

واقع تطبيقات التجارة الالكترونية وانعكاساتها على الاقتصاد الجزائري

أ.د. تشوار خير الدين

أستاذ التعليم العالي بجامعة تلمسان

المخبر المتوسطي للدراسات القانونية

- جامعة تلمسان -

tchokh13@yahoo.fr

أ. بلبالي عبد الرحيم

طالب دكتوراه بجامعة تلمسان

المخبر المتوسطي للدراسات القانونية

- جامعة تلمسان -

belbaliabderrahim@gmail.com

الملخص:

في ظل نمو حجم المعاملات التجارية، تحتل التجارة الالكترونية مكانة هامة في الصفقات التجارية بمختلف أشكالها، وهو ما تؤكدته الأرقام الصادرة عن الهيئات المختصة الدولية، لكن بالمقابل، تعاني التجارة الالكترونية على مستوى الجزائر والدول النامية عموما من تأخر في التفعيل والتطبيق، لا بد من أنه يرجع لعدة عوامل تتراوح من غياب ثقافة التسوق الالكتروني إلى ضعف في وسائل الدفع الالكتروني، سنحاول في دراستنا هذه الإشارة لأهمية التجارة الالكترونية وواقعها في الجزائر وكيفية تفعيلها بشكل يتماشى ومتطلبات العصر، ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لتحقيق مستويات مقبولة لها.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، تسويق إلكتروني، وسائل الدفع الإلكتروني.

Abstract :

With the growth in the volume of commercial transactions, e-commerce occupies an important place in various forms of business transactions, as confirmed by the figures issued for international competent bodies, but in contrast, e-commerce at the level of Algeria and developing countries in general suffers from delayed activation and application, it has to be due to several factors ranging from the lack of e-shopping culture to a weakness in electronic payment methods, we will try

this in our study to note the importance of e-commerce and its reality in Algeria and how to operationalize it in a manner consistent with the requirements of the Times, and to try to find appropriate solutions To achieve acceptable levels.

Keywords: e-commerce, e-marketing, electronic payment methods.

مقدمة:

يشهد العالم مجموعة من التطورات التي مست مختلف الميادين والتي أدت إلى تحول في نمط الحياة والمعيشة، ومن أهم هذه المستجدات التجارة الالكترونية، التي أصبحت وسيلة من الوسائل الهامة التي تؤدي دورا فعالا في جوانب الحياة الاقتصادية، وتؤثر التجارة الالكترونية على مجموعة من العناصر الاقتصادية بالشكل الايجابي أو السلبي، وبالتالي ومن خلال هاته العناصر فهي تؤثر على مستوى النمو الاقتصادي للدولة.

وعلى هذا نقوم بطرح الإشكالية التالية:

ما هو واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، وانعكاساتها على الاقتصاد الجزائري في ظل المعطيات الراهنة؟

وانطلاقا من هذه الإشكالية يمكن طرح تساؤلات متمثلة في:

إلى أي مدى تكمن أهمية التجارة الالكترونية؟

ما هي ابرز صور تطبيق التجارة الالكترونية وما المستوى الذي وصل إليه في الجزائر؟

كيف يمكن لتفعيل للتجارة الالكترونية في الجزائر أن ينعكس بشكل ايجابي على الاقتصاد الجزائري ؟

فرضيات البحث:

نؤسس دراستنا على الفرضيتين التاليتين:

تؤثر التجارة الالكترونية بصورة ايجابية على العناصر الاقتصادية،

وبالتالي في تساهم في انتعاش الاقتصاد.
يمكن تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر بتوفير معطيات في المتناول،
تشرف عليها أطراف المنظومة الاقتصادية في الجزائر.
وفي سبيل الإجابة على هذه التساؤلات تناولنا دراستنا هاته في ثلاثة
محاور:

المحور الأول: مفهوم التجارة الالكترونية.

المحور الثاني: تطبيقات التجارة الالكترونية ونظم الدفع.

**المحور الثالث: التجارة الالكترونية في الجزائر، واقعها وصور انعكاسها
على الاقتصاد الجزائري.**

المحور الأول: مفهوم التجارة الالكترونية.

مع بروز التجارة الالكترونية على الصعيد العالمي وانتشارها، بدأت تتعدد
المفاهيم وكذا الأنواع لهذا المصطلح، فمن خلال هذا المبحث سنحاول
ضبط المفهوم الواسع لهذا المصطلح قبل الخوض في إشكالية البحث.

المطلب الأول: التعريف بالتجارة الإلكترونية:

لوسائل الاتصال أهمية بالغة في إبرام العقود والصفقات خاصة
في الوقت الراهن، نظرا لما توفره من سهولة وسرعة في تنفيذ هذه
الصفقات، ومن أهم المفاهيم المفسرة لهذه الظاهرة مصطلح التجارة
الالكترونية، الذي أصبح مفهوما منتشر في الوسط التجاري لاسيما في
دول العالم المتقدم ففي بيانات حديثة أظهرت تقدم المواقع المتخصصة
في التجارة الالكترونية عالميا في قوائم كبريات الشركات من حيث رقم
الأعمال المحقق، والتأثير في سلوك المستهلكين فعلى سبيل المثال
أصبحت شركة أمازون من اكبر أربع شركات تأثيرا في العالم تكنولوجيا،
كما حققت أرقام كبيرة من حيث العائدات والأرباح وكذا الأصول،
فحققت سنة 2016 عائدات قدرت ب135.98 مليار دولار وأرباح

قدرت ب 2.371 مليار دولار، كما بلغت قيمة أصول الشركة التي اعتمدت أساسا عند نشأتها على التجارة الإلكترونية كنشاط رئيسي لها 83.402 مليار دولار الدخل التشغيلي 4.186 مليار دولار¹. هذا بالإضافة للتأثير الناتج عن هاته الشركة على الأفراد والمؤسسات ، نفس الأمر وان كان بدرجة أقل ينطبق على شركة ايباي، ومما يفسر أهمية هذا المجال في الوسط الاقتصادي انتقال بروز هذه الشركات إلى دول أخرى كالصين مثلا بل وإلى عدة دول خصوصا في العالم المتقدم.

ولعل ابرز ما يجعل التركيز على هذا الموضوع ضروريا، ما ظهر مؤخرا من قلق لدى شركات البيع بالتجزئة والمساحات الكبرى من انخفاض الإقبال عليها.

ويمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها شراء وبيع الخدمات و المنتجات من قبل الشركات والمستهلكين من خلال الوسائط الإلكترونية المختلفة من دون استخدام أية وثائق ورقية ، وتعتبر التجارة الإلكترونية على نطاق واسع بأنها شراء و بيع المنتجات عبر الانترنت ، ولكن يمكن اعتبار بأن أية معاملة يتم الانتهاء من إجراءات بيعها بشكل كامل من خلال الإجراءات الإلكترونية يُطلق عليها تجارة إلكترونية². كما يمكن تعريفها أيضا على أنها تعامل يضمن تبادل القيمة عبر

1- لجنة الأوراق المالية والبورصات الأمريكية، أرقام حول التجارة الإلكترونية، الموقع الإلكتروني: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data> تاريخ الاطلاع: 2017/04/27.

2- الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، الموقع الإلكتروني: <http://www.abahe.co.uk/dictionary-e-commerce.html> ، تاريخ الاطلاع: 2017/04/27.

شبكة اتصالات.¹

كما يمكن تعريف التجارة الالكترونية من عدة زوايا، فهي من زاوية الاتصالات تعتبر توزيع ونقل للمعلومات والبيانات من خلا أجهزة مواكبة ومحققة لهذا الهدف كالحواسيب مثلا والهواتف خصوصا الذكية منها وغيرها، أما من زاوية إجراءات العمل فهي توظيف التكنولوجيا لتحقيق الغرض من الأعمال ومن منظور الخدمات فهي عبارة عن أداء للتعبير عن رغبة المستهلكين والشركات والإدارة في تحسين جودة البضائع وتوفير الوقت وتخفيض التكاليف.²

المطلب الثاني: أنواع التجارة الالكترونية:

تدخل أنواع التجارة في المفاهيم الواجب ضبطها فيما يخص موضوع التجارة الالكترونية، وسوف نقوم بتصنيف هذه الأنواع حسب ما أجمع عليه أغلب المختصين في هذا المجال.

فتقسم التجارة الالكترونية من عدة زوايا وأهم زوايا التقسيم هي التي تأخذ بعين الاعتبار طرفي المعاملة التجارية وهي بذلك تنقسم للأنواع التالية:

1-الأعمال إلى الأعمال: ويقصد بذلك التعامل التجاري الالكتروني الذي يأخذ صورة تعامل الشركات فيما بينها، وهو من أهم أقسام التجارة الالكترونية وأكثرها شيوعا خصوصا في بداية نشأتها، فهذه الصورة من التعامل التجاري تضمن العلاقات بين الموردين والعارضين وكذا تجار

1- فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية وتأمينها، هلا للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001، القاهرة، ص19.

2- الجامعة الافتراضية السورية، تطور الويب والتجارة الإلكترونية، الموقع الالكتروني: <http://download-internet-pdf-ebooks.com/1376-free-book>، تاريخ

الاطلاع:2017/04/28.

الجملة، ويتم على أساسها إبرام العقود والصفقات وعرض السلع والخدمات بين الشركة والأخرى، وتمتاز هذا النوع بأنه الأكثر إسهاما في نمو قطاع التجارة الالكترونية لعدة أسباب منها انه يتميز بالديمومة والثبات.¹

3- الشركة للمستهلك: وهو يتضمن بشكل مختصر عمليات البيع السلع والخدمات المقدمة من الشركات المنتجة أو المروجة للمستهلكين النهائيين وهي تشبه في صورتها إلى حد كبير عمليات البيع التقليدية من المنتج إلى المستهلك، إلا أنها تتميز باختصار سلسلة التواصل حيث يكون بإمكان المستهلك النهائي الاتصال بالمنتج أو الشركة بشكل مباشر كما يمكن للبائع أن يكون تاجر وسيط بين المنتج والمستهلك لكن في شكل وصورة الكترونية.²

4-المستهلك للشركة: وهي صورة تتضمن قيام بعض المستهلكين بعرض خدمات أو سلعاً للشركات أو الموردين، تكون غالبا نادرة أو حصرية على هذا البائع.

5-الأنشطة التجارية الالكترونية الحكومية: وهي صورة أخرى من صور التجارة الالكترونية الحديثة تكون الحكومة طرفا فيها، بروز هاته الصورة يتحدد برغبة الحكومة الدخول في المجال التجاري كأحد الأطراف، أو بكونها حارسة على النشاطات التجارية الالكترونية ومستفيدة منه.³

1 محمد عمر الشويرف، التجارة الالكترونية في ظل النظام العالمي الجديد، دار زهران ، 2013، عمان، ص105.

2- Zheng Qin, Introduction to E-commerce, springer, berlin, 2009, p 27.

3-Zheng Qin, Yang Chang, Shundong Li, Fengxiang Li, E-Commerce Strategy, springer, newyork, 2013, p 85.

المطلب الثالث: المتطلبات الأساسية للتجارة الالكترونية:

تتطلب التجارة الالكترونية مجموعة من الظروف اللازمة لإنشائها تفعيلها من أبرزها الجانب البشري المؤهل والجانب التقني والتكنولوجي الملائم.

ويمكننا تلخيص هاته المتطلبات في:

أولاً: الجانب البشري المؤهل:

يعتبر توفر الموارد البشرية المؤهلة أمراً ضرورياً لمواكبة ومسايرة وتفعيل التجارة الالكترونية ومعياراً رئيساً لتقييم واقعها ويشمل هذا التأهيل كل الأطراف المندمجة في هذا المجال من موظفي الشركات المسؤولين على إبرام الصفقات إلى المستهلكين مروراً بالمراقبين في مختلف الهيئات المعنية بالتجارة الالكترونية.

ثانياً: الجانب التقني:

وهو يخص مجموعة من المتطلبات غير البشرية الضرورية والمتمثلة أساساً في:¹

1- أجهزة الاتصال: يعتبر الحاسوب وأجهزة الاتصال عموماً واجهة المستخدم في التجارة الالكترونية والتي يمكن بواسطتها ترجمة البيانات المنقولة من الأجهزة المصادر الأخرى عبر الشبكات، توفر هذا العنصر ضروري لتنفيذ وتفعيل التجارة الالكترونية.

2- شبكات الاتصال: الشبكة هي عبارة عن مجموعة من الأجهزة الموصولة ببعضها البعض عن طريق رابط يقوم بنقل البيانات والمعلومات بصورة سريعة ودقيقة، وهي تعتبر ضرورية من أجل إكمال متطلبات التجارة الالكترونية حيث أنها تتوافق مع أهدافها.

1- Ewelina Lacka, Hing Kai, ChanNick, E-commerce Platform Acceptance, springer, Switzerland, 2014, p140.

3-التطبيقات وبرمجيات التشفير: تعتبر التطبيقات الأداة التي يستخدمها طرف المعاملة التجارية الإلكترونية من أجل إدخال البيانات والأوامر وتحويلها إلى صيغة رقمية يسمح لها بالانتقال عبر شبكة الحاسوب. من جهة أخرى، تحتاج هاته التطبيقات لأنظمة وبرمجيات تشفير لا تقل أهمية عنها تضمن سلامة وسرية المعلومات المنقولة منها واليها، كون هذه المعلومات تتعلق بجانب جد حساس يتمثل في الجانب المالي. 1-أنظمة الدفع الإلكتروني: وهي وسيلة ضرورية يتم بموجبها تسديد مستحقات وتكاليف الشراء الناتجة عن إبرام العقود وتتمثل أساسا في بطاقات الدفع الإلكتروني وبطاقات الائتمان، وهو النشاط الخاص بالقطاع المصرفي والذي شهد تطورا سريعا تماشيا مع تطور التجارة الإلكترونية، وفي الجزائر شهدت مؤخرا مختلف البنوك والمؤسسات المالية تفعيل ما يسمى ببطاقات الدفع DAB والتي تسمح بالتسديد عبر الأجهزة الموجودة في المحلات، وكذا عبر مواقع المتاجر الإلكترونية عبر الانترنت.¹

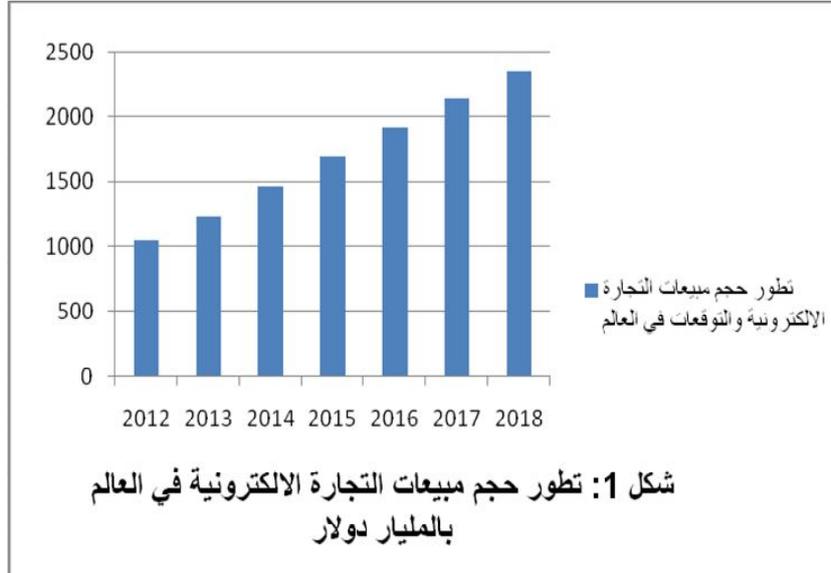
المحور الثاني: تطبيقات التجارة الإلكترونية.

إن توافر أرضية خصبة لانتعاش التجارة الإلكترونية، أدى إلى تفعيلها وتطبيقها ميدانيا بشكل متسارع يمكن رصده في المؤشرات والمعطيات الصادرة عن مختلف الهيئات الدولية والإقليمية والذي يمكن تفسيره بمجموعة من النقاط كما يلي:

1 Marco Rossi, Payment Systems in the Financial Markets, Palgrave, Macmillan ,UK, 1998, p 79.

المطلب الأول: التطور الحاصل في ميدان التجارة الالكترونية.

شهد العالم تطورا سريعا في التجارة الالكترونية سواء من حيث حجم المعاملات أو عدد الشركات المختصة في هذا المجال وحجم أصولها وهو ما ينعكس في بروز مجموعة من الشركات العالمية الناشطة في هذا المجال، فقد شهد 2016 نمو في حجم المبيعات بلغ 2143 مليار دولار في حين كان في حدود 1058 مليار دولار سنة 2012 ويتوقع وصول الرقم إلى 2356 مليار دولار سنة 2018¹. كما يلاحظ من - الشكل 01 - التطور الثابت عموما في حجم المبيعات.



المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على: business services Divante
date:28/04/2017. <https://www.slideshare.net/divanteltd>,

وتعتبر بعض القطاعات أكثر إقبالا من غيرها فعلى سبيل المثال يحتل قطاع السفر والسياحة المرتبة الأولى من حيث الإنفاق الفردي السنوي، وهذا يفسر اثر طبيعة السلع المتداولة على الإقبال عليها، حيث

1- [business services, https://www.slideshare.net/divanteltd](https://www.slideshare.net/divanteltd) , Date de vue: 28/04/2017. Divante

أن أكثر السلع مبيعا ونجاحا وترويجا في التجارة الالكترونية هي المنتجات الخدمية التي لا تحتاج إلى عملية نقل، بالمقابل تعكس هاته البيانات مدى ضرورة الاهتمام بمؤسسات النقل لدعم تجارة السلع والبضائع الكترونيا باعتبار إن وسائل النقل الشريك الأساسي الأول في منظومة التجارة الالكترونية بعد قطاع الاتصالات خصوصا في دول العالم النامي والدول العربية.



المصدر: شهاب الفقيه، عالم التقنية، <http://www.tech-wd.com/wd/2015/02/15/>، تاريخ الاطلاع 2017/04/28.

المطلب الثاني: التسويق الالكتروني كصورة من صور التجارة الالكترونية.

يعتبر التسويق الالكتروني احد أهم صور وتطبيقات التجارة الالكترونية، فهو يتمثل أساسا في المواد الاعلانية ذات الدخل المرتفع في المواقع الشهيرة حيث يتوقع تصدر حجم الإعلانات على الانترنت عام 2009 في الولايات المتحدة نظيرتها على التلفاز في الوقت الذي سجل فيه تفوق حجم الإعلانات على التلفاز نظيره على الانترنت عام

2015، ففي دراسة لمركز التوقعات العالمية للترفيه والإعلام 2016-2020 قدر حجم الإعلان المتوقع على الانترنت سنة 2019 بـ 83.9 مليار دولار في الولايات المتحدة مقابل مليار دولار 55.4، في حين قدر حجم الإعلان على التلفاز سنة 2019 بـ 81.0 مليار دولار مقابل 71.1 مليار دولار عام 2015، في حين كانت أحجام الوسائل الأخرى من جرائد وراديو وغيرها في حدود 18.1 مليار دولار على أقصى تقدير.¹

المحور الثالث: التجارة الالكترونية في الجزائر، واقعها وصور انعكاسها على الاقتصاد الجزائري

دخلت الجزائر مجال التجارة الالكترونية كغيرها من الدول النامية متأخرة وبشكل متباطئ، وهو ما انعكس على استغلال هذه الظاهرة استغلالا امثلا، ويرجع هذا التأخر لعدة أسباب منها المتعلقة بالسياسة الاقتصادية المحلية، ومنها المتعلقة بالبنية التحتية غير المؤهلة.

المطلب الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر:

رغم التطور الكبير والاعتماد الواسع على التجارة الالكترونية على الصعيد العالمي وفي الدول المتقدمة خصوصا يبقى واقع التجارة الالكترونية في الجزائر خصوصا ضعيفا، حيث لازالت الممارسات التجارية السائدة تتم في نطاقها التقليدي بعيدا عن الأساليب الالكترونية الحديثة ويرجع السبب في ذلك إلى عدة عوامل تخص مجموع العناصر المشكلة للكيان الاقتصادي والتجاري، منها ما هو خاص بالفرد ومنها ما هو خاص بالقطاعات المواكبة والمرافقة للتجارة الالكترونية، ومن أهم

1- مركز التوقعات العالمية للترفيه والإعلام، الموقع الالكتروني: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment-media/outlook.html> تاريخ الاطلاع 2017/04/28.

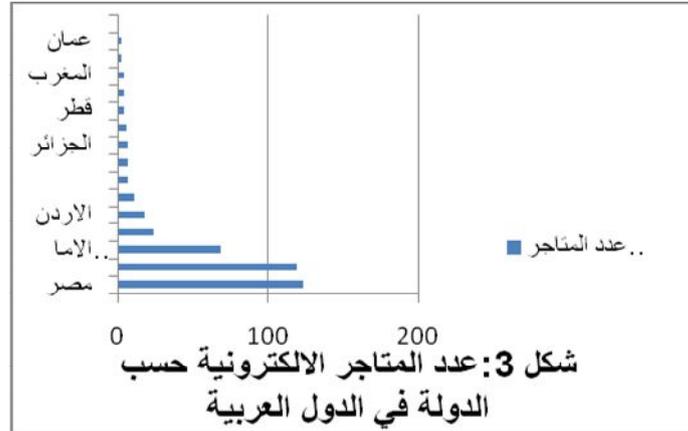
أسباب الضعف في التعامل بالتجارة الالكترونية:¹

-الانخفاض الحاد في مستويات الدخول للأفراد فالتجارة الالكترونية في الدول العربية ومنها الجزائر متاحة أساسا في السلع الكمالية كالبرمجيات ومواد التجميل وتذاكر السفر مثلا، بعيدا عن الضروريات وهو ما يحتاج من المشتري امتلاك دخلا ميسورا للتفكير بهاته السلع والخدمات.

-غياب الوعي التكنولوجي وضعف المهارات التقنية لدي العارضين من مؤسسات وشركات وكذا المستهلكين، إضافة لعدم إدراك الإضافة النوعية التي يمكن أن يقدمها هذا الأسلوب في التجارة

ضعف البنية التحتية للاتصالات وهذا رغم التحسن الملحوظ فيها إلا أنها لا تضمن اعتمادا نهائيا عليها في عمليات التجارة الالكترونية، فهذا القطاع قطاع حساس لا يحتمل الانقطاعات المتكررة والمفاجئة لما لذلك من اثر على الصفقات .

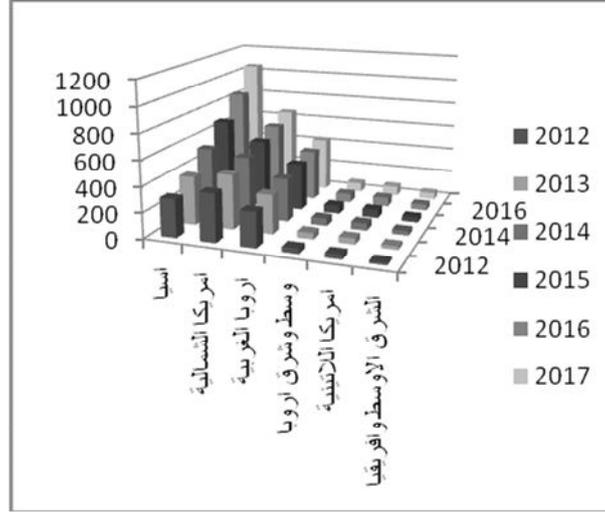
-ضعف المنظومة القانونية الخاصة بالتجارة الالكترونية والتي تضمن سلامة المتعاملين الاقتصاديين وأمانهم .



1- أسامة سمير حسين، الإحتيال الإلكتروني الأسباب والحلول، النادرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، عمان، ص39.

المصدر: شهاب الفقيه، عالم التقنية، <http://www.tech-wd.com/wd/2015/16/19/>،
تاريخ الاطلاع 2017/04/28.

وتقع الجزائر في مرتبة متوسطة عربيا عموما من حيث عدد المتاجر الالكترونية الناشطة، مع تقدم ملحوظ لبعض دول الخليج والمشرق العربي وهذا ما يفسر ارتباط نمو التجارة الالكترونية بالقطاع المصرفي ووسائل الدفع الحديثة التي ظهرت في وقت متقدم في هذه الدول.



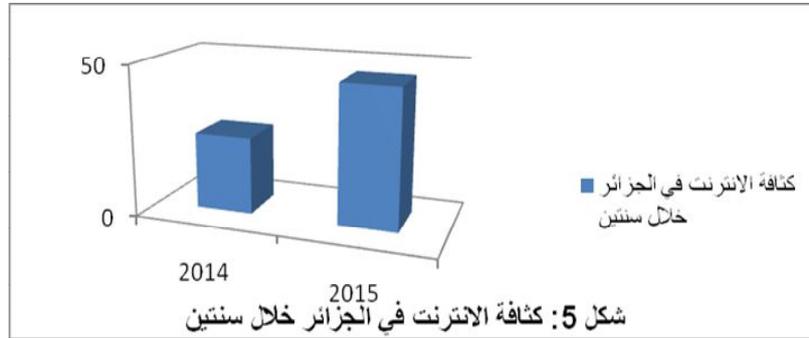
ال شكل 4: تطور حجم مبيعات التجارة الالكترونية حسب المنطقة
res، تاريخ الاطلاع: 2017/04/28.

أما على الصعيد العالمي فتأتي الدول العربية وإفريقيا في مرتبة جد متأخرة مقارنة بدول أمريكا الشمالية ودول آسيا التي تسجل نموا كبيرا ومتسارعا في حجم المبيعات المنتأية من التجارة الالكترونية، بل وتجاوزت أمريكا الشمالية في سنة 2017 كما هو واضح من الشكل أعلاه بعدما كانت هذه الأخيرة في المقدمة سنوات 2015 و 2016.

المطلب الثاني: التطورات الحاصلة في مجال وسائل الاتصال في الجزائر:

يعتبر قطاع الاتصالات هو بمثابة الدعامة الأساسية للتجارة الالكترونية كونه الأرضية التقنية لشبكة الانترنت وشبكات الاتصال المحلية كالانترنت¹ وبالتالي فان جودة هذا القطاع مهم لتفعيل التجارة الالكترونية

ورغم التأخر الحاصل في مسايرة الجزائر للتجارة الالكترونية إلا أن هناك تطورا نسبيا في هذا المجال سنحاول الإشارة إليه في هذا المطلب. مر قطاع الاتصالات بالجزائر بنقلات نوعية وعلاقة جدا، ومع ذلك فهو يحتاج لتطوير اكبر حتى يتلاءم ومتطلبات التجارة الالكترونية، ومن خلال المعطيات المتوفرة عن هذا القطاع في الجزائر يلاحظ زيادة في كثافة الانترنت بحوالي الضعف بين سنتي 2014 و 2015 مما يفسر تحسن في جودة الاتصالات في الجزائر.



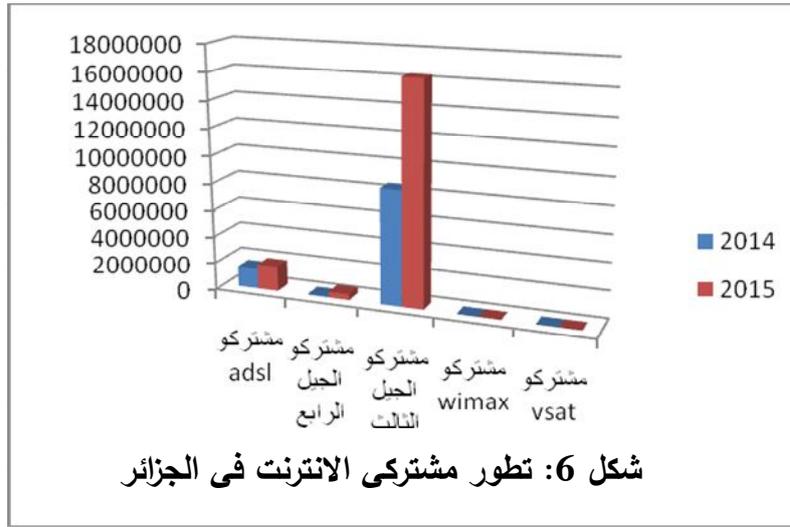
المصدر: سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تقرير مرصد سوق الانترنت في الجزائر، 2015،

، https://www.arpt.dz/ar/doc/obs/etude/2015/Observatoire_Internet_2015.pdf، تاريخ الاطلاع 2017/04/27، ص4.

كما نسجل تضاعف الاشتراك في شبكة الانترنت، خصوصا في

¹ - الانترنت هي شبكة اتصالات تشبه الانترنت لكنها محلية وخاصة بمؤسسة او منظمة.

انترنت الهاتف النقال غير أن التركيز على انترنت الهاتف النقال من قبل الأفراد يعكس نفور المستهلكين عن أدوات التجارة الالكترونية، حيث انه من المعروف عالميا الاعتماد أكثر على شبكات الهاتف الثابت في هذا النوع من التجارة.



المصدر: سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تقرير مرصد سوق الانترنت في الجزائر، 2015،

https://www.arpt.dz/ar/doc/obs/etude/2015/Observatoire_Internet_2015.pdf
، تاريخ الاطلاع 2017/04/27، ص 3.

لكن مع كل هذه المعطيات الايجابية نسبيا، فإنها لا تعبر عن كل الجوانب الضرورية لتقييم قطاع الاتصالات بما يتلاءم وتفعيل التجارة الالكترونية، فهاجس الإنقطاعات المتكرر في شبكة الانترنت مثلا وحده كفيل بعرقلة نمو هذا النشاط.

المطلب الثالث: الأثر الايجابي المتوقع للتجارة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري.

يعمل اعتماد التجارة الالكترونية كنمط في عقد الصفقات التجارية والتسويق على توليد منافع عديدة تحث على الاهتمام والتركيز على تفعيل هذا النشاط لاسيما في الوقت الراهن، وبغية مواكبة سير الحركة التجارية في العالم فهي تساهم في الرفع من الاستهلاك كون ان عملية الشراء الالكتروني لا يصاحبها صعوبة أو عراقيل أثناء الشراء، فهي تجعل المستهلك يبشر عقد الصفقات بمجرد توافر عنصري الرغبة وتوفر القدرة المالية دون التفكير في كيفية التواصل مع مقدم السلعة أو الخدمة. إضافة لذلك يوفر اعتماد التجارة الالكترونية وتوفير متطلباتها مناخا خصبا للاستثمار، حيث يسهل على المستثمرين مبشرة صفقاتهم ومشاريعهم التجارية، كما يضمن وسائل دفع وتمويل أكثر ويسهل التواصل بين العملاء، فالتجارة الالكترونية أحيانا تعتبر النشاط الأساسي لبعض الشركات الاستثمارية وعنصر مهم في نشاط شركات أخرى، كشركات الطيران والفندقة التي يتم حجز وتسيير نسبة كبيرة من طلباتها عبر الانترنت والدفع الالكتروني.

والتجارة الالكترونية يمكنها المساهمة في دعم قطاع النقل للبضائع الذي يعتبر ضروريا لاستكمال تنفيذ الصفقات التجارية من خلال توريد البضائع المطلوبة من العملاء، والصادرة عن الشركات والمتاجر التي تنشط الكترونيا.

هذا بالإضافة إلى مزايا أخرى من بينها دعم قطاع الاتصالات، زيادة فرص العمل ، سرعة التنفيذ خصوصا بالنسبة للسلع والخدمات التي يمكن نقلها الكترونيا، تخفيض التكاليف الشراء. ورغم الايجابيات الكبيرة للتجارة الالكترونية إلا أن هناك مخاوف

وتحديات تواجه الاقتصاد المتبني لهذا النشاط، كصعوبة التقدير وضمان الإيرادات الضريبية المستحقة عن بعض العمليات التجارية كونها تتم في شكل افتراضي، إضافة لتأثر محلات التجارة التقليدية والمساحات الكبرى المعتمدة على العرض الميداني لسبب انخفاض طلبيات السلع المعروضة بها.

خاتمة:

ان تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر تحدي لا بد من تجاوزه والوصول على اثر ذلك الى مستويات عالية من تطبيق هذا النشاط لمواكبة التطورات الدولية والاستفادة من عوائد هذا الانجاز اقتصاديا، وقد خلصنا في هاته الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

-تطور البنية التحتية لقطاع الاتصالات إلا أنها لاتصل لمستويات يمكن الاعتماد عليها خصوصا في المعاملات اللحظية.
-ضعف في استخدام التسويق الالكتروني اذا ما قورن بمدى استخدام الانترنت في الجزائر.

-انخفاض كبير في استخدام وسائل الدفع الالكتروني بسبب أحجام المستهلكين من جهة وعدم توفير أساليب تشجع على هذا السلوك من جهة اخرى.

-نقص التأهيل البشري في مجال التجارة الالكترونية وهو ما يستشف من خلال المؤسسات التجارية الصغيرة والمتوسطة وحتى الكبيرة.

ولأجل معالجة هاته النقائص ذلك وجب التركيز على مجموعة من التوصيات والمتمثلة في:

-تطوير المنظومة البنكية بما يتلاءم والتجارة الالكترونية من خلال إصدار بطاقات الدفع الالكتروني وبطاقات الائتمان المدعومة من كبريات شركات الأموال في العالم مثل فيزا وماستر كارد وديسكفري ومع

ان هذا يطرح تخوفا من هروب العملة الصعبة خارج الدولة إلا انه لا يعتبر مبررا لتجنب هذا الإصلاح بشكل دائم وكلي.
-توفير تكوين تقني وإداري في مختلف جوانب التجارة الالكترونية للأفراد والمؤسسات والهيئات الحكومية كل في تخصصه وبالسالب متنوعة لأجل توفير مورد بشري قادر على التفاعل والانغماس في ممارسة التجارة الالكترونية بكفاءة عالية وتنافسية.

-إصدار تشريعات قانونية تأخذ بعين الاعتبار المعطيات الجديدة للتجارة الالكترونية وتجنب الثغرات القانونية والعراقيل الإدارية المثبطة لها.
-إصلاح قطاع الاتصالات ليس من حيث سرعة نقل المعلومات عبر الشبكات فقط وإنما أيضا ضمان عدم انقطاع الشبكات وديمومة وثبات مستويات الاتصال كون أن العملية التجارية الالكترونية تشترط هذا الأمر للشروع فيها.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب.

- 1- أسامة سمير حسين، الاحتيال الالكتروني الأسباب والحلول، النادرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، عمان.
- 2- فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية وتأمينها، هلا للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001، القاهرة.
- 3- محمد عمر الشويرف، التجارة الالكترونية في ظل النظام العالمي الجديد، الطبعة الأولى، دار زهران ، 2013، عمان.

ثانيا: المواقع الالكترونية.

- 1- شهاب الفقيه، عالم التقنية، <http://www.tech-wd.com/wd/2015/02/15/>، تاريخ الاطلاع 2017/04/28

- 2- الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، الموقع الإلكتروني:
http://www.abahe.co.uk/dictionary-e-commerce.html ، تاريخ
الاطلاع:2017/04/27.
- 3- الجامعة الافتراضية السورية، تطور الوب والتجارة الإلكترونية،
الموقع الإلكتروني: .http://download-internet-pdf-ebooks.com/1376-
free-book، تاريخ الاطلاع:2017/04/28.
- 4- سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تقرير مرصد
سوق الانترنت في الجزائر، 2015،
- 5- مركز التوقعات العالمية للترفيه والإعلام، الموقع الإلكتروني:
https://www.pwc.com/gx/en/industries/entertainment-
media/outlook.html، تاريخ الاطلاع 2017/04/28.
- 6- موقع بينتيريت، -https://www.pinterest.com/quinn1775/ecommerce-
res، تاريخ الاطلاع: 2017/04/28.
- 7- لجنة الأوراق المالية والبورصات الأمريكية، أرقام حول التجارة
الإلكترونية، الموقع الإلكتروني:
https://www.sec.gov/Archives/edgar/data،
تاريخ الاطلاع:2017/04/27.
- المراجع باللغة الأجنبية:
أولاً: الكتب.

- 1- Ewelina Lacka, Hing Kai, ChanNick, **E-commerce Platform Acceptance**, springer, Switzerland, 2014.
- 2- Marco Rossi, **Payment Systems in the Financial Markets**, Palgrave, Macmillan ,UK, 1998.
- 3- Zheng Qin, **Introduction to E-commerce**, springer, berlin, 2009, p 27.
- 4- Zheng Qin, Yang Chang, Shundong Li, Fengxiang Li, **E-Commerce Strategy**, springer, newyork, 2013.

ثانيا: المواقع الالكترونية.

- 1- **Divante business services**,
<https://www.slideshare.net/divanteltd>, Date de
vue:28/04/2017
- 2- - **business services**, <https://www.slideshare.net/divanteltd> ,
Date de vue: 28/04/2017.