

اللقب والاسم: سامر سمية

اللقب والإسم: شباح رشيد

الوظيفة: أستاذة مؤقتة+ مهندس دولة في الإحصاء

الوظيفة: أستاذ جامعي

الرتبة: طالبة دكتوراه السنة الثانية

الرتبة: أستاذ محاضر ب

المؤسسة: المركز الجامعي الونشريسي تيسمسيلت

المؤسسة: جامعة ابن خلدون تيارت

الهاتف: 0782 08 86 11

الهاتف: 0670 30 62 30

البريد الإلكتروني: [soumiasameur26@gmail.com](mailto:soumiasameur26@gmail.com) البريد الإلكتروني: [rachidchebbaht@gmail.com](mailto:rachidchebbaht@gmail.com)

محور المداخلة: التجارة الإلكترونية ومقومات قيامها في الجزائر

عنوان المداخلة: دراسة تحليلية لواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ومعوقات تطبيقها

## دراسة تحليلية لواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ومعوقات تطبيقها

ملخص:

تشير الإحصائيات إلى أن مبيعات التجارة الإلكترونية حول العالم في تصاعد مستمر حيث بلغت 25.3 تريليون دولار سنة 2018م مقارنة بسنة 2016م والتي قدرت بمعدل سنوي حدد ب 23 تريليون دولار، إلا أن التجارة الإلكترونية لم تكتسب بعد مكانتها في الجزائر ولم تحقق لحد الآن النتائج المسطرة و المرجوة منها، ولكن هذا لا يشكك في المجهودات المبذولة من طرف الجزائر من أجل دعم وإرساء البنية التحتية للاتصالات ومسايرة التقدم التكنولوجي في العالم وإعطاء دفعة للنهوض بهذا النوع من التجارة. الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الانترنت، الدفع الإلكتروني، إستراتيجية الجزائر الإلكترونية.

### Résumé :

Les statistiques indiquent que les ventes du commerce électronique dans le monde augmentent régulièrement, atteignant 25,3 billions de dollars en 2018, par rapport à 2016, ce qui est estimé à un taux annuel de 23 billions de dollars, En Algérie, le commerce électronique ne trouve pas encore de place.

Cependant, cela ne signifie nullement que des efforts n'ont pas été effectués pour développer l'infrastructure des télécommunications, pour tenter de suivre le développement des nouvelles technologies en la matière. L'infrastructure de base existante permettre tôt ou tard de faire décoller cette activité.

**Mots clés :** e-commerce, internet, e-paiement, Algérie e- stratégie

## 1-مقدمة:

عرفت التجارة عبر العصور تطورات كثيرة ومختلفة، وإن أهم ما يميزها في عصرنا هذا هو الدور الكبير لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والسعي للاستفادة من مزاياها لممارسة ما يعرف بالتجارة الإلكترونية التي ظهرت كأسلوب جديد لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا بين مختلف دول العالم. على الرغم من تنامي حجم التجارة الإلكترونية عالميا إلى أن أصبحت تمثل المستقبل لقطاعات اقتصادية كبيرة خاصة فيما يتعلق بالخدمات والاتصالات، إلا أن العديد من الدول العربية بما فيها الجزائر لم تستطع الاستحواذ إلا على نسبة ضئيلة منها، إذ أنها لم تستوعب فكرة أهمية المعلومات والتجارة الإلكترونية اقتصاديا إلا في الآونة الأخيرة، وبهذا فهي تسعى جاهدة لتذليل العقبات التي تواجه تطبيق هذه التجارة.

**1-1 إشكالية الدراسة:** من خلال ما تقدم يمكننا طرح التساؤل التالي: ما مدى اعتماد الجزائر للتجارة

الإلكترونية؟ وما هي أهم المعوقات التي تحد من تطور هذا النوع من التجارة في الجزائر؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة ارتأينا طرح الفرضية التالية والمتمثلة في كون الجزائر تسعى لمواكبة مختلف التطورات التكنولوجية إلا أنها تحتل موقعا ضعيفا في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية.

**1-2 أهمية وأهداف الدراسة:** تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقت إليه، فهي

تعالج ظاهرة التجارة الإلكترونية، التي أصبحت من بين القطاعات الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي ويتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها على الأسواق والمنظمات والدول.

نهدف من هذه الدراسة إلى توضيح جملة من النقاط نوجزها فيما يلي:

- إلقاء الضوء على التجارة الإلكترونية باعتبارها من المفاهيم الجديدة وأحد سمات الاقتصاد الحديث القائم على المعرفة؛

- تحليل واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؛

- معرفة أهم المعوقات التي تحد من تطبيق التجارة الإلكترونية،

- إثراء الملتقى الوطني بمرجع حول الموضوع، يوفر مادة علمية، ويفتح آفاقا أمام دراسات جديدة في مجال البحث.

**1-3 منهج الدراسة:** تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتبر المنهج المناسب لهذه

الدراسة من خلال الاعتماد على بعض الإحصائيات والمؤشرات والقيام بتحليلها.

**1-4 هيكل الدراسة:** تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاث محاور كالاتي:

المحور الأول: البعد النظري للتجارة الإلكترونية

المحور الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

المحور الثالث: معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر

**2- المحور الأول: البعد النظري للتجارة الإلكترونية**

في ظل العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الإنترنت انتشارا هائلا ظهر مفهوم التجارة الإلكترونية التي تمنح العديد من المزايا، فقد جعلت هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل المنظمات على خلاف حجمها لاقتحام الأسواق العالمية والترويج للبضائع والسلع بكل يسر متخطين كل الحدود وكذلك الحال بالنسبة للعملاء الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم نقرة زر واحدة دون الحاجة لمغادرة أماكنهم، وسنتناول في هذا المحور الإطار النظري للتجارة الإلكترونية.

**2-1 تعريف التجارة الإلكترونية**

- تمثل التجارة الإلكترونية شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف بحيث

يكون التبادل إلكترونيا بدلا منه ماديا أو ماديا مباشرا (ياسين و عباس، 2006، صفحة 209).

-عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية التجارة الإلكترونية على أنها "عملية بيع أو شراء سلع أو خدمات من قبل مؤسسة أو شخص طبيعي، إدارة أو كل كيان عام أو خاص ويتم ذلك عبر الشبكة الإلكترونية (فارس و مروان، 2017).

-حسب منظمة التجارة العالمية: التجارة الإلكترونية هي أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية (السقاف، 2010، صفحة 04).

ويمكن القول من خلال هذه التعاريف أن التجارة الإلكترونية هي عملية تجارية تعنى بالسلع والخدمات المختلفة، والمميز في هذه العملية هو وجود وسيط إلكتروني يساعد على غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف.

2-2 أشكال التجارة الإلكترونية: يمكن أن تتم التجارة الإلكترونية من خلال تسعة أشكال ولتوضيح ذلك نستعرض المصنوفة التي قدمها كوبل coppel وهي على النحو التالي: (كريمة، 2014، صفحة 18):

الشكل رقم -01- مصنوفة كوبل للأنشطة التجارية وأنشطة تبادل المعلومات

مستهلك	شركة	حكومة	
حكومة لمستهلك G2C	حكومة لشركة G2B	حكومة لحكومة G2G	حكومة
شركة لمستهلك B2C	شركة لشركة B2B	شركة لحكومة B2G	شركة
مستهلك لمستهلك C2C	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك

المصدر: صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014، ص 18.

2-3 فوائد التجارة الإلكترونية: للتجارة الإلكترونية فوائد جمة بالنسبة للمنظمات أو العملاء والجدول التالي يلخص ذلك (دميش، 2011، الصفحات 57-58):

الجدول رقم-01- فرص وفوائد التجارة الإلكترونية للعملاء والمنظمات

العملاء (المستهلكين)	المنظمات (العارضين)
خيار عالمي	حضور عالمي
تحسين جودة المنتج	تحسين الوضع التنافسي
تقديم منتجات وفقا لرغبات العميل	التصنيع الضخم للمستهلك
سرعة الإستجابة للاحتياجات	اختصار الدورة التجارية للأعمال
خفض أسعار المنتجات	وفورات هائلة في التكاليف
خدمات ومنتجات جديدة	إيجاد فرص أعمال جديدة

المصدر: سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2011، ص 57.

1- حضور عالمي/ خيار عالمي: تتميز التجارة الإلكترونية بخاصية الالاقليمية، فهي تتجاوز الحدود

والقيود الجغرافية إلى نطاق عالمي، من خلال التغطية الكبيرة لشبكة الاتصالات، وبما أن معظم الشبكات هي عالمية في أبعادها ومجالاتها فإن التجارة الإلكترونية تمكن حتى المنظمات الصغيرة من التواجد في الأسواق العالمية، مما يتيح للمستهلك فرصة أكبر للاختيار من بين المعروض.

2- تحسين الوضع التنافسي/ تحسين جودة المنتج: تمكن التجارة الإلكترونية الموردين من تحسين

أوضاعهم التنافسية من خلال جعلهم أقرب إلى العميل، عن طريق تقديم وتطوير خدمات ما قبل وبعد البيع وتوفير المعلومات عن المنتجات والأسواق والاستجابة السريعة لطلبات السوق، مما ينعكس على تحسين جودة المنتج التي تعيد المستهلكين.

3- التصنيع الضخم للمستهلك/ تقديم منتجات وفقا لرغبات العميل: يستطيع الموردون من خلال

آلية التفاعل الإلكتروني تجميع معلومات دقيقة عن الحاجات والرغبات الخاصة لكل عميل من عملائهم، وبالتالي يتم الإنتاج بناء على هذه الطلبات لهؤلاء الأفراد، أي تفصل السلع والخدمات على مقياس العميل.

4- اختصار الدورة التجارية/ سرعة الاستجابة للاحتياجات: من شأن تطبيق التجارة الإلكترونية أن

يؤدي إلى الاستغناء عن وظائف الوسطاء، مما سيقلل الدورة التجارية بدرجة كبيرة، حيث أن

عملية الشحن تتم مباشرة من المصنع إلى المستهلك النهائي مما سيقصر أو يلغي سلاسل التوريد التقليدية، حيث أن الكثير من المنظمات استطاعت بفضل التجارة الإلكترونية تزويد العملاء مباشرة باحتياجاتهم من السلع والخدمات متجاوزة بذلك تجار الجملة والتجزئة والوسطاء التقليديين الآخرين، وذلك سوف يؤدي إلى تلبية احتياجات المستهلكين بسرعة وكلفة منخفضة، ويظهر ذلك بشكل كبير في السلع والخدمات التي يتم تسلمها بشكل إلكتروني (مجلات، جرائد، أفلام..).

**5- وفورات هائلة في التكاليف/ خفض أسعار المنتجات:** إن تقليص تكاليف التبادل التجاري تعد واحدة من أبرز مساهمات التجارة الإلكترونية ( فإذا كانت التكلفة في التبادل التجاري التقليدي تقاس بالدولارات فإنها في التعامل الإلكتروني تقاس بالسنتات)، حيث أن تحويل التبادل التجاري الروتيني الذي ينطوي على استخدام التفاعل الإنساني إلى تبادل إلكتروني من شأنه أن يخفض من التكاليف، كذلك فإن التجارة الإلكترونية تؤدي إلى تقليص التكاليف الناجمة عن الإجراءات الإدارية بشكل كبير، مما يعكس بالإيجاب على العميل في شكل أسعار منخفضة جدا للمنتجات.

**6- إيجاد فرص أعمال جديدة/ خدمات ومنتجات جديدة:** توفر التجارة الإلكترونية فرصا إضافية وتقديم منتجات وخدمات جديدة تماما وبخاصة خدمات صيانة الشبكات، خدمات الدليل، وتقديم الخدمات لأطراف العملية التجارية وضمان تأمين إتمامها، والعديد من خدمات المعلومات عبر الويب.

والواقع أن هذه المزايا والفوائد وإن بدت منفصلة إلا أنها في الواقع متداخلة ومتشابكة، فالتحسن في الوضع التنافسي وفي جودة السلع والخدمات المعروضة تأتي في جزء منه في عملية تفصيل السلع والخدمات على مقاس العملاء، بينما قد تساهم عملية تقصير سلاسل التوريد في تحقيق وفورات كلفوية هائلة وتقليص كبير في الأسعار.

### **3- المحور الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر**

على هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال في 18 ماي 2009م الذي حمل شعار " التجارة الإلكترونية والاقتصاد المعرفي"، أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بن صالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعبوب عن انطلاق التجارة الإلكترونية في شهر أفريل 2009م، مؤكداً أن الجزائر ستحصل على إطار قانوني وتنظيمي يسمح بتأطير التجارة

الإلكترونية ويوفر الأمن والحماية اللازمين للبيانات والصفقات الإلكترونية، ومن هذا المنطلق سنحاول التعرف أكثر على وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر (بن شنيعة و مطاي، 2019، صفحة 105). سنحاول من خلال هذه النقطة دراسة وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر حسب الأرقام والإحصائيات الحديثة المتوفرة لدينا.

### 3-1 وضعية البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر: للحديث عن التجارة الإلكترونية في الجزائر

لا بد من الاطلاع أولاً على البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية لهذا البلد، وإن أهم عنصر في التجارة الإلكترونية هو البنية التحتية من شبكة الإنترنت وشبكات الاتصالات والمعلومات المتطورة.

أولاً: شبكة الانترنت: ارتبط ظهور التجارة الإلكترونية بظهور شبكة الانترنت، باعتبارها أهم وسيلة تتم عبرها نشاطات هذه التجارة (آمال، 2015، صفحة 08)، و لكي نتعرف بدقة على وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر نعتمد على مؤشر مهم والمتمثل في عدد مستخدمي الانترنت والذي يعكس بشكل غير مباشر واقع التجارة الإلكترونية، والجدول الموالي يمثل عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر من سنة 2000م إلى سنة 2017م.

#### جدول رقم-02- عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر (2000-2017)

YEAR	Users	Population	% Pen.
2000	50,000	31,795,500	0.2 %
2005	1,920,000	33,033,546	5.8 %
2007	2,460,000	33,506,567	7.3 %
2008	3,500,000	33,769,669	10.4 %
2009	4,100,000	34,178,188	12.0 %
2010	4,700,000	34,586,184	13.6 %
2012	5,230,000	37,367,226	14.0 %
2013	6,404,264	38,813,722	16.5 %
2014	6,669,927	38,813,722	17.2 %
2015	11,000,000	39,542,166	27.8 %

2016	15,000,000	40,263,711	37.3 %
2017	18,580,000	41,063,753	45.2 %

Source : <https://www.internetworldstats.com/stats19.htm>

pen% : نسبة النفاذ إلى الانترنت

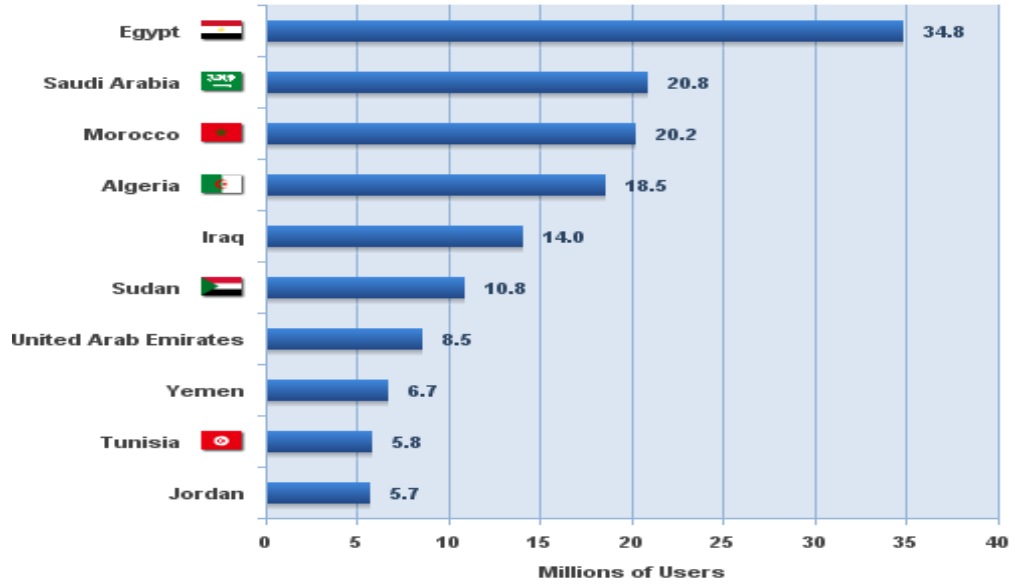
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر قد تطور بشكل ملحوظ من سنة 2000 إلى سنة 2017 حيث بلغت نسبة مستخدمي الانترنت 0.2% سنة 2000م، لتصل إلى نسبة 5.8% سنة 2005م وفي هاته السنة تم تعميم الانترنت في المدارس والجامعات بموجب اتفاقية بين وزارة التربية الوطنية ووزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ثم ارتفعت بين السنوات 2010-2014 من 13.6% إلى 17.2% لتقفز قفزة نوعية (أكثر من 10%) حيث قدرت ب 27.8% سنة 2015م وهذا ما يفسر بالانتشار الواسع لتقنية الجيل الثالث، لترتفع إلى 37.3% سنة 2016م وتصل إلى 45.2% سنة 2017م وهذا إن دل على شيء إنما يدل على الاهتمام المتزايد من طرف الدولة الجزائرية بتقنية الانترنت وسعيها لاستخدامها في جميع المجالات.

حسب آخر الإحصائيات لنفس الموقع عرفت الجزائر تطورا ملحوظا في معدل استخدام الانترنت، خصوصا في الفترة 2015-2018م التي انتقلت النسبة خلالها من 27.8% إلى 49.2% أي ارتفاع نسبة مستخدمي الانترنت في ديسمبر 2018م إلى 21.000.000 مستخدم، وهو تطور مهم يمكن رده إلى إطلاق خدمات الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال، وهذا ما يشكل أرضية كامنة للنهوض بالتجارة الإلكترونية وتطويرها بالجزائر، إلا أن كل ذلك يبقى مرهونا بجودة وقوة التدفق حتى يتسنى استغلال تكنولوجيات الجيل الثاني وما بعده.

الشكل رقم -02-



## Internet Top 10 Arabic Speaking Countries March 2017



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com  
175,718,653 estimated Arabic Speaking Internet Users for March 2017  
Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group

من خلال الشكل رقم -02- نستنتج أن الجزائر تحتل المرتبة الرابعة بالنسبة لعدد مستخدمي الانترنت سنة 2017م في الدول العربية بعد كل من مصر والسعودية والمغرب بحيث حددت ب 18.5 مليون مستخدم للانترنت.

### ثانيا: الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة

إن من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الإلكترونية هو توفر شبكات الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة، والتي يتم من خلالها النفاذ إلى الانترنت وممارسة التجارة الإلكترونية.

### الجدول رقم-03- مشتركى شبكة الهاتف الثابت في الجزائر

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016
العدد الإجمالي للمشاركين	3 231 332	3 138 914	3 098 787	3 267 592	3 404 709

المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع التالية( تم الاطلاع على المواقع 2020/01/10

على الساعة 17:05)

<http://www.andi.dz/index.php/ar/2013-01-02-16-40-57/raisons-pour-investir/131-tic/723->

[https://www.asjp.cerist.dz/en/article/52739 marche-de-la-telephonie-fixe](https://www.asjp.cerist.dz/en/article/52739_marche-de-la-telephonie-fixe)

[https://www.arpce.dz/ar/doc/actu/com/2017/ARPT\\_Bilan\\_2016-29\\_MARS\\_2017\\_Ar.pdf](https://www.arpce.dz/ar/doc/actu/com/2017/ARPT_Bilan_2016-29_MARS_2017_Ar.pdf)

نلاحظ من خلال الجدول رقم-03- أن مشتركى شبكة الهاتف الثابت في ارتفاع على مدار السنوات من 2014 إلى 2016 م وهذا من 3 089 787 إلى 3 404 709 مشترك، ولكن بالرغم من هذا التوسع والارتفاع إلا أنها تبقى نسبة محدودة بالنسبة للتطبيق الفعال للتجارة الإلكترونية.

إن أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تأثر بشكل مباشر على الإقبال على الانترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الانترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية باعتبار الانترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر وهاتف.

#### الجدول رقم -04- مشتركى شبكات الهاتف النقال في الجزائر

السنوات	2014	2015	2016
العدد الإجمالي للمشاركين	43 298 174	43 390 965	47 041 321

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع التالية (تم الاطلاع على المواقع 2020/01/10 على الساعة 19:00)

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/52739>

[https://www.arpce.dz/ar/doc/actu/com/2017/ARPT\\_Bilan\\_2016-29\\_MARS\\_2017\\_Ar.pdf](https://www.arpce.dz/ar/doc/actu/com/2017/ARPT_Bilan_2016-29_MARS_2017_Ar.pdf)

بالنسبة للهاتف النقال فإنه يعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر، وقد شهدت هذه الأخيرة تحسنا ونموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة.

بلغ عدد المشتركين في شبكات الهاتف النقال في نهاية شهر ديسمبر 2016م 74.041 مليون مشترك مقابل 43.390 مليون مشترك مسجل في نفس الفترة من 2015م، ويمكن تفسير هذا التطور بنمو حظيرة مشتركى الجيل الثالث 3G وإطلاق خدمات الجيل الرابع 4G.

تعاني الجزائر من تردي نسبي للبنية التحتية للشبكة الهاتفية الثابتة، وتفتقر إلى شبكات واسعة من هذه الخطوط الهاتفية، أما بالنسبة للهاتف النقال فإنه يعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر وهذا حسب الإحصائيات المذكورة آنفا، ويمكن القول أن الجزائر عموما متأخرة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الذي يختص في كل من الهواتف النقالة والثابتة رغم الجهود المبذولة.

ومن أجل تدعيم المعطيات السابقة حول واقع البنية التحتية للاتصالات في الجزائر، نورد في الجدول التالي الترتيب الدولي للجزائر وتطوره في الفترة 2008-2016 وفقا للمؤشر العام لجاهزية الشبكات وبعض المؤشرات الفرعية التي تضمنتها التقارير الشاملة حول تكنولوجيات الإعلام الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي خلال الفترة 2008-2016م:

**الجدول رقم -05-** الترتيب الدولي للجزائر حسب المؤشر العام لجاهزية الشبكات وبعض المؤشرات الفرعية ومؤشرات جاهزية التكنولوجيا في الفترة 2008-2016م

ترتيب الجزائر سنة					المؤشر العام لجاهزية الشبكات وبعض المؤشرات الفرعية
2016 (من أصل 139 دولة)	2015 (من أصل 143 دولة)	2014 (من أصل 148 دولة)	2013 (من أصل 144 دولة)	2009/2008 (من أصل 134 دولة)	
117	120	129	131	108	المؤشر العام لجاهزية الشبكات (Networked readiness index) NRI
103	102	104	100	81	مؤشر استخدام الأفراد للشبكات
133	137	147	144	129	مؤشر استخدام قطاع الأعمال للشبكات
130	134	137	139	122	مؤشر استخدام الحكومة للشبكات
123	138	146	140	129	التشريعات المتعلقة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال
91	113	133	131	122	جودة نظام التعليم
84	85	117	112	غير متوفرة	نسبة الأمية

المصدر: عبد الحكيم حططاش، دور تطبيق الحكومة الإلكترونية في تحسين إدارة العلاقة مع المواطن (CRM)، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، 2018، ص 246.

من الواضح من خلال الجدول أعلاه التأخر الذي مازالت تعرفه الجزائر في مجال الجاهزية العامة للشبكات ومكوناتها الفرعية، سواء فيما تعلق باستخدام الأفراد ومنظمات الأعمال والمنظمات الحكومية

للشبكات أو في الجانب التشريعي في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الذي احتلت فيه سنة 2016م المرتبة 123 عالميا (حططاش، 2018، صفحة 247).

وتجدر الإشارة أن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD لسنة 2016م صنف الجزائر في المرتبة 95 عالميا، في مبيعات التجزئة عبر الانترنت، نسبة إلى إجمالي المبيعات بالمتجر، ووفقا للتقرير الذي ضم 137 دولة، وهي مرتبة متأخرة جدا مقارنة بالإمارات العربية المتحدة، التي احتلت المرتبة 25، وهي الأولى عربيا، وتونس هي الأخرى احتلت المرتبة 73 (آمال م.، 2018، صفحة 251).

وكخلاصة لتقييمنا لوضعية البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر، يمكننا القول أنه بالرغم من أن سوق الانترنت في الجزائر شهد زيادة كبيرة وتطور واسع في نسبة استخدام الانترنت وبالرغم من تأهب المتعاملون الاقتصاديون لثورة التجارة الإلكترونية وإدراكهم بأهمية انتقال التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني إلا أن الجزائر مازالت تعاني من ضعف كبير وفجوة رقمية هائلة في مجال البنية المعلوماتية، هذه النتيجة توافق ما خلص إليه الباحث خالد بن ساسي في دراسة حديثة له بعنوان واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر وقد توصلت الدراسة إلى تأخر الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا تأخرها في تطبيق التجارة الإلكترونية وأرجع الباحث هذا التأخر إلى عدم وجود رؤى واضحة في هذا المجال أما عن السبب الرئيسي فأرجعه إلى فشل مشروع الجزائر الإلكترونية والذي سنتناوله في النقطة الموالية.

**3-2 إستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013:** هي إستراتيجية ترمي إلى إبراز مجتمع العلم والمعرفة الجزائري، والتي تأخذ بعين الاعتبار التحولات العميقة والسريعة التي يعيشها العالم، تهدف هذه الإستراتيجية التي تتضمن خطة عمل قوية و متماسكة إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني، كما أنها تسعى إلى تحسين قدرات التعليم والبحث والتطوير في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وتحسين حياة المواطنين من خلال نشر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتتمحور خطة العمل هذه إلى ثلاثة عشر محورا، لكل محور مجموعة من الأهداف الرئيسية والأهداف الخاصة، مع وضع قائمة جرد لكل محور، وضبط قائمة الإجراءات اللازمة لتنفيذها، حيث حدد مدة خمس سنوات لتنفيذ الخطة من 2009م إلى 2013م (بن ساسي، 2017، صفحة 210)

تتمثل هذه المحاور في (آمال ح.، 2015، صفحة 11):

- تعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإدارات الحكومية؛
- تعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنشآت التجارية؛
- وضع آليات وتدبير تشجيعية تتيح نفاذ المواطنين إلى تجهيزات وشبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- تحفيز تطوير الاقتصاد الرقمي؛
- تعزيز البنية التحتية للاتصالات بسرعة عالية وعالية جدا؛
- تطوير الكفاءات البشرية؛
- تعزيز البحث والتنمية والابتكار؛
- تطوير الإطار القانوني التشريعي والتنظيمي الوطني؛
- الإعلام والاتصالات؛
- تعزيز التعاون الدولي؛
- آليات التقييم والمتابعة الإلكترونية؛
- التدابير التنظيمية؛
- تقدير وتقييم الوسائل المالية الضرورية.

وبالرغم من سعي الدولة لانتهاج إستراتيجية من شأنها تجسيد مجتمع معلوماتي واقتصاد رقمي وقيام وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال سنة 2009م بوضع إستراتيجية ذات أهداف نوعية محددة لتشكيل اقتصاد بديل للموارد النفطية والمتمثلة في " إستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013"، إلا أنها وحسب رأيي الشخصي كانت متأخرة في إطلاق هذا المشروع مقارنة ببقية دول العالم وهذا ما يشاطرنه فيه الرأي الدكتور عبد الحكيم حططاش في دراسة له حول دور تطبيق الحكومة الإلكترونية في الجزائر في تحسين إدارة العلاقة مع المواطن سنة 2018م، فوجد مثلا ماليزيا وضعت أسس مشروعها الوطني الإلكتروني سنة 1996م وتبنته في 1997م وأطلق عليه " الممر الخارق للوسائط المتعددة" على يد رئيس وزراءها الأسبق "محمد مهاتير" وبهذا لم تتأخر ماليزيا في مواكبة التحول العالمي في مجال البنية الإلكترونية. ويمكن إرجاع أسباب التأخر في تبني هذا المشروع حتى سنة 2009م إلى الأوضاع الأمنية والسياسية التي كانت تعيشها البلاد، ولكن كان بإمكان الدولة تدارك ذلك في بداية الألفيات ضمن مخططاتها التنموية التي انتهجتها الجزائر منذ 2001م.

بعد مرور سنتين من الإنطلاق الرسمي لتنفيذ كل محاور البرنامج، لم يتم نشر أي تقرير بخصوص الإنجازات التي تم تنفيذها في هذا البرنامج، وبالتالي المشروع عرف فشلا ذريعا، وهذا بشهادة الخبراء الذين شاركوا في إعداد المشروع مثل السيد علي كحلان والسيد يونس قرار، الذين أقر أن نسبة تنفيذ المشروع بلغت 30% فقط إلى غاية 2015م. وبالتالي يمكن القول أن المبادرة الجزائرية لم تنجح في تطبيق هذه الإستراتيجية وهو ما انعكس على ضعف تبني التجارة الإلكترونية بالجزائر.

**3-3 الدفع الإلكتروني في الجزائر:** تمتلك الجزائر أكثر من 3500 محطة دفع إلكترونية و 1300 موزع آلي، وبلغ عدد بطاقات الدفع المسلمة من طرف البنوك 2.2 مليون بطاقة إلى غاية نهاية جوان 2019م و 32 موقعا تجاريا إلكترونيا مرخص له، وفقا للحصيلة التي قدمتها هيئة ضبط النقد الآلي، كلها أرقام تعكس التأخر الكبير الذي تعرفه بلادنا في هذا المجال.

لقد سعت الجزائر في خضم التطور التكنولوجي الهائل الذي أصبح حتمية على كل دولة حتى تتأقلم وتصبح عنصرا فعالا في الاقتصاد والمبادلات الدولية، الاهتمام باستعمال تقنية الدفع الإلكتروني من أجل تسهيل المعاملات التجارية (مسعودي و الزهرة، 2017، صفحة 156)، لكن رغم هذه الجهود التي بذلتها لإصلاح جهازها المصرفي وعصرنة نظام مدفوعاتها إلا أنها لم ترقى لمستوى التحديات المطلوبة و لا تزال بعيدة عن هذه الخدمات، فحسب الخبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمستشار السابق في وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال السيد يونس قرار في حديثه عن واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، التجارة الإلكترونية غير موجودة لأن الدفع الإلكتروني غير موجود، ولماذا الدفع الإلكتروني غير موجود؟ لأن الإطار القانوني المنظم لهذه التجارة لم يظهر للوجود، وتبقى كل وزارة تحمل مسؤولية هذا القانون إلى وزارة أخرى (بن ساسي، 2017، صفحة 215)، وفي هذا الرأي يشاطره الكثير من الباحثين والخبراء ففي يوم دراسي أقيم بالجزائر حول " الدفع الإلكتروني بالجزائر: رؤية اجتماعية واقتصادية أجمع الحضور من الأساتذة الجامعيين والباحثين على تأخر بلادنا في مجال الدفع الإلكتروني وتحديثها على ضرورة تطوير البنى التحتية للدفع الإلكتروني، وتنويع المنتجات والحلول المقدمة للزبائن وإرساء الثقة في هذا النظام وتطوير الموارد البشرية العاملة في هذا المجال واعتبرت الأستاذة مليكة صديقي أن السبب الرئيسي في هذا التأخر هو المزايا التي يقدمها نظام الدفع الإلكتروني وهي " الشفافية في المعاملات وتراجع السوق الموازية وتطوير التجارة الإلكترونية" مثلما أضافت وجود نقص في الثقة من جهة ومقاومة من جهة ثانية إزاء تغيير السلوكيات القديمة، فمن الغريب حقا أنه حتى المواقع التي تبيع

منتجاتها عبر الانترنت مازالت تتعامل بالدفع النقدي المباشر عند التسليم، وهو ما يوضح مثلما أشاروا إليه مدى التأخر ونقص الثقة في الدفع الإلكتروني الذي أمامه سنوات كثيرة على ما يبدو ليصبح واقعا جزائريا.

### 3-4 الوضعية القانونية والتشريعية المنظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائر: سعت الجزائر إلى سن

جملة من القوانين التي تمس بشكل أو بآخر بعض جوانب التجارة الإلكترونية، كالدفع الإلكتروني، والجريمة الإلكترونية، الإثبات الإلكتروني، وقانون التصديق والتوقيع الإلكترونيين، كما قام المشرع الجزائري بمحاولات لا بأس بها في سبيل وضع إطار قانوني ينظم معاملات التجارة الإلكترونية ولو أنها لا تتعلق بصفة مباشرة بالتجارة الإلكترونية، وإنما قام بإصدار مجموعة من التشريعات التي لها علاقة كإصداره للقانون المنظم لنشاط مزودي خدمات الانترنت ومؤدي خدمات التصديق الإلكتروني، وتعديله للقانون المدني ليعترف بالحجية القانونية للمحركات الإلكترونية (وسيمة، 2017، صفحة 252)، لكنها وكمبدأ اعتبرت محاولات جزئية ولم يتبلور من خلالها موقف المشرع الجزائري من التجارة الإلكترونية إلا في الأربع سنوات الأخيرة حيث سن قوانين لها صلة مباشرة بالتجارة الإلكترونية، حيث أودعت الحكومة مشروع قانون التجارة الإلكترونية، وصادق مجلس الوزراء على القانون، وتمت مناقشته وصادق عليه نواب البرلمان في 20 فيفري 2018 على مستوى المجلس الشعبي الوطني، وفي 19 أفريل تمت المصادقة عليه على مستوى مجلس الأمة، وفي 16 ماي 2018م صدر القانون في الجريدة الرسمية الجزائرية.

### 4- المحور الثالث: معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر

إن الأمم تقاس بدرجة تطورها ومسايرتها لما هو موجود على الساحة الدولية، ولما كانت التجارة الإلكترونية أبرز هذه التطورات والمعطيات كان لزاما على الجزائر تبني استراتيجيات فعالة لمواكبة هاته التطورات ولكن وبالرغم من تبنيها لبعض السياسات والتعديلات إلا أنها وجدت العديد من المعوقات حالت دون تحقيق أهدافها المسطرة ويمكن أن نرجع أهم معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر إلى النقاط التالية:

- ضعف البنية التحتية الإلكترونية حيث يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت وتوفير البيئة المناسبة والداعمة للتجارة الإلكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر هذا النوع من المبادلات التجارية؛
- عدم تبني الحكومة الجزائرية إستراتيجية قومية شاملة للتعامل مع تكنولوجيا الاتصالات واعتمادها على العمل اليدوي؛ وفشلها الذريع في مشروع الجزائر الإلكترونية 2013م حيث إلى غاية 2015م تم تنفيذ 30% من المشروع؛
- تعاني شبكة الانترنت من نقص الأمن والانضباط فيما يتعلق بتسرب معلومات المنظمات ومراسلاتها عبر الشبكة بالإضافة إلى عمليات الدفع الإلكتروني، حيث قد يستغل بعضهم رقم بطاقة ائتمان المشتري أو قد يتم التعامل مع جهات غير موجودة في الواقع فقد لا يوجد مستهلك حقيقي أو منظمة حقيقية (جميع، 2018، صفحة 289)؛ كما أن بعض المواقع الإلكترونية تقوم بتقليد العلامات التجارية المشهورة على الشبكة بغرض جذب المستهلك والاحتيال عليه (صباح و وهيبة، 2017، صفحة 40)
- نقص القوانين والتشريعات التي تراعي جميع جوانب التجارة الإلكترونية؛ والافتقار إلى الأطر القانونية المناسبة؛
- ضعف البنية الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصال سلكية ولاسلكية، برمجيات...و التدفق الضئيل للانترنت في بعض المناطق، وانعدام الشبكة، وعدم تكافؤ الفرص بالنسبة للمواطنين؛
- تخلف النظام المصرفي الجزائري و غياب الدفع الإلكتروني؛ فالتجارة الإلكترونية لن تصبح واقعا ملموسا ما لم تتكيف البنوك مع التطورات التكنولوجية، التي يشهدها العالم، وهو أمر يتطلب إصلاحات اقتصادية مصرفية وتحرير التجارة، وهو ما ينعكس على سوق التجارة الإلكترونية بشكل آلي (آمال م.، 2018، صفحة 258)؛
- تدني مستويات الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الإلكترونية، وضعف مستوى الاستخدام الصحيح لتقنية المعلومات والذي يفسر بالأمية المعلوماتية؛ وغياب الوعي الإلكتروني؛
- قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية.



## 5- خاتمة:

بالرغم من التطور المحتشم الذي عرفته الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية سواء على المستوى التكنولوجي أو التشريعي، تبقى هذه التعاملات محدودة جدا بالمقارنة بما يمكن أن تحققه في حالة توفر مجموعة من الشروط الكفيلة بتسهيل هذه العملية وبلوغ الاستغلال الأمثل والكافي للموارد المادية المتاحة، ويرجع هذا التأخر إلى مجموعة من المعوقات التي حالت دون ذلك، إذ تحتاج الدولة الجزائرية لحلول جذرية تمكنها من اللحاق بركب الدول المتقدمة في مجال التكنولوجيا والمعلوماتية.

مازال نصيب الجزائر ضعيف جدا من حجم التجارة الإلكترونية العالمية بحيث نجد أن تجربة الجزائر في هذا المجال لم تحقق النهضة والنتائج المرجوة فلا وجود لتجارة إلكترونية دون بنية تحتية واستراتيجيات وسياسات وطنية واضحة المعالم تغطي مسائل البناء التقني والتعليمي والتأهيلي والبناء المؤسساتي، والقانوني.

**النتائج:** من خلال دراستنا توصلنا للنتائج التالية:

- لا تزال الجزائر بعيدة الوصول إلى ركب الدول المتقدمة في مجال التجارة الإلكترونية، إلا أنها تمتلك أرضية مناسبة تحتاج للمزيد من العمل لتبنيها.
- إستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013م التي تبنتها الحكومة سنة 2009م لم تعرف النجاح المسطر والمتوقع والمرجو منها؛
- غياب الدفع الإلكتروني في الجزائر هو من بين الأسباب في عدم تقدم الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية؛
- نقص في بعض جوانب التشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية، وعدم ملائمة البعض الآخر لعصر التجارة الإلكترونية، خاصة مع تطور جرائم هاته الأخيرة التي تسببت في خرق أنظمة الحماية التي تتمتع بها طرق الدفع الإلكتروني وبالتالي اهتزاز الثقة بها وتأثيرها السلبي على انتشارها.

**التوصيات:** يمكننا وضع التوصيات التالية:

- ضرورة توفر المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية أهمها البنية التحتية الرقمية و المعلوماتية من شبكات الاتصال والحواسيب الآلية والهواتف الثابتة والنقالة وانتشار استخدام الانترنت وتوفير كوادر بشرية مؤهلة في هذا المجال؛
- العمل على تكييف البنوك مع التطورات التكنولوجية وضرورة الدفع الإلكتروني، والقيام بإصلاحات مصرفية وتعميم ثقافة الدفع عن بعد؛
- ضرورة سن التشريعات والقوانين المناسبة للمعاملات الإلكترونية؛ وإضفاء المزيد من الإجراءات للحماية من القرصنة الإلكترونية؛
- الإقتداء بتجارب الدول الناجحة في هذا المجال.

### قائمة المراجع

- حابت أمال. (2015). *التجارة الإلكترونية في الجزائر*. جامعة تيزي وزو: رسالة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق والعلوم السياسية.
- خالد بن ساسي. (2017). *واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر*. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ، العدد 12.
- ديمش،سمية .(2011). *التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر*. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، جامعة قسنطينة :مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية.
- زكرياء مسعودي، و جقريف الزهرة. (2017). *التوقيع الإلكتروني وحمايته لعملية الدفع الإلكتروني*. *المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية* ، المجلد 01، العدد 03.
- سعد غالب ياسين، و العلاق بشير عباس. (2006). *الأعمال الإلكترونية*. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- سمر بنت محمد عمر السقاف. (2010). *التجارة الإلكترونية وفرص عمل الخريجات في المملكة*. السعودية: مركز الدراسات الإستراتيجية.

- صراع كريمة. (2014). *واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر*. مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران: كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية.
- عبد الحكيم حططاش. (2018). *دور تطبيق الحكومة الإلكترونية في تحسين إدارة العلاقة مع المواطن (CRM)*. أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- عبد الرحيم صباح، و عبد الرحيم وهيبة. (2017). *جرائم التجارة الإلكترونية. المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية* ، المجلد 01، العدد 01.
- كريمة بن شنيعة، و عبد القادر مطاي. (2019). *مقومات تنشيط التجارة والصيؤفة الإلكترونية بالجزائر. الريادة لاقتصاديات الأعمال* ، المجلد 05، العدد 01.
- مسدور فارس، و حاج بكوش حبيب مروان. (26 أكتوبر، 2017). *أخيرا... التجارة الإلكترونية تدخل الجزائر*. تاريخ الاسترداد 09 جانفي، 2020، من طريق <https://www.tariqnews.com> /NEWS
- مشتي آمال. (2018). *التجارة الإلكترونية في الجزائر. مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية* ، المجلد 07، العدد 01.
- مصطفى هنشور وسيمة. (2017). *النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن*. جامعة مستغانم: أطروحة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون العلاقات الاقتصادية الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية.
- نبيلة جعيجع. (2018). *التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها*. مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد ، المجلد 02، العدد 02.