

واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر كبنية ارتكازية للتجارة الالكترونية _ المؤشرات الرقمية _
The reality of ICT in Algeria as an anchor structure for e-commerce _ digital indicators _
La réalité des TIC en Algérie en tant que structure d'ancrage pour le e-commerce

عجال وسيلة Adjal wassila طالبة دكتوراه جامعة معسكر wassila.adjal@univ-mascara.dz 07-96-82-04-67 تاريخ النشر: 2021/05 /10	نمر ربيحة Nemer rabiha استاذة محاضرة أ جامعة غليزان rabiha.nemer@cu-relizane.dz 07-73-88-67-78 تاريخ القبول: 2021/03 /20	قارة ابتسام Kara ibtisssem استاذة محاضرة أ جامعة غليزان Ibtisssem.kara@cu-relizane.dz 06-99-59-05-35 تاريخ الاستلام: 2021/01/24
---	---	--

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتحديد الدور الذي تلعبه في التجارة الالكترونية واهم ممارساتها، من خلال تحديد متطلبات قيام هذا النوع من التجارة و كيف يمكن توفيره باستعمال هذه التكنولوجيات ثم عرض واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وتقييم البنية التحتية الرقمية لها. ولقد توصلنا إلى أنه بالرغم من الوجود الفعلي لهذه الممارسات في الجزائر تبقى استخداماتها محدودة مقارنة بالدول المتقدمة، فتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب توفير جملة من الشروط التشريعية والمالية والتكنولوجية خاصة منها ما يتعلق بتفعيل مجمل استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

كلمات مفتاحية: تكنولوجيا معلومات واتصالات، تجارة الكترونية، رقمنة، بنية تحتية، الجزائر.

تصنيف JEL : O14, L81, H54, L86, D83

Abstract:

This paper aims to identify the reality of ICT, identify the role it plays in e-commerce and its most important practices by identifying the requirements for this type of trade and how it can be provided using these technologies and then presenting the reality of e-commerce in Algeria and evaluating the digital infrastructure. We have found that despite the actual presence of these practices in Algeria, their uses remain limited compared to developed countries, and the development of e-commerce in Algeria requires a range of legislative, financial and technological requirements, particularly with regard to the activation of all uses of ICT.

Keywords: ICT; e-commerce; Digitization; infrastructure; Algeria.

Jel Classification Codes: O14, L81, H54, L86, D83

Résumé:

Ce document vise à identifier la réalité des TIC, à identifier le rôle qu'elle joue dans le commerce électronique et ses pratiques les plus importantes en identifiant les exigences de ce type de commerce et comment il peut être fourni à l'aide de ces technologies, puis en présentant la réalité du commerce électronique en Algérie et en évaluant l'infrastructure numérique. Nous avons constaté que, malgré la présence réelle de ces pratiques en Algérie, leurs utilisations restent limitées par rapport aux pays développés, et le développement du commerce électronique en Algérie nécessite une série d'exigences législatives, financières et technologiques, notamment en ce qui concerne l'activation de toutes les utilisations des TIC.

Mots-clés: TIC; commerce électronique; numérisation; infrastructure; Algérie.

Codes de classification de Jel: : O14, L81, H54, L86, D83

المؤلف المرسل: قارة ابتسام، الإيميل: Ibtisssem.kara@cu-relizane.dz

1. مقدمة:

ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في نقل المعلومات وتخزينها، وتبادل السلع والخدمات القابلة للنقل إلكترونياً، مما جعلها ركيزة أساسية للتجارة الدولية والمحلية، خاصة في الدول المتقدمة، وأصبحت وسيلة هامة في إنجاز اتفاقيات الأعمال والإعلان والتسويق والتبادل التجاري، مما أدى إلى ظهور مفهوم التجارة الإلكترونية، حيث تشير مختلف المؤشرات إلى أن التجارة الإلكترونية تنمو بسرعة لا تصدق، الأمر الذي جعلها ضرورة حتمية على كل المنظمات والدول التي تسعى لمواكبة التطورات العالمية.

إن سعي الجزائر للانضمام في الاقتصاد العالمي، والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية يفرض عليها مواكبة كل التطورات الاقتصادية الحديثة والتي تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة منها، لذا سنحاول في هذه الورقة البحثية معالجة الإشكالية التالية:

هل يمكن أن توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر بنية ارتكازية قوية لقيام التجارة الإلكترونية؟ وللإجابة على هذه الإشكالية سنحاول اختبار الفرضيات التالية:

- تملك الجزائر بنية معلوماتية رقمية قوية ومتطورة.
- يتوافق واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر مع متطلبات قيام التجارة الإلكترونية.

وعلى هذا الأساس قسمنا هذه الورقة البحثية إلى المحاور التالية:

محور 01: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية

محور 02: أهم ممارسات التجارة الإلكترونية في الجزائر

محور 03: تقييم البنية المعلوماتية والرقمية في الجزائر

2/ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية:

1-2: متطلبات التجارة الإلكترونية:

يرتبط تطبيق التجارة الإلكترونية بتوافر مجموعة من المتطلبات في المجالات المالية والتشريعية والاجتماعية والسياسية والتقنية والتي سنشرحها في النقاط التالية:

أ/ المتطلبات المالية العامة: تشمل المتطلبات المالية العامة ثلاثة قضايا هامة: (العوضي، 2010، ص 179)

• قضية الرسوم الجمركية والضرائب: وهي أهم موارد السيادية، تمكنها من تحقيق التوسع وتنفيذ المشروعات لخدمة التنمية والاستثمار وهنا نعكس اتجاهين: الأول: اتجاه الدول النامية ودول أوروبا التي ترى أن العدالة هي أن يتساوى مستوى تحصيل الرسوم الجمركية والضرائب بين السلع التي يتم تداولها عبر الإنترنت والسلع التي يتم تسليمها بالأساليب التقليدية.

الثاني: تتوجه إليه الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول المتقدمة، حيث تدعو إلى إلغاء كل أنواع الضرائب والرسوم الجمركية على المعاملات الإلكترونية، التي يتم تنفيذها بالكامل على شبكة الإنترنت بما فيها أعمال التسليم.

• قضية التحول إلى نظم السداد والدفع الإلكتروني : هناك اتجاه عالمي نحو استخدام نظم السداد الإلكتروني وتحويل المجتمع من نظم السداد والدفع النقدي إلى نظم السداد والدفع الحديثة لكن هذا يتطلب احتياطات لمنع وجود المخاطر.

• قضية جهة إقرار المعاملات الإلكترونية : إن الدراسات التي تمت في إطار الإشراف على نظم السداد الإلكتروني، تؤكد على أهمية قيام جهة لإقرار التعاملات المالية ولهذا تقوم عدة تساؤلات أهمها : ما نوع المؤسسة التي ستقوم بإقرار المعاملات هل هي حكومية أم قطاع خاص؟ - هل ستكون جهة وحيدة أو من خلال عدة جهات في الدولة الواحدة؟ - هل تحتاج المعاملات التجارية بين جهات مختلفة في دول مختلفة إلى جهات إقرار ذات طبيعة دولية؟

ب/ المتطلبات التشريعية: إن التحول إلى تطبيق التجارة الإلكترونية، يتطلب إنشاء مناخ تشريعي محفز ويتم هذا ب: (العوضي، 2010، ص 179، 180)

• تطوير القوانين التجارية للقوائم مع المتطلبات الإلكترونية وأهم القضايا الخاصة بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد.

• تقصير فترات التقاضي بالاعتماد على آليات التحكيم في الفصل القضايا وإيجاد آليات لتخفيض أزمنا التقاضي والفصل في المنازعات وتنفيذ الأحكام بسرعة وهذا لما تتطلبه التجارة الإلكترونية، من سرعة في إتمام المعاملات.

• قضية ضمانات لحماية حقوق المستهلكين وهي أحد أهم المشاكل الرئيسية في التجارة الإلكترونية، حيث يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين.

• توفير منظمة عالمية للسلطة القضائية ونظم لقوانين تجارية موحدة وهذا يهدف حل الصراعات القضائية التي تقع بين مختلف الدول والتي لا يمكن الفصل فيها لاختلاف القوانين بينها ولذا فإن تبني قواعد ونظم تجارية موحدة يمثل أحد أهم البدائل لتحقيق مصالح المنتجين والمستهلكين في مختلف الدول.

ج - المتطلبات الاجتماعية: إن تغير معايير النجاح والتميز في المنتج في إطار التجارة الإلكترونية واختلاف قياسها عما كانت عليه في التجارة التقليدية يتطلب: (العوضي، 2010، ص 180)

• إعداد برامج إعلامية خاصة بالتجارة الإلكترونية، تستهدف كافة فئات المجتمع لتعريفه وتوعيته بكل الجوانب التي تحتويها التجارة الإلكترونية من ميزات وأخطار

• إعداد برامج ودورات تدريبية لقطاعات الأعمال، لتمكينها من إعداد إطارات للتعامل في مجال التجارة الإلكترونية.

• إعداد إطارات تقنية متخصصة في البنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكات الإنترنت.

• تطوير مؤسسات التعليم المتخصص في المجالات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية وذلك بالقيام بفتح فروع في الكليات لتدريس التجارة الإلكترونية، كتخصص قائم بحد ذاته.

2-2: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التجارة الإلكترونية:

يعبر مصطلح التجارة الإلكترونية عن استخدام الحاسوب وتكنولوجيا الاتصالات في تبادل السلع والخدمات والمعلومات، حيث يتم من خلال التكنولوجيا الربط الفاعل بين البائعين والمشتريين وتبادل المنتجات والمعلومات وتحويل الأموال. (قندياجي، 2016، صفحة 69)

فالنظام يمكن من الحصول على المعلومات التي يطلبها المستهلك المرتقب ويدعم استشاراته ويمكنه من اجراء المعاينات وعقد المقارنات بين الاصناف التي تعرضها الشركات، وعليه نجد أن الانترنت هي أهم وسيلة تعتمد عليها التجارة الإلكترونية حيث نجد أن اهم تطبيقاتها تتجلى فيما يلي: (قندياجي، 2016، صفحة 68)

أ- حين يحصل التفاعل و التشابك بين تكنولوجيا المعلوماتية و الوسائط المتعددة من جهة، و من بين وسائل الاتصالات كالاتصالات الهاتفية، التلفزيون العالي الدقة.....الخ.

ب-أضف الى ذلك مجازة الطلب الناتج على سعة الموجة حين تكتمل عملية الربط ما بين أجهزة الكمبيوتر بكافة بأنواعها.
ج-يعرف القائمون على مشروع تطبيق الانترنت بانها التطبيقات التي تحدث تغييرا في طريقة التعليم القيام بالأبحاث حيث تتطلب شبكات متقدمة لذلك هي غير قادرة على العمل ضمن البنية التحتية الحالية.

ونظرا لافتقار الشبكة للتأمين والسرية وتفشي القرصنة وسرقة بطاقات الائتمان ومن اجل حماية معلومات المستخدم واستخدام الشبكة بفاعلية أكبر في ترسيخ أنشطة التجارة الإلكترونية بدأت اجراءات تأمين وتوثيق مواقع الشبكة ووجود قواعد بيانات لحفظ معلومات العملاء. مما يمكن استخدام بطاقات التأمين في دفع قمة البضاعة عبر الانترنت. (قندياجي، 2016، صفحة 70)

كما استخدمت المنشآت والشركات الرقمية شبكة الانترنت، وبشكل واسع، من اجل التجارة الإلكترونية والقيام بالإجراءات والعمليات الداخلية، وكذلك العلاقات مع الزبائن، والعلاقة مع المجهزين، والعلاقة مع العناصر والجهات الخارجية الأخرى.

3-2: الاعتبارات التي ادت الى استخدام الانترنت كبنية ارتكازية للتجارة الإلكترونية: يمكن تلخيصها في النقاط التالية:(قندياجي، 2016، الصفحات 72-73)

1-خدمات على مدار الساعة، اي متواصلة ومستمرة حيث ان الانترنت متاحة 24/24 ساعة.

2-بالامكان التوسع في قنوات الربط.

3-حيث تؤمن منفذا يجتذب الزبائن الذين لولاه ما كانوا ليتعاملوا معه.

4-التخفيض في نقاقات المراسلات التجارية حيث نجد تكاليف معاملات والصفقات التجارية منخفضة عبر الانترنت مقارنة بالشبكات القطاعية الخاصة.

5-الانترنت ساعدت بشكل واسع على تقليص تكاليف التأمين وإرسال وتخزين المعلومات في الوقت الذي يتم فيه تمكين المنظمات من جعل مثل تلك المعلومات متاحة بشكل أوسع وأسرع وبدون وسيط.

6- ان العديد من نماذج التجارة الالكترونية برزت وتوفرت على الانترنت، بما في ذلك الواجهات الافتراضية والأسواق المكتظة، وسماسرة المعلومات.....الخ، بينما تزود الانترنت التجارة الالكترونية بالتكنولوجيا التي تستخدم لتأمين قنوات جديدة للتسويق، وللمبيعات، ولدعم الزبائن.

7- ساعد الانترنت على الحد من الوسطاء في بيع وشراء المعاملات التجارية، وفي بناء علاقات وثيقة مع العملاء في التسويق ودعم المستهلكين، حيث تشتمل على تكنولوجيا تعمل على إيصال المعلومات شخصية وإعلانات من خلال التجارة الالكترونية، ومن الممكن استخدام الانترنت كأساس او كبنية أساسية (تحتية) للتجارة الالكترونية وإدارة الأعمال الالكترونية للأسباب عدة اهمها: (قندياجي، 2016، الصفحات 71-72)

1- لقد أصبح الانترنت، وبسرعة، البنية التحتية للخيارات في التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية. حيث أنها، تؤمن الاستخدامات العالمية لتكنولوجيا سهلة الاستخدام، وتكنولوجيا معيارية، يمكن ان يجري تبنيها من قبل جميع المنظمات.

2- يتم تبني واستخدام مثل تلك التكنولوجيا المعيارية بصرف النظر عن نظم الحواسيب المستخدمة فيها، او أرضية تكنولوجيا المعلومات المعتمدة. وبعبارة أوضح فان الانترنت تزود الأفراد والمؤسسات بتكنولوجيا سهلة الاستخدام، ومعايير بالإمكان تبنيها واستخدامها من جميع المؤسسات، بغض النظر عن اي نظام حاسوبي يستخدم او منصات وأرضيات لتكنولوجيا المعلومات التي تستخدمها.

3- يكون الاتصال مباشرا بين أطراف التجارة، فعدم وجود توسط يزيل مثل تلك الجهات والطبقات، ويسهل من اجراءات التواصل.

3/ ممارسات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

1-3: المواقع التجارية الإلكترونية في الجزائر:

- دار الشهاب: تعتبر دار الشهاب من أهم المؤسسات الجزائرية التي أدركت مبكرا ضرورة تعظيم الاستفادة من ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسويق منتجاتها حيث يحتوي موقع هذه الدار على نظام متكامل للتجارة الالكترونية يسمح ببيع منتجاتها من خلال الانترنت داخل الجزائر وخارجها. (فاطمة، 2017-2018)
- موقع واد كنييس الأكثر شيوعا في الجزائر 'يعتبر موقع واد كنييس واحد من مواقع التجارة الالكترونية اذ يعتبر ثامن موقع، " اعضاء بقيادة السيد" جمال ديب 5 من قبل 2006 تاسست سنة زائر، كما تتراوح عدد 000133 اكثر زيارة في الجزائر حيث يصل المعامل اليومي لزواره مجانا، ويعتبره مستخدم 1500 و 1000 الاعلانات فيه بين اعلان يوميا والتي تتم 42 الانترنت الجزائريين من افضل المواقع حيث صنفه في المرتبة (سامية، 2016)
- موقع دير لافار يقوم على نفس مبدا واد كنييس، فهو موقع جزائري % انشئ 100 موقع دير لافار يقوم على نفس مبدا الاعلانات مبنية ومحلية في 20 جوان 2008. يقوم باستقبال وبث عروض (عقارات، سيارات، اثاث، هواتف، فرص العمل، ملابس، مجوهرات، تربيصات.....)، كما يمنح فرصة لاختيار وشراء المنتج الامثل وكذا اتمام الصفقات بكل امان وسرعة .

- موقع سوق الجزائر هو موقع مزاد الكتروني، تأسس في 20/08/2008 ولاية المسيلة وبدا نشاطه التجريبي كأول مرة في شبكة الانترنت. البيع مع الشراء باللغتين العربية والفرنسية، بالإضافة الى الكثير من الخدمات التي هدفها تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر. حيث يلعب موقع سوق الجزائر دور الوسيط بين البائع والمشتري، فينظم كافة العمليات اللازمة بينهما مع ضمان توفير الحماية اذ يضمن موقع سوق الجزائر للبائع للمشتري قيمة السلعة قبل ان يدفع يستلمها كما يضمن للمشتري الا يدفع للبائع الا بعد ان يستلم المشتري سلعته.
- موقع المسمار وقيديني: موقعان تجاريان بالجزائر، بدأت elmismar و guiddini يعد موقع المسمار. وكان الموقعان على الخط يوم 2009 برمجتهما من طرف السيد مراد مشتة. وفي سنة 10 اكتوبر 2010 بترويج وبيع الكتب <http://www.elmismar.com> يختص موقع المسمار عبر الانترنت. وكذا نشر الابداعات بشتى انواعها ومكتبة افتراضية تنشط بالخبرة، فيها التكنولوجية لسيد عبد الله في مجال ضر وبيع الكتب كموسسة مبتدئة مختص والاقراص المضغوطة عبر الانترنت. (سامية، 2016)
- فموقع المسمار ليس موقع اعلانات مبنية هو موقع متكامل للتجارة الالكترونية ، كموقعي واد كنيس ودير لافار العصرية و الامنة عبر الانترنت، اذ لديه كل طرق الدفع ولديه ايضا كل الايصال السلع والخدمات لطالها سواء في الجزائر او خارج الحدود.
- <http://www.guiddini.com> / موقع قيديني هو موقع المنتجات عبر الانترنت ، فهو بمثابة مؤسسة تجارية ارضية تنشيط بالحظيرة التكنولوجية افترني Guide" السياحي عبد الله، تسميته مستنبطة من كلمة لآي بمعنى د. " الوكالة ANSE] بين السيد م مشتة ولونساج guiddini - تجد مشروع موقع قيديني الوطنية لدعم تشغيل الشباب يتمثل في وكالة اشهار و اتصالات، تحت عنوان نشاط رئيسي ونشاط ثانوي فرعي وهو جديد يتمثل في البيع بالتجزئة لكل انواع المنتجات عبر المراسلة والهاتف والانترنت ومن ضمن طرق الدفع التي يعتمدها موقع المسمار: الطريقة الاولى : عبر موقع البيانات : حيث لك موسسة المسمار الذي يحتوي على اعلى نظم التشفير و اخفاء البيانات حتى وقيديني حساب تجاري ظرف مفعول فيه، بواسطته تستقبل اموال المشتري في البيانات حيث يقوم بواسطة حيث المشتري يدفع ثمن المشتريات بحسابه ثمن المشتريات بسابه البيانات virement bancaire أو mandat الطريقة الثانية: عن طريق صفحة لملأ بياناته الشخصية في اختيار هذه الطريقة يوجه المشتري مباشرة إلى CCP. وعنوان الشحن وعند التاكيد تظهر له رسالة فيها رقم الحساب البنكي والبريدي ويرسلو الشحن في مركز البريد او elmismar@hotmail.fr صورة لملأ عبر السكك انار إلى الموقع. ليتلقى إشارة بإرسال طلبه إلى عنوانه mourad_officiel@hotmail.com الطريقة الثالثة: الدفع ببطاقة العربيون قيديني : المسمار وقيديني بالعمل على اصدار تسعى مؤسسة المسمار "بطاقة الرصيد الافتراضي" فهي بصدد تطوير عين في الجزائر فقط لانها تعمل معها، حيث ستباع في الاكشاك ولدى الدفع عند الاستلام.
- نقال تحوي على ارقام مخفية هذه البطاقات تشبه بطاقات الدفع المسبق للهاتف والمشتري في الخانة المخصصة 15 وراء طبقة سوداء تحك لتظهر الارقام التي يضعها. REMARQUE SUR LA COMMANDE والمكتوبة

2-3: الدفع الإلكتروني في الجزائر:

- إنشاء شركة "تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" و "الشبكة النقدية البنكية" إن أول خطة قام بها النظام البنكي لتحديثه وتطويره هي إنشاء شركة "تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" سنة 1995 وهي شركة ذات أسهم وفروع لـ 8 بنوك، وتسعى هذه الشركة لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها، بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها، ونظرا لكون وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تقليدية " فإن حرص MATLM على تطوير هذه الأنظمة وتحقيق سلاسة العمل بين البنوك دفع هذه الشركات لوضع شبكة نقدية مشتركة تربط بين عدد من البنوك حيث تم في سنة 1997 "تحقيق الخطوة الأولى لهذا المشروع"، حيث انطلقت "الشبكة النقدية بين البنوك" "Réseau monétique interbancaire". (دميش، 2011)
- الموزعات الآلية للنقود ونهائيات الدفع الالكتروني: إن من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصرفة الالكترونية هي TPE " نهائيات الدفع الالكتروني " DAB" موزعات آلية للنقود وان الموزعات الآلية للنقود هي عبارة عن أجهزة و آلات أوتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الالكترونية ، تثبت خارج المصرف الذي يمولها بالعملة الوطنية، أما مسؤولية صيانة هذه الأجهزة وتسييرها فتتكفل بها البنوك الجزائرية، وقد قامت SATIM مؤخرا بتطوير كبير لشبكات السحب الالكتروني من خلال نشر الموزعات الآلية للأوراق النقدية في كافة التراب الوطني. (فاطمة، 2017-2018)
- البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الالكترونية: إن إسهام البطاقات الالكترونية في التجارة الالكترونية لا جدال فيه، فالسبيل الشاسع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الأنترنت هي البطاقة الائتمانية ، إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة حاليا في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي، لكنها فاتحة لانطلاق التجارة الالكترونية في بلادنا (الرحيم، 2007)، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية من خلال اصدارها بترخيص من AVIS وإن مجرد حمل البطاقة لشعار الهيئات الدولية سيمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الأنترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته لأي مكان في العالم ومن بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي ، بنك التنمية المحلية، القرض الشعبي الجزائري و بنك الجزائر الخارجي ، ويعتبر القرض الشعبي الجزائري أول من أصدر بطاقة الفيزا في الجزائر قام بوضع الموزعات الآلية للنقود و نهائيات للدفع الالكتروني في المطارات و الفنادق تقبل هذه البطاقات الدولية، وتمكن السياح من سحب المبالغ المالية بالعملة الوطنية بمجرد وصولهم الجزائر. (فاطمة، 2017-2018)

4/ واقع البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر كقوة ارتكازية لتفعيل التجارة الالكترونية:

1-4: خطة عمل نشر تقنيات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تم إعداد مقترح للإطار العام لخطة عمل تستهدف استكمال متطلبات نشر تقنيات التجارة الإلكترونية في الجزائر، وتوجيه نداء للجهات المختصة للإسراع في تنفيذ المهام التي تقع في نطاق اختصاصها، وأن تقوم بتزويد وزارة التجارة ببرامج أعمالها التفصيلية لإنجاز المهام الموكلة إليها. ويشمل الإطار العام للخطة المجالات التالية: (سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، 2018)

- (1) إيجاد البنية التحتية للمفاتيح العمومية (PKI) لتوفير البيئة الآمنة التي تضمن أمن وسرية التعاملات واثبات هوية المتعاملين وتكامل وسلامة الرسائل الالكترونية المتبادلة فيما بينهم وتحديد آلية إصدار الشهادات الرقمية , ومتطلبات جهات التصديق على سلامة الوثائق والمواصفات الفنية للتوقيعات الالكترونية.
- (2) تطوير نظم المدفوعات اللازمة للقيام بجميع العمليات المصرفية المطلوبة لإتمام التعاملات الالكترونية بسرعة وأمان من خلال الوسائل الالكترونية.
- (3) تطوير البنية التحتية للاتصالات لتكون جاهزة لدعم تقنيات التجارة الالكترونية وتوفير خدمات نقل البيانات بالسرعات والسعات المطلوبة بكفاءة وموثوقية في جميع مناطق الوطن .
- (4) إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لاعتماد التعاملات الالكترونية والعقود المبرمجة من خلالها وضمان الوفاء بالتزاماتها وحفظ حقوق المتعاملين واعتماد التوقيع الالكتروني كوسيلة إثبات تقوم مقام التوقيع اليدوي .
- (5) تحديد متطلبات أمن المعلومات وحماية الخصوصية للبيانات الشخصية.
- (6) تقديم الخدمات الحكومية إلكترونيا فيما يعرف باسم " الحكومة الالكترونية".
- (7) إيجاد نظام إلكتروني للمشتريات الحكومية يتم من خلاله طرح المناقصات الحكومية واستكمال إجراءاتها
- (8) إنشاء موقع تسويقي على شبكة الانترنت للشركات والمصانع الوطنية لتمكينها من تسويق منتجاتها وبيعها عن طريق الشبكة داخل وخارج الوطن.
- (9) دعم نشر مفاهيم وتطبيقات التجارة الالكترونية وتشجيع الاستثمار في تقنياتها.
- (10) توفير الخدمات المساندة الضرورية لدعم انتشار تطبيقات التجارة الالكترونية مثل: تحسين خدمات توصيل الطرود والإرساليات البريدية، وتحديد عناوين المواقع الحكومية والتجارية والسكنية
- (11) الوعي بأهمية وإيجابيات التجارة الالكترونية وتعزيز الثقة بكفاءة وأمان التعاملات الالكترونية ، ونشر وإبراز ما لها من مزايا.
- (12) تدريب وتأهيل الكفاءات البشرية الوطنية لمواجهة الطلب المتوقع على الكفاءات المؤهلة مع تزايد استخدام تقنيات التجارة الالكترونية في الوطن.
- (13) إجراء الدراسات والبحوث المتعلقة بسبل الاستفادة من تقنيات التجارة الالكترونية في الوطن.

2-4: البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر:

لا يمكننا الحديث عن التجارة الإلكترونية في أي بلد في العالم قبل الحديث عن بيئتها والمتمثلة أساسا في عدد الأفراد الذين يستعملون الإنترنت بانتظام، والذين يمثلون قاعدة التجارة الإلكترونية التي تعتمد بشكل أساسي على الفضاء الافتراضي الذي يلتقي فيه البائع مع الزبون ويوثقون معاملاتهم التجارية عبر عقود إلكترونية لا تقتضي بالضرورة أن يكون هناك سابق معرفة بين

البائع والزبون (شوقي و آخرون، 2007، صفحة 47). وفي الجزائر تجاوز عدد مستعملي الإنترنت أو ما يطلق عليهم بالإنترنتيين 74.4 % في 2018، كما تضاعف عدد نوادي الإنترنت بشكل كبير مع تزايد عدد الأنترنتيين ، وأضحت الشركات الاقتصادية والهيئات العمومية والخاصة أكثر اهتماما بالتواجد على الإنترنت عبر مواقع إلكترونية خاصة بها، وإن كان يغلب على هذه المواقع اللغة الفرنسية بحكم خصوصية الجزائر في المنطقة العربية.

وتستخدم التجارة الالكترونية الشبكة العالمية الويب كبنية تحتية لعملياتها، وتنقسم التجارة الالكترونية إلى نوعين من المعاملات على أساس طبيعة المتعاملين، تعامل بين شركة وشركة أخرى وتمثل نحو 80% من حجم التجارة الالكترونية في الوقت الراهن، وتعامل بين شركة ومستهلك فرد وبالنسبة للتوزيع الجغرافي للتجارة الالكترونية فإن الولايات الأمريكية المتحدة تستحوذ على نسبة 80% من حجمها تليها أوروبا بنسبة 15%، ومن ثم آسيا بنسبة 5% معظمها في اليابان. (وهيبة، 2019) وسنعرض فيما يلي أهم مؤشرات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر وبعض الدول المجاورة لها: (Union، 2020)

الجدول 01: نسبة الأسر المجهزة ب:

السنة	الحاسوب	السنة	هاتف محمول	السنة	هاتف ثابت	السنة	التلفاز	السنة	الإذاعة	الدول
2018	42,2	2018	99,1	2018	27,7	2018	99	2018	52,6	الجزائر
2017	16,9	//	//	//	//	//	//	//	//	الكامرون
2018	5,6	//	//	//	//	//	//	//	//	ساحل العاج
2018	61,2	2017	98,2	2017	27,4	2017	98,8	2017	28,4	مصر
2018	60,6	2018	99,9	2018	21,8	2018	//	//	//	المغرب
2018	47,5	//	//	//	//	//	//	//	//	تونس
2019	55,3	2019	98,7	2017	20,2	2017	//	//	//	تركيا

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الموقع الرسمي للاتحاد الدولي للاتصالات

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

نلاحظ من خلال الجدول التجهيز الكامل للأسر بالموجات الإذاعية وأجهزة التلفاز حيث تتراوح النسبة بين 99% و 98%، كما نلاحظ انخفاض نسبة الربط بشبكة الهاتف الثابت مقارنة بالهاتف المحمول الذي وصلت نسبته إلى 99% في كل من المغرب

والجزائر، أما جهاز الحاسوب فنجد أن مصر تتصدر باقي الدول بنسبة 61% لتلها المغرب بنسبة 60% بينما دول جنوب افريقيا فقد كانت النسبة جد منخفضة في ساحل العاج أين بلغت 5,6% والكاميرون 16,9% بينما بلغت في الجزائر 42,2%.

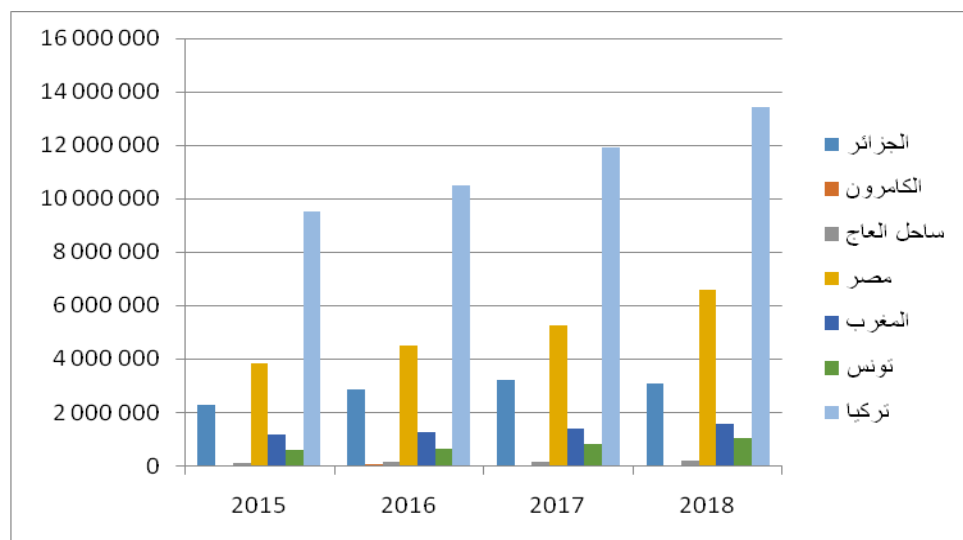
جدول 02 : (عدد المشتركين في التدفق العالي الثابت) Fixed-broadband subscriptions

	2015	2016	2017	2018
الجزائر	2 269 348	2 859 567	3 210 267	3 067 022
الكامرون	20 447	45 974	16 765	17 987
ساحل العاج	109 707	136 380	142 825	175 918
مصر	3 826 410	4 469 164	5 233 872	6 579 762
المغرب	1 147 533	1 255 428	1 378 867	1 552 599
تونس	573 977	640 267	801 785	1 014 395
تركيا	9 504 594	10 499 692	11 924 905	13 407 226

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الموقع الرسمي للاتحاد الدولي للاتصالات

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

شكل 01: (عدد المشتركين في التدفق العالي الثابت) Fixed-broadband subscriptions



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على معطيات الجدول 02

نلاحظ من خلال الشكل تصدر تركيا للمرتبة الأولى في الاشتراكات في التدفق العالي الثابت لتلها مصر ثم الجزائر بينما نلمس تأخر كبير في دول جنوب افريقيا خاصة الكاميرون وذلك على مر السنوات الأربعة الأخيرة.

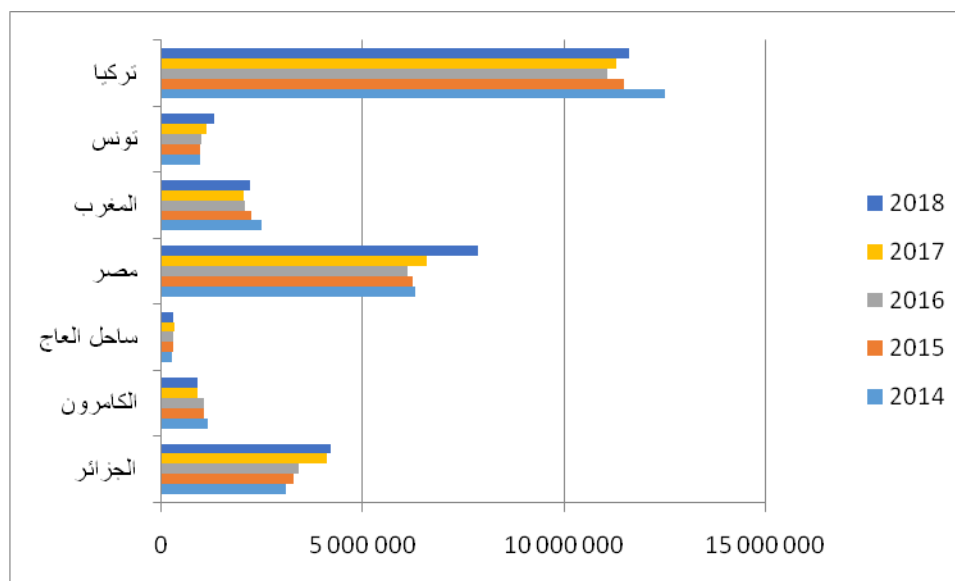
جدول 03: (عدد المشتركين في الهاتف الثابت) Fixed-telephone subscriptions

	2014	2015	2016	2017	2018
الجزائر	3 098 787	3 267 592	3 404 709	4 100 982	4 200 919
الكاميرون	1 156 230	1 050 281	1 051 073	885 762	902 253
ساحل العاج	242 684	277 248	289 108	305 562	302 398
مصر	6 315 915	6 235 133	6 118 250	6 604 849	7 865 286
المغرب	2 487 738	2 222 370	2 070 173	2 046 390	2 199 140
تونس	949 395	943 642	974 129	1 113 168	1 302 015
تركيا	12 528 865	11 493 057	11 077 559	11 308 444	11 633 461

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الموقع الرسمي للاتحاد الدولي للاتصالات

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

شكل 02: عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على معطيات الجدول 03

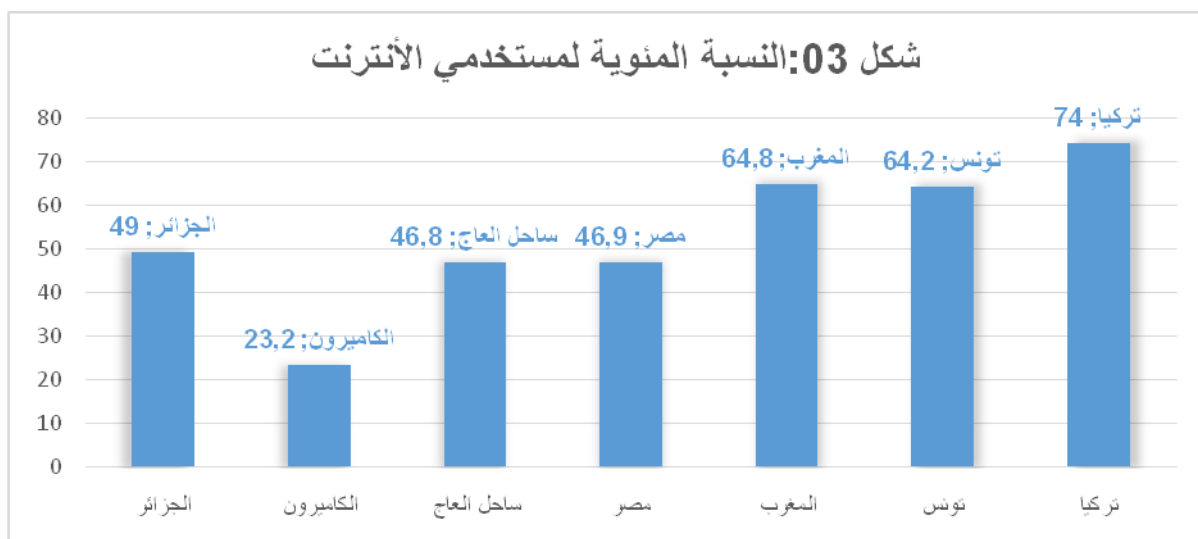
نلاحظ من خلال الشكل تصدر كل من تركيا، مصر والجزائر للمراتب الثلاثة الأولى على التوالي من حيث عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت خلال السنوات الخمسة الأخيرة، ويعود ذلك لارتباط شبكة الهاتف الثابت بشبكة الانترنت حيث تعتبر من المتطلبات الأساسية لها.

جدول 04: النسبة المئوية لمستخدمي الانترنت وتوزيعهم حسب الجنس

الدول	السنة	كل الأفراد	الجنس	
			ذكر	انثى
الجزائر	2018	49.0	55.1	42.9
الكاميرون	2017	23.2	27.4	19.2
ساحل العاج	2018	46.8	56.6	36.4
مصر	2018	46.9	52.4	41.3
المغرب	2018	64.8	68.5	61.1
تونس	2018	64.2
تركيا	2019	74.0	80.4	67.6

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الموقع الرسمي للاتحاد الدولي للاتصالات

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

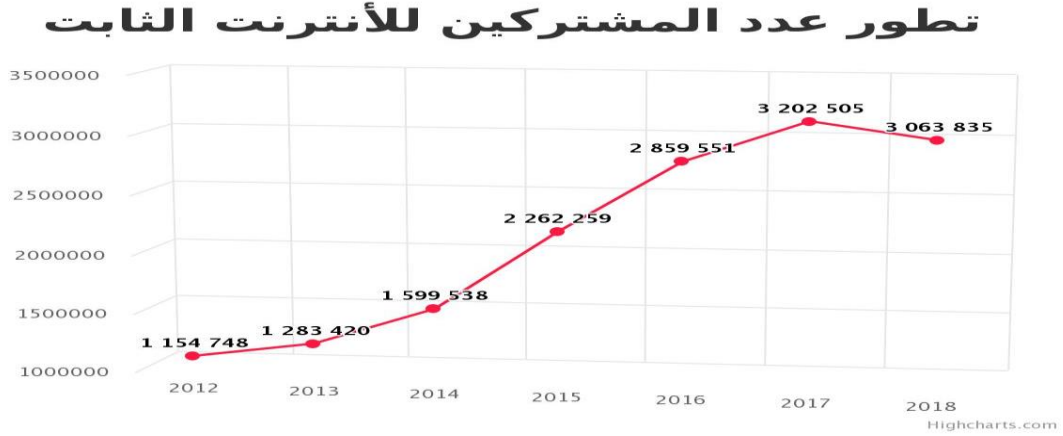


المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على معطيات الجدول 04

نلاحظ من خلال الشكل بقاء تركيا في المرتبة الأولى في هذا المؤشر وتراجع مصر والجزائر، بينما نجد أن رغم انخفاض المؤشرات السابقة في كل من تونس والمغرب وساحل العاج إلا أنها تحتل المراتب الأولى في هذا المؤشر بنسب متفاوتة.

3-4: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر:

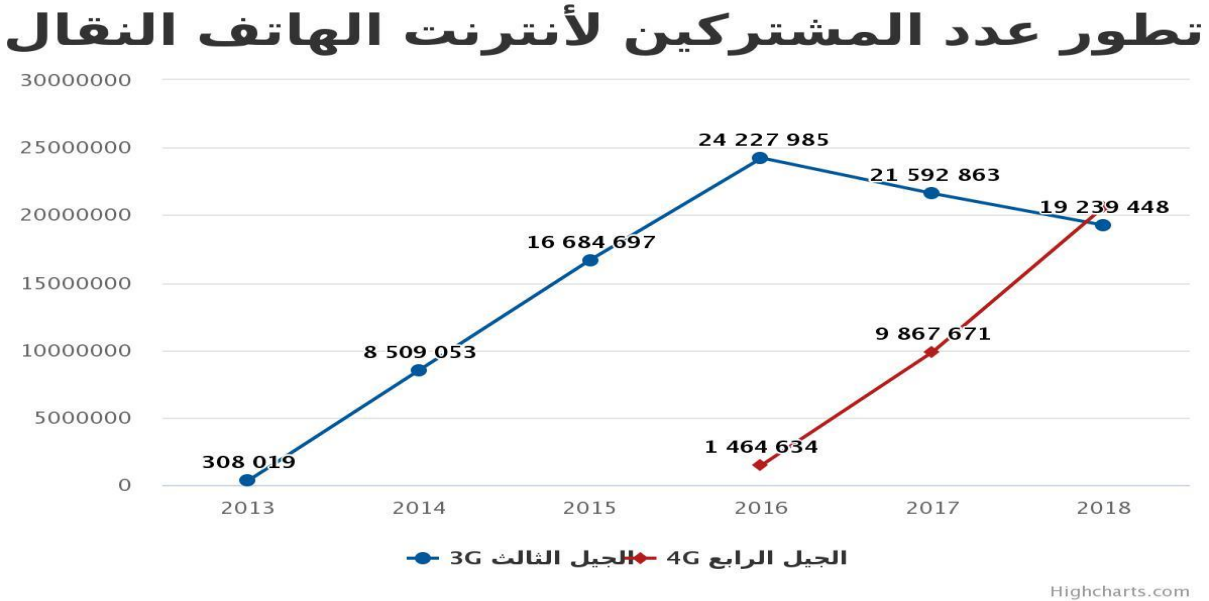
شكل 4: تطور عدد المشتركين للإنترنت الثابت (وزارة البريد والاتصالات، 2020)



المصدر: https://www.mpttn.gov.dz/sites/default/files/Ar-Rapport%20-TIC2018_10.pdf

نلاحظ انخفاض عدد المشتركين في الإنترنت الثابت سنة 2018 عن 2017 وذلك راجع إلى تحول المشتركين نحو خدمات الهاتف النقال خاصة الجيل 4 الذي عرف توسعا لنسبة التغطية،

شكل 5: تطور عدد المشتركين في أنترنت الهاتف النقال (وزارة البريد والاتصالات، 2020)



المصدر: https://www.mpttn.gov.dz/sites/default/files/Ar-Rapport%20-TIC2018_10.pdf

نلاحظ ظهور تراجع في عدد مشتركى الجيل 3 منذ ظهور شبكة الجيل 4 وذلك منذ نهاية 2016 وستمر ذلك إلى غاية 2018 ليصبح عدد مشتركى الجيل 4 أكبر من مشتركى الجيل 3، ويعود ذلك لكون المستهلك الجزائري يفضل التكنولوجيا الأكثر فعالية والأسرع تدفق.

5/ النتائج واختبار الفرضيات:

من خلال دراستنا لواقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر باعتبارها الركيزة الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية وذلك من خلال مجموعة من المؤشرات توصلنا إلى مجموعة من النتائج والتي استطعنا من خلالها اختبار فرضيات الدراسة كما يلي:

- ✓ وضعت الجزائر منذ سنة 2009 في كنف وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات إستراتيجية ذات أهداف نوعية وكمية محددة بوضوح لتشكيل اقتصاد بديل للموارد النفطية والمتمثلة في إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية"، والهدف الرئيسي منها هو تسريع وتطوير خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لفائدة المواطنين والشركات ومختلف الإدارات.
- ✓ يعتبر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية، إضافة إلى سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر شبكة الانترنت.
- ضعف مؤشر الاتصالات واستخدام الانترنت حيث لاحظنا تراجع الأرقام والنسب التي تحققها الجزائر في هذا المجال أمام بعض الدول المجاورة فما بالك بالدول المتقدمة وهذا ما ينفي تحقق الفرضية الأولى التي نصت على توفر بنية تحتية رقمية ومعلوماتية قوية.
- ✓ نلاحظ أن الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر متطورة من الجانب التقني إلا أن هذه الأخيرة مازالت بعيدة عن الاستخدامات الاقتصادية والتجارية السائدة في الجزائر.
- ✓ مواقع التجارة الإلكترونية الناشطة تتبع طريقة الدفع عند التسليم ولم تصل بعد إلى المستوى الثاني في الدفع الفوري الإلكتروني والذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية والتحويلات النقدية على شبكة الانترنت.
- ✓ هناك العديد من المواقع الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر وهذا ما يوحي بالتفاؤل بوجود مستقبل للتجارة الإلكترونية في الجزائر.
- ✓ يتصف الجانب القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر بوجود فراغ تشريعي يضعف من البنية التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- بناء على النتائج السابقة يمكننا القول بأن البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية والتشريعية في الجزائر لا تتلاءم مع متطلبات تفعيل الممارسات التجارية الإلكترونية، ورغم هذا لمسنا بعض بوادر قيام هذا النوع من التجارة في أولى مستوياتها، وعليه فإن الفرضية الثانية والتي نصت على أن يتوافق واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر مع متطلبات قيام التجارة الإلكترونية غير محققة.

6/ الخاتمة:

كان لثورة الاتصالات التي أحدثتها الانترنت أثر بالغ في حدوث تحولات سياسية واجتماعية واقتصادية في كافة أنحاء العالم، وبينما كانت آثار تلك التحولات كبيرة وعميقة في بعض الدول فقد كانت طفيفة في الدول العربية، وذلك في ضوء عدم إقدامها على الاستفادة القصوى من الخدمات التي توفرها الانترنت، وتوظيف تطبيقاتها لصالحها، والأمر ينطبق على التجارة الكترونيا كإحدى تطبيقات الانترنت وتقنياتها.

وفي الجزائر لا يمكننا القول أن الكثير قد تحقق في هذه الميادين، إذ لا تزال تعاني من مشكلات البنى التحتية في حقل الاتصالات والحوسبة، عوضا عن النقص أو عدم الاستثمار الكافي للكفاءات المؤهلة للتعاطي مع تحديات البناء التقني الفاعل، مع غياب التشريعات القانونية التي تدعم ذلك، ويتصل بهذا البعد عدم تخطي مشكلات السياسات التسعيرية للخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت، وهو عامل حاسم في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لوجود سوق التجارة الالكترونية، وهو هنا ليس مجرد سوق مواقع التجارة الالكترونية وإنما في الأساس سوق المستخدم أو الزبون الذي يتيح بقاء وتطور هذه المواقع.

7/ المراجع:

1. Union, International Telecommunication. (2020). *ICT Statistics*. Récupéré sur ITU: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
2. الرحيم, م. إ. (2007). *الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية*. الإسكندرية، مصر: مؤسسة شباب الجامعة.
3. العوضي, ع. أ. (2010). *العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية* مجلة الاقتصاد والمجتمع. 179 ,
4. ديمش, سم. (2011). *التجارة الإلكترونية وحقيقة واقعها في الجزائر*. رسالة ماجستير تحليل وإشراف اقتصادي . الجزائر, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, قسنطينة: جامعة منتوري قسنطينة.
5. سامية, آ. م. (2016). *التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال*. مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة (العدد 33), 46.
6. سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية. (2018). *المصادقة الالكترونية*. Récupéré sur arpce: <https://www.arpce.dz/fr/gd/ce/?AspxAutoDetectCookieSupport=1>
7. شوقي, ن. ج &, آخرون. (2007). *الأبعاد المستقبلية للحكومة الالكترونية في الأردن: متطلبات النجاح*. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال, المجلد 1 (العدد 3), 46.
8. فاطمة, ف. ش. (2017-2018). *واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر*. ماستر امداد ونقل دولي. الجزائر, كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, مستغانم.
9. قندياجي, ا. م. (2016). *التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
10. وزارة البريد والاتصالات. (2020). *وزارة البريد والاتصالات*. Récupéré sur https://www.mpttn.gov.dz/sites/default/files/Ar-Rapport%20-TIC2018_10.pdf
11. وهيبه, ب. د. (2019, 08 22). *التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية- دراسة حالة الدول العربية*. الحوار المتمدن.