

تاريخ الاستلام: 2019/03/06

تاريخ القبول: 2019/04/04

**ملخص:**

تعد التجارة الإلكترونية إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، وأحد أهم التطبيقات التكنولوجية التي أفرزتها التطورات التكنولوجية المعاصرة، فهي تعتبر من المتغيرات العالمية الحديثة التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، ومن خلال هذه الورقة البحثية سيتم توضيح مفهوم وخصائص التجارة الإلكترونية، وتحديد مزاياها وأهميتها الكبيرة سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات أو الاقتصاد أو المجتمع ككل، ليتم بعدها تسليط الضوء على أهم الشروط والمتطلبات اللازمة لتهيئة الأرضية المناسبة واللائمة لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، مع محاولة عرض واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والذي أتضح من خلال هذه الدراسة أنه ضعيف جدًا وبشبه تأخر ملحوظ مقارنة بالدول المتقدمة وحتى دول الجوار، لتختتم هذه الدراسة بتبيان وتحديد أهم المعوقات والتحديات التي تقف أمام نمو وتطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الجزائر

**Abstract:**

In this paper, will clarify the concept and characteristics of electronic commerce And identify their advantages and great importance, And then to clarify the most important conditions and requirements necessary to create the appropriate ground for the adoption of electronic commerce in Algeria, With an attempt to view the reality of electronic commerce in Algeria, which was clear through this study that it is very weak and is markedly delayed compared to developed countries, This study will conclude by highlighting the main obstacles and challenges facing the growth and development of electronic commerce in Algeria.

**Keywords:** Electronic Commerce, Information and Communication Technology, Algeria.

## واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير

*The reality of electronic commerce  
in Algeria between the  
requirements of implementation  
and the challenges of development*

**د. كتاف شافية**

[chafia99@yahoo.fr](mailto:chafia99@yahoo.fr)

**جامعة سطيف 1**

(الجزائر)

**د. لطرش ذهبية**

**جامعة سطيف 1**

(الجزائر)

**أ. بولمرج وحيدة**

**جامعة سطيف 1**

(الجزائر)

## . مقدمة:

تعتبر التجارة الإلكترونية من أبرز المصطلحات التي برزت وشاع تداولها في العديد من الأنشطة التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إذ تطوّر مفهوم التجارة الإلكترونية مع ظهور وتطور وسائل وشبكات الاتصال الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني، وتعتبر التجارة الإلكترونية من المتغيرات العالمية الحديثة التي برزت بشكل لافت وفرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، فقد اكتسبت أهمية اقتصادية أكثر من أي وقت مضى، حتى صارت أحد دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد.

ولذلك ونظراً للأهمية الكبيرة والمزايا العديدة التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات أو الاقتصاد أو المجتمع ككل، فقد ازدادت نسبة نموّها وتطورّها وارتفعت نسبة التعامل من خلالها، كما اكتسبت مكانة هامة لدى جميع الدول في جميع أنحاء العالم، وأصبحت تمثل عاملاً مؤثراً في نموّ اقتصاديات الدول الآخذة بها، حيث أدت إلى تطور العديد من الدول التي أصبحت متقدمة تكنولوجيا كالولايات المتحدة الأمريكية واليابان وأوروبا.

ولأجل ذلك فقد سارعت عدّة دول عربية خلال السنوات الأخيرة لإطلاق إصلاحات على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي لبناء مجتمع المعلومات والاقتصاد المبني على المعرفة بما فيها الجزائر، التي سعت إلى توفير البنى التحتية الأساسية واللازمة لممارسة التجارة الإلكترونية، من خلال قيامها بالعديد من الإجراءات لمواكبة التقدّم والتطور التكنولوجي، لغرض الاستفادة من التكنولوجيات المتطورة وسرعة الاندماج في الاقتصاد العالمي، بما يساهم في تنشيط الاقتصاد الجزائري وذلك رغم الصعوبات والتحديات الكثيرة التي تجابهها في هذا المجال.

ومن خلال ما سبق تُطرح إشكالية البحث الرئيسة التالية:

ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟ وما هي أهم المتطلّبات الأساسية لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر وما أهم التحديات التي تجابهها؟

ولغرض الإجابة على إشكالية البحث الرئيسة، سيتم معالجة المحاور التالية:

1. المحور الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية؛
2. المحور الثاني: متطلّبات اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر؛
3. المحور الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؛
4. المحور الرابع: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

### المحور الأوّل: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية

يُعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة التي برزت في عالم الاقتصاد المعاصر، ويأتي مفهوم التجارة الإلكترونية ضمن مفهوم الاقتصاد الرقمي، ويشمل هذا الأخير التجارة الإلكترونية والقطاعات المنتجة والمستخدمة لتقنية المعلومات وأجهزة الاتصالات وقطاعات خدمات الاتصال، وينقسم مصطلح التجارة الإلكترونية إلى جزئين اثنين هما: "التجارة"؛ ويقصد بها النشاط الاقتصادي الذي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الأفراد والمؤسسات والحكومات وتحكمه عدة قواعد ونظم متفق عليها، أمّا "الإلكترونية" فهي توصيف لمجال

ممارسة النشاط التجاري عبر الوسائل الإلكترونية الحديثة، أي أداء النشاط الاقتصادي باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية<sup>1</sup>، وسيتم التطرق لمفهوم وخصائص التجارة الإلكترونية وأهميتها ومزاياها في العناصر التالية:

### أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية

لقد وردت عدة تعاريف بينت حقيقة مصطلح التجارة الإلكترونية يمكن توضيح أهمها كما يلي:

1. التعريف الاصطلاحي للتجارة الإلكترونية: من أهمها:

- عرفت التجارة الإلكترونية بأنها: "شراء وبيع السلع عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، ولا يقتصر مفهوم السلعة على البضائع، بل يشمل الخدمات والمعلومات وبرامج الكمبيوتر أيضا"<sup>2</sup>.
- كما عرفت التجارة الإلكترونية بأنها: "مجموعة من التبادلات الرقمية المتصلة بالأنشطة التجارية، بين المشروعات أو بين المشروعات والأشخاص الخاصة أو بين المشروعات والإدارات"<sup>3</sup>.
- وعرفت التجارة الإلكترونية أيضاً بأنها: "كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها الإنترنت بصفة إجمالية أو جزئية، كالتزود بمعلومات تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقاً، سواء تم التسديد إلكترونياً أو بالطرق التقليدية"<sup>4</sup>.

2. تعريف التجارة الإلكترونية حسب المنظمات والهيئات الدولية:

- عرفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها: "عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وإنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكات الاتصال"<sup>5</sup>.
- وعرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE التجارة الإلكترونية بأنها: "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء أكانت مكتوبة، أو مرئية أو مسموعة. هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة"<sup>6</sup>.
- أما منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD فتري بأن مصطلح التجارة الإلكترونية يُطلق على: "مجموع الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات والشركات والأفراد) والمعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات"<sup>7</sup>.

- وحسب المنظمة الدولية للاتصالات ITU فإن: "التجارة الإلكترونية تتضمن عملية الإنتاج والدعاية، البيع والتوزيع للمنتجات بواسطة الوسائط الإلكترونية معتمدة في ذلك على معالجة ونقل البيانات الرقمية"<sup>8</sup>.

3. تعريف التجارة الإلكترونية في تشريعات الدول العربية والغربية:

- حسب قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي فقد تم تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية". والمبادلات الإلكترونية هي المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية"<sup>9</sup>.

- كما ورد في المادة الأولى من مشروع قانون المعاملات الإلكترونية المصري الذي تم إعداده في مارس 2001 تعريفاً للتجارة الإلكترونية بأنها: "كل معاملة تجارية تتم عن بعد باستخدام وسيلة إلكترونية".

- كما تضمّن قانون المعاملات والتجارة الإلكترونية لإمارة دبي تعريف التجارة الإلكترونية على أنّها: "معلومات الكترونية ترسل أو تسلم بوسائل الكترونية أيًا كانت وسيلة استخراجها من المكان المستلمة فيه"<sup>10</sup>.
- وعرف مشروع قانون التجارة الإلكترونية لوكسمبورغ في مادته الأولى التجارة الإلكترونية بأنّها: "كل استعمال لوسيلة من وسائل الاتصال الإلكترونية لتجارة السلع والخدمات، باستثناء العقود المبرمة بطريق اتصال تليفوني شفهي أو باستخدام التصوير"<sup>11</sup>.

### ثانيًا: خصائص التجارة الإلكترونية

تتميّز التجارة الإلكترونية وتختص بالعديد من الخصائص التي تميّزها عن التجارة التقليدية، ويمكن توضيح أهمّها فيما يلي<sup>12</sup>:

- عكس التجارة التقليدية التي تكون مقيدة عادةً سواء زمنيًا بساعات التعامل المعتادة في السوق، أو مكانيًا ومكانها موقع سوق التعامل، فإنّ التجارة الإلكترونية تتعدّى الحدود الزمنية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية بين الدول، فتعاملات التجارة الإلكترونية غير مقيدة لا من حيث الزمان ولا من حيث المكان، فهي متاحة طيلة ساعات اليوم وفي أي مكان من العالم؛
- تخضع تعاملات التجارة الإلكترونية للمعايير الكونية، ويُقصد بها المعايير التي تكون مقبولة ومشاركة بين الجميع عالميًا، حيث أنّ برامج التعامل مع المواقع والتصفح عبر الصفحات الإلكترونية لشبكة الإنترنت هي موحدة ومتعارف عليها؛
- تتميّز التجارة الإلكترونية بالتطور الملحوظ والنمو السريع، وهو ما يعكس في ازدياد نصيبها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ويساهم تطورّ الانترنت مساهمة كبيرة في هذا المجال وذلك لاعتماد التجارة الإلكترونية عليها كوسيلة لعرض منتجاتها وتسويقها، إذ تعتمد التجارة الإلكترونية بصفة عامة على استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في أداء العمليات التجارية سواء بين الشركات فيما بينها، أو بين الشركات وعملائها؛
- تعتمد التجارة الإلكترونية على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات، حيث تتم كافة العمليات إلكترونيًا دون وجود أي وثائق أو مستندات ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، وبالتالي فالسند القانوني الوحيد للعمليات هو الرسائل الإلكترونية والتي تستخدم في حالة نشوء أي نزاع بين الطرفين؛
- من خلال التجارة الإلكترونية يمكن الوصول إلى جميع المستهلكين في كافة أنحاء العالم وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال كوسيلة لتزويد المستهلكين بالمعلومات، عكس التجارة التقليدية التي يكون فيها تزويد المستهلك بالمعلومة وجهًا لوجه؛
- تتّصف التجارة الإلكترونية بالطبيعة الدولية، حيث أنّ الأدوات الإلكترونية الحديثة أبرزت وولدت ظاهرة الترويج العالمي بدون حدود، حيث أنّ السلع والخدمات المعروضة على الانترنت لا تستهدف سوقًا محددًا جغرافيًا بحد ذاته، بل بالعكس فإنّ إنشاء موقع تجاري على الشبكة يسمح لمؤسسة صغيرة باقتحام أسواق والتعامل مع مستخدمي الانترنت من كل أنحاء العالم، سواء كانوا مؤسسات أو أفراد؛

- تتّصف التجارة الإلكترونية بالامتداد العالمي، ويقصد به العدد الإجمالي لمستخدمي شبكة الإنترنت التي يمكن أن تمتد إليهم تعاملات التجارة الإلكترونية بمختلف دول العالم، حيث أتاحت تقنيات الإنترنت التغلب على جميع المعوقات الثقافية والوطنية بين الطرفين؛
- تمتاز التجارة الإلكترونية بشفافية كبيرة، إذ يمكن من خلالها الحصول على المعلومات اللاّزمة والوافية عن العملاء والشركاء المنافسين، كما تمكّن المستهلكين من التعرّف على الأسواق بصورة أكثر شمولية ممّا يعزّز فرصة حصولهم على السلع والخدمات ذات الجودة العالية بأقل ثمن؛
- تتّصف التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة، أي سرعة التعاقد وسرعة التسليم بالنسبة للعديد من الصفقات، كما تتّسم بالتعامل المباشر بين المتعاملين على شبكة الاتصالات الدولية دون الحاجة إلى طرف ثالث يسير إجراءات التلاقي بين الطرفين؛
- تتمتع تعاملات التجارة الإلكترونية بكثافة معلوماتية أكبر من التجارة التقليدية، ويُقصد بالكثافة المعلوماتية كمية المعلومات المتاحة لأطراف السوق، حيث أتاحت تقنيات شبكة الإنترنت ضخ معلوماتي كثيف ومحدث لجميع أطراف التعامل الإلكتروني وبأقل تكلفة، وهو ما لا يتوافر في تعاملات التجارة التقليدية.

### ثالثاً: أهمية ومزايا التجارة الإلكترونية

- لقد اكتسبت التجارة الإلكترونية أهمية اقتصادية كبيرة لدى جميع الدول في جميع أنحاء العالم، وأصبحت تمثّل عاملاً مؤثراً في نموّ اقتصاديات الدول الآخذة بها، ولذلك فقد ازدادت نسبة نموّها وتطورّها وارتفعت نسبة التعامل من خلالها، وذلك نظراً للأهمية الكبيرة والمزايا العديدة التي تتمتع بها، ويمكن توضيح أهميتها ومزاياها وفوائدها سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات أو الاقتصاد أو المجتمع ككل كما يلي<sup>13</sup>:
- تجاوز حدود الدول: لا توجد أمام التجارة الإلكترونية أيّة حدود وطنية أو فواصل جغرافية، بل تحدّها فقط تغطية شبكات حاسوبية، ولذلك وبعد أن كان الحصول على وكلاء دوليين بالنسبة للمؤسسات مكلف جداً وغير مضمون العائد، أصبحت المؤسسات في ظل انتشار استخدام شبكة الانترنت عالمياً، تقوم بإطلاع جميع عملائها بمنتجاتها دون تحملها أي عناء أو تكاليف ومصاريف أخرى؛
  - الولوج إلى السوق العالمية والتحرّر من القيود: لقد ألغت التجارة الإلكترونية جميع الحدود والقيود وفتحت المجال للأسواق التجارية الدولية، فمن خلالها أصبح العالم سوق واحدة مفتوحة أمام جميع المستهلكين بغض النظر عن الموقع الجغرافي للأفراد، كذلك وبعد أن كانت المؤسسات مجبرة على الحصول على ترخيص لبيع منتجاتها في دول أخرى، أصبحت في ظل التجارة الإلكترونية يحكمها قانون دولي متعلّق بكيفيات التعامل بالتجارة الإلكترونية؛
  - تحسين المزايا النسبية للاقتصاد الكلي: يُقصد بالمزايا النسبية، إنتاج دولة معيّنة لسلعة أو خدمة بجودة أعلى وتكاليف أقل من الدولة الأخرى، وذلك على مستوى الاقتصاد الكلي، وبما أنّ ميكانيزم التجارة الإلكترونية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتقدّم التكنولوجي، فهذا من شأنه أن يؤثر على زيادة الكفاءة الاقتصادية في المجتمع، ممّا يؤدي إلى تحسّن المزايا النسبية للاقتصاد الكلي وزيادة الصادرات؛

– تعزيز القدرة التنافسية: تُعتبر الابتكارات العلمية والتكنولوجية أساساً تستند إليه القدرة التنافسية الاقتصادية، ولذلك تُعد التجارة الإلكترونية أحد المداخل الرئيسية لزيادة المزايا التنافسية في أي اقتصاد بصفة عامة وللمؤسسة الاقتصادية بصفة خاصة، حيث أنّ اتّساع التجارة الإلكترونية من شأنه أن يؤدي إلى إعادة ترتيب واستغلال الموارد المتاحة بأسلوب جديد، أو إحداث تغييرات جوهرية في اقتصاديات التفاعل والتواصل متزامنة مع حدوث تغييرات هيكلية في بنية وأداء المؤسسة؛

– التقليل من التكاليف: إنّ تقليص تكاليف التعامل تُعد من أبرز مساهمات التجارة الإلكترونية، فإذا كانت التكاليف المترتبة على إجراء تعامل معيّن باستخدام العنصر البشري تقاس بالدولارات، فإنّ تكاليف التعامل الإلكتروني تقاس بالسنتات.

فكس التجارة التقليدية التي تكون فيها التكاليف الإجمالية لأي منتج مكلفة جداً، خاصّة في ظل التكاليف العالية التي تتطلبها عملية التسويق لأي منتج من خلال الترويج له في وسائل الإعلام المختلفة، فوجود التجارة الإلكترونية يمكن الترويج له بواسطة شبكة الانترنت وبكثافة قليلة جداً، حيث تُعد التجارة الإلكترونية أحد المداخل الحديثة التي تؤثر وبشكل كبير في خفض التكاليف دون المساس بجودة المنتج، ويمتد أثر التجارة الإلكترونية في تقليل التكاليف إلى عدة جوانب أهمها:

✓ تكاليف التسويق وتكاليف التوزيع؛

✓ تكلفة العمالة وتكاليف التواصل مع العملاء؛

✓ تكاليف المخزون وتكاليف المواد الأولية؛

✓ تكاليف التأسيس والتجهيز؛

✓ التكاليف الإدارية وتكاليف إتمام الصفقات.

– المساهمة في تطوير الأداء التجاري والخدمي: تُساهم البنية التحتية التقنية الرقمية للتجارة الإلكترونية وإستراتيجياتها في الإدارة المالية والتسويقية وإدارة العلاقات، في إتاحة فرصة في غاية الأهمية لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين والمجالات، وبذلك تتمكّن المؤسسات من تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وفعالية بنيتها التحتية وسلامة برامج التأهيل الإداري؛

– كفاءة التشغيل: يستند التعامل بالتجارة الإلكترونية إلى نظم إلكترونية في إنجاز الأعمال، ممّا يساعد على كفاءة التشغيل نتيجة آثارها الإيجابية في عدة جوانب، منها كفاءة إدارة الوقت من ناحية، ذلك أنّ برامج وتطبيقات التجارة الإلكترونية تُتيح مجموعة من الوظائف التي تعمل على إنجاز الكثير من الأعمال بسرعة عالية وتكلفة أقل، بالإضافة إلى اختصار زمن دورة الإنتاج من ناحية أخرى، وذلك نتيجة قصر المسافة بين المنتج والمستهلك من جهة، وبين المنتج والموردين للمواد الأولية من جهة أخرى؛

– الفعالية التسويقية: لقد وفّرت التجارة الإلكترونية للشركات والمؤسسات العديد من الفرص التسويقية، وتتمثّل أهم آثار التجارة الإلكترونية في هذا المجال في:

✓ تيسير النفاذ إلى الأسواق العالمية وتوسيع نطاق السوق؛

✓ توفير المعلومات؛

✓ الاستجابة الفعالة لاحتياجات وأذواق المستهلكين.

— زيادة مستوى رفاهية المستهلك: تُتيح التجارة الإلكترونية لعملائها إمكانية التواصل الفعّال فيما بينهم، كما تمكّن الشركات من فهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوّق أمامهم بشكل واسع، وهذا من شأنه أن يحقّق نسبة عالية من الرفاهية والرضا للمستهلك أكثر ممّا تتيحه التجارة التقليدية، ويظهر ذلك أكثر كما يلي:

✓ تُتيح التجارة الإلكترونية سهولة التسوّق بالنسبة للمستهلك، لأنّ الأسواق الإلكترونية تظل مفتوحة بشكل دائم، ممّا يُتيح للمستهلك التسوّق في مواقع التجارة الإلكترونية بأقل جهد وفي أقل وقت ممكن؛

✓ تقدّم التجارة الإلكترونية للمستهلك فرص متميّزة للحصول على أقل الأسعار، ذلك أنّ التجارة الإلكترونية تعمل في بيئة تنافسية عالمية، ممّا يجعل أسعار المنتجات تظهر بأسعار أقل عن مثيلاتها في السوق التقليدية، وقد ساعد على ذلك قلّة التكاليف التسويقية والتكاليف الإدارية لدى البائع؛

✓ من خلال التجارة الإلكترونية وعبر شبكة الإنترنت، يحصل المستهلك على كافة المعلومات التفصيلية الكافية للسلعة التي يرغب بشرائها، وتسمح تطبيقات التجارة الإلكترونية للمستهلكين بالتفاعل مع بعضهم البعض، وتبادل المعلومات عن أسعار ومواصفات المنتجات التي يشترونها عبر الشبكة، ممّا يوفر للمستهلك المعلومات التي تمكّنه من الحصول على أفضل عرض بأقل جهد وأسرع وقت ممكن؛

✓ تساهم التجارة الإلكترونية في تحقيق رضا المستهلك، من خلال مساهمتها في توفير العديد من الخيارات أمامه، نتيجةً لإمكانية الوصول إلى أسواق بعيدة قد يصعب عليه الوصول إليها بالشكل التقليدي، ناهيك عن الخيارات الواسعة من السلع التي توفّره له، ممّا تمكّنه من إجراء مقارنة لمواصفات وأسعار السلع بما يتيح له الحصول على سلعته المفضّلة بأقل جهد وبأقل وأفضل الأسعار.

### المحور الثاني: متطلبات اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر

يُعتبر دخول الجزائر مجال التجارة الإلكترونية ضرورة لا بد منها، ولذلك يتوجب عليها الاستعداد وتهيئة الأرضية المناسبة واللازمة لممارسة هذه التجارة التي تتم عن طريق شبكة الإنترنت، ويمكن توضيح أهم الشروط والمتطلبات اللازمة لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر كما يلي:

#### أولاً- المتطلبات التشريعية:

يُعتبر توافر الإطار التشريعي أحد الضروريات الأساسية لدعم البيئة الملائمة لاعتماد التجارة الإلكترونية، سواء كان ذلك بتكليف وتعديل التشريعات القائمة لتواكب متطلبات التجارة الإلكترونية، أو بإصدار تشريعات متخصصة لتنظيم مختلف جوانبها، بما في ذلك إنشاء المواقع الإلكترونية، ونظم التعاقد الإلكتروني وإثباته، وإجراءات تأمينها، ونظم سداد المدفوعات، وضمانات تنفيذ التعاقدات، وحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، وحقوق الملكية الفكرية، والمعاملة الضريبية والجمركية للمعاملات الإلكترونية، وتحديد الاختصاص القضائي بمنازعات عقود التجارة الإلكترونية.

وفي هذا السياق؛ فقد سنّت الجزائر بعض القوانين التي تمس أحد جوانب التجارة الإلكترونية منها<sup>14</sup>:

– القانون الخاص بالتعاقد الالكتروني، فمن خلال نص المادة 323 و327 الفقرة 2 من القانون المدني الجزائري، أصبح للكتابة في الشكل الالكتروني والتوقيع الالكتروني مكانا ضمن قواعد الإثبات في القانون المدني الجزائري؛

– القانون الخاص بموردي الانترنت، حيث تمّ سنة 1998 اعتماد مقدمين خواص لخدمات الانترنت، وإن كان أغلبية المقدمين المعتمدين غير عمليين لحد الآن؛

– القانون الخاص المتعلق بالجريمة الالكترونية، وذلك من خلال قانون مكافحة جرائم الانترنت من أجل خلق الأدوات المخصصة لمحاربة جرائم الانترنت بما فيها اختراق الحواسيب والتحويل غير القانوني للأموال وترويح الإباحية والفساد؛

– القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية والتي تتضمن مواد متعلقة بالملكية الصناعية.

وبالتالي فقد سعت الجزائر الى سن جملة من القوانين التي تمس بشكل او بأخر بعض جوانب التجارة الالكترونية، مثل: حماية البيانات الشخصية الالكترونية، التبادل الالكتروني، الإثبات الالكتروني، والتوقيع والتصديق الالكتروني، إلا أنّها وفي سنة 2017 خطت الجزائر خطوة كبيرة في مجال التجارة الالكترونية، باقتراح مشروع قانون أعد من طرف وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصال متضمناً التجارة الالكترونية، وقد تضمن مشروع القانون أربعة أبواب.

#### ثانياً - المتطلبات التكنولوجية:

يُقصد بالمتطلبات التكنولوجية في هذه الحالة، ضرورة الاعتماد على مصادر الطاقة الكهربائية الكافية لتأمين العمل الالكتروني، وذلك من خلال تحديث وتطوير قدرات التوريد والنقل والتوزيع، وتشمل المتطلبات التكنولوجية كذلك تحسين الخدمات الهاتفية وإيصالها إلى كافة الأنحاء، وزيادة سرعات الاتصال العالمية والمحلية، وزيادة دور مؤسسات القطاع الخاص في إحلال التقنية وإنشاء وتطوير الشبكة.. الخ  
أمّا بخصوص المتطلبات التكنولوجية لاعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر فهي ضعيفة وتشهد تأخرًا ملحوظًا مقارنةً بالدول الأخرى، ويكفي ما تعانيه الجزائر من الانقطاعات المتكررة في الطاقة الكهربائية، كما يلاحظ أيضًا ضعف وسائل النقل والتوريد وضعف البنية التحتية التي تُعد من أساسيات اعتماد وتطور التجارة الالكترونية في الجزائر؛

#### ثالثاً - المتطلبات المالية:

تتمثل المتطلبات المالية الضرورية لنجاح وتسريع وتيرة التجارة الالكترونية في الجزائر، في ضرورة مواكبة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال باعتبارها أساس التجارة الالكترونية، ولذلك ينبغي ضرورة زيادة الإنفاق الحكومي في مجالات البحث والتطوير لمسايرة التقدم التكنولوجي الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والعمل على تقليص الفجوة بين الجزائر وبين غيرها من الدول المتطورة في هذا المجال؛



#### رابعاً - المتطلبات الاجتماعية:

تعتبر تهيئة البيئة الاجتماعية التي تحتضن التجارة الإلكترونية وتساهم في نموها وتطورها، من أهم المتطلبات الضرورية لنجاح التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال إعداد المجتمع وتهيئته لتقبل واحتضان فكرة التجارة الإلكترونية كأسلوب معاصر لإتمام وتنفيذ المعاملات التجارية، ويكون ذلك من خلال نشر الثقافة الرقمية من خلال برامج التوعية والتثقيف والاعداد النفسي لأفراد المجتمع، واعتماد خبرات بشرية مؤهلة وذات كفاءة عالية بالتكوين لرأس مال بشري متخصص.<sup>15</sup>

#### خامساً - المتطلبات المصرفية:

يتطلب تحول الجزائر نحو التجارة الإلكترونية ضرورة تكييف وتحديث الجهاز المصرفي الجزائري لجميع المعاملات الإلكترونية مع الغير، وكذلك اعتماد نظام الشبكات الإلكترونية المصرفية وسبل الوقاية من المخاطر المتوقعة.

ومن أجل تطوير وعصرنة البنوك الجزائرية، خاصة فيما يتعلق بتحديث بوسائل الدفع الإلكترونية، وتطوير وتسيير التعاملات النقدية بين البنوك أنشأت الجزائر سنة 1995 شركة ما بين البنوك SATIM شركة التحويلات الآلية بين البنوك، والتي تتمثل أهم مهامها في محاولة عصرنة وسائل الدفع الإلكترونية وتطوير الصيرفة الإلكترونية بين البنوك..؛

كما شهد النظام المصرفي الجزائري عدة تطورات فيما يخص وسائل الدفع والسحب الإلكتروني والشبكة النقدية بين البنوك، ومحاولة تعميم التعاملات المالية الإلكترونية على مستوى مختلف المرافق المالية والمصالح التجارية، يمكن توضيح أهمها فيما يلي:

— بطاقات السحب والموزعات الآلية للنقود: تتولى شركة SATIM صناعة بطاقات السحب لجميع البنوك سواء العمومية أو الخاصة وذلك حسب المقاييس المعمول بها دولياً، كما تشرف الشركة أيضاً على عملية الربط بين الموزعات الآلية DAB ومصالحها بواسطة شبكة اتصال، ويمكن لحاملي بطاقات السحب لمختلف البنوك والمؤسسات المالية القيام بعملية السحب النقدي على مستوى الموزعات الآلية الموجودة عبر مختلف أنحاء الوطن.

— بطاقات الدفع: على الرغم من أن استخدامات التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تصل إلى مستوى الدفع الإلكتروني الفوري، إلا أن بعض البنوك الجزائرية بدأت في الاهتمام بالأعمال الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة، عن طريق إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية التي أصدرتها بترخيص من الشركات العالمية (MasterCard, VISA)، و يعتبر الدفع عن طريق بطاقة CIB من أهم خطوات تحديث نظام المدفوعات البنكية وعصرنة القطاع البنكي الجزائري، إذ من خلالها يمكن لحاملها تسديد كافة مشترياته اتجاه التاجر المتصل بالشبكة النقدية ما بين البنوك، وذلك من خلال أجهزة الدفع الآلي TPE، كما يمكن أيضاً لحامل البطاقة أن يقوم بسحب أمواله من خلال الموزعات DAB في أي زمان ومكان.

— نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS: لقد قام بنك الجزائر بإنجاز نظام التسوية الإجمالية الفورية وهو نظام دفع إلكتروني متطور، يعمل على تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة

مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي، ويعالج النظام مختلف العمليات البنكية بين المؤسسات المالية والبنكية والمشاركين عامة من المؤسسات التي لها حساب تسوية في بنك الجزائر؛  
 - نظام المقاصة عن بعد: يتولى هذا النظام المعالجة الآلية للعمليات البنكية كعمليات التحويل والاقتطاع وعمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية، ويهدف هذا النظام بالإضافة إلى تحسين الخدمات البنكية المقدّمة للعملاء، العمل على تخفيض آجال إتمام العمليات البنكية.

#### سادساً - المتطلبات الضريبية:

تتمثل المتطلبات الضريبية الضرورية لنجاح وتطور التجارة الإلكترونية في الجزائر، في ضرورة إعادة النظر في النظام الجبائي الحالي والعمل على تكييفه ليوكب التطورات العالمية الراهنة، إذ غالبًا ما يكون النظام الضريبي عائق في وجه الإصلاحات في أي تطور للاقتصاد الوطني.  
 ولأجل ذلك فإنّ السياسات الحكومية تتجه إلى عدم فرض الضرائب على الأنشطة التجارية الإلكترونية، بسبب صعوبة تتبع التسليم المادي للمنتجات الإلكترونية المباعة، إضافة إلى غياب آليات ضريبية وجمركية متعلّقة بالتجارة الإلكترونية<sup>16</sup>.

#### سابعاً - المتطلبات البشرية:

يعتبر توفر الموارد البشرية المؤهلة أمرًا في غاية الأهمية من أجل تفعيل التجارة الإلكترونية، وأساسا لتنمية المعاملات المصرفية الإلكترونية، ويشمل هذا التأهيل كل الأطراف المندمجة في هذا المجال بما في ذلك موظفي الشركات المسؤولين على إبرام الصفقات، المستهلكين، المراقبين في مختلف الهيئات المعنية بالتجارة الإلكترونية.  
 وفيما يخص المتطلبات البشرية الضرورية لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، فينبغي العمل على التكوين الأكاديمي لتقنية التجارة الإلكترونية عبر مختلف الجامعات ومؤسسات التكوين المختلفة في جميع أنحاء الوطن، وضرورة اعتمادها كقياس أساسي في جميع التخصصات، مع ضرورة إقامة دورات تكوينية وجلسات عمل مع مختلف الهيئات الرسمية وجميع تراكيبات الاقتصاد الوطني برعاية وزارة التجارة.

وفي هذا السياق فقد اهتمت الجزائر في السنوات الأخيرة بما يُعرف بالأمية الإلكترونية، وذلك من خلال قيامها بإدخال الحاسب الآلي والإعلام الآلي في جميع المجالات والميادين على كافة أنحاء الوطن، كما أنّ أغلب الجامعات الجزائرية فتحت تخصصات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالإضافة إلى مراكز التكوين المهني المتخصصة في هذا المجال.

#### ثامناً - متطلبات البنية التحتية الإلكترونية:

إنّ تطور التجارة الإلكترونية يرتبط بمدى تطور البنية التحتية الإلكترونية الداعمة للتجارة الإلكترونية، بما فيها تطور وانتشار تقنيات المعلومات الجديدة والبنية التحتية للاتصالات، وتتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، الهاتف، الفاكس، الإنترنت، الحاسبات الآلية، برامج التطبيقات والتشغيل، خدمات الدعم الفنية، رأس المال البشري<sup>17</sup>.

### المحور الثالث: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

نظراً للأهمية الكبيرة للتجارة الالكترونية، خاصةً وأنها تؤدي دوراً متنامياً في إحداث التحولات والتغيرات في التجارة الدولية، إذ لها دور مهم في تسريع عملية التنمية الاقتصادية، وفي ظل مساعي الجزائر للانضمام للمنظمة العالمية للتجارة الدولية، فقد سعت الجزائر إلى توفير البنى التحتية الأساسية واللازمة لممارسة التجارة الالكترونية، من خلال قيامها بتكثيف الإطار القانوني والتنظيمي ليوكب التقدم والتطور التكنولوجي، وذلك لغرض الاستفادة من التكنولوجيات المتطورة وسرعة الاندماج في الاقتصاد العالمي، بما يساهم في تنشيط الاقتصاد الجزائري.

وعموماً، فقد مرّ قانون قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال في الجزائر بمرحلتين أساسيتين هما:

— مرحلة الاحتكار المنصوص عليها الأمر 75 - 89 المؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1395 الموافق ل 30 ديسمبر سنة 1975 المتضمن قانون البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، حيث كانت الدولة هي الممول المباشر والوحيد لنشاطات المواصلات السلكية واللاسلكية.

— مرحلة فتح المنافسة التي شرع فيها بمقتضى القانون 2000 - 03 المؤرخ في 05 جمادى الاولى عام 1421 الموافق ل 05 غشت سنة 2000، الذي نص على إدخال آليات السوق في قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

أولاً: وسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات في الجزائر

بذلت الجزائر جهوداً حثيثة لتطوير قطاع الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، ويمكن تلخيص أهم الجهود المبذولة في هذا المجال في:

— تم ربط الجزائر بشبكة الانترنت العالمية سنة 1994 عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي التقني CERIST، وهو مركز للأبحاث تابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي؛

— تم ربط الجزائر بشبكة الانترنت عن طريق إيطاليا بسرعة ارتباط تقدر بـ 9600 حرف في الثانية، في إطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو يهدف إلى إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا تسمى RINAF؛

— ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي بقدرته تدفق للشبكة 1 ميغابايت في الثانية لتصل إلى 2 ميغابايت سنة 1999؛

— في سنة 2000 اتخذت الجزائر مجموعة من الإجراءات والتدابير لتطوير هذا القطاع منها: تحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية في مجال الهاتف الثابت والمحمول، وإنشاء سلطة الضبط للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، وتحرير قطاع تكنولوجيا الاعلام والاتصال في مجال الانترنت؛

— وفي سنة 2005 تم الربط بكابل بحري قادم من "مرسيليا" الفرنسية ويتفرع في ثلاثة مدن هي العاصمة، وهران وعنابة، وفي نفس السنة تم ربط مدينة عنابة بالكابل البحري العملاق (SEA-ME-WE-4) بقدرته نقل بيانات تصل إلى 1,28 تيرابايت في الثانية؛

— عملت اتصالات الجزائر في برنامج لبناء بنية تحتية تتمثل في 20000 كلم تربط 20000 موقع يطلق عليها

؛idoom

1. الهاتف الثابت: شهد هذا القطاع نمواً وتطوراً ملحوظاً مع دخول عدّة متعاملين للسوق الجزائرية بالإضافة إلى مؤسسة اتصالات الجزائر، وهم:

✓ ASSILA: (Assila Box) وهذا المتعامل تابع إلى شركة EEPAD؛

✓ N9UF يقدم هذا المتعامل مكالمات هاتفية مجانية وغير محدودة بين مشتركى N9UF بفرنسا ومشتركي

Assila Box بالجزائر؛

✓ المتعامل الثالث هو: WLL (Wireless Local LOOP)

ونتيجةً لذلك فقد ارتفع عدد المشتركين في الهاتف الثابت في الجزائر إلى 4,051 مليون سنة 2017 بعد أن كان 1,600 مشارك فقط سنة 2000، وبلغت الكثافة الهاتفية للثابت سنة 2017 حوالي 9,6 % مقابل 10,13 % تم تسجيلها في نهاية سنة 2016، كما بلغ نسبة الأسر التي تمتلك خطاً ثابتاً نحو 57,60 سنة 2017 مقارنةً بنحو 60,76 سنة 2016<sup>18</sup>.

ومع ذلك فإنّ هذه الزيادة لا ترقى إلى المستوى المطلوب مقارنةً بالدول المتقدمة وحتى بالدول العربية، ويظل مستوى الهاتف الثابت رغم الجهود المبذولة من قبل الجزائر غير مرضي وبعيداً عن القدرات المتاحة.

2. الهاتف المحمول: فيما يتعلّق بالهاتف المحمول أو النقال فيتقاسمه ثلاثة متعاملين، وهم:

✓ اتصالات الجزائر موبيليس؛

✓ أوراسكوم الجزائر للاتصالات؛

✓ الوطنية للاتصالات.

وقد استحوذت موبيليس على أكبر حصة في السوق سنة 2017 بنسبة 40,06 % تتبعها أوراسكوم للاتصالات بـ 32,06 % ثمّ الوطنية للاتصالات بـ 27,34 %.

جدول رقم 01: عدد المشتركين حسب المتعاملين GSM و3G

اتصالات الجزائر موبيليس	16 885 490	18 365 148	+8,76 %
أوراسكوم الجزائر للاتصالات	16 360 904	14 947 870	-8,64 %
الوطنية للاتصالات الجزائر	12 571 452	12 532 647	-0,31 %

المصدر: الموقع الرسمي لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، متوفر على الرابط: [www.arpce.dz/ar/obs/etude](http://www.arpce.dz/ar/obs/etude)

وبخصوص عدد المشتركين فقد ارتفع من 54000 سنة 2000 إلى 45,817 مليون مشترك سنة 2017<sup>19</sup>.

3. شبكة الانترنت: دخلت خدمة الانترنت للجزائر سنة 1993 عن طريق مركز CERIST، وفي سنة

1998 صدر مرسوم وزاري أنهى احتكار الدولة لخدمات الانترنت وسمح للمؤسسات الخاصة بتقديم هذا

النوع من الخدمات، وفي نفس السنة ظهرت أولى مؤسسات التزويد الخاصة والمتمثلة في مؤسسة TDA

ومؤسسة BMGI ومؤسسة GECOS.

الجدول رقم 02: تطور الحظيرة الاجمالية لمستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016 - 2017

التطور	2017	2016	
% 7,86+	2 246 918	2 083 114	مشتركو ADSL
% 18,51+	921 099	777 292	مشتركو الانترنت الثابت للجيل الرابع / ويماكس
% 10,88-	21 592 863	24 227 985	مشتركو الانترنت النقال الجيل الثالث
% 573,73+	9 867 671	1 464 634	مشتركو الانترنت النقال الجيل الرابع
<b>% 21,28+</b>	<b>34 628 551</b>	<b>28 553 025</b>	<b>مجموع مستخدمي الانترنت</b>

المصدر: مرصد سوق الانترنت في الجزائر لسنة 2017، سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، ص: 3.

وقد ارتفع عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر من 50 ألف مستخدم سنة 2000 إلى أكثر من 34,5 مليون مشترك بالانترنت الثابت والنفال سنة 2017، وهذا بعد أن كان 28,5 مليون مستخدم سنة 2016، أي بزيادة تُقدَّر بـ 6 مليون مشترك، وهو ما يوحي بأنّ عدد المستخدمين للانترنت في الجزائر قد ارتفع بشكل كبير مقارنة بالسنوات الماضية، ومع ذلك تبقى الجزائر جد بعيدة عن الدول الأخرى التي حققت تطوّرًا كبيرًا في هذا المجال، وهذا راجع من جهة لاحتكار الدولة لخدمات الانترنت من طرف اتصالات الجزائر وعدم فتحه للمنافسة، ومن جهة أخرى للارتفاع أسعار الانترنت في الجزائر.

4. برامج الحاسوب: أغلب البرامج المستعملة في الجزائر هي غير أصلية ومقرصنة، إذ تعتبر عملية قرصنة البرامج من بين أهم معوّقات تطوير وإنتاج برامج الحاسوب، وهذا رغم الموارد البشرية الكفؤة والمختصة في هذا المجال التي تحوزها الجزائر إلا أنّها لم تستغل بالشكل الأفضل، وهذا من شأنه أن يعرقل ويعيق تطوّر التجارة الالكترونية في الجزائر.

5. شبكات الوطنية: رغم أنّ إقامة وتطوير شبكات وطنية يُعد دافع وحافز مهم لبناء مجتمع المعلومات، إلا أنّ الجزائر في هذا المجال تتميز بالتطوّر الضعيف في الإدارات والمؤسسات العمومية، فبغض النظر عن بعض المجالات كالصكوك البريدية، الطيران، الجمارك، البنوك، التأمين التي تعرف تطوّرًا وتوسعًا ملحوظًا بفضل أوعية سريعة وفعالة للمعطيات، إلا أنّ العجز المسجّل في هذا المجال يبقى مهمًا<sup>20</sup>.

ثانيًا: بؤادر ظهور التجارة الالكترونية في الجزائر

لقد بدأت ملامح التجارة الالكترونية بالظهور في الجزائر من خلال قيام بعض المؤسسات العمومية والخاصة بإنشاء مواقع الكترونية خاصة بها، كذلك ظهور العديد من المواقع المختصة في البيع والشراء الالكتروني والتي تشبه كثيرا المواقع العالمية، كما ساهم مشروع "برنامج الجزائر الالكترونية في ظهور بؤادر التجارة الالكترونية في الجزائر.

وبالنظر للمواقع الحقيقية للتجارة الالكترونية التي تسمح بالقيام بمبادلات تجارية على شبكة الانترنت وباستعمال وسائل دفع إلكترونية، فهي قليلة جدًا وبالتالي لا يظهر جليًا حجم ونمو التجارة الالكترونية في الجزائر بشكل دقيق، لكن مؤشرات وملاحمها تظهر بشكل واضح بظهور وإنشاء العديد من المواقع الالكترونية في مختلف المجالات، والتي تحتوي على كاتالوجات للسلع، نماذج للطلبات والحجز، و لكن الدفع يتم في أغلب الحالات نقدًا عند الاستلام، وقد لقيت هذه المواقع اهتمام واضح من قبل مستخدمي الانترنت في الجزائر ومن أهمّها:

– موقع واد كنيس: يعتبر من أقوى المواقع الالكترونية في الجزائر تمّ إنشاؤه سنة 2006، يتصفّحه يوميا ما يزيد عن 800 ألف زائر، يصنّف الأوّل في الجزائر والرابع عالميا بين المواقع التي يتصفّحها الجزائريون، ويوفر الموقع فرص الإعلان المجاني، كما يوفر مساحات إخبارية لمختلف الشركات، حيث يعتبر أوّل موقع للإعلانات في الجزائر بما فيها: العقارات، السيارات، المركبات، إعلام آلي، قطع الغيار، هواتف، الأجهزة الإلكترونية، خدمات، مناصب عمل، رحلات، الملابس، مواد التجميل، المواد والمعدات..

– موقع شركة الخطوط الجوية الجزائرية: قامت الشركة بإنشاء موقع على شبكة الانترنت يسمح بتقديم العديد من الخدمات، منها إمكانية الحجز المباشر على الشبكة، مع إدخال خدمة الدفع الإلكتروني ببطاقة الدفع ما بين البنوك والبطاقة الخاصة بريد الجزائر «البطاقة الذهبية»، حيث يمكن شراء التذاكر مباشرة على الانترنت مع الخطوط الجوية الجزائرية.

– موقع شركة قيديني guiddini.com: هو موقع جزائري يهتم بعرض وتقديم العديد من السلع والمنتجات للعديد من العلامات الجزائرية والعالمية، ويتمتع بتقنية الدفع الإلكتروني، فالموقع يدعم العديد من طرق الدفع والشحن الى المنازل، وقد تمكّن الموقع من استقطاب العديد من الزبائن إذ يمكن اختصاره في eBay الجزائر.

بالإضافة للعديد من المواقع الأخرى المتواجدة عبر شبكة الانترنت، لكن ورغم ذلك وبمقارنة حجم التجارة الالكترونية في الجزائر بدول أخرى سواء كانت الدول المتقدمة أو حتى الدول العربية، فإنه يمكن القول أنّ التجارة الالكترونية في الجزائر لاتزال ضعيفة وشبه منعدمة مقارنة بحجم التجارة الالكترونية المسجلة في الدول الأخرى. ثالثاً- واقع الحكومة الالكترونية في الجزائر

في إطار سعي الجزائر إلى إحلال نظام الكتروني شامل، وتعميم استخدام الإنترنت خلال السنوات المقبلة قامت بإطلاق مشروع "الجزائر الإلكترونية"، وتهدف استراتيجية الجزائر الإلكترونية إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني والمؤسسات والإدارة، بالإضافة إلى تحسين قدرات التعليم والبحث والابتكار وتحسين نوعية الحياة للمواطنين، وتتمحور خطة العمل الى ثلاثة عشر محورا، لكل محور مجموعة من الاهداف الرئيسية والأهداف الخاصة، مع وضع قائمة جرد لكل محور، وضبط قائمة الاجراءات اللازمة لتنفيذها، حيث حدد مدة خمس سنوات لتنفيذ هذه الخطة من سنة 2009 إلى 2013.

1- محاور استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013: إنّ برنامج الحكومة الالكترونية إلى تنفيذ ثلاث اتجاهات رئيسة هي<sup>21</sup>:

النقدّم في النشاط الحكومي: ويكون ذلك من خلال:

- ✓ مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز فعالية نشاط السلطات الحكومية المركزية والإقليمية؛
- ✓ إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإدارة الجزائرية، وتحسين نوعية الحياة للمواطنين؛
- ✓ استخدام المدفوعات الإلكترونية وتعزيز الشفافية في المعاملات التجارية لتدعيم انتشار التجارة الالكترونية، والعمل على تنفيذ سياسة التنمية الإقليمية الرقمية لغرض تحسين ظروف العيش في جميع أنحاء الوطن من خلال الوصول عن بعد إلى شبكات المعلومات والخدمات العامة.

- تحقيق التنمية البشرية: ويكون ذلك من خلال:
  - ✓ تحسين نوعية التعليم في مختلف الأطوار والمستويات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التربية -التعليم الإلكتروني-؛
  - ✓ دفع عملية تطوير البحث العلمي من خلال إنشاء شبكة البحوث في سرعة عالية جداً؛
  - ✓ تحسين وتطوير قطاع الصحة عن بعد بإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المستشفيات -الصحة الإلكترونية- وهو ما سيحسن بشكل كبير في إدارتها.
- زيادة النمو الاقتصادي خارج قطاع المحروقات:
  - ✓ جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أداة رئيسية للتنمية الاقتصادية، وأن تكون عنصراً أساسياً في أي برنامج سواء كان على المستوى الاجتماعي والاقتصادي الوطني والقطاعي أو المحلي؛
  - ✓ استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في زيادة القدرة على التنمية الاقتصادية في جميع قطاعات الإنتاج والخدمات: التجارة الإلكترونية، السياحة الإلكترونية، الثقافة الإلكترونية..؛
  - ✓ استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنه أن يساهم في ترقية المؤسسات لتمكينها من الاندماج في الشبكة الاقتصادية العالمية -التجارة الإلكترونية-، من خلال توجيه المنتجات المحلية للتصدير؛
  - ✓ تطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصال المحلية التي تساهم في خلق بديل اقتصادي
- 2- مصير تنفيذ استراتيجية " الجزائر الإلكترونية 2013": بعد مرور عدة سنوات من الانطلاق الرسمي لتنفيذ كل محاور وأهداف البرنامج، لم يتم الإدلاء بأي تقرير رسمي من السلطات المخولة بذلك ليوضح مدى سيرورة البرنامج، ونسبة الإنجاز وأهم الإنجازات المسطرة التي تم تنفيذها، وهذا ما يدل على فشل البرنامج، لعدم تنفيذ محاوره، فمثلاً مشروع "اسرتك" الذي يعتبر جزء من مشروع الجزائر الإلكترونية لم يتم تلبية جميع الشروط اللازمة لنجاحها، وذلك لعدم جاهزية البنوك، وعجز اتصالات الجزائر عن توفير الانترنت والربط وفق ما تم الاتفاق عليه، كما أنّ شركات تصنيع الحواسيب لم تكن متوفرة، والمواطنون لم يكن لديهم استعداد للتكنولوجيات فضلاً عن عدم وضوح الرؤية وغياب المحتوى الواضح للمشروع.<sup>22</sup>
- المحور الرابع: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر**

رغم التطور الكبير والاعتماد الواسع على التجارة الإلكترونية في مختلف أنحاء العالم وحتى بالنسبة لدول الجوار، يبقى واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ضعيفاً، حيث لا يزال تطبيق المعاملات التجارية يتم بصورة تقليدية بعيداً عن الأساليب الإلكترونية، ويرجع ذلك للعديد من العوائق والتحديات التي تقف أمام ظهور وتطوير مختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية على مستويات مختلفة، وتتمثل أهم هذه التحديات<sup>23</sup>:

أولاً- تحديات ومعوقات البنية التحتية الرقمية:

تتمثل أهم التحديات التي تواجه قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر تحديات في مجال البنية التحتية الرقمية، وتتمثل هذه التحديات في:

- قلة المؤسسات الرسمية ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وضعف البنية المؤسسية الحكومية، حيث يوجد في الجزائر فقط اتصالات الجزائر، سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية واللجنة الالكترونية؛
- غياب النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المناطق الداخلية والجنوبية وقلة الاهتمام الحكومي بهذه المناطق؛
- ضعف تدفق شبكة الاتصالات، مما يُعيق المستخدمين ويضيع وقتهم؛
- ضعف انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وذلك بالنظر لضعف عدد مستخدمي الانترنت باعتباره من أهم مؤشرات البنية التحتية الرقمية، وذلك راجع لعوامل أخرى تتميز بالقصور في الجزائر منها: مدى توافر الحواسيب ورخص ثمنها ورخص أسعار الاشتراك في الهاتف والانترنت..؛
- ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني واستبدالها بالدفع المباشر عند التسليم؛
- القصور في تجديد معدات الكمبيوتر بالنسبة للإدارات، بالإضافة إلى ارتفاع تكلفة تراخيص البرامج الجاهزة؛
- ضعف القدرة الشرائية للمواطنين وبالتالي عجزهم عن اقتناء التجهيزات التكنولوجية اللازمة للنفاذ إلى الشبكة العنكبوتية التي تعتبر المحرك الأساسي لتنشيط التجارة الالكترونية؛
- ضعف تجهيز المؤسسات والإدارات بالتجهيزات التكنولوجية اللازمة وعدم إدماج التكنولوجيات الحديثة فيها؛
- ضعف البنية التحتية للشبكة الهاتفية الثابتة في الجزائر، بحيث يحتكر المتعامل "اتصالات الجزائر" تقديم الخدمات السلكية واللاسلكية؛
- الارتفاع الكبير لتكلفة استخدام الانترنت في الجزائر، وذلك راجع لغياب المنافسة في قطاع الاتصال عن طريق الانترنت واحتكاره من قبل الدولة؛
- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني لدى أفراد المجتمع، وجهل فئة مهمة من المجتمع الجزائري لمزايا التكنولوجيات الحديثة.

ثانياً - تحديات ومعوّقات قانونية:

يعتبر الإطار القانوني من أهم متطلبات تطبيق وتطوير التجارة الإلكترونية، ورغم أنّ الجزائر طرحت مشروع قانون التجارة الإلكترونية، إلا أنّها في الوقت الحالي تعاني من قلة التشريعات المنظمة لعمل التجارة الإلكترونية، وغياب القوانين والقواعد المنظمة للتجارة الإلكترونية يعني غياب الحماية القانونية لأطراف التعامل، مما يُنقص الثقة في استخدام الشبكة لغرض التجارة الإلكترونية.

وبالتالي يتوجّب على الدولة الجزائرية إنشاء وضمان البنية القانونية السليمة اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، لأن ذلك يُعد ضرورة حتمية أمام الجزائر لمواكبة التطوّرات التي تشهدها الساحة العالمية.

ثالثاً - التحديات والمعوّقات البشرية



يُعتبر توفرّ العنصر البشري المؤهّل والقادر على استخدام آليات وتقنيات المعلومات والاتصالات الحديثة والتعامل مع برمجيات التجارة الالكترونية وإتقان اللغات الأجنبية من أهمّ متطلبات نجاح وتطورّ التجارة الالكترونية، وتتمثّل أهمّ التحديات والمعوقات البشرية في:

- عدم كفاية الموارد البشرية من حيث الكمية والنوعية؛
  - عدم كفاية التدريب على مستوى عالٍ بالإضافة إلى تكلفته العالية، وانشغال أنشطة تنمية الموارد البشرية في عملية التدريب بشكلها التقليدي والذي يفتقد معظم أساسيات التدريب الفعال؛
  - نقص في الإستراتيجيات والسياسات الواضحة وقلة المراجع والمناهج العلمية والتربوية التي تساعد على نشر ثقافة التكنولوجيات الحديثة؛
  - غياب تخصصات جامعية في مجال التجارة الالكترونية، وانخفاض محسوس في نسبة الشهادات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- رابعاً- التحديات والمعوقات المصرفية
- يمكن تلخيص أهمّ التحديات والمعوقات المصرفية التي تقف حجرة عثرة أمام تطورّ الصيرفة الالكترونية بصفة عامّة ووسائل الدفع الالكترونية بشكل خاص في الجزائر في:
- غياب الوعي والثقافة المصرفية في المجتمع، لانعدام الثقة اتجاه النظام الحديث للإعلام الآلي والاتصال، وذلك بسبب ضعف المستوى التعليمي والثقافي، وضعف التحكم في الوسائل الالكترونية؛
  - ضعف كفاءة المورد البشري على مستوى البنوك وعدم قدرته على استخدام الأساليب والأدوات المتطورة في ظلّ عدم وجود برامج جادة للتدريب والتطوير، وعدم تلقّهم تكوين تقني عميق، بل مجرد تكوين ميداني لا يكفي عادة لممارسة الوظائف البنكية والمسؤوليات المسندة إليهم؛
  - كثرة الأعطاب التي يواجهها المواطنون عند قيامهم بالسحب الآلي للنقود؛
  - عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية للمعاملات الالكترونية في الجزائر؛
  - ارتفاع نسبة البطالة في الجزائر التي تمثّل عائق أمام تطورّ وسائل الدفع الالكترونية، فبعض البطاقات مثل Classiques CIB و GOLD لا تمنح إلا لأصحاب الدخول الثابتة؛
  - قلة استخدام بطاقات الائتمان في الجزائر، بسبب تفضيل أغلب الجزائريين استخدام وسائل الدفع التقليدية وغياب ثقافة التعامل الالكتروني لدى أفراد المجتمع، وهذا من الأسباب التي تعرقل استخدام التجارة الإلكترونية.

خامساً- التحديات والمعوقات الاقتصادية:

تتمثّل أهمّ التحديات والمعوقات الاقتصادية التي تقف أمام تطورّ التجارة الالكترونية في الجزائر، في نقص خبرة المؤسسات الجزائرية في الإلمام بشروط ومتطلبات التسويق والمنافسة الخارجيين، بالإضافة إلى الخوف من اقتحام مجال التجارة الإلكترونية، خاصة في ظلّ وجود شركات وتكتلات عملاقة في السوق الدولية.

سادساً- التحديات والمعوقات الثقافية:

تتمثل أهم التحديات والمعوقات الثقافية التي تحول دون انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر، في عدم وعي وإدراك معظم الجزائريين بالفوائد العديدة والمنافع الكثيرة المتحصل عليها من إدماج الانترنت في النشاطات التجارية، فقد بيّنت النتائج أنّ استخدام المواطنين الجزائريين للانترنت هو بدافع الترفيه، فبينما حصل كل من البريد الإلكتروني وقراءة الصحف وشبكات التواصل الاجتماعي وتحميل الألعاب والأغاني ومشاهدة الفيديوهات والدرشة على أعلى النسب، تحصلت تطبيقات التجارة الإلكترونية مثل: التعليم عن بعد، إعلانات، أعمال وشراكة، خدمات الكترونية على أقل وأضعف النسب.

سابعاً - التحديات والمعوقات الضريبية

تتمثل أهم التحديات والمعوقات الضريبية التي تعرقل تطوّر التجارة الإلكترونية في الجزائر، في قصور التشريع الضريبي، ذلك أنّ الطبيعة الخاصة لمعاملات التجارة الإلكترونية تثير الكثير من العراقيل والصعوبات للنظام الضريبي حول كيفية تحديد المعاملة الضريبية للمعاملات التي تتم عن طريق التجارة الإلكترونية، وكيفية تحديد الدخل الناتج من هذه المعاملات<sup>24</sup>.

### خاتمة:

من خلال ما سبق، يتّضح أنّ دخول الجزائر مجال التجارة الإلكترونية يعتبر ضرورة حتمية لا بد منها، ولذلك يتوجب عليها الاستعداد وتهيئة الأرضية المناسبة واللّازمة لممارسة هذه التجارة التي تتم عن طريق وسائل وشبكات الاتصال الإلكترونية، وقد حاولت الجزائر توفير البنى التحتية الأساسية والمتطلبات اللّازمة لممارسة التجارة الإلكترونية، حيث يرتبط اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر بضرورة توفر هياكل وبنية تحتية داعمة لقيامها، من أهمّها: المتطلبات التشريعية، التكنولوجية، المالية، الاجتماعية، المصرفية، الضريبية، البنية التحتية الإلكترونية، ممّا يساهم في بناء بيئة ملائمة لنجاح وتطوّر التجارة الإلكترونية في الجزائر.

ولأجل ذلك قامت الجزائر بتكييف الإطار القانوني والتنظيمي ليوكب التقدّم والتطوّر التكنولوجي، وذلك لغرض الاستفادة من التكنولوجيات المتطورة وسرعة الاندماج في الاقتصاد العالمي، بما يساهم في تنشيط الاقتصاد الجزائري.

لكن ورغم ذلك يبقى واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ضعيفاً ودون المستوى المطلوب، حيث لا يزال تطبيق المعاملات التجارية يتم بصورة تقليدية بعيداً عن الأساليب الإلكترونية، ويرجع ذلك للعديد من العوائق والتحديات التي تقف أمام ظهور وتطوير مختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية على مستويات مختلفة، وخاصةً تحديات البنية التحتية الرقمية، القانونية، البشرية المصرفية، الاقتصادية، الثقافية والمعوقات الضريبية، وبالتالي فإنّ تجربة الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية لاتزال متعثرة وتشهد تأخر ملحوظ، بالرغم من الحاجة الماسة للاقتصاد الجزائري إلى هذا النوع من التجارة.

### الهوامش

- 1 - عبد الحميد بسيوني، "أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية"، دار الكتب العلمية، مصر، 2004، ص: 18.
- 2 - محمد أحمد أبو القاسم، "التسويق عبر الانترنت"، دار الأمين للنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص: 18.
- 3 - محمد مأمون سليمان، "التحكيم الإلكتروني"، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2011، ص: 38.

- 4 - إبراهيم بختي، "التجارة الالكترونية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص: 42.
- 5 - الموقع الرسمي لمنظمة التجارة العالمية، متوفر على الرابط: [www.WTO.org](http://www.WTO.org)
- 6 - السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص: 34.
- 7 - إيهاب الدسوقي، "الأبعاد الاقتصادية والمالية للتجارة الالكترونية مع التطبيق على مصر"، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مصر، 2001، ص: 11.
- 8 - مهند سهاونة، "التجارة الالكترونية: التجربة الأردنية"، الجمعية العلمية الملكية، الأردن، 2002، ص: 4.
- 9 - القانون رقم 83 الصادر في 09 أغسطس 2000، المتضمن قانون المبادلات والتجارة الإلكترونية التونسي.
- 10 - فريد النجار وآخرون، "التجارة والأعمال الالكترونية في مجتمع المعرفة"، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص: 90.
- 11 - سعودي حسن سرحان، "التجارة الإلكترونية آلية فعالة لتنشيط التجارة الدولية، دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، مصر، 2003، ص: 14.
- 12 - بالاعتماد على:
  - السيد أحمد عبد الخالق، "التجارة الالكترونية والعولمة"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص: 38.
  - رأفت رضوان، "عالم التجارة الالكترونية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999، ص: 17.
  - عبد الإله الديوه جي، "التجارة الإلكترونية"، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2000، ص: 39.
  - إبراهيم عبد الحفيظ عبد الهادي، "إطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحويل إلى عالم التجارة الإلكترونية"، مجلة الدراسات المالية والتجارية، العدد الثاني، جامعة القاهرة، 1999، ص-ص: 195-242.
  - محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص: 363.
- 13 - بالاعتماد على:
  - خديجة جمعة الزويني، "دور التجارة الإلكترونية في تخفيض التكاليف: دراسة تطبيقية على في الشركة العامة لتجارة السيارات والمكائن"، مجلة الإدارة والاقتصاد، العراق، ص 12.
  - بختي إبراهيم، "الإنترنت والمنشأة الاقتصادية"، المركز الجامعي بورقلة، الجزائر، ص 2.
  - ناصر خلوي، "التجارة والتسويق الإلكتروني"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص: 53.
  - فادي محمد عماد الدين توكل، "عقد التجارة الإلكترونية"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2010، ص 2.
  - THOMYRE LIONEL, L'échange des consentements dans le commerce électronique, édition Montériat, canada, 1999, p 15.
- 14 - مرجع سابق، ص: 185.
- 15 - يوسف حسن، مرجع سابق، ص: 109.
- 16 - لطيف زيود وآخرون، "تحديات التجارة الالكترونية للنظم الضريبية، مرجع سابق، ص: 8.
- 17 MarcBacchetta, PatrickLow, electronic commerce and the rol of WTO, p, 19
- 18 - الموقع الرسمي لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، متوفر على الرابط: [www.arpce.dz/ar/obs/etude](http://www.arpce.dz/ar/obs/etude)
- 19 - الموقع الرسمي لسلطة الضبط للبريد والاتصالات الالكترونية، متوفر على الرابط: <https://www.arpce.dz/ar>
- 20 - قندوز فاطمة، مرجع سابق، ص: 175.
- 21 - المرجع السابق، ص: 178.
- 22 - خالد بن ساسي، "واقع التجارة الالكترونية والإمداد في الجزائر"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، 2017، ص: 4.
- 23 - بالاعتماد على:

- آيت أمبارك سامية، "التجارة الالكترونية بالجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد: 33، 2016، ص: 49.
- قندوز فاطمة الزهراء، "التجارة الالكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2012-2013، ص: 208.
- 24 - وسان أحمد، "متطلبات تكيف النظام الضريبي الجزائري في ظل تحديات التجارة الالكترونية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير غير منشورة، جامعة الشلف، 2016-2017، ص: 106.