

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

ميدان: العلوم الاقتصادية، التسيير وعلوم التجارية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي



كلية: العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم اقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

من إعداد الطلبة:

- بعوشي ندير

- شيشب أحمد

تحت عنوان:

دور التجارة الإلكترونية في الإقتصاد الوطني

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة ابن خلدون تيارت	أستاذ محاضر أ	أ.بوجلة إيمان
مشرفا و مقررا	جامعة ابن خلدون تيارت	أستاذ محاضر أ	أ.بومدين فتيحة
ممتحنا	جامعة ابن خلدون تيارت	أستاذ محاضر أ	أ.جحا نبيل

السنة الجامعية: 2024/2023

إهداء:

بكل حب واعتزاز، أهدي هذا العمل إلى أمي وأبي و كل من ساهم في إلهامي ودعمني على مر السنين.

إلى عائلتي العزيزة، التي كانت دائماً الداعم الأساسي لي، وإلى أصدقائي وزملائي الذين قدموا لي الدعم والتشجيع في كل خطوة.

أهدي هذا العمل أيضاً إلى كل من يسعى لتحقيق أحلامه ويسعى دائماً للعلم والمعرفة.

أمل أن يكون هذا العمل مصدر إلهام لكم، كما كانت رحلتي في إنجازه مليئة بالتحديات والمكافآت.

بكل امتنان.

نذير و أحمد



شكر وتقدير:

نشكر الله عز وجل كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه الذي رزقنا من العلم ما لم نعلم وأعطانا من القوة ما نحتاجه للوصول إلى هذا المستوى وإتمام هذا العمل المتواضع و أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساهم في تكويني العلمي من معلمين وأساتذة وأخص بالذكر الأستاذة "بومدين فتية" التي لم تتوانى عن تقديم توجيهاتها ونصائحها القيمة التي ساعدت في تحقيق هذا العمل

الفهرس

إهداء

شكر و تقدير

الفهرس

قائمة الجداول

قائمة الاشكال

مقدمة : أ. د

الفصل الأول: مفاهيم اساسية حول التجارة الالكترونية

تمهيد: 7

المبحث الأول: أساسيات التجارة الالكترونية..... 8

المطلب الأول : مفاهيم حول التجارة الالكترونية 8

المطلب الثاني : الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية 10

المطلب الثالث: أنواع التجارة الالكترونية..... 11

المبحث الثاني : البنية التحتية للتجارة الالكترونية و مراحل تنفيذها 13

المطلب الأول: البنية التحتية لأمن المعلومات..... 13

المطلب الثاني : البنية التحتية لشبكة الانترنت..... 16

مطلب الثالث : مجالات و أطراف التجارة الالكترونية 19

المبحث الثالث : فوائد التجارة الالكترونية وسلبياتها على الاقتصاد..... 23

مطلب الأول : فوائد التجارة الالكترونية على الاقتصاد 23

مطلب الثاني : سلبيات التجارة الالكترونية على الاقتصاد 24

مطلب الثالث: الأبعاد الاقتصادية للتجارة الالكترونية 25

خلاصة الفصل :..... 27

الفصل الثاني: آثار التجارة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري

تمهيد :..... 29

المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر 29

المطلب الاول: لمحة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر 30

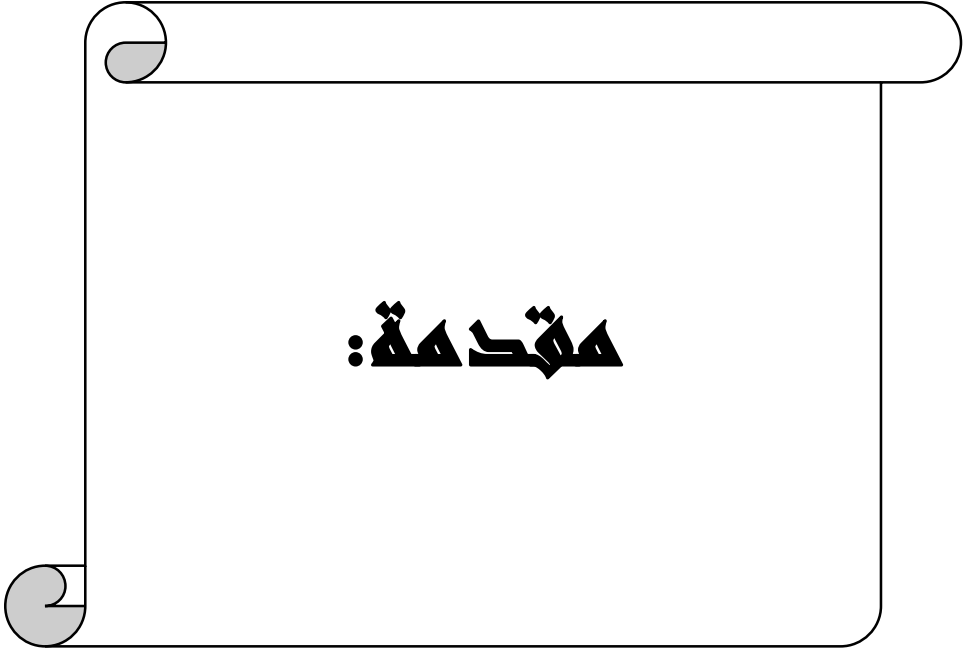
- 33.....المطلب الثاني : البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر
- 35.....مطلب الثالث : معوقات و تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر
- 45.....المبحث الثاني :فوائد وسلبيات التجارة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري
- 45.....مطلب الأول: فوائد التجارة الالكترونية على الاقتصاد
- 47.....مطلب الثاني: سلبيات التجارة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري
- 47.....مطلب الثالث : مجهودات الجزائر المبذولة في مجال التجارة الالكترونية
- 56.....خلاصة الفصل :
- 57.....خاتمة:
- 62.....قائمة المصادر والمراجع

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
34	أنواع الاشتراكات في خدمة الانترنت النقال	1-2
35	نشاطات الدفع عبر الانترنت في الجزائر	2-2

قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
11	أنواع التجارة الالكترونية	1-1
33	تطور عدد مشتركى الانترنت الثابتة	1-2



مقدمة:

مقدمة :

لقد ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات والتحولات والتطورات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي فتسارعت وتيرة الابتكارات والتقنيات التكنولوجية مما ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات وأدى إلى بروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتي تعتبر المعرفة أهم عوامل نجاحها.

حيث أن كل تلك التغيرات والتطورات تعتبر من سمات الاقتصاد الجديد القائم على الإنترنت، والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات التي تعتبر القوة الحالية والقادمة لجميع الدول حيث أسهم ذلك في توسيع دائرة حجم التبادل التجاري بين دول العالم، وأضحى العالم في سوق إلكترونية تنافسية واسعة لمختلف السلع والخدمات، وأصبحت مجالاً خصباً أمام الدول للاستفادة منها كوسيلة حديثة لزيادة حجم تجارتها الخارجية وتحقيق معدلات نمو أعلى في اقتصادياتها.

وفي هذا العصر التكنولوجي الذي تنتشر فيه الإنترنت انتشار هائل شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تتيح العديد من المزايا، فقد جعلت هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوق واحدة تتعادل فيها الفرص الممنوحة لكل الشركات على خلاف حجمها لاقتحام الأسواق العالمية والترويج للبضائع والسلع بكل سهولة متخطين كل الحدود وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بنقرة زر واحدة دون الحاجة لمغادرة أماكنهم، وعلى الرغم من تنامي حجم التجارة الإلكترونية عالمياً إلى أن أصبحت تمثل المستقبل لقطاعات اقتصادية كبيرة خاصة فيما يتعلق بالخدمات والاتصالات، غير أن البلدان العربية لم تستطع الاستحواذ إلا على نسبة ضئيلة منها، إذ أنها لم تستطع استيعاب فكرة أهمية المعلومات والتجارة الإلكترونية اقتصادياً إلا في الآونة الأخيرة وفي ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها الدول العربية، أصبحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلباً لتنميتها لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية وكذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي وأنه من أجل أن تحقق البلدان العربية الاستفادة من التجارة الإلكترونية فإنه من الضروري أن تعمل على تذليل العقبات التي تواجه استخدام هذه التكنولوجيا فيها وكذا توفير متطلباتها الضرورية من البنية التحتية التكنولوجية والتنظيمات المتعلقة بتطبيقها.

1-الإشكالية:

و بناء مما سبق نطرح الإشكالية التالية :

ما هو واقع التجارة الإلكترونية وتأثيرها على الاقتصاد الوطني؟

ولدراسة الإشكالية الرئيسية، نتطرق إلى الأسئلة الفرعية التالية:

-ماذا نقصد بالتجارة الالكترونية ؟

- ما هو واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ؟

- ما هي الآثار الاقتصادية لتجارة الالكترونية في الجزائر ؟

فرضيات الدراسة :

تتمثل فرضيات الدراسة في النقاط التالية:

- تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصال البنية الأساسية والقاعدة التقنية لتعاملات التجارة الالكترونية.

- هناك إمكانيات كبيرة متاحة للجزائر لتطوير التجارة الالكترونية و الاستفادة منها. التجارة الإلكترونية تساهم في نمو الاقتصاد الوطني.

. أسباب اختيار الدراسة:

إن الدوافع من وراء اختيارنا لهذا البحث هو :

- زيادة المستهلكين و المؤسسات الاقتصادية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعاملات التجارية؛

- حداثة الموضوع على المستوى الدولي وقلة الأبحاث والدراسات المتعلقة به؛

- معرفة ما هي أسباب هذا التأخر في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطبيقات التجارة الالكترونية؛

-رغبتنا وميولنا إلى دراسة هذا الموضوع الذي له علاقة بالتخصص، وتأثر هذا الأخير بآخر موجات التطور التكنولوجي.

أهداف الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على الجديد الذي جاءت به التجارة الالكترونية ، وما الذي يميزها عن الأسلوب التقليدي في المبادلات التجارية ، ولماذا لقيت هذا الراج الكبير لدى الأفراد ومختلف المنشآت ، والوقوف أيضا على حالة الجزائر فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تلعب دورا كبيرا في زيادة القدرة التنافسية وتحقيق التنمية الاقتصادية ، لما لها من علاقة مباشرة مع استعداد الجزائر لاستخدام تطبيقات التجارة الالكترونية ، وكذلك حصر السبل الكفيلة لتمكين الأفراد من الاستفادة من هذه التطبيقات ، واقتراح الحلول المناسبة لتخطي التحديات والعقبات التي تفرضها التجارة الالكترونية في الجزائر .

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول موضوعا حديثا مازالت النقاشات والدراسات متواصلة بشأنه خاصة على مستوى الهيئات الوطنية و الدولية ، وتظهر حدائته بشكل خاص في المجتمعات العربية وخاصة الجزائر لأنها لم تتل لحد الآن العناية والاهتمام اللازمين لدى الأفراد والمنشآت وحتى الحكومات ، فهي تعتبر مرجعا لكل المهتمين خاصة مسيري المنشآت الذين يرغبون في إدخال هذا النمط الجديد من المعاملات التجارية إلى منشآتهم وتبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها لدعم قدرتها التنافسية.

حدود الدراسة:

تهدف الدراسة إلى إبراز دور التجارة الالكترونية على الاقتصاد وشملت دراستنا إطارها الزماني من 2008 إلى 2022 والتي تتماشى مع الانفتاح الالكترونية, الأرقام و الإحصائيات الحديثة في التجارة الالكترونية، و إطارها المكاني يتمثل في الدراسة لدولة الجزائر .

منهج الدراسة:

للإمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي ، فيكون وصفا عند التعرض إلى المفاهيم النظرية بالتجارة الالكترونية ،

كما استعنا أيضا بالمنهج التحليلي من اجل استعراض وترجمة بعض الإحصائيات المتعلقة بالبحث وتقييم وضع التجارة الالكترونية في الجزائر .

الدراسات السابقة :

من أجل إثراء الحقل المعرفي ومساهمة منا في تقديم إضافة في ميدان البحوث العلمية التي تدخل ضمن مجال التجارة الإلكترونية ، قمنا بالاطلاع على مجموعة من الدراسات نذكر منها:

1.مذكرة ماجستير بعنوان " التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر " من إعداد الطالبة سمية ديمش، هدفت الدراسة إلى محاولة معرفة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر 03 ، 2014-2016 حيث حاولت إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في العالم عامة والعالم العربي خاصة، واستعرض بعض المجهودات الخاصة بتأهيل المجتمعات لتصبح قادرة على التعامل مع التجارة الإلكترونية وتسهيل

الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والكشف عن أهم التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها.

وخلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الإلكترونية، وغياب شبه كامل في التعاملات التجارية، ويعود سبب هذا التعثر إلى جملة من المعوقات التي تشكل تحدياً أمام انتشار هذه التجارة. رغم تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الإلكترونية، إلا أن هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع، وأمل كبير في انطلاق التجارة الإلكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية و التوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصاً أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الإنترنت.

2.أطروحة الدكتوراه بعنوان " التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي -واقع وتحديات"- من إعداد الباحث حسين شنيني، هدفت هذه الدراسة إلى توضيح و ابراز التجارة الإلكترونية كأسلوب جديد لاختراق الأسواق الدولية وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:

التصدير، الاستثمار المباشر، التراخيص والمشروعات المشتركة هي وسائل تقليدية لغزو الأسواق الدولية، أما التجارة الإلكترونية فهي بديل حديث والخيار الأمثل لكثير من الشركات ومنها العربية في غزو الأسواق.

إثبات أن المواقع والمتاجر الإلكترونية جودتها وكفاءتها بأن تكون المرآة المعاكسة للجانب المميز والإيجابي للتجارة الإلكترونية والتحدي الذي يقف في وجه التجارة الإلكترونية العربية هو قلة عدد المواقع

الإلكترونية العربية.

صعوبة الدراسة:

تتمثل صعوبة الدراسة في:

- تأخر عملية تبني وتطبيق التجارة الإلكترونية، مما يجعل السلسلة الزمنية للمعطيات قصيرة وغير كافية لإجراء تحليل عميق للظاهرة ومعرفة اتجاهاتها العامة؛
- قلة المراجع المتخصصة في التجارة الإلكترونية سواء كتب أو دراسات أكاديمية والتي تحتوي على معطيات حديثة، وبالتالي اعتمدنا على الانترنت والملتقيات و المقالات؛
- عدم توفر بيانات ومعلومات دقيقة و لحديثة للتجارة الالكترونية و مدى تأثيرها على الاقتصاد في الجزائر.

هيكل الدراسة:

حتى نعطي الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل وتبسيط الضوء على مكوناته ومختلف جوانبه ، وبالتالي نتمكن من بلورة و رؤية واضحة مساعدة على تجاوز الإشكالية باقتراح حلول موضوعية وواقعية قمنا بتقسيم بحثنا إلى مقدمة ، وفصلين وخاتمة وذلك على النحو التالي:

الفصل الأول : تحت عنوان مفاهيم أساسية حول التجارة الالكترونية بحيث تم التطرق فيه إلى ماهية التجارة الالكترونية ، إشكالاتها وتطبيقاتها ، وكذلك مزاياها وعيوبها.

الفصل الثاني :

تحت عنوان اثار التجارة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري ، بحيث تطرقنا لواقع التجارة الالكترونية في الجزائر و بيئتها العامة مع تحديد معوقاتها و تحدياتها بالإضافة إلى ايجابياتها و سلبياتها على الاقتصاد في الجزائر، وتحليل مؤشرات غير المباشرة نظرا لغياب إحصائيات مباشرة عن التجارة الالكترونية الجزائرية ، لننتقل بعد ذلك للحديث عن العراقيل التي تجابه هذا الشكل الجديد من التجارة ، وبناء عليه يتم إيجاد وتحديد السبل و المجهودات المبذولة التي تساعد على تحسين وتوسيع استعمال التجارة الالكترونية في الجزائر.



الفصل الأول:
مفاهيم أساسية حول
التجارة الإلكترونية

تمهيد:

إن التجارة الإلكترونية تعتبر إحدى صور ثورة نظم المعلومات والاتصالات و انتشار الإنترنت على وجه الخصوص التي وفرت وسائل مستحدثة في تبادل السلع والخدمات و تبادل البيانات بصورة لم تكن معروفة من قبل والتي تتميز بالسرعة والسهولة في الاستخدام وبعدها عن الصورة التقليدية المعروفة في إجراء العمليات التجارية وتوثيقها.

ففي هذا العصر الحديث الذي تنتشر فيه الإنترنت انتشارا هائلا، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تعددت مفاهيمه حسب العديد من المنظمات و الهيئات العالمية و الاقتصاديين، كما تتعدد أنواعها وأهدافها العامة، وقصد قيام التجارة الإلكترونية لابد من توفر مبادئ ومتطلبات أساسية، إضافة إلى أن لها آثار اقتصادية على مختلف أطراف التعامل وعلى الاقتصاد ككل حيث يهدف هذا الفصل إلى إبراز أهم المفاهيم والجوانب النظرية والعملية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية و نموها ، و ذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: أساسيات التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني : البنية التحتية للتجارة الإلكترونية و مراحل تنفيذها

المبحث الثالث : علاقة التجارة الإلكترونية بالاقتصاد

المبحث الأول: أساسيات التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة و التي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار و النمو و التحول إلى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد .

المطلب الأول : مفاهيم حول التجارة الإلكترونية

تتعدد في الواقع تعريفات التجارة الإلكترونية، وذلك حسب الرؤية الشخصية للقائل بالتعريف وحسب العنصر أو العناصر التي يركز عليها مفهوم أو تعريف دون غيره، وحتى نتمكن من دراسة التجارة الإلكترونية ومعرفة جوانبها وممارساتها المختلفة ينبغي أن ندرك بأن مصطلح التجارة الإلكترونية ينقسم إلى قسمين أساسيين هما :

1. التجارة: تعبر عن أي نشاط اقتصادي يتم من خلاله تبادل السلع والخدمات فيما بين أطراف التعامل المختلفة سواء أكانت حكومات أو شركات أو أفراد وذلك وفق قواعد ونظم متفق عليها.

2. الإلكترونية: وهي وصف لهذا النوع من التجارة تشير إلى أنها لا تتم إلا باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية المختلفة والتي تعتبر شبكة المعلومات الدولية.¹

وفيما يلي بعض التعاريف لمصطلح التجارة الإلكترونية:

- التجارة الإلكترونية هي عملية نقل وتسليم السلع والخدمات إلكترونياً²؛
 - التجارة الإلكترونية هي عبارة عن نهج حديث، أو بالأحرى نهج مستحدث، في إدارة الأعمال، يكون موجهاً إلى السلع والخدمات، وسرعة في الأداء.....
- ويتضمن نشاط التجارة الإلكترونية استخدام شبكة الاتصالات، في البحث واسترجاع المعلومات، من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات.¹

¹ محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 45، ص 46.

² السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، بدون طبعة، القاهرة، مصر، 2008، ص 31، ص 33.

• التجارة الإلكترونية هي التجارة التي تختصر الوقت والجهد أي لا توجد حدود جغرافية تعيقها ومستخدمه للوسائل التقنية الحديثة كأداة لتسهيل هذه التجارة؛²

• التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، وتتم هذه التعاملات بين الشركات أو بينها وبين عملائها أو بين الشركات والحكومات، وتشمل التجارة الخارجية والداخلية، ويمكن للتجارة الإلكترونية أن تقوم بوظائف جديدة في عمليات التبادل التجاري، من بينها الإعلان والمفاوضات وتسوية المدفوعات والحسابات وفتح الامتيازات لها التراخيص وإعطاء أوامر الشراء والتبادل لبعض السلع والخدمات.³

• وقد عرفت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD*: على أنها تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الإلكترونية ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة.

• اللجنة الأوروبية EC*: التجارة الإلكترونية هي أداء الأعمال إلكترونياً، حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، مكتوبة كانت أم مرئية أم مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات والفواتير الإلكترونية والمزادات التجارية، وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع وهي تشمل السلع والخدمات، وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية.

• التجارة الإلكترونية هي نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات.

¹عامر إبراهيم القنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 30.

²هاشم الشمري ندى الليثي، الاقتصاد المعرفي، بدون طبعة دار الصفاء، عمان، الأردن، 2002، ص 64

³ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 28.

* OECD: Organisation For Economic Coopertion and Development.

• التجارة الإلكترونية هي جمع المعلومات التي تتم عبر الانترنت سواء تمتعت بالصفة التجارية أم لا¹؛

من خلال التعريف السابقة يمكننا أن نستنتج تعريف شامل للتجارة الإلكترونية على أنها عملية تستخدم فيها التقنية الحديثة بمختلف صورها من أجل إجراء مختلف العمليات التجارية بين جميع الأطراف المتعاملة والتي تشمل إنتاج وبيع وتسليم السلع من قبل البائع و المستهلك بالإضافة إلى الخدمات وذلك من أجل تسهيل عمليات التبادل التجاري.

المطلب الثاني: الفرق بين التجارة الإلكترونية و التجارة التقليدية

هناك الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية حيث نستطيع القول بأن التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية لا تختلفان في العناصر المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات، ولكن يختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر فكلنا يعمل بالتجارة التقليدية، التجارة التي يتداولها كل فرد أو تاجر أو هيئة أو شركة أو مؤسسة في حياتها اليومية وكلنا يعلم بأن التجارة التقليدية متعبة ومرهقة ومكلفة، فمصاريفها كثيرة كالإيجار والديكورات ومصاريف الماء والكهرباء و النظافة ومكاتب وأوراق ورواتب الموظفين والمصاريف الإدارية ومصاريف التسويق الباهظة و التي عادة ما تكون تسويق محلي أي على مستوى المدينة التي تتواجد فيها المنشأة أو على مستوى الدولة، أما التجارة الإلكترونية فأنها تتبع أسلوبا غير تقليدي في الوصول إلى الزبائن، فهي تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض في تكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية فالتجارة الإلكترونية تتم من خلال سوق لربط الزبائن بالتجارة يتمثل في شبكة الانترنت، كما يمكن للشركات من خلال التجارة الإلكترونية القيام بإدارة أفضل لعمليات الشراء والتوريد والبيع والنقل والتأمين والدفع غالبا ما يكون إلكترونيا عبر بطاقات الائتمان والتحويل البنكي والشيكات الإلكترونية².

فقد مر التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية عبر حقتين زمنيتين أساسيتين نوجزهما فيما يلي³:

¹ نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، بدون طبعة، دار الثقافة للشر الاسكندرية، مصر، 2010، ص 19

** EC:European Commission .

² صغير موح مريم، سردون مهدية، إشكالية الاعتراف بالإيرادات في المحاسبة الدولية في ظل التجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل 2011، ص 6 - ص 7.

³ طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، منشأة المعارف، الإسكندرية، سنة 2005، ص 327.

1. مؤسسة أعمال - مؤسسة أعمال (Business to Business)

وهذا المستوى يتم بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض من خلال شبكات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وذلك لتقديم طلبات الشراء للموردين والعارضين، وتسليم الفواتير وإتمام عمليات الدفع، وهذا النمط من التجارة الإلكترونية موجود منذ سنوات عديدة خاصة في تبادل البيانات الإلكترونية من خلال الشبكات الخاصة¹.

2. مؤسسة أعمال - مستهلك (Business to consumer)

هذا المستوى من التجارة الإلكترونية يمثل البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي ولقد توسع بشكل كبير مع ظهور شبكة الإنترنت، فهناك الآن ما يسمى بالمراكز التجارية للتسوق تقوم بعرض السلع والخدمات لصالح المؤسسات وتقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من حيث عمليات الشراء والبيع عن طريق شبكات الإنترنت و يتم الدفع بطرق مختلفة كبطاقات الائتمان أو الشيكات الإلكترونية أو نقدا عند التسليم².

3. مؤسسة أعمال - إدارة حكومية (Business to Administration)

هذا المستوى يغطي كل المعلومات بين الشركات والهيئات الحكومية، فعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة يتم الإعلان عن المشتريات الحكومية من خلال شبكة الإنترنت و يمكن للشركات أن تتبادل الردود معها إلكترونياً إلا أن هذا النمط لا يزال في بدايته الأولى، لكن سوف يتوسع بسرعة كبيرة إذا قامت الحكومات باستخدام عملياتها بأسلوب التجارة الإلكترونية³.

¹ محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في بلوك الجزائر وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 أبريل 2011، ص 11.

² أحمد مداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه، رسالة ماجستير في العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة ، سنة 2006، ص 26.

³ إبراهيم أحمد عبد الحق الدوي ، التجارة الإلكترونية دراسة تطبيقية على المكتبات ، السلسلة الثانية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، سنة 2010، ص 36.

4. **مستهلك - إدارة حكومية (consumer to Administration)** هذا المستوى لم يظهر بعد ولكن ربما ينتشر مع انتشار التعامل الإلكتروني ونمو كل من نمط الشركة إلى المستهلك والشركة والهيئة الحكومية¹.

المبحث الثاني : البنية التحتية للتجارة الإلكترونية و مراحل تنفيذها

لا تقتصر التجارة الإلكترونية كما يظن البعض على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات عبر الانترنت، إذ أن التجارة الإلكترونية منذ انطلاقتها كانت تعتمد على البنى التحتية في معالجة حركات البيع والشراء وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الانترنت فالتجارة الإلكترونية في حقيقة الأمر تتطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسعت حتى أصبحت عمليات شراء وبيع المعلومات نفسها جنباً إلى جنب مع السلع والخدمات ولا تقف التجارة الإلكترونية عند هذا الحد، إذ هي تفتح آفاق أمام مستخدميها وسنحاول في هذا المبحث التطرق لأهم البنى التحتية للتجارة الإلكترونية و مراحل تنفيذها .

المطلب الأول: البنية التحتية لأمن المعلومات:

إن أمن المعلومات الإلكترونية يعد من أهم القضايا الحساسة في التجارة الإلكترونية، حيث أن معظم العمليات تتم إلكترونياً دون التقاء البائع والمشتري في مكان حقيقي واحد بل يتم ذلك من خلال الالتقاء الافتراضي من خلال موقع إلكتروني واحد، فتحدث المشاكل في التجارة الإلكترونية وبطرق متعددة عن طريق الهاكر أو المهاجمين أو عن طريق الفيروسات الإلكترونية أو أنواع أخرى من البرامج الخبيثة.

فهي تتعرض للعديد من المخاطر من بينها الحصول على المعلومات الخاصة والسرية من قبل الأشخاص غير المخولين وبالتالي يصبح لديهم القدرة على الاطلاع عليها أو استخدامها والتعديل عليها والحذف.

أولاً : أمن المعلومات :

هو عبارة عن مجموعة من القواعد والقوائم التي تحكم وتنظم عملية الاستخدام والوصول إلى المعلومات لتعريف المستخدمين بحقوقهم وواجباتهم وحماية المصادر المختلفة من التدمير أو السرقة، لذا فإن أمن

¹أياد زكي محمد أبو رحمة، أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، الجامعة الإسلامية غزة، سنة 2009، ص 22.

المعلومات يهدف لأن تكون المعلومات تحت تصرف وسيطرة الأشخاص المخولين بذلك وحجب إمكانية الوصول إليها من الأشخاص غير المخولين بذلك.

يركز أمن المعلومات على تأمين الحماية لأنظمة نظم التشغيل والبرامج والتطبيقات وقواعد البيانات وكما ينظم عملية الدخول إلى الأنظمة¹.

ثانياً: خدمات أمنية فعالة لضمان حماية أمن المعلومات:

هناك عدة خدمات تعمل على حماية أمن المعلومات نذكر منها ما يلي:

1 - خدمة حماية التعريف : تهدف هذه الخدمة إلى التحقق من هوية الشخص الذي يقوم بالتعريف عن نفسه فهذه الخدمة تستخدم للتحقق من أن الشخص الذي يقوم بالتعريف عن نفسه هو فعليا صاحب المعلومات التي تستخدم للتعريف فهناك نوعان من خدمات التعريف:

أ - التعريف الأول: هو التعريف الشخصي الذي يهدف للتعريف بهوية الشخص المرسل للمعلومات و التحقق من انه هو الشخص ذاته ليس شخص آخر يدعي ذلك.

ب - التعريف الثاني: هو التعريف لمصدر المعلومات أو المنشأ الأصلي للمعلومات و الذي يهدف إلى تحديد هوية المصدر و التحقق من أنه هو المصدر ذاته و ليس مصدر آخر يدعي ذلك .

2 - خدمة السيطرة على الدخول : تستخدم هذه الخدمة لتحديد الأشخاص المخولين بالدخول للموقع وبالتالي يتم منع الأشخاص غير المخولين بالوصول لمصدر المعلومات والبيانات.

تعتبر هذه الخدمة هي الطريقة المبدئية للتأكد من الدخول المسموح به والدخول غير مسموح به.

إن من أبسط المبادئ التي تستخدم لضمان ذلك هو استخدام اسم المستخدم وكلمة المرور وفي بعض الأحيان يتم إرسال رسالة نصية لهاتف المستخدم تحتوي على نص معين يجب إدخال هذا النص في شاشة الدخول قبل السماح للمستخدم من الدخول للموقع .

¹محمود محمد، مقدمة إلى التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان، الأردن، 2016، ص116، ص160.

3 - خدمة السرية: تتضمن هذه الخدمة حماية المعلومات و عدم السماح بالإفصاح عنها للجهات غير المصرح لها بالحصول عند تبادل الرسائل الإلكترونية عبر الوسائط المختلفة فان هذه الخدمة تسمح فقط للأشخاص المخولين بالاطلاع على محتوياتها أو تعامل معها حسب الصلاحيات التي تمنح للجهة المستقبلية، يعد تشفير البيانات أحد الوسائل المعتمدة لضمان سرية البيانات التي يتم تبادلها وتخزينها. لذا لا بد من تشفير الرسائل الإلكترونية قبل تبادلها خلال قنوات الاتصال غير الآمنة وخاصة في فضاء الانترنت باستخدام خوارزميات التشفير.

4 - خدمة سلامة المحتوى: تهتم هذه بحماية البيانات من التلاعب والتغيير كإضافة أو حذف أو تبديل أو تغيير ترتيب محتويات البيانات في النص، كما تهدف هذه الخدمة إلى منع تدمير البيانات بشكل جزئي أو كامل وبالتالي هنا يتم استقبال البيانات كما أرسلت بدون أي تغيير عليها بأي شكل من الأشكال. فهذه الخدمة تهدف إلى إثبات الجهة التي قامت بالعمل أو التصرف كالحصول على معلومات أو إدخال البيانات وفي حال الإنكار فإن هناك طرق مختلفة لإثبات ذلك.

ومن الطرق المستخدمة لمنع الإنكار لرسالة تم إرسالها سابقا هو أن يتم وضع توقيع المرسل الإلكتروني على الرسالة الأصلية في كل مرة يتم فيها تبادل البيانات، علما بأنه لا يمكن لأي شخص تزوير التوقيع الإلكتروني للمرسل.

وبالتالي لا يستطيع المرسل إنكار أنه قد قام بإرسال البيانات لأنه يكون قد قام بوضع توقيعته الإلكتروني على الرسالة.

5 - خدمة الصلاحيات: هذه الخدمة تهدف إلى توزيع الصلاحيات المختلفة القراءة والكتابة والتعديل بين المستخدمين كل حسب دوره في النظام. يتم توزيع الصلاحيات من قبل مزود النظام ومن الممكن أن تكون هذه الصلاحيات مقيدة بمكان وزمان محدد.

كما تهدف هذه الخدمة لضمان أن الأشخاص الذين يدخلون النظام ويقومون بعملية معينة قد تم منحهم هذه الصلاحية وفي نفس الوقت يتم منع الأشخاص غير مصرح لهم بعمل أي عملية لم يتم منحه إياها من قبل مزود النظام مع مراعاة أنه في بعض الأحيان يتم منح بعض الصلاحيات بشكل عام لجميع المستخدمين.

المطلب الثاني : البنية التحتية لشبكة الانترنت

تعد الانترنت إحدى أهم إنجازات تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر في عالمنا المعاصر بل ربما هي أكثر قوة فقد بات بإمكان أي شخص استخدام الانترنت التي لا تحتاج إلى شفرات خاصة أو أجهزة كمبيوتر خاصة، إضافة إلى إمكانية الولوج إليها من أي مكان في العالم. وعلى هذا سنحاول في هذا المطلب إبراز مفهوم ومراحل وكيفية عمل الأنترنت مع ذكر أنواعها .

أولاً: مفهوم الانترنت:

الانترنت (Internet) كلمة إنجليزية مختزلة للعبارة (Interconnescion Network) والمكونة من كلمتين (Interconnescion) وتعني ربط أكثر شيئين ببعضهما البعض (Network) وتعني الشبكة فيأخذ جزء (Net) من الكلمة الأولى وجزء (Inter) من الكلمة الثانية يتشكل لنا (Internet) بمعنى الربط بين الشبكات.

شبكة الانترنت هي الشبكة التي تقوم بالربط بين النهايات الطرفية للحاسبات باستخدام إحدى قنوات الاتصال بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الحاسب الآلي والنهايات الطرفية المتصلة به في إطار النقل على الخط المباشر للبيانات؛¹

شبكة الانترنت هي نظام اتصالات البيانات والذي يربطنا معها أجهزة وأدوات مستقلة مثل أجهزة والملحقات كالأقراص الصلبة والطابعات ومشغلات الأقراص الضوئية المدمجة، بالإضافة إلى موارد البرمجيات بغرض المشاركة في المعلومات ونقلها بكفاءة وفاعلية بطريقة اقتصادية بواسطة استخدام الوسائل الإلكترونية، وتشتمل تلك المعلومات على البيانات والنصوص والرسومات والصور والأصوات والفيديو، وأهم خاصية من خواص هذه الشبكة تتمثل في أن كل جهاز كمبيوتر مرتبط بالشبكة يستطيع العمل كجهاز مستقل عن الأجهزة الأخرى.

شبكة الانترنت هي شبكة معلومات دولية واسعة النطاق غير خاضعة لأي تحكم مركزي تضم بداخلها مجموعة شبكات حاسبات آلية خاصة وعامة منتشرة.

¹ هيم مصطفى، مدرسة المستقبل ومجالات التعليم عن بعد : استخدام الأنترنت في المدارس والجامعات وتعليم الكبار، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، الأردن، 2005 ، ص251- ص252.

ثانيا: مراحل تطور الانترنت:

مرت الأنترنت بعدة مراحل يمكن حصرها فيما يلي :

المرحلة الأولى: وتمتد من أواخر الستينات وأوائل السبعينات حتى أوائل التسعينات وفي هذه المرحلة كانت استخدامات الأنترنت محصورة في القطاع العسكري وقطاع البحث العلمي وكان الأساس هو نقل النصوص العادية وعرضها على شاشات الكمبيوتر، وأشهر التطبيقات هي البريد الإلكتروني ونقل الملفات .

المرحلة الثانية: وتمتد من أوائل التسعينات حتى الوقت الحاضر، وشهدت هذه المرحلة انتشار واسع الناطق للأنترنت واستخدامها في الأنشطة التجارية وتحولها للعمل على أساس تجاري وكان الأساس في توسع استخدام الأنترنت هو الاستفادة من الشبكة العالمية للاتصالات الهاتفية في اتصال حاسبات المستخدمين بالشبكات من خلال هواتفهم العادية أو من خلال مخصص الأنترنت، ويطلق عليه خط مستأجر، حيث يتم إستأجاره من شركة الهواتف على أساس سنوي أو لفترة أقل .

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة لم تبدأ بعد، وسوف تشهد انتشار واسع النطاق لتكنولوجيا الاتصال واسع المدى. يتم اتصال المستخدم بالأنترنت من خلال وصلة فائقة السرعة وقابلة للاستجابة دائما والهدف منه زيادة تدفق الانترنت في المراكز العلمية وتعتمد هذه الشبكة على تكنولوجيا اتصال ذات مدى واسع وفائقة السرعة.

إذ يتوقع أن تكون أسرع 600 مرة من الخطوط الهاتفية، وقد ازداد عدد الجامعات الأمريكية المشتركة في المشروع حتى بلغ 182 جامعة.

ثالثا : كيفية عمل الأنترنت:

تقوم الأنترنت بثلاثة وظائف رئيسية كما يلي:

• **تخزين المعلومات:** تقوم الأنترنت من خلال وسائل التخزين الحاسوبية بتلقي وحفظ المعلومات بشتى أشكالها كالصوت والصورة والنصوص .

● **معالجة المعلومات:** تنفذ حواسيب الأنترنت عمليات مختلفة على المعلومات تبعا للحاجة وذلك من خلال برامج حاسوبية ذكية.

● **نقل المعلومات:** تنتقل شبكة الاتصال السلكية واللاسلكية المرتبطة بالأنترنت المعلومات بين أطرافها من خلال أنظمة توجيه، تعمل طبقا لقواعد اتصال تعرف ببروتوكول التحكم بالاتصال وبروتوكول الأنترنت وعلى أساس هذه البروتوكولات يتمتع كل طرف من أطراف الأنترنت بعنوان وتنتقل المعلومات بينها على شكل رمز ثم تتحكم أنظمة التوجيه باختيار الطريق المناسب لها تاريخها ومستقبلها¹.

رابعا: أنواع الشبكات:

يمكن تلخيص أنواع الشبكات وفق معيارين من حيث التغطية الجغرافية فيما يلي :

أ- **شبكات المناطق المحلية LAN*:** مجموعة من الحواسيب غالبا ما تكون حواسيب مصغرة يتم من خلالها تقاسم التجهيزات والبرامج والبيانات المتوفرة حيث يمكن من خلال هذه الشبكات قراءة البيانات الموجودة في الحواسيب الأخرى المشاركة في الشبكة كما ويمكن تقاسم البرامج المختلفة مثل البرامج الإحصائية، برامج معالجة الكلمات، البرامج التطبيقية، وقواعد البيانات والطابعات عالية الجودة وهي شبكات يتم تركيبها في مختلف أنواع المؤسسات الأكاديمية والتجارية و الصناعية وغيرها، حيث يمكن نقل البيانات بسرعة بـث عالية بين أجهزة موزعة في منطقة محدودة، غالبا ما تكون في حدود خمسة كيلو مترات مربعة مع استخدام الوسائط لنقل المعلومات بسرعة (1-30) مليون بايت في الثانية أو أكثر².

ب- **شبكات المناطق الداخلية MAN**:** ويطلق هذا النوع على الشبكات المحلية لكنها على مستوى

¹ سعيد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي، التسويق عبر الأنترنت، بدون طبعة، مكتبة المجتمع العربي، الأردن 2007، ص16- ص17

² بلحسين عتيقة وآخرون، قطاع التكنولوجيا والاتصال وواقعه في الجزائر، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر 2011، ص9- ص10.

* LAN:Local Area Network

** MAN:Métropolitain Area Network

منطقة مدنية مساحتها تكون بحدود 40 كيلو متر تقريبا كمسافة بين أبعد نقاط الربط فيها، ويكون أساس الربط هذا عن طريق تكنولوجيا الألياف الضوئية بين المواقع المختلفة مزودة بسرعة نقل تقدر بحوالي مائة بايت في الثانية .

ت- شبكات المناطق الواسعة *WAN¹: هذا النوع من الشبكات يمتد إلى مسافات جغرافية واسعة ويشتمل على أشكال متنوعة من الكبلات، الاتصالات الفضائية وتكنولوجيا الموجات الدقيقة إذن هي شبكة اتصالات بعيدة المدى، بالإضافة إلى أنها تستخدم وسائل متنوعة ومتداخلة من خطوط الاتصال التحويلية والمكرسة وعن طريق استخدام هذا النوع من الشبكات فإن المستخدم يكون مسئولا عن إنشاء الرسائل الأكثر كفاءة في النقل والمرور إضافة إلى التدقيق في الأخطاء والتحرير والتطوير في المحددات البروتوكولات وإدارة للاتصالات بعيدة المدى.

مطلب الثالث : مجالات و أطراف التجارة الإلكترونية

للتجارة مجالات عديدة نذكرها فيما يلي:

أولا : مجالات التجارة الإلكترونية:

تتواجد التجارة الإلكترونية في بعض المجالات مثل تجارة التجزئة، والتمويل، التوزيع التصميمات الهندسية، التعاملات التجارية، النشر، خدمات متخصصة، التجارة الدولية وفيما يلي بعض الحالات:

1- تجارة التجزئة: مثال ذلك الكتب والمجالات ويتم فيها البحث عن اسم الكتاب أو المحتوى ومعرفة

السعر وتتم فيه عملية الدفع بطريقة إلكترونية ويتم التسليم من خلال الناشر

2- البنوك والتمويل: تقدم البنوك الخدمة الإلكترونية والتي من أبسطها الاستعلام من الحساب ومتابعة أسعار البورصات والبيع والشراء للأسهم.

3- التوزيع مثال ذلك توزيع المنتجات الإلكترونية من برامج وأجهزة حاسب آلي، توزيع الصور و الأفلام والشرائط الموسيقية.

*WAN:Wide Area Network

4-التصميمات الهندسية:من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة عمل ومن أشهر الأمثلة في هذا المجال قيام شركة فورد للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد يعمل أعضائه في أربع مواقع جغرافية مختلفة.

التعاملات التجارية :من أمثلة ذلك نظام التبادل التجاري بين الشركات حيث تقوم بالتبادل إلكترونية للمنتجات، و تمر بمراحلها المختلفة وتدعم نظم الدفع المختلفة وتبادل المستندات، التأمين، وتقديم خدمات ما بعد البيع.

6-النشر ومن أمثلة ذلك قيام شركات النشر بإتاحة إصداراتها من الجرائد والمجلات بصورة إلكترونية.

7-خدمات متخصصة مثل الاستشارات الطبية، القانونية، الهندسية.

8-الخدمات المصرفية الإلكترونية: يعد إتمام الخدمات المصرفية إلكترونيا من أقدم المجالات التي تتم فيها التجارة الإلكترونية، وهي تتقدم بشكل متزايد، ويتم إتمام معظم الصفقات المالية إلكترونيا.

والملاحظ أن من البنوك العالمية الرئيسية هي التي تقدم الخدمات المصرفية بصورة مباشرة، ولكن من المتوقع إلا يستمر ذلك الوضع كثيرا حيث أن تكلفة إتمام الصفقة بالطريقة التقليدية إنما تقدر بأكثر من مائة ضعف تكلفة استخدام الانترنت وفي هذا الإطار فإنه يتم تعديل كثير من الاستشارات المالية والخدمات الشخصية بحيث تتلاءم مع التسليم الإلكتروني.

9-الخدمات المالية الإلكترونية:كذلك تساهم المعلوماتية بدور كبير في مجال الخدمات المالية.

فالخدمات المالية توجد من أجل حماية الأموال و استثمارها وإدارتها، فتقوم أنظمة الدفع بنقل المال من المشتري إلى البائعين .

- له طرق متعددة لنقل الأموال للأغراض التجارية في الشبكات والديون المباشرة وكروت الائتمان والصناديق الإلكترونية وغيرها¹.

¹بن رجدةل جوهر، الأنترنت والتجارة الإلكترونية، (شهادة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، فرع التسيير جامعة سعد دحلب،

البلدية الجزائر، 2001) الجزائر، ص78ص79 .

ثانياً: أطراف التجارة الإلكترونية:

إن التجارة الإلكترونية تعمل على تغيير ملامح الرئيسية للتعاملات التجارية والمالية العالمية، حيث أنه بالرغم من أن أطراف التجارة الإلكترونية نفسها الأطراف الثلاثة المعروفة في التجارة العادية وهي المشتري، التاجر، البنك، إلا أنها ستظهر بمظهر جديد وفقاً للمتغيرات المعاصرة المفروضة عليها.

فالمستهلك اليوم ليس نفسه مستهلك السنوات الأولى من القرن العشرين، حيث أصبح اليوم سيد الموقف وكل الجهود والبحوث التسويقية تسعى إلى إرضائه وكسب ولائه ونفس الكلام ينطبق على الأطراف الأخرى سنرى فيما يلي:

1- المستهلك: وهو الذي يبحث عن السلعة أو الخدمة التي يرغب في تحصيلها وذلك بالدخول إلى إحدى المتاجر الافتراضية على الويب ويختار ما يناسبه منها سواء من ناحية الجودة، السعر، الكمية طريقة الدفع، أو التسليم..... إلخ وذلك باتباع خطوات بسيطة للتسويق.

إن الابتكارات الجديدة للتكنولوجيا يجب أن توجد لكي تخدم المستهلكين وتلبي احتياجاتهم سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، كما يجب أن تكون وسائل الدفع بسيطة التطبيق وسهلة الاستعمال حيث أن توضع في خدمتهم قارئ بطاقة مؤمنة ووسائل حديثة للدفع وآليات تسمح بحد لامتناهي من الحماية ضد القرصنة وضد خيانة بعض تجار الأنترنت.

2- البائع: وهو الذي يقوم بعرض السلع والخدمات في السوق الإلكترونية ضمن أحد مواقع الويب التي تسمى المتاجر الافتراضية وذلك لجلب أكبر عدد من المستهلكين.

التاجر الافتراضية البسيطة هي موقع ويب مصمم يسهل على الزائر العثور على السلعة المناسبة التي يريدها وهو يكون مملوكاً إما من طرف تاجر بسيط أو شركة تجارية أو مجموعة من الشركات أو حتى من طرف شركات افتراضية لوجود لها في أرض الواقع .

يجب أن يحتوي المتجر الافتراضي على الأقل على ما يلي:

●مزود ويب

●خط مستأجر مفتوح دائماً وهي صفحات ويب عادية؛

برامج لضمان أمن المعلومات المالية للزبائن، وإدارة التعاملات المالية مع البنوك ومؤسسات النقد الافتراضي.

• برامج تصل بين المتجر الافتراضي وبين قاعدة بيانات الزبائن وقواعد بيانات المحاسبة والمخزون والشحن وهي عادة ما تسمى بالنظم الخفية لأنها تعمل في الخفاء بدون أن يراها المستخدم أو يشعر أنها برامج لربط المتجر الافتراضي بالمؤسسات المالية الداعمة والمشاركة مثل المصارف.

3-البنك: يلعب البنك دور أساسيا في المعاملات التجارية الإلكترونية أكثر في التجارة العادية بحيث ينبغي أن يكون كل من البائع والمشتري مرتبطان بخدمات بنك معين ولا يشترط أن يكون نفس البنك يتولى مهمة تسيير المعاملات المالية، فالدفع والقبض يكون بين البائع وبنك المشتري وفق أنظمة دفع آمنة وذلك يتم بواسطة نظام التحويلات المالية الإلكترونية.

وهو نظام يتبع طريقة إلكترونية آمنة في نقل التحويلات المالية أو التدفقات المالية من حساب بنكي لآخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات وهو يمتاز في حال تطبيقه بطريقة صحيحة، بدرجة عالية من الأمن والثقة وسهولة الاستخدام.

المبحث الثالث : فوائد التجارة الإلكترونية وسلبياتها على الاقتصاد

تعتبر التجارة الإلكترونية قوة دافعة للتغيير في الاقتصاد، حيث تقدم العديد من الفوائد التي يمكن أن تعزز النمو الاقتصادي وتزيد من التنافسية.

ومع ذلك، فإن هذا النمو السريع والمتزايد يأتي أيضاً مع مجموعة من التحديات والسلبيات التي يجب معالجتها لضمان استدامة هذا القطاع وتحقيق أقصى استفادة ممكنة منه.

المطلب الأول: فوائد التجارة الإلكترونية على الاقتصاد

تتميز التجارة الإلكترونية بالقدرة على تجاوز الحدود الجغرافية والزمنية، مما يتيح للشركات والأفراد الوصول إلى الأسواق العالمية والمحلية بسهولة مما يشكل فوائد على الاقتصاد تتمثل في :

1. **توسيع الأسواق**: تمكن الشركات من الوصول إلى أسواق جديدة على مستوى العالم، مما يزيد من قاعدة العملاء المحتملين ويعزز النمو الاقتصادي.
2. **تكاليف منخفضة**: تقليل التكاليف التشغيلية مثل الإيجار، والموظفين، والمخزون، مما يزيد من الربحية.
3. **الراحة وسهولة الوصول**: تسهيل عملية الشراء للعملاء في أي وقت ومن أي مكان، مما يزيد من حجم المبيعات.
4. **تسهيل العمليات التجارية**: تحسين كفاءة العمليات اللوجستية وسلسلة التوريد، مما يقلل من التكاليف ويزيد من الكفاءة.
5. **تشجيع الابتكار**: دفع الشركات لتطوير منتجات وخدمات جديدة وتبني تقنيات حديثة لتحسين تجربة العميل.
6. **زيادة التنافسية**: تحفيز الشركات على تحسين منتجاتها وخدماتها للبقاء في منافسة، مما يؤدي إلى تحسين الجودة وانخفاض الأسعار.

7. تحسين الكفاءة والإنتاجية: تساعد على تحسين كفاءة العمليات التجارية من خلال أتمتة العديد من العمليات وتقليل الوقت اللازم لإتمام الصفقات¹.

المطلب الثاني : سلبيات التجارة الإلكترونية على الاقتصاد

ينما تُعتبر التجارة الإلكترونية قوة دافعة نحو النمو والابتكار في الاقتصاديات العالمية والمحلية، فإنها تحمل أيضاً مجموعة من التحديات والسلبيات التي يمكن أن تؤثر سلباً على الاقتصاد

1. زيادة التشتت الاقتصادي: قد تؤدي التجارة الإلكترونية إلى زيادة التنافسية بين الشركات والتي قد تؤدي في بعض الأحيان إلى زيادة التشتت الاقتصادي.

2. تأثيرها على التوظيف التقليدي: قد يؤدي الانتقال إلى الأنشطة التجارية عبر الإنترنت إلى فقدان بعض الوظائف التقليدية في القطاعات التجارية التقليدية.

3. مشاكل الأمن والخصوصية: تتعرض المعلومات الشخصية والمالية للخطر من الاختراقات الإلكترونية والاحتيال، مما يخلق تحديات للأمن الرقمي.

4. تفاقم الفجوة الرقمية: قد تزيد التجارة الإلكترونية من الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والنامية.

5. التأثير على الأعمال التقليدية: قد تؤدي إلى تراجع بعض الشركات التقليدية التي لا تستطيع التكيف مع التحول الرقمي، مما يؤدي إلى فقدان وظائف.

6. قضايا الأمان: زيادة مخاطر الاحتيال والقرصنة الإلكترونية، مما يتطلب استثمارات كبيرة في مجال الأمان السيبراني.

7. تفاوت فرص الوصول: قد تواجه بعض المناطق أو الدول تحديات في الوصول إلى الإنترنت والبنية التحتية الرقمية، مما يخلق فجوة في الاستفادة من مزايا التجارة الإلكترونية.

• ¹كتاب محمد بورزق ومجموعة من الباحثين العرب " التجارة الإلكترونية استراتيجيات وتطبيقات". ص 114 ص 115

8. التأثير على الاقتصاد المحلي: بعض الشركات الصغيرة والمحلية قد تجد صعوبة في المنافسة مع الشركات العالمية الكبرى، مما يؤثر على الاقتصاد المحلي.

9. القضايا التنظيمية: التحديات القانونية والضريبية التي تنشأ من التعاملات عبر الحدود، مما يتطلب تعاوناً دولياً وتنظيمات مناسبة.

المطلب الثالث: الأبعاد الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

في العقدین الأخيرین، شهد العالم تحولاً كبيراً نحو الرقمنة في مختلف جوانب الحياة، وكان من أبرز مظاهر هذا التحول هو النمو السريع والانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية.

تعد التجارة الإلكترونية اليوم محركاً رئيسياً للاقتصاد العالمي، حيث تتداخل مع العديد من القطاعات الاقتصادية وتؤثر على الأعمال التجارية والمستهلكين والدول بطرق متعددة فتمثل الأبعاد الاقتصادية للتجارة الإلكترونية في :

1. نمو السوق والتجارة الدولية: تساهم التجارة الإلكترونية في توسيع السوق العالمي وتمكين الشركات من الوصول إلى عملاء جدد في جميع أنحاء العالم، مما يزيد من فرص التجارة الدولية ويعزز التبادل التجاري.

2. تحسين الكفاءة والإنتاجية: يمكن أن تساعد التكنولوجيا الرقمية المستخدمة في التجارة الإلكترونية في تحسين عمليات الإنتاج والتوزيع، مما يزيد من كفاءة الشركات ويقلل من التكاليف.

3. تحسين الوصول إلى المنتجات والخدمات: يتيح الإنترنت للمستهلكين الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات بسهولة وبأسعار تنافسية، مما يزيد من الاختيارات المتاحة لهم.

4. تعزيز التنافسية وزيادة الأعمال: تمكن التجارة الإلكترونية الشركات الصغيرة والمتوسطة من دخول السوق بشكل أسهل وأقل تكلفة، مما يزيد من التنافسية ويعزز زيادة الأعمال.

5. تأثير العملات الرقمية والتشفير: بالإضافة إلى التجارة الإلكترونية التقليدية، فإن العملات الرقمية مثل البيتكوين تلعب دوراً متزايد الأهمية في عمليات الشراء عبر الإنترنت وتأثيرها على الأسواق المالية.

6. تأثير على هياكل السوق والقطاعات الاقتصادية: تغيير في طريقة الشراء والبيع يمكن أن يؤثر على هياكل السوق التقليدية والقطاعات الاقتصادية المختلفة¹.

¹ محمد علي خليل فوائد التجارة الإلكترونية وتأثيرها على الاقتصاد العربي مجلة الاقتصاد و الأعمال العربية ص 33

خلاصة الفصل :

من خلال ما سبق نجد أن التجارة الإلكترونية هي إحدى أهم المظاهر الحديثة في اقتصاد المعرفة والمحرك الرئيسي له وتمثل القطاع الأسرع نمواً في الاقتصاد العالمي، ولقد أصبحت في وقتنا الحالي عنصر فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المتعاملة فيه من أفراد ومؤسسات وإدارات.

فالتجارة الإلكترونية باتت تنافس التجارة التقليدية من حيث الحجم قلة التكاليف، ربح الوقت. كما يكسب مستخدميها قدرات تنافسية، فأصبحت بديلاً اقتصادياً لاسيما مع الأسواق البعيدة معتمدة في ذلك على الانترنت التي تساهم في توسع حجم السوق والسماح للكثير من التجار الصغار الدخول في ميدان التجارة الإلكترونية، دون الحاجة إلى المعارض والمباني التي تمتاز بعدد كبير من العاملين الذين يحتاجون إلى إمكانيات مالية ضخمة.

أهم ما نستخلصه من مفهوم التجارة الإلكترونية هو أنها جعلت العالم كله عبارة عن سوق للمنتجات والخدمات و المعلومات معتمدة في ذلك على الانترنت وكذا العوائد وتعد وسيلة بسيطة ومتميزة للوصول للأسواق العالمية وسنحاول في الفصل الموالي التطرق إلى أهم آثار التجارة الإلكترونية على الجوانب الاقتصادية في الجزائر.

الفصل الثاني:
آثار التجارة الالكترونية
على الاقتصاد الجزائري

تمهيد :

في السنوات الأخيرة، شهدت الجزائر تطوراً ملحوظاً في مجال التجارة الإلكترونية، مما يعكس التوجه العالمي نحو الرقمنة واستخدام الإنترنت في الأنشطة التجارية. يعتبر هذا التحول جزءاً من الجهود المستمرة لتعزيز الاقتصاد الجزائري من خلال تبني التكنولوجيا الحديثة وتسهيل الوصول إلى الأسواق العالمية. إن الأبعاد الاقتصادية للتجارة الإلكترونية في الجزائر تتجلى في عدة جوانب، تؤثر بشكل مباشر على النمو الاقتصادي وتطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز التنافسية بين الشركات.

فمن خلال هذا الفصل نهدف لمعرفة اثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الجزائري في العصر الرقمي الذي نعيشه اليوم، فأصبحت التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات الاقتصادية الرئيسية التي تساهم في تعزيز الاقتصاد العالمي والمحلي. وقد بدأت الجزائر، كغيرها من الدول، في إدراك الفوائد الكبيرة التي يمكن أن تجنيها من تبني هذا النمط الحديث من التجارة.

إن الانتقال من الأساليب التقليدية إلى منصات التجارة الإلكترونية يمثل تحولاً جذرياً يتطلب تغييراً في البنية التحتية والتشريعية، وكذلك في عادات وتوقعات المستهلكين والشركات على حد سواء.

المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

في قلب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة يتطور التفكير حول أهمية التجارة الإلكترونية كظاهرة حديثة تساهم في صياغة العالم المعاصر المتميز باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات وقد لاقت هذه رواجاً واستحساناً كبيراً ، وتمكنت من فرض وجودها على الدول المتقدمة والعربية على حد سواء ، الا ان الجزائر متأخرة وشبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الإلكترونية ، ولم تعطي التجارة الإلكترونية حقها ، ومؤخراً بدأت الجزائر تسعى بخطوات جد بطيئة في إيجاد طريقها في مجال تطبيق هذه التجارة وجني الفوائد الكامنة فيها¹.

¹عبدالسراج،"التسويق و التجارة الإلكترونية في الدول العربية ، التحديات التي تواجهها و سبيل التغلب عليها"،مجلة العلوم الإنسانية،العدد،5جامعة محمد خيضر،بسكرة،1 ديسمبر،،2016ص69.

المطلب الأول: لمحة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر

ان النمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد والمماثلة في تطبيق هذه التجارة ، وان محاولة رصد ودراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية والرغبة في إجلاء الغموض عنها ، يستدعي توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع إلا انه يبقى عدم الانطلاق الفعلي لهذه التجارة ، وبقيتها مجرد حلم ينتظر تحقيقه ، وكذلك قلة الوسائل الصحيحة للقياس وعدم وجود هيئة او جهة مختصة استوعبت أهمية التجارة الإلكترونية ونسقت الجهود لتطويرها وتشجيعها ، وبالتالي تكون مصدرا قادرا على توفير البيانات التي تواجهها وسبيل التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الإلكترونية.

-حيث إن كانت التجارة الإلكترونية موجودة في الجزائر بالموازاة مع التجارة العادية ودليل على ذلك وجود العديد من المواقع الإلكترونية المتخصصة في التسويق الإلكتروني إلا أنها كانت قبل صدور قانون التجارة الإلكترونية الجزائري رقم 18 / 05 تفتقد للتنظيم والذي تأخر في الصدور ورغم ذلك فإن لهذا الأخير دورا في تنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية وما تقوم عليه هذه الأخيرة من أسس ، حيث تضمن الباب الأول منه الأحكام العامة المنظمة لهذه التجارة وفي مقدمتها التجارة الإلكترونية ، حيث جاء في المادة 6 من القانون رقم " 18 / 05 التجارة الإلكترونية النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني بإقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الإلكتروني ، عن طريق الاتصالات الإلكترونية"¹

وبالتالي وضح المشرع الجزائري أطراف المعاملة التجارية الإلكترونية ووفر الإطار القانوني والحماية اللازمة لأطرافها تماشيا مع مستحدثات ثورة المعلومات التي غيرت من طابع المعاملات التجارية الكلاسيكية ، وأوجدت ما يسمى بالمعاملات الإلكترونية ، والتي هي شكل من أشكال المعاملة ، ويمكن تعريف المعاملات الإلكترونية الحكومية على أنها " الاستخدام التكاملي الفعال لجميع تقنيات المعلومات والاتصالات لتسهيل وتسريع التعاملات بدقة عالية داخل الجهات الحكومية وبينها وبين تلك التي تربطها

¹ القانون رقم 05/18 المؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق لـ : 10مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، الجريدة

الرسمية العدد ، 28 بتاريخ 20 شعبان 1439 الموافق لـ 16 مايو سنة 2018.

بالأفراد¹، فالتعاملات قد تشمل كل الخدمات التي يقدمها المرفق العام عبر الشبكة العنكبوتية سواء ما تعلق بخدمات موجهة للأفراد أو وحدات الأعمال ، وفي هذا الإطار بذلت الجزائر جهودا لأجل عصرنة المرافق العامة وتسهيل الإجراءات والخدمات على المواطنين ، حيث تبنت العديد من الإصلاحات نظرا للفوائد الكبيرة لهذه التقنية الرقمية على الاقتصاد الوطني.

- هذا وقد كان لقطاع العدالة ووزارة الداخلية والجماعات المحلية السبق في الاستفادة من التقنية الرقمية، حيث من بين القطاعات الأولى التي حظيت بحصة الأسد في مجال رقمنة الخدمات 3 مقارنة بقطاعات أخرى هو قطاع التجارة.

أولا : تصنيفات التجارة الالكترونية في الجزائر

تتجه غالبية معاملات التجارة الالكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة ، وهي التعامل بين الشركات والمستهلكين ، والتعامل بين الشركات بعضها مع بعض.

1: الالكترونية بين التجارة الشركات والمستهلكين B2C :

إن التجارة الالكترونية اليوم هي بمثابة لغة عالمية جديدة لمختلف الاقتصاديات ، فانتساع رقعة استعمال الانترنت بين مختلف أوساط فئات المجتمع ، احدث تغييرا كبيرا في التعاملات التجارية للجزائريين ، وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الانترنت و يصلها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الانترنت ، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الالكترونية التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا ، كحرية الاختيار ، واقتصاد الوقت والتكاليف

وفي دراسة حديثة بعنوان ويب ديالنا (web dailna) هي الوحيدة من نوعها ، أجريت سنة 2009 من قبل مؤسستي " (DEM & moc) وcitaedi " اللتان تعملان في مجال البحث والتحليل والاستقصاءات حول التسويق عبر شبكة الانترنت ، وضحت نتائجها إن 75% من مستخدمي الانترنت الذين شملتهم الدراسة يعتبرون الانترنت أداة جد مهمة لا يمكن الاستغناء عنها ، حيث إن 90% منهم أصبحت الانترنت جزءا من حياتهم اليومية يستخدمونها على الأقل مرة واحدة في اليوم ، وعن طبيعة استخدام هذه الشبكة

¹ انظر للموقع المتخصص في برنامج التعاملات الالكترونية الحكومية www.yessergov.as : موساوي رشيدة ، دراجي.

فإن 80.7% من المشاركين يستخدمون الانترنت للبحث ، بينما 22.9 %يقومون بإجراء اتصالات تجارية عبر هذه التقنية¹.

2:التجارة الالكترونية بين الشركات B2B : إن التطور المذهل الذي أحدثته ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عالم الأعمال والتجارة ، يفرض على المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الجاد في استعمال هذه التكنولوجيات خاصة الانترنت كقاعدة ، ويدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الالكترونية في قنوات عملها اليومية ، وقد بدأت المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الالكتروني ، ولكن بمستويات مختلفة ، فالإبحار في الشبكة العنكبوتية يجعلنا نكتشف مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الانترنت مع المؤسسات الأخرى ، إلا إن المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الالكترونية تركز على العلاقة مع الزبائن ،في حين هناك ضعف كبير في المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات ، والدراسات القليلة المتوفرة تقتصر على تسليط الضوء على الواقع التكنولوجي لدى مختلف الهيئات الاقتصادية في الجزائر ، ففي دراسة قام بها باحث في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية حول استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مست 550 مؤسسة خلال سنة ، 2010 بينت نتائجها أن استعمال هذه التكنولوجيا يقتصر على اقتناء واكتساب وسائل الإعلام الآلي بدلا من تشغيلها واستغلالها استغلالا أمثل يمكن من الاستفادة من التطبيقات التجارية المتميزة لهذه التكنولوجيا.

فبخصوص الاطلاع على التطورات التكنولوجية المعاصرة صرحت 53.1% من المؤسسات المستجوبة بمعرفتها بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ،بينما 46.33%منها فقط تستعمل هذه التكنولوجيات ، أي أن أكثر من نصف المؤسسات 53.67% ستكون بعيدة كل البعد عن ترقية وتطوير الممارسة التكنولوجية في المجال التجاري ، وستحرم من الفوائد الكثيرة لهذه التكنولوجيات ، والتي من بينها التحسن والتطور في مجال المنافسة و المردودية ،فقد صرحت 63%من المؤسسات المستعملة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أنها تشهد نموا مستمرا في رقم أعمالها بفضل تطبيق هذه التكنولوجيا.

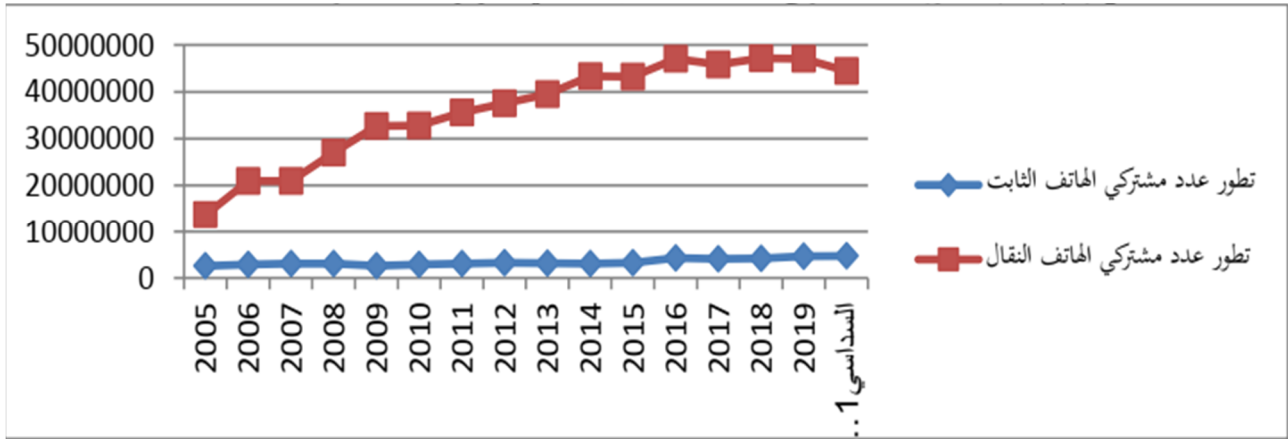
¹سمية ديميش ،"التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر" ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2010/ 2011

والملاحظ هو تطور إدراك المؤسسات الجزائرية لأهمية التكنولوجيا الحديثة ، والذي ترجم بنمو معدل استعمال المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ولو بخطوات ثقيلة للغاية.

المطلب الثاني : البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر

من بين أهم العوامل الرئيسية لتنمية التجارة الالكترونية هو بناء بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

الشكل 2-1: تطور عدد مشتركى الانترنت الثابتة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (committed to connecting the world) (تقرير التنمية لسوق الهاتف والانترنت في الجزائر للسداسي الاول) 2020 ،

من خلال قراءتنا للمنىحى البياني أعلاه، يظهر لنا أن تطور الهاتف الثابت في الجزائر يتجه نحو الاستقرار بحوالي 4 ملايين مشترك وهي ظاهرة طبيعية حاصلة في أغلب الدول، والسبب هو توجيه المواطنين إلى تكنولوجيا الهاتف النقال .

حيث عرفت سنة 2017 انخفاضا طفيفا في عدد المشتركين مقارنة بالسنوات السابقة، كما شهد عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر نمو ايجابي خلال السداسي الأول من سنة 2020 مسجلا بذلك نموا طفيفا قدر بـ 1.57 % لينتقل من 4.6 إلى 4.7 مليون مشترك.

ويفسر انخفاض عدد المشتركين في الهاتف الثابت في الجزائر رداءة البنية التحتية للهاتف الثابت والأعطال التي يتعرض لها .

ومن جهة أخرى نلاحظ من خلال الشكل البياني أن تطور الهاتف النقال في الجزائر عرف تحسنا كبيرا ،حيث بلغ عدد مشتركى الهاتف النقال 44 مليون مشترك في سداسي الأول من سنة 2020 بعدما كان عدد المشتركين 12 ملين مشترك في سنة 2005 بزيادة تقدر ثلاث أضعاف وهو رقم كبير جدا، واما يخص الثابت بين 2014/2015 في حدود 47 مليون مشترك يفسر باكتظاظ السوق وتشبعه ثم يرتفع إلى 47 مليون مشترك وكان سببه الرئيسي هو إطلاق خدمة الجيل الرابع في 1/10/2016 .:

الجدول 1-2: أنواع الاشتراكات في خدمة الانترنت النقال

المؤشر	2017	2018	2019	السداسي 1 2020
عدد اشتراكات إنترنت الهاتف النقال (3G)	21 592 863	17 422 312	11 989 157	10 637 991
عدد اشتراكات إنترنت الهاتف النقال (4G)	9 867 671	18 920 289	24 922 271	26 329 792
عدد اشتراكات إنترنت الهاتف النقال (3G+4G)	31 460 534	36 342 601	36 911 428	36 967 783

المصدر: (تقرير التنمية لسوق الهاتف والانترنت في الجزائر لسداسي الأول 2020)

إن عدد اشتراكات الانترنت الهاتف النقال 3G تتناقص من سنة إلى أخرى هذا من جهة ومن جهة أخرى فان عدد مشتركى الانترنت النقال في 4G تتزايد ومنه نفسر أن النقص في مشتركى الجيل الثالث ناتج عن الزيادة الحاصلة في عدد مشتركى الجيل الرابع الذي ينتقل إليه المشتركى للحصول على نوعية جيدة من الانترنت النقال، إذ بلغ عدد إجمالي مشتركى الانترنت النقال في الجزائر أكثر من 36 مليون اشترك في السداسي الأول من عام 2020 بارتفاع طفيف قدر بـ 15% مقارنة بـ 2019 وهو رقم كبير مقارنة بعدد اشتراكات في الانترنت الثابت.

الجدول 2-2: نشاطات الدفع عبر الانترنت في الجزائر:

السنة	هاتف / اتصالات	نقل	تأمين	كهرباء/ماء	خدمة إدارية	خدمات	العدد الإجمالي للمعاملات	المبلغ الإجمالي
2016	6 536	388	51	391	0	0	7 366	15 009 842,0
2017	87 286	5 677	2 467	12 414	0	0	107 844	267 993 423,4
2018	138 495	871	6 439	29 722	1 455	0	176 982	332592583.28
2019	141 552	6292	38806	2432	5056	0	202480	503870361.61
2020	4 210 28	11 350	4 845	85 676	68 395	213 175	4 593 96	542372707.80

المصدر تجمع نقد الجزائر (تجمع نقد الجزائر 2021)

نلاحظ من خلال الجدول إن عمليات الدفع عبر الوسائط الالكترونية محدود جدا وقليل مقارنة بعدد سكان الجزائر ويتركز حل معاملات الدفع الالكتروني على تسديد فاتورة هاتف و لاتصالات بدرجة أولى ثم تليها تسديد فاتورة الكهرباء والماء ثم تليها تأمين وباقي معاملات موزعة بين الخدمات الإدارية والنقل.

بدأ التعامل بالدفع الالكتروني في الجزائر منذ أكتوبر 2016 بعد مرور ثلاث سنوات نجد أن عدد المعاملات التي تخص الدفع عبر الوسائط الالكترونية لم يتعدى 4 593 960 معاملة بمبلغ إجمالي قدر ب 5423727074.80 دج سنة 2020 وهو رقم ضعيف جدا مقارنة ببعض الدول المجاورة مثل تونس والمغرب.¹

_ توفير بنية تحتية حديثة ومتطورة يكون بالقضاء على كل الشبكات التالفة والرديئة وتعويضها بشبكات حديثة.

المطلب الثالث : معوقات و تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر

تواجه الجزائر عدة تحديات ومعوقات تعيق تحقيق الاستفادة الكاملة من هذا القطاع الحيوي. على الرغم من الفوائد العديدة التي تقدمها التجارة الإلكترونية، مثل توسيع الأسواق وزيادة التنافسية وتوفير فرص العمل، إلا أن هناك العديد من العقبات التي تحول دون تحقيق هذه الفوائد بشكل كامل وفعال.

¹ Enquête national sur l'internet en algérie, web dial @ : étude sur les usages et perceptions des internautes du web algérien ",ap, tci.

تتمثل العوائق ذات العلاقة بمجال التقنية التكنولوجية فيما يلي ":

أولاً: العوائق التكنولوجية:

1 . ضعف البنية التحتية التكنولوجية: يتطلب إنجاح التجارة الالكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت ، وتوفر البيئة المناسبة والداعمة للتجارة الالكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية، وتبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية، أقرص صلبة مرنة وأجهزة الهاتف....الخ.

2 . شبكات الاتصالات الهاتفية: إن أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنية القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تأثر بشكل مباشر على الإقبال على الانترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الانترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية باعتبار الانترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر وهاتف.¹

حيث تعاني الجزائر من تردي نسبي للبنية التحتية للشبكة الهاتفية الثابتة، وتفتقر إلى شبكات واسعة من هذه الخطوط الهاتفية، فتميز العديد من مناطق الجزائر بانخفاض نسبة الكثافة السكانية وغلبت الأراضي الصحراوية على مساحة الجزائر، اثر سلبا على تحفيز معاملي الهواتف للاستثمار في البنية التحتية للشبكة الخدمية الثابتة، واقتصرت هذه الشبكة على المدن الكبرى ، إما بالنسبة للهاتف الجوال، فإنه يعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر، وقد شهدت هذه الأخيرة تحسنا ونموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة.

¹ سعد غالب ياسين ، بشير عباس العلق ، "التجارة الالكترونية" ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2004.ص

3 . الإنترنت:

بما إن التجارة الالكترونية تعتمد بشكل أساسي على الانترنت كأداة اتصال، فإن عدم التمكن من النفاذ إلى الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة و من خلال استعراضنا للوضع التكنولوجية للجزائر اتضح لنا الضعف الكبير و عدم إقبال المواطنين على الانترنت ، فبعكس ما سجل في عالم الهاتف النقال من نمو سليم ، ضل تطور النفاذ إلى الانترنت بطيء نسبيا في الجزائر و إن من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مشتركى الإنترنت هو المبالغة في التكاليف سواءا على الأفراد أو الشركات ، و رغم تواصل التخفيضات في الأسعار إلا أنها مازالت مرتفعة نسبيا و تحول دون الاستخدام الأمثل لهذه الشبكة .

و إن تسارع التطورات التكنولوجية و ضرورة تخصيص استثمارات هامة للحاق بها و مواكبتها ، و انخفاض عدد مستعملي الإنترنت في الجزائر فرض على مقدمي خدمات الإنترنت تحديد أسعار أعلى لتغطية تكاليفهم ، بالإضافة إلى عدم وجود منافسة في قطاع الإتصالات بالصورة المطلوبة . حيث لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه مما يحول دون انخفاض هذه التكلفة¹.

من جهة أخرى إن ما يزيد من عزوف الجزائريين على استخدام تقنية الإنترنت و الاستفادة من تطبيقاتها التجارية هو سوء خدمة الإتصال بالإنترنت ، بالإضافة إلى عدم وجود خدمة الإنترنت عالية السرعة في معظم المناطق الجزائرية التجارية فشبكة الاتصالات البطيئة تضيع وقت المستعملين مما يجعل عملية التنقل بين المواقع تستغرق وقت طويل للظهور و يجعل من هذه العملية مملة و شاقة².

4 . تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الإعلام و الإتصال:

¹كمال رزيق ، فارس مسدور ، "التجارة الالكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة"، الملتقى الوطني الأول : الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة ، جامعة سعد دحلب ، البليدة ، يومي 21 . 22 ماي . 2002

²فريد كورتل ،"واقع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية و سبل تطورها - اشارة خاصة لحالة الجزائر ، الملتقى العلمي الدولي الأول : الشفافية و نجاعة الأداء للإندماج العالمي ، الأوراسي ، ماي /جوان ، 2003،

تعتبر صناعة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الالكترونية و توسع نطاقها ، و تعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع والخدمات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، فالجزائر لا تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا ، نظرا لوجود أولويات تنموية أخرى ، ولميل هذه المنطقة إلى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة والعقارات ، بالإضافة إلى ضعف القاعدة البشرية التي تستند إليها صناعة المعلومات، وصعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية.

5. ضعف الثقافة التقنية والوعي الالكتروني بين افراد المجتمع:

إن تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية، فإن 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 والبرمجيات¹ لعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية.

وما يؤكد غياب الوعي الالكتروني بأهمية ومكانة التجارة الالكترونية، هو عدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن التحصل عليها من إدماج الانترنت في النشاطات التجارية، فتوظيف الانترنت في الجزائر يعتبر توظيفا ترفيهيا لا توظيفا تجاريا.

6. قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية:

إن العنصر غير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة والمتمثل في رأس المال الفكري ، يفوق القيمة الحقيقية لموجوداتها الحسية كالمعدات والتجهيزات²، ولذلك فإن التركيز على العنصر البشري ، يعد إحدى

¹أيمان العاني، "البنوك التجارية و تحديات التجارة الالكترونية" ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2007،

²سالمي جمال، "أثر التنمية المستدامة في تحسين فرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة" ، الملتقى الدولي حول التنمية و فرص الاندماج في اقتصاد المعرفة و الكفاءات البشرية ، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، يومي 20-12 :مارس. 2004

سبل الوصول الى مجتمع المعرفة والتطبيق السريع للتجارة الالكترونية، وتفتقر الجزائر الى الموارد البشرية والخبرات التكنولوجية والكوادر المؤهلة للتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية، والتي من المفروض ان تتولى مهمة تصميم وتطوير مواقع التجارة الالكترونية وقوائم الكتالوجات ونظم دفع الكترونية، وتكون خبيرة ايضا في قواعد البيانات والبرمجيات وأنظمة التشغيل.

ويفسر هذا الافتقار في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها:

أ- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات، مما يقضي على روح المبادرة والإبداع لدى الأيدي العاملة، ويجعلها عاجزة عن تسخير تقنية المعلومات لتطوير التجارة الالكترونية.

ب- ضعف إمكانية البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناعا إنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الالكترونية

ج- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار، وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب من عملية اللحاق بها، ويجعل العدد الحالي للخريجين من المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية والتقنية الحديثة للإعلام والاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات وبناء مجتمع المعلومات والتعاطي مع التجارة الالكترونية.

د- هجرة الأدمغة والكفاءات إلى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة لاستقطابها بتوفير كل الظروف الملائمة لاستقرارها ، وتشكل هجرة الأدمغة نزيفا حقيقيا للبلد يهدد بشكل مباشر اقتصاد المعرفة من خلال فقدان راس المال البشري الجزائري وخسارة الكفاءات والإطارات المتميزة ، بالإضافة إلى عدم جني العوائد المنتظرة من الاستثمار في هذا النوع من رأس المال.

7 . ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني : تعترض الجزائر تحديات كبيرة في مجال الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية ، والتي من بينها غياب البنى التحتية التي تسمح بتسديد المشتريات عبر الانترنت ، فضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبيرا في ضعف عمليات التجارة الالكترونية الجزائرية ، ومن شأنه عرقلة نمو هذا النوع الحديث من المبادلات، فوسائل الدفع المستعملة في الجزائر تتميز بأنها تقليدية في اغلبها، وقد تأخرت البنوك الجزائرية كثيرا في إصدار وسائل دفع حديثة تتماشى مع التطورات التكنولوجية ، وحتى يكون هذا النظام المتعلق بالدفع الالكتروني فعلا ويساهم في

تطوير التجارة الالكترونية، لابد من ان يشمل وسيلة دفع مؤمنة (البطاقات)، فضلا توفير التجهيزات من موزعات آلية للنقد ونهائيات الدفع الالكتروني ، بالإضافة إلى الحصول على ترخيص من الشبكات الدولية للدفع لإصدار بطاقات ذات قبول واسع على شبكة الانترنت ، إما بالنسبة للبطاقات ،فإن الحديث عن تجارة الكترونية جزائرية دون توفر بطاقات ائتمانية يعتبر شبه مستحيل، نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات مباشرة عبر الانترنت، إلا إن استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر.¹

لهذا يمكن تفسير ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني وتأخر البنوك الجزائرية في تطوير هذه البنية بالعوامل التالية:

أ. ارتفاع تكاليف الاقتناء: فوضع البنوك لنهائيات الدفع الالكتروني والموزعات الآلية للنقود وإصدار البطاقات يتطلب منها تحمل استثمارات وتكاليف جد مهمة للبحث والتجديد ومتابعة الابتكارات والتكيف مع التكنولوجيا الحديثة، فهذه التجهيزات تتميز بسرعة التطور .

ب . تخوف البنوك من إصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات بسداد الديون المستحقة عليهم، وتحمل البنك المصدر للبطاقة نفقات ضياعها، بالإضافة إلى خطر نقص السيولة لدى البنك بسبب عدم توفر رأس المال الكافي لمواجهة السحب النقدي والاقتراض على البطاقات الائتمانية.

ج . رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطلات الموزعات الآلية ونهائيات الدفع الالكتروني مما يؤدي إلى رفض المواطنين لاستخدام النقود الالكترونية ، فلا بد من وضع عتاد تكنولوجي وخطوط هاتفية وأسلاك موثوق بجودتها وصيانتها باستمرار .

د . تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية، بالإضافة إلى انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين ،مما يجعل البطاقات البنكية مرتفعة الثمن في نظر الكثيرين .

¹أحمد محمد غنيم ،"الادارة الالكترونية : افاق الحاضر و تطلعات المستقبل" ، مرجع سبق ذكره ، ص99 .

5. الجرائم الإلكترونية : إن من أهم ما يعرقل تطور نظام الدفع الإلكتروني هو انتشار الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسب الآلي وشبكات الانترنت ، مما سيؤثر على قرار البنوك في تطوير هذا النظام للدفع، وعلى ثقة الزبائن في استعمال هذه الوسيلة الحديثة للدفع ، ومن بين هذه الجرائم :

-جرائم انتحال شخصية الفرد واستعمال بياناته الشخصية لاستخراج بطاقات بنكية عبر الانترنت.

-جرائم السطو على أرقام البطاقات، حيث يستطيع أشخاص ذوي دراية كبيرة بأنظمة المعلوماتية وطرق التزوير تخلق أرقام بطاقات ائتمانية من خلال حاسبهم بواسطة برنامج تشغيل خاص، بالإضافة إلى الالتقاط غير المشروع لأرقام بطاقات مستعملة في التسوق عبر الانترنت واستغلالها في الحصول على سلع وخدمات.¹

- غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية ، بحيث يتمكن أصحاب الدخل الغير المشروع من استخدام البطاقات في غسيل هذه الأموال من خلال الحصول على عدد كبير من البطاقات من بنوك في دول أخرى.²

ثانيا : العوائق الاجتماعية والنفسية : تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية المعرقة للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري والذي لايزال ينتظره الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات نذكر منها³:

1 . الأمية:

من الصعب على الجزائر التي يعاني منها حوالي 1,0مليون شخص من أمية الحرف إن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي وتطبق أسلوب التجارة عبر الانترنت ، نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة ، أي أنهم غير قادرين على التأقلم مع الثورة المعلوماتية والاستفادة من التجارة

¹ محمد امين الشوابكة، "جرائم الحاسوب و الانترنت"، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن 2007 ص 193، 194،

² محمود محمد سعيان "تحليل و تقييم دور البنوك في مكافحة عمليات غسيل الأموال"، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2008 ص 26 - 50

³ جاري شنايدر، "التجارة الإلكترونية، تعريب سرور علي ابراهيم"، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000 ص 45.

الالكترونية، وهذا ما يخفض نسبة من يستخدم الانترنت للأغراض التجارية، ويحصر الاستخدام لدى الطبقات المثقفة.

2. اللغة:

من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة ، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام شبكة الشبكات للأغراض التجارية ، حيث معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الانجليزية حيث يعاني مستخدمو الانترنت الجزائريين من نقص في المحتوى المتوفر باللغة العربية على شبكة الانترنت ، وعلى اعتبار إن أكثر من نصف مستعملي الانترنت الناطقين بالعربية لا يتحدثون الانجليزية¹، وهذا ما سيعرقل كثيرا تطور استخدام الانترنت ، نظرا لكون اللغة الانجليزية الأكثر انتشارا.

3- العائق النفسي:

إن من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الالكترونية ، ويجعلها بديلا غير واقعي ، هو سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي إبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود ، فلقد فوجيء المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسوق عبر وسيط الكتروني ، مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية ومقاومتهم لها ، ويتميز سلوك المستهلك بما يلي²:

أ-انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم إمامه مباشرة.

ب-عدم انغرس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع ، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما حتى تذوقها قبل إتمام الصفقة.

¹الاتحاد الدولي للاتصالات، "الخصائص الإحصائية لمجتمع المعلومات لعام،" 2009 الدول العربية ، متوفر على الموقع الالكتروني:

www.intu.int/dms-pub/intu-d/ind/D

²أحمد محمد غنيم، "الإدارة الالكترونية : آفاق الحاضر و تطلعات المستقبل" ، مرجع سبق ذكره ، ص62.

ج- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية ، فاحتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها ، وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للطلبات أو عدم استلامها نهائيا.

د- التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.

هـ - العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى الأسواق التقليدية، على اعتبار عملية التسوق احد أشكال الترفيه.

و- حداثة ظاهرة التجارة الالكترونية وتميزها بالتغيير السريع والذي يزيد من تخوف المستهلك من اقتحام هذا العالم الجديد ،فالكثير يودون أن يروا شيء ثابت قبل الاستثمار فيه.

ثالثا: العوائق التجارية:

لقد وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات طرق الكترونية حديثة لإجراء التبادلات والإعمال والأنشطة التجارية، بغية مساعدتها على أثبات وجودها بقوة على الساحة التجارية ، إلا إن أغلبية المؤسسات مرتبطة بأنماط التجارة التقليدية ، وتفنقر إلى قابلية التحول الجذري لمؤسسات الكترونية تعتمد على الوسائط الالكترونية في إبرام صفقاتها ويمكن تلخيص بعض هذه العوائق كالاتي:

1 - عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات التجارية الالكترونية : ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الالكترونية، فلا تستطيع أغلبية الشركات الحصول على التمويل

الكافي لتغطية نفقات وتكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وإِشاء منصة للتجارة الالكترونية على الانترنت ، فلا زالت هذه الشركات تعتبر تكاليف إقامة مواقع التجارة الالكترونية مرتفعة بعض الشيء ، خاصة إن نجاح الموقع يتوقف بدرجة كبيرة على مدى اللمسات الاحترافية في تصميمه وإدارته ، مما يتطلب مبرمجين وتقنيين ذو خبرة وتكلفة عالية، وحتى بعد إنشاء الموقع تبرز مشكلة أخرى وهي ضرورة مراقبة وصيانة الموقع وتجديده كل مرة، لكي تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان.

2 - ضعف المساعدات اللازمة للتحويل إلى التجارة الالكترونية :

والذي تتجلى مظاهره في :

(أ) محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية : حيث لا توجد تشجيعات استثمارية كافية للخواص في مجال التجارة الالكترونية .

(ب) عدم توفر شركات للوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباعة الكترونيا.

(ج) حاضنات غير مؤهلة: تعتبر الحاضنات من بين الظواهر الحديثة في مجتمع الجزائري ، حيث إن هناك عدد قليل جدا من الحاضنات المنتشرة عبر التراب الوطني ، والتي تم إنشاؤها مؤخرا لمساندة المؤسسات الجديدة الراغبة في تبني تطبيقات التجارة الالكترونية.

(د) نقص في المحتوى لمعلوماتي المساند لأنشطة المؤسسات : فلا يزال مفهوم التجارة الالكترونية غامضا لدى الكثير من أصحاب المؤسسات، مما يستدعي ضرورة توفر البيئة الملائمة المساعدة على الاستيعاب الكافي لمفهوم الأعمال الالكترونية ، فمن بين ما يعرقل المؤسسات على التحول الى هذا النمط من المبادلات :

* غياب شبه تام للمشاركة في المعلومات التي في حوزة المؤسسات .

* ضعف المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري الالكتروني ما بين المؤسسات

* فقر شديد في المواقع الخاصة بتجميع ونشر قوائم السلع والخدمات التي تنتجها الشركات الجزائرية.

* غياب المواقع التي تدعم الأنشطة الاقتصادية والتجارية بين الشركات الجزائرية.

رابعا : العوائق القانونية والتشريعية:

إن ظهور الوسائط الالكترونية للتعامل والتي تتخطى الحدود الجغرافية ، نتج عنه بروز العديد من المشاكل والقضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الالكترونية ، والتي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة ، فلا بد من تعديل وتوفير عدد من التشريعات والتدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء

التبادل ، وتسرع عملية إبرام وتنفيذ العقود الإلكترونية ، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: فوائد وسلبيات التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الجزائري

في عصر الرقمنة المتسارعة، أصبحت التجارة الإلكترونية ظاهرة عالمية تفرض نفسها على مختلف الاقتصاديات، بما في ذلك الاقتصاد الجزائري. التجارة الإلكترونية ليست مجرد خيار بديل للتجارة التقليدية، بل أصبحت ضرورة تفرضها التطورات التكنولوجية واحتياجات المستهلكين المتزايدة للراحة والسرعة في التعاملات التجارية. هذا المبحث يهدف إلى استعراض الفوائد والسلبيات التي تحملها التجارة الإلكترونية للاقتصاد الجزائري، مسلطاً الضوء على التأثيرات المحتملة لهذا التحول الرقمي.

المطلب الأول: فوائد التجارة الإلكترونية على الاقتصاد

ان للتجارة الإلكترونية مجموعة من المزايا و هي كمايلي:

*أولاً- على المستوى الكلي:

إن من أهم المزايا التي تتيحها التجارة الإلكترونية على المستوى الكلي نوجزها في النقاط التالية :

1- ارتفاع الإيرادات العامة من جراء ارتفاع الحصيللة الضريبية وهذا نتيجة تحسين العلاقة بين المكلفين والإدارة الضريبية حيث تتيح المعاملات الإلكترونية المكلفين إيداع تسريحاتهم الجبائية عبر شبكة الانترنت وبالتالي تخفيض تكاليف جبائية جباية الضرائب عملاً بمبدأ الاقتصاد في النفقة .

2- تحسين أداء القطاع المصرفي الجزائري بتبني طرق الدفع الإلكترونية المختلفة والتي من شأنها قيام العمل على محاربة القطاع غير رسمي .

إن تحديث خدمات المصرفية الإلكترونية وإقامة أنظمة دفع الكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازية إلى دائرة السوق المصرفية وبهذا تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في التخفيف من

حدث الاقتصاد الرسمي والسوق الموازية، طبعاً في ظل توفير بيئة مناسبة لذلك وإرساء ثقافة مالية وصرفية للمجتمع الذي يجب إن تقوم به المصارف وكل بهمه الأمر¹

3- تخفيض البطالة من خلال إنشاء مؤسسات مصغرة تعمل في إطار الاقتصاد الرقمي.

5- تحقيق معدلات تضخم مثلى نتيجة انخفاض أسعار السلع والخدمات

*ثانياً- على مستوى الجزئي:

على غرار النتائج التي قد تحقّقها التجارة الالكترونية على المستوى الكلي هناك مزايا على المستوى الجزئي و التي نسردها في النقاط التالية:²

1- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الجزائرية وخاصة التي تعاني من مشاكل التسويق، أي التي لا تستطيع الولوج إلى الأسواق العالمية من خلال التعريف بنشاطها ومنتجاتها على شبكة الانترنت وبالتالي تكون معروفة عالمياً.

2- حصول المستهلكين على منتجات عالية الجودة وبسرعة فائقة.

3- الحصول على التكنولوجيا المتطورة الأمر الذي من شأنه أن يرفع من إنتاج السلع.

4- تطوير أداء ومهارات العمال ، وهذا من خلال زيادة الاستثمار في رأس المال البشري .

5- رفع التنافسية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بتخفيض أسعار السلع والخدمات .³

¹ جليد نور الدين، تطوير وسائل الدفع المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة، 2006، ص 191 ص 192

³ جليد نور الدين ، تطوير وسائل الدفع المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة، 2006، ص 193

المطلب الثاني: سلبيات التجارة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري

يوجد العديد من السلبيات التجارية الالكترونية في الجزائر هي:

وجود أشكال في استعمال اللغة بسبب اختلافها لدى كثير من الشعوب, فان كان شخص ما يجهل لغة معينة فان هذا يفوت عليه جميع الفرص التجارية التي تكون معروضة بهذه اللغة.

الإشكال الآخر متعلق بتكلفة التوصيل, فبعدما كانت لا تتعدى مبلغ 300 دج في الجزائر العاصمة ارتفعت إلى 500 دج و 600 دج وتصل حتى إلى 1500 دج للولايات المجاورة. في إبتزاز غير منطقي للزبائن ويبرر الباعة الأمر بان شركات التوصيل هي التي رفعت الأسعار.

أما بالنسبة لاستبدال السلعة فذلك إشكال آخر لأن قلة من الباعة من يوافق على الأمر, فيما يلجأ آخرون إلى تغليفها بطريقة يصعب فتحها أثناء توصيلها, وبعد ذلك يرفض البائع تغييرها .

انتشار التهرب الضريبي وخاصة وأنه لحد الآن لم يتم وضع تشريعات لمعالجة الموضوع وهذا ما جعل الحكومة تجد صعوبة في تحصيل الضرائب خاصة بالنسبة للمنتجات الرقمية.

عدم وجود إمكانية المعاينة المباشرة للسلع المعروضة خاصة تلك التي يفضل المستهلكون تفحصها قبل اقتناءها كالملابس قد يحدث في التجارة الالكترونية في الجزائر الغش في بعض البيانات المعروضة بسبب عدم وجود أي مستندات ورقية مما قد يؤدي إلى ضياع الحقوق والمصالح عدم القدرة على التعرف على هويات المتعاملين يتعرض الكثير من الزبائن للنصب والاحتيال يعد التسليم المتأخر أحد السلبيات الشائعة في الجزائر¹

المطلب الثالث : مجهودات الجزائر المبذولة في مجال التجارة الالكترونية

إستراتيجية الجزائر الالكترونية:

إن مشروع التجارة الالكترونية قد تم التشاور فيه بين العديد من المتعاملين والأطراف ، مثل المؤسسات ، الإدارات العمومية ، المتعاملين الاقتصاديين العموميين ، الخواص ، الجامعات ، مراكز البحث ،

¹بن وارث حكيمة, دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة , مع الاشارة الى العالم العربي, رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص مانجمنت المؤسسة, معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ,المركز الجامعي العربي بن مهدي ,ام البواقي ,الجزائر , 2008, ص 82

الجمعيات المهنية التي تنشط في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، إذ شارك أكثر من 300 الف شخص في طرح الافكار ومناقشتها خلال مدة ستة اشهر ، وقد تضمن هذا المشروع 13 محورا¹ :

المحور 1-تسريع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال: إن إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى الإدارات العمومية يساهم أو يولد تحولا مهما في الأنماط الإدارية والتنظيمية ، مما يؤدي إلى جعل الحكومة تعيد النظر في أنماطه التسييرية والوظيفية ، وتلبية احتياجات المواطنين بطريقة انسب من خلال تقديم الخدمات الالكترونية للمواطنين.

وفي الواقع ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا الانترنت ، تمكن من خلق فضاء مستقل للاتصالات والذي يمكن من توافر المعلومات في أي وقت ومن أي مكان ، من أجل ذلك فإن إدارة المعلومة ينبغي الا تكون مركزية ، حيثما كان ذلك ممكنا ، من خلال مشروع الجزائر الالكترونية ، 2013 تم التأكيد على المعرفة كأفضل السبل لتحسين جودة عملية صنع القرار ، وبرز الخدمات المقدمة حاليا هي : بطاقة الشفاء الالكترونية ، جواز السفر الالكتروني ، وبطاقة التعريف ورخصة السياقة الالكترونية.

المحور 2 -تسريع استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصال في المؤسسات : من خلال استخدام شبكة الانترنت ،صارت الاسواق عالمية في اقتصاد تعتبر فيه المعلومة القيمة الاساسية ، كما ان استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال صار ضروريا في الرفع من اداء المؤسسة وزيادة القدرة التنافسية والاستفادة من الفرص التي تتيحها السوق الاوسع ديناميكية ، كما يقود المؤسسات كذلك الى مصادر دخل جديدة ، تحسين العلاقة مع الزبائن والشركاء بصفة عامة وتحسين الكفاءة من خلال استخدام نظم ادارة المعرفة ، وعليه فإنه ومن أجل تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات تم تحديد الاهداف التالية :

- دعم اعتماد تكنولوجيات المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

-تطوير التطبيقات من أجل تحسين اداء المؤسسات.

¹ بالعربي عبد القادر، لعرج مجاهد نسيم، مغير فاطمة الزهراء تحديات التحول الى الحكومة الالكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الإقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 13.14 مارس ص6 ص7.

- تطوير عرض الخدمات على الخط من قبل المؤسسات.

المحور 3- تطوير آليات والاجراءات التنفيذية الكفيلة: تمكين المواطنين من الاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصال : يجب توسيع هذه الآلية حتى يتمكن المواطنون من الاستفادة من الخدمات العامة عبر كامل التراب الوطني ، وباستخدام شبكة الانترنت ، ان البرامج المتعلقة بالتجهيزات وتطوير شبكة الاتصالات واسعة النطاق ، يجب ان تكون مصحوبة ببرامج تدريبية مكثفة لتسريع عملية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وذلك من خلال تطوير وإعادة بعث برنامج اسرتك ، زيادة عدد مقاهي الانترنت والفضاءات العمومية ، توفير اجهزة الحواسيب لكل اسرة جزائرية ، زيادة التدفق في شبكة الانترنت واقامة الحضائر المعلوماتية في عدة مناطق في الجزائر على غرار العاصمة كعنابة ، ورقلة ووهران.

المحور - 4 دفع تطور الاقتصاد الرقمي: ويتمحور هذا العنصر في ثلاث نقاط رئيسية هي :

البرمجيات ، الخدمات والمعدات ، والهدف الرئيسي لهذا المحور يتجلى في خلق الظروف الملائمة لتطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، من خلال مواصلة الحوار من طرف الهيئات الحكومية في مجال استراتيجية الجزائر الالكترونية ، تهيئة جميع الظروف لتعزيز الكفاءة العلمية والتقنية في انتاج البرمجيات المعدات والخدمات ، وضع سياسة تحفيزية لانتاج المحتوى الرقمي ، توجيه النشاط الاقتصادي في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال نحو التصدير.

المحور5- تعزيز البنية الاساسية للاتصال السريع فائق السرعة : ان شبكة الاتصالات ذات التدفق السريع والفائق السرعة ، يجب ان تكون قادرة على تقديم الخدمات الاساسية على كامل التراب الوطني بالجودة و الامن ووفقا للمعايير الدولية ، وهذا يكون من خلال تطوير البنية التحتية الوطنية للاتصالات ، تأمين الشبكات ، جودة خدمة الشبكة والتسيير الفعال للنطاق (DZ)

المحور6- تنمية القدرات البشرية: ان تعزيز البنية التحتية وتوسيع نطاق الوصول الى تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، يجب ان يرافقه اجراءات جوهرية للتدريب وتنمية المهارات البشرية ، لتعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وضمان وصولها لكافة المستويات ، وهذا يكون من خلال :

اعادة النظر في برنامج التعليم العالي ، التكوين المهني ، وتلقين التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال لكل فئات المجتمع.

المحور 7- تعزيز وتنمية البحث والتطوير في الجزائر: يتطلب الاقتصاد القائم على المعرفة تفاعلا قويا ، بين البحث والتطوير والعالم الاقتصادي ، فالابتكار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، يضمن تطوير المنتجات والخدمات ، ويكون ذلك من خلال تجميع نتائج البحث ، تطوير نقل التكنولوجيا والمهارات وحشد الكفاءات.

المحور 8 - تأهيل الإطار القانوني الوطني: ان دراسة جميع التشريعات القائمة في الجزائر يقود الى ان القانون الجزائري لا يغطي كافة المسائل القانونية التي يثيرها استخدام وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبناء مجتمع المعلومات ، لذلك لابد من رفع المستوى القانوني بما يتماشى والممارسات الدولية ، ومتطلبات مجتمع المعلومات ، اخذا بعين الاعتبار التجربة المعاشة ووجه القصور والصعوبات التي واجهتها ، وذلك من خلال وضع اطار قانوني يتلائم ويغطي المسائل المترتبة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المحور 9-المعلومة والاتصال: تلعب المعلومات والاتصالات دورا رئيسيا في الاقتصاد الرقمي ، وهذا المحور هدفه الرئيسي رفع الوعي بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين نوعية حياة المواطنين والتنمية الاقتصادية والاجتماعية للجزائر ، من خلال وضع وتنفيذ خطة الاتصالات لمجتمع المعلومات في الجزائر، واتشاء شبكة من الجمعيات في هذا الخصوص امتدادا للجهود الحكومية في الجزائر ، وتعزيز الصحافة المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المحور - 10 تعزيز التعاون الدولي: وذلك في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، من خلال اقامة شراكات استراتيجية لاعتماد تكنولوجيا المعلومات ، والمشاركة الفعالة في الحوار والمبادرات الدولية ، بهدف تملك التكنولوجيا والمهارات ، ومن الملاحظ ان الجزائر مازالت في خطواتها الاولى نحو التحول الى مجتمع المعلومات ، ولايمكن تسريع ذلك دون طلب المساعدة من الدول التي عرفت تقدما في هذا المجال ، لاسيما الاتحاد الاوروبي في اطار مشروع ميذا.

المحور-11 آليات التقييم والمتابعة: ان الهدف الاساسي من هذا المحور هو تحديد نظام من المؤشرات لقياس تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التنمية الاقتصادية والاجتماعية من جهة ، وتقييم دوري لتنفيذ خطة استراتيجية الجزائر الالكترونية .2013

المحور -12 إجراءات تنظيمية: ان تنفيذ استراتيجية تطوير المؤسسة المبنية على المعلومة والمعرفة تتطلب دعما مؤسساتيا كبيرا ، لا يكون الا من خلال المتابعة ، التأطير والتنسيق بين مختلف القطاعات .

المحور 13-المصادر التمويلية : يتطلب تنفيذ استراتيجية الجزائر الالكترونية موارد مالية معتبرة ، لايمكن ان تأتي من مورد واحد ، لذلك يحبذ استغلال جميع مصادر التمويل القائمة ، كما ان الاجراءات على حد سواء ، التشريعية ، التنظيمية ، وحتى المادية يجب ان يرافقها تقييم مالي مفصل الى اقصى حد ممكن ، وهذا بهدف اساسي هو اقناع وتشجيع الافراد والمؤسسات على تملك تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخدماتها ، وفي هذا السياق تم وضع برنامج لتنفيذ مختلف مراحل هذه الاستراتيجية ، مرفوقا بضخ تمويلي سنوي وفقا للميزانية العامة للسنوات .

1-استراتيجية التدفق العالي والعالي جدا : يعتبر نشر التدفق العالي والعالي جدا احدى ركائز التنمية البشرية فهو يساهم في¹:

أ -زيادة تنافسية الشركات وتعزيز استقطابها من خلال توفير شبكة فعالة من الاتصالات السلكية واللاسلكية وفتح عروض تنافسية للتدفق العالي عبر كامل التراب الوطني مما يساهم في انتعاش الاقتصاد المحلي.

ب- الوصول الى المعرفة وتحسين حياة الافراد من خلال : العمل عن بعد ، الادارة الالكترونية ، التجارة الالكترونية ، الصحة الالكترونية وغيرها .

ج- تطوير النشاطات السكانية داخل بعض المناطق المعزولة من الوطن.

¹عزرولي إيمان، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية، أطروحة دكتوراه: اقتصاد و تسيير 1المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة فرحات عباس ،1سطفيف ، 2017/2018ص134،

بهدف تعزيز ، تكثيف وتنويع تكنولوجيا النفاذ وتأمين البنية التحتية ذات التدفق العالي والتدفق العالي جدا وتم اتخاذ العديد من الإجراءات من طرف الدولة والتي يمكن تلخيصها في:

*منح تراخيص الجيل الثالث للهاتف النقال للمتعاملين الثالث سنة 2013.

منح تراخيص الجيل الرابع من الهاتف الثابت سنة 2014 .

منح تراخيص الجيل الرابع من الانترنت للهاتف النقال سنة 2016.

2- تعزيز وتطوير التدفق العالي للهاتف الثابت (الجيل الرابع) للمتعامل العمومي اتصالات الجزائر:

والذي يغطي 58ولاية ، كما ستتم مواصلة تنفيذ الاستراتيجية الوطنية الخاصة بالتدفق العالي والتدفق العالي جدا ، قصد ربط كافة البلديات والتجمعات السكانية التي يزيد تعداد مواطنيها عن 1000نسمة بالنسبة لشمال البلاد ، والتجمعات التي يزيد عدد سكانها عن 500 نسمة في جنوب البلاد بالألياف البصرية.

3 - إطلاق مشروع الالياف البصرية نحو المنزل **home to fiber** وذلك سنة ، 2007 استهدف اربع ولايات رئيسية هي : الجزائر العاصمة ، وهران ، قسنطينة ، سطيف ، كما قامت بإنشاء منصة الياف بصرية بمختلف انواعها لاكثر من 50الف توصيلة في الجزائر العاصمة وهران ، ومنصة اخرى لاكثر من 250الف توصيلة في ثلاث مدن رئيسية اخرى (قسنطينة ، سطيف ، والمدية) سنة 2010.

لضمان عصرنه القطاع الخاص ، بادرت الجزائر بمشروع توصيل الالياف البصرية نحو المنازل ، والذي من خلاله يمكن للمشاركين من الاستفادة من خدمات الاتصال المختلفة كالهاتف الثابت ، الانترنت ذات السرعة الفائقة ، الفاكس وكذا خدمات التلفاز الرقمي ، وتمتاز هذه الشبكة بقدرتها الكبيرة على نقل البيانات والحفاظ على الإشارة الصوتية ، مما يجعل الاتصالات الهاتفية اكثر وضوحا ، واستقبال البرامج التلفزيونية بجودة عالية ، وكذا الاستفادة من خدمات الانترنت ذات السرعة الفائقة ، هذه التقنية موجهة اساسا الى : المؤسسات الاقتصادية الكبرى ، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، الجامعات ، المدارس وحتى المنازل ، وحسب اتصالات الجزائر فإن هذا المشروع يسعى اساسا الى تحسين الاداء التكنولوجي ، وذلك من خلال هذه التكنولوجيا التي تعد طفرة تكنولوجية جد متطورة ، وتحقق السرعة الفائقة في النفاذ

شبكة الانترنت تصل الى 100ميغابايت في الثانية ، كما تمكن من توفير خدمات اتصال عالية الجودة ، وخدمات التلفزيون الرقمي عالي الدقة ، كما انها تسمح بالتقليل من الانقطاع والاضطرابات التي تشهدها الشبكة ، وتسعى شركة اتصالات الجزائر الى توسيع شبكتها للالياف البصرية لتصل الى مليون مشترك مع نهاية سنة 2017¹.

وكأمثلة في بعض المناطق على اطلاق مشروع الالياف البصرية مايلي :

4 - اطلاق مشروع وصلة الالياف البصرية الجزائر (عين قزام) - نيجيريا (أبوجا)تم اطلاق هذا المشروع في اطار الشراكة الجديدة لتنمية افريقيا ، موجه لوضع البنية التحتية تحت تصرف سكان الدول الثلاث وكذا الدول المجاورة ، ولضمان الاتصال مع الدول الاوروبية عبر نقاط التواصل في الجزائر عن طريق الكابلات للالياف البصرية ، كما ان هذه الوصلة سيتم تعزيزها وتأمينها من خلال خطين لضمان استمرارية الخدمات في حالة الاختلالات.

5 - اطلاق مشروع وصلة الالياف البصرية وهران - اسبانيا (فالنسيا)يقدره تدفق تصل الى 100 ميغابايت في الثانية ، بطول 536كلم ، هذه الوصلة تمثل استثمارا استراتيجيا اتى لتعزيز الولوج الى الشبكة ذات الجودة العالية ضمن مشروع أورفال (مارس ، 2015) مثلما هو الحال بالنسبة للكابلات الموجودين من قبل ، WSM4والذي يربط عنابة بمرسيليا فرنسا ، و ALPAL2لرابط بين الجزائر وبالمال.

1-الاتصال عبر الساتل : من اجل انشاء مجموعة ارضيات توفر للمستخدمين عدة حلول في مجال الاتصال والخدمات عبر الساتلTVSaوالمؤتمرات عن طريق الفيديو وتحديد المواقع الجغرافية ، فبالاضافة الى الثلاث اقمار صناعية والتي دخلت حيز الخدمة ، عازمت الجزائر اطلاق القمر الصناعي ، LALCONs الذي يسمح بالولوج لشبكة الانترنت من جميع انحاء الوطن ، بما في ذلك المناطق النائية ، حيث يكمن دور القمر الصناعي في ضمان استمرارية التواصل عبر شبكة الانترنت في حالة حدوث اضطرابات على مستوى الالياف البصرية وبتكاليف منخفضة.

6-عصرنة أنظمة الدفع وادخال خدمة الدفع الالكتروني حيز التنفيذ وذلك من خلال:

¹عزرولي ايمان مرجع سبق ذكره ،ص.136

*إطلاق البنك الوطني الجزائري لخدمة الدفع الالكتروني من خلال اصدار البطاقة البنكية الالكترونية في 2016/10/04 وذلك من طرف البنوك التالية :بنك المؤسسة العربية المصرفية ، بنك الخليج ، مصرف السلام ، بنك البركة ، بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ، بنك التنمية المحلية ، البنك الوطني الجزائري ، بنك (BNP) ، بنك (NSAFRA) ، بنك (HSBC) ، بنك (NATIXIS) ، بنك (HOUSING) ، بنك القرض الشعبي الجزائري ، بنك (GENERAL) ، وبنك (TSURT).

تمكن بطاقة الدفع الالكتروني وباستخدام الوسائل الالكترونية (الحواسيب ، اللوحات الرقمية ، والهواتف الذكية) من تقديم عدد محدود من الخدمات يمكن ادراجها فيدفع فواتير الماء ، الكهرباء والغاز.

- دفع فواتير الانترنت.

- تعبئة رصيد الهاتف النقال بالنسبة للمتعاملين الثلاث .

- دفع قيمة المشتريات في بعض الحالات التي تحتوي على الموزع الآلي خصوصا في الاسواق التجارية الكبرى.

- دفع قيمة تذاكر الطيران بالنسبة للخطوط الجوية الجزائرية وطيران الطاسيلي .

- دفع قيمة التأمينات فيما يخص شركة امانة والصندوق الوطني للاجراء.

*إطلاق مؤسسة بريد الجزائر لبطاقة الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) بتاريخ ، 2016/10/07 ابرزت وزيرة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال هدى فرعون آنذاك ان إطلاق البطاقة الذهبية يندرج ضمن اطار عصرنة قطاع البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال ، كما اشارت الى اهمية تطوير هذه الخدمات لاسيما ضمن مساعي الدولة نحو ادخال اساليب التجارة الالكترونية ، تسمح هذه البطاقة لحاملها ب :

- عمليات الكشف ، السحب والدفع لاموالهم على حساباتهم البريدية على شبكة الانترنت.

- تسديد الفواتير الاستهلاكية الخاصة بالكهرباء والغاز والماء.

-كما ستشمل خدمة الدفع الالكتروني لبريد الجزائر مستقبلا خدمة دفع قيمة الوقود بعد تحميل تطبيق نافطال .

حيث قدرت الحصة الاولى من هذه البطاقات بخمسة مليون بطاقة مع تحقيق الهدف المسطر على المدى المتوسط وبلوغ عشرين مليون بطاقة ، كما تم تسجيل ازيد من 100.000 صفقة اطلاق خدمة الدفع الالكتروني في اكتوبر 2016.

7-سن تشريعات وقوانين في مجال الامن الالكتروني ، التصديق والتوقيع الالكتروني والتجارة الالكترونية:

وذلك من خلال :

قانون 04/09 :والمؤرخ في 5 اوت 2009، والذي يتضمن الوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

قانون 15/04 :والمؤرخ في فيفري ، 2015 يحدد القوانين العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني .

المصادقة على مشروع قانون حول التجارة الالكترونية : تمت المصادقة على هذا القانون من طرف مجلس الوزراء بتاريخ 04أكتوبر 2017، وهو في طور المناقشة على مستوى غرفتي البرلمان ، ويهدف أساسا إلى:

-تزويد نشاط التجارة الالكترونية في الجزائر بقاعدة قانونية منظمة لها.

- إرساء مناخ ثقة كفيل بتوسع هذا النشاط.

-تطوير الاقتصاد الرقمي في الجزائر.

-توفير الحماية للمستهلكين.

-تقنين قمع الغش في هذا المجال .

حيث صرحة وزيرة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال هدى ايمان فرعون " : إننا جاهزون لإطلاق التجارة الإلكترونية"، مضيفة ان المؤسسات المالية المتمثلة في البنوك و بريد الجزائر ، مستعدة لإدخال هذه المعاملات بعد ضبط كل التدابير والترتيبات المتعلقة بهذا النشاط حماية لحقوق التاجر والمستهلك معا.

خلاصة الفصل :

رغم كون مفهوم التجارة الإلكترونية لا يزال حديثا وغير محدد بدقة، إلا أنه في ظل الثورة التكنولوجية وانفتاح الأسواق العالمية، أصبح من القناعات الراسخة أن التجارة الإلكترونية تشكل وسيلة رئيسة لدعم قدرة الاقتصاد على الاندماج الفعال في الاقتصاد المعرفي.

وان انتشار هذه التجارة الإلكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراع نواة هذه التجارة.

ورغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغييرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الإلكترونية، إلا أنه حسب تحليلنا للإحصائيات المتوفرة لاحظنا أن هناك تأخرا كبيرا في مجال البنية التحتية للاتصالات لاسيما الانترنت، مما حال دون توسع التجارة الإلكترونية الجزائرية، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة، منها ما هو قانوني، تجاري، ثقافي واجتماعي.

ويهدف تفعيل هذه التجارة، لابد أن تدرك الجزائر أن مسار التحول إلى التجارة الإلكترونية يتطلب جملة من التغييرات واعادة الترتيبات، والتخطيط والتفكير الدقيق. فمن الضروري التركيز على مجموعة من المقومات والعوامل الإيجابية، واستخدامها بشكل يعطي الثمار المرجوة منه ويحقق الانطلاق الفعلي للمعاملات التجارية الإلكترونية. ويتم ذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، وانتهاج سياسة التثقيف الإلكتروني، بالإضافة إلى تنشيط وتحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط وتحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلاؤما مع التجارة الإلكترونية.



خاتمة:

خاتمة

تمثل التجارة الإلكترونية إحدى مظاهر توظيف التقنية الرقمية في مجال الأعمال ولذلك تشير التجارة الإلكترونية إلى عمليات بيع وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بين البائعين والمشتريين من خلال شبكات الحاسبات الآلية والأنترنت، ومع تطور هذه الأخيرة في نهاية القرن العشرين، تطورت معها الأنشطة الاقتصادية وتميزت باتجاه قوي نحو جعل الأسواق التجارية ذات صبغة عالمية، اعتماداً على التطور المذهل في الإمكانيات المبتكرة في الاتصالات الدولية وتكنولوجيا المعلومات.

وبسبب الانتشار السريع لظاهرة العولمة وانخفاض الفرص على مستوى الأسواق المحلية، أصبحت التجارة الإلكترونية محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه، حيث ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وتحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري وقد ترتب على الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية والزيادة في عدد مستخدمي الأنترنت إلى سرعة انتشارها بين العديد من المنتجين والمستهلكين وأحدث تطور في حجم التجارة على المستوى العالمي كما تعددت معوقات التي تواجه انتشار التجارة الإلكترونية وعلنا رغم من هذه المعوقات إلا أنها لها فوائد عديدة بالإضافة إلى ذلك تواجه التجارة الإلكترونية تحديات فتعددت وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني الحديثة من النقود الإلكترونية والبنوك الإلكترونية، أدت إلى سهولة وسرعة تسوية المدفوعات مما ينعكس على انتشار التجارة الإلكترونية والعمل على تنمية البنية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية .

1-اختبار صحة الفرضيات :بعد دراستنا للموضوع اتضح لنا صحة الفرضيات من عدمها التي

وضعناها كمنطلق للدراسات فتبين معنا أن:

- الفرضية الأولى: تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصال البنية الأساسية والقاعدة التقنية لتعاملات التجارة الإلكترونية.

، أثناء البحث توصلنا إلى أن هذه الفرضية صحيحة فتكنولوجيا المعلومات والاتصال هي البنية الأساسية للتجارة الإلكترونية وتعتبر شبكة الانترنت وتكنولوجيا الحديثة من أهم أسسها .

الفرضية الثانية : للتجارة الالكترونية اثار اقتصادية على الجزائر فالرضية صحيحة لان للتجارة الالكترونية اثار اجابية وسلبية منها تخفيض الوقت تقليل التكاليف و اختصار المسافة و السلبيات منها ضعف البنية التحتية و ضعف الوعي العام .

الفرضية الثالثة : واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، التجارة الإلكترونية في الجزائر تحمل الكثير من الإمكانيات للنمو والتوسع، مدعومة بزيادة انتشار الإنترنت والتطور التكنولوجي. مع ذلك، تواجه عدة تحديات تحتاج إلى معالجة، مثل تحسين البنية التحتية، تعزيز الثقة والأمان في المعاملات الإلكترونية.

نتائج البحث:

وعلى ضوء ما درسنا نستخلص مجموعة من النتائج منها ما يلي:

- التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الأنترنت، لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات أو أفراد، حيث تتعدد تصنيفات هذه التجارة بناءً على العلاقة بين هؤلاء الأطراف؛
- التجارة الإلكترونية تهدف إلى تعظيم حجم المعاملات التجارية بين المتعاملين باستعمال وسائل الاتصال الإلكترونية المبتكرة التي تتماشى وهذه الوسائل، كما تهدف إلى تحسين إمكانية الوصول إلى معلومات أفضل عن الأسواق، لذلك تعتبر وسيلة متميزة ؛
- غياب البيئة المصرفية والنقدية المناسبة لعمليات التسويات الناجمة عن التعاملات الإلكترونية ؛
- إن دراسة جوانب مختلفة يساعدنا على فهم أكثر لظاهرة التجارة الإلكترونية تحديد أولويات الاستراتيجيات المتبعة من قبل الدول، إبراز النتائج المحققة وكذلك التحديات التي تقف أمامها؛

• الارتباط الوثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفير قاعدة التكنولوجيا لتقنية المعلومات والاتصالات بصفتها البنية التحتية اللازمة لها؛

• الانطلاق الحديث لبعض المبادرات المحتشمة والمتواضعة لتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر

• تواجه الجزائر تحديات مهمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، ومن أبرز هذه التحديات عدم توفر البنى

التي تحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية، ضعف الثقافة والوعي التقني والإلكتروني بين عامة أفراد المجتمع،

• قصور الطاقات البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تطبيقات التجارة الإلكترونية،

• ضعف إمكانية وقدرات المؤسسات التجارية للتحويل إلى الأنماط الإلكترونية،

• ضعف الدور الحكومي الرسمي لتهيئة قطاعات المجتمع للدخول في عصر تقنية المعلومات، إضافة إلى

تحديات اجتماعية وثقافية وعقبات تشريعية في غياب الأنظمة التشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ؛

• إن الدفع الإلكتروني في الجزائر يتلقى عدة عراقيل في الجانب التطبيقي، ما يفسر هذا غياب ثقافة

استعمال البطاقات الإلكترونية وكذا عدم توفر عنصري السرية والأمان، ونقص الثقة بالأطراف الأخرى

المتعاملة بالتجارة الإلكترونية لغياب القوانين والقواعد المنظمة لهذا النوع من التجارة.

الاقتراحات والتوصيات:

وفي الأخير يمكن أن نخرج بمجموعة من التوصيات نوجزها في ما يلي:

• استثمار في العنصر البشري وذلك من خلال إعطاء أهمية لتطوير مناهج وتقنيات التعليم لتكوين طلاب

مع معطيات العصر الإلكتروني الذي نعيشه وإعداد كفاءات قادرة على تعامل مع تقنيات الاتصالات

ومعلومات في مؤسسات التعليم الجامعي ؛

• أهمية توفر المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية وأهمها: البنية التحتية والمتمثلة في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من شبكات الاتصال وأجهزة اتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحاسب الآلية وبرامج التطبيقات، وانتشار استخدام الأنترنت والحاسبات المضيفة ومزودي خدمات الأنترنت.

• تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي ميسر ومسهل للتجارة الإلكترونية من خلال تطوير التحويل الإلكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الإلكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من سرية وأمن هذه المعلومات؛

• تكوين تحالف رقمي مع الدول العربية في مجال أنشطة المعلوماتية والتجارة الإلكترونية، بغية الاقتداء بالتجارب الناجحة لهذه التجارة واستخلاص الدروس منها بالإضافة إلى التعاون على التفاعل الإيجابي مع ثروة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتبادل منافع هذه الثروة؛

• توجيه الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأموال الأجنبية في مجال قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، وأفضلية عدم فرض ضرائب تمييزية على السلع والخدمات التي تدخل مجال التجارة الإلكترونية؛

• رسم سياسة وطنية لتشجيع تبني التجارة الإلكترونية من طرف مؤسسات صغيرة ومتوسطة و تحسيسها بأهمية هذا النوع من التجارة وحثها على إنشاء مواقع إلكترونية، لتكون خطوة أولى للتفاعل مع تطبيقات هذه التجارة؛



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

المراجع العربية

1. إبراهيم أحمد عبد الحق الدوي، التجارة الإلكترونية دراسة تطبيقية على المكتبات ، السلسلة الثانية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، سنة 2010.
2. الاتحاد الدولي للاتصالات، "الخصائص الإحصائية لمجتمع المعلومات لعام ،"2009 الدول العربية.
3. أحمد مداح،التجارة الإلكترونية من منظور الفقه، رسالة ماجستير في العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2006.
4. إياد زكي محمد أبو رحمة، أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، الجامعة الإسلامية غزة، سنة 2009.
5. ايمان العاني،"البنوك التجارية و تحديات التجارة الالكترونية"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2007،
6. بلحسين عتيقة وآخرون، قطاع التكنولوجيا والاتصال وواقعه في الجزائر، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر 2011 .
7. بن رجدةل جوهر، الأنترنيت والتجارة الإلكترونية، (شهادة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، فرع التسيير جامعة سعد دحلب،البلدية الجزائر ،2001)الجزائر.
8. بن وارث حكيمة،دور واهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة ،مع الاشارة الى العالم العربي،رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص مانجمنت المؤسسة،معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،المركز الجامعي العربي بن مهدي ،ام البواقي ،الجزائر ،2008.

9. جاري شنايدر، "التجارة الإلكترونية، تعريب سرور علي ابراهيم"، دارالمريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000.
10. جليد نور الدين ، تطوير وسائل الدفع المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة، 2006.
11. حول الاقتصاد الافتراضي انعكاساته على الإقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة.
12. سالمى جمال، "أثر التنمية المستدامة في تحسين فرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة" ، الملتقى الدولي حول التنمية و فرص الاندماج في 3 اقتصاد المعرفة و الكفاءات البشرية ، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، يومي 20-12 :مارس. 2004
13. سعد غالب ياسين ، بشير عباس العلق ، "التجارة الإلكترونية" ، دار المناهج للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2004.
14. سعيد جمعة عقل ، نور الدين أحمد النادي، التسويق عبر الأنترنت، بدون طبعة، مكتبة المجتمع العربي، الأردن 2007.
15. سمية ديميش ،"التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر" ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2010 / 2011،
16. السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، بدون طبعة، القاهرة، مصر ، 2008 .
17. صغير موح مريم، سردون مهدية، إشكالية الاعتراف بالإيرادات في المحاسبة الدولية في ظل التجارة الإلكترونية ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 أبريل 2011.
18. طارق طه ،التسويق والتجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، منشأة المعارف ، الإسكندرية، سنة ..

19. عامر إبراهيم القنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
20. عبدالله سراج، "التسويق و التجارة الإلكترونية في الدول العربية ، التحديات التي تواجهها و سبيل التغلب عليها"،مجلة العلوم الإنسانية،العدد،5جامعة محمد خيضر،بسكرة،1 ديسمبر،،2016.
21. عززولي إيمان، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية، أطروحة دكتوراه: اقتصاد و تسيير 1 المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة فرحات عباس ،1سطفيف ، 2017/2018.
22. فريد كورتل ،"واقع التجارة الإلكترونية بالبلدان العربية و سبل تطورها - اشارة خاصة لحالة الجزائر ، الملتقى العلمي الدولي الأول : الشفافية و نجاعة الأداء للإندماج العالمي ، الأوراسي ، ماي /جوان، 2003،
23. القانون رقم 05/18 المؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق لـ : 10مايو2018المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، الجريدة الرسمية العدد ، 28بتاريخ20شعبان 1439الموافق لـ16مايو سنة 2018.
24. كتاب"التجارة الإلكترونية استراتيجيات وتطبيقات" لمجموعة من الباحثين العرب.
25. كمال رزيق ، فارس مسدور ، "التجارة الإلكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة"، الملتقى الوطني الأول : الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة ، جامعة سعد دحلب ، البليدة ، يومي 21 . 22 ماي . 2002.
26. محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 أبريل 2011.

27. محمد امين الشوابكة، "جرائم الحاسوب و الأنترنت"، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن 2007.
28. محمد علي خليل مقالة فوائد التجارة الالكترونية وتأثيرها على الاقتصاد العربي مجلة الاقتصاد و الاعمال العربية
29. محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2013 .
30. محمود محمد سعيان "تحليل و تقييم دور البنوك في مكافحة عمليات غسيل الأموال"، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، الأردن، 2008.
31. محمود محمد، مقدمة إلى التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان، الأردن، 2016،
32. ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2009.
33. نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، بدون طبعة ، دار الثقافة للنشر الاسكندرية، مصر، 2010 .
34. هاشم الشمري ندى الليثي، الاقتصاد المعرفي، بدون طبعة دار الصفاء، عمان، الأردن، 2002.
35. هيم مصطفى، مدرسة المستقبل ومجالات التعليم عن بعد : استخدام الأنترنت في المدارس والجامعات وتعليم الكبار، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، الأردن، 2005 .

المراجع الأجنبية

36. www.intu.int/dms-pub/intu-d/ind/D
37. www.yessergov.as

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على ظاهرة التجارة الالكترونية و أثارها على الجوانب الاقتصادي واستعراض أهم المجالات التي تمكن للجزائر الاستفادة من تطبيقاتها. ويرغم من غياب إحصائيات دقيقة حول حجم التعاملات الالكترونية في الجزائر، إلا أنها تتوفر على الامكانيات هامة تسمح لها ببناء قاعدة تكنولوجية، وتعزيز الأعمال التجارية والبنكية الالكترونية. وأظهرت الدراسة وجود العديد من المعوقات والتحديات أمام الاقتصاد الجزائري التي يجب إزالتها للاستفادة من تطبيقات التجارة الالكترونية لما لها من اثار ايجابية على مختلف القطاعات الاقتصادية . وتم في الأخير تقديم بعض الاقتراحات التي يمكن إن تساهم في التسريع في تطبيق هذا النوع من التجارة الالكترونية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية،العلام والاتصال ، اقتصاد الجزائري ،

Abstract

This paper aims to highlight the phenomenon of ecommerce and its effects on economic aspects, and review the most important areas in which Algeria can benefit from its applications .Despite the absence of accurate statistics on the volume of electronic transactions in Algeria but it has the potential to allow them to build a technological base, and promote business and banking electronic.

The study showed that there are many obstacles and challenges facing the Algerian economy, which must be removed to benefit from the applications of electronic commerce because of its positive effects on various economic sectors. Finally, some suggestions were made that could contribute to accelerating the implementation of this type of trade in Algeria

Key words: Ecommerce .information and communication technology.
Algerian economy