

## تطور التجارة الالكترونية : حالة الجزائر

### The Evolution of E-commerce: The Algerian Case

صبيحة عبداللاوي<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة البليدة 2 على لونيبي، الجزائر، sabiha.abdellaoui@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2021/05/15، تاريخ القبول: 2021/05/18، تاريخ النشر: 2021/06/08

**ملخص:** يعد موضوع التجارة الالكترونية من أهم المواضيع الراهنة بخاصة للدور الذي تؤديه في بيئة الاعمال وهذا يرجع لأهميتها في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز مداخيلها، بل أصبحت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية للدول وتمكين المستهلك في أي مكان الطلب الفوري والسريع للسلع والخدمات. انطلاقا من هذا تعمل الجزائر على تدارك التأخر الكبير المسجل في هذا المجال ومواجهة العوائق والتحديات، لكن لن يتحقق ذلك الا بوضع وتفعيل استراتيجيات بعيدة ومتوسطة المدى لتطوير قطاع تقنية المعلومات والتجارة الالكترونية.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الالكترونية، البيئة التجارية التقليدية، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التحديات والعقبات.

**Abstract:** E-commerce is one of the most prominent subjects due to its role in business environments. This is mainly due to the impact it has on growth of business and income for countries and securing more incomes. It also became an important mean to power competitiveness and allow consumers to purchase goods and services quickly. Starting from its, Algeria attempts to catch up with progress and overcome barriers and difficulties but this will come true only by planning mid-term and long-term strategies to develop information technology and electronic commerce .

**Keywords:** Electronic commerce, e-commerce, traditional commerce environment, information technology and communication, challenges and difficulties .

---

\*صبيحة عبداللاوي

**1- تمهيد:**

تشهد المنظمات ثورة هائلة في مجالات المعلومات والاتصالات، في هذا العالم الواسع، المتعدد الأعراق والثقافات المتباين بين غنى فاحش وفقير مدقع، والواسع الهوة بين شعوب متقدمة وأخرى متخلفة فأصبح هذا العالم أشبه بقرية صغيرة تنتقل عبرها ومنها المعارف بسهولة متعددة الحواجز الطبيعية والجغرافية، وتحولت الأسواق إلى سوق واسعة النطاق يلتقي فيها المنتجون والمسوقون والمستهلكون على حد سواء من خلال شبكات الانترنت وهو ما يعرف بالتجارة الالكترونية. لقد شهد عقد الستينيات استخدام بعض الوسائل الالكترونية مثل الكمبيوتر وشبكات الاتصال والتبادل الالكتروني للبيانات إلا انه كان حكا على الشركات والمصارف الضخمة، أما فيما يعرف اليوم بالتجارة الالكترونية فهو مصطلح حديث التداول نسبيا، تختلف عن التجارة التقليدية كونها تعكس واقعاً جديداً في مجال البيع والشراء وعقد الصفقات، معتمدة على كثافة وغزارة المعلومات التي يوفرها المنتجون والوسطاء ومقدمو الخدمة. على هذا الأساس نطرح الإشكالية الآتية:

**ما هو واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر؟ ومنه نطرح التساؤلات الفرعية الآتية:**

-هل تواكب الجزائر تطورات تكنولوجيا التجارة الالكترونية؟ - وماهي التحديات والرهانات التي تواجهها عمليا؟

**-فرضيات الدراسة:**

-تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر يتوقف على إيجاد بنية تحتية تكنولوجية حديثة.

- التعجيل بإيجاد منظومة تشريعية مساندة للتطورات الحاصلة في مجال التجارة الالكترونية يفضي أكثر حركية في المجال المالي.

**-الدراسات السابقة:**

لتناول هذا الموضوع تم الاعتماد على الدراسات الآتية:

رسالة ماجستير ل كريمة صراع بعنوان "واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر" كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية جامعة وهران (2014)، تطرقت فيها الباحثة الى الإشكالية: ما مدى تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر، واعتمدت ثلاث فرضيات أهم ما جاء فيها أن غياب الاقتصاد الرقمي واستخدام

التكنولوجيات الحديثة يجد من تطور ونمو التجارة الالكترونية في الجزائر، إضافة الى عدم امتلاكها للاتصالات اللازمة لتبني التجارة الالكترونية ، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج منها أن استعمال التجارة الالكترونية في الجزائر تبقى ضعيفة بمقارنة دول الحوار مثل تونس والمغرب وذلك يرجع الى مجموعة من العوائق والصعوبات في المجال التقني والتشريعي والمصرفي وانما مازالت في المرحلة التجريبية، إضافة الى انعدام الاحصائيات حول موضوع التجارة الالكترونية من طرف الجهات الرسمية المختصة مثل وزارة التجارة التي تم الاتصال بها من طرف الباحثة ولم تتوفر لديها أي معطيات حول الموضوع، وتلتقي هذه المذكرة مع دراستنا فيما يتعلق بمقاربة ضرورة اعتماد الجزائر بنية تحتية حديثة تكنولوجيا لأنها الأساس المادي لتطوير التجارة الإلكترونية وتقليص الفجوة الرقمية مع المنظمات المتطورة.

رسالة ماجستير ل إيمان العاني بعنوان "البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية" كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري قسنطينة، (2007)، جاءت إشكالية الدراسة كالآتي: كيف تستطيع البنوك التجارية أن تكيف أعمالها المصرفية في بيئة تنشط فيها التجارة الالكترونية؟ وما مدى تبنيتها كآلية تسويقية لتكثيف أدائها مع التقنيات الحديثة التي تستخدمها؟ ومن أهم النتائج التي توصلت اليها هي أن البنوك التجارية استطاعت أن تتدخل في تعاملات التجارة الالكترونية بكونها تؤدي دور الوساطة، فكل عملية تجارية يتم التعاقد عليها إلكترونيا تنتهي بعملية تسوية تتطلب تحويل الأموال بين أطرافها، من هنا تلتقي دراستنا مع هذا البحث أين يظهر دور البنوك التجارية في تفعيل التجارة الالكترونية من خلال تطوير وسائل الدفع الالكترونية المختلفة.

رسالة ماجستير ل سمية ديميش بعنوان " التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر" كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، (2011)، تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول ما مدى اعتماد الجزائر على التجارة الالكترونية، اعتدت الباحثة على ست فرضيات أهمها كانت عن ضعف اعتماد الجزائر التجارة الالكترونية لغياب مقوماتها الاساسية والاجراءات اللازمة لاستخدامها، أما أهم النتائج فلخصها في أن تطور وسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال جعلت التوجه نحو التجارة الالكترونية ضرورة حتمية لكن تطبيقها في الجزائر مازال يعرف ضعفا واضحا في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الالكترونية في الجزائر، والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات، و مازالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الالكترونية سواء من حيث معدلات الانتشار أو الجودة والتكاليف وتلقي دراستنا مع هذه الدراسة هو في فكرة رفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الذي يستدعي توفر إرادة حقيقية وقوية

لدى الجزائر لتطوير التجارة الالكترونية وما تضيفه دراستنا هو أنه لا يمكن أن يتحقق ذلك الا من خلال صياغة بنية قانونية وتشريعية تساعد على إنتشار الأعمال الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية.

قبل الإجابة على إشكالية دراستنا والتساؤلات المطروحة نشرع بداية في الاطلاع على ماهية وتعريف وظهور التجارة الالكترونية بصفة عامة.

## 1-2- ماهية وتعريف التجارة الالكترونية:

ان التجارة الالكترونية كمصطلح حديث التداول بدأ مع التسعينيات، لكنه كمفهوم بدأ في التبلور منذ بضعة عقود، في مجالات محددة ; واجراءات معقدة، لأن تكاليفه عالية جدا، اذ أن أول من استخدم هذا النظام شركات الطيران وكذلك في البنوك على شكل تحويل الأموال الكترونيا ، ولم تقتصر ثورة المعلومات على قطاعي التجارة والأعمال وانما تعدته الى قطاعات أخرى فاقترن حرف "e" (بما معناه الكترونية) بمجالات عديدة مختلفة لتظهر تعاريف ومصطلحات جديدة بفضل تطور وسائل الاتصالات والتقنيات الرقمية وانتشار الانترنت، فارتبطت التجارة الإلكترونية مع مصطلحات أخرى مثل الأعمال الالكترونية التي تتمثل في استخدام الوسائط الالكترونية بما فيها الأنترنت لأداء الأعمال، والتسويق الالكتروني الذي يقصد به تنفيذ كافة الأنشطة المتعلقة بالوظيفة التسويقية باستخدام الويب مثل الإعلان والبيع وتوصيل السلع والخدمات ، وفي الواقع تتضمن الاعمال الالكترونية كل من التجارة الالكترونية، والتسويق الالكتروني، والحكومة الالكترونية، البورصات الالكترونية والبنوك الالكترونية وغيرها من الأنشطة الالكترونية، وعليه فان التجارة الإلكترونية هي جزء بسيط من الأعمال الإلكترونية (دميش، 2011، ص42-43) .

تم اشتقاق مصطلح (E-commerce) باللغة الإنجليزية من الكلمتين : Electronic Commerce ، التي جاءت ترجمة للمصطلح والتي تمثل مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الانترنت وتشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية والتجهيزات و كذلك خدمات المعلومات المالية والقانونية باستخدام مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، والهاتف، والانترنت، والشبكات المعلوماتية (Lartinet, silem, 2005, p110) ولقد توسعت المؤسسات الكبيرة والمتوسطة الحجم وأنشأت لها مواقعها عبر الانترنت ، فقامت شركة (General Motors) على سبيل المثال انشاء موقع لها عبر الانترنت [www.gm.com](http://www.gm.com) فيه أكثر من 18000 صفحة معلومات ويحتوي على 98000 وصلة لخدمات ومنتجات هذه الشركة. (ممدوح إبراهيم، 2008، ص125) يتكون هذا المصطلح من لفظين، ومعرفة حقيقة هذا

المصطلح المركب يتوقف على معرفة أحد ألفاظه ويتضح ذلك من خلال الاطلاع على مختلف التعاريف للتجارة الالكترونية:

### 1-2- تعريف التجارة:

**1-2-1-1- التعريف اللغوي:** هي كلمة مشتقة من الفعل تجر يتجر تاجر، أو تجارة أي باع واشترى.

ومن هنا يتضح أن التجارة في اللغة تقتصر على البيع والشراء الذي يشمل ما كان بهدف الربح أو غيرها كالاتهلاك والاستعمال.

**1-2-2-1- التعريف الاصطلاحي:** هي تقليب المال لغرض الربح، ويتبين من خلال هذا التعريف أن

الهدف من التجارة هو النماء وتحصيل الربح ولا يقتصر الربح على البيع والشراء بل يمكن تحصيله من غيرها كالمضاربة والإجارة وغيرها (البعليكي، 2000، ص 307) ان العلاقة بين التعريفين علاقة عموم وخصوص، حيث إن التعريف اللغوي للتجارة يعتبر عاماً يشمل ما تم امتلاكه بهدف الربح أو بهدف الاستعمال والاستهلاك.

### 1-2-3- تعريف التجارة الالكترونية:

ظهرت العديد من التعاريف التي وردت في أدبيات هذا الموضوع بهدف الوصول إلى تعريف عام يتلاءم مع مفهوم التجارة الإلكترونية ومن بينها نذكر ما يلي:

- تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية «OECD»:

تشير هذه المنظمة إلى أن التجارة الإلكترونية هي تنفيذ جميع عمليات البيع والشراء على الخط المباشر من خلال شبكة الإنترنت، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات التي تتم بين مؤسسة أعمال ومؤسسة أعمال أو بين مؤسسة أعمال ومستهلك.

تعريف اللجنة الأوروبية «EC»:

التجارة الإلكترونية هي الأعمال إلكترونيًا، حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، بدلاً من التبادل التقليدي أو الاتصال التقليدي المباشر. (جايسون ، نورين ، 2002، ص 28)

( . University of Missouri ): - تعريف جامعة ميسوري

التجارة الإلكترونية هي التجارة من خلال شبكات متصلة (Interconnected Networks)، وهي تشمل على الأنشطة التجارية التي تتم بين المؤسسات وبعضها، أو بين المؤسسات والأفراد محولة المؤسسة إلى أداء أعمالها بشكل إلكتروني والتي تعرف بسلاسل القيم الجديدة أو المستجدة (Value Chans Newly Emerging) والتجارة الرقمية (D-Commerce) والتجارة النقالة (M- Commerce) والتجارة الإلكترونية تساعد، الشركات في كثير من مستويات المعاملات التجارية المالية، وأيضاً في إيجاد المزيد من المشاريع التجارية الجديدة. (التكريتي، 2002، ص28)

(Computer Encyclopedia) (: - تعريف موسوعة الكمبيوتر

ان التجارة الإلكترونية هي ممارسة الأعمال التجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات من خلال شبكة الإنترنت، وإرسال أوامر الشراء والمراسلات الكترونياً عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات.

- تعريف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية:

تعرفها على أنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية. كما تعرف كذلك بأنها تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي وسيلة أو المعلومات سهلة وسريعة لإبرام الصفقات التجارية إلكترونياً سواء كانت التجارة في السلع والخدمات، وبرامج الكمبيوتر. (هيل، هيل، 2002، ص 212-213)

كما توجد تعريف كثيرة ومتعددة تنطلق من وجهة نظر المستفيدين من هذه التجارة. فعالم التصميم يعرف التجارة الإلكترونية بأنها وسيلة لإيصال المعلومات والخدمات الإلكترونية عبر الشبكات الكمبيوتر أو عبر خطوط الهاتف. ومن وجهة نظر الأعمال في عملية تطبيق التقنية بصورة تلقائية وسريعة بين الشركات والمستهلكين والمدراء. كما يمكن تعريفها بأنها إجراء العرض والطلب على الشبكة وكذلك التفاوض حول العمليات المراد إجرائها وآخ رها تحويل المبالغ وكلها باستعمال الشبكات الحاسوبية ومنها الأنترنت (مرياتي، 2005،

ص12)

**3-1- تطور التجارة الإلكترونية في العالم:**

اكتسب موضوع التجارة الإلكترونية أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة من القرن العشرين نتيجة التغييرات الرئيسية التي طرأت على الأعمال بفضل تكنولوجيا وثورة المعلومات والاتصالات انطلاقاً من قدرتها على توجيه المجتمعات نحو حيز متطور قائم على المعلومات يؤدي فيه الكمبيوتر والانترنت الدور الرئيسي فيه، بحيث غير الانترنت من أساليب عمل المنظمات في مجموع أنشطتها الداخلية وتعاملاتها الخارجية ولقد دعمت وسائل الاتصال ونقل المعلومات من خلال شبكات معقدة ومتفرعة أساليب التعامل هذه سواء مع الزبائن أو مع المنافسين. (الغالي، العسكري، 2002، ص86) ان ظهور مصطلح التجارة الإلكترونية (E-commerce) جاء ليعبر عن النتائج التي حققتها ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات أو ما يسمى بالموجة التطورية الثالثة التي توضحت نتائجها وأثارها في الربع الأخير من القرن الماضي، ولقد تطورت التجارة الإلكترونية بشكل أوسع بعد ظهور شبكة الانترنت العالمية سنة 1989، (عباس، المسعودي، 2004، ص36)

#### 1-4- صور ومجالات عمل التجارة الإلكترونية:

- للتجارة الإلكترونية عدة صور تتم من خلالها العمليات الإلكترونية منها:

- التجارة الإلكترونية بين منشآت الاعمال (Business-to Business) B2B

- التجارة الإلكترونية بين منشآت الاعمال والمستهلك (Business-to- Consume) (B2C)

- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة Costumer-to-Government. وهي علاقات ما ازلت محدودة الانتشار. (Choi and winstone, 200,0p104) ويوجد العديد في التطبيقات التجارة الإلكترونية حسب طبيعة التعامل فيما بين الاطراف وطبيعة العلاقة بينهم وهي كثيرة ، نذكر على سبيل المثال لا الحصر التجارة التعاونية (Collaborative Commerce) بحيث يتم الالتقاء والتعاون الكترونياً، وكذلك التعلم الإلكتروني (E-Learning) أين يتم تبادل المعرفة على الشبكة الذي يستخدم بشكل كبير في المدارس والجامعات وأيضاً في المنظمات، ويوجد كذلك التجارة المتحركة (Mobile Commerce) وهي النوع الذي يتيح للأطراف بعمليات التجارة الإلكترونية في أي بقعة على وجه الأرض ومن الأمثلة على ذلك القيام ببعض العمليات المصرفية من خلال جهاز خلوي، إضافة الى ذلك يوجد التجارة الإلكترونية داخل المنظمة (Intra Business) التي تتمثل في تبادل السلع والخدمات والمعلومات بين الوحدات التنظيمية الافراد داخل نفس المنظمة.

**1-4-1- مجالات التجارة الإلكترونية:**

يتم تصنيف التجارة الإلكترونية الى المجالات الآتية:

- **مجال المعلومات:** لقد حدث تطور كبير في استخدام التقنيات المعلوماتية والإتصالات وشكل تنمية واستخدام رأس المال المعلوماتي محورا رئيسيا في هذا التطور على اعتبار إن شبكات المعلومات والإتصالات اللاسلكية تعد شكلا من اشكال رأس المال، وجاء الاهتمام بهذا الجانب استجابة للتحول الذي طرأ على الاقتصاد المحلي نحو العولمة والتداول.
- **المجال المالي والمصرفي:** وهو من القطاعات المهمة التي حققت زيادة بين القطاعات في المجال الإلكتروني حيث سهل هذا القطاع تبادل وتدفق المعلومات المالية والخدمات المصرفية كالتحويلات الخارجية وارسال الحوالات المالية الخارجية والفواتير والمعاملات الداخلية من خلال الحكومة الإلكترونية، وتسمى البنوك هنا البنوك الإلكترونية أو الأنترنت ولقد أصبح أمر تقديم الخدمات المالية عبر شبكة الانترنت في تزايد مستمر ففي بعض الدول أصبحت جميع المصارف تمتلك مواقع عمل الشبكة.
- **مجال التجارة والأعمال:** إن التجارة الإلكترونية تتيح لمنظمات الأعمال والشركات إمكانية الحصول على وسيلة أكثر فاعلية لتحقيق مستويات أعلى في الأداء وزيادة الإنتاج وتحقيق الأرباح، ويمكن أن توفر التجارة الإلكترونية ميزات تنافسية عديدة للشركات، اذ يمكن أن تكون قنوات توزيع إضافية تتجاوز الحدود التقليدية وكذلك تقديم مزيجا من الإعلان والعلاقات العامة والترويج مما يسمح بتلبية أعدادا متزايدة من الزبائن وباستمرار. (الغالي،العسكري،2002،ص88)
- **مجال الصناعة:** يعتبر القطاع الصناعي مجال هام لتطبيقات الثورة التكنولوجية والاتصالات، ومن هذه التطبيقات التجارة الإلكترونية، حيث نلاحظ ان القطاع الصناعي يعبر عن قدرة المجتمع على الإبداع وانتاج سلع وخدمات تنافسية، كما ان استخدام المواقع الإلكترونية في الصناعة يساعد على تحسين كفاءة العمليات الصناعية وتقليل تكاليف الإنتاج وتحديد مسار التوزيع. إضافة إلى الكثير من تطبيقات التجارة الإلكترونية في قطاعات عديدة أحر كقطاع الصحة من حيث الحصول على الخدمات والاستشارات الطبية إلكترونياً، وقطاع التعليم من خلال تطوير ونشر نظام التعلم أو



الدارسة عن بعد، الى جانب قطاع التجارة، مثل تجارة الكتب والمجلات التي يتم البحث فيها عن اسم الكتاب او المحتوى ومعرفة الأسعار، وتتم عملية الدفع بطريقة إلكترونية، اضافة إلى مجالات التوزيع والتصاميم الهندسية وغيرها من التطبيقات الإلكترونية. (البكري، الدباغ، 2001، ص105)

## 2- الإطار العام للتشريعات الإلكترونية وتطبيقاتها:

تعد الخصوصية أحد حقوق الانسان الأساسية التي تتعلق بحفظ كرامة الانسان وبقيم مادية ومعنوية، مثل الحق في ال أري والتعبير والمشاركة السياسية، ولقد أصبح الحق في الخصوصية واحدا من أهم حقوق الانسان في العصر الحديث.

ولقد جرى الاعتراف بالخصوصية ضمن ثقافات وأنظمة غالبية الدول، كما جرى حمايتها في الإعلان العالمي لحقوق الانسان وفي الاعراف الدولية للحقوق المدنية والسياسية وفي غالبية اتفاقيات حقوق الانسان الدولية والإقليمية. ان غالبية الدول تضمنت دستورها احكاما تتعلق بالخصوصية، وما يمكن ملاحظته أن أغلبية الدساتير الحديثة تضمنت نصوصا صريحة بشأن الخصوصية ببعديها المادي والمعنوي.

وفيما يتعلق بما يعرف بجرائم الخصوصية المعلوماتية، نجد أن الخلاف الكائن بين التشريعات يكمن في تحديد الأفعال غير القانونية محل التجريم، فبعض الدول مثل اليابان والولايات المتحدة لا تستخدم القانون الجزائي لحماية الخصوصية بشكل عام، اذ نجد أن القانون الأمريكي لا يتضمن الا على أفعال جرمية محددة، وفي اليابان لا يجرم الا الحصول على البيانات الشخصية من جهات إدارية، أما هولندا فلا يعاقب القانون الا على الاخلال بتسجيل ملفات البيانات عكس دول عديدة أخرى التي تتضمن قائمة تفصيلية للأفعال الجرمية المحظورة من قبل الجهات الإدارية أو الأشخاص مثل القانون الفرنسي الذي حدد كافة الأنماط الجرمية التي تستهدف الخصوصية حسب الجمع والمعالجة والتبادل التي تتم على البيانات. (العرايشي، 2006، ص26)

## 2-1- مزايا تطبيق التجارة الإلكترونية:

يؤثر تطبيق التجارة الإلكترونية إيجابا على المجتمع والأفراد من خلال ما يلي:

- أداة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة:

ان المشروعات الصغيرة والمتوسطة أساس التنمية الاقتصادية، وتعرف هذه المشروعات غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول الى الأسواق العالمية لتصريف منتجاتها وكسر احتكار المنشآت الدولية لنشاط هذه الأسواق. وتسمح التجارة الالكترونية التوغل الى الأسواق والمشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية بفضل ما تقدمه من خفض لتكاليف التسويق والاعلان وتوفير الوقت، مما ينعكس إيجابا على تنشيط هذه المشروعات.

#### - أداة لزيادة الشفافية الحكومية وتحسين خدماتها:

تتيح التجارة الالكترونية فرصا غير مسبوقة بالنسبة لأجهزة الدولة التشريعية والتنفيذية، حيث أن أداء الحكومة لأعمالها الكترونيا يساهم في زيادة نجاحها في تحقيق التواصل مع المواطنين من خلال توفير البيانات والمعلومات واطاحتها للمستثمرين ورجال الاعمال وكافة فئات المجتمع بشفافية كاملة.

#### - فتح قناة اتصال جديدة بين المواطنين والجهات الحكومية:

- ان أداء الخدمات الكترونيا يسمح بتشكيل أعلى درجات من الأداء في أقل وحدة زمن، مثل استفادة الأفراد من الرعاية الصحية والتعليم بتكلفة منخفضة وفي وقت قصير (رضوان، 1999، ص38)

### 2-2- جهود الجزائر لتطبيق التجارة الالكترونية:

تعمل مختلف الدول في العالم جاهدة لمواكبة التطورات التكنولوجية وتعظيم الاستفادة من الاستخدامات التكنولوجية للأنترنت، والجزائر تنبتهت مؤخرا الى ضرورة الدخول الى عالم الاقتصاد المعلوماتي وتوظيف التقنيات الحديثة في المجال التجاري ، لكن بعض المبادرات المتواضعة التي اعتمدها في مجال تطوير التجارة الالكترونية اقتصر على اطلاق مبادرات متعلقة أساسا بتطوير الاعلام والاتصال التي من شأنها دعم الاعمال الالكترونية، بالإضافة الى محاولة تهيئة محيط ملائم لهذه التجارة من خلا بعض النصوص القانونية التي تشجع التجارة الالكترونية وتوفر لها الحماية، ويمكن تلخيص هذه الجهود على المستوى الاستراتيجي والتشريعي، فلقد اقتنعت الجزائر في السنوات الأخيرة بضرورة رسم استراتيجيية الكترونية واضحة المعالم ، ووضع أدوات تشريعية بغية تنظيم وتوفير بيئة مناسبة لدعم وتشجيع الدخول السريع الى العالم الرقمي والتحفيز لنمو نوع حديث للمعاملات التجارية التي تتم الكترونيا.

**- إستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013:**

تعمل الجزائر في إطار مساعيها لمواكبة التغيرات التكنولوجية والاقتصادية، ومواجهة مرحلة ما بعد البترول، على تركيز مقومات الاقتصاد اللامادي وتأسيس مجتمع المعرفة من خلال تطوير 'إستراتيجية أطلق عليها مسمى "الجزائر الإلكترونية 2013"، والتي تركز على تنمية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال نظرا لدوره الفعال في تحريك الاقتصاد الوطني وجعله اقتصادا إلكترونيا. وستعمل على تعميم استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة الربط بالإنترنت، ولقد بدأت الجزائر جهودها الرامية لتجسيد مجتمع معلوماتي منذ مطلع سنة 2000، مركزة على مجال البريد والاتصالات، إلا أنها لم تضع خطة وطنية شاملة ذات رؤية متعلقة بالتكنولوجيات الحديثة حتى 6 ديسمبر 2008، وكانت انطلاقة الإستراتيجية الوطنية المتعددة القطاعات، بعد استغراقها مدة (6) ستة أشهر من البلورة من طرف 300 خبير. (صراع، 2014، ص 167) وتتضمن إستراتيجية الجزائر الإلكترونية 13 محورا رئيسيا، تركز خاصة على ثلاث مواضيع هي الإدارة الإلكترونية، المؤسسة الإلكترونية، المواطن الإلكتروني، وان تطوير هذه المحاور الثلاثة يقتضي إطار قانوني وتعاون دولي وكفاءات بشرية، ولقد تم تحديد لكل محور رئيسي مجموعة من الأهداف الرئيسية والأهداف الخاصة المزمع تحقيقها على مدى فترة 5 سنوات (2009-2013) كما تم ضبط قائمة الإجراءات اللازمة للتنفيذ. ونذكر من بعض ما جاء في هذه المحاور ما يلي:

-تسريع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الإدارة.

- تسريع استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الشركات.

-تطوير اليات وحوافز للمواطنين للاستفادة من تجهيز ازت وشبكات تكنولوجيا المعلومات.

-دفع تطوير الاقتصاد الرقمي المتمحور حول برمجيات الخدمات والتجهيز.

-تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع.

-تطوير الكفاءات البشرية ودعم البحث والتطوير والابتكار. (حجازي، 2003، ص 28)

### 3- تحديات وعوائق تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تواجه مختلف الدول العربية قضية خطيرة تتمثل في عدم الإستفادة من تكنولوجيا المعلومات والإتصالات لتحسين ورفع الإنتاجية والتقدم بجميع أشكاله، فعلى الرغم من التوجيهات الكبيرة لاستخدام الأعمال الإلكترونية في كل مجالات الحياة ومنها التجارة، حيث أصبح هذا الاتجاه أوسع استخداما وأكثر نجاحا في ترجمة نتائج الثورة المعلوماتية والاتصالات. غير أنه يوجد العديد من القضايا والصعوبات التي تعاني منها الدول العربية والتي تجعل عملية الدخول إلى الأنترنت وإنجاز العمليات التجارية عملية صعبة وذات نتائج غير مضمونة، مما يعني ان البيئة العربية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة تواجه تحديات ومعوقات متشابكة، تتطلب حولا عملية شاملة وتعديلات جذرية على مستوى النظم الإدارية والاقتصادية والبنى التحتية وكذلك القاعدة التكنولوجية، ومن أهم هذه التحديات والمعوقات نذكر الآتي:

#### 3-1- تحديات البنية القانونية:

هذا التحدي متصل بعدم سن القوانين والأنظمة والتشريعات التي تسهل انتشار الأعمال الإلكترونية إذ لا تزال الكثير من القوانين والأنظمة في معظم الدول العربية غير منسجمة مع متطلبات التجارة الإلكترونية. وتشير مسألة التشريعات القانونية مشكلات وتحديات عديدة منها تدني ثقة الافراد والادارات في المؤسسات العامة والخاصة بالأنشطة الإلكترونية، أو في حقيقة وجود الموقع أو البضاعة أو الخدمة. الى جانب ذلك مشروعية ما يقدم في الموقع، من حيث ملكية موده ذات الطبيعة المعنوية) الملكية الفكرية (اذ يعتمد النمو في التجارة الإلكترونية على حماية كافية وفعالة للملكية الفكرية بما في ذلك من حق و ق النشر والعلامات التجارية والقوانين المتعلقة ببيئة الأنترنت. (التقرير الاستراتيجي العربي، 2005، ص58)

#### 3-2- متطلبات البنى التحتية:

هو تحدي ذو طبيعة تقنية تتصل بما تحديات بناء وتطوير الكوادر البشرية في مجال المعرفة التقنية وعدم توفر بيئة مناسبة لممارسة الأعمال الإلكترونية، منها ارتفاع تكاليف الحواسيب والاتصالات في شبكة الأنترنت والدخل المنخفض بسبب البطالة الذي يعرقل الحصول على الحواسيب الشخصية، وارتفاع تكاليف البرمجيات من مصادرها الأجنبية. تعاني الجزائر من تردي نسبي للبنية التحتية للشبكة الهاتفية الثابتة، وتفتقر إلى شبكات واسعة من هذه الخطوط الهاتفية، كما تعرف العديد من مناطق الجزائر بانخفاض نسبة الكثافة السكانية وغلبة الأراضي

الصحراوية على مساحة الكلية للجزائر، مما أثر سلبا على تحفيز متعاملي الهواتف للاستثمار في البنية التحتية للشبكة الخدمية الثابتة، واقتصرت هذه الشبكة على المدن الكبرى فقط، وهو ما ترجم على أرض الواقع بالضعف الكبير للكثافة الهاتفية التي بقيت تحت عتبة 10% على مدار السنوات. ولقد عرفت هذه الشبكات تطورات عبر السنوات لكنها تبقى غير كافية تماما مع زيادة الاحتياجات والمتطلبات، وتبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية، حاسبات برمجيات، أقراص صلبة ومرنة وأجهزة الهواتف. ان ما يزيد من عزوف الجزائريين على استخدام تقنية الإنترنت والاستفادة من تطبيقاتها التجارية هو سوء خدمة الاتصال بالإنترنت، بالإضافة إلى عدم وجود خدمة للإنترنت عالية السرعة في معظم المناطق الجزائرية التجارية والسكنية، فتطور البطيء الإنترنت في الجزائر يعود الى ضعف الشبكة الداخلية للهاتف الثابت لاتصالات الجزائر التي تضيع وقت المستعملين إضافة الى الأسعار المرتفعة للإنترنت وغير المتاحة بالنسبة للمواطن الجزائري. (Chaabna., & Wang, 2015, p44)

### 3-3- تحديات ذات طابع سياسي:

تشكل العراقيل السياسية من أهم العوامل التي أدت الى تأخر المنطقة العربية في مجال التطور الإلكتروني فالتعدد من الأنظمة العربية اتخذت موقفا متحفظاً من تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات إما لأسباب أخلاقية أو لأسباب سياسية بحجة ذلك لمنع المعارضة من التعبير عن آراءها ومنع الاطلاع على معاناة المواطن العربي والظلم الذي يصيبه من جراء الأنظمة.

### 3-4- التحديات الاجتماعية النفسية:

هي عديدة نذكر منها عامل اللغة أو هامشية السياق اللغوي المحلي الذي يؤدي إلى حالة عجز عربي عن التلائم مع مستحدثات المعلوماتية والتجارة الإلكترونية. فعلى الرغم من أن أكثر من 300 مليون عربي يتحدث اللغة العربية الا أن مواقع الشبكة الدولية باللغة العربية لا يتجاوز 3% سنة 2003 أما الأسباب النفسية فتتمثل في عدم الثقة في التسديد عبر الوسائل الإلكترونية والخوف من فقدان مراكز القوة والسيطرة في المنظمات ومقاومة التغيير. (المؤسسة العامة للاتصالات اليمنية)

### 3-5- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني:

ان تديني مستويات الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الإلكترونية، وان فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنية المعلومات في قطاع الأعمال، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة "الأمية المعلوماتية" والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات، فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الإلكترونية. وما يؤكد غياب الوعي الإلكتروني بأهمية ومكانة التجارة الإلكترونية، هو عدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن الحصول عليها من إدماج الإنترنت في النشاطات التجارية، فتوظيف الإنترنت في الجزائر يعتبر توظيفاً ترفيهياً لا توظيفاً تجارياً، فقد بينت نتائج دراسة "ويب ديالنا" ارتفاع المستوى التعليمي لمستخدمي الإنترنت، حيث سيطر الجامعيون على أكبر نسبة قدرت ب (63,4%)، فأغلبية مستخدمي الإنترنت الجزائريين هم شباب (60%) يستغلون الشبكة بالدرجة الأولى في عمليات بحثية باستخدام محركات البحث وتوجه نسبة كبيرة من المستخدمين الى البريد الإلكتروني (78,2%) كما يهتم هؤلاء المستخدمين أكثر بتحميل موسيقى 4,4الألعاب وفيديو 31,5 والبرمجيات (34,9%) إلا أن أقل مواقع الخدمات زيارة هي مواقع الشراء على الخط بنسبة (10,7%) (webDialn(@,2000,p1-8).

### 3-6- تحديات أخرى:

توجد تحديات عديدة أخرى تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية نذكر منها الفقر الرقمي العربي وعدم انتشار الانترنت كفاية واذا وجدت فهي بطيئة في أغلب الأحيان، وضعف التمويل للبحوث المعلوماتية والتكنولوجية أدى الى الاعتماد على الخبراء الأجانب وقلة مساهمة قطاع المعلومات العربي في الدخل القومي العربي الإجمالي، إضافة الى نقص الأيدي العاملة المدربة القادرة على التعامل مع البرمجيات المستوردة من الخارج، إضافة الى عدم وجود حوافز مغرية التي تدفع الافراد للتسوق من خلال الانترنت اذ لا توجد فروقا كبيرة بين الأسعار عند التسوق التقليدي أو التسوق الإلكتروني لفكرة الشراء خلال المواقع أقل من (2,3%) ( , 2000 , webDialn@p5). إضافة الى كل العقبات والتحديات التي تم ذكرها نجد أن الجزائر تفتقر الى الموارد والخبرات والكوادر المؤهلة للتعامل مع تقنيات التجارة الإلكترونية التي المفروض تتولى مهمة تصميم وتطوير مواقع التجارة الإلكترونية وأنظمة الدفع الإلكتروني، والتي تكون لها خبرة في قواعد البيانات والبرمجيات وأنظمة التشغيل،

علما ان الدراسات العديدة التي تبحث في النماذج الناجحة لاستخدامات التجارة الالكترونية وتوسيع دائرتها وجدت أن تيسير تلبية احتياجات الأفراد وسهولة تعامل هؤلاء مع المواقع التجارية سوف تشجع على اعتمادها من طرف أكبر شريحة وتسمح بانتشارها خاصة اذا تحرت المصدقية والفعالية (Molla ,Licker ,p134).

### -النتائج:

من خلال ما سبق عرضه نتوصل فيما يتعلق بالتجارة الالكترونية وتطويرها في الجزائر الى ما يلي:

- الهيكل القانوني والتشريعي الجزائري لا يزال لا يلبي احتياجات ومتطلبات التجارة الإلكترونية في كافة أبعادها وتطبيقاتها، وعليه فان صياغة بنية قانونية وتشريعية تساعد على إنتشار الأعمال الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية، وتطوير الأطر القانونية التي تعزز الثقة بالاقتصاد الشبكي من خلال حماية المستهلكين وتأمين الاتصالات الالكترونية وحقوق الملكية الفكرية.
- العمل على إيجاد وتوفير خطة تمويلية لصناعة المعلوماتية والانترنت بشكل يراعي المزايا النسبية والتنافسية بالقدر الذي يحقق كفاءة عامة وأن تعمل البنوك ومنظمات التمويل على توفير التمويل الكافي لمشروعات الإنتاج في قطاع التجارة الإلكترونية.
- إيجاد وتطوير بنية تحتية حديثة تكنولوجيا لأنها الأساس المادي لتطوير التجارة الإلكترونية وتقليص الفجوة الرقمية، وكذلك الإهتمام بالأجيال الجديدة وجذبها إلى المعلوماتية الأمر الذي يتطلب تطويرا نوعيا في التعليم والاهتمام باللغات الأجنبية .
- تسخير الإمكانيات للانتقال بمشروع الجزائر الالكترونية من التخطيط الى التنفيذ الفعلي وتسريع تجسيده على أرض الواقع.
- تطوير وعصرنة وسائل وأنظمة الدفع الالكترونية التي تعتبر أول خطوة في تبني التجارة الالكترونية وعملا أساسيا لقيامها من خلال تبني خطط واستراتيجيات من أجل تعميم استعمالها.
- انشاء مراكز وهيئات وطنية في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، ودعمها بالإمكانيات المادية والمعنوية لتطوير القاعدة التكنولوجية ودور البحوث في البلاد.

-وضع برامج دعم وتحفيز لمساعدة الأفراد والمؤسسات للمشاركة في التجارة الالكترونية من خلال تنمية التدريب والخبرات الفنية لتحقيق المشاركة في تطوير التجارة الالكترونية وفعاليتها، وفتح الأفق الواسعة أمام المؤسسات الاقتصادية لدخول الأسواق العالمية.

### الخلاصة:

ان التجارة الإلكترونية أصبحت حقيقة قائمة وضرورة لا بد منها وليس خيارا اقتصاديا، وان تجاهلها لا يؤدي الى التهميش الاقتصادي فحسب وانما الى المزيد من التدهور والتنافس والتأخر الاقتصادي، ولقد بينت الدراسات والأبحاث أنه عدم وجود مواقع الكترونية ذات محتوى عربي يرجع الى ضعف الإمكانيات اللازمة لتطوير آلية الاتصال محليا وعالميا، وما زاد من تفاقم الأوضاع هو غياب الإطار التشريعي والقانوني الملائم الذي يساعد على تنظيم أعمال التجارة الإلكترونية في ظل انفتاح الأسواق ونتائج ثورة المعلومات والاتصالات. ان واقع استعمال التجارة الالكترونية في الجزائر يوضح للأسف تدني كبير في نسبة استخدامها والذي يعود الى جملة من المعوقات منها ما يعود لتخلف البنية التحتية التكنولوجية وأخرى لعدم انتشار وعي كاف بأهمية التجارة الالكترونية لدى المؤسسات التجارية ولدى الافراد، مع غياب بيئة مصرفية ونقدية تعنى بالعاملات التجارية الالكترونية وعدم ملائمة البيئة التشريعية لمتطلبات التجارة الالكترونية. لعل تجارب بعض الدول العربية، التي تشهد تحولات كبيرة للانتقال للعالم الرقمي مثل دولة الامارات العربية المتحدة هو أكبر حافز لتشجيع الجزائر على استيعاب هذه التغيرات التكنولوجية الهائلة، ومواكبة النقلة النوعية وخوض تجربة التجارة الالكترونية للاستفادة من مزايا تطبيقها.

ان أهم خطوة يجب أن تشرع في تطبيقها الجزائر هو تشجيع النظام المصرفي على تأدية دورا أساسيا في تسهيل عملية التجارة الالكترونية، من خلال تطوير التحويل الالكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الالكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمن في هذه العمليات. بالإضافة إلى التعاون على التفاعل الايجابي مع ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتبادل منافعها. اذن أصبحت التجارة الالكترونية ضرورة حتمية تفرض وجودها في الفترة المعاصرة على جميع أصحاب الأعمال والمؤسسات الاقتصادية وفي مجالات الحياة السياسية والاجتماعية وعليه فانه بات من الضروري تطوير ونمو التجارة الالكترونية في الجزائر واستبدال النظام التقليدي بنظام الكتروني يتماشى مع التطورات الحديثة من خلال التركيز على مجموعة المقومات والعوامل الإيجابية، واستخدامها بشكل يعطي النتائج المرجوة منه ويحقق الانطلاق الفعلي للمعاملات التجارية الالكترونية.



## قائمة المراجع:

### 1-المقالات:

- توفيق عباس عبد عون المسعودي، (2004)، التجارة الالكترونية العربية ومسار التطور والموقع الاقتصادي، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، المجلد 2 العدد 5.
- ثامر ياسر البكري، جمال عبد الرسول الدباغ، (2001)، التسوق الالكتروني، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، المجلد 8، العدد 5.
- Chaabna, S., & Wang, H. (2015). Analysis of the State of E-commerce in Algeria International Journal of Marketing Studies, 7(2).  
<https://doi.org/10.5539/ijms.v7n2p44>
- , The Internet Economy: technology and )2000(S.Y, Choi. and A.B whinstone,-- practice, Austin, Smart-econ publ
- , E-Commerce Systems Success: An )2001(Alemayehu Molla, Paul S Licker, - Attempt To Extend And Respecify The Delone And Maclean Model Of Is Success ,Journal of Electronic commerce Research,VOL,2,NO,4

### 2-الكتب:

- بماء شاهين، (2000)، العوامة والتجارة الالكترونية، ط1، القاهرة، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر.
- خالد ممدوح، (2008)، لوجستيات التجارة الالكترونية. الإسكندرية، دار الفكر الجامعي. ص125.
- منير البعلبكي، (2000)، المورد. بيروت، دار العلم للملايين.
- ري اتش جايسون، أريك نورين، ترجمة محمد عصام الدين ازيد (2002)، المحاسبة الإدارية، الرياض، دار المريخ للنشر.
- سعد غالب ياسين التكريتي، بشير عباس علاق، (2002)، الاعمال الالكترونية. عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع.
- كاثرن هيل ودانيال هيل، (2013)، أثر التجارة الالكترونية على صناعة وكالات السفر والسياحة. مركز المعلومات الولايات المتحدة، ترجمة دار الطباعة للنشر.

- جابر العرايشي، (2008)، الجدار الناري والتشفير وأنظمة أمن المعلومات، عدن، دار العلم.
- رأفت رضوان، (1999)، عالم التجارة الالكترونية، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الادارية .
- عبد الفتاح بيومي حجازي، (2003)، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية. ط2، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- عباس بشار، (2007)، دور الاقتصاد الالكتروني في التنمية والتعاون الاقتصادي العربي. الامارات: النادي العربي للمعلومات.
- , "lexique de gestion", Lyon, ) 2005(-Alain charles Lartinet, Ahmed silem, Dalloz.

#### -التقارير:

- محمد مرياتي، (2005)، الاعمال الالكترونية والعالم العربي، الاسكوا، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا.
- مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية الامارات، (2005)، التقرير الاستراتيجي العربي
- المؤسسة العامة للاتصالات اليمنية [www.yt.com](http://www.yt.com)
- webDialn@, (2000) , Enquête national sur l'internet en Algérie, Etude - sur les usages et perceptions des internautes du web algérien, <http://www.webdialna.com>

#### الرسائل والأطروحات الجامعية:

- كريمة صراع ، (2014)، "واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير "، جامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص استراتيجية.
- ايمان العاني، (2007)، "البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية "، رسالة ماجستير، طعة منتوري قسنطينة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص بنوك وتأمينات.
- سمية ديميش، (2011)، " التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر"، رسالة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي.
- الملتقيات العلمية:

- طاهر محسن الغالبي، أحمد شاكر العسكري، (2002)، تحديات التجارة الالكترونية والعملة، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن.
- منير الحمزة، (1-4/6/2010)، آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الالكترونية في الجزائر: مشروع الجزائر الالكترونية 2013 نموذجاً، ورقة عمل في المؤتمر العالمي الأول للإدارة الالكترونية: نحو إدارة الكترونية فعالة للمجتمع الجماهيري، الجماهيرية الليبية الشعبية، طرابلس.