

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

أ.بومدين فتيحة أ.د. كتوش عاشور

جامعة الشلف

Abstract:

In the last decade of this century, e-commerce has made a giant step towards increasing growth in the global economy, especially in developed countries, the opposite of what is happening in developing countries, including Algeria, as we find it in spite of its attempts to develop the ict sector; which is the lifeblood of e-commerce, and putting in place a strategy, e-Algeria 2013□, but it failed and did not come from the strategic objectives of only a small percentage, which makes it imperative for Algeria rethink build an economy on solid foundations, such as the adoption of the latest technique of ICT and knowledge, and primarily the study of the most important requirements for the adoption of e-commerce and ways to develop them and make the most of its benefits to take advantage, similar to that seen in countries of the growth in this type of trade.

In recent years, the Algerians still can not afford to do various electronic transaction, over the internet; because of the obstacles and singled out the absence of an electronic payments' system and the lack of awareness of importance of e-commerce.

Keywords: e-Algeria, ICT, e-commerce, adoption of e-commerce.

ملخص:

في عصر يتسم بالسرعة في التعاملات، وخاصة مع ظهور الإنترنت، أصبح العالم قرية صغيرة، وأفرزت هذه التقنية، العديد من التوجهات نحو تغيير نمط الحياة المعتاد، والتي تتجلى في دمج الإنترنت و تكنولوجيايات الاتصال الحديثة ضمن أساليب عمل مختلف المنظمات. و من بين نماذج الأعمال التي فرضتها التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و خاصة الإنترنت نجد التجارة الإلكترونية والتي تعتبر أهم قناة لتوزيع السلع و الخدمات في العالم، والتواصل بين مختلف الأطراف حكومة، أفراد، و شركات،.. لتنفيذ مختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية، كالتسوق الإلكتروني، و الخدمات المصرفية الإلكترونية،....

و في السنوات الأخيرة ما زالت الجزائر في محاولاتها المباشرة للاستفادة من مزايا بناء إطار خاص بالتجارة الإلكترونية رغم العديد من العقبات التي يتطلب عليها تجاوزها وصولاً إلى وضع خطط و برامج تخدم بالشكل اللازم تبني هذه التجارة و تفعيلها، وتوظيف في هذا الصدد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في مختلف المجالات الاقتصادية. الكلمات المفتاحية: تبني التجارة الإلكترونية، تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال، الجزائر الإلكترونية. مقدمة:

في خضم التطورات الشاملة التي شهدتها العالم في أنواع مختلفة من المجالات، و في العقد الأخير من القرن الماضي، حققت التجارة الإلكترونية العالمية - المجال الأكثر اتساعاً و شمولية - نمواً معتبراً خاصة في الدول التي اعتمدت هذا النمط من التجارة، عكس ما هو حاصل في بعض الدول النامية، ومنها الجزائر، إذ نجد أنها ما زالت تحاول الاستفادة من الفرص التي تولدها التجارة الإلكترونية، و لكن بخطى حثيثة وذلك ناجم عن العديد من العوائق التي يتطلب تخطيها الكثير من الوقت و الجهد، و وضع خطط لتبني التجارة الإلكترونية و تفعيلها، وتوظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في شتى مجالات الأعمال.

في هذا الإطار، قامت الجزائر بإعداد إستراتيجية بعنوان "الجزائر الإلكترونية 2013"، كي يتم تحقيقها في الفترة الممتدة من عام 2009 إلى غاية 2013، و الهدف منها تسريع استعمال تكنولوجيايات المعلومات و الاتصال في الشركات و الإدارات العمومية، و مواكبة أحدث التقنيات الحديثة خاصة في مجال البنية الأساسية للاتصالات ذات الدفق السريع و فائق

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية وآفاق تطويرها في الجزائر

السرعة، و تطوير الكفاءات البشرية، و إيجاد البيئة التشريعية و التنظيمية لإقامة الإقتصاد الرقمي، والإستفادة من تجارب الدول، من خلال تامين التعاون الدولي فيما يخص إمتلاك تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، وصولا إلى بناء مجتمع معرفي جزائري.

إنطلاقا مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية: هل الجزائر مستعدة لتبني التجارة الإلكترونية وتطويرها ؟ للإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور:

المحور الأول: مفاهيم عامة حول التجارة الإلكترونية.

المحور الثاني: إستراتيجية الجزائر الإلكترونية.

المحور الثالث: إنجازات الجزائر و تطلعاتها لتبني التجارة الإلكترونية و نماذجها.

و اعتمدنا على أدوات الوصف والتحليل في منهجية الدراسة، لوصف واقع التجارة الإلكترونية وتحليل وضعية بنيتها التحتية بالجزائر، وبالتالي محاولة استخلاص أهم النقائص التي تسجلها الجزائر في تأخرها عن اعتماد التجارة الإلكترونية، ومعرفة أهم مبادرات الجزائر لتذليل العقبات التي تقف عائقا أمام نجاح هذا النمط من التجارة.

المحور الأول: مفاهيم عامة حول التجارة الإلكترونية

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية:

تعرف التجارة الإلكترونية على أنها: عملية البيع ، و الشراء أو تبادل المنتجات، و الخدمات،

و المعلومات باستخدام شبكات الحاسوب المختلفة بما فيها الإنترنت.¹

و يمكن تعريفها على أنها: تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء و بيع البضائع و الخدمات و المعلومات عبر شبكة الإنترنت و الشبكات التجارية العالمية الأخرى و يشمل ذلك:

- الإعلانات على السلع والبضائع والخدمات.
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء و البيع و الخدمات ما بعد البيع.
- التفاعل و التفاوض بين البائع و المشتري.
- عقد الصفقات و إبرام العقود.
- سداد الالتزامات المالية و دفعها.
- عمليات توزيع و تسليم السلع و متابعة الإجراءات.
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن.
- تبادل البيانات الإلكترونية بما في ذلك، كتالوجات الأسعار، و المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع و الشراء، الإستعلام عن السلع و الفواتير الإلكترونية و التعاملات المصرفية. □²

ثانياً: أنواع التجارة الإلكترونية:

1- تعاملات بين وحدات أعمال الشركات من جهة، ووحدة أعمال أخرى من جهة أخرى و يرمز له بـ**B2B**:

وهي التجارة الإلكترونية التي تتم بين المنظمات و الشركات عبر شبكات الحاسوب، حيث تقوم وحدات الأعمال بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها، وتسليم الفواتير لهم، و إجراء عملية الدفع إلكترونياً.

متطلبات تبنى التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

- 2- تعاملات وحدة الأعمال من جهة و الزبائن من جهة أخرى و يرمز لها بـ**b2c**: و تتمثل في عمليات البيع بالتجزئة للمنتجات و الخدمات من وحدات الأعمال إلى الزبون عبر شبكة الإنترنت.
- 3- خدمات الحكومة الإلكترونية: **e-government**: تقوم الحكومة بتقديم الخدمات الحكومية إلى المواطنين و المؤسسات عن طريق شبكة الإنترنت.
- 4- تعاملات أفراد إلى أفراد و يرمز لها بـ**c2c**: يقوم الأفراد ببيع السلع والخدمات إلى بعضهم البعض عبر الإنترنت.
- 5- تعاملات بين الزبائن و وحدات الأعمال و يرمز لها بـ**c2b**: و تتمثل هذه التعاملات في بيع الزبائن المنتجات و الخدمات إلى الشركات.

ثالثا: أهداف التجارة الإلكترونية: تتمثل أهداف التجارة الإلكترونية أساسا فيما يلي:

- تدنية مختلف التكاليف، الإنتاجية، التسويقية، التوزيعية.
- السرعة في أداء مختلف أنشطة المؤسسة الاقتصادية.
- استقطاب عدد كبير من الزبائن، من خلال التواصل الدائم و من أي مكان على الشبكة مع الزبائن وعلى مدار الساعة **24 ساعة**.

- التفاوض، و عقد الصفقات التجارية، وإتباع أساليب دفع عبر شبكة الإنترنت.

رابعا: متطلبات التجارة الإلكترونية: يمكن تحديد متطلبات هذا النوع من التجارة فيما يلي:³

- 1- البنية التحتية الإلكترونية: وأهم مكوناتها هو قطاع تقنية المعلومات و الإتصالات والذي بدوره يتكون مما يلي:
 - شبكات الإتصال السلكي واللاسلكي، وأجهزة الإتصال من فاكس، و هواتف ثابتة، و نقالة.....
 - أجهزة الحاسوب، و البرمجيات، و خدمات الدعم الفني التي تتمثل في تصميم الموقع الإلكتروني الجذاب للشركات، و توفير أساليب الدفع المالي الإلكتروني...إلخ.
- 2- التشريعات والأنظمة المطلوبة للتجارة الإلكترونية: تمثل هذه التشريعات الإطار القانوني و التنظيمي اللازم لاعتماد التعاملات التجارية الإلكترونية، و الذي يضمن حفظ حقوق المتعاملين فيها، و إدراج التعامل بالتوقيع الإلكتروني بدلا من التوقيع اليدوي.
- 3- توافر عدد من الطاقات البشرية المؤهلة: و تتمثل في الموارد البشرية المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، ذات الصلة بالتجارة عبر الإنترنت، و هذه الموارد لا تتحقق إلا من خلال تطوير البرامج التعليمية وفقا للمعارف التقنية و استخدام تقنية المعلومات و الإتصالات في المدارس و المعاهد و المؤسسات التعليمية، مكونة بذلك مجتمعا لديه الإستعداد الإلكتروني لممارسة مختلف نشاطات التجارة الإلكترونية.
- خامسا: محددات و معوقات التجارة الإلكترونية: تنقسم العوامل التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية إلى عوامل تقنية و غير تقنية:

1- المعوقات التقنية:

- مشاكل سرية و حماية و أمن المعلومات و الوثائقية .
- بطء سرعة الإتصالات.
- صعوبات وارتفاع تكاليف تطوير شبكات الحاسوب فيما يخص تطوير برمجيات التجارة الإلكترونية و مكاملتها مع شبكة الإنترنت.

متطلبات تبنى التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

-عدم الكفاءة و الكلفة المرتفعة للإشتراك في شبكة الإنترنت في بعض دول العالم.

2-المعيقات غير التقنية:

-الحاجة المستمرة لسرية و خصوصية بيانات المستهلك في عمليات الشراء عبر الإنترنت.

-ضعف ثقة المستهلك و في بعض الأحيان انعدامها عندما يتعامل مع التجار الافتراضيين.

-عدم الأخذ بعين الاعتبار الإجراءات و القوانين التي تخص جوانب التجارة الإلكترونية خاصة الضرائب التعريفات الجمركية...

-هناك مقاومة للتحويل من التعامل المادي إلى التعامل الإلكتروني .

-كثرة الاختراقات لمواقع التجارة الإلكترونية بهدف النصب و الإحتيال.

سادسا: مراحل تبنى تطبيقات التجارة الإلكترونية:

تسعى الكثير من الشركات لتطوير تواجدها على شبكة الإنترنت، ولا يتم ذلك إلا باتباع المراحل التالية:⁴

1-المرحلة الأولى: مرحلة التواجد ﴿تطوير موقع إلكتروني﴾.محتوى:

تقوم المؤسسة بإنشاء موقع إلكتروني تروج من خلاله لعملها، و تقوم بأداء نشاطها بشكل تقليدي، دون تحقيق عوائد من تواجدها على الإنترنت.

2-المرحلة الثانية: مرحلة تطوير كتالوج على الإنترنت:

و هي مرحلة أكثر ديناميكية عن المرحلة الأولى، حيث تروج المؤسسة لمنتجاتها من خلال نشر كتالوج ﴿موقع تصفح بسيط أو معقد﴾ على الإنترنت تقدم فيه معلومات عن منتجاتها و خدماتها مواصفاتها الفنية و أسعارها...، بالإضافة إلى تقديم أجوبة عن الأسئلة المتكررة للعملاء، و توفير خدمة البريد الإلكتروني للتواصل مع العملاء و الإجابة عن كل استفساراتهم، و باقي النشاطات الأخرى تقوم المؤسسة بها بالشكل التقليدي.

3-المرحلة الثالثة: تطوير كتالوج على الإنترنت وإتمام المعاملات إلكترونيا:

هذه المرحلة تتطلب تكنولوجيا عالية و معقدة، تساهم في إدارة مختلف عمليات الشركة إلكترونيا، كتنفيذ البيع المباشر عبر الإنترنت، وطلبات الشراء المباشرة، و التوزيع الفوري في حالة تسليم المنتجات الرقمية، ودفع المبالغ المالية الخاصة بالصفقات عن طريق مختلف وسائل الدفع الإلكترونية مثلا استخدام بطاقات الائتمان.

سابعا:فوائد التجارة الإلكترونية:

تتمثل فوائد التجارة الإلكترونية فيما يلي:

1-على مستوى الشركات:

-تخفيض تكاليف إنتاج السلع وذلك بخفض تكاليف التسويق و التوزيع و تكاليف الحصول على المعلومات، و تساهم التجارة الإلكترونية في الاستغناء عن استئجار المحلات و المخازن، ودفع أجور للموظفين.

-الوصول إلى عدد كبير من مختلف الأطراف المتعاملين في مجالات التجارة الإلكترونية ﴿الزبائن، الشركاء، و الموردين، ...﴾ بأسرع وقت و بسهولة، وأقل جهد، و بأقل الأسعار، بالإضافة إلى أن تعديل أسعار المنتجات إلكترونيا يتم بشكل سريع.

-الأداء الجيد لسلسلة التوريد، من حيث توصيل السلع للعملاء في الوقت المحدد، دون تسجيل أي تأخير، و ظهور ما يسمى بالتصنيع الآلي ﴿التصنيع حسب الطلب﴾ و الذي يؤدي إلى توفير في تكاليف التخزين.

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

- العمل على مدار 24/24 ساعة، 7 أيام/ الأسبوع، و365 يوم/ السنة، لا وجود لتوقيت محدد للعمل و لا للإجازة.
 - سرعة النفاذ إلى الأسواق الإلكترونية المحلية و الإقليمية و العالمية، والقيام بالمعاملات و الصفقات التجارية فيها بأقل جهد و أسرع عما هو موجود في الأسواق التقليدية.
 - تمكين الشركات الصغيرة من منافسة الشركات الكبرى ، بمنحها ميزة تنافسية في ابتكار نماذج أعمال جديدة في مجال التجارة الإلكترونية.
 - الإتصال بجودة عالية و بأقل التكاليف من خلال وسائل الإتصال عبر الإنترنت ، كالبريد الإلكتروني ، و خدمة السكايب «Skype».
 - تواصل دائم مع الزبائن ، وتلبية رغباتهم و زيادة الموثوقية لديهم تجاه تعاملاتهم التجارية الإلكترونية، و إدارة العلاقة معهم بشكل فعال؛ مما يساهم في المحافظة عليهم و توسيع قاعدة الزبائن الحاليين ، واستقطاب زبائن جدد.⁵
- 2- على مستوى المستهلكين:

- أصبح بإمكان المستهلك الحصول على المنتجات و الخدمات بأقل الأسعار عن طريق التجارة الإلكترونية ، من خلال البحث عبر شبكة الإنترنت عن السعر المنافس.
 - التوصيل الفوري، ويعني حصول المستهلك أو المشتري على مشترياته الإلكترونية في أسرع وقت مثل: الملفات الرقمية.
 - منحت التجارة الإلكترونية للمستهلك فرصة الحصول على المعلومات المطلوبة عن سلعة ما في مدة زمنية قصيرة، كمواصفاتها، طرق شحنها،... عبر مختلف مواقع التسوق الإلكتروني؛ خلافا لمواقع التسوق الفيزيائية التي تتطلب الكثير من الجهد و الوقت،
 - يمكن للمستهلك الحصول على السلع و الخدمات وفقا للمواصفات التي يريدها، حيث تقوم الشركات بتوفير طلباته حسب احتياجاته الخاصة، و أحيانا يسمح للزبائن باقتراح أفكار جديدة حول تصميم المنتجات، بالتالي زيادة ولاءهم للشركات.
 - مكنت التجارة الإلكترونية المستهلك من الإتصال مع مستهلكين آخرين، و تبادل الأفكار و الآراء و المعلومات معهم حول عدة مواضيع مشتركة بينهم.⁶
- 3- على مستوى المجتمع:

- تسمح التجارة الإلكترونية لأفراد مجتمعات الدول النامية بالحصول على مختلف البضائع غير الموجودة في بلدانهم، و تمكنهم من الحصول على فرص تعلم وشهادات جامعية عبر الإنترنت.
- حصول المواطنين على الخدمات العامة بأسعار زهيدة ودون عناء بفضل التجارة الإلكترونية.
- العمل و التسوق من المنزل عبر شبكة الإنترنت، يقلل من الازدحام المروري ، و الحد من انتشار التلوث في الهواء.
- تحسين مستوى معيشة المجتمع، حيث تؤدي التجارة الإلكترونية إلى تقليل تآكل دخول الأفراد.⁷

المحور الثاني: إستراتيجية الجزائر الإلكترونية

- تتضمن إستراتيجية الجزائر الإلكترونية تحديد رؤية مستقبلية هادفة إلى ظهور مجتمع العلم و المعرفة الجزائري، حيث تشكل هذه الإستراتيجية من ثلاثة عشر محورا رئيسيا، و تم تحديد الأهداف الرئيسية و الأهداف الخاصة المراد تحقيقها على مدى خمس سنوات انطلاقا من سنة 2009 إلى غاية 2013.
- وفيما يلي عرض موجز لأهم الأهداف الرئيسية و الأهداف المتفرعة عنها:⁸

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

أولاً: الهدف الرئيسي أ : تسريع استخدام تكنولوجيات الإعلام و الإتصال في الإدارة العمومية:

تم وضع أهداف فرعية و مشتركة لكل دائرة وزارية، وهي تخص ما يلي:

-استكمال البنى الأساسية المعلوماتية.

-وضع نظم إعلام مندمجة.

-نشر تطبيقات قطاعية متميزة.

-تنمية الكفاءات البشرية.

-تطوير الخدمات الإلكترونية لفائدة المواطنين و الشركات و العمال و الإدارات الأخرى.

ثانياً: الهدف الرئيسي ب : تسريع استعمال تكنولوجيات الإعلام و الإتصال في الشركات:

و يتمثل هذا الهدف أساسا في إدماج تكنولوجيات الإعلام و الإتصال في القطاع الإقتصادي ، و مساعدة الشركات على

امتلاك تكنولوجيات الإعلام و الإتصال، من خلال الأهداف الفرعية التالية:

-دعم تملك تكنولوجيات الإعلام و الإتصال من قبل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

-تطوير تطبيقات لتحسين أداء الشركات.

-تطوير عرض الخدمات الإلكترونية من طرف الشركات.

ثالثاً: الهدف الرئيسي ج : تطوير الآليات و الإجراءات التحفيزية الكفيلة بتمكين المواطنين من الاستفادة من تجهيزات

وشبكات تكنولوجيات الإعلام و الإتصال :

و الهدف يتمثل في تعميم النفاذ إلى الإنترنت من خلال الأهداف الفرعية التالية:

-إعادة بعث عملية (أسرتك) عن طريق توفير حواسيب شخصية و خطوط توصيل ذات الدفق السريع، مع توفير

التكوين و مضامين متميزة لفائدة كل فئات المجتمع.

-زيادة معتبرة في عدد الفضاءات العمومية الجماعية و محلات الإنترنت و المنصات المتعددة الوسائط و الحظائر المعلوماتية

و دور العلم و دور الثقافة.

-توسيع الخدمة العامة لتشمل النفاذ إلى الإنترنت.

رابعاً: الهدف الرئيسي د: دفع تطوير الإقتصاد الرقمي :

يتفرع هذا الهدف إلى أربعة أهداف فرعية هي:

-مواصلة الحوار الوطني بين الحكومة و الشركات و الذي تمت مباشرته في إطار إعداد إستراتيجية الجزائر الإلكترونية.

-توفير الظروف الملائمة لثمين دور الكفاءات العلمية و التقنية الوطنية في مجال إنتاج البرمجيات.

-وضع إجراءات تحفيزية لإنتاج المضمون.

-توجيه النشاط الإقتصادي في مجال تكنولوجيات الإعلام و الإتصال نحو التصدير .

خامساً: الهدف الرئيسي هـ : تعزيز البنية الأساسية للإتصالات ذات الدفق السريع و فائق السرعة:

و يتفرع هذا الهدف إلى أربعة أهداف فرعية أخرى هي:

-تأهيل البنية التحتية الوطنية للإتصالات.

-تأمين الشبكات.

-نوعية خدمات الشبكات.

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

-التسيير الفعال لإسم النطاق «dz».

سادسا: الهدف الرئيسي و: تطوير الكفاءات البشرية:

يوجد هدفان فرعيان لهذا الهدف و هما:

-إعادة النظر في برامج التعليم العالي و التكوين المهني في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الإتصال.

- تلقين تكنولوجيايات الإعلام و الإتصال لكل فئات المجتمع.

سابعا:الهدف الرئيسي ز : تدعيم البحث و التطوير و الابتكار:

ويشمل هذا الهدف، التنظيم و البرمجة و تامين نتائج البحث و حشد الكفاءات و تنظيم نقل التكنولوجيا و المهارات.

ثامنا:الهدف الرئيسي ح: ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني:

و يتمثل في توفير الثقة في مختلف التعاملات الإلكترونية ، ويتم ذلك بتحديد إطار تشريعي و تنظيمي ملائم.

تاسعا:الهدف الرئيسي ط: الإعلام و الإتصال:

ويهتم هذا الهدف بتحسيس المواطنين بدور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في شتى المجالات و يتكون من الأهداف

الفرعية التالية:

-إعداد و تنفيذ مخطط اتصال حول مجتمع المعلومات في الجزائر.

-إقامة نسيج جمعي كامتداد للمجهود الحكومي.

عاشرا:الهدف الرئيسي ي: تامين التعاون الدولي:

يتفرع هذا الهدف إلى:

-المشاركة الفعالة في الحوار و المبادرات الدولية.

-إقامة شراكات إستراتيجية بهدف تملك التكنولوجيا و المهارات.

إحدى عشر:الهدف الرئيسي ك: آليات التقييم و المتابعة:

و يتكون هذا الهدف من هدفين فرعيين:

-إعداد الإطار التصوري لنظام مؤشرات نوعية.

-إعداد قائمة مؤشرات ملائمة.

لإجراء تقييم دائم لمدى تنفيذ خطة الجزائر الإلكترونية.

إثنا عشر: الهدف الرئيسي ل: إجراءات تنظيمية:

الأهداف الفرعية المنبثقة عن هذا الهدف الرئيسي تتمثل فيما يلي:

-تدعيم الانسجام والتنسيق وطنيا و بين القطاعات.

-تدعيم قدرات التدخل على مستوى القطاعات و الهيئات المختصة.

و في هذا الإطار تم تشكيل لجنة وزارية تدعى «اللجنة الإلكترونية» يرأسها السيد رئيس الحكومة و تضم وزراء معينين

بهذا المجال، و تم تشكيل كذلك لجنة تقنية توفر الدعم التقني للجنة الإلكترونية.

ثلاثة عشر: الهدف الرئيسي م: الموارد المالية:

يتم من خلال هذا الهدف تحديد برنامج ميزانية إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية" وفق المراحل التنفيذية، على مدى الفترة

الممتدة من 2009 إلى غاية 2013.

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

و ما يهمننا في هذه الدراسة، من وراء عرض الخطة الإستراتيجية "الجزائر الإلكترونية" هو التركيز على أهم المخططات التي أعدتها الجزائر لتبني التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها المختلفة. وظهر اهتمام الجزائر بهذا النوع من التجارة من خلال اعتمادها في الهدف الرئيسي 'ب': تسريع استعمال تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في الشركات، فقد قامت بإعداد الإجراءات اللازمة لتحقيقها على مستوى الشركات، باعتبارها المنهجية أو الأسلوب الإلكتروني الذي تتم من خلاله مختلف التعاملات و الصفقات التجارية عبر شبكة الإنترنت، وهذه الإجراءات تمثلت في محاولة اعتماد وتوسيع تعاملات التجارة الإلكترونية من نوع شركة إلى شركة «b2b»، و شركة إلى أفراد «b2c»، بالإضافة إلى تشغيل نظام حديث للخدمات المصرفية الإلكترونية، يسمح للبنوك بتقديم خدمات إلكترونية لعملائها، و بالأخص المؤسسات، و ضرورة إنشاء بوابة إلكترونية لتشجيع الاستثمار المحلي و الأجنبي في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، وتنفيذ السجل التجاري الإلكتروني، من خلال إنشاء قاعدة بيانات إلكترونية تحتوي على المعلومات الاقتصادية و التجارية الخاصة بجميع الشركات على المستوى الوطني، مما يساهم في الرقابة الفعالة للنشاط التجاري و الإقتصادي، ومنح الحوافز المالية لاعتماد تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات، و محاولة ربط الشركات و المؤسسات بمختلف الشبكات «إترنت، إنترنت و إكسترنت»، وذلك في إطار تأهيل مستوى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

باعتبار توافر البنية التشريعية الملائمة للأعمال الإلكترونية، يمثل أحد الركائز المهمة لقيام التجارة الإلكترونية، إرتأت الحكومة الجزائرية، القيام من خلال الهدف الرئيسي 'ح' بتهيئة جو من الثقة وضبط مستوى الإطار القانوني الوطني. ويتم ذلك بتحديد الإطار التشريعي و التنظيمي الملائم، لتفعيل تنظيم خاص بالهوية الإلكترونية و بالتوقيع الإلكتروني، ووضع تنظيم خاص بالمبادلات الإلكترونية و بالمصادقة عليها و العقود المبرمة من خلال التعاملات الإلكترونية، و تحديد تنظيم خاص بحماية الخصوصية للبيانات الشخصية و أمن المعلومات الخاصة بالمواطنين و الشركات و مختلف المؤسسات الأخرى، مع مراجعة القانون رقم 03-2000.

المحور الثالث: إنجازات الجزائر و تطلعاتها لتبني التجارة الإلكترونية و نماذجها

تم وضع في إطار الحكومة الإلكترونية المشروع الخاص بتطوير عبر الانترنت مواقع خاصة بعشرة قطاعات وزارية، و منها وزارة الشؤون الخارجية ووزارة التجارة و وزارة الشؤون الدينية و الأوقاف؛ حيث تساعد هذه المواقع المواطن في الحصول على المعلومات عن أنشطة الوزارات و الخدمات العمومية التي يستفيد منها المواطن و تتبع مختلف الإجراءات الإدارية اللازمة..، بالإضافة إلى تقديم الخدمات عن بعد.

أولاً: تصميم و تطوير بوابة المواطن:

حيث قامت وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام و الإتصال بإطلاق بوابة المواطن □ Elmouwatine □ في سنة 2011 تسمح هذه البوابة للمواطن بامتلاك نفاذ مباشر و يسير إلى قائمة الخدمات، و المعلومات و الإجراءات الإدارية التي تقدمها الإدارة.

ثانياً: وضع و تطوير موقع انترنت مخصص للإجراءات الإدارية المتعلقة بإنشاء مؤسسة في الجزائر:

تم إطلاق هذا المشروع في عام 2015 بالتعاون مع القطاعات الوزارية المعنية، و الذي يهدف إلى تسهيل إجراءات إنشاء مؤسسة في الجزائر لجعل الإقتصاد الوطني أكثر جاذبية، يتمثل هذا المشروع في ملأ استمارة واحدة عبر الإنترنت، و التي تستعمل فيما بعد من قبل الأطراف المعنية «الموثقون، المركز الوطني للسجل التجاري، الإدارة الجبائية، و صندوق الضمان الإجتماعي لغير الأجراء لمنح السجل التجاري و رقم التعريف الضريبي و التسجيل في الضمان الإجتماعي»⁹.

متطلبات تبنى التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

ثالثا: تطبيق التصديق الإلكتروني:

في هذا الصدد صادق المشرع الجزائري على القانون 04-15 المؤرخ في 01 فيفري 2015، و المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين ، و التصديق الإلكتروني هو عملية تضمن أربعة جوانب أمنية لتبادل المعلومات على شبكة الإنترنت و هي: السرية و التوثيق و النزاهة و عدم الإستنكار، و يقصد بالتوقيع الإلكتروني: □ بيانات في شكل إلكتروني مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات إلكترونية أخرى تستعمل كوسيلة توثيق □¹⁰.

و لتطبيق التصديق الإلكتروني، يجب توفير البنية التحتية للمفاتيح العمومية (PKI) الذي تضمن أمن و سرية المعلومات في التعاملات الإلكترونية، خاصة التعاملات التجارية، من خلال إثبات هوية المتعاملين عن طريق توقيعهم الإلكتروني، و الذي بدوره يتم إثباته بواسطة شهادة رقمية صادرة عن سلطة التصديق، هذه الأخيرة تتوفر على وسائل التحقق من الشهادات الرقمية، وهذا كله يتم في إطار تأمين الإتصالات و المعاملات الرقمية و كذلك الوثائق الرقمية. و السلطات التي اعتمدتها الجزائر و المكلفة بترقية استعمال التوقيع و التصديق الإلكترونيين و تطويرهما و ضمان موثوقية استعمالهما هي كالتالي:

- السلطة الوطنية للتصديق الإلكتروني و هي تنشأ لدى الوزير الأول.

- السلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني و هي تنشأ لدى الوزير المكلف بالبريد و تكنولوجيات الإعلام و الإتصال.

- السلطة الاقتصادية للتصديق الإلكتروني و هي تعين من طرف سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية.

بالنسبة للسلطة الحكومية للتصديق الإلكتروني تكلف كطرف ثالث موثوق بمقدم لخدمات التصديق الإلكتروني لحساب مؤسسات حكومية ، و بإصدار المصادقات الإلكترونية المستخدمة من طرف المتدخلين في الفرع الحكومي في إحدى أهم تعاملات التجارة الإلكترونية و هي خدمات الحكومة الإلكترونية (G2C , G2B , G2G).

رابعا: مؤشرات تطور تكنولوجيات الإعلام و الإتصال في الجزائر:

1- شبكة الهاتف الثابت و النقال:

بلغ عدد المشتركين في الهاتف الثابت 3138914 مشترك خلال عام 2013، و في عام 2014 بلغ عدد المشتركين 3098787 مشتركاً، لينتقل عددهم إلى 3192064 في السداسي الأول من عام 2015.

نلاحظ أن عدد مشتركى الهاتف الثابت يشهد انخفاضاً في عام 2014 و بحسب الكثافة الهاتفية في الجزائر و التي تمثل نسبة 8% تقريباً في كل عام من الأعوام السابقة، وهذا يدل على أن 08 أشخاص من أصل 100 شخص لديهم خدمات الهاتف الثابت، و ذلك يعود إلى توجه مواطني الجزائر لخدمات الهاتف النقال.

عند إصدار الجزائر قانون 03-2000 بتاريخ 05 أوت 2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات ، والذي تضمن ضرورة فتح سوق الهاتف النقال، حيث ينشط حالياً في هذا السوق 03 متعاملين للهاتف النقال في الجزائر وقد تم تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال بنسبة 99% خلال عام 2014، حيث بلغ عدد مشتركى الهاتف النقال 38 مليون مشترك خلال نفس العام .

2- شبكة الإنترنت:

بلغ عدد مشتركى (adsl) 1283241 في عام 2013، وبلغ 1518629 عام 2014، و في عام 2015 فقد بلغ 1709496، أما مشتركى الجيل الرابع للهاتف الثابت (4G LTE) فقد بلغ عددهم 80693 في عام 2014، و انتقل عددهم إلى 179683، و بالنسبة إلى مشتركى خدمة الوي ماكس (WIMAX) فقد بلغ عددهم 179 في عام

متطلبات تبنى التجارة الإلكترونية و آفاق تطويرها في الجزائر

2013، و 216 مشتركاً في عام 2014، وخلال عام 2015 بلغ عددهم 226 مشتركاً، و فيما يخص مشتركى الجيل الثالث (3G) فقد بلغ عددهم في عام 2013: 308019 مشتركاً، ووصل إلى 8509053 في عام 2014.

3- مواقع الويب و خدمات الإنترنت:

حسب آخر الإحصائيات، فقد بلغ عدد مواقع الإنترنت ذات النطاق (.dz): 7148 موقعاً، و بلغ عدد المواقع المؤسسية (الوزارات و الهيئات التابعة) 587 موقعاً، خلال السداسي الأول من عام 2015 بلغ عدد موفري خدمة الإنترنت 23 مقدم خدمة الإنترنت.

تتكون الشبكة الدولية من روابط بحرية و تحت أرضية و روابط فضائية، و تبعاً للطلب المتزايد على بروتوكول IP، فقد تم سنة 2007 تمديد الكابل البحري آبال2 الذي يربط الجزائر ببالما بقدرة 2.5 إلى 10 جيجابايت، أما الرابط البحري الثاني «SMW4»، فهو يربط عنابة بمرسيليا، وسيتم وضع كابل بحري ثالث بقدرة 100 جيجا بايت، يربط وهران بفالينسيا الإسبانية مع بداية عام 2017.¹¹

خامساً: السجل التجاري الإلكتروني:

في نهاية سنة 2013 تم إنشاء السجل التجاري الإلكتروني في إطار الشراكة مع وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، تم تصميمه من طرف المركز الوطني للسجل التجاري لتأمين مستخرجات السجل التجاري من التزوير و الغش، و تسهيل عملية القيد بالسجل التجاري، و تفعيل الرقابة على النشاط التجاري. و تعتبر طريقة إستعماله سهلة بحيث يتم طبع على مستخرج السجل التجاري الإلكتروني رمز بياني من نوع □ داتا ماتريكس □ يمكن من خلاله إثبات صحة المعلومات يحمل هذا الرمز بيانات مشفرة مثل: رقم السجل التجاري، الاسم و اللقب ، الغرض الإجتماعي، العنوان، نوع النشاط...، و يمكن قراءة هذه المعلومات بواسطة الأجهزة التالية: الهاتف النقال، كاميرا الويب كام، قارئ الليزر، جهاز الكمبيوتر...، للمساعدة في الفحص الآلي سواء بتواجد الإنترنت أو بدونها، و ليتم التأكد من كامل البيانات التي طبعها من طرف السجل التجاري الإلكتروني، و قد تم تسجيل ما يقارب 237228 مستخرجا من السجلات التجارية الإلكترونية و يتمثل في: 204472 مستخرجا من السجل التجاري بالنسبة للأشخاص الطبيعيين، و 32756 مستخرجا من السجل التجاري بالنسبة للأشخاص المعنويين.

و حتى تاريخ 02 فيفري 2015، ارتفع العدد الإجمالي لتسليم مستخرجات السجل التجاري الإلكتروني إلى 1768331 أي ما يمثل نسبة 13.42% من مجمل التجار المسجلين في السجل التجاري.¹²

سادساً: لماذا لم تعتمد التجارة الإلكترونية بعد في الجزائر؟

بالرغم من كل هذه الإنجازات إلا أن الجزائر ما زالت متأخرة في اعتماد و تطوير التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، السبب الرئيسي يكمن في عدم وجود قانون للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري، حيث نجد أن تونس مثلاً، قد سنت قانوناً خاصاً بالمبادلات و التجارة الإلكترونية منذ سنة 2000، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ غياب الدفع الإلكتروني في الجزائر، وهذا ناتج عن ضعف ثقة الجزائريين في تعاملهم مع طرق الدفع الإلكترونية وخاصة البطاقات البنكية، و الدفع عبر الإنترنت، و كذلك غياب التحسيس بأهمية التجارة الإلكترونية و فوائدها؛ في خضم هذه الصعوبات و العوائق برزت مواقع ناشطة في مجالات التجارة الإلكترونية ولكن بشكل جزئي، من أشهر هذه المواقع، موقع www.guidini.com، و موقع www.echrily.com، و موقع www.dzboom.com،، و قد اعتمدت هذه المواقع على طرق أخرى للدفع

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية وآفاق تطويرها في الجزائر

غير الدفع الإلكتروني كالدفع نقدا عند التسليم، أو الدفع عن طريق الحوالات البريدية ، و الدفع عن طريق وسطاء الدفع على الخط مثل: نظام paypal.

الخاتمة:

نظرا لأهمية التجارة الإلكترونية في التعاملات المحلية، و على مستوى المعاملات الدولية، وخاصة في القرن الواحد والعشرين الذي شهد في سنواته الأولى انفجارا في المعلومات، والإبتكار المتجدد في مجال المعلوماتية، أصبح أمام الجزائر إقتحام هذا الميدان و الإستفادة من التسهيلات التي يقدمها هذا النوع من التجارة، لكن و بحسب ما لاحظناه من خلال دراستنا لوضع التجارة الإلكترونية في الجزائر نستنتج أنها ما زالت بعيدة لو قارناها فقط ببعض الدول المجاورة كتونس، و المغرب.

و يمكن سرد بعض نتائج هذه الدراسة كما يلي:

- عدم توافر متطلبات التجارة الإلكترونية، خاصة من الناحية التشريعية ووضع الإطار التنظيمي الذي يحكم التجارة الإلكترونية و نقص في توفير بعض الوسائل و التجهيزات اللازمة للقيام بمختلف صفقات و عمليات التجارة الإلكترونية، خاصة وسائل سرية و أمان المعلومات في فضاء إلكتروني يعمه مخاطر القرصنة و الإحتيال.

- ثقافة الجزائريين فيما يخص الدفع الإلكتروني، بحيث أنهم لا يثقون فيه و يفضلون الدفع النقدي و التعاملات التقليدية و كذا نقص وعيهم في هذا الصدد.

- غياب منظومة للدفع الإلكتروني، عبر الإنترنت، الأمر الذي شكل عائقا في اعتماد تجارة إلكترونية بحتة أو كاملة.

- بنية تحتية ضعيفة جدا فيما يخص الإتصال بشبكة الإنترنت نتيجة الضغط الذي يجري على الكابل البحري مارسيليا - عنابة.

- الكابلات النحاسية أصبحت مهترئة، مما يشكل رداءة في نوعية الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة إتصالات الجزائر.

- غياب التحسيس و التوعية بأهمية التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية في المجتمع الجزائري.

- فشل خطة الجزائر الإلكترونية، بحسب الخبراء فقد تم تحقيق 30% فقط وهذا حتى لغاية عام 2015 ، ويعود السبب إلى غياب الإرادة السياسية لتطوير الإقتصاد الرقمي.

- صعوبة اقتناء الخبرات البشرية ذات الكفاءة و الخبرة المهنية في إدارة و دعم الأعمال الإلكترونية.

- ضعف البنى التحتية للإتصالات التي لا تتماشى ومتطلبات التجارة الإلكترونية ، خاصة التجارة الإلكترونية عبر الهاتف النقال.

- 11 مليون مستخدم انترنت، خلال شهر نوفمبر 2015، و 11 مليون مشترك فايسبوك في نفس التاريخ من عدد سكان الجزائر الذي يبلغ 39542166 نسمة، بحسب إحصائيات نشرت على موقع www.worldstat.com ، معظم مستخدمي الإنترنت في الجزائر يستخدمونها فقط للإطلاع على الأخبار، أو البريد الإلكتروني،...، مما يؤكد أن الجزائريين مازالوا غير واعين بأهمية و فائدة التجارة الإلكترونية.

نظرا للإنجازات التي قامت بها الجزائر في إطار استراتيجية الجزائر الإلكترونية إلا أنها مازالت تشهد تأخرا في تبني التجارة الإلكترونية، وعلى غرار ما تشهده بعض الدول العربية من تطورات في هذا المجال ، و لكي تستفيد الجزائر من تجارب الدول الرائدة في مجال التحكم في إدارة الأعمال الإلكترونية و خاصة التجارة الإلكترونية، يمكن تقديم التوصيات التالية:

متطلبات تبني التجارة الإلكترونية وآفاق تطويرها في الجزائر

- إقامة منظومة دفع إلكتروني، لتمكين المواطنين و الشركات من القيام بجميع العمليات المصرفية و الصفقات التجارية بشكل آمن و سريع عن طريق مختلف وسائل الدفع الإلكتروني.
 - طرح مشروع قانون التجارة على الحكومة الجزائرية ، لأن هذا القانون من شأنه تنظيم مختلف التعاملات الإلكترونية و القيام بها بشكل موثوق، بما يكفل حماية حقوق مختلف الأطراف المتعاملة.
 - تطوير البنية التحتية لشبكات الإتصال، التي تدعم تطبيقات التجارة الإلكترونية، وتضمن تبادل المعلومات بالسرعة و الكفاءة العالية.
 - التفكير بجدية في توظيف أمثل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال، و اعتمادها كخدمات عامة ميسرة لكل المواطنين الأمر الذي يخلق جوا من الشفافية و التجاوب، و يبيّن طموحا لبناء مجتمع المعلومات الجزائري.
 - الإستثمار في رأس المال البشري المبدع و المبتكر في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، و بالأخص في تخصص إدارة الأعمال الإلكترونية و أمن المعلومات.
 - التعاون بين القطاع العام و الخاص، لتطوير التجارة الإلكترونية عن طريق توفير مختلف أدوات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال.
 - تقديم تحفيزات مالية و ضريبية لتشجيع انتشار التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها.
- الهوامش:

1. عماد أحمد أبو شنب و آخرون، الخدمات الإلكترونية، ط03، دار الكتاب الثقافي، إربد، عمان، 2014، ص63¹
2. نوري منير، التجارة الإلكترونية و التسويق الإلكتروني، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص ص: 12، 13.²
- عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها، ط01، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص ص: 53، 54.³
- عماد أحمد أبو شنب و آخرون، الخدمات الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص80.⁴
5. محمود محمد مقابلة و آخرون، مقدمة إلى التجارة الإلكترونية، ط01، دار الفكر، عمان، الأردن، 2016، ص ص: 19، 20.
- محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، تجارة إلكترونية، ط01، دار الحامد، عمان، الأردن، 2008، ص ص: 36، 37.⁶
2. عبد الله صالح بورقة، واقع التجارة الإلكترونية في الشركات السعودية و آفاق تطورها، دراسة تحليلية، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الإقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2007-2008، ص52
- 8 إستراتيجية الجزائر إلكترونية، على الخط: www.algerienembassy.ru/pdf/e-algerie2013.pdf
- 9 الحكومة الإلكترونية التطبيقات الشاملة، على الخط: www.mptic.dz/content/
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية 20 ربيع الثاني 1436 هـ الموافق لـ 10 فبراير 2015، العدد 06، ص07.¹⁰
- 11 www.mptic.dz/content/
- 1- السجل التجاري: مؤشرات و إحصائيات، السجل التجاري الإلكتروني: المركز الوطني للسجل التجاري في عصر الرقمنة، الندوة الوطنية حول التجارة الخارجية، المركز الوطني للسجل التجاري، وزارة التجارة، يومي 30 و 31 مارس 2015، قصر الأمم، الجزائر، مارس 2015، ص 6-7.