام الإنترنت في حفظ البيانات وعمليات البيع وأسماء الزبائن وإمكانية استرجاع كل تلك المعلومات يسهل العمل ويقلل عدد الموظفين، وكذلك تخفض التجارة الإلكترونية تكاليف الإعلانات وتكرارها واستثمارها والرغبة في الوصول لأكثر عدد من المشاهدين، كما تنخفض تكاليف الشحن (خاصة إذا كانت منتجات رقمية) وتكاليف معلومات التصميم والتصنيع (دميش، 2010-2011، صفحة 59).

- تطوير الأداء التجاري و الخدمي: فالتجارة الإلكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات واتصال بالآخرين، تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعالية بنيتها التحتية التقنية وبرامج التأهيل الإداري (هاريس، 2005، صفحة 13).

### 2.1.3 مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للزبائن:

- وفرة المنتجات والخدمات في جميع الأمكنة وكل الأوقات: حيث يمكن التسوق وأداء الأنشطة المختلفة على مدار الساعة.

- تخفيض تكاليف الأعمال: يؤدي استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية إلى تقليل تكاليف أموال إنشاء ومعالجة وتوزيع وتخزين واسترجاع المعلومات المخزنة في وثائق ورقية. (برهم، 2005، صفحة 1).

- تحسين الإنتاجية: ساعدت تطبيقات التجارة الإلكترونية في التخلص من العديد من المشاكل و النقائص التي كانت تواجه الشركات نتيجة الحاجة إلى عمليات تخزين.

- العمل على مدار الساعة: بفضل تطبيقات التجارة الإلكترونية أصبح بإمكان شركات الأعمال من خلال المواقع العمل على مدار الساعة.

- تفصيل المنتج أو الخدمة حسب رغبة كل زبون: تساعد تطبيقات التجارة الإلكترونية الشركات في إنتاج المنتجات وفقا للمواصفات التي يحددها الزبون.

- استخدام نماذج أعمال جديدة: تتيح إمكانية استخدام نماذج جديدة مما يوفر مزايا تنافسية للشركات التي تستخدمه (المجالي، 2013، صفحة 18).

- تسريع زمن وصول المنتجات والخدمات إلى السوق: حيث ساعدت التجارة الإلكترونية في تقليل الزمن اللازم بين ظهور الفكرة وتطبيقها تجاريا، على عكس التجارة التقليدية التي تتطلب البحث عن محل لاستجاره وتهيئته وعرض المنتجات بطريقة جذابة، ثم الإعلان عن افتتاح هذا المحل وانتظار قدوم الزبائن (قنديل، 2004، صفحة 20).

- دعم العمل التعاوني: حيث ساعد رخص تكاليف الاتصالات في تطوير واستخدام أدوات العمل التعاوني.

- تحسين كفاءة عمليات الشراء: ساعدت التجارة الإلكترونية في توفير تكاليف العمليات والحصول على أسعار أفضل للاحتياجات المادية.

- تحسين العلاقة مع الزبائن: يمكن تنظيم علاقات أفضل مع الزبائن وذلك بتوفير بيئة تضمن التفاعل معهم.

- توفير معلومات حديثة للزبائن وبصورة مستمرة: فجميع المعلومات الموجودة في الموقع يجري تحديثها بشكل يومي، كما أنّ تبني التجارة الإلكترونية من طرف الشركة يؤدي إلى تحسّن

المعرضة مع كامل تفاصيلها ومواصفاتها، وللعيل أن يختار بينها بكل حرية، مما يعطيه فرصة للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات، بحيث لا يمكن لأي شركة أن تصبح محتكرة في هذا العصر ولا يمكنها فرض مستويات جودة أو مستويات أسعار دون مراعاة المنافسة العالمية، ففي ظل التجارة التقليدية كان المستهلك يجهد سعر المنتج في منافذ التوزيع المختلفة، وكذلك المنتجات البديلة المتاحة أمامه، وبالتالي فقرار الشراء قد يكون غير صائب، أما في ظل التجارة الإلكترونية فقد أصبح قرار الشراء يعتمد على مجموعة من المتغيرات تتوقف على القدرة المالية للعميل ومستوى الجودة المنشودة ودرجة إدراكه وكمية المعلومات التي تحقق أقصى إشباع له. (فنديل، 2004، صفحة 23).

- خفض الأسعار: إن التسوق عبر الإنترنت يوفر للمستهلك تجنب تكاليف إضافية وتخفيض نفقاته مقارنة بالتسوق التقليدي، كما يتيح له الاستفادة من عروض الخصم التي تطلقها الكثير من الشركات عبر شبكة الأنترنت، من جانب آخر إذا قارن العميل بين المنتجات المعروضة عبر الإنترنت ونفس المنتجات المعروضة في المتاجر فسيجد أن السعر منخفض في الأولى مقارنة مع الثانية، وذلك لأن التجارة الإلكترونية خفّضت العديد من التكاليف منها تكاليف النقل من المصنع إلى قنوات التوزيع، وكذلك تكاليف الإعلان التي تمثل نسبة كبيرة من إجمالي التكاليف في ظل المنافسة الشديدة بين المنتجات اليوم، وأيضا تكاليف الإنتاج وغيرها من التكاليف الأخرى.

### 3.1.3 التكاليف الأخرى

مزاي التجارة الإلكترونية بالنسبة للمجتمع:

- العمل عن بعد: أصبح بإمكان العديد من الأفراد القيام بأعمالهم من منازلهم دون الحاجة للذهاب لمكاتبهم.  
- تحسّن معايير مستوى المعيشة: حيث يمكن بيع بعض المنتجات بأسعار أقل، مما يساعد الفئات الفقيرة علي شراء أشياء أكثر.  
- توفير فرص عمل: حيث تمكّن الأفراد الذين يعيشون في الريف من الوصول إلى المنتجات و الخدمات التي تقدّم عبر المواقع الإلكترونية.

- وجود منتجات وخدمات أكثر تنوعا وبأسعار أقل: توفر للمستهلكين خيارات أكثر لشراء المنتجات والخدمات من بين أنواع كثيرة ولموردين كثير.

- التوريد الفوري: يمكن توريد المنتجات والخدمات الرقمية بشكل فوري للمستهلك والخدمات التي يريدونها.  
- توفير المعلومات: يمكن للمستهلك خلال ثوان إيجاد معلومات تفصيلية عن المنتج.

- المشاركة في المزادات: تتيح إمكانية الاشتراك في المزادات التي تتم من خلال الشبكة.

- المجتمعات الإلكترونية: تسمح للزبائن بالتفاعل مع بعضهم البعض مكونة ما يشبه المجتمعات الافتراضية التي يتم من خلالها تبادل الأفكار.

- التخصيص والتفصيل وفقا لطلب الزبون: ويقصد بالتخصيص توفير المعلومات وعرض الصفحات لكل زبون وفقا لاهتماماته واحتياجاته، أما التفصيل فهو تمكين الزبون من تحديد مواصفات المنتج أو الخدمة التي يقوم بشرائها.

- تحقيق رضا العملاء: من بين الآثار الهامة للتجارة الإلكترونية هي إحداث التفاعل بين العملاء والشركات، فقد أصبح العميل الآن بدخوله على موقع أي شركة يستطيع تلقي معلومات تفصيلية بشأن منتج أو سلعة ما في ثواني معدودة بدلا من أيام وأسابيع، مما يساعده على اتخاذ القرار الصائب بشأن هذا المنتج، كما تسمح التجارة الإلكترونية بالتسليم السريع لبعض هذه المنتجات خاصة الرقمية منها، كما يستطيع العميل الحصول على أنواع نادرة من السلع بالاشتراك في المزادات الافتراضية. (غالبا، 2006، صفحة 227).

- توفير الوقت والجهد: فالأسواق الإلكترونية مفتوحة أربع وعشرين ساعة على أربع وعشرين مما يوفر للزبون عناء السفر و الانتظار في طوابير لشراء إنتاج معين، بل مجرد النقر على زر وإدخال بعض معلومات البطاقة الائتمانية.

- حرية الاختيار: من خلال المقارنة و الاختيار بين أسعار وأشكال السلع والخدمات المتوفرة عبر شبكة الأنترنت، فقد أصبحت أسواق العالم بين يدي العميل بكل منتجاتها وخدماتها

تتأثر مخاطر التجارة الإلكترونية وبشكل رئيسي من مخاطر شبكة الإنترنت، فكل تكنولوجيا حديثة رغم إيجابياتها الكثيرة إلا أن سلبياتها كثيرة كذلك، وفي حالة عدم التمكن من تحجيم تلك السلبيات والسيطرة عليها، ستكون النتائج مخيبة للآمال، وقد يتم الإحجام عن هذه التكنولوجيا الحديثة، وبالتالي تضييع أرباح وفوائد جمّة، وللأسف إنّ مخاطر التجارة الإلكترونية كثيرة ومتعددة، وليس من السهل حصرها، ويقسم البعض هذه المخاطر إلى:

### 1.2.3 مخاطر يمكن اكتشافها:

والمقصود هنا بأن الشركة وبوجود خبراء مختصين لديها قد تتمكن من اصطيد بعض الاختراقات في أنظمتها والتعامل معها، ومن أشهر هذه الاختراقات:

- الفيروسات الرقمية المعروفة: بوجود نظام حماية مناسب، يستطيع نظام الشركة اصطيد هذه الفيروسات المعروفة له بشكل مسبق والقضاء عليها.

- قراصنة الإنترنت الهواة: يعتمد قراصنة الإنترنت في اختراقاتهم لنظام الشركة على معلومات ورموز دخول معينة، وفي حالة وجود أكثر من مستخدم لنظام الشركة قد يستطيع القرصان تتبع عملية الدخول والحصول من ذاكرة النظام على تلك المعلومات واستخدامها، ولهذا فإن كانت الشركة تستخدم آلية تغيّر تلك الرموز بشكل دوري ومسح الذاكرة المعنية بواسطة خبائها فستتمكن من تحجيم الاختراقات.

### 2.2.3 مخاطر لا يمكن اكتشافها:

والمقصود هنا بأن بعض الاختراقات قد تتم دون سابق دراية بها، إما لحداثتها أو جهل الشركة بها، والناجمة من الأسباب الآتية:

- فيروسات غير معروفة: رغم وجود أنظمة حماية من الفيروسات على أنظمة الشركة، إلا أنه هنالك فيروسات غير معروفة بعد للنظام قد تتمكن من دخول نظام الشبكة وإحداث تلف كبير دون الشعور به، كما حدث في عام 2000 عندما استطاع أحد الهواة اختراع فيروس سمي "ILOVE YOU"، والذي تمكن من إيقاع خسائر لم يمكن حصرها في ذلك الوقت،

- تحسين الخدمات العامة للمواطنين: كالرعاية الصحية والتعليم وتوزيع الخدمات الاجتماعية، حيث تقدّم للمواطنين بتكلفة أقلّ مثلاً العبادة الإلكترونية.

- دعم التجارة الخارجية: من خلال رفع درجة الانفتاح الاقتصادي عن طريق تسويق السلع عالمياً وبتكلفة محدودة، بالإضافة إلى سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، والقدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغيّر متطلبات المستهلكين، مما يوفّر فرص زيادة معدلات الصادرات.

- دعم التنمية الاقتصادية: نظراً لما تقدمه التجارة الإلكترونية من خفض لتكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية، كما تمكن التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعاني من ضعف التمويل والموارد الاقتصادية من الوصول إلى الأسواق العالمية وتحسين المستوى التكنولوجي، مما يساهم في نجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة ويساهم في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة وهذا ما يدفع بعجلة التنمية الاقتصادية.

- دعم التوظيف: فالتجارة الإلكترونية تسمح بإنشاء مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكاليف استثمارية وبالتالي خلق فرص جديدة للتوظيف.

- دعم القطاعات التكنولوجية: حيث يؤدي انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي إلى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصال من أجل دعم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، ومع نمو هذه الأخيرة وانتشار استخدامها تظهر فرص استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للعمل على تطوير وتحسين البنية التحتية الإلكترونية، مما يؤدي إلى إنشاء وتوطين قطاعات تكنولوجية جديدة متقدمة تدعم الاقتصاد القومي (لخضر عدوكة- حدو بن عبيزة، 2011، صفحة 9)، مما سيؤدي إلى خلق العديد من فرص العمل الحر حيث يمكن إنشاء مشروع تجاري صغير متصل مباشرة بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية ممكنة، مما سينعكس إيجاباً على تخفيض مستوى البطالة.

### 2.3 مخاطر وسلبيات التجارة الإلكترونية:



معلومات غير صحيحة من طرف البائع أو الزبون، فالتعاملات ما هي إلا بيانات إلكترونية يتم تبادلها بين الأطراف، دون أن يكون هناك أي مجال للتحقق من صحتها أو من شخصية الأطراف، فقد يحصل الزبون على سلعة أو خدمة غير مطابقة لتوقعاته أو مخالفة للمواصفات المعلن عنها من خلال الموقع الإلكتروني، كما قد لا تصل السلعة في الوقت المحدد، من جهة أخرى قد يتعرض البائع لعمليات نصب منظمة من قبل عملائه الذين يدلون بمعلومات غير صحيحة لصالحهم، وبالتالي يوافق هذا البائع على القيام بالعمل التجاري لصالحهم بمبالغ كبيرة على أساس تلك المعلومات الخاطئة (الجنبيهي، 2006، صفحة 17).

#### 4. أهم المعوقات و التحديات التي تواجهها التجارة الإلكترونية:

لاشك أن الثورة المعلوماتية قد تركت أبعادا في مختلف مجالات القانون، وقد كان للقانون التجاري النصيب الأوفر من هذه الثورة، فقد ظهرت التجارة الإلكترونية والتي تلي متطلبات القانون التجاري، إذ أن أحد أهم المرتكزات التي يقوم عليها هو السرعة في التعامل، وهو أمر ينسجم مع طبيعة التجارة الإلكترونية، إلا أنه توجد بعض المعوقات التي تعرقل ممارسة التجارة الإلكترونية، هذه المعوقات تخلق تحديات يتعين مواجهتها و التصدي لها حتى تكون الاستفادة من التطور التكنولوجي في مجال التجارة بدون سلبيات أو على الأقل بأقل المخاطر (الإبراهيمي، 2017، صفحة 277). سوف نحاول أن نحدد أهم هذه المعوقات والتحديات مع إسقاطها على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

#### 1.4 العراقيل التي تواجهها التجارة الإلكترونية في الجزائر:

على الرغم مما توفره التجارة الإلكترونية من مزايا عديدة على النحو السابق بيانه، فإن هناك من المعوقات ما يقف في طريق التوسع في الأخذ بها بصورة تجعلها البديل الحديث للتجارة التقليدية، ومن هذه المعوقات ما يرجع إلى طبيعة هذا النوع من التجارة ذاتها، ومنها ما يرجع إلى الظروف المحيطة بها، وذلك على النحو الذي نوجزه فيما يلي :

ولقد كان الفيروس يعمل كقنبلة موقوتة، حيث يفعل في تاريخ محدد بالسنة، وكان الحل الوحيد لتفاديه بعد أن عرفت آلية عمله إغلاق النظام الكامل في ذلك التاريخ .

- قرصنة الإنترنت ذوي خبرة عالية، وهذه تعد من أكبر المشاكل التي تواجهها الشركات، فقرصنة الإنترنت ليسوا دوما من الهواة، فبعضهم يملك خبرة ومهارة تفوق كثيرا خبرة المتخصصين، تمكنهم وفي كثير من الأحيان من اختراق أنظمة الشركة دون أن يستشعر بهم، وقد تتم جريمتهم دون اكتشافها.

- التسارع التكنولوجي، قد يصعب في كثير من الأحيان مواكبة التسارع التكنولوجي على شبكة الإنترنت بشكل عام وعلى التجارة الإلكترونية بشكل خاص، مما يجعل التكنولوجيا التي تستخدمها الشركة قديمة جدا (محمود، 2016).

#### 3.2.3 مخاطر أخرى:

- سرقة أو تزيف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمّل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يتم بشرائها.

- غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدّد مصالح العملاء و الشركات والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير بالبيانات أو التلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب.

- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء، فقد يتم إبرام عقد بين البائع و المشتري يبعد عنه آلاف الأميال ويختلف عنه في التوقيت الزمني.

- استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية.

- حدوث اختراقات في شبكة الأنترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء و البنوك و الشركات (الحنوي، 2004، صفحة 169).

- يؤدي نشر الأعمال والإبداعات الفنية على شبكة الإنترنت إلى انتقالها بسرعة بدون الترخيص باستخدامها أو بيعها، ويعني ذلك التعدي على حقوق الملكية في البراءة وحق النشر والتعرض لخطر الانتهاكات والقرصنة.

- تتم التعاملات في التجارة الإلكترونية بين أطراف لا يعرفون بعضهم البعض، دون الحاجة إلى اتصال مباشر بينهم، وهو ما يخلق احتمال عدم جدية هذه التعاملات من حيث بث

#### 1.1.4 العراقيل التقنية:

- مشاكل الحماية والأمن والجودة ما تزال بحاجة إلي وجود معايير معترف بها عالميا.
- غلبة عنصر المخاطرة في التجارة الإلكترونية نتيجة لضعف الثقة في التعامل بهذه الطريقة خاصة لسهولة التلاعب في المعاملات التي تجرى بواسطتها.
- سرعة الاتصالات ما تزال غير كافية لمتطلبات تطبيقات التجارة الإلكترونية.
- أدوات تطوير برمجيات التجارة الإلكترونية ما زالت في مراحلها الأولى.
- الصعوبات التقنية المتصلة بتكامل تقنيات الإنترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية.
- التكلفة العالية لمشاريع التجارة الإلكترونية و التي لا يمكن للمشاريع الصغيرة تحملها.
- الوصول للإنترنت مازال مكلفا وغير متاح دوما و بشكل مستمر.
- المشاكل المتعلقة بعملية تنفيذ الطلبات والتي تتطلب كفاءة عالية (الحاجة إلى مخازن محوسبة).
- تأثير التجارب السيئة لعمليات النصب من جانب الشركات أو حتى من جانب بعض المستهلكين على الشبكة.
- الخشية من اختراق المواقع التجارية من جانب قرصنة الإنترنت، وهو ما يحدث الآن بشكل واسع حتى وصل الأمر إلى اختراق موقع شركة مايكروسوفت ذاتها وما ترتب على ذلك من خسائر مادية ضخمة.
- عدم كفاية عناصر الأمان بالنسبة لوسائل السداد.
- وإذا أسقطنا هذا النوع من العراقيل على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من الناحية التقنية نلاحظ ضعف البنى التحتية التكنولوجية الأساسية و الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية ،حاسبات برمجيات ،أقراص صلبة و مرنة و أجهزة الهاتف وغيرها ،

بالإضافة إلى عدم التمكن من النفاذ إلى شبكة الإنترنت مما يحد من انتشار هذه التجارة ، فرغم تحقيق سوق مستخدمي الإنترنت لمعدلات نمو من سنة إلى أخرى، لا تزال هذه المعدلات متدنية ، كما أن من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مستخدمي الإنترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على الأفراد أو الشركات، بالإضافة إلى تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال، حيث تعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع والخدمات المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال، وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى ضعف الثقافة التقنية و الوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع، مما نتج عنها قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الاعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات، وضعف إمكانيات البحث والتطوير العلمي و التكنولوجي في الجزائر نظرا لعدم الاهتمام الكافي بهذا المجال، مما يجعل مستوى خريجي الجامعات و المعاهد غير كافي لمواكبة التطورات الحاصلة في العالم في المجال التكنولوجي ، وما يسفر عنه من هجرة الأدمغة و الكفاءات إلى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدا إلى استقطابها.

#### 2.1.4 العراقيل التنظيمية والبيئية :

- الاهتمام بالأمن والحماية والخصوصية.
- عدم توفر الثقة في عمليات التجارة الإلكترونية.
- عدم حل العديد من القضايا المتعلقة بالسياسات القانونية والعامه كالضرائب.
- القوانين الحكومية والدولية أحيانا تشكل عائقا أمام استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية.
- عدم وجود منهجيات واضحة لتقييم وقياس فوائد التجارة الإلكترونية.
- أنماط الشراء لدى العديد من المستهلكين .
- عدم وجود تشريعات متكاملة تنظم التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من موضوعات.
- التعارض بين تشريعات الدول في هذا الشأن مما يتعارض مع طبيعة هذا النوع من التجارة.

الجذري لمؤسسات الكترونية تعتمد على الوسائط الالكترونية في إبرام صفقاتها، و يمكن تلخيص هذه العقبات التجارية في:

- عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الالكترونية، ويظهر ذلك من حيث صعوبة الوصول الى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الإلكترونية، فلا تستطيع أغلبية الشركات الحصول على تمويل كافي لتغطية نفقات و تكاليف توطين تكنولوجيا الاعلام والاتصال و انشاء منصة للتجارة الالكترونية على الإنترنت، تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان (غنيم، 2004، صفحة 99).

- ضعف المساعدات اللازمة للتحويل الى التجارة الالكترونية ويظهر ذلك خاصة في محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية وعدم توفر شركات الوساطة التي تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباعة الكترونيا بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية مما يضيف أعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية، احجام المستهلكين على التسوق عبر الإنترنت بسبب عدم وجود فوارق في الأسعار بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية وغيرها من العوائق الأخرى.

- العقبات القانونية والتشريعية: إذ أن ظهور الوسائط الالكترونية للتعامل و التي تتخطى الحدود الجغرافية، نتج عنه بروز العديد من

المشاكل و القضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الالكترونية و التي تقوم على تعاقبات دون مستندات أو مرتكزات مالية ، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة ، فلا بد من تعديل و توفير عدد من التشريعات والتدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل، وتسرع عملية إبرام و تنفيذ العقود الالكترونية، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الالكترونية وتواجه الجزائر تحديا حقيقيا في وضع التشريعات التي تتلاءم مع النمط الحديث من العمليات التجارية الإلكترونية.

- صعوبة التعامل في كثير من الأحيان نتيجة لتعدد المقاييس المعيارية التي تطبقها الدول المختلفة في هذا الشأن .

- القصور في تطبيق قواعد حماية الملكية الفكرية في العديد من التشريعات.

وإن من بين ما يعرقل التحول الى التجارة الالكترونية و يجعلها بديلا غير واقعي في الجزائر بصفة خاصة وبالنظر إلى عقلية وذهنية الفرد الجزائري هو سلوك ونظرة المستهلك الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي ، وإبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، فلقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسوق عبر وسيط الكتروني ، مما أدى الى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية و مقاومتهم لها و يتميز سلوك المستهلك بما يلي :

- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة.

- عدم انغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون البضائع و الخدمات عن قرب و لمسها و تحسسها و ربما تذوقا قبل اتمام الصفقة.

- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة و أسعارها و بالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للتطبيقات أو عدم استلامها نهائيا.

- التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات الخاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.

- العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه الى الأسواق التقليدية.

- حداثة ظاهرة التجارة الالكترونية وتميزها بالتغيير السريع يزيد من تخوف المستهلك من اقتحام هذا العالم الجديد (العلاق،

2007، صفحة 56).

### 3.1.4 العقبات التجارية :

إن أغلبية المؤسسات و المشروعات الجزائرية تتميز بنوع من الجمود و عوامل مترسخة لمقاومة التغيير ، فهذه المؤسسات مرتبطة بأمناط التجارة التقليدية ، وتفتقر الى قابلية التحول

## 2.4 التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية:

تثير أنشطة التجارة الإلكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة، تتمحور في مجموعها حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية، فالعلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب و القبول بخصوص أي تعاقد وعل أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي وضمن نشاط إيجابي خارجي ملموس، وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما مباشرة (نقدا)، أو باستخدام أدوات الوفاء البديل عن الدفع المباشر من خلال الأوراق المالية التجارية، أو وسائل الوفاء البنكية التقليدية، وإلى هذا الحد فإن قواعد تنظيم النشاط التجاري سواء الداخلية أو الخارجية، وبرغم تطورها، بقيت قادرة على الإحاطة بمتطلبات تنظيم التجارة، إذ بالرغم من تطور نشاط الخدمات التجارية والخدمات الفنية و اتصال الأنشطة التجارية بعلاقات العمل و الالتزامات المتعلقة بالإمداد و التزويد ونقل المعرفة والتكنولوجيا، فإن القواعد القانونية المنظمة للأنشطة التجارية و العقود أمكنها أن تظل حاضرة وقادرة على محاكاة الواقع المتطور و المتغير في عالم التجارة، لكن الأمر يختلف بالنسبة للتجارة الإلكترونية، فالتغير ليس بمفهوم النشاط التجاري، وإنما بأدوات ممارسته وطبيعة العلاقات الناشئة في ظلها، حيث يتوسط كل نشاط من أنشطة التجارة الكمبيوتر و الإنترنت أو شبكة المعلومات، إن أثر وجود التقنية وهيمنتها على آلية إنفاذ النشاط التجاري في ميدان التجارة الإلكترونية، بل ضرورتها لوجود التجارة الإلكترونية، كان لا بد أن يخلق تحديا جديدا أمام النظم القانونية القائمة.

### 1.2.4 المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الإلكترونية :

التجارة الإلكترونية في صورتها العامة طلبات بضاعة أو خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير المكان المطلوب منه البضاعة أو الخدمة، وتتم الإجابة بشأن توفر الخدمة أو البضاعة على الخط، وقد يكون الوضع - كما في المتاجر الافتراضية - أن

تكون البضاعة أو الخدمة معروضة على الخط أيضا يتبعها طلب الخدمة أو طلب الشراء من الزبون المتصفح للموقع، وعلى الخط أيضا، وبالتالي يمثل الموقع المعلوماتي على الشبكة وسيلة العرض المحددة لحل التعاقد وثمنه أو بدله في حالة الخدمات على الخط ( أي على شبكة المعلومات)، وتثير هذه المرحلة السابقة على التعاقد فعليا مشكلات وتحديات عديدة، أولها توثيق أو تأكيد المستخدم أو الزبون من حقيقة وجود الموقع أو البضاعة أو الخدمة، وثانيهما مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلات الملكية الفكرية)، وثالثهما تحديات حماية المستهلك من أنشطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للخدمات و المنتجات المعروضة، ورابعها الضرائب المقررة على عائدات التجارة الإلكترونية عبر الخط، ومعايير حسابها، ومدى اعتبارها قيديا مانعا وحادا من ازدهار التجارة الإلكترونية، وهذه التحديات ترافق أيضا المراحل التالية من خط نشاط التجارة الإلكترونية، فالموثوقية وحماية المستهلك تحديات يسيران بتواز مع سائر مراحل أنشطة التجارة الإلكترونية (موقع إلكتروني دون ذكر المؤلف، دون ذكر سنة النشر).

المرحلة التالية تتمثل في إبرام العقد، بحيث يتلاقى الإيجاب و القبول على الخط أيضا، ويتم ذلك بصور عديدة، بحسب محتوى النشاط التجاري ووسائل التعاقد المقررة على الموقع، أشهرها العقود الإلكترونية على الواب، والتعاقدات بالمراسلات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني، حيث تتلاقى إرادة المنتج أو البائع مع إرادة الزبون، ويبرم الاتفاق على الخط، وهنا تظهر مشكلتين رئيسيتين، أولهما تأكيد أو توثيق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر (أي سلامة صفة المتعاقد)، ولعل من بين وسائل حل هذا التحدي إيجاد جهات محايدة تتوسط بين المتعاقدين (سلطات الشهادات الوسيطة) لجهة ضمان التوثيق من وجود كل منهما، وضمن أن المعلومات المتبادلة بينهما حقيقية، وتمارس عملها من خلال إرسال رسائل التأكيد وشهادات التوثيق لكل طرف تؤكد فيها صفة الطرف الآخر (ساسبي، 2003، الصفحات 60-68).

الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويتضح ذلك من خلال المادة 69 التي تضمن نصها: "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل"، ويتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الانتقال من طرق الدفع الكلاسيكية إلى طرق دفع إلكترونية حديثة.

وبصدور الأمر 05-06 المؤرخ في 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب وفي المادة الثالثة، استعمل صراحة مصطلح "وسائل الدفع الإلكتروني"، حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب، وبذلك انتقل المشرع من مصطلح مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل الوارد في نص المادة 69 غلى مصطلح أكثر دقة المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني الوارد في النص 3 من الأمر المذكور، وبموجب القانون رقم 05-02 المؤرخ في 6 فيفري 2005 المعدل و المتمم للأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري بإضافة فقرة 3 للمادة 414 في وفاء السفتجة تنص على "يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل الكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما" ولقد تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى المادة 2.5 بمناسبة تقديم الشيك للوفاء.

كما أضاف المشرع بموجب القانون 05-02 المؤرخ في 6 فيفري 2005 في الفصل الثالث منه بطاقات السحب و الدفع وذلك في نص المادة 543 مكرر 23 ، أما عن الطبيعة القانونية لهذه البطاقات، فلقد اعتبرها المشرع الجزائري أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية، وهي السفتجة والشيك والسند لأمر.

كما فصل القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية طريقة الدفع في المعاملات الإلكترونية في المواد من 27 إلى 29.

يضاف إلى هذه التحديات، تحديات يمكن وصفها بالتحديات العامة التي تتعلق بالنشاط التجاري ككل لا بمراحل تنفيذه، كتحدّي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين، وخصوصية

وثاني مشكلة تظهر هي حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد، وهذه يضمنها في التجارة التقليدية توقيع الشخص على العقد المكتوب، أو على طلب البضاعة أو نحوه، أما في البيئة الإلكترونية فقد وجدت وسيلة التوقيع الرقمي، لتحقيق وظيفة التوقيع العادي (العبودي)، (2000، صفحة 89).

وقد عالج المشرع الجزائري مسألة الإثبات من خلال القانون 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري باستخدامه المفهوم الواسع للكتابة سواء تمت على الورق أو الكتابة المثبتة على دعائم غير ورقية، وذلك من خلال الإشارة إلى أن ينتج من الكتابة بحروف متسلسلة وأرقام وعلامات مهما كانت الوسيلة المستعملة للكتابة، ومهما كانت طرق الإرسال أي الوسيلة المستعملة مثل قرص صلب أو قرص مرن أو رسائل إلكترونية وبهذا انتقل المشرع من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني.

أما المرحلة الثالثة فتتمثل في إنفاذ المتعاقدين لالتزاماتهما، البائع أو مورد الخدمة الملزم بتسليم المبيع أو تنفيذ الخدمة، و الزبون الملزم بدفع الثمن، ولكل التزام منهما تحد خاص به، فالالتزام بالتسليم يثير مشكلات التخلف عن التسليم أو تأخره، أو تسليم محل تتخلف فيه مواصفات الاتفاق، وهي تحديات مشابهة لتلك الموجودة في ميدان الأنشطة التجارية التقليدية، أما دفع البديل أو الثمن، فإنه يثير إشكالية وسائل الدفع التقنية كالدفع بموجب بطاقات الائتمان، أو تزويد رقم البطاقة على الخط، وهو تحد نشأ في البيئة التقنية ووليد لها، إذ يثير أسلوب الدفع هذا مشكلة أمن المعلومات المنقولة، وشهادات الجهات التي تتوسط عملية الوفاء من الغير الخارج عن علاقة التعاقد أصلا، إلى جانب تحديات الأنشطة الجرمية في مجال إساءة استخدام بطاقات الائتمان وأنشطة الاستيلاء على رقمها وإعادة بناء البطاقة لغرض غير مشروع .

أما عن تقنية الدفع الإلكتروني في الجزائر من الناحية القانونية، يعتبر القانون 03-15 المتضمن الموافقة على الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، أول قانون جزائري تضمن التعامل



عن التوقيع الوارد عنها أو اقتطاع جزء منها واستبداله، في حين ذلك ليس متاحا في الوثيقة الإلكترونية الموقعة رقميا (زيبحة، 2011، الصفحات 39-45).

وكانت أولى بواد الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني في الجزائر في المواد 323 مكرر و 323 مكرر 1 و المادة 327 فقرة 2 من القانون المدني، حيث قام المشرع الجزائري سنة 2005 بتعديل القانون المدني وذلك بموجب القانون 05-10 المعدل والمتمم للقانون المدني، والذي تضمن في طيات أحكامه نصوص جديدة تخص الكتابة في الشكل الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني في المواد 323 مكرر و 323 مكرر 1 و المادة 327 فقرة 2، حيث نصت المادة 323 مكرر على مايلي: "ينتج الإثبات بالكتابة من تسلسل حروف و وأوصاف و أرقام وأية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم، مهما كانت الوسيلة التي تتضمنها وكذا طرق إرسالها"، فالمقصود بالكتابة في الشكل الإلكتروني حسب هذا النص ذلك التسلسل في الحروف و الأوصاف أو الأرقام أو أية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم، المكتوبة على دعامة إلكترونية، ومهما كانت طرق إرسالها أو نشرها على شبكة الإنترنت.

وقد اكتفى المشرع الجزائري من خلال هذ المواد بالإشارة إلى الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني دون تعريفه، غير أنه بصدر المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المؤرخ في 30 ماي 2007 الذي يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 123-01 المؤرخ في 09 ماي 2001، حيث جاء في المادة 3 مكرر من هذا المرسوم تعريف للتوقيع الإلكتروني لكنه جاء غامضا.

ثم صدر القانون 15-04 المؤرخ في أول فبراير سنة 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الإلكترونيين(جريدة رسمية رقم 06 المؤرخة في 10 فبراير 2015)، وفي المادة الثانية منه نص على تعريف التوقيع الإلكتروني كما يلي: "إنه بيانات في شكل إلكتروني، مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات أخرى، تستعمل كوسيلة توثيق"، فاشتطت هذه المادة أن تكون البيانات في شكل إلكتروني.

المعلومات المتداولة بينهما، وتحدي حماية النشاط ككل من الأنشطة الجرمية لمخترقي نظم الكمبيوتر و الشبكات أو ما يعرف عموما بجرائم الكمبيوتر، وتحدي مشكلات الاختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين أطراف العلاقة التعاقدية، إذ في بيئة الإنترنت، تزول الحدود و الفواصل الجغرافية، وتزول معها الاختصاصات المكانية للجهات القضائية، فأى قضاء يحكم المنازعة وأي قانون يطبق عليها عند اختلاف جنسية المتعاقدين (حجازي، بدون سنة نشر، صفحة 299).

#### 2.2.4 المسائل القانونية للتجارة الإلكترونية:

هناك العديد من المسائل و المشكلات القانونية التي تثيرها التجارة الإلكترونية نذكر منها في المقام الأول ما يتعلق بعقود التجارة وقانونية وسائل التعاقد ووثائقه و حجية التوقيعات الإلكترونية، فأول ما أثير في مجال عقود التجارة الإلكترونية مدى حجية هذه المحررات و العقود التي لا تتضمن توقيعاً مادياً عليها من قبل أطرافها أو مصدرها، وكحل يتفق مع الطبيعة التقنية لأنشطة التجارة الإلكترونية، استخدمت تقنيات التوقيعات الإلكترونية، مع وضع القواعد التي تكفل قبول هذه التوقيعات و تضمن حجيتها وقوتها القانونية في الإثبات.

وقد يثير التوقيع الإلكتروني أو الرقمي تساؤلا حول ما إذا كان يحقق الوظيفة ذاتها التي يحققها التوقيع العادي؟ وهنا يرى الكثير من رجال القانون أنّ التوقيع الرقمي أفضل من التوقيع العادي وذلك من عدة زوايا، منها أنّ التوقيع العادي عبارة عن رسم يقوم به الشخص، وبهذا فإنه فن وليس علما، ومن هنا يسهل تقليده وتزويره، أما التوقيع الرقمي فهو من حيث الأصل وفي حدود أمن استخدام برنامجه من قبل صاحب البرنامج علما وليس فنا، وبالتالي يصعب تزويره، وإن كان هذا لا يعني أنه يمكن عند اختلال معايير الأمن المعلوماتي قد يتم استخدام توقيع الغير الإلكتروني، وتكمن صعوبة التزوير في اختيار أجزاء من الوثيقة المرسله ذاتها ومن ثم تشفير هذه الأجزاء، وهو ما يقوم به برنامج الكمبيوتر وليس الشخص، وتحصين التوقيع الرقمي رهن بحماية سرية كلمة السر ومفتاح التشفير، وفي بيئة التوقيع العادي على الأوراق أو المحررات، يمكن اقتطاع الوثيقة

الشركات، كما اعتمد المشرع على القانون 15-04 المؤرخ في 2015/2/1 والذي يحدد القواعد المتعلقة بالتصديق الإلكتروني. كما أثير في ميدان العلاقات القانونية للتجارة الإلكترونية مسألة مسؤولية الشخص الثالث، وتحديدًا مزودي خدمات الإنترنت، وجهات استضافة المواقع أو الجهات المناط بها تسجيل الموقع، هل تسأل عن أنشطة المواقع التي تحتال عبر الإيهام بوجود نشاط تجاري إلكتروني؟ تتجه التشريعات هنا نحو إبراء الشخص الثالث من هذه المسؤوليات بكونه غريبًا عن العلاقة العقدية ولتوفر وسائل الأمن التقنية .

أما عن مسؤولية الشركات المتعاقد معها لضمان إثبات شخصية الطرف الآخر وصحة الاتصال، فإن الاتجاه الغالب يذهب إلى مسؤوليتها عند إيرادها معلومات خاطئة أو غير دقيقة، باعتبار أن التعاقد تم بناء على هذه المعلومات، واستنادًا لوجود التزام قانوني عليها، في الغالب يكون لقاء ما يدفعه الزبون لها لضمان صحة تعاملاته التجارية على الخط.

تجد آخر نجده في حقل التجارة الإلكترونية وهو ما يجعل الكثيرين يتردد في خوض غمار هذا النوع من التجارة، يتعلق بأمن معلومات التجارة الإلكترونية، حيث كثيرًا ما كان وما يزال يطرح التساؤل حول بيئة الإنترنت وهل هي بالفعل آمنة؟ ولم يكن الواحد منا يتردد في الإجابة بالنفي، ولكننا اليوم نلمس نجاحات حقيقية في توفير وسائل و معايير فاعلة في حقل أمن الشبكة، ومع ذلك لا نبالغ إن قلنا أنها ليست آمنة بالقدر المتيقن، على أن لا يفسر هذا الرأي في اتجاه إقامة العائق أمام استخدامها، أو عدم التشجيع على ذلك، ولكنه رأي يستند إلى ما يشهده الواقع العملي من أنشطة اختراق لا تلاقي حلولاً قانونية رادعة.

وفي سبيل مكافحة الجرائم الإلكترونية صدر القانون 04-15 المؤرخ في 2004/9/10 المعدل و المتمم لقانون العقوبات والذي نص على حماية جزائية الأنظمة المعلوماتية من خلال تجريم كل أنواع الاعتداءات التي تستهدف أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، حيث تكمن أهميته في كونه يجمع بين القواعد الإجرائية المكملة لقانون الإجراءات الجزائية وبين القواعد

المسألة القانونية الأخرى التي تثار تتعلق بموثوقية التجارة الإلكترونية وتحديات إثبات الشخصية ومسؤولية الشخص الثالث، فعندما يدخل مستخدم ما على موقع يباشر من خلاله أنشطة التجارة الإلكترونية على الخط بطلب المنتج أو السلعة أو الخدمة، وبالنسبة للقائم على موقع التجارة الإلكترونية فإن المهم لديه التوثق من صحة الطلب، ويتطلب ذلك ابتداء التوثق من أنّ من يخاطبه هو فعلاً من دُون اسمه أو عنوان بريده الإلكتروني أو غير ذلك من معلومات تطلبها مواقع التجارة الإلكترونية، وهو أمر صعب في ظل تنامي إجراءات الاختراق وإساءة استخدام أسماء الغير في أنشطة جرمية على الشبكة، و في نفس الوقت سيجيب موقع التجارة الإلكترونية الطلب وتحديدًا الالتزام بتسليم محل التعاقد، فما الذي يضمن للمتعاقد أنّ ما وصله من معلومة إنما جاءته من هذا الموقع؟ وما الذي يضمن له أيضاً أنّ هذا الموقع حقيقي وموجود على الشبكة؟

إنّ حل هذه المعضلة استتبع إيجاد حلول تقنية (كوسائل التعريف الشخصية عبر كلمات السر و الأرقام السرية، أو وسيلة التشفير عبر ما عرف بوسيلة المفتاح العام و المفتاح الخاص ووسائل التعريف البيولوجية كبصمات الأصابع المنقولة رقمياً أو تناظرياً وسمات الصوت وحادقة العين أو غيرها) (حجازي، بدون سنة نشر، صفحة 197) ، لكن لكل من هذه الوسائل ثغراته الأمنية، وتعد بالعموم غير كافية، وهذا ما استتبع اللجوء لفكرة الشخص الوسيط في العلاقة، وهو جهة تؤكد صحة التعامل على الخط، وهي شركات ناشطة في ميدان خدمات التقنية تقدّم شهادات تتضمن تأكيداً أن الطلب أو الجواب قد صدر عن الموقع المعني.

وقد حدّد المشرع الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي 07-162 المؤرخ في 2007/5/13 نشاط مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني، فممارسة هذا النشاط يتطلب ترخيص تمنحه سلطة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، والتصديق الإلكتروني يتضمن تحديد هوية المتعاملين في التعاملات الإلكترونية وأهليتهم القانونية والحد من الغش والاحتيال، وجهة التصديق الإلكتروني هي طرف محايد قد تكون من الافراد أو

والذي يشترط الموافقة الصريحة للشخص المعني من أجل معالجة معطياته الشخصية.

تحد آخر يتعلق بمسائل الملكية الفكرية في البيئة الرقمية، وتخص بالتحديد رخص المنتجات المباعة المخزنة داخل النظم التقنية، وكجزء من المبيع، وتثور أيضا مشكلة رخص الملكية الفكرية المغلفة مع المبيع، وكذلك حقوق الملكية الفكرية في ميدان النشر الإلكتروني خصوصا مع تزايد الاستيلاء على التصاميم التي يستخدمها موقع ما، وحقوق الملكية الفكرية على أسماء المواقع، وعلى ملكية الموقع نفسه، وحقوق الملكية الفكرية بالنسبة للعلامات التجارية للسلع و الأسماء التجارية، وكذا حقوق المؤلفين على محتوى البرمجيات التقنية التي تنزل على الخط، أو تسوق عبر مواقع التجارة الإلكترونية، إن كل هذه المشكلات التي ضاعفت من تواجدها وسطوتها التجارة الإلكترونية استلزمت مراجعة شاملة للقواعد القانونية الخاصة بالملكية الفكرية وربطها بالأنشطة التجارية الدولية في ميدان البضائع والخدمات، وهي مبرر أيضا لإقرار اتفاقية ترينس العالمية كواحدة من اتفاقيات منظمة التجارة العالمية التي تلتزم بها الدول الأعضاء (حوى، 2010، صفحة 147)، ولا نبالغ إذا قلنا أن العديد من الدول قد سنت قواعد في ميدان الملكية الفكرية دون النظر إلى متطلبات التجارة الإلكترونية، وهو ما جعل قواعدها رغم حداثة تشريعها، غير متوائمة مع متطلبات التجارة الإلكترونية (هاريس، الملكية الفكرية لمصنفات المعلوماتية، 2000).

وقد تدخل المشرع الجزائري لأول مرة لحماية كل من برامج الحاسوب و قواعد البيانات بصدور الأمر 97-10 المؤرخ في 6 مارس 1997 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة مواكبا بذلك التطور الحاصل في المجال التكنولوجي، ويليه الأمر 05-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل للأمر 97-10 والذي نص صراحة بصفة لا تدع مجالا للشك على اعتبار برامج الحاسوب من بين المصنفات المحمية.

بالإضافة إلى المعوقات السابقة، هناك معوقات تتعلق بتحديد الاختصاص القضائي الدولي، فالمبادئ العامة المتبعة تركز إما على أساس الجنسية، حيث يثبت الاختصاص إلى محاكم الدولة

الوقائية التي تسمح بالرصد المبكر للاعتداءات المحتملة والتدخل السريع لتحديد مصدرها والتعرف على مرتكبيها، كما صدر بتاريخ 2009/8/5 القانون رقم 09-04 المتضمن القواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها وهذا بسبب الثورة في مجال تكنولوجيا والاتصال أدت بالجزائر إلى محاولة الاقتداء بأغلب دول العالم في هذا المجال.

كما تضمن القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية جملة من العقوبات تراوحت بين الغرامة وغلق الموقع الإلكتروني تبعا للمخالفة المرتكبة وذلك في الباب الثالث تحت عنوان: الجرائم والعقوبات في قانون التجارة الإلكترونية، حيث تضمن الفصل الأول مراقبة الموردين الإلكترونيين ومعاينة المخالفات، أما الفصل الثاني فنص على عدد من الجرائم والعقوبات في قانون التجارة الإلكترونية (دون المساس بالتشريع و التنظيم المعمول به).

من جهة أخرى فإن حماية البيانات المتصلة بالحياة الشخصية (الخصوصية) أثير في معرض حماية قواعد المعلومات، لكنه عاد ليحتل مكانا بارزا لدى بحث أسرار العلاقات التجارية وخطورة تفتيش النظم وملاحقة المعلومات على حق الخصوصية، فهناك وسائل تقنية استلزمها التجارة الإلكترونية، تتيح تعقب الاتصالات ومعرفة معلومات تفصيلية عن مستخدم الشبكة، وإذا كان التناقض قائما بين موجبات الحماية الأمنية وبين موجبات حماية الخصوصية، فإن التوفيق بينها جاء عبر القواعد التشريعية التي وضعت المعايير وأجازت أنشطة لا تخرق الخصوصية، وفي الوقت ذاته تحمي نشاط التجارة الإلكترونية (هاريس، دليل الخصوصية وأمن المعلومات، 2000، صفحة 48).

وفي هذا الإطار أصدر المشرع الجزائري القانون 18-07 الصادر في 10 يونيو 2018 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، من أجل تأطير الحماية القانونية للحياة الخاصة للأفراد والحفاظ على سمعتهم وشرفهم وكرامة عائلاتهم بحماية معطياتهم الشخصية،

اشتملت على عنصر أجنبي، حيث أن الشبكة العنكبوتية تتميز بصفاتها الدولية، وتعكس هذه الصفة على التعاملات التي تتم من خلالها، حيث أنها في الغالب تشتمل على عنصر أجنبي، مما يثير التساؤل عن القانون واجب التطبيق على النزاع الذي يحصل بشأنها؟ فلا مجال في إطار الشبكة العنكبوتية للحديث عن الحدود الجغرافية التي تفصل بين الدول والتي تعتبر الأساس لتطبيق القواعد التقليدية التي تحدد القانون واجب التطبيق على العلاقات التي يكون أحد عناصرها أجنبيا (عرب، 2000، صفحة 21)، وتلك القواعد أصبحت لا تتلائم مع طبيعة التعاملات الإلكترونية، والتي تتطلب حولا تتلائم مع طبيعتها الإلكترونية، فضوابط الإسناد التي يعتمد عليها القانون الدولي الخاص في تحديد القانون واجب التطبيق، تبدو غير ملائمة تماما للتطبيق على التجارة الإلكترونية، ويبرز ذلك في عدم القدرة على تحديد المكان الذي تم فيه التصرف أو المكان الذي أرسلت منه رسالة البيانات أو الذي أرسلت إليه، حيث أن تحديد ذلك المكان يعد أمرا جوهريا لإعمال قواعد تنازع القوانين والتي تعتمد بالدرجة الأولى على ضابط الإسناد المكاني (Gray.A, 2013, p. 58).

وبغية تجاوز معوقات تحديد القانون واجب التطبيق على التجارة الإلكترونية يدعو البعض إلى البحث عن قواعد أكثر انسجاما مع واقع المجتمع الافتراضي الذي تنعدم فيه الروابط المكانية، لذلك يرى جانب من الفقه أن الخاصية الذاتية للتجارة الإلكترونية تقتضي إخضاعها لقانون موضوعي مستقل عن قواعد القانون الدولي الخاص يستمد أحكامه من العادات والأعراف السائدة في التجارة الدولية، بحيث يطبق على التجارة الإلكترونية دون الحاجة للرجوع إلى قواعد تنازع القوانين، وقد تبنى جانب آخر من الفقه وضع تعريف لهذا القانون حيث عرّف بأنه القانون الذي تتمثل مصادره في عقود الشبكة العنكبوتية الإلكترونية والأعراف والعادات المستقرة في الأوساط المهنية للعالم الرقمي وتوجيهات المنظمات الدولية في هذا الشأن، كما عرّف بأنه مجموعة من القواعد التي تضع تنظيمها مباشرة وخصوصا للروابط القانونية التي تبرم عبر الشبكة العنكبوتية

التي ينتمي إليها أحد الخصوم بجنسيته، أو على أساس محل الإقامة، حيث تختص محاكم الدولة بمحاكمة الأجانب إذا وجدوا على أراضيها، أو على أساس وجود رأس المال، حيث تختص محاكم الدولة التي يوجد فيها المال المتنازع عليه، سواء كان مالا منقولاً أم عقارياً، أو على أساس محل إبرام أو تنفيذ التصرف موضوع النزاع، أو على أساس محل الواقعة التي نشأ الالتزام بسببها كحالة الفعل الضار.

غير أن تطبيق القواعد السابقة - إذا ما استثنينا قاعدة الجنسية - تستند إلى ضابط الإسناد المكاني في تحديد الاختصاص القضائي الدولي، وهو ضابط يستعصى تحديده في إطار المعاملات الإلكترونية والتي لا تعرف لها حدود ولا تعرف لها أماكن، فهي تعتمد على الصفة الافتراضية التي لا يمكن حصرها في إطار مكاني معين، ولهذا تباينت مواقف القوانين المقارنة من تحديد الاختصاص القضائي الدولي في منازعات التجارة الإلكترونية (عبد المطلب، 2006، صفحة 153).

وبخصوص مسألة تنازع الاختصاص القضائي الدولي في مجال عقود التجارة الإلكترونية، ونظرا لغياب قواعد خاصة بهذه العقود تحدد الاختصاص القضائي بنظر المنازعات المرتبة عنها في التشريع الجزائري، فيتم إخضاعها للقواعد العامة المعمول بها في تحديد الاختصاص القضائي الدولي.

ولهذا أصدر المشرع الجزائري في سنة 2018 قانونا متعلقا بتنظيم التجارة الإلكترونية وذلك لسد الفراغ في الترسانة القانونية الوطنية في مجال إبرام العقود ما بين البائع والمشتري عبر الاتصال الإلكتروني، وحماية المستهلك بصفته الطرف الضعيف في هذا العقد، وإشكالية الاختصاص التي تطرحها الجرائم الإلكترونية والتي تتخطى إمكانيات الدول القضائية، لا يكون دون وضع نظام تعاون دولي فعال من أجل إزالة مختلف هذه الإشكاليات، الأمر الذي أصبح يفرض على المجتمع الدولي البحث عن وسائل أكثر ملائمة لطبيعتها و تضييق الثغرات القانونية التي برع مرتكبوها في استغلالها للتهرب من العقاب.

مشكلة أخرى تثيرها التجارة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت تتمثل في صعوبة تحديد القانون واجب التطبيق عليها إذا ما



وقت وتكلفة، كما تساعد الأفراد على الخيار العالمي الأجود من المنتجات وبأرخص الأثمان، غير أن هذه التجارة تفترض تحمل أعباء ومخاطر وسلبات ينبغي العمل من أجل القضاء عليها.

#### التوصيات:

- إن تحوّل التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني لا بد أن يصاحبه بنية تحتية قوية مكوّنة من شبكات اتصالات ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات، وتوفير تجهيزات آلية، وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق التجاري الإلكتروني.

- يجب كذلك السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام واعتماد التجارة الإلكترونية الذي يضمن استمرارها ويحمي حقوق المستهلكين والبائعين المتعاملين بها، ويضمن الوفاء بالتزاماتهم، ويتم ذلك من خلال تكييف القواعد القانونية الحالية لتتلاءم مع الطبيعة الخاصة للتعاملات الإلكترونية، وسن تشريعات جديدة للتجارة الإلكترونية تواكب النمو العالمي المتسارع لهذه التعاملات من خلال وضع قانون مستقل للمعاملات الإلكترونية، وعدم الأخذ بالرأي القائل بالاكْتفاء بمجرد إضافة بعض التعديلات في القانون المدني أو القوانين الأخرى.

- تشهد الجزائر تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال مقارنة بالسنوات السابقة، إلا أنه ورغم التطور الذي شهدته الجزائر في مجال الانترنت وازدياد عدد مستخدميها، لم يزامن تطور في تطبيقات التجارة الإلكترونية، وما زالت الجزائر لم تصل إلى المستوى المطلوب والمتمثل في الدفع الإلكتروني والذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية والتحويلات النقدية على شبكة الانترنت بين الشركات فيما بينها وبين الأفراد والشركات.

- عقد دورات تدريبية لرجال القضاء والبحث الجنائي وكل من له علاقة بهذه التعاملات، من أجل دراسة التعامل مع الكمبيوتر وشبكة الانترنت ووسائل وأدوات التجارة الإلكترونية لفهمها واستيعابها.

تميزا لها عن القواعد الإجرائية التي تحكم روابط القانون الدولي الخاص، وعلى أي حال يمكن القول بأنه قانون تلقائي النشأة من خلال مجموعة من القواعد التي كرسها المتعاملون في الإطار الإلكتروني وساهمت المنظمات الدولية وبعض القوانين الوطنية في تكريسها والاعتراف بها .

وقد أعطى المشرع الجزائري الحرية للأطراف في اختيار القانون الواجب التطبيق على موضوع النزاع طبقا لنص المادة 1050 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية رقم 08-09 المؤرخ في 2008/2/25 حيث تنص: " تفصل محكمة التحكيم في النزاع عملا بقواعد القانون الذي اختاره الأطراف، وفي غياب هذا الاختيار تفصل حسب قواعد القانون والأعراف التي تراها ملائمة".

#### 5. خاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة أن نتناول موضوعا شائكا وهو التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، والذي يعد من المواضيع الحديثة التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، نظرا لما يميزها من خصائص وما يحيط بها في الوقت نفسه من مخاطر و معوقات، لهذا حاولنا أن نقوم بدراسة تقييمية بسيطة وعامة للتجارة الإلكترونية، وتوصلنا من خلالها إلى بعض النتائج وارتأينا من خلالها تقديم بعض التوصيات. النتائج:

- الإنترنت هو ذلك الوسيط الإلكتروني الذي يلزم توافره في التجارة الإلكترونية التي تتم من خلاله، حيث أن نمو وانتشار هذه التجارة يعتمد بصورة رئيسية على الإنترنت.

- إن حداثة ظاهرة التجارة الإلكترونية في العالم عموما وفي الجزائر بصفة خاصة جعلها محاطة بنوع من اللبس والغموض، ومفتقرة إلى القواعد القانونية الواضحة المعرفة لها والناظمة لها، خاصة بالنظر إلى ارتباطها المباشر بشبكة الإنترنت التي يعتبر التعامل بها إلى اليوم محط للشك والريبة وعدم الاطمئنان.

- إن التعامل بالتجارة الإلكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والمخاطر، فهي تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل



- العمل قدر الإمكان على تأمين التعاملات الإلكترونية تقنيا لتحقيق الأمن والثقة لإقبال الأشخاص على التعامل بهذا النوع من المعاملات الإلكترونية، وهذا التأمين يكون من أهل الاختصاص وهم رجال التقنية.
- وضع بنود في العقد تحدد القانون الواجب التطبيق والمحكمة المختصة في العقد الإلكتروني.
- العمل على رفع مستوى تعليم الفرد في مجال المعلوماتية، وبناء مجتمع قادر على استيعاب فكرة التجارة الإلكترونية وتقبلها، من حيث إمكانية التغلب على مخاطرها بالوسائل التقنية و القانونية، وتوفير الخبرات في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات، وصيانة الأجهزة و الشبكات، وزيادة الوعي لدى أفراد المجتمع بأهمية قطاع تكنولوجيا المعلومات و الإنترنت والاستفادة منها بالشكل الأمثل بما يتناسب مع القواعد الدينية والأخلاقية.
- فسح مجال أوسع ضمن مناهج الدراسة في الجامعات لموضوع التجارة الإلكترونية.

6. قائمة المراجع:

أ- المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم العيسوي. (2003). التجارة الإلكترونية. القاهرة: المكتبة الأكاديمية
- أحمد سفر. (2006). العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية. طرابلس: المؤسسة الحديثة للكتاب.
- احمد محمد غنيم. (2004). الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المنصورة (مصر): المكتبة المصرية.
- اسماعيل نضال برهم. (2005). أحكام عقود التجارة الإلكترونية. عمان: دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- إلياس ساسي. (2003). التعاقد الإلكتروني و المسائل القانونية المتعلقة به. مجلة الباحث، المجلد 2، العدد 2، رقلة - الجزائر الصفحات 60-68.
- أمجد فاروق محمود. (2016، 11، 12). نظام المعلومات المحاسبية ومتطلبات التجارة الإلكترونية. تاريخ الاسترداد 10 12، 2020، من <http://kenanaonline.com/users/ahmedkodry/posts/269309>
- إياد هاريس. (2000). الملكية الفكرية لمصنعات المعلوماتية. جامعة اليرموك.
- إياد هاريس. (2000). دليل الخصوصية وأمن المعلومات. بدون دار نشر: اتحاد المصارف العربية.
- إياد هاريس. (2005). التجارة الإلكترونية. اليمن: المركز الوطني للمعلومات.
- التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية. دون ذكر المؤلف. (دون ذكر سنة النشر). تاريخ الاسترداد 1 12، 2020، من <http://sites.google.com/site/ecommerce3good/00007>
- بلال عبد عبد المطلب. (2006). البنوك الإلكترونية. القاهرة: دار النهضة العربية.
- بشير عباس العلاق. (2007). تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقاله". المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان: المنظمة العربية للتنمية الإدارية .
- خضر مصباح الطيطي. (2008). التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري. عمان: الحامد للنشر و التوزيع.
- دميثان المجالي. (2013). التجارة الإلكترونية. عمان: دار وائل للنشر و التوزيع.
- زيدان زبيحة. (2011). الجريمة المعلوماتية في التشريع الجزائري و الدولي. الجزائر: دار الهدى للطباعة و النشر.
- 633- سعد غالب. (2006). الأعمال الإلكترونية. عمان: دار المناهج للنشر و التوزيع.
- سمية ديمش. (2010-2011). التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر. 2011. رسالة ماجستير، جامعة منتوري - قسنطينة، الجزائر.

- طارق عبد العال حماد. (2003). التجارة الإلكترونية. الإسكندرية: الدار الجامعية للطباعة و النشر.
- عباس العبودي. (2000). تحديات الإثبات بالسندات الإلكترونية ومتطلبات النظام القانوني لتجاوزها. العراق: مكتب الوثام للطباعة و النشر.
- عبد الفتاح بيومي حجازي. (بدون سنة نشر). التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية. الإسكندرية: دار الكتب القانونية.
- فانتن حسين حوى. (2010). المواقع الإلكترونية و حقوق الملكية الفكرية. عمان: دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- لخصر عدوكه - حدو بن عبيزة. (2011). التجارة الإلكترونية وأثرها على الاقتصاد الوطني. عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- محمد سعيد أحمد اسماعيل. (2009). أساليب الحماية لمعاملات التجارة الإلكترونية. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.
- محمد صالح الحناوي. (2004). مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا الإلكترونية: الدار الجامعية.
- محمد ماجد كريم الإبراهيمي. (2017). معوقات التجارة الإلكترونية ومتطلبات النظام القانوني لمواجهتها. مجلة المحقق الحلبي للحقوقية.
- والسياسية، جامعة بابل، المحرر، العراق، الصفحات 674-712.
- محمد منير الجنيهي. (2006). الشركات الإلكترونية. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- محمود سحنون. (2005). التجارة الإلكترونية ودورها في تسويق الخدمات المالية و المصرفية. مجلة الإقتصاد و المجتمع. المجلد 3 العدد 3 جامعة منتوري - قسنطينة، دار الهدى للطباعة و النشر، الجزائر، الصفحات 69-89
- نحلة أحمد قنديل. (2004). التجارة الإلكترونية. القاهرة: المرشد للمدير العصري.
- هبة ثامر محمود عبد عبد الله. (2011). عقود التجارة الإلكترونية. بغداد: مكتبة السنهوري.
- يونس عرب. (7-10، 11، 2000). منازعات التجارة الإلكترونية. تاريخ الاسترداد 12 12، 2020، من [http://www.arablaw.org/Download/E-commerce\\_Diputes\\_Article.doc](http://www.arablaw.org/Download/E-commerce_Diputes_Article.doc)

ب- المراجع باللغة الأجنبية:

- Bensoussan.A. (1998). Lecommerce électronique- aspects juridique. Paris: édition Hermes.
- Gray.A. (2013). Conflict of law and the cloud, computer law and security review. International Energy Agency. (2018). IEA. Consulté le 12 19, 2018, sur [iea.org](http://iea.org): <https://www.iea.org/topics/renewables/>
- Wright.B. (2000). The law of Electronic commerce. New York: Third.

