

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة ابن خلدون - تيارت

ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير  
شعبة: العلوم التجارية  
تخصص: مالية وتجارة دولية



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

## مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

### من إعداد الطلبة:

بلخوتي عائشة  
لعلاق آمال

### تحت عنوان:

# تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر

### نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	محاضر(أ) - جامعة ابن خلدون تيارت	أ. معسكري سمرة
مشرفا ومقررا	محاضر(ب) - جامعة ابن خلدون تيارت	أ. حداشي حكيم
مناقشا	محاضر(أ) - جامعة ابن خلدون تيارت	أ. هرقون تفاحة

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# دعاء

اللهم إن أعطيتنا نجاها فلا

تأخذ تواضعنا وإن أعطيتنا

تواضعا فلا تأخذ إعتزازنا

بكرامتنا

# إهداء

الحمد لله والصلوات والسلام على أشرف الخلق وسيد المرسلين  
إلى اللذين قال الله تعالى فيهما " وبالوالدين إحسانا " وأمرنا بالدعاء لهما فقال  
" قل ربي إرحمهما كما ربياني صغيرا " إلى الصدر الحنون التي كانت دوما تفتح  
ذراعها لمواساتي إلى القلب الرحيم التي تحملت وصبرت لأجل نجاحي وكانت لي

منبع صدق

أمي الحنونة\* أدام الله عليها الصحة والعافية وأطال الله في عمرها \*  
إلى الذي علمني التواضع والتسامح والعفو والصبر وكان دوما لي سندا إلى  
\* أبي الكريم\* أطال الله بعمره إلى أعز ما بالوجود إخوتي كل بإسمهم منصور  
ومحمد وبغداد وأخواتي خديجة وحنان حفظهم الله وبراعم العائلة يوسف  
ولجين وأحمد وآية إلى كل الأهل والأقارب إلى صديقاتي حورية وفاطمة  
وأسماء وزميلي في المذكرة أمال وكل من يغرفني من قريب أو من بعيد  
إلى دفعة السنة الثانية ماستر مالية وتجارة دولية 2019  
وكل من سعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي

عائشة

# إهداء

أهدي هذا البحث إلى الوالدين الكريمين راجيا من الله أن  
يحفظهما وإلى إخوتي وصديقاتي  
وإلى زميلتي في المذكرة "عائشة"  
وإلى جميع الأهل والأقارب  
وإلى جميع أساتذتي في كل الأطوار  
وإلى جميع طلبة العلم في جزائرنا الحبيبة  
وإلى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إتمام هذا العمل  
المتواضع

## أمال

# كلمة الشكر

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

قال رسول الله (صلى الله عليه وسلم):

﴿من لا يشكر الناس لا يشكر الله﴾

إن الشكر لله عظيمًا والحمد لله حمدا كثيرا الذي أعانني في إنجاز  
هذا البحث

كما نخص بجزيل الشكر والعرفان من وقف على المنبر وأعطى من  
حصيلة فكره لينير دروبنا... إلى الأستاذ الذي تفضل علينا بإشرافه  
على هذا البحث الأستاذ: حداشي حكيم

كما نشكر كل أساتذة قسم العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم  
التسيير وطاقم الإدارة الذين سهروا على راحتنا..

الصفحة	المحتويات
II	إهداء
IV	كلمة شكر
V	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
IX	قائمة الملاحق
أ-د	مقدمة
<b>الفصل الأول</b>	
<b>التجارة الإلكترونية في ظل الاقتصاد الرقمي</b>	
06	تمهيد
07	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي حول التجارة الإلكترونية
07	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية (المفهوم والخصائص)
09	المطلب الثاني: أهداف وفوائد التجارة الإلكترونية
11	المطلب الثالث: آثار التجارة الإلكترونية على مختلف المستويات وأشكالها
16	المبحث الثاني: عموميات حول الإقتصاد الرقمي
16	المطلب الأول: مفهوم الإقتصاد الرقمي وخصائصه
18	المطلب الثاني: أهمية الإقتصاد الرقمي وتأثيره على التنمية المستدامة
22	المطلب الثالث: المخاطر التي تواجه الإقتصاد الرقمي والعناصر المكونة له
24	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني</b>	
<b>التجارة الإلكترونية في الجزائر</b>	
26	تمهيد
27	المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
27	المطلب الأول: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر
33	المطلب الثاني: تحليل مؤشرات البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر
38	المطلب الثالث: الدفع الإلكتروني في الجزائر
43	المبحث الثاني: تحديات وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، وإطارها القانوني
43	المطلب الأول: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر

46	المطلب الثاني: آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر
52	المطلب الثالث: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر
56	خلاصة الفصل
58	خاتمة
63	قائمة المراجع
	الملخص

الصفحة	العنوان	الرقم
08	دلالات التجارة الإلكترونية	01
10	الفوائد بالنسبة للمؤسسات	02
10	الفوائد بالنسبة للمستهلك (العملاء)	03
11	الفوائد بالنسبة للمجتمع	04
21	مجالات تأثير الاقتصاد الرقمي على التنمية المستدامة	05
34	عدد مستخدمي الهاتف الذكي لعدة دول سنة 2022	06
36	أداء الجزائر في مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والأفراد	07
37	مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	08
39	تطور عدد مستخدمي البطاقات البنكية ومعاملاتها النقدية	09
41	نمو عدد بطاقات السحب والدفع بين بنكية SIB	10
41	توضيح توزيع البطاقات البنكية	11
42	تطور عدد نهائيات الدفع الإلكتروني بين 2015 و 2019	12

الرقم	العنوان	الصفحة
01	عدد مستعملي الأنترنت في الجزائر مقارنة مع عدة دول سنة 2022-2023	33

الصفحة	العنوان	الرقم
30	تطبيق وصلني: (wesselni)	01
31	تطبيق: ( B. ARIDIMOB )	02
31	سوق واد كنيس: (ouedkniss)	03
32	موقع djelfa info	04
32	موقع جوميا الجزائر: (Jumia)	05
33	موقع اشري لي ( Echrily )	06
39	إنشاء شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" و"الشبكة النقدية البين بنكية"	07
40	البطاقات البين بنكية "interbancaire carte la	08

مقدمة

تسارعت وتيرة النمو الابتكاري والتقنيات التكنولوجية مع العشرينات الأخيرة التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، وهذا الأخير ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات وأدى إلى ميلاد وبروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة، والتي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها.

حيث امتلاك الثورة التكنولوجية مكن من إحداث تعديلات جذرية في أنماط العمل في كل الميادين لاسيما المجال التجاري الذي يتطلب التقدم والابتكار الذي نجم عنه ميلاد نوع جديد وحديث يطلق عليه التجارة الإلكترونية، حيث أصبحت هذه الأخيرة سائدة في عالم اليوم، والذي جعلته قرية صغيرة تتم فيها التبادلات والمعاملات التجارية إلكترونيا وألغت نهائيا القيود المادية والجغرافية بحيث أصبح للزبائن الحصول على احتياجاتهم بمجرد نقرة دون الحاجة للتنقل لمكان لآخر وذلك باستخدام وسيط إلكتروني (الحاسوب أو الهاتف المحمول)، وبالتالي فإن اعتماد هذا النوع من التجارة أصبح أمر ضروري وحتمي تفرض وجودها على جميع دول العالم نظرا للتقدم الهائل في مجال التكنولوجيا والمعلومات، وبالرغم من تقدمها الهائل في بعض الدول العالمية إلا أن اعتمادها في الجزائر مازال في مراحله الأولى ولم تصل إلى التقدم الأفضل.

فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل والتحديات في مجال التجارة الإلكترونية وتحولها إلى واقع ملموس أصبح من الضروري اعتمادها وحتمية لهذا البلد لتطوير القطاعات التجارية المحلية والتسويقية ودفع اقتصادها للنمو، وتطوير البنى التحتية، ومن هذا المنطق جاء اهتمامنا بالموضوع محل الدراسة محاولين الإجابة على السؤال الذي طرحناه في الإشكالية:

### 1) الإشكالية:

تتمثل مشكلة بحثنا في التساؤل التالي:

ماهي تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

ومنه تم ادراج الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ماذا نقصد بالتجارة الإلكترونية؟

✓ ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

✓ ماهي آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

### 2) فرضيات الدراسة:

لإحتواء وتحديد موضوع الدراسة فإننا نحاول طرح الفرضيات التالية والتي سنخضعها من خلال هذا

البحث للدراسة قبل الحكم عليها:

- التجارة الإلكترونية هي عملية تبادل السلع والخدمات عبر وسيط إلكتروني دون الحاجة للتنقل.
- الجزائر تسعى لإحتواء التجارة الإلكترونية وذلك بسعيها لتطوير البنى التحتية.
- الجزائر تواجه عدة تحديات تعرقل سير التجارة الإلكترونية بشكل صحيح وآمن.
- التجارة الإلكترونية في الجزائر تحتل موقعا ضعيفا نظرا لغياب الوعي بأهميتها.
- تسعى الجزائر إلى مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية.

### (3) الدراسات السابقة:

دراسة وسام عمرون، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل عمليات التجارة الخارجية، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2016 / 2017، يناقش البحث إشكالية \* ما مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في تنشيط حركية إقتصاديات الدول عامة والجزائر خاصة ؟ \*، تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية كظاهرة حديثة، وإيضاح الصور المتعلقة بمكانتها في العالم العربي، ولقد حصلت هذه الدراسة على أبرز تقنيات المعلومات والاتصالات وكذلك التجارة الإلكترونية والدخول بها في عصر الإقتصاد الجديد.

❖ دراسة عبد القادر زواتنية، أهمية الإقتصاد الرقمي للدول العربية في ظل جائحة كورونا وأثره على تحقيق التنمية المستدامة - الإقتصاد الرقمي لدولة قطر نموذجا -، مجلة إقتصاديات شمال افريقيا، العدد 28، جامعة الجزائر 3، 2022، تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية الإقتصاد الرقمي للدول العربية في ظل جائحة كورونا ودوره في تحقيق التنمية المستدامة ولقد وصلت الدراسة الى أن للإقتصاد الرقمي دور كبير في التخفيف من تداعيات جائحة كورونا على الاقتصاديات العربية.

❖ دراسة قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الإلكترونية تحدياتها وآفاقها في الجزائر، مذكرة دكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير وعلوم تجارية، تخصص تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر 3، 2012 / 2013، يناقش البحث إشكالية \* في ظل العوامل التي تؤثر في تطبيق التجارة الإلكترونية والبيئة العامة لها في الجزائر، هل يمكن تبني مشروع التجارة الإلكترونية وكيف يمكن التغلب على التحديات والعوائق التي تقف أمامها ؟ تهدف الدراسة الى تسليط الضوء على التحديات والآفاق المرجوة من التجارة الإلكترونية في الجزائر وأهم المعوقات التي تواجهها في تطبيق التجارة الإلكترونية وأهم المتطلبات الاستراتيجية التي تمكن الدول النامية والمتأخرة في هذا المجال من اعتمادها.

### (4) أهمية الدراسة:

تمكن أهمية هذه الدراسة من تناول موضوعا حديثا يتمثل في التجارة الإلكترونية بحيث أصبحت أمر ضروري في كافة دول العالم نظرا للتطور الحاصل في الآونة الأخيرة، وانتشرت في الدول العربية ومن بينها الجزائر والتي هي بحاجة لهذا النوع من التجارة وتبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإستخدامها لدعم قدرتها التنافسية نظرا لحدثة التجارة الإلكترونية في الجزائر.

### (5) أهداف الموضوع:

إن الأهداف التي نأمل أن نحققها من خلال هذا البحث تتمثل في:

➤ معرفة مصطلح التجارة الإلكترونية كونه مصطلح حديث النشأة في عالم المعاملات التجارية.

➤ تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

➤ معرفة أهم تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

➤ مستقبل أو آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

## (6) أسباب إختيار الموضوع:

هناك مبررات عديدة دفعتنا لإختيار الموضوع نذكر منها:

➤ الرغبة والميولة لدراسة وإستكشاف هذا الموضوع.

➤ أهمية موضوع التجارة الإلكترونية في عصرنا الحالي وحدائته على المستوى العالمي والجزائر خاصة.

➤ الرغبة في فهم حقيقة التجارة الإلكترونية.

➤ نقص الإهتمام بالتجارة الإلكترونية في الجزائر مما إفترض عناية من قبل الباحثين بغية توفير دراسة تساهم في تكوين صورة واضحة عن التجارة الإلكترونية في الجزائر.

➤ الرغبة في معرفة أهم التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر.

## (7) منهج الدراسة:

للإلمام بجوانب الموضوع إعتدنا على المنهج الوصفي التحليلي، فيكون وصفا عند التعرض إلى المفاهيم النظرية بالتجارة الإلكترونية وتقييم وضعها في الجزائر، وتحليل لنتائج الدراسات والأبحاث التي تعرضت لهذا الموضوع في شكل مقارنة مع عدة دول.

## (8) صعوبات الدراسة:

✓ عدم توفر معلومات وإحصائيات دقيقة وحديثة بشأن حالة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في الجزائر، وغياب مؤشرات واضحة لقياس مدى تقدم الجزائر في تبني التكنولوجيا.

✓ قلة المراجع المختصة في التجارة الإلكترونية سواء كتب أو دراسات أكاديمية والتي تحتوي على معطيات حديثة، وبالتالي إعتدنا بشكل كبير على المجالات والدراسات المتوفرة على الأنترنت.

✓ تأخر عملية تبني وتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

## (9) هيكل الدراسة:

للإجابة على إشكالية البحث وإختبار الفرضيات، وللوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة وأهميتها وجب علينا تناول الموضوع في فصلين بحيث تطرقنا في:

الفصل الأول: التجارة الإلكترونية في ظل الإقتصاد الرقمي.

الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر.

# الفصل الأول

التجارة الإلكترونية في ظل

الاقتصاد الرقمي

### تمهيد:

إن التجارة الإلكترونية تعتبر إحدى صور نظم المعلومات والاتصالات وانتشار الأنترنت على وجه الخصوص، والتي وفرت وسائل مستحدثة في تبادل السلع والخدمات وتبادل البيانات بصورة لم تكن معروفة من قبل، والتي تتميز بالسرعة والسهولة في الإستخدام وبعدها على الصورة التقليدية. وفي عصر الإقتصاد الرقمي الذي إنتشر في الآونة الأخيرة شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تعددت مفاهيمها حسب العديد من المنظمات والإقتصاديون، كما تعددت أنماطها وخصائصها ولها العديد من الفوائد، ولالإقتصاد الرقمي دور في ذلك.

وسنتطرق في هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي حول التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: عموميات حول الإقتصاد الرقمي.

## المبحث الأول: الإطار المفاهيمي حول التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخرًا والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم عوامل الاقتصاد الجديد، وسيتمحور هذا المبحث حول توضيح هذا المفهوم الحديث مع النظر إلى فوائد وأشكال التجارة الإلكترونية، وخصائصها، وأهدافها وآثارها.

## المطلب الأول: التجارة الإلكترونية (المفهوم والخصائص)

## 1 مفهوم التجارة الإلكترونية:

للتجارة الإلكترونية عدة تعاريف نذكر منها:

## 1-1 تعريف منظمة الأمم المتحدة للتجارة الإلكترونية:

كانت الأمم المتحدة عن طريق لجنة القانون التجاري التابعة لها من أولى المنظمات العالمية التي تصدت لموضوع التجارة الإلكترونية وذلك بموجب قانون نموذجي أصدرته بشأن التجارة الإلكترونية أين تصدت المادة الأولى منه لتحديد ماهية النشاط التجاري و الوسيلة الإلكترونية التي تستخدم لإتمامه، كما تعرضت المادة الثانية منه في فقرتها الأولى لتعريف رسالة البيانات الإلكترونية دون أن تورد تعريف محدد ومباشر لفكرة التجارة الإلكترونية، مفضلة ترك المسألة مفتوحة بشكل موسع لتستوعب جميع الأنشطة التجارية أيا كان نوعها التي تتم عبر أي وسيلة إلكترونية دون حصرها فقط في وسيلة الأنترنت، وهو ما يجعلنا نرى أن التجارة الإلكترونية وفق قانون اللجنة السابقة هو أي نشاط تجاري يتم من خلال وسيلة الكترونية.<sup>1</sup>

## 2-1 تعريف منظمة التجارة العالمية للتجارة الإلكترونية:

عرفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها عبارة عن عملية إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات، وذلك من خلال شبكة اتصال، وقد قسمتها إلى ثلاث مراحل وهي مرحلة الدعاية والبحث، مرحلة الطلب والسداد؛ مرحلة التسليم، مشيرة في تعريفها إلى أنه من الممكن أن تتم جميع هذه المراحل بالشكل الإلكتروني، أو يتم بعضها بطريقة إلكترونية والبعض الآخر بشكل تقليدي، وتتمثل هذه المراحل في عمليات الإعلان والتعريف بالبضائع والخدمات، ثم تنفيذ عملية عقد الصفقات وإبرام العقود، ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات، وبعد ذلك سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الإتصال المختلفة، سواء عن طريق الأنترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع.

<sup>1</sup>حمودي ناصر، التجارة الإلكترونية مقدمة لاقتصاد عالمي جديد الاقتصاد الرقمي، مجلة معارف، العدد 2، الجزائر، 2007،

الجدول رقم (01): دلالات التجارة الإلكترونية:

الرقم	الدلالة
(1)	هي نشاط تجاري يتم عن طريق الأنترنت والهاتف النقال وكذلك التلفزيون الإلكتروني وغيرها من وسائل الإتصال الإلكتروني.
(2)	هي مزيج من التكنولوجيا المعاصرة من جهة وخدمات مطلوبة تقدمها من جهة أخرى من أجل الإسراع بأداء نشاط التبادل التجاري وتأمين آلية مناسبة لتبادل المعلومات.
(3)	هي نوع من عمليات بيع وشراء بين منتجين ومستهلكين ومؤسسات أعمال بعضها مع بعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات.
(4)	هي شكل من أشكال التبادل التجاري من خلال إستخدام شبكة إتصالات إلكترونية مناسبة بين مؤسسات الأعمال.

المصدر: عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة 657، دار المسيرة للنشر، عمان، 2014، ص32.

ومما سبق نستخلص بأن التجارة الإلكترونية هي أسلوب تجاري يعتمد على قدرة الشركة على تسويق منتجاتها سواء كانت سلعا أو خدمات أو أفكار من خلال آليات إقناعية وخطط تسويقية محكمة تستهدف بالدرجة الأساس تحقيق رضا العميل، حيث يتجسد هذا الرضا في نجاح الشركة بإشباع الحاجات والرغبات الحقيقية للعمل وهذه الحالة تتطلب بالضرورة أن تقوم الشركة التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية بتوفير قاعدة من المعلومات والبيانات التي تساعد في قياس جودة ما تقدمه من سلع وخدمات.<sup>1</sup>

(2) خصائص التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية بعدد من الخصائص والتي نذكر منها:

- إختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية بحيث تتم جميع المراسلات والإجراءات بين المتعاملين إلكترونيا.
- السرعة في إنجاز الصفقات التجارية دون الحاجة لإلتقاء الطرفين وإنتقالهم لمكان معين وذلك لتوفير الوقت والجهد والمال.
- تجاوز الحدود الجغرافية أي أن تصل إلى أي مكتن في العالم.
- تسليم المنتجات إلكترونيا دون الذهاب لمكان مادي لإتمام عملية البيع والشراء.
- يمكن للمتعامل التسوق من مكتبه أو من مكان عمله.
- وجود وسيط إلكتروني بين طرفي التعاقد وهو جهاز الحاسوب.
- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة.

<sup>1</sup> مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة دكتوراه، عبد الحميد

بن باديس، مستغانم، 2016، 2017، ص 38

- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف بمعنى أنه يستطيع أحد الأطراف إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت دون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة.<sup>1</sup>
- الإستهداف الشخصي بحيث تستهدف التجارة الإلكترونية أشخاص معينين من خلال تعديل الإعلانات عبر الشبكة وذلك بتحديد معلومات الفرد المرغوب إطلاعها على المنتج كتحديد العمر والجنس وطبيعة العمل.<sup>2</sup>
- قلة التكاليف بحيث في التجارة الإلكترونية تنخفض تكاليف النقل والتخزين إلى أقل حد ممكن.
- حرية الاختيار وذلك لزيادة مختلف أنواع المحلات عبر الأنترنت وتزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات.
- دعم القطاعات التكنولوجية ومن ثم ظهور فرص إستثمارية لتوجيه رؤوس الأموال في تطوير وتحسين

وتحديث البنية التحتية الإلكترونية.<sup>3</sup>

المطلب الثاني: أهداف وفوائد التجارة الإلكترونية

1) أهداف التجارة الإلكترونية:

تسعى التجارة الإلكترونية إلى تحقيق عدد من الأهداف التي نستطيع حصرها بما يلي:

- العمل على زيادة نطاق السوق وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع وهو أهم ما حققه وتحققه وتركز عليه التجارة الإلكترونية.
- السعي نحو زيادة معدلات الوصول إلى العملاء والتواصل معهم وبناء علاقات أمتن مع الزبائن والعملاء الفعليين منهم والمحتملين.
- التقليل من تكاليف الإنتاج والتسويق والتوزيع مقارنة بالتجارة التقليدية وفي ضوء طبيعة التجارة الإلكترونية.
- تحقيق السرعة في أداء الأعمال في ضوء التحول نحو إستثمار تكنولوجيا المعلومات والإتصالات وإستثمار تطوراتها وتحولاتها المعاصرة والاعتماد عليها.
- البحث عن عملاء جدد والوصول إليهم وجذبهم للشراء اعتمادا على طبيعة التعامل والمزايا التي تعرض عليهم وتجذب الكثير منهم.

<sup>1</sup> عماد مجدي عبد المالك، التجارة الإلكترونية، دار المطبوعات الجامعة، مصر، 2011، ص 15 - 17

<sup>2</sup> نعيمة يحيوي، مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وأثرها على اقتصادات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 6، جوان 2017، ص 184

<sup>3</sup> عبد العزيز دمام، يوسف واضح، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف مسيلة،

- القيام بعمليات التفاوض والتسويق والبيع والشراء وإجراء الدفع والتسديد من خلال شبكة الأنترنت وما تقدمه من تسهيلات في كل هذه العمليات والإجراءات.<sup>1</sup>

## (2) فوائد التجارة الإلكترونية:

إن الهدف الأساسي وراء إندفاع الأطراف المختلفة لإستغلال تقنية الأنترنت لدعم التبادل التجاري وما يخلف عنه مجموعة من المزايا المختلفة التي يحققها هذا الأسلوب ومن هنا نذكر مجموعة من الفوائد التي تخلقها التجارة الإلكترونية:

### الجدول رقم (02): الفوائد بالنسبة للمؤسسات:

الرقم	الفائدة
(1)	الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية.
(2)	تساعد الشركات على زيادة مبيعاتها بشكل كبير .
(3)	تسهيل عملية نيل رضا الزبون من خلال الإتصال الفعال ومن خلال إتاحة العرض الجيد للخيارات والمعاملات الدقيقة المتكاملة عن المنتجات .
(4)	توفر للشركات فرص جيدة للإستفادة من البضائع والخدمات المقدمة .
(5)	تساعد على خفض التكلفة بحيث تعوض محلات التجزئة والمكاتب المادية ببناء مواقع على الأنترنت
(6)	تواصل فعال مع الشركات والعملاء بحيث تعبر التجارة الإلكترونية الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.

المصدر: سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 114.

### الجدول رقم (03): الفوائد بالنسبة للمستهلك (العملاء):

الرقم	الفائدة
(1)	توفير الوقت والجهد حيث تكون الأسواق مفتوحة بشكل دائم ولا يتطلب الأمر سوى النقر على الفأرة وتعبئة البيانات.
(2)	زيادة خيارات المستهلك للشراء والمقارنة من شركات متعددة ومتباعدة جغرافياً.
(3)	سرعة وسهولة الحصول على السلعة في حالة بعض السلع الرقمية مثل الكتب الإلكترونية.
(4)	إمكانية الحصول على المعلومات الكاملة عن المنتجات دون أي ضغوط من الباعة وفي وقت أسرع.
(5)	سهولة المشاركة في المزادات الإلكترونية بحيث يتمكن المستهلكون من خلالها الحصول على منتجات فريدة والتي لا يمكن الحصول عليها تقليدياً إلا بالسفر إلى مسافات بعيدة.
(6)	الحصول على أسعار منافسة وذلك لإنخفاض تكلفة التسويق بالنسبة للبائع.

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، مرجع سبق ذكره، ص 35

الجدول رقم (04): الفوائد بالنسبة للمجتمع:

الرقم	الفائدة
(1)	التجارة الإلكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله بحيث تقلل من الوقت المتاح للتسوق.
(2)	تسمح برفع مستوى معيشة المجتمع بحيث تسمح بعض البضائع أن تباع بأسعار زهيدة وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع بإقتناء تلك البضائع.
(3)	تسمح للناس بأن يمتلكوا منتجات ومنتجات غير متوفرة في بلدانهم الأصلية.
(4)	تسير توزيع الخدمات العامة مثل: الصحة، التعليم، الخدمات الإجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.
(5)	تمكن من الحصول على شهادات جامعية عبر الأنترنت.

المصدر: د. ميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، الطبعة 1، دار الوائل للنشر، الأردن، 2013، ص 49، 50.

المطلب الثالث: آثار التجارة الإلكترونية على مختلف المستويات وأشكالها

1) آثار التجارة الإلكترونية على مختلف المستويات

للتجارة الإلكترونية آثار اقتصادية مهمة وفعالة على المستويات الثلاثة (مستوى الأعمال؛ مستوى المستهلكين؛ المستوى الوطني؛ المستوى القومي) ونلخصها فيما يلي:

1-1 آثار التجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال:

نلخص أبرز هذه الآثار في:

❖ توسيع نطاق السوق:

تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي، وإيجاد أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الأنترنت تجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكبر عدد ممكن من المستهلكين، وهذا يتيح حتى للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحضور في السوقين المحلي والدولي ويعد الدخل الميسر والفعال في السوق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال إحدى الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية التي تعتمد على الأنترنت.

❖ تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق:

تقليل المسافات بين المنتجين والمستهلكين مما يتيح التواجد الإلكتروني القريب بين الأطراف المتداخلة في التجارة الإلكترونية، الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وما بعد البيع، وتوفير المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجها في الأسواق وكذلك الإستجابة السريعة لطلبات السوق مما يؤدي في نهاية الأمر إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية.

والوصول إلى الإقتصاد يعتمد على المنافسة الكاملة عند انخفاض كل من التكاليف المختلفة والعوائق المانعة لدخول الأسواق المحلية و الدولية.<sup>1</sup>

### ❖ انخفاض تكاليف العمليات التجارية وأسعار المنتجات:

يحدد سعر المنتج غالبا بتكاليف الصفقات التجارية التي تشمل جمع المعلومات والتفاوض وأتعاب السمسرة وعمولات أخرى، وتلعب التجارة الإلكترونية دورا بارزا في تخفيض هذه التكاليف من خلال تحسين تدفقات المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال وكذلك انخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين والبايعين في السوق، ومن ناحية أخرى تساهم التجارة الإلكترونية في تقليص التكاليف الإدارية لدى مؤسسات الأعمال في توزيع وحفض وإسترجاع المعلومات الورقية، مما يؤدي إلى انخفاض أسعار المنتجات.<sup>2</sup>

### ❖ تحكم أفضل في إدارة المخزون:

تساهم التجارة الإلكترونية في خفض المخزون عن طريق البدء بعملية الحصول على الطلب التجاري من المشتري وتزويده بطلبه من خلال التصنيع الوتقي المناسب، وهذا ما يجعل الدورة التجارية تنقلص بدرجة كبيرة حيث يتم شحن المنتج مباشرة من المصنع إلى المشتري النهائي ويظهر ذلك بشكل كبير في السلع والخدمات التي يتم تسليمها إلكترونيا وبذلك تصبح التجارة الإلكترونية أداة مهمة في إدارة المخزون وإنخفاض تكاليف التخزين، وهذا له آثار إقتصادية على المستوى الكلي، فإذا كانت التجارة الإلكترونية تعمل على تخفيض المخزون إلى حده الأدنى فإنه من المتوقع أن يكون أثر التجارة الإلكترونية هو تخفيض آثار الدورة التجارية الناجمة عن التغير في المخزون.

### 1-2 آثار التجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين

للمستهلك نصيب من التجارة الإلكترونية وآثارها الإقتصادية والتي تتمثل في:

### ❖ سرعة وسهولة التسوق:

يكون لدى المستهلك نطاق أوسع للتسوق عبر شبكة الأنترنت فأى شخص لديه حاسب آلي ومتصل بالأنترنت فإنه بإمكانه أن يصبح مستهلكا عالميا وهو في منزله على مدار الساعة وفي أي يوم يريد.

### ❖ تعدد الخيارات:

مع دخول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية فإن الفرصة متاحة له بأن يبحث عن سلعته المفضلة أو التي يبحث عنها عبر المواقع التجارية في الأنترنت، لأن التجارة الإلكترونية توفر العديد من الخيارات نتيجة لإمكانية الوصول إلى منتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك.

### ❖ انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج:

<sup>1</sup>سفيان فكارشة، التجارة الإلكترونية-رؤية اقتصادية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد8، جامعة البليدة، الجزائر، 2013، ص184.

<sup>2</sup> بولحية شهيرة، لكل شهرزاد، أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية العدد

3، جامعة باتنة، الجزائر، مارس 2019، ص 114.

عادة ما يبحث المستهلك عن المنتج الأقل سعرا والأفضل جودة، وذلك من خلال مقارنة الأسعار ونوعية المنتجات بسهولة وسرعة فائقة بفضل التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى سرعة الحصول على السلعة أو الخدمة التي تم طلبها إلكترونيا.

### ❖ سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين:

توفر الوسائل الإلكترونية إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالسلع والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية، الأمر الذي يوفر البيانات والمعلومات للمستهلكين عن المنتجات الاقتصادية، ويرفع مستوى الثقافة والوعي الإستهلاكي لدى المجتمع.

### 1-3 آثار التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني والقومي

من الممكن إبراز هذه الآثار فيما يلي:

#### ❖ دعم التجارة الخارجية:

توفر التجارة الإلكترونية فرص لزيادة معدلات الصادرات من خلال سهولة الوصول الى مراكز الإستهلاك الرئيسية، وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، زيادة على ذلك ساهم ظهور تقنية المعلومات الحديثة في زوال العقبات الجغرافية لكثير من الخدمات عالميا.

#### ❖ دعم التنمية الاقتصادية:

تعاني المشروعات المتوسطة والصغيرة من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية، وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق لهذه المشروعات القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية، وهذا ينعكس إيجابا على تفعيل نشاطات هذه المشروعات الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية.

#### ❖ دعم التوظيف:

تقدم التجارة الإلكترونية فرصا جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الإستثمارية خاصة تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستويين المحلي والعالمي دون الحاجة للإنتقال، ومن ناحية أخرى توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات هذه التجارة .

#### ❖ دعم القطاعات التكنولوجية:

وفرت التجارة الإلكترونية على المستوى القومي بيئة ومناخ ملائمين لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات و الإتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات التجارة عبر شبكة الأنترنت، ومع تطور ونمو التجارة الإلكترونية و إنتشار إستخداماتها في التعاملات التجارية، تصبح هناك فرص إستثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للإستثمار في تطوير وتحسين وتحديث البنى التحتية الإلكترونية والإستثمار في

الخدمات المصاحبة لقطاع تقنية المعلومات والاتصالات، الأمر الذي يؤدي إلى خلق أو توطين قطاعات تكنولوجية متقدمة لدعم الاقتصاد القومي.<sup>1</sup>

## (2) أشكال التجارة الإلكترونية

تختلف أشكال التجارة الإلكترونية نظراً لأطراف العلاقة التجارية، فيمكن تقسيمها إلى أربعة أنواع وهي، التجارة بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى، التجارة بين وحدة أعمال ومستهلك، التجارة بين الحكومات والمستهلكين، التجارة بين مستهلكين ومستهلكين آخرين، ويقع الكثير في خطأ عند إستخدامهم إصطلاح التجارة الإلكترونية مرادف لمصطلح الأعمال الإلكترونية، فهذه الأخيرة أوسع نطاقاً وأشمل من الأولى، وتقوم الأعمال الإلكترونية على فكرة تامة الأداء في العلاقة بين إطارين من العمل، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية الإنتاجية والمالية والخدماتية، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد بالزبون، إذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها، كما تمتد إلى أنماط العمل وتقييمه والرقابة عليه، وتنقسم أشكال التجارة الإلكترونية إلى أربعة فروع أساسية وهي:

### الفرع الأول: التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال ووحدة أعمال أخرى

يرمز لها بالرمز B2B وهذا النوع من التجارة الإلكترونية تتم فيها المعاملات التجارية فيما بين المنشآت التجارية، وذلك بإستخدام شبكة الإتصال وتكنولوجيا المعلومات، وهذا الشكل هو من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعاً سواء داخل الدولة أو بين الدول، ويستخدم بهدف خفض التكاليف وزيادة الكفاءة العملية وتحقيق معدل أعلى من الأرباح، ومن أبرز الصور وتقنيات هذا النوع من التجارة:

- التبادل الإلكتروني للبيانات: وتبدأ هذه التقنية في العمل بمجرد إختيار المورد المناسب والإتفاق معه على شروط وترتيبات التوريد من خلال تبادل البيانات وإرسال طلبات التوريد.
- التسويق الإلكتروني: توفر هذه التقنية آلية بحث قوية وسريعة تستخدمها الشركات بغرض مقارنة السلع المعروضة من الموردين المختلفين من أجل العثور على المورد المناسب.
- التجارة الإلكترونية داخل المؤسسة: يوجد هذا النوع في الشركات الكبيرة ذات الفروع المتعددة في الشركات المتعددة الجنسيات التي تسمح بإجراء تبادل داخلي للسلع والخدمات بين الأقسام المختلفة.

### الفرع الثاني: التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال والمستهلكين

هذا الشكل يسمى B2C أي أعمال إلى المستهلكين، وقد عرف إنتشاراً بشكل واسع مع ظهور المراكز التجارية الافتراضية والأسواق الإلكترونية على شبكة الأنترنت، وتتكون هذه المراكز التجارية من عنصرين أساسيين وهما تكنولوجيا المعلومات والمعلومات ذاتها، حيث تؤدي تكنولوجيا المعلومات إلى تسيير وخفض تكلفة تجميع المعلومات وتجهيزها ويؤدي ترابط الشبكة إلى إنخفاض التكلفة في الوصول إلى تلك المعلومات التي تحملها بالفعل من المتاجر الافتراضية التي تتضمنها المراكز التجارية.

<sup>1</sup>عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، مرجع سابق، ص 111.

يوجد على شبكة الأنترنت العالمية مواقع لمراكز تجارية متعددة يستطيع المستهلك ومؤسسة الأعمال عن طريقها إتمام عمليات البيع والشراء فيما بينها إلكترونياً، وتقوم هذه المواقع بتقديم كافة أنواع السلع والخدمات. وقد إنتشرت بشكل كبير تستخدم من قبل العميل لشراء المنتجات والخدمات عن طريق الأنترنت، لهذا إزداد هذا النوع من التعامل نتيجة لإدراك القائمين على المشروعات أهمية استخدام الوسائل الإلكترونية في الإتصال بالعملاء والمستهلكين وتوظيفها في هذا الإطار، ومن ثم أصبحت تروج لمشروعاتها من خلال الأنترنت وغيرها من الوسائل الإلكترونية حيث ظهر ما يسمى بالمراكز التجارية عبر الأنترنت أو المراكز الافتراضية، وهي كافة أنواع السلع والخدمات في إطار المنافسة المسموحة بين المشروعات والشركات لكسب المنافسة، ليس فقط داخل الإقتصاد الواحد بل بين العديد من الإقتصادات خاصة المتقدمة منها والتي تعول كثيرا على هذا النوع من التجارة لكسر حلقات الركود التي تعانيها.

### الفرع الثالث: التجارة الإلكترونية بين الحكومة و وحدات الأعمال الأخرى

ويرمز لها بالرمز G2B وتتضمن جميع التعاملات التي تتم بين الشركات والحكومة، وكذلك بين الأفراد والإدارات الحكومية المختلفة، وهذا بإستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة شبكة الأنترنت، وهي تشمل عرض الإدارات الحكومية والإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الأنترنت، بحيث تستطيع الشركات وكذلك الأفراد من الاطلاع عليها والقيام بإجراء المعاملة إلكترونياً دون الحاجة إلى التعامل مع مكتب حكومي، ومثال ذلك ما تقوم به USA وكندا من عرض الإجراءات واللوائح ونماذج المعاملات على الأنترنت، وهذا من أجل تمكين الشركات من الحصول عليها بطريقة رقمية إلكترونياً كما أنها قد تشمل تنفيذ بعض المعاملات المالية أيضاً بصورة إلكترونية بالإضافة إلى ما سبق هناك ما يعرف بالتعاملات بين الحكومات والمواطنين وهذه التعاملات تعتمد بشكل أساسي على تقديم الخدمة للمواطنين.

### الفرع الرابع: التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك آخر

في هذا النوع من التجارة الإلكترونية يقوم الأفراد بالبيع والشراء فيما بينهم بشكل مباشر عبر شبكة الأنترنت، وهذا النمط إنتشر مع شيوع استخدام الأنترنت وتطور التقنيات الحديثة ومثال ذلك عندما يقوم أحد المستهلكين بوضع إعلان على موقعه الإلكتروني، من أجل بيع أحد الأغراض أو الخبرات الخاصة به، وقد إنتشر مسبقاً ما يسمى بالبيع بالمزاد الإلكتروني حيث يعرض فيه الزوار ما يرغبون في بيعه على هذا الموقع المتخصص بالمزايدة بين زوار ومستخدمي الموقع، وهنا يثار التساؤل هل تصرفات المستهلكين مع بعضهم البعض تندرج ضمن الأعمال التجارية أم لا، وبالرجوع إلى أحكام نص المادة 45 من الجزء 102 من القانون الفدرالي الأمريكي عرف التاجر بأنه الشخص الذي يقوم على سبيل الاحتراف بعمل من الأعمال التالية: جمع المعلومات، ممارسة أي حرفة، تشغيل العاملين وتوظيفهم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>دريس كمال فتحي، محمد العروسي منصور، قريشي رزيقة، التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2021 - 2022، ص 24، 26

المبحث الثاني: عموميات حول الإقتصاد الرقمي

يعد الإقتصاد الرقمي تعبيراً عن الإقتصاد القائم على الأنترنت، وهو عبارة عن الإقتصاد الذي يتعامل مع المعلومات الرقمية من خلال التعامل مع عملاء رقميين وشركات رقمية والتكنولوجيا والمنتجات الرقمية، وبناء مجتمع المعلومات عن طريق تسخير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل تحقيق العديد من الأهداف التنموية، وسيتمحور هذا المبحث حول مفهوم الإقتصاد الرقمي وخصائصه وأهميته، والمخاطر التي تواجهه والعناصر المكونة له، ومدى تأثيره على التنمية المستدامة.

المطلب الأول: مفهوم الإقتصاد الرقمي وخصائصه

(1) **مفهوم الإقتصاد الرقمي:** هناك عدة تعارف للإقتصاد الرقمي نذكر منها:

- ✓ هو ذلك التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال من جهة وبين الإقتصاد القومي والقطاع والدولي من جهة أخرى.<sup>1</sup>
- ✓ هو ذلك المصطلح الذي يطلق على الإقتصاد القائم على الأنترنت أو منصات الويب وهو الإقتصاد الذي يشمل البيانات والمعلومات الرقمية والمستهلكين الرقميين والمؤسسات والشركات والتقنيات والسلع والتكنولوجيا الرقمية فهو الإقتصاد القائم على المنتجات الغير ملموسة لذلك فهو يختلف عن الإقتصاد التقليدي.
- ✓ هو إقتصاد الوفرة القائم على التكنولوجيا بإعتبارها العنصر الأهم في الإنتاج لذلك فهو إقتصاد التغيير من الإعتماد على الموارد إلى الإعتماد على المعلومات وعلى قدرة الأفراد والمجتمعات على الاستجابة للعوامة ومتطلبات الحياة الحديثة.
- ✓ هو إقتصاد الندرة لأن الندرة تعتمد على عوامل مادية أو ملموسة وإن إمتلاك كمية كبيرة من سلعة ما يعني إن الآخرين لا يمتلكونها أو يكسبون كمية صغيرة من السلعة.
- ✓ يمثل الأنشطة الإقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تعتمد على التقنيات الرقمية لتحقيق الأهداف الشاملة للتنمية المستدامة وبهذا يعد القاطرة المحركة للإقتصاد الدولي الجديد القائم على التكنولوجيا الرقمية.<sup>2</sup>
- ✓ يعرف الدكتور جعفر حسن جاسم الإقتصاد الرقمي بأنه: ذلك الإقتصاد الذي يستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودرجة الإرتباط بشبكة المعلومات العالمية (الأنترنت) وتوافر المعلومات السريعة والهواتف النقالة ومدى التبادل الرقمي للمعلومات.

<sup>1</sup> الدكتور أحمد بورزق، التجارة الالكترونية في الجزائر بين النص والتطبيق، الطبعة 1، ألفا للوثائق، قسنطينة الجزائر، 2020، ص 614

<sup>2</sup> وسن مشعد سرحان، الإقتصاد الرقمي وأثره في التنمية المستدامة في بلدان مختارة مع إشارة الى العراق للمدة (2004-

2020)، شهادة ماجيستير، جامعة تكريت، 2022، ص 11

✓ كما يعرفه فريد النجار على أنه التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة، وبين الاقتصاد القومي والدولي من جهة أخرى.

– وفي ضوء ما تقدم يمكن أن نعرف الاقتصاد الرقمي على أنه ممارسة الأنشطة الاقتصادية في المجال الإلكتروني باستخدام وسائط الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وهي الشئ المستخدم للإشارة إلى الاقتصاد القائم على الأنترنت وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أي المعاملات الرقمية، الزبائن الرقميين، الشركات الرقمية، التكنولوجيا والمنتجات الرقمية.<sup>1</sup>

## (2) خصائص الاقتصاد الرقمي:

يتميز الاقتصاد الرقمي بالعمل على نشر مجتمع المعلومات والمعرفة ومن ثم تشجيع بناء الحكومة الإلكترونية والشركات الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية والإدارة الإلكترونية، ولعل أهم الخصائص التي يتميز بها الاقتصاد الرقمي هي:

- نشر المعلومات والمعرفة أو ما يطلق عليه إقتصاد المعرفة.
- سهولة الوصول إلى مصادر المعلومات شريطة توفر البنية التحتية مثل شبكات الكهرباء والهواتف، التعليم والتدريب.
- المرونة والتجدد بحيث يمتاز الأفق الرقمي بكونه ديناميكي له القدرة على التجدد والتطور المستمر وهذا ما يجعله مرناً من حيث التعامل معه وتطبيقه.
- التقارب بحيث أن قطاعات الاقتصاد الرقمي متشابهة من حيث زيادة الاعتمادية على تكنولوجيا المعلومات والاتصال لأنها البنية التحتية للإقتصاد الرقمي.
- يتطلب توفر بنية تحتية مناسبة في الإقتصاد الرقمي وإنخفاض معدلات تكاليف هذه الخدمات.
- محاربة جميع أشكال الغش والقرصنة و السرقة التي تساعد على خلق مصداقية معينة في النظام الإقتصادي الرقمي من أجل زيادة ثقة الأطراف المعنية.
- الإبداع والإبتكار المستمرين فإن ذلك يتطلب ضرورة الحاجة إلى التعامل مع العنصر البشري من خلال تطوير المهارات.<sup>2</sup>
- المنافسة وهيكل السوق في ظل الإقتصاد الرقمي بحيث تؤثر تكنولوجيا المعلومات على درجة المنافسة وأساليبها وتحسين المراكز التنافسية وفق درجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإقتصاد الرقمي.

<sup>1</sup> جبار ياسين، خروف منير، بنية محمد، رقمنة الاقتصاد ودوره في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية، شهادة ماستر في

المالية والتجارة الدولية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2019 – 2020، ص 25

<sup>2</sup> وسن مشعد سرحان، الإقتصاد الرقمي وأثره في التنمية المستدامة في بلدان مختارة مع إشارة إلى العراق للمدة (2004-

2020)، مرجع سبق ذكره، ص ص 12 – 13

- يساهم الإقتصاد الرقمي في زيادة معدلات النمو الإقتصادي وفي الإستثمار الرأس مالي والتجارة الإلكترونية الداخلية والخارجية.
- يساعد الإقتصاد الرقمي بسرعه الفائقة الشركات التي تتسم بالرشاقة في الحجم وفي التنظيم من خلال العلاقات الشبكية.
- ضغط التكلفة لكل صفقة.
- إقتصاد لحدودي بحيث يرتكز على المعلومات التي تعتبر المفتاح إلى عولمة الإقتصاد وشموليته.
- يوفر المعلومات لإتخاذ القرارات.
- رفع كفاءة ومهارة الأفراد في مجال إستخدام تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الإتصال.<sup>1</sup>
- يوفر الإقتصاد الرقمي المعلومات المثالية من حيث الحداثة والكفاءة والأهمية والدقة.
- أصبح رصيد المؤسسة الإقتصادية يقوم بالأساس على مخزونها المعرفي والمعلوماتي.
- يوفر خدمات أسهل وأسرع وبأقل تكلفة ممكنة وأهم مثال على ذلك الأعمال المصرفية (البنك المحمول).
- يرتبط الإقتصاد الرقمي بالتغيرات الكثيرة التي تجري في البيئة الصناعية ولاسيما ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والإتصال مما يعني أن الإمكانية التكنولوجية هي التي تلعب الدور الأساسي في بزوغ وتطوير الإقتصاد الرقمي.<sup>2</sup>

المطلب الثاني: أهمية الإقتصاد الرقمي وتأثيره على التنمية المستدامة

### (1) أهمية الإقتصاد الرقمي:

هناك العديد من الفرص التي يقدمها التحول نحو الإقتصاد الرقمي لإنتعاش الإقتصاد المحلي لعل

أهمها ما يلي:

- تنويع الإقتصاد خارج المحروقات.
- الإسهام في توليد فرص عمل متنوعة ومتزايدة وخاصة في المجالات التي تستخدم التقنيات المتقدمة.
- الإسهام في تحسين الأداء ورفع الإنتاجية وخفض تكاليف الإنتاج.
- زيادة الناتج والدخل القومي وزيادة المشاريع والإسهام في توليد القيم المضافة في الإقتصاد.
- المساهمة في إيجاد نمط جديد للتخصص وتقسيم العمل الدولي وذلك لإرتباطه بتقنيات مختلفة ومتطورة منها التجارة الإلكترونية والأسواق الافتراضية والحكومة والبنوك الإلكترونية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>يدو محمد، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحديث الخدمة المصرفية - دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة البليدة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، 2007.

<sup>2</sup>فريد النجار، الإقتصاد الرقمي للأنترنت وإعادة هيكلة الإستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية، الدار الجامعية، مصر 2007، ص 25.

- تقييد واردات إستيراد الورق بحيث الإقتصاد الرقمي وجد طريقا في التعاملات بين مختلف القطاعات.
- تخفيض كلفة النشر والتسويق، وذلك بالتحول إلى النشر والتسويق الرقمي خاصة أمام إتساع السوق على شبكة الأنترنت، فالنشر الرقمي هو مستقبل النشر في العالم.
- التخفيض من النفقات الإدارية للتعليم العالي كتسجيل الطلبة عن طريق الأنترنت.<sup>2</sup>
- تساهم تقنيات الإقتصاد الرقمي مباشرة في النمو بفضل مردودها الخاص على التجارة، فهذه التقنيات حررت الإبداع وسمحت بنشر المعرفة والتأثير على مختلف القطاعات الإقتصادية.
- القدرة على تحقيق النمو في السوق المنافس من خلال الدور الذي يلعبه التسويق الإلكتروني.
- ثقة أكبر للمستهلك وخيارات واسعة عن طريق التبادل الإلكتروني في فرض التجديد والإبداع الدائم على الشركات إستجابة لإحتياجات المستهلك.
- يعد وسيلة متميزة للوصول إلى الأسواق العالمية في وقت واحد وبأقل النفقات.
- يساهم الإقتصاد الرقمي في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق الفضاء على التأخير وإصدار القرارات الإدارية وتخفيض التكاليف مع زيادة الربحية.<sup>3</sup>

## (2) تأثير الإقتصاد الرقمي على التنمية المستدامة

لقد إكتسب مصطلح التنمية المستدامة إهتماما عالميا كبيرا بعد صدور تقرير مستقبلنا المشترك الذي أعدته اللجنة العالمية للبيئة والتنمية سنة 1987 حيث يعود أول إستخدام لهذا المصطلح إلى رئيسة وزراء النرويج للتعبير عن السعي لتحقيق نوع من العدالة والمساواة بين الأجيال الحالية والمستقبلية.

### 1-2 تعريف التنمية المستدامة:

لقد قدمت عدة تعاريف للتنمية المستدامة، حيث يعتبر أفضل تعريف تمت صياغته حتى الآن للتنمية المستدامة هو ذلك الذي قدمته اللجنة العالمية للبيئة والتنمية المنشور في عام 1987 في التقرير المذكور أعلاه، حيث عرف هذا التقرير التنمية المستدامة على أنها: التنمية التي تلبي إحتياجات الأجيال الحالية دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية لإحتياجاتهم. ترتكز التنمية المستدامة على (03) مجالات رئيسية وهي: النمو الإقتصادي، المحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية، والتنمية الإجتماعية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>هديل حمودة، الصعوبات التي تواجه التجارة الإلكترونية في فلسطين - قسم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الادارية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2011، ص 9

<sup>2</sup>عبلة عيساني، الجزائر بحاجة الى ثورة رقمية، مقال بتاريخ 2017/3/25 على الرابط:

<http://www.akhbarelyoum> 2024/02/13 , 11:12 .

<sup>3</sup>عبد اللطيف شهاب أحمد، وسام قاسم لفته، الاقتصاد الرقمي وأثره في تطوير صناعة السياحة دراسة تطبيقية لشركات السفر والسياحة داخل مدينة بغداد، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 118، العراق، 2019، ص 323.

<sup>4</sup>العلمي حسين، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التنمية المستدامة، دراسة مقارنة بين ماليزيا تونس والجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر (2012-2013)، ص 53.

2-2 أهداف التنمية المستدامة:

تهدف التنمية المستدامة الى:

- تحقيق الإستغلال العقلاني للموارد بإعتبارها موارد محدودة، والعمل على إستخدامها بشكل أمثل
- ضمان نوعية حياة أفضل للسكان، وذلك من خلال عمليات التخطيط وتنفيذ السياسات التنموية.
- تعزيز وعي السكان بالمشكلات البيئية القادمة، وتنمية إحساسهم بالمسؤولية إتجاهها.
- ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع، وتوظيفها وفق ما يخدم هذه الأهداف.<sup>1</sup>

3-2 أبعاد التنمية المستدامة:

لقد اهتم الإقتصادي الفرنسي Ignacysachs بالتنمية المستدامة من خلال إعطائها 05 أبعاد وهي:

- 3 البعد الإجتماعي: نظرة أو رؤية أفضل لحياة المجتمع.
- 4 البعد الإقتصادي: أفضل الطرق لترويج وإدارة الموارد، وبكفاءة عالية.
- 5 البعد الإيكولوجي: التقليل من الأضرار التي تلحق بالطبيعة.
- 6 البعد المكاني: التوازن بين المدينة والريف.
- 7 البعد الثقافي: تعدد الحلول المحلية التي تحترم الإستمرارية الثقافية.<sup>2</sup>

2-4 أثر الإقتصاد الرقمي على التنمية المستدامة

يعتمد نجاح التحول نحو الإقتصاد الرقمي على مجموعة من الأسس المتمثلة في البنية التحتية الرقمية المتطورة التشريعات و القوانين، المهارات الرقمية، توفر رؤوس الأموال، إضافة إلى الهيئات الداعمة والراعية للإقتصاد الرقمي، كما أن تفعيل الإقتصاد الرقمي يعتمد بشكل أساسي على التكنولوجيات الجديدة والمبتكرة مثل الروبوتات، البيانات الكبيرة، الذكاء الاصطناعي...، وهذا ما ينعكس على تحقيق التنمية المستدامة في المجالات التالية:

❖ **المجال الإقتصادي:** كالزراعة الذكية، التصنيع الذكي، الشؤون المالية الذكية، البناء الذكي، و الحكومة الذكية.

❖ **المجال الإجتماعي:** كالرعاية الصحية الذكية، التعليم الذكي، الترفيه الذكي، و المدن الذكية

❖ **المجال البيئي:** كالطاقة الذكية، المياه الذكية، التنقل الذكي، والسلامة الذكية.

كما يجب أن تكون هذه الخدمات الرقمية متاحة وشاملة لجميع المواطنين وبأسعار معقولة.<sup>3</sup>

بالإضافة لتأثير الإقتصاد الرقمي على التنمية المستدامة في عدة مجالات منها:

<sup>1</sup>العلمي حسين، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التنمية المستدامة -دراسة مقارنة بين ماليزيا، تونس، والجزائر، مرجع سابق، ص 55 - 56.

<sup>2</sup>عبد القادر زواتنية، أهمية الإقتصاد الرقمي للدول العربية في ظل جائحة كورونا وأثره في تحقيق التنمية المستدامة - الإقتصاد الرقمي لدولة قطر نموذجا -، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الجزائر3، العدد28، 2022، ص25.

<sup>3</sup>عبد القادر زواتنية، مرجع سبق ذكره، ص 27 - 28

الجدول رقم (05): مجالات تأثير الاقتصاد الرقمي على التنمية المستدامة

القضاء على الفقر	يساعد النفاذ إلى الخدمات المالية الرقمية على إنتشال السكان من الفقر.
القضاء التام على الجوع	يساهم توفير الحلول التكنولوجية للمزارعين في زيادة الإنتاجية وتوفير الطاقة والمياه.
الصحة الجيدة والرفاه	تحسن خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات التفاعل المباشر بين الأطباء والمرضى وتوفر المعلومات الصحية والطب عن بعد.
التعليم الجيد	من خلال تزويد الشباب بالمهارات الرقمية يمكن توفير فرص تؤهلهم لسوق العمل.
المساواة بين الجنسين	يشجع النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبناء المهارات الرقمية، المزيد من النساء والفتيات على مزاولة مهن في مجال التكنولوجيا.
المياه النظيفة والنظافة الصحية	تيسر التكنولوجيات الرقمية الإدارة الذكية للمياه والصرف الصحي، وهو ما يضمن توافر وإستدامة هذه الخدمات للجميع.
طاقة نظيفة وبأسعار معقولة	سيكون للتقنيات المتقدمة دور حاسم في الحد من الانبعاثات الكربونية العالمية.
العمل اللائق ونمو الإقتصاد	يقود تسريع وتيرة التحول الرقمي وتحفيز ريادة الأعمال المبتكرة إلى توليد فرص عمل جديدة وتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية.
الصناعة والإبتكار والبنية التحتية المحسنة	تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز التصنيع المستدام والشامل، وتشجيع الإبتكار، وإقامة بنية تحتية مرنة والحفاظ عليها
الحد من أوجه عدم المساواة	تساعد التقنيات الرقمية على تقليل عدم المساواة داخل البلدان، إذ تم تمكين الشرائح المحرومة من النفاذ إلى التكنولوجيا والمعارف.
مدن ومجتمعات محلية مستدامة	تقود تقنيات المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات إلى إدارة أكثر كفاية وإستدامة للمياه وأنظمة النقل والطاقة بالمدن والمجتمعات.
الاستهلاك والإنتاج المسؤولين	يمكن أن تعزز تكنولوجيا الإستهلاك والإنتاج المستدامين من خلال إعتداد تقنيات رقمية في قطاعات كالزراعة والنقل والطاقة وإدارة سلاسل الإمداد والمباني الذكية.
العمل المناخي	تساعد التطبيقات الذكية على معالجة تغير المناخ والتخفيف من آثاره، من خلال بناء أنظمة التنبؤ والإنذار المبكر، ودعم المرونة المناخية.
الحياة تحت الماء	تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نطاق واسع لرصد البيئة البحرية المتغيرة وحماية الحيوانات المهددة بالإنقراض
الحياة في البر	تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحديد مجموعات الحياة البرية ومراقبتها، وحماية الحيوانات البرية المهددة بالإنقراض.
السلام والعدل والمؤسسات القوية	تساهم خدمات الحكومة الإلكترونية في تحسين العلاقات بين المواطنين والدولة وزيادة كفاية تقديم الخدمات الحكومية.
عقد الشركات لتحقيق الأهداف	تساعد الشركات على إقامة البنى التحتية المادية اللازمة لتوصيل خدمات الأنترنت للمناطق النائية وكذلك على تيسير الإستثمار والإبتكار والشمول.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على: \* الاسكوا 2020، التقرير العربي للتنمية المستدامة، بيروت.

\* الشرييني أيمن، صياغة المستقبل الرقمي للعالم العربي، خارطة طريق السياسات، نحو أجنداث وطنية، مجلة دبي للسياسات ن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، 2020

\* البنك الدولي 2022، دفع عجلة التحول الى الأمام، خريطة طريق للعمل المناخي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.

المطلب الثالث: المخاطر التي تواجه الإقتصاد الرقمي والعناصر المكونة له

### 1) المخاطر التي تواجه الإقتصاد الرقمي:

هناك العديد من المخاطر التي تواجه الإقتصاد الرقمي والتي تعود سلبا على الحكومة، والتجارة الإلكترونية، والبنوك الإلكترونية، والتسويق الإلكتروني وحتى على المستهلك نذكر منها:

- الغياب الشبه كلي لضبط الجودة ومصداقية المصادر مما يضع المستفيدين من هذه الشبكة أمام إشكالية حقيقية.
- قضايا أمن الأنترنت وأمن المعلومات والتهديدات أحد أهم العوائق أمام إكتساب ثقة الناس.
- المزايا التي تقدمها الأنترنت أصبحت في الوقت ذاته وسيلة سهلة وأداة خطيرة لتهديد حياة الإنسانية والسبب في العديد من الخسائر المالية والإقتصادية.
- إستخدام البرمجيات وتحميل العديد من الوسائط الإعلامية الرقمية وإجراء العديد من المعاملات المالية قد يعرض البعض للوقوع كفريسة لبعض أنواع الجرائم المعلوماتية.<sup>1</sup>
- إنعدام إدارة تساند التطوير والتغيير والتدعيم.
- غياب المتطلبات القانونية والأمن الوثائقي على سرية العمل الإلكتروني وخصوصياته.
- خطر المنافسة العالمية في السوق المحلي.
- إنتهاك القوانين والضوابط الخاصة كغسيل الأموال.
- إزدحام ودفع المعلومات بكثرة مما يقلل نسبة الإستجابة.
- القرصنة التقنية وأمن المعلومات.

- الفجوة الرقمية والتي لا تتعلق بإنعكاساتها التلقائية المباشرة على الدخل بقدر ما تتعلق بإنعكاساتها على النفوذ.<sup>2</sup>

### 2) العناصر المكونة للإقتصاد الرقمي:

يشمل الإقتصاد الرقمي كنظام جديد على مجموعة من العناصر المتفاعلة بشكل يجعل من هذا الأخير فعالا؛ وفيما يلي توصيف للعناصر المكونة لهذا النظام:

#### 1-2 المنتجات الرقمية:

<sup>1</sup>عبير فاروق تمام، دور الاقتصاد الرقمي في دعم التنمية - دراسة مقارنة بين بعض الدول -، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 2009، ص 9

<sup>2</sup>جبار ياسين، خروف منير، بنية محمد، رقمنة الاقتصاد ودوره في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 34، 43.

لا تعني البرامج الإلكترونية والفيديو فقط، وإنما تتعدى ذلك ومثال ذلك إمكانية الدفع والسحب من خلال ظهور العملة الإلكترونية، الخدمات الحكومية من خلال إمكانية الحصول على الوثائق الرسمية كالرخص ودفع الفواتير وغيرها من الإلتزامات عن طريق الأنترنت، إرسال وإستقبال الرسائل.

## 2-2 المستهلكون:

إن ما يميز المستهلكين في عهد الإقتصاد الرقمي هو عددهم الكبير، إذ يعتبر كل من يدخل على شبكة الأنترنت عميلاً محتملاً للمنظمات التي تنشط في السوق الإلكتروني، كذلك للحجم الهائل من المعلومات المتوفرة على المواقع الإلكترونية مما يسهل على المستهلكين عمليات التبادل.

## 3-2 البائعون:

والذين يتمثلون في كل المنظمات الناشطة على الأنترنت سواء من خلال عرضها لمنتجاتها أو إعلانها عن منتجات منظمات أخرى مثال ذلك منظمة ياهو (yahoo) وآي باي (e bay) وكذلك أمزون دوت كوم (amazon.com).

## 4-2 المنظمات المسؤولة على الهياكل القاعدية:

والتي تمثل تلك المنظمات المسؤولة عن توفير البرامج والحاسبات الإلكترونية وكذلك الأجزاء المادية الأخرى المكونة لشبكات الإتصال من أجل ضمان الأداء الأمثل لنظام الإقتصاد الرقمي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> قالي سارة، دور قانون المعاملات الإلكترونية في تفعيل خدمة الاقتصاد الرقمي – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

– بأم البواقي، شهادة ماستر، جامعة أم بواقي، 2007، ص 5

### خلاصة الفصل:

من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل نستنتج أن التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والإتصالات أدى إلى تغيرات جوهرية في أنماط الحياة بمختلف مجالاتها سواء على المستوى الفردي أو الأسري، وعلى مستوى المجتمعات والإقتصاد والبيئة حيث أدى بشكل مباشر إلى تغير في أساليب ووسائل تنفيذ الأنشطة الاقتصادية وأنتج نوعا جديدا من الإقتصاد عرف بالإقتصاد الرقمي، بحيث هو ذلك النوع من الإقتصاد الذي يقوم في مجمل عملياته على المعلومات ويستند في أغلب خطواته على إستخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق أهدافه المنشودة، كما أن له علاقة بالتجارة الإلكترونية بحيث كلما تطور الإقتصاد الرقمي كان هناك إستخدام واسع للتجارة الإلكترونية.

# الفصل الثاني

## التجارة الالكترونية في الجزائر

تمهيد:

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الالكترونية، والتي تمثل منظورا جديدا في بيئة الاعمال التجارية فكرا وفلسفة واتجاها وممارسة، حيث تم التحول من الاساليب التقليدية في انجاز هذه الاعمال والاتصالات إلى استعمال الاسلوب الرقمي الذي يزيل كافة الحواجز والموانع ويختزل المسافات والازمنة اللازمة لإتمام المعاملات، وان ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة الدولية لاستخدام هذا الاسلوب الرقمي والشبكات العالمية ومن ضمنها الانترنت لإبرام الصفقات لا يترك للجزائر أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الالكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها .

إلا ان الجزائر لم تراعي هذه التحولات العالمية، ومازالت مهمشة وبعيدة كل البعد عن التطبيق الواسع للتجارة الالكترونية.

ونهدف من خلال هذا الفصل الى التعرف على التجارة الالكترونية في الجزائر

وقد ارتأينا في البداية أن نشير الى واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ثم نسلط الضوء على وضعية المدى استجابة وتبني الجزائر لهذه التجارة بمختلف تطبيقاتها مع استعراض تجارب بعض المواقع الالكترونية الجزائرية التي بدأت تخطو أولى الخطوات في مجال اعتماد هذه التجارة ونتطرق في ختام هذا المبحث الى تحليل المؤشرات البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر .

ونتطرق في مبحث الثاني الى تحديات وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر وكذلك معرفة إطارها القانوني.

### المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

تلعب التجارة الإلكترونية في العالم دورا متناميا في إحداث التحولات والتغيرات في التجارة الدولية، حيث تسارع في عملية التنمية الاقتصادية، كما أنها تؤثر على الجهات الأسواق في ظل الانفتاح الاقتصادي والتجاري الذي تشهده ضمن متطلبات منظمة التجارة العالمية والاتفاقيات التجارية الإقليمية الثنائية بين دولة وأخرى وبالتالي كان لابد للجزائر أن تتبنى مشروع التجارة الإلكترونية وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

### المطلب الأول: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر

في قلب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة يتنامى التفكير حول أهمية التجارة الإلكترونية كظاهرة حديثة تساهم في صباغة العالم المعاصر المتميز باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات وقد لاقت هذه رواجاً واستحساناً كبيراً، وتمكنت في وقت وجيز من فرض وجودها على الدول المتقدمة و العربية على حد سواء إلا أن الجزائر متأخرة و شبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الإلكترونية ولم تعطي التجارة الإلكترونية حقها، ومؤخراً بدأت الجزائر تسعى بخطوات جد بطيئة في تلمس طريقها في مجال تطبيق هذه التجارة وجني الفوائد الكامنة فيها.<sup>1</sup>

### 1- نظرة عامة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر

ان النمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد والمماطلة في تطبيق هذه التجارة وان محاولة رصد ودراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية والرغبة في اجلاء الغموض عنها يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع الا أنه يبقى عدم الانطلاق الفعلي لهذه التجارة. وبقائها مجرد حلم ينتظر تحقيقه، وكذلك بسبب قلة الوسائل الصحيحة للقياس و عدم وجود هيئة أو جهة مختصة استوعبت أهمية التجارة الإلكترونية ونسقت الجهود لتطويرها و تشجيعها، وبالتالي تكون مصدراً قادراً على توفير البيانات والمؤشرات ذات الدلالة على مدى التغلب عليها" التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الإلكترونية فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصالات في 18 ماي 2009 الذي حمل شعار التجارة الإلكترونية و الاقتصاد المعرفي " أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بصالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعبوب عن انطلاق التجارة الإلكترونية للتجارة في شهر أبريل 2009.

<sup>1</sup> التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية، تحديات التي تواجهها والسبل التغلب عليها، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 5، جامعة محمد خيبر، بسكرة، ديسمبر 2003، صفحة 69 .

## 2- تصنيفات التجارة الالكترونية الجزائرية:

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

### 2-1 التجارة الالكترونية بين الشركات والمستهلكين B2C

إن التجارة الالكترونية اليوم هي بمثابة لغة عالمية جديدة لمختلف الاقتصاديات فإتساع رقعة استعمال الإنترنت من المحيط الجامعي إلى مختلف أوساط مختلف فئات المجتمع أحدث تغييرا كبيرا في التعاملات التجارية للجزائريين وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الأنترنت. وإيصالها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الأنترنت، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الالكترونية التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا كحرية الاختيار. وإقتصاد الوقت والتكاليف.

### 2-2 التجارة الالكترونية بين الشركات B2B

إن التطور المذهل الذي أهدته ثورة تكنولوجيا الاعلام والاتصال في عالم الأعمال والتجارة يفرض على المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الجاد في استعمال هذه التكنولوجيات خاصة الأنترنت كقاعدة. و يدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الالكترونية في قنوات عملها اليومية، و قد بدأت المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الالكتروني، و لكن بمستويات مختلفة، فالإبحار في الشبكة العنكبوتية يجعلنا نكتشف مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الأنترنت مع المؤسسات الأخرى إلا أن 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 الاعلام الآلي بدلا من تشغيلها واستغلالها استغلالا أمثالا يمكن من الاستفادة من التطبيقات التجارية المتميزة لهذه التكنولوجيا.

### 3- بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر:

لا يقتصر مفهوم التجارة الالكترونية على عملية امتلاك موقع على الشبكة العنكبوتية العالمية وعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية عبر هذه الشبكة، بل تستعمل هذه النجارة مجموعة متنوعة من التطبيقات

والتي تتمثل في مختلف الأنشطة الممارسة من قبل الشركات من خلال وسائل اتصالات الكترونية على غرار عمليات الاعلان عن المنتجات والخدمات تقديم المعلومات عن المنتجات عبر الخطوط الهاتفية.<sup>1</sup>

### 3-1 الاعلان عبر الأنترنت:

يعتبر الاعلان عبر الأنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشارا في ظل الاتجاه نحو التجارة الالكترونية وتسويق المنتجات والخدمات عبر شبكة الأنترنت، بحيث يساهم الاعلان النجاري الالكتروني في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال توفير بيئة تفاعلية لتزويد شريحة معينة من المجتمع و هم مستخدمو الانترنت الجزائريين بالمعلومات اللازمة عن السلع و الخدمات مع امكانية الطرح المباشر للاستفسارات و الحصول على اجابات فورية و من جهة أخرى يساعد هذا النوع من الاعلانات المؤسسات الجزائرية بكل احجامها دون استثناء على جذب اكبر عدد من المستهلكين بفضل استعمال التكنولوجيا العالية و تميزها بمؤثرات صوتية وبصرية مذهلة و ملفتة للانتباه و باقل تكلفة مقارنة بباقي وسائل الإعلان.

ويتميز السوق الاشهاري في الجزائر بكونه لازال في البداية المرحلة الأولى كون العديد من المؤسسات لاتزال خائفة من هذه الوسيلة بالإضافة الى انخفاض تبني هذه المؤسسات لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الا ان الملاحظ هو النمو الكبير للاستثمارات الاشهارية عبر الانترنت من سنة الى اخرى و قد بدا الاعلان عبر الانترنت في الجزائر يقري شنا فشيئا المعنيين والذين قدر عددهم ب 56 معلنا خلال فترة جويلية 2008 وقاموا بإطلاق 141 حملة اعلانية و عن طبيعة المنتجات والخدمات التي تحظى بأكبر قدر من الترويج عبر الانترنت من طرف هؤلاء المعنيين، فقد بينت هذه الدراسة ان قطاع السيارات فازب 17 معلن عبر الانترنت وحصه سوقية مقدرة 29 % متبوعا بقطاع التكنولوجيا الاعلام و(الاتصال الهاتف و المعلوماتية) و التي قدرت حصته السوقية ب 24 % و 14 معلناً<sup>2</sup>.

### 3-2 مراكز الاتصال:

إن التجارة الالكترونية بشكلها الواسع تتمثل في استخدام الوسائل الالكترونية المتنوعة التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات بغرض انجاز المعاملات التجارية ومن بين وسائل المستعملة الهاتف فليس من الضروري ان تتم التجارة الإلكترونية عبر وسيط الالكتروني الانترنت، بل يمكن ان تتم عبر الهاتف، فالتعامل مع مراكز الاتصال يعد من تطبيقات التجارة الالكترونية وهذه المراكز عبارة عن شركة خدمات عن بعد. وفي السابق كانت مراكز الاتصال تحاول جذب العميل والحفاظ به بالتفاعل معه بواسطة الخدمات الهاتفية فقط

<sup>1</sup> محمد كريم فريحة، "النوادي الالكترونية: تحديات وبدائل، دراسة ميدانية بنوادي عنابة"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 27، العراق، 2006، متوفر على الموقع [www.ulum.nl/b85.htm](http://www.ulum.nl/b85.htm) تم اطلاق عليه يوم 20 أبريل 2024.

<sup>2</sup> الاتحاد الدولي للاتصالات، "قياس مجتمع المعلومات" 2010

لتقدم له خدمات البيع وخدمات ما بعد البيع الخ. الا ان التطور التكنولوجي سمح لهذه المراكز للتفاعل من خلال مجموعة من الوسائط الالكترونية كالفاكس رسائل البريد الالكتروني..... الخ. ونظرا لكون عملية إيجاد الزبائن والمحافظة عليهم في عالم التجارة الالكترونية عملية جد صعبة بسبب خصائص المستهلكين المميزة. فان مراكز الاتصال تفهم تفكير الزبائن وتحلل احتياجاتهم وتساعد الشركات على مواجهة تحديات تقديم خدمة متميزة للعملاء من خلال إتاحة قواعد بيانات حول الزبائن الحاليين والمتوقعين ومدى تجاوبهم مع الخدمات الموفرة مما يعكس إيجابا على تطور التجارة الالكترونية الجزائرية.

### 3-3 تطبيق وصلني (wesselni)



هو تطبيق مئة بالمئة جزائري للسيارات السياحية بسائق، والذي تم اطلاقه في نوفمبر 2017، ومثل كل التطبيقات المشابهة في العالم يمكن تحميله من (غوغل بلاي وأبل ستور) ثم التسجيل فيه وفتح حساب لطلب سيارة أجرة داخل مدينة الجزائر، حيث يوفر خدمة 24/24 ساعة ويتم حساب التسعيرة عبر الغوريتم رياضي داخل التطبيق أخذا بعين الاعتبار المسافة والوقت ومتفاعلا حسب الوقت الحقيقي، أي أن الزبون يعرف سعر التوصيلة قبل تأكيدها، وهذا بدون تسعيرة إضافية في الفترة الليلية، كما أن التطبيق متوفر.<sup>1</sup> ( الملحق رقم 01 )

### 4-3 تطبيق (B. ARIDIMOB)



<sup>1</sup> معلومات من موقع <https://casbah-tribune.com> تم الاطلاع بتاريخ: 2024/04/24 على الساعة 09:30

هو تطبيق يمكن الزبائن الذين بجوزتهم البطاقة الذهبية من عدة خدمات مصرفية ومالية الكترونية، أهمها خدمة إجراء تحويل مالي من حساب بريدي ccp إلى آخر على الا يتجاوز المبلغ المحمول (5 ملايين سنتيم) من خلال التطبيق فقط، دون التنقل الى مكتب البريد لربح الوقت وتجنب الطوابير الطويلة، ومن مميزات التطبيق) كشف رصيد الحساب البريدي الجاري في الوقت الحقيقي، كشف لآخر 10 معاملات للبطاقة الالكترونية، تمكين الزبون من طلب الحظر أو رفع الحظر على البطاقة الالكترونية، تسديد فواتير الماء والكهرباء تعبئة رصيد مكالمات الهاتف النقال من الحساب البريدي الجاري.<sup>1</sup> ( الملحق رقم 02 )

#### 4- بعض مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية:

ان النمو العالمي المتسارع للمواقع التي تركز مفهوم التجارة الالكترونية زاد من قناعة المؤسسات الجزائرية والأفراد على حد سواء لضرورة استخدام شبكة الأنترنت لعقد الصفقات الالكترونية، و هو ما انعكس على نمو عدد ومحتوى مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية<sup>2</sup>.

#### 4-1 سوق واد كنيس: (ouedkniss)



يعتبر اول مواقع التسوق عبر الانترنت في الجزائر فقد اسس سنة 2007 ويهتم بوضع الاعلانات التجارية فهو يعتبر رابط حقيقي بين اصحاب الاعلانات الصغيرة الراغبين في بيع او شراء او مبادلة مختلف المنتجات ويحدد هذا الموقع نجاحا لافتا منذ تأسيسه اذا استقطب حوالي 3.8 مليون زائر خلال شهر او أكثر.<sup>3</sup> ( الملحق رقم 03 )

#### 4-2 موقع djelfa info:

<sup>1</sup> معلومات من موقع <http://www.pcsoft16.com> تم الاضلاع بتاريخ 2024/04/24 على الساعة 09:30.

<sup>2</sup> اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا (الاسكو)، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غربي آسيا، العدد 2008، صفحة 09.

<sup>3</sup> رابط موقع [WWW.OUEDKNISS.COM](http://WWW.OUEDKNISS.COM) تم الاطلاع بتاريخ: 2023/04/25 على الساعة: 10:30.



يهتم هذا الموقع بنشر الأمور العلمية والبحوث والدراسات المختلفة، ولقت تلقى هذا الموقع أكثر من 20 ألف زيارة يومية كما حضي الموقع بالعقود الأشهر لعدة مؤسسات مثل موبليس، أوريدو وغيرها من المؤسسات الاقتصادية.<sup>1</sup> ( الملحق رقم 04 )

3-4 موقع جوميا الجزائر: (Jumia)



هو الموقع في السوق الإلكتروني ضخم ويضم الآلاف من المنتجات ذات جودة عالية حيث تأسس سنة 2013 من طرف مجموعة انترنت افريقيا group 2 المعروفة في مجال التسويق الإلكتروني وعرف متجر Jumia نمو متصاعد ومزدهر حيث أصبح وجهة الكثير من الزبائن للتسوق منه بكل أريحية، يقدم خدمات رائعة ويحتوي على دعم محترف طيلة 24 ساعة / 24 ساعة، ومن مميزات موقع جوميا الجزائر شكله الانيق واعتماده سكريبت جد متطور للبحث على كل ما تريد وهو موقع مضمون وموثوق ويتوفر على كل المنتجات كالألبسة والأحذية الرجالية والنسائية والأجهزة الالكترونية وأزياء النساء، الساعات، الهواتف الذكية، وأجهزة التلفاز والأجهزة الرقمية.<sup>2</sup> ( الملحق رقم 05 )

<sup>1</sup> رابط موقع: [www.djelfa.info](http://www.djelfa.info) تم الاطلاع عليه بتاريخ 2024/04/25 على الموقع 10:45

<sup>2</sup> رابط الموقع: [www.jumia.dz](http://www.jumia.dz) تم الاطلاع عليه يوم 2024/04/25 على الموقع 10:50

4-4 موقع اشري لي (Echrily)



هو مرجع الكتروني مخصص لمحبي المنتجات الاستهلاكية والغذائية حيث يضم جميع أنواع الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب مشتقاته وكل أنواع الحبوب والزيت والسكريات ومواد تنظيف ومنتجات تخص أطفال الصغار ويتميز هذا الموقع لدعمه للغة العربية وسهولة الشراء وهو يدعم عدة طرق الدفع والشحن حيث يقوم بتوصيل المشتريات مجانا عبر كل ولايات الجزائر.<sup>1</sup> ( الملحق رقم 06 )

المطلب الثاني: تحليل مؤشرات البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر

1- شبكة الانترنت:

الشكل رقم 1: عدد مستعملي الأنترنت في الجزائر مقارنة مع عدة دول سنة 2022-2023



نشر موقع داتا data reportal تقريرا يحتوي على أحدث الإحصائيات المتعلقة باستخدام الجزائر بين الأجهزة والخدمات الرقمية في عام 2023.

ويكشف التقرير أنّ عدد مستعملي الأنترنت في الجزائر مع بداية سنة 2023 بلغ 32.09 مليون مستعمل عندما بلغ معدل انتشار الأنترنت 61% مقابل 27.28 مليون سنة 2022.

وبلغ متوسط سرعة الأنترنت عبر الهاتف المحمول في الجزائر 13.40 ميجابايت في الثانية سنة 2023 و11.44 ميجابايت في سنة 2022 في حين بلغ الأنترنت الثابت 11.01 ميجابايت في الثانية سنة 2023 و9.78 ميجابايت سنة 2022.

<sup>1</sup> رابط موقع: [www.echrily.com](http://www.echrily.com) تم الاطلاع عليه يوم 2024/04/25 على ساعة 11:00

ووصل عدد مستعملي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر 23.95 مليون شخص في جانفي 2023 و26.60 مليون في 2022 بحيث بلغ نسبة 59% سنة 2023<sup>1</sup>.

مقارنة مع عدّة دول إفريقية بحيث بلغت نسبة استعمال الأنترنت فيها سنة 2023 في كل من المغرب 84%، سيشيل 79%، مصر 72%، تونس 67%، موريس 65%، الرأس الأخضر 62%، الغابون 62%، بوتسوانا 61%، جيبوتي 61%.

أما نسبة استعمال مواقع التواصل الاجتماعي سنة 2023 فقد بلغت في كل من المغرب 63%، سيشيل 74%، مصر 49%، تونس 68%، موريس 79%، الرأس الأخضر 54%، الغابون 35%، بوتسوانا 50%، جيبوتي 17%<sup>2</sup>.

## 2- الهاتف الذكي:

الجدول رقم (06): عدد مستخدمي الهاتف الذكي لعدة دول سنة 2022

الدول	عدد المستخدمين
الصين	974
الهند	659
الولايات المتحدة	267
إندونيسيا	187
البرازيل	143
الجزائر	*47.67
روسيا	106
اليابان	97
نيجيريا	83
المكسيك	78
باكستان	72
مصر	71
الفلبين	69
ألمانيا	68
إيران	65

المصدر: من إعداد الطالبتين بلخوتي عائشة - لعلاق أمال بالإعتماد على موقع قائمة الدول الأكثر استخداما للهاتف الذكي، 26 أيار 2023، 28 مارس 2024، 12: 57، <http://aliwaa.com.lb> وموقع \* 28 جويلية 2023، عدة مستعملي الهاتف الذي للثلاثي الأول من سنة 2023 في الجزائر، 28 مارس 2024، 13: 57، <http://eljoumhouria.dz/article/13868>

<sup>1</sup> محمد العلامة، 13 فبراير 2023، أحدث إحصائيات استعمال الجزائريين لدوافع التواصل الاجتماعي، 8 مارس 2024-  
www-arwas.com 12:01

<sup>2</sup> زمردة دلسومي، 3 جانفي 2023، إحصائيات Mediament 8 مارس 2024، [www.ar-lemagherts.tn](http://www.ar-lemagherts.tn)، 12:44

يمثل الجدول عدد مستخدمي الهاتف الذكي في الجزائر مقارنة بعدة دول من سنة 2022 بحيث بلغ عدد مستخدمي الهاتف الذكي في الصين 974 مليون مستخدم، وفي الهند 659 مليون، الولايات المتحدة 276 مليون، إندونيسيا 187 مليون، البرازيل 143 مليون، روسيا 106 مليون مستخدم، اليابان 97 مليون، نيجيريا 87 مليون، المكسيك 78 مليون مستخدم، باكستان 72 مليون، كما بلغ عدد مستخدمي الهواتف الذكية في مصر 71 مليون مستخدم، الفلبين 69 مليون، ألمانيا 68 مليون مستخدم، إيران 65 مليون مستخدم مقارنة بالجزائر بحيث بلغت أقل قيمة لعدد مستخدمي الهواتف الذكية لسنة 2022 مثل 47.67 مليون مستخدم.

### 3- تقييم مرتبة الجزائر في التجارة الإلكترونية وفق مؤشر B2C:

من أجل إعطاء نظرة عامة حول أداء الجزائر فيما يخص التجارة الإلكترونية سنعتمد على مؤشر B2C (التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمستهلك الصادرة عن مؤتمر الأمم المتحدة، للتجارة والتنمية لعام 2018 وحسب هذا المؤشر يتطلب التسوق عبر الأنترنت عدة مؤشرات يمكن تمثيلها فيما يلي:

#### 3-1 مؤشر التواجد على شبكة الأنترنت B2C:

تحتاج التجارة الإلكترونية لاستخدام البروتوكولات الأمنية لحماية الدفع الإلكترونية والمعلومات الشخصية من أجل القضاء على مخاوف للاختراق، وعليه فإن توفير خوادم آمنة يمكن البلد من الاستعداد للمعاملات الآمنة عبر الأنترنت.

#### 3-2 مؤشر درجة الموثوقية البريدية:

في مؤشر التجارة الإلكترونية B2C يجب تسليم أي خدمة يتم طلبها عبر الأنترنت، حيث يقيس هذا المؤشر عدّة عوامل منها جودة أداء الخدمة.

#### 3-4 مؤشر طرق الدفع:

يمكن دفع ثمن المنتجات المشتراة في المتاجر عبر الأنترنت بطرق مختلفة، وهذا راجع إلى اختلاف طرق الدفع لكل بلد حيث أنّ بطاقات الائتمان والخصم من بين أكثر طرق الدفع الشائعة في جميع أنحاء العالم من حيث قيمة شراء المنتجات وغيرها عبر الأنترنت.

وفيما يلي سوف يوضح الجدول أدناه أداء الجزائر في مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والأفراد مقارنة بترتيب معظم دول العالم لسنة 2020:

الجدول رقم (07): أداء الجزائر في مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والأفراد

الترتيب	البلد	نسبة الأفراد الذين يمتلكون بطاقات الإئتمان	عدد خوادم الأنترنت الآمنة	درجة الموثوقية البريدية	قيمة المؤشر
1	هولندا	98	92	97	95.9
80	الجزائر	43	33	73	52.2
151	النيجر	16	02	00	5.4

المصدر: ورحلة زهرة، بن زيدان حاج، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر - رؤية تحليلية - ، مجلة دراسات اقتصادية جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)، العدد 1، 2021

من خلال الجدول أعلاه يمكن القول بأنّ الجزائر متأخرة جدا في مجال التجارة الإلكترونية B2C إلا أنها تحسنت تحسنا ملحوظا بحيث أحتلت المرتبة 80 سنة 2020 وهذا تقدم جيد جدا بعدما كانت تحتل المرتبة 107 عالميا سنة 2019 والمرتبة 111 عالميا لسنة 2018 وتحتل المرتبة 97 سنة 2017، مقارنة بهولندا التي احتلت المرتبة الأولى عالميا سنة 2020 وعليه فإنّ ضعف الجزائر يمكن في غياب درجة الموثوقية البريدية أي غياب ثقة المستهلك الجزائري في إجراء المعاملات الإلكترونية، بالإضافة إلى انخفاض استعمال بطاقات الإئتمان وعدم انتشار الأنترنت بشكل كافي، كما نلاحظ أيضا بأنّ الجزائر تقدمت ب 27 مرتبة مقارنة بسنة 2019 وذلك راجع لتفشي جائحة كوفيد 19 ولجوء المجتمع الجزائري نحو استعمال التجارة الإلكترونية.

#### 4- البنية التحتية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

إنّ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر البنية التحتية الأساسية لإقامة التجارة الإلكترونية واتسام مختلف الأعمال الإلكترونية، واعترافا بالدور الهام الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بذلت مختلف دول العالم جهودا كبيرة لنشرها وجعلها في متناول الأفراد والأسر.

وفي المنطقة العربية شهد قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نموا سريعا خلال السنوات القليلة الماضية، وازداد استخدام هذه التكنولوجيا بشكل ملموس في القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وازدهرت الخدمات الإلكترونية، ولكن بالرغم من النمو الذي شهده القطاع تبقى الجهود المبذولة ضعيفة خاصة بالمقارنة مع البلدان التي هي جزء من اقتصاد المعرفة.

ويمثل الجدول التالي:

الجدول رقم (08): مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

المرتبة العالمية	المرتبة الإقليمية	الاقتصاد
31	1	البحرين
39	2	قطر
40	3	الإمارات العربية
54	4	المملكة العربية السعودية
62	5	عمان
64	6	لبنان
70	7	الأردن
71	8	الكويت
99	9	تونس
100	10	المغرب
102	11	الجزائر
103	12	مصر

المصدر: طرشي محمد، بوفليج نبيل، التجارة الإلكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي-الجزائر، العدد 00، 29-10-2018.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ الجزائر جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة حسب مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سواء في المنطقة العربية (المرتبة 11) أو بالنسبة لباقي دول العالم (المرتبة 102) وهذا يدل على أنّ الجهود المبذولة من طرف السلطات العمومية في الجزائر لم ترقى إلى المستوى المطلوب.

#### 5- البنية التحتية للدفع الإلكتروني:

إنّ ضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الإلكتروني يلعب دورا كبيرا في عرقلة عمليات التجارة الإلكترونية الجزائرية، ذلك أنّ وسائل الدفع المستعملة في الجزائر تتميز بأنها تقليدية في أغلبها وقد تأخرت البنوك الجزائرية كثيرا في إصدار وسائل الدفع الحديثة التي تتماشى والتطورات التكنولوجية، بحيث أدليت إشارة إنطلاق نظام الدفع الإلكتروني باستعمال البطاقات البنكية نهاية سنة 2005، كما أنّ الحديث عن التجارة الإلكترونية الجزائرية دون توفر بطاقات إئتمانية يعتبر شبه مستحيل نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات مباشرة على الأنترنت غير أنّ استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر.

ويمكن تفسير البنية التحتية للدفع الإلكتروني وتأخذ البنوك في تطويرها بالعوامل التالية:

- تخوف البنوك من إصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات بسداد الديون المستحقة عليهم.

- رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطل الموزعات والأجهزة الآلية للدفع الإلكتروني.

- تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية، بالإضافة إلى انخفاض القدرة الشرائية لغالبية المواطنين.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: الدفع الإلكتروني في الجزائر

لما كانت غالبية مراحل التجارة الإلكترونية من بحث عن منتج وتفاوض وتعاقد تتم في فضاء افتراضي، كان لا بد من إتمام المرحلة التالية من هذه التجارة، ألا وهي تسوية المدفوعات بطريقة إلكترونية، مما فرض على البنوك ضرورة توفير تقنيات حديثة وإصدار وسائل دفع إلكترونية تتلاءم مع هذا النوع الحديث من التعاملات الإلكترونية، فتحدث وسائل الدفع الإلكترونية من شأنه تسريع تطور التجارة الإلكترونية، وبالتالي لا يمكن الحديث عن تجارة إلكترونية جزائرية دون وجود قطاع بنكي عصري يوفر وسائل الدفع الإلكترونية متطورة وعلى الرغم من كون استخدامات التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تتعدى المستوى البدائي (الدفع عند التسليم) ولم تصل إلى المستوى الثاني (الدفع الفوري الإلكتروني)، إلا أن الكثير من إلا أن الكثير من المصارف الجزائرية بدأت تبدي قدرا كبيرا من الاهتمام بالأعمال الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة، وسعت إلى تطوير نظامها المصرفي ومواكبة كل ما هو جديد من خلال إصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات الآلية للنقد ونهائيات الدفع الإلكتروني، والانضمام للشبكات الدفع العالمية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مزهود نور الدين، مقدم ياسن، واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد بوضياف المسيلة، العدد، 2022.

<sup>2</sup> محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007،

1- إنشاء شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" و"الشبكة النقدية البين بنكية"



شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية بين البنوك  
Société d'Automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétique

إن أول خطوة قام بها النظام البنكي لتحديثه وتطويره هي إنشاء شركة "تالية الصفقات البنكية

" Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique" والنقدية المشتركة "monétique" سنة 1995، وهي شركة ذات أسهم وفرع لـ 8 بنوك، وتسمى هذه الشركة

لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها، بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها.

ونظرا لكون وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تقليدية فإن حرص SATIM على تطوير هذه الأنظمة وتحقيق سلاسة العمل بين البنوك دفع هذه الشركة لوضع شبكة نقدية مشتركة تربط بين عدد من البنوك، حيث تمت سنة 1997 تحقيق الخطوة الأولى لهذا المشروع، وانطلقت "الشبكة النقدية بين البنوك Réseau interbancaire monétique" التي تغطي الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزعات الآلية للنقود، وإن ارتباط هذه الموزعات بالشبكة بين بنكية مكن حامل البطاقة من إجراء عمليات سحب من أي موزع حتى ولم يكون ينتمي للبنك المصدر للبطاقة، وهذا بفضل تكفل شركة SATIM بتأمين قبول هذه البطاقة في كل البنوك المنتمية للشبكة النقدية، وإجرائها للمقاصة لعمليات السحب بين البنوك، ويوضح لنا الجدول الموالي نمو عدد بطاقات السحب وقيمة معاملاتها منذ وضع هذه الشبكة. ( الملحق رقم 07 )

الجدول رقم (09): تطور عدد مستخدمي البطاقات البنكية ومعاملاتها النقدية

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019
عدد البطاقات	39192	73498	120066	149232	226167
حجم التحويلات باستعمال بطاقات السحب	/	347366	420635	521338	686184

المصدر: محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 47.

نلاحظ من الجدول السابق النمو الكبير لعدد البطاقات بين سنتي 2015-2019 محققا لنسبة قدرها 54.640 بالمئة وهو ما يدل أن الجزائر بدأت تخطو أولى الخطوات نحو تطوير أنظمة السحب، وهو بمثابة توجه إيجابي أيضا للجزائر نحو الصيرفة الإلكترونية، وعلى الرغم من هذا التطور إلا أن أنظمة السحب لم ترقى بعد إلى طموحات المصرفيين وجمهور المتعاملين، وما يؤكد ضعف إقبال الجمهور على هذه الخدمة هو ضعف نمو حجم التحويلات باستخدام بطاقات السحب وبقائها تحت عتبة المليون دينار جزائري خلال فترة 5 سنوات (2015 - 2020) حيث حققت هذه البطاقات نجاحا مقبولا على مستوى مكاتب البريد فقط التي تجاوزت حصتها من عدد البطاقات وإجمالي حجم التحويلات باستخدام هذه البطاقات 90 % على مر السنوات الخمس.

### (1) البطاقات البنكية "interbancaire carte la":



أدى فشل نظام السحب دفع البنوك إلى بذل المزيد من الجهد في مجال البطاقات، ليتم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع آخر هو " بطاقة السحب والدفع بين بنكية CIB، والتي تؤدي وظيفة مزدوجة وهي سحب الأموال من الموزعات الآلية، بالإضافة إلى دفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد اللي بين بنكية، حتى لو لم تكن الأجهزة تابعة للبنك المصدر للبطاقة، وتحمل البطاقة شعار البنك المصدر، وشعار البطاقة البنكية المشتركة CIB وخلية إلكترونية تتوافق مع المعايير الدولية لشركتي VISA، ( VISA mastercard ) europay) تسمح بعمليات السداد، وشريط مغناطيسي لعمليات السحب.

وقد بدأت شركة SATIM في مشروع بعث نظام الدفع بين بنكين سنة 2018، إلا أن هذا النوع تأخر إنطلاقه الفعلي عن موعده المحدد، ولم تبزغ ثمرته حتى 2018، حيث تمت تجربته سنت 2019 لمدة 6 أشهر على عدد من التجار (200 - 500 تاجر)، وتم سنة 2007 تعميم بطاقة CIB على كامل التراب الوطني.<sup>1</sup> ( الملحق رقم 08)

<sup>1</sup> معلومات مأخوذة من موقع إلكتروني [www.algerie.dz](http://www.algerie.dz)، 13:05

ويوضح الجدول الموالي تقدم الجزائر في مجال رقمنة وسائل الدفع:

الجدول رقم (10): نمو عدد بطاقات السحب والدفع بين بنكية SIB

السنوات	2018	2019	2020
عدد البطاقات	569558	610648	720600

لقد تمكنت البطاقات البنكية المشتركة من إحتلال مكانة مميزة ضمن وسائل الدفع الحديثة في الجزائر، بحيث شهد عدد البطاقات البنكية نمو متسارع خلال فترة 3 سنوات، وسجل معدل مرتفع قدره 73.343%، منتقلا بذلك من 569558 بطاقة إلى 720600 سنة 2020.

ويؤكد لنا الجدول الموالي أهمية هذه البطاقات من خلال توضيح توزيع البطاقات البنكية بين بطاقات سح وبطاقات السحب والدفع "CIB" سنة 2020

الجدول رقم (11): توضيح توزيع البطاقات البنكية

بطاقات	بطاقات السحب	بطاقات الدفع المادية	بطاقات الدفع الذهبية	المجموع
عدد البطاقات	39996	474853	54705	139232

Source : société d'automatisation des transations interbancaires de monétique, idem

تتقسم بطاقات الدفع البنكي "CIB" إلى نوعين أساسيين هما: بطاقات عادية وبطاقات ذهبية، وكلاهما يسمحان بخدماتي السحب والدفع ويسلمهما البنك للزبائن حسب معايير محددة، والفرق الجوهرى بينهما يكمن في كون البطاقات الذهبية تقدم مزايا أخرى وسقف أعلى للدفع والسحب والملاحظ من الجدول السابق هو الحجم الكبير لهذين النوعين من بطاقات الدفع التي جاءت مؤمنة بشفرة سرية وفق المعايير الدولية، لتحل محل بطاقة السحب النقدية والمخصصة لسحب الأموال فقط، فقد فازت "بطاقة CIB" بنصيب قدره 97,92% من إجمالي البطاقات المصدرة.

وتعتبر هذه النسبة ذات أهمية كبيرة نظرا لكون نظام الدفع لا يزال حديثا في الجزائر.

## (2) الموزعات الآلية للنقود ونهايات الدفع الإلكتروني

إن من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصيرفة الإلكترونية هي الموزعات الآلية للنقود "DAB" ونهايات الدفع الإلكتروني "TPE" وإن الموزعات الآلية للنقود هي عبارة عن أجهزة وآلات أوتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الإلكترونية، تثبت خارج المصرف الذي يمولها بالعملة الوطنية، أما مسؤولية صيانة هذه الأجهزة وتسييرها فتتكفل به SATIM، وقد قامت البنوك الجزائرية مؤخرا بتطوير كبير لشبكات السحب الإلكتروني من خلال نشر الموزعات الآلية للأوراق النقدية في

كافة التراب الوطني فقد بلغ عدد الأجهزة المركبة سنة (2019) حوالي 574 موزعة على 48 ولاية ومن المنتظر أن يتم سنة 2010 تركيب 130 جهاز آخر.<sup>1</sup>

أما عن أجهزة الدفع الإلكتروني TPE، فالجدول الموالي يوضح لنا تطور عدد هذه الأجهزة المركبة بين سنتي (2015-2019):

الجدول رقم (12): تطور عدد نهائيات الدفع الإلكتروني بين 2015 و 2019

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	المجموع
عدد أجهزة الدفع الإلكترونية	232	176	311	1367	553	2639

Source/ Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique.

إن أهم ما يميز القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة هو عدم توقفه عن التطور وهذا التطور يؤكد من خلال التوسع في شبكة نهائيات الدفع الإلكتروني، بحيث نمت عدد هذه الأجهزة بمعدل 36,138 بالمئة خلال مدة 5 سنوات.

### 3) البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الإلكترونية الجزائرية

ن إسهام البطاقات الإلكترونية في التجارة الإلكترونية لا جدال فيه، فالسبيل الشائع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الإنترنت هي البطاقة الائتمانية، إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة، وقامت بإصدار هذه الأخيرة بترخيص من | الشبكات العالمية VISA. Mastercard. وإن مجرد حمل البطاقة لشعار هذه الهيئات الدولية سيمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الإنترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته لأي مكان في العالم، ومن بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي:

القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي، ويعتبر القرض الشعبي الجزائري CPA أول من أصدر بطاقة فيزا في الجزائر، وقام بوضع موزعات آلية للنقود ونهائيات للدفع الإلكتروني في المطارات والفنادق تقبل هذه البطاقات الدولية ولقد خطت الجزائر أولى خطواتها في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية، إلا أن ازدهار وتطور هذه التجارة لا بد ان يسانده ويدعمه توفر إطار تشريعي ومؤسساتي مناسب.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> معلومات مأخوذة من موقع [www.algerie.dz.com](http://www.algerie.dz.com) مرجع سبق ذكره

<sup>2</sup>, disponible sur le 'Rapport annuel 2018', 'Rapport annuel 2017' crédit populaire Algérien .site www.cpadz.com.

المبحث الثاني: تحديات وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، وإطارها القانوني

تمكن آفاق وتحديات هذه الدراسات بوضع استراتيجية وطنية للتجارة الإلكترونية الجزائرية وتطوير قدرات الفنية والتجارية في مجال التجارة الإلكترونية وبالتالي فإن التجارة الإلكترونية مهمة بسبب الفوائد التي تعود بها على الأفراد والمؤسسات وأيضاً نظراً لأبعادها متعددة.

المطلب الأول: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر

التجارة الإلكترونية لها عدة تحديات تعيق سيرها وتطورها في الجزائر نذكر منها:

(1) التحديات الاقتصادية والقانونية والبشرية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

1-1 التحديات الاقتصادية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

1-1-1 التجارة الدولية السلعية: تتسم صادرات الدول العربية بما يلي:

الضعف بوجه عام مقارنة بعدد سكان هذه الدولة كنسبة من إجمالي سكان العالم حيث تمثل الصادرات العربية جميعها % 3.8 من إجمالي الصادرات العالمية إذ بلغت صادرات هذه الدول 271 مليار دولار عام 2002.

إرتفاع معدل إنكشاف الدول العربية أمام الأسواق العالمية حيث تمثل الصادرات والواردات فيه حوالي 70% ومن المؤشرات ذات الدلالة بالنسبة للتجارة الإلكترونية هيكل التجارة الخارجية لهذه الدول فالصادرات تشمل الوقود المعدني % 68.2 ، الأغذية والمشروبات % 13.6 ، مواد الخام % 4.9 ، منتجات كيميائية % 57<sup>1</sup>.

مقارنة بالجزائر بحيث عرفت الصادرات الجزائرية تطورا ملحوظات منذ بداية 2000 وقد مس هذا التطور كل أصناف الصادرات بحيث عام 2008 بلغت صادرات المحروقات 77 مليار دولار ومع تدهور أسعار البترول سنة 2014 أصبحت قيمة المحروقات 60 مليار دولار، المنتجات النصف مصنعة 2.24 مليار دولار عام 2018 ، المواد الغذائية 0.37 مليار دولار وضعف حجم الصادرات يعود إلى ضعف البنية الاقتصادية، أما واردات الجزائر فقد عرفت إنخفاضا بداية من 2015 ماعدا المواد الأولية التي عرفت إرتفاع بسيطاً بحوالي % 0.19 سنة 2018 وأصبحت المواد الغذائية % 1.6، المواد الأولية % 24.29 ، المواد الإستهلاكية الغير غذائية % 14.6<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عيسى دراجي، تحديات التجارة الإلكترونية في الدول العربية، الملتقى العلمي الدولي حول عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، ص 14.

<sup>2</sup> شلحي طاهر، التجارة الإلكترونية في الجزائر وإهم تحدياتها خلال فترة 2018-2020، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجلفة، العدد 1، جوان 2020.

### 1-1-2- التجارة في الخدمات:

حققت تجارة الخدمات نمو ملحوظ في نهاية القرن العشرين حيث إعدادت قيمتها من 400 مليار إلى 1600 مليار دولار أمريكي وتزداد هيمنة الدول المتقدمة في هذا القطاع حيث تمثل المصدر الأكثر من 73% من الصادرات الخدمية، وتمثل الدول النامية الإفريقية 2% من الصادرات الخدمات العالمية والتي تسيطر عليها شمال إفريقيا بحيث تشكل أكثر من 53% من إجمالي حصة القارة.

مقارنة بالجزائر التي شهدت مساهمات سلبية للخدمات خلال الفترة 2019-2022 وكان السبب الرئيسي في هذه الفترة هو جائزة كوفية 19 لتصل إلى 2.7%- سنة 2020 وهذا نتيجة فرض الحكومة الجزائرية قيودا على الرحلات الجوية مما نتج عنه إنكماش واسع نسبيا في الخدمات الجزائرية بحيث بلغت 2.2%<sup>1</sup>.

### 1-2 التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

قد يتصفح زبون ما أحد المواقع التجارية فيجد عرض لسلعة أو خدمة ما تهمة فينوم بطلب شراء عن طريق الأنترنت لأنه عادة ما يكون البائع والمشتري ليس في مكان واحد ويكون الرد على طلبه بتوفر الخدمة أو السلعة عبر الأنترنت وبالتالي فإن موقع الأنترنت يمثل وسيلة لعرض السلعة أو الخدمة.

وهذه المرحلة لها عدة مشاكل أو عراقية أهمها:

- ثقة الزبون في حقيقة وجود الموقع فعليا.
- الضرائب الواجب فرضها على مداخل التجارة الإلكترونية ومعايير حسابها.
- مشروعية مايقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية.
- مشكلة حماية المستهلك من أنشطة الإحتيال عبر الأنترنت ومن المواقع الوهمية أو المحتوى الغير مشروع للخدمات والمنتجات المعروضة .

بعد أن يتم الإيجاب والقبول من طرف الزبون والبائع يبرم الإتفاق أو العقد بينهما (ومن بين الأشكال الشائعة للعقود الإلكترونية عقود التراخيص التي ترافق برامج الكمبيوتر) عن طريق صفحات الأنترنت أو عن طريق التعاقد بالمراسلات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني .

وفي هذه المرحلة هناك عدة مشكلات هما:

<sup>1</sup> سفيان غواس، سليمان كعوان، تحرير قطاع الخدمات كآلية للتنوع الاقتصادي في الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، جامعة سكيكدة الجزائر، العدد 02، 2021.

- مشكلة توثيق كل طرف من صفة الطرف الآخر وشخصيته ووجوده الفعلي.
- مشكلة حجبة العقد الإلكتروني.

وفي الأخير يتم تنفيذ المتعاقدين لإلتزاماتهما البائع أو مقدم الخدمة ملزم بتسليم السلعة أو تقديم الخدمة والزيون ملزم بتسديد الثمن.

وهنا تبرز بعض المشكلات أو التحديات ناجمة عن الإلتزام بالتعليم أهمها:

- مشكلة التأخر أو التخلف عن طريق التسليم.
- مشكلة التأخر أو التخلف عن التسليم .
- عدم تطابق مواصفات السلعة المسلمة أو الخدمة المقدمة مع ما تم الإتفاق عليه.
- مشكلة القراصنة في ميدان إساءة إستخدام بطاقات الائتمان<sup>1</sup>.

### 1-3 تحديات الموارد البشرية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

تشهد الدول العربية تحسنا في مجال خفض معدلات الأمية ومع هذا لاتزال الأمية مرتفعة مقارنة بمتطلبات العصر الذي نعيشه الآن كما أنها مرتفعة مقارنة بالدول النامية كما إنعكس مستوى التعليم على نسبة القوة العاملة إذ بلغت القوة العاملة حوالي 103 ملايين نسمة عام 2002 أي بنسبة 34.2% من إجمالي عدد السكان بحيث بلغ عدد خريجي التعليم العالي 120 مليون خريج من القوة العاملة فقط بالإضافة إلى أن سوق العمل العربية لاتستغرب هذا المخزون لعدم الموافقة بين التعليم وسوق العمل ولعل ذلك يرجع إلى:

\*التركيبة الديمقراطية للسكان حيث تمثل الشريحة الأقل من 15 سنة نسبة كبيرة من السكان تزيد على 40%  
\*ضعف مساهمة المرأة في التنمية في الدول العربية.

لذلك وجب على الدول العربية تدريب وتأهيل الوارد البشرية لتطوير التجارة الإلكترونية إذ تستطيع الموارد في حالة توفرها أن تبتكر فنونا وأساليب جديدة من جهة كما أنها تشغل التجارة الإلكترونية من جهة أخرى.  
بالإضافة إلى خفض نسبة الأمية ونشر التعليم والوعي والإدراك بأهمية التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>.

مقارنة بالجزائر بحيث بلغت نسبة الأمية % 21.36 سنة 2005 مقارنة مع السنوات الماضية التي بلغت فيها نسبة الأمية % 31.90 ويعود الفضل في تدني النسبة إلى تمديد مدة التمدريس الإجباري وهو ما مكن من مضاعفة تعداد التلاميذ الكلي بعشر مرات من ثمان مائة ألف إلى ثمان ملايين تلميذ وهذا يعني أن

<sup>1</sup> سفيان فكاشة، الابعاد الاقتصادية والمالية في التجارة الإلكترونية (حالة الجزائر)، شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2013-2014، ص 45، 46.

<sup>2</sup> عسيى دراجي، تحديات التجارة الإلكترونية في الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص 15.

ربع سكان الجزائر يزاول دراسته مما نتج عنه إجبارية التعليم بحيث بلغت نسبة تمارس الأطفال % 93 المتداولة أعمارهم ما بين 6 سنوات إلى 15 سنة، وبلغ عدد التلاميذ الذين يستحقون بالمدرسة لأول مرة إرتفاع قياسيا في السنوات الأخيرة<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

تسعى الجزائر إلى تطوير التجارة الإلكترونية مستقبلا في عدة مجالات وسوف نتطرق في هذا المطلب إلى آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

#### 1) الاتفاق القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر

بحكم ان التعامل في البيانات والمعلومات التجارية بين الأطراف المختلفة يتم الكترونيا وهذا نوع من التعاملات الالكترونية تطرح عدة إجراءات مستخدمة في الصفقات التجارية ونذكر منها

##### 1-1 حقوق الملكية الفردية

من أبرز القضايا القانونية التي تطرحها التجارة الالكترونية قضية العقود الالكترونية التي قد يتم اجراء ابرامها في شان منح التراخيص واستعمال العلامات التجارية وبراءات الاختراع وقضية التحديد جهة الاختصاص القضائي في حالة ظهور نزاع حول هذه النتائج وتحديد قانون الواجب التطبيق وأخيرا قضية تنفيذ الاحكام المتعلقة بفض النزاعات حول حقوق الملكية الفردية.

##### 1-2 لقانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الالكترونية

مسألة تحديد القانون الواجب التطبيق في العقود التجارية الالكترونية تعد مشكلة هامة غفي ظل عدم وجود مستندات ورقية.

ان الفقه القانوني ناقش مسألة القانون الواجب تطبيق على عقود الاستهلاك الالكترونية وانتهى الى خضوع عقود المستهلك لقانون الإرادة لكن بتحفظ تام وهو ان الفقه وغالبية التشريعات قد استقرت على ان اختبار الأطراف للقانون الواجب التطبيق لا يجوز أن يستتبعه حرمان المستهلك من حماية التي توفرها له الاحكام الامرة لقانون الدولة محل اقامته العادية، فحماية المستهلك هي الأساس في أي عملية تعاقدية. وبخصوص العقود الالكترونية التي يتم فيها عرض سلعة او الخدمة عن طريق البريد الالكتروني، فالعرض يتم استقباله في محل الإقامة العادية للمستهلك<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> رشيد العمري، صليحة العمري، محو الأمية استراتيجيات وأفاق، شهادة ماستر كلية الآداب واللغات، جامعة منتوري، ماي 2011، ص 50.

<sup>2</sup> فارس فوضيل، حمزة ضويفي، الابعاد القانونية والضريبة والتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المتعددة، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة تسميلت، العدد3، ماي 2011.

### 1-3 الخصوصية وأمن المعلومات التجارة الإلكترونية:

إن أمن المعلومات عموما وامن التجارة الإلكترونية هو أمن متبادل على الخط ولذا تضع الولايات المتحدة الأمريكية أو بعض الدول المتقدمة قيودا ومراقبة على تصديرها خارج بلدانها ويعتبر التشفير آلة ذو حدين إذ أن استعماله بدون مراقبة قد يضر بأمن الدولة لذا تصر بعض الدول على منح أنظمة التشفير متقدمة التي يصعب حلها أو منع تشفيرها كليا وهذا طبعا لا يخدم التجارة الإلكترونية، غير أن التشفير سواء في المواقع الحكومية أو الخاصة أصبح أمر مقبول التي يصعب حلها او منع توفيرها كليا وهذا طبعا لا يخدم التجارة في ظل معايير التشفير التي هي جزء من أخلاقيات استخدام التقنية وتشريعات تنظيم استخدامها المقررة بعد هذا التاريخ .

### 1-4 ثبات العمليات:

تنتج هذه المشكلة من ممارسة إتمام الصفقات إلكترونيا دون وجود مستندات ورقية الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة إثبات التعاملات والقيادة وتحديد الالتزامات وذلك للحفاظ على الحقوق الملكية والوفاء بالعقود الإلكترونية، ولإثبات التعاملات المنفذة عبر الأنترنت وهي غير مادية طرحت عدة طرق منها:

- توسيع شروط قبول الإثبات بوسيلالتسجيل الإلكتروني.
- توسيع فكرة بداية الإثبات الخطي.
- وضع إستثناء جديد للإلتزام بلاإثبات الخطي إلى جانب إستثناءات قانونية قائمة.
- ومن هنا كانت الحاجة الماسة فعليا لإدخال تعديلات جوهرية على قوانين الإثبات وقوانين المعاملات التجارية بحيث تعترف بإستناد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والسجل الإلكتروني وغيرها<sup>1</sup>.

### (2) الآفاق الضريبية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

من بين المشكلات التي تطرحه التجارة الإلكترونية بحددة هو إشكال تحصيل الضرائب على معاملات التجارة الإلكترونية في السوق الافتراضية العالمي لايعترف بالحدود التي تفصل بلدان العالم ومن بين الآفاق الضريبية للتجارة الإلكترونية بالجزائر هي:

### 2-1 صعوبة حصر التعاملات والمعاملات الإلكترونية وإثباتها

عادة لا تختلف المعاملات التجارية في عالم التجارة الإلكترونية والناشئة عبر شبكة الأنترنت مما يسمح للأشخاص المستخدمين لتكنولوجيا الأنترنت من تحقيق معاملات وصفات تجارية بعيدا عن سلطة

<sup>1</sup> سارة بساكر، التجارة الإلكترونية وفاق تطورها في البلدان العربية -دراسة حالة في الجزائر- مرجع سبق ذكره، ص17،

وعين الإدارة الضريبية خاصة المعاملات الخاصة بالسلع والخدمات التي تتم إلكترونياً، حيث لاتخضع عملية التسليم لنقطة جمركية حاكمية ومع تطور أسلوب الدفع الإلكتروني فإن السلطات لاتملك الوسائل التي تمكنها من تتبع آثاره مما أدى إلى نقص موارد خزائن الدول حيث أن هناك صعوبة في عملية تحديد حجم نشاط التجارة الإلكترونية الواضع للضريبة وذلك لأن الممول لن يعطي مصلحة الضرائب التشفيرة الخاصة بحجم تعاملات على شبكة الأنترنت لأنها من أسراره الخاصة .<sup>1</sup>

## 2-2 ضرورة تحديث القوانين:

أجمع عدد كبير من خبراء الضرائب والتجارة والتكنولوجيا على أن اللوائح الضريبية المعمول بها حالياً من الصعب أن يتم تعديلها لتتفق مع التجارة الإلكترونية حيث لاتعرف هذه الأخيرة حدود جغرافية ولا تشريعات ضريبية يصعب إخضاعها لنظام ضريبي محدود وفقاً للاتفاقيات الضريبية إلا أن هناك عدة طرق تم التوصل إليها في هذا المجال نذكر منها:

### 2-2-1- أسلوب الحياد الضريبي:

إن الحياد الضريبي ينبغي أن يشكل المبدأ الأساسي للضريبة الإلكترونية ولا يعني ذلك إلغاء الضريبة، ولكن تتم المعاملة الضريبية بنفس الأسلوب على صور التجارة بدون تمييز سواء تعلق الأمر بالتجارة التقليدية أو التجارة عن بعد .

### 2-2-2- فرض ضريبة الاستهلاك:

يهدف هذا الاقتراح إلى التحول من فرض الضريبة على الدخول إلى فرض الضريبة على الإستهلاك والملكية، حيث أن كل منهما منخفض ويصعب إخفاؤه.

وتساعد هذه الضريبة في جمع الضرائب من المتهربين من دفعها حتى أولئك الذين يحققون دخولا بأي حال من الأحوال.<sup>2</sup>

## 2-3 إعفاء أم فرض الضريبة على التجارة الإلكترونية

بتطبيق القوانين الضريبية التقليدية فإن حصة كبيرة من المعاملات التجارية الإلكترونية على شبكة الأنترنت معنية بالرسوم والضرائب المفروضة على الأنشطة الاقتصادية.

<sup>1</sup> فارس فوضيل، الأبعاد القانونية والضريبة للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، مرجع سبق ذكره، ص15.

<sup>2</sup> سارة بساكر، التجارة الإلكترونية وافاق تطورها في البلدان العربية -دراسة حالة في الجزائر- مرجع سبق ذكره، ص19

غير أن الطبيعة الخاصة للأنترنت وصعوبة إخضاعها لقوانين ضريبة هما السبب في خلق جدال عالمي، حيث ثمة إتجاه قوي على الصعيد العالمي لترك الأنترنت وما يجري عبرها من تعاملات تجارية دون الخضوع للضرائب وهذا يؤدي إلى عدم المساواة بين الشركات التجارية وبعضها البعض رغم أنها تمارس نشاط تجاري واحد إلا أن أحدهما تمارسي بطريقة تقليدية وبالتالي خضوعها للضريبة والرسوم الجمركية والأخرى تمارس ذات المشاط ولكن عن طريق الأنترنت فلا تفرض عليها ضرائب مع ان أرباح الشركات التي تمارس التجارة الإلكترونية قد تصل أضعاف التجارة التقليدية.

حيث أن منظمة التجارة العالمية فرضت خيارين:

**الأول:** فرض رسوم جمركية على أساس الوسيلة الناقلة أو الوسيط الإلكتروني كالفرض.

**الثاني:** فرض الرسوم على أساس قيمة الوسيلة الناقلة وقيمة البرنامج.<sup>1</sup>

### 3) الآفاق الإقتصادية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

على الرغم من كل المجهودات التي بذلتها الجزائر لتخرج من التوعية لقطاع المحروقات إلا أن الجزائر لاتزال تعتمد بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات، متتاسقة بأن هناك قطاعات أخرى غير قطاع المحروقات ستساهم في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وبالتالي ستدفع بعجلة النمو الإقتصادي.

ومن بين القطاعات التي تهتم بها كثيرا نجد قطاع الخدمات الذي تصنف ضمنه التجارة الإلكترونية من خلال تجارة التجزئة والخدمات الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية تعمل على زيادة الإنتاج والنموذج الإقتصادي ويتولى ذلك من خلال كفاءة التجارة الإلكترونية في عرض السلع والخدمات بشكل إلكتروني كما تساهم في تقليل القيود للدخول إلى الأسواق العالمية.<sup>2</sup>

### 3-1 الأهداف الاستراتيجية الأساسية المقترحة حتى عام 2025

إطلاقا من تشخيص الوضع العام للقطاع الصناعي الوطني يتوجب تحديد الأهداف الاستراتيجية التي تسمح بتحقيق الإنتقالي الإقتصادي من إقتصاد يعتمد على الصناعات الإستخراجية إلى إقتصاد يرتكز على صناعات تحويلية بحلول عام 2025 في النقاط التالية:

<sup>1</sup> فارس فوضيل، الابعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، مرجع سبق ذكره، ص 16.

<sup>2</sup> بورحلة زهرة، بن زيدان حاج، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الإقتصادي في الجزائر - رؤية تحليلية، مجلة دراسات الإقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، العدد 1، 2021، ص 371.

- الوصول إلى تحقيق معدل نمو برقمين في كل الفروع الصناعية المختارة ضمن الاستراتيجية المرسومة بحلول سنة 2025.
- الوصول إلى تحقيق 10 مليار دولار كصادرات صناعية بحلول 2025.
- زيادة حصة الصناعات التحويلية في الناتج الداخلي الخام في حدود 20
- زيادة مساهمة القطاع الخاص في التقسيم الهيكلي للقيمة المضافة داخل الفروع الصناعية الأساسية
- زيادة نسبة التشغيل داخل القطاع الصناعي مقارنة مع إجمالي اليد العاملة الأنشطة.

وبخصوص النمو الصناعي فإن النسبة المستهدفة سنة 2020 هي معدل نمو يعادل 5 على أن يتطور ليبلغ 8 سنة 2023 وصولاً إلى تحقيق هدف النمو برقمين في حدود 10 سنة 2025

وفيما يخص هدف تعاضم حجم القطاع الصناعي داخل الناتج الداخلي الخام للإقتصاد الوطني فإن النسبة المستهدفة سنة 2020 هي 10 من الناتج الداخلي الخام على أن تصل هذه النسبة إلى حدود 15 سنة 2023 كإستدراك للتدهور المسجل خلال السنوات الأخيرة، في حين يتوجب الوصول إلى نسبة 20 سنة 2025 كهدف رئيسي.

أما بخصوص تعزيز الصادرات فإن الهدف المرحلة لسنة 2020 هو بلوغ رقم 1 مليار دولار كالصادرات الصناعية، على أن يتطور هذا الرقم إلى 5 مليار دولار سنة 2023 كهدف مرحلي ثاني، وذلك بغية الوصول إلى تحقيق الهدف الإستراتيجي المحدد بصادرات تقدر ب 10 مليار دولار سنة 2025<sup>1</sup>.

### 3-2- محتوى نموذج النمو الإقتصادي الجديد 2030

تجسيدا لنموذج النمو الإقتصادي الجديد الذي صادقت عليه الحكومة في 2016 في إطار سياسة تنويع الإقتصاد الوطني وإصلاحه هيكليا يمر على ثلاث مراحل ويهدف إلى تحقيق معدل نمو يقدر ب 6.5 % خارج المحروقات خلال العشرينية القادمة فالمرحلة الأولى 2019 - 2016 تتمحور حول بعث السياسة التنموية الجديدة والتي تتميز بنموت تدريجي للقيم المضافة لمختلف القاعات، أما المرحلة الثانية - 2020 - 2025 فستكون مرحلة إنتقالية هدفها تدارك الإقتصاد الوطني تليها مرحلة إستقرار وتوافق - 2026 - 2030 يكون آخرها الإقتصاد قد إستنفذ قدراته الإستدراكية وتتمكن عندها مختلف متغيراته من الالتقاء عند نقطة التوازن، وعلى صعيد التحول الهيكلي للإقتصاد يرمي النموذج الجديد إلى تحقيق معدل نمو سنوي خارج المحروقات بنفس النسبة المقدر سابقا. كما ينتظر أن يتضاعف الناتج الداخلي الخام الفردي ب 2.3 % إلى جانب تضاعف مساهمة القطاع الصناعي في الناتج الداخلي الخام لينتقل من % 5.3 حاليا إلى 10 غير أن بلوغ هذا الهدف يقتضي رفع القيمة المضافة للقطاع الصناعي، كما يرى القائمين على النموذج أن

<sup>1</sup> د سليم بوهديل، مقترحات لاثراء الاستراتيجية الصناعية في الجزائر افاق 2025، مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة، بجامعة باتنة، العدد2، ديسمبر 2018، ص 30، 36 .

من المستحيل تحقيق نمو إقتصادي فوري دون كبح تدفق الواردات المسجلة خلال العشرينات الأخيرة والنجاح نموذج النمو الإقتصادي الجديد يجب إشباع مجموعة من الأهداف الدقيقة آفاق (2030):

- تحقيق مسار نمو خارج المحروقات للناج المحلي الخام.
- تحديث القطاع الزراعي بما يسمح بالوصول إلى تحقيق الاكتفاء الغذائي وتنويع الصادرات إلى جانب التحول الطاقوي الذي يسمح بخفض معدل النمو السنوي للاستهلاك الداخلي للطاقة من % 6 إلى 3 %في.2030
- خفض محسوس لعجز الخزينة خلال الفترة 2019 وحشد لموارد إضافية لازمة من السوق المالية الداخلية فيما يتعلق بنهوض الإقتصاد الوطني على آفاق 2035 عن طريق الإصلاحات الهيكلية والتنويع الإقتصادي الذي ينطوي تحت تنويع إيرادات الميزانية والتقليل من تبعية الجزائر للعوائد البترولية وذلك حسب:

- تطوير النظام الوطني للإستثمار العمومي
- مواصلة الإصلاح للنظام البنكي<sup>1</sup>

ومن خلال قانون المالية 2024 الذي وقعه رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون يتوقع نمو إقتصادي ب % 4.2 لعام 2024 مدفوعات بأداء جميع القطاعات فيما ينتظر أن ينتعش قطاع المحروقات لاسيما بفضل إرتفاع صادرات الغاز .

وأعد قانون الميزانية على أساس سعر مرجعي لبرميل النفط ب 60 دولار خلال 2026 - 2024 ، و 70 دولار للبرميل كسعر سوق تقديري لبرميل النفط الخام.

وبخصوص النفقات العمومية بحيث تتوقع الميزانية إرتفاع في النفقات العمومية إلى 15275.3 مليار دينار جزائري، فيما ينتظر إيرادات بقيمة 9105.3 مليار دينار جزائري.

وسيسجل النمو الإقتصادي % 3.9 في عام 2025 و % 4 في 2026 حسب القانون الذي يحدد توقعات متوسطة المدى ((2026 - 2024 مدفوعات بأداء جميع القطاعات.

وتصل صادرات السلع وفق توقعات القانون إلى 49.8 مليار دولار سنة 2024 مقابل 55 مليار دولار لتسجل زيادة طفيفة سنتي 2025 و 2026 لتبلغ 50 مليار دولار و 51.6 مليار دولار على التوالي.

أما واردات السلع لسنة 2024 بالدولار فسترتفع بنسبة % 7.1 مقارنة بتنبؤات سنة 2023 لتصل إلى 43.5 مليار دولار ثم تصعد إلى ، 47.4 مليار دولار سنة 2025 و 47.4 مليار دولار في سنة 2026 .

<sup>1</sup> بن عدة احمد، لكل محمد، كخطط الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي، في ظل نموذج الاقتصادي الجديد -رئيس الجزائر 2020-2030، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة غليزان، العدد 01، 2022، ص 412-413.

وعلى هذا الأساس سيسجل الميزان التجاري فائضا بين سنتي 2024 و 2026 ليبلغ 6.3 مليار دولار في 2024 ثم 2.9 مليار دولار و 4.2 مليار دولار سنتي 2025 و 2026 على التوالي

وعلى صعيد الميزانية يتوقع النص نفقات عمومية خلال 2024 و 2025 و 2026 ب 15275.3 مليار دينار جزائري و 15900.4 مليار دينار و 15705.6 مليار دينار على التوالي. واتصل إيرادات الميزانية سنة 2024 إلى 9105.3 مليار دينار جزائري لتبلغ بين سنتي 2025 و 2026 زيادة متوسطة بحوالي % 4.2 أي بمقدار 9537.2 مليار دينار جزائري و 9881.9 مليار دينار جزائري على التوالي<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر

لقد أدى التطور في مجالي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خلال السنوات الأخيرة في العالم عامة والجزائر خاصة إلى حدوث تغيرات جذرية مست مختلف أشكال المعاملات الإدارية والتجارية والمالية، حيث أخذت مجرى تصاعدي، حتى صار الشكل الالكتروني يطغى تدريجيا على الشكل الورقي في المعاملات. غير أن المشرع الجزائري لم يكن بمعزل عن مسايرة هذه، بل اعترف منذ سنة 2005 بالكتابة الالكترونية وأعطى لها قوة الإثبات نفسها المعترف بها بالنسبة للكتابة الورقية ومنحها الحجة القانونية لقبولها كدليل إثبات وفق ما نصت عليه المادتين 323 مكرر و 323 مكرر 1 من القانون المدني الجزائري. وقد سبق هذا التعديل للقانون المدني نصوص قانونية أخرى كما استتبعه إصدار وتعديل قوانين ذات صلة بالتجارة الالكترونية نتناولها كما يلي<sup>2</sup>.

#### 1) النصوص القانونية المرتبطة بالتجارة الالكترونية

القانون رقم 04/02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق ل 23 يونيو لسنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وقد نصت عليه كل من المادة 3 و 5<sup>3</sup>.  
- المرسوم التنفيذي رقم 05/468 المؤرخ في 8 ذو القعدة عام 1426 هـ الموافق ل 10 ديسمبر سنة 2005، يحدد شرط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك في نص كل المواد 4، 11<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> 24 ديسمبر 2023، تفاصيل ميزانية الجزائر لعام 2024، <http://www.cnbcArabia.com>، 27 فيفري 2024، ساعة 19:45 مساء.

<sup>2</sup> مشتي أمال التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية جامعة الجزائر 1 العدد 13، 2018، ص 251.

<sup>3</sup> قانون رقم 02-04 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق ل 23 يونيو 2004. الجريدة الرسمية، العدد 41 المؤرخة في 9 جمادى الأولى عام 1425 هـ الموافق ل 27 يونيو 2004، ص 3.

القانون رقم 09/03 المؤرخ في 29 صفر 1430 هـ الموافق ل 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الفصل الخامس إلزامية إعلام المستهلك وقد تناولتها المادة 17.<sup>2</sup>

المرسوم التنفيذي رقم 09/65 المؤرخ في 11 صفر عام 1430 هـ الموافق ل 7 فبراير سنة 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، نصت عليها المادة 04.<sup>3</sup>

القانون 04-15 المؤرخ في 11 ربيع الثاني 1436 هـ الموافق الأول فبراير سنة 2015، يحدد القواعد الالكترونية العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني، حيث قسم هذا القانون إلى خمسة أبواب تتضمن أحكام عامة والتوقيع الالكتروني والتصديق الالكتروني والعقوبات وأحكام ختامية.<sup>4</sup>

وفي سنة 2017 خطت الجزائر خطوة كبيرة في مجال التجارة الالكترونية باقتراح مشروع قانون عد من طرف وزارة البريد وتكنولوجيات الاتصال السلكية واللاسلكية والرقمنة متضمنا التجارة الالكترونية، وتمت مناقشته والمصادقة عليه من البرلمان بغرفتيه مع بداية سنة 2018.<sup>5</sup>

## (2) القانون 18/05 المتعلق بالتجارة الالكترونية

ان القانون رقم 18/05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ الموافق ل 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، حيث له دور في تنظيم المعاملات التجارية الالكترونية حيث جاء في المادة 6 منه<sup>6</sup>:  
التجارة الالكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد المستهلك الكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية.

قسم هذا القانون إلى أربعة أبواب تتضمن أحكام عامة وممارسات التجارة الالكترونية والجرائم والعقوبات وأحكام انتقالية وختامية.

<sup>1</sup> مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 8 ذو القعدة 1426 هـ الموافق ل 10 ديسمبر 2005 الجريدة الرسمية 80 المؤرخة 9 ذي القعدة 1426 هـ الموافق ل 11 ديسمبر 2005، ص 18.

<sup>2</sup> قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 هـ الموافق ل 25 فبراير سنة 2009، الجريدة الرسمية 1.5 المؤرخة في 11 ربيع الأول عام 1430 هـ الموافق 8 مارس 2009، ص 12.

<sup>3</sup> المرسوم التنفيذي رقم 09/65 المؤرخ في 11 صفر عام 1430 هـ الموافق ل 7 فبراير 2009 الجريدة الرسمية، العدد 10 المؤرخ في 15 صفر عام 1430 هـ، الموافق ل 11 فبراير 2009، ص 8-9.

<sup>4</sup> القانون رقم 04-15 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 هـ، الموافق ل 1 فبراير 2015 الجريدة الرسمية، العدد 06 المؤرخة في 20 ربيع الثاني عام 1436 هـ الموافق ل 10 فبراير 2015، ص 16.

<sup>5</sup> مشتي أمال مرجع سبق ذكره، ص 254

<sup>6</sup> القانون رقم 18-2015 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هـ الموافق ل 10 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، المؤرخة في 30 شعبان عام 1439 هـ، الموافق 16 مايو 2018، ص 4-10.

حيث يتضمن الباب الأول: المواد من (1) إلى (6) خاص بالأحكام العامة ويحدد موضوع ومفاهيم خاصة ومصطلحات متعلقة بالتجارة الإلكترونية كالعقد الإلكتروني المستهلك الإلكتروني المورد الإلكتروني الإشهار والطلبية ووسيلة الدفع الإلكتروني... الخ. بالإضافة إلى ذكر القواعد العامة ومجال المعاملات التجارية الإلكترونية التي تمارس في إطار التشريع والتنظيم المعمول بها.

أما الباب الثاني: من المادة 7 إلى (34) يتضمن سبعة فصول، وقد خصص للممارسات التجارية الإلكترونية حيث تناول المعاملات التجارية العابرة للحدود وشروط ممارسة التجارة الإلكترونية وكذلك المتطلبات المتوقعة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني مع الالتزامات الواجبة على المستهلك الإلكتروني وفي المقابل واجبات مورد الإلكتروني ومسؤولياته بالإضافة إلى طريقة الدفع في المعاملات الإلكترونية والإشهار الإلكتروني.

وجاء في باب الثالث (المواد من 35 إلى 48) الخاص بالجرائم والعقوبات، حيث يتضمن فصلين تناول فيهما المشرع مراقبة الموردين الإلكترونيين ومعاينة المخالفات وجرائم عقوبات .

وتضمن باب الرابع (المادتين 49 و50) الخاص بالأحكام الانتقالية والختامية، أي يجب على الذين يمارسون تجارة الإلكترونية الامتثال إلى احكام القانون في اجل لا يتجاوز 6 أشهر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> رشيد علام، عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي-دراسة حالة الجزائر-، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في إدارة الاعمال، التجارة الإلكترونية، الاكاديمية البريطانية للتعليم العالي -المملكة المتحدة-، بريطانيا 2010، ص 152.

### خلاصة الفصل:

من خلال ما تم التطرق اليه في هذا الفصل نستنتج أن مع تسارع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بات من الضروري على الحكومات استخدامها على أوسع نطاق، والجزائر هي الأخرى تعمل على ذلك من خلال اطلاق مشروع الحكومة الالكترونية وتخطيط سياسات استراتيجية لانجاحه، والذي مس الاقتصاد لينتج عنه نوع جديد من التعاملات تدعى التجارة الالكترونية الذي استدعى تجهيز بنية تحتية متينة كتوفر وسائل معلومات حديثة وشبكة أنترنت سريعة، وتغطي كل أراضي الوطن، بالإضافة الى تكوين الأشخاص للتعامل بها.

كما أن العالم بأسره قد دخل مرحلة متطورة ضمن آفاق عصر التكنولوجيا التي أصبحت محرك الحضارة وخصائص ثورة المعلومات والاتصالات وكذا انتشار الأنترنت عالميا.

خاتمة

بناء على ما تم التطرق اليه من دراسة للموضوع المتعلق بتحديات التجارة الالكترونية في الجزائر، والذي يتمحور حول اشكالية \* ماهي تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر ؟ \* يتبين بأن التجارة الالكترونية هو مصطلح حديث ساعد في التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الى حدوث ثورة تقنية في مجال الأعمال والاقتصاد والتي أصبحت فيه هته التكنولوجيات من الركائز الأساسية بالنسبة للدول في النهوض باقتصادياتها لذلك وعت جميع الدول بضرورة الاستفادة القصوى من هذه التقنيات الحديثة واستغلالها بما يسمح لتعزيز نموها وازدهار اقتصادها.

كما عرفت التجارة الالكترونية توجهات مختلفة، الا أن ذلك لا يمنع من القول بأن الأمر ينطوي على تحديات عديدة جعلت دول العالم لا تستفيد من التجارة بنفس الدرجة، ف تجربة الجزائر في تطبيق هذا النوع من التجارة لم تحقق النهضة والانطلاقة المرجوة، غير أن ذلك لا يعني التشكيك في النوايا والانقاص من الجهود المبذولة من السلطات والحكومة الجزائرية، فالجزائر اتخذت مؤخرا اجراءات عدة في جميع الميادين بغية تدعيم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومسايرة التحولات التكنولوجية وتبنيها يحتاج الى التركيز على مجموعة من المقومات واحداث تغييرات جذرية في مجالات عديدة للتقليل من العقبات المعرقله لانطلاق هذه التجارة في الجزائر، وبالتالي تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر تحدي لا بد من تجاوزه والوصول الى مستويات عالية من تطبيق هذا النشاط، وبالتالي فان الاندماج في مجال التجارة الالكترونية لم يعد خيارا اقتصاديا فقط بل ضرورة لا بد منها، وان التأخر في وضع وتطبيق استراتيجيات متكاملة للتجارة الالكترونية لا يؤدي فقط الى التهميش الاقتصادي وانما الى المزيد من التدهور والركود.

وعلى ضوء الدراسة التي تناولنا فيها موضوع تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر، مفاهيم هذه التجارة وواقع استخدامها في الجزائر وآفاقها، وتحليل لأوضاع الجزائر في هذا المجال يمكننا من اختبار صحة الفرضيات المطروحة والخروج ببعض النتائج الهامة. نقوم بترتيبها كالآتي:

### (1) اختبار صحة الفرضيات :

بعد دراستنا للموضوع اتضحت لنا صحة الفرضيات من عدمها التي وضعناها كمنطلق للدراسات فنتبين معنا أن:

-الفرضية الأولى: التي جاء بها (التجارة الالكترونية هي عملية تبادل السلع والخدمات عبر وسيط الكتروني دون الحاجة للتنقل) أثناء البحث توصلنا الى أن هذه الفرضية صحيحة فالتجارة الالكترونية هي عملية تنفيذ كل مايتعلق بالبيع والشراء للبضائع والخدمات عبر شبكة الأنترنت بوسيط الكتروني (الحاسوب أو الهاتف)، كما تمر بثلاث مراحل مرحلة العرض ثم القبول ثم مرحلة التنفيذ.

-الفرضية الثانية: التي تنص على (الجزائر تسعى لاحتواء التجارة الالكترونية وذلك بسعيها لتطوير البنى التحتية) فقد ثبت بأنها صحيحة، فالجزائر لا بد لها بالنهوض بهذا النوع من التجارة وتطور من البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال للوصول الى المستوى الذي وصل اليه معظم دول العالم من التقدم التكنولوجي

-الفرضية الثالثة: التي تتمحور حول (الجزائر تواجه عدة تحديات تعرقل سير التجارة الالكترونية بشكل صحيح وآمن) فهذه الفرضية توصلنا الى أنها صحيحة لأن الجزائر تواجه تحديات قانونية وتحديات الموارد البشرية وغيرها من التحديات عرقلت سير التجارة الالكترونية.

-الفرضية الرابعة: جاء بها (التجارة الالكترونية في الجزائر تحتل موقعا ضعيفا نظرا لغياب الوعي بأهميتها) فهذه الفرضية صحيحة لأن معظم المستهلكين في الجزائر ليست لديهم ثقة في التعامل مع هذا النوع من التجارة

- الفرضية الخامسة: والتي جاء بها (تسعى الجزائر الى مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية) توصلنا الى أنها صحيحة، فالجزائر لها نظرة مستقبلية في تطوير آفاق التجارة الالكترونية والعمل بها بنطاق واسع مستقبلا والدخول في عالم الاقتصاد الرقمي.

## (2) نتائج البحث :

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

- ✓ التجارة الالكترونية من المواضيع الحديثة في العالم وبالرغم من هذا أصبحت ممارستها أمر طبيعى في الدول المتقدمة، أما في الجزائر لازالت ضعيفة نوعا ما.
- ✓ لم تشهد الجزائر استغلال أمثل للتجارة الالكترونية نظرا لمواجهتها لعدة تحديات.
- ✓ مقارنة بالسنوات الماضية تشهد الجزائر تقدما ملحوظا للتجارة الالكترونية في الآونة الأخيرة.
- ✓ تسعى الجزائر لتبني الاقتصاد الرقمي الذي أصبح أمر ضروري في التجارة الالكترونية.
- ✓ تعمل الأنترنت على توفير فرص المعاملات التجارية الالكترونية بين الشركات والأعمال التجارية والمستهلكين بشكل كبير عبر الحدود.
- ✓ تعتمد التجارة الالكترونية على تقنيات متعددة مثل المنصات عبر الأنترنت وتقنيات الهواتف الذكية وأنظمة الدفع وتبادل المعلومات الكترونيا.
- ✓ أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة اتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي الى الشكل الرقمي.
- ✓ رغم كل العراقيل التي تواجه الجزائر، الا أن النهوض بالتجارة الالكترونية مقارنة بدول العالم يستدعي توفر ارادة حقيقية وقوية لدى الجزائر لتطوير هذه التجارة.

## (3) المقترحات والتوصيات:

من أهم التوصيات والمقترحات التي ينبغي النظر فيها والاهتمام بها نذكر:

- ✓ لتطوير استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر يجب دعم الاستعداد الإلكتروني لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على التحول الى التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، وذلك بالتركيز على تنمية العنصر البشري كاحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الإلكترونية.
- ✓ السعي الى تحويل التجارة الإلكترونية من الشكل التقليدي الى الشكل الإلكتروني.
- ✓ توفير تجهيزات آلية وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري.
- ✓ السهر على ايجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام واعتماد التجارة الإلكترونية الذي يحمي حقوق المستهلكين والبائعين.
- ✓ اكتساب ثقة المستهلك من خلال تقديم خدمات جيدة وتسليم الطلبات كما هي.
- ✓ زيادة سرعة تدفق الأنترنت والتي تعتبر عنصر مهم سواء للزبون أو التجار لتقديم خدماتهم ومنتجاتهم.
- ✓ التحسيس بأهمية التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي للمجتمع الجزائري.
- ✓ تحديث وسائل الدفع وجعلها الكترونية فيمكن تحسين الخدمة المصرفية المقدمة من خلال تطوير وسائل الدفع الإلكترونية.
- ✓ توسيع مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل الرفع من مستويات الأداء وتكثيف العمليات الابتكارية لتطوير السلع والخدمات وزيادة المعدلات الانتاجية.
- ✓ توفير بنية تقنية حديثة ومتطورة، واقامة شراكة مع دول لها تجارب ناجحة في مجال التجارة الإلكترونية
- ✓ تقديم تسهيلات للاستثمار الأجنبي والمحلي في مجال التكنولوجيا.

#### 4) آفاق الدراسة:

حاولنا من خلال هذا البحث الإلمام بجوانب موضوع التجارة الإلكترونية قدر الإمكان ونظرا لحدثة ظهوره و إنتشاره يبقى موضوعا واسعا، لذلك تكثر المواضيع المطروحة حوله وبالتالي نقترح على الباحثين بعض المواضيع لدراستها مستقبلا من بينها:

- ❖ دراسة أساليب الترويج لمختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية.
- ❖ تأثير نمو التجارة الإلكترونية على سلاسل الإمداد الدولي.

# قائمة المصادر والمراجع

### • الكتب:

- (1) أحمد بورزق، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النص والتطبيق، الطبعة 1، ألفا للوثائق، قسنطينة الجزائر، 2020.
- (2) سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- (3) عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة 657، دار المسيرة للنشر، عمان، 2014.
- (4) عماد مجدي عبد المالك، التجارة الإلكترونية، دار المطبوعات الجامعة، مصر، 2011.
- (5) فريد النجار، الاقتصاد الرقمي للأنترنترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية، الدار الجامعية، مصر 2007.
- (6) ميثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، الطبعة 1، دار الوائل للنشر، الأردن، 2013.
- (7) محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007.

### • الأطروحات والرسائل ( المذكرات ):

- (1) البنك الدولي 2022، دفع عجلة التحول الى الأمام، خريطة طريق للعمل المناخي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا.
- (2) جبار ياسين، خروف منير، بنية محمد، رقمنة الاقتصاد ودوره في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية، شهادة ماستر في المالية والتجارة الدولية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2019 – 2020.
- (3) دريس كمال فتحي، محمد العروسي منصور، قريشي رزيقة، التجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2021 – 2022.
- (4) رشيد العمري، صليحة العمري، محو الأمية استراتيجيات وأفاق، شهادة ماستر كلية الآداب واللغات، جامعة منتوري، ماي 2011.
- (5) رشيد علام، عوانق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي-دراسة حالة جزائر-، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجيستر في إدارة الاعمال، التجارة الإلكترونية، الاكاديمية البريطانية للتعليم العالي-المملكة المتحدة-، بريطانيا 2010.

- (6) سفيان فكارشة، الابعاد الاقتصادية والمالية في التجارة الالكترونية (حالة الجزائر)، شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2013-2014.
- (7) الشربيني أيمن، صياغة المستقبل الرقمي للعالم العربي، خارطة طريق السياسات، نحو أجنداث وطنية، مجلة دبي للسياسات ن كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية، 2020.
- (8) عبد العزيز دمام، يوسف واضح، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف مسيلة، 2018 - 2019.
- (9) عبير فاروق تمام، دور الاقتصاد الرقمي في دعم التنمية - دراسة مقارنة بين بعض الدول -، رسالة دكتوراه، قسم الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 2009.
- (10) العلمي حسين، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التنمية المستدامة، دراسة مقارنة بين ماليزيا تونس والجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر (2012-2013).
- (11) قالي سارة، دور قانون المعاملات الالكترونية في تفعيل خدمة الاقتصاد الرقمي - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - بأم البواقي، شهادة ماستر، جامعة أم بواقي، 2007.
- (12) مصطفى هنشور وسيمة، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، أطروحة دكتوراه، عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016، 2017.
- (13) هديل حمودة، الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين - قسم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم الادارية، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2011.
- (14) وسن مشعد سرحان، الاقتصاد الرقمي وأثره في التنمية المستدامة في بلدان مختارة مع اشارة الى العراق للمدة (2004- 2020)، شهادة ماجستير، جامعة تكريت، 2022.
- (15) يدو محمد، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحديث الخدمة المصرفية - دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة البليدة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، 2007.
- **المجلات:**
- (16) بن عدة احمد، لكحل محمد، كخطط الإنعاش الاقتصادي والاجتماعي، في ظل نموذج الاقتصادي الجديد -رئيس الجزائر 2020-2030، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة غليزان، العدد 01، 2022

- (17) بورحلة زهرة، بن زيدان حاج، التجارة الالكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر -رؤية تحليلية، مجلة دراسات الاقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، العدد 1، 2021.
- (18) بولحية شهيرة، لكحل شهرزاد، أثر التجارة الالكترونية على المستهلك الالكتروني، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية العدد 3، جامعة باتنة، الجزائر، مارس 2019.
- (19) التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية، تحديات التي تواجهها والسبل التغلب عليها ، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 5، جامعة محمد خيبر، بسكرة، ديسمبر 2003.
- (20) حمودي ناصر، التجارة الالكترونية مقدمة لاقتصاد عالمي جديد الاقتصاد الرقمي، مجلة معارف، العدد 2، الجزائر، 2007.
- (21) سفيان غواس، سليمان كعوان، تحرير قطاع الخدمات كآلية للتنوع الاقتصادي في الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، جامعة سكيكدة الجزائر، العدد 02، 2021.
- (22) سفيان فكارشة، التجارة الالكترونية-رؤية اقتصادية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 8، جامعة البليدة، الجزائر، 2013.
- (23) سليم بوهديل، مقترحات لاثراء الاستراتيجية الصناعية في الجزائر افاق 2025، مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة، جامعة باتنة، العدد 2، ديسمبر 2018.
- (24) شلحي طاهر، التجارة الالكترونية في الجزائر واهم تحدياتها خلال فترة 2018-2020، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الجلفة، العدد 1، جوان 2020 .
- (25) طرشي محمد، بوفليج نبيل، التجارة الإلكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي-الجزائر، العدد 00، 29-10-2018.
- (26) عبد القادر زواتنية، أهمية الاقتصاد الرقمي للدول العربية في ظل جائحة كورونا وأثره في تحقيق التنمية المستدامة - الاقتصاد الرقمي لدولة قطر نموذجا -، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الجزائر 3، العدد 28، 2022.
- (27) عبد اللطيف شهاب أحمد، وسام قاسم لفتة، الاقتصاد الرقمي وأثره في تطوير صناعة السياحة دراسة تطبيقية لشركات السفر والسياحة داخل مدينة بغداد، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 118، العراق، 2019.

- (28) فارس فوضيل، حمزة ضويفي، الابعاد القانونية والضريبة والتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المتعددة، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة تسمسليت، العدد3، ماي 2011.
- (29) اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا (الاسكو)، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غربي آسيا، العدد 2008.
- (30) محمد كريم فريحة، "النوادي الالكترونية : تحديات وبدائل، دراسة ميدانية بنوادي عنابة"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 27، العراق، 2006،
- (31) مزهود نور الدين، مقدم ياسن، واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد بوضياف المسيلة، العدد1، 2022.
- (32) مشتى أمال التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية جامعة الجزائر 1 العدد 13، 2018.
- (33) نعيمة يحيوي، مريم يوسف، التجارة الالكترونية وأثرها على اقتصادات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 6، جوان 2017.
- (34) ورجلة زهرة، بن زيدان حاج، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر - رؤية تحليلية-، مجلة دراسات اقتصادية جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)، العدد1، 2021

• ملتقيات وطنية ودولية:

- (36) عيسى دراجي، تحديات التجارة الالكترونية في الدول العربية، الملتقى العلمي الدولي حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة.

• مراسيم وقوانين :

- (37) قانون رقم 02-04 مؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425هـ الموافق ل 23 يونيو 2004. الجريدة الرسمية، العدد 41 المؤرخة في 9 جمادى الأولى عام 1425هـ الموافق ل 27 يونيو 2004
- (38) مرسوم تنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 8 ذو القعدة 1426هـ الموافق ل 10 ديسمبر 2005 الجريدة الرسمية 80 المؤرخة 9 ذي القعدة 1426هـ الموافق ل 11 ديسمبر 2005.

- (39) قانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق ل 25 فبراير سنة 2009، الجريدة الرسمية 1.5 المؤرخة في 11 ربيع الأول عام 1430هـ الموافق 8 مارس 2009.
- (40) المرسوم التنفيذي رقم 09/65 المؤرخ في 11 صفر عام 1430هـ الموافق ل 7 فبراير 2009 الجريدة الرسمية، العدد 10 المؤرخ في 15 صفر عام 1430هـ، الموافق ل 11 فبراير 2009.
- (41) القانون رقم 15-04 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436هـ، الموافق ل 1 فبراير 2015 الجريدة الرسمية، العدد 06 المؤرخة في 20 ربيع الثاني عام 1436هـ الموافق ل 10 فبراير 2015.
- (42) القانون رقم 18-2015 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439هـ الموافق ل 10 مايو 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، المؤرخة في 30 شعبان عام 1439هـ، الموافق 16 مايو 2018.

• التقارير والدوريات:

- (43) الاسكوا 2020، التقرير العربي للتنمية المستدامة ، بيروت.

• مراجع بالغة الفرنسية:

- 44) disponible sur le 'Rapport annuel 2018', "Rapport annuel 2017"crédit populaire Algérien
- 45) Société d'automatisation des transations interbancaires de monétique, idem

• المواقع الالكترونية:

- 45) [Http://www.akhbarelyoum](http://www.akhbarelyoum)
- 46) [www.ulum.nl/b85.htm](http://www.ulum.nl/b85.htm).
- 47) <https://casbah-tribune.com>
- 48) <http://www.pcsoft16.com>
- 49) [www.ouedkniss.com](http://www.ouedkniss.com).
- 50) [www.airalgerie.com](http://www.airalgerie.com)
- 51) [www.djelfa.info](http://www.djelfa.info)
- 52) [www.jumia.dz](http://www.jumia.dz)
- 53) [www.echrily.com](http://www.echrily.com)
- 54) [www-arwas.com](http://www-arwas.com)
- 55) [www.ar-lemagherts.tn](http://www.ar-lemagherts.tn).
- 56) [www.algerie.dz.com](http://www.algerie.dz.com).
- 57) site [www.cpadz.com](http://www.cpadz.com).

- 58) <http://www.cnbcarabia.com> .  
59) <http://aliwaa.com.lb>  
60) <http://eljournhouria.dz/article/13868>

## الملخص:

هتفت الدراسة إلى تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية في الجزائر ، والتي تعتبر أهم التطبيقات التكنولوجية المعاصرة ومن المتغيرات العالمية الحديثة التي فرضت نفسها بقوة في العشرينات الأخيرة ، وسيتم توضيح مفهوم وخصائص ، أهمية التجارة الإلكترونية في ظل الإقتصاد الرقمي مع محاولة عرض واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والذي إتضح من خلال هذه الدراسة أنه ضعيف جدا مقارنة مع الدول المتقدمة في مجال تكنولوجيا المعلومات ، لتختتم هذه الدراسة بتبيان أهم التحديات التي تواجهها الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية مع توضيح آفاقها خلال السنوات القادمة .

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية، الإقتصاد الرقمي، تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

### **Abstract:**

The study aims to shed light on e-commerce in Algeria, which is considered the most important contemporary technological applications and one of the modern global changes that have imposed themselves strongly in the last twenties. The concept and characteristics of the importance of e-commerce in light of the digital economy will be clarified, while trying to present the reality of e-commerce in Algeria, which It became clear through this study that it is very weak compared to developed countries in the field of information technology. This study concludes by explaining the most important challenges that Algeria faces in the field of e-commerce, while clarifying its prospects during the coming years.

**Keywords:** e-commerce, digital economy, challenges of e-commerce in Algeria, reality and prospects of e-commerce in Algeria.