

واقع و مستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر

The reality and prospects of electronic commerce in Algeria

رحموني فاتح النور

لعرباوي نصير*

جامعة المسيلة

جامعة محمد لمين دباغين سطيف2

fathi_rahmoun@yahoo.fr

nacir_larb@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2021/06/06

تاريخ المراجعة: 2021/06/01

تاريخ الإيداع: 2020/09/10

ملخص:

يعتبر التحول نحو اقتصاد المعرفة ضرورة عالمية في عصر المعلومات والثورة التكنولوجية، فقد أصبح اليوم رهانا أساسيا للتطور والمنافسة في السوق العالمية، وتعتبر التجارة الالكترونية الآلية الوحيدة لتحقيق ذلك بناء على القدرة في التحكم بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومنه أصبح تطوير التجارة الالكترونية من أولويات الدول في العالم، حيث حققت الدول المتقدمة تطورا سريعا ونتائج فعالة انعكست على مختلف جوانب الحياة الأخرى، غير أن واقع التجارة الالكترونية في الجزائر لا يزال متخلفا ويتطور بشكل بطيء جدا، ويعود ذلك بالأساس إلى مجموعة من العوائق والإرهاصات التي ترهن مستقبله، وذلك في جميع المجالات سواء في الجانب القانوني والتشريعي، أو في الجانب المالي والمصرفي والإداري وكذا البنية التحتية لقطاع الاتصالات، وكذا على مستوى درجة الوعي العام للمستخدمين والكوادر البشرية للشركات والمؤسسات التجارية العمومية والخاصة.

الكلمات المفتاحية: الواقع، الآفاق، التجارة، التجارة الالكترونية، الجزائر

Abstract :

The change to knowledge economy is a world necessity in information and technology age; it becomes today a main issue to evolution and competition in the global market. The e-commerce is the unique mechanism to make all of it according to the ability to control the information and communications technology, after that the development of e-commerce has become one of the world priorities. The developed countries have achieved a fast development and effective results reflected on various other aspects of life, however, the reality of e-commerce in Algeria still lagging and evolves in slow, it is due mainly to a range of obstacles and signs pinning her future, in all domains both for the underdevelopment in the legislative and legal aspects, or in financial, banking and administrative infrastructure, and the failure of the telecommunications sector, or on the level of public awareness of users and responsible of companies, public and private corporate .

Key Words : Reality; prospects; trade; e-commerce; Algeria.

(*) المؤلف المراسل.

مقدمة:

شكلت التغيرات الحديثة في نمط التفاعلات الإنسانية سمة بارزة من سمات النظام الدولي المعاصر، ويعود ذلك بالأساس للثورة التكنولوجية التي شهدتها قطاع المعلومات والاتصالات، والتي أحدثت نقلة نوعية في مجال التعاملات بين المؤسسات والأفراد ومختلف الفواعل المجتمعية، وهو ما يعبر عنه بالتجارة الإلكترونية التي انتشرت بوتيرة متسارعة في العقود الأخيرة، مما جعلها منافسا كبيرا لوسائل التعامل والتجارة التقليدية الأخرى، خاصة في الدول المتقدمة كأوروبا وأمريكا وشرق آسيا، لما لها من ميزات ايجابية كبيرة، وتسعى الدول النامية اليوم لتطوير هذا النمط من التعاملات من أجل الاندماج في الاقتصاد العالمي والتفاعل ايجابيا مع أسلوب التجارة العالمي الحديث، وفي هذا الإطار تولي الجزائر أهمية بالغة لهذه المسألة، سعيا منها لتطوير قطاعي التجارة والخدمات وربطهما بالتجارة الدولية، غير أن بعض العوائق والإرهاصات تبقى حاجزا أمام هذه الجهود.

الأمر الذي جعلنا نتساءل في هذا المقال عن واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وأهم ميزاتها، وكذا الرهانات التي تواجهها في ظل التطورات العلمية والتكنولوجية الجديدة، وعلى هذا الأساس تمحورت إشكالية دراستنا في السؤال الرئيسي التالي:

- ما واقع التجارة الإلكترونية الجزائرية في ظل التطورات العلمية والتكنولوجية الحديثة وماهي أهم رهاناتها وأفاقها؟.

ولمناقشة هذه الإشكالية والإجابة عليها ارتأت الدراسة التطرق للعناصر التالية:

- 1- التجارة الإلكترونية وأهم خصائصها .
- 2- واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- 3- عوائق التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- 4- آفاق التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل التطورات العلمية والتكنولوجية الحديثة .

أولا: التجارة الإلكترونية وخصائصها:

1- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساس قيام التجارة الإلكترونية، فمن غير الممكن وجود نشاط تجاري الكتروني في ظل غياب استخدام التقنية في مجال المعلومات والاتصالات، فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت من أهم ضرورات الحياة المعاصرة ومن أبرزها في الجانب الاقتصادي والتجاري، وتعرف بأنها: "جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني، وتشمل تكنولوجيات الحاسبة الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات".⁽¹⁾ ومن بين أهم تلك الوسائل الهاتف والفاكس والتلكس، والتبادل الإلكتروني

⁽¹⁾سمية ديمش، "التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري - قسنطينة 2011/2010، ص04.

للبيانات، والانترنت والاكسترنات (هي شبكة تربط الشركات مع شركاء العمل الخارجيين كالموردين ومندوبي المبيعات) وغيرها.

2- الانترنت : لا يمكن الحديث عن تجارة الكترونية دون وجود لشبكة انترنت، فهي أيضا الوسيلة الأساسية لقيام نشاط التجارة الالكترونية، وهي من المصطلحات الحديثة التي ظهرت في عالم تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر حيث ظهرت شبكة الانترنت العالمية سنة 1989. (1) وهي كلمة انجليزية مختزلة لعبارة " Interconnexion Network " وتعني ربط أكثر من شيئين في شبكة، تعرف الانترنت بأنها شبكة الشبكات، وهي عبارة عن شبكة اتصال عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات الفرعية وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والأحجام في العالم. (2) وهي مرتبطة ببعضها عبر خطوط اتصال هاتفية أو خطوط اتصال عبر الأقمار الصناعية، وبدأ استعمالها في بداية السبعينات في جامعات الولايات المتحدة الأمريكية. (3) ثم انتشرت مع نهاية الثمانينات وبداية التسعينات إلى العالم. ويعتبر البريد الالكتروني التطبيق الأكثر استخداما على شبكة الانترنت، حيث يمثل 85 % من إجمالي حركة المرور عبر الانترنت، فهو الوسيلة الأكثر شيوعا لفترة طويلة في إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية. ويتطلب أن يكون للمرسل والمستقبل عنوان بريد الكتروني. (4)

3- التجارة الالكترونية: ترتبط التجارة الالكترونية بالاقتصاد الرقمي Digital Economy نظرا لارتباطه أساسا بأجهزة الاتصالات، وقطاع خدمات الاتصالات، والقطاعات المنتجة القائمة على تقنية المعلومات، وهو ما تعتمد عليه التجارة الالكترونية أيضا فهي تتحرك في نفس المجال، وإذا كانت التجارة تعني تبادل وتداول السلع والخدمات وفق نظام وقواعد محددة، فان الالكترونية تعني استخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الانترنت في هذه التجارة. (5) لذا فان التجارة الالكترونية تعرف بأنها: "ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات". (6) وعرفتها منظمة التجارة العالمية بأنها: "مجموعة متكاملة من عقد وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بصورة الكترونية". (7) وهي استخدام مكثف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الممثلة في أجهزة الحاسوب ووسائل الاتصال الحديثة للقيام بمختلف الأعمال

(1) توفيق عباس عبد عون المسعودي، "التجارة الالكترونية العربية ومسار التطور والموقع في الاقتصاد العالمي"، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، البصرة، مجلد 02، عدد 05، 2004، ص 36.

(2) بشير عباس العلق، سعد غالب ياسين، التجارة الالكترونية، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2004، ص 98.

(3) عبد المالك ردمان الدناي، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، بيروت: دار الراتب الجامعي للنشر، ط1، 2001، ص 44.

(4) هارون ببول، جمال بوزيان رحمان، "الانترنت التحتية للتجارة الالكترونية"، مداخلة مقدمة في الملتقى العلمي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر، بالمركز الجامعي خميس مليانة ، الفترة 27/26 أبريل 2001، ص 04.

(5) صدام محمد محمود الحياي وأخرون، "أثر التجارة الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 02، عدد 03، 2006، ص 138.

عابد بن عابد العبدلي، التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية (الواقع - التحديات - الآمال)، مداخلة في المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص 06.

(7) سامرة نعمة كامل الثامر، "مفهوم التجارة الالكترونية ومزاياها على المجتمع العربي"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 10، عدد 02، 2008، ص 94.

التجارية والخدماتية ، وتعتمد على إجراء مبادلات تجارية أو إيصال معلومات أو خدمات أو منتجات عبر خطوط الهاتف أو شبكات الانترنت أو أي وسائل أخرى تعتمد على التقنية.⁽¹⁾

التعاملات التجارية الإلكترونية قد تتجسد بين مؤسسات خدمات أو شركات اقتصادية صناعية وتجارية، كما قد تكون بين المؤسسات التجارية والأفراد الذين يمثلون طبقة المستهلكين، كما قد تكون بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية أو بين الحكومة ومواطنيها فيما يعرف بالحكومة الإلكترونية Electronic Government.⁽²⁾

4- خصائص التجارة الإلكترونية: للتجارة الإلكترونية عديد الخصائص الايجابية التي تجعلها أفضل بكثير من التجارة التقليدية، ومن أهمها:

- عالمية التجارة الإلكترونية فهي نشاط تجاري يقدم السلع والخدمات على الإنترنت دون الانتقال من مكان إلى آخر، فهي لا تعترف بالحدود الجغرافية.⁽³⁾
- تساهم في تخفيض التكلفة وتلبية خيارات الزبون بيسر وبسهولة.
- تتميز بانخفاض الأسعار وسرعة وسهولة الدخول إلى الأسواق العالمية والتسوق واقتناء المنتجات.
- تتيح تعدد الخيارات أمام المستهلك.
- غياب التعامل الورقي في المعاملات التجارية الإلكترونية حيث يمكن إبرام أي عملية تجارية بداية من التفاوض على السلعة وصولاً إلى التعاقد ودفع قيمتها المالية إلكترونياً.⁽⁴⁾
- تسهل وتسرع عملية تبادل المعلومات بين المستهلكين.
- إمكانية عدم الكشف على الهوية الحقيقية للمتعاملين لأن التجارة الإلكترونية تتم بين متعاملين في زمان ومكان مختلفين مما قد يخلق مشكلات بين المتعاملين كغياب المعلومات الكافية عن بعضهم البعض،⁽⁵⁾ وهنا يمكن التنويه إلى أن هذه الخاصية تعتبر سلبية بالنسبة للتجارة الإلكترونية إلى غاية أن توجد آليات لحماية المتعاملين في ذلك .

وهو ما جعل التجارة الإلكترونية في تطور وانتشار سريع جدا مقابل تراجع واضح لوسائل وطرق التجارة التقليدية في العقدين الأخيرين، فانتشرت وسائل التجارة الإلكترونية المتنوعة مثل البطاقات البنكية وبطاقات الدفع والبطاقات الائتمانية وبطاقات الصرف الشهري والنقود الإلكترونية وغيرها.

ثانياً: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

1. استخدام الانترنت والبنية التحتية: يعتبر وجود وتطور شبكة الانترنت الوسيلة الأساسية لنجاح التجارة الإلكترونية، لذا حاولت الجزائر ولوج هذا العالم سنة 1993 من خلال إنشاء شبكة وطنية وربطها بالشبكات الدولية

⁽¹⁾ أحمد بن عيشاوي، أثر تطبيق الحكومة الإلكترونية (G.E) على مؤسسات الأعمال، مجلة الباحث، 1131، العدد السابع، ص 191.

⁽²⁾ Bernd W. Wirtz, Peter Daiser, E-Government Strategy Process Instruments, 1 edition, Germany: German University of Administrative Sciences Speyer, 2015, P203.

⁽³⁾ إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة مصر، 2003، ص 33.

⁽⁴⁾ خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 152.

⁽⁵⁾ إبراهيم العيسوي، مرجع سابق، ص 34.

بواسطة مركز البحث والإعلام العلمي والتقني "CERIST" التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، ثم تم ربط الجزائر بالشبكة العنكبوتية العالمية عن طريق إيطاليا في مارس 1994، في إطار مشروع مع منظمة اليونسكو يسمي (RINAF)، غير أن سرعة الانترنت في البداية كانت بطيئة جدا (9.6 ko) إلى غاية سنة 2008، كما أنها بقيت محتكرة من طرف الدولة لمدة طويلة، أما بعد تحريرها بواسطة القانون رقم 98-257 الذي كان عاملا في انتشارها بشكل واسع في القطاع الخاص، فقد وصلت سنة 2009 إلى الاستخدام من طرف 4.700.000 مستخدم في حين كانت سنة 1998 لا تتجاوز 6000 مستخدم.⁽¹⁾

بالرغم من ذلك لازالت الجزائر متأخرة في سرعة تدفق الانترنت واتساع نطاق انتشارها واستعمالها، فقد تطورت تكنولوجيا الاتصال العالمي إلى ما يعرف بكابلات النفاذ بواسطة الألياف البصرية أو الضوئية، من خلال كابلات ألياف بصرية مرتبطة بالاقتصاد الرقمي العالمي، فالجزائر لازالت إلى يومنا هذا تعمل على مد هذه الكوابل بين مدنها ومؤسساتها الحكومية في سعيها لمواكبة التطورات العالمية في هذا المجال السريع جدا من حيث التطور التقني المتجدد.

أما من حيث سوق خدمات الانترنت في الجزائر فتهيمن عليها مؤسسة اتصالات الجزائر الحكومية، وكل مزودي خدمة الانترنت الخواص يمارسون نشاطهم من خلال هذه المؤسسة، كما ان معظم المستخدمين للانترنت في الجزائر متصلين من خلال خدمة ADSL التي تمتلكها هذه الشركة، وهو ما يجعل الجزائر متخلفة في هذا المجال عالميا وعربيا، فلا وجود لنشاط المنافسة الحرة للقطاع الخاص في هذا الإطار.

2. الجانب التشريعي: تعتبر التشريعات القانونية الإطار التنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية ويضمن حماية حقوق الأطراف المتعاملة بها، ويحدد شكل وصفة التعاملات الإلكترونية وضوابطها والعقوبات المترتبة على انتهاكها، وبالتالي فان تطوير الجانب التشريعي مهم جدا لتطوير التجارة الإلكترونية. غير أن الجزائر رغم كل الجهود لا تزال ضعيفة في هذا الجانب، فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في ماي 2009، أعلن وزير التجارة والاتصال الجزائريين (هاشي جعوب، حميد بصالح) عن الشروع في وضع إطار قانوني وتنظيمي يسمح بتأطير التجارة الإلكترونية ويوفر الحماية والأمن للبيانات والصفقات الإلكترونية، ويساهم في خلق مناخ من الثقة لدى المؤسسات التجارية والمتعاملين الجزائريين والأجانب.⁽²⁾

وهنا تجدر الإشارة إلى أن التجارة الإلكترونية في الجزائر كانت تفتقر للتقنين الذي تأخر في تنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية، حتى صدور قانون التجارة الإلكترونية رقم 05/18، و ما لهذا الأخير من دور في بعث وتنظيم التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث جاء في المادة 06 من القانون ذاته أن التجارة الإلكترونية هي ذلك النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان أو توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية.⁽³⁾

(1) الاتحاد الدولي للاتصالات - المؤتمر العالمي لتنمية الاتصالات لعام 2010، "الخصائص الإحصائية لمجتمع المعلومات للدول العربية لعام 2009"، على الموقع :

<http://www.itu.int> 22-07-2020.

(2) سمية ديمش، مرجع سابق ص 229.

(3) القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. الجريدة الرسمية عدد 28، 16 ماي 2018.

فالمشرع الجزائري هنا وضع أطراف المعاملات التجارية الإلكترونية ووفر الإطار القانوني والحماية اللازمة لأطرافها تماشيا مع الثورة التكنولوجية الحديثة التي غيرت من طبيعة التعاملات التجارية التقليدية من أجل عصرنة المرفق العام وتسهيل الإجراءات والخدمات للمواطنين⁽¹⁾

إلا أن هذه الأهداف لم تتحقق بعد وبقيت الجزائر متأخرة، حيث تعرف مستويات متدنية من الحماية والأمن الرقمي، وكذا تطوير قواعد متعلقة بالجريمة الإلكترونية والملكية الفكرية، فالجزائر تصنف أنها من أكبر دول العالم قرصنة للبرمجيات، وأضعفها في حماية الملكية الفكرية وبراءة الاختراع.

وفي إطار سعيها للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية فهي مطالبة بضرورة وضع ترسانة قانونية محكمة تتلاءم مع القوانين الدولية وتملأ الفراغ القانوني، مقارنة مع بعض الدول العربية التي نجحت بشكل واضح في هذا المجال على غرار تونس، المغرب ومصر.

3. الجانب المالي والمصرفي: نجاح التجارة الإلكترونية يقوم أساسا على ضرورة تطوير القطاع المالي والمصرفي، وهو ما فرض على البنوك في الجزائر ضرورة توفير تقنيات حديثة، ووضع في الخدمة وسائل دفع الكترونية تساعد المتعاملين والزبائن في التعاملات الإلكترونية، غير أن هذا الجانب أيضا لم يتطور بالشكل المطلوب، فرغم الاهتمام الذي أبدته البنوك والمصارف الجزائرية بالأعمال الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة، إلا أنها لم تتجاوز المستوى البدائي القائم على الدفع عند التسليم، ولم تصل إلى المستوى الثاني القائم على الدفع الفوري الإلكتروني.

وفي هذا الإطار انطلقت إستراتيجية التعامل ببطاقات السحب الآلي على مستوى بريد الجزائر منذ سنة 2005، في محاولة لتمكين الزبائن من شراء حاجياتهم عبر الانترنت، إلا أنها لم تتحقق إلى يومنا هذا، فهذه البطاقات لم يتم تحديثها بشكل يسمح بإجراء عمليات شراء عبر الانترنت⁽²⁾. أما على مستوى البنوك فرغم أن معظم البنوك الجزائرية لها مواقع عبر الانترنت، مثل بنك الفلاحة والتنمية الريفية والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط والقرض الشعبي الجزائري، غير أنها تتيح خدمات عادية لا ترقى إلى مستوى تفعيل التعاملات التجارية، ومعظم الخدمات التي تتيحها تنحصر في إمكانية الاطلاع على الرصيد للمشاركين، وطلب صك بريدي أو دفع فاتورة الهاتف النقال وغيرها من الخدمات العادية.

4. الجانب التسويقي: تجدر الإشارة إلى أن الحديث بلغة الأرقام عما حققته التجارة الإلكترونية في الجزائر غير ممكن، وذلك لعدم وجود هيئة مختصة في ذلك، لتكون مصدرا لتوفير البيانات والمؤشرات على مدى تقدم المعاملات التجارية الكترونيا، غير أنه يمكن التأكيد على تأخر الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية مقارنة بمعظم دول العالم وبما فيها الدول النامية، والدليل على ذلك عدم وجود دراسات و أرقام دقيقة تحدد الحجم الفعلي للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

(1) موساوي رشيدة، دراجي المكي، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير الخدمة العمومية والمرفق العام في الجزائر، دراسة لنموذجي قطاعين العدالة والداخلية والجماعات المحلية، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 09، العدد الأول، 2017.

(2) كريمة صراع، "واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية جامعوهران، 2014/2013 ص 141.

وفي هذا السياق أشارت وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال أن حوالي 20 % فقط من إجمالي مؤسسات الدولة الجزائرية مربوطة بشبكة الانترنت، وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة مع ما تمتلكه الجزائر من إمكانيات مادية وبشرية ، فاحتلالها للمراتب الأخيرة عالميا، المرتبة 139 من أصل 144 دولة.⁽¹⁾ مؤشر واضح على ضعف وتأخر ربط مؤسساتها بشبكة الانترنت.

ثالثا: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تجدد الإشارة هنا إلى أن التجارة الإلكترونية في الجزائر عرفت عراقيل ومعيقات ونذكر منها:

1. على مستوى البنية التحتية: تعاني الجزائر شأنها شأن عديد الدول النامية من ضعف نوعية الاتصالات ونقل المعلومات وضعف مستوى الربط الإلكتروني، وضعف شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية عموما، وهي من أهم التحديات التكنولوجية للدخول في الانترنت ومنه عالم التجارة الإلكترونية، وتتأخر بشكل كبير عن المعدل العالمي خصوصا فيما يخص انعدام القاعدة التكنولوجية والبنية التعليمية اللازمة، إضافة إلى ضعف مستوى الاستثمار في هذا المجال.⁽²⁾ وتعتبر تكاليف استخدام الانترنت مرتفعة في الجزائر مقارنة بدول العالم، خاصة في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي تحتكره مؤسسة تابعة للدولة (اتصالات الجزائر) وهو ما يجعل نسبة واسعة من الجزائريين غير قادرين على استخدامها.

2. على مستوى الوعي: إن توفر الكوادر البشرية يعتبر أحد أهم مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي بلد أو مجتمع في العالم (المختصين في مجال تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والبرمجيات الرقمية). كما يعتبر مستوى الوعي العام في المجتمع أيضا ضروريا، حيث تلعب الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دورا هاما في توسيعها وتطويرها بين القطاعات الإنتاجية والمؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية وبين المستهلكين أيضا.⁽³⁾ وهو ما يعتبر عائقا في الجزائر نظرا لتدني مستوى الوعي والتحكم في استخدام الوسائل التكنولوجية في مجال الاتصالات، فنسبة كبيرة من الجزائريين غير قادرين على التحكم في استخدام الحاسوب وهو ما أصبح يطلق عليه الأمية المعلوماتية. إضافة إلى ضعف مستوى الإطار والكوادر البشرية في مؤسسات الدولة أو توفرها بالعدد الكافي ، فهي تفتقد للكفاءة اللازمة في هذا الجانب، فهي غير قادرة على التحكم باقتدار في مهارات البرمجة وقواعد البيانات وأنظمة التشغيل وتصميم مواقع التجارة الإلكترونية ونظم الدفع الإلكتروني وغيرها من الأنظمة والتطبيقات والبرمجيات اللازمة في عالم التجارة الإلكترونية.

3. على المستوى الإداري: فشل الاستراتيجيات المعتمدة في تطوير الإدارة الجزائرية لمسايرة التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم، فرغم إعلان عدة مشاريع لتطوير ورقمنة الإدارة الجزائرية إلا أنها لا تزال متخلفة جدا في ظل وجود نظام بيروقراطي متخلف، فالنظام المالي والمصرفي في الجزائر يعد الأضعف حتى مقارنة بالمغرب وتونس، كما أن المؤسسات الجزائرية حتى وان كانت مرتبطة بشبكة الانترنت فإنها تبقى غير قادرة على تحقيق أي

⁽¹⁾ نفس المرجع، ص 164.

⁽²⁾ رشيد علام، "عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي - دراسة حالة الجزائر"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ببريطانيا، 2010/2009، ص 152.

⁽³⁾ المرجع نفسه، ص 152.

نجاح في المنافسة الدولية، فنجد مثلا صعوبات كبيرة في إجراءات التصدير والاستيراد مرتبطة بالتراخيص ونظام الحصص والقيود المفروضة على الواردات والصادرات وغيرها من عوائق نجاح التجارة الإلكترونية.

كما تعاني الجزائر من جهة ثانية من ضعف نظام التحصيل الضريبي والقدرة على فرض نظام الرسوم على المعاملات التجارية الإلكترونية، وهي تعتبر قاعدة أساسية لإبراز قدرة الدولة على تنظيم قطاع التجارة الإلكترونية وفرض سيطرتها عليه لحمايته من التجاوزات في المعاملات والفراغات في التشريع القانوني.

4. على المستوى القانوني: إن ضعف المنظومة التشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر كان سببا في العديد من المشاكل التي تنعكس على مستقبل تطور التجارة الإلكترونية، وتتسبب في العديد من النزاعات وضياع حقوق المتعاملين سواء بالنسبة للمؤسسات أو الأفراد ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- عدم كفاية عناصر الأمان بالنسبة لوسائل السداد.
- ارتفاع نسبة التجسس وسرقة أو تدمير المعطيات والملفات والبيانات السرية والمهمة .
- اتساع دائرة التغير والتزوير في الملفات والبيانات من خلال الاختراق وهو ما يعرف بالقرصنة الإلكترونية.
- وجود خطر فقدان الحقوق للمتعاملين نتيجة ضعف البيئة القانونية في حماية تلك الحقوق.⁽¹⁾

رابعا: آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر:

للحديث عن آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر نستعرض ثلاث سيناريوهات وهي:

1. سيناريو النجاح:

يرتبط نجاح هذا السيناريو بالعديد من التغييرات الضرورية، والتي تصب في مجملها في وضع سياسات توعية شاملة لمحاربة الأمية المعلوماتية، وكذا تحسين قطاع الاتصالات وتطوير المنظومة القانونية المرتبطة بتنظيم وحماية المعاملات التجارية، وإذا توفرت هذه الشروط سيصبح هذا السيناريو واقعا ملموسا في الجزائر بعد سنوات. ومن أجل تحقيق ذلك يجب تكثيف حملات نشر الوعي والتنوير خاصة بواسطة وسائل الإعلام، من أجل تكوين رأي عام إيجابي قابل للاندماج في مشروع التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال التعريف بها وبطرق تطبيقها وممارستها والترويج لها بالتعريف بمزاياها المتعددة، كما يتطلب أيضا نشر التعليم والتكوين في مجال استخدام الأنترنت من أجل توسيع دائرة مستخدميه.

ومن جهة أخرى يتطلب نجاح هذا السيناريو أيضا تطوير قطاع الاتصالات وتطوير البنية التحتية، من خلال إنهاء احتكاره من طرف مؤسسة الاتصالات الجزائرية ودعم القطاع الخاص والمنافسة الحرة لتوفير خدمات أحسن بتكلفة أقل. إضافة إلى ضرورة تطوير المنظومة التشريعية بما يتوافق والتحديات التي تطرحها التجارة الإلكترونية، لتصبح هذه المنظومة التشريعية قادرة على حماية وتأمين المعاملات الإلكترونية، وقادرة على كسب ثقة المتعاملين وطموحاتهم في قطاعي التجارة والخدمات.

⁽¹⁾ حسين الماخي، "نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية"، مداخلة في المؤتمر العلمي حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية.

2. سيناريو الإخفاق: قد يتحقق هذا السيناريو عند توفر مجموعة من الشروط التي تبدو غير مستبعدة، خاصة عند مقارنة مستوى تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر مع تطورها في دول العالم عموما والدول العربية والإفريقية خصوصا، فهذه الأخيرة شهدت في السنوات الأخيرة قفزة نوعية في هذا الجانب، في حين لا تزال الجزائر تعاني من ضعف منظومة تشريعية، فعدم تطورها سيؤدي إلى ظهور مشاكل عديدة كضياع حقوق المتعاملين وعدم قدرتهم على استرجاعها نتيجة وجود فراغ قانوني، وهو ما يساهم في تخلي المتعاملين عن هذا النوع من التجارة نتيجة انعدام نظام التأمين والحماية لمعاملاتهم، ويضطرهم للعودة إلى التجارة التقليدية التي تعتبر أكثر أمانا، فيتسع مجال غياب الثقة في المعاملات الإلكترونية ويؤدي إلى تراجع نسبة هذه التعاملات. ومن جهة ثانية فإن تخلف النظام المالي والمصرفي في الجزائر (تخلف البنوك الجزائرية وغياب المنافسة من خلال فتح المجال للبنوك الخاصة) يساهم بدوره في تحقق سيناريو الإخفاق، حيث يتسبب باستمرار في خسارة الجزائر للمستثمرين الوطنيين والأجانب، نتيجة جموده وعدم تطوره تماشيا مع متطلبات الاستثمار في السوق العالمية التي تتميز بسهولة وسرعة انتقال رؤوس الأموال، مما يجعل هؤلاء المستثمرين يفضلون الاستثمار في دول الأخرى مثل تونس والمغرب حيث تتوفر الحماية وسهولة تحويل رؤوس الأموال.

3. سيناريو استمرار الوضع القائم:

هذا السيناريو هو الأقرب للتحقيق، حيث تتميز التجارة الإلكترونية في الجزائر بمروحة مكانها، نتيجة غياب شروط التطور وضعف جهود الدولة في تطوير قطاع الاتصالات والبنية التحتية التي تعاني ضعفا وتخلفا كبيرا إذا ما تم مقارنتها بدول العالم الأخرى، ولكنها من جهة ثانية تتطور ببطء شديد مما يلغي سيناريو الإخفاق التام، وكذلك نظرا لأهميتها البالغة وتحول العالم نحوها مما يجعلها ضرورة لا مفر منها بالنسبة للجزائر، وبالتالي فمن المتوقع أن تستمر التجارة الإلكترونية في الجزائر في مسار تطور بطيء جدا لا يلي الاحتياجات والطموحات الداخلية للمتعاملين ولا يلي أيضا رغبات المستثمرين والمتعاملين الأجانب، وهو ما يجعل الجزائر تبقى من بين أضعف الدول في سلم الترتيب في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستخدام الانترنت ومنه التجارة الإلكترونية.

الخاتمة:

رغم الانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية في العالم وهيمنتها على شكل التعاملات الاقتصادية والتجارية على حساب التجارة التقليدية، غير أنها ضعيفة في الجزائر، ورغم اعتمادها منذ حوالي عقدين من الزمن، إلا أنها لم ترق لمستوى تطورها في الدول العربية المجاورة، وذلك نتيجة وجود عديد المعوقات وخاصة ما تعلق منها بضعف البنية التحتية، سرعة تدفق الانترنت، ضعف مستوى الوعي والقدرة على استخدام وسائل الاتصال الحديثة لدى فئة كبيرة من الجزائريين، وكذا ضعف المنظومة القانونية والتشريعية المنظمة والمؤمنة للتعاملات التجارية الإلكترونية.

ويبقى تطورها مستقبلا مرهون بقدرة الدولة على وضع إستراتيجية ناجحة وفعالة في تطوير البنية التحتية والمنظومة القانونية وتطوير النظام المالي والمصرفي و التقليل من نسبة الأمية المعلوماتية، التي تعد لبنة أساسية لنجاح التجارة الإلكترونية.

قائمة المصادر والمراجع:

أ- القوانين والمراسيم:

- القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. الجريدة الرسمية عدد 28، 16 ماي 2018.

ب- الكتب:

- العيسوي إبراهيم ، التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية ، القاهرة مصر، 2003 .
- (1) - العلاق بشير عباس ، سعد غالب ياسين، التجارة الإلكترونية، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2004 .
- الماحي حسين ، " نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية"، مداخلة في المؤتمر العلمي حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية، الإمارات العربية المتحدة، المنعقد بين 28/26 أفريل 2003.
- (2) - ردمان الدناني عبد المالك ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، بيروت: دار الراتب الجامعي للنشر، ط1، 2001 .
- ممدوح إبراهيم خالد ، لوجستيات التجارة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008 .

ج- المجلات:

- (3) - الحيايلى صدام محمد محمود وآخرون، "أثر التجارة الإلكترونية على جودة المعلومات المحاسبية"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 02، عدد 03، 2006 .
- (4) - بن عيشاوي أحمد، أثر تطبيق الحكومة الإلكترونية على مؤسسات الأعمال، مجلة الباحث، ، عدد 07، 2010.
- عباس توفيق ، المسعودي عبد عون ، "التجارة الإلكترونية العربية ومسار التطور والموقع في الاقتصاد العالمي"، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، البصرة، مجلد 02، عدد 05، 2004.
- كامل الثامر سامرة نعمة ، "مفهوم التجارة الإلكترونية ومزاياها على المجتمع العربي"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، مجلد 10، عدد 02، 2008 .
- موساوي رشيدة، دراجي المكي ، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير الخدمة العمومية والمرفق العام في الجزائر، دراسة لنموذجي قطاعين العدالة والداخلية والجماعات المحلية ، مجلة العلوم القانونية والسياسية، مجلد 09، العدد الأول، 2017.

د- الرسائل الجامعية:

- (5) - ديمش سمية ، "التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري - قسنطينة 2010/2011 .

(6) - علام رشيد ، "عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي – دراسة حالة الجزائر"، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ببريطانيا، 2010/2009 .

(7) - صراع كريمة ، "واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر"، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية جامعة وهران، 2014/2013 .

(8) ه-المؤتمرات والملتقيات:

(9) - ببول هارون ، بوزيان رحماني جمال ، "الانترنت التحتية للتجارة الالكترونية"، مداخلة مقدمة في الملتقى العلمي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر، بالمركز الجامعي خميس مليانة ، الفترة 27/26 أبريل 2001 .

- العبدلي عابد بن عابد ، التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية (الواقع – التحديات – الآمال)، مداخلة في المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الاسلامي، أم القرى، مكة المكرمة، 2005 .

و-المواقع الإلكترونية:

(10) - الاتحاد الدولي للاتصالات - المؤتمر العالمي لتنمية الاتصالات لعام 2010، "الخصائص الإحصائية لمجتمع المعلومات للدول العربية لعام 2009" على الموقع:

http://www.itu.int 22-07-2020. (11)

ي- المراجع بالأجنبية:

1. Bernd W. Wirtz, Peter Daiser, **E-Government Strategy Process Instruments**, edition, Germany: German University of Administrative Sciences Speyer, 2015.