

## رهانات والآفاق المستقبلية للتجارة الإلكترونية في الجزائر العوائق والحلول

### *The stakes and prospects for e-commerce in Algeria Obstacles and solutions*

عشوب ليلي<sup>1</sup>

جامعة ام البواقي، (الجزائر)

تاريخ النشر: 30-12-2023

تاريخ القبول: 22-03-2022

تاريخ الاستلام: 09-05-2021

#### ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهم ما أدت إليه الثورة الكبيرة الذي شهدها العالم حديثا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال المعاملات التجارية وهو ما يطلق عليه بالتجارة الإلكترونية التي تقوم على سرعة تدفق المعلومات والاستجابة للمتغيرات المفاجئة، كما تهدف أيضا إلى إبراز أهم التطورات التي تسعى الجزائر إلى الاستفادة منها فيما يخص التقنيات الحديثة للاتصالات والمعلومات في مجال المبادلات التجارية، كما تم التوصل إلى أنه بالرغم من ذلك تواجه الجزائر في هذا المجال صعوبات ورهانات جمة منها التقنية والتجارية وقد تكون أسباب نفسية واجتماعية.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية، عوائق التجارة الإلكترونية، التحديات، الآفاق المستقبلية، الحلول

**تصنيف JEL:** H41؛ O19.

#### **Abstract:**

*This paper aims to show the main consequences of the great revolution that the world recently witnessed in the field of information and communication technology, i.e. the E-commerce which is based on the speed of information flow and response to sudden changes. It also aims to show how Algeria seeks to benefit from these modern communication and information technologies in the field of commercial exchange. As a result, it has been confirmed that Algeria faces in this field many technical and commercial difficulties and bets, but also psychological, social, and legislative ones that may require urgent solutions.*

**Key words:** e-commerce, cybercrime, criminalillegal protection, money abuse crime, forgery crime, websiteassaults, creditcard crimes.

**Jel Classification Codes:** H41 ؛O19.

يواجه العالم اليوم تدفقا لثروة معلوماتية شاملة ساهمت في نمو وتطور العلاقات التجارية مما أدى إلى ميلاد نمط حديث من التبادلات التجارية عبر وسيط إلكتروني والتي تحولت إلى واقع ملموس عبر جميع أنحاء العالم، حيث تمكنت في وقت قصير من تحقيق رواج واستحسانا كبيرين في معظم دول العالم فاصبح استخدامها غاية كل مؤسسة أو شركة مهما كان حجمها بالإضافة للأفراد والحكومات نظرا لما حققته من نتائج فاقت كل التوقعات ومع تحقيق المبادلات التجارية نموا كبيرا وانتشارا واسعا ساهم ذلك في بروز مؤثرات إيجابية على الاقتصاد العالمي، وبما ان الجزائر جزءا من هذا الاقتصاد فهي تتوافر على العديد من المؤهلات التي تمكنها من مسايرة هذه التطورات الديناميكية العالمية والانسحاق بها لتطبيق تجارة إلكترونية وفي ظل هذه التحديات العالمية المتعددة تأثر العالم كله بالتجارة الإلكترونية ومن هنا يمكن طرح إشكالية الدراسة التالية: ماهي آفاق تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر؟ وماهي أهم الرهانات التي تعترضها عالميا؟

#### 1-1- الأسئلة الفرعية:

\* ماهو واقع استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

\* هل تمتلك الجزائر أساسيات البنية التحتية للتجارة الإلكترونية؟

\* ماهي أهم التحديات والرهانات التي تعيق تطبيق التجارة الإلكترونية بالجزائر؟

\* ماهي السبل والحلول الكفيلة لترقية وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

#### 1-2- فرضية الدراسة: تعاني التجارة الإلكترونية في الجزائر من العديد من العوائق لاسيما منها ضعف البنية التحتية في الاتصالات

وتكنولوجيا المعلومات مما يستدعي ضرورة وضع حلول لها حتى تستطيع مواكبة التحديات والتطورات الكبيرة في هذا المجال.

#### 1-3- أهمية الدراسة: باعتبار التجارة الإلكترونية من المواضيع الجديدة والهامة التي فتحت أبوابا واسعة أمام الأفراد والمنشآت الصغيرة

والمتوسطة والكبيرة ومجال جيدا للاستثمار إضافة إلى تزايد سرعة المعاملات المالية عبر الانترنت سواء بين الأفراد او المنظمات والتي يكون لها حتما اثرا على الاقتصاد، ونتيجة لكل ذلك فإن مواكبة المستجدات يتطلب تطوير الطاقات الإنتاجية والإلمام الكافي بتقنيات التجارة الإلكترونية التي أصبحت تفرض وجودها كل يوم أكثر من الآخر.

#### 1-4- الدراسات السابقة:

\* رسالة ماجستير إيمان العاني: العنوان البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة

منتوري قسنطينة 2، 2007: جاءت إشكالية الدراسة كالاتي كيف تستطيع البنوك التجارية تكيف أعمالها المصرفية في بيئة تنشط فيها التجارة الإلكترونية؟ وما مدى تبنيتها كألية تسويقية لتكثيف أدائها مع التقنيات الحديثة التي تستخدمها، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هي أن البنوك التجارية استطاعت أن تتدخل في تعاملات التجارة الإلكترونية بكونها تؤدي دور الوساطة فكل عملية تجارية يتم التعاقد عليها إلكترونيا وتنتهي بعملية تسوية تتطلب تحويل الأموال بين أطرافها ومن هنا نلقي دراستنا مع هذا البحث في تفعيل التجارة الإلكترونية من خلال تطوير وسائل الدفع الإلكتروني المختلفة.

\*سمية ديميش: التجارة الإلكترونية، حتميتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية والعلوم التسيير والعلوم

التجارية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011: تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول مدى اعتماد الجزائر على التجارة الإلكترونية على ست فرضيات أهمها كانت عن ضعف اعتماد الجزائر التجارة الإلكترونية لغياب مقوماتها الأساسية والإجراءات اللازمة لاستخدامها، أما أهم النتائج فنلخصها في أن تطور وسائل تكنولوجيا الإعلام جعلت التوجه نحو التجارة ضرورة حتمية، لكن تطبيقها في الجزائر مازال يعرف

ضعفا واضحا في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الإلكترونية والمتعلقة أساسا بالبنية التحتية وما زالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الإلكترونية سواء من حيث الجودة أو التكاليف، وتلتقي دراستنا مع هذه الدراسة في رفع فكرة التحدي الذي فرضتها ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي يستدعي توافر إرادة حقيقية وقوية لدى الجزائر لتطوير التجارة الإلكترونية وما تضيفه دراستنا هو أنه لا يمكن أن يتحقق ذلك إلا من خلال صياغة وبنية قانونية وتشريعية تساعد على إنتشار الأعمال الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية.

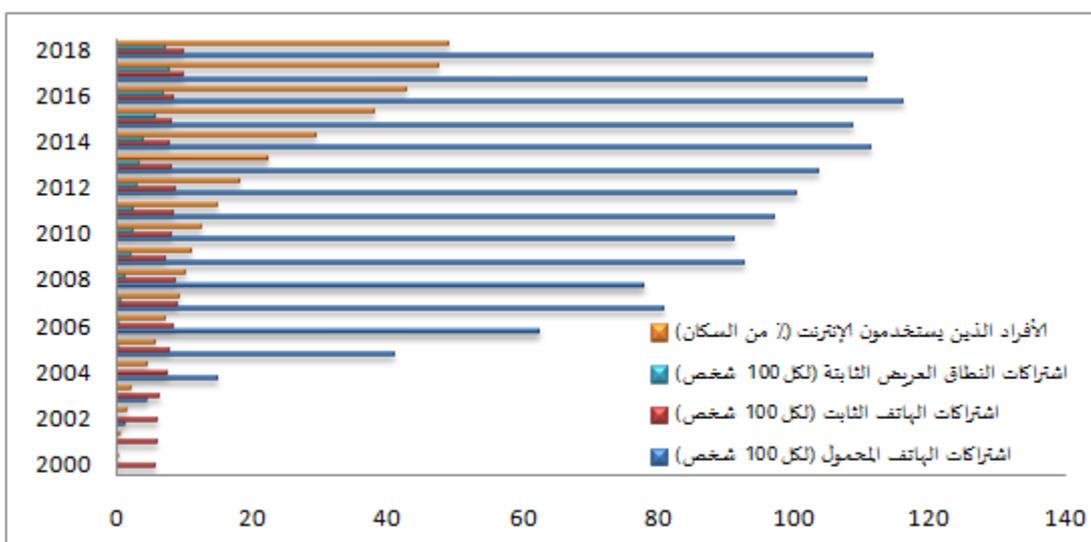
### 1-5-أهداف الدراسة: ويمكن حصرها فيما يلي:

- معرفة واقع الاستخدام الاقتصادي الجزائري للتجارة الإلكترونية وأهم الخطط التي تبنتها الجزائر في سبيل اعتماد التجارة الإلكترونية.
  - معرفة اهم التحديات والرهانات التي تواجه الجزائر في طريقها للاندماج والانسياق ضمن الديناميكية العالمية لتطبيق التجارة الإلكترونية.
  - تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية في الجزائر وعرض بعض الآليات وسبل تطويرها وتنميتها في الجزائر.
- ### 1-6 - منهج البحث:
- من أجل دراسة إشكالية البحث وتحليل أبعادها وأسبابها ونتائجها وللإجابة عن الإشكالية المطروحة اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي المناسب لسرد مختلف المفاهيم والخائص التي تدور حول الموضوع لتبيين مدى مكانة التجارة الإلكترونية في مختلف دول العالم وفي الجزائر بالخصوص مع طرح بعض العوائق التي تحول دون تطورها في الجزائر وعرض اهم السبل الضرورية لتنميتها.

## 2-واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

2-1- واقع بنية تكنولوجيا الإعلام والاتصال: من أهم العوامل الرئيسية لتنمية التجارة الإلكترونية هو بناء بنية تحتية للإعلام والاتصال بالرغم من أن الجزائر لاتزال متأخرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلا أنها حققت تقدما نسبيا مشجعا حسب ما ورد في تقرير الإتحاد العالمي للاتصالات سنة 2017 ، وذلك من خلال تصنيفها بالمرتبة 102 بقيمة 67,4 وبالفعل هو تقدم كبير نوعا ما مقارنة بسنة 2015 التي كانت تحتل فيها المرتبة 112 بقيمة 3.74 ونتيجة لاستثمارات الكبيرة في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال سنوات الإزدهار في الجزائر وكل الجهود التي بذلتها الحكومة الجزائرية لتشييد هذه البنية التحتية إلا أنه لايزال هنالك خلا في بناء هذه البنية التحتية لمناطق مختلفة نتيجة لمناطق البلاد والتي تشمل على الصحراء الكبرى أو سلسلتين جبليتين مهمتين، حيث أن معظم البنيات التحتية تتركز في المناطق الحضرية بينما في المناطق الريفية هناك القليل من العائلات التي تصلها الأنترنت لعدم اتصالها بها، وعليه هذا سيؤدي إلى الإنتشار الغير متوازن للتجارة الإلكترونية عبر الأراضي الشاسعة للبلاد (زهرة بورحلة، 2021، صفحة 362).

شكل 1 رقم: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للفترة. 2000 - 2018



المصدر: زهرة بورحلة ، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر رؤية تحليلية ، مجلة دراسات اقتصادية ، المجلد 21، العدد 1، 2021، ص 363

من خلال الشكل يتضح لنا أن المؤشرات التي تركز عليها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر تتمثل في اشتراكات الهاتف الثابت، اشتراكات الهاتف المحمول واشتراكات النطاق العريض الثابتة ومستخدموا الأنترنت فالتطور في اشتراكات الهاتف الثابت بالجزائر يميل في السنوات الأخيرة نحو نمو إيجابي بالجزائر، حيث بحلول 2018 وصل هذا الرقم إلى حوالي 9.74 لكل 100 شخص مقارنة بعام 2000 الذي بلغ فيه هذا الرقم حوالي 5.67 إشتراك لكل 100 شخص وهذه الزيادة قدرت ب 4.07 وعليه فإنه في عام 2017 تقرر إنهاء إستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصالات اللاسلكية الثابتة التي كانت موجهة للمناطق الريفية هذا مع إستراتيجية الدولة لتزويد هذه المناطق ببنية تحتية للاتصالات أكثر كفاءة وفعالية مثل 4G وLTE، كما ارتفعت أيضا اشتراكات الهاتف المحمول التي قدرت بحوالي 111.39 مقارنة بسنة 2010 التي بلغت فيها حوالي 0.27 والزيادة هنا كانت تشكل بشكل فردي، فمنذ سنة 2004 نلاحظ نمو قوي وهذا راجع إلى وصول الشركة الوطنية للاتصالات الجزائر لعدد كبير من المتعاملين وهذا ما أدى إلى تطور نسبة الولوع لشبكة الهاتف المحمول وهذا ما يوضحه الشكل أدناه (زهرة بورحلة، 2021، صفحة 363):

الشكل رقم 2: تطور كثافة الهاتف المحمول 4G 3G GMS خلال الفترة 2014-2020



المصدر : زهرة بورحلة ، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر رؤية تحليلية ، مجلة دراسات اقتصادية ، المجلد 21، العدد 1، 2021، ص 363

ومن خلال الشكل يتضح أن نسبة الولوج إلى شبكة الهاتف المحمول قدرت ب 9.109% في عام 2017 إلى 1.122% عام 2018 مع نسبة زيادة قدرها 10.97% كما نلاحظ أن نسبة الولوج إلى شبكة الهاتف المحمول متذبذبة من سنة 2012 إلى 2014 كانت في تزايد، فيما انخفضت إلى 107.4% في سنة 2015 ثم عادت وانخفضت إلى 95.109% سنة 2017 وعادت للارتفاع مجددا سنة 2018 ثم عادت وانخفضت خلال سنة 2019 لتبلغ ما قيمته 103.02% وحوالي 101.07% خلال الثلاثي من سنة 2020، أما في الجدول أدناه سنوضح عدد كل من 3G، LGS حسب تكنولوجيا الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة الممتدة 2020-2014

جدول رقم 1: عدد مشتركين حسب تكنولوجيا الهاتف النقال خلال الفترة 2012-2020

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	س.أ. 2020
<b>GMS</b>	375277 03	393223 28	347891 21	267062 68	201252 27	143851 31	116292 46	8514105	7151778
<b>3G</b>	/	308091	850905 3	166846 97	242279 85	215928 63	192394 48	3691142 8	3696778 3
<b>4G</b>	/	/	/	/	146463 4	986767 1	206214 52		
<b>المجموع</b>	375277 03	396303 47	432981 74	433909 65	458178 46	458556 65	514901 46	4542553 3	4441173 0

المصدر: زهرة بورحلة ، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر رؤية تحليلية ، مجلة

دراسات اقتصادية ، المجلد 21، العدد 1، 2021، ص 363

ومن خلال الجدول رقم 1 نلاحظ أنه خلال عام 2013 انطلقت خدمة الجيل الثالث بينما في عام 2016 ظهرت خدمات الجيل الرابع في الجزائر، حيث أكثر من 40% من مجموع المشتركين الهاتف النقال في عام 2018 هم مشتركين في G 4 بزيادة قدرها 81.8% مقارنة بسنة 2017، وهذا ما يفسر إختيار مشتركى التكنولوجيا التي تقدم أفضل فعالية وسرعات التدفق، أما فيما يخص تطور الأنترنت في الجزائر. فنلاحظ من الشكل 2 إن نسبة الأفراد إلى عدد السكان الدول يستخدمون الأنترنت في تطوير منذ عام 2000 والذي بلغ نسبة 0.49 من عدد السكان إلى أن وصلت في سنة 49.03% عدد السكان خلال عام 2018 إذ قدرت فيه الزيادة في عام 2000 إلى عام 2018 ب 48.54% من عدد السكان حيث اعتبرت هذه الزيادة جيدة نوعا ما، كما أنه من أجل تلبية حاجة مستخدمي الأنترنت الجزائرية وكذلك تقديم خدمة ذات نوعية جيدة نوعا ما فإن اشتراكات النطاق العريض الثابتة لكل 100 شخص لم تتوقف عن التطور في عام 2000 حيث بلغت قيمة 0.02 لكل 100 شخص إلى أن وصلت القيمة 7.026 لكل 100 شخص في عام 2018 كما قدرت بقيمة 7.24 لكل 100 شخص وظلت في زيادة لغاية سنة 2020، ومن خلال هذه الإحصائيات نجد أنه مازال على الجزائر عمله الكثير للرفع من درجة النفاذ للأنترنت وهذا بوضع البرنامج طويل الأمد ومكثف (زهرة بورحلة، 2021، الصفحات 364-365).

جدول رقم 2: إحصائيات مستخدمي الأنترنت والسكان في الجزائر خلال الفترة 200-2020

السكان 2020	مستخدمي الأنترنت إلى غاية 31 ديسمبر 2000	مستخدمي الأنترنت إلى غاية 31 ديسمبر 2019	تغطية السكان	نمو الأنترنت 2000-2020	مشتركى الفايبر بوك إلى غاية 31 ديسمبر 2019
43251044	50000	25428159	58.0	50.75	19000000

المصدر: زهرة بورحلة، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر رؤية تحليلية، مجلة

دراسات إقتصادية، المجلد 21، العدد 1، 2021، ص 363

## 2-2- التشريعات الجزائرية لتنظيم التجارة الإلكترونية:

نص المشرع الجزائري على وضع القوانين لاسيما تلك المتعلقة بالاعتراف بحجية الكتابة الإلكترونية من خلال إصدار القانون رقم 05-01 بتاريخ 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري (القانون رقم 05-10- بتاريخ 20 جوان 2005) (القانون رقم 05-10، 2005) حيث انتقل المشرع من خلاله من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني وبذلك أصبحت الكتابة في شكل إلكتروني ذات التسلسل في الأوصاف أو الأرقام أو أية علامات أو مزودات الأوصاف والأرقام أو أية علامات أو مزودات ذات معنى مفهوم مهما كانت طرق إرسالها.

كما نصت المادة 323 مكرر 1 على أنه يعتبر الثبات في الكتابة بالشكل الإلكتروني لإثبات الكتابة على الورق بشرط أن إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها أن تكون معدة ومحفوظة في ظرف تضمن سلامتها.

ومن القوانين ذات الصلة أيضا المرسوم التنفيذي 2009 المؤرخ في 07-2009 المحدد للكيفيات الخاصة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع أو بعض الخدمات المعنية.

كما نص القانون 04-15 المؤرخ في فبراير 2015 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع الإلكتروني والتصديق الإلكتروني وأخيرا صدور القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي سنة 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية..

القانون رقم 18/05 المؤرخ في 24 شعبان الموافق ل 1439 الموافق ل 10 أبريل 2018 المتضمن شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

في مادته 8-9 نصت على:

- يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أوفي الصناعات التقليدية حسب الحالة.

\* إنشاء بطاقة مهنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في الصناعات الحرفية التقليدية.

\* لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع إسم نطاق لدى مصالح مراكز السجل التجاري تنشر البطاقة الإلكترونية للموردين الإلكترونيين عن طريق الإتصال الإلكتروني وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني في المادة 9 من القانون.

\* ويضمن تعميم نظام الدفع الإلكتروني في جميع التعاملات المالية وكذا إلزام المحلات التجارية بتوفير أجهزة الدفع الإلكتروني التي تسمح للزبائن بتسديد المشتريات ببطاقاتهم الذكية دون الحاجة إلى حمل أوراقهم النقدية والورقية (سعاد عبوز وفرحي كريمة، 2021، الصفحات 321-322).

### 2-3 نظام الدفع الإلكتروني:

2-3-1 عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية: أما بالنسبة لعمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية فمعظم التعاملات هي تعاملات سحب 99% أما تعاملات الدفع ضعيفة بالرغم من ارتفاع عدد عمليات السحب 6868301 والتي ارتفعت من 8833913 بين عام 2016-2018، وبالرغم من شبكة DAB تغطي 90% من السوق المصرفي الجزائري إلا أن عدد معاملات السحب المقدمة لا يكاد يذكر بالمقارنة مع القدرات المتاحة ارتفاع عدد معاملات الدفع إلى 190898 ما بين عامين 2016 و 2018 وهذا ما يفسر توافر شبكة واسعة من TPE وهو ما يعني أن عمليات الدفع هي الأخرى لازالت غير كافية لتطبيق هذا السوق الحالي رغم الإمكانيات الحالية.

و يعود وجود هذه الفجوة الكبيرة بين عمليات الدفع وسحب هذه الوسيلة إلى تفضيل المواطن الدفع عبر وسائل الدفع الأخرى راجع إلى مشاكل الثقة والأمن في التعامل عبر هذه الأداة (صراع كريمة وكربالي بعداد، 2019، صفحة 217).

2-3-2 نشاط الدفع عبر الأنترنت في الجزائر: أصبح الدفع عن طريق الأنترنت بواسطة البطاقات البنكية منذ شهر أكتوبر لسنة 2016 عمليا بالجزائر وقد تم فتح هذه الخدمة في المرحلة الأولى للقائمين على فوتر شركة توزيع الماء والطاقة والغاز والكهرباء والهاتف الثابت والنقل، شركات التأمين، النقل الجوي وبعض الإدارات وهذا ما يبيّن الجدول أدناه:

### الجدول 3: نشاط الدفع على الأنترنت في الجزائر

السنة	هاتف / اتصالات	نقل	تأمين	كهرباء / ماء	خدمة إدارية	خدمات	بيع البضائع
2016	6536	388	51	391	0	0	0
2017	87286	5677	2467	12414	0	0	0
2018	138495	871	6439	29722	1455	0	0
2019	141552	6292	8342	38806	2432	5056	0
2020	4210284	11350	4845	85676	68395	213175	235
بداية 2021	576474	2965	696	6285	28239	24231	43

المصدر: الزهرة بورحلة ، قياس أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 2010-2019 - مجلة

دفاتر إقتصادية بوداكس جانفي 2021، ص 120

- من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الانخراط في بيع البضائع عن طريق نشاط الدفع على الأنترنت في الجزائر كان منعدم خلال السنوات 2016، 2017، 2018 وهذا ما يفسر على أن الشعب الجزائري لا يثق بناتا في المعاملات الإلكترونية، بينما بدأ الدفع الإلكتروني في الظهور بداية سنة 2020 وسنة 2021 هذا راجع حتما إلى ما خلفته جائحة كورونا 19 في العالم والتي فرضت على المجتمع الجزائري اللجوء إلى مثل هذه المتبادلات الإلكترونية من أجل الالتزام بالإجراءات الوقائية، فبعد انضمام بريد الجزائر إلى تجمع النقد الآلي وتحقيق تبادل المعلومات تبين البطاقة البنكية والذهبية التي أصبحت سارية المفعول منذ 15 جانفي 2020 ستشمل الإحصائيات حيث تتمثل الإحصائيات المنشورة من الآن فصاعدا نشاط الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقة البنكية والبطاقة الذهبية (الزهرة بورحلة، 2021، الصفحات 119-120).

## 2-4- تطبيقات التجارة الإلكترونية

تستعمل التجارة الإلكترونية جملة من التطبيقات في تحرير مفهومها على عملية الحصول على موقع الشبكة الإلكترونية العالمية وعقد صفقات وإقامة الروابط التجارية عبر هذه الشبكة ومن ضمن هذه الأنشطة المعتمدة الممارسة في هذا النشاط التجاري الإلكتروني من طرف المؤسسات استعمال وسائل اتصال إلكترونية على غرار عمليات الإعلان عن المنتجات والخدمات وتقديم المعلومات عن المنتجات والخدمات عبر الخطوط الهاتفية.

## 2-4-1 - الإعلان عبر الأنترنت: يعد الإعلان من خلال الأنترنت من أكثر وسائل الترويج والأكثر جاذبية في ظل تطبيق

التجارة الإلكترونية وتسويق المنتجات والخدمات عبر شبكة الأنترنت بحيث كان للإعلان المساهمة الفعالة في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال توفير بيئة فعالة لتزويد فئة معينة من الحصول المجتمع والمتمثلين في مستخدمي الأنترنت الجزائريين في مجال السلع والخدمات في إمكانية الطرح المباشر للاستفسارات لغرض إجابات فورية أخرى، يساعد هذا النوع من الإعلانات المؤسسات الجزائرية بكل احجامها من دون استثناء على جذب عدد أكبر من المستهلكين بفضل استعمال التكنولوجيا العالمية وتميزها بمؤشرات صوتية وبصرية مدهشة وملفتة للانتباه وتكلفة أدنى مقارنة بباقي وسائل الإعلان، كما عرف سوق الإشهار تلتفا في الجزائر كون العديد من المؤسسات لاتزال خائفة من هذه الوسيلة بالإضافة إلى ضعف تبني هذه المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، لكن الملاحظ النمو الكبير للاستثمارات الإشهارية عبر الأنترنت من سنة إلى أخرى قدر ب 56 معلنا سنة 2008، كما تم بدأ الإعلان عبر شركة الأنترنت في 141 حملة إعلانية وعن طبيعة المنتجات والخدمات التي تغطي بأكثر قدر من الترويج عبر الأنترنت من طرف هؤلاء المعلمين، وقد بينت هذه الدراسة ان قطاع السيارات فازب 17معلن عبر الأنترنت وحصة سوقية مقدرة ب 29% متبوعا بقطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الهاتف والمعلوماتية والتي قدرتها السوقية ب 24% و 14 معلنا (شيرة ، 2017-2018، الصفحات 38-39).

## 2-4-2- مراكز الاتصال: إن التجارة الإلكترونية بشكلها الواسع تتمثل في الاستخدام للوسائل الإلكترونية المتنوعة إذ من الممكن

والضروري ان تتم التجارة الإلكترونية عبر وسيل إلكتروني التي وفرتها لها ثورة المعلومات والاتصالات بغرض إنجاز المعاملات التجارية، ومن ثمة من ضمن الوسائل المستعملة الهاتف إذ عبر الهاتف يتم التعامل مع مراكز الاتصال من تطبيقات التجارة الإلكترونية، وهذه المراكز عبارة عن شبكة خدمات عن بعد وفي السابق كانت مراكز الاتصال تحاول جذب العميل والحفاظ عليه بالتفاعل معه بواسطة الخدمات الهاتفية فقط لتقديم له خدمات ما بعد البيع... إلخ، إلا أن التطور التكنولوجي سمح لهذه المراكز بالتفاعل من خلال مجموعة من الوسائل الإلكترونية الفاكس ووسائل البريد الإلكتروني... إلخ، وبما ان عملية إيجاد الزبائن والمحافظة عليهم في عالم التجارة الإلكترونية جد صعبة بسبب خصائص

المستهلكين المميزة فإن مراكز الاتصال تفهم تفكير الزبائن وتحلل احتياجاتهم وتساعد الشركات على مواجهة تحديات ضخمة وتمنح المساعدة للشركات لتمكينها من مواجهة تحدي تقديم خدمة متميزة للعملاء من خلال إتاحة قواعد بيانات الزبائن الحاليين والمتوقعين ومدى تجاوبهم مع الخدمات المتوفرة مما يعكس إيجاباً على تطور التجارة الإلكترونية الجزائرية (شيرة ، 2017-2018، الصفحات 39-40).

### 2-5- مؤشر التجارة الإلكترونية:

يعتمد مؤشر التجارة الإلكترونية على:

\* مؤشر إنتشار إستخدام الأنترنت وانتشار الحسابات الإلكترونية.

\* بطاقات الدفع للمواطنين الذين تتراوح أعمارهم 15 سنة.

\* توافر خادم آمن لاستخدام الحسابات وبطاقات الدفع وتأمين المراسلات الإلكترونية (سعاد، 2021، صفحة 326).

في الجمل أن الجزائر بعدما احتلت المركز 111 والمركز 118 في سنة 2017 احتلت المرتبة 107 عالمياً من أصل 151 دولة.

### الجدول رقم 4: ترتيب مؤشر التجارة الإلكترونية

السنة	2017	2018	2019	2020
الترتيب العالمي من أصل 151	111	118	107	80

المصدر: سعاد دعبوز وكريمة فرحي، التجارة الإلكترونية وإستعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة المعارف المجلد 16 العدد

(سعاد، 2021، صفحة 317)

ومن العوامل التي ساعدت في تطور مؤشر التجارة الخارجية في الجزائر نجد:

- زيادة عدد متاجر الويب المنخرط في نظام الدفع الإلكتروني البنكي والمرخص لهم مزاولة النشاط التجاري المرخص لهم سنة 2020، 92 موقع صدر عنه 8456870 معاملة.
- التوسع في إستخدام شبكة الانترنت (سعاد، 2021، صفحة 327).

## 3- العوائق التجارة الإلكترونية في الجزائر

### 3-1- المعوقات التقنية:

وتتضمن جملة العوائق المتعلقة بالتقنية والتكنولوجيا مايلي:

**3-2- ضعف البنى التحتية:** إن نجاح اعتماد تجارة إلكترونية في الجزائر يقتضي إقامة بنية تحتية تكنولوجية متطورة تمكن من انتشار واستخدام الأنترنت وتوفير البيئة المنافسة والمدعمة للتجارة الإلكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية، إذ تشير بعض الإحصائيات المتوفرة في الجزائر إلى ضعف البنى التحتية الأساسية والضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية يستلزم ذلك ممارسة هذا النوع من التجارة الحضور الكبير والانتشار الواسع لشبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية برمجيات، حاسبات القرص الصلب واجهزة الهاتف.

**3-3- ضعف تكنولوجيا الإعلام والاتصال:** تبقى الجزائر صامدة للالتحاق بالتطورات التكنولوجية العالمية مع محاولة تحقيق المكاسب

من هذه التقنيات الحديثة للاتصالات والمعلومات لكنها لا تمتلك القدرة الكافية لاستغلال هذه التقنية واستعمال فعال في النشاط التجاري فمعدلات انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر تبقى بالمنخفضة ودون المستوى بماهي عليه عالميا مما نتج عنه تديني صعوبات عديدة تعتبر بالحاجز لنموها وتطويرها وتطبيقها مع وجود آمال كبيرة للتصدي تقني، تجاري، بشري (سعد غالب، 2004، صفحة 198).

**3-4- الانترنت:** تركز التجارة الإلكترونية بشكل أساسي على الأنترنت كأداة للاتصال فعدم التمكن من النفاذ إلى هذه الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة بالرغم من تحقيق مستخدمي الأنترنت لمعدلات نمو من سنة إلى أخرى إلا أنها تعد بالمعدلات المتدنية ومن أهم العوامل المعرّقة لتطور عدد المشتركين في الأنترنت هو إعداد عقود معاملات تجارية عبر شبكة الأنترنت كما أن وجود الشركات وأصحاب الأعمال على الأنترنت سمح لهذه الفئات بمعرفة آراء المستهلكين في السلع والخدمات التي يقومون بإنتاجها (سعد غالب، 2004، صفحة 199).

### 3-5- الجرائم الإلكترونية:

يعد العامل الأساسي لعرقلة نظام الدفع الإلكتروني هو انتشار الجرائم المرتكبة بواسطة آليات وشبكات الأنترنت مما يؤثر على قرار البنوك في تطوير هذا نظام الدفع وعلى ثقة الزبائن في استعمال وسيلة حديثة للدفع (مراد، 2019، صفحة 99).

**3-6- العوائق الاجتماعية والنفسية:** وهي تتضمن تحديات متعددة تشمل اللغة أو هامش السياق اللغوي المحلي بما يقود إلى حالة عجز عربي عن التلاؤم مع مستحدثات معلوماتية والتجارة الإلكترونية، فبالرغم من أن هناك 300 مليون عربي يتحدث العربية فهي بذلك تكون اللغة السادسة في العالم من حيث عدد المستخدمين لها إلا أن عدد مواقع الشبكة الدولية باللغة العربية لا يتجاوز 3% سنة 2003، وهذا يعني أن أغلب مواقع الأنترنت تتعامل باللغة الإنجليزية كلغة للاستخدام والتخاطب وكثير من الأفراد لا يجيدون استخدام هذه اللغة ويرفضون أي وسيط أو سياق تحكمها لغة الإنجليزية وهذا يعد من الأسباب الرئيسية وراء بطء انتشار المعلوماتية في أنحاء عديدة من العالم العربي.

أما الأسباب النفسية فتتمثل في عدم الثقة في التسديد عبر الوسائل الإلكترونية والخوف من فقدان مراكز القوة والسيطرة في المنظمات ومقاومة التغيير وغيرها (عبد العظيم عبد الواحد، صفحة 16).

### 3-7- العقبات التجارية:

لقد وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات بأنماط التجارة التقليدية وتفتقر إلى قابلية التحول الجذري للمؤسسات التجارية بغية مساعدتها على وجودها بقوة على الساحة التجارية إلا أن غالبية المؤسسات والمشروعات الجزائرية لديها أنواع من الجمود وعوامل مترسخة لمقاومة التغيير فهذه المؤسسات مرتبطة بأنماط التجارة التقليدية وتفتقر إلى قابلية التحول الجذري للمؤسسات الإلكترونية تعتمد على وسائط إلكترونية في إبرام صفقاتها ويمكن تلخيص هذه العقبات التجارية كمايلي:

- عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات الممارسة للتجارة الإلكترونية وذلك يكون راجع لأسباب تذكر من بينها الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لدى مشاريع التجارة الإلكترونية.

- لا تستطيع أغلبية الشركات الحصول على تمويل كافي لتغطية نفقات وتكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإنشاء منصة تكنولوجيا التطورات الحادثة بشكل متسارع في هذا الميدان.

- بعض المساعدات اللازمة للتحول الإلكتروني والذي تتجلى مظاهره في:

- محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الإلكترونية.

- عدم حاضنات توفر شركات الوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المبيعة إلكترونياً.
- غير مأهولة.
- الغياب الشبه التام لمشاركة المعلومات التي بحوزة المؤسسات.
- الانعكاسات السلبية لظاهرة العولمة على المؤسسات المحلية المختصة في مجال المعلوماتية والذي أصبح دورها يقتصر على الاستهلاك فقط.
- ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية مما يضيق أسماء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية.
- احجام المستهلكين على التسوق عبر الانترنت بسبب عدم وجود فوارق في الأسعار بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية.
- عدم توفر عدد كبير من الباعة والمشتريين (شيرة ، 2017-2018، الصفحات 53-54).

### 3-8- عوائق البنية القانونية والتشريعية:

وهو التحدي المتعلق بعدم وضع القوانين والأنظمة والتشريعات التي تسهل إنتشار الأعمال الإلكترونية إذ تدل التشريعات القانونية في ظل مراحل التجارة الإلكترونية إلى مشكلات وتحديات عديدة أولها تدهور الثقة الناس والإدارات في المؤسسات العامة والخاصة بالأنشطة الإلكترونية وتحديات عديدة أولها تدهور ثقة الناس والإدارات في المؤسسات العامة والخاصة بالأنشطة الإلكترونية أو في الحقيقة وجود الموقع أو البضاعة أو الخدمة وثانيها مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية موارده ذات طبيعة معنوية (ملكية الفكرية الإلكترونية، حيث أن غياب الهوية أو التوقيع الإلكتروني عبر أجهزة الحاسوب ينطوي على الكثير من المشاكل حيث لا يمكن إثبات هذه المصادقية)، بحيث يعتمد النمو في التجارة والقوانين التي تتعلق بيئة المشكلة القانونية في إبرام العقود الإلكترونية على شبكة الأنترنت ومدى إلتزام المتعاقد ينفي تنفيذ التزاماتهم سواء للبائع أو المشتري الإنترنت.

إذا أن المصادقية تمثل تحديا كبيرا للتجارة بسهولة مما أدى إلى إستخدام توقيعات رقمية مشفرة (عبد العظيم عبد الواحد، صفحة 15) ومن جانب آخر تظهر وتبرز بذلك مشكلتين أساسيتين أولهما تأكيد كل طرف من شخصية وجود الطرف الآخر حيث حل هذه المشكلة يمثل وجود طرف ثالث هو سلطات الشهادات الوسيطة من خلال إرسال الشهادات الوسيطة ومن خلال أيضا إرسال شهادات التأكيد أو التوثيق لكل طرف والمشكلة الثانية القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد، وبالتالي فانعدام توفر بيئة إلكترونية آمنة محمية بالقانون وتعمل ضمن معايير الامن والحماية العالمية المعروفة تعتبر من أهم المعضلات الأساسية التي تواجه استراتيجيات تطوير التجارة لإلكترونية في البيئة العربية (عبد العظيم عبد الواحد، صفحة 16).

### 4-الحلول والسبل المقترحة للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

#### 4-1- حلول توعوية ونشر الثقافة الإلكترونية

4-1-1- السبل التوعوية: إن تطبيق تجارة إلكترونية على أرض الواقع يستوجب خطة إعلامية تنموية علمية مدروسة بعناية ومخصصة حسب الفئات التي تم مخاطبتها فالقيام بهذه الحملات التنموية ستكون هادفة لنشر الوعي والاستعداد النفسي للتجارة الإلكترونية عاملا أساسيا في تكوين رأي عام إيجابي حول هذه التجارة والمزايا الناجمة عن التعامل بها لدى جميع الفئات بكافة ثقافتهم سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، ويتوقف نجاح هذه السبل التوعوية في أداء دورها على تركيزها على نشر الثقافة والمعرفة باستخدام الأنترنت والتجارة الإلكترونية

وتحسيس جهود الجمهور بفوائد هذا وتكوين موارد بشرية وتكييف نظام التكوين والتعليم ومعهدا لهذا النوع الحديث من المعاملات.

### 4-1-2-1-2 التثقيف الإلكتروني: إذ يستلزم نشر ثقافة إلكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول

التجارة الإلكترونية وأهمية توظيف أدوات وتكنولوجيا المعلومات وللمجالات على الوجه الآمال لخدمة الإقتصاد الوطني وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات وطنية وأجنبية ويتم الإستعانة بكافة وسائل الإعلام السمعية والمرئية والمقروءة لتوليد سير تدفق من الإدراك بمدى أهمية ذلك.

### 4-1-3 إعداد مجتمع الأعمال للتجارة الإلكترونية: إن مسألة التوعية لم تقتصر على الأفراد بل لابد من أن تشمل المؤسسات أضعف

إلى أن تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا والوعي بمدى فعاليتها من قبل العاملين في الشركة سواء اكانوا مديرين أو موظفين.

### 4-1-4-4 تامين دور التعليم: في ظل اقتصاد المعلومات: في ظل الإقتصاد الرقمي يتجه الاهتمام نحو تكثيف نشاط المعرفة في مجال

التعليم بشكل جوهري باعتباره العمود الفقري الذي تقوم على اساسه الطاقات البشرية والتي تكون صناعات اقتصاد المعرفة في حاجة لها لأجل تطبيق تجارة إلكترونية مما يستوجب ضرورة بدل مبادرات لبناء وتنمية القدرات اللازمة للتحويل إلى هذا النمط من التعاملات (طارق، 2005، صفحة 59).

### 4-1-5-4 تطوير الكفاءات البشرية: لتجسيد التجارة الإلكترونية على أرض الواقع يقتضي ذلك إدراج تكنولوجيا الإعلام والإتصال

في كافة المناهج التعليمية سواء في التكوين المهني أو في المنظومة التربوية أو حتى في التعليم العالي فقد اقترح بريد الجزائر حملة تكنولوجياية وعملية تكوينية حول سحب المسماة تراينوست (تراينوست) المشرف عليها من قبل الإتحاد البريدي العالمي تهدف إلى تعزيز المعارف والمعلومات مع تقديم لأعوان البريد دروس ومحاضرات عبر شبكة الأنترنت (منير، 2010، صفحة 59). تهدف إلى تعزيز المعارف والمعلومات مع تقديم لأعوان البريد دروس ومحاضرات عبر شبكة الأنترنت (منير، 2010، صفحة 59).

### 4-2-4-2-2 الحلول التكنولوجية

#### 4-2-4-1-2-4 تشجيع القطاع الخاص على الإستثمار:

تتميز البنى التحتية للإتصالات والمعلومات في الجزائر بكونها لا تزال دون المستوى المقبول سواء من حيث نسب الإلتشار او القدرات أو التكلفة ولذلك يحتاج واقع البنى التحتية الكثير من استثمارات تطوير انظمة المعلومات والإتصالات.

### 4-2-4-2-2-4 خلق صناعة مجلية لتكنولوجيا المعلومات والإتصالات: تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا إعلامية والإتصال

أحد الأركان الأساسية في مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر فلا يجب التركيز على استراد التكنولوجيا الجاهزة.

### 4-2-4-3-2-4 تحرير سوق الخدمات والإتصالات: من عوائق التجارة الإلكترونية إنعدام المنافسة في أسواق الخدمات التكنولوجية للإعلام

والإتصال وذلك يقتضي تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار بغرض خلق بيئة تنافسية تتساوى فيه الفرص وتكون بمثابة حافزا مشجعا على تطوير شبكة الاتصالات وزيادة معدلات الإتصال وتدنية تكاليف الحصول على الخدمات بدلا من نوعية الخدمة والجودة (سعد غالب، 2004، صفحة 97)

### 4-2-4-4-2-4 دفع تطوير الإقتصاد الرقمي: يعتمد الإقتصاد الرقمي على ثلاث مكونات أساسية وهي البرمجة والخدمات والتجهيزات

فبالرغم من معاناة الجزائر من نقائص في هذا المجال إلا أنه من الممكن تفعيل خبرات ومهارات المنظمات الجزائرية العاملة في ميدان تكنولوجيايات الإعلام والإتصال وتصديرها نحو أسواق أخرى وذلك يوضع إجراءات تهدف إلى تهيئة البيئة المناسبة والمشجعة لتطوير مكثف لصناعة

تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأهيل منتجاها كما يقتضي في إطار ذلك ضرورة تامين الكفاءات العلمية والتقنية والوطنية في مجال الإعلام والاتصال نحو التصدير.

**4-2-5- تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق الفائق السرعة:** في إطار ذلك يستوجب أن تكون البنية التحتية للاتصالات ذات سرعات عالية جدا ففي إطار ذلك يجب أن تكون شبكة الاتصالات لديها تدفق سريع وقادرة على توفير القدرات الضرورية عبر أرجاء الوطن بنوعية وأمان وتستجد بالمقاييس الدولية ولتجسيد ذلك تم وضع جملة من الأهداف تخص الجوانب الآتية:

\* استكمال البنى التحتية الأساسية المعلوماتية من خلال اقتناء التجهيزات وإنجاز شبكات الربط باليات بصرية وشبكات الربط المحلي اللاسلكي (www.mptiptic.dz، 2008).

- تأمين الشبكات من خلال وضع الإطار القانوني لحماية منشآت تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتدعيم الكفاءات التقنية الحقيقية في مجال الحماية.

- تحسين نوعية الخدمات.

- التسيير الفعال لاسم نطاق dz من خلال إنشاء وكالة مختصة لتسيير نطاق أو تشجيع الانضمام إلى هذا النطاق.

(La gestion des enregistremen 1994)، كما أن القانونية الجزائرية لازالت لا تغطي كل المسائل القانونية المترتبة عن استخدام وتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتشديد مجتمع المعلوماتية ولهذا يجب ضبط المستوى والإطار القانوني تماشيا مع الممارسات الدولية ومتطلبات مجتمع للمعلومات ومنه سيكون الهدف الرئيسي من خلال ذلك هو تهيئة فضاء من الثقة يشجع على إقامة الحكومة الإلكترونية كهذا الهدف بدوره يقتضي تحقيق هدف خاص يتعلق بتحديد إطار تشريعي ملائم (منير، 2010).

**4-2-6- الموارد المالية:** إن اعتماد التجارة الإلكترونية يقتصر على موارد لا يستهان بها من خلال إستغلال كافة مصادر التمويل المتاحة إستغلالها عقلا نيا كما أنه يجب أن تكون الاجراءات التشريعية والتنظيمية أو المادية المرتبطة بتقييم مالي دقيق ويستلزم الأمر أيضا ترتيب هذه الإجراءات حسب تأثيرها على التنمية الاقتصادية والاجتماعية (أحمد، 2010، صفحة 292).

**4-2-7 تخفيض التكاليف:** لا بد من سعي الحكومة لخفض أسعار منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخدمات النفاذ إليها من خلال خصخصة قطاع الإتصال وفتح باب المناصة ومنح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستوردة ليتاح لغالبية المجتمع الحصول عليها (مراد، 2019).

### 5- الخاتمة

إن الاهتمام بالتجارة المعتمدة على وسيط إلكتروني دليل على وعي إقتصادي للدول وأصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري فقد سجل حجمها سرعة خيالية في مختلف أنحاء المعمورة بسبب مزايا عديدة التي توفرها باختصارها للزمن والمسافات واختزالها التكاليف، ولعل تجارب بعض الدول العربية التي تشهد تحولات كبيرة للانتقال للعالم الرقمي هو أكثر حافز لتشجيع الجزائر على استعاب هذه التغيرات التكنولوجية الهائلة ومواكبة النوعية وخوض تجربة التجارة الإلكترونية للاستفادة من مزايا تطبيقها، من هذا الباب جاء التركيز على دراسة ظاهرة التجارة الإلكترونية مع إيلاء الاهتمام بتخفيض الوضع المعرفي للجزائر وعرض اهم التحليلات والعوائق التي تعترض تطورها في الجزائر ثم عرض اقتراح أهم السبل اللازمة والحلول لاكتسابها موقع أو موضعا مهما في عالم التجارة الإلكترونية.

## 5-1 النتائج:

- بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في اوائل التسعينات من خلال التحويل الإلكتروني للبيانات ثم توسعت التجارة الإلكترونية في سنوات التسعينات في مجرد معاملات مالية أخرى تشمل مجموعة من التطبيقات والانشطة التي تمارسها الشركات، بواسطة وسائل الاتصالات الإلكترونية والتجارية فالتجارة الإلكترونية لا تقتصر على عملية امتلاك موقع من شبكة الأنترنت فقط بل تمتد إلى الإعلان الإلكتروني للنشر الإلكتروني شراء الأسهم والسندات، الصيرفة الإلكترونية للابتكارات الطبية والقانونية.

- ضعف واضح في المؤشرات الغير مباشرة للتجارة الإلكترونية في الجزائر والمستغلة أساسا بالبنية التحتية حيث شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الاخيرة لكنها دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الإلكترونية سواء من حيث معدلات الانتشار او الجودة والتكاليف.

- تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الإلكترونية وتجنب تغيير شيه كامل لهذا المصطلح قاموس التعاملات التجارية ويعود سبب ذلك التخلف إلى جملة من المعوقات والتحديات وعلى رأسها العوائق القانونية فعلى الجزائر اتخاذ السبل الكفيلة لوضع إطار قانوني وتخطيها خطوط فعالة لتنشيط وتطوير التجارة الإلكترونية.

- غياب البنية المصرفية والنقدية والمالية المناسبة للعمليات والتسويات الناجمة عن التعاملات الإلكترونية.

- عدم ملائمة البنية التشريعية لمطلبات التجارة الإلكترونية.

- تأخر الجزائر في احتراق تكنولوجيا المعلومات فبني تجارة إلكترونية يستوجب اخذ المبادرات وتوفير الموارد المالية والنقدية الكافية لتطوير وتنمية هذا القطاع.

- بالإمكان الانطلاق بالتبادل التجاري الإلكتروني في حال تم توفير موارد البنية التحتية التكنولوجية والحملات التوعوية والدعوية والتثقيف الإلكتروني والمبادرات التجارية والمنافسة لتنمية هذه التجارة خصوصا ان هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالعمل تمارس بعض اعمالها عبر الأنترنت.

## 5-2 التوصيات:

بالرغم من العراقيل التي تواجهها الجزائر إلا أن النهوض بالتجارة الإلكترونية ورفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يقتضي توافر الإرادة الحقيقية والقوية لدفع وتفعيل دور الجزائر لتطوير هذه التجارة حيث لا يمكن أن تعطي الثمار المرجوة إلا من خلال العمل الجاري بهافي هذا المجال ومن اهم التوصيات التي نوصي بها مايلي:

- دعم الاستعداد الإلكتروني الكافي والجماعي لأفراد المجتمع والعمل على توعيتهم وتثقيفهم ثقافة الانترنت تحويزهم للتحويل إلى تجارة إلكترونية وذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحدى سبل تسريع وتطبيق التجارة الإلكترونية. وإعداد مجموعة الحملات الإعلامية والتنموية المرسخة لثقافة التسوق وتحديث مناهج التعليم بغية تأهيل الكفاءات للتعاطي مع تحديات الانتقال إلى التجارة الإلكترونية.

- تحويل التجارة من الشكل التقليدي إلى الإلكتروني لا بد أن يصاحبه بنية تحتية قوية مكونة من شبكات اتصالات ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات وتوفير تجهيزات آلية وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري.

- الإسراع في تجسيد المشاريع الحكومية الإلكترونية التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشركة بسرعة وسهولة وما سيكون لها من آثار إيجابية في دفع التجارة الإلكترونية وزيادة الوعي للتعامل بهذه التجارة ليس خيارا ترفيها بل امرا ضروريا.

- تسخير الإمكانيات الضرورية للانتقال بمشروع الجزائر للتجارة الإلكترونية من التخطيط إلى التنفيذ وإعداد دراسات وضعية حول سبل تسريع وتجسيد هذا المشروع على ارض الواقع حتى لا يؤول مصيره الفشل كباقي المشاريع.

- تشجيع النظام المصرفي على لعب دورا أساسيا ميسر وممول لسبل التجارة الإلكترونية من خلال تطوير التحويل الإلكتروني للأموال

وتعميم وسائل الدفع الإلكتروني باعتبارها خطوة لتطبيق هذه التجارة مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمن في هذه العمليات.

-السهر على إيجاد تنظيم قانوني وتشريعي للأطراف للقيام واعتماد التجارة الإلكترونية على أن يضمن انتشارها وتحمي حقوق المستهلكين والبايعين المتعاملين ويضمن الوفاء بالتزاماتهم وذلك يتم من خلال تكييف القوانين الحالية لتتلاءم مع التشريعات الجديدة للتجارة الإلكترونية وتواكب النمو العالمي المتسارع ومراكز هيئات متخصصة في هذا المجال ومنه فرصة لإبراز مجهوداتها ونتائج أبحاثها واستخدامها في استحداث مختلف الابتكارات للمساعدة على تطبيق التجارة الإلكترونية.

- دعم وفتح مجال للاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال للقطاع الخاص وجذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في إقامة صناعات داعمة للبنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية.

### قائمة المصادر والمراجع

1. [www.mptiptic.dz](http://www.mptiptic.dz) . (21 ديسمبر، 2008). تم الاسترداد من [www.mptiptic.dz](http://www.mptiptic.dz).
2. الحمزة منير. (2010). آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجزائر مشروع التجارة الإلكترونية نموذجاً. *مداخلة في المؤتمر الأول للإدارة الإلكترونية نحو إدارة الإلكترونية فعالة للمجتمع الجماهيري، 1-4 جوان*. طرابلس ليبيا.
3. الزهرة بورحلة. (2021). قياس أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في الجزائر خلال الفترة 2010-2019. *مجلة دقاتر اقتصادية بوداكس، جانفي، 119-120*.
4. القانون رقم 05-10. (2005). *المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري*. الجزائر، 20 جوان: الجريدة الرسمية.
5. بن عيشاوي أحمد. (2010). أثر تطبيق الإدارة الإلكترونية في مؤسسات الأعمال. *مجلة الباحث، العدد 7، 292*.
6. تراينوست. (بلا تاريخ). هو برنامج تدريبي تكويني صمم من طرف الإتحاد البريدي العلمي موجه للإطارات والعمال والإداريين وكذا لشركات الرئيسية أسس هذا البرنامج من خلال نظام تكوين على شكل وحدات تميل إلى البساطة في استيعاب الدروس على طريقة أكثر كفاءة للعالم. [u.trainpost](http://u.trainpost).
7. دعبوز وكريمة فرحي سعاد. (2021). التجارة الإلكترونية وإستعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر. *مجلة المعارف المجلد 16 العدد 1، جوان، 326*.
8. زهرة بورحلة. (2021). التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر رؤية تحليلية. *مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 1، 362*.
9. سعاد عبوز وفرحي كريمة. (2021). الإلكترونية وإستعمال وسائل الدفع الإلكتروني. *مجلة المعارف، المجلد 16، العدد 1، 321-322*.
10. صراع كريمة وكربالي بعداد. (المجلد 12، العدد 1، 2019). واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر 2016-2018. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*.
11. صراع كريمة وكربالي بعداد. (2019). واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر 2016-2018. *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد 1، 217*.
12. طه طارق. (2005). *التسويق والتجارة الإلكترونية*. مضر: دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة.
13. فاطيمة شبرة. (2017-2018). *واقع التجارة الإلكترونية*. الجزائر: جامعة مستغانم.

14. ميهوبي مراد. (2019). التجارة الإلكترونية في الجزائر الصعوبات والحلول . ملتقى قالمة حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء قانون رقم 05، 8 ، . الجزائر: جامعة قالمة، أكتوبر.
15. وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 21 ديسمبر، 2008، من تاريخ الزيارة 21 ديسمبر [www.mptiptic.dz2008](http://www.mptiptic.dz2008).
16. وشكري ميامي وصلاح صاحب عبد العظيم عبد الواحد. (بلا تاريخ). التجارة الإلكترونية العربية وأبعادها الاقتصادية الواقع والتحديات. العراق: جامعة القادسية، كلية الإدارة والاقتصاد.
17. ويسين باشير، وعباس العلاق سعد غالب. (2004). التجارة الإلكترونية. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.