

مساعي الحكومة الجزائرية لتعزيز التجارة الإلكترونية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

Efforts of the Algerian Government to Enhance E-Commerce in the Small and Medium Enterprises Sector



فاهم عابد¹ ، قرطبي سهيلة²

¹ جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان، الجزائر،

Abed.fahem@univ-tlemcen.dz

² جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان، الجزائر،

souhilah70@live.fr

تاريخ الإرسال: 2023/09/15 تاريخ القبول: 2024/05/27 تاريخ النشر: 2024/06/01

ملخص:

تأثر التجارة الإلكترونية تأثيرًا ملموسًا في أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إذ تمكنها من توسيع نطاق أعمالها والوصول إلى أسواق أوسع، إلا أن هذه المؤسسات تواجه العديد من المشاكل التقنية والتشريعية التي تحول دون تبنيها للتجارة الإلكترونية، الأمر الذي جعل الحكومة تسعى لدعم هذه المؤسسات من خلال تمهيد البنية التحتية الرقمية ووضع القوانين والتشريعات الداعمة لها.

الكلمات المفتاحية:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، التجارة الإلكترونية، التشريعات، البنية التحتية الرقمية.

Abstract:

E-commerce has had a tangible impact on the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs), enabling them to expand their business scope and access broader markets. However, these enterprises face various technical and legislative challenges that hinder their adoption of e-commerce. Consequently, the government has sought to support these enterprises by establishing digital infrastructure and implementing supportive laws and regulations.

Key words:

small and medium Foundation, electronic Commerce, Markets, Digital infrastructure.

مقدمة:

يعد دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية أمرًا حاسمًا لتعزيز نموها وتحقيق نجاحها في الاقتصاد الحديث، وقد اعتمدت الجزائر في هذا الإطار منظومة قانونية لتنظيم التجارة الإلكترونية على غرار القانون رقم 05-18 الصادرة في 10 مايو 2018¹، والمتعلق بتنظيم التجارة الإلكترونية وغيرها من القوانين التي تسعى من خلالها لتوفير الأطر القانونية اللازمة وتعزيز الثقة في المعاملات التجارية الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف.

ويهدف تمكين هذه المؤسسات من للاستفادة القصوى من فرص التجارة الإلكترونية، قامت سعت الحكومة الجزائرية بتمهيد البنية التحتية الرقمية من خلال بإنشاء العديد من الهياكل القاعدية والتي تعد جزء حيويًا من استراتيجية البلاد لتحقيق التنمية الاقتصادية وتعزيز الاستدامة لهذه المؤسسات، بحيث تشمل العديد من مراكز البحث والتطوير التي تشجع على التفكير الإبداعي والتقنيات الجديدة، كما تمنح الجهات المالية والبنوك الدعم المالي والقروض بشروط ميسرة لتمويل مشاريع التجارة الإلكترونية.

حيث تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال الدور الكبير الذي تلعبه التجارة الإلكترونية في نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعزيز قدرتها على التنافس في السوق، وتوسيع قاعدة العملاء والتسويق عبر الحدود الوطنية والأجنبية، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الإنتاج والصادرات.

ولعل الهدف الرئيسي من البحث في هذا الموضوع هو تحليل الأطر القانونية والتشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر، وفحص كيفية تطبيق هذه القوانين واللوائح على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وكذا تحديد الجوانب القانونية التي تؤثر على تبني التجارة الإلكترونية وكيف يمكن تعزيز البنية القانونية لدعم هذه المؤسسات في استخدام التكنولوجيا الرقمية وتطوير أنشطتها بشكل قانوني ومستدام.

ولهذا يمكن طرح الإشكال القائل إلى أي مدى يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مواجهة التحديات القانونية والتقنية التي تعترض تبنيها للتجارة الإلكترونية، وكيف يمكن تعزيز الأطر القانونية والتشريعات لدعم هذه المؤسسات في الاستفادة من الفرص المتاحة في عصر التكنولوجيا الرقمية؟" بحيث يندرج ضمن الإشكالية الرئيسية إشكالات فرعية تتمثل فيما يلي:

- هل تتوفر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على البنية التحتية التقنية اللازمة لدعم عمليات التجارة الإلكترونية؟

¹ القانون رقم 05-18، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28 الصادر بتاريخ 16 ماي 2018.

- ما هي القوانين واللوائح التي تنظم التجارة الإلكترونية في الجزائر، وكيف يمكن للمؤسسات الصغيرة التكيف معها؟ وهل تعيق أو تساعد هذه القوانين على نمو التجارة الإلكترونية؟

للإجابة عن هذه الإشكالية اعتمدنا المنهج الوصفي والاستقرائي باعتبارهما منهجين مناسبين لدراسة هذا النوع من الظواهر التكنولوجية والاقتصادية، حيث يساعد على فهم التطورات الحديثة وتأثيرها على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتجارة الإلكترونية بشكل شامل ودقيق، كما اعتمدنا على المنهج التحليلي المناسب للدراسات القانونية من خلال التطرق إلى أهم النصوص القانونية والتشريعية المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

معتمدين في ذلك على التقسيم الثنائي للعمل والذي جاء على النحو التالي:

المبحث الأول: والذي جاء تحت عنوان دور التجارة الإلكترونية في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحيث تم التطرق من خلاله إلى مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتجارة الإلكترونية المطلب الأول وتأثير التجارة الإلكترونية في أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المطلب الثاني.

المبحث الثاني: جاء تحت عنوان البنية التحتية الرقمية والتشريعات القانونية الداعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية، حيث تم التطرق إلى توفير البنية التحتية الرقمية المطلب الأول، التشريعات والقوانين المدعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية المطلب الثاني.

المبحث الأول: دور التجارة الإلكترونية في تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تعد التجارة الإلكترونية القناة الرقمية التي تمكن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الوصول إلى أسواق أوسع وزيادة فرص التنافسية لديها، الأمر الذي يسهم بشكل كبير في تعزيز دورها في الاقتصاد الوطني، لذا سنحاول أن نتطرق في هذا إلى المبحث إلى تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتجارة الإلكترونية (المطلب الأول)، ثم تأثير التجارة الإلكترونية في أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتجارة الإلكترونية.

تشمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجموعة متنوعة من الأعمال التجارية التي تمتاز بحجمها الصغير مقارنةً بالشركات الكبرى وهي تشمل مجموعة واسعة من الصناعات في مختلف القطاعات،¹ ومن ناحية أخرى تشمل التجارة الإلكترونية عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الإنترنت، التي تساعد في تنفيذ العمليات التجارية والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات، مما يوفر فرصاً كبيرة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

¹ لوكاير مالحة، دور البنوك في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، رسالة ماجستير. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2012، ص 09.

للوصول إلى عملاء جدد وزيادة إيراداتها، لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (الفرع الأول)، ثم تعريف التجارة الإلكترونية في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

يشكل تحديد مفهوم شامل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة امر في غاية الصعوبة، كونها تنتمي إلى قطاع حديث العهد يعرف تغير مستمر، كما ان مفهومها يختلف من بلد إلى آخر بالنظر إلى عدد العمال وحجم الإيرادات السنوية، لذا سنحاول التطرق الى تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (أولاً)، ثم خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ثانياً).

أولاً: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تختلف التعاريف المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، باختلاف المعايير الخاصة بها، ومن بين هذه التعاريف نجد :

(أ)- تعريف الاتحاد الأوروبي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يعتمد الاتحاد الأوروبي في تعريفه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على معيار حجم العمالة ومدى استقلالية المؤسسة وحجم الاعمال، حيث عرفها بأنها ذلك المشروع المستقل الذي يضم أقل من 250 عاملاً ولا تتجاوز حصيلته السنوية 43 مليون أورو او رقم اعمالاً لا يزيد عن 50 مليون أورو.¹

(ب)- تعريف الولايات المتحدة الأمريكية.

عرف القانون الخاص بالمقاولات الصغيرة والمتوسطة للولايات المتحدة الأمريكية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها " مقاوله مستقلة يسهر على تسييرها أشخاص ذاتيين ولا يكون فيها مركز صدارة في القطاع الذي تشتغل فيه، أي لا يملك قدرة السيطرة على المجال الذي يعمل فيه، وهي تضم أقل من 500 عامل".²

(ج)- تعرف كندا.

تعتمد المشرع الكندي أيضاً في تعريفه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على معيار رقم الاعمال وقيمة المبيعات وكذا عدد العمال الذي يجب أن لا يتجاوز 500 عامل، بالإضافة إلى معيار الملكية واستقلالية الإدارة، وتأخذ جمعية البنوك الكندية بمعيار المبيعات بحيث تعتبر المؤسسات الصغيرة تلك المؤسسات التي لا يتجاوز حجم مبيعاتها 01 مليون دولار كندي، بحيث تميز بين المؤسسات الصناعية والمؤسسات الخدمائية

¹ السعيد دراجي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية الاقتصادية – حالة الجزائر – أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد وإدارة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاقتصاد والإدارة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، سنة 2009، ص24.

² المرجع نفسه، ص25.

مساعي الحكومة الجزائرية لتعزيز التجارة الإلكترونية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إذ تعتبر مؤسسة إنتاجية تلك التي لا يتجاوز عدد عمالها 100 عامل، أما المؤسسة التي تنشط في قطاع الخدمات فهي تلك التي تتجاوز 50 عاملاً، أما تلك المؤسسات التي لا تتجاوز 500 عامل فإنها تعتبر مؤسسة متوسطة، في حين تعتبر مؤسسة مصغرة تلك التي تشغل 5 عمال فقط .

(د)- التعريف المشرع للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

ورد تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القانون رقم: 18-01 المؤرخ في: 12 سبتمبر 2001 المتضمن القانوني التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹، بحيث عرفها على أنها "مؤسسة إنتاج السلع والخدمات. والتي تلبى الشروط التالية:

الحجم الإنتاجي: يجب أن يكون إجمالي القيمة المضافة السنوية للمؤسسة أقل من 200 مليون دينار جزائري

العمالة: تشغل من 1 إلى 250 شخص.

رأس المال: لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 4 ملايين د ج، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 1 مليار د ج.

ثانيا: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

من خلال التعاريف الذي تضمنه القانون رقم 18-01 للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نستخلص أهم ما يميزها عن غيرها من المؤسسات، بحيث تتميز بحد أدنى للعمالة معين، و حد أدنى معين لرأس المال بالإضافة إلى تميزها بالاستقلالية في رأس المال.

(1)- معيار الحد الأدنى والحد الأعلى للعمالة.

يشمل هذا المعيار جميع الدول تقريبا ويتم نشره دوريا وبقيمة ثابتة، إلا أنه لا يمكن الاعتماد عليه كثيرا لأنه غالبا ما يؤدي إلى تصنيف خاطئ للمؤسسات، بحيث تعتبر طبقا لهذا المبدأ المؤسسات ذات الكثافة العمالية للمؤسسات الكبرى، بالمقارنة مع تلك المؤسسات التي تعوض هذه الكثافة العمالية بالكثافة الراس المالية والتكنولوجيا.²

(ب)- معيار رأس المال.

يختلف ها المعيار باختلاف الدولة التي تتواجد فيها المؤسسة، بحيث يعتمد هذا المعيار في التمييز بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالنظر إلى حجم رأس المال حيث تعتبر المؤسسات التي لا يتجاوز رأس مالها

¹ القانون رقم 18-01، المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية، العدد 77 الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001.

² بورنان مصطفى، تنمية وترقية المؤسسات المصغرة في الجزائر، منشورات الحياة الصحافة، الجلفة الطبعة الأولى سنة 2009.ص.11.

الحد الأقصى، والذي حدده المشرع الجزائري بقوله لا يتجاوز رقم أعكالها السنوي (4) ملايين دينار جزائري، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مليار (1) دينار جزائري.¹

(ج)- معيار الاستقلالية.

يشير هذا المعيار إلى استقلالية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وقدرتها الكاملة على توجيه أعمالها واتخاذ القرارات، أي يجب أن لا تكون فرع تابع لشركة أخرى، بحيث يجب أن لا يقل رأس مالها عن 25%.²

الفرع الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية.

تعتبر التجارة الإلكترونية مفهومًا حديثًا في العالم الاقتصادي، بحيث تشمل بيع المنتجات والخدمات والمعاملات المالية عبر الإنترنت، وهي تمثل فرصة مهمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتوسيع نطاق عملها وزيادة إمكانياتها في السوق.

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية.

هناك من عرفها بأنها عمليات البيع والشراء التي تتم بين المنتجين والمستهلكين، أو المؤسسات فيما بينها أو بين المؤسسات التجارية والمستهلكين، باستخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.³

كما عرفها القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية بأنها (نقل المعلومات من حاسوب إلى آخر باستخدام نطاق متفق عليه لإعداد المعلومات).⁴

وبالرجوع إلى بعض القوانين الوطنية فقد عرفها قانون المعاملات الإلكترونية المصري الصادر سنة 2001، من خلال نص المادة الأولى منه بأنها معاملة تجارية تتم عن طريق وسيط إلكتروني.⁵

أما المشرع الجزائري فقد عرف التجارة الإلكترونية وفقا لنص المادة 06 من القانون رقم: 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بنصها (التجارة الإلكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلعة وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية

¹ المادة 05 من القانون رقم 18-01 السالف الذكر.

² الفقرة 03 من المادة 05 من القانون رقم 18-01 السالف الذكر.

³ المير سميرة، عقد التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، عدد 7، المركز الجامعي النعامة، الجزائر، 2018، 174.

⁴ المادة 02 من قانون اليونسسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية لسنة 1996.

⁵ المير سميرة المرجع السابق، ص 174.

الفرع الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية.

يمكن التمييز بين أنواع التجارة الإلكترونية من خلال درجة استخدام الوسائط الإلكترونية (أولا) و الأطراف التي تقوم بالتجارة الإلكترونية (ثانيا).

أولا: أنواع التجارة الإلكترونية حسب درجة استخدام الوسائط الإلكترونية.

تنقسم التجارة الإلكترونية وفقا لهذا المعيار إلى:

(أ)- تجارة إلكترونية تقليدية:

في ظل هذا المبدأ يتم تقديم طلب الشراء عبر الأنترنت وتسديد ثمن المبيع إلكترونيا وذلك عن طريق بطاقات ائتمان وغيرها من الأموال الإلكترونية، بالإضافة إلى تسليم الشيء المبيع إلكترونيا.

(ب)- تجارة إلكترونية حديثة:

يقصد بها الأنظمة التجارية التي تشتغل بواسطة الانترنت، والتي لا يتصور بأي حال من الأحوال أن تنجز في غياب الإنترنت، حيث يتم من خلالها بيع السلع والخدمات القابلة للترميز أي تحويلها إلى رموز وشفرات ثم إعادة تحويلها إلى صور رقمية، ويشمل هذا النوع من التجارة كل من الكتب والمجلات والبرامج والأفلام وفيديوهات وألعاب فيديو وغيرها.

ثانيا: أنواع التجارة الإلكترونية من حيث الأطراف التي تقوم بممارسة التجارة الإلكترونية.

وتنقسم التجارة الإلكترونية وفقا على هذا المبدأ إلى:

(أ)- تجارة المنظمات مع المنظمات B2B .

هي التجارة التي تتم بين المنظمات نفسها وعدد من الموردين من اجل توريد مواد خام أو مستلزمات الإنتاج...الخ، وتشمل جميع النشاطات المتعلقة بالعمل بين بين الشركات وتبادل المعلومات بوسائل إلكترونية كالمفاوضات وغيرها، والتي تنتهي إلى إبرام عقود تجارية وفقا إلى القواعد القانونية.

ومن أبرز صور هذا النوع من التجارة الإلكترونية هو:

- التسويق الإلكتروني.

-التبادل الإلكتروني في البيانات.

- التجارة الإلكترونية داخل المؤسسة.

(ب)- تجارة المنظمات مع المستهلك.

ازدهر هذا النوع من التجارة الإلكترونية بانتشار الإنترنت، وانتشار المواقع الإلكترونية المخصصة لعرض منتجات وخدمات للمستهلكين، ويطلق على هذا من التجارة بالتجارة الإلكترونية بالتجزئة ويرمز لها اختصاراً B2C.¹

(ج)- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية مع بعضها البعض.

تشمل هذه التعاملات تبادل المعلومات بين الأجهزة فيما بينها، كم أجل التنسيق الحكومي، بالإضافة إلى بعض الاعمال التجارية بين الأجهزة فيما بينها.

(د)- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين.

يتضمن هذا النوع من العقود عقود التوريد التي تبرمها المؤسسات الحكومية والموردين من الخواص، والتي يتم إبرامها عن طريق الإنترنت، ومن أمثلتها أيضا قيام الافراد بسداد الضرائب عن طريق الأنترنت، وأيضا إعلان الوظائف من طرف الحكومة وإعلام المواطنين بها عن طريق الأنترنت. المطلب الثاني: تأثير التجارة الإلكترونية في أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تعتبر التجارة الإلكترونية فرصة حقيقية لزيادة الإيرادات نمو المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وذلك من خلال الوصول إلى شريحة أوسع من العملاء وتقديم خدمات أو منتجات متنوعة. إلا أن هذا التحول يأتي مع تحدياته، بما في ذلك الحاجة إلى تكنولوجيا متقدمة وأمان معلوماتي فعال. الفرع الأول: إيجابيات التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

إن المميزات التي توفرها التجارة الإلكترونية من اختصار للمسافات ومرونة في التعامل وسهولة الوصول إلى جميع المستهلكين بأقل تكاليف ممكنة، جعل معظم دول العالم تدرك أهميتها بالنسبة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في العديد من المجالات أهمها: (أ)- السرعة في المعاملات.

تتيح التجارة الإلكترونية السرعة في التعامل بين المشتركين في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما تؤدي إلى تقليص المدة الزمنية قصيرة جدا أكثر مما كانت ستتم في غياب التجارة الإلكترونية. (ب)- خفض التكاليف.

توفر التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تحقيق المزيد من الأرباح وتوفير النفقات مما يخدم تطورها ويطمأن وطبيعتها الاقتصادية كونها تعتمد على التمويل الذاتي لمشاريعها أو اعتمادها على

¹ المنير محمد الجنبيني و ممدوح محمد الجنبيني، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، د ط، الاسكندرية، ص124.

إعانات الدولة، حيث يمكنها من فتح أسواق افتراضية والذي يعتبر صفحة أو أكثر على شبكة الويب التي يمكن الرجوع عليها عبر الإنترنت، من خلاله يضمن التاجر عرضه، على شبكة الإنترنت بأقل تكلفة ويمكن للجميع الوصول إليها¹، على عكس الأسواق حقيقة مشيدة التي تتطلب مساحات ومواقع استراتيجية بالإضافة إلى مصاريف العمالة وغيرها.

ج)- تحسين المعاملات:

من خلال تحقيق رضا المتعاملين من خلال السعي تطوير مبيعات المؤسسة وتوفير أحسن الخدمات من الموردين المتعاملين مع المؤسسة.

الفرع الثاني: عقبات تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للتجارة الإلكترونية.

تمثل التجارة الإلكترونية مجالاً واعدًا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا أن تبني هذه الأخيرة للتجارة الإلكترونية يواجه العديد من التحديات الفنية (أولاً) والتشريعية (ثانياً).

أولاً: العوائق الفنية:

إن البنية التحتية التكنولوجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة غالباً ما تكون محدودة وغير متاحة بسهولة لها، فقلة الوصول إلى الإنترنت العالية السرعة ونقص الأجهزة والبرمجيات الحديثة الضرورية لإنشاء وإدارة مواقع التجارة الإلكترونية بفعالية كلها تعقد العملية أمام هذه المؤسسات وتستلزم استثمارات إضافية في التكنولوجيا والتدريب، مما يجعلها تحدياً حقيقياً يجب التغلب عليه لضمان نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية.

أ)- تكاليف الحصول على التكنولوجيا:

صعوبة الحصول على التكنولوجيا الجديدة من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يؤثر عليها سلباً، بينما تستفيد من ذلك الشركات الكبرى التي تمتلك القدرة الكافية على تطوير البحوث والقيام بمتابعة التطورات التكنولوجية بالإضافة إلى القدرة المالية اللازمة للحصول عليها².

ب)- التغيرات التكنولوجية:

تؤثر التغيرات التكنولوجية على المؤسسات التي تمتاز بالطابع الصناعي في مجال الصناعات الإلكترونية والاتصالات أكثر منها من المؤسسات التي تشتغل في مجال الصناعات الغذائية أو صناعة الألبسة وغيرها من الصناعات التي لا تعتمد على التكنولوجيا بشكل أكبر، إلا أن هذا لا يعني تجاهل التكنولوجيا في كافة المجالات الصناعية.

¹ لزهرين سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة، الطبعة الثانية 2014، ص.54.

² بوالفول هرون، التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشوري الجلفة، ص.119.

(ج)- غياب أنظمة الدفع المالية الإلكترونية:

بالرغم من سعي الحكومة الجزائرية وتسارعها نحو تحقيق التحول الرقمي وتشجيعها للتعامل إلكترونياً، إلا أن الجوائر تبقى متأخرة في مجال استخدام هذا النوع من التكنولوجيا بسبب غياب ثقافة الدفع إلكترونياً لدى المتعاملين خصوصاً ما تعلق منها بالتقنيات الجديدة، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة التأكد من مدى صحة وجدية التعاملات الإلكترونية، بالإضافة إلى الأخطار المتعلقة بوسائل الإلكتروني كالقرصنة وقلة الإمكانية المتعلقة بها إضافة إلى الأعطال المتكررة المتعلقة بالإنترنت.

ثانياً: العقوبات القانونية والتشريعية:

إن تطور المعاملات التجارية التي لا تعترف بالحدود الجغرافية نتج عنه العديد من المشاكل القانونية المتعلقة بالتزامات الأطراف المتعاقدة، ولعل عدم وجود قانون متعلق بالتجارة الإلكترونية قائماً بذاته قد زاد من اتساع الهوى لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تبني التجارة الإلكترونية في الجزائر.

بالإضافة على غياب نظام قانوني واضح ينظم فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية قد يؤدي في بعض الحالات إلى ما يسمى بازدواجية النظام الضريبي سواءً المحلي والدولي بحيث يتم فرض أكثر من ضريبة واحدة على نفس الممول ونفس السلعة خلال نفس المدة داخل إقليم واحد، كما قد يحصل ازدواج الضريبي من طرف عدة دول خلال دورة مالية واحدة،¹

(أ)- غياب نظام الحماية الملكية والفكرية.

انتشار الأنترنت شجع على عمليات التقليد في المنتجات خاصة البرامج الإلكترونية منها وغيرها من المنتجات، الأمر الذي زاد من تخوف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من نشر وتعريف بمنتجاتها عبر الإنترنت، خاصة في ظل قوانين صارمة وواضحة من شأنها التطرق إلى هذا النوع من القضايا.

(ب)- قوانين حماية المستهلك:

الالتزام بقوانين حماية المستهلك يعتبر أمراً أساسياً في التجارة الإلكترونية. يجب على المؤسسات تقديم.

(ج)- الأمان الإلكتروني وحماية البيانات:

يجب على المؤسسات تطبيق إجراءات أمان قوية وحماية البيانات الشخصية للعملاء. يتعين على المؤسسات متابعة التشريعات المحلية المتعلقة بحماية البيانات

¹ محمد عادل عبد العزيز، التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي، شركة الوسيط التجاري، الطبعة الأولى مصر 2005، ص

(د)- قوانين العقوبات:

إلزام كل المتعاملين من مؤسسات وعملاء بامتثال للقوانين المحلية المتعلقة بجرائم الإنترنت مثل الاحتيال والاختراقات الإلكترونية.

المبحث الثاني

البنية التحتية الرقمية والتشريعات القانونية الداعمة

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية.

تبذل الحكومة جهودًا حثيثة من أجل دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية، وذلك ضمن رؤية استراتيجية تهدف إلى تعزيز التنمية الاقتصادية وزيادة التنافسية على الساحة الدولية، وتأتي هذه الجهود كجزء من التحول الرقمي الذي يشمل تطوير البنية التحتية التقنية (الفرع الأول)، ووضع تشريعات وسياسات مناسبة (الفرع الثاني).

المطلب الأول: توفير البنية التحتية الرقمية.

تولي الحكومة الجزائرية أهمية كبيرة توفير بنية تحتية رقمية في البلاد والتي تهدف من خلالها إلى دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تبني التجارة الإلكترونية، بحيث تعتبر هذه المساعي أحد العوامل الحيوية لتمكين هذه المؤسسات من الولوج إلى عالم التجارة الإلكترونية وتحقيق التنمية والنمو في الاقتصاد الرقمي.

الفرع الأول: الهيئات العمومية الداعمة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر.

في إطار مساعي الحكومة الرامية إلى النهوض بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أوجدت العديد من الهيئات والمؤسسات الداعمة لتبني التجارة الإلكترونية من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، والتي من شأنها تطوير القدرات التكنولوجية وتحسين بيئة الأعمال الرقمية ومن بين هذه الهيئات ما يلي:

أولاً: مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني.

أنشأ مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني ككيان حكومي في الجزائر بموجب المرسوم رقم 56-85 الصادر بتاريخ 16 مارس 1985¹. يهدف هذا المركز إلى تعزيز التقنيات العلمية والتكنولوجية في البلاد من خلال دعم البحث والتطوير في مجموعة متنوعة من المجالات العلمية والتقنية، بحيث يقدم دعمًا للمشاريع البحثية والتطوير التكنولوجي التي تستهدف تطوير تقنيات وحلول جديدة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في

¹ مرسوم رقم 56-85، المؤرخ في 16 مارس 1985، يتضمن إنشاء مركز للبحث في الإعلام العلمي والتقني، الجريدة الرسمية، العدد 301، صادر سنة 1985.

مجال التجارة الإلكترونية. على سبيل المثال، يمكنهم تطوير أنظمة دفع آمنة وموثوقة أو منصات تجارة إلكترونية متقدمة.

ثانيا: الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ANPME) وترقيتها:

أنشأت الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 18-170 المؤرخ في 26 جوان 2018 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 25-331 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020¹، مهمتها تنفيذ سياسة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال توفير برامج تمويل مخصصة تلبي احتياجات هذه المؤسسات في مجال الابتكار والتحول الرقمي وتطوير البنية التحتية الرقمية وتنفيذ استراتيجيات التسويق الإلكتروني.

ثالثا: الوكالة الفضائية الجزائرية:

أنشأت الوكالة الفضائية الجزائرية بموجب المرسوم الرئاسي رقم: 02-48 الصادر بتاريخ: 16 يناير 2002²، المتخصصة في مجال التكنولوجيات و التطبيقات الفضائية وتثمينها خدمة للتنمية المستدامة، كما تهدف الى حل اشكاليات التنمية الاقتصادية الوطنية المستدامة من خلال الشراكات مع مختلف القطاعات، من خلال تقديم تقنيات وحلول متقدمة، بهدف تمكين المؤسسات من الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة و المساهمة في إنشاء البنية التحتية الرقمية لهذه المؤسسات وتعزيز قدراتها في مجال التجارة الإلكترونية، مما يمكنها من الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية بثقة وفعالية الامر الذي يخدم التنمية الاقتصادية.

رابعا: إتصالات الجزائر عبر الأقمار الصناعية.

يتيح استخدام الأقمار الصناعية لاتصالات الإنترنت والاتصالات البانانية العالية الجودة والسرعة الفائقة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة القدرة الكبيرة على الوصول إلى الأسواق العالمية وتوسيع نطاق عملياتها التجارية، بالإضافة إلى توفير أمان والحماية للبيانات والمعاملات الإلكترونية، مما يعزز من مستوى الثقة لدى المستهلكين ويسهم في تعزيز النمو الاقتصادي لهذه المؤسسات.

وبالتالي تعزيز التجارة الإلكترونية مباشرة بين المنتج والمستهلك واستبعاد دور الوساطة، كبعض المؤسسات المتخصصة في مجال النشر للكتب والتي أصبحت بفضل تكنولوجيا الاتصال تقوم بتوزيع

¹ مرسوم تنفيذي رقم 20-331، المؤرخ في 22 نوفمبر 2020، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 18-170 المؤرخ في 26 يونيو 2018، الذي يحدد مهام وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار وتنظيمها و سيرها، الجريدة الرسمية، العدد 70، صادر في 25 نوفمبر 2020.

² مرسوم رئاسي رقم 02-48، المؤرخ في 16 يناير 2002، يتضمن إنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها وعملها، الجريدة الرسمية، العدد 05، صادر بتاريخ 20 يناير 2002.

المنشورات وتسويقها مباشرة عن طريق الويب، وشركات الطيران وغيرها التي تتيح لزبائنها إمكانية الحجز عن طريق الويب.¹

الفرع الثاني: برامج الدعم المالي.

تُعتبر هذه البرامج أحد الآليات المخصصة لتعزيز الاقتصادي والتنمية المستدامة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية، بحيث تتضمن هذه البرامج تخصيص تمويلات مالية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، سواء من خلال قروض ميسرة أو من خلال توجيه استثمارات مالية مباشرة. يتم تنظيم هذه البرامج وفقاً لمعايير وشروط محددة تهدف إلى تعزيز التوجه نحو التجارة الإلكترونية وتوفير الدعم المالي اللازم لتحقيق هذا الهدف

أولاً: بنك الجزائر:

يلعب بنك الجزائر دوراً هاماً في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتطوير نشاطها التجاري الإلكتروني، بحيث يساهم البنك في توفير القروض بفوائد منخفضة ومنح الدعم المالي اللازم لتنفيذ مشاريع التجارة الإلكترونية، بحيث يوفر البنك التمويل والقروض الميسرة وبنسب أرباح قليلة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي ترغب في تبني التجارة الإلكترونية، ويمكن أن يكون هذا التمويل مخصصاً لتحسين البنية التحتية الرقمية للمؤسسة، وتطوير منصات التجارة الإلكترونية، وتحسين الإدارة المالية.

يسهل بنك الجزائر عملية التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن طريق توفير الحلول الدفع الإلكتروني المناسبة. يتيح ذلك للمؤسسات قبول الدفعات الإلكترونية من العملاء وتيسير عمليات الشراء عبر الإنترنت، وفي إطار رقمته الإجراءات البنكية التي تسهل الوصول إلى المنتجات واستخدامها بما يتلاءم مع احتياجات زبائنه، بلغت التحويلات المالية في إطار التجارة الإلكترونية السنة الماضية 958087 عملية مقابل 509407 عملية في سنة 2021، بزيادة قدرها 88 بالمائة.²

ثانياً: برنامج الإنعاش الاقتصادي:

يشكل البرنامج جزءاً حيوياً من استراتيجية الحكومة لتعزيز الاقتصاد الرقمي وتمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من المنافسة في عصر التجارة الإلكترونية، بحيث يساهم في توفير فرص عمل جديدة وزيادة الإنتاجية، مما يساهم في تعزيز الاستدامة الاقتصادية في البلاد، وقد أنشأ بغلاف مالي يفوق 2 مليار دينار جزائري في مدة ثلاث سنوات (2001-2004)³

¹ Philippe Latu , Technologie RNIS, (2007/09/13). p2

² أنظر الموقع الرسمي للإذاعة الجزائرية: <http://www.radioalgerie.dz/news> 28/03/2023 - 13 :48.

³ قاشي يوسف أبركان محمد، هياكل الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميكانيزمات الجديدة للتمويل، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد الثاني، جامعة الجلفة، الجزائر، 2017، ص 244.

ثالثا: برنامج ميدا لدعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

شرع في تنفيذ هذا البرنامج في سبتمبر 2002، بموجب التعاون الأورو متوسطي بغلاف كالي يقدر بـ 62.9 مليون أورو، وقد ساهمت فيه الجزائر بـ 3.4 مليون يورو¹، يهدف هذا البرنامج إلى تعزيز التنمية الاقتصادية وتحفيز الابتكار في القطاع الرقمي، كما يقدم برنامج "ميدا" مجموعة متنوعة من الخدمات والدعم للمشاريع الصغيرة والمتوسطة التي ترغب في دخول مجال التجارة الإلكترونية على غرار توفير التدريب وورش العمل التي تغطي مجموعة متنوعة من المهارات الضرورية للتجارة الإلكترونية، مثل التسويق الرقمي، وإدارة المخزون، والتحليلات البيانية. بالإضافة إلى ذلك، يتيح "ميدا" فرص الحصول على تمويل مالي بأسعار فائدة تنافسية لمشاريع التجارة الإلكترونية والمساهمة في تمويل أنشطتها.

المطلب الثاني: التشريعات والقوانين المدعمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية.
أصبحت التجارة الإلكترونية أحد العوامل الرئيسية لنجاح هذه المؤسسات. لهذا السبب، اتخذت الحكومة الجزائرية مجموعة من التدابير والتشريعات لدعم مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة في هذا السياق.
الفرع الأول: التشريعات المالية والضريبية.

تسعى الحكومة إلى لتشجيعها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال تمكينها من الحصول على التسهيلات الضريبية الخاصة بالمشروعات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى تقديم الدعم المالي وضريبي لهذه المؤسسات، من خلال القانون رقم: 18-22 الصادر بتاريخ: 2022/07/24، والذي تضمن العديد من التحفيزات وإعطاء الأفضلية للتحول التكنولوجي وتطوير الابتكار واقتصاد المعرفة²، و توفير برامج تمويل ودعم تنفيذ برامج عصرنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تهدف إلى تحسين تنافسيتها المقدمة من طرف الصندوق الوطني لـ تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعم الاستثمار وترقية التنافسية الصناعية³، مالي لتمويل تطوير وتنفيذ مشاريع التجارة الإلكترونية. بحيث يهدف هذا الدعم إلى تعزيز نمو الاقتصاد الرقمي وزيادة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.

¹ المرجع والموضع نفسه.

² المادة 02 من القانون رقم 18-22، المؤرخ في 24 يوليو 2022، المتعلق بالاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 50، صادر بتاريخ 28 يوليو 2022.

³ الفقرة 02 من المادة 02 من قرار وزاري مشترك، المؤرخ في 10 أكتوبر سنة 2020، يعدل ويتمم القرار الوزاري المشترك المؤرخ 15 ديسمبر 2016 يتضمن يحدد مدونة الإيرادات والنفقات لحساب التخصيص الخاص رقم 124-302 الذي عنوانه "الصندوق الوطني لـ تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعم الاستثمار وترقية التنافسية الصناعية"، الجريدة الرسمية، العدد 73، صادر بتاريخ 06 ديسمبر 2020، ص.28-29.

مساعي الحكومة الجزائرية لتعزيز التجارة الإلكترونية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تعتبر هذه التشريعات القانونية والتي تتضمن بعض الإعفاءات الضريبية المؤقتة أو تخفيضات في الضرائب على الأرباح المتحققة من الأنشطة التجارية الإلكترونية، مما يساهم في تقليل التكلفة الضريبية على هذه المؤسسات جزءاً من الاستراتيجية الوطنية لتعزيز التجارة الإلكترونية وتعزيز الاقتصاد الرقمي في البلاد، وتوفير البيئة الملائمة لنمو الأعمال والاستثمار في هذا القطاع الحيوي.

الفرع الثاني: الحماية القانونية للملكية الفكرية.

يهدف تعزيز الثقة في البيئة التجارية الرقمية وضمان النزاهة والعدالة في المنافسة الإلكترونية، تسعى الحكومة الجزائرية إلى توفير حماية قانونية فعالة لحقوق الملكية الفكرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية، من خلال وضع مجموعة من التشريعات والأوامر التي تنظم وتحمي حقوق الملكية الفكرية، بحيث يشمل ذلك القانون رقم 66-86 الصادر بتاريخ: 28/04/1966 الذي يخول المؤسسات تسجيل تصاميمها ونماذجها الصناعية¹، مما يمنحها حقوقاً حصريّة في استخدامها، بالإضافة إلى أوامر الأخرى مثل الأمر رقم 65-76 الصادر بتاريخ: 16/07/1976 الذي يحمي العلامات التجارية².

بالإضافة إلى الأمر رقم 03-05 الصادر بتاريخ: 19/07/2003 الذي يحمي حقوق المؤلف والحقوق المجاورة³. كما تضمن المرسوم التنفيذي رقم: 05-276، والمرسوم التنفيذي 05-277 الصادرين بتاريخ: 02/08/2005 اللذان يقدمان حماية قانونية مهمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر، بحيث يتم تحديد إجراءات وشروط تسجيل التصاميم الشكلية للدوائر المتكاملة والتصاميم الصناعية الأخرى. مما يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة حماية تصاميمها ومنتجاتها من التقليد غير القانوني والاستخدام غير المصرح به.

تلعب هذه التشريعات دوراً أساسياً في تعزيز الثقة في السوق الإلكتروني وتشجيع المؤسسات على الابتكار والاستثمار في التجارة الإلكترونية، الأمر الذي يساهم في تعزيز نمو هذه المؤسسات وزيادة تنافسيتها في السوق الرقمي، ومن المهم أن تستمر الجهود في تعزيز هذه الحماية وتوسيع نطاقها لتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة وتعزيز دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تعزيز التجارة الإلكترونية في البلاد.

¹ الأمر رقم 66-86، المؤرخ في 28 أبريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادر بتاريخ 30 ماي 1966.

² الأمر رقم 65-76، المؤرخ في 16 جوان 1976، المتعلق بتسمية المنشأ، الجريدة الرسمية، العدد 59، الصادر بتاريخ 16 جوان 1976.

³ الأمر رقم 03-05، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادر بتاريخ 22 جويلية 2003.

الفرع الثالث: التشريعات المتعلقة بالدفع الإلكتروني.

يُظهر التركيز على التشريعات المتعلقة بالدفع الإلكتروني تفاني الحكومة في توفير الأسس القانونية والبنية التحتية اللازمة لتيسير العمليات المالية عبر الإنترنت وتمكين المؤسسات من الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية بكل أمان وثقة، وقد تطرق المشرع الجزائري لوسائل الدفع من خلال مجموعة من التشريعات كالقانون رقم: 11-03 المتعلق بالنقد والقرض¹، باعتباره يمثل إطارًا قانونيًا للأنشطة المصرفية والمالية في البلاد، كما يسعى هذا القانون إلى تنظيم النشاط المصرفي والمالي، وبهذا يلعب دورًا مهمًا في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تبني التجارة الإلكترونية في الجزائر.

كما يُعد القانون رقم 10-05 المعدل والمتمم للقانون رقم 58-75 المتضمن القانون المدني الجزائري خطوة هامة في هذا السياق، إذ يهدف إلى توفير الإطار القانوني الضروري لتطوير واستخدام وسائل الدفع الإلكتروني بشكل آمن وفعال، كما يحدد القانون مسؤوليات الأطراف المشاركة في عمليات الدفع الإلكتروني، وينص على توجيهات للأمان وحماية البيانات الشخصية للمستهلكين.

في نفس السياق يعد القانون رقم 02-05 الصادر بتاريخ 06 فيفري 2005 المعدل للقانون التجاري الجزائري نقلة نوعية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية في الجزائر، من خلال تحديث الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وتعزيز تطوير وسائل الدفع الإلكتروني بما في ذلك وسائل الدفع والسحب الإلكتروني من خلال المادة 543 مكرر².

تلعب هذه التشريعات دورًا حاسمًا في تحقيق التطور والازدهار في القطاع، مما يعزز من مكانة الجزائر كقوة اقتصادية ناشئة في العصر الرقمي. تتطلع الحكومة إلى توجيه المزيد من الاستثمارات والابتكار في هذا المجال بهدف تعزيز النمو الاقتصادي وتعزيز دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مشهد التجارة الإلكترونية المتنوعة.

الفرع الرابع: قوانين حماية المستهلك.

تهدف قوانين حماية المستهلك في هذا المجال إلى تعزيز حقوق وحماية المستهلكين على الإنترنت، إذ تسعى هذه القوانين لحماية المستهلكين ضد الممارسات التجارية غير النزيهة وتوفير آليات لحل النزاعات بشكل فعال، مما يساعد على بناء بيئة أكثر ثقة وشفافية للتجارة الإلكترونية، ويقدم للمؤسسات الصغيرة

¹ القانون رقم 11/03 المؤرخ في 26 أوت سنة 2003، يتعلق بالنقد والقرض، جريدة رسمية، العدد 52 المؤرخة في 27 أوت سنة 2003 ص. 21-03.

² المادة 543 مكرر 23 من القانون رقم 02-05، المؤرخ في 06 فيفري 2005، المعدل والمتمم للأمر رقم 59-75 الصادر بتاريخ 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية، العدد 11، صادر بتاريخ 09 فيفري 2005، ص. 11-08.

مساعي الحكومة الجزائرية لتعزيز التجارة الإلكترونية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

والمتوسطة فرصاً أفضل للنجاح في السوق الرقمية، ويأتي في ذات السياق القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية لحماية المستهلكين الإلكترونيين من خلال العديد من الأوجه أهمها: الشفافية والمعلوماتية.

القانون يلزم البائعين بتقديم معلومات دقيقة وكاملة حول المنتجات والخدمات المعروضة عبر الإنترنت، بما في ذلك الأسعار والمواصفات وشروط البيع¹. الحماية من الغش والتزوير.

القانون يحظر على البائعين نشر معلومات زائفة أو مضللة حول منتجاتهم، ويعاقب الأنشطة التزويرية. السلامة الرقمية.

القانون يحدد معايير لحماية بيانات المستهلكين ويتطلب من الأطراف المعنية بمعالجة البيانات الشخصية الالتزام بممارسات أمنية صارمة. حماية الخصوصية.

القانون يؤكد حق المستهلكين في الخصوصية وينص على أنه لا يجوز جمع أو استخدام بياناتهم الشخصية دون موافقتهم الصريحة. توفير وسائل لحل النزاعات: القانون يشجع على إنشاء وسائل فعالة لحل النزاعات بين المستهلكين والبائعين عبر الإنترنت

قانون حماية البيانات الشخصية.

تهدف هذه القوانين إلى توفير حماية أكبر للمعلومات الشخصية التي تتم معالجتها عبر الوسائل الإلكترونية، سواء للشخص الطبيعي أو المعنوي، وهو جزء لا يتجزأ من جهود الحكومة لتعزيز بيئة أمنة وموثوقة لأعمال التجارة الإلكترونية التي تقوم بها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تسعى لاستخدام بياناتها بشكل قانوني وآمن في إطار التجارة الإلكترونية.

في السياق ذاته سعى المشرع الجزائري إلى توفير حماية قانونية للأنظمة المعلوماتية وأساليب المعالجة الآلية للمعطيات من خلال تعديل القانون رقم 04-15، الصادر بتاريخ: 10 نوفمبر 2004²، المتضمن قانون العقوبات تحت عنوان "المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات" في المواد 394 مكرر إلى 394 مكرر،

¹ المادة 11 من القانون رقم: 05-18 السالف الذكر.

² الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 04-15، المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34، صادر بتاريخ 10 يوليو 2018، ص.ص 11-23.

بحيث يشمل هذا التعديل القسم السابع الذي ينص على العقوبات المفروضة على أي شخص يقوم بالتلاعب بمحتويات نظام المعالجة الآلية للمعطيات أو يعيق تشغيله.

فيما يتعلق بحماية البيانات والخصوصية، فإن القانون يجرم تخريب الحماية الفنية للمعطيات والتي تتضمن إجراءات ووسائل وقائية تهدف إلى الحفاظ على خصوصية البيانات المتناقلة عبر الشبكات، وهذا الإجراء يساهم في تعزيز الثقة في الأنظمة المعلوماتية وتشجيع الشركات والأفراد على استخدام التكنولوجيا الرقمية بأمان وسلامة.

و من جانب آخر فقد سعى المشرع الجزائري إلى توفير إطار قانوني يضمن سرية وحماية البيانات الشخصية التي تتم معالجتها عبر الوسائل الإلكترونية، من خلال القانون رقم 18-07 الصادر بتاريخ: 10 يونيو 2018¹، الذي يجبر المنظمين والمعالجين للبيانات الشخصية احترام حقوق المستهلكين والمستفيدين وضمان السرية والأمان لهذه البيانات، بحيث يشكل هذا القانون خطوة إيجابية في دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث يوفر للمستهلكين والأعمال الصغيرة وسائل حماية لبياناتهم الشخصية ويعزز الثقة في البيئة الرقمية.

خاتمة:

تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورًا حاسمًا في ترقية الاقتصاد الوطني، بحيث تشكل النسيج الحقيقي للأعمال والابتكار في البلاد، وتوفر فرص عمل، وما يزيد من تعزيز استقرار وفعالية عملياتها التجارية هو تبنيها للتجارة الإلكترونية، مما يخدم زيادة الإنتاجية وتوسيع السوق وزيادة الصادرات، إلا أن هذا المؤسسات غالبًا ما تواجه مجموعة من التحديات والصعوبات في مجال البنية التحتية للبيانات، والعقبات القانونية وتشريعية، الأمر الذي جعل الحكومة الجزائرية تسعى لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتبني التجارة الإلكترونية من خلال تمهيد البنية التحتية الرقمية و سن مجموعة من القوانين والتشريعات التي تهدف إلى حماية البيانات الشخصية والمعلومات على الإنترنت. ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذا البحث ما يلي:

- تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزيادة إيراداتها، مما يعزز الوصول إلى الأسواق العالمية وتعزز من قدرة هذه المؤسسات على المنافسة على الصعيدين المحلي والدولي.

¹ القانون رقم 18-07، المؤرخ في 10 يوليو 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34، صادر بتاريخ 10 يوليو 2018، ص.ص 23-11.

مساعي الحكومة الجزائرية لتعزيز التجارة الإلكترونية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

- ضعف الأمان الرقمي ونقص التمويل وغياب التشريعات والقوانين المنظمة للأمان الرقمي عوامل تصعب تبني التجارة الإلكترونية.
- وجود قوانين لحماية الملكية الفكرية والبيانات الشخصية يعزز من الثقة في التجارة الإلكترونية.
- مساعي الحكومة الرامية إلى توفير البنية التحتية الرقمية وإصدار التشريعات التي تدعم الأنشطة التجارية الإلكترونية بهدف حماية حقوق المستهلكين والمؤسسات يساهم بشكل كبير في نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- ومن أهم الاقتراحات ما يلي:
- ضرورة الاستثمار في تحسين البنية التحتية الرقمية بما في ذلك الوصول إلى الإنترنت عالي السرعة والتكنولوجيا الحديثة مثل الدفع الإلكتروني وتقديم برامج تدريب وتعليم مخصصة للتجارة الإلكترونية، تشمل كيفية إنشاء وإدارة متاجر عبر الإنترنت والتسويق الرقمي وأمان المعلومات.
- يجب أن تعمل الحكومة على توفير آليات تمويل للمشاريع الصغيرة والمتوسطة بما يشمل قروضاً ميسرة وبرامج دعم مالية التي تهدف إلى التجارة الإلكترونية، وكذا تنفيذ السياسات والبرامج المختلفة لضمان تحقيق الأهداف وإجراء التحسينات عند الضرورة.
- تعزيز التوعية بفوائد التجارة الإلكترونية والمخاطر المحتملة وكيفية التعامل معها من خلال حملات توعية والتثقيف.

قائمة المصادر والمراجع.

أولاً: قائمة المصادر:

(أ)- القوانين:

1. الأمر رقم 66-86، المؤرخ في 28 أفريل 1966، المتعلق بالرسوم والنماذج الصناعية، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادر بتاريخ 30 ماي 1966.
2. الأمر رقم 66-156، المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 04-15، المؤرخ في 10 نوفمبر 2004، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34، صادر بتاريخ 10 يوليو 2018.
3. الأمر رقم 65-76، المؤرخ في 16 جوان 1976، المتعلق بتسمية المنشأ، الجريدة الرسمية، العدد 59، الصادر بتاريخ 16 جوان 1976.
4. قانون اليونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية لسنة 1996.
5. القانون رقم 01-18، المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية، العدد 77 الصادر بتاريخ 15 ديسمبر 2001.
6. الأمر رقم 03-05، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادر بتاريخ 22 جويلية 2003.

7. القانون رقم 11-03 المؤرخ في 26 أوت سنة 2003، يتعلق بالنقد والقرض، جريدة رسمية، العدد 52 المؤرخة في 27 أوت سنة 2003 ص.21-03.
8. القانون رقم 02-05، المؤرخ في 06 فيفري 2005، المعدل والمتمم للأمر رقم 59-75 الصادر بتاريخ 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية، العدد 11، صادر بتاريخ 09 فيفري 2005، ص.ص 11-08.
9. القانون رقم 05-18، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28 الصادر بتاريخ 16 ماي 2018.
10. القانون رقم 07-18، المؤرخ في 10 يوليو 2018، المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، الجريدة الرسمية، العدد 34، صادر بتاريخ 10 يوليو 2018، ص.ص 23-11.
11. القانون رقم 18-22، المؤرخ في 24 يوليو 2022، المتعلق بالإستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 50، صادر بتاريخ 28 يوليو 2022.

ب)- النصوص التنظيمية.

1. القرار الوزاري مشترك، المؤرخ في 10 أكتوبر سنة 2020، يعدل ويتمم القرار الوزاري المشترك المؤرخ 15 ديسمبر 2016 يتضمن يحدد مدونة الإيرادات والنفقات لحساب التخصيص الخاص رقم 302-124 الذي عنوانه "الصندوق الوطني لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعم الاستثمار وترقية التنافسية الصناعية"، الجريدة الرسمية، العدد 73، صادر بتاريخ 06 ديسمبر 2020، ص.ص 29-28.
2. مرسوم تنفيذي رقم 20-331، المؤرخ في 22 نوفمبر 2020، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 18-170 المؤرخ في 26 يونيو 2018، الذي يحدد مهام وكالة تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الابتكار وتنظيمها و سيرها، الجريدة الرسمية، العدد 70، صادر في 25 نوفمبر 2020.
3. مرسوم رئاسي رقم 02-48، المؤرخ في 16 يناير 2002، يتضمن إنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها وعملها، الجريدة الرسمية، العدد 05، صادر بتاريخ 20 يناير 2002.
4. مرسوم رقم 85-56، المؤرخ في 16 مارس 1985، يتضمن إنشاء مركز للبحث في الإعلام العلمي والتقني، الجريدة الرسمية، العدد 301، صادر سنة 1985.

ثانيا: قائمة المراجع.

أ)- الكتب.

1. المنير محمد الجنيبي و ممدوح محمد الجنيبي، الطبعة القانونية للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، د ط، الإسكندرية.
2. بورنان مصطفى، تنمية وترقية المؤسسات المصغرة في الجزائر، منشورات الحياة الصحافة، الجلفة الطبعة الأولى سنة 2009.
3. لزهرين سعيد، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية، دار هومة، الطبعة الثانية 2014.
4. محمد عادل عبد العزيز، التجارة الإلكترونية والفكر المحاسبي، شركة الوسيط التجاري، الطبعة الأولى مصر 2005.

ب)- الرسائل الجامعية:

1. السعيد دراجي، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية الاقتصادية - حالة الجزائر - أطروحة دكتوراه تخصص اقتصاد وإدارة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية ، قسم الاقتصاد والإدارة، سنة 2008/2009.
2. لوكاير مالح، دور البنوك في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، رسالة ماجستير. كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2012.

ج)- المقالات في المجلات العلمية:

مساعي الحكومة الجزائرية لتعزيز التجارة الإلكترونية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

1. المير سميرة، عقد التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والعلوم السياسية، عدد 7، المركز الجامعي النعامة، الجزائر، 2018، 174.
2. بوالقول هرون، التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشوري الجلفة.
3. قاشي يوسف أبركان محمد، هياكل الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والميكانيزمات الجديدة للتمويل، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية ، العدد الثاني، جامعة الجلفة، الجزائر، 2017.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Philippe Latu , Technologie RNIS, (2007/09/13)

المواقع الإلكترونية :

28/03/2023 - 13 :48. <http://www.radioalgerie.dz/news>