مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية– العدد الاقتصادي– جامعة الجلفة

إبراهيم مسلم

أستاذ محاضر بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

جامعة الجلفة

عنوان المقال:

واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر

ملخص: إن سعي الجزائر للاندماج في الاقتصاد العالمي القائم على التجارة الحرة وتكنولوجيات المعلومات والاتصال، يفرض عليها مواكبة التطورات الاقتصادية الحديثة. لذا تشكل التجارة الالكترونية إحدى أهم هذه التطورات. في هذا السياق تحاول هذه الدراسة تحديد واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، وكذا معرفة أبرز المعوقات والتحديات التي تواجهها إضافة إلى سبل ترقيتها.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، تكنولوجيات المعلومات والاتصال، تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر.

Abstract:

Algeria's pursuit of integration into the world economy based on free trade and information and communication technologies is forcing it to keep abreast of modern economic developments. Electronic commerce is therefore one of the most important developments. In this context try This study identifies the reality and prospects of electronic commerce in Algeria, as well as the knowledge of the main obstacles and challenges facing them as well as ways of promoting them.

Keywords: E-commerce, information and communication technologies, challenges of e-commerce in Algeria.

مقدمة:

لقد ساهمت الثورة العلمية في مجال التقنيات الحديثة إلى إحداث مفاهيم جديدة لم تكن معروفة سابقا كظهور مجتمع المعلومات، اقتصاد المعرفة، وكذا مصطلح التجارة الإلكترونية؛ هذه الأخيرة أصبحت من بين القطاعات الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي ويتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها الفعال على الأسواق وأداء المؤسسات وقدراتها التنافسية.

كما ساهمت الأنترنت باعتبارها من بين أهم تقنيات الاتصال الحديثة بشكل كبير في تعزيز تنامي حجم التجارة الإلكترونية عالميا، لذلك فقد أيقنت دول العالم وخاصة المتقدمة منها أهمية التجارة الإلكترونية باعتبارها مجالا خصبا وعاملا مؤثرا في نمو إقتصادياتها فقد غدت هاته الأخيرة وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية في تسويق المنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين، ولمواكبة هذه التطورات بدأت أغلبية الدول في العالم بتهيئة اقتصادها وبيئتها ومؤسساتها للتحول إلى الاقتصاد الرقمي المبني أساسا على الأنترنت والتجارة الإلكترونية.

وكما هو الحال في بيئة الأعمال العالمية، فإن الاقتصاد الجزائري أصبحت أكثر انفتاحا على بيئة تنافسية مغايرة للظروف التي نشأ فيها، مما أوجب على الحكومة الجزائرية إعادة النظر في ممارساتها التجارية والاقتصادية والتوجه نحو الاندماج في الاقتصادي العالمي والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية ومواكبة كل التطورات الاقتصادية الحديثة واعتماد التجارة الإلكترونية كواحدة من بين هذه التحديات.

في هذا الإطار تأتي دراستنا هذه لدراسة وتحليل واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، انطلاقا من محاولة تحديد معدلات تطور التجارة الإلكترونية عالمياً، ثم معدلات تطور التجارة الإلكترونية داخلياً، وكذا معرفة أهم عوائق اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، بالإضافة إلى معرفة سبل ترقية التجارة الالكترونية في الجزائر.

مشكلة الدراسة:

إذا أمعنا النظر في الأوضاع الحالية للاقتصاد الجزائري وحالة المنظمات الجزائرية والخصائص البيئية التي تعمل في ظلها لأدركنا مدى أهمية التحديات التي تواجه هاته المنظمات، والتي من أهمها انخفاض قدرتها التنافسية، وانخفاض إعتمادها على التجارة الالكترونية، تزايد المطالب المجتمعية وكذا تزايد مطالب الجمهور وتوقعاته من هذه المنظمات، ولذلك أصبحت الحاجة ملحة ومتزايدة نحو التوجه لزيادة الاعتماد أكثر على التجارة الالكترونية.

وفي ظل هذا النمو المذهل الذي تشهده التجارة الالكترونية على المستوى العالمي، وموازاة للتوجه الإلكتروني الذي طبع مختلف الاقتصاديات العالمية، تتبادر في أذهاننا الإشكالية التالية التي يمكن صياغتها على النحو التالي:

ما هو واقع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر؟ وماهي أهم التحديات التي تواجه تطبيقها في الجزائر؟

واستنادًا إلى ذلك فإن هذه الدراسة تسعى للإجابة على الأسئلة التالية:

1. ما هو واقع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر؟
2. ما هي أهم عوائق اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
3. ما هي أهم سبل ترقية التجارة الالكترونية في الجزائر؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. توضيح وتحديد معدلات تطور التجارة الالكترونية في عالمياً؛
2. توضيح وتحديد معدلات تطور التجارة الالكترونية في الجزائر؛
3. تحديد ومعرفة أهم التحديات والعقبات التي تواجه عملية تطبيق التجارية الإلكترونية في الجزائر؛
4. تحديد ومعرفة أهم سبل ترقية التجارة الالكترونية في الجزائر؛
5. الخروج بعدد من النتائج والتوصيات التي يمكن أن تكون ذات فائدة سواء للباحثين المهتمين بموضوع هذا البحث أو للمسؤولين عن التجارة الالكترونية في الجزائر.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية التجارة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في بيئة الأعمال إذ أصبحت عاملا مؤثرا في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية للدول والمؤسسات الاقتصادية، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات. ولذلك اعتنت الدول المتقدمة وغيرها من الدول بتهيئة اقتصاداتها وبيئاتها ومؤسساتها للتحول إلى الاقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والعمل على الاستفادة القصوى منها. ناهيك عن تزايد سرعة المعاملات المالية عبر الانترنت سواء بين الأفراد أو المنظمات والتي يكون لها حتما أثر على الاقتصاد ككل. لذلك فإن مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي والانفتاح أمام الأسواق العالمية لهو تحدي كبير يتطلب تطوير

الطاقات الإنتاجية و الإلمام الكافي بتقنيات التجارة الإلكترونية التي أصبحت تفرض وجودها كل يوم أكثر من الخر الأخر.

محاور الدراسة:

في سبيل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة التساؤلات السابقة سنحاول التطرق إلى المحاور التالية:

المحور الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر.

المحور الثاني: عوائق تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر.

المحور الرابع: النتائج والتوصيات.

المحور الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

لقد زاد اهتمام العالم بالتجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ خاصة مع تطور التقنية في العالم والازدياد الكبير لمستخدمي الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وظهور الهواتف الذكية وسرعة الاتصال، حيث أصبحت التجارة الإلكترونية مجالا لا يمكن تجاهله من طرف الأفراد و الشركات التي لا بد لها أن تساير التطورات الحديثة في مجالات التكنولوجيا والمتغيرات التي يفرضها السوق وخير دليل على ذلك الأرقام والإحصائيات الجديدة التي تؤكد ذلك.

أولا. تطور قطاع الاتصالات في الجزائر:

يتم قياس التقدم المحرز في تشييد مجتمع المعلومات وتقييم وضعية قطاع التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال عموما من خلال جملة من المؤشرات المقارنة والتي تُمكن من تحديد مكانة أي دولة على الساحة الدولية. ومن بين هاته المؤشرات نجد أن هناك خمسة مؤشرات أساسية وهي:

1. مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال (IDI):

يعتبر مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال الصادر عن الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU)، معيارا فريدا من نوعه، إذ يقيس مستوى تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع بلدان العالم. كما أنه مؤشر مركب يجمع بين 11 مؤشرا جزئي في مقياس مرجعي واحد يمكن استخدامه لرصد ومقارنة مستوى التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لـ 176 اقتصادا في جميع أنحاء العالم. بالإضافة إلى إجراء مقارنات بشأن نفاذ هاته الدول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطور معدلاتها مع مرور الوقت.

وقد تم عرض (**I**ct **D**evelopment **I**ndex)، لأول مرة في تقرير (الاتحاد الدولي للاتصالات)، الصادر سنة 2009، استجابة لطلب الدول الأعضاء في الاتحاد الدولي للاتصالات بإنشاء مؤشر شامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقد تم نشره سنويا منذ ذلك الحين إلى وقتنا هذا.

كما يهدف هذا المؤشر إلى رصد التقدم المحرز في معدلات تطور ونمو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للبلدان المتقدمة والنامية على حد سواء مع مرور الزمن، وكذا تحديد حجم الفجوة الرقمية بين دول العالم؛ إضافة إلى تحديد الإمكانيات الإنمائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ومدى قدرة البلدان على الاستفادة منها لتعزيز النمو والتنمية في سياق القدرات والمهارات المتاحة.

واستنادا إلى هذا الإطار المفاهيمي، ينقسم مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ثلاثة مؤشرات فرعية وهي:

- **مؤشر النفاذ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال** (ACCESS SUB-INDEX): ويهتم هذا المؤشر الفرعي بقياس جاهزية الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال ويتضمن خمسة مؤشرات أساسية وهي: (اشتراكات الهاتف الثابت، اشتراكات الهاتف المحمول، عرض نطاق الإنترنت الدولي لكل مستخدم للإنترنت، عدد الأسر المعيشية التي لديها حاسوب، وعدد الأسر التي لديها إمكانية الوصول إلى الإنترنت)؛
- **مؤشر كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال** (USE SUB-INDEX): ويهتم هذا المؤشر الفرعي بقياس كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ويتضمن ثلاث مؤشرات أساسية وهي: (الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت، الاشتراكات في النطاق العريض الثابت، والاشتراكات في النطاق العريض المتنقل)؛
- **مؤشر مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال** (SKILLS SUB-INDEX): ويهتم هذا المؤشر الفرعي بقياس درجة استيعاب الأفراد للقدرات أو المهارات المهمة لاستخدام واستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ويتضمن ثلاث مؤشرات أساسية وهي: (متوسط سنوات الدراسة، التسجيل الإجمالي للطور الثانوي، والالتحاق الإجمالي بالتعليم العالي).

الجدول رقم (1): المقارنة بين متوسطات قيم (IDI)، للجزائر وبقية مناطق العالم بين (2016 . 2017)

المنطقة	عدد دول	2017 IDI				2016 IDI				تغير قيمة IDI	الرتبة العالمية 2017
		نفاذ	استخدام	مهارات	IDI	نفاذ	استخدام	مهارات	IDI		
إفريقيا	38	3.28	1.74	3.16	2.64	3.18	1.48	3.07	2.48	**0.16**	
الدول العربية	19	5.51	3.96	5.26	4.84	5.41	3.78	5.17	4.71	**0.13**	
أسيا والمحيط الهادي	34	5.27	3.99	5.65	4.83	5.12	3.63	5.48	4.60	**0.24**	
رابطة الدول المستقلة	10	6.60	4.79	7.47	6.05	6.48	4.39	7.44	5.84	**0.21**	
أوربا	40	7.80	6.94	8.02	7.50	7.73	6.62	7.97	7.34	**0.16**	
الأمريكيتين	35	5.64	5.64	6.34	5.21	5.54	3.86	6.24	5.01	**0.20**	
العالم	176	5.59	5.59	5.85	5.11	5.49	3.95	5.75	4.93	**0.18**	
الجزائر	-	5.14	3.38	6.29	**4.67**	4.83	2.92	6.10	**4.32**	**0.34**	**102**

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات 2017.

يتضح من خلال الجدول (1)، أن مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر والذي بلغ (**4.67**)، لا يزال بعيد كل البعد عن المستوى المطلوب؛ ذلك أنه أقل من متوسط المستوى العالمي والذي بلغ (**5.11**)، كما أنه أقل من مستوى متوسط **الدول الأوربية** والذي بلغ (**7.50**)، وأقل من متوسط مستوى **رابطة الدول المستقلة** والذي بلغ (**6.05**)، وكذلك أقل من مستوى متوسط **الأمريكيتين** والذي بلغ (**5.21**)، وحتى أقل من مستوى متوسط **الدول العربية** والذي بلغ (**4.84**)، وكذلك أقل من مستوى متوسط **دول أسيا والمحيط الهادي** والذي بلغ (**4.83**)، وهو الذي أدى بالجزائر إلى أن تصنف في المرتبة **102 عالمياً**، من بين 176 دولة[1] **و 11 عربيا** من بين 19 دولة بعد كل من (البحرين، قطر، الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، عمان، لبنان، الأردن، الكويت، تونس، المغرب). [2]

وعلى الرغم من تصنيف الجزائر من قبل الاتحاد الدولي للاتصالات في الرتبة **الأول** عربياً و **22** عالمياً من حيث ديناميكية تطور مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بين سنتي (2016 . 2017)، وذلك بانتقالها من الرتبة **106 عالمياً** سنة 2016، إلى الرتبة **102 عالمياً سنة 2017**، وهو ما يؤكده التغير الإيجابي في مؤشر (IDI)، والذي بلغ (**0.34**)، إلا أنها تبقى بعيدة كل البعد عن المستوى المطلوب.

2. مؤشر استخدام الأنترنت:

الجدول رقم (2): تطور معدل استخدام الانترنت في الجزائر بالمقارنة مع بقية مناطق العالم

تطور استخدام الانترنت في العالم						
المنطقة	عدد السكان 2017	نسبة السكان في العالم (٪)	عدد مستخدمي الإنترنت حتى 30 يونيو 2017	نسبة النفاذ لأنترنات (٪)	معدل النمو ما بين (2000-2017) (٪)	نسبة الاسر المتصلة بالأنترنات
إفريقيا	1,246,504,865	16.6	388,376,491	31.2	8,503.1	16.30
أسيا	4,148,177,672	55.2	1,938,075,631	46.7	1,595.5	45.50
أوربا	822,710,362	10.9	659,634,487	80.2	527.6	82.50
أمريكا اللاتينية والكاريبي	647,604,645	8.6	404,269,163	62.4	2,137.4	-
الشرق الأوسط	250,327,574	3.3	146,972,123	58.7	4,374.3	-
أمريكا الشمالية	363,224,006	4.8	320,059,368	88.1	196.1	-
أوقيانوسيا / أستراليا	40,479,846	0.53	28,180,356	69.6	269.8	-
العالم	7,519,028,970	100	3,885,567,619	51.7	976.4	51.46
الجزائر	41,063,753	0.54	18,580,000	45.2	37,060.0	34.67

SOURCE: http://www.internetworldstats.com

من الجدول رقم (2)، يلاحظ التفاوت الكبير في النسب الاحصائية لاستعمال الأنترنت الخاصة بكل قارة ومنطقة بالمقارنة بالعالم ككل، وإذا أردنا ترتيب هذه القارات والمناطق حسب هذه النسب تأتي أمريكا الشمالية في مقدمة القارات لبوغ نسبة النفاذ لأنترنات فيها أعلى قيمة قدرت بـ (88.1٪)، تليها القارة الأوربية بنسبة (80.2٪)، تليها منطقة أوقيانوسيا / أستراليا بنسبة (69.6٪)، تليها دول أمريكا اللاتينية والبحر الكاريبي بنسبة (62.4٪)، تليها منطقة دول الشرق الأوسط بنسبة (58.7٪)، يليها متوسط نفاذ استخدام الأنترنت في العالم والذي بلغ نسبة (51.7٪)، يليه القارة الأسيوية (46.7٪)، تليها القارة الإفريقية بنسبة بلغت (31.2٪).

كما تجدر الاشارة الى أن معدل نمو تطور استخدام الانترنت في العالم كان كبيراً بين سنتي (2000-2017)، وتأتي القارة الإفريقية ودول أمريكا اللاتينية وكذا دول الشرق الأوسط في مقدمة مناطق العالم التي شهدت تطوراً كبيراً في استخدام الانترنت، نتيجة انتباه بلدان هذه المناطق إلى أهمية النهوض بالأنترنت واستغلال خدماتها لتسهيل التجارة، وفتح الأسواق لعرض متنوع يناسب جميع الأذواق، والى مزيد من التفاعل بين المستخدمين النهائيين للمنتجات والمصممين والشركات المنتجة.

أما بخصوص الجزائر فإن نسبة استخدام الأنترنت فيها والتي بلغت بنسبة (45.2٪)، لاتزال بعيدة كل البعد عن مستوى الدول الأوربية والأميركيتين ودول أوقيانوسيا / أستراليا وكذا دول الشرق الأوسط والدول الأسيوية، وذلك على الرغم من الجهود المبذولة في هذا الإطار، فلقد عملت الجزائر على الرفع من نسبة مستخدمي الانترنت بتوفير بيئة محفزة، والتي تهدف للسماح للمواطنين الجزائريين لاسيما فئة الشباب الأكثر حرمانا، بالنفاذ إلى شبكة الانترنت العالمية على مستوى الفضاءات المشتركة (دور الشباب ودور الثقافة ومؤسسات القراءة العمومية والمساجد والزوايا ...إلخ)، حيث اعتمدت وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال خطة قطاعية قائمة على تظافر الجهود وتبادل الموارد، وسمحت عملية التنسيق والتشاور التي شرعت فيها الوزارة مع أربعة وزارات أخرى، والمتمثلة في وزارة الثقافة ووزارة الشبيبة والرياضة ووزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة ووزارة الشؤون الدينية والأوقاف، بتوصيل أكثر من (2000) مؤسسة بالأنترنت، لصالح المواطنين كمرحلة أولى ،(2010-2012) علاوة على عملية دمقرطة النفاذ إلى الانترنت في الفضاءات المشتركة، كما عملت بمعية وزارة التربية الوطنية على الرفع من عملية ربط المدارس الابتدائية بشبكة الأنترنت. [3]

3. مؤشر الجاهزية الشبكية:

يقيس مؤشر الجاهزية الشبكية (The Networked Readiness Index)، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (World Economic Forum)، مدى قدرة اقتصاديات الدول على الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل زيادة القدرة التنافسية والرفاهية. ويستند هذا المؤشر على مجموعة من البيانات الصادرة من الاتحاد الدولي للاتصالات، البنك العالمي، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو)، وغيرها من وكالات هيئة الأمم المتحدة، كما أنه مؤشر مركب يجمع بين أربع فئات رئيسية، و10 فئات فرعية و53 مؤشرا فرديا في مقياس مرجعي واحد، واستنادا إلى هذا الإطار المفاهيمي، ينقسم مؤشر الجاهزية الشبكية إلى أربع محاور رئيسية وهي: [4]

- **مؤشر البيئة:** ويضم مؤشرين فرعيين هما: مؤشر البيئة التشريعية والتنظيمية ومؤشر بيئة الأعمال والابتكار؛
- **مؤشر الجاهزية:** ويضم ثلاثة مؤشرات فرعية وهي: مؤشر البنية التحتية، ومؤشر ملاءمة التكلفة، وكذا مؤشر جاهزية المهارات؛
- **مؤشر الاستخدام:** ويضم ثلاثة مؤشرات فرعية وهي: مؤشر الاستخدام الفردي، ومؤشر لاستخدام في قطاع الأعمال، ومؤشر الاستخدام الحكومي؛

■ **مؤشر التأثير**: ويضم مؤشرين فرعيين هما: مؤشر التأثير الاقتصادي للتكنولوجيا، ومؤشر التأثير الاجتماعي للتكنولوجيا.

ولذلك سنتناول تتبع المؤشرات الفرعية لهذا المؤشر في الجزائر ابتداء من سنة 2012 إلى غاية 2016مع الإشارة إلى تطور ترتيب الجزائر العالمي.

الجدول رقم (3): تطور مؤشر الجاهزية الالكترونية للجزائر حسب المنتدى الاقتصادي العالمي(2016 . 2017)

المؤشرات الفرعية	2012		2013		2014		2015		2016	
	القيمة (1- 7)	الترتيب (142)	القيمة (1- 7)	الترتيب (144)	القيمة (1- 7)	الترتيب (148)	القيمة (1- 7)	الترتيب (143)	القيمة (1- 7)	الترتيب (139)
البيئة التشريعية والتنظيمية	2.7	132	2.5	141	2.6	140	2.9	127	3.0	123
بيئة الأعمال والابتكار	3.0	137	2.7	143	2.9	145	3.1	136	3.2	133
مؤشر البيئة	2.8	136	2.6	143	2.8	143	3.0	134	3.1	131
البنية التحتية	3.1	105	2.6	119	2.4	127	3.7	83	3.9	80
ملاءمة التكلفة	5.5	51	5.3	64	6.0	42	4.5	94	4.4	99
جاهزية المهارات	4.4	97	4.0	101	4.0	102	4.4	94	49	89
مؤشر الجاهزية	4.3	88	4.0	96	4.1	101	4.2	97	4.3	95
الاستخدام الفردي	2.7	89	2.5	100	2.5	104	2.7	102	2.8	103
الاستخدام في قطاع الأعمال	2.6	140	2.1	144	2.5	147	2.7	137	2.9	133
الاستخدام الحكومي	2.6	135	2.7	139	3.0	134	2.7	134	2.7	130
مؤشر الاستخدام	2.7	127	2.4	140	2.7	134	2.7	129	2.8	125
التأثير الاقتصادي للتكنولوجيا	2.1	140	2.1	143	2.4	133	2.5	127	2.6	124
التأثير الاجتماعي للتكنولوجيا	2.4	135	2.1	140	2.3	140	2.6	136	2.7	132
مؤشر التأثير	2.2	140	2.1	142	2.4	137	2.5	134	2.6	129
مؤشر الجاهزية الشبكية	3.0	**118**	2.8	**131**	3.0	**129**	3.1	**120**	3.2	**117**

المصدر: من إعداد الباحث **بالاعتماد على تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي من 2012 إلى 2016، متاحة على الموقع: https://www.weforum.org/reports**

من الجدول رقم (3)، يلاحظ بأن الجزائر تحتل مراتب متأخرة جداً فيما يتعلق بمؤشر الجاهزية الالكترونية إذا تتراوح هذه المراتب ما بين (117 . 131)، عالمياً خلال الفترة الممتدة ما بين (2012 . 2016)، كما أن هناك تراجع في ترتيب المؤشر العام وأغلب المؤشرات الفرعية للجاهزية الإلكترونية من سنة (2012)، إلى غاية (2015)، ودليل ذلك أن أسوء ترتيب عام حققته الجزائر

كان في سنة (2013)، حيث صنفت الجزائر في المرتبة 131عالميا من بين 144 دولة شملها التقرير، وخسرت الجزائر 13 مرتبة في التصنيف العام لهذه السنة بعد أن كانت في المرتبة 118.

أما التحسن الوحيد المسجل خلال هذه الفترة أي ما بين (2012 . 2016)، كان سنة (2016)، أين احتلت الجزائر المرتبة 117 في مؤشر الجاهزية الالكترونية من بين 139 دولة، إلا أن هذا التحسن الطفيف غير كاف طالما أن مؤشر البيئة جاء في الرتبة 131، ومؤشر الجاهزية جاء في الرتبة 95، ومؤشر الاستخدام جاء في الرتبة 125، ومؤشر التأثير جاء في الرتبة 129.

وما يمكن ملاحظته حقيقة بأن هناك تأخر كبير في سن القوانين والتشريعات المؤطرة للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لذلك جاء تصنيف البيئة التشريعية والتنظيمية في رتب متاخرة تراوحت ما بين (123 . 141)، عالمياً، كما أن هناك ضعف كبير في بيئة الأعمال والابتكار، والتي جاء تصنيفها في رتب متاخرة جداً تراوحت ما بين (133 . 145)، عالمياً ونقص كبير في مؤشر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع الأعمال والذي تراوح تصنيفه ما بين (133 . 147)، عالمياً، ونقص كبير في مؤشر جاهزية الحكومة في انتشار تكنولوجيات الإعلام والاتصال والذي تراوح تصنيفه ما بين (130 . 139)، عالمياً؛ بالإضافة إلى انخفاض حاد في مؤشر التأثير الاجتماعي للتكنولوجيا والذي تراوح تصنيفه ما بين (132 . 140)، عالمياً، إضافة إلى انخفاض مؤشر التأثير الاقتصادي للتكنولوجيا والذي تراوح تصنيفه ما بين (124 . 143)، عالمياً، طوال فترة الدراسة، مما يشير إلى ضعف قطاع صناعة المعلومات ويقابلها ضعف القابلية للتوجه نحو اقتصاد المعرفة، لذلك استشعرت الجزائر هذا النقص وقامت بتعيين وزارة جديدة مكلفة بالاقتصاد الرقمي خلال سنة (2016).

نستنتج مما سبق أنه وبالرغم من الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية لتدعيم البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، إلا أن مؤشرات القياس العالمية لا سيما مؤشر الاتحاد الدولي للاتصالات، ومؤشر الجاهزية الشبكية للمنتدى الاقتصادي العالمي، تصنف الجزائر ضمن الدول الأقل توصيلا في العالم، ورغم الاستثمارات المبذولة منذ إقرار الإصلاحات المختلفة تبقى بيانات الجزائر بعيدة كل البعد عن المتوسط العالمي، وبعيدة حتى الدول الأسيوية والعربية والتي استطاعت تحسين مؤشراتها في الوقت الذي تراجعت فيه مؤشرات الجزائر. لذا صنفت الجزائر ضمن فئة الدول الأقل جاهزية طيلة خلال السنوات الخمس الأخيرة.

4. **مؤشر النسبة المئوية للأسر المعيشية التي لديها حاسوب:** يشير مصطلح "الكمبيوتر" ضمن هذا المؤشر إلى جهاز كمبيوتر سطح المكتب، أو الكمبيوتر المحمول أو الكمبيوتر اللوحي ولا يشمل الهواتف المحمولة أو الهواتف الذكية، كما أن هذا المؤشر يشمل جميع الأسر التي لديها جهاز أو أجهزة

كمبيوتر متاح للاستخدام من قبل جميع أفراد الأسرة في أي وقت. كما أنه يكون قد يكون مملوكا أو غير مملوكا من قبل الأسرة، ولكن يجب اعتباره من الأصول المنزلية. [5]

لذا سنتناول تتبع مؤشر النسبة المئوية للأسر المعيشية التي لديها حاسوب في الجزائر بالمقارنة مع بقية مناطق العالم مع الإشارة إلى تطور ترتيب الجزائر العالمي. والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (4): المقارنة بين للأسر المعيشية التي لديها حاسوب في الجزائر وبقية مناطق العالم 2017

المنطقة	2017	
	عدد دول	النسبة المئوية للأسر المعيشية التي لديها حاسوب (٪)
إفريقيا	38	9.60
الدول العربية	19	43.30
أسيا والمحيط الهادي	34	37.80
رابطة الدول المستقلة	10	67.40
أوربا	40	79.60
الأمريكيتين	35	64.90
العالم	176	46.61
الجزائر	-	38.42

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات 2017.

من الجدول رقم (4)، يلاحظ التفاوت الكبير في النسب الاحصائية للأسر المعيشية التي لديها حاسوب بكل قارة ومنطقة بالمقارنة بالعالم ككل، وإذا أردنا ترتيب هذه القارات والمناطق حسب هذه النسب تأتي أوربا في مقدمة القارات لبوغ نسبة الأسر المعيشية التي لديها حاسوب فيها أعلى قيمة قدرت بـ (79.60٪)، تليها دول رابطة الدول المستقلة بنسبة قدرت بـ (67.40٪)، تليها دول الأمريكيتين بنسبة (64.90٪)، يليها متوسط الأسر المعيشية التي لديها حاسوب في العالم بنسبة (46.61٪)، تليها منطقة الدول العربية بنسبة (43.30٪)، يليها الجزائر بنسبة بلغت (38.42٪)، تليها دول أسيا والمحيط الهادي (37.80٪)، تليها القارة الإفريقية بنسبة بلغت (9.60٪).

أما بخصوص الجزائر فإن نسبة الأسر المعيشية التي لديها حاسوب والتي بلغت نسبة (38.42٪)، لاتزال بعيدة كل البعد عن مستوى الدول الأوربية والأميركيتين ودول أوقيانوسيا / أستراليا وكذا دول الشرق الأوسط والمستوى العالمي، وهو ما يكشف لنا عن هوة رقمية في انتشار الكمبيوتر بين الجزائر وبقية مناطق العالم وبالتالي فإن نقص الوعي باستخدام أجهزة الحاسوب في هذه الجزائر يعد عائقا أساسيا أمام تقدم التجارة الإلكترونية فيها.

5. تطور اشتراكات الهاتف الثابت والنقال ونطاقهما العريض في الجزائر:

بداية تشير اشتراكات الهاتف الثابت إلى مجموع العدد الفعال من خطوط الهاتف الثابت التماثلية واشتراكات نقل الصوت عبر بروتوكول الإنترنت، والهواتف العمومية الثابتة (ISDN)، ومُكافِئات قناة الصوت (WLL)، واشتراكات العروة المحلية اللاسلكية الثابتة (VoIP)، وقد كان هذا المؤشر يسمى سابقاً خطوط الهاتف الرئيسية قيد التشغيل. (6)

ويشير مؤشر اشتراكات الهاتف المحمول إلى عدد الاشتراكات في الخدمة الهاتفية الخلوية المتنقلة العمومية التي توفر النفاذ إلى شبكة (PSTN)، باستخدام تكنولوجيا خلوية. ويتضمن هذا المؤشر عدد الاشتراكات المؤجلة الدفع، وعدد الحسابات المسبقة الدفع الفعالة (أي التي استُخدمت في الأشهر الثلاثة الأخيرة). وينطبق هذا المؤشر على كل الاشتراكات الخلوية المتنقلة التي توفر الاتصالات الصوتية. ويستثني الاشتراكات عبر بطاقات البيانات أو مودمات (USB)، والاشتراكات في خدمات البيانات المتنقلة العمومية، والخدمات الراديوية المتنقلة للاتصالات الخاصة، والمهاتفة (telepoint)، والاستدعاء الراديوي والقياس عن بعد. (7)

بينما يشير مؤشر الاشتراكات في شبكة الإنترنت عريضة النطاق (السلكية) الثابتة إلى الاشتراكات في النفاذ عالي السرعة إلى شبكة الإنترنت العمومية (توصيل بروتوكول التحكم في الإرسال/بروتوكول الإنترنت(TCP/IP) ، بسرعات في اتجاه المقصد أكبر من أو مساوية 256 kbit/S.ويمكن أن يشمل ذلك مثلاً الاشتراكات في المودم الكبلي، وخط المشترك الرقمي(DSL) ، والألياف الممتدة إلى المنازل/المباني وغير ذلك من الاشتراكات في النطاق العريض (السلكي) الثابت. ويُقاس المجموع بغض النظر عن طريقة الدفع. وتُستثنى الاشتراكات التي يمكنها النفاذ إلى اتصالات البيانات (بما في ذلك الإنترنت) عن طريق شبكات خلوية متنقلة. وإذا استعملت البلدان تعريفاً مختلفاً للنطاق العريض، ينبغي إرسال ملاحظة بذلك. وينبغي أن تستثنى التكنولوجيات الواردة تحت فئة النطاق العريض اللاسلكي. (7)

ويعتبر النطاق العريض السلكي ذو أهمية في قياس نسبة تغلغل الانترنت في المنازل، ومدى استفادة الأسر من قدرات الربط والتشبيك في دلالة لأهمية قوة البنية التحتية.

بينما يقصد باشتراكات النطاق العريض للهاتف النقال عدد الاشتراكات في شبكات الخدمة الهاتفية الخلوية المتنقلة التي يمكنها النفاذ إلى اتصالات البيانات (مثل الإنترنت) بسرعات النطاق العريض في اتجاه المقصد (تعرف هنا باعتبارها أكبر من 256 kbit/s ومساوية لهذه السرعة). مع ملاحظة أن هذا يشير إلى الاشتراكات في الخدمة الهاتفية المتنقلة عريضة النطاق المحتملة لا إلى الاشتراكات النشطة. (8)

ويشير الجدول الموالي إلى تطور اشتراكات الهاتف الثابت والنقال في الجزائر لكل100 ساكن، إضافة إلى تطور اشتراكات النطاق العريض للهاتف الثابت والنقال في الجزائر لكل 100 ساكن بالمقارنة مع بقية مناطق العالم.

الجدول رقم (5): المقارنة بين الجزائر وبقية مناطق العالم في اشتراكات الهاتف الثابت والنقال ونطاقهما العريض للجزائر لكل 100 ساكن سنة 2017

المنطقة	عدد دول	2017			
		اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 ساكن	اشتراكات الهاتف النقال لكل 100 ساكن	النطاق العريض للهاتف الثابت لكل 100 ساكن (kbit/s)	النطاق العريض للهاتف النقال لكل 100 ساكن (kbit/s)
إفريقيا	38	1.00	74.60	0.40	22.90
الدول العربية	19	7.70	107.10	4.70	45.20
أسيا والمحيط الهادي	34	10.00	98.90	11.30	47.40
رابطة الدول المستقلة	10	20.70	141.20	15.80	59.70
أوربا	40	37.70	118.00	30.20	80.10
الأمريكيتين	35	24.40	114.20	19.10	82.70
العالم	176	13.57	101.53	12.39	52.23
الجزائر	-	8.24	117.02	6.92	46.81

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات 2017.

يلاحظ من الجدول رقم (5)، أنه وعلى الرغم من أن اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر أكثر من متوسط الدول الإفريقية والدول العربية، إلا أنها تبقى ضعيفة جداً إذ ما قورنت بالمعدل العالمي الذي يقدر تقريباً بضعف المعدل المحلي، كما أن معدل الدول الأوروبية أكثر بأربعة أضعاف من المعدل المحلي، وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل المحلي، هذا الأخير الذي هو أقل كذلك من معدل رابطة الدول المستقلة والدول الأسيوية ويعود ذلك إلى عدم وجود منافسة في قطاع الهاتف الثابت في الجزائر.

أما فيما يتعلق بقطاع الهاتف النقال فهو من أكثر القطاعات تطورا في الجزائر فقد شهد نموا مطردا خلال السنوات الأخيرة، فعلى الرغم من أنه أقل من معدل رابطة الدول المستقلة إلا أنه تجاوز مستوى المعدل العالمي، واقترب كثيراً من معدل الدول الأوربية الذي يقر بـ (118.00)، كما أنه تجاوز

معدل الأمريكيتين والدول الأسيوية والعربية والإفريقية، ويعود ذلك إلى اشتداد أتون المنافسة في سوق الهاتف النقال بين الشركات المزودة للخدمة في الجزائر مما انعكس إيجابيا على أسعار الاشتراك. وزيادة إمكانية الاشتراك مع أكثر من متعامل. وكذا ملاءمة أسعار الخدمة لمختلف شرائح المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى تعدد العروض وتنوعها طبقا لتوجهات وتطلعات العملاء باختلاف خصائصهم.

أما فيما يتعلق بمؤشر النطاق العريض للهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر فإنه جاء أكثر من متوسط الدول الإفريقية والدول العربية، إلا أنه يبقى ضعيف جداً إذ ما قورنت بالمعدل العالمي الذي يقدر بضعف المعدل المحلي، كما أن معدل الدول الأوروبية أكثر بخمسة أضعاف من المعدل المحلي، وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل المحلي، هذا الأخير الذي هو أقل كذلك من معدل رابطة الدول المستقلة والدول الأسيوية ويعود ذلك إلى في الأساس إلى ضعف البنية التحتية للشبكة الثابتة وارتفاع تكلفة الاستثمارات فيها، ناهيك عن اتجاه بعض الجزائريين إلى خدمة النطاق العريض للهاتف النقال، بالإضافة إلى انعدام المنافسة في الخدمة مما يؤثر سلبا على الأسعار ونوعية الخدمة المقدمة.

فعلى الرغم من أن شبكات النطاق العريض الثابتة توفر معدلات أعلى من حيث السرعة والسعة وجودة الخدمة مما توفره شبكات النطاق العريض المتنقل، ومن ثم فهي تلبي على نحو أفضل احتياجات نخبة المستعملين، من قبيل المنظمات ومؤسسات الأعمال، التي تتطلب بنية تحتية متطورة من النطاق العريض الثابت من أجل الاستفادة الكاملة من هذا النطاق، إلا أنها تبقى بعيدة كل البعد عن المستوى العالمي ومستوى بقية الدول المتقدمة.

أما فيما يتعلق بمؤشر النطاق العريض للهاتف النقال لكل 100 ساكن في الجزائر فإنه جاء أكثر من متوسط الدول الإفريقية والدول العربية، إلا أنه يبقى ضعيف إذ ما قورن بالمعدل العالمي ومعدل الدول والأمريكيتين وكذا معدل رابطة الدول المستقلة والدول الأسيوية، لذلك وتأمل الجزائر رفع جاهزيتها بالتركيز خصوصا على هذه الخدمة التي تحمل عوامل تطورها مع ارتفاع اشتراكات الهاتف النقال والوفرة والانتشار في أجهزة الهواتف الذكية.

ثانيا. تطور قطاع التجارة الإلكترونية الجزائر:

تحتل التجارة الإلكترونية على المستوى الدولي أهمية كبيرة، ذلك أنها تعمل على تسهيل التواصل بين المستفيدين وتساعد على تقريب المسافات وتخفيض تكاليف التجارة. كما أنها تعد أمر حيوي بالنسبة للشركات الكبيرة والصغيرة، إذ تعمل على تنظيم الإنتاج والتوزيع من خلال سلاسل التوريد العالمية. لأن الكثير من الخدمات التي تتم علي المستوى الدولي أصبح من السهل أن تتم من خلال

التجارة الإلكترونية. كما تيسرت التجارة الإلكترونية عبر الدول بصورة كبيرة وذلك بفضل تطور وسائل متعددة لاسيما أجهزة الإرسال الإلكتروني والإنترنت وغيرها.

ومن المؤسف أن البلدان النامية لا تستفيد كثيرا من الطفرة المستمرة التي يشهدها الاقتصاد الرقمي. فقد بلغ حجم مبيعات التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلك النهائي (B2C)، لسنة 2017 ما مقداره **2.3 ترليون دولار**، في حين بلغ حجم مبيعات التجارة الإلكترونية بين الشركات والشركات (B2C)، لسنة 2017 ما مقداره **7.7 ترليون دولار**.[9]

ووفقا لموقع Business.com، فإن أكبر 10 أسواق للتجارة الإلكترونية في العالم هي:

الجدول رقم (6):أكبر 10 أسواق للتجارة الإلكترونية في العالم لسنة 2017

البلد	الصين	و.م.أ	المملكة المتحدة	اليابان	ألمانيا	فرنسا	كوريا الجنوبية	كندا	روسيا	البرازيل
الرتبة	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
حجم مبيعات التجارة الإلكترونية (مليار دولار)	672	340	99	79	73	43	37	30	20	19
حصة التجارة الإلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة (٪)	15.9	7.5	14.5	5.4	8.4	5.1	9.8	5.7	2	2.8

المصدر: من إعداد الباحث **بالاعتماد على الموقع**: **https://www.business.coms**

يتضح من الجدول رقم (6)، بأن صناعة التجارة الإلكترونية في تزايد مستمر في جميع أنحاء العالم.إذ تعتبر الصين أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في العالم وذلك بفضل الشركات الرائدة للتجارة الإلكترونية فيها مثل (Taobao, Alibaba.com, Tmall)، كما أن تحظى بأعلى نسبة مبيعات إلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة والمقدرة بـ (15.9٪)، أما الولايات المتحدة الامريكية فهي حاليا ثاني أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في العالم بعدما أحكمت قبضتها على التجارة الإلكترونية لأكثر من عقد من الزمان، وذلك بفضل قيادة شركات التجارة الإلكترونية العملاقة مثل (Amazons and eBay)، أما المملكة المتحدة فعلى الرغم من صغر حجمها، إلا أنها جاءت في المركز الثالث عالميا والأول أوربياً وذلك بفضل (Amazon UK, Argos, and Play.com)، أما اليابان الرائدة عالمياً في التجارة الإلكترونية عبر الهواتف الذكية فقد جاءت في المرتبة الرابعة عالمياً وذلك بفضل منصة التجارة الإلكترونية (Rakuten)، الرائدة في اليابان، أما

ألمانيا فهي خامس أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في العالم والثاني أوربياً بعد المملكة المتحدة. وذلك بفضل (Amazons and eBay)، إضافة إلى متاجر التجزئة المحلية على الأنترنت (Otto).

أما فرنسا فقد جاءت في المرتبة السادسة عالميا بفضل (Odigeo and C-discount)، أما كوريا الجنوبية التي تمتلك أسرع سرعة الإنترنت اللاسلكية في العالم تأتي في المركز السابع عالمياً. وذلك بفضل شركتي (Gmarket and Coupang)، أما كندا بفضل (Amazons and Costco)، فقد جاءت في المرتبة الثامنة عالمياً، أما سوق التجارة الإلكترونية الروسية الناشئة والتي يوجد بها أكبر عدد من مستخدمي الإنترنت في أوروبا، فقد جاءت في المرتبة التاسعة عالميا بفضل (Ulmart, Citilink, and Ozon)، أما البرازيل فهي الدولة الوحيدة من أمريكا الجنوبية في هذه القائمة، والتي جاءت في المرتبة العاشرة عالميا بفضل (MercadoLibre and B2W Digital Inc)، التي تعتبر من أكبر شركات تجار التجزئة الإلكترونية في البلاد.

الجدول رقم (7): مقارنة الجزائر بأهم اقتصاديات نامية حسب مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلك النهائي (B2C)، لسنة 2017

الترتيب 2017	البلد	نسبة الأفراد الذين يستخدمون الأنترنت (2016)	نسبة الأفراد الذين لديهم حساب (2016)	عدد خوادم الأنترنت الآمنة لكل مليون نسمة (2016)	درجة الموثوقية البريدية (2016)	مؤشر العام (2016)	الترتيب (2016)
1	لوكسمبورغ	97	96	98	94	96.5	1
2	سويسرا	89	98	100	99	96.4	8
3	النرويج	97	100	96	93	96.4	3
4	هولندا	90	90	99	95	95.9	2
5	كوريا الجنوبية	93	94	96	99	95.5	4
6	المملكة المتحدة	95	99	92	95	95.1	10
7	السويد	92	100	94	93	94.6	7
8	اليابان	92	97	89	97	93.8	9
9	ألمانيا	90	99	93	92	93.5	14
10	نيوزيلاندا	88	100	90	95	93.3	11
97	**الجزائر**	**43**	**50**	**31**	**26**	**38**	**85**

Source: UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2017.

أما مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلك النهائي (B2C)، وحسب مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) لعام 2017، فقد تصدرت فيه البلدان ذات الدخل المرتفع المراكز العشرة الأولى في التصنيف، علما أنها تنتمي لكل من أوروبا وآسيا والمحيط الهادئ وأمريكا الشمالية.

فقد احتلت سبعة دول أوربية المراتب الأولى في مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلك النهائي (B2C)، وهي: لوكسمبورغ في المرتبة الأولى، وسويسرا في المرتبة الثانية والنرويج في المرتبة الثالثة، وهولندا في المرتبة الرابعة، والمملكة المتحدة في المرتبة السادسة، والسويد في المرتبة السابعة، وألمانيا في المرتبة التاسعة نظرا لقطاعاتهم المالية المتطورة وتوفرهم على خوادم آمنة للمستخدمين والانتشار الواسع للإنترنت كما أن لديهم شبكات لوجستية متطورة إضافة إلى درجة عالية من الموثوقية البريدية وفقا للاتحاد البريدي العالمي.

كما سجلت ثلاث اقتصاديات من منطقة آسيا والمحيط الهادئ مرتبة من بين أفضل عشرة اقتصادات في التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلك النهائي (B2C)، وهي كوريا الجنوبية في المرتبة الخامسة واليابان في المرتبة الثامنة، ونيوزيلاندا في المرتبة العاشرة ووفقا لهذا المؤشر بسبب ما تتميز به من شبكات لوجستية جيدة وتغطية بريدية عالية ناهيك قطاعاتها المالية القوية.

أما الجزائر فقد احتلت المرتبة 97 من بين 144 دولة في مؤشر التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلك النهائي (B2C)، كما تراجعت بـ اثني عشر رتبة بعدما كانت في الرتبة 85، سنة 2016، وبالتالي فهي بعيدة كل البعد عن مستوى المطلوب.

المحور الثاني: معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر.

تواجه الجزائر كغيرها من الدول النامية العديد من العقبات والتحديات في سبيل استخدامها للتجارة الإلكترونية. ويمكن تلخيص أبرز هذه التحديات حسب التقسيمات التالية:

أولا. العوائق التقنية والتكنولوجية:

1. ضعف البنية التحتية للاتصالات في الجزائر وعدم مواكبتها لتطورات التقنية العالمية فقد جاءت الجزائر في المرتبة **102 عالمياً**، من بين 176 دولة والمرتبة **11 عربيا** من بين 19 دولة وفق مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال(**IDI**)، كذلك صنفت في المرتبة **98 عالمياً**، وفق مؤشر النفاذ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمرتبة **108 عالمياً**، وفق مؤشر كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمرتبة **80 عالمياً**، وفق مؤشر مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

2. ضعف البنى التحتية الإلكترونية، مثل نوعية وسرعة شبكة الأنترنت ونقل المعلومات وما يرتبط بها من برامج وتجهيزات وأنظمة،[10] فعلى الرغم من أن نسبة استخدام الأنترنت في الجزائر والتي بلغت (45.2٪)، لاتزال بعيدة كل البعد عن مستوى الدول الأوربية والأميركيتين ودول أوقيانوسيا / أستراليا وكذا دول الشرق الأوسط والدول الأسيوية، وهو ما يعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية مما يسبب فشلا في إقامة التجارة الإلكترونية.

3. ضعف مؤشر الجاهزية الالكترونية للجزائر، والتي صنفت بموجبه من بين الدول الأقل توصيلا في العالم، فقد احتلت الجزائر المرتبة **117 عالمياً** سنة (2016)، وفق مؤشر الجاهزية الالكترونية من بين 139 دولة، كما جاءت مؤشراته الفرعية في مراتب متأخرة، فقد صنفت في الرتبة **131 عالمياً** وفق مؤشر البيئة، والرتبة **95 عالمياً** وفق مؤشر الجاهزية، والرتبة **125 عالمياً** وفق مؤشر الاستخدام، ومؤشر التأثير جاء في الرتبة **129 عالمياً**.

4. اتساع الهوة الرقمية في انتشار الكمبيوتر لدى الأسر بين الجزائر وبقية مناطق العالم، فقد بلغت نسبة انتشار الكمبيوتر لدى الأسر الجزائرية ما نسبته (38.42٪)، أما نسبة الأسر المتصلة بالأنترنات فقد بلغت ما نسبته (34.67٪)، والتي لاتزال بعيدة كل البعد عن مستوى الدول الأوربية والأميركيتين ودول أوقيانوسيا / أستراليا وكذا دول الشرق الأوسط والمستوى العالمي، وهو ما يكشف لنا عن نقص معدل استخدام أجهزة الحاسوب في هذه الجزائر والذي يعد عائقا أساسيا أمام تقدم التجارة الإلكترونية فيها.

5. ضعف مؤشر اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر والمقدر بـ (8.24)، والذي يبقى ضعيف جداً إذ ما قورن بالمعدل العالمي الذي يقدر تقريباً بضعف المعدل المحلي، كما أن معدل الدول الأوروبية أكثر بأربعة أضعاف من المعدل المحلي، وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل المحلي، مما يسبب فشلا في إقامة التجارة الإلكترونية.

6. ضعف مؤشر النطاق العريض للهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر والمقدر بـ (6.92)، والذي يبقى ضعيف جداً إذ ما قورن بالمعدل العالمي الذي يقدر بضعف المعدل المحلي، كما أن معدل الدول الأوروبية أكثر بخمسة أضعاف من المعدل المحلي، وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل المحلي، ناهيك عن ضعف البنية التحتية للشبكة الثابتة وارتفاع تكلفة الاستثمارات فيها، وهوما ينعكس سلباً على تطبيق التجارة الإلكترونية.

7. ضعف مؤشر النطاق العريض للهاتف النقال لكل 100 ساكن في الجزائر والمقدر بـ (46.81)، والذي يبقى ضعيف جداً إذ ما قورن بالمعدل العالمي ومعدل الدول والأمريكيتين وكذا معدل رابطة الدول المستقلة والدول الأسيوية، وهوما سينعكس سلباً على تطبيق التجارة الإلكترونية.

ثانيا. العوائق الاقتصادية:

1. الافتقار إلى النظم المصرفية القادرة على حل مشكلات السداد والدفع عن طريق الإنترنت وبطاقات الائتمان. وتبرز في هذا السياق مسألة استخدام بطاقة الصرف الإلكترونية وهي الوسيلة الأولى في البيع والشراء، حيث نجد تخوفا من إصدار بطاقات الائتمان بشكل عام. (11)

2. ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية في الجزائر. (12)

3. تأثر حجم التجارة الالكترونية الجزائرية بالعوامل المالية خاصة الرسوم والضرائب التي تفرض على الشركات العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلوماتية للتجارة الالكترونية، بما يقلل من مساهمتها ونشاطها في تفعيل التجارة الالكترونية بالجزائر. (13)

4. محدودية حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بينها وبين مورديها المحليين أو حتى بينها وبين المستهلكين محليا. (14)

5. قصور أسواق رأس المال لدعم وتمويل مشروعات التجارة الإلكترونية، لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.

ثالثا. العوائق البشرية:

1. قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية، حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع وبالتالي تطوير التجارة الإلكترونية. وتتطلب التجارة الإلكترونية الأيدي العاملة المدربة في مجالات عدة، بالإضافة إلى مختصين في تصميم مواقع التجارة الإلكترونية وقوائم الكتالوجات وأمن الشبكات ونظم الدفع الإلكترونية وغيرها. (15)

2. ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع، حيث تلعب الثقافة والمعرفة بالتجارة الإلكترونية دورا هاما في انتشارها وتطورها لا سيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية. ويعد مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الالكتروني.

رابعا. العوائق التشريعية والقانونية: يمكن إيجاز التحديات القانونية في بيئة التعاملات الإلكترونية الجزائرية وفق مراحل إتمام عملية التجارية الإلكترونية: [16]

1. ففي المرحلة الأولى التي تسبق عملية التعاقد، تظهر عقبات وتحديات أبرزها مسألة ثقة المشتري أو الزبون من حقيقة وجود الموقع والسلعة أو الخدمة المعروضة، ومشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلة الملكية الفكرية)، وحماية المستهلك من عمليات الاحتيال سواء على الخط أو عبر المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للمنتجات المعروضة.

2. وفي المرحلة التالية المتمثلة في إبرام العقد حيث يتلاقى الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية سواء في الموقع على الويب أو عبر مراسلات البريد الالكتروني. وهنا تظهر مشكلتان: أولها مدى وثوق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر، أي سلامة صفة المتعاقد، وهنا تظهر ضرورة وجود طرف محايد يتوسط بين المتعاقدين ويقوم بعملية التوثق والتأكد من صفة وحقيقة كل طرف. وثانيها مدي حجية العقد الإلكتروني ومدى قبوله في الإثبات، ومن هنا ظهرت فكرة التوقيع الرقمي ليحل محل التوقيع العادي.

3. أما المرحلة الثالثة والمتمثلة في إنفاذ التزامات المتعاقدين من تسليم السلعة أو الخدمة، والوفاء بالثمن، فمن ناحية تسليم السلعة فتثور مشكلة التأخير أو الإخلال بمواصفات الاتفاق، ومن ناحية الوفاء بالثمن فإن التحدي يظهر في وسائل الدفع التقنية مثل السداد بالبطاقات الائتمانية أو تزويد بيانات البطاقة عبر الهاتف. وهذه التحديات ترتبط بمشكلة أمن المعلومات عبر شبكة الإنترنت. ويضاف إلى ذلك، تحديات أخرى مثل حماية الأنشطة التجارية من تطفل مخترقي نظم الكومبيوتر والشبكات أو ما يعرف بجرائم الإنترنت، وكذلك تحدي الاختصاص القضائي في فض النزاعات التي تحدث بين الأطراف المتعاقدة سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

الخاتمة والتوصيات:

لقيام التجارة الالكترونية في الجزائر ومجابهة معوقات تطبيقها لابد من إقامة بنية تحتية، وإتباع استراتيجية شاملة وهادفة للوصول إلى الهدف المرجو، ومن بين الحلول المقترحة لتبني التجارة الالكترونية وتعظيم عائدات المؤسسات الاقتصادية نذكر ما يلي:

1. توفير بنية معلوماتية متينة من خلال تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الاتصالات سلكية ولاسلكية كنظام فعال قادر على توفير اتصالات في غاية السرعة والكفاءة وكذا العمل على نشر الانترنت وتقوية سعة النفاذ إليها وتوصيلها لأوسع شريحة في المجتمع وبأسعار تنافسية والتعجيل بالإصلاحات والمشاريع الطموحة في مجال توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

2. إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة لهذه التجارة لتوفير الحماية والثقة لجميع المتعاملين وكذا تحرير التجارة الالكترونية من العوائق القانونية التي تعترض انتشارها مع مراعاة التنسيق الإقليمي والدولي والاستفادة من تجارب الدول التي كانت سباقة في هذا المجال. وسن قواعد صارمة جراء عمليات النصب والاحتيال وعدم الالتزام بالقوانين والشروط اللازمة.

3. تفعيل الشراكة مع المستثمرين الأجانب خاصة الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية من أجل تبادل الخبرات وتكوين الإطارات في مجال تصميم البرمجيات والنظم وحماية أمن المواقع.

4. ضرورة تقوية البنية التحتية للجهاز المصرفي وذلك بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى التكوين المستمر للموظفين في البنك، والتوسع في استخدام شبكة الأنترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات الحديثة للعملاء بكفاءة أعلى و تكلفة أقل.

5. عصرنة وتحديث وسائل الدفع الإلكترونية من خلال اعتماد بطاقات الائتماني والبطاقات الذكية وتكييف المجتمع الجزائري على هذا النوع من الوسائل واعتباره كإلزامية وضرورة حتمية من أجل النهوض وتطوير القطاع المصرفي.

6. تهيئة مناخ الأعمال في الجزائر من أجل جلب وتنشيط الاستثمارات الأجنبية المباشرة مما سوف ينعكس سلبا على نمو الاقتصاد الجزائري فبيئة الأعمال والابتكار الحالية في الجزائر لاتزال في المراتب الأخيرة وفق تقرير منتدى الاقتصاد العالمي، فقد صنفت في المرتبة (133) لسنة 2016.

7. نشر الوعي الثقافي والتكنولوجي بين أفراد المجتمع من أجل إزالة الغموض حول التجارة الإلكترونية وتشجيع الشباب الطموح للخوض في هذا المجال من خلال برامج الدعم والتشغيل في هذا المجال وتكثيف الحملات التحسيسية من خلال ملتقيات وطنية تجمع المستهلكين والمؤسسات الفاعلة في الميدان من أجل شرح كل الخطوات والمسائل المتعلقة بهذه التجارة و حتى تكثيف الإعلانات للإعلان عن الفرص والمزايا المتاحة التي توفرها التجارة الإلكترونية.

الهوامش والإحالات:

1 - ITU, Measuring the Informaton Society Report 2017 - Volume 1, p :66.

2 - ITU, Measuring the Informaton Society Report 2017 - Volume 1, p :73.

3 ـ أحمد بن يوسف، **دور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في عصرنة المؤسسات والإدارات العمومية**، أطروحة دكتوراه غير منشورة في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير ،الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 2017، ص: 224.

4 . World Economic Forum,The Global Information Technology Report 2016, p :05.

5 . ITU, Measuring the Informaton Society Report 2017 – Volume 1, p :130.

6 ـ الإتحاد الدولي للاتصالات، **دليل جمع البيانات الإدارية بشأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**، جنيف، سويسرا، 2011، ص:19.

7 ـ نفس **المرجع السابق**، ص: 33.

8 ـ الاتحاد الدولي للاتصالات، **تعاريف مؤشرات الاتصالات/ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**، جنيف، سويسرا 2011، ص: 07.

9 - **https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics:08/12/2017:18:00.**

10 ـ نعيمة يحياوي، مريم يوسف، **التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية**، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة ورقلة، العدد (6)، 2017، ص: 188.

11 ـ نفس **المرجع السابق**، ص: 188.

12 ـ صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم التجارية، تخصص استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، الجزائر، 2014، ص: 175، بتصرف.

13 ـ يزيد عربي باي، **تحديات التجارة الالكترونية في ظل القوانين العربية**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر: جامعة باتنة، العدد (7)، 2015، ص: 187.

14 ـ نعيمة يحياوي، مريم يوسف، **مرجع سبق ذكره**، ص: 189.

15 ـ **راجع في ذلك:**

ـ صراع كريمة، **مرجع سبق ذكره**، ص: 174، بتصرف.

ـ نعيمة يحياوي، مريم يوسف، **مرجع سبق ذكره**، ص:188.

16 ـ نعيمة يحياوي، مريم يوسف، **مرجع سبق ذكره**، ص: 190.