

معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية أمام المؤسسات الناشئة

Obstacles to the application of electronic commerce in front of emerging enterprises

أولال حكيمة إكرام*، المخبر المتوسطي للدراسات القانونية، المركز الجامعي مغنية (الجزائر)، البريد

الإلكتروني hakimaoul13@gmail.com

رحو يامنة يسرى ، المخبر المتوسطي للدراسات القانونية، المركز الجامعي مغنية (الجزائر)، البريد الإلكتروني

Yousarahou1996@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/..../. تاريخ القبول: 2023/..../.

ملخص:

تركّت الثورة المعلوماتية أثرها في مختلف مجالات الحياة، أبرزها المجال التجاري أين أفرزت نوعا جديدا للتجارة المعتمدة كلياً أو جزئياً على التقنية وما صاحبها من إيجابيات والتي كان لها أثر على الشركات بشكل عام والمؤسسات الناشئة بشكل خاص نظراً لما قد توفره التجارة الإلكترونية من انتشار لهذه المؤسسات بزيادة نطاق السوق والاتصال الدائم بينها وبين المستهلكين، إضافة لخفض التكاليف وكذا تفعيل مفهوم المنافسة العادلة، غير أن ازدهار التجارة الإلكترونية وخاصة في الجزائر تعترضه مجموعة من المعوقات التي تحاول الجزائر جاهدة التصدي لها من خلال إيجاد آليات تقنية، اقتصادية، قانونية وأمنية من شأنها تحفيز تطور هذا النوع من التجارة بوتيرة أسرع. الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، المؤسسات الناشئة، معوقات التجارة الإلكترونية.

Abstract:

The technological revolution had left a significant impact on various fields of life, mostly on the commercial one where it produced a new type

of trade that depends entirely on technology and the impact coming along with it on companies in general and in particularly.

This new type of trade known also as e-commerce brought some impressive advantages to both firms and startups and that is because it increases their market shares and provides constant connection between them and their customers. On the other hand, e-commerce it decreases the different costs and encourages the concept of fair competition. However, the prosperity of e-commerce faces some obstacles in Algeria which is trying hard to minimize them through technical, legal and economical mechanisms in order to encourage rapid development of e-commerce.

Key words: e-commerce, startups, obstacles of e-commerce.

1. مقدمة:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من عوامل التطور والازدهار، كما لها دور كبير في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية، حيث وفرت الوسائل الالكترونية خدمات متنوعة ذات إمكانيات متميزة، وإيجاد آليات جديدة للتفاوض وإبرام العقود في إطار ما يسمى بالتجارة الالكترونية التي انتشرت بسرعة في العالم بأسره، كما أتاحت هذه الوسائل للراغبين في التعاقد من خلالها طرق متنوعة للإعلان عن السلع والخدمات، ومن ثم إبرام العقود وتنفيذها دون الحاجة إلى تواجد الأطراف حضريا.

ويعتبر موضوع التجارة الالكترونية اليوم من أكثر المواضيع إثارة للجدل القانوني، وذلك كونها آخر التطورات لموضوعات تقنية المعلومات في وقتنا الحاضر، وهي جزء من منظومة الانترنت المتطورة التي تسعى إلى تسهيل الأعمال والتي تعني القيام بأعمال تجارية عن طريق الانترنت. وقد شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورا هائلا في ميدان التجارة الالكترونية التي صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث حجم التعاملات ونسبة النمو التي تعرف ارتفاعا كبيرا، ومن أهم مقوماتها الخدمات اللوجيستية المتمثلة في النقل والتخزين والتغليف والشحن والتوصيل والتسليم، وهي تمثل ما يعرف بالاقتصاد الرقمي، ورغم ذلك تواجه التجارة الإلكترونية تحديات يجب التعامل معها للوصول إلى نتائج جيدة، خاصة فيم يتعلق بدورها في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة التي تعد القطاع الذي سيدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، والحلول التي يتم الاعتماد عليها للحد من مشكل البطالة. وعليه يمكن طرح الإشكال الآتي:

ماهي الإشكاليات التي تواجهها التجارة الإلكترونية في إطار المؤسسات الناشئة؟

وتتمثل أهمية الدراسة في أنه موضوع يطرح على الساحة الدولية والوطنية، ولهذا يتم معالجة الإشكالية وفقاً لمنهج تحليلي للإحاطة بجميع العناصر الذي يتطلبها الموضوع.

2. الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في المؤسسات الناشئة:

تعتبر المؤسسات الناشئة الوجه الأمثل للمشاريع الصغيرة ذات رأس المال المحدود، وقد انتشرت في الآونة الأخيرة خاصة بين فئات الشباب الذين يحاولون إثبات أفكارهم الخاصة واختراعاتهم، ومع ظهور الثورة الرقمية وشيوعها تغير مفهوم التجارة حتى أصبحت تجارة الكترونية التي تتميز عن أنواع التجارة الأخرى، وأصبح معظم المستثمرين يتعاملون بها، إلا أن محاسنها و خصوصيتها لم تمنع كونها تتعرض لمعوقات تحول دون تحقيق أهدافها، وقبل الخوض في هذه المعوقات وجب التطرق لمفهوم التجارة الإلكترونية والمؤسسات الناشئة وفقاً لما يلي:

1.2 مفهوم التجارة الإلكترونية:

أصبح موضوع التجارة الإلكترونية مهما لدى فقهاء القانون والاقتصاد، إذ انتشرت هذه الأخيرة مع شيوع المعاملات الإلكترونية، وعليه اهتم التشريع الجزائري على غرار التشريعات الأخرى بإنشاء قانون يعنى بتنظيمها، وفي هذا المحور يتم الإحاطة بمفهوم التجارة الإلكترونية

1.1.2 تعريف التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال التعاون الاقتصادي والإداري أو تبادل المعلومات عن طريق تقنيات الاتصال، كما تعرف بأنها استخدام البيئة الرقمية من أجل تبادل مختلف العمليات، وتعرفها المنظمة العالمية للتجارة أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكة الاتصالات". (فاتح، 2016_2017)

الملاحظ أن تعدد التعريفات للتجارة الإلكترونية جعل الإحاطة بمفهوم جامع و شامل صعب، بحيث أن جميع التعريفات جاءت عامة تشمل كافة الأنشطة سواء كانت تجارية أو ثقافية وحتى الإدارية و

الاجتماعية على اعتبار أن استخدام نظم المعلومات لا يقتصر على المجالات التجارية بل يستخدم أيضا في المجال الإداري و الأمني.

على خلاف التشريعات الغربية والعربية فإن المشرع الجزائري شهد تأخرا بالغا في النص على القواعد المتعلقة بالتجارة الالكترونية، حيث صدر القانون رقم 15_04 المتعلق بالتوقيع و التصديق الالكتروني، وعلى الرغم من ذلك أغفل في نصوصه تعريفا للتجارة الالكترونية باعتبار التوقيع الالكتروني أساسها، إلا أنها لم تحظ بالاهتمام اللازم، حتى جاء القانون رقم 18_05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، بحيث عرفت المادة 6 فقرة 1 من ذات القانون التجارة الالكترونية أنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني أو عن طريق الاتصالات الالكترونية".

يستنتج من استقراء المادة 6 السالفة الذكر أنها جاءت على سبيل الحصر في ما يخص المجالات التي اعتبرها المشرع ضمن التجارة الالكترونية.

2.2. خصائص التجارة الالكترونية:

انطلاقا من تعريف التجارة الالكترونية يمكن استنتاج بعض الخصوصية التي تنفرد بها التجارة الالكترونية عن غيرها من النشاطات التجارية بحيث أنها تعتبر:

ذات طابع عالمي نتيجة لتدخل العنصر الأجنبي، إذ أن المعاملات غالبا ما تكون عابرة للقارات وبالتالي يمكن للمواقع و الشركات الالكترونية التغلغل في العالم ولو كانت هذه الأخيرة صغيرة بالنظر إلى الشركات الكبرى.

تميز التجارة الالكترونية بالطابع المتداخل لأنه أصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات مباشرة على الانترنت، وبالتالي يلزم الشركات على إعادة الهيكلة لمواجهة التغيرات التي قد تحدث.

يمكن إتمام الصفقات بدون تبادل المستندات الورقية وبالتالي إمكانية إخفاء الهوية الحقيقية

للمتعاملين. (الحكيم، 2021)

بالرغم من خصوصية التجارة الإلكترونية وأهميتها في تنمية الاقتصاد الوطني و تشجيع الاستثمار خاصة الخارجي منه، فإن لهذه الأخيرة صعوبات كبيرة من بينها تعرض المواقع الإلكترونية الخاصة بالشركات للقرصنة، بالإضافة إلى صعوبة التعامل بهذا النوع من التجارة خاصة بالنظر إلى قلة ثقة المتعاملين بالمستثمر الإلكتروني. ومع كل ذلك يمكن للتجارة الإلكترونية أن تبلغ أعلى المستويات إذا ما تم استغلالها بطريقة حسنة.

2.2 مفهوم المؤسسات الناشئة:

ظهرت المؤسسات الناشئة في الوقت الحالي كنتيجة للمشاريع الصغيرة، اذ تختلف عن الشركات الكبرى فيم يخص التنظيم القانوني ورؤوس الأموال، وفي هذا الصدد يتم التعرف علي تعريف المؤسسات الناشئة و خصائصها:

2.2.1 تعريف المؤسسات الناشئة:

لا يختلف مصطلح المؤسسات الناشئة عن التجارة الإلكترونية من حيث أنه لا يحظى بتعريف موحد، إذ تعددت التعريفات بتعدد منظور الفقهاء لها، بحيث وردت عدة تعريفات فقهية وأخرى قانونية، حيث تعرف المؤسسة الناشئة Startup حسب التعريف الانجليزي :على أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة Startup تتكون من جزأين Start وهو يشير إلى فكرة الانطلاق Up وهو ما يشير لفكرة النمو القوي (سليمة، 2020)، يقوم المؤسسون بتصميم المؤسسات الناشئة لتطوير نماذج أعمال قابلة للتطوير بكل فعالية. (شريعة، 2018)

وعرفها "بول غراهام Paul Graham (في مقاله المشهور حول النمو) growth (على

أنها": شركة صممت لتنمو بسرعة، كونها تأسست حديثا لا يجعل منها شركة ناشئة في حد ذاتها"، كما أنها ليس من الضروري أن تكون الشركات تعمل في مجال التكنولوجيا، وأن تمول من قبل مخاطر أو مغامر (venture funding) ، أو أن يكون لها نوع من خطط الخرج، الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو وأي شيء آخر يرتبط بالشركات الناشئة يتبع النمو فحسبه يكون النمو الجيد بين 5 و 7 أسبوعيا وأحيانا ليصل إلى 10.

تعرف المؤسسة الناشئة على أنها: مشروع تجاري جديد بارز، يهدف إلى تطوير نموذج عمل قابل للتطبيق لتلبية حاجة السوق أو مشكلة معينة لدى العملاء. (صارة، 2021_2022)

2.2.2 خصائص المؤسسات الناشئة:

تتميز المؤسسات الناشئة بأنها أعمالها التجارية تقوم على أفكار رائدة، وإتباع لحاجات السوق بطريقة عصرية وذكية، ومن بين أهم المميزات نذكر منها:

أولاً: مؤسسات حديثة العهد والتكوين: معظم المؤسسات الناشئة نجدها في السوق التجريبية بحيث من المعروف أن تبدأ بأفكار مفترضة من صاحب المشروع وتتميز المؤسسات الناشئة بكونها مؤسسات شابة وياقة وأمامها خياران إما التطور التحول إلى مؤسسات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

ثانياً: شركات أمامها فرصة للنمو التدريجي والمتزايد: من إحدى السمات التي تحدد معنى المؤسسة الناشئة (Start up) هي إمكانية نموها السريع وتوليد إيرادات أسرع بكثير من التكاليف التي تتطلبه للعمل، يعني آخر أن المؤسسة الناشئة هي المؤسسة التي تتمتع بإمكانية الارتقاء بعملها التجاري بسرعة أي زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف.

كنتيجة على ذلك ينمو هامش الأرباح لديها بشكل كبير يبعث على الدهشة، وهذا يعني أن المؤسسات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح اقل لأنها صغيرة، بل على العكس، هي مؤسسات قادرة على توليد أرباح كبيرة جداً

ثالثاً: شركات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها تتميز المؤسسات الناشئة بأنها مؤسسة تقوم بأعمالها التجارية على أفكار رائدة واشباع لحاجيات السوق بطريقة عصرية وذكية، حيث يعتمد بحثها على التكنولوجيا لغرض النمو والتقدم، البحث عن التمويل من خلال المصنفات على الانترنت، ودعم حاضنات الأعمال.

رابعاً: شركات تطلب تكاليف منخفضة يشمل معنى المؤسسات الناشئة (Startup) بأنها مؤسسة تتطلب تكاليف صغيرة بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع

وفجائي بعض الشيء أمثلة على (Startup) نذكر منها أمازون (apl)، جوجل، ميكروسوفت... (سفيان، 2020)

3. معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تواجه التجارة الإلكترونية معوقات تعرقل ممارستها من الناحية العملية، مرتبطة بمدى توافر أرضية براجية ومادية، وتوافر مجتمع معلوماتي وكوادر بشرية قادرة على استخدام التقنية كما تتعدى هذه المعوقات إلى جوانب اقتصادية، قانونية، نفسية ومجتمعية (مولود، معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها، 2010)، وهو ماسيتم التطرق له من خلال هذا المحور.

1.3 معوقات تتعلق بالجانب التقني:

من التحديات التي تواجه ازدهار التجارة الإلكترونية في الجزائر والتي تقف حجر عثرة في سبيل نموها، هي التحديات التقنية المتعلقة ببنية تحتية قوية لشبكات الاتصالات، ضعف المعرفة المعلوماتية وقلة الكوادر البشرية المتخصصة في التقنية، إضافة لمحدودية أنظمة الدفع الإلكترونية.

1.3.3 التحديات المرتبطة بالبنية التحتية لشبكات ووسائل الاتصال:

مما لاشك فيه ان الجزائر لا تدخر جهدا في سبيل انتهاج سياسات تولي أهمية وألوية قصوى لتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتعميمها على الجميع بهدف الإسهام في رفاه كل مواطن (مولود، مرجع سابق) والحديث عن التجارة الإلكترونية في الجزائر يجزأ للحديث عن البنية التحتية الرقمية، فأولى العناصر لهذه التجارة هي شبكات الاتصالات الإلكترونية ووسائل الاتصال الحديثة المتمثلة في شبكة الانترنت، الشبكة الهاتفية الثابتة والنقالة و أجهزة الحاسوب (ك (المجيد، 2022)، والجزائر في هذا الصدد قطعت الجزائر أشواطاً ملحوظة من اجل تعزيز تواجد هذه البنى التحتية في شتى جوانب حياة المواطن والمؤسسات وهو ما لا يمكن إنكاره، غير انه وبالرغم من ذلك لازالت الرفاهية التقنية تعرف تحديات يمكن إجمالها في:

- ارتفاع تكاليف الحصول على أجهزة الاتصال الحديثة.
- ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت فتكاليف الاتصال العادي في الجزائر مستمر في الارتفاع في ظل غياب تنافسية في قطاع الاتصالات الذي لازالت الدولة تحتكر قسماً كبيراً منه.

- عدم وجود شبكات معلوماتية سريعة ومستقرة تستطيع نقل المعلومات فينفس الوقت بسرعة وبجودة.
- مستوى متدني لخدمة الانترنت ناتج عن بطئ الشبكة إلى الجانب الانقطاع الغير مبررة.

2.3.3 التحديات المتعلقة بالمواقع الالكترونية والأمية المعلوماتية:

المواقع الالكترونية:

صعوبة التعامل مع المواقع الالكترونية للشركات: فالموقع الالكتروني يلعب دورا مهما في التشجيع على التجارة الالكترونية وقد توصلت بعض الدراسات إلى أن هناك علاقة بين جودة الموقع الالكتروني ورضا الزبون وحتى يقوم الموقع بدور فعال يجب أن يتمتع بمجموعة من الميزات مثل سهولة الاستخدام، قدرة الموقع على توفير المعلومات المناسبة حول السلع والخدمات إلى جانب تفاعلية الموقع في الرد على أسئلة الزبائن والاستجابة السريعة لطلباتهم (بودالية، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، 2021)

الأمية المعلوماتية:

تعد المعرفة بالتقنيات الحديثة إحدى مقومات نجاح التجارة الالكترونية في أي مجتمع ولو على مستوى متوسط وعليه فمن التحديات التي تواجه ازدهار التجارة الالكترونية على نطاق واسع هي الأمية المعلوماتية التي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب والبرمجيات (بودالية)، فالتجارة الالكترونية لا يمكن أن تستغل من طرف من لا يحسن مبادئ استعمال التقنية والتي قد لا تكون مفيدة له وإنما مجلبة للمشاكل القانونية والخسائر المادية في حال استخدامها دون علم، والجزائر بدورها غير متوافرة على مجتمع معلوماتي قوي قادر على استخدام التقنية ضف إلى ذلك عدم توافر الكوادر البشرية المتحكمة في التقنية بحيث لا تنحرف استعمالاتها بشكل قد يضر بمستخدميها (مولود، 2010)، إضافة لذلك فمن التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية في الجزائر وانفتاحها على العالم هو حاجز اللغة وضعف اللغة العربية في مواجهة اللغة الانجليزية التي تعد أكثر لغة مستخدمة في تبادل المعلومات على مستوى الشبكة العالمية (نبيلة، 2018)

3.3.3 التحديات المتعلقة بالدفع الالكتروني:

توجهت الجزائر إلى مواكبة التطورات الحاصلة في ميدان التكنولوجيا وأولت الجانب المالي أهمية كبيرة من تنظيم وتحديث أنشطة البنوك وإصلاحها من خلال ترقية الخدمات ذات الصلة منها الدفع الالكتروني وهو أحد العناصر فاعلة في الإقبال على التجارة الالكترونية، ويقصد به استعمال التقنية

في الوفاء بالتزامات والذي يعتبر وسيلة وفاء ترتب انتقال حقيقي للأموال دون وجودها بكافة الوسائل والأدوات والأساليب المبتكرة سواء تمت عبر شبكة الانترنت أو تمت بواسطة الحاسب الآلي أو ما في حكمها لتسوية كافة المعاملات المالية سواء التقليدية أو الكترونية، (راضية، 2022) وفي هذا الصدد فإن المشرع الجزائري كرس جهوده لإثراء المنظومة التشريعية في هذا الشأن من خلال:

- الاعتراف بوسائل الدفع الالكتروني في العديد من المواضيع (قانون النقد والقرض، القانون التجاري...)

- استحداث نصوص تنظيمية من أجل سد الفراغات القانونية وتنظيم البيئة الرقمية (قانون التوقيع والتصديق الالكترونيين، القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية...) (راضية، 2022) كما لا يمكن إنكار الجهود التي بذلتها الجزائر في الحث على استعمال وسائل الدفع الالكتروني والعمل على توفيرها وبالرغم من ذلك فإن الدفع الالكتروني في الجزائر لا يزال محدودا بالمقارنة مع دول العالم وحتى دول عربية و يمكن إرجاع ذلك لأسباب تالية:

- ضعف الإقبال على وسائل الدفع الالكتروني من المستهلك وحتى التجار.

- انتشار الثقافة المجتمعية التي تحبذ التعامل المادي للنقد.

- عدم انتشار القارئ الخاصة بنظم الدفع الالكتروني على نطاق واسع.

- ضعف التدفق للانترنت. (المجيد، 2022)

2.3 المعوقات المتعلقة بالثقة في التجارة الإلكترونية:

تمثل الثقة حافزا للتجارة الإلكترونية وحجر زاوية في نموها، والثقة في التعامل الالكتروني أيا كان منتوجه عنصر مهم في تقييم مخاطر المعاملة، وتعد الثقة على المستوى النفسي والمجتمعي عاملا حاسما في التأثير على نية الأفراد كمستهلكين خاصة من أجل الإقبال على هذا النوع من التجارة، فكلما زادت الثقة زاد الإقبال غير أن هذه الثقة قد تتأثر بمجموعة من العوامل التي تولد الخوف من الولوج لعالم التجارة الإلكترونية وتشكل بذلك تحديا أمام، ويمكن إجمال هذه العوامل فيما يلي:

1.2.3 الخوف من انعدام السرية المعلوماتية:

تعاني شبكة الانترنت من نقص الأمن والانضباط فيما يتعلق بتسرب معلومات الأفراد ومراسلاتهم عبر الشبكة، فالتخوف من انعدام سرية المعاملة التجارية تعوق وتؤثر على تقبل البعض

لفكرة التجارة الالكترونية، خاصة وأنها تتطلب الإفصاح عن بيانات أطراف المعاملة التجارية الالكترونية (اسم، عنوان، جنسية...)، الأمر الذي يثير لدى الكثير تخوفاً من تسرب معلوماتهم، ويزداد الأمر حدة عندما يتعلق الأمر باستعمال وسائل الدفع الالكتروني حيث أن عملية تحويل النقود عبر بطاقات الدفع عن بعد تعتبر مخاطرة بالنسبة للكثير (محمد، 2017) خاصة وأن العديد من المقبلين على التجارة الالكترونية يجهلون الفرق بين الدفع باستخدام منصات الطرف الثالث وبوابات الدفع الآمنة وغياب مثل هذه المفاهيم يولد تخوفاً على مصير البيانات التي تحتويها بطاقات الدفع عن بعد. (نبيلة، التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، 2018)

2.2.3 الخوف من انعدام الشفافية:

من الأمور التي تعد عقبة أمام ازدهار التجارة الالكترونية هو الخوف من عدم مصداقية المعاملة التجارية الالكترونية، ويستند هذا الأمر إلى عدة أسباب أبرزها:

-خوف الأفراد من التعامل مع جهات غير موجودة في الواقع كالتعامل بتجار أو شركات وهمية.
-انعدام الثقة في الضمانات المرتبطة بالمنتجات: ويمكن تفسير ذلك بخاصية المنتجات المعروضة للبيع عبر العالم الافتراضي والتي تتميز بعدم المادية أي عدم إمكانية الحكم على جودتها إلا بناء على ما وفره صاحب المنتج من معلومات، الأمر الذي قد يترتب عليه عدم الحصول منتجات مطابقة للوصف. (الله، 2020))

-الثقافة الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى السوق التقليدي على اعتبار أنها أكثر ضماناً من السوق الافتراضي.

3.3.3 التخوف من الوقوع ضحية لجرائم التجارة الالكترونية:

تعد الجريمة المرتبطة بالتجارة الالكترونية إحدى العقوبات التي تواجه إقبال الأفراد والمؤسسات على الولوج لعالم التجارة الالكترونية خوفاً من الوقوع ضحية لمن يمارسها، ويمكن تعريف جرائم التجارة الالكترونية " بأنها كل سلوك يتعلق بأعمال التجارة غير مشروع، يتصل بمعطيات الحاسوب ويتم بواسطة شبكات المعلومات ويكون صادر عن إرادة جنائية ومعاقب عليها قانوناً" (حورية) وتعدد الجرائم التي ترتكب في ظل التجارة الالكترونية من أبرزها: جريمة اختراق مواقع التجارة الالكترونية، جريمة التجار بمعطيات غير مشروعة، طلب شراء السلع عبر الاحتيال، جريمة تدمير أو إتلاف المواقع الالكترونية عن طريق الفيروسات، حوالات المبالغ غير المصرح بها (الرحيم،

(2017) كما تجدر الإشارة إلى أن هذه الجرائم دائمة التطور مادامت التقنيات الحديثة في تطور الأمر الذي يؤثر سلبا على انتشار التجارة الإلكترونية، إضافة إلى أن انتشار مثل هذه الجرائم يلزم بالضرورة على الشركات والمؤسسات التي تملك النية في الولوج لهذا المجال أن توفر برامج حماية خاصة وحديثة مما يزيد من التكاليف الملقاة على عاتقها (الرحيم، 2017)

4. خاتمة:

من خلال ما سبق يظهر أن موضوع التجارة الإلكترونية في الجزائر لا يمكن الحديث عنه دون الخوض في مختلف المعوقات التي تؤثر على اعتمادها بشكل فعال، فبالرغم من المؤشرات المشجعة مازالت التجارة الإلكترونية في الجزائر في طريق نمو وتطور مبادئها تقنيا، عمليا وقانونيا.

ذلك أن الجزائر لازالت تعاني من عدة نقائص في مجال التقنية والاتصالات والاستغلال الأمثل لوسائل الدفع عن بعد إضافة للحاجز النفسي والثقافة المجتمعية والتخوف من الولوج لعالم التجارة الإلكترونية كون المجتمع الجزائري لزال حديث العهد بها، والملاحظ أن المشرع الجزائري يحاول جاهدا وضع حلول من شأنها نشر وتطوير هذا المجال، خاصة لما لتهه المعوقات من أثر سلبي على المؤسسات خاصة الناشئة منها بحيث تحول دون استفادتها من المزايا التي تقدمها التجارة الإلكترونية. وعليه لقيام تجارة الكترونية فعالة في الجزائر ومواجهة تلك المعوقات يجب البحث عن حلول فعالة يمكن ان ذكر منها:

- العمل على توفير بنية معلوماتية قوية من خلال تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية كنظام فعال قادر على توفير اتصالات في غاية السرعة والكفاءة والعمل على نشر انترنت قوية التدفق وإيصالها إلى أوسع شريحة في المجتمع وبأسعار تنافسية.
- نشر الوعي الثقافي والتكنولوجي بين أفراد المجتمع حول الغموض حول التجارة الإلكترونية وتشجيع الشباب الطموح للخوض في هذا المجال من خلال برامج الدعم والتشغيل في هذا المجال.
- تأهيل الكفاءات البشرية الوطنية لاستخدام التقنيات للتجارة الإلكترونية.
- تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل إلى التجارة الإلكترونية.
- تطوير نظم الدفع الإلكتروني وخفض التكاليف.
- تفعيل الشراكة مع المستثمرين الأجانب في مجال التجارة الإلكترونية ممن لهم الخبرة في تصميم البرمجيات ونظم حماية امن المواقع.

- سن قواعد وقوانين حائية صارمة خاصة للمستهلك الالكتروني من أجل تخفيفه أكثر على الإقبال على التجارة الالكترونية

5. قائمة المراجع:

- محمد عبد الله شاهين محمد. (2017). التجارة الالكترونية العربية بين التحديات و فرص النمو.
- بهلولي فاتح. (2016_2017). النظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري . نيزي وزو _ الجزائر : كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري.
- بختيتي علي، بوعونية سليمة. (2020). المؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة في الجزائر، واقع وتحديات. المجلة العربية لأبحاث ودراسات في العلوم الانسانية والاجتماعية ، 536.
- بسويح منى، ميموني ياسين، بوقطاية سفيان. (2020). واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر. حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية ، 406.
- بو الشعور شريفة. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة start_up دراسة حالة الجزائر . مجلة البشائر الاقتصادية ، ص420.
- بوراس بودالية. (2021). واقع التجارة الالكترونية في الجزائر. مجلة البصائر ، مجلد 1 (عدد 1)، بوراس بودالية. (2021). واقع التجارة الالكترونية في الجزائر. مجلة البصائر ، مجلد 1 (عدد 1)، جميعع نبيلة. التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها. مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد (2018). 288.
- جميعع نبيلة. (2018). التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها. مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد ، 289.
- ريم هند ، بوجاني عبد الحكيم. (2021). التجارة الالكترونية. مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية ، 172.
- صباح عبد الرحيم، وهيبة عبد الرحيم، جرائم التجارة الالكترونية. المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية ،. (2017). 46.
- صباح عبد الرحيم، وهيبة عبد الرحيم. (2017). جرائم التجارة الالكترونية. المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية ، 40_41.
- عمارة مسعودة، عباس راضية. (2022). 61.
- عمارة مسعودة، عباس راضية. (2022). 61.

- غزيل محمد مولود. (2010). معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها. تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة ابي بكر بلقايد. (2010). 345.
- غزيل محمد مولود. (2010). معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها. تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة ابي بكر بلقايد.
- غزيل محمد مولود. (2010). معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها. تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة ابي بكر بلقايد.
- قصاب نور أمال، بلوفة صارة. (2021_2022). النظام القانوني للمؤسسات الناشئة في الجزائر. بجاية_ الجزائر : جامعة عبد الرحمن ميرة .
- قويق حورية. جرائم التجارة الإلكترونية ومعوقاتها. مجلة دراسات اقتصادية ، مجلد 17 (عدد 1)، 276.
- كواشي حنان قدي عبد المجيد. (2022). نحو تشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر،. مجلة الاقتصاد الجديد ، مجلد 13 (،عدد 1)، 556.
- كواشي حنان، قدي عبد المجيد،. (2022). نحو تشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر،. مجلة الاقتصاد الجديد ، مجلد 13 (،عدد 1)، 557.
- لحسن عطا الله. (2020). دراسة أهم معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر. مجلة الاستراتيجية والتنمية ، 314.