

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of High Education and Scientific Research
جامعة محمد البشير الابراهيمي برج بو عريريج
University of Mohamed el Bachir el Ibrahimi-Bba
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of Law and Political Sciences



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق
تخصص: قانون أعمال
الموسومة بـ

التجارة الالكترونية في ظل جائحة كورونا

إشراف الدكتور:

- بن داود حسين

إعداد الطالبتين:

- بوقرة دنيا

- بوقرة فريال

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
زاوي رفيق	أستاذ محاضر - ب -	رئيسا
بن داود حسين	أستاذ محاضر - أ -	مشرفا
رفاف لخضر	أستاذ محاضر - أ -	ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

مقدمة

مقدمة:

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية النعمة السائدة في عالم اليوم. فقد ساهمت في جعل هذا العالم قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة ودون حاجة لمغادرة أماكنهم

وحققت التجارة الإلكترونية مكاسب عديدة في ظل وباء كورونا كوفيد 19. اضطر الجميع للجوء للخدمات الإلكترونية والأدوات الجديدة التي تسمح لهم بالتكيف مع الظروف الاستثنائية السائدة بسبب انتشار فيروس كورونا المستجد. الذي ألزم نحو مليار شخص حول العالم بالبقاء في منازلهم. فضلا عن تسببه في انهيار البورصات ووضع الشركات الصعب. ما ترك أثرا اقتصاديا بالغ الشدة قد تأتي بعده تحولات كبرى في العالم

ولعل المستفيد الأكبر من جائحة كورونا. كما يبدو بعض الشركات القطاع التكنولوجيا والإنترنت وإن بعض أوجه العمل والتنظيم تستبدل نهائيا عند الخروج من الوضع الحالي فالناس سيكتشفون ان بإمكانهم العمل والتواصل بطريقة لم تخطر لهم حتى الآن وهذا سيرغمهم على التأقلم أكثر مع تكنولوجيا

ولقد انتعشت التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا. حيث تنامت مبيعات المنصات الإلكترونية بنسبة كبيرة. ووجد فيها العديد من المتسوقين بديلا لتبضعهم التقليدي فقد تسببت جائحة كورونا في تغيير عادات الشراء لدى الجزائريين. وتوجهو التجارة الإلكترونية نظرا للأوضاع التي أملتها ظروف الإغلاق. الحجر الصحي. فالتسوق عن بعد يوفر الجهد والوقت حيث أن المشتري والبائع يتفاوضان عن بعد حول السعر ونوعية المنتج وغيرها من الأمور

أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته من اعتبار جائحة كورونا من الكوارث الطارئة التي أثرت ومازلت تؤثر سلبا على كل مناحي الحياة بما فيها حركة التجارة والبيع والشراء بالطرق التقليدية. وفي الوقت الذي أثرت فيه جائحة كورونا بالسلب على عدة قطاعات ذات طبيعة اقتصادية إلا أنها بالمقابل ساهمت في إنعاش التجارة الإلكترونية في الجزائر ومن خلال البحث يتضح لنا نوعية هذا تأثير. ودوره في نمو وازدهار تعاقد الأفراد والمنشآت الصغيرة والكبرى عبر المواقع التجارية الإلكترونية

أهداف البحث:

نسعى من خلال هذا البحث للوصول إلى الأهداف التالية:

- تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
- معرفة مدى تأثير جائحة كورونا كوفيد 19 في الجزائر وخارجها
- تسليط الضوء على مدى تطور التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا كوفيد 19

إشكالية البحث:

مما تقدم تبلورت إشكالية البحث في السؤال الرئيسي التالي وهو: ماهو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر قبل وبعد وجائحة كورونا ؟

منهج البحث :

للإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا في بحثنا على المنهجين، المنهج التحليلي و المنهج الوصفي وذكر من خلال مفهوم تبيان التجارة الإلكترونية ووصف تأثير فيروس كورونا عليها أما المنهج التحليلي فاستخدمناه في تحليل بعض النصوص الوطنية والدولية للتجارة الإلكترونية المنظمة وقد اعتمدنا على المراجع والكتب والمجلات والدوريات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر ومدى تأثيرها بجائحة كورونا كوفيد 19.

الفصل الأول

الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

المبحث الأول: الاطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الالكترونية.

الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية.

1- في المنظمات الدولية.

- منظمة الأمم المتحدة UN:

اهتمت منظمة الأمم المتحدة متمثلة في لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الأونسترال (unicitral) بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية، وقد تم ذلك في 16 ديسمبر 1996، حيث وافقت لجنة الأونسترال على اصدار القانون النموذجي للتجارة الالكترونية.⁽¹⁾

نصت الفقرة الأولى من المادة الثانية من هذا القانون على أن وسائل الاتصال التي يتم عن طريقها التجارة الالكترونية لا حصر لها ومن ثم فإن التجارة الالكترونية ليست قاصرة على شبكة الانترنت فقط بل يمكن عن طريق تقنيات أخرى كالتلكس والفاكس إذا من الممكن مثلا أن يتم الايجاب عن طريق الانترنت والقبول عن طريق الفاكس.

- منظمة التجارة العالمية WTO:

عرفت التجارة الالكترونية بأنها: "عبارة عن عملية انتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة الاتصال".

ومن التعريف يتضح أن التجارة الالكترونية تشمل جميع الأنشطة الناشئة عن العلاقات ذات الطابع التجاري سواء كانت تعاقدية أو لا ومنها على سبيل المثال توريد أو تبادل أو بيع السلع، اتفاق التوزيع، التمثيل تجاري، الوكالة بالعمولة، ولكن يعيب هذا

(1) خالد ممدوح، ابراهيم، لوجستيات التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي أمام كلية الحقوق الاسكندرية، 2019، ص 121.

التعريف أنه قصر الأنشطة التجارية على المنتجات فقط دون الخدمات ومن ثم يدخل في نطاق هذا التعريف الخدمات الاستشارية مثلا أو منح التراخيص أو خدمات المصرفية.⁽¹⁾

2- تعريف التجارة الالكترونية وفق قانون 05-18: عرفت المادة 1116 من

قانون 05-18 التجارة الالكترونية بأنها: "هي النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية"، وهو تعريف ضيق لتحديده النشاط وأطراف المعاملة وهو تعريف مستمد جزئيا من القانون الفرنسي الذي يعتبرها: النشاط الاقتصادي الذي يقوم من خلاله الشخص باقتراح أو ضمان عن بعد، وبطريقة الكترونية توريد البضائع والخدمات، ويدخل ضمن التجارة الالكترونية الخدمات المتعلقة بتوريد الخدمات عبر الانترنت والاتصالات التجارية، وأدوات البحث والولوج واسترجاع البيانات والدخول إلى شبكة الاتصال أو استضافة المعلومات بما فيها تلك التي لا يتقاضون عنها أجورا ممن يتلفونها، كما أنه لم يخرج عن نطاق تطبيق قانون الاونسترال للتجارة الالكترونية الذي أعد استناد إلى الخلفية المتصلة بالعلاقات التجارية ليطبق على الأنشطة التجارية.⁽²⁾

الفرع الثاني: خصائص التجارة الالكترونية.

تتميز التجارة الالكترونية بعدد من الخصائص التي تختلف فيها وتتميز عن التجارة التقليدية حيث تتميز التجارة الالكترونية بسرعة وسهولة الاتصالات وامكانية ابرام الصفقات التجارية الالكترونية بين أطراف المتعددة في مجالات التجارة والخدمات والمعاملات المالية.

ويمكن تحديد ست خصائص رئيسية مميزة لها وهي على النحو التالي:

(1) المرجع نفسه، ص 131.

(2) أحمد بورزق، التجارة الالكترونية في الجزائر بين النص والتطبيق، ط1، ألفا للوثائق، نشر استراد وتوزيع الكتب،

2020، ص 19.

أولاً- اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:

تتميز المعاملات التجارية الإلكترونية بعدم وجود أي وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات؛ إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملات تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق، وهو ما يتفق مع الغرض من التجارة الإلكترونية، وهو خلق مجتمع المعاملات اللاورقية؛ وبالتالي سوف تحل بالتالي الدعائم الإلكترونية محل الدعائم الورقية، وهكذا يصبح المستند الإلكتروني هو السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما.

ثانياً- عدم امكانية تحديد هوية المتعاقدين:

تتيح شبكة الإنترنت للمنشآت التجارية إدارة معاملاتها التجارية بكفاءة من أي مكان في العالم؛ ذلك أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد في أي مكان، دون أن يؤثر ذلك على الأداء، ولكن قد يترتب على هذا الانفصال المكاني بين أطراف المعاملات التجارية الإلكترونية عدم معرفتهم بكافة المعلومات الأساسية عن بعضهم البعض، كما هو الحال في المعاملات التجارية التقليدية فقد لا يعرف أي منهما درجة مسار الآخر أو مركزه المالي، واما إذا بلغ سن الرشد أم ناقص الأهلية.

ثالثاً- تسليم المنتجات إلكترونياً:

أتاحت شبكة الإنترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً؛ أي التسليم المعنوي للمنتجات؛ مثل برامج الحاسب، التسجيلات الموسيقية، وأفلام الفيديو، والكتب، الأبحاث والتقارير الإلكترونية، إلى جانب بعض الخدمات؛ مثل الاستشارات الطبية أو الهندسية وهو ما يخلق تحدياً أمام السلطات المختصة؛ حيث لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للجمارك أو الضرائب؛ فقد يستغل البائعون ذلك؛ للتهرب من سداد الجمارك والضرائب، وذلك بعدم تسجيل هذه التعاملات في الدفاتر المحاسبية الرسمية.

رابعاً- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:

تدور المساومات المفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس العقد؛ للاتفاق على تفاصيل العقد المتوقع إبرامه بينهما، وقد يحتاج إبرام العقد جلسة واحدة أو عدة جلسات لحين الانتهاء من الاتفاق على كل التفاصيل اللازمة، أما في عقود التجارة الإلكترونية فلا يكون هناك مجلس للعقد بالمعنى التقليدي، أو مفاوضات جارية للاتفاق على شروط التعاقد؛ لأن البائع يكون في مكان، والمشتري قد يبعد عنه بآلاف الأميال، وقد يختلف التوقيت الزمني أيضاً بين مكاني البائع والمشتري، وقد يغيب العنصر البشري تماماً، وتقوم أجهزة الكمبيوتر بالتراسل فيما بينها وهو ما يعرف بالتعاقد بالوكيل الإلكتروني، وهو دفع البعض إلى القول أن التجارة الإلكترونية لها تأثير سلبي على علاقات الاجتماعية بين الافراد نتيجة غياب العلاقات الحميمة بين المتعاقدين.

خامساً- وجود الوسيط الإلكتروني:

والوسيط الإلكتروني بين طرفي التعاقد هو جهاز الكمبيوتر ، والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية، التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة، لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة إلى الطرف الآخر، إلا إذا حدث عطل في الشبكة أو انهيار لها فقد لا تصل الرسالة أو تصل مغلوبة أو غير مقروءة، وهنا قد تثور مسؤولية مقدم خدمة الأنترنت عن عدم وصول الرسالة أو وصولها متأخرة أو وصولها في الميعاد ولكن يوجد بها غلط أو تحريف.

سادساً- السرعة في إنجاز الصفقات التجارية:

تساهم التجارة الإلكترونية بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين الطرفين على وجه السرعة؛ إذ تتم الصفقات التجارية ابتداءً من مرحلة التفاوض وإبرام العقود، وحتى الدفع الإلكتروني، وانتهاءً بتسليم المنتجات والخدمات دون حاجة لانتقال الطرفين والتقاءهما في مكان معين؛ وفي ذلك توفير للوقت والجهد والمال.

سابعا- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف:

التفاعل الجماعي بمعنى أنه يستطيع أحد أطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت، ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة، وفي هذا المجال توفر شبكة الإنترنت إمكانيات بلا حدود للتفاعل الجماعي بين فرد ومجموعة، وهو شيء غير مسبوق في أي أداة تفاعلية سابقة.(1)

المطلب الثاني: نشأة وأشكال التجارة الالكترونية:

الفرع الأول: ظهور التجارة الالكترونية:

إن أصل نشأة التجارة الالكترونية من وراء لمحيط الأطلنطي متمثلاً في الولايات الأمريكية وانتشرت بعد ذلك في جميع أنحاء المعمورة.

وقبل أن نتعرض لظهور التجارة الإلكترونية يجب أن نبين الهدف والفكرة الرئيسية منها فالهدف من التجارة الإلكترونية هو " خلق مجتمع المعاملات اللاورقية أي إحلال دعائم إلكترونية محل الدعائم الورقية"، وهو ما يعني الاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية التقليدية ليحل محلها المستند الإلكتروني بعد أن تكشفت بعض سلبيات العمل بالمستندات الورقية خاصة في ظل ثورة الاتصالات و المعلومات التي يشهدها عالمنا المعاصر ومن هذه السلبيات بطء حركة المستندات الورقية ، واحتمال تأخير إجراءات الجمارك وتعرض البضاعة لخطر الفساد والتلف وأيضاً قابلية محفوظات المستندات الورقية للتضخم وشغلها مزيداً من غرف الحفظ بالإضافة إلي صعوبة تداولها.

وتهدف التجارة الإلكترونية أيضاً إلي تحسين كفاءة العملية التجارية مع خفض التكاليف في توسع الأسواق ، كما تهدف أيضاً إلي توفير المعلومات عن

(1) خالد ممدوح، ابراهيم، مرجع سابق، ص 152-153.

الأسعار والأسواق فهي تعطي للمستهلك مساحة أكبر للاختيار و تخفيض السعر فهي في الواقع سوق عالمي يتم فيه تداول جميع السلع والمنتجات علي شاشة الحاسب الآلي.(1)

أما الفكرة الرئيسية للتجارة الإلكترونية تدور حول تجميع البائعين والمستهلكين في معارض أو مراكز تجارية أو فترينات تجارية افتراضية ، وتنقسم هذه المراكز إلى قسمين القسم الأول يمكن الدخول إليه دون حاجة لإجراءات معينة ولكنه يسمح بالاطلاع والتجول والإبحار فقط من أجل التعرف على السلع والخدمات المعروضة فقط دون الشراء .

القسم الثاني الذي لا يستطيع الدخول إليه إلا بعد اتباع إجراءات معينة تستهدف التحقق من شخصية الزائر وتسجيله والتي تتلخص في أن يذكر رقم البطاقة الائتمانية ، أو يستخدم حافظة النقود الإلكترونية ، وذلك بهدف تيسير الوفاء وأن يكون له توقيع إلكتروني ذو شفرة خاصة وذلك بهدف أن يعتمد التصرفات التي يبرمها .

الفرع الثاني: أشكال التجارة الالكترونية.

أولاً- أنواع التجارة الالكترونية:

1- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية: (Business To)

Business ويرمز لها بالرمز (B2B) ويقصد بهذا النوع أن تتم المعاملات التجارية بين المنشآت التجارية بعضها وبعض ، باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وهذا الشكل هو أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعاً في الوقت الحالي سواء داخل الدولة أو بين الدول وبعضها يستخدم بهدف خفض التكاليف وزيادة الكفاءة للعملية التجارية وتحقيق معدل أعلى من الأرباح.

2- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك: (Business To Customer)

Customer ويرمز لها بالرمز (B2C) وهذا الشكل أنتشر بشكل كبير ويستخدم من قبل

(1) خالد ممدوح، ابراهيم، مرجع سابق، ص 155.

العميل لشراء المنتجات والخدمات عن طريق الوب Web حيث أصبح هناك ما يسمى المراكز التجارية على الإنترنت (Shopping Malls) أو المراكز الافتراضية (Virtual Malls) وهي تقدم كافة أنواع السلع والخدمات ، ويستخدم هذا الشكل من قبل المنشأة التجارية للوصول إلى أسواق جديدة.

3- التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية والإدارة الحكومية: وهي تغطي جميع التعاملات التي تتم بين وحدات الأعمال والإدارات الحكومية مثال ذلك : ما تقوم به الولايات المتحدة الأمريكية وكندا من عرض الإجراءات واللوائح ونماذج المعاملات على الإنترنت بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليها بطريقة إلكترونية وأن تقوم بأجراء المعاملة إلكترونياً دون حاجة للتعامل مع مكتب حكومي.⁽¹⁾

4- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة الحكومية: بدأ هذا الشكل في الانتشار في الآونة الأخيرة في كثير من الدول ومثال ذلك دفع الضرائب إلكترونياً كما في ماليزيا.

5- التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك: وهو ما يعبر عنه (C2C) وقد ظهر هذا الشكل مع ذبوع استخدام الإنترنت وظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الإنترنت والنوع الرئيسي لهذا الشكل هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الرفع الإلكتروني حيث يقوم المستهلك بتقديم البضائع إلى المزاد فيستطيع المستهلكون الآخرون أن يزايدوا على الثمن.

ويقوم الرفع الإلكتروني بالخدمة كوسيط حيث يجعل من الممكن للعملاء أن يضعوا بضائعهم للبيع على الموقع الإلكتروني الخاص بالرفع الإلكتروني (E Bay) وهذا الشكل يهدد التجارة الإلكترونية التي تتم بين وحدة الأعمال والمستهلك.

(1) خالد ممدوح، ابراهيم، مرجع سابق، ص 159-160.

6- يرى جانب من الفقه الأمريكي أن هناك شكلاً سادساً للتجارة الإلكترونية وهو التجارة الإلكترونية البينية داخل المنظمة الواحدة Intra- -commerce organizational-e ويشمل ذلك المنظمات العالمية التي تستخدم تكنولوجيا الإلكترونيات للاتصال بين فروعها أو أقسامها أو الشركات التابعة لها.⁽¹⁾

ثانياً- فوائد وسلبيات التجارة الالكترونية:

1- فوائد التجارة الالكترونية للمشروعات:

أ- توسيع نطاق السوق: إن صفة العالمية للتجارة الالكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع او المشتري.⁽²⁾

ب- تلبية خيارات العملاء ببسر وسهولة: تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع ، وهذا بذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى الزبائن لا تتحده وسائل التجارة التقليدية ، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار وميزات كل صنف والمفاضلة وتقييم المنتج موضوع الشراء من حيث مدى تلبيته لرغبة وخيارات المشتري.

ج- تفعيل مفهوم المنافسة الحاصلة في السوق: تلمس التجارة الالكترونية الاحسانات بين المنتجين والمستهلكين مما يتيح التواجد الالكتروني في القريب بين البائع والمشتري مما يؤدي إلى تحسين مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع، وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها في الأسواق.

خ- انخفاض تكاليف العمليات التجارية: تلعب التجارة الالكترونية دورا كبيرا في تخفيض تكاليف الصفقات التجارية من خلال تحسين وتدفق المعلومات وزيادة تنسيق

(1) خالد ممدوح، ابراهيم، مرجع سابق، ص 161.

(2) أحمد محمد كامل جبر، أحكام التعامل في بورصة الأوراق المالية التجارة الالكترونية بطاقة الائتمان، دار الكتب القانونية، مصر الامارات، 2014، ص 367.

الأعمال، وكذلك انخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين المحتملين والبائعين في السوق.

د- **تحكم أفضل في إدارة المخزون:** إذ تُسهّم التجارة الإلكترونية في خفض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد، حيث تبدأ العملية بالحصول على الطلب التجاري من المشتري وتزويده بطلبه من خلال التصنيع الوتقي المناسب.⁽¹⁾

2- فوائد التجارة الالكترونية للأفراد:

أ- **سرعة وسهولة التسوق:** حيث يكون لدى المستهلك نطاقا أوسع للتسوق عبر شبكة الأنترنت وعلى مدار الساعة، وفي أي يوم يريد وأي مكان على سطح الأرض.

ب- **تعدد الخيارات:** توفر التجارة الالكترونية العديد من الخيارات للمستهلك نتيجة لإمكان الوصول إلى منتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك.

ج- **انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج:** في ظل تعدد وتنوع المنتجات في المواقع التجارية الإلكترونية فإن المستهلك سوف يبحث عن المنتج الأقل سعرا والأفضل جودة، وذلك من خلال مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة مما يمكن المستهلك في نهاية الأمر اختيار أفضل العروض. في حين أن الأمر أصعب في حالة التجارة التقليدية لأنه يتطلب زيارة كل موقع جغرافي من أجل مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات.

3- سلبيات التجارة الالكترونية:

أ- عرض وتداول سلع غير مباحة شرعا وان كانت مباحة قانونا في غالب الدول.

ب- انتشار الغش والتحايل التجاري.

(1) أحمد محمد كامل جبر، المرجع السابق، ص 367-368.

ج- الاستلاء على الأموال عن طريق سرقة ارقام البطاقات والحسابات الالكترونية.

خ- حرمان الحكومات من دخلها من الجمرک وضرائب لاسيما فيم يتعلق بالبرامج ونحوها مما يتم تسليمه الكترونيا.

د- عدم القدرة على فحص المبيع.(1)

ثالثا- مزايا التجارة الالكترونية:

1- ايجاد وسائل اتجار توافق عصر المعلومات: ففي عصر المعلومات والاتجاه نحو قضاء ساعات طويلة امام اجهزة الكمبيوتر ومواقع الانترنت ، تعدو الحاجة ملحة الى توافق الانماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته ، من هنا مكنت التجارة الالكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال، وفي كلا الميدانين أمكن إحداث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسوق.

2- الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية: إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية أغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (جات، جاتس، تريبس) تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف من دون الحاجة إلى جولات توافق ومفاوضات، و من هنا قيل إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهدا دوليا جماعيا لتنظيمها ابتداء لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب ان لا تقيدها أية قيود.

(1) أحمد محمد كامل جبر، مرجع سابق، ص 368-369.

3- تلبية خيارات الزبون ببسر وسهولة: امكانية إدخال تعديلات على المعلومات الموجودة بسهولة وبسرعة، تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل وسع، وهذا بذاته يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن لا تتحده وسائل التجارة التقليدية، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار ومميزات كل صنف والمفاضلة وتقييم المنتج وموضوع الشراء من حيث مدى تلبية لرغبات وخيارات المشتري.⁽¹⁾

4- تطوير الأداء التجاري والخدمي: فالتجارة الإلكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات واتصال بالآخرين ، تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين.

5- استمرار وجود معلومات: طوال 24 ساعة بدون انقطاع أمام أي شخص يستخدم الأنترنت وإتاحة كافة المعلومات عن المنتج أو الخدمة سواء في شكل صور أو رسومات أو كتابية أو وصفية.⁽²⁾

(1) د هبة مصطفى كافي، التجارة الالكترونية، ط1، 2017، ص 115.

(2) المرجع نفسه، ص 116.

المبحث الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون 18-05.

المطلب الأول: واقع البنى التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر.

1- استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013:

اعتمدت على خطة عمل تنفذ من سنة 2009-2013 ارتكزت على 13 محور نذكر

أهمها:

- تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الادارات العمومية والشركات والمؤسسات.

- تطوير آليات وحوافز تسمح باستفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

- تطوير المكثف لصناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

- تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع والفائق.

- تطوير الكفاءات البشرية.

- ضبط مستوى الاطار القانوني والتشريعي الوطني.

- تنمية التعاون الدولي.

لكن فشل المشروع بعد سنتين من انطلاقه حيث بلغت نسبة التنفيذ 30% حتى سنة 2015 وهذا بسبب عدم جاهزية البنوك وعدم قدرة اتصالات الجزائر على توفير الانترنت ولربط وفق ما تم الاتفاق عليه، كما أن شركات تصنيع الطراسيب لم تكت متوفرة والمواطنون لم يكن لديهم استعداد للتكنولوجيا ناهيك عن عدم وضوح الرؤية.

2- الشبكة العامة للاتصالات في الجزائر:

كانت الخطوة الأولى في هذا المجال بإصدار قانون جديد لقطاع الاتصالات وهو قانون رقم 03 لعام 2000 والذي جاء لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والمواصلات ومع صدور هذا القانون ثم انشاء سلطة ضبط البريد والاتصالات والتي تعتبر سلطة مستقلة وتهيمن على سوق الاتصالات في الجزائر.

- اتصالات الجزائر هي الشركة الام التابعة للحكومة.
- شركة جيزي التي كانت تابعة لشركة أوراسكوم المصرية والتي حصلت على أول رخصة لاستخدام الهاتف النقال.
- شركة موبيليس التي اطلقتها الجزائرية للاتصالات.
- شركة نجمة التي أطلقتها الوطنية الكويتية.

وقد نجحت هذه الشركات في الوصول بعدد مشتركى الهاتف النقال والثابت إلى حوالي 49.89 مليون مشترك سنة 2017 مقابل 49.99 مليون مشترك سنة 2016 وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول 01: عدد مشتركى الهاتف الثابت والنقال في الجزائر . الوحدة مليون مستخدم.

السنة	مشتركي الهاتف الثابت	مشتركي الهاتف النقال	لمجموع
2016	4.18	48.81	49.99
2017	4.05	45.84	49.89
نسبة التطور	%0.21	%4.18	/

مصدر: مرصد سوق الهاتف الثابت والنقال، سلطة الضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية على موقع

<https://www.art.ds/ar/doc/obs/etude//observatoire-mobile>

وأكدت سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية و لللاسلكية أن:

- عدد مشتركى الهاتف الثابت (السلكي وثابت اللاسلكي وجيل الرابع/ويماكس) بلغ 4.05 مليون سنة 2017 مقابل 4.18 مليون سنة 2016 اي انخفاض ب3.12%.

أما بخصوص الهاتف النقال أوضح ذات المسؤول ان هذه السوق عرفت "استقرارا"، حيث انتقلت من 45.81 مليون مشترك سنة 2016 إلى 45.84 مليون سنة 2017، نتيجة باكتظاظ سوق الهاتف النقال، حيث أن أكبر حصة في السوق GSM والجيل الثالث والجيل الرابع) استحوذت عليها موبيليس سنة 2017 بنسبة 40.06% متبوعة بجيزي 32.06% ونجمة 27.34%.

كما أن حظيرة المشتركين في الجيل الرابع سجلت ارتفاع كبيرا مبين في الجدول التالي:⁽¹⁾

جدول 2 تطور عدد مستخدمي الجيل الرابع في الجزائر.

السنة	2016	2017	نسبة التطور
عدد المشتركين	1.464 مليون	9.865 مليون	/

المصدر: سلطة الضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية على موقع

<https://www.android.dz.com/ar>

هذا الارتفاع القياسي خلال سنة واحدة راجع إلى انتقال المشتركين في نظامي GSM و3G نحو الجيل الرابع.

3- مستخدمي الأنترنت في الجزائر:

كشفت دراسة حديثة أنجزها مصدر "كونسيو مرطب" التابع لشركة إيركيسون حول مدى استغلال الجزائريين للشبكة العنكبوتية أن نصف المستخدمين يؤمنون بضرورة الاستفادة من الأنترنت من أي مكان "تقنية الجيل الثالث" كما أن ثلثهم يلجئون إليها باستخدام الهواتف النقالة فيما يبقى المراهقون والشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15

(1) PDF المرجع نفسه، التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 05/18، ص 11.

و24 سنة هم الأكثر استغلالا للإنترنت بنسبة 74% ويرى الجزائريون في هذه التكنولوجيا فرصا كبيرة من حيث الحكامة الإلكترونية والصحة والتعليم الإلكتروني بحيث أعرب المستجوبون في أملهم في أن تمكنهم من كسب الوقت والمال فضلا عن تحسين لتواصل بين الحكومة والمواطنين.

كما شهدت الجزائر نموا ملموسا في تحسين خدمات الإنترنت منذ بداية 2018، حيث أصبح المتعاملين الثلاث للهاتف النقال في الجزائر (موبليس، أوريدو، جيزي)، يقدمون عروض بأحجام أنترنت أكبر وبسعر أقل عكس ما كان يقدم أية كانت أحجام الأنترنت صغيرة بأسعار خيالية.

وإذا م تتبعنا استخدام الأنترنت في الجزائر منذ سنة 2000 نجد أن هناك تطور ونمو مستمر لمستخدميه وهذا ما يوضحه الجدول التالي:⁽¹⁾

الجدول3: تطور عدد السكان وعدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر خلال الفترة 2000 – 2018:

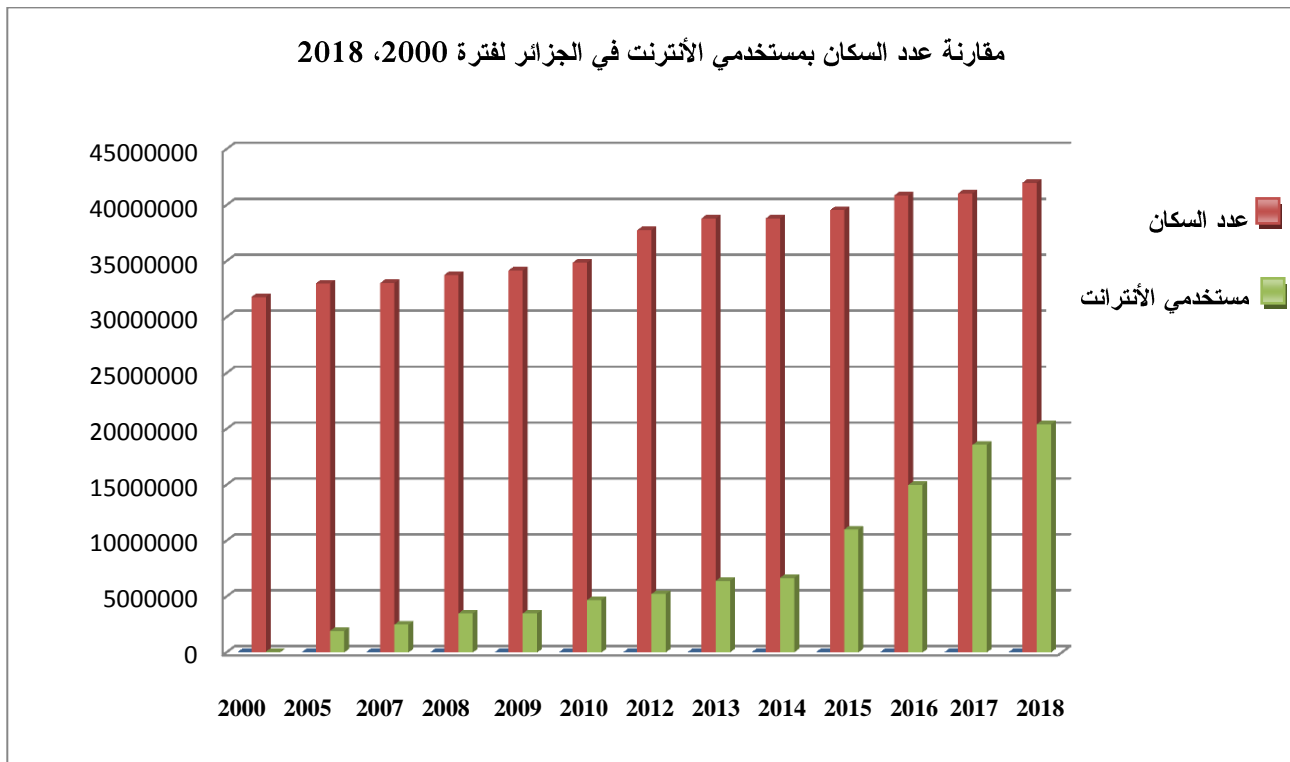
السنة	عدد السكان	عدد مستخدمي الأنترنت	النسبة
2000	31795500	50000	0.2%
2005	33003546	1920000	5.8%
2007	33033567	2480000	7.3%
2008	33769669	3500000	10.4%
2009	34176188	3500000	12%
2010	34886184	4700000	13.6%

(1) PDF واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات 18- 5 مرجع نفسه، ص 18.

14%	5230000	37767226	2012
16.5%	6404264	38813722	2013
17.2%	6669927	38813722	2014
27.8%	11000000	39542166	2015
37.3%	15000000	40853711	2016
45.2%	18580000	41063753	2017
48.63%	20430000	42008045	2018

المصدر: من أعداد الباحثين الاعتماد على بيانات الأمم المتحدة والاتحاد الدولي للاتصالات.(1)

شكل 1: مقارنة عدد السكان بمستخدمي الأنترنت في الجزائر لفترة 2000، 2018:



المصدر: من أعداد الباحثين بالاعتماد على بيانات الجدول 3:

(1) PDF مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون 18-5، مرجع نفسه، ص 13.

الشكل رقم 1 وأرقام الجدول رقم 3 تدل على التطور والنمو الهائل في عدد مستخدمي الأنترنت مقارنة بعدد السكان وبالجهد المبذولة في هذا المجال حيث بلغت السنة عام 2018 حوالي 63، 48 مقارنة بسنة 2000 التي بلغت 2، 0 وهو مؤشر يعكس بشكل غير مباشر واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، لكن رغم من ذلك مازال أماننا الكثير للحاق بركب التطور في مجال الأنترنت والاتصالات والخدمات المرتبطة بهما.(1)

4- تطوير الحظائر الإلكترونية:

بالنسبة للجزائر، فإن التحدي الرئيسي للانتقال إلى مجتمع المعرفة هو خلق قيمة مضافة وتحسين مستويات المعيشة والرفاهية الاجتماعية لمواطنها، عن طريق إنشاء الحظائر التكنولوجية وهو جزء من استراتيجية وطنية طموحة، تهدف على وجه التحديد الالتحام مع مجتمع المعرفة وإعطاء أولوية مطلقة لتعزيز الصناعة والبحث والابتكار في قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن طريق الوكالة الوطنية لتعزيز وتطوير الحظائر التكنولوجية، لهدف وضع الجزائر على درب التقدم والابتكار إنشاء الحظائر التكنولوجية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-4 الصادر في 24 مارس 2004، فهي هيئة ذات طابع صناعي وتجاري، تحت وصاية وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث كان أول إنجاز لها، هو بناء الحظيرة التكنولوجية لسيدي عبد الله في فيفري 2009.

- الحظائر التكنولوجية في الجزائر:

- 1- الحظيرة التكنولوجية لسيدي عبد الله (الجزائر) مشغلة منذ فيفري 2009.
- 2- الحظيرة التكنولوجية بورقلة (مؤقتة) دشنت في 1 مارس 2012.
- 3- ثلاث حظائر تكنولوجية جهوية، عنابة، وهران، ورقلة.
- 4- بالإضافة إلى حظائر أخرى في سطيف، قسنطينة، وبوغزول إضافة إلى حاضرة في غرداية.

(1) PDF واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون 18-5 مرجع نفسه ص 13.

كما وقعت مؤسسة بريد الجزائر والوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية في أوت 2018 على بروتوكول اتفاق لهدف إلى تطوير الدفع الإلكتروني بالجزائر وتحسين مناخ الأعمال للشباب المقاول وتطوير المؤسسات الناشئة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي ستتولى مهمة تطوير الخدمات الإلكترونية والخدمات عن بعد فيما يتعلق بترقية التجارة الإلكترونية.⁽¹⁾

5- أشكال الدفع الإلكتروني في الجزائر:

- **بطاقة CIB:** هي بطاقة دفع وسحب ما بين البنوك الجزائرية الذهبية، هذه الأخيرة التي تمنح للأشخاص المهمة ورجال الأعمال أصحاب الدخل المرتفعة وسقف هذه البطاقة يفوق 120 ألف ومدة صلاحيتها ثلاث سنوات.

- **بطاقة الفيزا:** وهي بطاقة دولية تعمل السحب والدفع موجه لزبائن ذوي حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة أو لموكليهم، وهي نوعان بطاقة الفيزا الكلاسيكية، وبطاقة الفيزا الذهبية.

- **البطاقة الذهبية لبريد الجزائر:** أطلقتها مؤسسة بريد الجزائر سنة 2016 وهي الأكثر شعبية بين الجزائريين وتعطى دفعا قويا لخدمة الدفع الإلكتروني حيث أن أكثر من 3 ملايين بريد الجزائر قد تحصلوا على البطاقة الذهبية إضافة إلى 4 ملايين بطاقة أخرى صنعت وهي متواجدة على مستوى الشبكة البريدية ليتم توزيعه.

كما قامت البريد بإبرام عقد شراكة مع شركة نפטال لإتاحة خدمة دفع ثمن تعبئة الوقود عبر البطاقة الذهبية، بالإضافة إلى تقديم تسهيلات لحائزي هذه البطاقة للاستفادة في قطاع النقل، إذا سيكون بإمكانهم شراء تذاكر الرحلات الجوية الداخلية والخارجية عن طريق الدفع الإلكتروني بمجرد الحجز وتأكيد الرحلة من قبل شركة الخطوط الجوية التي حجزوا رحلاتهم عندها، هذا وقد شرعت بريد الجزائر في عملية تركيب 50 ألف جهاز

(1) PDF واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون 18-5 ص 14.

TPE للدفع الإلكتروني عبر مختلف ولايات جديدة تسمح بتعبئة وتسديد فواتير الأنترنت الثابت والنقل عن طريق إبرام عقودا مع اتصالات الجزائر وموبيليس من أجل تعمير الدفع الإلكتروني.

أما فيما يخص الرسائل المستخدمة في توزيع هذه المنتجات البنكية تتمثل في:

- الموزع الآلي للأوراق DAB.

- الشباك الأوتوماتيكي GAB

- نهائي نقطة البيع الإلكترونية TPV.⁽¹⁾

6- مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

الجدول: أهم مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر الأكثر زيادة:

عدد الزيارات	توجيه المبيعات	مجال التسويق	سنة الإنشاء	الموقع
3 مليون زائر شهريا وهو أعلى المواقع في الجزائر بقيمة 3.5 مليون دولار	يتوجه بمبيعاته لكل الولايات	بيع وشراء مختلف المنتجات من السيارات إلى ابط منتج	2006	ود كنيس ouedkniss
/	يوجه مبيعاته إلى بعض الولايات	مستلزمات التجميل وعتاد الاعلام الآلي الأجهزة الكهرو	2009	قيديني guiddini.com

(1) PDF مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون 18- 5 ص 15.

		منزلية		
450 ألف زائر شهريا	توجيه المبيعات إلى كل الولايات	500 منتج من مواد التجميل ومعدات لطبخ الكتب لعب الأطفال ...	2010	نشري في النات nohufinet.com
600 ألف زائر شهريا	كان يوجه مبيعاته إلى بومرداس والعاصمة فقط ثم يوجه إلى كل الولايات	بيع المنتجات الغذائية زكزاد التنظيف ومستلزمات التجميل	2012	أنشوي nahouly.com
/	تقديم منتجاته لكل الولايات مع خدمة الشخص	كل مستلزمات النساء من فساتين وحقائب ومجموعات ومستحضرات التجميل	2015	موقع Dz loom
1.5 مليون زائر شهريا	تقديم خدمات التوصيل ل43 ولاية وتفتح المجال لتسويق المنتج المحلي إلى افريقيا	مواد التجميل والتنظيف الهواتف أجهزة الاعلام الآلي توصيل الوجبات وخدمة الحجز في الفنادق	2016	موقع jumia.dz

	وتتواجد في 20 بلد عربي وأفريقي			
	تطبيق 100 % / جزائري	طلب سيارة أجرة بسائق في عاصمة خدمة 24/24 ساعة	2017	تطبيق وصلني
	تقديم خدمات / الحجز في مطاعم العاصمة	حجز طاوولات في مختلف مطاعم	2017	تطبيق Resto365
	السحب / والتحويل يكون عن طريق الكود فقط (رقم السري)	تحويل الأموال بدون بطاقة ذهبية ودون عناء التنقل إلى البريد	2018	تطبيق baridimpb

المصدر: من إعداد الباحثين باعتماد على المواقع. (1)

<http://www.arlicshopping.com>

<http://www.djazairies.com/eblilad/281837>

http://www.arlicshopping.com/2016/10/bloy.post_31html

(1) PDF مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18 - 5، المرجع نفسه، ص 17.

المطلب الثاني: البنية التشريعية للتجارة الإلكترونية في ظل قانون 18-5.

إن القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية المصادق عليه في أبريل 2018 من قبل مجلس الأمة، المؤرخ في 10 ماي 2018، من شأنه دفع مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر، إذا سيؤطر هذا النص القانوني السوق الإلكترونية من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الإلكترونية مع تحديد الالتزامات المزودين بخدمات الأنترنت والمستهلكين.

1- نظرة حول القانون التجارة الإلكترونية 18-5 المؤرخ في 10 ماي 2018:

قام المشرع الجزائري في هذا القانون بتنظيم مواضيع مختلفة في بابين مهمين هما الباب الثاني والثالث المتعلقين ب:

- الممارسات الإلكترونية.

- الجرائم الإلكترونية والعقوبات.

كما أن هذا القانون قد سنّ المشرع الجزائري وفقا للبيئة الجزائرية على غرار النموذج الدولي وفقا للبيئة الجزائرية على غرار النموذج الدولي الأوشترال uncitral الخاص بالتجارة الإلكترونية، فوجود هذه البيئة القانونية والتشريعية في الجزائر يمكن للتجارة الإلكترونية أن تتطور وتنمو في السنوات القليلة القادمة.

1-1 الباب المتعلق بالممارسات الإلكترونية في قانون التجارة الإلكترونية 18-5:

- مجال المعاملات والممارسات الإلكترونية: أكد المشرع الجزائري أن قواعد ممارسة التجارة الإلكترونية تبدأ بإنشاء سجل التجاري للمومنين الإلكترونيين في المركز الوطني للسجل التجاري لذي يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني (التعريف الضريبي وعنوان ورقم الهاتف عدد السجل التجاري الضمان التجاري) كما.(1)

(1) PDF مواقع التجارة الإلكترونية وفق مقتضيات قانون رقم 18 - 5، المرجع نفسه، ص 18.

1-2 الباب المتعلق بالجرائم والعقوبات في قانون التجارة الإلكترونية 18-5:

شرح المشرع الجزائري في هذا الباب إلى ضرورة الرقابة لتزرع الثقة لدى المتعاملين عبر الأنترنت في مجال التبادل التجاري الإلكتروني حيث أكد أن كل أعمال المورد الإلكتروني تخضع إلى رقابة ضباط وأعاون شرطة وكذا رقابة الأعاون المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة وتبعاً لطبيعة الجرائم، يتم التخطيط لغرامات تتراوح بين 50 ألف دينار و2 مليون دينار، دون الإخلال بتطبيق كامل أكثر صرامة في حالة بيع سلع وخدمات ممنوعة من التسويق حيث يعاقب بغرامة مالية من 200 ألف دينار إلى مليون دينار مع الشطب من السجل التجاري وإغلاق الموقع نهائياً، أما الأشخاص الطبيعيون أو المعنويين الذين يزاولون نشاط تجاري عبر الأنترنت دون سجل إلكتروني يتم تعليق موقعهم إلى غاية تسوية وضعيتهم، كما يضاعف مبلغ الغرامة في حال تكرار نفس الجريمة خلال المدة لا تتجاوز 12 شهراً من تاريخ العقوبة السابقة.

المطلب الثالث: التعديت الأساسية للتجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل قانون

رقم 18-5:

حاول المشرع الجزائري تشريع قانون جديد متعلق بالتجارة الإلكترونية في الجريدة الرسمية الصادرة في 16 ماي 2018 والذي طالما انتظره للتسويق عبر الأنترنت إلا أن هناك جملة من التحديات التي تواجه تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر تتمثل في:

1- التعديت التقنية:

فبالرغم من ارتفاع نسبة مستخدمي الأنترنت في الجزائر سنة 2018 والذي وصل إلى حوالي 21 مليون مستخدم لتحل الجزائر بذلك المرتبة 88 في العالم والرابعة عربياً

إلا أن حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر جد ضعيف مقارنة بالدول العربية وهذا راجع لمجموعة من العراقيل والتحديات التي تحول دون ازدهارها من أهمها:⁽¹⁾

تطرق المشرع في مواده الأولى إلى طبيعة السلع والخدمات الممنوع بيعها عبر الأنترنت بشكل قطعي بحكم أعراف المجتمع الجزائري ثم عاد ليشرح الممارسات التجارية حيث أن كل عملية تجارية إلكترونية توثق بعقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني، وهذا العقد الإلكتروني هو نفسه العقد بمفهوم قانون 23 جوان 2004، حيث ينشأ هذا العقد عندما يكون أحد أطرافه شخصا طبيعيا أو معنويا متمتعا بالشخصية الجزائرية أو مقيما إقامة شرعية في الجزائر، سواء كانت المعاملات التجارية الإلكترونية وطنية أو عابرة للحدود يجب حفظ سجلاتها وإرسالها الإلكترونية إلى المركز الوطني للإحصاء، ويجب أن يتضمن العقد الإلكتروني كل الخصائص التفصيلية عن السلع والخدمات وكيفيات التسليم وشروط فسخ العقد وكيفيات الدفع وخدمات ما بعد البيع يصبح المورد الإلكتروني مسؤول أمام المستهلك بإرسال نسخة من العقد له لذي يترتب عنه إعداد فاتورة، كما يمكن للمستهلك أن يطلب فاتورة ورقية.

- الدفع في المعاملات الإلكترونية:

فيما يخص الدفع نقد نص القانون 18 - 5 في مواده 27، 28، 29 على أن يتم من خلال منصات الدفع الإلكتروني المنشأة والتابعة لبنك الجزائر وبريد الجزائر سواء تمت المعاملة داخليا، ويضيف ضرورة تأمين اتصال الموقع الإلكتروني لموفر الخدمة الإلكتروني بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الإلكترونية.

- الإشهار الإلكتروني: لم يغفل المشرع الجزائري عن وسيلة الاتصال والخاصة بالإشهار الإلكتروني الذي أوجب أن تكون محددة وواضحة ولا تخل بالأداب العامة، كما يلتزم المورد الإلكتروني بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية يؤكد من

(1) PDF مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18-5 المرجع نفسه، ص 19.

خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه وفي حالة النزاع ينبغي للمورد الإلكتروني أن يثبت أن إرسال الإشهارات الإلكترونية خضع للموافقة المسبقة والحررة.⁽¹⁾

1- السوق الإشهاري في الجزائر لازال في بداياته كون العديد من المؤسسات لا تتبنى تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

2- أول ما يؤكد تأخر الزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة بشكل مباشر على الأقل على الأنترنت.

3- فرغم تحقيق سوق مستخدمي الانترنت لمعدلات نمو من سنة الى أخرى ال تزال هذه المعدلات متدنية ، وان من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مشتركى الانترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على الافراد أو الشركات.

4- تعاني الجزائر من ضعف كبير في انتاج السلع و الخدمات المتصلة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال، بالإضافة الى ضعف القاعدة البشرية التي تستند اليها صناعة المعلومات ، و صعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في اطار الوتيرة المتسارعة الابتكارات التكنولوجية.

5- انتشار ظاهرة الامية المعلوماتية نتيجة ضعف مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال ومنثم عملية الشراء عبر الأنترنت.

6- الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون وسائل الدفع الالكترونى نسبي مستحيل فبطاقات الدفع المصدرة من طرف البنك الجزائر وبريد الجزائر لم ترقى بعد إلى مستوى الدولي بدليل أن معظم البنوك لم تشرع في اعطاء طابع الدولية لبطاقتها، ومن جهة أخرى عزوف الكثير من المتعاملين استخدام هذه البطاقات ولجو عم لعملية الدفع نقدا في مختلف معاملاتهم التجارية.

(1) PDF مواقع التجارة الإلكترونية وفق مقتضيات قانون رقم 18 - 5 المرجع السابق، ص 19.

7- بالرغم من وجود سلطة الضبط في قطاع البريد في الجزائر إلا أن السوق السوداء والموازية لازالت موجودة في الجزائر.

2- التحديات التشريعية التي يشير لها قانون التجارة الالكترونية رقم 18-05:

لقد تم سن تشريعات وقوانين دولية لإلزام القائمين على التجارة الالكترونية بالخضوع للقوانين الضريبية وفقا لمصدر وقيمة الدخل ومكان الإقامة، وتبقى هذه القوانين تواجه بعض التحديات مثل صعوبة تحديد هوية مستخدمي التجارة الالكترونية وعدم امكانية تعقب الصفقات التجارية التي يتم اقامتها عن طريق وسائط إلكترونية هذا وإن موضوع فرض الضرائب على التجارة الالكترونية ينظر إليه من وجهتي نظر مختلفتين الأولى ترى أن اخضاع الصفقات الالكترونية إلى ضرائب يعد كبحا للتطور التكنولوجي، في حين ترى وجهة نظر ثانية أن الاعفاء الضريبي للمعاملات التجارية الالكترونية يؤدي حتما إلى حرمان خزينة الدولة من إيرادات مهمة، لكن يبقى فرض الضريبة على الممتهين للتجارة بمختلف أنواعها وأساليبها وطرقها توجهها عالميا لتحقيق العدالة الضريبية، فهو يصب في مصلحة اقتصاديات الدول كما أنه يظهر عدالة بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية خاصة في ظل مؤشرات التي تظهر ازدياد حجم التجارة الالكترونية في العالم حيث أن مبيعات التجارة الالكترونية حول العالم تصل إلى معدل سنوي بقيمة 25.3 تريليون دولار.

وعلى هذا الأساس فمسألة فرض الضرائب على التجارة الالكترونية في الجزائر تمثل تحديا كبيرا بالنسبة للمشرع الجزائري في القانون الأخير، إذ لم يوضح طريقة ول كيفية فرضها، وهذا ما يؤدي إلى اختلال مبادئ الضريبة وهو العدالة في كون بعض السلع يتم تداولها عبر شبكة الانترنت لا تمر عبر الحواجز الجمركية العادية على خلاف التجارة التقليدية، فالمشرع الجزائري في القانون رقم 18-05 أغفل كليا عن وضع ضوابط جبائية تتلاءم مع تطور تقنيات المعلومات والاتصال لتتطال الضريبة معاملات

التجارة الالكترونية، فالضريبة بصفة عامة تصرف بأنها اقتطاع نقدي جبري تفرضه الدولة على مكلفين وفقا لقدراتهم وبلا مقابل وذلك لتغطية الأعباء.(1)

ويسري هذا التعريف في مضمونه على الواقع الرقمي والافتراضي وما تعبر هو شكل الإدارة الضريبة فقط الذي يتوجب عليها تحديث نظامها إلى نظام ضريبي إلكتروني وعلى هذا فهناك فرق بين كل من ضريبة إلكترونية والضريبة على التجارة الإلكترونية فالأولى لدى مفرزات الحكومة الإلكترونية أي تحصيل الضرائب بطريقة الإلكترونية بعدما كانت تدافع نقدا من حيث الثانية تثير إشكال من قوانين تنظيم قدرة وكفاءة الأداء الضريبي في تحصيل الضرائب على دعائم التجارية التي تتم عبر الأنترنت وعلى هذا فـ قانون 18 - 5 المتعلق بالتجارة الإلكترونية يثير الكثير من التساؤلات حول دعائم للصفقات الرقمية حيث تبقى مشكلة لتهرب الضريبي قائمة فالحكومات إن لم تفرض ضرائب على التجارة الإلكترونية فإن مسلكون سيخاطرون بتحويل مشترياتهم إلا الفضاء الإلكتروني وما سيعمل على تقليص حصة الدولة حتى جباية الضرائب، بالإضافة إلى تحويل التجار الجزء الكبير من مبيعاتهم عبر الأنترنت للتهرب من دفع الضرائب ففرض الضريبة على التجارة التقليدية وإعفاء للتجارة الإلكترونية يكـد إخلال بمبدأ العدالة، فالتقدم الهائل في التجارة الإلكترونية لا تنحصر آثاره فقط في زيادة للرفاهية لدى الأفراد ولكن أيضا يمثل إيرادات هامة للدول، إذا أُقنت طرق تحصيلها الجبائي وهذا ما تجاهله المشرع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية 18 - 5.(2)

(1) PDF مواقع التجارة الإلكترونية وفق مقتضيات قانون رقم 18 - 5 المرجع السابق، ص 20.

(2) PDF مواقع التجارة الإلكترونية وفق مقتضيات قانون رقم 18 - 5 المرجع نفسه، ص 20 - 21.

الفصل الثاني

واقع وتأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: واقع تحديات التجارة الإلكترونية ظل تداعيات جائحة كورونا.
المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر في الواقع وحتمية التطور في ظل تداعيات جائحة كورونا.

الفرع الأول: التعريف بجائحة كورونا:

تمثل فيروسات كورونا فصيلة كبيرة من الفيروسات التي تسبب أمراض متنوعة للإنسان كالزكام (نزلات البرد العادية) ومتلازمة كورونا الشرق الأوسط التنفسي ومتلازمة الالتهاب الرئوي الماء والوخيم، ويعد فيروس كورونا المستجد سلالة جديدة لم يسبق تحديدها أو إصابتها للبشر من قبل، وقد أعلنت اللجنة الأدوية لتصنيف الفيروسات تسمية فيروس كورونا 2 السبب ملازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم رسميا للفيروس في 11 فيفري 2020 واختير هذا الاسم بارتباط الفيروس جينيا بفيروس كورونا الذي سبب متلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم في عام 2003 وأعلنت اللجنة والمنظمة الصحة الدولية أن كوفيد 19 هو الاسم الرسمي لهذه المرض الجديد الذي يسببه هذا الفيروس.

الفرع الثاني: ظهور فيروس كورونا وأهم التدابير المتخذة.

لم تكن الجزائري في منأى عن انتشار عدوى فيروس كورونا المستجد بحيث أعلنت وزارة الصحة وإصلاح المستشفيات عن تسجيل أو إصابة بهذا الفيروس يوم 25 فيفري 2020 لإيطالي تم ترحيله إلى بلاده كما تم اعتبار ولاية البليدة بؤرة لهذا الوباء بعد انتشاره فيها بسرعة كبيرة.⁽¹⁾

ولقد تنوعت التدابير المتخذة من قبل الحكومة الجزائرية لمواجهة فيروس كورونا المستجد قرارات صادرة عن المجلس الأعلى بالأمن ومراسيم تنفيذية موقفة من قبل الوزير الأول، إلى جانب تعليمات خاصة بكل قطاع من ذلك توقيف الدراسة في المدارس والجامعات وغلق كل هذه المرافق وكذلك بالنسبة للمؤسسات التكوينية المهني وغيرها القطاعات التي تستدعي توجدها مكثفا للمواطنين وما إن بدأت عدوى فيروس كوفيد 19 في

(1) المجلد 21 العدد 1 السنة 2021 ص 339-356، كورونا (كوفيد 19) سليمان حسين، جامعة بومرداس، الجزائر، ص 346.

الانتشار حتى عقد رئيس جمهورية بتاريخ 23 مارس 2020 اجتماعا للمجلس الأعلى للأمن الذي يعد من الهيئات الاستشارية في الجزائر وفق نص المادة 197 من الدستور.

تقرر خلاله فرض الحجر الكلي بولاية البليدة طيلة عشر أيام وحظر التجوال بالعاصمة من الساعة مساء إلى الساعة من إلى صباح يوم الغد ومنع التجمعات لأكثر من شخصين عبر كافة التراب الوطني مع احترام مسافة الأمان المقدره بـ متر واحد على الأقل، كما تقرر تعليق نشاط سيارات الأجرة عبر كامل التراب الوطني، وقد تم توسيع إجراءات الحجر الجزئي إلى الولايات التسع التالية (باتنة، تيزي وزو، سطيف، قسنطينة، المدية، وهران، بومرداس، الوادي، وتيبازة) على أن يطبق هذا الإجراء ابتداء من 26 مارس 2020 ومع توالي الأحداث وتطور الإصابات تم توسيع إجراءات الحجر الجزئي ابتداء من 5 أبريل 2020 على 38 ولاية جديدة وتحديد حجم الساعي ليصبح مطبقا من الساعة الثالثة بعد الظهر إلى ساعة الساعة صباحا بالنسبة للولايات لتسع السابقة.

المطلب الثاني: واقع التجارة الإلكترونية قبل ظهور كورونا (كوفيد 19).

كان استخدام التجارة الإلكترونية قبل ظهور الجائحة يتسارع بخطى ثابتة، لكن الجائحة عملت على الزيادة من وتيرة هذا النمو ومن سيتم التطرق إلى واقع هذه التجارة بصفة عامة حول العالم تم بصفة خاصة في الجزائر وذلك قبل جائحة كورونا.

الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في العالم قبل ظهور كورونا.

من خلال تتبع تطور التجارة الإلكترونية العالمية يتضح جليا نمو هذا القطاع المهم عاما بعد عام حيث بلغت ما يقارب 4 تويلونات دولار بالعالم سنة 2018 منها 30 21 مليار دولار خلال تجارة التجزئة الإلكترونية بحسب منظمة التجارة الإلكترونية ويزداد حجم التجارة الإلكترونية بمعدل 11 تقريبا سنويا.

ويرى جزاء مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (أونكتاد) أن معظم أنماط التجارة الإلكترونية تتم بين الشركات إلى المستهلكين، وتتركز في منطقة آسيا بنسبة 44% وتعتبر قارة أوروبا الأعلى إنفاقا لكل متسوق إلكتروني وي ذلك إلى نسبة المرتفعة للاستخدام بالإنترنت وأكد الخبراء أن ما بين 60 و80% من المتسوقين عبر شبكات الأنترنت هم سكان الدول المتقدمة اقتصاديا، يليهم المستهلكون من دول ذات اقتصادات المتوسطة في

حين يمثل المتسوقون من الدول الأكثر فقرا في العالم نسبة 2% فقط حيث أن عدد الشركات التي تكمل في هذا المجال لا يقل من مليوني شركة حول العالم بالإضافة إلى شركات أجنبية، وعلى عموم فإن غالبية تلك الشركات تنكز في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وكندا بحوالي 13 مليون شركة.

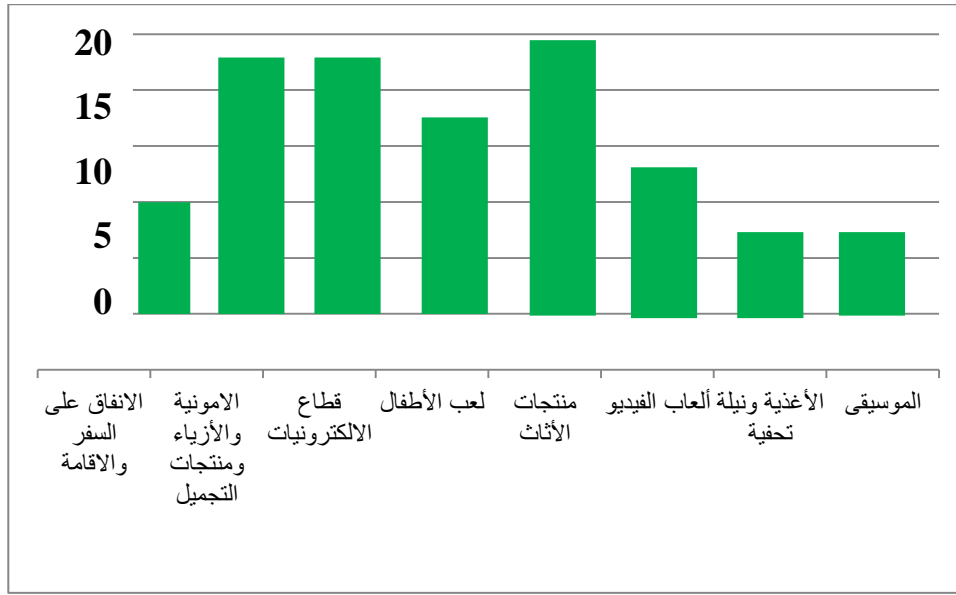
ويمكن الوقوف على أنواع المنتجات التي تتم الإنفاق عليها من خلال سوق التجارة الإلكترونية لعام 2019 من خلال الجدول التالي:

الجدول 1: المنتجات التي يتم الاتفاق عليها من خلال سوق التجارة الإلكترونية لعام 2019 (مليار دولار):

أنواع المنتجات	القيمة	معدل النمو %
الاتفاق على السفر والاقامة	111.9	7.9
الامونية والأزياء ومنتجات التجميل	620.1	18
قطاع الإلكترونيات	456.9	18
لعب الأطفال	383.2	16
منتجات الأثاث	316.7	13
ألعاب الفيديو	83.15	4.9
الأغذية ونيلة تحفية	168.8	13
الموسيقى	13.59	4.8

من خلال تطرقنا للجدول أعلاه نلاحظ أغلبية التجارة الإلكترونية العالمية متمركزة أساسا في تجارة منتجات والإلكترونيك، والموضة والأزياء حيث شهدت معدلا لنمو أقل من 19 إلى 18 خلال سنة 2019 تليها لعب الأطفال والأغذية من 16 إلى 13 وبدرجة أقل من 8 لقطاعات السفر، ألعاب الفيديو والموسيقى والملاحظ أن هذه التجارة لا تشمل كل قطاعات من جهة وهو ما يعطينا رؤية واضحة بعدم سيطرتها على كل القطاعات، كما يعطينا من جهة أخرى حجم المعاملات المعتبر بالنسبة للقطاعات التي تنتهج استخدام تكنولوجيا المعلومات في تعزيز التجارة.

الشكل 1: نمو سوق التجارة الإلكترونية لعام 2019:



الفرع الثاني: واقع التجارة الإلكترونية قبل ظهور كورونا (كوفيد 19).

في ظل مساعي الجزائر بالانضمام للمنظمة العالمية للتجارة فقد سعت إلى توفير البنى التحتية الأساسية واللازمة لممارسة التجارة الإلكترونية من خلال قيامها بتكييف الإطار القانوني والتنظيمي ل التقدم والتطور التكنولوجي، بغرض الاستفادة من التكنولوجيا المتطورة وسرعة اندماج في الاقتصاد العالمي، بما يساهم في تنشيط الاقتصاد الجزائري.

ولقد مر قانون قطاع البريد والتكنولوجيات الإعلام والاتصال في الجزائر بمرحلتين أساسيتين:

- مرحلة الاحتكار المنصوص عليها في الأمر 75- 89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 المتضمن قانون البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية حيث كانت الدولة الممول المباشر والوحيد لنشاطات لمواصلات السلكية واللاسلكية.

- مرحلة فتح المنافسة التي شرع فيها بمقتضى القانون 2000- 3 المؤرخ في 5 أوت 2000 الذي نص على إدخال آليات السوق في قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال:

من أجل الوقوف على وضع التجارة الإلكترونية في الجزائر سنعتمد على تقرير منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية الخاص بمؤشر التجارة الإلكترونية في العالم الذي يقيس جاهزية لدول اقتصاديا للاستفادة من التسوق عبر الأنترنت من خلال أربع مؤشرات فرعية: معدل انتشار استخدام الأنترنت وهو ما يشير إلى شمول البنية التحتية الإلكترونية، انتشار الحسابات الإلكترونية وبطاقات الدفع للمواطنين الذي تتجاوز أعمارهم 15 سنة، توافر خوادم آمنة للاستخدام الحسابات وبطاقات الدفع وتأمين الإرسالات الإلكترونية وللجدول الموالي يعرض ترتيب الجزائر في هذا المؤشر خلال الفترة 2016 - 2012 مقارنة مع الدول المختارة.

الجدول 2: ترتيب الجزائر في مؤشر التجارة الإلكترونية خلال الفترة 2016-2019 مقارنة مع بعض الدول العربية:

الترتيب 2019	الترتيب 2018	الترتيب 2017	الترتيب 2016	البلد
107	111	97	95	الجزائر
47	60	58	26	قطر
95	81	85	79	المغرب
70	69	79	73	تونس
49	52	46	56	السعودية
87	73	75	62	الأردن
102	113	116	82	مصر

من خلال الجدول يتجلى هنا أن وضع التجارة الإلكترونية في الجزائر لازال بعيدا عن التطلعات والإمكانيات الفعلية التي تتوفر عليها خاصة إذا ما قارنا مع دول لا تمتلك المقومات التي تملكها الجزائر لكن رغم ذلك فقد استطاعت تطوير التجارة من خلال الاعتماد على الرقمنة في تسوية مختلف المعاملات التجارية حيث يلاحظ تذييل الجزائر في الترتيب ليس فقط بالمقارنة مع الدول ذات الاقتصاديات القوية بل حتى مع مثيلاتها من الدول السائرة في طريق النمو وبالأخص الدول العربية التي تشابه معها في العديد من المقومات والإمكانيات المادية والبشرية وكذا الدول التي تتشارك معها في الحدود الجغرافية

مثل تونس والمغرب، وبذلك فإنه على الرغم من كل الجهود المبذولة فبظل القطاع دون المستوى المطلوب.

المطلب الثالث: واقع التجارة الإلكترونية بعد ظهور كورونا.

بعد عرضنا في العنوان السابق لوضعية التجارة الإلكترونية قبل ظهور جائحة كورونا سوف نعرض في هذا العنصر واقع التجارة بعد أن عصف كوفيد 19 بكل دول العلم.

الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في العالم بعد ظهور كورونا.

لقد أكدت الجائحة أن التجارة الإلكترونية يمكن أن تكون أداة وحل مهم للمستهلكين في أوقات الأزمات وأنها الحل الاقتصادي الفعّل وقد أشارت منظمة الجارة العالمية إلى هذا هو الوقت المناسب للتجارة الإلكترونية لإنقاذ الاقتصاد العالمي والتدخل بقوة وحيوية لإبراز أهميتها في مجال التجارة والتسوق عبر الأنترنت، فقد أصبحت أسهم التجارة التقليدية منقلبة في انخفاض ملحوظ بسبب انتشار الفيروس، وسيكون هذا سببا قويا لتحرك تجار الأسواق التقليدية نحو التجارة عبر الأنترنت حفاظا على باتي أسسها ومجالها التجاري ونجاحها في السوق.

وأدى ارتفاع الكبير في التجارة الإلكترونية وسط قيود الحركة الناجمة عن فيروس كورونا المستجد إلى زيادة حصة مبيعات التجزئة عبر الأنترنت وفقا لتقرير صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية نشر يوم 3 ماي 2021، ويقول التقرير أن إجمالي مبيعات التجزئة ارتفع من 16% إلى 19% في عام 2020 والأمم المتحدة 2021.

وكشف مؤشر التسوق العالمي للربع الأول من عام 2020 والذي يتناول بيانات وأنشطة ما يزيد عن مليار متسوق حول العالم عن تغيير في سلوكيات الشراء حول العالم، وذلك تأثيرا بانتشار جائحة فيروس كورونا وإقدام العملاء على شراء المنتجات خلال التزامهم بالبقاء في المنازل.

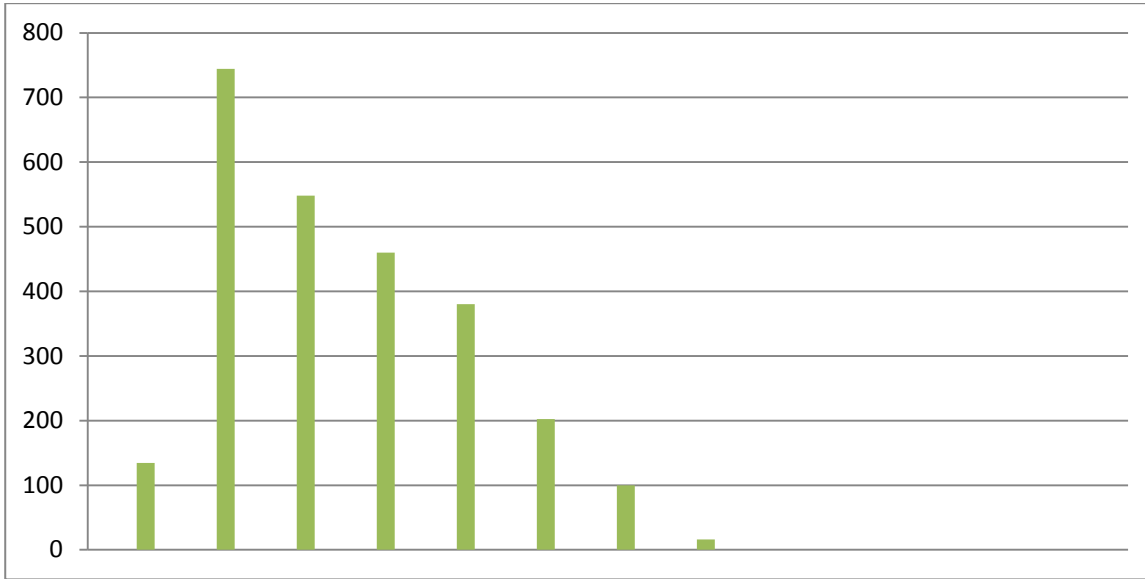
الجدول 3: المنتجات التي يتم الإنفاق عليها من خلال صوت التجارة الإلكترونية لعام 2020 (مليار دولار):

أنواع المنتجات	القيمة
إنفاق على السفر والإقامة	134.28
الموضة والأزياء ومنتجات التجميل	744.12
قطاع الإلكترونيات	548.28
لعب الأطفال	459.82
منتجات الأثاث	380.04
الأغذية والعناية الشخصية	202.56
ألعاب الفيديو	99.78
موسيقى	16.30

ويمكن إبراز أهم الاستنتاجات التي بينها هذا المؤشر في:

ارتفاع الطلب على التجارة الإلكترونية: حيث سجلت مبيعات التجارة الإلكترونية نمواً بمعدل 20 في الربع الأول من عام 2020 مقارنة بمعدل 12 في الفترة ذاتها من عام 2019 تضمن ذلك زيادة عدد زوال المواقع بمعدل 16 وزيادة في إنفاق المتسوقين بمعدل 4 ومن المتوقع استمرار هذا التوجه للنمو مع تركيز الشركات أكثر على التجارة الإلكترونية.

الشكل 2: المنتجات التي يتم الإنفاق عليها من خلال سوق التجارة الإلكترونية لعام 2020:



تحول مشتريات السلع الرئيسية إلى التسوق الرقمي: أدت قرارات حظر التجول وسياسيات التباعد الاجتماعي والتزام المنازل إلى زيادة للطلب على العديد من المنتجات والسلع الرئيسية عبر متاجر التسوق الرقمي والتجارة الإلكترونية، مثل منتجات المواد الغذائية وعناية التنمية، والمنتجات الطبية والعديد غيره، مع التزام السكان حول العالم بالبقاء في منازلهم في الفترة ما بين 10 وحتى 20 مارس سجلت مبيعات هذه السلع الرئيسية ارتفاعاً بمعدل 200% وحافظت على ارتفاعها في الربع الأول من العام.

المتسوقون في مناطق انتشار كورونا يلجؤون إلى القوات الرقمية للحصول على السلع الأساسية: شهدت الفترة م بين 10 مارس إلى 20 مارس ارتفاعاً في حجم الإنفاق على التسوق الإلكتروني لشراء السلع الأساسية في منطقة نيويورك بمعدل 158 أما في كاليفورنيا فقد زاد بمعدل 230% ووصل في ولاية واشنطن إلى 157% وذلك خلال الفترة ذاتها من السنة.

طفرة في المبيعات الإلكترونية للسلع المنزلية وملابس الأنشطة الرياضية والألعاب: استمر المتسوقون في شراء عدد من السلع غير الأساسية أثناء توسعهم لعدد من السلع الأساسية، فشهدت إيرادات المبيعات الرقمية نمواً بمعدل 51% إضافة المنتجات المنزلية،

وزيادة سنوية تصل إلى 31% لملابس الأنشطة وزيادة سنوية بمعدل 34% لمنتجات التسالي والألعاب وذلك لسهولة الوصول لمنتجات أخرى أثناء البحث من منتج معين.

الفرع الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بعد ظهور كورونا (كوفيد 19).

حسب التقرير السنوي الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية تقدمت الجزائر بـ 27 مرتبة على الصعيد العالمي في مجال التجارة الإلكترونية، وأستار التقارير الجزائرية تعد من بين الدول الأربعة التي حققت أكثر تقدم على الصعيد العالمي، وهذا رفقة كل من برازيل والتي تقدمت بـ 10 مراتب، غانا والتي تقدمت بـ 20 مرتبة جمهورية لاوس والتي تقدمت بـ 11 مرتبة، بسبب التحسينات الكبيرة في الموثوقية البريدية UNCTAD2021.

وأشار آخر تقرير للموقع الإلكتروني " داتاربيورتال DATARERORTAL المختص في الإحصائيات المتعلقة بأنترنت الهاتف الثابت والنقل في العالم أن عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر ارتفع بـ 6,3 مليون في ظرف سنة منتقلا بذلك إلى 26.35 مليون مستخدم، وأبرز التقرير أن الجزائر أخصت إلى غاية 31 جانفي الفارط 26.35 مليون مستخدم ما يمثل زيادة تقدر بـ 3.6 مليون مستخدم 16 منذ جانفي 2020 وكالة الأنباء الجزائرية 2021.

ولقد قامت الجزائر في هذا الإطار بجملة من الإجراءات التي تم اتخاذها في سبيل التصدي لتأثيرات جائحة كورونا والمتمثلة في: التوزيع المجاني لنصائيات الدفع الإلكتروني (TPE) مع توفير خدمة المرافقة والصيانة المقدمة للنجار المصرح لهم بمزاولة أنشطتهم خلال فترة الحجر الصحي، على سبيل المساهمة في استراتيجية الحكومة الرامية لتعميم وسائل الدفع الإلكتروني والاندماج الحالي وتأمين مرونة المعاملات بين المتعاملين الاقتصاديين.

- تم توزيع 3840433 بطاقة ذهبية خلال سنة 2020 بزيادة قدرها 335.45% مقارنة بسنة 2019 التي شهدت توزيع 881947 بطاقة.

- عرفت خاصية الدفع عبر الأنترنت عبر منصة بريد الجزائر زيادة من حيث عدد العمليات، فقد تم تسجيل معدل نمو يقر 487 حيث تم تسجيل 3939623 خلال سنة 2020 مقارنة بنسبة 2019 التي سجلت 671199 عملية.

المبحث الثاني: تأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: تأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية حول العالم.

ضربت جائحة كورونا كافة قطاعات الاقتصاد لكافة الدول العربية والأجنبية موجة ضربات موجعة للتجارة العالمية لذلك صنف فيروس كورونا قوة قاهرة، فقررت حالة لطوارئ على أثره في أغلب دول العالم وحضرت التجول الأشخاص منعا للتراحم والاختلاط تجنباً للانتقال العدوي، كما أغلقت لذات السبب الأسواق والمطارات والموانئ... إلخ، مما أدى إلى توقف الحركة التجارية عملياتها (الشحن والنقل والتفريغ) باستناد استقبال المستلزمات للطبية، مما نتج عنه ازدهار الأسواق الإلكترونية التي استفادت من احتيال الأفراد حول العالم على مواقع وتطبيقات السوق الشبكي عبر الأنترنت بسبب إجراءات الحجر والمنع، فقبل ظهور فيروس كورونا، الإحصائيات تشير إلى نمو لحركة التجارة الإلكترونية بنسبة 25% سنوياً في دول المنطقة العربية لتتجاوز 28 مليار دولار حتى نهاية العالم وسط توقعات بأن يصل الإنفاق العالمي على التجارة الإلكترونية إلى نحو 3.5 تريليون دولار في نهاية 2020 أي بارتفاع 18% عن الأرقام المحققة خلال العالم 2019 بناء على هذا الانتشار الكبير الذي شهدته التجارة الإلكترونية خلال العامين الماضيين، فإن التقديرات تشير إلى أن حجم التجارة الإلكترونية سيصل إلى 28.5 مليار دولار بحلول العام 2022.⁽¹⁾

لتدخل التجارة الإلكترونية فترة محورية في المنطقة وتشكل فرصة مهمة للمستهلكين والشركات والمستثمرين.

خلال فترة الجائحة أصبح الفكر الاقتصادي يتوجه نحو التسوق الإلكتروني وهو حالة التخبط وانعدام الشفافية في التأويل حول كيفية انتقال العدوى لتنتقل من خلال الرذاذ عبر الهواء أو بلامسة الأسطح الخارجية كالعملات التقليدية النقدية والورقية، إذا أعلنت منظمة الصحة العالمية في نهاية شهر يناير 2020 عن تفشي الفيروس الت، كوفيد 19 مصنفة إياه حالة الطوارئ صحية عامة تثير قلق دولياً، ثم عادت لتعلنه في 11 مارس 2020 جائحة عالمية، داعية دول العالم للاتحاد والتعاون في مواجهة والحد من انتشاره،

(1) د، دالي بشير، واقع التجارة الإلكترونية في جائحة كورونا، مجلة الدراسات الحقوقية، المجلد 8 العدد 2 سنة 2020 ص 476.

الأمر الذي أسهم في عزوف الكثير من المستهلكين عن التعامل المباشر مع المتاجر والمحلات واتجهوا لشراء الإلكتروني ودفع ثمن السلع المشتريات الوسائل الإلكترونية أو العملة الرقمية، متجنبين العملات النقدية الورقية أو معدنية، خاصة بعد صدور تقرير بأنها تبقى حاملة للفيروس لعدة أيام وتسبب في نقل العدوى والإصابة بفيروس كوفيد 19 فقد حذرت منظمة الصحة العالمية من أن النقود الورقية قد تسهم في انتشار فيروس كورونا المستجد "كوفيد 19" ما أدى إلى التحول الكبير 26 من المستهلكين يفضلون تجنب استخدام النقود الورقية منذ تفضي الجائحة، ما تسبب في نهاية المطاف في تراجع المعاملات النقدية والاتجاه نحو عمليات الدفع غير التلامسي التي تتضمن منع نقشي الوباء.

تعد التدابير وإعلان حالة الطوارئ للحد من انتشار فيروس كورونا الفضل في نمو التجارة الإلكترونية حول دول العالم عربية كانت أم أجنبية، والتزمت العديد من ال على إبرام تعاقدها إلكترونيا والعديد من الأجانب على التزام باعث⁽¹⁾ على عملية شراء الإلكتروني، إذ وفي دوره الوباء انتشرت الإحصائيات إلى أن الاقبال على المنتجات الصحية ارتفع بسرعة الرق أبرزها كان ارتفاع أسهم المبيعات للأقنعة والكمادات بنسبة 590% والقفازات بنسبة 151% والصابون اليد وصل إلى 33% من الارتفاع، وكان نصيب الأسد من هذه الارتفاعات هو موقع amazon الذي وبرغم فرض الاجراءات الاحترافية كان يبحث عن 100000 موظف بدوام جزئي للعمل في جميع أنحاء العالم، وذلك لمواجهة الاقبال الكبير جدا على المتاجر الالكترونية والطلب المتزايد على الأسواق عن طريق الأنترنت.

(وهو ما يؤكد النمو المتزايد للتجارة الالكترونية نتيجة لجائحة كورونا إذ تشير لتوقعات إلى نمو التجارة الالكترونية بنسبة 56% في العام 2020 المنصرم بينما نمت التجارة التقليدية بنسبة 2% من نفس الفترة الزمنية).

المطلب الثاني: تأثير فيروس كورونا على التجارة الالكترونية في الجزائر.

اهتم المشرع الجزائري في الفترة الأخيرة بسن قوانين لمكافحة وباء كورونا ولحمية الأفراد من الجائحة وحماية التجارة الالكترونية، وذلك من خلال صدور قانون رقم 18-

(1) د، دالي بشير، المرجع السابق، ص 477.

05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق لـ 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والمرسوم التنفيذي رقم 20-69 المؤرخ في 26 رجب عام 1441 الموافق لـ 21 مارس 2020 والمتعلق بتدابير الوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد19) ومكافحته، ويهدف هذا المرسوم إلى تحديد تدابير تكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد19)⁽¹⁾ ومكافحته والمرسوم التنفيذي رقم 20-60 المؤرخ في 26 رجب عام 1441 الموافق 21 مارس 2020 والمتعلق بتدابير الوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد19) ومكافحته، ويهدف هذا المرسوم إلى تحديد تدابير تكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد19) ومكافحته، كما ترمي هذه التدابير التكميلية إلى وضع أنظمة للحجر وتقييد الحركة، وتأطير الأنشطة التجارية وتموين المواطنين وقواعد التباعد وكذا كفاءات تعبئة المواطنين لمساهماتهم في الجهد الوطني للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد19) ومكافحته.

وطبقا للمادة 06 من القانون رقم 15-05 تعرف التجارة الإلكترونية بأنها النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية.⁽²⁾

المطلب الثالث: معوقات التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا.

تعرقل التجارة الإلكترونية صعوبات تنحصر في مجال تطبيق القانون وصعوبات أخرى تقنية تعرقل ممارستها من الناحية العملية، ومن الناحية القانونية نجد أن تعاملات التجارة الإلكترونية مرتبطة بالقانون الدولي المناسب فهي تمارس عبر شبكة الانترنت، الأمر الذي يجعل مكان الأبرام أو التصرف غير محدد كونه ثم خارج حدود الدولة، وأنه غالبا ما يشتمل على عنصر أجنبي وهو ما يمكن تطبيق قواعد تحديد الاختصاص القضائي الدولي والقانون وجب التطبيق ناهيك عن معوقات التقنية وهو ما نوجزه من خلال البنود الآتية.⁽³⁾

(1) دالي بشير، المرجع السابق، ص 478.

(2) المرجع نفسه، ص 479.

(3) المرجع نفسه، ص 485.

الفرع الأول: معوقات قانونية.

أولاً- المعوقات المرتبطة بتحديد جهة الاختصاص القضائي الدولي:

تتم عمليات التجارة الإلكترونية في البيئة الافتراضية التي لا تعرف بالحدود الجغرافية والسياسية، مما يجعل تطبيق ضوابط تحديد الاختصاص القضائي أمر في غاية الصعوبة، لخلو بعض العقود الإلكترونية من تحديد مكان وبيانات الأطراف المتعاقدة، وهو الأمر الذي يعرقل الاستناد إلى الضوابط المكانية في تحديد الاختصاص القضائي الدولي بشأن المعاملات الإلكترونية.

ثانياً- المعوقات قانونية مرتبطة بتحديد القانون الواجب التطبيق:

بينما في مزايا التجارة الإلكترونية أنها تتميز بصفاتها الدولية وأنها تشمل في الغالب على عنصر أجنبي، مما يثير التساؤل عن القانون الواجب التطبيق على التزام الذي يحصل بشأنها، فضوابط الاسناد التي يعتمد عليها القانون الدولي الخاص في تحديد القانون واجب التطبيق تبدو ملائمة تماما لتطبيق على التجارة الإلكترونية، ويبرز ذلك في عدم القدرة على تحديد المكان الذي يقيم فيه التصرف، أو المكان الذي أرسلت منه رسالة البيانات أو الذي أرسلت إليه حيث أن تحديد ذلك المكان يعد أمراً جوهرياً للأعمال قواعد تنازع القوانين والتي تعتمد بالدرجة الأساس على ضابط الاسناد المعاني.⁽¹⁾

الفرع الثاني: المعوقات التقنية.

أولاً- مشكلة اللغة وضعف الثقة:

يتطلب التعامل بعقود التجارة الإلكترونية أن يعي المستهلك ويتقن جميع اللغات وهذا ما جعل نشاط التجارة الإلكترونية ينحصر خاصة في المنطقة العربية، نظراً لأن معظم مواقع التسوق تتعامل باللغة الانجليزية هذا من جهة ومن جهة أخرى نجد عدم الوعي بوسائل التجارة الإلكترونية كالسداد الإلكتروني وبطاقة الائتمان وفيما يتعلق بضعف الثقة فتتصدر في قلة ثقة المستهلكين في التعامل الإلكتروني وفي الجوانب الآمنة لحماية المعلومات عوامل مسة في ضعف شيوع هذا النمط المستحدث للأنظمة التجارية.

(1) دالي بشير، المرجع السابق، ص 485.

ثانيا- ضعف البنية التقنية للتجارة الإلكترونية وقلة الاهتمام بالمزايا وخصائص الاعلامية والفنية التي تضفي على مواقع الجاذبية وترغب المستهلك في التعاقد الإلكتروني لشراء م يحتاجه.

ثالثا- مخاطر القرصنة وصعوبة اثبات الجريمة الإلكترونية:

تشكل القرصنة خطرا على التعاملات الإلكترونية وارباك في حركة التجارة عبر الانترنت ما يؤثر على سمعة الشركات التجارية، ويعزز الشعور الراضي لدى المستهلك بعدم الشراء عن طريق الانترنت نظرا لإيمانه بعدم توفير حماية كاملة لتعامله عبر التجارة الإلكترونية وامكانية وصول الاختراق لبيانات المستهلك السرية وللکلمة السرية للشركات ومواقعها الإلكترونية وتغييرها أو لسرقة المعلومات وأرقام بطاقات الائتمان من قبل "هكرز" الانترنت.(1)

(1) دالي بشير، المرجع السابق، ص 486.

خاتمة

خاتمة:

لقد أثر تفشي وباء فيروس كورونا المستجد "كوفيد 19" سلبا على كل مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. وكانت له آثار ملموسة على تجارة بشكلها التقليدي والإلكتروني، إذ وجدت التجارة الإلكترونية . إذ وجدت التجارة الإلكترونية ضالتها في الأجواء الحذرة . التي تسببت في تدهور أسهم التجارة الإلكترونية الدولية التقليدية. وازدحت التجارة الإلكترونية في الخيار الصحي الأنسب . وتعد بصيص أمل للتجار الذين هرعوا نحوها للحفاظ على أسهمهم وتواجدهم في الأسواق التجارية في ظل إغلاق كافة المحلات والمجمعات التجارية بسبب الحجر الصحي . ولتسير وصول كافة الشركات في العالم للمستهلكين. فقد شهدت المتاجر الإلكترونية بمختلف دول العالم في ظل استمرار الأزمة الصحية إقبالا كبيرا لشراء المنتجات عبر المواقع والمتاجر الإلكترونية بواسطة شبكة الإنترنت التي اصبح لها دورا هاما في العصر الراهن الذي يشهد ثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات وانخفاض تكلفة الاتصالات . إذ أسهمت شبكة الإنترنت في تغيير وجه عالم التجارة والأعمال وساهمت في تحقيق وتعزيز الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية فقبل أزمة كورونا كان المستهلك يعتمد على مواقع التجارة الإلكترونية بسبب تخفيضات والعروض الكبيرة التي تقدمها على بعض السلع والمنتجات . لكن في الوقت الحالي . فإن فواتير المشتريات غالبا ما تضم أكثر من سلعة . بصرف النظر عن تخفيضات والعروض كما أن الوقت الحالي . فإن فواتير المشتريات غالبا ما تضم أكثر من سلعة . بصرف النظر عن التخفيضات وعروض كما أن الوقت الحالي يعد فرصة مثالية لتنشيط اقدام مواقع التجارة الإلكترونية.

وسط توقعات باستمرار فرض حظر التجول في العديد من دول العالم . بالتالي

سيرتفع الإقبال على مواقعها

وسيكون بقاء للمواقع والشركات التي تقدم منتجات سليمة ومضمونة المصدر وذات جودة عالية

وفي ظل النتائج المتوصل إليها يمكن اقتراح ما يلي

- ضرورة إعادة النظر في مشاريع تكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

يجب العمل على تفعيل ممارسة التجارة الإلكترونية وسن قوانين دولية تحكم التجارة الإلكترونية والخارجية .

العمل على تقليص الفجوة التكنولوجية بين الدول حتى لا يكون هناك عوائق أثناء ممارسة التجارة الإلكترونية.

- لقد تمكنت التجارة الإلكترونية من إحداث نقلة نوعية هائلة على التجارة، وتمكنت من تغيير السلوكيات الشرائية حول العالم، كما تتميز بأنها ذات منفعة تعود على كل من الأفراد والشركات والمجتمع على حد سواء

- كانت التجارة الإلكترونية في حالة نمو قبل ظهور جائحة كورونا إلا أن الجائحة منحها دفعا قويا وتسارعا لم يكون مرتقبا فازدادت مبيعات التجزئة بوتيرة مطردة وباتت تستحوذ على حصة سوقية أوسع من قنوات البيع التقليدية.

- إن وضع التجارة الإلكترونية في الجزائر لا زال بعيدا عن التطلعات والامكانيات الفعلية التي تتوفر عليها خاصة في الفترة التي سبقت جائحة كورونا.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب:

- 1- خالد ممدوح، ابراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي أمام كلية الحقوق الاسكندرية، ت 4143132 سنة 2019، الطبعة الأولى.
- 2- أحمد محمد كامل جبر، أحكام التعامل في بورصة الأوراق المالية التجارة الإلكترونية بطاقة الائتمان، دار الكتب القانونية، مصر الامارات، 2014.
- 3- أحمد بورزق، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النص والتطبيق، ط1، الناشر ألفا للوثائق، نشر استراد وتوزيع كتب، 2020.
- 1- واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون 18- 5.

ثانياً: المجلات

- 1- دالي بشير، واقع التجارة الإلكترونية في جائحة كورونا، مجلة الدراسات الحقوقية، المجلد 8 العدد 2 سنة 2020 .

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

	شكر و عرفان
أ-هـ	مقدمة
الفصل الأول: الاطار النظري للتجارة الالكترونية	
04	المبحث الأول: الاطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية.
04	المطلب الأول: مفهوم التجارة الالكترونية.
04	الفرع الأول: تعريف التجارة الالكترونية.
05	الفرع الثاني: خصائص التجارة الالكترونية.
06	أولاً- اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:
06	ثانياً- عدم امكانية تحديد هوية المتعاقدين:
06	ثالثاً- تسليم المنتجات إلكترونياً:
07	رابعاً- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:
07	خامساً- وجود الوسيط الإلكتروني:
07	سادساً- السرعة في إنجاز الصفقات التجارية:
08	سابعاً- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف:
08	المطلب الثاني: نشأة وأشكال التجارة الالكترونية:
08	الفرع الأول: ظهور التجارة الالكترونية:
09	الفرع الثاني: أشكال التجارة الالكترونية.
09	أولاً- أنواع التجارة الالكترونية:
11	ثانياً- فوائد وسلبيات التجارة الالكترونية:
13	ثالثاً- مزايا التجارة الالكترونية:
15	المبحث الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون 18-05.
15	المطلب الأول: واقع البنى التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر.
25	المطلب الثاني: البنية التشريعية للتجارة الإلكترونية في ظل قانون 18-05.
26	المطلب الثالث: التعديبات الأساسية للتجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل قانون

الفصل الثاني : واقع وتأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية.

32	المبحث الأول: واقع تحديات التجارة الإلكترونية ظل تداعيات جائحة كورونا.
32	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر في الواقع وحتمية التطور في ظل تداعيات جائحة كورونا.
32	الفرع الأول: التعريف بجائحة كورونا:
32	الفرع الثاني: ظهور فيروس كورونا وأهم التدابير المتخذة.
33	المطلب الثاني: واقع التجارة الإلكترونية قبل ظهور كورونا (كوفيد 19).
33	الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في العالم قبل ظهور كورونا.
35	الفرع الثاني: واقع التجارة الإلكترونية قبل ظهور كورونا (كوفيد 19).
37	المطلب الثالث: واقع التجارة الإلكترونية بعد ظهور كورونا.
37	الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في العالم بعد ظهور كورونا.
40	الفرع الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بعد ظهور كورونا (كوفيد 19).
42	المبحث الثاني: تأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية.
42	المطلب الأول: تأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية حول العالم.
43	المطلب الثاني: تأثير فيروس كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر.
44	المطلب الثالث: معوقات التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا.
45	الفرع الأول: معوقات قانونية.
45	أولاً- المعوقات المرتبطة بتحديد جهة الاختصاص القضائي الدولي:
45	ثانياً- المعوقات قانونية مرتبطة بتحديد القانون الواجب التطبيق:
45	الفرع الثاني: المعوقات التقنية.
48	خاتمة
51	قائمة المصادر والمراجع
	فهرس المحتويات