

واقع التجارة الالكترونية في الجزائر – دراسة مقارنة مع تونس والمغرب- Actually of e-commerce in Algeria -Comparative study with Tunisia and Morocco-

بوضياف سامية^{1*}، بهلولي فيصل²

¹ جامعة لونيسي علي البلدية 02 (الجزائر) samiaboudiaf@yahoo.com

² جامعة لونيسي علي البلدية 02 (الجزائر) f.behlouli@univ-blida2.dz

تاريخ الارسال: 2019/09/22؛ تاريخ القبول: 2020/05/04؛ تاريخ النشر: 2020/11/25

الملخص: مع تسارع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال بات من الضروري على الحكومات استخدامها على أوسع نطاق والجزائر هي الأخرى تعمل على ذلك من خلال اطلاق مشروع الحكومة الالكترونية و تخطيط سياسات واستراتيجيات لإنجاحه والتي مس الاقتصاد لينتج عنه نوع جديد من التعاملات تدعى التجارة الالكترونية الذي استدعى تجهيز بنية تحتية متينة كتوفر وسائل معلومات حديثة و شبكة انترنت سريعة وتغطي كل أراضي الوطن بالإضافة الى تكوين الأشخاص للتعامل بها .

الا ان الواقع والاحصائيات التي وجدت أوضحت ان الجزائر بعيدة كل البعد عن استخدام هذه التكنولوجيات المعلومات والاتصال في المجال الاقتصادي وتحقيق التجارة الالكترونية المجال فقد اقتصر في الآونة الأخيرة على التسويق فقط والمشكل يكمن الى انعدام وسائل الدفع الالكتروني وعدم استخدام بطاقات دفع عالمية بالإضافة الى انعدام الثقافة الشرائية عبر العالم الافتراضي ,على الرغم من ان البلدان المجاورة تحقق قفزة نوعية في هذا المجال و بدأت تظهر بوادر تفوقها على الجزائر

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية , تكنولوجيا المعلومات والاتصال, سياسات تطبيقها

رموز تصنيف Jel : L81 ، O30.

Abstract: With the acceleration of the development of information and communication technology, it is necessary for governments to use it on a wide scale. Algeria is also working on this through the launch of the e-government project and the planning of policies and strategies for its success, which touched the economy to produce a new type of transactions called electronic commerce, which required the processing of a strong infrastructure Such as providing modern means of information and a fast Internet network covering all the country's territory in addition to the composition of people to deal wit.

However, the reality and statistics that have been found have shown that Algeria is far from using these information and communication technologies in the economic

field and achieving electronic commerce. The field has only recently been limited to marketing. The problem lies in the lack of electronic payment methods, Through the virtual world, although neighboring countries have made a quantum leap in this area and are beginning to show signs of superiority over Algeria.

Keywords:E-commerce, information and communication technology, policies and application.

Jel Classification code : L81,O30

مقدمة :

التجارة الالكترونية هي احدى اهم الظواهر الاقتصادية الحديثة الناتجة عن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال , وتعتبر ذات فوائد ومزايا كثيرة على اقتصاديات الدول في زيادة نموه وتنوعه . وبالتالي تحقيق التنمية وزيادة رفاهية الافراد , الامر الذي يتطلب العمل بها . الا ان تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتوفر بدرجات متفاوتة من دولة الى أخرى , لذا بات على الدول النامية التسارع في توفير هذه التكنولوجيات وتحقيق بنية تحتية متينة حتى يتسنى لها مواكبة البلدان المتقدمة والتعامل معها تجاريا و اقتصاديا.

ومن هنا يمكن طرح الإشكالية التالية :

ما هو واقع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر بالمقارنة مع كل من تونس والمغرب؟ والتي يمكن ان تتجزأ الى أسئلة فرعية:

- هل تمتلك الجزائر على اساسيات (البنى التحتية) للتجارة الالكترونية؟
 - هل هناك تفاوت بين الجزائر ودول الجوار في انتشار التجارة الالكترونية؟
- ولالإجابة المبدئية يمكن وضع الفرضيات التالية:

- يوجد لكن بنسب ضئيلة جدا وليس متوفرة عند عامة الناس.
- باعتبار تقارب الثقافات التي تجمعنا وحكم الجوار لا يوجد تفاوت.

الدراسات السابقة:

- خالد بن ساسي " واقع التجارة الالكترونية والامداد في الجزائر" مجلة أداء المؤسسات الجزائرية - صادرة من جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر. العدد 12/ 2017 ركر
- الباحث على الخدمات اللوجستية المتمثلة أساسا في النقل والتخزين والتغليف والشحن

والتوصيل والتسليم حيث توصل الى ان الجزائر مازالت متأخرة في مجال التجارة الالكترونية والسبب الرئيسي في ذلك فشلها في تطبيق الحكومة الالكترونية.

- سمية ديمش "التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر" رسالة ماجستير تخصص تحليل واستشراف اقتصادي جامعة منتوري قسنطينة الجزائر 2010-2011: حيث توصلت الباحثة الى ضرورة تبني الجزائر الى هذا النوع من التجارة حتى تتماشى مع تطور العالم الا ان المعوقات كثيرة حيث لا تملك اكثر الاساسيات والركائز الى قيامها وهي شبكات الانترنت ووسائل الدفع الالكترونية مما جعل تجربتها فاشلة. وللإجابة على الإشكالية قسمنا بحثنا الى ثلاث نقاط:

- مفهوم التجارة الإلكترونية.
- مؤشرات قياس التجارة الالكترونية.
- مؤشرات التجارة الالكترونية في الجزائر.

I. مفهوم التجارة الالكترونية.

اختلفت التعاريف الواردة حول التجارة الالكترونية باختلاف الإطار النظري المعتمد في

تعريفها والتي تم تعريفها من عدة جهات ومؤسسات دولية نذكر منها:

- **تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE** حدد فريق من الخبراء في منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية نموذجا من ثلاثة أبعاد لتعريف التجارة الالكترونية:¹
 - العمليات مثل: إذا كانت تنطوي على تبادلات نقدية او نقل ملكية؛
 - الوسيلة: البنية التحتية للاتصالات؛
 - الجهات الفاعلة المشاركة مثل: إذا كانت داخلية بالنسبة للمؤسسة أو أطراف ثالثة.
- **تعريف فدرالية التجارة الالكترونية والبيع عن بعد FEVAD** : التجارة الالكترونية هي شكل من أشكال البيع عن بعد، والذي يتم وفقا لأسلوب الطلب (البريد، الهاتف الثابت أو النقال، الانترنت).²
- **تعريف منظمة التجارة العالمية OMC** : التجارة الالكترونية هي إنتاج، إعلان، بيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكات الاتصال. التعريف السابق يجعل من التجارة الالكترونية

مفهوما واسعا حيث أنها لا تتحدد فقط بالتجارة عبر شبكات الاتصال وانما يشمل أيضا الإنتاج , كما نجد أيضا أن العديد من الباحثين يعتبرون الكلام عن التجارة الالكترونية يستوجب حدوث الطلب عبر الخط، في حين يمكن أن تتم باقي الإجراءات الأخرى خارج الخط³

- **تعريف منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي (APEC):**⁴ عرف المنتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادي التجارة الالكترونية بانها أي شكل من اشكال الصفقات التجارة الخدمية والسلعية والتي يتعامل فيها الأطراف بطريقة الكترونية , سواء تمت بين شخص وشخص اخر او بين شخص وكمبيوتر او كمبيوتر وكمبيوتر.
 - **تعريف الاتحاد الأوروبي:** عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الالكترونية بانها كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين او بين كل منهما على حده وبين الإدارات الحكومية.
 - **تعريف الهيئة الأوروبية للمعلومات والتكنولوجيا والرقابة:** "التجارة الإلكترونية هي النشاط الذي يؤدي إلى تبادل القيم عن طريق شبكات الاتصال"⁵
 - **تعريف وزارة تجهيزات النقل والسكن الفرنسية:** تشهل التجارة الالكترونية كل المبادلات الالكترونية لبيع أو شراء سلع أك خدمات التي تجريها المؤسسة مع جهة محددة من خلال شبكة إلكترونية، بحيث يتم طلب السلع كالخدمات من خلال هذه الشبكة، أما التسوية المالية كالتسليم يمكن أن تتم عبر الشبكة أو بواسطة وسائل أخرى.⁶
- من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف التجارة الالكترونية انها شكل من اشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تفاعل اطراف التبادل الكترونيا , حيث يجب ان يكون الطلب الكتروني اما باقي المعاملة التجارية فيمكن ان تتم عن طريق الوسائط الالكترونية او غيرها.
- ولقد ارتبطت التجارة الالكترونية بمجموعة من المصطلحات نلخصها كما يلي:
- **الاتصالات:** إيصال المعلومات، السلع والخدمات والدفع عبر مختلف الوسائل الالكترونية؛

- إجراءات إتمام العملية التجارية: التطبيقات التكنولوجية المستخدمة لإتمام عملية التبادل.
- الخدمات: جودة الخدمات وسرعة العملية التجارية من اهم . الأسباب التي تدفع الزبون كالمسير للاتجاه نحك ممارسة التجارة الالكترونية.
- العمل المباشر: إمكانية بيع وشراء المنتجات كالمعلومات عبر الانترنت أو الوسائط الالكترونية الأخرى بشكل مباشر.

II. مؤشرات قياس التجارة الالكترونية :

صعوبة قياس حجم التجارة الالكترونية احدى أكبر التحديات المصاحبة لهذه الظاهرة التي تواجه الحكومات وصانعي القرار داخلها لرسم السياسات الاقتصادية الملائمة وكذا المستثمرين ورجال الاعمال و تعددت الدراسات حول قياس التجارة الالكترونية، ولكن عدم تجانس مصادر المعلومات يجعل من الصعب قياس ومقارنة مستوى اعتماد التجارة الالكترونية بين الدول بالنسبة للمؤسسات بشكل عام والمؤسسات الصغيرة كالمتوسطة بشكل خاص. ولقد سعت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية وراء وضع مجموعة من المؤشرات لقياس التجارة الالكترونية، وتوصلت لتحديد ثلاث مؤشرات يمكن من خلالها مقارنة وتقييم مستوى اعتماد التجارة الالكترونية بين دول العالم وتتوافق هذه المؤشرات مع المراحل الثلاثة الأساسية للتجارة الالكترونية، وتمثل في:⁷

- الجاهزية الالكترونية: مستوى تحضير البنية التحتية التكنولوجية، التجارية والاجتماعية اللازمة لممارسة التجارة الالكترونية؛
- الكثافة الالكترونية : حالة استخدام التجارة الالكترونية، كحجمها كدرجتها وطبيعة المعاملات والأنشطة التجارية؛
- مستوى التأثير الالكتروني: ويتعلق بمقاييس الفرق التي أحدثت التجارة الالكترونية فيما يتعلق بكفاءة وخلق مصادر ثروة جديدة على كلا المستويين الجزئي كالكلي.

وفيما يخص حالة الجاهزية والكثافة الالكترونية، هناك مؤشرات تسمح لكل دولة بمسح إحصائي لحالة التحضير كالبنية التحتية، وتحديد الجهات المستخدمة الأساسية وكذا القطاعات كالمجالات الأساسية للتطبيق. وانطلاقاً من هذه الركائز برزت تجربتين في مجال قياس التجارة الالكترونية هما:

1- مكتب الإحصاء الأسترالي : الذي اعتمد على جمع بيانات عن استخدام تكنولوجيا

المعلومات من قبل الاسر والشركات التجارية والمنظمات الحكومية وبالأخص حول استخدام الحاسوب ثم بعدها استخدام الانترنت وذلك عن طريق الدراسات الاستقصائية لأكثر من 3000 أسرة تمحورت الأسئلة عن استخدامهم للانترنت والحاسوب في المنزل والعمل وعن مشترياتهم عبر الانترنت والمعاملات المالية الالكترونية والأنشطة المتعلقة بالعمل من المنزل , وكذا اجراء استقصاء على النطاق الاقتصادي حول استخدام الشركات التجارية التي تستخدم موظفي تكنولوجيا المعلومات حيث شملت 15500 شركة تجارية حيث تناول الأسئلة التالية:

● الأنشطة المتعلقة بشراء البضائع والخدمات:

- البضائع والخدمات المطلوبة؛
- تم الدفع/التفويضات إلكترونياً؛
- الفواتير المرسلة؛

● الأنشطة المتعلقة ببيع البضائع والخدمات:

- الطلبات المستلمة على البضائع والسلع.
- المبالغ/التفويضات المستلمة.
- الفواتير المرسلة إلى الزبائن.
- المنتجات المسلمة إلكترونياً.
- مقدمة بعد خدمة المبيعات.

● معاملات أخرى (تتعلق بالتجارة الإلكترونية):

- الإعلان عن هذه الشركة أو الترويج لها.
- الخدمات المصرفية والمالية.
- وضع الاستثمارات وطلبات الدفع الحكومية وما إلى هنالك إلكترونياً؛

- أي من الأمور التالية التي قدمها وجودكم على الشبكة
- الإعلان عن منتجات الشركة التجارية؛
- معلومات عن حساب الزبون؛
- الطلب بالإنترنت؛
- تسهيلات سلة التسوق؛
- إدارة تتبع الطلبات؛
- إمكانية الدفع بالإنترنت؛
- القدرة على الدخول بأمان أو المعاملات؛
- التكامل مع النظم الخلفية؛
- هل طلبت هذه الشركة التجارية أي بضائع وخدمات عن طريق الإنترنت أو الشبكة العالمية خلال الفترة المالية؟
- ما هي الفوائد، إن وجدت، التي تم جنيها نتيجة طلب البضائع أو الخدمات عن طريق الإنترنت أو الشبكة العالمية؟ (قائمة بالفوائد)
- هل رجحت هذه الشركة التجارية من بيع البضائع والخدمات التي تم طلبها عن طريق الإنترنت أو الشبكة العالمية خلال الفترة المالية؟

2- التجربة الكندية في قياس التجارة الالكترونية: تقوم بها هيئة الإحصاء الكندية نظرا

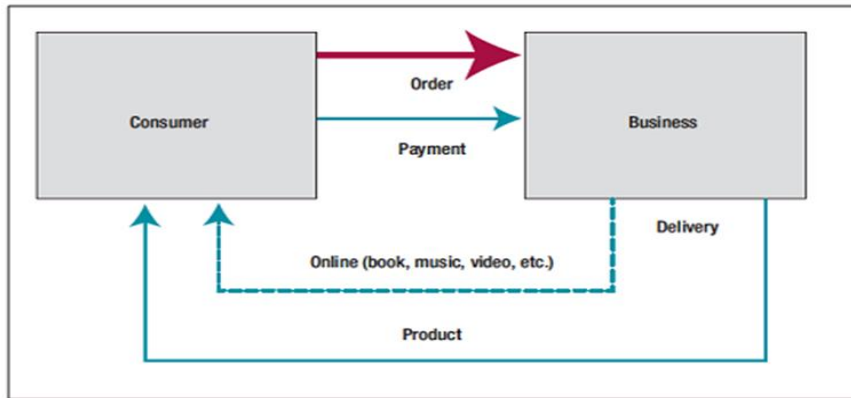
للأهمية التي توليها السياسات والحكومات للتجارة الالكترونية لذا قامت هذه الهيئة بإحصاء ممارسات الشركات التجارية والاسر , وتعداد قيمة المبيعات عبر الانترنت وكذا التكنولوجيا المستعملة لتعزيز التجارة الالكترونية ولقياس هذه الأخيرة قدمت الجزء الأول المتعلق بالخلفية عن بيئة السياسات التي أدت الى نشوء مشروع الحكومة للوصول بالانترنت الذي تعتبره مقياس أساسي للتجارة الالكترونية بالإضافة الى وضع مبادئ توجيهية لاستخدامها وذلك بوضع صندوق يوضع فيه مخصصات سنوية لها اما الجزء

الثاني هو الاستقصاء الذي يقيس التجارة الالكترونية في الاسر والشركات التجارية من خلال استخدام الحواسيب واستخدام الانترنت, وانشاء مواقع على الشبكة واستخدام الانترنت للتجارة المباشرة.

3- مؤشر التجارة الالكترونية :

مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد UNCTAD) يصمم مؤشرا للتجارة الالكترونية بين المؤسسات التجارية والمستهلك من أربعة مؤشرات وهي مدى استخدام الانترنت, الخوادم المؤمنة لكل مليون مواطن, انتشار الحسابات المصرفية, الموثوقية البريدية وذلك انطلاقا من العلاقة المبينة في الشكل التالي:

الشكل رقم 01: علاقة المؤسسات التجارية بالمستهلك²



Source : UNCTAD « unctad B2CE-commerce index 2017 », N° 7 P2.

حيث يبين الشكل العلاقة بين الشركة والمستهلك التي تربط بينهم علاقة تبادلية حيث توفر الشركة للمستهلك الإنتاج من سلع وخدمات والتي تعرضها وتسوقها في شبكة الانترنت في كتاب او موسيقى وفيديو...الخ، والمستهلك له حرية الاختيار الإنتاج ثم عليه بدفع قيمته وهو ما لخص في أربعة مؤشرات السابقة.

الا انه تم تغيير بعض المؤشرات المركبة لمؤشر التجارة الالكترونية وتطويرها من سنة الى أخرى حسب الجدول التالي:

الجدول رقم 01: تغيرات مؤشرات التجارة الالكترونية

مؤشر التجارة الالكترونية 2014	مؤشر التجارة الالكترونية 2016	مؤشر التجارة الالكترونية 2017
-استخدام الانترنت -الخوادم المؤمنة -بطاقات الدفع -الدفع البريدي المستعمل	-استخدام الانترنت -الخوادم المؤمنة -بطاقات الدفع -مؤثوقية البريدية	-استخدام الانترنت -الخوادم المؤمنة -حسابات البنكية - مؤثوقية البريدية
130 دولة	137 دولة	144 دولة

SOURCE : UNCTAD « unctad B2CE-commerce index 2017 » N°9 P8

ويتم الحصول على الاحصائيات اللازمة لهذه المؤشرات من هيئات علمية مختصة مثل هيئة الاتصال الدولي والبنك الدولي , ومن خلال هذه المؤشرات يمكن دراسة واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

III. واقع التجارة الالكترونية في الجزائر, تونس, المغرب:

سنحاول في هذا الجزء تسليط الضوء على بعض مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر ومدى توفرها بالإضافة الى مؤشر التجارة الالكترونية الصادر عن UNCTAD :

1- **الخوادم المؤمنة** : الخوادم المؤمنة هي الخوادم التي تستخدم تكنولوجيا تشفير في عمليات

الإنترنت ,ومن خلال الجدول التالي نبين تطورها في الجزائر خلال فترة 2010 -2018

الجدول رقم 02 :تطور الخوادم المؤمنة خلال الفترة 2010-2018 في الجزائر وتونس والمغرب

	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
الخوادم المؤمنة	2855	2621	309	152	94	68	46	18	13	الجزائر
	10655	10115	859	328	244	182	113	76	51	المغرب
	3657	2450	1045	214	225	170	117	82	66	تونس

المصدر: البنك الدولي على الموقع:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/IT.NET.SECR?end=2018&start=2018&view=bar>

الملاحظ تزايد مستمر وملحوظ خلال هذه الفترة في الخوادم المؤمنة وسنة 2018 زادت بمعدل كبير مقارنة بسنة 2016 و ما قبلها وذلك راجع الى تبني الجزائر لمشروع الحكومة الالكترونية , الا انها تبقى متأخرة امام دول الجوار وخاصة المغرب التي تفوقها بثلاث اضعاف تقريبا.

2- صادرات و واردات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تشمل صادرات و واردات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كلاً من الاتصالات السلكية واللاسلكية، والصوت والفيديو، والحاسب الآلي (الكمبيوتر) والتجهيزات ذات الصلة، والمكونات الإلكترونية، وغيرها من سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وتُستثنى من ذلك البرمجيات والجدول التالي يبين تطورها في الجزائر وتونس والمغرب خلال فترة 2010-2018

الجدول رقم 3 : تطور صادرات و واردات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال كنسبة من الصادرات

والواردات خلال الفترة 2010-2018

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010		
-	-	0.020	0.002	0.002	0.0008	0.0011	0.003	0.0017	الجزائر	صادرات
-	-	6.33	5.41	5.75	5.84	6.70	7.37	6.52	تونس	
-	-	2.24	2.16	2.70	2.86	3.07	3.25	3.77	المغرب	
		5.18	5.38	5.07	4.15	4.02	3.35	2.96	الجزائر	واردات
		6.21	5.59	4.72	4.96	5.79	6.62	6.30	تونس	
		3.94	4.10	3.79	3.61	3.51	4.77	5.86	المغرب	

المصدر : البنك الدولي:

https://data.albankaldawli.org/indicator/TX.VAL.ICTG.ZS.UN?most_recent_year_desc=true

الملاحظ على صادرات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ان الجزائر نسبتها من مجموع الصادرات جد جد منخفضة اذ لا تصل حتى 1 % وذلك راجع الى ضعف الإنتاج في هذا المجال وعدم وجود استثمارات , لكن اذا ما قورنت بتونس و المغرب صحيح هي الأخرى ضعيفة لكن احسن من الجزائر بإضعاف على الرغم من توفر الجزائر على كل الإمكانيات , وفي المقابل الجزائر هي الأفضل من حيث عدم استزادها لسلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في سنة 2010 الا انها سرعان ما ارتفعت في باقي السنوات وهذا ان دل فانه يدل على عدم تركيز السياسة الجزائرية على القطاع والاهتمام به, اما ما لاحظ في تونس هو تقريبا ثبات النسبة من 2010 حتى 2016 على رغم من انخفاضها سنة 2014 وكذا الملاحظ في تونس تساوي تقريبا الصادرات والواردات , اما المغرب فهي التي حققت تراجع من وارداتها من 2010 الى 2016 بشكل تسلسلي وهذا ما يخدم اقتصادها في تقليص فاتورة الاستيراد وهذا راجع الى

ارتفاع صادراتها مما يثبت اتكائها على الإنتاج الوطني في هذا القطاع ولكن على العموم كل المغرب العربي حققت نسبة منخفضة في ميزانها التجاري من حيث سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

3- صادرات وواردات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال (% من ميزان المدفوعات):

تغطي خدمات الاتصالات والكمبيوتر والمعلومات والخدمات الأخرى (% من واردات الخدمات، ميزان المدفوعات) الاتصالات السلكية واللاسلكية الدولية وخدمات البريد وتوصيل المراسلات، وبيانات الكمبيوتر، ومعاملات الخدمات المتعلقة بالأخبار بين أطراف مقيمة وغير مقيمة، وخدمات الإنشاءات، وعائدات حقوق الملكية ورسوم الرخص، وخدمات أنشطة الأعمال المتنوعة والخدمات المهنية والفنية، والخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية، والخدمات الحكومية غير المدرجة في موضع آخر. تشير الخدمات (الخدمات غير المرتبطة بعوامل) إلى الناتج الاقتصادي للسلع غير الملموسة التي يمكن إنتاجها، ونقلها، واستهلاكها في الوقت نفسه، ويرد تعريف للمعاملات الدولية في الخدمات في دليل ميزان المدفوعات الصادر عن صندوق النقد الدولي (1993)، غير أن التعاريف قد تختلف مع ذلك فيما بين الاقتصادات القائمة بالإبلاغ والجدول

التالي يبين تطورها في الجزائر

الجدول رقم 04: تطور صادرات و واردات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتونس

والمغرب خلال الفترة 2010-2018

2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010		
60.99	63.40	59.11	59.97	64.61	65.80	66.48	63.44	الجزائر	صادرات
26.22	28.78	27.58	22.69	25.45	24.55	26.46	32.26	تونس	
37.63	39.53	37.55	34.29	34.83	37.24	35.62	38.58	المغرب	واردات
61.54	60.27	57.90	58.18	55.85	58.19	66.93	67.51	الجزائر	
21.20	23.66	23.83	22.48	20.90	22.17	21.29	24.85	تونس	
38.23	43.49	41.41	40.27	40.00	39.75	42.2	44.40	المغرب	

المصدر: البنك الدولي:

https://data.albankaldawli.org/indicator/BX.GSR.CCIS.ZS?most_recent_year_desc=true

الملاحظ ان صادرات الجزائر في خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال جيدة كنسبة مئوية من ميزان الخدمات (ميزان المدفوعات) وهي افضل من المغرب وتونس بكثير، الا انها شهدت تراجع في السنوات الأخيرة وهو ما حصل كذلك في تونس , اما بالنسبة الى الواردات فالجزائر كذلك تسجل نسب اكبر من تونس والمغرب وهو ما لا يخدم الاقتصاد حتى المغرب كذلك سجلت نسب عالية وتبقى تونس هي الأفضل لانها سجلت نسب اقل من حيث الواردات اعلاها 24 %.

4- مؤشر مستخدمي الانترنت:

اذ يتم حسابها لكل مليون شخص والجدول التالي يبين تطورها.

جدول رقم 05 : تطور مستخدمي الانترنت في الجزائر وتونس والمغرب خلال الفترة 2010-2018

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
67.96	63.43	7.60	3.81	2.40	1.77	1.22	0.48	0.35	الجزائر
313.66	212.44	91.64	18.98	20.19	15.43	10.74	7.61	6.20	تونس
294.40	283.01	24.35	9.42	7.10	5.38	3.38	2.31	1.57	المغرب

المصدر: https://data.albankaldawli.org/indicator/IT.NET.SECR.P6?most_recent_year_desc=true

من الملاحظ ان كل من الجزائر وتونس والمغرب في السنوات الأولى للدراسة حققت معدلات منخفضة لاستخدام الانترنت لكن سرعان ما تداركت هذا في الآونة الأخيرة ابتداء من سنة 2016 لتتضاعف وعلى الرغم من ذلك سجلت كل تونس والمغرب قفزة كبيرة لأكثر من 6 اضعاف ما في الجزائر وهذا راجع ادخال الانترنت في خدمات الهاتف النقال وكثرة المنافسة بين شركات الاتصال وتقديم عروض تنافسية مما توفر للمستهلك عروض مغرية , وهذا ما لم نشهده في الجزائر الا في الشهور الأخيرة , لكن ما لوحظ مثلا في المغرب العكس تماما بالإضافة الى التسويق والترويج الموجود في الشوارع و المطارات... الخ.

5- مؤشر التجارة الالكترونية الصادر عن UNCTAD.

سبق وان تحدثنا عن هذا المؤشر وفي هذه النقطة سنعرض الاحصائيات المتوفرة عن الجزائر وتونس والمغرب وكذا قيم المؤشرات الأربعة المركبة لها رتبها عالميا والجدول التالي يبين ذلك.

الجدول رقم 06: تطور مؤشر التجارة الالكترونية في الجزائر وتونس والمغرب خلال الفترة 2016-2018

الرتبة عالميا	قيمة المؤشر	الموثوقية البريادية	انتشار الحسابات المصرفية	الخوادم المأمونة لكل مليون مواطن	انتشار استخدام الانترنت		
95	32.3	68	6	37	18	الجزائر	2016
73	44.5	69	7	56	46	تونس	
79	41.5	60	4	45	57	المغرب	
97	38	26	50	31	43	الجزائر	2017
79	47	65	27	45	51	تونس	
85	43	37	39	38	58	المغرب	
111	36.3	18	43	41	43	الجزائر	2018
79	51.7	63	37	51	56	تونس	
81	50.9	59	29	54	62	المغرب	

Source : UNCTAD «UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2018,2017,2016»

N°7,N°9,N°12- p23 , p17 ,p18.

سجلت الجزائر تراجع في ترتيبها لمؤشر التجارة الالكترونية رغم انها هي في مراتب جد متأخرة على رغم الجهود المبذولة في تحقيق مشروع الحكومة الالكترونية في جميع الميادين وتبقيلا دائما متأخرة مقارنة بدول الجوار كل من تونس والمغرب على الرغم من الإمكانات المتواجدة فمثلا تونس تحقق نتائج افضل على الرغم من صغر مساحتها وعدد سكانها , كما لوحظ تحسن في ترتيب المغرب عام 2018 هذا يدل على الاستراتيجيات والسياسات المدروسة من طرف الحكومات.

فالجزائر على الرغم من تحسن مؤشر استخدامها للأنترنت الا ان تراجع موثوقية البريدية وتذبذب كل من مؤشر الحسابات المصرفية و الخوادم المؤنة على عكس تونس التي لقت تحسن في كل مؤشرات الأربعة ونفس الشيء حدث في المغرب.

الخلاصة :

من خلال دراستنا لواقع التجارة الالكترونية في الجزائر تبين انها تواجه مجموعة من النقائص الضرورية لبناء قاعدة متينة تقوم عليها التجارة الالكترونية ومن بين اهم النتائج المتوصل اليها نذكر:

- 6- تدني ترتيب الجزائر في مؤشر التجارة الالكترونية وتراجعها سنة بعد سنة.
- 7- عدم توفر الجزائر على شبكة انترنت سريعة وواسعة النطاق على كل تراب الوطن.
- 8- عدم وجود ثقافة لدى افراد المجتمع للشراء والبيع عبر الفضاء الافتراضي.
- 9- عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر يبقى ضعيفا مقارنة بالدول المجاورة المغرب وتونس ,على الرغم من زيادته في الجزائر من سنة الى أخرى 2016 الى 2018.
- 10- عدم توفر وسائل دفع الكترونية على الرغم من استحداث بطاقات دفع , الا ان شروط إصدارها غير مشجعة , كما انها لا يمكن استعمالها خارج الوطن بالإضافة الى العمولات الكثيرة و الباهضة التي تقتطع عند كل عملية شراء.
- 11- عدم وجود ثقافة حتى على مستوى المؤسسات لعرض منتوجاتهم في الفضاء الافتراضي

- 12- شبكة الهواتف النقالة مازالت غير متوفرة في العديد من المناطق وهنا لا نتحدث فقط عن المناطق النائية بل حتى في أماكن تحتوى على كثافة سكانية عالية. ومن جملة ما توصلنا اليه يمكن ان نقدم مجموعة من الاقتراحات نلخصها:
- تشجيع وتسهيل الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات بصفة عامة والتجارة الالكترونية بصفة خاصة, من خلال فتح المجال امام المؤسسات الوطنية خاصة الناشئة منها للولوج الى هذا المجال.
 - تطوير و عصنة المنظومة البنكية في الجزائر وذلك استجابة لمتطلبات التجارة الالكترونية من خلال توسيع استخدام نظام الدفع الالكتروني في مختلف المجالات المتعلقة بالتجارة الالكترونية
 - على الجزائر توفير بنية تحتية لممارسة التجارة الالكترونية كالأترنت وشبكات اتصال واسعة النطاق و بأسعار تنافسية .
 - نشر الوعي لدى أوساط افراد المجتمع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخاصة الانترنت بما يفيدوه هو ويفيد وطنه من خلال اجراء أيام تحسيسية ودورات تكوينية, حيث ان العديد من الافراد يمتنعون البيع والشراء في شبكة الانترنت.
 - تشجيع المؤسسات وتحفيزهم باستخدام عمليات البيع على الانترنت والتسويق.
 - تقنين عمليات التجارة الالكترونية حتى لا يتسنى التلاعب والغش على الافراد او المؤسسات.

13- الهوامش والمراجع:

- 1- المجلس الاقتصادي الاجتماعي «تعريف التجارة الالكترونية واسسها " اللجنة الإحصائية الدورة الثالثة والثلاثون (الأمم المتحدة 18 ديسمبر 2001، ص.3-4)»
- 2- شهرزاد عبيدي "الانترنت والتجارة الالكترونية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة" أطروحة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة الحاج لخضر باتنة - سنة 2015-2016 - ص 71
- 3- Thomas Stenger ; Stéphane Bourliataux-Lajoinie, e-Marketing & e-commerce (Paris : DUNOD, 2011), P.4 commerce : concepts, outils, pratiques

- 4- علاوي محمد لحسن- مولاي لخضر عبد الرزاق مداخلة بعنوان اليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية الملتقى الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 افريل 2011 ص4
- 5- ابراهيم بخي، التجارة الإلكترونية: مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ط2 الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية ، 2005ص.41
- 6- Ministère de l'équipement des transports et du logement, « Le commerce terme sur le territoire francellien » , électronique : quel impact a long Orapport (France : Janvier 2005), P. 2
- 7- الأمم المتحدة - اللجنة الإحصائية " تعريف التجارة الالكترونية وقياسها " الدورة الثالثة وثلاثون - مارس 2002 ص 10-20 بتصرف
- 8- البنك الدولي <https://data.albankaldawli.org/indicator>
- 9- UNCTAD «UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX,2016” N°7- p23
- 10- UNCTAD «UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2017” N°9 , p17
- 11- UNCTAD «UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2018” N°12- p18