

أثر التجارة الالكترونية في الجزائر: تشخيص الصعوبات واستشراف للحلول

ط.د. بنكوس المختار¹، ط.د. ساحلي جميلة²¹جامعة البلدية 02، mokhtarbenkous@gmail.com²جامعة البلدية 02، sahlidjamila1@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2021/05/08 ؛ تاريخ القبول: 2021/05/13؛ تاريخ النشر: 2021/07/01

مستخلص

أدى التطور التكنولوجي إلى إحداث الكثير من التغيرات والتطورات في مختلف المجالات الاقتصادية، فقد برزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لتحدث ثورة حقيقية في كل مناحي الحياة اليومية كالتجارة والتعليم والعمل وغيرها. ومن بين المصطلحات الجديدة هو مصطلح التجارة الالكترونية الذي أصبح يتداول بين الأفراد. ويعود ظهور هذا المصطلح إلى ثلاثة عقود مضت، ثم تطور المفهوم خلال الربع الأخير من القرن الماضي بتطور الأجهزة الإلكترونية التي تخدم مصالح المستهلك ورغباته.

فالنمو المتسارع للتجارة الالكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لم يترك للجزائر أي مجال للتردد والمماطلة في تطبيق هذه التجارة. فهي تسعى جاهدة للحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة، غير أنها لم تستطع لحد الآن تسخير هذه التقنيات بشكل فعال لاستخدامها في النشاط التجاري.

مقدمة:

لقد أدى التطور التكنولوجي إلى إحداث الكثير من التغيرات والتطورات في مختلف المجالات الاقتصادية، فقد برزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لتحدث ثورة حقيقية في كل مناحي الحياة اليومية كالتجارة والتعليم والعمل وغيرها. ومن بين المصطلحات الجديدة هو مصطلح التجارة الالكترونية الذي أصبح يتداول بين الأفراد. ويعود ظهور هذا المصطلح إلى ثلاثة عقود مضت، ثم تطور المفهوم خلال الربع الأخير من القرن الماضي بتطور الأجهزة الإلكترونية التي تخدم مصالح المستهلك ورغباته.

فالنمو المتسارع للتجارة الالكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لم يترك للجزائر أي مجال للتردد والمماطلة في تطبيق هذه التجارة. فهي تسعى جاهدة للحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة، غير أنها لم تستطع لحد الآن تسخير هذه التقنيات بشكل فعال لاستخدامها في النشاط التجاري.

فمن خلال هذه الدراسة سنحاول الإجابة على التساؤل التالي:

ما هو واقع التجارة الالكترونية في الجزائر؟ وما هي أهم الحلول المقترحة لتنظيم في الجزائر؟

فرضيات الدراسة:

- التجارة الالكترونية مفاهيم متعددة بتعدد الزوايا المنظور من خلالها.

¹ المؤلف المرسل: بنكوس المختار، الإيميل: mokhtarbenkous@gmail.com

- تجعل التجارة الالكترونية المبادلات التجارية أكثر سهولة ويسرا، مما يتيح امكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن الأسواق المحلية والعالمية.

- توجد عدة عراقيل ومعوقات تحد من تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر منها ما هو توعوي البعض الآخر تكنولوجياي.

- يمكن للجزائر ان تطور التجارة الالكترونية والاستفادة من مزاياها، فيما لو يتم اتخاذ الاجراءات المناسبة وتوفير المتطلبات اللازمة.

منهج الدراسة: لقد تم الاعتماد في انجاز هذه الدراسة على المنهج الوصفي من أجل الإلمام بجميع جوانب الدراسة. **أهداف الدراسة:** نهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرف أو الوقوف على حال الجزائر فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لما لها من علاقة مباشرة بتطبيقات التجارة الالكترونية، وكذا حصر السبل الكفيلة لتمكين الجزائر من الاستفادة هذه التطبيقات.

تقسيمات الدراسة: ارتأينا أن نقسم هذه الدراسة إلى قسمين رئيسيين هما:

أولا: التجارة الالكترونية في الجزائر والصعوبات المعترضة.

ثانيا: الحلول المقترحة لتنظيم التجارة الالكترونية في الجزائر.

أولا : التجارة الالكترونية في الجزائر والصعوبات المعترضة

1. مفهوم التجارة الالكترونية:

إن التجارة الإلكترونية عبارة عن مصطلح حديث صار كثير التداول في الأدبيات المعاصرة. ويمكن استعراض عدة نماذج من التعريفات:

أ. **تعريف المشرع الجزائري:** عرف المشرع الجزائري التجارة الالكترونية على أنها: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية. (الجريدة الرسمية، 2018، صفحة 5)

ب. **تعريف منظمة التجارة العالمية:** تعرف التجارة الإلكترونية بأنها العملية التي تشتمل على أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها من خلال الوسائط الإلكترونية. (الشويرف، 2013، صفحة 47)

ج. **تعريف وزارة الصناعة والتجارة الفرنسية:** ترى أن "التجارة الإلكترونية تشمل جميع المبادلات الإلكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية فهي تعنى بتلك العلاقات بين المؤسسات والإدارات والمبادلات بين المؤسسات والمستهلكين، فالتجارة الإلكترونية تغطي في نفس الوقت: تبادل المعلومات والتعاملات الخاصة بالمنتجات والتجهيزات، والسلع الاستهلاكية والخدمات (المالية، القانونية...)، وسائل وطرق الاتصال المستعملة والمتعددة. (بختي، 2005، صفحة 40)

د. **من وجهة النظر التجارية:** تعني توفر الإمكانية لبيع وشراء المنتجات والمعلومات على الانترنت وغيرها من الخدمات المباشرة.

هـ. **من وجهة نظر قطاع الخدمات:** هي أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمديرين في خفض تكلفة الخدمة ورفع كفاءتها والعمل على تسريع توصيلها. (الطائي، 2010، الصفحات 17-18)

و. من وجهة نظر قطاع الاتصالات: تعرف على أنها "وسيلة من أجل توصيل المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الكمبيوتر أو عبر أي وسيلة تقنية".

م. من وجهة نظر المجتمع: تعني "توفير المكان/الملتقى لأفراد المجتمع لأغراض التعلم، التعامل والتعاون".

ن. من وجهة نظر الأعمال الإلكترونية: التعريف الموسع للتجارة الإلكترونية والذي يشير إلى تلك العمليات التي تتضمن شراء وبيع السلع والخدمات والمعلومات، خدمة الزبائن، التعاون مع شركاء الأعمال وإنجاز المعاملات الإلكترونية داخل المنظمات. (الشويرف، 2013، صفحة 51)

2. أشكال التجارة الإلكترونية: يمكن تلخيص أشكال التجارة الإلكترونية في العناصر التالية: (العوضي، 2010، صفحة 170)

- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال **Business to Business**: تستعمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض، فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه التكنولوجيا، هذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو العالمي.

- التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال والأفراد **Business to Consumer** :

بظهور التسوق على الانترنت أصبح للمستهلك إمكانية القيام بشراء السلع المتاحة ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان أو المصارف الإلكترونية أو عن طريق النقود عند استلام السلعة.

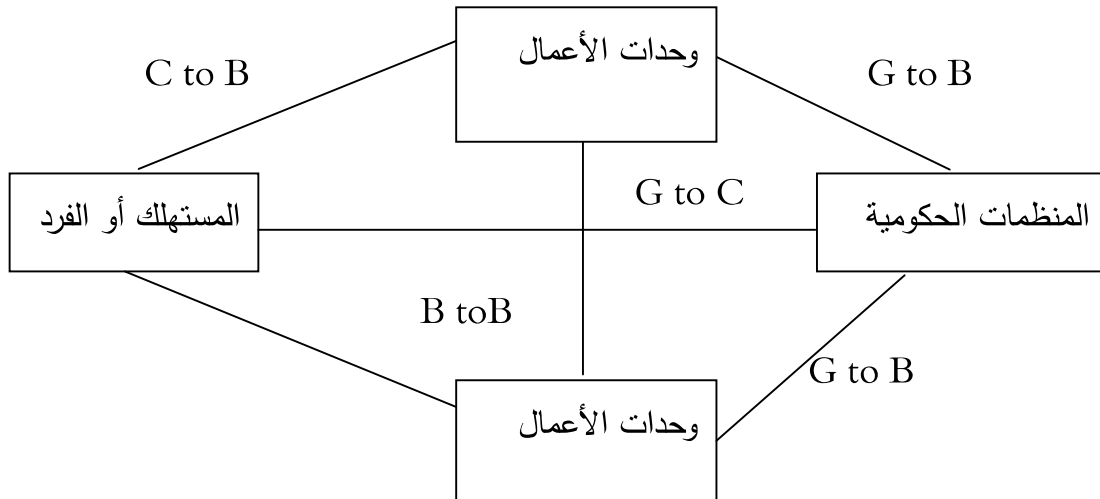
- التجارة الإلكترونية بين القطاعات الحكومية والأفراد **Consumer to Government** :

هذا الشكل من التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير موسع وهو ينظم العديد من الأنشطة، من بينها دفع الضرائب إلكترونياً.

- التجارة الإلكترونية بين القطاعات الحكومية ووحدات الأعمال **Business to Government** :

بتوسع النشاط التجاري لوحدات الأعمال أصبحت لا تستطيع أن تغطي كل معاملاتها الإدارية في وقتها ولهذا تم استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات الحكومية.

الشكل (01) : أشكال التجارة الالكترونية.



المصدر: جميع نبيلة، التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطورها، مجلة آفاق علوم الادارة الاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، 2018، ص 280.

3. الصعوبات المعترضة لتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تواجه الجزائر كغيرها من الدول العربية جملة من العوائق والتحديات لإنشاء تجارة إلكترونية تضاهي نظيراتها

في الدول المتقدمة، ويمكن إجمال أهم المعوقات والصعوبات التي تواجهها في الجزائر:

أ. العقبات التقنية والتكنولوجية:

- ضعف البنية التحتية للاتصالات في الجزائر وعدم مواكبتها للتطورات التقنية العالمية، التي تشتمل على الاتصالات وما يرتبط بها من برامج وتجهيزات وأنظمة سوف يجد من أمن الشبكة المالية ويعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية، مما يسبب فشلا في إقامة التجارة الالكترونية. فرغم الجهود التي تبذلها الجزائر لتعزيز البنية التحتية لاتصالاتها إلا أنها مازالت متأخرة في هذا المجال، فالجزائر تحتل الرتبة 176 فيما يخص سعة الانترنت والتي تقدر بواحد ميغا بيت ونصف، وهذا على الصعيد العالمي وحسب المعايير فإن أربعة ميغا بيت حسب البعض وعشرة حسب البعض الآخر هي العتبة التي منها يمكن القول أن سعة الانترنت كبيرة (haut débit)، ففي الدول المتقدمة تصل أضعاف سعة الانترنت في الجزائر. (صراع، 2013، صفحة 173)

- ضعف الثقافة والوعي التكنولوجي بين أفراد المجتمع الجزائري: إن تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية، فإن فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال، أيضا قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية، وهذا بسبب ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات، وضعف إمكانيات البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وإنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الالكترونية، فلم توجه الجزائر الاهتمام الكافي لهذا المجال. (سعد غالب و العلاق، 2004، صفحة 199).

ب. عقبات تجارية:

يتطلب التحول من بيئة التجارة التقليدية إلى بيئة التجارة الإلكترونية تبادل الأعمال والأنشطة التجارية بوسائل رقمية، مما يمثل تحدياً حقيقياً أمام المؤسسات والمشروعات التجارية في الجزائر، حيث تفتقر غالبيتها إلى قابلية التحول الجذري إلى مؤسسات إلكترونية. فأغلب المؤسسات الجزائرية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية وعدم استيعابها بشكل كاف لمفهوم الأعمال الإلكترونية، والذي يحول دون اعتمادها التجارة الإلكترونية التي تتطلب أولاً قناعة كافية بأهمية وفائدة التجارة عبر الإنترنت ومن ثم تبني خطط واستراتيجيات للتحول إلى التجارة الإلكترونية. كذلك نقص خبرات المؤسسات الجزائرية في مجال التجارة الإلكترونية يحول دون ذلك، فمفهوم التجارة الإلكترونية لا يزال غامضاً عند العديد من المؤسسات الجزائرية، فهذه المؤسسات تفضل أن تقوم بالإعلان عن منتجاتها عن طريق اللافئات الإشهارية وبوسائل أخرى دون أن تستغل الإنترنت لتسويق وبيع منتجاتها. (رايس و مسعودي، 2012، الصفحات 12-13)

ج. عقبات قانونية وتشريعية: (علاوة و مولاي، 2011، صفحة 12)

تمثل التشريعات والقوانين المتعلقة بكيفية تنظيم التجارة الإلكترونية أحد أهم البنى المؤسسية لقيام التجارة الإلكترونية، وتواجه الجزائر كغيرها من الدول العربية ودول العالم أجمع تحدياً حقيقياً في وضع تشريعات وضوابط قانونية تتلائم وأنماط التجارة الإلكترونية الحديثة. ويمكن عرض أهم التحديات القانونية التشريعية في المعاملات الإلكترونية:

- صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من معاملات التجارة الإلكترونية والخاصة بمحظر بعض السلع مثل الأدوية المخدرة (الصيدلة الإلكترونية) ومن ثم وجود فجوة بين قوانين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.
- وجود فجوة بين في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقاً لطبيعة معاملات التجارة التقليدية ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يخضع المستهلك للضريبة وفقاً للتجارة التقليدية وعدم إخضاعه عندما يشتري نفس السلعة أو الخدمة إلكترونياً.
- صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته وكيانه القانوني، وذلك في ظل سهولة التنقل عبر الواب لممارسة العمليات التجارية الإلكترونية دون الحاجة إلى الانتقال إلى بلد المستهلك.

د. عقبات اجتماعية ونفسية:

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية المعرقللة للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري والذي لا يزال ينتظره العديد من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجمع المعلومات ومنها: (ميهوبي، 2019، الصفحات 99-100)

- اللغة: من بين تحديات التجارة الإلكترونية عامل اللغة، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات للأغراض التجارية، حيث معظم المعاملات التجارية الإلكترونية تتم بالإنجليزية.
- العائق النفسي: إن من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الإلكترونية ويجعلها بديلاً غير واقعي، هو سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي وإبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، فالمستهلك الجزائري غير متعود على هذا النوع من المبادلات والتسويق عبر وسيط الكتروني، مما أدى إلى عدم تقبله فكرة التجارة الإلكترونية ومقاومته لها، وهذا نظير السلوك الذي يتميز به، كإنداء ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة؛ عدم انغماس التجارة في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها

وتحسسها وربما تذوقها قبل إتمام الصفقة. أيضا تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها، وأيضا التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية. (صرع، 2013، صفحة 176)

هـ. عقبات أمنية وتنظيمية:

رغم توفر الجزائر على برامج الأمن والحماية لنظم المعلومات والتجارة الالكترونية كالتشفير والشهادات الرقمية، إلا أن التجارة الالكترونية تعاني من عمليات الاحتيال والابتزاز وقرصنة الحسابات وغسيل الأموال، هذا ما أثر سلبا على معيار الأمن والضمان للمتعاملين التجاريين والمستهلكين، ومنهم من يشعرهم ذلك بالتخوف من التعامل بالتجارة الالكترونية، وبالتالي لا بد من كسب ثقة الأشخاص لزيادة عدد المتعاملين في هذا القطاع. أما فيما يخص العقبات التنظيمية فيمكن أن نختصرها في سوء التنظيم والتسيير الذي تعاني منه الإدارة العامة الجزائرية، بالإضافة إلى أمراض البيروقراطية كالبطء والروتين والإهمال والتسيب. بالإضافة إلى ضعف التنسيق بين وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال مع بقية الوزارات. وبطء إجراءات تحويل الأموال عبر البنوك. (ابرادشة و هني، بدون سنة نشر، الصفحات 77-78)

ثانيا: حلول وسبل توسيع استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر

في ظل تنامي اهتمام العالم بالتجارة الإلكترونية، يتعين على الجزائر أن تدرك وضعها على الخريطة التجارية الالكترونية، وأن تحاول الاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التجارة من خلال تدارك التأخر الحاصل، ولن يتم ذلك إلى بإيجاد الحلول المناسبة واتخاذ بعض القرارات والإجراءات قصد النهوض بهذه التجارة نحو الأفضل، وفي هذا المبحث سوف نحاول أن نستشرف بعض الحلول والإجراءات الواجبة اتخاذ بغية تمكين ونشر التجارة الالكترونية في الجزائر.

1. نشر الوعي وتوسيع الثقافة الإلكترونية:

إن التحول نحو التجارة الإلكترونية وما ينجم عنه من تعامل في عالم افتراضي خالي من الوسائل المادية ولا يعترف بالحدود زمانية كانت أو مكانية، يشكل تحديا كبيرا لعادات وإستهلاكات وأفكار تجارية مستقرة منذ حقبة زمنية طويلة، ولذلك لا يمكن تطبيق التجارة الالكترونية إلى في ضوء خطة إعلامية تنويرية علمية مدروسة بعناية ومخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها، ولنجاح هذه الخطة الإعلامية في أداء الدور المنوط بها تستند في تركيزها على نشر الثقافة والمعرفة باستخدام الانترنت، وتحسيس الجمهور بفوائد هذه التجارة وتكوين موارد بشرية كفئة في هذا المجال إضافة إلى نظام تعليمي وتكويني فعال يتلاءم مع هذا النوع من المعاملات، وذلك من خلال جملة من الإجراءات كما يلي ذكرها: (دبمش، 2011، الصفحات 288-290)

- تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الالكترونية، وذلك بالتعاون مع شركات تقنية متخصصة في هذا المجال.

- الاستعانة بكافة وسائل الإعلام السمعية والبصرية والمقروءة بغية إيصال الوعي الالكتروني لكافية فئات المجتمع.

- إنشاء مكاتب ومصالح تتولى مهمة التخاطب مع الجمهور وتقوم بالرد على جميع التساؤلات والاستفسارات فيما يتعلق بهذا النوع من التجارة.

2. تنمية الموارد البشرية وتطوير المناهج الدراسية:

تشكل الموارد البشرية أساسا لتنمية المعاملات الإلكترونية، لذا من الضروري إعداد الكوادر البشرية من المحترفين وذلك من خلال تطوير المناهج الدراسية بالجامعات طبقا لمتطلبات سوق العمل وربط برامج التدريب بما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، وبتزويد الشباب بالمهارات اللازمة لإستخدام الاتصالات وتقنية المعلومات في ميدان التجارة الإلكترونية، وتنمية مهاراتهم في مختلف المجالات المتعلقة بالصناعة المصرفية والمبيعات والتسويق وتطوير الأعمال وخدمة الزبائن وغيرها (شنيينة، 2019، صفحة 107)

3 توفير بنية معلوماتية متينة:

من خلال تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية كنظام عصبي على توفير اتصالات في غاية السرعة والكفاءة وكذا العمل على نشر الإنترنت وتقوية سعة النفاذ إليها لأوسع شريحة في المجتمع وبأسعار تنافسية والتعجيل بالإصلاحات والمشاريع الطموحة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال فتأجيل البرامج لا يخدم السياسة التنموية للجزائر للنهوض بهذا القطاع

4. إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة:

إن المعاملات الإلكترونية التي ينجزها الافراد تسهم في بروز مجموعة من المسائل التي تلعب دور أساسي لإقامة ثقة في التجارة الإلكترونية لجعلها أداة مقبولة، دون أن يشوبها اي نزاع وبالتالي على الدولة القيام بوضع التشريعات واللوائح التنظيمية الملائمة والتي تعمل على حماية مصالح أطراف التبادل من جهة، وتضمن السير الحسن للتجارة وتعزز ثقة المستخدمين للفضاءات الإلكترونية (صيد و محرز، 2010، صفحة 273).

5 تفعيل الشراكة مع المستثمرين الأجانب:

خاصة الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية من أجل تبادل الخبرات وتكوين الإطار في مجال تصميم البرمجيات والنظم وحماية وامن المواقع من خلال الدورات التدريبية في سبيل عصرنه وتحديث وسائل الدفع الإلكترونية من خلال اعتماد بطاقات الائتمان والبطاقات الذكية وتكليف المجتمع الجزائري على هذا النوع من الوسائل واعتباره كإلزامية وضرورة حتمية من أجل النهوض وتطوير القطاع المصرفي فحسب الدراسات فان معاملات الدفع الإلكتروني تصل أرباحها حتى 8 مليار دولار (صراع، 2014، صفحة 177)

6. رفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث و التطوير:

يمثل البحث والتطوير أحد أهم الجوانب في التطور والتقدم التكنولوجي فالدخول في اقتصاد المعرفة والتجارة الإلكترونية، يستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة لقطاع البحث على انه لا يحقق قيمة مضافة أو انه قطاع غير منتج، لهذا يلزم وضع خطة عمل للبحث العلمي لتطوير تقنية المعلومات والاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين والاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية، واستعمالها في إنتاج وتطوير منتجات أو خدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ميهوبي، 2019، صفحة 113)

وهذا ويمكن تلخيص وتبويب مجمل الحلول الواجبة الاتخاذ للنهوض بالتجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال الشكل الموالي:

الشكل (02): تلخيص وتبويب لأهم الإجراءات الواجبة الاتخاذ للنهوض بالتجارة الالكترونية في الجزائر

سبل اقتصادية ومالية	سبل تشريعية	سبل تكنولوجية	سبل توعوية
<ul style="list-style-type: none"> - المشاركة بين القطاع العام والخاص. - تنمية ودعم المؤسسات نحوى التحول الرقمي. - تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي - رفع مستوى الانفاق على أنشطة البحث والتطوير. - تخفيض تكاليف الانتاج من خلال منح الاعفاءات الضريبية. 	<ul style="list-style-type: none"> - وضع إطار قانوني محكم لمزاولة للتجارة الالكترونية. - التعاقد الالكتروني. - الاثبات والتوثيق. - الخصوصية والأمن المعلوماتي. - حماية المستهلك. - الملكية الفكرية. 	<ul style="list-style-type: none"> - تعميم استخدام الانترنت. - تحرير سوق الخدمات للاتصالات. - تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام والاتصال. - خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات. 	<ul style="list-style-type: none"> - التثقيف التكنولوجي. - تلمين دور التعليم. - اعداد مجتمع الاعمال للتجارة الالكترونية. - ممارسة الحكومة للتجارة الالكترونية. - استعمال وسائل الاعلام للترويج بالتجارة الالكترونية.

المصدر: من إعداد الباحثان بناء على ما سبق.

إن التجارة الالكترونية في العالم تعرف تقدما كبيرا سنة تلوى الأخرى ناهيك عن التقدم التكنولوجي المتسارع الذي يشهده العالم والذي جعل منه قرية صغيرة، إلا إن الجزائر لا تزال تعاني من صعوبة في تكييف المواطن مع التجارة الالكترونية كثقافة وأسلوب حياة، فرغم الخطابات الرسمية والجهود المبذولة لإطلاق هذا النوع من التجارة فلا تزال تعاني تأخرا كبيرا في هذا الجانب، لذلك على الجزائر الإسراع في اتخاذ القرارات اللازمة للنهوض باقتصادها بغية مواكبة التطورات الحاصلة في العالم ودول الجوار، ولن يتهم هذا التطور إلا بفتح المجال على مصراعيه للمؤسسات الاقتصادية الأجنبية للاستفادة من خبراتها وللمحلية بتسهيل العقبات الإدارية والضريبية لغزو مختلف المجالات المساعدة على تطوير هذا النوع من التجارة، بالإضافة إلى عصرنة أنظمة الدفع الالكتروني في البنوك والمحلات... الخ

الخاتمة

في عالم طغت فيه لغة المعرفة، أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، واضح تطور الامم وازدهارها يتعلق بمدى تبنيتها لهذه التكنولوجيا، وهو ما جعل جل دول العالم تدرك اهمية هذه التكنولوجيا، وفي هذا السياق تسعى الجزائر للحاق بركب الدول المتطورة التي تستخدم التكنولوجيا لتطوير اقتصادها، لهذا فالتجارة الالكترونية لم تعد موضوعا تقبل به الجزائر أو ترفضه وإنما أصبح واقعا معاشا وضرورة حتمية تفرض وجودها اليوم على جميع أصحاب الأعمال والمؤسسات الاقتصادية في العالم، لذا على الجزائر السعي أكثر لمواكبة التطورات السريعة الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي صارت تؤثر على كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية، وبالتالي تأثر كذلك على الإنتاج وفرص العمل وزيادة الدخل القومي وبناء على هذه الدراسة كانت النتائج كالتالي:

- التجارة الالكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال خاصة الانترنت،

- تتعدد تصنيفات التجارة الإلكترونية بناءً على العلاقات بين الأفراد والأطراف المتعاملة.
- ضعف واضح للتجارة الإلكترونية في الجزائر ومشاكل وصعوبات جمة منها ما يتعلق بالوعي الثقافي التكنولوجي ومنها ما يتعلق ببنية الاتصالات والمعلومات خاصة ضعف تدفق الانترنت و عدم كفاءة نظام الدفع الإلكتروني.
- بذلت الجزائر بعض الجهود في سبيل ارساء التجارة الإلكترونية لكنها لا تزال بعيدة نوعا ما حتى تصل الى مستوى دول الجوار.
- وكاقتراحات يمكن إدراجها في هذه الورقة البحثية نقترح ما يلي:
- دعم الاستعداد الإلكتروني لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على التحول الى التجارة الإلكترونية، وذلك بتنمية العنصر البشري وإطلاق حملت إعلامية واسعة عبر مختلف القنوات والجرائد.
- توفير بنية تحتية قوية مكونة من شبكات اتصال حديثة وذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة لحماية المعلومات.
- السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام التجارة الإلكترونية في الجزائر، يحمي حقوق المستهلكين والبائعين.
- عقد اتفاقات مع الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية والاستفادة من خبراتهم في هذا المجال.
- إعطاء أهمية لقطاع البحث العلمي من خلال تامين الدراسات وإنشاء مراكز وهيئات متخصصة في هذا المجال.
- فتح المجال لاستثمار في القطاع الإلكتروني للشركات الخاصة والأجنبية خاصة فيما يتعلق بمشاريع البنى التحتية التقنية.

قائمة المراجع والمصادر:

1. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، المادة 06، 16 مايو 2018، ص5.
2. محمد عمر الشويرف. (2013). التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط01، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ص47.
3. ابراهيم بختي، (2005). التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص40.
4. محمد عبد حسين الطائي، (2010). التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان-الاردن، ص17-18.
5. محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره، ص51.
6. أحمد عبد الله العوضي، (2010). العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، ص170.
7. صراع كريمة، (2014). واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، 2014/2013، ص173.
8. سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، (2004). التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، ص199.
9. مراد رايس، عبد الهادي مسعودي، عوائق اعتماد التجارة في الوطن العربي والإسلامي، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، 13-14 مارس 2012، خميس مليانة، ص12-13.
10. علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، (26-27 أبريل 2011). آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البنينية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، ص12.
11. ميهوبي مراد، (08 أكتوبر 2019). التجارة الالكترونية في الجزائر الصعوبات والحلول، ملتقى وطني حول: الاطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء القانون 05-18، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 قالم، ص99-100.
12. صراع كريمة، مرجع سبق ذكره، ص176.
13. ابرادشة فريد، عامر هني، البنوك العمومية ودورها في تعزيز التجارة الالكترونية في الجزائر: واقع وآفاق، مجلة البحوث السياسية والإدارية، العدد13، جامعة الجلفة، ص77-78.
14. ديمش سمية، التجارة الالكترونية حيثياتها وواقعا في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة منتوري قسنطينة، 2011/2010، ص288-290.
15. بن شنيبة كريمة، مقومات تنشيط التجارة الالكترونية والصيرفة الالكترونية بالجزائر: مجلة الرياض لاقتصاديات الاعمال، ص107.
16. صيد كريمة، محرز نور الدين. (2010). نظام الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الاشارة لحالة الجزائر. مجلة الاقتصاد الجديد. العدد2. ص273.

17. صراع كريمة. مرجع سبق ذكره. ص 177.

18. ميهوبي مراد. مرجع سبق ذكره. ص 113.