

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة أدرار - الجزائر

تحت الرعاية السامية للسيد رئيس الجامعة الأفريقية بالدراسة

كلية الآداب والعلوم الانسانية
قسم العلوم التجارية
- شعبة علوم التسيير -

مجمع أعمال اليوم الدراسي حول

" واقع الإدارة الالكترونية بالجزائر "

والمنعقد يوم الخميس : 01 مارس 2012

على الساعة : 08:30 صباحا بالمدرج " د "

الجامعة الإفريقية العقيد أحمد دراية

كلية الآداب والعلوم الإنسانية

قسم علوم التسيير

اليوم الدراسي حول: " واقع الإدارة الالكترونية بالجزائر "

الخميس : 01 مارس 2012

عنوان المداخلة :

واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل الإدارة الإلكترونية

من إعداد : أ . مجاهد سيد أحمد

جامعة بشار - البريد الالكتروني : medjahed84@hotmail.fr

مقدمة :

يشهد العصر الحديث تطورا واسعا وجذريا في الحركة الاقتصادية غير اكتشاف التقنية الالكترونية والإتكال المتزايد على الأنظمة الرقمية ، لتكون التجارة من أهم المقومات الاقتصادية التي تأثرت بهذا التحول من التقليدي إلى الالكتروني لتعتبر من اهم المستجدات سواء على مستوى الاقتصاد القومي أو المحلي حيث أصبحت نمطا من أنماط المعاملات الاقتصادية على المستوى الدولي في عصر المعلومة .

فالعالم اليوم يعيش واقعا من المفزرات التقنية ليكون تجاهل هذا النوع من المعاملات يعد من الغلاء في الحفاظ على على المبادئ التقليدية للتجارة والتي يرى المختصون فيها أنها لن تصمد أمام التطور والتحول التكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم ، فما يبقى على الدول إلا المواكبة ومسايرة الركب بأي ثمن من الأثمان ، فالجزائر وفي ظل هذه التحولات والمستجدات تسعى جاهدة إلى ولوج العالم الرقمي سواء في الإطار الإداري أو المعاملاتي ، ليكون من خلال ذلك سعي الدولة إلى إلكترونية المعاملات التجارية والتعامل وفق المبادئ الرقمية ، لنجد السؤال الذي يطرح نفسه وهو كالتالي : إلى أي حد استطاعت الجزائر رقمنة المعاملات التجارية وما هو واقع هذا المجال في ظل الإدارة الإلكترونية ؟

الهدف من الدراسة : تهدف الدراسة التي بين أيدينا إلى إبراز النقاط التالية :

- تحليل مفهوم التجارة الإلكترونية وإبراز أهميتها في العصر الحالي .
- معرفة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر .
- إبراز أهم معوقات التجارة الإلكترونية وسبل إنجاحها في الجزائر .

محتويات الدراسة :

ويصدد معالجة هذا الموضوع الذي بين أيدينا فإننا ارتأينا إلى تقسيم الدراسة إلى قسمين هما كالتالي: المحور الأول ويشمل الإطار النظري للدراسة من عرض لمفهوم التجارة الإلكترونية مع التطرق للتطور التاريخي لها ثم إبراز أهم حدودها ومزاياها . أما المحور الثاني ويشمل الحديث عن حقيقة التجارة الإلكترونية في الجزائر مع إبراز أهم المعوقات التي تحول بينها وبين نموها في ظل الإدارة الإلكترونية .

المحور الأول : وهو عبارة عن الإطار النظري للدراسة ويضم :

أولا : مفهوم التجارة الإلكترونية

يتكون مصطلح التجارة الإلكترونية من كلمتين هما : التجارة والإلكترونية .

فالتجارة وتعني ذلك النشاط الاقتصادي الذي يتم من خلاله تبادل السلع والخدمات بين الحكومات ، الأفراد والمؤسسات وفق جملة من القواعد والنظم المتفق عليها .

أما الإلكترونية وهي أن أداء النشاط التجاري يتم باستخدام الوسائل والأدوات الإلكترونية التي يتم من خلالها عقد المبادلات بين البائع والمشتري¹ .

ونحن في صدد عرض تعريف للتجارة الإلكترونية فإننا نجد أنها قد شيعت تعريفا سواء من طرف هيئات أو حكومات أو علماء مختصون لنجد من ذلك :

تعريف الأمم المتحدة : كان يشار إلى التجارة الإلكترونية على أنها تبادل المعطيات المعلوماتية بمعنى برمجة البرمجة الأتوماتيكية للعمليات التجارية ، الإدارية والصناعية بطريقة آلية دون أي تدخل إنساني وفقا لمستوى معياري أو قياسي معين² .

ثم طورت الأمم المتحدة هذا المصطلح ليصبح يعني تبادل المعطيات المعلوماتية في مجال الإدارة ، التجارة والنقل³ .

16 ديسمبر 1996 وافقت لجنة الأمم المتحدة على مشروع قانون موحد للتجارة الإلكترونية والذي عرف بقانون الأونيسترال . أما الوثائق

الأوروبية فقد عرفت التجارة الإلكترونية بأنها كل وسيلة يمكن أن تستخدم لإبرام العقد بين طرفين بدون أي وجود مادي ولحظي للمورد والمستهلك⁴ .

¹ أحمد أمداح ، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2006 ، ص 16 .

² سهير حجازي ، التهديدات الإجرامية للتجارة الإلكترونية ، مجلة شرطة دبي ، مركز البحوث والدراسات ، الإمارات العربية المتحدة ، العدد 91 ، 2003 ، ص 1 .

³ أحمد أمداح ، مرجع سابق ، ص 19 .

⁴ مدحت عبد الحليم رمضان ، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة ، وثيقة بحثية، جامعة القاهرة ، 2001، ص 13.

كما تعرف التجارة الإلكترونية بأنها توصيف لعمليات معالجة المشتريات والمبيعات والنقل ، أو التبادل للمنتج والخدمات والمعلومات من خلال شبكات الحاسب بما فيها الأنترنت¹ .

وحتى يتسنى لهذا النوع من التجارة أن ينمو ويتقدم لابد من توفير شروط مع البيئة المناسبة والمتطلبات

- اللازمة لتحقيقها ، ليكون مختصر هذه الشروط في :
- توفير البنية التحتية الإلكترونية .
- التشريعات والأنظمة الملائمة للتجارة الإلكترونية .
- توفير الكوادر البشرية .

ثانياً :مجالات التجارة الإلكترونية :

تتخذ التجارة الإلكترونية أشكالاً متعددة ومختلفة باعتبار مفهومها المتعدد الأبعاد والممكن تطبيقه على أكثر من مستوى لنجد² :

- 1 - مؤسسة أعمال - مؤسسة أعمال : إذ يتم هذا المستوى بين مؤسسات الأعمال بعضها البعض من خلال شبكات الإتصال وتكنولوجيا المعلومات .
- 2 - مؤسسات أعمال - مستهلك : حيث يمثل هذا المستوى البيع بالتجزئة ليتوسع هذا المستوى بشكل كبير خاصة مع ظهور الأنترنت .

3

- مؤسسات أعمال - إدارات حكومية : يغطي هذا المستوى كل المعاملات بين المؤسسات والهيئات الحكومية ، إذ تعرض الهيئات الحكومية طلباتها على الأنترنت مما يمكن الشركات أن تتبادل معها .
- 4- المستهلكين- الهيئات الحكومية : وهذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير موسع في مثل هذا النشاط يتم تنظيم العديد من الأنشطة بين الأفراد والحكومة مثل دفع الضرائب إلكترونياً³ .

ثالثاً :الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية :

تتصف التجارة الإلكترونية بجملة من المزايا والآثار على مستويات مختلفة نذكر منها ما يلي :

أ - على مستوى قطاع الأعمال : تتميز التجارة الإلكترونية بمزايا على مستوى سوق الأعمال تتمثل في:

- أ - 1 : توسيع نطاق السوق : إذ من خلال التجارة الإلكترونية يتسنى للمتعاملين الاقتصاديين التوسع في اختراق واكتشاف الأسواق الجديدة والتي لم تكن فرصها متاحة في ظل التجارة التقليدية ، كما يتيح هذا الأمر للمستهلك حرية الاختيار بين جملة من المنتجات المعروضة⁴ .

¹ سعيد أحمد نجيب ، التجارة الإلكترونية ، إعداد قسم المعلومات ، جمهورية مصر العربية ، 2000 ، ص 9 .

² رشيد علام ، عوائق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال ، الأكاديمية البريطانية للتعليم العالي ، بريطانيا ، 2010 ، ص 86 .

³ احمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع ، الكويت ، 2010 ، ص 170.

⁴ رافت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الب -إدارية ، القاهرة ، 1999 ، ص 41 .

أ - 2 : تفعيل المنافسة الكاملة في السوق : حيث تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص المسافة بين المتعاقدين وتوفير كل المعلومات اللازمة للمشتري إضافة إلى الاستجابة السريعة لطلبات السوق الأمر الذي يؤدي إلى تحسين التنافسية¹.

3 - : انخفاض تكاليف العمليات التجارية : تلعب التجارة الإلكترونية دورا كبيرا في تخفيض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين المحتملين والبائعين في السوق على عكس التجارة التقليدية². ب - على مستوى المستهلكين : يحظى المستهلك هو الآخر بمزايا وخصائص من خلال التجارة الإلكترونية تتمثل فيما يلي :

ب - 1 :

سرعة وسهولة التسوق : إذ يكون بمقدور المستهلك أن يحظى بنطاق أوسع للتسوق عبر شبكة الإنترنت وفي أي وقت وفي أي مكان .

ب - 2 :

: التعدد في العروض والخيارات : إذ من خلال التجارة الإلكترونية يتسنى للمستهلك أن يخترق الأسواق التي كانت بعيدة عنه ، إضافة إلى تنوع العروض والأسواق التي لا يمكن أن يجدها من خلال التجارة التقليدية .

ب - 3 : انخفاض الأسعار : إذ من خلال العروض العديدة والمنتجات المتنوعة في المواقع التجارية الإلكترونية يتسنى للمستهلك اختيار أفضل العروض ذات الجودة العالية والأسعار الأقل في حين لم يحظى المستهلك بهذه العروض في التجارة التقليدية³.

ب - 4 : سرعة وسهولة تبادل المعلومة بين المستهلكين : حيث يتوفر للمستهلك إمكانية تبادل المعلومة عن المواقع التجارية الإلكترونية من خلال المنتديات .

المحور الثاني :

إذ من خلال هذا القسم نحاول أن نعالج أهم النقاط الأساسية والمتعلقة بواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وما هي أهم الأرقام التي استطاع أن يحققها هذا النوع من التجارة في ظل التحولات والتطورات العالمية وفي بلد كالجزائر ، لنستدرج دراستنا في هذا الجانب كالتالي :

أولا :

إن **واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر :**

ما مرت به الجزائر من أزمات متتالية اجتماعية وسياسية أخرى كثيرا عن مواكبة ركب التقدم والتطور ، فكما يقال بأن الجزائر متأخرة تكنولوجيا بأكثر من عقد زمني ، ليكون ازدهار التكنولوجيا والأنترنت فيها قد تأخر نوعا ما ، الأمر الذي يعني أن حال التجارة الإلكترونية فيها مازال لم يبرح أدراج الصفر أو أنه باعده قليلا ، لكنه مخطئ كل الخطأ من يعتقد أن الجزائر لم تعرف لحد الآن شكلا من أشكال

¹ رافت رضوان ، مرجع سابق ، ص 41 .

² طارق عبد العال حماد ، التجارة الإلكترونية : المفاهيم - التجارب - التحديات - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2003 ، ص 48 .

³ رافت رضوان ، مرجع سابق ، ص 41 .

التجارة الإلكترونية ، فلو نأخذ على سبيل المثال توريد الأنترنت لنجده مثلا واضحا في ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر ، فما قام به يونس قرار من إنشاء لشركة تزويد الجزائر بالأنترنت سنة 1997 من خلاله استيراده تجهيزات خاصة بشركة جيكوس الأمريكية إلى الجزائر، إلا أنه تعرض للحجز من طرف السلطات العليا ، لتبقى هذه الخطوة مثلا واضحا عن التجارة الإلكترونية في الجزائر آنذاك . ومع سنوات الألفين وما تلاها فإن الجزائر أضحت تعرف نوعا من الانفتاح الخارجي الأمر الذي يعني توفير البيئة الملائمة لانتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر من الرغم من انخفاض معدلاتها سببية غياب منظومة مصرفية إلكترونية بالدرجة الأولى في البلاد ، ليبقى السؤال الذي يطرح نفسه : ما هي أهم معوقات تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

ثانيا : معوقات تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر :

- تواجه الجزائر في سبيل تطوير التجارة الإلكترونية بها جملة من العوائق ويمكن تلخيص أهمها فيما يلي : 1
- عوائق تقنية وتكنولوجية : والتي تضم جملة من النقاط التي نوردها كالتالي :
 - ضعف البنية التحتية الإلكترونية: فمجال تقنية المعلومات في الجزائر ما يزال دون المستوى المطلوب .
 - ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية والإقبال عليها .
 - نقص الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيق التجارة الإلكترونية .
 - 2 - عقبات تجارية : فالتحول من البيئة التقليدية إلى الإلكترونية ليس بالأمر السهل والهيّن خاصة في بلد كالجزائر ن إذ يعد مشروع رقمنة التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية تحديا حقيقيا أمام المؤسسات والأفراد في الجزائر، وحتى يتسنى لنا الانتقال إلى التجارة الإلكترونية لابد من قناعة الأفراد بأهمية هذه التجارة ومن ثم تبني السياسات اللازمة للانتقال ن ليكون من أهم العقبات في هذا المجال مايلي :
 - ضعف الخبرة التجارية والمساعدات التقنية في الجزائر مع محدودية التجارة الإلكترونية فيها ¹ .
 - غياب سوق رأس المال الذي يعد المحرك الرئيسي للتجارة الإلكترونية .
 - 3 - عقبات حكومية : فأى حكومة من شأنها أن ترقى أي قطاع أو أن تكون عقبة في طريقه وذلك من خلال التشريعات والسياسات التي تتبناها والتي قد تكون في الخدمة وقد تكون غير ذلك ، فالجزائر وحتى يتسنى لها تطوير التجارة الإلكترونية فيها لابد من ولوج الإدارة الإلكترونية ليكون بعدها سن جملة من القوانين والتشريعات التي تكون بصدد خدمة التجارة الإلكترونية والعمل على ترقيتها والنهوض بها خاصة في زمن التقنية والتكنولوجيا المتطورة ، إضافة إلى ذلك فما تشهده الجزائر من بيروقراطية في قطاع التصدير والإستيراد ونظام الحصص ومنح التراخيص يعد من أهم العقبات التجارية في الجزائر .

¹ يوسف أبو فارة ، واقع الأنترنت في الوطن العربي ، أنظر الموقع التالي : WWW . YUSUF-ABUFARA.NET

ثالثا : سبل اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر :

إن اعتماد مرحلة التجارة الإلكترونية في الجزائر أو في أي بلد كان أمر لا مفر منه ، لكن لابد من التهيأ والاستعداد لاستقباله ، فمن ذلك إعداد الأطر الفنية والتنظيمية وتوفير البنية التحتية للاتصالات مع اتخاذ الإجراءات اللازمة للاستفادة من مبادئ التجارة الإلكترونية في الجزائر ، إضافة إلى اعتماد وزارة التجارة الجزائرية لجنة فنية تهتم بالدراسة والتحليل إمكانيات الاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية وسبل التطبيق العملي لها في البلاد .

يتسنى للجزائر نشر تقنيات التجارة الإلكترونية لا بد من خطة عمل لهذا مع توجيه الجهات المختصة لتطبيق وتنفيذ المهام التي تخصصها ، مع حث وزارة التجارة بالإطلاع على البرامج التفصيلية مع تنفيذ المهام الموكلة إليها ، وحتى يتم تطبيق ذلك لابد من اعتماد خطة علمية وعملية تشمل مايلي¹ : - توفير البيئة الآمنة التي تضمن أمن وسرية التعاملات الإلكترونية مع تحديد آلية إصدار الشهادات الرقمية ومتطلبات جهات التصديق على سلامة الوثائق والمواصفات الفنية للتوقعات الإلكترونية . - تطوير نظم المدفوعات اللازمة .

- توفير البنية التحتية للاتصالات مع جاهزيتها لدعم تقنيات التجارة الإلكترونية .
- إصدار النظم والتشريعات القانونية اللازمة والمساعدة على إنجاح عمليات تطبيق التجارة الإلكترونية .
- توفير أمن المعلومات للحماية الخصوصية للبيانات الشخصية .
- إنشاء مواقع تسويقية إلكترونية للمؤسسات والمصانع يتم من خلال اعتماد عمليات البيع والشراء في الداخل والخارج .
- تشجيع الاستثمار في تقنيات التجارة الإلكترونية .
- نشر الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية مع تعزيز ثقة الأفراد بكفاءة وأمان التعاملات الإلكترونية .
- تأهيل وتدريب الكفاءات البشرية المحلية المختصة في استخدام تقنيات التجارة الإلكترونية .

رابعا : آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر

إن ما تعيشه الجزائر اليوم من انفتاح وتحول نحو الاقتصاد العالمي لهي مؤشرات ضامنة لمستقبل واعد لحال التجارة الإلكترونية في البلاد، خاصة وأن الفكرة المنتشرة الآن وهي العمل على إعلان حكومية إلكترونية والتي تعد بمثابة الخطوة الأولى في إنعاش التجارة الإلكترونية ونشر فكرة التعامل إلكترونيا بين الأفراد والمؤسسات ، إذ يجد المتتبع اليوم لواقع المجتمع وإقباله على الأنترنت أن العدد في تزايد مستمر فحسب ما صرحت به الوزارة الوصية على الإعلام والتكنولوجيات أن مستخدمي الأنترنت في الجزائر مع نهاية 2011 تجاوز الخمسة ملايين أنترناتي ، إضافة إلى ما تسجله البنوك الجزائرية من إصلاحات وإدخال لتقنيات تكنولوجية جديدة مثل وسائل الدفع الإلكترونية والتعامل الإلكتروني مع الأفراد ، لتكون كل هذه الوسائل من شأنها أن تساهم في نشر وتوسيع نطاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، لكن كل شيء لا بد له من تأني وصبر حتى يصل .

¹ رشيد علام ، مرجع سابق ، ص 157 - 158 .

خاتمة :

وكختام للكلام لا بد من القول أن التجارة الإلكترونية عاجلا أم آجلا ستحل بديارنا ، لكن لا بد من إعداد العدة لاستقبال هذا الضيف والاستعداد للاستفادة منه على الوجه اللائق واللازم ، فالعالم اليوم خاصة المتقدم منه يعيش اليوم أخذا وعطاء على واقع التجارة الإلكترونية ، وذلك لما لها من مزايا وتسهيلات وانخفاض للتكاليف على غرار التجارة التقليدية .

الأخير نخلص إلى بعض التوصيات التي نسوقها على النحو التالي :

- ضرورة الاهتمام بقطاع علوم وتقنية المعلومات في إعداد وصياغة البرامج التعليمية والعملية خاصة في قطاع المعاملات التجارية .

- إنشاء مراكز بحث وتكوين للكوادر والمؤهلات البشرية في قطاع الإعلام وتكنولوجيات الاتصال .

- تحفيز وتوجيه المستثمرين المحليين والأجانب للاستثمار في قطاع تقنية المعلومات والاتصال .

- سن التشريعات القانونية وتحديد الأطر التنظيمية لحماية مستخدمي تقنية المعلومات والحفاظ على حقوق المستهلكين والبائعين في بيئة التجارة الإلكترونية .

- تعزيز ودعم دور المصارف التجارية في المعاملات التجارية الإلكترونية ..

- استغلال تطبيقات التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية مع الاستفادة من التجارب الدولية.

- العمل على التوعية والتثقيف التكنولوجي واستخدام تقنية المعلومات بين أفراد المجتمع .

المراجع :

¹ أحمد أمداح ، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2006 ، ص 16 .

¹ سهير حجازي ، التهديدات الإجرامية للتجارة الإلكترونية ، مجلة شرطة دبي ، مركز البحوث والدراسات ، الإمارات العربية المتحدة ، العدد 91 ، 2003 ، ص 1 .

¹ أحمد أمداح ، مرجع سابق ، ص 19 .

¹ مدحت عبد الحليم رمضان ، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، وثيقة بحثية، جامعة القاهرة ، 2001 ، ص 13.

¹ سعيد أحمد نجيب ، التجارة الإلكترونية ، إعداد قسم المعلومات ، جمهورية مصر العربية ، 2000 ، ص 9 .

¹ رشيد علام ، عوائق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال ، الأكاديمية البريطانية للتعليم العالي ، بريطانيا ، 2010 ، ص 86 .

¹ احمد عبد الله العوضي ، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، الكويت، 2010 ، ص 170.

¹ رافت رضوان ، عالم التجارة الإلكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الب -إدارية ، القاهرة ، 1999 ، ص 41 .

¹ رافت رضوان ، مرجع سابق ، ص 41 .

¹ طارق عبد العال حماد ، التجارة الإلكترونية : المفاهيم - التجارب - التحديات - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2003 ، ص 48 .

¹ رافت رضوان ، مرجع سابق ، ص 41 .

¹ يوسف أبو فارة ، واقع الأنترنيت في الوطن العربي ، أنظر الموقع التالي : WWW . YUSUF-ABUFARA.NET

¹ رشيد علام ، مرجع سابق ، ص 157 - 158 .