

اتجاهات الجزائر نحو التجارة الالكترونية
 دراسة ميدانية على عينة المؤسسات الجزائرية
Algerian trends toward e-commerce
A field study on a sample of Algerian institutions

أ. سهام معاش جامعة باتنة - 1 الحاج لخضر

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد اتجاهات الجزائر نحو التجارة الالكترونية، من خلال واقع بنيتها التحتية، وأهم مظاهرها في الجزائر، وتم إجراء دراسة ميدانية على عينة تتكون من 32 مؤسسة جزائرية، توصلت إلى جملة من النتائج أهمها: أن المؤسسات الجزائرية لم تصل إلى مستوى البيع باعتماد الدفع الالكتروني. وتم تقديم بعض التوصيات أبرزها: تفعيل وسائل الدفع الالكتروني، وضرورة تنظيم التجارة الالكترونية بنصوص قانونية.

الكلمات المفتاحية: الجزائر، الانترنت، التجارة الالكترونية.

Abstract:

This study aims to identify Algerian trends toward e-commerce, through the reality of the infrastructure, and the most important manifestations in Algeria, and for this field study was conducted on a sample consisting of 32 Algerian institutions. The study found a number of results, including: the Algerian institutions didn't accede the bying that based on e-paiment. Some of the recommendations were presented including: activate the means of e-paiment, And the need to regulate e-commerce legal texts.

Key words: Algeria, Internet, e-commerce.

مقدمة:

شكل ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة (NTIC) محور تحول نتج عنه ظهور نوع جديد من المبادلات التجارية، قوامها التدفق السريع للبيانات واستخدام أنظمة المعلومات، ما ألغى الحدود الزمنية والمكانية، وهو ما أطلق عليه التجارة الالكترونية، ومؤخرا تشهد الجزائر كغيرها من

الدول انتشارا متزايدا في المواقع التجارية على شبكة الانترنت، ما يستوجب تسليط الضوء على التجارة الالكترونية في الجزائر.

إشكالية الدراسة: في ظل تأثر العالم بالتجارة الالكترونية، كان لا بد للجزائر الاستفادة من مزايا هذا النمط التجاري، ومنه تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي:

➤ ما هي اتجاهات الجزائر نحو التجارة الالكترونية؟

تساؤلات الدراسة: اعتمادا على الإشكالية أعلاه يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

✓ ما هو واقع البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر؟

✓ فيما تتمثل أهم مظاهر التجارة الالكترونية في الجزائر؟

✓ ما هي عوائق اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر؟

فرضية الدراسة: للإجابة على الإشكالية والتساؤلات المطروحة وضعت الفرضية الآتية:

➤ إن التجارة الالكترونية في الجزائر متأخرة وتعاني من عوائق تحد من توجه نحوها.

أهمية الدراسة: تستمد الدراسة أهميتها من حيث أنها تتطرق إلى موضوع هام وناشئ هو التجارة الالكترونية التي تعد إحدى سمات الاقتصاد الرقمي، كما أنها جاءت من أجل دراسة السوق الافتراضية الجزائرية، والتطرق إلى عوائق اعتماد هذا النمط التجاري.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تسليط الضوء على واقع التجارة الالكترونية في الجزائر انطلاقا من بنيتها التحتية.

- استعراض تجارب بعض المواقع الجزائرية التي بدأت تنشط في مجال التجارة الالكترونية.

- الوقوف ميدانيا على العوائق التي أدت إلى تأخر الجزائر في اعتماد التجارة الالكترونية.

منهجية الدراسة: للإلمام بالدراسة من الناحية النظرية، تم الاعتماد على مراجع باللغة العربية والأجنبية، أما في الجانب الميداني فتم الاعتماد على المعاينة، بتوزيع استبيان على عدد من مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية وإجراء الاختبارات الإحصائية المناسبة.

أولا- الإطار النظري للتجارة الالكترونية في الجزائر

قبل التطرق إلى التجارة الالكترونية في الجزائر يجب فهم المقصود منها، حيث عرفت أنها «بيع أو شراء السلع أو الخدمات، والتي تتم عبر الشبكات الحاسوبية بواسطة طريقة مصممة خصيصا لهذا الغرض، يتم ترتيب السلع والخدمات بواسطة تلك الطريقة، ولكن الدفع والتسليم النهائي للسلع أو

الخدمات ليس من الضروري أن يتم عن طريق الانترنت. ويمكن أن تكون معاملات التجارة الالكترونية بين المؤسسات، الأسر، الأفراد، الحكومات، وغيرها من المؤسسات العامة والخاصة¹ كما عرفت أنها « كل التبادلات الالكترونية التي تساهم في أنشطة المبيعات والتسويق للشركة والتي تسمح بإدارة العلاقات مع العملاء والموزعين والموردين والشركاء ».²

مما سبق يمكن القول أن التجارة الالكترونية أكثر من مجرد تبادل بين أطراف معينة عبر الانترنت، فهي أسلوب تجاري يعتمد على قدرة المؤسسة على تسويق منتجاتها سواء كانت سلعاً أو خدمات أو أفكار من خلال وسائط الكترونية وخطط تسويقية محكمة.

1- واقع البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر

فيما يلي عرض ملخص للبنية التحتية للتجارة الالكترونية المتوفرة في الجزائر.

1-1- البنية التحتية للانترنت في الجزائر: تم في سنة 2002 ربط الجزائر العاصمة بجزيرة (Palma, Espagne) بكابل "Alpal-2" الذي تبلغ قدرته 160 جيجا في الثانية، وفي 2005 تم الربط بكابل بحري قادم من "مرسيليا" الفرنسية ويتفرع في ثلاثة مدن هي العاصمة، وهران وعنابة، وفي نفس السنة تم ربط مدينة عنابة بالكابل البحري العملاق (SEA-ME-WE-4) بقدرته نقل بيانات تصل إلى 1,28 تيرابايت في الثانية، كما تم ربط الجزائر بشبكة الاتصالات العالمية (SEA-ME-WE-2)، برابط (جنوب شرق آسيا - الشرق الأوسط - أوروبا الغربية).³ وحاليا تعمل اتصالات الجزائر في برنامج لبناء بنية تحتية تتمثل في 20000 كلم من الألياف بحلول عام 2016، تربط 20000 موقع يطلق عليها (idoom)، تقدم في نطاق (DSL) الغير محدود النطاق، في إطار عقود (Telnet Holding)، من أجل تزويد شبكة (WiFi) محلية، كما تسعى الحكومة لتقديم برنامج (MSANs)⁴ لتقديم النطاق العريض إلى المدن التي يبلغ عدد سكانها بين 1000 و 2000 نسمة.⁵ ورغم إطلاق الجزائر للجيل الثالث (3G) في الهاتف النقال والجيل الرابع (4G) في الثابت، إلا أن التصنيف العام لدى الهيئات الدولية يقيها متأخرة، إذ صنفت في تقرير "المنتدى الاقتصادي العالمي حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال والولوج إلى الشبكة" في المرتبة 120 من بين 134 دولة.⁶

1-2- حجم استخدام الانترنت في الجزائر: يعد مؤشر « حجم استخدام الانترنت »⁷ مؤشرا مهما في الاستدلال على انتشار التجارة الإلكترونية في المجتمعات.⁸ ويوضح الجدول التالي إحصائيات حجم استخدام الانترنت في الجزائر:

جدول رقم (01): استخدام الانترنت في الجزائر بالنسبة للكثافة السكانية.

السنة	المستخدمين	الكثافة السكانية	النسبة %	مصدر الاستخدام
2000	50,000	31,795,500	0.2%	ITU
2005	1,920,000	33,033,546	5.8%	ITU
2007	2,460,000	33,506,567	7.3%	ITU
2008	3,500,000	33,769,669	10.4%	ITU
2007	4,100,000	34,178,188	12.0%	ITU
2010	4,700,000	34,586,184	13.6%	ITU
2012	5,230,000	37,367,226	14.0%	IWS
2013	6,404,264	38,813,722	16.0%	ITU
2014	6,669,927	38,813,722	17.2%	ITU
2015	11,000,000	39,542,166	27.8%	IWS

Source: Internet world stats, **Algerian Internet Usage and Population Growth**
(www.internetworldstats.com/af/dz.htm), 23/03/2016, 21:00.

يلاحظ من الجدول رقم (01) أن إجمالي مستخدمي الانترنت في الجزائر ارتفع سنة 2015 بشكل غير مسبوق، بنسبة تساوي 64,91%.

أما وتيرة ومستوى تدفق الانترنت في الجزائر فهي جد بطيئة، حيث تشير آخر تقديرات مؤشر (net) الدولية أن نسبة التدفق في الجزائر تقدر بـ 3,3 ميغابايت في الثانية، بينما تبلغ في المغرب 6,2 وتونس 4,9، وتصل في اليابان إلى 92,48⁹.

1-3- التشريعات الجزائرية لتنظيم المعاملات الالكترونية: نظم المشرع الجزائري لأول مرة الانترنت كنشاط اقتصادي مقنن بموجب المرسوم التنفيذي 98-257 المؤرخ في 25 أوت 1998 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها المعدل بموجب مرسوم تنفيذي رقم 2000-307 المؤرخ في 14 أكتوبر سنة 2000. ويعتبر القانون 03-15 المتضمن الموافقة في الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني في القطاع المصرفي، وذلك في المادة 69¹⁰.

2- مظاهر وتطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر

بدأت ملامح التجارة الالكترونية بالظهور في الجزائر من خلال قيام مختلف المؤسسات العمومية والخاصة بإنشاء مواقع الكترونية خاصة بها، كذلك ظهور العديد من المواقع المختصة في البيع والشراء الإلكتروني والتي تشبه كثيرا المواقع العالمية. كما أن إطلاق وزارة البريد وتكنولوجيا

الإعلام والاتصال مشروع "برنامج الجزائر الالكترونية 2008-2013" ساعد على ظهور بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر، رغم العقبات التي حالت دون تحقيق أهم أهداف المشروع.

2-1- الإعلان عبر الانترنت في الجزائر: الملاحظ في الجزائر هو النمو الكبير للاستثمارات الإشهارية عبر الانترنت من سنة لأخرى فقد بينت دراسة لـ (Med & Com) أن حجم هذه الاستثمارات بلغ سنة 2007 ما قيمته 22 مليون دينار لتحقيق في الثلاثي الثالث من سنة 2008 زيادة بمقدار 18.6 مليون دينار. ووضح نفس التقرير أن المنتجات والخدمات التي تغطي بأكبر قدر من الترويج عبر الانترنت في الجزائر هي: الاتصال والنشر بنسبة تمثل 15%، العقارات 8%، شركات الطيران، الغذاء والسياحة 3% لكل منهما، المعلومات الصحافية 31%، مواقع التغطية المهنية 18%، قطاع السيارات 17%، قطاع الترفيه والشباب 17%، الرياضة وكرة القدم 11%، الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات 7%.¹¹ كما بينت الإحصائيات أنه تم استثمار 502 مليون دينار في سوق الإشهار على الانترنت في الجزائر سنة 2012.¹²

2-2- أنظمة الدفع الالكتروني في الجزائر: بالرغم من أن استخدامات التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تصل إلى مستوى الدفع الالكتروني الفوري، إلا أن عددا من البنوك الجزائرية بدأت في الاهتمام بالأعمال الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة، عن طريق إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية التي أصدرتها بترخيص من الشركات العالمية (MasterCard, VISA) وأهم البطاقات المصدرة:

أ- البطاقة البنكية (CIB): بدأت شركة (SATIM) عام 2006 في مشروع (la carte interbancaire) والتي تؤدي وظيفة مزدوجة هي سحب الأموال من الموزعات الآلية، ودفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي "CIB"، أما البنوك المشاركة في شبكة الدفع الالكتروني بين البنوك هي (BNA, BDL)، إضافة إلى المؤسسات التالية (CPA, BADR, BEA, Cnep-Banque, CNMA Algérie-Poste, Société Générale Algérie, BNP Paribas El Djazair,) Housing bank, AGB, Natixis, Fransa-Banque, HSBC, ABC, ARAB Bank).¹³

ب- بطاقة (CIB-SAHLA) لبنك الخليج الجزائر: بطاقة دفع مريحة وآمنة يمكن استخدامها بعد الموافقة على عملية الشراء بواسطة الرمز (PIN) المخصص لعمليات التجارة عبر الانترنت ورمز

الأمان (CVV) لبطاقة ساهلة، يتم خصم مبلغ المشتريات مباشرة من حساب الزبون بالدينار في بنك الخليج الجزائر، بعدها يرسل الموقع الالكتروني إيصال المعاملة للزبون. كما يسمح بنك الخليج الجزائر بالتعامل ببطاقات الدفع الالكترونية العالمية التالية: (CIB, VISA, MasterCard,)¹⁴. (Union Pay, Discover NAT WORK, Diners Club).

2-3- أشهر مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية: على سبيل المثال لا الحصر هي:

أ- موقع « **epay.dz** »: بنك الكتروني مسجل في السجل التجاري تحت الرقم: 11- B098273900/16، مقره الرئيسي في (25- شارع طرابلس - حسين داي بالجزائر العاصمة)، أعطت له الدولة مقرا في حظيرة "سيدي عبد الله"، ويستضيف "epay" خمسة عشرة شركة يتكفل بإتمام عملية بيع منتجاتها.¹⁵

ب- موقع « **Ouedkniss** »: أول سوق إعلانات الكترونية جزائرية تم إنشاؤه عام 2006 في "القبة" بالجزائر العاصمة، ويتضمن الموقع إعلانات خاصة بالبيع والشراء وحتى الإيجار لكل الأشياء الجديدة والمستعملة، تحتوي على المعلومات الشخصية للمعلنين لتسهيل الاتصال والتواصل معهم، وفي الوقت الراهن يعتبر "واد كنيس" أفضل موقع الكتروني جزائري لبيع السيارات المستعملة.¹⁶

ج- موقع « **Guiddini** »: أنشأ في سنة 2010 من خلال برنامج حاضنة "سيدي عبد الله"، وأصبح الرائد في التجارة الالكترونية في الجزائر، ويعرض الموقع منتجات لشركات متعددة، كما يضم أربعة مواقع متخصصة في التجارة والتسويق الالكترونيين هي: (Winechri, Guiddini Store)،¹⁷ (Guiddini, Choufwechri)

أما بالنسبة لمجموع المواقع الالكترونية الجزائرية التي تحمل نطاق الجزائر (dz) فهي لا تتعدى 5600 من مجموع 80000 موقع، والباقي يحمل اسم نطاق دولي.¹⁸

3- عوائق التجارة الالكترونية في الجزائر

قسمت العوائق التي تحد من توجه الجزائر نحو اعتماد التجارة الالكترونية إلى ما يلي:¹⁹

3-1- **العوائق القانونية:** عدم مرونة أو وجود القوانين واللوائح المنظمة للتجارة في الدولة الجزائرية، وعدم ملائمتها لممارسة تجارة الكترونية.

3-2- **العوائق التقنية:** ضعف البنية التحتية للشبكة الهاتفية الثابتة في الجزائر، بحيث يحتكر المتعامل "اتصالات الجزائر" تقديم الخدمات السلكية واللاسلكية.²⁰ كذلك ضعف البنية التحتية للدفع

الالكتروني واستبدالها بالدفع المباشر عند التسليم، فقد تأخرت البنوك الجزائرية في إصدار وسائل دفع حديثة تماشي مع التطورات التكنولوجية²¹، كما أن عدد بطاقات (CIB) المصدرة سنة 2014 لم يتجاوز 679805 بطاقة، بلغت قيمة صفقات باستخدامها 4644582 في نفس السنة.²²

3-3- العوائق الاقتصادية: يتمثل أهمها في نقص خبرة المؤسسة الجزائرية في الإلمام بشروط ومتطلبات التسويق والمنافسة الخارجيين. وأيضاً الخوف من الولوج في مجال التجارة الالكترونية، خاصة مع وجود شركات وتكتلات عملاقة في السوق الدولية.

3-4- العوائق الثقافية: عدم إدراك أغلبية الجزائريين بالفوائد المتحصل عليها من إدماج الانترنت في النشاطات التجارية، إذ بينت النتائج أن استخدامهم للانترنت ترفيهي، ويتوزع كما يلي: البريد الالكتروني 78,2%، قراءة الصحف 71,6%، شبكات التواصل الاجتماعي 55,3%، تحميل الألعاب والأغاني 50%، مشاهدة الفيديوها 47,5%، الدردشة 45,1% بينما حصلت تطبيقات التجارة الالكترونية مثل: التعليم عن بعد، إعلانات، أعمال وشراكة، خدمات الكترونية على النسب المنخفضة على التوالي 44,5%، 39,8%، 20%، 15,4%.²³

ثانياً: الدراسة الميدانية حول اتجاهات الجزائر نحو التجارة الالكترونية.

1- الإجراءات المنهجية للدراسة

لدراسة اتجاهات الجزائر نحو التجارة الالكترونية، تم القيام بالدراسة الميدانية التالية:

1-1- مجال الدراسة: تمثل المجال المكاني في المواقع الالكترونية للمؤسسات الجزائرية، أما المجال الزمني فحدد بالفترة الممتدة من 10 جوان إلى غاية 05 نوفمبر 2015.

1-2- مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في جميع المؤسسات الجزائرية التي لديها مواقع الكترونية. بينما تتألف العينة من مجموعة عشوائية من المؤسسات الجزائرية التي تنشط في مجالات تجارية متنوعة، وتم توزيع 75 استبيان وبلغ عدد الاستبيانات المستردة 32.

1-3- أداة الدراسة: تم تطوير أداة جمع البيانات ذات العلاقة بالدراسة والمتمثلة في استمارة الاستبيان المكونة من جزأين، الجزء الأول: معلومات عامة حول مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية، خاص بالمعلومات العامة لعينة الدراسة. الجزء الثاني: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر، يحوي الأسئلة (من 01 إلى 08) التي تهدف إلى قياس عوائق التجارة الالكترونية في الجزائر من وجهة نظر المؤسسات.

1-4- صدق أداة الدراسة وثباتها: تم اختبار الصدق الظاهري لأداة الدراسة بالاستعانة بنخبة من المحكمين، وللتحقق من ثبات الأداة تم تطبيق معامل (Cronbach Alpha) على 8 متغيرات حيث بلغت قيمته 0,925 وهي قيمة موجبة الإشارة وتمثل درجة عالية من الثبات والثقة في البحوث الإدارية والإنسانية.

1-5- المعاملات العلمية للأداة: تمت المعالجة بالاعتماد على برنامج (SPSS, version 20) باستخدام الأدوات والأساليب الإحصائية التالية:

- ✓ معامل "ألفا كرونباخ": للتحقق من درجة الثبات والثقة في مقياس الدراسة.
- ✓ التكرارات والنسب المئوية: لوصف مفردات العينة.
- ✓ الوسط الحسابي والانحراف المعياري: لمعرفة الأهمية النسبية.
- ✓ اختبار "T" للعينة الواحدة: لاختبار فرضية الدراسة.

2- المعالجات الإحصائية

2-1- وصف خصائص عينة الدراسة: تم وصف المتغيرات الديمغرافية المدرجة في الجزء الثاني من الاستبيان وهي: (الطبيعة القانونية للمؤسسة، استخدامات الموقع الالكتروني للمؤسسة) بالاعتماد على التكرارات والنسب المئوية، مع استبعاد تاريخ بداية النشاط الالكتروني للحديث عنه ضمن النتائج.

الجدول رقم (02): وصف الطبيعة القانونية للمؤسسة.

البيان	التكرار	النسبة المئوية%
خاصة	24	75,0
حكومية	7	21,9
مشتركة	1	3,1
المجموع	32	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج (spss).

الملاحظ من الجدول رقم (02) أن المؤسسات الغالبة هي الخاصة بنسبة 70% ، تليها الحكومية بنسبة 21,9% وفي الأخير المؤسسات المشتركة بـ 3,1%، ما يدل أن أغلب مبادرات التجارة الالكترونية في الجزائر شخصية فالحكومة لم تسن قانونا خاصا وواضحا بهذا النمط التجاري.

الجدول رقم (03): وصف استخدامات الموقع الالكتروني للمؤسسة.

البيان	التعريف بالمؤسسة	عرض المنتجات	البيع الالكتروني	الدفع الالكتروني	الرسائل الالكترونية	أعمال أخرى
نعم	ت	32	30	20	9	27
	%	100	93,8	62,5	28,1	71,9
لا	ت	0	2	12	23	5
	%	0	6,3	37,5	71,9	28,1
المجموع	ت	32	32	32	32	32
	%	100	100	100	100	100

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج (spss).

تشير نتائج الجدول رقم (03) أن جميع مؤسسات العينة المدروسة تستخدم موقعها الالكتروني في التعريف بالمؤسسة، ونسبة 93,8% تعرض منتجاتها عبره، وهذا يدخل ضمن الترويج الالكتروني، أما المؤسسات التي تقوم بالبيع الالكتروني فعددها عشرون مؤسسة منها تسعة فقط توفر الدفع الالكتروني وهي أدنى نسبة قيمتها 28,1%.

2-2- التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة: من أجل قياس الأهمية النسبية وترتيب العبارات، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة.

جدول رقم (04): وصف عوائق التجارة الالكترونية في الجزائر.

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف	الأهمية
01	عدم كفاية البنية التحتية التكنولوجية.	3,94	1,105	مرتفع
02	الافتقار إلى الأطر القانونية المنظمة.	4,00	0,984	مرتفع
03	ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني.	4,38	0,871	مرتفع
04	قرصنة و/أو اختراق المواقع الالكترونية.	3,16	1,019	متوسط
05	عدم إقبال المستهلك الجزائري.	3,84	1,139	مرتفع
06	نقص اليد العاملة المؤهلة والخبرة.	2,59	1,292	متوسط
07	تطلب البيع الالكتروني الكثير من الجهد.	2,09	0,963	منخفض
08	ارتفاع تكاليف اعتماد التجارة الالكترونية.	2,19	1,120	منخفض
وصف عوائق التجارة الالكترونية في الجزائر		2,273	0,640	منخفض

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج (spss).

الملاحظ من الجدول رقم (04) أن أعلى المتوسطات الحسابية كانت لكل من عبارة « ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني » وعبارة « الافتقار إلى الأطر القانونية المنظمة » حيث قدرت ب 4.38 للعبارة الأولى و 4,00 للعبارة الثانية، بانحراف معيارية صغيرة قدرها 0,871، 0,984 على التوالي، وهذا يدل على اتفاق العينة على أن أكبر عائق يواجه التجارة الالكترونية في الجزائر هو ضعف البنية التحتية الخاصة بالدفع الالكتروني والبنية التحتية القانونية المنظمة للتجارة الالكترونية، كما حصلت العبارات التالية «عدم كفاية البنية التحتية التكنولوجية» و«عدم إقبال المستهلك الجزائري» على متوسطات حسابية مرتفعة تساوي 3,94، 3,84 على التوالي، بانحرافات معيارية أكثر من الواحد. بينما حصلت كل من قرصنة أو اختراق المواقع الالكترونية و«نقص اليد العاملة المؤهلة والخبرة» على متوسطات حسابية قيمتها 3,16، 2,59 بانحرافات معيارية 1,019، 1,292 على التوالي، إذ يلاحظ أن هناك تحفظا من العينة على هذه العوائق كونها تمس خصوصية المؤسسة. وعارضت أغلبية العينة أن «يتطلب البيع عبر الانترنت الكثير من الجهد» حيث سجلت هذه العبارة أدنى متوسط حسابي قدر ب 2,09 بانحراف معياري صغير 0,963.

2-3- اختبار فرضية الدراسة: من أجل الاختبار تم وضع الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الصفرية H_0 : إن التجارة الالكترونية في الجزائر غير متأخرة، ولا تعاني من عوائق تحد من التوجه نحوها عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية البديلة H_A : إن التجارة الالكترونية في الجزائر متأخرة وتعاني من عوائق تحد من التوجه نحوها عند مستوى معنوية 5%.

الملاحظ من الجدول رقم (05) في الصفحة الموالية، وبعد تفحص قيم اختبار العينة الأحادية "T" التي تظهر كبيرة في مجملها حيث بلغت 28,894، أن مستوى الدلالة يساوي 0,000 وهو أقل من مستوى الدلالة 0,05، لذا يتم رفض الفرضية الصفرية، وقبول الفرضية البديلة القائلة «إن التجارة الالكترونية في الجزائر متأخرة وتعاني من عوائق تحد من التوجه نحوها عند مستوى معنوية 5%».

جدول رقم (05): اختبار " T " لعوائق التجارة الالكترونية في الجزائر.

الرقم	العبارات	قيمة t	مستوى الدلالة (sig.)
01	عدم كفاية البنية التحتية التكنولوجية.	20,151	0,000
02	الافتقار إلى الأطر القانونية المنظمة.	23,001	0,000
03	ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني.	28,425	0,000
04	قرصنة و/أو اختراق المواقع الالكترونية.	17,513	0,003
05	عدم إقبال المستهلك الجزائري.	19,090	0,000
06	نقص اليد العاملة المؤهلة والخبرة.	11,360	1,000
07	تطلب البيع الالكتروني الكثير من الجهد.	12,305	0,000
08	ارتفاع تكاليف اعتماد التجارة الالكترونية.	11,050	0,031
	قيمة اختبار T لعوائق التجارة الالكترونية في الجزائر	28,894	0,000

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج (spss).

خلاصة:

أكدت الدراسة أنه رغم توفر بعض البنى التحتية للتجارة الالكترونية إلا أن اتجاهات الجزائر نحوها لا تزال محتشمة لوجود عوائق تقف في الطريق، وبعد إجراء دراسة ميدانية، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات كما يلي:

1 - الاستنتاجات: تم التوصل من خلال الدراسة الميدانية إلى النتائج التالية:

- أغلب المواقع في العينة حديثة منشأة بين سنتي 2006 و 2014 ما يدل على مدى تأخر الجزائر، إذ تعود بدايات التجارة الالكترونية إلى تسعينيات القرن الماضي.

- المواقع التجارية الجزائرية لم تصل إلى مستوى المواقع العالمية التي تعتبر جميع الاستخدامات في الجدول رقم (03) بديهية في نشاطها الالكتروني، كما أن أغلبها تعتمد الدفع باستخدام الحساب البريدي والدفع عند التسليم، لتسهيل وإتمام المعاملات.

- أكبر العوائق التي تواجه التجارة الالكترونية في الجزائر هي عدم توفر البنى التحتية اللازمة لها. كما أن تكاليف اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر غير مرتفعة ولا تحد من التوجه نحوها، خصوصا مع

توفر اليد العاملة المؤهلة والخبرة، وخير دليل على ذلك المواقع الالكترونية التجارية التي صممتها طاقات جزائرية 100%.

2- التوصيات: يمكن اقتراح التوصيات التالية لكل من الدولة والمؤسسات الجزائرية:

- تجسيد مشروع الحكومة الالكترونية والسعي للاندماج في الاقتصاد الرقمي.
- إجراء إصلاحات مصرفية بتعميم وسائل الدفع الالكتروني.
- تنظيم التجارة الالكترونية بنصوص وصيغ قانونية تضمن حماية المستهلك والبائع.
- توعية المستهلك الجزائري وتثقيفه فيما يتعلق بتطبيقات التجارة الالكترونية ومزاياها.

الهوامش والمراجع:

- ¹ - OECD, **OECD Guide to Measuring the Information Society 2011**, OECD publishing, 2011, p 72.
- ² - Jean-Jacques Lambin, **Marketing stratégique et opérationnel Du marketing à l'orientation-marché**, DUNOD, 7^{ème} Edition, France, 2008, p 43.
- ³ - **ALGERIE TELECOM SPA, NOTICE d'information**, visa COSOB N 05-05 du 17/10/2005, p 25.
- ⁴ - **MSAN** : نظام عقدة الوصول المتعددة الخدمات، وفي الجزائر تم تسجيل أكثر من مليوني مشترك في خدمة الانترنت الفائق السرعة ADSL من بينهم 50% استفادوا من نظام MSAN.
- ⁶ - budde.com, **Algeria - Broadband Market Insights, Statistics and Forecasts**, (www.budde.com.au/Research/Algeria-Broadband-Market-Insights-Statistics-and-Forecasts.html?r=51), 05/08/2014.
- ⁶ - حفيظ صواللي، المنتدى الاقتصادي يصنف الجزائر في المرتبة 120: استخدام تكنولوجيا الإعلام بعيد عن اهتمامات الحكومة، (www.elkhabar.com/press/article/83285/#sthash.jUTre6Rt.dpbs), 2016/03/29.
- ⁷ - مؤشر حجم استخدام الانترنت: يتمثل في البنية التحتية للوصول إلى الانترنت، وحسب رأي الباحث يتمثل في أجهزة الكمبيوتر وخطوط الهاتف.
- ⁸ - Michael Minges, **Counting the Net: Internet access indicators**, International Telecommunication Union, Switzerland, p 04.
- ⁹ - ANDROID-DZ, **DÉBIT INTERNET: L'ALGÉRIE DANS LES DERNIERS RANGS**, (WWW.ANDROID-DZ.COM/DEBIT-INTERNET-LALGERIE-DANS-LES-DERNIERS-RANGS-14228), 28/03/2016.

¹⁰ - ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الالكترونية المدنية والتجارية، المؤتمر العلمي المغاري الأول حول المعلوماتية والقانون المنعقد في الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر 2009، أكاديمية الدراسات العليا " طرابلس " 2010/2009، ص ص: 30 - 14.

¹¹ - med & com, **Une évolution de 300%: Le marché de la publicité sur Internet explose en Algérie**, Octobre 2008, (www.algeria.com/forums/computer-internet/24044-le-march%E9-de-la-publicit%E9-sur-internet-explose-en-alg%E9rie.html), 21/08/2014.

¹² - **B.Zohra, Marché algérien de la publicité en ligne: Les professionnels réclament un cadre légal**, (www.pme-dz.com/marche-algerien-de-la-publicite-en-ligne/#!/prettyPhoto), 07/04/2016.

¹³ - S.A.T.I.M, **La Société d'automatisation des transactions interbancaire: Une filiale de 8 banques algériennes**, (www.made-in-algeria.com/data_5/even_detail.php?id=5861) 23/10/2014.

¹⁴ - (www.agb.dz/article-view-111.html), 28/09/2014.

¹⁵ - (www.epay.dz/fr/mall), 19/08/2014

¹⁶ - (www.ouedkniss.com), 29/09/2014.

¹⁷ - (www.guidini.com), 14/09/2014.

¹⁸ - Lynda Mellak, **Seuls 5600 sites avec un nom de domaine en « .dz »**, (www.leconews.com/fr/actualites/nationale/telecoms/seuls-5-600-sites-avec-un-nom-de-domaine-en-dz-10-03-2015-173620_293.php), 27/03/2016.

¹⁹ - إبراهيم بخي، التجارة الالكترونية: مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط: 02، الجزائر، 2002، ص ص 57 - 59.

²⁰ - سمية ديمش، التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير، 2010-2011، جامعة منتوري، قسنطينة، ص ص 275 - 276.

²¹ - سمية ديمش، مرجع سابق، ص 281.

²² - KPMG, **Guide des banques et des établissements financiers en Algérie**, Edition 2015, Kpmg.dz, p 21.

²³ - **l'internet en Algérie**, (huitnet.com/blog/linternet-en-algerie/), 04/04/2016.