

النموذج الاستراتيجي للتجارة الإلكترونية في الجزائر: تحليل وفق نموذج "سوات"
The strategic model of e-commerce in Algeria: the SWAT analysis model.

عبدالرزاق لعريوي¹، كريم قاسم²

Larioui Abderrezak¹, Gacem Karim²

¹ المدرسة العليا للتجارة (الجزائر)، a.larioui@univ-jijel.dz

² المدرسة العليا للتجارة (الجزائر)، k_gacem@esc-alger.dz

تاريخ الاستلام: 2020/09/01 تاريخ القبول: 2021/04/18 تاريخ النشر: 2021/04/27

ملخص:

أتاح التطور تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية حدوث تحول رقمي في مناحي الحياة وكان أثره واضحا على الجانب الاقتصادي والتجاري، حيث يشهد العالم منذ أواخر التسعينات اهتمام متزايد بالتجارة الإلكترونية وأدواتها المختلفة لاسما فيما يتعلق بالتسويق الإلكتروني، النقود الإلكترونية، التجارة الجواله، وقد لوحظ تأخر أغلب الدول العربية ومنها الجزائر عن مسايرة التطور المتسارع للتجارة الإلكترونية في العالم. تقترح هذه الورقة البحثية نهجًا قائمًا على التحليل وإجراء التقييم كعملية جدلية، بهدف تسهيل تحليل وتقييم استراتيجية التجارة الإلكترونية التي تتبعها الجزائر وبناء نموذج استراتيجي مناسب لها، وذلك من خلال دراسة وتحليل النموذج المقترح في أربع مكونات مرتبطة بعناصر نموذج "سوات"، وقد استخلصت نتائج تنم عن هشاشة البنى التحتية المادية والبرمجية والمعرفة العلمية، وعليه تم اقتراح توصيات لبناء نموذج استراتيجي كفؤ لتحقيق الأهداف الاستراتيجية وضمان كفاءة نموذج التجارة الإلكترونية في الجزائر.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، استراتيجية التجارة الإلكترونية، تحليل سوات، النموذج الاستراتيجي.

تصنيفات JEL : L81، O39، M19

Abstract:

The ITC technology has allowed digital transformation in the walks of life, and its impact was evident on the economic and commercial side. The world has witnessed since the late nineties an increasing interest in e-

commerce and its various tools in relation to e-marketing, e-money, and m-commerce. Most Arab countries have been late, including Algeria, for keeping pace with the rapid development of e-commerce in the world.

This paper proposes an analysis-based approach and conducting the evaluation as a dialectical process, with the aim of facilitating the analysis and evaluation of Algeria e-commerce strategy and building a strategic model by analyzing the proposed model in four components related to the elements of "SWAT" model. Conclusion indicates the fragility in knowledge and software aspect and weakness of the physical infrastructure. Recommendations were proposed to build an efficient strategic model to achieve goals and ensure efficiency of the e-commerce model in Algeria.

Keywords: E-commerce; e-commerce strategy; SWAT analysis; strategy model.

JEL Classification Codes: L81, O39, M19.

1. مقدمة:

لقد تجاوز ازدهار التجارة الإلكترونية توقعات الباحثين المتفائلين، فقد وفرت فرصة للدول المتقدمة لتحقيق رفاه اجتماعي واقتصادي وسَّعت به الهوة بينها وبين الدول النامية؛ ولقد بين ذلك وجهها آخر من الفرص الضائعة لتحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية في الدول النامية، غير أنه لا يمكن تجاهل متطلباتها من البنى التحتية والأدوات المستحدثة في عالم تكنولوجيا المعلوماتية، مما يتطلب إعادة النظر في المفاهيم والأدوار الإستراتيجية التقليدية المرتبطة بالتجارة.

حاولت الجزائر كغيرها من الدول النامية التحكم في تكنولوجيا المعلوماتية، فطورت البنى التحتية لأنظمة المعلوماتية، وسنت قوانين ويسرت الإجراءات من خلال صياغة استراتيجية الجزائر الإلكترونية بهدف تطوير التجارة الإلكترونية؛ ونظرا للتفاوت العلمي والعملية بين الدول وتباين الفهم والرؤى الاستراتيجية، تعددت التوجهات بحسب خصوصية وإمكانات كل دولة، لذا سنحاول من خلال بحثنا هذا الإجابة عن التساؤل المتعلق بمدى مواءمة النموذج الإستراتيجي الذي انتهجته الجزائر فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية؟ ساعين من خلال تحليل هذا التوجه الإستراتيجي وفق نموذج "SWOT" الوصول إلى معاينة فرضية سلامة التوجه الإستراتيجي للجزائر فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

وتهدف من خلال ذلك إلى فحص وتحليل مقومات النموذج الإستراتيجي للتجارة الإلكترونية في الجزائر واستخلاص عناصر القوة والضعف والفرص والتحديات التي قد تساعد أو تعيق تطوير التجارة الإلكترونية، بإعتماد منهج قائم على تحليل وتقييم جدلي بين الإطار العلمي والتوجهات العملية

إستراتيجية التجارة الإلكترونية في الجزائر، لفهم الأبعاد الإستراتيجية للتجارة الإلكترونية ومدى ملاءمتها، واستنباط نموذج استراتيجي مناسب لتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر.

2. تحليل استراتيجية الجزائر للتجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية أهم أدوات الاقتصاد الرقمي، لذلك فهي تحتاج لصياغة استراتيجية كفيلة بخلق القيمة، وذلك من خلال توفير بيئة تكنولوجية تقنية قانونية مناسبة لتعزيز ثقة المستخدم ومواجهة التحديات المستقبلية؛ وقد أكد مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) على أهمية اغتنام البلدان النامية للفرص المتنامية بسرعة في مجال التجارة الإلكترونية (الأمم المتحدة، 2016).

1.2 الرؤية والمهام الاستراتيجية الجزائرية للتجارة الإلكترونية:

تشكل شبكة الإنترنت ونظم المعلوماتية والاتصال الإطار الواضح لتطوير التجارة الإلكترونية لما لها من مزايا في تغيير خصائص وإجراءات الأسواق التقليدية بما أفرزته من سرعة وسهولة وسلاسة في المعاملات، وتغيير جوهري في طرق الدفع وآليات اتخاذ القرارات وطرق التسويق والترويج. لا يمكن للتجارة الإلكترونية النجاح والتطور إن لم ترعاها سياسة حكومية داعمة من خلال الاستثمار في البنى التحتية، وتوفير منظومة تشريعية تنظيمية كفيلة بحمايتها، وتطوير للأعمال الإلكترونية.

1.1.2 برنامج تنمية البنى التحتية التقنية والعلمية:

لقد أولى برنامج التنمية الخماسي 2010-2014، للحكومة الجزائرية (مجلس الوزراء، 2010) أهمية لتطوير البنى التحتية والتعليمية لتكنولوجية الإعلام الآلي واقتصاد المعرفة والإنترنت؛ حيث خصص البرنامج مبلغ 250 مليار دج لتطوير اقتصاد المعرفة من خلال دعم البحث العلمي وتعميم التعليم واستعمال وسيلة الاعلام الآلي داخل المنظومة الوطنية للتعليم كلها وفي المرافق العمومية، ووضع الحكامة الالكترونية وكذا توسيعها، وستسمح الحكامة الالكترونية بتطوير الخدمات العمومية وعصرنة الإدارات والمؤسسات وتحسين التسيير الداخلي والعلاقات مع المواطن، مما سيساهم في تيسير الإجراءات والترتيبات وتبسيطها وتحويلها "النوعي" للإطارات التقنية من خلال استعمال أجهزة وأنظمة تكنولوجية حديثة.

كما خصص ذات البرنامج غلafa ماليا قيمته 50 مليار دج للتجهيزات الموجهة لتعميم تعليم الإعلام الآلي ضمن منظومة التربية الوطنية والتعليم والتكوين، وفي هذا الصدد تم التوقيع على عدة اتفاقيات بين قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال وقطاعات التربية والشباب والرياضة والتضامن الوطني والتعليم والتكوين المهنيين، كما تم التوقيع على اتفاقية إطار بين وزارتي البريد وتكنولوجيات الإعلام

والاتصال والتضامن الوطني والأسرة والجالية الجزائرية بالخارج، بهدف تعميم استعمال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال عبر المؤسسات التي تتكفل بالأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

كما تم التوقيع على اتفاقية أخرى بين وزارتي البريد وتكنولوجيايات الإعلام والاتصال والتكوين والتعليم المهنيين ترمي إلى دعم التطوير في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال لصالح مختلف فئات المجتمع، وسيخص هذا التكوين الذي يؤطره مختصون في الإعلام الآلي والاتصال الموظفين والطلبة والبطالين والنساء في الوسط الريفي وتلك الماكثات في البيت.

2.1.2 استراتيجية الجزائر الإلكترونية:

لقد حقق الهاتف النقال والثابت تطورا بعد سنة 2004، فظهرت الحاجة لصياغة إستراتيجية الجزائر الإلكترونية لآفاق 2013 (e-COMMISSION, 2008)، والتي تهدف إلى جعل المجتمع المعلوماتي والاقتصاد الرقمي في الجزائر أداة فاعلة في النمو الاقتصادي وتعزيز أداء الاقتصاد الوطني والشركات والإدارة وتحسين قدرات التعليم والابتكار وتحسين الحياة اليومية للمواطن (هدى، 2009).

وتلخصت إستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013 في 13 محورًا رئيسيًا، تتضمن تحقيق أهداف إستراتيجية على مدى 5 سنوات (2009-2013)، وقد عنيت هذه الاستراتيجية بتطوير البنى التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية؛ حيث يهدف المحور الثاني إلى تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات لدعم المنافسة والاستفادة من الفرص التي يوفرها السوق الواسع والديناميكي، وتطوير عرض الخدمة عبر الإنترنت (الخدمات المصرفية الإلكترونية، والاستثمار الإلكتروني، والوكيل الإلكتروني، والأعمال الإلكترونية، وسجل التجارة الإلكترونية، والتجارة الإلكترونية)، ويؤدي هذا إلى تحقيق الأهداف التالية: دعم اعتماد الشركات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تطوير التطبيقات لتحسين أداء الأعمال، وتطوير الخدمة عبر الإنترنت للشركات.

3.1.2 أبعاد الإدارة الاستراتيجية الداعم للتجارة الإلكترونية:

قامت الحكومة الجزائرية بتكثيف الجهود لتشخيص الوضعية في مجال استخدام تكنولوجيايات المعلوماتية وشبكات الاتصال البينية بإشراف وزارة البريد والاتصال بدايات الألفية الحالية وذلك بتعيين خلية تفكير وتوجيه (ممثلين للوزارات والمصالح الحكومية وبعض الخبراء) لإعداد تقرير للحكومة، وقد كلل ذلك بإنجاز شبكة بينية للمصالح الحكومية والوزارات سنة 2004، كما قامت الوزارة الوصية على المعلوماتية بتنصيب بعض الهيئات والمؤسسات الإدارية لتفعيل توصيات الحكومة في مجال المعلوماتية والحكومة الإلكترونية.

وقد تم إنشاء الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية (NATP, 2020) التي تهدف إلى تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر، وتعزيز الجودة التقنية للموارد البشرية بالتنسيق بين التكوين الأكاديمي والعملي، تكثيف نسيج الفاعلين في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتوفير خدمات هندسية للدراسة والتصميم والتطوير، في 10 أوت 2018 وقع بريد الجزائر والوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية على بروتوكول اتفاق لتطوير الدفع الإلكتروني (وكالة الأنباء الجزائرية، 2018).

كما تم إنشاء مؤسسة دعم تطوير الرقمنة، والتي تسعى لأن تكون عاملاً محفزاً لنظم تكنولوجيايات الإعلام والاتصال والرقمنة في الجزائر، بهدف توحيد الموارد البشرية والبنى التحتية والمنصات المعلوماتية للإدارات والهيئات العمومية، بغرض توفير خدمات عمومية ذات جودة للمواطنين (EADN, 2020)، وقبل ذلك، تم إنشاء مركز تطوير التكنولوجيا المتقدمة، وسلطة الضبط للبريد والاتصالات، تم مركز الدراسات والبحث في الاتصالات السلكية واللاسلكية وتكنولوجيايات الإعلام والاتصال.

كما عملت الجزائر على تطوير البنى التحتية والمعرفية في مجال تكنولوجيا المعلوماتية من خلال برامج الشراكة مع الدول المتطورة في مجال المعلوماتية والمؤسسات العالمية الرائدة في أنظمة الإعلام الآلي والشبكات، مثل برنامج التعاون الجزائري الكوري Korea Internet Volunteers الذي يهدف إلى تكوين جزائريين في مجال تكنولوجيايات الاتصال الحديثة، ومشروع جامعة ابن سينا الافتراضية الدولية الذي تشارك فيه 15 دولة منها الجزائر، بالإضافة إلى اتفاقية ORACLE مع سوناطراك والبريد والمواصلات، المتعلقة بتنظيم برامج التكوين في مجال التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال مع المدرسة الوطنية للبريد والمواصلات بالجزائر، وكذا الاتفاق مع مؤسسة سوناطراك لتقديم خدمات تكوينية معتمدة في مجال أنظمة المعلومات والتطبيقات والبرمجيات، وقواعد المعطيات، وكذلك مشروع Contrat School مع مايكروسوفت للتنسيق بين وزارة التكوين المهني وشركة مايكروسوفت من أجل تكوين مكونين وتطوير البرامج والتطبيقات والترخيص بتوزيع البرامج الأصلية، ومشروع Cisco System لتكوين مختصين معتمدين في مجال الشبكات وإدارتها، ناهيك عن برنامج Meda II المتعلق بالمساعدة المالية والتقنية في مجال تكنولوجيا الاتصالات مقدمة من طرف الاتحاد الأوروبي لدول جنوب البحر الأبيض المتوسط.

كما كانت للجزائر علاقة ببعض المراكز للتمويل والمساعدة الفنية، كالمركز الجنوبي للاستثمار والتجارة وتبادل البيانات التكنولوجية SITTDEC وصندوق التضامن الرقمي FSN الذي أنشئ في 15 مارس 2005 بجنيف، وقد اعترف به ودعم من طرف المجتمع الدولي في قمة تونس 2005.

2.2 إستراتيجية الجزائر للتجارة الإلكترونية:

عند ظهور الإنترنت في التسعينيات، كانت الجزائر مشغلة في معالجة المشاكل الأمنية والاقتصادية، كما أن تراجع وتخلف التكوين الجامعي والمهني المتخصص وقلة الاستثمار في مجال المعلوماتية، ناهيك عن ضعف الاشتراك بالهاتف الثابت، مما أدى إلى تريب الجزائر في المراتب المتأخرة بالنسبة للتجارة الإلكترونية.

1.2.2 مقومات البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

تظهر البيانات الإحصائية المتعلقة بترتيب الدول في مجال المعلوماتية والحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية تأخر الجزائر في تبني تكنولوجيا المعلومات، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول 1: جدول مقارن لمقومات البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

الدول	الجزائر	المغرب	تونس	السعودية	الإمارات
ترتيب مؤشر الحكومة الإلكترونية 2018 (193 دولة)	130	110	80	52	21
ترتيب مؤشر التجارة الإلكترونية 2018 (152)	111	81	79	52	33
عدد خوادم الإنترنت المؤمنة حسب المعايير 2018	40	52	52	47	65
نسبة استخدام الإنترنت 2019	49.04	64.80	64.19	93.31	98.45
ترتيب سرعة الإنترنت النقال جوان 2020 (138)	132	52	70	10	2
ترتيب سرعة الإنترنت الثابت جوان 2020 (174)	172	125	159	47	23
استخدام الجيل الخامس G5 (إلى غاية جوان 2020)	لا	لا	لا	نعم	نعم

المصدر: (UNCTAD, 2019), (United Nations, 2018), (ITU, 2000-2019), (Munoz & Bolívar, 2018), (global-index, 2020).

تبين بيانات الجدول مستوى مقومات التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث كانت الأضعف سواء بالمقارنة مع جيراننا تونس والمغرب، وحتى بالنسبة لدول المشرق العربي على غرار المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، وذلك رغم الجهود الحثيثة التي تمت خلال 20 سنة الأخيرة، حيث كانت نسبة استخدام الإنترنت 13.47 بالمائة سنة 2009، وقد أصبحت 49.04 بالمائة سنة 2019م

2.2.2 البنية التحتية لشبكة الإنترنت والاتصالات في الجزائر:

قبل عام 2000، كان وضع الاتصالات الهاتفية سيئاً، خاصة بالنسبة للإنترنت الذي يتطلب اشتراكاً في الخط الثابت، ففي عام 2000 بلغ عدد المشتركين في الهاتف الثابت 1.7 مليون، لكن بعد عام 2002، شهدت الجزائر تطوراً كبيراً، خاصة في الهاتف الخليوي، وذلك بعدما حصلت الجزائر على مساعدة فنية ومالية، تمثل في قرض بقيمة مليون دولار من البنك العالمي، وقرض بقيمة 120,313

مليون دولار من البنك الأفريقي للتنمية، كما استفادت من المساعدة الفنية في مجال الاتصالات من خلال برنامج MEDA للشراكة مع الاتحاد الأوروبي (ARPT, 2001, p. 29). في سنة 2018، بلغ عدد مشتركى الهاتف الثابت 4.200.919 مشتركًا، و47.154.264 مشتركًا في الهاتف المحمول، وتمثل ADSL والألياف الضوئية 66,60٪ من إجمالي المشتركين، ووصل الإنترنت اللاسلكي الثابت (Wimax و 4G LTE) إلى 33,40٪. في الربع الرابع من عام 2019 بلغ إجمالي المشتركين النشطين في خدمة الإنترنت للهاتف النقال 36.911.428 مشتركًا و24.922.271 مشتركًا في شبكة الجيل الرابع (67.52٪) و11.989.157 مشتركًا في شبكة الجيل الثالث (32.48٪)؛ أما فيما تعلق بسرعة النفاذ لكل من ADSL و Fiber و Wimax، فإن السرعة بين 2 ميغا بايت و 4 ميغا بايت تمثل 90.92٪ من المعدل الإجمالي للمشاركين، أما السرعة بين 4 ميغا بايت و 10 ميغا بايت تمثل 8.95٪، بينما السرعة بين 10 ميغا و 50 ميغا بايت فتمثل 0.12٪، أما السرعة التي تتجاوز 50 ميغا بايت فتمثل أقل من 0.001٪ (APS, 2020). تساهم 5G في تحسين استخدام تقنية المعلومات والاتصال وإعطاء ديناميكية للتجارة الإلكترونية، وحسب اتصالات الجزائر ستبدأ في أوت 2020 بتثبيت هوائيات على أساس تجريبي (ECO, 2020).

3.2.2 المقومات القانونية والتنظيمية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

لقد أوجدت الدول والحكومات والمنظمات الدولية إطارا تشريعيا لنشاط التجارة الإلكترونية من خلال قانوني الأونسيترال النموذجيين المتعلقين بالتجارة الإلكترونية (الأمم المتحدة، 2000)، والتوقيعات الإلكترونية (الأمم المتحدة، 2002)، سنتّ الجزائر قوانين لتنظيم المعاملات الإلكترونية منها قانون للتجارة الإلكترونية (الجمهورية الجزائرية، 2018)، والمحاسبة الآلية (الجمهورية الجزائرية، 2009)، والتوقيع والتصديق الإلكتروني (الجمهورية الجزائرية، 2015)، والجريمة الإلكترونية (الجمهورية الجزائرية، 2009)، لكنها لم توافق على النقود الإلكترونية الخاصة مثل البيتكوين؛ حيث تم حظر العملة الافتراضية رسميًا، وقد نصت المادة 117 من قانون المالية 2018 على أنه "يحظر شراء وبيع واستخدام وحيازة العملة الافتراضية"، وبُرج بغياب الدعم المادي مثل العملات المعدنية أو الأوراق النقدية أو البطاقة المصرفية.

4.2.2 المقومات الاقتصادية والمالية للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

تعتبر المقومات التقنية والتكنولوجية البنية التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية، غير أن تطويرها يتوقف على توفر بيئة اقتصادية إدارية مناسبة لها، أين تستطيع التجارة الإلكترونية أن تنشط بكل فعالية من دون مقوضات تعيق تطورها وتكبح دورها الاقتصادي.

1.4.2.2 الحكومة والإدارة الإلكترونية في الجزائر:

أطلقت الجزائر مبادرات في بداية القرن الحالي من أجل تحسين وتهيئة البنية التحتية في مجال المعلوماتية وإنشاء شبكة إنترنت، وكلل ذلك بإنجاز شبكة داخلية لكل وزارة بالإضافة إلى شبكة بينية بين الوزارات والمصالح الحكومية سنة 2004، وكذا إنشاء مواقع إلكترونية وزارية. بالنسبة للإدارة الإلكترونية تم رقمنة قطاع العدل والداخلية بما في ذلك مصلحة الأحوال المدنية في البلديات، والبطاقة البيومترية الوطنية، وجواز السفر البيومتري، كما تم رقمنة قطاع المالية وإدارة الضرائب حيث يمكن تقديم تصريح ضريبي على النت من خلال موقع "جبايتك jibayatic"، كذلك الشأن بالنسبة لقطاع التجارة والسجل التجاري، في نهاية عام 2017، تم ربط 1541 بلدية بالألياف الضوئية.

2.4.2.2 الأعمال الإلكترونية في الجزائر:

بالنسبة للتجارة الإلكترونية، لقد أنشأت الشركات الكبرى مثل Sonelgaz وAlgerie Post مواقع تجارية تمكن عملائها من دفع الفواتير عبر الإنترنت، كما ظهرت بعض مواقع تجارية وخدمية عبر الإنترنت، مثل الإلكترونيات والخدمات والملابس والمنتجات الفنية، نذكر منها jumia.dz وemploitic.com وGuiddini.dz وeChrily.com وEshop.dz وouedkniss.com. أما فيما يتعلق بأسعار الإنترنت، فبقى مرتفعة، فسعر 1 جيجا للإنترنت الجوال عالي السرعة هو 6.73 دولار أمريكي وهو سعر مرتع بالمقارنة بمصر 1.12 دولار، السودان 1.20 دولار، تونس 3.61 دولار، المغرب 5.28 دولار وموريتانيا 5.94 دولار (Agence Ecofin, 2019). بالنسبة للإنترنت ADSL بسرعة تدفق 8 ميغا، فقد تم تخفيض هذا السعر من 5000 دج إلى 3599 دج في 01 ديسمبر 2019، ليتم تخفيضه اعتبارا من الـ 18 أوت 2020 حيث أصبح سعر تدفق 8 ميغا بـ 2599 دج/الشهر، وهو مرتفع حتى بالنسبة للمغرب الذي سعره في حدود 2076 دج (149 درهم)، تونس 853.91 دج (18.163 دينار تونسي)، ومصر بسعر 1696.94 دج (210 جنيه لتدفق بسرعة 30 ميغا لسعة تحميل 250 جيجا).

أما فيما يتعلق بالضرائب على التجارة الإلكترونية والنشاطات المتعلقة بها، فأخذت الجزائر بعدة مناهج للمعاملة الضريبية للتجارة الإلكترونية، حيث أعفت من الضرائب النشاطات والخدمات المتعلقة بالإنترنت وصناعة المحتوى (الجمهورية الجزائرية: المادة 32، 2010)، والمصارف والأناوى المتصلة بخدمات النفاذ الثابت لشبكة الإنترنت، وكذا التكاليف المتعلقة بتأجير الشريط المار الموجهة حصريا لتوفير خدمة الإنترنت الثابت (الجمهورية الجزائرية: المادة 31، 2014)، كما تم إعفاء الأوراق التجارية التي تعالجها

البنوك والمؤسسات المالية من رسم الطابع الحجم وذلك عندما تتم في شكل إلكتروني (المديرية العامة للضرائب، 2020)، كما أعفت المادة 04 من قانون التجارة الإلكترونية شهادة الجنسية وشهادة السوابق العدلية المسلمة إلكترونياً من الرسم القضائي للتسجيل (الجمهورية الجزائرية، 2018).

فيما يخض المعاملة الضريبية المتميزة فقد نصت المادة 04 من قانون التجارة الإلكترونية أنه يمكن أن تكون الاستثمارات الداعمة لانشطة التجارة الإلكترونية موضوع تدابير تحفيزية، كما تم فرض في المادة 31 من قانون المالية 2018 معدل 30% الرسم الداخلي على الاستهلاك على منتجات إعلام آلي.

وقد أخضعت بعض العمليات للضريبة مثلها مثل النشاطات التقليدية، حيث نصت المادة 03 من قانون التجارة الإلكترونية على أنها تمارس في إطار القانون، حيث تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم المطبقة، إذ تفرض الضريبة الجزافية الوحيدة بمعدل 5% من مبلغ الفاتورة، على الأشخاص الطبيعيين الذين ينشطون في توزيع السلع والخدمات عبر منصات رقمية أو باللجوء إلى البيع المباشر على الشبكة (الجمهورية الجزائرية: المادة 10، 2019)، كما تم اخضاع عمليات البيع المنجز إلكترونياً للرسم على رقم الأعمال (الجمهورية الجزائرية: المادة 39، 2020)، كما نصت المادة 41 من قانون المالية 2020 على تحديد المعدل المخفض للرسم على القيمة المضافة بـ 9% على عمليات البيع المنجز إلكترونياً، ونصت المادة 42 من نفس القانون على انشاء رسم على القيمة المضافة بمعدل 0% يطبق على عمليات شراء المواد والسلع والخدمات المستفيدة من الشراء بالإعفاء أو الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة المحققة من طرف الشركات التابعة لمديرية كبريات المؤسسات.

3.4.2.2 الدفع الإلكتروني والنقود الإلكترونية في الجزائر:

كما ذكرنا سابقاً، تم حظر العملة الافتراضية "البتكوين رسمياً، لكن السلطات الجزائرية طورت بطاقة ما بين البنوك (CIB)، وهي أداة دفع وسحب بين البنوك المحلية مقبولة لدى التجار المنتسبين إلى شبكة الدفع الإلكترونية بين البنوك وفي جميع أجهزة الصراف الآلي المثبتة في التراب الوطني، تدار من قبل SATIM، ونجد اليوم أكثر من 1350 جهاز صراف آلي و24850 محطة دفع إلكترونية TPE منتشرة ومتصلة، إضافة إلى 34 موقعاً تجارياً على الويب تعمل وفق هذه المنصة (SATIM, 2020)، وقد ارتفع عدد المواقع الجزائرية التي تقدم خدمة الدفع عبر الإنترنت إلى 45 موقعاً بسبب اقدام المواطنين على التجارة الإلكترونية خلال فترة الحجر الناجم عن جائحة كورونا (Djemili, 2020).

بعد إصدار قانون المالية 2018، تم إلزام التجار بضرورة الحصول على محطة الدفع بهدف تعميم الدفع الإلكتروني، ثم عدّل النص بموجب المادة 111 من قانون المالية 2020 التي تنص على أنه "يجب

على أي وكيل اقتصادي إتاحة أدوات الدفع الإلكترونية للمستهلكين، لتمكينهم بناءً على طلبهم دفع مبلغ المشتريات من خلال مصرفه أو حساب بريدي موطن حسب الأصول في بنك معتمد أو بريد الجزائر! وقد بلغ عدد محطات الدفع التي تم تشغيلها في نهاية ديسمبر 2019، 23762 محطة (Schahrazed, 2020)، أما بالنسبة للدفع بواسطة الهاتف المحمول (M-payment)، تم اطلاق هذه الخدمة يوم 22 أوت 2020، من خلال تطبيق BARID PAY لبريد الجزائر، كما سجلت الجزائر ارتفاع في قيمة الدفع الإلكتروني، حيث قارب 2 مليون عملية خلال السداسي الأول من سنة 2020، بينما لم يتعد 409313 عملية خلال نفس الفترة من سنة 2019م (Maram, 2020)، من المفيد تحديد أن مدفوعات الهاتف المحمول تتم من هاتف محمول ويتم خصمها من البطاقة البنكية (CIB)؛ هذا الحل الجديد بالدفع عن طريق مسح رمز شريطي ذكي (QR) من السجل النقدي للتاجر وعبر تطبيق محدد مصمم لهذا الغرض (Schahrazed, 2020).

3. تحليل SWOT لإستراتيجية التجارة الإلكترونية في الجزائر:

من خلال دراسة الأدبيات المتعلقة بتحليل SWOT، لا يمكن الجزم بوجود تاريخ واضح لهذا الموضوع، أي أنه لا يحتوي على نظرية معرفة موثقة لهذا التحليل، ومن هو حقا صاحب هذا التحليل، وقد اختلفت الآراء، أو بمعنى آخر تضاربت حول أصلها التاريخي (Friesner, 2011)؛ والشائع أنه نتيجة البحوث التي أشرف عليها السيد Albert S. Humphrey أثناء عمله بمعهد ستانفورد للأبحاث (Passenheim, 2010, p. 24)، وقد قدمه على شكل مصفوفة ثنائية، أصبحت تسمى بمصفوفة SWOT، وهي اختصار لأربع كلمات والتي هي Strengths والتي تعني نقاط القوة و Weaknesses والتي تعني نقاط الضعف و Opportunities والتي تعني الفرص و Threats والتي تعني المخاطر؛ إذ يساعد التحليل عن طريق مصفوفة SWOT في تحديد مواطن القوة والضعف بالإضافة إلى تحديد الفرص المتاحة والمخاطر المهددة من أجل إيجاد الخيارات الإستراتيجية المحتملة.

1.3 تحليل SWOT لاستراتيجية الجزائر للتجارة الإلكترونية:

نحاول من خلال هذا إبراز عناصر التحليل والعوامل المحيطة بالتوجه الاستراتيجي الذي انتهجته الجزائر فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

1.1.3 تحليل العناصر الداخلية:

ونقصد بها العناصر التي يمكن التحكم فيها داخليا، وهي عبارة عن أدوات تتحكم فيها الدولة وترتبط بقراراتها سواء كانت عناصر قوة أو ضعف؛ وسنركز على المرحلة ما بين 2000-2014، بسبب

الظروف الأمنية والاقتصادية قبل وبعد هذه الفترة، حيث تعتبر مرحلة التسعينات مرحلة حرجة بسبب الظروف الأمنية والاقتصادية للبلاد، أما مرحلة ما بعد 2014 فقد أثر انخفاض سعر البترول وظروف السلطة السياسية العليا عائقا للقرارات الاستراتيجية للدولة.

1.1.1.3 عناصر القوة:

- **جيل المعلوماتية والإنترنت:** عرفت الجزائر تطور ديموغرافي كبير، حيث قدر عدد سكانها سنة 2014 حوالي 40 مليون نسمة إي بزيادة متوسطة سنويا أكثر من 600 ألف نسمة في السنة ما بين سنة 1995 وسنة 2014م وهي المرحلة التي شهدت استخدام الإنترنت على نطاق واسع من طرف المجتمع، حيث قدر عدد الولادات سنة 2014 بأكثر من 1 مليون نسمة، حيث يمكن تقدير جيل المعلوماتية والإنترنت 1980-2020 (جيل الألفية الذين ولدوا بعد 1980 وجيل الإنترنت الذين ولدوا بعد 1994) بأكثر من 24 مليون نسمة، فجيل المعلوماتية والإنترنت يعتبر من بين الأكبر بالمقارنة ببعض الدول والتي عدد سكانها كان أكبر من عدد سكان الجزائر سنة 1980م (Roser, 2019).

- **النهم المعلوماتي:** ما يميز المجتمع الجزائري هو حب التطلع والتعلم واستخدام تكنولوجيا المعلوماتية، ويبرر ذلك عدد المشتركين في الهاتف المحمول والمواقع الاجتماعية، حيث قدر عدد المشتركين في الهاتف المحمول بحوالي 45.5 مليون مشترك منها 36.5 مليون مشترك في الجيل الثالث والرابع خلال الثلاثي الثالث من سنة 2019م (Algerie Eco, 2020)، علما أن الجيل الثالث والرابع يفتح المجال لاستخدام الشبكات الاجتماعية، والشبكات المفضلة لمستخدمي الإنترنت الذين يتصلون من الجزائر هي فيس بوك بمتوسط 59.34٪ ويوتيوب 34.59٪ وبنترست 3.36٪ وتويتير 1.94٪، وانستغرام بنسبة 0.59٪ (LYES, 2020).

- **القدرة المالية:** بعد سنوات التسعينات، بدأت أسعار البترول تتحسن شيئا فشيئا غير أن الأزمات الاجتماعية والكوارث الطبيعية أثرت بعض الشيء على استراتيجية الدول اتجاه المعلوماتية، أهمها فيضانات باب الواد 2001، زلزال بومرداس 2003، بالإضافة إلى تسديد المديونية، بعد ذلك تحسنت الوضعية المالية بسبب تحسن أسعار البترول، حيث سجلت أسعار البترول أرقاما قياسية بلغت 94.1 دولارًا في المتوسط سنة 2008 و109.45 دولارًا متوسط سنة 2012 (Statista, 2020)، وقد بلغ الناتج الوطني الخام سنة 2014م 20649 مليار دج بعدما كان 2621 مليار دج سنة 1995م، وقد بلغت واردات قطاع تكنولوجيا المعلومات من التجهيزات 2.87 مليار دولار سنة 2014 بينما بلغت 1.53 مليار دولار سنة 2005، ومن الخدمات 2.06 مليار دولار سنة 2014، بعدما كانت 0.16

مليار دولار سنة 2005م، بالإضافة للتدفقات الاستثمارية الأجنبية المباشرة التي بلغ متوسطها سنوات 2005-2014 مبلغ 1,9636 مليار دولار سنوي، أي بمبلغ إجمالي 19,636 مليار دولار.

2.1.1.3 عناصر الضعف:

- **ضعف البنية التحتية:** بلغ عدد مشتركى الهاتف الثابت 1176300 مشترك سنة 1995م، أي مانسبته 4.21% ووصل إلى 3098787 مشترك سنة 2014م، أي مانسبته 7.76%، حيث سجلت الجزائر سنة 2005م نسبة اشتراك في الهاتف الثابت قدرها 7.83% بينما كان متوسط هذه النسبة في الدول العربية (22 دولة) 11.69%، أما بالمقارنة بالعالم فقد بلغت هذه النسبة سنة 2005م 44.96% في أوروبا و33.84% في أمريكا و15.77% في آسيا، بينما لم تتجاوز هذه النسبة 3.09% في إفريقيا، إذ بلغ متوسط هذه النسبة على المستوى العالمي 19.78%.

- **ضعف المستوى التعليمي المتخصص:** خلال عشرية التسعينات عانت الجزائر من هجرة الكفاءات المقبولة عالميا، وتم تعويض العجز بأساتذة مبتدئين، كما عانت المدرسة بأطوارها الثلاث من تعثر الدراسة وضعف المحتوى وعدم تحيينه، وفي بداية الألفية الحالية تخرج طلاب مرحلة التسعينات وأصبحوا مكونين وأساتذة ومعلمين لجميع الأطوار (الجامعي، التربوي، المهني) مما تسبب في ضعف مستوى التكوين لاسيما في مجال تقنية المعلوماتية.

- **الثقافة البيروقراطية للإدارة:** إن ضعف المستوى التعليمي لجزء من إطارات الدولة، وثقافتهم البيروقراطية (تداول 5 رؤساء حكومة ما بين 2003 و2019م، أربعة 04 منهم خريجي المدرسة الوطنية للإدارة)، وقد أثر ضعف المستوى التعليمي سلبا على تطوير الإدارة وتحديثها، بسبب عدم تحكمهم في تكنولوجيا المعلوماتية الناتج عن عدم قدرتهم العلمية عن تعلمها، إذ لم يكن من الممكن وضع برامج للرسكلة والتأهيل، مما صعب الاسراع في تنفيذ برامج الحكومة الإلكترونية.

2.1.3 تحليل العوامل المحيطة:

1.2.1.3 تحليل الفرص:

- **التبني العالمي لمجتمع المعلوماتية:** يساهم هذا التوجه العالمي من تكامل الجهود فيما يتعلق بتطوير البنى التحتية لتكنولوجيا المعلوماتية، لاسيما أن بعض الدول قد اكتسب خبرة عملية بسبب تبنيها للعملية مع بداية ظهور الإنترنت، كما تم توفير مساعدة تقنية أومية في إطار منظمات المجتمع الأومي.

- الانفاق الإشهاري: بلغ الانفاق الإشهاري في وسائل الإعلام الثقيلة 17.18 مليار دج سنة 2013م، بينما كان 7.56 مليار سنة 2006، هذه المبالغ يمكن أن تستفيد منها المؤسسات الراغبة في الإشهار من خلال تبني استراتيجية التسويق الإلكتروني.

- السوق الإفريقية: تعتبر السوق الإفريقية في مجال التجارة الإلكترونية من الأسواق العذراء والتي تتطلب العناية بها لما لها من أثر اقتصادي مستقبلي، وحسب تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية CNUCED، أوصى بالحث على اعداد النظم المعززة للحكومة الإلكترونية لتحسين مناخ الأعمال، وكذا انشاء فريق الخبراء الحكومي الدولي المعني بالتجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، والتعاون لوضع استراتيجية قارية للتحويل الرقمي تيسيرا لتنفيذ منطقة التجارة الحرة القارية الأفريقية (CNUCED, 2020).

2.2.1.3 تحليل التهديدات:

- غلاء الأسعار: اعتبرنا عنصر غلاء الأسعار من التهديدات، وذلك لأن الجزائر مسوق ثانوي وليس منتج لأنظمة المعلوماتية، حيث يقدر الأجر القاعدي الأدنى مبلغ 18000 دج سنة 2014، في حين أن سعر جهاز الكمبيوتر المكتبي العادي يتجاوز 35000 دج، كما أن سعر خدمة الإنترنت عريض النطاق مرتفعا بالمقارنة بجيراننا أو حتى بالدول التي مستوى الدخل لدى الفرد فيها مرتفع بالمقارنة بالجزائر.

- الأمن المعلوماتي: تشكل التهديدات الأمنية أكبر عائق لتطوير التجارة الإلكترونية، ويتمثل هذا التهديد في الفيروسات، والاختراق، سرقة البيانات الشخصية والمالية، تقليد المواقع الإلكترونية، حتى المواقع الإدارية الرسمية تتعرض لهجمات إلكترونية وبالأخص البريد الإلكتروني المهني.

- النقود الإلكترونية: مشكل النقود الإلكترونية وليس الدفع الإلكتروني يؤرق العالم بأسره، ونقص النقود الإلكترونية النقود الرقمية الخاصة التي لا تخضع لرقابة النظام البنكي الرسمي، مثل عملة البيتكوين Bitcoin، التي يجرمها المشرع الجزائري.

2.3 إستراتيجية التجارة الإلكترونية المتبعة من طرف الجزائر:

يرتكز في صياغة الإستراتيجية على تحديد الأهداف، وتعد هذه العملية أحد اصعب وأعقد الأمور بالنسبة للدولة، فلا يمكن التكلم عن الرغبات والأمني الكامنة في نفوس المسرين على أنها أهداف، ويمكن تشخيص القصد من تحديد الهدف في تحديد السبب الذي يدفع بالمنظمة للعمل، كما يقصد من الهدف تحديد الرسالة، ويقصد بها مجموعة من المبادئ المسيرة والقواعد الكبرى والمقاييس التي توجه الأفعال، كما

قد يعبر الهدف عن مجموعة من الغايات التي تسعى الدولة لبلوغها، ويجب أن تكون هذه الغايات قابلة للتحديد والقياس والمقارنة وأن تكون شاملة ومتكاملة وملائمة ويمكن مراقبتها ومراجعتها.

1.2.3 تحليل الأهداف الاجتماعية والاقتصادية:

لقد قامت الجزائر بإجراءات أولية فيما يتعلق بتطوير تكنولوجيا المعلوماتية ومجتمع المعلوماتية منذ أواخر التسعينات، لكنها وبسبب صعوبة الوضعية المالية والأمنية كانت هذه المبادرات تفتقر إلى استراتيجية هادفة معلومة الأبعاد، لكنها وحتى تستجيب لتنفيذ قرارات القمة العالمية لمجتمع المعلومات بخريف سنة 2003 وتونس في 2005 قصد تجسيد استراتيجية عالمية لمجتمع المعلومات، قامت الجزائر بالتحضير لإعداد استراتيجية واضحة المعالم والأهداف، وكل ذلك باستراتيجية الجزائر الإلكترونية 2008-2013. لتحقيق الأهداف الاستراتيجية الكبرى للجزائر فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، تحتاج إلى تحديدها بصفة دقيقة، وتحديد الأهداف التكتيكية والعمليات التنفيذية، ونوضح ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول 2: تشخيص الأهداف الاستراتيجية في استراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013

الأهداف الاستراتيجية	الأهداف التكتيكية	التنفيذ
تحقيق التنمية المستدامة	إحلال نظام إلكتروني متطور شامل تعميم استعمال التكنولوجيات الحديثة	ترقية نظام المعلوماتية في قطاعات الاتصالات، والبنوك، والإدارة العمومية، وقطاعات التربية والتعليم
تحقيق الفعالية الإدارية	تحسين جودة الخدمات الحكومية القضاء على البيروقراطية تحقيق مبدأ العدالة	التنسيق بين مختلف الوزارات والهيئات الرسمية تبسيط وتسهيل الإجراءات الإدارية تقريب الإدارة من المواطن

بالنسبة للموارد المالية المستثمرة في تكنولوجيا المعلوماتية لا يمكن الحكم عليها إلا من خلال المقارنة بما استثمره جيراننا المغرب وتونس في نفس المجال، حيث أثمرت الجزائر سنة 2011 مبلغ 4586 مليون دولار، المغرب 13245 مليون دولار، وتونس 2711 مليون دولار (CNUCED, 2012).

2.2.3 النموذج الاستراتيجي الجزائري للتجارة الإلكترونية

لتحديد النموذج الاستراتيجي نستخدم مصفوفة SWOT لتعيين ذلك وفق الشكل التالي:

الشكل 1 الاستراتيجيات الممكنة من خلال استعمال تحليل SWOT

<p>المخاطر:</p> <ul style="list-style-type: none"> - المخاطر الأمنية - النقود الإلكترونية - ارتفاع الأسعار 	<p>الفرص:</p> <ul style="list-style-type: none"> - التبي العالمي لمجتمع المعلوماتية - جاذبية السوق الوطنية - جاذبية السوق الإفريقية والعالمية 	<p>عوامل محيطة</p> <p>عناصر داخلية</p>
<p>استراتيجية ST: استراتيجية منع التهديد من خلال نقاط قوة</p>	<p>استراتيجية SO: استراتيجية الاستفادة من الفرص المتاحة من خلال نقاط القوة</p>	<p>عناصر القوة:</p> <ul style="list-style-type: none"> - الإرادة السياسية - مستقبل جيل الإنترنت - الشغف الاجتماعي
<p>استراتيجية WT: استراتيجية تقليل الأخطار المرتبطة بنقاط الضعف</p>	<p>استراتيجية WO: استراتيجية الاستفادة من الفرص لتقليل نقاط الضعف</p>	<p>عناصر الضعف:</p> <ul style="list-style-type: none"> - البنية التحتية - المستوى التعليمي - الطغيان البيروقراطي

1.2.2.3 البدائل الاستراتيجية المتاحة:

- استراتيجية SO: استراتيجية التهيئة السريعة للمناخ لتمكين الاستفادة من الفرص الاقتصادية المتاحة.
 - استراتيجية ST: استراتيجية سياسية لدعم وحماية التجارة الإلكترونية، وإنشاء النقود الإلكترونية.
 - استراتيجية WO: استراتيجية تجنب نقاط الضعف من خلال الفرص المتاحة.
 - استراتيجية WT: استراتيجية تقليل الأخطار المرتبطة بنقاط الضعف
- ### 2.2.2.3 النموذج الاستراتيجي الأمثل للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

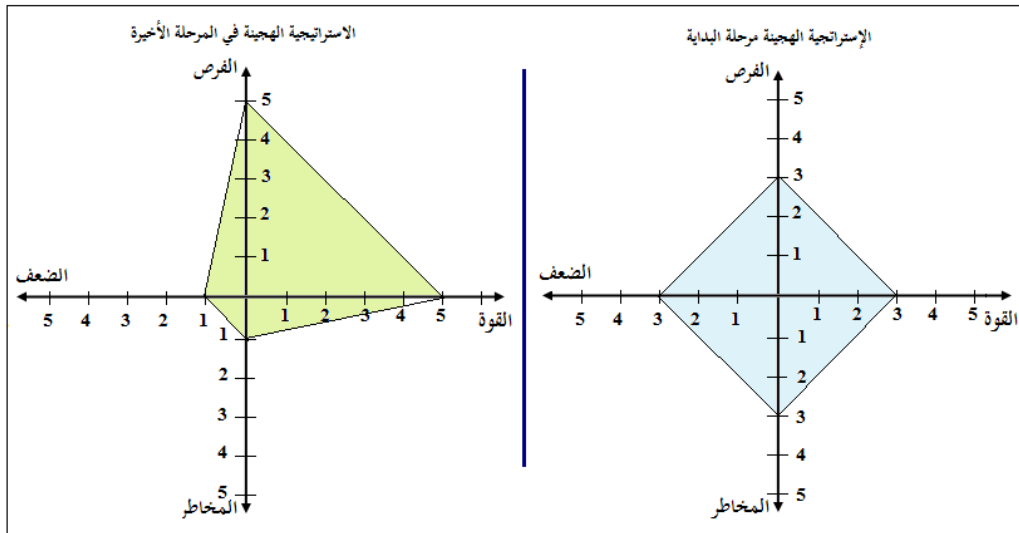
نظرا لكون الوضع الاستراتيجي في الجزائر له من الفرص بقدر ما له من تحديات ومخاطر، كما يمتلك بعض عناصر القوة وله عناصر ضعف تقنية تكنولوجية، لذلك فأقترح استراتيجية هجينة تمكن من الاستفادة من الفرص وتقليل المخاطر بقدر عناصر القوة المتاحة ونقاط الضعف المعرقله، ولهذا سنسمي الاستراتيجية المقترحة بالاستراتيجية الهجينة للتجارة الإلكترونية في الجزائر Hybrid Strategy.

الشكل 2 نموذج الاستراتيجية الهجينة للتجارة الإلكترونية في الجزائر

عوامل محيطية		الفرص		عناصر داخلية
المخاطر				
ST		SO		عناصر القوة
WT		WO		عناصر الضعف
الهجينة		الاستراتيجية		
Hybrid		Strategy		

- عناصر الإستراتيجية الهجينة: على عكس الاستراتيجيات التقليدية أين تكون الرؤية ذات بعد تنائي، فإن الإستراتيجية الهجينة ذات بعد رباعي.

الشكل 3 : الأبعاد البيانية لعناصر الإستراتيجية الهجينة



- أدوات الإستراتيجية الهجينة: من الشكل رقم 03 المحدد لأبعاد عناصر الاستراتيجية الهجينة، والتي تختلف بين المرحلة الابتدائية والمرحلة الأخيرة، تعدل الأهداف الاستراتيجية والتكتيكات المتبعة، ويمكن تحديد أدوات إستراتيجية التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال الخطوات المرحلية التالية:

* **التقليل من المخاطر:** من خلال ضمان حماية وتأمين البيانات الشخصية والخصوصية، وذلك بخلق هيئة مكلفة بالحماية والأمن للمعاملات التجارية، بالإضافة لحث البنك المركزي للبحث عن الحلول المتعلقة بإنشاء النقود الإلكترونية الرقمية، كما هو الحال لعملة Jasper1 للبنك المركزي الكندي،

eKrona للبنك الاسكندنافي السويدي، Ubin للسلطة النقدية لسنغافورة، Sand Dollar للبنك المركزي للبهاماس، e-RMB للبنك المركزي الصيني، بالإضافة للبحوث المتقدمة لبعض الدول مثل إنجلترا.

* **تحسين نقاط الضعف:** إعادة النظر بصفة جدية في برامج التكوين الجامعي لاسيما فيما يتعلق بأنظمة المعلوماتية، وخلق تخصصات دقيقة في مجال المعلوماتية، كالحماية، والتشفير، والتصديق الإلكتروني، بالإضافة إلى البرمجة المتناسقة وغير المتناسقة، وتسيير البيانات الضخمة، وانتزعت الأشياء، والحوسبة السحابية والضبابية، والبرمجة قلاقية الأبعاد للمتاجر الافتراضية.

* **تدعيم عناصر القوة:** المستقبل مبشر من خلال الطاقات البشرية القادمة إن تم الاعتناء بها، خاصة مع توافر الإرادة السياسية للسلطة الحاكمة.

* **اغتنام أكبر للفرص:** الفرصة مواتية لتطوير التجارة الإلكترونية بأبدي جزائرية، فنشاط التجارة الإلكترونية في بدايته، فهناك مواقع للتجارة الإلكترونية ومنصات للدفع الإلكترونية مازالت حديثة ولا يمكن الحكم عليها، لكن مسألة أمن المعلومات مهمة للغاية، فبدونه لا يمكن من تطوير التجارة الإلكترونية.

4. خاتمة:

لقد غيرت شبكة الإنترنت الإطار التقليدي للتجارة فتغيرت الأدوات من التقليدي إلى الإلكتروني، فزادت الاخطار والتهديات والفرص والتطمينات في نفس الوقت، مما يتطلب تكثيف الجهود لاسيما من طرف الدولة لصياغة استراتيجية وطنية كفيلة بضمان تنفيذ التجارة الإلكترونية بكيفية سليمة وآمنة، فمن خلال معالجتنا لتوجه السلطة العمومية وخاصة فيما يتعلق باستراتيجية الجزائر الإلكترونية استخلصنا النتائج التالية:

- ✓ تتمتع التجارة الإلكترونية بفرصة جيدة للنجاح، وستتطور بتطور وسائل الدفع الإلكترونية.
- ✓ دعم سياسي قوي من شأنه تعزيز التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي.
- ✓ استثمارات كبيرة في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لكنها تظل غير كافية.
- ✓ هناك تحسين مستمر لسرعة النفاذ لشبكة الإنترنت ويظل تحسينها من الأولويات.
- ✓ التوجه نحو الاقتصاد الرقمي، ويتجلى ذلك من خلال إنشاء وزارات ذات علاقة بالاقتصاد الرقمي، مثل وزير الرقمنة والإحصاء، والوزير المكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة.
- ✓ ارتفاع أسعار التجهيزات والخدمات والبرامج والتطبيقات المتعلقة باستخدام أنظمة المعلوماتية.

- وعلى أثر ذلك قدمنا توصيات لتمكين المختصين والدارسين من الوقوف على الثغرات الإستراتيجية التي تقوض طموح المسؤولين ورغبة الممارسين في اقامة تجارة إلكترونية منها:
- ✓ تدعيم السياسات الحكومية لإنشاء مراكز للبيانات الضخمة، وبوابات للتجارة الإلكترونية.
 - ✓ تحسين برامج التعليم والتكوين وتطوير المعرفة العلمية والعملية والتدريب المتخصص.
 - ✓ إنشاء الهياكل التقنية لتأمين التجارة الإلكترونية واستكمال النصوص التشريعية والتنظيمية.
 - ✓ دعم الشركات لزيادة الوعي بأنظمة المعلوماتية لاسيما المدججة منها.
 - ✓ تسريع تطوير البنية التحتية لشبكات G5 والألياف الضوئية.
 - ✓ تطوير نقود إلكترونية لتلافي عيوب النقود الخاصة الافتراضية.
 - ✓ تحميل المسؤولية للكفاءات الحقيقية التي لديها تحكم علمي معرفي متخصص.
- نأمل أن يساهم هذا البحث في توضيح الرؤى ويستجيب لتطلعات أصحاب القرار في الجزائر لتحسين وتحسين استراتيجية التجارة الإلكترونية لتحقيق تنمية مجتمع المعلومات وتمكين العقل الجزائري من الابتكار والمساهمة الفاعلة في تجسير الفجوة الرقمية.

5. قائمة المراجع:

المؤلفات:

1. Laura Alcaide Munoz, Manuel Pedro Rodríguez Bolívar. (2018). *International E-Government Development: Policy, Implementation and Best Practice*. Cham, Switzerland :Springer International Publishing.
2. Olaf Passenheim. (2010). *Enterprise Risk Management*. Bookboon.com: Bookboon.
3. الأمم المتحدة. (2000). قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية مع دليل التشريع 1996 مع المادة 5 مكرر الإضافية بصيغتها المعتمدة في عام 1998. نيويورك: منشورات الأمم المتحدة.
4. الأمم المتحدة. (2002). قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية مع دليل الاشترايع 2001. نيويورك: منشورات الأمم المتحدة.
5. ARPT. (2001). *Rapport Annuel 2001 – Alger*.
6. Bank of Canada. (2018). *A Policy Framework for E-Money. A Report on Bank of Canada Research*, Bank of Canada, Ottawa.
7. CNUCED. (2012). *RAPPORT 2012 SUR L'ÉCONOMIE DE L'INFORMATION: L'industrie du logiciel et les pays en développement*. Genève: Nations Unies.
8. CNUCED. (2020). *Activités de la CNUCED en faveur de l'Afrique*. Conseil du commerce et du développement. Genève: Nations Unies.
9. UNCTAD. (2019). *B2C E-Commerce Index 2019. Technical Notes on ICT for Development*, United Nations, Geneva.
10. United Nations. (2018). *E-government Survey 2018, Gearing E-government to support transformation towards sustainable and resilient societies*. Department of Economic and Social Affairs. New York: United Nations.
11. الجمهورية الجزائرية: (2020). القانون رقم 19-04 المتضمن قانون المالية لسنة 2020، المؤرخ في 2019/12/11. الجريدة الرسمية، عدد 81، الصادرة في 2019/12/30.
12. الجمهورية الجزائرية: (2019). القانون رقم 18-18 المتضمن قانون المالية لسنة 2019، المؤرخ في 2018/12/27. الجريدة الرسمية، عدد 79، الصادرة في 2018/12/30.
13. الجمهورية الجزائرية: (2018). القانون رقم 17-11، المتضمن قانون المالية لسنة 2018، المؤرخ في 2017/12/27. الجريدة الرسمية، عدد 76، الصادرة بتاريخ 2017/12/28.
14. الجمهورية الجزائرية. (2018). القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية مؤرخ في 2018/05/10. الجريدة الرسمية، عدد 28، الصادرة في 2018/05/16.
15. الجمهورية الجزائرية. (2015). القانون رقم 15-04 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، المؤرخ في 2015/02/01. الجريدة الرسمية، عدد 06، الصادرة بتاريخ 2015/02/10.

16. الجمهورية الجزائرية: (2014). القانون رقم 13-08 المتضمن قانون المالية لسنة 2014، المؤرخ في 2013/12/30. الجريدة الرسمية، عدد 68، الصادرة بتاريخ 2013/12/31.
17. الجمهورية الجزائرية: (2010). الأمر رقم 10-01، المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2010، المؤرخ في 26 أوت 2010. الجريدة الرسمية، عدد 49 الصادر بتاريخ 29 أوت 2010.
18. الجمهورية الجزائرية. (2009). القانون رقم 09-04، المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، المؤرخ في 2009/08/05. الجريدة الرسمية، عدد 47، الصادرة بتاريخ 2009/08/16.
19. الجمهورية الجزائرية. (2009). المرسوم التنفيذي رقم 09-110، يحدد شروط كفاءات مسك الحاسبة بواسطة الإعلام الآلي، المؤرخ في 2009/04/07. الجريدة الرسمية، عدد 21، الصادرة بتاريخ 2009/04/08.
20. الأمم المتحدة. (2016).
21. <https://news.un.org/ar/story/2016/07/255762> consulté le 12/05/2020
22. المديرية العامة للضرائب. (2020). المادة 213، قانون التسجيل 2020
23. https://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/codes_fiscaux_arabe/Enregistrement-LF-2020-AR.pdf
24. مجلس الوزراء. (2010). بيان اجتماع مجلس الوزراء، برنامج الحكومة الخماسي 2010-2014.
25. <http://algerianembassy-saudi.com/PDF/quint.pdf>
26. ن. هدى. (2009). وضع أسس الحكومة الإلكترونية
27. <https://www.djazairss.com/elmassa/16973>, consulté le 15/07/2020
28. وكالة الأنباء الجزائرية. (2018). بريد الجزائر والوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية بوقعان على بروتوكول اتفاق لتطوير الدفع الإلكتروني.
29. <http://www.aps.dz/ar/sante-science-technologie/59253-2018-08-01-14-05-13>, consulté le 22/08/2020
30. Agence Ecofin. (2019) .Tic & Telecom . <https://www.agenceecofin.com/mobile/0705-65908-classement-des-pays-africains-par-cout-du-gb-en-haut-debit-mobile>, Consulté le 25/08/2020
31. ALGERIE ECO .(2020) . <https://www.algerie-eco.com/2020/07/18/la-5g-experimentee-a-partir-du-mois-daout-a-alger/>, consulté le 25/07/2020
32. ALGERIE ECO .(2020) .Téléphonie mobile : Le nombre d'abonnés en baisse de 0,82% (3e trimestre 2019). <https://www.algerie-eco.com/2020/01/20/telephonie-mobile-le-nombre-dabonnes-en-baisse-de-082-3e-trimestre-2019/>, consulté le 12/08/2020
33. Amine Djemili. (2020) .استفادات من الوضع الجديد الذي فرضه "كورونا" : التجارة الإلكترونية تلقى رواجاً كبيراً لدى الجزائريين. le 20/08/2020 <http://www.eldjazaironline.net/Accueil/> consulté
34. APS. (2020) . <http://www.aps.dz/sante-science-technologie/103845-plus-de-3-5-millions-d-abonnes-a-l-internet-fixe-au-4e-trimestre-de-2019>, consulté le 16/07/2020

35. C. LYES .(2020) .Algérie : voici les chiffres des réseaux sociaux en 2020. <https://www.dzairdaily.com/algerie-chiffres-reseaux-sociaux-2020/>, consulté le 25/07/2020
36. EADN .(2020) .nos-missions. <https://www.eadn.dz/fr/nos-missions/>, consulté le 20/08/2020
37. e-COMMISSION .(2008) .e-Algérie 2013 . <http://www.algerianembassy.ru/pdf/e-algerie2013.pdf>
38. global-index .(2020) . speedtest.net: <https://www.speedtest.net/global-index>, consulté le 27/07/2020.
39. I. Schahrazed .(2020) . Le paiement mobile va débarquer en Algérie avant la fin 2020 . <https://www.dzairdaily.com/paiement-mobile-algerie-electronique-e-commerce-2020/>, consulté le 25/07/2020
40. ITU .(2019–2000) . World Telecommunication / Percentage of Individuals using the Internet (excel).
41. Max Roser .(2019) .future-population-growth . <https://ourworldindata.org/future-population-growth>, Consulté le 02/08/2020
42. NATP .(2020) .A PROPOS . natp.dz: <https://natp.dz/a-propos.php?idm=20&idsm=7>, consulté le 20/08/2020
43. S. Maram.(2020) . Algérie : Le paiement électronique (E-payment) deviendra obligatoire . <https://www.dzairdaily.com/algerie-paiement-electronique-deviendra-obligatoire-dans-commerces/> consulté le 25/08/2020
44. SATIM .(2020) .Qui sommes nous . <https://www.satim.dz/la-satim/qui-sommes-nous.html>, consulté le 22/07/2020
45. Statista .(2020). Prix annuel moyen du pétrole brut de l'OPEP entre 1960 et 2019 . <https://fr.statista.com/statistiques/564926/prix-annuel-du-petrole-de-l-opep-1960/>, consulté le 02/08/2020
46. Tim Friesner .(2011) .History of SWOT Analysis. https://www.researchgate.net/publication/288958760_History_of_swot_analysis, consulté le 30/07/2020.