

دراسة تحليلية لواقع البنية التقنية للتجارة الالكترونية في الجزائر

*An analytical study of the reality of the technical structure of electronic commerce in Algeria*مخلوف عبد القادر^{1*}، بوشنافة الصادق²¹ جامعة يحي فارس المدية (الجزائر)، مخير التنمية المحلية المستدامة، makhlouf.abdelkader@univ-medea.dz² جامعة يحي فارس المدية (الجزائر)، saddek_bouchenafa@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/01/31

تاريخ القبول: 2022/01/18

تاريخ الاستلام: 2021/12/03

ملخص:

تعد البنية التقنية واحدة من أهم محددات التجارة الالكترونية ففي أي بلد تطور هذه البنية يعكس نجاحها، لذلك نهدف من خلال هذه الدراسة إلى التطرق لواقع البنية التقنية للتجارة الالكترونية في الجزائر من خلال عرضنا لأهم مؤشرات هذه البنية والبيانات الخاصة بها وتحليلها.

خلصنا من خلال هذه الدراسة إلى أن الجزائر بذلت مجهودات معتبرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لكن تبقى غير كافية خاصة في مجال نوعية الانترنت، وكذلك فيما يخص وسائل الدفع الإلكتروني فهي مازالت بعيدة عن المستوى الذي يضمن تطبيق التجارة الإلكترونية بشكل ناجح، فهذه الأخيرة مرتبطة بمدى توفر وتطور البيئة التقنية سواء من انترنت أو وسائل الدفع الإلكتروني المتطورة.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية؛ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ الانترنت؛ وسائل الدفع الإلكتروني.

Abstract:

The technical structure is one of the most important determinants of e-commerce in any country the evolution of this structure reflects the development of the latter, so we aim through this study to address the reality of the technical structure of e-commerce in Algeria by presenting the most important indicators of this structure and its data and analysis.

Through this study we concluded that Algeria has made significant efforts in the field of information and communication technology, but these efforts remain insufficient, especially in the field of Internet quality, as well as in the field of electronic payment methods, as it is still far from the level that guarantees the successful application of electronic commerce. The availability and development of the technical infrastructure, whether from fast internet or advanced electronic payment methods.

Keywords: E-Commerce; Information and Communication Technology; The Internet; Electronic Payment Methods.

1. مقدمة :

في ظل ما يعرفه العالم تغيرات كبيرة في مجال البيئة الاقتصادية والتكنولوجية خلال القرن الماضي وبداية القرن الجديد، والتي جاءت نتيجة التسارع والتطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال استخدام التقنيات الحديثة في مجال الاتصال، مما أدى إلى ظهور ثورة في هذا المجال ومن مظاهرها استخدام الشبكة العالمية للمعلومات واستخدام أجهزة الحاسوب المتطورة واستخدام الهاتف الذكي في أغلب المعاملات اليومية.

يعد قطاع التجارة من أكثر القطاعات كان لها نصيب كبير من هذا التطور حيث ظهرت التجارة الإلكترونية التي أصبحت من سمات العصر الحديث، ومن أهم عوامل نجاحها هو تطور قطاع الاتصالات في جميع التعاملات، حيث يوجد في العالم توجد أكبر خمس أسواق للتجارة الإلكترونية وهي الولايات المتحدة الأمريكية، والصين، واليابان، وكوريا بحيث تحتل هذه الدول المراتب الأولى عالميا في مؤشر التكنولوجيا، حيث تحتكر ما نسبته 82% من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم.

والجزائر كغيرها من دول العالم تسعى لتبني التجارة الإلكترونية وبالتالي تحسين قطاع الاتصالات من خلال الجهود المبذولة والاستثمارات الموجهة لقطاع التكنولوجيا لأنه قطاع مهم جدا من أجل تبني التجارة الإلكترونية.

1.1. إشكالية البحث: من خلال ما تقدمنا به يمكن صياغة الإشكالية الرئيسة البحث :

ما هو واقع البنية التقنية للتجارة الالكترونية في الجزائر ؟ ومن اجل الإحاطة أكثر بالموضوع نطرح

التساؤلات التالية؟

- ✓ ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ؟
- ✓ ما هي أهم الفوائد التي تقدمها التجارة الالكترونية ؟
- ✓ كم يبلغ عدد مشتركى الهاتف في الجزائر ؟
- ✓ إلى أي حد وصل تغطية شبكة الألياف البصرية في الجزائر ؟

2.1. فرضيات البحث:

- ✓ تعمل الجزائر منذ سنوات على انشاء بنية تقنية للتجارة الإلكترونية لكن تبقى هذه المحاولات غير كافية مقارنة بالدول العربية المجاورة التي حققت تطورا كبيرا في هذا المجال.
- ✓ نقصد بتكنولوجيا المعلومات والاتصال هي كل توظيف للتقنية من اجل معالجة المحتوى الذي يراد توصيله.
- ✓ بلغت الجزائر أشواط في عدد مشتركى الهاتف النقال بينما يبقى عدد مشتركى الهاتف الثابت ضعيف

مقارنة بعدد السكان.

✓ استطاعت الجزائر أن تغطي كامل بلدياتها بما فيها بعض المناطق الحدودية.

3.1. أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في الوقوف على دور البنية التقنية كأهم محددات للتجارة الإلكترونية في أي بلد، باعتبارها القاعدة الأساسية لإضفاء الجانب الرقمي للاقتصاد، إذ أصبحت التجارة الإلكترونية من صفات الاقتصاد الحديث الذي يعكس التطور في أي دولة، مما يساعد على الانفتاح بسرعة أكبر على العالم نتيجة سرعة المعاملات المالية عبر الإنترنت سواء بين الأفراد أو المؤسسات.

4.1. أهداف البحث: نهدف من خلال هذا البحث إلى التعرف على مدى امتلاك الجزائر للبنية التقنية اللازمة لاستخدام التجارة الإلكترونية في الاقتصاد وأهم المشاريع التي أنجزت من أجل إرساء دعائم تطبيق التجارة الإلكترونية في المعاملات الاقتصادية، محاولة منا تقديم بعض الحلول التي تساهم بشكل فعال في انتهاج سياسة ديناميكية تتماشى والتطورات الحاصلة في العالم في الجانب التقني والتكنولوجي من المعاملات الاقتصادية وذلك من أجل الخروج من دائرة التأخر في تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر باعتبارها وسيلة من وسائل تنمية التجارة خارج المحروقات.

5.1. منهج الدراسة: من أجل الإجابة عن الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي فاعتمدنا مجموعة من الكتب في تقديم تعاريف ومفاهيم تخص الدراسة بالإضافة إلى تقديم إحصائيات للبنية التقنية للتجارة الإلكترونية وتقديم تحليل لها.

6.1. هيكل البحث: لمعالجة موضوع دراستنا والإحاطة بجميع جوانبه ارتأينا تقسيم البحث إلى:

المحور الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المحور الثاني: مفاهيم أساسية للتجارة الإلكترونية.

المحور الثالث: وضعية البنية التقنية للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

7.1. الدراسات السابقة:

صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران، سنة 2003.

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم مفهوم للتجارة الإلكترونية من خلال التطرق لخصائصها وطرق السداد فيها بالإضافة لمعرفة واقعها في الجزائر عن طريق دراسة وتحليل إحصائيات متعلقة بالبنية اللازمة لقيام هذا النوع من التجارة كالأترنت والصيرفة الإلكترونية ومدى توظيفها. وقد خلصت هذه الدراسة أن التجارة

الالكترونية لم تجد مكانة لها بعد في الجزائر رغم كل المجهودات المبذولة من طرف الدولة بإقامة مشاريع ضخمة من اجل النهوض بالبنية التحتية للاتصالات لتوفير البيئة اللازمة لاعتماد هذا النوع من التجارة في الجزائر.. فضيلة بوطورة، وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد 02، 2020،

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل التجارة الالكترونية حيث تعتبر هذه الأخيرة عاملا لا بد منه من اجل تطبيق هذا النوع من التجارة، وقد توصلت هذه الدراسة كون تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عاملا مهما لاستخدام التجارة الالكترونية وانتشارها بالاعتماد على مجموعة من الوسائط كالحاسوب والانترنت وبطاقات الدفع الالكتروني وغيرها، كما استخلص أن الجزائر تعاني من عدة معوقات تقف أمام انتشار التجارة الالكترونية.

2. المحور الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعريف البنية الإلكترونية: وتشمل البنية التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية، وتشمل هذه البنية كل من قطاع المعلومات والاتصال (LCT)، وهي تشمل شبكة الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصالات التي تكون من صفاتها السرعة والدقة والكفاءة، إضافة لتوفر قطاعات قادرة على إنتاج تقنية المعلومات، فهذه البنية تمثل البنية التحتية الإلكترونية التي تساعد على استخدام الانترنت والاستفادة منها في مجال التجارة. (محمد الخليل وزياد الكريم، 2009)

2.2. **تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها "تلك تستخدم لبناء نظم المعلومات التي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات لدعم احتياجاتها في مجال اتخاذ القرارات والعمليات التشغيلية في المؤسسة، وتتضمن تكنولوجيا المعلومات والبرامج الفنية والبرامج الجاهزة وقواعد البيانات، وشبكات الربط بين العديد من الحواسيب وعناصر أخرى ذات علاقة". (الرحمان، 2005)

3. المحور الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

2.3. **تعريف البنية الإلكترونية:** وتشمل البنية التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية، وتشمل هذه البنية كل من قطاع المعلومات والاتصال (LCT)، وهي تشمل شبكة الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصالات التي تكون من صفاتها السرعة والدقة والكفاءة، إضافة لتوفر قطاعات قادرة على إنتاج تقنية المعلومات، فهذه البنية تمثل البنية التحتية الإلكترونية التي تساعد على استخدام الانترنت والاستفادة منها في مجال التجارة. (محمد الخليل وزياد الكريم، 2009)

2.4. **تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:** تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها " تلك

الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات التي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات لدعم احتياجاتها في مجال اتخاذ القرارات والعمليات التشغيلية في المؤسسة، وتتضمن تكنولوجيا المعلومات والبرامج الفنية والبرامج الجاهزة وقواعد البيانات، وشبكات الربط بين العديد من الحواسيب وعناصر أخرى ذات علاقة". (الرحمان، 2005)

1.2.2. أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال: تتمثل أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجموعة من النقاط نوجزها فيما يلي: (رييحة، 2018)

- ✓ الإنتاجية: إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصة منها الحاسوب النقل والانترنت تحفز الانتاجية بالمؤسسة من حيث البحث والتطوير ومن حيث التسويق ومن جميع القطاعات؛
- ✓ دخول المعلومة: تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأن يكون السوق أكثر فاعلية بحيث يسمح للمستهلك بالبحث وإيجاد الأسعار المناسبة كما يسمح للمؤسسات بالحصول على معلومات عن الموردين كما يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التخفيض من تكاليف المبادلات ومن حواجز الدخول؛
- ✓ العولمة: بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبح بالإمكان تخزين وإرسال كم كبير من المعلومات والبيانات المهمة وإرسالها الى أماكن مختلفة بتكلفة ضئيلة وعلى سبيل المثال عولمة الأسواق مالية؛
- ✓ الابتكار: إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تسرع في عملية الابتكار وكسر الروتين، فهي تسهل معالجة كميات كبيرة من المعلومات والبيانات في اسرع وقت ممكن وتتخذها لخلق منتج جديد وعرض خدمات جديدة؛
- ✓ تحويل العالم إلى قرية كونية صغيرة: فأصبح التواصل بين الناس بالصورة والصوت والكتابة وهذا ما يشعروهم بالقرب من بعضهم حتى ولو كانت تفصلهم آلاف الأميال عن بعضهم البعض؛
- ✓ تعبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن تطور الدول؛
- ✓ تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قوة عسكرية للدولة كونها تستطيع حماية حدودها من خلال تعقب العدو والتصنت على اتصالاته.

3.2. تعريف الانترنت: " تعرف بأنها مجموعة من أجهزة الحاسب الآلي المرتبطة ببعضها البعض بطريقة تمكن من تبادل المعلومات باستخدام التكنولوجيا الحديثة."

كما عرفت على أنها شبكة عالمية تربط عدد كبير من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة

الأنواع والصفات، وتكمن فائدة الانترنت في كونها وسيلة يستخدمها الأفراد والمؤسسات للتواصل وتبادل المعلومة.

1.3.2. خصائص وتطبيقات الانترنت: توجد لهذه الشبكة خصائص عديدة نذكر منها: (برهان وخطاب، 2008)

- ✓ **تقليل التكلفة:** تتيح الانترنت للشركات شراء برنامج واحد تعمل عليه كل أقسام الشركة ولا داعي لشراء برنامج لكل موظف فيمكن استخدام برنامج نفسه لأكثر من موظف؛
- ✓ **توفير الوقت:** المعلومات تصل في سرعة خيالية لكل من يحتاج المعلومة بغض النظر عن المكان الموجود فيه.
- ✓ **تقليل الجهد:** عن طريق استخدام شبكة الانترنت يمكن تنفيذ العمليات دون تكرارها؛
- ✓ **السرعة:** تصل الرسالة الإلكترونية في غضون فترات قصيرة لأي شخص في العالم؛
- ✓ **المرونة:** نستطيع إرسال رسائل أخرى من الرسالة نفسها مثل مخططات، صور، فيديو؛
- ✓ **القبول:** استخدام الانترنت في العالم أصبح يلقي قبول كبير نتيجة لاختزلها للوقت والجد والتكلفة فبدل أن نرسل رسالة في البريدي العادي نرسلها في البريد الإلكتروني ونوفر جهد ومال.

3. المحور الثاني: ماهية التجارة الالكترونية

1.2. **تاريخ التجارة الالكترونية:** على عكس الاعتقاد الشائع، فقد ظهرت التجارة الالكترونية قبل ظهور شبكة الويب الدولية بفترة طويلة، ويمكن القول أن أبسط تعريف للتجارة الإلكترونية هو أنها "تجارة تتم عبر أي وسيط إلكتروني." وباستخدام هذا التعريف، فأن حتى استخدام التليفون أو الفاكس في إجراء المعاملات التجارية يدخل ضمن مفهوم التجارة الالكترونية. وهو ما يعني انه في كل مرة تستقبل أحد الكتالوجات من خلال البريد ثم تقوم باستخدام التليفون أو الفاكس في إرسال أمر الشراء الخاص بك فانك تقوم بعقد صفقة تنتمي الى التجارة الالكترونية. (حداد، 2004)

حدثت ثورة كبيرة في مجال الأعمال نتيجة للتطورات السريعة والمتلاحقة التي فرضتها العولمة الاقتصادية وما اكبتها من ظهور الإنترنت وانتشار الشركات العابرة للقارات وزيادة معدلات انتقال رؤوس الأموال بين الدول والاستثمارات الأجنبية المباشرة - التي بلغت 712 مليار دولار أمريكي عام 2005 وقد نتج عن ذلك ظهور نماذج وتطبيقات الأعمال الإلكترونية التي تربط جميع عمليات المنظمة الكترونيا حتى تستطيع تلبية احتياجات العملاء في الوقت المناسب وبالجودة والسعر المناسبين. (الصيرفي، 2009)

2.3. تعريف التجارة الإلكترونية:

من وجهة نظر الاتصالات: فإن التجارة الإلكترونية "هي عملية توصيل السلع والخدمات والمعلومات والدفع عبر شبكات الحاسوب والانترنت، أو عبر أية طريقة إلكترونية أخرى". (الخفاف، 2016)

كما تعرفها منظمة التجارة العالمية: تعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها "مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكة الانترنت". (شاهين، 2017)

كما تعرف على "أنها مزيج من التكنولوجيا والخدمات للإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية تبادل المعلومات داخل الشركة وبين الشركة والشركات الأخرى المماثلة من جهة وبين الشركة والعملاء من جهة ثانية". (مصطفى كافي، 2017)

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نعرف التجارة الإلكترونية على أنها تجارة حديثة تكون مختلف مراحلها إلكترونياً من عرض للسلعة والتفاهم حول السعر وتسليم المنتج وتسديد ثمن المنتج مبنية أساساً على جهاز حاسوب أو هاتف ذكي مربوط بشبكة الانترنت.

3.3. أهمية وفوائد التجارة الإلكترونية:

1.3.3. الأهمية: تعد التجارة الإلكترونية من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق

أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقاً، بالطرق التقليدية والسبب يعود إلى ما يلي: (القطار، 2016)

✓ **انخفاض التكلفة:** كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جداً في السابق، حيث أن الإعلان عن المنتج يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والجرائد أما الآن فيمكن تسويقه عن طريق شبكة الإنترنت وبتكلفة ضئيلة جداً؛

✓ **تجاوز حدود الدولة:** كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق، وإن رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاريف كبيرة وغير مضمونة العائد، أما الآن فتستطيع الشركة إطلاع الجميع على منتجاتها دون تكلفة إضافية تذكر، خاصة أن شبكة الإنترنت دخلت جميع الدول.

2.3.3. الفوائد: ينتج عن استخدام التجارة الإلكترونية تحقيق مجموعة من الفوائد نذكر منها:

(مصطفى، 2009)

✓ **تفصيل المنتج حسب رغبات الزبون:** حيث يمكن من خلال استخدام تكنولوجيا الرقمية مميزة تنافسية أن توفر المؤسسة طلب للزبون حسب رغباته لأن الزبون يطلب المنتج أو الخدمة من الموقع حسب احتياجه وميوله؛

✓ **ظهور نماذج جديدة للأعمال:** ظهرت نماذج جديدة للأعمال نتيجة استخدام تطبيقات التجارة

الإلكترونية حيث وفرت مزايا إستراتيجية جديدة ودعمت أرباح الشركات، مثل المزاد الإلكتروني، تحالف الشركات الصغيرة لشراء كميات كبيرة من المواد الأولية مقابل أسعار منخفضة، تجارة المعلومات؛

✓ **دعم الاختصاص في بيع المتوجات:** بواسطة التجارة الإلكترونية بدأت تظهر موقع إلكترونية Websites متخصصة لبيع منتجات محددة لم يكن في السابق بيعها بمفردها ذا جدوى اقتصادية مثل موقع Dogtoys.com المتخصص في بيع الدمى للأطفال، حيث يوجد عدد كاف من الزبائن حول العالم لشراء مثل هذه المنتجات؛

✓ **سرعة الوصول للسوق:** ساهمت تطبيقات التجارة الإلكترونية من سرعة تحويل الأفكار والإبداعات الابتكارية إلى منتجات نهائية في الأسواق نتيجة الاستفادة من التطوير الحاصل في الاتصال وظهور قنوات تعاون وتنسيق جيدة؛

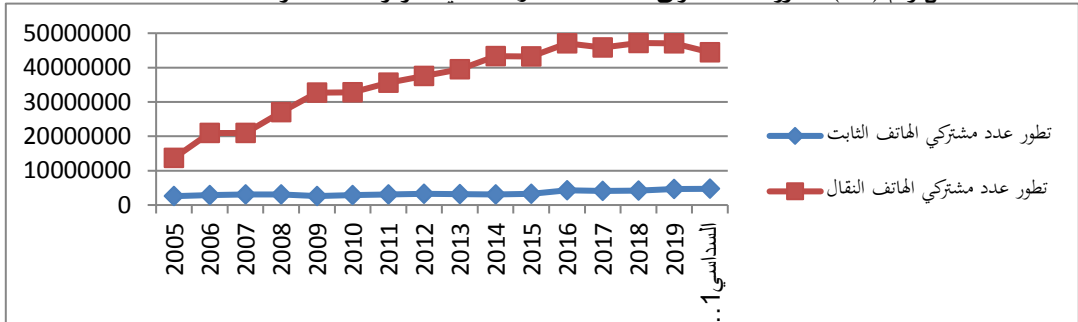
✓ **تحسين العلاقة مع الزبائن:** أدت التجارة الإلكترونية الى تقرب المنظمات من زبائنها والاستماع لانشغالاتهم حول منتجاتها من خلال إجراء الاتصالات الشخصية معهم، وقيام المنظمة بإنتاج منتجات وخدمات تتلاءم وطلباتهم وحاجاتهم الشخصية ويكون هذا الاتصال خصوصا باستخدام البريد الإلكتروني مما عزز زيادة ولاء الزبون لمنتجات المنظمة وتوطيد علاقة بينهم؛

✓ **تحديث معلومات عن المنظمة باستمرار:** حيث بعد استخدام التجارة الإلكترونية أصبح بإمكان المنظمة أن تطرح اي جديد فيما يخص منتجاتها أو تحديث التكنولوجيات، أو تغطية أخبار صفقاتها ووصولها لأسواق جديدة من خلال عرضها على موقعها الإلكتروني.

4. المحور الثالث: وضعية البنية التقنية للتجارة الالكترونية في الجزائر.

1.4. تطور عدد مشتركى الهاتف النقال والثابت في الجزائر:

الشكل رقم (01): تطور عدد مشتركى الهاتف النقال والثابت في الجزائر خلال الفترة 2005-2020



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (committed to connecting the world)

* (تقرير التنمية لسوق الهاتف والانترنت في الجزائر للسداسي الاول 2020، 2020)

من خلال قراءتنا للمنحنى البياني أعلاه، يظهر لنا أن تطور الهاتف الثابت في الجزائر يتجه نحو الاستقرار

بأوالى 4 ملالين مشترك، وهى ظاهرة طبعىة ءاصلة فى أغلب الدول، والسبب هو ءوءه المواءن إلى ءكولوجىا الهاءف النقال.

ءىء عرفت سنة 2017 انءاضا طفىفا فى عءء المشتركىن مقارنة بالسنوات السابقة، كما شهد عءء مشتركى الهاءف الءاب فى الءزائر نمو إىجابى ءلال السءاسى الأول من سنة 2020 مسءلا بذلك نمو طفىفا قءر ب 1,57% لىنقل من 4,6 إلى 4,7 ملوىن اشءراك.

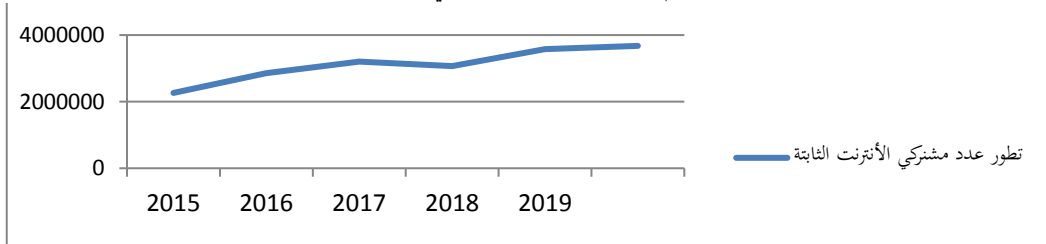
وىفسر انءفاض عءء المشتركىن فى الهاءف الءاب فى الءزائر رءاءة البنىة الءءىة للهاءف الءاب والأعطال الءى ىعرض لها بالإضافة إلى البىروقراطىة الممارسة من أجل الءصول على ءط هاءفى ءاب فى ءىن ىءءء العكس فى سوق الهاءف النقال فى الءزائر.

ومن ءهة أخرى نلاحظ من ءلال الشكل الببائى أن ءطور الهاءف النقال فى الءزائر عرف ءءسنا كبرىا، ءىء بلع عءء مشتركى الهاءف النقال 44 ملوىن مشترك فى السءاسى الأول من 2020 بعءما كان عءء المشتركىن 12 ملوىن مشترك فى سنة 2005 أى بزيادة ءقءر بأءثر من ءلاء أضعاف وهو رقم كبرى ءءا، أما فىما ىءص الءباب النسبى بن سنئى 2015/2014 فى ءءوء 43 ملوىن مشترك ىفسر باءءظاظ السوق وءشبعه ءم لىرءفع عءء المشتركىن سنة 2016 إلى 47 ملوىن مشترك وهذا الارئفاع كان سببه الرئىسى هو إءلاق ءءمة الءىل الرابع 4G فى 2016/10/01.

ىمءل عءء مشتركى الهاءف النقال فى الءزائر بأءثر من 45 ملوىن مشترك وهو رقم كبرى ءءا اءءلء به الءزائر المراءب الأولى فى القارة الإفرىقىة من ءىء عءء المشتركىن فى الهاءف النقال هذا الارئفاع كان ناءء عن السىاسة الءى انءهءءها الءكومة الءزائرىة بإصءارها قانون رقم 2000-03 المورء فى 2000/8/5 المءءء للقوقاء العامة المءعلقة بالبرىء والمواصلاء، ءىء ىنشط فى الءزائر ءالىا ءلاء مءعاملىن، وبلع عءء الاسءءماراء فى الهاءف الءاب النقال ءوالى 613 ملوىن ءولار أمرىكى سنة 2017.

2.3. ءطور عءء مشتركى الانترنت فى الءزائر:

الشكل رقم (02): ءطور عءء مشتركى الانترنت الءابىة



المصءر: من إءءاء الباءءىن بالاعءماء على (ءقبرىء الءمىة لسوق الهاءف والانءرنء فى الءزائر للءاسى الأول 2020، 2020)

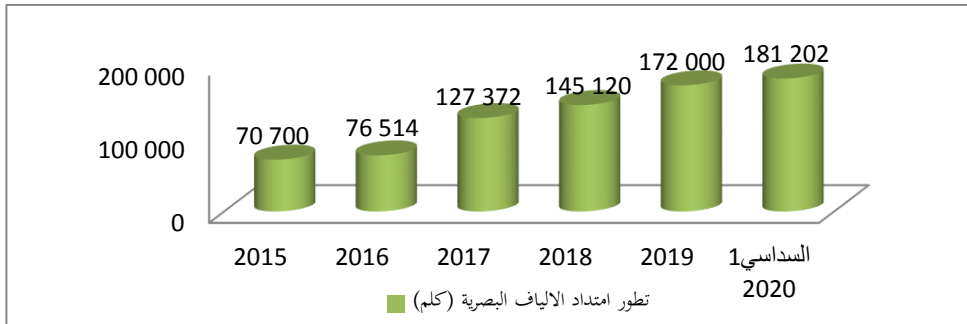
بناءا على الشكل الببائى أعلاه نلاحظ أن عءء مشتركى الانترنت الءاب فى الءزائر ىءطور بوتىرة بطىئة،

حيث بلغ الفارق بين المشتركين في الفترة الممتدة من 2015 إلى السداسي الأول من 2020 حوالي 1.4 مليون مشترك فقط وهو عدد قليل مقارنة بعدد سكان الجزائر.

كما نلاحظ ارتفاع في عدد المشتركين في نهاية السداسي الأول لعام 2020 بزيادة قدرها 2.6% مقارنة بـ 2019، ويعود هذا النقص إلى ضعف تدفق الانترنت حيث نجد أن الجزائر تحتل مراتب متأخرة عالميا في ترتيب سرعة تدفق الانترنت وفقا لدراسات عالمية في هذا المجال.

3.4. تطور امتداد الألياف البصرية:

الشكل رقم (03): تطور امتداد الألياف البصرية:



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (تقرير التنمية لسوق الهاتف والانترنت في الجزائر للسداسي الأول 2020، 2020) بخصوص عصنة البنية التحتية وتحسين الخدمات تتواصل الجهود المبذولة لتمديد شبكات الاتصال بالألياف البصرية في الجزائر، حيث بلغ طول الألياف البصرية في السداسي الأول من سنة 2020 181200 كلم مسجلة زيادة قدرت بـ 4,79% مقارنة بالسداسي الأول للسنة التي قبلها. وعرفت 2016-2017 أكبر فترة تطور لامتداد الألياف البصرية حيث بلغت 76514 كلم سنة 2016 لتصل 127372 كلم سنة 2017 مسجلة بذلك زيادة قدرت بـ 66,46% حيث تفسر هذه الزيادة بإطلاق خدمة الجيل الرابع G4 في تلك الفترة، حيث غطت الألياف البصرية كل بلديات الوطن البالغة 1541 بلدية بما فيها المناطق الحدودية.

الجدول رقم 01-01: أنواع الاشتراكات في خدمة الانترنت النقال باستثناء مفاتيح الانترنت و(M2M)

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

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

إن عدد اشتراكات الانترنت الهاتف النقال G3 تتناقص من سنة إلى أخرى هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن عدد مشتركى الانترنت النقال في G4 تتزايد ومنه نفسر أن النقص في مشتركى الجيل الثالث ناتج عن الزيادة الحاصلة في عدد مشتركى الجيل الرابع الذي ينتقل إليه المشتركين للحصول على نوعية جيدة من الانترنت النقال، إذ بلغ عدد إجمالي مشتركى الانترنت النقال في الجزائر أكثر من 36 مليون مشترك في السداسي الأول من عام 2020 بارتفاع طفيف قدر بـ15% مقارنة بـ 2019 وهو رقم كبير مقارنة بعدد اشتراكات في الانترنت الثابت.

الجدول رقم 01-02: نشاطات الدفع عبر الانترنت في الجزائر

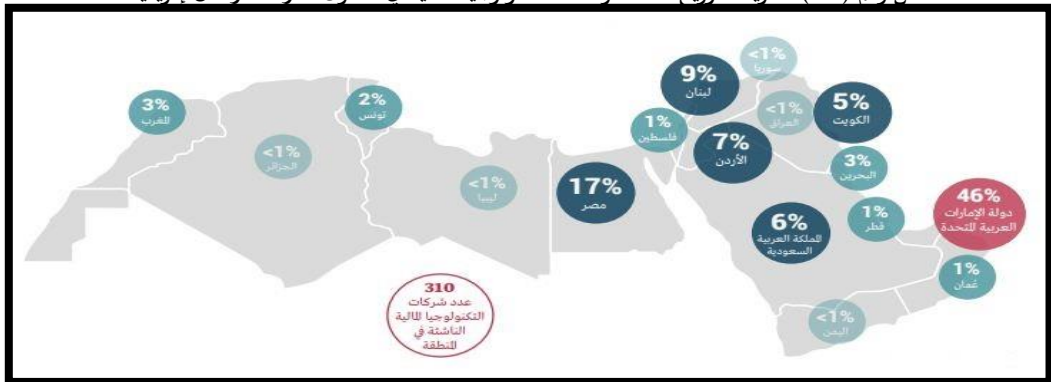
السنة	هاتف / اتصالات	نقل	تأمين	كهرباء/ماء	خدمة إدارية	خدمات	العدد الإجمالي للمعاملات	المبلغ الإجمالي
2016	6 536	388	51	391	0	0	7 366	15 009 842,0
2017	87 286	5 677	2 467	12 414	0	0	107 844	267 993 423,4
2018	138 495	871	6 439	29 722	1 455	0	176 982	332 592 583,28
2019	141 552	6 292	38 806	24 32	5 056	0	202 480	503 870 361,61
2020	4 210 28	11 350	4 845	85 676	68 395	213 175	4 593 96	542 372 707,80

المصدر: تجمع نقد الجزائر (تجمع نقد الجزائر ، 2021)

نلاحظ من خلال الجدول أن عمليات الدفع عبر الوسائط الإلكترونية محدود جدا وقليل مقارنة بعدد سكان الجزائر ويتركز جل معاملات الدفع الإلكتروني على تسديد فاتورة هاتف والاتصالات بدرجة أولى ثم تليها تسديد فاتورة الكهرباء والماء ثم تليها تأمين وباقي معاملات موزعة بين الخدمات الإدارية والنقل. بدأ التعامل بالدفع الإلكتروني في الجزائر منذ أكتوبر 2016 بعد مرور ثلاث سنوات نجد أن عدد المعاملات التي تخص الدفع عبر الوسائط الإلكترونية لم يتعدى 4 593 960 معاملة بمبلغ إجمالي قدر بـ 5 423 727 074,80 دج سنة 2020 وهو رقم ضعيف جدا مقارنة ببعض الدول المجاورة مثل تونس والمغرب.

1- تطور عدد شركات التكنولوجيا المالية الناشئة في الجزائر لسنة 2018

الشكل رقم (04): خريطة توزيع عدد شركات التكنولوجيا المالية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا



المصدر: (تقرير المشاريع التكنولوجيا المالية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا نسخة 2019، 2019)

نلاحظ من خلال الشكل الذي يوضح توزيع عدد شركات التكنولوجيا المالية في منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط ما يلي:

احتلت دولة الإمارات العربية المركز الأول في عدد شركات التكنولوجيا المالية الناشئة لسنة 2018 بمعدل يقدر بـ 46% من العدد الإجمالي لهاته الشركات في منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط ثم تليها مصر بـ 17% من إجمالي عدد الشركات المالية الناشئة في منطقة شمال إفريقيا والشرق الأوسط. وهذه الدول التي كانت صاحبة أكبر عدد من الشركات الناشئة نجدها دول حققت نجاحا واسعا في التجارة الإلكترونية فالإمارات العربية من الدول الرائدة في التعامل بالتجارة الإلكترونية وهي تحتل المرتبة الأولى في المنطقة.

في حين أن الجزائر تملك أقل من 1% من عدد شركات التكنولوجيا المالية الناشئة وهو نفس عدد الشركات الذي تملكه دول لا تملك مؤهلات الجزائر مثلا ليبيا واليمن وفلسطين وسوريا دول تتخبط في مشاكل والحروب وتملك ما تملكه الجزائر في هذا المجال، ومنه يتوجب على حكومتنا انتهاج سياسة ناجعة من أجل النهوض بمجال التكنولوجيا المالية وحتى يتسنى لها مواكبة التطورات الحاصلة في العالم.

4. خاتمة:

عملت الجزائر على غرار دول العالم على تحسين ظروف استخدام التجارة الإلكترونية وذلك من خلال توفير بيئة تقنية انطلاقا من الهاتف الثابت والنقل وشبكة الانترنت وغيرها من المقومات التي تساعد على إرساء ظروف تضمن استخدام التجارة الإلكترونية على أكمل وجه الأمر الذي ينعكس بالإيجاب على الاقتصاد الوطني ومن خلال هذه الدراسة التي قمنا بها توصلنا إلى النتائج التالية:

- قطعت الجزائر أشواطاً كبيرة فيما يخص تطور عدد المشتركين في الهاتف النقال حيث نجدها تحتل مراتب متقدمة من حيث عدد المشتركين في الهاتف النقال على مستوى القارة الإفريقية؛
- ضعف سرعة تدفق الانترنت في الجزائر مقارنة بدول الجيران تونس المغرب مثلا التي عرفت تطورا كبيرا في سرعة الانترنت، وان ضعف سرعة وتدفق الانترنت في الجزائر يحول دون تطور التجارة الإلكترونية كون الانترنت محمدا مهم لتطور التجارة الإلكترونية؛
- رغم كل المجهودات المبذولة في مجال الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل الجزائر الى أنها تبقى غير كافية للنهوض بالقطاع على أحسن وجه؛
- مزال المجتمع الجزائري تقليدي في تعاملاته المالية ولا يقبل على استعمال وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة؛

الاقتراحات:

- توفير بنية تقنية حديثة ومتطورة: يكون بالقضاء على كل الشبكات التالفة والرديئة وتعويضها بشبكات حديثة تماشى والتطور الذي يحدث في العالم سواء بالنسبة للانترنت الثابتة عن طريق تحسين شبكاتها او

بالنسبة للإنترنت خاصة بالهاتف نقال بإدخال أحدث التقنيات من أجل مواكبة التطور الحادث في العالم، حيث نجد أن مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر بلغ (4.67) في حين بلغ متوسط هذا المؤشر على مستوى العالم (5.11) وهذا يدل على أن الجزائر رغم مجهوداتها لا تزال بعيدة كل البعد على التطور الحاصل في العالم؛

- إقامة شراكة مع دول لها تجارب ناجحة في المجال: وهذا من أجل الاستفادة من تجارب دول رائدة سواء في مجال تطوير تكنولوجيا الاتصال أو برمجيات، أو الدول التي تعتبر رائدة في مجال التجارة الإلكترونية مثلاً دولة الإمارات العربية المتحدة للاستفادة من خبراتها وهذا ما سعت له بعض دول الجوار مثل ما قامت به مؤخراً دولة حيث أبرمت اتفاقية مع موقع عالي بابا الصيني الشهير من أجل النهوض بالتجارة الإلكترونية في البلد؛
- التكوين البشري النوعي في المجال: من أهم العوامل التي تساعد على التطور في مجال ما هو وجود ترسانة بشرية ذات تكوين عالي وهذا ما نحتاجه في الجزائر، نحتاج فريق بشري متطور قادر على حماية مواقع والتصدي لأي تهديد إلكتروني؛
- نشر الوعي التكنولوجي: وذلك من خلال تحسيس المواطن بضرورة استخدام هذه التكنولوجيا الاتصال لأغراض مفيدة مثل استخدام التجارة الإلكترونية التي أصبحت اليوم ضرورة أكثر منها حاجة، حيث نجد الجزائر متأخرة كثيراً في مجال استخدام التجارة الإلكترونية فحسب مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) لعام 2017 احتلت الجزائر المرتبة 97 من بين 144 دولة في مؤشر التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والمستهلك النهائي وهي مرتبة متأخرة كثيراً؛
- إصدار تشريعات جديدة: أهم التحديات التي تواجه استخدام التجارة الإلكترونية هي عدم وجود قانون واضح من شأنه إدارة وتنظيم التجارة الإلكترونية؛
- استحداث وسائل دفع الإلكترونية جديدة: تعرف وسائل الدفع الإلكترونية في العالم تطور كبير الأمر الذي يحتم علينا مواكبة هذا التطور؛
- خفض في أسعار الإنترنت.

قائمة المراجع

- sustainable development. تاريخ الاسترداد 06 11 2021، من *committed to connecting the world* goals: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- sustainable development. تاريخ الاسترداد 06 11 2021، من *committed to connecting the world* goals: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
- ابو زلطة محمد الخليل، والقاضي زياد الكريم. (2009). مدخل للتجارة الإلكترونية. الاردن: مكتبة المجتمع العربي.

- تجمع نقد الجزائر . (2021). تاريخ الاسترداد 10 11 2021، من : GIE MONETIQUE
/https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet
- (2019). تقرير المشاريع التكنولوجية المالية في الشرق الاوسط وشمال افريقيا نسخة 2019. ابو ظبي: منصة ماجينت.
- ثابت عبد الرحمان ادريس. (2005). نظم المعلومات الادارية في المنظمات المعاصرة. الاسكندرية مصر: الدار الجامعية.
- ثابت عبد الرحمان. (2005). نظم المعلومات الادارية في المنظمات المعاصرة. مصر: الدار الجامعية.
- خيرى مصطفى. (2009). التجارة الالكترونية. عمان: دار لمسيرة للنشر والتوزيع.
- عماد حداد. (2004). التجارة الالكترونية. مصر: دار الفاروق للنشر والتوزيع.
- محمد الصيرفي. (2009). التجارة الالكترونية. مصر: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.
- محمد عبد الله شاهين. (2017). التجارة الالكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو. مصر: دار حمير للنشر.
- محمد نور برهان، وعز الدين خطاب. (2008). التجارة الالكترونية. مصر: الشركة العربية لمتحدة للتسويق والتوريدات.
- مديرية الاحصاء الدراسات والاستشراف. (2020). تقرير التمية لسوق الهاتف والانترنت في الجزائر للداسي الاول 2020. الجزائر.
- مها مهدي الخفاف. (2016). التجارة الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي. الاردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- نبار ربيحة. (2018). تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - الخصائص والتاثيرات-. مجلة الباحث ، 7 (2)، 91.
- هاني وجيه العطار. (2016). التجارة الالكترونية. الاردن: الاكاديميون للنشر والتوزيع.
- هبة مصطفى كافي. (2017). التجارة الالكترونية. الجزائر: الفا للتوثيق.