

مناخ التجارة الالكترونية في الجزائر

أ. / قندوز فاطمة الزهراء *

Abstract:

Le commerce électronique est devenu pour l'Algérie un besoin urgent et une exigence de développement pour accroître sa contribution au commerce mondial, ainsi que pour le développement de la productivité nationale et pour augmenter le taux de croissance économique. Pour y parvenir, il est indispensable de fournir les moyens et les éléments du e-commerce pour faire face aux différents défis et obstacles pour pouvoir rattraper l'économie mondiale.

Dans ce cadre, depuis 2005, l'Algérie s'est intéressée à certains aspects de l'infrastructure du commerce électronique tels que les télécommunications et technologies de l'information, le gouvernement électronique, ainsi que le secteur bancaire, et a travaillé pour leur développement dans une tentative de créer un climat propice. C'est ce que nous avons essayé de préciser dans cette étude à travers l'analyse de la réalité, des exigences et des contraintes du développement du commerce électronique en Algérie.

Les mots clés: commerce électronique, gouvernement électronique, internet, infrastructure de base numérique.

ملخص:

أصبحت التجارة الالكترونية بالنسبة للجزائر ضرورة ملحة ومتطلبا لتمويا لزيادة إسهامها في التجارة العالمية وكذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية الوطنية وإتاحة فرص متزايدة لرفع معدلات نموها الاقتصادي، ولكي يتحقق ذلك لا بد من قيامها على توفير متطلبات ومقومات التجارة الالكترونية وكذا مواجهة التحديات والعقبات التي تقف أمامها للحاق بركب الاقتصاد العالمي.

وفي هذا الإطار اهتمت الجزائر منذ سنة 2005 ببعض الجوانب المرتبطة بالبنية التحتية للتجارة الالكترونية مثل قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، الحكومة الالكترونية، القطاع المصرفي، وعملت على تطويرها، محاولة بذلك خلق مناخ ملائم لها والاستعداد لمواكبة التطورات التي تشهدها التجارة العالمية. وهذا ما حاولنا توضيحه في هذه الدراسة من خلال تحليل واقع ومتطلبات وعقبات تطور التجارة الالكترونية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، الحكومة الالكترونية، الانترنت، البنية التحتية الرقمية.

* أستاذة مساعدة (أ) - جامعة البلدية سعد دحلب

المقدمة:

تعتبر التجارة الإلكترونية من أهم مفرزات الثورة العلمية والتكنولوجية التي يشهدها العالم في السنوات الأخيرة حيث ساهمت في النمو المتزايد والسريع في حجم التجارة العالمية وهو ما وضع اقتصاديات الدول النامية بصفة عامة والاقتصاد الجزائري بصفة خاصة أمام تحديات حقيقية تجعلها أمام ضرورة توفير متطلبات هذا النوع الجديد من التجارة ومسايرتها للاندماج ضمن النظام التجاري العالمي الجديد.

من خلال هذا البحث، سنحاول تسليط الضوء على مفهوم التجارة الإلكترونية، فوائدها ومتطلباتها بصفة عامة ثم إسقاطها على الواقع الجزائري بشكل خاص، وذلك من أجل كشف أسباب تأخر استخدام التجارة الإلكترونية وإبراز أهم التحديات والعقبات التي تقف أمام تطورها في الجزائر.

(1) مفاهيم حول التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية وما تنطوي عليها من تطبيقات، ظاهرة حديثة كانت بداياتها في أوائل التسعينيات من القرن الماضي.

1-1) تعريف التجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي شراء وبيع السلع عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، ولا يقتصر مفهوم السلعة على البضائع، بل يشمل الخدمات والمعلومات وبرامج الكمبيوتر أيضا¹. فهناك عدة أنواع من التجارة الإلكترونية وذلك تبعاً للأطراف المتعاملة فيها.

✦ التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال:

نرمز للتجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال بـ B to B، ويجمع هذا النوع من التجارة مؤسسات الأعمال، وذلك من خلال القيام بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير ودفع المستحقات باستعمال وسائل الكترونية².

✦ التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك:

نرمز للتجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك بـ B2C، يجمع هذا النوع من التجارة بين وحدات الأعمال والمستهلك وذلك من خلال العروض المختلفة لكل أنواع السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة للمستهلكين على شبكة الانترنت، ويتم الدفع في غالب الأحيان من خلال الشبكة أما الاستلام فحسب طبيعة السلعة وصيغة الاتفاق.

✦ التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال وإدارة:

نرمز للتجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال وإدارة بـ B2A وتشمل جميع التحويلات والتعاملات بين المؤسسات وهيئات الإدارة العامة، مثل عملية دفع الرسوم عبر شبكة الانترنت.

✚ التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمواطن:

نرمز للتجارة الإلكترونية بين الحكومة والمواطن بـ G2C، ويقصد بها عمليات البيع والشراء التي تتم بين الجهات الحكومية كباثة للخدمة (خدمات مهنية كتجديد رخص قيادة السيارات، خدمات قضائية، خدمات الضرائب وغيرها) إلى مواطني الدولة كمشتريين للخدمة العامة⁴.

1-2) الجانب القانوني والاهتمام الدولي بالتجارة الإلكترونية:

تثير أنشطة التجارة الإلكترونية والعلاقات الناشئة بينها العديد من التحديات القانونية تتمحور في مجموعها حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية، وفي هذا الإطار تم وضع أطر قانونية وتنظيمية ملائمة وشفافة على الأصعدة العالمية والإقليمية والوطنية، تهدف إلى تأكيد صحة المعاملات التي تتم عن طريق الوسائط الإلكترونية من تحرير، نقل وتخزين البيانات والعقود المتعلقة بهذه المعاملات. ومن أجل تحقيق هذا الهدف، فإن قانون التجارة الإلكترونية يركز بصفة أساسية على وضع المبادئ القانونية التي تسمح بالاعتراف بالمحركات الإلكترونية بديلا عن الوسائط الورقية التقليدية بالإضافة إلى الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني والمساواة بين المحركات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني من حيث الحجة في الإثبات القانوني وبين المحركات الورقية والتوقيع التقليدي الذي يتم على وسيط ورقي. وكذلك المبادئ القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، حماية البيانات أو المعلومات الشخصية، حماية الملكية الفكرية، وقوانين جرائم الانترنت.

أبدت العديد من المنظمات الدولية اهتمامها اتجاه التجارة الإلكترونية، ففي سنة 1994 كانت هناك اتفاقات نموذجية من بينها لجنة الاتحاد الأوروبي واللجنة الاقتصادية الأوروبية التي وضعت أنظمة قانونية تناولت تبني وتنظيم التجارة الإلكترونية، وتم إعداد نموذج قانوني معتمد من الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1996 تناول العقود المبرمة إلكترونيا⁵. وقامت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي من خلال هيئة "الانسيترال" بإصدار القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية في سنة 1996، هذا القانون يعد عملا تشريعيًا صادرًا عن الجمعية العامة للأمم المتحدة، ومكون من سبعة عشرة مادة قابلة للزيادة في المستقبل، تهدف إلى تسهيل وتبسيط عمليات التجارة الإلكترونية. وفي سنة 1997 ونظرا لتزايد أساليب واستخدامات التجارة الإلكترونية حثت منظمة "UNCTAD" وبالتعاون مع المنظمات ذات الصلة في الأمم المتحدة بتقديم يد المساعدة التقنية للدول النامية ومدها بالخبرات والتقنيات اللازمة.

1-3) فوائد التجارة الإلكترونية:

- أصبحت التجارة الإلكترونية توفر فرصا وفوائد عديدة على مستوى الزبائن، الموردون وعلى مستوى المجتمع ككل، ويمكن تلخيص هذه الفوائد في النقاط التالية:
- تقصير أو إلغاء سلاسل التوريد وسرعة الاستجابة للحاجات، وذلك بتزويد الزبائن مباشرة باحتياجاتهم من السلع والخدمات متجاوزة تجار الجملة والتجزئة والوسطاء التقليديين الآخرين؛
- حضور عالمي وخيار عالمي، إذ لا توجد أمام التجارة الإلكترونية أية حدود وطنية أو فواصل جغرافية فهي تمكن حتى الموردين الصغار تحقيق حالة من

- الحضور العالمي. وفي المقابل يجني الزبون منافع من التجارة الالكترونية، فباستطاعته الاختيار من بين جميع الموردين للحصول على ما يريد من السلع أو الخدمات وذلك بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية؛
- أداة لزيادة القدرة التنافسية من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية، إمكانية التسويق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، القدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات والقدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين؛
 - أداة لتنشيط المشروعات المتوسطة والصغيرة من خلال المشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية وكفاءة بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان ووفر في الوقت بما ينعكس إيجابا على تنشيط هذه المشروعات ويوفر لها القدرة على اختراق الأسواق العالمية؛
 - ووفرات هائلة في الكلفة وأسعار منخفضة، فتقليص تكاليف التعامل تعد واحدة من أبرز مساهمات التجارة الالكترونية، وذلك راجع إلى تكاليف إعلان منخفضة، كلفة التسليم منخفضة (بالنسبة للسلع التي يمكن تسليمها بالطرق الالكترونية) وكلفة تصنيع وتصميم منخفضة خاصة وأن الزبون أصبح يشارك في ابتكار السلع والخدمات.

2) متطلبات التجارة الالكترونية وواقعها في الجزائر:

إن التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية تستلزم من الحكومات توفير كل المتطلبات الضرورية لاعتمادها من بنية تحتية رقمية ومعلوماتية، تحقيق النفاذ الشامل لهذه الأخيرة، القيام بتوعية المواطنين اتجاه التجارة الالكترونية، تنمية الموارد البشرية، تهيئة البنية التحتية القانونية للتجارة الالكترونية، تطوير التجارة الالكترونية على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكذلك تحقيق مشروع الحكومة الالكترونية. كل هذه المتطلبات ستساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في تحقيق وتنفيذ مشروع التجارة الالكترونية. وفيما يلي سوف نتطرق إلى أهم هذه المتطلبات ونحاول إسقاطها على الواقع الجزائري.

2-1) بنية التحتية الرقمية والمعلوماتية

تعتبر البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية القاعدة الأساسية التي تقوم عليها التجارة الالكترونية، ولذلك ينبغي بذل الجهود اللازمة لتوفيرها حتى يسهل استعمالها وبتكلفة معقولة. كما يجب رسم سياسات ملائمة للنفاذ الشامل ووسائل تنفيذها، بما يتماشى مع المقاصد الإرشادية والعمل على توصيل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى كل المدارس والجامعات والمؤسسات الصحية والمكتبات ومكاتب البريد والمؤسسات الأخرى المفتوحة أمام الجمهور.

إن الجزائر على وعي كامل بأهمية إرساء قواعد الاقتصاد الجديد وترقية التجارة الخارجية، وضرورة الاندماج في مجتمع المعلومات، ولذلك قامت في السنوات الأخيرة ببعض الإنجازات في هذا المجال من بينها الحظيرة السيبرية Cyber parc لسيدي عبد الله التي تعتبر قطبا متخصصا في مجال إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة، كذلك اتفاقيتا سوناطراك وبيريد الجزائر مع مؤسسة Oracle الأمريكية التي تعتبر من رواد

البرمجيات في العالم⁷ بالإضافة إلى انخراط ما يزيد عن 70 مؤسسة صغيرة ومتوسطة في القاعدة الإعلامية Eumedis التي اعتمدها الاتحاد الأوروبي لفائدة هذه المؤسسات في البحر الأبيض المتوسط وذلك في إطار خلق مؤسسة معلوماتية متوسطة تعني بتبادل المعلومات عبر شبكة الانترنت. إلا أن واقع التكنولوجيات الحديثة في الجزائر يفيد بأنها لا تزال حبيسة قطاعات قليلة وأشخاص محدودة، وهذا ما تبينه إحصائيات دراسة لمركز البحوث Cread سنة 2008 لمجموعة مؤشرات البنية التحتية الرقمية في الجزائر.

جدول رقم 01: مؤشرات البنية التحتية الرقمية في الجزائر سنة 2008

المؤشرات	الأرقام	النسبة
1- الكثافة الهاتفية: كثافة الهاتف الثابت بالنسبة لـ 100 ساكن كثافة الهاتف المحمول بالنسبة لـ 100 ساكن	3687603 -	13.35% 80.16%
2- معدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: - نسبة الأسر التي لديها جهاز كمبيوتر لكل 100 عائلة - نسبة السكان التي لديهم معدات تلفزيون لكل 100 ساكن	710967 31579616	12.31% 93.1%
3- معدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى قطاع التعليم: - التعليم الابتدائي - التعليم المتوسط - التعليم الثانوي قطاع التعليم العالي: قطاع التكوين المهني:	- لا توجد إحصائيات - 18384 كمبيوتر / 3158117 تلميذ - 24848 كمبيوتر / 974736 تلميذ ثانوي 45000 جهاز كمبيوتر / 952067 طالب 20000 جهاز كمبيوتر / 416642 متربص	- 0.58% 2.54% 4.72% 4.80%
4- الاتصال بالانترنت على مستوى الأفراد: - نسبة الاشتراك في الانترنت عريض النطاق لكل 100 فرد - نسبة الاشتراك في الانترنت ضعيف النطاق لكل 100 فرد	585455 105892	10.4% 1.83%
5- الاتصال بالانترنت على مستوى المؤسسات:	16579	13.94%
6- معدل الأسعار المحلية لأجهزة الحاسوب والاتصال بشبكة الانترنت: - سعر السوق المحلي لجهاز حاسوب / SNMG - متوسط أسعار النفاذ المحدود إلى شبكة الانترنت في السوق المحلية / SNMG - متوسط أسعار النفاذ غير المحدود إلى شبكة الانترنت في السوق المحلية / SNMG	SNMG 1.8 SNMG %3.33 SNMG %4.91	- - -
7- معدل استعمال الانترنت في السوق المحلي ضعيف النطاق من قبل الأفراد:	192 دقيقة في الشهرين	-
8- معدل استعمال الانترنت في المؤسسات: - البريد الإلكتروني - المواقع - اسم النطاق	- - -	58.2% 29.4% 15.2%

Source : Liste des indicateurs TIC de la société de l'information en Algérie, Centre de Recherche en Economie Appliquée pour le Développement (CREAD), Décembre 2008.

إن الإحصائيات التي تظهر في الجدول أعلاه تبين ضعف البنية التحتية الرقمية في الجزائر، طالما أن ميزانية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال لا تتجاوز 1 % من إجمالي الناتج المحلي الخام⁸.

بالنسبة لكثافة الهاتف الثابت فهي ضعيفة جدا ولا تتجاوز 13,35 %، ويمكن تفسير ضعفها إلى ارتفاع تكلفة فاتورة الهاتف الثابت مقارنة بمتوسط الدخل الشهري للجزائريين، خاصة إذا تعلق الأمر بالمكالمات نحو الخارج أو نحو الهاتف المحمول، أما بالنسبة لسعر المكالمات الداخلية يمكن القول أنها أسعار مقبولة نسبيا.

أما بالنسبة لكثافة الهاتف المحمول فهي تتجاوز الثمانين بالمائة، هذا بالرغم من الارتفاع النسبي لسعر المكالمات للهاتف النقال وكذا ارتفاع أسعار الهواتف النقالة، إلا أن تطور ونمو استعمال هذه الأخيرة عرف انتشارا ونموا محسوسا في السنوات الأخيرة وذلك راجع إلى المزايا التي يستفيد منها كل مستعمل للهاتف النقال، وعدم القدرة عن التخلي عنه. وفيما يخص استخدام شبكة الانترنت، تظهر الإحصائيات تأخرا ملحوظا في استعمال هذه الشبكة، حقيقة أنه خلال سبعة سنوات زاد عدد مستعملي الانترنت بـ 400 مرة ولكن يبقى هذا العدد ضعيف جدا مقارنة بحجم السكان حيث أنه في سنة 2008، 11 جزائريين فقط من 100 مشتركين في خدمة الانترنت بمعنى آخر أن نسبة المشتركين في الانترنت يعادل 11 % فقط⁹. أما عن مستعملي هذه التقنية، فإن نسبة كبيرة منهم يستخدمها في أماكن عملهم أو في نوادي الانترنت، الأمر الذي يؤكد أن نسبة الربط في المنازل ما زالت ضعيفة جدا. ويرجع هذا التأخر إلى نقص أو غياب شبه تام لثقافة نشر التكنولوجيا وضعف مستوى التأهيل لدى السكان إذ أن عدد الذين يملكون مستوى تعليميا مقبولا يصل إلى 17,5 مليون نسمة في الوقت الذي لا يفوق فيه عدد المؤهلين لاستعمال هذه التقنية 13 مليون جزائري¹⁰. أما على مستوى المؤسسات فإن الربط بالانترنت ما زال يعرف تأخرا محسوسا ولا يتجاوز 14 %، وهذا بسبب غياب برنامج خاص بذلك.

وإذا رجعنا إلى الإمكانات المتوفرة من معدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سواء على مستوى الأسر أم على مستوى المؤسسات التعليمية، نجد أنها إمكانيات غير معتبرة تماما ولا تغطي إلا نسبة ضئيلة من أفراد المجتمع ومن تلاميذ وطلبة جامعيين خاصة في ظل ارتفاع أسعار التجهيزات المستعملة مقارنة بالمستوى المعيشي للجزائريين.

2-2) تحقيق النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

إن العمل على تيسير النفاذ الشامل لكافة القطاعات وفئات المجتمع للاستفادة من الخدمات المختلفة لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وتحسين جودة هذه الخدمات خاصة في المناطق المعزولة والنائية، هو من أهم أهداف ومتطلبات التجارة الالكترونية.

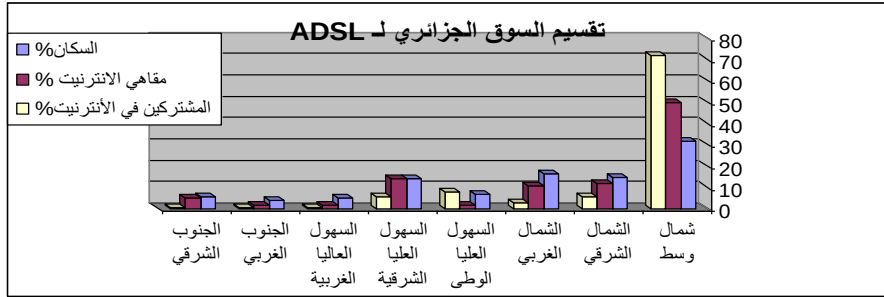
إذا رجعنا إلى الجزائر، نجد أن نسبة المشتركين في الهاتف الثابت تبقى ضعيفة لا تتجاوز 37 % وذلك في المناطق الوسطى الشمالية وكلما اتجهنا شرقا أو غربا فإن نسبة المشاركة تنقسم إلى اثنين أي لا تتجاوز 16 % وكلما اتجهنا نحو الجنوب الشرقي أو الغربي فإن نسبة المشاركة في الهاتف الثابت تنقلص ولا تتجاوز ربع نسبة المشاركة في المناطق الشمالية الوسطى.

جدول رقم 02: توزيع عدد المشتركين في الهاتف الثابت على مستوى التراب الوطني

الجنوب الشرقي	الجنوب الغربي	السهول العليا الغربية	السهول العليا الشرقية	السهول الوسطى	الشمال الغربي	الشمال الشرقي	الشمال وسط	
6 %	4 %	5 %	14,5 %	7 %	16,5 %	15%	32 %	نسبة السكان
6,5 %	3 %	3,5 %	10 %	4 %	16 %	14 %	35 %	خطوط الهاتف الثابت
5 %	3 %	4 %	7 %	3 %	15 %	15 %	36 %	المشاركين في الهاتف الثابت
5,5%	2 %	4,5 %	5,5 %	3 %	15 %	15 %	36,5 %	المشاركين في WWL

«Le Marché des NTIC en Algérie, Potentiels et Perspectives»: source
http://www.afac-d.org/NTIC_paris_8_mars_2008.pdf

الشكل رقم 01: توزيع عدد المشتركين في الإنترنت على مستوى التراب الوطني في سنة 2007



«Le Marché des NTIC en Algérie, Potentiels et Perspectives»: source
http://www.afac-d.org/NTIC_paris_8_mars_2008.pdf

أما فيما يخص تغطية خدمة الانترنت، فإن المناطق غير المجهزة والتي تدعى بالمناطق البيضاء "Zone blanches" تمثل 55 % من التراب الوطني أي ما يعادل 65 % من عدد السكان. فمن خلال هذه الإحصائيات، نستنتج أنه يوجد ضعف فيما يخص عدد المشتركين في الهاتف الثابت وعدد المشتركين في شبكة الانترنت كلما اتجهنا جنوبا ، ويمكن تفسير ذلك بالنقص المحسوس في الكثافة السكانية مقارنة بالمناطق الشمالية وكذلك نقص الاهتمام بالوسائل التكنولوجية من قبل الأفراد ومن قبل الحكومة، لأن الاستثمار في شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية في المناطق النائية غير مربحة وبالتالي لا بد على السلطات أن تعمل على توسيع كل شبكات الاتصالات على كل مستوى التراب الوطني حتى لا تكون هناك فئة من الشعب مهمشة.

2-3) التوعية:

في كثير من الدول النامية، مختلف الجوانب المتعلقة بالتجارة الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات مثل فوائدها، طريقة التعامل بها، تقنياتها والمشاكل القانونية والتنظيمية تعتبر مجهولة. نقص المعرفة في هذا المجال توجد على كل المستويات، سواء في القطاع العام، القطاع الخاص والمستهلكين، لذلك فإن تعزيز وتطوير استخدام

تكنولوجيا المعلومات والانترنت هي واحدة من أولويات البلدان النامية فيما يخص التجارة الالكترونية.

عملية التوعية يمكن أن تتم بطرق ووسائل مختلفة، مثل إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البرامج التعليمية، القيام بحملات إعلامية خاصة في التلفاز، القيام بمعارض عامة لاستخدامات التكنولوجيا، القيام بالتكوين تحت إشراف الدولة أو المؤسسات وفتح ورش عمل وتنظيم مؤتمرات. الهدف من كل هذه الإجراءات هو خلق ثقافة التجارة الالكترونية على مستوى المؤسسات والمستهلكين، وكل القطاعات، وكذلك توعية رجال الأعمال والمديرين والمدراء اتجاهها.

وإذا رجعنا إلى الجزائر، نجد أن الحكومة لحد الآن لم تركز على موضوع التجارة الالكترونية سواء من خلال القيام بحملات إعلامية أو ملتقيات دولية أو حتى القيام ببعض المحاولات فيما يخص البيع والشراء عبر الانترنت، ولكن جميع المحاولات التي قامت بها تخص التكنولوجيات الحديثة، ففي كل سنة مثلاً تنظم معرض وطني لاستخدامات التكنولوجيات الحديثة، كذلك هناك بعض محاولات إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البرامج التعليمية على المستوى الثانوي، القيام بالتكوين على مستوى دار الشباب وكذلك مراكز التكوين تحت إشراف الدولة أو بعض المؤسسات العمومية والخاصة، كما قامت الدولة بتنظيم مؤتمرات مختلفة تخص الموضوع، أما على مستوى التلفاز والذي يعتبر من أهم الوسائل الإعلامية في العالم نجد غياب تام للحملات الإعلامية فيما يخص استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومزاياها أو فيما يخص التجارة الالكترونية وفوائدها على كل المستويات.

2-4) تنمية الموارد البشرية

تعتبر عملية التكوين والتأهيل على مستوى المؤسسات وعلى مستوى المستهلكين والمجتمع ككل جد مهمة وذلك من أجل التعريف بمزايا وإمكانيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومختلف استعمالات الانترنت للنهوض بالتجارة الالكترونية. إن تنمية الموارد البشرية هي عنصر أساسي في إستراتيجية التجارة الالكترونية والتي تعتبر من أكبر التحديات التي تواجهها الدول النامية إذا كانت تهدف إلى النهوض بالتجارة الالكترونية. من أجل ذلك لا بد من وجود إرادة سياسية على أعلى مستوى، ويجب على الحكومات وضع برامج تهدف إلى ذلك وتخصيص موارد مالية كافية خاصة على مستوى القطاعات الحساسة مثل قطاع التعليم وقطاع التعليم العالي.

ولكن إذا رجعنا إلى الواقع الجزائري، نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 أن نسبة التجهيز بمعدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى قطاع التعليم الابتدائي، المتوسط والثانوي لا يتجاوز نسبة 2,54 %، وعلى مستوى قطاع التعليم العالي كذلك لا تتجاوز نسبة 4,72 %. هذه النسب ضعيفة جداً ويمكن القول أن هناك غياب استخدام التكنولوجيات الحديثة على مستوى مختلف الأطوار التعليمية وبالتالي هناك نقص ملحوظ فيما يخص تكوين التلاميذ والطلبة لمختلف استخدامات الكمبيوتر والانترنت على مستوى المدارس والمعاهد، فهل يمكن الحديث عن مجتمع المعلومات في الجزائر طالما أن هناك غياب إرادة حكومية قوية فيما يخص تكوين المجتمع الجزائري وتجهيزه لمختلف استخدامات التكنولوجيات الحديثة وكذا التجارة الالكترونية؟

(2-5) تطوير القطاع المصرفي:

عرفت المنظومة المصرفية إصلاحات هيكلية على مستويات مختلفة مواكبة مع الإصلاحات الاقتصادية وذلك باعتبار المنظومة المصرفية المحور الأساسي لإنعاش النشاط الإنتاجي والنمو الاقتصادي ، ويمكن أن نوجز أهم مميزات المنظومة المصرفية في الجزائر فيما يلي:

- ضعف الاحترافية والكفاءة .
 - ضعف التجديد فيما يخص الوسائل النقدية والمالية؛
 - تداول مبالغ هامة خارج الشبكة المصرفية مما يقلص من مستوى جمع الادخار؛
 - توزيع غير ملائم للشبكة المصرفية ؛
 - وعجز نظام الاتصال والمواصلات السلكية واللاسلكية.
- وبصفة عامة يمكن القول أنه بالرغم من الإصلاحات التي شهدتها المصارف في السنوات الأخيرة إلا أنها لا تزال تعاني من نقائص على مستويات مختلفة ، خاصة على مستوى التشغيل ونوعية الخدمات المصرفية المقدمة، حيث تتمثل النقائص في هذا الميدان أساسا في قدم أنظمة المحاسبة والإعلام وعدم فعاليتها وضعف تأهيل الموظفين، وتكوينهم،

بالرغم من أن معظم المصارف قد تحملت تكاليف باهظة من أجل تجهيزها بوسائل الإعلام الآلي دون أن يحقق ذلك النتائج المرتقبة نظرا لعدم قدرة التحكم فيها. وبالتالي ينعكس ذلك على رداءة الخدمات الأساسية المقدمة للزبائن والعجز الكبير في المراقبة وتدقيق الحسابات. وبالتالي يمكن تلخيص سمات الخدمات المصرفية في الجزائر فيما يلي:

- خدمات مصرفية تقليدية ، ففي الوقت الذي تقوم فيه المصارف في العالم بتقديم أكثر من 360 خدمة لزبائنها ، فإن المصارف الجزائرية لا تصل حتى إلى مستوى حجم الخدمات المصرفية المقدمة في الدول النامية ، حيث تقدر في الجزائر بـ 40 خدمة مصرفية مما يقلل من قدرتها التنافسية وتنمية رأسمالها¹¹؛
- غياب التسويق المصرفي، الشيء الذي يقف كعائق أمام هذه المصارف في تسويق الخدمة المصرفية؛
- توسع وامتداد المجال الجغرافي مما يعوق التنسيق الداخلي وتبادل المعلومات بين مختلف الهياكل الإدارية للمصرف؛
- ثقل الإجراءات البيروقراطية والتعقيدات في المعاملات المصرفية؛
- ضعف كفاءة وأداء العنصر البشري؛
- واستخدام قليل لتكنولوجيا المعلومات داخل المصارف الجزائرية.

عملت المصارف الجزائرية سعيًا منها لمواكبة واسعة التطورات التي تشهدها الصناعة المصرفية، على نقل العديد من التقنيات المصرفية لاسيما منذ مطلع 1995، بإنشاء مؤسسة ما بين المصارف SATIM "مؤسسة التحويلات الآلية بين المصارف"، التي تشرف على صناعة بطاقات السحب حسب المقاييس المعمول بها دوليا لجميع المصارف العمومية والخاصة، كما تشرف كذلك على عملية الربط بين الموزعات الآلية DAB.

كما عرف النظام المصرفي الجزائري مؤخرا برمجة عدة مشاريع فيما يخص وسائل الدفع والسحب الالكترونية والشبكة النقدية بين المصارف وحاولت تعميم التعاملات المالية الالكترونية على مستوى مختلف مرافقها المالية ومصالحها التجارية، وحتى نهاية

سنة 2010 تم توزيع 850000 بطاقة الدفع بين المصارف CIB والتي من خلالها يمكن لحاملها تسديد مشترياته من السلع والخدمات اتجاه التاجر المتصل بالشبكة النقدية ما بين المصارف وذلك من خلال أجهزة الدفع الآلي TPE ، علما أن هناك 3000 تاجر متصل بهذه الشبكة على مستوى التراب الوطني حتى سنة 2010¹².

بالرغم من جميع الجهود التي تهدف الدولة من ورائها إلى تعميم استخدام البطاقات المصرفية فإنها لحد الآن لم تثر حماس المواطن الجزائري الذي لا يزال متردد على اعتماد وسائل الدفع الالكترونية. فمثلا بريد الجزائر التي لديه خدمات مصرفية واسعة ، وضع ما يقرب من 6 ملايين بطاقة مغناطيسية، استخدمت فقط 2 مليون بطاقة على 4.5 مليون بطاقة مسحوبة من مكاتب البريد أي ما يعادل 44 ٪. والأسوأ من ذلك، 1.3 مليون من البطاقات المطلوبة من قبل العملاء لم يتم سحبها من مكاتب البريد¹³. وتعتبر المصارف المسؤولة الأولى عن بطئ التقدم في توسيع نطاق هذا النظام، فمن جهة تم تسجيل أعطاب متكررة على مستوى الموزعات الآلية (DAB)، هذه الأعطاب راجعة إما إلى تدهور نوعية الأوراق النقدية المتداولة أو إلى أعطاب تقنية، ومن جهة أخرى لم تلقى بطاقات السحب الدعاية والإشهار اللازمة على مستوى الزبائن من أجل تحفيزهم على استعمالها، وبالتالي معظم الجزائريون يفضلون التعاملات النقدية.

إن الإحصائيات المسجلة حتى نهاية 2010 فيما يخص الصيرفة الالكترونية في الجزائر (المذكورة سابقا) تبدا ضعيفة جدا، يظهر ذلك إذا قمنا بمقارنة بين الجزائر وجيرانها المغرب وتونس من حيث تعميم الخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث نجد المغرب متقدما بفارق كبير على البلدان المغاربية في هذا المجال. في عام 2006 ، تجاوزت المملكة المغربية 2.5 مليون بطاقة فيزا ، وسجلت أكثر من 55 مليون معاملة أي ما يعادل 40 مليار درهم. حيث يتركز ثلثي المتعاملين ببطاقة فيزا في منطقة أفريقيا الفرونكوفونية بالمغرب ، وذلك حسب تقرير المدير الإقليمي لمؤسسة فيزا العالمية لمنطقة شمال ، غرب ووسط إفريقيا. ما بين يونيو 2006 ويونيو 2007 ، زادت بطاقات فيزا الصادرة عن المصارف المغربية بـ 30.64 ٪. وتأتي تونس في المرتبة الثانية برصيد 600000 بطاقة فيزا. وتشهد تونس هي كذلك تطورا ملحوظا في هذا المجال ، وهي تستعد لتعميم طريقة أخرى للدفع وذلك عبر الهاتف المحمول¹⁴.

وعموما، لا بد من تطوير الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر من خلال تطوير نظام المعلومات للمصارف ، توعية وتحسيس الزبائن والتجار وكل المؤسسات الاقتصادية اتجاه فوائد الخدمات المصرفية الالكترونية، توسيع شبكة أجهزة الدفع الآلي TPE والسحب الآلي DAB وأخيرا إدخال نظام المدفوعات عن بعد أي عن طريق الانترنت.

2-6) البنية التحتية القانونية للتجارة الالكترونية:

تتطلب التجارة الالكترونية إنشاء أطر قانونية وتنظيمية وسياسية ملائمة وشفافة¹⁵. ولقد سنت الجزائر بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي تمس بشكل أو بآخر أحد جوانب التجارة الالكترونية كالقانون الخاص بموردي الانترنت، كذلك المواد المتعلقة بالجريمة الالكترونية، التي سنكشف الجزائر قريبا عن مسودة قانون لمكافحة جرائم الانترنت حسب المدير العام لمؤسسات الانترنت الخاصة (EPAD) قوله أن ممثلي عدد من الوزارات وخبراء خدمات الأمن قد قامت بوضع القانون بغية خلق

الأدوات المخصصة لمحاربة جرائم الانترنت بما فيها اختراق الحواسيب والتحويل غير القانوني للأموال وترويح الإباحية والفساد. مقترح القانون الجديد سيفرض جزاءات تتراوح بين الغرامات المالية والسجن مدى الحياة¹⁶. وكذلك القوانين المتعلقة بالملكية الفكرية والتي تتضمن مواد متعلقة بالملكية الصناعية خاصة وأن عدة مؤسسات عالمية تصنف الجزائر كأحدى أكبر المناطق التي ترتفع فيها نسب قرصنة البرمجيات والجريمة الالكترونية مما أدى بمؤسسة مايكروسوفت العملاقة إلى تنصيب مكتبها الجهوي في الجزائر.

غير أن هذه القوانين التي تم إصدارها أو التي هي في طور الإنجاز جاءت بناء على إلحاح دولي ورغبة الجزائر في الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، الشيء الذي جعلها تعدل وتعد ترسانة هامة من القوانين حتى تتوافق منظومتها التشريعية مع القوانين العالمية، لا بد على الجزائر في المستقبل القريب إصدار قانون خاص بالتجارة الالكترونية بحكم الالتزامات الدولية التي يفرضها الاندماج العالمي ورغبة الجزائر في اللحاق بركب التطور في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال والاستفادة من المزايا التي تنتجها التجارة عبر الانترنت علما أن عدة دول عربية كتونس، الإمارات العربية المتحدة، السعودية، ومصر قطعت أشواطاً هامة في المجال التشريعي الخاص بتقنين التجارة الالكترونية¹⁷.

2-7) بعث الحكومة الالكترونية:

يقصد بالحكومة الالكترونية تأدية الأعمال الحكومية بطريقة تستخدم فيها الانترنت لإنجاز المعاملات الحكومية من خلال الحضور لا مكاني ولا زمني، مما يسهل في تقديم الخدمات لأماكن قد لا تتوفر فيها إدارات حكومية ويحقق الكفاءة في الأداء وخفض التكلفة مما يجعلها وسيلة فعالة لبناء اقتصاد معلوماتي.

ومن أجل تعزيز التجارة الالكترونية يمكن للحكومات أن تلعب دوراً مهماً في ذلك من خلال اعتماد مشروع الحكومة الالكترونية، وذلك بتقديم خدمات مباشرة للجمهور مثل استلام طلبات الرخص والشهادات ودفع الضرائب وتسجيل العقارات، كذلك دفع المخالفات المرورية والغرامات والفواتير البريدية والكهرباء، توفير النماذج الالكترونية واستطلاع الرأي العام بشكل آلي، توفير البيانات الإحصائية وغيرها من الخدمات. وإذا وجد المواطنون والمؤسسات راحتهم في التعامل مع الحكومة الالكترونية، بلا شك سيتجاوزون معها وبذلك يمكن إدماج المواطنين في مجتمع المعلومات وأقلمتهم مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومنه تكون قد قامت الحكومة بخطوات هامة فيما يخص توعية المجتمع وثقافتهم اتجاه التكنولوجيات الجديدة.

وفي هذا الإطار، تسعى الحكومة الجزائرية على إحلال نظام الكتروني شامل، وتعميم استخدام الانترنت خلال السنوات الثلاثة المقبلة لتطلق أخيراً مشروع "الجزائر الإلكترونية". ويتطلب تحقيق هذا المسعى إضافة إلى نقل التكنولوجيا، توفير كل الوسائل والشروط الضرورية، وتدعيم المؤسسات والإدارات والسكان المحليين بالمعدات والتجهيزات بغية تثمين الموارد البشرية لتمكينها من مواكبة تحديث القطاع وترقية نوعية الخدمات¹⁸.

ولقد قامت الحكومة الجزائرية ببعض الخطوات نحو تطوير الإدارة الالكترونية، مثل البطاقات المصرفية التي وضعتها وزارة البريد وتكنولوجيات الاتصال ، كذلك بالنسبة لوزارة العمل والضمان الاجتماعي فقد بادرت بإصدار بطاقة مغناطيسية للمؤمن الاجتماعي هي الآن تحت التجريب في انتظار تعميمها على جميع الولايات، وفيما يخص قطاع التعليم العالي فتم توزيع بطاقة الطالب الالكترونية والتي ترافق الطالب طوال مدة دراسته الجامعية، وسيكون إعلان وزارة الداخلية عن بدء استعمال بطاقة التعريف الالكترونية التي هي في طور التحضير منذ شهر مارس من سنة 2010. غير أن تطور الإدارة الالكترونية يجب أن يكون مرتبطا أيضا بتقبل المجتمع لفكرة الانتقال من مجتمع ورقي تقليدي إلى مجتمع معلوماتي، فما تبذله الحكومة من مجهود لتقليص الفجوة الرقمية بيننا وبين الدول المتقدمة لن يكون له الأثر المرجو إلا إذا كانت هناك بيئة ملائمة لمثل هذا التطور.

خاتمة:

إن اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر سيساعد على فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تشكو من مشكلة صعوبة دخولها إلى أسواق عالمية لصغر حجمها وانخفاض مواردها وبالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه وإعطائه قدرة تنافسية أكبر، كما تساعد على تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن المنتجات الجزائرية قد تجد طلبها في السوق العالمي، لكن نقص الإشهار الدولي لهذه السلع يجعلها مجهولة لدى العالم .

لكن الواقع يعكس كل التوقعات، حيث يعتبر غياب ثقافة نشر التكنولوجيا المعلوماتية بين أفراد المجتمع من العوامل الأساسية التي تسبب نقص المستعملين حيث لا يلجأ إليها المواطن إلا للضرورة زد على هذا غياب البرامج والمناهج العلمية والتربوية التي تساعد على نشر ثقافة الانترنت، وما يزد الأمور تعقيدا هو الإقبال فوق المتوسط للهيئات والمؤسسات العامة والخاصة نحو هذه الثقافة، فلا يزال يقتصر على بعض القطاعات التي تتوفر على قدرات وإمكانيات في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصال كقطاع التعليم العالي، المؤسسات المالية، قطاع الطيران... الخ. بينما لا تزال القطاعات الأخرى تشهد عجزا وذلك نظرا لمستوى التأهيل الضعيف لدى المدراء والمسؤولين في هذا الاختصاص وبالتالي يبقى التمثيل المؤسساتي قليل على الشبكة العالمية رغم مساعي الحكومة وبعض المؤسسات العامة ذات الوزن الثقيل إلى دخول العالم الافتراضي لتكون في مصاف المؤسسات العالمية.

كل هذه الظروف جعلت من التجارة الالكترونية مشروعا بعيدا عن مناخ لا زال لا يتلاءم مع التطورات التي تعرفها الدول المتقدمة وحتى بعض الدول النامية، وعلى الجزائر بذل مجهودات ضخمة على جميع المستويات لمواكبة هذه التطورات خاصة وهي تسعى إلى الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

يشكل تهيئة المناخ المناسب للتجارة الالكترونية في الجزائر أحد التحديات الرئيسية التي يجب العمل بفعالية وسرعة من أجل تحقيقها، ولا بد على الحكومة صياغة وتنفيذ إستراتيجية محكمة لتوفير البيئة المناسبة لنمو وتطور التكنولوجيات بما يتلاءم مع التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة وكذا توفير البنية التحتية اللازمة للدخول في عالم

التجارة الالكترونية. وتتمثل هذه الإستراتيجية في تجاوز مجموعة من التحديات على مستويات مختلفة:

- على مستوى البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية: لا بد من بذل جهود معتبرة لتوفير بنية متطورة من شبكات الاتصالات والمعلومات يسهل النفاذ إليها بتكلفة معقولة، زيادة لتشجيع الاستثمارات الوطنية والأجنبية في الانترنت والخدمات الرقمية المتكاملة، والعمل على رفع معدل انتشار خطوط الهاتف الثابت؛
- على مستوى القطاع المصرفي: لا بد من إدخال إصلاحات جذرية على مستويات مختلفة خاصة منها المتعلقة بوسائل الدفع الالكترونية، تأهيل الموارد البشرية، والاعتماد على التكنولوجيات الحديثة في مختلف العمليات المصرفية؛
- على المستوى الاجتماعي: العمل على محو الأمية الإلكترونية للمجتمع الجزائري عن طريق تنظيم دورات تأهيلية، تطوير المناهج الدراسية بالجامعات طبقا لمتطلبات سوق العمل مع الاستمرار في التعليم والتدريب للشباب الخريجين في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وإعداد المجتمع لتقبل فكرة التجارة الإلكترونية؛
- على مستوى المؤسسات الاقتصادية: تشجيع استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غير العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات قصد تحسين مركزها في المنافسة العالمية؛
- وعلى المستوى التشريعي: توفير مناخ تشريعي ملائم ومحفز مع ضرورة توافر الاستعداد لتطوير القوانين التجارية لتتلائم مع متطلبات التجارة الالكترونية، وضع إطار قانوني يعترف بالعمليات الالكترونية وكذا الوثائق الالكترونية والدفع الالكتروني، ووضع السياسات والتشريعات اللازمة لحماية حقوق المستهلكين والمنتجين وتعزيز الآليات لزيادة التبادل التجاري الكترونيا.

الهوامش والمراجع:

- 1 محمد أحمد أبو القاسم، «التسويق عبر الانترنت»، ط. دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 18.
- 2 رأفت رضوان، «عالم التجارة الالكترونية»، ط. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص 30.
- 3 MERLIN Francis, «B2B stratégie de communications», ed. Organisation (deuxième édition), Paris, 2001, p. 25.
- 4 طارق طه، «التسويق بالإنترنت والتجارة الالكترونية»، ط. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 390.
- 5 فؤاد جمال عبد القادر، «إطالة على مشروع قانون التجارة الالكترونية»، تاريخ الموضوع 1010/12/21، http://www.tashreaat.com/view_studies2.asp?id=618&std_id=93
- 6 أبو بكر محمود الهوش، «الحكومة الالكترونية، الواقع والأفاق»، ط. مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2006، ص 337.
- 7 CHETTAB Nadia, «Economie, TIC et bonne gouvernance en Algérie», www.drdsi.cerist.dz/SNIE/chettab.pdf

- 8 عماري عمار وآخرون، «الاقتصاد الجديد في الوطن العربي والجزائر»، مجلة الباحث، الجزائر، العدد 05، 2007، ص 121.
- 9 عبد المالك حداد، «واقع قطاع تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة في الجزائر»، تاريخ الموضوع 2011/03/02،
<http://www.chihab.net/index.php>.
- 10 Article, «Le Marché des NTIC en Algérie, Potentiels et Perspectives»,
http://www.afac-d.org/NTIC_paris_8_mars_2008.pdf
- 11 مليكة رغيب & حياة نجاز، «النظام البنكي الجزائري - تشخيص الواقع وتحديات المستقبل»، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - الواقع والتحديات-، جامعة الشلف، 14 و 15 ديسمبر 2004، ص 399.
- 12 Article, «Le cash garde la cote en Algérie : Le paiement électronique peine à faire recette», Article 04/04/2011,
<http://aksk800.blogspot.com/2011/04/le-cash-garde-la-cote-en-algerie-le.html>
- 13 المرجع السابق لـ Le cash garde la cote en Algérie.
- 14 Article, «Les Algériens toujours aussi réticents, Paiement électronique en Algérie», Article 20/09/2010,
<http://bencheneb.centerblog.net/1systeme-de-paiements-et-monetique-Algerie>
- 15 منتدى قانون الإمارات، «جرائم الانترنت... الوجه القبيح للتكنولوجيا»، تاريخ الموضوع 2010/12/22
<http://www.theualaw.com/vb/showthread.php?p=235>
- 16 مغربية، «لجزائر تعتزم اعتماد قانون لمكافحة الجريمة عبر الانترنت»، تاريخ الموضوع 2008/02/17
<http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/newsbriefs/general/2008/02/17/newsbrief-03>, Article 17/08/2008,
- 17 مصطفى دالع، «واقع التجارة الالكترونية في الجزائر»، تاريخ الموضوع 2010/10/05،
<http://dalaam.maktoobblog.com>
- 18 مهدي إيدير، «الجزائر حكومة إلكترونية بحلول العام 2013»، تاريخ الموضوع 07/04/2009
<http://www.menassat.com/?q=ar/alerts/6319-2013>.