

مقومات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية في الجزائر

The rectifiers of the application of e-commerce system in Algeria

عادل عرقابي^{1*}، محمد بوشوشة²¹ جامعة الحاج لخضر باتنة 1، adil.argabi@univ-batna.dz² جامعة الحاج لخضر باتنة 1، Mohammed.bouchoucha@univ-batna.dz

تاريخ النشر: 2021/02/28

تاريخ القبول: 2021/02/02

تاريخ الاستلام: 2021/01/27

ملخص:

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء حول واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وأهم مقوماتها، وتوصلت الدراسة إلى أنه رغم الجهود المبذولة من طرف الجزائر لنشر تطبيقات التجارة الإلكترونية من خلال تحسين بنيتها التحتية وتبني إستراتيجية إلكترونية سنة 2013 من خلال التحول نحو الإدارة الإلكترونية، إلا أنه مازال هناك ضعف في البنية التحتية التكنولوجية خاصة من خلال ضعف سرعة الانترنت وارتفاع تكلفتها مقارنة بالدول المتطورة في هذا المجال، قلة الوعي لدى الفرد الجزائري بمزايا التجارة الإلكترونية وتفضيله للتجارة التقليدية، عدم وضوح آليات تطبيق قانون التجارة الإلكترونية الصادر سنة 2018.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، الإدارة الإلكترونية، الانترنت، تكنولوجيا الاتصالات، الدفع الإلكتروني.

تصنيف JEL: F19.

Abstract:

This study tried to shed light on the deality of e-commerce in Algeria and its most important components. The study concluded that despite the efforts made by Algeria to spread e-commerce applications dy improving its infrastructure and adopting an electronic strategy in 2013 through the move towards electronic management, there is still weakness in the technological infrastructure, especially through the low speed of the internet and its high cost compared to the developed countries in this field, the lack of awareness among the Algerian individual of the advantages of e-commerce and its preference for traditionl trade, the lack of clarity in the mechanisms of application of the e-commerce law and the intention of the year 2018.

Keywords: E-commerce; Electronic management; Internet; Communication technology; Electronic payment.

Jel Classification Codes:F19.

* المؤلف المرسل.

1. مقدمة:

لقد شهد العالم تطورات تكنولوجية هائلة سواء في مجال الأجهزة التكنولوجية من جهة، حيث ظهر الكمبيوتر وتطورت مجالات استعماله، وظهر أيضا الهاتف النقال وتطورت أيضا مجالات استعماله، حيث أصبحت له خصائص تكنولوجية حديثة مثله مثل الكمبيوتر، وفي مجال تقنيات الاتصال من جهة أخرى، حيث ظهرت الانترنت اللاسلكية بديلة للانترنت السلكية، وتطورت تقنياتها من الجيل الأول إلى الجيل الخامس، الذي يتميز بتدفق عالي للمعلومات، وهذا كله أدى إلى تطور وسائل التجارة العالمية من الوسائل التقليدية المعروفة، إلى وسائل حديثة يطلق عليها التجارة الإلكترونية. وذلك لأنها تستعمل الوسائل الإلكترونية السالفة الذكر، والمتمثلة في الكمبيوتر، الهاتف النقال والانترنت.

لقد كانت الدول الغربية المتطورة سواء أمريكا أو دول أوروبا أو دول آسيا هي السبابة في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية على نطاق واسع، حيث أصبحت أدوات التجارة الإلكترونية والمتمثلة في النقود الإلكترونية وأجهزة الدفع الإلكترونية والتسوق عبر الانترنت من خلال الكمبيوتر أو الهاتف النقال منتشرة بشكل كبير جدا، وذلك لدرجة أصبحت هناك إمكانية أمام المواطن التابع للدول المتطورة الاستغناء عن الوسائل التقليدية للتجارة بشكل نهائي، في حين أن الدول العربية وخاصة منها الجزائر تعتبر بعيدة جدا عن مستوى الدول المتطورة في مجال استعمال التجارة الإلكترونية، وذلك لعدم وجود أهم المقومات التي تساعد على تطبيقها في الواقع المعاش مقارنة بالدول الغربية، وبناء على هذا الأساس حاولت هذه الدراسة البحث في أهم المقومات التي يمكن من خلالها مساعدة الجزائر على تطبيق التجارة الإلكترونية والاستفادة من مزاياها المتعددة.

إشكالية الدراسة:

بناء على ما سبق طرحه يمكننا صياغة إشكالية الدراسة في التساؤل التالي:

ما هي أهم مقومات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

فرضيات الدراسة:

بناء على إشكالية الدراسة يمكننا صياغة الفرضيات التالية:

- توفر الوسائل التكنولوجية التي تركز عليها التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- توجه الجزائر نحو خدمات الجيل الرابع للانترنت العالي التدفق سواء بالنسبة للنقل أو الثابت.
- تبني الدولة الجزائرية لإستراتيجية الإدارة الإلكترونية وإصدار قانون خاص بالتجارة الإلكترونية سنة 2018.
- توجه أغلب الشباب في الجزائر نحو استعمال الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.
- التوجه نحو استعمال وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر.

أهمية الدراسة:

تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة من حيث تسليطها الضوء على أحد أهم المواضيع الحديثة ألا وهي التجارة الإلكترونية وأهم مقومات تطبيقها في الجزائر، وهذا من شأنه أن يكون حافزاً لدى الباحثين في القيام بالمزيد من البحوث في هذا المجال الخصب من جهة، وتوجيه أنظار أصحاب القرار في الجزائر إلى هذا المجال المهم.

أهداف الدراسة:

تتمثل أهم الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها فيما يلي:

- تسليط الضوء حول مختلف المفاهيم المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

- التعرف على واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

- إبراز أهم مقومات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

منهجية الدراسة:

تم الاعتماد في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال استظهار البيانات والجداول الإحصائية والقيام بتحليلها ثم الإجابة على إشكالية الدراسة واختبار صحة الفرضيات والإحاطة بجميع جوانب الدراسة.

2. الإطار النظري للدراسة

1.2. مفهوم التجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية تعبير يشمل على محورين أحدهما هو "التجارة" والذي يشير عادة إلى نشاط اقتصادي يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد وتحكمه عدة قواعد وأنظمة معترف بها دولياً (كافي 2010)، أما المحور الثاني وهو "الإلكترونية" يشير إلى وصف لمجال أداء التجارة، ويقصد به أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط الإلكترونية مثل الانترنت (مصري 2012).

وتعرف التجارة الإلكترونية أيضا على أنها: "عمليات الإعلان والتعريف للبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات ثم سداد قيمتها الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين البائع والمشتري" (خليل 2008).

وتعرف التجارة الإلكترونية أيضا على أنها: "مجموع المبادلات التجارية التي يتم من خلالها الشراء عبر شبكة اتصالات عن بعد" (Bitouzet 1999).

وتعرف التجارة الإلكترونية أيضا على أنها: "هي شكل من أشكال التبادل التجاري أو الإداري أو تبادل المعلومات التي تجرى باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات وتعتمد على عرض السلع التجارية والخدمات المختلفة بواسطة برمجيات مرئية على شبكة خاصة متاحة للاستخدام كما تؤمن الشركات العارضة وصول السلع والاستفادة من الخدمة عبر الانترنت" (لعروس 2017).

كما تعرف التجارة الإلكترونية على أنها: "كل التبادلات الإلكترونية التي تساهم في أنشطة المبيعات والتسويق للشركة والتي تسمح بإدارة العلاقات مع العملاء والموزعين والموردين والشركاء" (Lambin 2008).

وتعرف التجارة الإلكترونية على أنها: "هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو جزئية، كالتزويد بالمعلومات (عن طريق شبكة الانترنت أو شبكات تجارية أخرى) تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا، سواء تم التسديد إلكترونيا، بصك ورقي، نقدا عند التسليم، أو بطريقة أخرى" (بختي 2005).

ويعرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية من خلال المادة 6 من القانون 05-2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية" (الجريدة الرسمية 2018).

2.2. أهمية التجارة الإلكترونية:

أن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود إلى ما يلي (بولصنام 13-14 مارس 2012):

- انخفاض التكلفة حيث كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق؛

- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بينهم، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية، وما تستلزم من نفقات، وبالتالي فهم توفر قيمة النفقات.

3.2. خصائص التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نوجز أهمها فيما يلي (فنيديس 8 أكتوبر 2019):

- تتميز أنشطتها بطابع عالمي، حيث تتعدى الحدود الزمنية والمكانية التي تقيد مختلف المعاملات التجارية؛
- انعدام العلاقة المباشرة بين طرفي العملية التجارية باعتبار أن التلاقي بينهما يتم الكترونياً بواسطة شبكة الاتصالات من خلال الاعتماد الكلي لطرفي العملية التجارية على الوسائط الإلكترونية في تنفيذ العمليات التي تتم بينهما دون استخدام وثائق ورقية؛

- إمكانية تنفيذ مضمون كل العمليات التجارية بما فيها السلع غير المادية عبر الوسائط الإلكترونية على عكس ما كانت عليه وسائل الاتصال السابقة التي كانت تعجز عن التسليم؛

- تسمح التجارة الإلكترونية بالاستجابة السريعة لطلبات السوق من خلال سرعة التفاعل مع العملاء؛

- إمكانية التأثير المباشر على الحاسبات بالشركة من خلال ما يسمى بالتبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق، مما يحقق

انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية دون تدخل العنصر البشري وبأقل تكلفة؛

- بفضل التجارة الإلكترونية أصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقتين التقليدية أو الإلكترونية مباشرة على

الانترنت كالموسيقى، الأقراص المدمجة، أفلام الفيديو وبرامج الكمبيوتر.... الخ؛

- إن اتساع حجم التجارة الإلكترونية والتغيرات المتسارعة التي تطرأ على أنشطتها ونظراً لارتباط هذه الأخيرة بوسائل الاتصال الإلكتروني يؤدي بها هي الأخرى إلى التطور السريع.

4.2. مزايا التجارة الإلكترونية:

إن استعمال نظام التجارة الإلكترونية يمكن أن يحقق العديد من المزايا نذكر منها ما يلي (زيد 2005):

- تحقيق المواءمة بين ثورة المعلومات والطرق التسويقية الحديثة، وذلك من خلال توسيع قاعدة عرض السلع والخدمات؛

- خلق سوق عالمي مفتوح أمام المستهلك وأمام المنتج أياً كان موقعه دون اللجوء إلى المفاوضات؛

- تلبية خيارات المستهلك بسهولة وتجاوز البعد الزمني فيما تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من فهم احتياجات

زبائنهم ورغباتهم وتصميم منتجات تناسب طلباتهم مع تحقيق درجة أعلى من رضا الزبائن؛

- زيادة كفاءة العمل التجاري والخدمات كون التجارة الإلكترونية تستند إلى تحقيق تقنية متطورة وضخمة وبرامج

تأهيل إداري وتنمية بشرية راقية؛

- توفير كم هائل من المعلومات مما يتيح فرصة للمستثمرين لاختيار البدائل المثلى؛

توفير فرص عمل توعية خاصة بالحاسوب والبرمجيات وغيرها؛

- فتح المجال للمشتري للمقارنة والاختيار بين مختلف المنتجات والأسلوب المناسب للدفع وطرق الشحن، كما تقلل

من أهمية الارتباط بين الزمان والمكان، وتوفير السرعة في الوصول للزبائن.

5.2. عيوب التجارة الإلكترونية:

رغم المزايا الكثيرة للتجارة الإلكترونية إلا أنه هناك عيوب لها يمكننا أن نذكر أهمها فيما يلي (ماني 2018):

- غياب التعامل الورقي على مستوى المعاملات التجارية الإلكترونية قد يمس بحقوق المتعاملين نتيجة الممارسات غير المشروعة؛

- صعوبة تحديد هوية المتعاملين، وهذا راجع لغياب العلاقة المباشرة بين المتعاملين؛

- قرصنة المواقع الإلكترونية، فهو وسط لا يوفر الأمان التام للمتعاملين، لإمكانية فحص المتعاملين من حماية خلال

الحصول على البيانات الشخصية لهم؛

- فقدان الثقة في التعامل عبر الإنترنت؛

- مشكل اللغة وعدم فهم اللغات الأخرى كالإنجليزية، الصينية، الألمانية...إلخ، خاصة بالنسبة للمجتمعات التي تسود

بها الأمية بنسبة مرتفعة.

3. الإطار التطبيقي للدراسة

سوف نحاول في الجانب التطبيقي للدراسة تسليط الضوء حول أهم المؤشرات التي تعتبر كمقومات يمكنها أن تساعد

الجزائر في تبني تطبيق نظام التجارة الإلكترونية.

1.3. مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

رغم أن الجزائر لازالت متأخرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلا أنها حققت تقدما نسبيا مشجعا فهي

حسب تقرير الإتحاد العالمي للاتصالات لسنة 2017 من بين ثلاث دول في العالم أكثر تقدما فيما يخص مؤشر تنمية

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لسنة 2017 (المرتبة 102) بقيمة 4.67 وتقدمت بأربعة مراتب مقارنة بسنة 2016 (المرتبة

106) بقيمة 4.32 وعشر مراتب مقارنة بسنة 2015 (المرتبة 112) بقيمة 3.74 (بغداد 2019)، وبالفعل هو تقدم كبير وهو

راجع للأهمية التي توليها الجزائر في استراتيجياتها من أجل بناء مجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي من خلا تبنيها إستراتيجية

الجزائر الإلكترونية.

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر البنية التحتية الأساسية لإقامة التجارة الإلكترونية وإتمام مختلف

الأعمال الإلكترونية، واعترافا بالدور الهام الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بذلت مختلف دول العالم ومنها

الجزائر جهودا كبيرة لنشرها وجعلها في متناول الأفراد والأسر، ولكن بالرغم من النمو المضطرد الذي شهدته تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات في الجزائر تبقى الجهود المبذولة ضعيفة خاصة بالمقارنة مع البلدان التي هي جزء من اقتصاد المعرفة،

وسوف نحاول تسليط الضوء حول مرتبة الجزائر الإقليمية والدولية من خلال مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في

الجدول الموالي:

الجدول 1: مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لسنة 2017

المرتبة العالمية	المرتبة الإقليمية	الدولة
31	01	البحرين
39	02	قطر
40	03	الإمارات العربية المتحدة
54	04	المملكة العربية السعودية
62	05	سلطنة عمان
64	06	لبنان
70	07	الأردن
71	08	الكويت
99	09	تونس
100	10	المغرب
102	11	الجزائر
103	12	مصر

المصدر: تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات، 2017.

من خلال الجدول السابق نلاحظ بأن الجزائر تأتي في المرتبة 11 أي المرتبة ما قبل الأخيرة مقارنة بالدول العربية بالنسبة لمؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتأتي في المرتبة 103 عالميا ضمن تصنيف الإتحاد الدولي للاتصالات من بين 176 دولة، وهذا دليل على أن الجزائر تعتبر من بين الدول المتأخرة في هذا المجال.

2.3. مؤشر شبكة الهاتف الثابت:

سوف نقوم هنا بتسليط الضوء حول مؤشر شبكة الهاتف الثابت وذلك من خلال إظهار تطور عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت، اشتراكات الهاتف الثابت السكنية والمهنية، ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة، ذلك باعتبار الاشتراك في الهاتف الثابت بمثابة عنصر من عناصر البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.

الجدول 2: مؤشرات شبكة الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2010-2017

السنوات	عدد مشكري الهاتف	اشتراكات الهاتف	اشتراكات الهاتف الثابت	نسبة ولوج شبكة
2010	3.026.469	2.450.952	575.517	%38.30
2011	3.131.065	2.604.135	526.930	%39.07
2012	3.231.332	2.702.818	529.214	%41.57
2013	3.138.914	2.692.289	446.625	%41.23
2014	3.098.787	2.669.241	429.564	%40.04
2015	3.267.592	2.832.238	435.354	%41.65
2016	3.404.709	2.967.737	436.972	%43.40
2017	3.130.090	2.743.961	386.129	%35.76

المصدر: مؤشرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، نقلا عن الموقع:

<https://www.mpttn.gov.dz> بتاريخ: 2019/11/29.

من خلال الجدول السابق نلاحظ بأن العدد الإجمالي لمشكري الهاتف الثابت في الجزائر خلال السنوات الثمانية يتجه نحو الاستقرار النوعي، حيث فاق الثلاث ملايين مشترك، كما عرفت الجزائر سنة 2017 الاستغناء عن تكنولوجيا الهاتف الثابت اللاسلكي الذي كان مخصص للمناطق الريفية وذلك راجع إلى إستراتيجية الدولة بتزويد هذه المناطق ببنية تحتية للاتصالات أكثر تطور. كما أن اشتراكات الهاتف الثابت السكنية تهيمن من حيث العدد بالمقارنة مع اشتراكات الهاتف الثابت

المهنية خلال السنوات الثمانية حيث وصلت نسبتها إلى 87.66% من إجمالي عدد المشتركين، أما اشتراكات الهاتف الثابت المهنية قد عرفت انخفاضا من سنة إلى أخرى وهذا راجع إلى التوجه نحو تكنولوجيا الهاتف النقال. كما عرفت نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسر انخفاضا خلال سنة 2017 حيث بلغت 35.76% وهذا راجع دائما للتوجه نحو تكنولوجيا الهاتف النقال.

3.3. مؤشر شبكة الهاتف النقال:

تم فتح سوق الهاتف النقال للمنافسة بالجزائر إثر إصدار القانون رقم 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات، وينشط حاليا 03 متعاملين للهاتف النقال داخل السوق الجزائرية، وسوف نحاول إعطاء صورة حول مؤشر شبكة الهاتف النقال باعتبارها عنصر من عناصر البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.

الجدول 3: مؤشرات شبكة الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2012-2018

السنوات	عدد المشتركين في	عدد المشتركين في	عدد المشتركين في	نسبة ولوج شبكة
2012	37.527.703	-----	-----	99.28%
2013	39.517.045	308.019	-----	102.40%
2014	43.298.174	8.509.053	-----	109.62%
2015	43.227.643	16.684.561	-----	107.40%
2016	47.041.321	25.214.732	1.464.811	113.35%
2017	49.845.665	23.701.023	10.968.495	121.05%
2018	51.490.146	19.239.448	20.621.452	121.93%

المصدر: مؤشرات تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، نقلا عن الموقع: <https://www.mpttn.gov.dz> بتاريخ: 2019/11/29.

من خلال الجدول السابق نلاحظ بأن شبكة الهاتف النقال في الجزائر شهدت تحسنا ملحوظا، حيث تجاوزت نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال 98% سنة 2016، وهذا ما يفسر الارتفاع المستمر لعدد المشتركين حيث وصل إلى 51,49 مليون مشترك سنة 2018 مقابل 49,87 مليون مشترك سنة 2017 أي بزيادة قدرها 3.3%.

بدأت خدمة الهاتف النقال الجيل الثالث 3G في الجزائر في ديسمبر 2013، وفي شهر واحد فقط تم تسجيل 308.019 مشترك، وتضاعف هذا الرقم 27 مرة في سنة 2014، وفي عام 2017 وصل إلى أكثر من 23 مليون مشترك، في حين انخفض عدد المشتركين عام 2018 ليصبح 19 مليون وهذا يفسر باتجاه المشتركين نحو خدمات الجيل الرابع 4G والذي بدأت الخدمة بهذا الجيل يوم 1 أكتوبر 2016، حيث تم تسجيل أكثر من 10 مليون مشترك في الجيل عام 2017 ليرتفع بعد ذلك عام 2018 ليصبح أكثر من 20 مليون مشترك أي ارتفاع بنسبة 50% تقريبا.

4.3. مؤشر شبكة الانترنت:

سوف نحاول هنا تسليط الضوء حول مؤشرات شبكة الانترنت في الجزائر وذلك باعتبارها أحد أهم عناصر أو أدوات التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال الجدولين الذين سيأتيان لاحقا واللذان سيتم التطرق فيما إلى كل من طول الألياف البصرية، عدد البلديات الموصولة بالألياف البصرية، عدد مشكري الانترنت السلكي (ADSL)، عدد مشكري الانترنت الجيل الرابع للهاتف الثابت.

الجدول 4: مؤشرات شبكة الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2012-2017

السنوات	طول الألياف البصرية (كم)	عدد البلديات الموصولة بالألياف البصرية	عرض نطاق الانترنت الوطنية (مغ/ثانية)	عرض نطاق الانترنت الدولية (ميغا/ثانية)
2012	46231	1000	130000	104448
2013	50800	1081	172021	166000
2014	61556	1229	3408000	278000
2015	70700	1321	390000	485155
2016	76514,56	1477	-----	630150
2017	81872	1541	801000	810155

المصدر: نقلا عن الموقع: <https://www.mpttn.gov.dz> بتاريخ: 2019/11/29.

من خلال الجدول نلاحظ أنه في إطار عصنة البنية التحتية والخدمات، تتواصل عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية، ففي أواخر عام 2017 تم ربط كل البلديات بشبكة الألياف البصرية، ومن أجل تلبية حاجيات مستخدمي الانترنت الجزائريين وكذا تقديم خدمة ذات نوعية، لم يتوقف النطاق الوطني عن التطور بحيث بلغ في أواخر عام 2017 حوالي 801000 (ميغابايت/ثانية) وأصبح قريبا من النطاق الدولي الذي بلغ حوالي 810155 (ميغابايت/ثانية).

الجدول 5: مؤشرات تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2013-2017

السنوات	مستخدمي الانترنت الثابت ADSL	مستخدمي الجيل الرابع الثابت 4G LTE	مستخدمي WIMAX	إجمالي مستخدمي الانترنت الثابت	نسبة كثافة الانترنت
2013	1.283.241	-----	179	1.283.420	-----
2014	1.518.629	80.693	216	1.599.538	25.60%
2015	1.838.492	423.280	233	2.262.005	46.00%
2016	2.083.114	775.792	661	2.859.567	69.14%
2017	2.246.727	919.368	621	3.166.907	82.06%

المصدر: نقلا عن الموقع: <https://www.mpttn.gov.dz> بتاريخ: 2019/11/29.

من خلال الجدول في الأعلى نلاحظ أنه بالنسبة لشبكة الانترنت في الجزائر فقد بلغ العدد الإجمالي للمستخدمين 3.16 مليون مشترك في أواخر سنة 2017، من بينهم 919 ألف مشترك في الجيل الرابع للهاتف الثابت، وهذا الأخير قد عرف تطور كبير منذ ظهوره سنة 2014 إلى غاية سنة 2017، ومن جهة أخرى بالنسبة لكثافة الانترنت في الجزائر بالنسبة للعدد الإجمالي للسكان فقد تطورت أيضا بشكل كبير حيث بلغت سنة 2017 نسبة 82.06%.

5.3. قانون التجارة الإلكترونية:

صدر القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في العدد 28 من الجريدة الرسمية، ويأتي هذا القانون في مواد الأولى ليتطرق إلى السلع والخدمات الممنوع بيعها عبر التجارة الإلكترونية، وذلك بشكل قطعي، نظرا لحساسيتها، ولطبيعة المجتمع الجزائري وأعرافه، وذلك مثل المشروبات الكحولية، لعب القمار، المنتجات الصيدلانية،... إلخ-www.android.com s.d). وفي إطار هذا القانون فإن العقد الإلكتروني هو نفسه العقد بمفهوم قانون 23 جوان 2004 الذي يحدد

القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني، أما بالنسبة للمستهلك الإلكتروني فإن الأمر يتعلق بكل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني، أما المورد الإلكتروني فهو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع والخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية، كما حدد القانون طرق الدفع الإلكتروني باعتبارها وسيلة دفع تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية(www.elkhabar.com بلا تاريخ).

كذلك من أهم ما تضمنه هذا القانون هو أن التسجيل في السجل التجاري وتحديد موقع على شبكة الانترنت يعتبران شرطان أساسيان لممارسة التجارة الإلكترونية، كما يتم إنشاء سجل وطني للممومنين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري في المركز الوطني للسجل التجاري الذي يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني (التعريف الضريبي والعنوان ورقم الهاتف، عدد السجل التجاري، الضمان التجاري، ...) (عمورة 2019).

4. تحليل النتائج:

لقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والمتمثلة فيما يلي:

- لازالت البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ضعيفة مقارنة بالدول المتقدمة من خلال ضعف تدفق الانترنت من جهة، حيث تحتل الجزائر المرتبة 176 في سرعة الانترنت، وكذا ارتفاع تكلفة الانترنت مقارنة بدول أخرى مجاورة من جهة أخرى، هذا ما يثبت عدم صحة الفرضية الأولى والثانية.
- مازال هناك قلة الوعي التكنولوجي لدى الفرد الجزائري هذا ساهم بشكل كبير إلى أن يكون استخدام الانترنت من طرف الجزائريين في المجال الترفيهي دون استخدامها في المعاملات التجارية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرابعة.
- رغم صدور القانون 18-05 والذي ينظم التجارة الإلكترونية، إلا أن شروط ممارسة التجارة الإلكترونية التي جاء بها صارمة جدا بحث قد تعيق انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر، هذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.
- رغم توجه أغلب البنوك في الجزائر إلى إصدار وسائل دفع إلكترونية إلى أنه ليس هناك استعمال لها من طرف المحلات التجارية، وهذا راجع ربما لارتفاع تكلفة استعمالها من جهة، وتميزها بعدم الأمان من جهة أخرى، هذا ما يثبت عدم صحة الفرضية الخامسة.

5. خاتمة:

تعتبر الجزائر من بين الدول المتأخرة في مجال تطبيق نظام التجارة الإلكترونية، رغم المجهود المبذول من طرف السلطات المعنية من أجل توفير البيئة الملائمة للتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال تحسين خدمات الانترنت السلكية من خلال اعتماد نظام الألياف البصرية وظهور خدمات الجيل الرابع لانترنت الهاتف النقال ودخولها حيز التطبيق سنة 2016، وكذا مؤخرا في سنة 2018 صدور قانون رقم 18-05 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلا أنه مازال هناك نقص في مجموعة من المقومات التي تقف أمام انتشار تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، وهذا ما يمكن تلخيصه في النتائج التالية:

- ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر.
- ارتفاع تكلفة تكنولوجيا الاتصالات سواء السلكية أو اللاسلكية في الجزائر.
- قلة الوعي التكنولوجي لدى الفرد الجزائري.

- صعوبة تطبيق قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- عدم انتشار استعمال وسائل الدفع الإلكتروني من طرف المحلات التجارية في الجزائر. وتبعاً للنتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة يمكننا ذكر أهم الاقتراحات في النقاط التالية:
- التركيز على تحسين البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات، سواء من خلال سرعة تدفق الانترنت أو من خلال تكلفتها.
- محاولة تطوير نظام الدفع الإلكتروني من أجل إتمام القيام بالعمليات الإلكترونية في وقت قصير وبأمان وسرية.
- محاولة نشر الوعي وثقافة وأهمية التجارة الإلكترونية بين أفراد المجتمع وكذا المزايا المترتبة من تطبيقاتها.

6. قائمة المراجع:

- Bitouzet, C. *le Commerce électronique*. Paris: Hermes, 1999.
- Lambin, Jean-Jacques. *Marketing stratégique et opérationnel du marketing à l'orientation-marché*. 7 éme. France: DUNOD, 2008.
- ابراهيم بختي. *التجارة الإلكترونية- مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق في المؤسسة-*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- أسامة معمري، جمال عمورة. "واقع ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر بين التأطير القانوني وتحديات التطبيق -دراسة تحليلية-". *مجلة الأبحاث الاقتصادية*، جوان، 2019.
- الجريدة الرسمية. "المادة 6 القانون رقم 18-05". *الجريدة الرسمية*. رقم 28. 16 مايو، 2018.
- ثناء أبو زيد. "واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربيا ومحليا". *مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية*، 2005.
- صراع كريمة، كربالي بغداد. "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000-2018". *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، جوان، 2019.
- عبد الحق ماني. "واقع تنظيم التجارة الإلكترونية وحماية المستهلك في الجزائر". *مجلة تنوير*، جوان، 2018.
- عبد الرحمان فطناسي، أحمد فنيديس. "مفهوم التجارة الإلكترونية، تقديرها وبيان مدى أهميتها". *الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون 18-05*. جامعة 8 ماي 1945 قالمة: كلية الحقوق والعلوم السياسية، 8 أكتوبر 2019.
- عبد الصبور عبد القوي علي مصري. *التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية*. المملكة العربية السعودية: مكتبة القانون والاقتصاد، 2012.
- عبد الهادي مسعودي، لخضر لعروس. "تقييم واقع التجارة الإلكترونية واستعمالات البطاقات الإلكترونية بالجزائر". *مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي*، سبتمبر، 2017.
- علي فلاق، محمد بولصنام. "أثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد". *الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية*. خميس مليانة، 13-14 مارس 2012.
- مصطفى يوسف كافي. *التجارة الإلكترونية*. دمشق، سوريا: دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، 2010.
- ناصر خليل. *التجارة والتسويق الإلكتروني*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2008.
- www.android-dz.com. (accès le 11 30, 2019).
- www.elkhabar.com. (accès le 11 30, 2019).

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA: (يجب كتابة هذه العبارة)

عادل عرقابي، وآخرون (السنة 2021)، مقومات تطبيق نظام التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 04، العدد 01، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر، الصفحات.