

تاريخ القبول: 2023/11/25

تاريخ الإرسال: 2023/06/22

الوضعية الحالية لمؤشرات التجارة الإلكترونية في الجزائر

The state of e-commerce indicators in Algeriaشيتير علال^{1*}¹ المركز الجامعي مرسلي عبد الله تيبازة (الجزائر)، chiter.allal@ cu-tipaza.dz**الملخص:**

تهدف دراستنا إلى تحليل واقع مؤشرات التجارة الإلكترونية ومدى مساهمتها في تنويع الاقتصاد الجزائري، كما تهدف إلى عرض فرص تطوير التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها. توصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية في الجزائر في نمو مستمر بفضل تطور عدد مستخدمي الإنترنت والانتشار الكبير للهواتف الذكية بين السكان ، إلا أنّ فعاليتها لا تزال دون المستوى المطلوب، مما يعكس ضعف مساهمتها في الاقتصاد الوطني، كما تشير النتائج إلى أن المعوقات التي تبطئ نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر ترجع أساساً إلى ضعف الدفع الإلكتروني ونقص الموارد المؤهلة إضافة إلى القيود البيئية، والاقتصادية. بالمقابل أوصت الدراسة بضرورة إعادة بناء نمط التخطيط وتطوير البنية التحتية الرقمية في الجزائر كونها تعتبر محركاً للنمو والإنتاجية و التنافسية بين الشركات والدول .

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، الدفع الإلكتروني ، البنية الرقمية، الاقتصاد الوطني، الجزائر

تصنيفات JEL : E42, F43, L81 .

Abstract:

This study aims to analyze the reality of e-commerce indicators and their contribution to the diversification of the Algerian economy, thus presenting the opportunities for the development of e-commerce and the challenges of its development. The study concluded that e-commerce in Algeria is growing steadily thanks to

* المؤلف المرسل

the growth in the number of Internet users of Smartphones, except that its efficiency is still meager, which reflects its low contribution to the national economy. The results also indicate that the obstacles hindering the growth of e-commerce in Algeria are mainly due to the weakness of electronic payment and the lack of qualified resources as well as environmental and economic constraints. The study recommended the need to rebuild the mode of planning and development of digital infrastructures in Algeria, as they are considered as an engine of growth, productivity and competitiveness between companies and countries.

Keywords: electronic commerce, digital infrastructure, electronic payment, national economy, Algeria .

JEL Classification Codes : L81, F43, E42

مقدمة:

أصبحت التجارة الإلكترونية الميزة السائدة وأحد أهم أنشطة الاقتصاد الرقمي لاسيما في أعقاب جائحة كوفيد19 ، إذ ساهمت في جعل العالم قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود ..وفقًا لأحدث تقرير (Statista (2020 ، من المتوقع أن تصل عائدات التجارة الإلكترونية العالمية إلى حوالي 2.276 تريليون دولار أمريكي في عام 2020 ، ومن المرجح أن تصل إلى 3،102.8 تريليون دولار أمريكي بحلول عام 2024 ، كما بلغت حصة التجارة الإلكترونية في سنة 2019 مايقاب 14.1% من إجمالي مبيعات التجزئة العالمية حوالي 22% في سنة 2022.

الجزائر مثل العديد من البلدان الأخرى في العالم ، تعتبر الرقمنة من الحلول المقترحة من أجل تنويع وتعزيز اقتصادها. من الجدير بالذكر أن تطوير مصطلح التجارة الإلكترونية في البلد مزال في بدايته ومتواضع، ويتطلب مستويات كبيرة مقارنة بمستوى التكنولوجيا المتاحة حاليًا في الجزائر. ومع ذلك ،هذا لا يمنع الشركات من الشروع في هذه الطريقة الجديدة للتجارة، إذ حاليًا نلاحظ اهتمام كبير بهذا النوع من

التجارة ، لكن هذا لا يزال غير كاف وبعيد عن التوقعات، بالمقابل تسببت جائحة “كورونا” في تغيير عادات الشراء لدى الجزائريين، وتوجهوا للتجارة الإلكترونية نظرا للأوضاع التي أملتتها ظروف الإغلاق- الحجر الصحي-. لا توجد أرقام وإحصائيات دقيقة عن حجم ونم و التجارة الإلكترونية في الجزائر لكن مؤشراتها وملامحها تظهر جليا في مختلف جوانب هذا النوع من التجارة فعلى سبيل المثال ظهر العديد من المواقع الإلكترونية على اختلاف اهتماماتها بل ولقيت اهتماما عميقا من قبل مستخدم و الانترنت في الجزائر مثل موقع واد كنيس .COM. OUEDKNISS في ضل هذه الافكار المقدمة والمعطيات الراهنة، تتمثل الاشكالية الرئيسية في : ما هو واقع مؤشرات التجارة الإلكترونية وما مدى مساهمتها في تنويع الاقتصاد الجزائري؟ وعلى ضوء هذه الاشكالية يمكن طرح أسئلة فرعية:

- ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، وماهي أهم التحديات التي تواجهها.
- ماهي أهم مؤشرات التجارة الإلكترونية وهل لها اثر إيجابي على النشاط الاقتصادي الجزائري
- ما هو مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر في ضل التحولات الراهنة.
- فرضيات الدراسة: لغرض الإجابة على جل التساؤلات اعتمدنا على الفرضيات التالية:
- تعتبر التجارة الإلكترونية ركيزة أساسية في تنويع الاقتصاد الجزائري ،
- الجزائر لديها الرغبة في إحداث تغيير في صيرورة النشاط الرقمي وتطوير التجارة الإلكترونية
- تتمتع التجارة الإلكترونية في الجزائر بمزايا اقتصادية و اجتماعية، إلا انها مازلت تعاني من عدة معوقات.
- أهمية واهداف الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تلعبه التجارة الإلكترونية في نمو اقتصاديات الدول وزيادة القدرة التنافسية وتأثيرها على كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ، كما تكمن أهميتها في إيجاد وسائل حديثة تتماشى مع العصر الرقمي والتي تسمح بدخول الاسواق العالمية لتحقيق اعلى عائد من الأنشطة، الامر الذي دفع الجزائر كغيرها من الدول الى البحث عن الحلول التي تؤهلها للالتحاق بالركب العالمي .يمكن ان نلخص اهداف الدراسة في:
- توضيح معدلات نمو التجارة الإلكترونية في العالم وفي الجزائر ،
- تشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وتحديد نقاط القوة ونقاط الضعف،

- ارساء جملة من النتائج والاقتراحات للمهتمين بالقطاع قصد الاستفادة والاستثمار فيها أكثر.

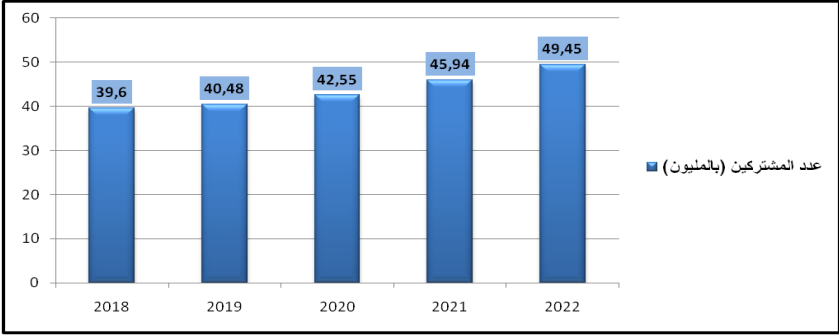
منهجية الدراسة: إرتأينا في هذه الدراسة إلى الاعتماد على مصدرين رئيسيين:

- المنهج الوصفي: استخدام المقالات والبحوث، وتحليل النصوص القانونية والتقارير لغرض تغطية الخلفية النظرية للظاهرة المدروسة؛
 - المنهج الاستقرائي: يتمثل في الدراسة التحليلية، ويشمل تحضير قاعدة بيانات باستخدام معلومات وإحصائيات تم استنتاجها على مستوى المنظمات والهيئات الوطنية والدولية.
2. تطور عدد مشتركى الإنترنت (الثابت والنقال) في الجزائر خلال الفترة(2018-2022)

أصدرت هيئة تنظيم البريد والاتصالات الإلكترونية (ARPCE) أرقامًا تتعلق بتطور عدد مشتركى الإنترنت والهواتف الثابتة والمتنقلة في عام 2021. وبالتالي ، وفقًا لتقرير ARPCE الأخير ، تم تسجيل 45.94 مليون مشترك في الإنترنت الثابت(ADSL) و FTTH و 4G LTE / Wimax والجوال (3G و 4G) في نهاية ديسمبر 2021 مقارنة بـ 42.55 مليون خلال نفس الفترة لعام 2020 بزيادة قدرها 7.97٪.

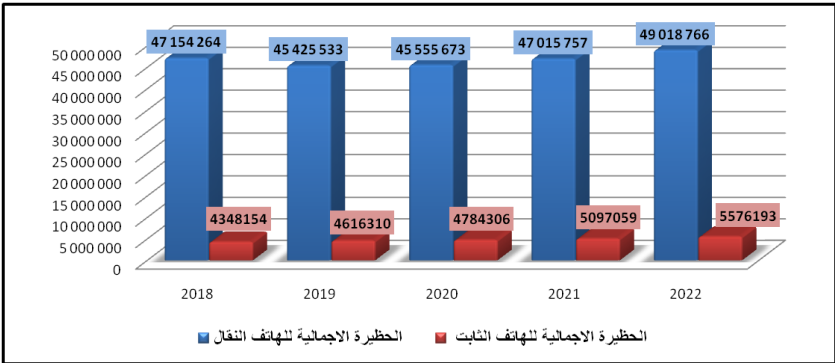
كما سجلت حظيرة المشتركين للهاتف النقال إرتفاعا قدره 4.26 حيث انتقلت من 47 مليون مشترك في نهاية 2021 إلى 49 مليون مشترك نهاية 2022، بالمقابل نلاحظ تسجيل نمو ضئيل في عدد مشتركى الهواتف الثابتة خلال طول فترة الدراسة، وهذا راجع إلى بداية الاهتمام بالبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات و ظهور صورة جديدة للتجارة الالكترونية وهي التجارة عبر الهواتف الذكية.

الشكل 01: تطور الحظيرة الاجمالية لمشاركي الإنترنت (الثابت والنقال) في الجزائر خلال الفترة(2018-2022)



المصدر من إعداد الباحث إنطلاقا من معطيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية 2022 <https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>

الشكل 02 تطور عدد مشاركي الهواتف النقالة والثابتة في الجزائر خلال الفترة(2021-2000)



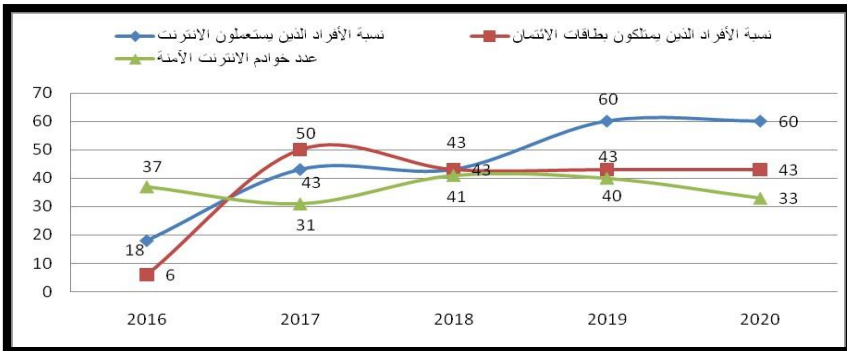
المصدر: من إعداد الباحث إنطلاقا من معطيات سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية 2022 <https://www.arpce.dz/ar/indic/mobile>

من هنا نستنتج أن هذه الأرقام المذكورة أعلاه تعزز فقط فكرة أن الإنترنت قد احتلت مكانة مهمة في حياة الجزائريين، ولا تشير إلى الاستخدام الفعلي للإنترنت في مجال المبادلات والتعاملات الالكترونية ، لذلك من الضروري أيضاً لحاجة الشركات إلى تعزيز وجودها على الويب قصد إرساء انطلاقة قوية للتجارة الالكترونية في البلد.

3. نظرة عامة حول واقع سوق التجارة الإلكترونية في الجزائر

على الرغم من وجود تأخر ملحوظ في مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر إلا أنها لجأت خلال السنوات الأخيرة إلى التبادلات الإلكترونية ما بين المنظمات والزبائن تمثلت في البيع والتجزئة في السوق الإلكتروني. مؤشر B2C للتجارة الإلكترونية في الجزائر يستند على ثلاث مؤشرات فرعية و التي هي نسبة الأفراد الذين يستعملون الإنترنت، نسبة الأفراد الذين يمتلكون بطاقات الائتمان و عدد خوادم الإنترنت الآمنة، و يمكن القول بأن أكبر نسبة مساهمة في مؤشر B2C تعود للأفراد الذين يستعملون الإنترنت، ثم تليها نسبة الأفراد الذين يمتلكون بطاقات الائتمان ثم عدد خوادم الإنترنت الآمنة. في الحقيقة فالتجارة الإلكترونية التي تمارس في الجزائر لا تقي حقاً بالمعايير الحقيقية للتجارة الإلكترونية كما يوحي اسمها وهذا من لحظة عدم وجود معاملة إلكترونية أو غياب وسيلة الدفع الإلكتروني (Makhloufi & Belattaf, SD, p. (220)، كما نلاحظ ضعف مؤشر الجاهزية الإلكترونية للجزائر والتي صنفنا من بين الدول الأقل توصيلاً العالم، فقد احتلت الجزائر المرتبة 117 عالمياً في سنة 2016 وفق مؤشر الجاهزية من بين 139 دولة، كما جاءت مؤشرات الفرعية في مراتب متأخرة، إذ صنفنا في الرتبة 131 عالمياً وفق مؤشر البنية، والرتبة 95 عالمياً وفق مؤشر الجاهزية، والرتبة 125 عالمياً وفق مؤشر الاستخدام (مسلم، صفحة 18)

الشكل 03: تطور المؤشرات الفرعية للتجارة الإلكترونية B2C في الجزائر خلال 2020-2016

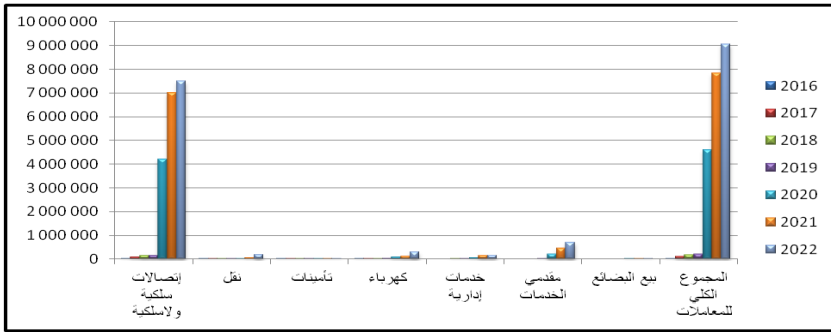


المصدر: من إعداد الباحث بناء على تقارير التجارة و التنمية اونكتاد 2021

4. تطور نشاط الدفع على الإنترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2022

تم استخدام مفهوم الدفع الإلكتروني بشكل صريح في التشريع الجزائري بموجب الأمر 06-05 المؤرخ 23 غشت 2005 المتعلق بمكافحة الاتجار (جمعي، 2017). بلغ عدد البطاقات المتداولة بين البنوك بنسبة 20% في نهاية 2021 مقارنة بسنة 2020، إذ وصل عددها إلى حوالي 11.6 مليون بطاقة، ومن المتوقع ان يصل عدد مستخدمي الدفع الإلكتروني بحلول سنة 2024 الى حوالي 16 مليون مستخدم (سيد احمد، 2006، صفحة 82) . أصبح الدفع عن طريق الإنترنت عمليا في الجزائر منذ أكتوبر 2016، وكانت في المرحلة الأولى مخصصة لشركات توزيع الماء والطاقة " الغاز والكهرباء"، الهاتف الثابت والنقال، شركات التأمين، النقل الجوي وبعض الإدارات (yahiaoui, 2021, p. 394). يوجد حاليا حوالي 291 موقع تجاري خاضع لنظام الدفع عبر الإنترنت عن طريق بطاقة الإنترنت CIB، كما وصل العدد الإجمالي للمعاملات منذ إطلاق عملية الدفع عبر الإنترنت إلى حوالي 21958103 معاملة.

الشكل 4: تطور نشاط الدفع عبر الانترنت حسب القطاعات في الجزائر خلال الفترة (2016-2019)

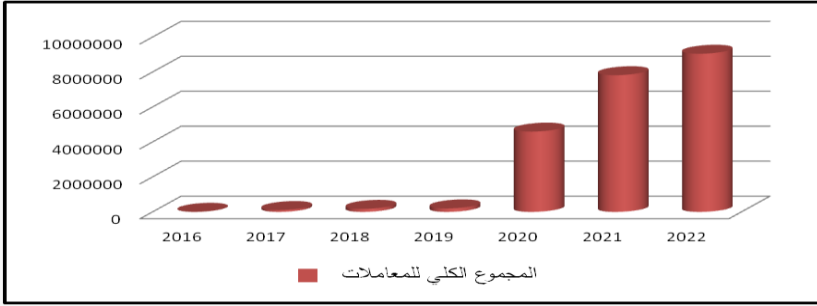


المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي 2022 - <https://www.giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet>

تشير معطيات الشكل إلى أن عدد المعاملات نظام الدفع الإلكتروني البنكي في تزايد مستمر منذ سنة 2016 إلى غاية 2022، كما نلاحظ أن قطاع الاتصالات له النصيب الأكبر من مجموع المعاملات الإلكترونية، كون معظم المعاملات يتم تنفيذها عبر مشغلي الاتصالات وذلك في ظل إنتشار جائحة كورونا، التي ساهمت في انتعاش التجارة الإلكترونية وتطور نظام الدفع الإلكتروني البنكي وتسريع عملية التحول نحو

عالم رقمي أكثر تنافسي. شهد الدفع الإلكتروني تطوراً كبيراً في الجزائر (yahiaoui, 2021, p. 394) ، حيث تم تنفيذ حوالي 602,047 معاملة في سنة 2020 من خلال بطاقتي الدفع CIB و EDHABIA مقارنة بـ 7366 تم إجراؤها في سنة 2016 وفقاً للأرقام المعلنة من قبل GIE Monétique .

الشكل 05: تطور المعاملات الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة (2016-2022)



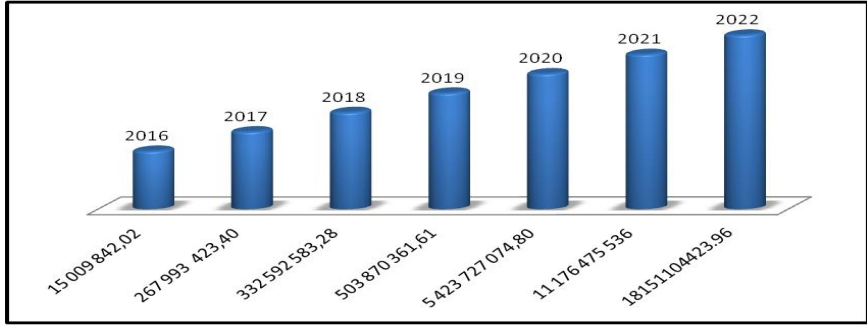
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي 2022

كما واصلت المعاملات الإلكترونية منحها التصاعدي في سنة 2022 ،مستفيدة من التغيير في عادات المستهلكين الجزائريين، الذين يركزون أكثر على السحب من أجهزة الصراف الآلي (+ 50.14%)، كذلك على الدفع عن طريق الإنترنت (+ 114.08% (GIE Monétique, 2021).

1.4 تطور إجمالي قيمة المعاملات الإلكترونية في الجزائر

منذ إطلاق عملية الدفع الإلكتروني في الجزائر، نلاحظ أن حجم المعاملات في تزايد مستمر، ويرجع هذا إلى التطور التكنولوجي وزيادة عدد مستخدمي الإنترنت، من هنا يمكن القول أن إجمالي المعاملات في نمو مستمر بفضل تطور التقنيات الإلكترونية وتطور التجارة الإلكترونية التي تشجع وسائل الدفع أكثر ،وانضمام البريد الجزائري إلى GIE Monétique وتحقيق إمكانية التشغيل البيئي CIB / EDHABIA ، التي دخلت حيز الخدمة في 5 جانفي 2020. (Kassoul & Melki, 2022, p. 453)

الشكل 06: تطور قيمة معاملات الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة (2016-2022)



المصدر: من إعداد الباحث إنطلاقاً من مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الإلكتروني (2022 <https://www.giemonetique.dz/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet>)

5. إشكالية مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

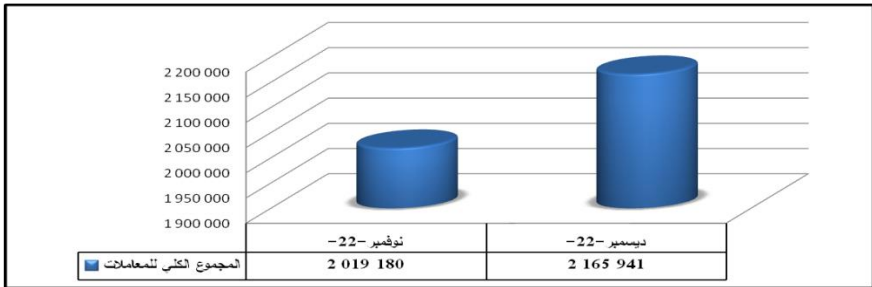
وفقاً لتقرير GIE Monétique ، ارتفع عدد مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من 48 موقع فقط في سنة 2020 إلى 105 في النصف الأول لسنة 2021 ، بزيادة قدرها 118.75% ومن ناحية أخرى شهدت خدمات التوصيل للمنتجات إلى المنازل التي تم شراءها عبر الإنترنت نموًا كبيرًا في البلد ، أين وصلت إلى حوالي 10000 عملية يوميًا خلال فترة الحجر الصحي في سنة 2021. تم إنشاء أول موقع للتجارة الإلكترونية الجزائرية في عام 2010 Guidinni.com ، كما تم إنشاء عدة مواقع أخرى مثل eChrily.com وهو أحد مواقع البيع الإلكترونية الرائدة التي تم إنشاؤها في جويلية 2012. وبعد سنة أشهر ، تم إنشاء موقعين جديدين في الجزائر: موقع Tbeznyss في 12 جانفي سنة 2013 ، وموقع Nchrifenet في 16 جانفي سنة 2013. (BETROUNE R, 2017)، بعدها تم إنشاء موقع شركة Batolis في 2015 ، شركة Yassir في مجال النقل، وحالياً يعتبر موقع Jumia أحد الأسواق الإلكترونية الرائدة في الجزائر (1.5 مليون شخص كل شهر). بالمقابل حسب الخبير الاقتصادي السيد ولد موسى، فإن هذه المواقع التي إنتشرت بكثرة على شبكة الإنترنت في الحقيقة لا تمارس التجارة الإلكترونية ، ولكنها تمارس شكلاً من أشكال التجارة الغير الرسمية ، وأثرها محدود إذ هي مواقع معلومات وإعلان عن المعاملات التجارية عبر الإنترنت (AIT

(ABA, 2019, p. 36). لا تخضع للشفافية والإطار القانوني ولا يمكن ممارستها في سوق لا يتعامل مع البنوك. بالتالي فغياب الدفع الإلكتروني في الجزائر ، وغياب إطار قانوني يحكم التجارة الإلكترونية ، دفع العديد من المواقع المتخصصة في المبيعات عبر الإنترنت إلى إيجاد بدائل أخرى تتمثل في الدفع عند الاستلام لاسيما بالنسبة لجوميا وباتوليس ويسير (filali, 2018, p. 12). وبالتالي وفقاً للدراسات ، من الضروري تطوير مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وتكفيها مع الأسواق الدولية قصد مواكبة التأخر الناجم عن جودة البنية التحتية للاتصالات ، وغياب الدفع الإلكتروني، ونقص ثقافة التجارة الإلكترونية (RACHEDI & HAMOU, 2021, p. 320)

6.2 وضعية الدفع الالكتروني عبر الهواتف الذكية في الجزائر

تم إطلاق خدمة الدفع عبر الهاتف المتنقل مؤخرًا في الجزائر سنة 2020 بواسطة GIE Monétique، ونتيح للمستهلكين دفع ثمن مشترياتهم من خلال الهاتف، حيث اتجهت الجزائر نحو اعتماد M-payment كأول تطبيق للدفع الإلكتروني، يمكن أن يقلل من الإجراءات للمشغلين الاقتصاديين لتقديم مدفوعات إلكترونية عن طريق الهاتف المحمول لعملائهم (BENMADANI, 2022, p. 803).

الشكل 07: تطور إجمالي معاملات الدفع عبر الهاتف المتنقل خلال شهري سبتمبر وديسمبر 2022



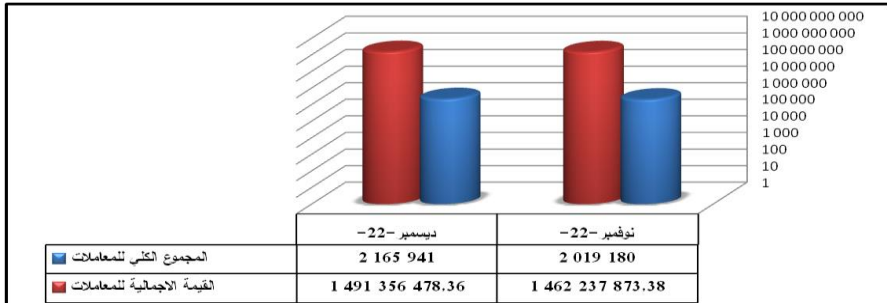
المصدر: من إعداد الباحث إنطلاقاً من معطيات مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع

الالي 2022 <https://www.giemonetique.dz/activite-paiement-par-diponible-sur-mobile>

خدمة Barid Pay (بريد الجزائر) هي وسيلة جديدة للدفع عبر الهاتف المحمول سهلة الاستخدام وأمنة للغاية، مما يسمح بتسهيل عملية تحويل الأموال. مثل المؤسسات

المصرفية ، لديها جميع وسائل الدفع الإلكتروني كبطاقة CIB (الكلاسيكية والذهبية) ومحطات الدفع الإلكترونية وتجار الويب والدفع عبر الهاتف المحمول.

الشكل 08: القيمة الاجمالية لمعاملات الدفع عبر الهاتف المتنقل خلال شهري سبتمبر وديسمبر 2022



المصدر: من إعداد الباحث إنطلاقاً من معطيات مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الإلكتروني <https://www.giemonetique.dz/activite-paiement-par-2022> (diponible sur mobile)

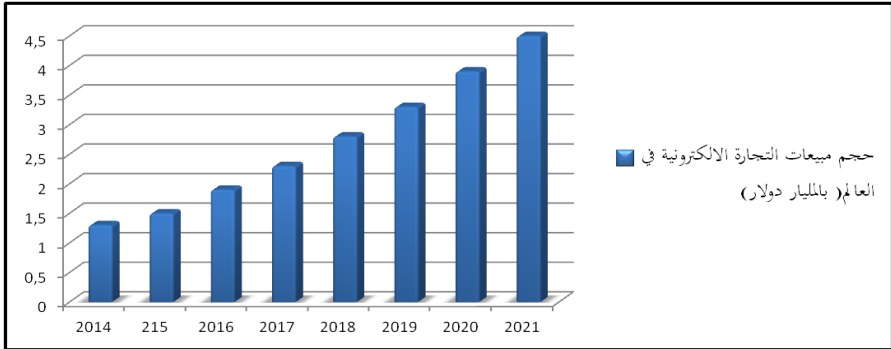
وبالتالي يعتبر الدفع الإلكتروني عبر الهاتف في الجزائر حل سريع وآمن للغاية ، إلا أنه لا يزال في المرحلة الأولى، مقارنة بالمستويات الغير العادية في عدد المستخدمين

6. نصيب الجزائر في سوق التجارة الإلكترونية الدولية.

وصل عدد سكان في العالم إلى حوالي 7.7 مليار نسمة في سنة 2020 وحوالي أكثر من 4.8 مليار مستخدم الإنترنت في العالم، وحوالي 2.14 مليار متسوق عبر الإنترنت في العالم في سنة 2021. تشير التقديرات إلى أن 95٪ من عمليات الشراء ستم عبر الإنترنت بحلول سنة 2040 (TABET DERRAZ, 2021, p. 82). بلغ حجم

المبيعات عبر الإنترنت قيمة 2.3 مليار دولار في سنة 2017 ،لتصل إلى مايقارب 4.5 مليار دولار في سنة 2021.(أنظر الشكل09)

الشكل 09: حجم مبيعات التجارة الالكترونية في العالم خلال الفترة(2014-2021)



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات CNUCED2022

بعيداً عما يحدث على المستوى الدولي، تبقى أشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر "خجولة" إن صح القول مقارنة بالدول المجاورة، إذ يوضح التقرير الميداني أن السوق الإلكتروني الحالي في الجزائر هو في حالة جنينية على الرغم من مبادرات عدد معين من الشركات (yahiaoui, 2021, p. 391). وفقاً لكلمات السيد ولد موسى، "لم يحن الوقت بعد للحديث عن تطور هذا السوق كونه لم يتم إطلاقه بجدية بعد"، إذ لا توجد إحصاءات واضحة حتى الآن عن مختلف الأعمال التجارية التي تم إطلاقها في السوق الإلكترونية. وفقاً للملاحظات المختلفة ، نلاحظ ظهور عدد من المواقع مثل الموقع الأكثر شهرة OUEDKNISS.com والذي يوفر إمكانية الإعلان المجاني على الموقع ، وموقع eshop.com و Guiddini.com ، DZboom.com الذي يمثل بائعي منتجات الملابس والأجهزة المنزلية كما تعد جوميا الجزائر واحدة من الشركات الرائدة في التجارة الإلكترونية في الجزائر.... ، وبالنظر إلى ضعف وسائل وعدم تعميم وسائل الدفع الإلكتروني ، تلجأ هذه المواقع إلى بدائل مثل الدفع عن طريق CCP أو الدفع عند التسليم التي تعتبر الوسيلة التقليدية الأكثر تداولاً لدى معظم المستهلكين الإلكترونيين في الجزائر، نظراً لغياب إحصائيات دقيقة حول مساهمة التجارة الإلكترونية في الناتج الداخلي الخام من جهة، وإلى ضعف الثقافة الإلكترونية، غياب الأمن وإنعدام الثقة ، قلة الخبرة لدى الشركات، وعدم توافر الكوادر البشرية المؤهلة والمدربة ، وغياب التخصصات الجامعية والبرامج التعليمية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ، مما أدى تأخر

عملية تطوير التجارة الإلكترونية في البلد (RACHEDI & HAMOU, 2021, p. 320). من هنا تشير التقديرات إلى أن تطوير التجارة الإلكترونية في البلد يتطلب مستويات كبيرة مقارنة بمستوى التكنولوجيا المتاحة حالياً في الجزائر.

7 . أهمية التجارة الإلكترونية في تنويع الاقتصاد الجزائري

لا يزال الاقتصاد الجزائري يعتمد على الدخل الناتج عن تصدير المنتجات البترولية ، والذي يمثل أكثر من 97٪ من الحجم الإجمالي للصادرات وما يقرب من نصف الناتج المحلي الإجمالي للبلاد ، في حين لا يمثل القطاع التجاري سوى جزء صغير من الناتج المحلي الإجمالي (AKRETCHE, 2020, p. 57) .

وفقاً لخبير الرقمنة والمدير العام لشركة Adex Technology لجواد علال، فإن القطاع الرقمي يمثل 4٪ فقط من الناتج المحلي الإجمالي ، مشدداً على "أننا مدعون للاستجابة للهدف المشترك وهو تحقيق التحول الرقمي في البلد، ووضع أطر قانونية لتسهيل الابتكار. نتحدث اليوم عن التجارة الإلكترونية كإحدى الركائز الجديدة للاقتصاد لخلق فرص العمل ، كما كشفت شركة BCG (مجموعة بوسطن الاستشارية) في تقرير نُشر في سنة 2019 خلق ما يقارب 3 ملايين فرصة عمل جديدة في قطاعات مختلفة عبر مواقع البيع عبر الإنترنت في إفريقيا بحلول سنة 2025 (AKRETCHE, 2020, p. 78) ، وهذا بفضل الشركات الناشئة الجديدة مثل جوميا التي تعمل بشكل متزايد على ترسيخ فكرتها من خلال خدمات البيع عبر الإنترنت، كما يشير تقرير صادر عن شركة Dell ومعهد المستقبل يسمى الشراكات بين الإنسان والآلة إلى أن 85٪ من وظائف الشغل غير موجودة اليوم في الجزائر في حلول سنة 2030. كما يمكن ملاحظة مكانة التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الجزائري من خلال محتوى إستراتيجية 2013 e-Algérie التي تسعى إلى إعداد خطة عمل متماسكة وقوية مبنية على 13 محور رئيسية موجهة أساساً إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني والشركات والإدارة. كما تهدف إلى تحسين القدرة في التعليم والبحث والابتكار وتحسين المستوى المعيشي وتطوير تقنيات تكنولوجيا الاعلام والاتصال في البلد، إلا أن هذه الاستراتيجية لم تحقق أهدافها المنتظرة (filali, 2018, p. 04) ، ولاسيما فيما يخص تميمين نظام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتبلغ مساهمتها ما يقارب 8 ٪ من الناتج المحلي الإجمالي الجزائري وخلق حوالي 100000 وظيفة مباشرة وغير مباشرة. وفي هذا الصدد، أشار مستشار اقتصادي جزائري إلى أن "التجارة الإلكترونية لا تزال في مرحلة الخيال في الجزائر ولا يمثل شيئاً من حيث النشاط الحقيقي (TABET DERRAZ, 2021, p. 87)

8. تقييم واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر:

من أجل تنظيم سوق التجارة الإلكترونية المزدهرة، تم اعتماد قانون جديد في الجزائر في سنة 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية ، وهو القانون رقم 18-05 المؤرخ 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية (yahiaoui, 2021, p. 393) ، والذي يحدد القواعد العامة للتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات التي تحدد سلسلة من الأحكام التي تحدد حقوق والتزامات الموردين الإلكترونيين والمستهلكين الإلكترونيين . كما أنه يضع شروطاً معينة لممارسة هذا النشاط. فيما يتعلق بدفع المعاملات ، يحدد القانون طريقتين للدفع: الدفع عن بعد (الدفع الإلكتروني) أو عند تسليم المنتج . شهد سوق التجارة الإلكترونية في الجزائر نمو مقبولاً بفضل تطور الإنترنت عبر الهاتف المحمول G3 وG4 والاختراق القوي للهواتف الذكية بين السكان الجزائريين . ظهرت أولى الأسواق الجزائرية على الإنترنت في عام 2009 ومع ذلك ، بدأت التجارة الإلكترونية في الظهور في سنة 2014 مع وصول جوميا استقبل الموقع ما يقارب من 1.5 مليون زائر وتلقى ما بين 15000 و 20000 طلب شهرياً في سنة 2017 ليرتفع عدد الزوار إلى 1.7 مليون في بداية سنة 2018. كما توجد العديد من المواقع المخصصة للبيع على الإنترنت في الجزائر مثل **Zawwali** و **Batolis** و **Dzboomt** ، أشار مجمع المنفعة الاقتصادية (GIE Monétique Algeria) إلى أن قيمة المدفوعات الإلكترونية حتى أكتوبر 2019 وصلت إلى ما يقارب من 454204 معاملة دفع عبر الإنترنت في الجزائر (CNUCED, 2019, p. 4).

وفقاً لتقرير الأونكتاد السنوي الأخير(CNUCED2022) حول التجارة الإلكترونية ، احتلت الجزائر 29 مركزاً في العالم ، حيث انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 وبحسب نفس التقرير ، فإن الجزائر من بين البلدان الأربعة التي حققت أكبر تقدم ، إلى جانب البرازيل وغانا وجمهورية لاوس .وبذلك تحتل الجزائر المرتبة الرابعة في إفريقيا. وفقاً للمدير العام للتجمع الجزائري للمصالح الاقتصادية للخدمات المصرفية الإلكترونية ، فإن معاملات الدفع على الإنترنت عبر البطاقات بين البنوك (CIB) وبطاقات الذهبية الإلكترونية شهدت تقدماً كبيراً في سنة 2021 لتصل إلى 7.8 مليون عملية مقابل 4.5 مليون في سنة 2020 بزيادة 70.25٪. وسيصل إجمالي حجم المعاملات المنفذة على الإنترنت إلى 11200 مليار دينار في سنة 2021 مقابل 5.4 مليار دينار في سنة 2020. بالمقابل انتهت إستراتيجية قطاع البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية(إستراتيجية e-Algérie 2013) بفشل واضح،كونها تعيش في بيئة لا تتكيف مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وندرة الموارد البشرية المؤهلة لتعزيزها وتطبيقها ، إذ نلاحظ ضعف في

عدد الشبكات، غياب الدفع عبر الإنترنت، والدفع عبر الهاتف المحمول لا يزال قيد الإنشاء، ولا تزال بطاقة السحب والدفع بين البنوك (CIB) (filali, 2018, p. 18) الحلقة الاضعف للنظام المصرفي الجزائري، كون أن التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني يسيران جنباً إلى جنب في جميع المعاملات المالية التي تتم عبر الإنترنت. إلا أن هذا النوع من الدفع لا يزال في مرحلة جنينية في الجزائر.

كما تجدر الإشارة أيضاً إلى أن القانون الجديد المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، الذي تم اقتراحه والموافقة عليه في أفريل 2018 ، يحتوي على عدد كبير من العيوب، إذ لم يواكب بعد متطلبات النمو في هذا المجال بشكل كامل. وفي هذا الصدد نجد أن "قانون التجارة الإلكترونية (أفريل 2018) لا يفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية (TABET DERRAZ, 2021, p. 90). بالرغم من جل العقبات التي تحد من نجاح التجارة الإلكترونية في الجزائر على المدى القصير، إلا أن التنبؤات على المدى الطويل تبقى قائمة ومبنية على مستقبل عظيم إذ ما أخذنا فقط بعين الاعتبار موقع شركة ePay.dz التي لديها حوالي 4 ملايين مشترك على Facebook ، وما يقارب 10 مليون مستخدم للإنترنت في الجزائر. وبالتالي يمكن أن يؤدي نظام الدفع الإلكتروني هذا ثماره ويمكن للتجارة الإلكترونية أن تعويض و تملأ الفراغ الحالي في البلد.

8. خاتمة:

حاولنا في هذه الورقة البحثية تحليل واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والإحصائيات حول جميع المؤشرات المتعلقة بموضوع الدراسة ، وذلك بهدف إختبار الفرضيات، وتقييم وضعية السوق الإلكتروني خلال الفترة الأخيرة. توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-وفقاً لمعطيات الدراسة يتضح لنا أن التجارة الإلكترونية هي بمثابة الدعامة الرئيسي للاقتصاديات الدول، ولها أهمية رئيسية في إيجاد حلول إضافية، وخلق ثروة ومناصب شغل جديدة على المدى الطويل.

-تشكل التجارة الإلكترونية واحدة من أهم ثروات التطور التكنولوجي وأحد التطبيقات الاقتصادية الرئيسية للإنترنت في الجزائر،

- من حيث تنوع نشاطات المنتج ، يُعدّ الدفع الإلكتروني سمة رئيسية في السوق الإلكتروني في الجزائر وبمثابة مؤشر قوي لتقييم أثر التجارة الإلكترونية في تنويع الاقتصاد،

-يمكن للتجارة الإلكترونية أن تصبح دعامة رئيسية للاقتصاد الجزائري على المدى الطويل إذ ما تم إسغلال جل الموارد والفرص المتاحة،

-وفقا لمعطيات الدراسة ،الجزائر لديها الرغبة في إحداث تغيير في صيرورة النشاط الرقمي وتطوير التجارة الإلكترونية، وهذا بفضل إطلاق وتهيئة جل المواقع المخصصة للتجارة الإلكترونية وتشجيع الاستثمار فيها، إلا أنها تبقى وضئيلة من حيث الفعالية. كما تشير مؤشرات الدراسة في مجملها إلى ضعف مساهمة قطاع التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الوطني، ونفس هذا يغيب إحصائيات دقيقة حول مساهمة التجارة الإلكترونية في الناتج الداخلي الخام من جهة، وغياب الاستخدام الفعلي لمصطلح التجارة الإلكترونية في الجزائر من جهة أخرى. من هنا تشير التقديرات إلى أن تطوير مصطلح التجارة الإلكترونية في البلد مزال في بدايته، ويتطلب مستويات كبيرة مقارنة بمستوى التكنولوجيا المتاحة حاليًا في الجزائر. لذلك لا يمكن لأحد أن يمارس التجارة الإلكترونية في سوق غير رسمية ، تغزوها الفوضى و غياب الشفافية ، وفي بيئة لا تشجع أو تمنع من ظهور هذا النوع من التجارة. بالمقابل هذا لا يمنع الشركات من الشروع في هذه الطريقة الجديدة للتجارة، إذ حاليًا نلاحظ اهتمام كبير بهذا النوع من التجارة ، لكن هذا لا يزال غير كاف وبعيد عن التوقعات، لذلك توصلنا إلى بعض الاقتراحات التي يكمن ان يساهم تجسيدها في تثمين الموضوع والوصول إلى اقتصاد رقمي تنافسي قادر على خلق الثروة وتوفير مناصب شغل دائمة للبلد ومن أهم هذه الاقتراحات:

- على الدولة بناء سياسة إلكترونية ناجحة ورشيده موجهة مباشرة إلى تنمية قطاع التجارة الإلكترونية في البلد،
- وجود إستراتيجية تسويقية موجهة لترويج المواقع المخصصة للتجارة الإلكترونية وتثمين السوق الإلكتروني ، وتقوية البنية التحتية للقطاع المصرفي في الجزائر
- ضرورة إدخال تقنيات حديثة من حيث كيفية تسويق المنتجات إلكترونيا في الجزائر بتشجيع الإستثمار وإيجاد طرق جديدة لتسهيل المبادلات التجارية بوضع نظم قانونية وأمنية صارمة لحماية المستهلك والمؤسسة،

- ضرورة إنشاء مراكز تأهيل المتعاملين في مجال الرقمنة لتقديم أفضل الخدمات اللازمة للمستهلك؛
- ضرورة تثمين المستهلك الإلكتروني بالحفاظ على التوازن الاقتصادي والبيئي وتقوية الثقافة الإلكترونية.
- تحقيق التوازن على الصعيد الاقتصادي وخلق مناصب شغل جديدة عن طريق زيادة عدد مواقع التجارة الإلكترونية قصد زيادة الكثافة التنافسية بين الشركات وتحسين جودة خدمة التوصيل

9. قائمة المراجع:

- AIT ABA, N. (2019). État des lieux du e-commerce en Algérie, enjeux et perspectives (memoire de recherche). Département des sciences commerciales : Faculté des sciences Économiques, de Gestion et Commerciales; UNIVERSITÉ MOULOUDE MAMMARI DE TIZI-OUZOU .
- AKRETICHE, S. (2020). Le commerce électronique en Algérie : Etat des lieux et perspectives (Memoire de master en science commerciale. Département des sciences Commerciales , l'algerie: UNIVERSITÉ MOULOUDE MAMMARI DE TIZI-OUZOU.
- BETROUNE R, M. S. (2017). les freins de développement du commerce électronique : étude comparative entre l'Algérie et le Maroc (memoire de recherche). université BEJAIA.
- CNUCED. (2019). *mesurer l'economie numerique en algerie (Runion cnuced 3 et 4 decembre 2019)*. Genève(suisse): CNUCED.
- filali, ., s. (2018). Les Perspectives du commerce électronique en Algérie. *F E S R J* (ISSUE NUMBER 03), 1-19.

- GIE Monétique. (2021). *Paiement électronique : les chiffres clés de 2021*. <https://news.radioalgerie.dz/fr/node/4439>.
- Makhloufi, A., & Belattaf, M. (SD). LE COMMERCE ELECTRONIQUE EN ALGERIE: VERS dE NOUVELLES FORMES dE VENTE EN LIGNE. pp. 219-229.
- RACHEDI, A., & HAMOU, N. (2021). Le futur du e-commerce en Algérie les perspectives pour les années à venir. *Revue Organisation & Travail* , Volume 01, (N°4), pp. 318-336.
- TABET DERRAZ, I. (2021, Décembre). COVID- 19: L'explosion du E-commerce. *Les Cahiers du MECAS* , V°17 / (N° 4/), pp. 80-93.
- TENDANCES ET CHIFFRES INTERNET & MOBILE 2022.
- Whiteline Services. (2021). *rapport su rles statistiques et les chiffres liés au monde de l'internet et son utilisation en Algérie*.
- yahiaoui, s. (2021, 5 العدد. 386-402. (25) 5 سبتمبر. (مجلة العلوم السياسية والقانون مج
- إبراهيم مسلم. (بلا تاريخ). واقع وتحديات التجارة الالكترونية في الجزائر. مجلة الحقوق والعلوم الانسانية-العدد الاقتصادي جامعة الجلفة .
- الزهراء فاطمة جمعوي. (2017). واقع الفجوة الرقمية في الجزائر دراسة تحليلية 2009-2014. مجلة دراسات اقتصادية ، المجلد 4 (رقم).
- عبد الخالق سيد احمد. (2006). التجارة الالكترونية والعولمة. القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية القاهرة.