

واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

The reality of electronic commerce in Algeria

بوراس بودالية (*)

جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب، الجزائر البلد

bouras_b484@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2021/02/05 تاريخ القبول للنشر: 2021/03/01

ملخص:

يشهد العالم اليوم ثورة هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد ساهمت في زيادة الترابط بين الأسواق في العالم مما أضفى على المعاملات التجارية صفة العالمية، ونتج عن هذا التقدم مفهوم التجارة الالكترونية، التي ظهرت كأسلوب جديد لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات الكترونيا بين مختلف الدول. والجزائر تعد من بين الدول التي أدخلت تعديلات على قوانينها من أجل الولوج إلى عالم التجارة الإلكترونية فهدف هذه الورقة البحثية معرفة واقع ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال التطرق لمشروع التجارة الالكترونية في الجزائر ووضعيتها التشريعية والقانونية ومعرفة أبرز المعوقات والتحديات التي تواجه التجارة الالكترونية في الجزائر وكذا معرفة حلول سبل ترقيتها.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، أشكال التجارة الالكترونية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مشروع الجزائر الالكترونية 2013، تفعيل التجارة الالكترونية.

Abstract:

The world is witnessing a huge revolution in the field of information and communication technology, has contributed to an increase in interdependence between the markets in the world which made the business transactions Global, this has resulted in the concept of electronic commerce, which appeared as a new view of the goods and services and make deals electronically between different states. Algeria is among the countries that have introduced amendments to their laws in order to gain access to the world of e-commerce, the aim of this research paper is to know the reality and the future of electronic commerce in Algeria through the development of the draft electronic commerce in Algeria and the status of legislative, legal, and highlighted the constraints and challenges facing electronic

commerce in Algeria as well as figure out solutions and ways to upgrade them .

key words: E-commerce, forms of electronic commerce, information and communication technology, Algeria e-commerce project 2013, activating electronic commerce.

مقدمة:

من أهم ما نتج عن اندماج وتلاصق اقتصاد المعرفة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال هو التجارة الالكترونية التي تعتمد على اقتصاد المعارف في صلب عملها وتغير مستوى الاهتمام وترتيب أهمية السلع المتاجر بها، حيث كانت تعطي أكبر أهمية للسلع المادية الملموسة وذات الأحجام الكبيرة، فأصبحت إلى السلع الرقمية، والمتاجرة بالمعلومات وخدمة مجال الخدمات اللاملموسة، تحتل المرتبة الأولى في اهتمامات المنتجين ثم تليها السلع المادية، وهذا ما أعطى الأهمية القصوى لاستعمال التجارة الالكترونية بالإضافة إلى التسهيلات الكبيرة والسرعة الفائقة في أداء الأعمال التي تكلف الجهد والأموال الطائلة عند استعمالها للتجارة التقليدية. حيث تتم التجارة الالكترونية في سوق الكتروني يتواصل فيه البائعون والوسطاء والمشترون، تعرض فيه مختلف المنتجات والخدمات بصيغة افتراضية أو رقمية، ويدفع ثمنها بأحد وسائل الدفع الالكترونية، والجزائر لن تبقى في منأى عن هذه التطورات، إذ لوحظ في الآونة الأخيرة أن المشرع الجزائري تبنى العديد من التوجهات التي تساهم في ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، فما هو واقع التجارة الالكترونية في الجزائر؟ وما هي التحديات التي تواجه تطبيق واعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر؟

والهدف من هذه الورقة البحثية هو التعرف على التجارة الإلكترونية التي تحتل بين قطاعات الأعمال الاقتصادية الحجم الأكبر من بين التعاملات الالكترونية الكلية حيث وصلت نسبتها إلى حوالي 80%، وإعطاء صورة عن خصائصها وسماتها، وتحديد ومعرفة أهم التحديات ولعقبات التي تواجه عملية تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر، ومعرفة سبل تفعيلها.

المبحث الأول: مفاهيم عن التجارة الإلكترونية

من بين إفرازات التكنولوجيا التجارة الالكترونية، حيث تعتبر من المتغيرات العالمية الجديدة، التي فرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، حيث أصبحت من دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد وأحد الآليات الهامة التي تعتمد عليها عولمة المشروعات التجارية والإنتاجية.

المطلب الأول: نشأة التجارة الالكترونية

بدأ مصطلح التجارة الالكترونية في الظهور بعد عام 1994، حيث ارتبط هذا المصطلح وبشكل كامل مع اختراع شبكة الانترنت والتي غزت العالم واستطاعت ربط دول العالم بشكل لم يكن من الممكن تخيله سابقا، فمرت التجارة الالكترونية بين قطاعات الأعمال الاقتصادية بثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء استخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الاقتصادية (قاسم النعيمي، 2012، <https://fmalaa.wordpress.com>):

- ✓ **المرحلة الأولى:** تعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين (Supply Chain) أي بين الشركة الأم والفروع التي تتبع لها.
- ✓ **المرحلة الثانية:** فيها بدأ التبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين (Data Interchange Electronic) وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة (Value Added Networks).
- ✓ **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت (Electronic Commerce). حققت هذه المرحلة مزايا كثيرة للمؤسسات الاقتصادية على مختلف أنواعها منها:
 - تخفيض تكلفة إنجاز المعاملات التجارية وتحقيق دورة تجارية في وقت قصير من خلال تطبيق النظم الخاصة بالإنتاج الموقوت، مما يسمح بزيادة كفاءة العمليات الإنتاجية والتجارية. وهذا بدوره يساعد على فتح السواق في سبيل استقطاب العملاء الجدد مع إمكانية الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، ويعزز مكانة المؤسسة في زيادة قدرتها التنافسية؛
 - تعزيز إمكانية خلق تجمعات اقتصادية متكاملة تعمل على تخفيض التكاليف الثابتة والمتغيرة على السواء كأجور البريد ومراسلات تجارية، وبالإضافة إلى أنها عملت على الإسراع في فترة دوران المخزون والطلب عله مما قلل من تكلفة العمليات الإجرائية المتبعة على الحاسب الآلي من إدخال وطباعة ومراجعة وغيرها من العمليات المرافقة لتنفيذ العقود وعقد الصفقات التجارية الإضافية؛
 - تحسين التدفقات المالية والنقدية للشركة وساهم في تقليل الأخطاء وتأكيد المعاملات فيما بينها؛
 - تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية وزيادة القدرة التنافسية بين الشركات، بالإضافة إلى زيادة حجم التبادل بين المؤسسات التجارية.

المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية

لقد ظهرت عدة تعريفات تحاول كل منها أن تصف وتحدد طبيعة هذه التجارة، إذ لا نجد تعريفا يمكن القول على أنه واضح وصريح، أو معترف به دوليا، ولكن نستطيع

القول بأن كافة التعاريف تتفق على أن التجارة الإلكترونية مصطلح يمكن تقسيمه إلى مقطعين:

- **التجارة:** والتي تشير في مفهومها ومضمونها إلى أي نشاط اقتصادي يقوم به الإنسان في أي مكان من العالم بغرض تحقيق الربح من خلاله، يتم من خلال تداول السلع والخدمات بين الأفراد والمؤسسات والحكومات. وتحكم هذا النوع من التعامل القوانين والأنظمة المشرعة منذ مئات السنين بالإضافة إلى ما يسمى العرف التجاري السائد في المجتمعات وبين الأفراد الذين يمارسون هذا النوع من النشاط.

- **الإلكترونية:** وهي صفة لكلمة التجارة، أي هي نوع من التوصيف لطريقة ممارسة النشاط الاقتصادي، ويقصد به هنا أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية، وحيث تعتبر الإنترنت والشبكات العالمية والمحلية أهم هذه الوسائط.

- تعرف التجارة الإلكترونية بشكل عام بأنها أي شكل من أشكال التبادل التجاري أو الإداري أو تبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر باستخدام تقنيات المعلومات والاتصالات، وهي عبارة عن " استخدام الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين الأعمال المختلفة، مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد" (Kenneth, Carol, 2001, p109).

- حسب تعريف المنظمة العالمية للتجارة "OMC" على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات" (العيسوي، 2003، ص12).

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية:

- ✓ عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه؛
 - ✓ عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات؛
 - ✓ عملية تسليم المشتريات.
- عملية الإعلان والتعريف للبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم شراء وبيع تلك البضائع والخدمات وسداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء انترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع (يحي، 2012، ص12).

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية

يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني، يتقابل فيه الموردون والمستهلكون والوسطاء، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صورة رقمية، وتختلف أشكال التجارة الإلكترونية نظرا لأطراف العلاقة التجارية، ويمكن تقسيمها إلى (مشتي، ص243-245):

✓ التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى (Business to Business) ويرمز لها بالرمز (B2B) ويستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض، فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير، والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة، باستعمال هذه التكنولوجيا، وهذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعا في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي ومن أبرز صور تقنيات هذا النوع من التجارة:

- التسويق الإلكتروني الذي يوفر آلية بحث قوية وسريعة تستخدمها الشركات بغرض مقارنة السلع المعروضة بين الموردين المختلفين من أجل العثور على المورد المناسب؛

- التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI): وتبدأ هذه التقنية في العمل بمجرد اختيار المورد المناسب والاتفاق معه على شروط وترتيبات التوريدات، من خلال تبادل البيانات وإرسال طلبات التوريد؛

- التجارة الإلكترونية داخل المؤسسة: ويوجد هذا النوع في الشركات الكبيرة ذات الفروع المتعددة الجنسيات التي تسمح بإجراء تبادل داخلي للسلع والخدمات بين الأقسام أو الفروع المختلفة.

✓ التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلكين (Business to Consumer) ويرمز لها بالرمز (B2C) بظهور التسوق على الانترنت أو ما يسمى بالمراكز التجارية على الانترنت، أصبح للمستهلك إمكانية للقيام بشراء السلع المتاحة ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان أو المصارف الإلكترونية أو عن طريق النقود عند استلام السلعة.

✓ التجارة الإلكترونية بين الحكومة و وحدات الأعمال والعلماء (Government to Business) ويرمز لها بالرمز (G2B) وهي تتضمن جميع التعاملات التي تتم بين الشركات والحكومة وكذلك بين الأفراد والإدارات الحكومية المختلفة باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة شبكة الانترنت، وهي تمثل عرض الإدارات الحكومية والإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملة على الانترنت بحيث تستطيع الشركات وكذلك الأفراد من الإطلاع عليها والقيام بإجراء معاملة إلكترونية دون الحاجة إلى التعامل مع مكتب حكومي.

✓ التجارة بين مستهلكين ومستهلكين آخرين (Consumer To Consumer) ويرمز لها بالرمز (C2C) وفيه يقوم الأفراد بالبيع والشراء فيما بينهم وبشكل مباشر عبر شبكة الانترنت، ومثال ذلك عندما يقوم أحد المستهلكين بوضع إعلان في موقعه الإلكتروني أو أي موقع آخر من أجل بيع أحد الأغراض أو الخبرات الخاصة به.

المبحث الثاني: مشروع الجزائر الإلكترونية

تعيش الجزائر مرحلة انتقالية من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، لاسيما وبعد انخفاض أسعار النفط وتدهور الوضع المالي، مما يحتم على الجزائر تبني إصلاحات واسعة النطاق وسريعة لتنويع الاقتصاد وتنويع التنافسية لتحسين بيئة الأعمال يكون لها كبدل لاقتصاد المحروقات، ولعل من بين أبرز المجالات اليوم التي ينبغي للجزائر الاستثمار فيها وتشجيعها هي التجارة الإلكترونية والاعتماد على الاقتصاد الرقمي بدرجة كبيرة.

المطلب الأول: إستراتيجية الجزائر الإلكترونية

قد أولت الدولة الجزائرية اهتماما بالغا بتطبيق الحكومة الإلكترونية، ومن أجل ذلك تم إعداد مخطط متعدد القطاعات، عرف بإستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013، بغرض تحديد الأهداف المرجوة وضبط الأعمال الواجب تنفيذها، حيث انطلق المشروع سنة 2008 على أن ينتهي في غضون خمس سنوات المقبلة، ويرتكز هذا المخطط على ثلاثة عشر محورا رئيسيا، وتم إعداد تقييم الوضع بالنسبة لكل محور وتحديد أهدافه الرئيسية الخاصة المسطرة على مدى الخمس السنوات المقبلة، مع وضع لائحة للعمليات اللازمة لتجسيد هذه الأهداف، تتمثل في هذه المحاور الآتي (وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، <http://www.mptic.dz/ar>):

- المحور الأول: تسريع استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية؛
- المحور الثاني: تسريع استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الشركات؛
- المحور الثالث: تطوير آليات وإجراءات تحفيزية تمكن المواطنين من الاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- المحور الرابع: دفع تطوير الاقتصاد الرقمي؛
- المحور الخامس تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع والفائق السرعة تكون مؤمنة وذات خدمات عالية الجودة؛
- المحور السادس: تطوير الكفاءات البشرية؛
- المحور السابع: تدعيم البحث، التطوير والابتكار؛

- المحور الثامن: ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني؛
- المحور التاسع: الإعلام والاتصال؛
- المحور العاشر: تثمين التعاون الدولي؛
- المحور الحادي عشر: آليات التقييم والمتابعة؛
- المحور الثاني عشر: إجراءات تنظيمية؛
- المحور الثالث عشر: الموارد المالية؛

المطلب الثاني: برنامج تنفيذ مشروع الحكومة الإلكترونية في الجزائر

يجسد برنامج الحكومة الإلكترونية بتطبيق مفهوم الحكومة الالكترونية، ويتأتى هذا البرنامج ضمن المبادرات والمشاريع التنموية التي تتبناها حكومة الجزائر لتحقيق التنمية المستدامة في مختلف جوانب الحياة، علما أن برنامج عمل تنفيذ الحكومة يتمثل في (واعر، 2011، ص15):

- برنامج تطوير التشريعات: والذي يتضمن إعداد قانون ينظم المعاملات الحكومية الإلكترونية وتطوير التشريعات؛
- برنامج تطوير البنية المالية: يعمل البرنامج على تطوير المؤسسات ماليا لتصبح أكثر مرونة؛
- برنامج التطوير الإداري والتنفيذي: والذي يشمل تطوير أساليب العمل في الجهات المقرر استخدامها للمعاملات الإلكترونية؛
- برنامج التطوير الفني: يركز هذا البرنامج على استخدام التكنولوجيا الرقمية في الجهات الحكومية لتطوير الطاقات والقدرات اللازمة لإنجاز المشروع، كذلك يهتم البرنامج بتحسين الكفاءة التشغيلية والتي تتضمن استخدام أحدث الأجهزة والمعدات وأنظمة قواعد البيانات وتحديث البنية الأساسية للاتصالات والمعلومات؛
- برنامج تنمية الكوادر البشرية: من خلال العمل على تطوير فكر القيادات الحكومية بما يتلائم مع مفهوم الحكومة الالكترونية بهدف القدرة على إدارته كل حسب اختصاصه؛
- برنامج الإعلام والتوعية: يتمن خلال البرنامج إعداد خطة تعريف المجتمع بمزايا التحول إلى المجتمع الرقمي وكيفية الاستفادة من مشروع الحكومة الالكترونية.

المطلب الثالث: أهداف المشروع الجزائري الالكترونية

بالرجوع إلى وثيقة المشروع الجزائري الالكترونية يتبين لنا من خلال هذه الوثيقة مجموعة من الأهداف الرئيسية بالإمكان حصرها في الآتي (بلعربي وآخرون، 2010، ص08):

- ضمان الفعالية في تقديم الخدمات الحكومية للمواطن وأن تكون متاحة للجميع وذلك بتسهيل وتبسيط المراحل الإدارية التي يسعى من خلالها إلى الحصول على وثائق ومعلومات؛
- التنسيق بين مختلف الوزارات والهيئات الرسمية؛
- مكافحة البيروقراطية التي تشكل كبحاً لتنمية البلاد؛
- تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمواطنين في مختلف مجالات حياة مجتمعنا والمساهمة كذلك في تجسيد مبادئ العدالة الاجتماعية والمساواة على أرض الواقع، وكذا تحقيق السياسة الوطنية الحوارية عن طريق تقريب الإدارة من المواطن؛
- حماية مجتمعنا وبلادنا ضد آفة الجريمة المنظمة والعبارة للحدود وكذا ظاهرة الإرهاب والتي تستعمل غالباً تزوير وتنفيذ وثائق الهوية والسفر كوسيلة لانتشارها؛
- القضاء على معاناة المواطن من جوانب الحياة اليومية، فالإدارة الإلكترونية توفر عن المواطن مشقة التنقل لاستخراج وثائقه أو لاستفسارات حول انشغالاته.

المبحث الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

رغم التطور الهائل الذي يعرفه العالم في ميدان التجارة الإلكترونية إلا أن الجزائر م تسن لحد الآن قانوناً خاصاً بالتجارة الإلكترونية ومع ذلك فقد سنت بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي تمس بشكل أو بآخر أحد جوانب التجارة الإلكترونية كالقانون الخاص بموردي الانترنت، أو المواد المتعلقة بالجريمة الإلكترونية أو تلك المتعلقة بالملكية الفكرية خاصة وأن عدة شركات عالمية تصنف الجزائر كأحد أكبر المناطق التي ترتفع فيها الجريمة الإلكترونية (<http://dalaam.maktoobblog.com>).

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر

قد لا ترد أرقام وإحصائيات دقيقة عن حجم ونمو التجارة الإلكترونية في الجزائر لكن مؤشراتنا وملاحظاتها تظهر جلياً، فقد ظهر العديد من المواقع الإلكترونية مثل:

- موقع واد كنيس Ouedkniss.com، أسس سنة 2006 فهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء ومبادلة مختلف المنتجات. حقق هذا الموقع نجاحاً لافتاً منذ تأسيسه، إذ تبلغ عدد زيارته اليومية من مائة (100) ألف إلى مائة وعشرون (120) ألف زائر يومياً، وعلى الأقل من ثلاثة (03) مليون زائر في الشهر (<http://www.algerie-eco.com>).
- موقع أشريل Echerily.com الذي تأسس بتاريخ 2012/07/05، متخصص في بيع المنتجات الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل بمختلف الماركات، يملك

الموقع أكثر من 400 زبون مسجلين في شبكة التوزيع الخاصة بالموقع، وأكثر من 100 زائر يوميا، 81 % من الزوار من الجزائر العاصمة (www.leconews.com).

- موقع نشري في النات Nechrifinet.com الذي تأسس في فيفري 2010، يسوق مجموعة من المنتجات المتنوعة كالكتب، معدات الإعلام الآلي، معدات الطبخ والمنزل، ألعاب الأطفال والألعاب الرياضية والترفيهية، ومستلزمات التجميل، يعرض أكثر من 500 منتج بمختلف الماركات، يتعهد هذا الموقع بالتوصيل إلى نقاطه في مدة تصل من 24 ساعة إلى 72 ساعة بالنسبة للمناطق البعيدة (https://www.nechrifinet.com).

- ومواقع أخرى موقع www.dzsop.dz وموقع دي زاد ديل www.dzdeal.dz وموقع كليو ديالي www.cliodiali.dz دون أن ننسى خدمات موقع بريد الجزائر عبر الشبكة (شنيبي، 2011، ص71)

لكن تجدر الإشارة أن تطور التجارة الالكترونية بالجزائر مرتبط بما توفره الدولة للمؤسسات، سواد تلك التابعة للقطاع العام أو تلك التابعة للقطاع الخاص، وبما توفره أيضا من بنى تحتية تخص الاتصالات والقوانين واللوائح المنظمة للتجارة الالكترونية على أحسن وجه، وبعد الاطلاع على مختلف النصوص القانونية الجزائرية، نجد أنها تبنت العديد من التوجهات التي تساهم في ممارسة التجارة الالكترونية الضمنية منها والصريحة هي كالآتي:

1- التوجهات الضمنية للممارسة التجارة الالكترونية: يتجلى التوجه الضمني لإمكانية ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال تهيئة أرضية تكنولوجية تسمح باستعمال وسائل اتصال حديثة تمكن من تجسيد تجارة إلكترونية، إضافة إلى توفير شبكة الانترنت خاصة وأنها تعد أهم وسيلة في عصرنا الحالي لتنفيذ هذا النوع من التجارة، كما يلي:

أ. تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنفيذ التجارة الالكترونية: في خضم التطورات المتتالية التي تشهدها حياتنا العملية، ظهرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كتكنولوجيا للأغراض العامة، وسرعان ما اقتحمت كذلك عالم المعاملات التجارية والمدنية، إذ يرجع الفضل لهذه التكنولوجيا ووسائل الاتصال في ميلاد التجارة الالكترونية وبروزها في الساحة العالمية. ويقصد بتكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموعة من الأدوات والأجهزة التي تسمح باستقبال البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها ومن ثم استرجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط (السمعية والبصرية والنصية)، وتوصيلها عبر أجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم والاطلاع عليها في أي وقت دون حواجز أو قيود، وتمتلك هذه التكنولوجيا من الأدوات المتنوعة التي باستطاعتها فرض مجموعة من المتغيرات والتي استفاد منها كثيرا النشاط التجاري كالهاتف، الفاكس والتلكس، والحاسب الآلي.

والمشرع الجزائري نظم كل ما يتعلق بمجال الاتصالات في القانون رقم 2000-03 المؤرخ في 05 أوت 2000 يحد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (القانون رقم 2000-03)، وكذلك المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 07-162.

ب. استخدام الانترنت من أجل الولوج إلى عالم التجارة الإلكترونية: تعد شبكة الانترنت أضخم شبكة معلومات في العالم، وتربط الآلاف من مراكز المعلومات وقواعد البيانات في كل أنحاء العالم فيما بينها، وتعد الفضاء الرقمي للتجارة الإلكترونية، والركيزة الأساسية في نموها وخلق الوجود الحقيقي لها، فأصبحت الخدمات التي تنتجها شبكة الانترنت كوسيلة للتعبير الإلكتروني عن الإرادة من خلال إبرام العقود الإلكترونية بمختلف أنواعها، والتي يكون أساسها التعبير عن الإيجاب والقبول في شكل رسائل البيانات عبر البريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية، وسبل المحادثة الإلكترونية والمشاهدة عبر الانترنت (يوسف، 2012، ص28).

ومن أجل الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية، قررت الجزائر سنة 2000 تحرير سوق مزودي خدمة الانترنت، وأصدرت لذلك الغرض القوانين التي تحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت، ولنفس الغرض نظم المشرع الجزائري استغلال الانترنت كنشاط اقتصادي مقنن بموجب المرسوم التنفيذي 98-257 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها (المرسوم التنفيذي رقم 98-257)، والذي عدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 2000-307 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000.

ج. الاعتراف ببعض تقنيات التجارة الإلكترونية: نلمس من خلال بعض النصوص القانونية الجزائرية، الإلكترونية ببعض تقنيات التجارة الإلكترونية، أبرزها إجازة التعبير عن الإدارة العقدية عبر وسائل إلكترونية، وأن التقاء الإرادات الإلكترونية يكفي لإبرام العقد متى استوفى شروط صحته، فالرجوع للقواعد العامة نجد أنه يمكن لمفهوم التعاقد أن يحتوي التعاقد الإلكتروني، كونه لم يحدد طرق التعاقد ووسائله، لذلك فإنه لا يوجد ما يمنع أن تكون وسيلة التعاقد الإلكترونية، فبالعودة لنص المادة 64 من القانون المدني الجزائري فإنه يستخلص منها فتح المجال لتقبل أي طريقة اتصال كالهاتف أو شبكة الانترنت (الأمر رقم 75-58). كما يلاحظ أيضا أن المشرع الجزائري سمح ضمينا بإمساك الدفاتر إلكترونيا، رغم أنه لم يستعمل مصطلح الدفاتر التجارية الإلكترونية بل مصطلح المحاسبة المالية عن طريق الإعلام الآلي، ويستشف ذلك من نص المادة 24 من قانون رقم 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007

المتضمن النظام المحاسبي المالي، والتي جاء نصها كالاتي: "تمسك المحاسبة يدويا أو عن طريق الإعلام الآلي".

واعترف المشرع الجزائري أيضا ضمنا بالسفجة والشيك الإلكترونيين بموجب القانون رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للقانون التجاري من خلال المادة 414-23.

2- التوجهات الصريحة لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر: لقد عمد المشرع الجزائري إلى الاعتراف صراحة بإمكانية ممارسة التجارة الإلكترونية عندما ألحق السندات الإلكترونية بنظيراتها العادية في مسألة الحجية في الإثبات، من خلال إضافة المادة 323 مكرر في القانون المدني الجزائري، كما عمد المشرع أيضا إلى استحداث خدمة المصادقة الإلكترونية التي تتم من قبل طرف ثالث محايد محل ثقة، يقدم خدمة توثيق السندات الممهورة بتوقيعاتهم، ويسلم الشهادات الإلكترونية، ويقدم خدمات أخرى في مجال التوقيع الإلكتروني.

ولما كان للتوقيع الإلكتروني من أهمية كبيرة في التجارة الإلكترونية كونه يضمن موثوقية الرسالة الإلكترونية وسلامتها من أي تزوير أو تعديل، فإن المشرع الجزائري اعترف به صراحة بتعديل نص المادة 327 بموجب القانون رقم 05-10 بإضافة فقرة أخيرة تم تحريرها كالاتي: "ويعتمد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر أعلاه"، ومؤخرا صدر القانون رقم 04-15 المؤرخ في 01 فيفري 2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، والذي سن قصد التكفل بالمتطلبات القانونية والتنظيمية والتقنية التي تسمح بإحداث جو من الثقة المواتية لتعميم وتطوير المبادلات الإلكترونية، وترسيخ المبادئ العامة المتعلقة بنشاطي التوقيع والتصديق الإلكترونيين في الجزائر، والذي يسمح بتعميم وتطوير المبادلات الإلكترونية بين المتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية.

كما سعت الجزائر أيضا من أجل مواكبة التقدم التكنولوجي على الاهتمام بالقطاع المصرفي وعصرنته، تظهر بواكره عند إنشاء شركة ذات أسهم عام 1995 مابين المصارف الثمانية "ساتيم"، وتقوم هذه الشركة بصناعة البطاقة المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقاييس المعمول بها، وكذلك إصدار بطاقات دفع مصرفية وطنية ودولية، كمحاولات جد مهمة في تعميم تقنيات الدفع الإلكتروني عن طريق الإنترنت والهاتف النقال، وابتداء من 2013 تم إطلاق خدمة الدفع عن طريق الإنترنت والهاتف النقال بالنسبة للعديد من الخدمات على غرار تسديد فواتير الهاتف والكهرباء والماء، بالإضافة إلى اقتراح خدمة شراء التذاكر الخاصة بالرحلات الجوية والبحرية عن طريق الانترنت (بلعياش وبن إسماعيل، 2014، ص74).

أما على المستوى التشريعي فإن المشرع الجزائري في نصوص التقنين التجاري قد تدارك التطور الهائل الذي يعرفه العالم في ميدان التجارة الإلكترونية، وخاصة في مجال وسائل الدفع الإلكتروني بعد إضافته لوسائل دفع جديدة تتخذ شكلا إلكترونيا، وهي بطاقة السحب والدفع تضمنتها المادة 543 مكرر 23 من نفس القانون.

أما القانون البنكي الجزائري فإنه لم ينص على أي وسيلة دفع إلكتروني، إلا أنه وبالإطلاع على ملحق نظام البنك المركزي رقم 05-06 نجده تضمن في قائمة المصطلحات تعريف للبطاقة المصرفية على أنها وسيلة دفع غير مادية تحددها تعليمات تصدر عن بنك الجزائر (نظام رقم 05-06)، وكان المشرع الجزائري قد اعترف مسبقا بإمكانية استعمال وسائل الدفع الإلكتروني ضمينا في المادة 69 من قانون النقد والقرض 11-03 التي نصها ما يلي: "تعتبر وسائل دفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" (أمر رقم 11-03).

المطلب الثاني: أسباب ومعوقات عدم اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر

من بين هذه الأسباب نجد (بن بوزيان، 2012، ص11):

- أ. الأمية المعلوماتية: يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات، حيث أن مصطلح الأمية في التعريفات الحديثة يعني لا يحسن استخدام الحاسوب، وبالتالي فإن فئة كبيرة من المتعاملين لم يسبق لهم أن جلسوا أمام الحاسوب وتعاملوا معه، وبالتالي فلا نتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الانترنت الذي يركز على استخدام هذا الحاسوب؛
- ب. حاجز اللغة: حيث معظم التعاملات التجارية الإلكترونية باللغة الإنجليزية؛
- ج. ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب: وهذا يحول دون انتشار هذه التجارة التي تتطلب حاسوبا في المرتبة الأولى وبالتالي فانتشار الحواسيب مرتبط أيضا بضرورة التفكير في تكلفة الحصول عليه لا على مستوى الشخص فقط وإنما على المستوى التجاري أيضا؛
- د. ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت: أن تكاليف الاتصال العادي في بلانا مستمر في الارتفاع في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الانترنت؛
- ه. الطابع اللامادي غير ملموس للتعامل: حيث لا يشجع الكثير على التعامل مع ناس لا يواجهونهم وجها لوجه وعلى وسائط إلكترونية غير ورقية، ويدخل هذا العصر في عامل الثقة، انعدام الثقة في هذه الوساطة الإلكترونية وعدم الأمن لها؛
- و. عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا للبلاد بالموضوع، إذ لا يعقل أن وزارة التجارة في بلادنا لم تفكر حتى في إجراء استقصاء لمدى اهتمام الناس بهذا النوع من

التجارة، والتفكير في سبيل تقنيها أو الاستفادة من تجارب الدول الغربية في هذا المجال؛

ز. تخلف نظام المصرفي الجزائري من حيث وسائل وتقنيات الدفع الحديثة حيث نتج هذا عن سيطرة قيم المجتمع النقدي (الكاش)، حيث أن التعاملات تتم في معظمها بالنقد التقليدية وليس بأداة التعامل المالي الحديثة؛

ح. نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم آفاق اقتصادية أوسع، مما يجعل انتشارها يكاد منعدما في بلادنا؛ ط. عدم الانتشار النسبية في وسائل الاتصالات عن بعد.

المطلب الثالث: التحديات التي تعيق انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر

تواجه الجزائر الكثير من التحديات التي تعيق انتشار التجارة الإلكترونية وتقف حجر عثرة في سبيل نموها ويمكن عرض أبرز هذه التحديات في:

أ. **عقبات تقنية وتكنولوجية:** وتتمثل هذه التحديات في (علاوة ومولاي، 2011، ص10):

1. ضعف البنية التحتية الإلكترونية؛
2. ضعف التقنية والوعي الإلكتروني حيث لا يزال هناك بعض القصور في مجالات الاعتماد والقياسات وبروتوكولات الاتصال؛
3. صعوبة تكامل التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد بيانات بعض الأعمال الحالية؛
4. دعم كفاية خطوط الاتصال وبطء شبكة الانترنت.

ب. **عقبات تجارية:** يمكن تلخيص أهم هذه العقبات في (رايس ومسعودي، 2012، ص13):

1. ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية؛
2. قصور أسواق رأس المال في معظم الدول لدعم مشروعات التجارة الإلكترونية، لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.
3. عدم توفر الحواجز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الإلكترونية ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل لبدء مشاريع التجارة الإلكترونية؛
4. ضعف المساعدات اللازمة للتحويل إلى التجارة الإلكترونية، والذي تتجلى مظاهره في:

- محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الإلكترونية؛
- عدم توفر شركات للوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباعَة إلكترونيا؛
- حاضنات غير مؤهلة، نظرا لعدم تكيف نموذج الحاضنات المستوردة مع الظروف المحلية من جهة، ومن جهة أخرى عدم اقتراح مشروعات جديدة على هذه الحاضنات لتستضيفها؛
- نقص في المحتوى المعلوماتي المساند لأنشطة المؤسسات، وغياب المواقع التي تدعم الأنشطة الاقتصادية والتجارية بين الشركات الجزائرية، وغياب مواقع المعلومات التي تشارك فيها الحكومة والقطاع الخاص.
- 5. الانعكاسات السلبية لظاهرة العولمة على المؤسسات المحلية المختصة في مجال المعلوماتية والتي أصبح دورها يقتصر على الاستهلاك فقط؛
- 6. ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية، مما يضيف أعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية؛
- 7. إحجام المستهلكين عن التسوق عبر الإنترنت، بسبب وجود فوارق في الأسعار بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية؛
- 8. عدم توفر عدد كبير من الباعة المشترين الذي يعطي مشروع التجارة الإلكترونية الأهمية المناسبة ويجعله ميزة تنافسية في السوق وأمرًا مربحا.
- ج. عقبات التشريعية والقانونية: عرض أهم التحديات القانونية والتشريعية في المعاملات الإلكترونية في مايلى (علاوة ومولاي، 2011، ص12):
- 1. صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من المعاملات التجارية الإلكترونية والخاصة بحضر بعض السلع مثل الأدوية المخدرة (الصيدلة الإلكترونية) ومن ثم وجود فجوة بين قوانين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية؛
- 2. وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة المعاملات التجارية التقليدية ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يخضع المستهلك للضريبة وفقا للتجارة التقليدية وعدم إخضاعه عندما يشتري نفس السلعة أو الخدمة إلكترونيا؛
- 3. صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته وكيانه القانوني وذلك في ظل سهولة قيام الممول بالتنقل عبر الواب لممارسة العمليات التجارية الإلكترونية دون حاجة إلى الانتقال على البلد المستهلك؛
- د. عقبات اجتماعية ونفسية: تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية المعرّقة للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري والذي لا يزال ينتظره الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات ونذكر منها (دميش، 2011، ص283):

1. الأمية: من الصعب على الجزائر التي تعاني من الأمية أن تتحول بسهولة على الاقتصاد المعرفي وتطبيق أسلوب التجارة عبر الانترنت نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة، ويمكن القول أن الأمي في الجزائر هو من لا يعرف القراءة والكتابة وقد تجاوز السن العاشرة من عمره؛
2. اللغة: من بين تحديات التجارة الإلكترونية عامل اللغة، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام شبكة الشبكات للأغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الإلكترونية تتم باللغة الإنجليزية؛
3. العائق النفسي: سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي الذي يتميز بما يلي:
 - انعدام الثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة؛
 - عدم إنغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما تذوقها قبل إتمام الصفقة؛
 - تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها، وبالتالي هناك خطر استلامها نهائيا؛
 - التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية؛
 - العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى الأسواق التقليدية، على اعتبار عملية التسوق أحد أشكال الترفيه؛
 - حداثة ظاهرة التجارة الالكترونية وتميزها بالتغيير السريع يزيد من تخوف المستهلك من اقتحام هذا العالم الجديد، فالكثير يودون أن يروا شيء ثابت قبل الاستثمار فيه

المطلب الثالث: سبل وحلول تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر

لقيام التجارة الالكترونية في الجزائر ومجابهة معوقاتهما لابد من إقامة بنية تحتية، وإتباع إستراتيجية شاملة وهادفة للوصول إلى الهدف المرجو، ومن بين الحلول المقترحة لتبني تفعيل التجارة الالكترونية وتعزيز عائدات المؤسسات الاقتصادية نذكر ما يلي:

- 1- توفير بنية معلوماتية متينة من خلال تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الاتصالات سلكية ولاسلكية كنظام فعال قادر على توفير اتصالات في غاية السرعة والكفاءة، وكذا اعمل على نشر الانترنت وتقوية سعة النفاذ عليها توصيلها لأوسع

- شريحة في المجتمع وبأسعار تنافسية والتعجيل بالإصلاحات والمشاريع الطموحة في مجال توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- 2- إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة لهذه التجارة لتوفير الحماية والثقة لجميع المتعاملين؛
- 3- تحرير التجارة الالكترونية من العوائق القانونية التي تعترض انتشارها مع مراعاة التنسيق الإقليمي والدولي؛
- 4- سن قوانين وقواعد صارمة جراء عمليات النصب والاحتيال وعدم الالتزام بالقوانين والشروط اللازمة؛
- 5- تفعيل الشراكة مع المستثمرين الجانب خاصة الدول الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية من أجل تبادل الخبرات وتكوين الأطارات في مجال تصميم البرمجيات والنظم وحماية امن المواقع؛
- 6- تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل إلى التجارة الالكترونية؛
- 7- تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي من خلال رفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير، وتطوير نظام الدفع الالكتروني وتخفيض التكاليف؛
- 8- تأهيل وتدريب الكفاءات البشرية الوطنية لاستخدام التقنيات التجارة الالكترونية؛
- 9- ضرورة تقوية البنية التحتية للجهاز المصرفي وذلك بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى التكوين المستمر للموظفين في البنك، والتوسع في استخدام شبكة الانترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات الحديثة للعملاء بكفاءة أعلى وتكلفة أقل؛
- 10- نشر الوعي الثقافي والتكنولوجي بين أفراد المجتمع من أجل الغموض حول التجارة الالكترونية وتشجيع الشباب الطموح للخوض في هذا المجال من خلال برامج الدعم والتشغيل في هذا المجال وتكثيف الحملات التحسيسية.

خاتمة:

لقد تطورت التجارة الالكترونية بسرعة هائلة تبعا لتطور مدعوماتها من الاقتصاد المبني على المعرفة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال اللذان يمثلان الدعامة الأساسية لها. وقد استطاعت الدول المتقدمة استغلال تقنية التجارة الإلكترونية بشكل مثالي واخترقت أسواق العالم بشكل منقطع النظير، وبدأت تحقق إيرادات ضخمة جدا، ورغم السلبيات الكثيرة المرافقة للتجارة الالكترونية إلا أن شركات الدول المتقدمة تحاول وبشكل دؤوب تقليص تلك السلبيات بشتى الوسائل نظرا لما تحققه التجارة الالكترونية من عوائد ضخمة لها بشكل خاص ولدولها بشكل عام.

وإن انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراع نواة هذه التجارة، ولكن برغم الجهود المبذولة في الجزائر

وتطبيق الحكومة الالكترونية للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية، فنصيب الجزائر من التجارة الالكترونية مازال في مراحله الأولى من التطور، وخاصة وأن الإطار المنظم للتجارة الالكترونية في حاجة إلى صياغة ملائمة لمواجهة كافة التحديات التي تقف عائقا أمام تطبيقها ونموها أيضا. ومن أجل تذليل المعوقات التي تحد من تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر لابد من تحضير بيئة مناسبة تتماشى مع طبيعتها الالكترونية، ولن يتحقق ذلك إلا بعد وضع بنى تحتية للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وتحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح تلائم أكثر التجارة الإلكترونية.

الهوامش:

باللغة العربية:

- إبراهيم العيسوي. (2003). التجارة الإلكترونية. المكتبة الأكاديمية. القاهرة. مصر.
- بلعربي عبد القادر وآخرون. (2010). تحديات التحول إلى الحكومة الإلكترونية في الجزائر. الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية. جامعة سعيدة. الجزائر.
- بلعياش ميادة وبن إسماعيل حياة. مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر. مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية. جامعة بسكرة. الجزائر. العدد 16. ديسمبر 2014.
- حسين شنيني. واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل من الجزائر، مصر والإمارات خلال الفترة 2000-2010 دراسة مقارنة. جامعة قاصدي مرباح ورقلة. الجزائر. مجلة الباحث. العدد 09. 2011.
- علاوة محمد لحسن ومولاي لخضر عبد الرزاق. (26-27 أبريل 2011). آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية. الملتقى العلمي الدولي الرابع حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر. سمية ديمش. (2011). التجارة الإلكترونية وحقيقة وواقعها في الجزائر. رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص تحليل وإشراف اقتصادي. جامعة منتوري قسنطينة.
- مشتي أمال. التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية. العدد 13.
- واعر وسيلة. (2011). دور الحكومة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات الحكومية: حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية - الجزائر -. الملتقى الدولي إدارة الجودة الشاملة بقطاع الخدمات. جامعة قسنطينة. الجزائر.
- مراد رايس وعبد الهادي مسعودي. (14/13 مارس 2012). عوائق التجارة في الوطن العربي والإسلامي. الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية. خميس مليانة. الجزائر.
- محمد بن بوزيان. (14/13 مارس 2012). التجارة الإلكترونية فرص وتحديات. الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية. خميس مليانة. الجزائر.
- يوسف حسن يونس. (2012). الاقتصاد الإلكتروني. ط 01. المركز القومي للإصدارات القانونية. مصر.
- ندى فائز يحي. (2012). العوامل المحددة لتبني التجارة الإلكترونية وأثرها على الأداء التسويقي. رسالة ماجستير في قسم الأعمال الإلكترونية. جامعة الشرق الأوسط.
- أمر رقم 03-11 المؤرخ في 27 جمادى الثانية 1424، الموافق أوت 2003، المتعلق بالنقد والقرض.
- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395هـ، الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.
- القانون رقم 03-2000، المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1421هـ، الموافق لـ 05 أوت 2000، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمؤسسات السلكية واللاسلكية، الجريدة الرسمية، عدد 48 لسنة 2000.
- المرسوم التنفيذي رقم 01/123 المؤرخ في 15 صفر عام 1422هـ الموافق لـ 09 ماي 2001، المتعلق بنظام الأشغال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها السلكية واللاسلكية والكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 27 لسنة 2001.
- المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المؤرخ في 30 ماي 2007 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 01-123 المؤرخ في 09 ماي 2001 المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها السلكية واللاسلكية والكهربائية، الجريدة الرسمية العدد 37 لسنة 2007.

- المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 03 جمادى الأولى الموافق 25 أوت 1998 الذي يضبط شروط وكيفية إقامة خدمات الانترنت واستغلالها، الجريدة الرسمية العدد 63 لسنة 1998.

- المرسوم التنفيذي رقم 2000-307 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 03 جمادى الأولى الموافق 25 أوت 1998 الذي يضبط شروط وكيفية إقامة خدمات الانترنت واستغلالها، الجريدة الرسمية، عدد 60 لسنة 2000.

- القانون رقم 07-11 المؤرخ في 15 ذي القعدة 1428 الموافق لـ 25 نوفمبر 2007، المتضمن النظام المحاسبي المالي، الجريدة الرسمية العدد 74 لسنة 2007.

- القانون رقم 05-02 مؤرخ في 06 فيفري 2005، المتضمن تعديل القانون التجاري، الجريدة الرسمية، العدد 11 لسنة 2005.

- القانون رقم 15-04 المؤرخ في 11 ربيع الأول عام 1436 هـ، الموافق لـ 01 فيفري 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجريدة الرسمية، العدد 06 لسنة 2015.

- نظام رقم 05-06 المؤرخ في 13 ذي القعدة الموافق لـ 15 ديسمبر 2005، يتعلق بمقاطعة الصكوك وأدوات الدفع الخاصة بالجمهور العريضة الأخرى.

- وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، <http://www.mptic.dz/ar>

- قاسم النعيمي، التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة على الموقع الإلكتروني: <https://fmalaa.wordpress.com/2012/11/01/cm>

باللغة الأجنبية:

- Kenneth C. Laudon & Carol Guericio Traver. (2001). E-commerce, by Eyewire. USA.
- L'Algerie prépare une loi sur le e-commerce, Algérie eco, <http://www.algerie-eco.com>.
- Marché du e-commerce en Algérie le virtuel très réels, L'eco n°61 / du 1^{er} au 15 mars 2013. www.leconews.com.
- <http://dalaam.maktoobblog.com>
- <https://www.nechrifinet.com>.