

واقع مؤشرات التجارة الإلكترونية في العصر الرقمي، "دراسة حالة الجزائر خلال الفترة (2016-2024)"

The reality of e-commerce indicators in the digital age, "a case study of Algeria during the period (2016-2024)"

حرمه وفاء، جامعة تامنغست، harmawafa@univ-tam.dz

تلي سيف الدين، جامعة تامنغست، telli.sayf@univ-tam.dz

مخبر رهانات الاستثمار والتنمية المستدامة في المناطق الحدودية

تاريخ النشر: 2025/06/04

تاريخ القبول: 2025/05/31

تاريخ الاستلام: 2025/05/15

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى تحليل واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر خلال الفترة 2016-2024 من خلال تحليل المؤشرات التي تبرز تطورات هذا السوق الافتراضي وسبل تفعيله.

توصلنا أن سوق الدفع الإلكتروني يميل إلى نمو إيجابي بالجزائر، مع تقدم في التصنيفات الدولية، وتقف الجزائر أمام تحدي إرساء القواعد التنظيمية للممارسات التجارية الرقمية.

الكلمات المفتاحية: تجارة إلكترونية، اتصالات، دفع إلكتروني، أنترنت، الجزائر

تصنيف JEL: L81، L86، L63

Abstract: This study aims to analyze the state of e-commerce in Algeria between 2016 and 2024 by examining key indicators that reflect the evolution of this virtual market and ways to enhance its growth.

The findings indicate that Algeria's electronic payment market is experiencing positive growth, with improvements in international rankings. However, the country faces the challenge of establishing regulatory frameworks to support digital trade practices.

Keywords: E-commerce, telecommunications, electronic payment, internet, Algeria.

JEL classification code : L63 ، L86، L81

المؤلف المرسل: حرمه وفاء،

الإيميل: harmawafa11@gmail.com

1. مقدمة:

تعد التجارة الإلكترونية من أسرع القطاعات نموًا في العالم، حيث تشهد ازدهارا غير مسبوق ومن المتوقع أن تستمر في النمو لتصل إلى 8.1 تريليون دولار بحلول عام 2026، حيث تشير البيانات إلى أن أكثر من 2.64 مليار شخص حول العالم قاموا بعمليات شراء عبر الإنترنت في عام 2023، وهو ما يمثل حوالي 33% من سكان العالم. وبالتالي من المتوقع أن تواصل هذه الصناعة نموها، مما يفتح آفاقًا جديدة للمؤسسات التي تسعى لتعزيز حضورها وتوسيع قاعدة عملائها.

1.1 إشكالية الدراسة:

تبدل الجزائر جهودًا متواصلة لتطوير التجارة الإلكترونية كجزء من استراتيجيتها للتحول الرقمي وتنويع اقتصادها. وتسعى إلى تحسين البنية التحتية الرقمية. ورغم التحديات، فإن الجزائر تواصل مساعيها لتعزيز ثقافة الشراء الإلكتروني، مما يمهد الطريق لنمو مستدام في مجال التجارة الإلكترونية. وعلى هذا الأساس يمكننا السؤال الرئيسي الموالي:

ما واقع البنية الرقمية للتجارة الإلكترونية في ظل التحول الرقمي بالجزائر؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي وضعية الدفع الإلكتروني بالجزائر؟
- ماهي مكانة الجزائر ضمن المؤشرات الدولية للتجارة الإلكترونية؟
- ماهي أسباب تراجع سوق التجارة الإلكترونية بالجزائر؟

2.1 فرضيات الدراسة

- تشهد سوق الاتصالات والدفع الإلكتروني تطورا ملحوظا بالجزائر؛

- يشهد ترتيب الجزائر في المؤشرات الدولية للتجارة الإلكترونية تحسنا في السنوات الأخيرة؛

- تفتقر الجزائر إلى مقومات البنية الرقمية الفعالة لتبني التجارة الإلكترونية.

3.1 أهداف الدراسة

- عرض البنية الرقمية للتجارة الإلكترونية بالجزائر

- الإشارة إلى مراتب الجزائر ضمن المؤشرات الدولية للتجارة الإلكترونية

- تحليل مستقبل سوق التجارة الإلكترونية بالجزائر

- عرض تحديات تفعيل التجارة الإلكترونية بالجزائر

4.1 الدراسات السابقة

- دراسة بوراس بودالية بعنوان واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر (2021)، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال التطرق لمشروع التجارة الإلكترونية في الجزائر ووضعيتها التشريعية والقانونية ومعرفة أبرز المعوقات والتحديات التي تواجهها وكذا معرفة حلول سبل ترقيتها. وتوصلت إلى أن انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات ولكن برغم الجهود فنصيب الجزائر من التجارة الإلكترونية مازال في مراحله الأولى من التطور.

- دراسة صالح حميداتو وآخرون بعنوان التجارة الإلكترونية في الجزائر- الواقع والتحديات- (2022)، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء عن واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال التطرق إلى مفهوما وأساليبها والبنية التحتية للقيام بالتجارة الإلكترونية توصلت الدراسة إلى إبراز واقعها من خلال تطبيق إحدى أساليب قياس التجارة الإلكترونية وهي الأساليب غير مباشرة وأهمها الهاتف والأترنت وكذا التوصل إلى

وجود تجارة إلكترونية ناشئة من خلال بعض المواقع الإلكترونية قبل حتى صدور قانون التجارة الإلكترونية.

- دراسة عادل شيتير الوضعية الحالية لمؤشرات التجارة الإلكترونية في الجزائر (2023)، تهدف الدراسة إلى تحليل واقع مؤشرات التجارة الإلكترونية ومدى مساهمتها في تنويع الاقتصاد الجزائري، وتوصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية في الجزائر في نمو مستمر بفضل تطور عدد مستخدمي الإنترنت والانتشار الكبير للهواتف الذكية بين السكان، إلا أن فعاليتها لا تزال دون المستوى المطلوب، مما يعكس ضعف مساهمتها في الاقتصاد الوطني،

2. المقاربة النظرية للتجارة الإلكترونية:

سنحاول من خلال هذا العنصر التعريف بالتجارة الإلكترونية ومزاياها، وموقف التشريع الجزائري منها.

1.2 تعريف التجارة الإلكترونية:

تعددت التعاريف التي تبين معنى التجارة الإلكترونية وهذا حسب الجهة المصدرة للتعريف ومن بين هذه التعاريف يمكن ذكر ما يلي:

- عرفت منظمة التعاون والتنمية على أنها: "تشير إلى جميع أشكال المعاملات التجارية التي يمارسها الأفراد والمؤسسات بالاعتماد على معالجة البيانات الرقمية ونقلها، بما في ذلك النص والصوت والصورة وتجرى على الشبكات المفتوحة" (Alain RALLET, 2001)

- عرفت منظمة التجارة العالمية بأنها: "كل عملية يتم فيها بيع أو شراء السلع أو الخدمات التي تتم عبر شبكات الانترنت باستخدام الكمبيوتر، وذلك من خلال طرق مصممة خصيصا

لتلقي الطلبات وتقديمها من أجل طلب السلع أو الخدمات إلكترونياً". (United Nations Conference on Trade and Development, 2017)

- وعليه يمكن القول بأن التجارة الإلكترونية هي: جميع المعاملات التجارية التي تتم عبر الإنترنت، وتشمل بيع وشراء السلع والخدمات، بالإضافة إلى عمليات الدفع الإلكتروني. وهي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل التبادل التجاري وتتيح للشركات والمستهلكين التعامل بكفاءة وسرعة دون قيود جغرافية.

2.2 مزايا التجارة الإلكترونية

تحقق التجارة الإلكترونية العديد من المزايا لمستخدميها ويرجع هذا إلى طرق معالجة وإتمام العمليات التي تتم من خلالها ويمكن إظهار هذه المزايا من خلال الآتي:

1.2.2 نفاذ أسهل إلى الأسواق: فامتلاك أي مؤسسة لموقع على شبكة الانترنت يعني أن أعمال المؤسسة ومنتجاتها تصبح متاحة لملايين الناس من مختلف بقاع العالم، وهو ما يفتح أفاقاً هائلة للانطلاق والدخول بمنتجاتها في الأسواق والتعرف على أذواق المستهلكين ورغباتهم، و تكيف منتجاتها حسب هذه الرغبات والاحتياجات (Biyumi Hijazi, 2006)

2.2.2 تنوع السلع والخدمات: فالمتاجر الإلكترونية يمكنها عرض عدد كبير ومتنوع من السلع والخدمات في موقع واحد، وقد يغطي موقع واحد كل حاجيات الفرد كما يوفر الموقع المنتجات الرقمية وهي المنتجات التي يتم الاستفادة منها إلكترونياً بمعنى عرضها وبيعها وتسليمها إلكترونياً. (Taabdallah, & Hafay, 2018)

3.2.2 إخفاء الوثائق الورقية للمعاملات: ذلك أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونياً يمكن تخزينها وتداولها بواسطة أجهزة الكمبيوتر، واسترجاعها وقت الحاجة دون عناء، كما تحقق التجارة الإلكترونية سهولة ويسر في إيصال معلومات المؤسسة إلى المتعاملين معها. (Mohamed Darwish, 2002)

3. تطورات مؤشرات البنية التحتية الرقمية للتجارة الإلكترونية بالجزائر:

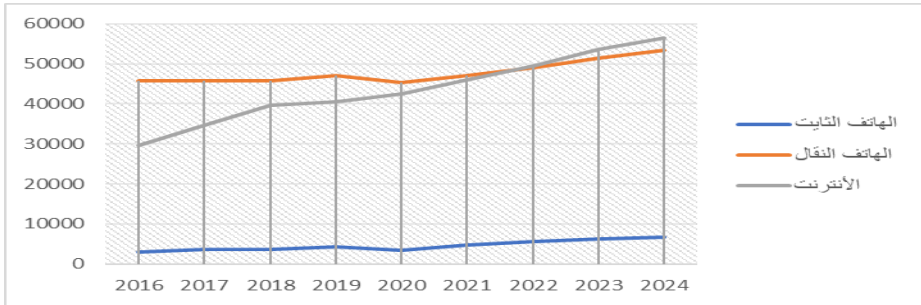
يؤدي توفير البنية التحتية الرقمية دورا أساسيا في نمو نشاط التجارة الإلكترونية، وتحسن ترتيب الجزائر ضمن المؤشرات الدولية المتصلة بالتجارة الإلكترونية.

1.3 تطور سوق الاتصالات للتجارة الإلكترونية بالجزائر:

يمكن عرض تطور سوق الاتصالات بالجزائر من خلال دراسة مؤشرات الهاتف النقال والثابت وكذا عدد إشتراكات الإنترنت والتي تتضح من خلال الشكل الموالي:

الشكل 1: تطور سوق الاتصالات للتجارة الإلكترونية بالجزائر خلال الفترة 2016-2024

الوحدة: 1000 إشتراك



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد (Arpce Regulatory Authority for Post and Electronic Communications, 2025)

يتضح من خلال الشكل 1 نمو سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر، حيث يميل في السنوات الأخيرة إلى نمو إيجابي وهذا بتطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في ففي نهاية سنة 2024 وصل إلى أكثر من 6.6 مليون مشترك، بزيادة قدرها 55 ٪ مقارنة بسنة 2016. كما شهد سوق الهاتف النقال نمو حيث تجاوز 53 مليون مشترك سنة 2024، يرجع هذا إلى أن أغلب الأفراد يمتلكون جهاز هاتف نقال ما يمكنهم من استخدام تطبيقاته بشكل مستمر، في أغلب أنشطتهم المتعلقة بالاتصال وعليه قدر النمو في

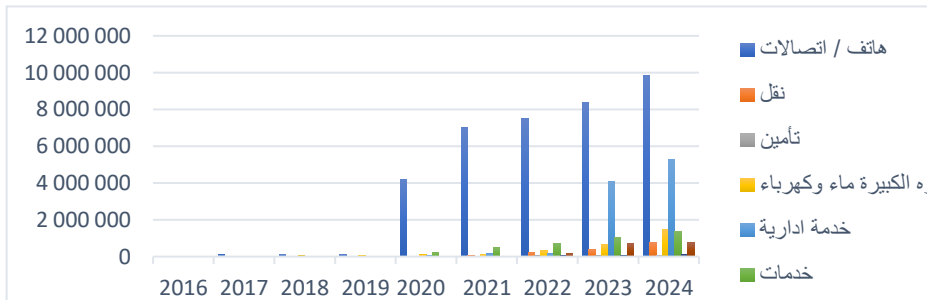
اشتركاها ب 14.28% خلال الفترة 2016-2024. أما بالنسبة لسوق الأنترنت بنوعيتها المتنقلة والثابتة فحقق نموا سريعا خلال فترة الدراسة حيث بلغ إجمالي الإشتراكات زيادة معتبرة بما يفوق 26 مليون إشتراك جديد، بمعدل نمو 47%، يمكن تفسير هذا النمو بمدى تشبع سوق الأنترنت، وتطور الخدمات التي يقدمها كل متعامل بالإضافة إلى توجه الأفراد نحو العمليات الرقمية.

2.3 تطور الدفع الإلكتروني للتجارة الإلكترونية بالجزائر:

يرتبط الدفع الإلكتروني وكذا السحب الإلكتروني بالتطبيقات والبطاقات المخصصة لهذا العرض وفيما يلي تطورات كل منها بالجزائر

الشكل 2: تطور الدفع الإلكتروني حسب الأنشطة خلال الفترة 2016-2024

الوحدة: عدد الإشتراكات



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (GIE Monétique Automated Monetary Network,

2025)

يتضح من خلال الشكل البياني 2 تنوع الأنشطة التي يتم فيها الدفع عبر الأنترنت بحيث تتزايد قدرة الجزائر على مواكبة التطور العالمي في مجال التجارة الإلكترونية من خلال ارتفاع حصيلة المعاملات الإلكترونية لكافة الأنشطة المبينة أعلاه، قدرت هذه الزيادة بما يفوق 19 مليون معاملة إلكترونية، كما نلاحظ أن آخر نشاط تم تحديث الدفع

الإلكتروني له هو الرياضة والترفيه وهذا بحوالي 746198 معاملة خلال سنة 2024 فقط. كما حقق نشاط الاتصالات نموا ب 99% وهو أكثر نشاط يتم فيه التسديد رقميا، أما بالنسبة للنشاطات الأخرى فقد قدرت الزيادة في عدد المعاملات الرقمية كما يلي 758376 للنقل، 61688 للتأمين، 1434754 للماء والكهرباء، 5247467 للخدمات الإدارية، 1381734 لخدمات أخرى، 105984 لبيع الممتلكات، و 593273 لنشاط الرياضة، يعود هذا الى انضمام بريد الجزائر الى تجمع النقد الآلي وتحقيق تبادل المعاملات بين البطاقة البنبنكية/الذهبية.

الجدول 1: تطور حصيلة نشاط الدفع الإلكتروني بالجزائر خلال الفترة 2016-2024

السنوات	محطات الدفع		معاملات الدفع		الحصيلة الإجمالية (دج)	
	العدد	معدل النمو %	العدد	معدل النمو %	المبالغ	معدل النمو %
2016	5049	/	65501	/	444508902	/
2017	11985	57	122694	46	861775368	48
2018	15397	22	190898	35	1335334130	35
2019	23762	35	274624	30	1916994721	30
2020	33945	29	711777	61	4733820043	59
2021	37561	9	2159529	66	15113249499	68
2022	46263	18	2712848	20	19343056538	21
2023	53191	13	3997165	32	31518739249	38
2024	68140	21	5579708	28	44563958073	29

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (GIE Monétique Automated Monetary Network،

2025)

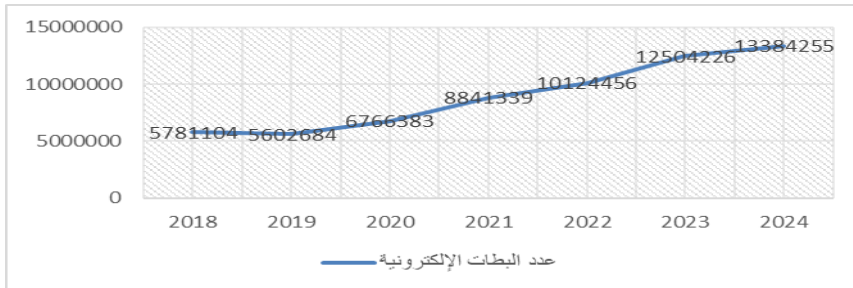
تشير معطيات الجدول 1 إلى تزايد أعداد محطات الدفع الإلكتروني، حيث تتيح للمتعامل الجزائري تسديد مستحقاته لمختلف الأنشطة إلكترونيا، حيث تطور عدد محطات

الدفع حتى بلغ عددها ما يقارب 68140 محطة مخصصة للدفع الإلكتروني سنة 2024، بعدما كانت 5049 محطة سنة 2016، بزيادة قدرها 63091 محطة جديدة، هذا بدوره يؤدي إلى تسهيل العمليات التجارية وإتمامها بأقصى سرعة ممكنة.

كما تبين أرقام الجدول أعلاه إقبال من طرف المتعاملين للقيام بعمليات الدفع الإلكتروني بالاعتماد على البطاقة الذهبية والبطاقات البنكية، بحيث بلغ عدد معاملات الدفع سنة 2016 ما يقارب 65501 معاملة دفع محققة بذلك تطورا يفوق 5 مليون معاملة خلال فترة الدراسة، وتواصل الارتفاع في الدفع الإلكتروني ليبلغ ما يفوق 5 مليون معاملة إلكترونية نهاية سنة 2024. أما فيما يخص حصيلة صافي المدفوعات لجميع الأنشطة الاقتصادية فلقد مثلت ما قيمته 44 مليار دج أواخر سنة 2024، فهي في تطور مستمر وهذا يعود بالأخص الى انضمام بريد الجزائر الى تجمع النقد الآلي وتحقيق تبادل المعاملات بين البطاقة البنكية /الذهبية، التي أصبحت سارية المفعول منذ 05 جانفي 2020.

الشكل 3: تطور عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة بالجزائر خلال الفترة 2018-2024

الوحدة: مليون بطاقة إلكترونية

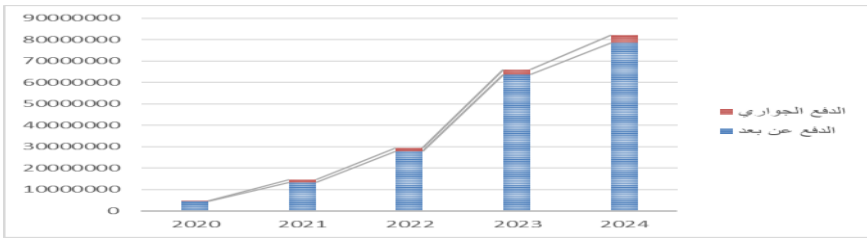


المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (Ministry of Post and Telecommunications, 2025)

يتضح من خلال الشكل البياني 3 نمو وتطور في عدد البطاقات الإلكترونية بنوعيتها البطاقة البنكية والبطاقة الذهبية لبريد الجزائر حيث إرتفع عدد البطاقات المتداولة إلى 3384255 بطاقة سنة 2024، بعدا مكان عددها 5781104 بطاقة سنة 2018، أي بزيادة قدرها 7603151 بطاقة جديدة بمعدل نمو 56% خلال الفترة 2018-2024

الشكل 4: تطور الدفع الإلكتروني بإستخدام تطبيق بريدي موب خلال الفترة 2020-2024

الوحدة: مليون معاملة



المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على (Ministry of Post and Telecommunications, 2025)

يتضح من خلال الشكل البياني 4 أن تطبيق بريدي موب يتيح خاصيتين للدفع وهما الدفع الجوي عن طريق نهائيات الدفع الإلكتروني أو رمز الاستجابة السريع، والدفع عن بعد بواسطة تطبيق بريدي موب الواب الشبائيك الآلية للنقود، وكلا النوعين يشهد تطور في عدد مستخدميه حيث يعد الدفع عن بعد بإستخدام التطبيق الرقمي المثبت على الهواتف والأجهزة الإلكترونية هو الأكثر استخداما نظرا لسرعة وبساطة التسديد ومتاح على مدار 24 ساعة، وقد حقق زيادة تفوق 74 مليون معاملة، بمعدل نمو 94%، أما بالنسبة للطريقة الثانية في التسديد وهي الدفع الجوي من خلال إستخدام نهائيات الدفع وربطها بالتطبيق ودون إستخدام أي بطاقة إلكترونية فقد حققت تطورا يقدر ب 3203853 معاملة بمعدل نمو 89%.

3.3 واقع المؤشرات الدولية للتجارة الإلكترونية بالجزائر

سنحاول من خلال هذا العنصر عرض المؤشرات الدولية والتي تقيس مدى تطور المؤشرات المتصلة بالتجارة الإلكترونية وتسهم أكثر في نموها بالجزائر.

1.3.3 مؤشر تطوير تكنولوجيات الإعلام والاتصال "IDI"

يعتبر المؤشر الرئيسي الذي يهتم القطاع، ينشر من قبل الإتحاد الدولي للاتصالات، منذ عام 2009 إلى 2017 وهو مؤشر مركب مصمم للمساعدة في تقييم ومقارنة حالة تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال داخل وما بين البلدان، الهدف منه هو تتبع التغيرات في مدى تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال على مدار السنين. (Ministry of Post and Telecommunications, 2025) تم اقتراح منهجية جديدة لـ "IDI" لعام 2018 حيث وجدت العديد من البلدان صعوبات في جمع البيانات من أجل "IDI" الجديد لذلك تم إلغاء نشر الترتيب لعام 2018، 2019 ولم يتم إصدار أي تقرير في السنوات الأخيرة. (Ministry of Post and Telecommunications, 2025)

الجدول 2: تطور مؤشر تطوير تكنولوجيات الإعلام والاتصال "IDI" ومؤشراته الفرعية بالجزائر

خلال الفترة 2012-2017

السنة	2012	2013	2014	2015	2016	2017
مؤشر تطوير تكنولوجيات الإعلام والاتصال IDI						
الترتيب	114	114	113	113	106	102
قيمة المؤشر	3.30	3.42	3.50	3.71	4.32	4.67
الوصول إلى تكنولوجيات الإعلام والاتصال						
الترتيب	107	107	108	110	102	98
قيمة المؤشر	4.22	4.46	4.32	4.27	4.83	5.14
استخدامات تكنولوجيات الإعلام والاتصال						
الترتيب	130	131	119	122	110	108
قيمة المؤشر	0.67	0.73	1.60	1.52	2.92	3.38

مهارات في تكنولوجيات الإعلام والاتصال						
الترتيب	98	98	92	93	87	80
قيمة المؤشر	6.72	6.72	6.73	6.98	6.10	6.29

(المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (Ministry of Post and Telecommunications, 2025)

تشير معطيات الجدول 2 أن الجزائر تمكنت من التقدم في عدد من المراتب في تصنيفات IDI عاما بعد عام، مع التحسن المستمر في درجة المؤشر. حيث بالنظر إلى هذه المعطيات نرى تحسن ترتيب مؤشر التطوير عموما بـ 12 مركز، مع تحسن قيمة المؤشر بـ 1.37 خلال فترة الدراسة، وبالتفصيل في المؤشرات الفرعية لهذا المؤشر نلاحظ أيضا تطورها حيث تحسن ترتيب الوصول إلى التكنولوجيات بـ 9 مراكز وتحسنت قيمته بـ 0.92، كما تحسن مؤشر الاستخدامات فتقدم ترتيب الجزائر بـ 22 مركز، وارتفعت قيمته إلى 3.38 بعدما كانت 0.67 فقط سنة 2012، وبالنسبة للمؤشر الفرعي الأخير المتعلق بالمهارات فقد تحسن الترتيب كذلك بـ 18 مركز بالرغم من انخفاض قيمة المؤشر.

وعليه يعتبر مؤشر IDI مقياسا لمستوى تطور الاتصالات في البلدان، ولم تدخر الجزائر في السنوات الأخيرة أي جهد لتحسين البنية التحتية لتكنولوجيات المعلومات والاتصالات وخدماتها، لتلبية الطلبات المتزايدة للسكان والقطاعات الاقتصادية، وهذا ما ترتب عنه تحسن مؤشر IDI الخاص بها، ومع ذلك لا يزال القطاع بحاجة إلى بذل جهود أكبر.

2.3.3 تطور مؤشر تنمية الحكومة الإلكترونية IDEG

بالاعتماد على دراسة استقصائية للأمم المتحدة عن الحكومة الإلكترونية تجرى عام بعد عام، يتم قياس مؤشر تنمية الحكومة الإلكترونية الذي يقيم تطور الحكومة الإلكترونية

على المستوى الوطني، هو مؤشر مركب يعتمد على المتوسط المرجح لثلاثة مؤشرات فرعية قياسية: (Ministry of Post and Telecommunications, 2025)

✓ ثلث يتعلق بالمؤشر الفرعي للبنية التحتية للاتصالات (IIT) ويستند على البيانات المقدمة من الإتحاد الدولي للاتصالات (IUT).

✓ ثلث يتعلق بالمؤشر الفرعي لرأس المال البشري (ICH) ويستند على البيانات المقدمة أساسا من منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)

✓ ثلث يتعلق بالمؤشر الفرعي للخدمة عبر الإنترنت (ISO) يعتمد على البيانات التي يتم تحصيلها من استبيان خدمة الإنترنت المستقل.

الجدول 3: تطور مؤشر تنمية الحكومة الإلكترونية بالجزائر خلال الفترة 2012-2022

السنة	2012	2014	2016	2018	2020	2022
قيمة المؤشر IDEG	0.3608	0.3106	0.2999	0.4227	0.5173	0.5611
الترتيب	132	136	150	130	120	112

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (Ministry of Post and Telecommunications, 2025)

فيما يتعلق بتطوير الحكومة الإلكترونية فيتضح من خلال الجدول أعلاه، أن الجزائر سجلت تقدما من ناحية ترتيب وقيمة المؤشر فقد تقدمت ب 20 مركز خلال فترة الدراسة، وتحسنت القيمة ب 0.2003، وفي عام 2022 تطور المؤشر إيجابيا مقارنة بعام 2020 وتعد الجزائر بذلك منذ 2020 من بين دول المجموعة ذات مؤشر IDEG مرتفع، بعد أن كانت في فئة الدول ذات مؤشر IDEG متوسط، مجموعات IDEG الحالية هي منخفضة، متوسطة، مرتفعة، ومرتفعة جدًا. وفي سنة 2022 تمكنت الجزائر من التقدم ب 8 مراكز في الترتيب الدولي، حيث انتقلت من المركز 120 إلى المركز 112 من إجمالي 193 دولة التي شملتها الدراسة، بقيمة مؤشر تساوي 0.56، علما أن 1 هو الحد الأقصى للقيمة.

4.3.3 تطور مؤشر الأمن الإلكتروني العالمي GCI

تم إدراج مؤشر الأمن الإلكتروني العالمي "GCI" في قرار رقم 130 للمفوضين للاتحاد الدولي للاتصالات 2018 "Dubai.Rév" بشأن تحسين دور الاتحاد في تعزيز الثقة في استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال. يهدف مؤشر الأمن الإلكتروني العالمي إلى مساعدة البلدان على تحديد مجالات التحسين في الأمن الإلكتروني فضلاً عن تحفيزها لاتخاذ إجراءات لتحسين تصنيفها، وبالتالي المساعدة على رفع المستوى العام للأمن الإلكتروني حول العالم. (Ministry of Post and Telecommunications, 2025)

فوفقاً للتقرير الصادر عن وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية سنة 2022 فالنسبة للجزائر فقد بلغت قيمة المؤشر 0.432 سنة 2017، محتلة بذلك المرتبة 68 عالمياً، وفي سنة 2018 بلغت قيمة المؤشر 0.262، واحتلت المرتبة 108، أما سنة 2020 فقد بلغت قيمة المؤشر 33.95، والمرتبة 104. وعليه فقد حققت الجزائر تراجع ترتيبها فيما يتعلق بالأمن المعلوماتي ب 36 مركز بالرغم من تحسن قيمة المؤشر حيث بلغت 33.95 من 100، يعود هذا التراجع إلى ضعف تعزيز جدران الحماية وأنظمة التشفير والتوقيع الإلكتروني، وغموض قوانين حماية مستعملي النشاط الإلكتروني مع قصور التقنيات والبرمجيات الداعمة للأمن الإلكتروني وعدم الاهتمام بها في سياسات الدولة. (Ministry of Post and Telecommunications, 2025)

4.3 مستقبل سوق التجارة الإلكترونية بالجزائر

تشهد التجارة الإلكترونية في الجزائر نمواً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، حيث يشهد حجم سوقها ارتفاعاً مستمراً، مدعوماً بارتفاع عدد بطاقات الدفع الإلكتروني قيد التداول. (Statista – The Statistics Portal, 2025)

ومن المتوقع أن تصل إيرادات سوق التجارة الإلكترونية إلى 1.50 مليار دولار أمريكي في عام 2025. بمعدل نمو سنوي بنسبة 7.81٪، مما يؤدي إلى حجم سوق يبلغ 2.03 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2029. وعليه يمكن أن يصل متوسط الإيرادات لكل مستخدم إلى 199.69 دولارا أمريكيا. (Statista – The Statistics Portal, 2025)

وفيما يخص حجم السوق من المتوقع أن يصل إلى 1.38 تريليون دولار أمريكي في عام 2025، ومن المرجح أن تكون معظم الإيرادات المتحصل عليها من الصين. (Statista – The Statistics Portal, 2025)

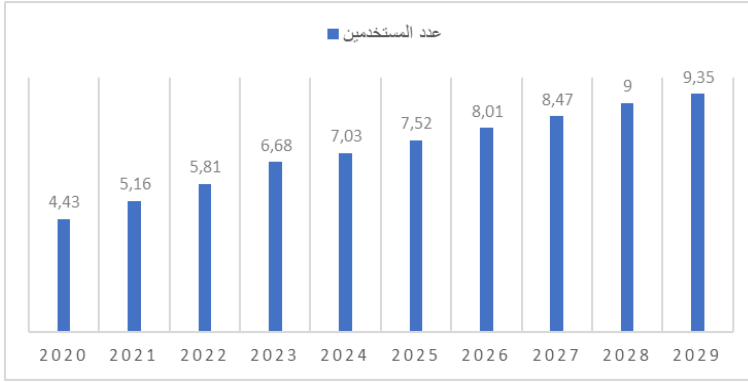
أما بالنسبة لعدد المستخدمين في سوق التجارة الإلكترونية بالجزائر فقد يصل إلى 9.4 مليون مستخدم بحلول عام 2029. بمعدل انتشار 16.3% في عام 2025، وسيتجاوز 19.4% بحلول عام 2029. (Statista – The Statistics Portal, 2025)

وفيما يتعلق بالمتعاملين في هذا المجال، تم تسجيل حوالي 2500 متعامل ناشط في التجارة الإلكترونية على مستوى المركز الوطني للسجل التجاري حتى يوليو 2022.

بالإضافة إلى ذلك، تعمل الحكومة الجزائرية على تعزيز البنية التحتية والتشريعية لدعم هذا النمو. ففي فبراير 2025، أعلنت السلطات عن إعداد نصوص قانونية جديدة تهدف إلى تعزيز استخدام الدفع الإلكتروني بين المواطنين، وذلك بالتعاون مع بنك الجزائر. تهدف هذه الخطوة إلى تعزيز التحول نحو التكنولوجيا المالية ودعم انتشار المنتجات الوطنية. (Bank Of Algeria, 2025) والشكل الموالي يبين توقعات تطور مستخدمي التجارة الإلكترونية بالجزائر

الشكل 5: تطور عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية بالجزائر خلال الفترة 2020-2029

الوحدة: مليون مستخدم



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (Statista – The Statistics Portal, 2025)

يشهد سوق التجارة الإلكترونية تطورا ملحوظ بالجزائر حيث من المتوقع أن يفوق عدد المستخدمين 9.35 مليون مستخدم سنة 2029، بعدا مكان 4.43 مليون سنة 2020، وتشهد الجزائر قفزة نوعية في استخداما المعاملات الإلكترونية منذ انتشار وباء كورونا سنة 2020 ومع الانتشار الواسع لبطاقات الدفع الإلكترونية وتحسن الخدمات الرقمية وتوفر النقل بين مختلف الولايات الجزائرية. حيث يتوقع أنه بنهاية سنة 2025 سيكون عدد مستخدمي عمليات وتطبيقات التجارة الإلكترونية بالجزائر 7.52 مليون مستخدم.

هذا التحسن في عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية أدى إلى تحسن ترتيب الجزائر في مؤشر التجارة الإلكترونية بين التاجر والمستهلك B2C بالجزائر وفق ما يبينه الجدول الموالي:

الجدول 4: التصنيف العالمي لمؤشر التجارة الإلكترونية B2C بالجزائر خلال الفترة 2016-2020

السنة	الترتيب			نسبة الافراد الذين يستخدمون الانترنت %	حصة الافراد مع حساب	خوادم الانترنت الامنة	درجة الموثوقية البريدية في upu
	عالميا	إفريقيا	عربيا				
2020	80	04	10	60	43	33	73
2019	109	14	37	60	42	40	10
2018	111	17	48	43	43	41	18
2017	97	35	41	43	50	31	26
2016	95	33	39	18	6	37	68

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على (UN Trade and Development (UNCTAD), 2025)

تحتل الجزائر المرتبة 80 من بين 144 دولة، لمؤشر التجارة الإلكترونية العالمي من التاجر إلى المستهلك لعام 2020 الذي أنشأه مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، متقدمة ب 29 مركزا عن العام السابق، وب 15 مركز عن عام 2016، وتحتل المركز الرابع في إفريقيا والعاشر عربيا. يرجع هذا إلى تطور نسبة الأفراد الذين يستخدمون الأنترنت حيث يمثلون 60% من إجمالي السكان، وبالتالي التوسع في استعمال شبكة الأنترنت، والمعاملات الإلكترونية، بالإضافة إلى عدد خوادم الأنترنت الآمنة الذي قدر ب 33 بحيث تراجع تعدادها خلال فترة الدراسة، مع ارتفاع درجة الموثوقية البريدية أي زيادة ثقة العملاء الجزائريين في خدمات بريد الجزائر حيث ارتفع مؤشر الموثوقية إلى 73 سنة 2020 بفضل استعمال البطاقة الذهبية في المعاملات التجارية.

على الرغم من هذا النمو، ما زالت الجزائر متأخرة عربياً في هذا المجال، حيث بلغت مبيعات التجارة الإلكترونية 1.07 مليار دولار فقط سنة 2024، مقارنة بدول مثل الإمارات والسعودية التي تجاوزت مبيعاتها 10 مليار دولار. (Statista – The

Statistics Portal, 2025)

- ويرجع ضعف سوق التجارة الإلكترونية في الجزائر إلى ما يلي:
- وجود نوعين من التجارة الإلكترونية بالجزائر فقط وهما التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين، والتجارة الإلكترونية بين الشركات؛
 - تضاعف أعداد المواقع الإلكترونية المخصصة للبيع والشراء الإلكتروني بالجزائر ولكن معظمها تعتبر مواقع تواصل اجتماعي محلية مخصصة لعرض السلع وإعلانات البيع والشراء.
 - قصور القانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 المنظم للتجارة الإلكترونية خاصة فيما يتعلق بعدم وجود حماية قانونية للمستهلك والمورد الإلكترونيين، كما لا يضم قواعد تنظيمية تبرز كافة مراحل إبرام العقود الإلكترونية، وافقاره إلى قوانين خاصة بتقديم الخدمات الإلكترونية. كما لا يكمن إهمال نص المشرع الجزائري من خلال قانون المالية لسنة 2018 صراحة من خلال المادة 117 منه أن شراء العملة الافتراضية أو بيعها أو حيازتها يعد عمل غير مشروع،
 - ضعف ثقافة الدفع الإلكتروني حيث لا يزال الجزائريون يفضلون الدفع نقداً عند الاستلام، رغم توفر أكثر من 18 مليون بطاقة دفع إلكتروني. مع غياب الثقة في المعاملات الرقمية ما يجعل الكثير من المستهلكين يتجنبون الدفع الإلكتروني.
 - ضعف شبكات التوصيل في بعض المناطق، خاصة الداخلية والريفية.
 - صعوبة الحصول على وسائل الدفع الدولية مع عدم توفر خدمات مثل PayPal أو بطاقات ائتمانية دولية بشكل واسع.
 - القيود المفروضة على التحويلات المالية الدولية ما يعيق تطور التجارة الإلكترونية العابرة للحدود. وضعف شبكة الاتصالات العالمية ونقص تدفق الأنترنت عالية الدقة.

5.3 إستراتيجية تفعيل سوق التجارة الإلكترونية بالجزائر

في ظل تنامي إستخدام التجارة الإلكترونية أصبح لزاما على الدولة الجزائرية العمل على تفعيل متطلبات تحسين البنية الرقمية والتنظيمية للتجارة الإلكترونية وهذا من خلال: (Tariq, 2005)

- الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة بتحرير قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات وتخصيص هذه القطاعات في أسواق تنافسية حرة، وهذا في سبيل تطوير نوعية وجودة الخدمات بأسعار تنافسية؛

- نشر الثقافة الالكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الالكترونية وأهمية توظيف الأنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني،

- إطلاق مبادرات لبناء وتنمية القدرات البشرية اللازمة للتحويل الرقمي، فتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا وإدراك إمكاناتها من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديريين أو موظفين

- ضرورة القيام بتعديلات عميقة تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية لمعالجة الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجانب التجاري، من خلال حركة تشريعية تعكس استجابة التشريع الجزائري للجديد والمستجد في هذا المجال، حيث لا بد أن تركز على التحضير والتكيف السريع للإطار القانوني للتجارة الالكترونية الذي يكفل تنظيها على نحو يحقق شئوعها ونمائها

- تشجيع وتحفيز للقطاع الخاص لتعظيم استخدامه للتجارة الإلكترونية ورفع مستوى الوعي لديه بالفرص والتحديات التي تشكلها هذه التجارة، وتعزيز روابط التعاون بين هذه المنشآت و تدعيم المعاملات والصفقات بينها عن طريق الاتصال المباشر.
- عصرنه نظام الدفع الإلكتروني، بتوفير الوسائل والأدوات لتسهيل نشاط التبادل التجاري الإلكتروني وتطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تخدم المتعامل الأجنبي والمحلي؛

4. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة تحليل البنية الرقمية للتجارة الإلكترونية بالجزائر من خلال عرض المؤشرات والأرقام ذات الصلة بسوق الاتصالات والتعامل التجاري الإلكتروني من سحب ودفع، وكذا استخدامات تطبيق بريدي موب الإلكتروني، دون أن ننسى تحليل مكانة الجزائر ضمن المؤشرات الدولية للتجارة الإلكترونية، وتوقعات مستقبل سوق التجارة الإلكترونية وسبل تفعيله، وقد توصلنا إلى النتائج التالية:

- نمو سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر، حيث يميل في السنوات الأخيرة إلى نمو إيجابي بزيادة عدد الاشتراكات في الهاتف الثابت والنقال والأترنت بنوعيهما الثابتة والمتنقلة.

- تنوع الأنشطة التي يتم فيها الدفع عبر الأترنت بفضل تزايد أعداد محطات الدفع الإلكتروني وتطور في عدد البطاقات الإلكترونية بنوعيهما البطاقات البنكية والبطاقة الذهبية لبريد الجزائر. وهذا يعود بالأخص الى انضمام بريد الجزائر الى تجمع النقد الآلي وتحقيق تبادل المعاملات بين البطاقة البنينكية /الذهبية، التي أصبحت سارية المفعول منذ 05 جانفي 2020.

- يعد تطبيق بريدي موب التطبيق الوحيد بالجزائر الذي يوفر خدمات الدفع والسحب الإلكترونيين، حيث يتيح خاصيتين للدفع وهما الدفع الجوّاري السريع، والدفع عن بعد.

- تمكنت الجزائر من التقدم في عدد من المراتب في تصنيفات المؤشرات الدولية بينما تراجع ترتيبها فيما يتعلق بالأمن المعلوماتي يعود هذا التراجع إلى ضعف تعزيز جدران الحماية وأنظمة التشفير والتوقيع الإلكتروني، وغموض قوانين حماية مستعملي النشاط الإلكتروني مع قصور التقنيات والبرمجيات الداعمة للأمن الإلكتروني
- يشهد سوق التجارة الإلكترونية تطوراً ملحوظاً بالجزائر، حيث يتوقع أنه بنهاية سنة 2025 سيكون عدد مستخدمي عمليات وتطبيقات التجارة الإلكترونية بالجزائر 7.52 مليون مستخدم. ومن المتوقع نمو إيرادات هذا السوق وعدد المتعاملين فيه.
- تقف الجزائر أمام تحدي كبير وهو تحسين البنية التحتية الرقمية وإرساء القواعد القانونية والتنظيمية التي تشجع الممارسات التجارية الرقمية.
- وفي هذا الصدد يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية:
- تعزيز الوعي وثقافة الشراء الإلكتروني عبر حملات توعوية، دورات تكوينية للتجار، وتشجيع استخدام المنصات الموثوقة.
- تحسين البنية التحتية الرقمية بتوسيع تغطية الإنترنت، ورفع سرعة الاتصال، تقليل تكاليف الاشتراك، وتوفير تغطية واسعة خاصة في المناطق النائية. ودعم الابتكار في التجارة الإلكترونية، وتشجيع الاستثمارات التكنولوجية.
- تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني من خلال توفير حلول دفع أكثر أماناً وسهولة، وتشجيع استخدام المحافظ الرقمية والتطبيقات المصرفية. والتأكيد على تعزيز الأمن السيبراني بحماية البيانات والمعاملات، وتطوير قوانين صارمة لمكافحة الجرائم الإلكترونية
- دعم التحول الرقمي للمؤسسات عبر توفير حوافز للشركات لاعتماد حلول التجارة الإلكترونية وتحديث أنظمتها الرقمية. وتحفيز إنشاء منصات تجارة إلكترونية محلية تدعم عمليات البيع والشراء بأمان، مع ربطها بأنظمة دفع وتوصيل متكاملة.

5. قائمة المراجع:

1. Alain RALLET. (2001). *commerce électronique ou électronisation du commerce? Dans Réseaux* (Lavoisier, Vol. 2). Lavoisier.
2. Arpce Regulatory Authority for Post and Electronic Communications. (2025, February 22). <https://www.arpce.dz/fr/>
3. Bank Of Algeria. (2025, February 22). <https://www.bank-of-algeria.dz/>
4. GIE Monétique Automated Monetary Network. (2025, February 22). <https://www.giemonetique.dz/>
5. Ministry of Post and Telecommunications. (2025, February 22). <https://www.mpt.gov.dz/en/>
6. Statista—The Statistics Portal. (2025, February 22). Statista. <https://www.statista.com/markets/413/e-commerce/>
7. UN Trade and Development (UNCTAD). (2025, February 22). <https://unctad.org/>
8. United Nations Conference on Trade and Development. (2017, September 11). *Regional Workshop on International Merchandise Trade Statistics Strengthening Data Compilation and Analytical Capacity*. USA.
9. Biyumi Hijazi, A. A. (2006). *E-commerce in the Arab Model Law on Combating Computer and Internet Crimes* (1st ed.). Al-Fikr Al-Jamei.
10. Taabdallah, & Hafay, A. A. (2018). *E-commerce as a tributary of tax globalization: The problematic of tax imposition*. *Journal of Economics and Human Development*, 9(3), 3.
11. Tariq, T. (2005). *Marketing and e-commerce*. Dar Al-Kutub.
12. Mohamed Darwish, I. (2002). *Tax treatment of electronic transactions*. Paper presented at the Financial and Investment Climate Conference (p. 6). Faculty of Economics and Administrative Sciences.