

الاستراتيجية الكندية لتطوير التجارة الإلكترونية (١٩٩٩-٢٠٠٤)
Canadian strategy for developing e-commerce (1999-2004)

إعداد

زهية عبد الكريم

أستاذ بجامعة قسنطينة - الجزائر

عبد الحميد مهري

Doi: 10.21608/jinfo.2021.166566

قبول النشر: ١٦ / ٣ / ٢٠٢١

استلام البحث: ١٦ / ٢ / ٢٠٢١

المستخلص:

لقد أدركت كندا ما لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية من أهمية على مستوى النمو الاقتصادي، فسارعت لوضع استراتيجيتها للتجارة الإلكترونية لتحافظ على المكاسب التي حققتها وتتجاوز النقائص والمشاكل التي تحول دون تطورها. ولم تكن خجولة في طموحاتها عندما طالبت بالمكانة الأولى عالميا ووضعت أهدافا وخططا للوصول إلى ذلك. ولم يكن العمل سهلا وبدون مصاعب فقد واجهت كندا صعوبات داخلية وخارجية، سنحاول التطرق إليها بشيء من التفصيل في هذا المقال.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية الكندية للتجارة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، الأعمال الإلكترونية، كندا، التشفير، التوقيع الإلكتروني، البنية التحتية للمفتاح العام، حماية المعلومات الشخصية، حماية المستهلكين.

Abstract

Canada has understood the importance of information technology and E-Business for economic development. This country who knew these technologies and was among the most active in innovation wanted to keep and surpass all the world, positioning itself as a world leader. Why he put his e-business strategy that we develop in this article.

Keywords: Canadian Electronic Commerce Strategy, Electronic Commerce, e-Business, Canada, Cryptography, Electronic Signature, Public Key Infrastructure, Personal Information Protection, Consumer Protection

المقدمة

لقد قامت الاستراتيجية الكندية في مجال التجارة الإلكترونية على العمل للوصول بأن تصبح كندا الرائدة في أداء الأعمال الإلكترونية، معترف بها عالمياً. وذلك لرفع مستويات المعيشة لدى السكان من خلال النمو الاقتصادي، خلق الوظائف والوصول للمعلومات، المنتجات والخدمات بشكل أفضل.

ولم تكن كندا في مؤخرة البلدان في مجال تكنولوجيا المعلومات عندما فكرت في وضع استراتيجيتها الطموحة للتفوق على الجميع واحتلال المرتبة الأولى عالمياً. بل كانت في بعض الميادين هي الأولى وحتى أن بعض التكنولوجيات هي من ابتكار عقول كندية كلغة البرمجة جافا Java، البريد الإلكتروني اللاسلكي، لغة XML¹، و ٨٠% من برمجيات الحركة والمؤثرات الخاصة. (Indutrie Canada, Mai 2003, p. 16) لكن بالرغم من ذلك كانت تعاني من بطأ في اقتناص الفرص التي تتيحها الأعمال الإلكترونية وكذلك الصورة الخاطئة التي يرسمها رجال الأعمال والمستثمرين في الخارج حول إمكانيات كندا في هذا المجال.

نقوم في هذا المقال بعرض الاستراتيجية الكندية للتجارة الإلكترونية والسياق الذي جاءت فيه؛ كما نقوم بالتطرق إلى خطة العمل التي وضعتها لإسراع الوصول إلى الأهداف المسطرة؛ والنتائج المتوصل إليها بعد تطبيق هذه الخطة في الفترة الممتدة بين ١٩٩٩-٢٠٠٤.

I. الاستراتيجية الكندية للتجارة الإلكترونية

تم إعداد هذه الاستراتيجية بالتعاون مع حكومات الفدرالية، المقاطعات والأقاليم؛ القطاع الخاص؛ المستهلكين ومجموعات الدفاع عن المصالح العمومية. تتعرض هذه الاستراتيجية إلى التحديات والفرص المتاحة، المسائل ذات الأولوية وإلى مخطط العمل. وتركز على الاعتراف بأن القطاع الخاص يلعب الدور المفتاحي في تطوير وتوسيع التجارة الإلكترونية في كندا. أما فيما يخص الحكومة فمسؤوليتها ضمان تعامل المؤسسات والمستهلكين في محيط ملائم. وفي هذا الصدد، تطرح الاستراتيجية الكندية أربعة تحديات رئيسية وهي: بناء الثقة فيما يخص الأسواق الإلكترونية، توضيح قواعد السوق الرقمي، تعزيز البنى التحتية للمعلومة، وتجسيد الفرص المتاحة. (Gouvernement du Canada, 2004)

ويمكن أن نلمس محاور هذه الاستراتيجية من خلال الجوانب التقنية والقانونية التي تم إحداثها كرد على المتطلبات التي فرضتها بيئة الأعمال في كندا. وتتمثل هذه الجوانب في:

¹ XML: Extensible Markup Language .

١. التشفير

أصدرت الحكومة الكندية، في أكتوبر ١٩٩٨، سياستها الخاصة بالتشفير التي تضع قواعد لاستعمال تكنولوجيا التشفير في كندا والالتزامات الدولية الملزمة بها. تشكل هذه التكنولوجيات الأساس الذي عليه تبنى الثقة في التجارة الإلكترونية لأنها تخزن المعلومة، تحمي الاتصالات وتثبت من أطراف المعاملات. (Gouvernement du Canada, 2004)

٢. التوقيع الإلكتروني

حاولت الاستراتيجية الكندية معالجة نقطة مهمة تتعلق باستعمال التوقيع الإلكتروني والوثائق الإلكترونية كبداية للتوقيعات والوثائق الأصلية وذلك لتمكين إنشاء تطبيقات إلكترونية لجميع المعاملات سواء كانت تلك التي تتم مع الإدارات الحكومية أو مع المؤسسات الاقتصادية. فعلا كان ذلك من خلال قانون سنة ٢٠٠٠ حول حماية المعلومات الشخصية والوثائق الإلكترونية في أجزائه من ٢ إلى ٥. (Gouvernement Canada, 2000)

أما أهم ما جاء في هذه الأجزاء فهو توقع استعمال الوسائل الإلكترونية على النحو المنصوص عليه في الجزء الثاني، في المجالات التي تنص فيه القوانين على استعمال وسيط ورقي لتخزين أو نقل المعلومات أو الصفقات وذلك بأن أجاز المشرع للسلطات المعنية إصدار لوائح حول كيفية تلبية هذه المتطلبات عن طريق وسائل إلكترونية. وذلك بإمكانية استعمال هذه الوسائل لإنشاء، جمع، استلام، وضع في الذاكرة، تحويل، بث، نشر، أو معالجة الوثائق والمعلومات إذا لم يتم تحديد وسيلة بعينها فيما يخص هذه الأفعال عن طريق نص قانوني. يمكن أيضا توفير نسخ إلكترونية للاستمارات القانونية وطرق إيداع إلكترونية لهذه الاستمارات من طرف السلطات المسؤولة أمام تطبيق أحكام قانون فدرالي.

٣. البنية التحتية للمفتاح العام

تستخدم البنية التحتية للمفتاح العام للحكومة الكندية كقاعدة لاستعمال التوقيعات الرقمية والعمل الآمن للتعاملات الإلكترونية الداخلية والخارجية. تشارك بنشاط عدة وزارات وأجهزة حكومية في وضع البنية التحتية للمفتاح العام والتكنولوجيات الخاصة بها. كل وزارة تستعمل هذه التكنولوجيات وتُنشأ سلطات التصديق Certification لضمان حماية ملفاتها واتصالاتها عن طريق الشبكة مثل البريد الإلكتروني، تبادل البيانات، الوصول إلى قواعد البيانات. (Gouvernement Canada, 2004)

تعتمد الحكومة في إعدادها للسياسة الكندية للتشفير على الخطوط التوجيهية لمنظمة التجارة والتنمية الاقتصادية التي تنظم سياسة التشفير فيما يخص حماية المعلومات الحيوية ذات الطبيعة الاقتصادية والمالية والتي هي تحت تصرف القطاع الخاص، تضمن حماية

المعلومات الشخصية وحرية التعبير، وتحفظ الأمن العمومي والأمن الوطني. (OCDE, 2004)

٤. التقييس

في مجال المقاييس الذي يعتبر عنصرا مهما للوصول إلى تناغم الأجهزة والبنى التحتية وحتى الإجراءات، فقد قام، في ١٩٩٩، المجلس الاستشاري الكندي لمقاييس الاتصالات عن بعد^١ (CCCNT) بالمصادقة على إطار التقييس للتجارة الإلكترونية الذي يستخدم كمرجع لأعمال التقييس المستقبلية للحكومة والقطاع الخاص على المستوى الوطني والدولي. (Indutrie Canada, 1999)

٥. حماية المعلومات الشخصية

تعزز مجال حماية الحياة الخاصة بقانون فدرالي، في نهاية ١٩٩٩، وذلك استجابة إلى المتطلبات الدولية فيما يخص نقل المعلومات الشخصية التي حتى الآن لم تكن تحمي إلا المعلومات المجمعة من طرف المنظمات العمومية. عُرف هذا القانون بقانون حماية المعلومات الشخصية والوثائق الإلكترونية^٢ LPRPDE، ويستهدف خاصة القطاع الخاص. استلهم هذا القانون نصوصه من المبادئ التوجيهية لمنظمة التجارة والتنمية الاقتصادية OCDE لعام ١٩٨٠، (OCDE, 1980) من بين ما جاء في هذا القانون: (Gouvernement Canada, 2000)

- تحديد الأغراض من جمع المعلومات (المادة ٢، ٤)،
 - الحصول على موافقة الشخص صاحب المعلومات وذلك عند كل عملية جمع، استعمال، أو نقل المعلومات، إلا إذا كان، القانون يسمح بذلك دون الرجوع إلى الشخص (المادة ٢، ٤).
 - تقييد الجمع للمعلومات المناسبة فقط (المادة ٤، ٤)،
 - تقييد الاستعمال، النقل، والتخزين لهذه المعلومات (المادة ٥، ٤)،
 - السماح للشخص بالوصول إلى معلوماته الشخصية المجمعة (المادة ٩، ٤).
- نجد على مستوى مقاطعة الكيبك أنها كانت السبابة إلى الاهتمام بهذا الجانب فهي أولا تعتمد في حمايتها للحياة الخاصة على ميثاق الحقوق والحريات لعام ١٩٧٥ في مادته الخامسة " الحق في احترام الحياة الخاصة". لكن أهمية هذا الموضوع في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية جعلها تفكر في إصدار قانون يعالج هذه المسألة بكل تفاصيلها. وفعلا

¹ CCCNT: Le Conseil Consultatif Canadien sur les Normes de Télécommunications.

² LPRPDE : Loi sur la Protection des Renseignements Personnels et les Documents Électroniques.

كان ذلك في قانون عرف بقانون "حماية المعلومات الشخصية في القطاع الخاص"، الذي صدر في سنة ١٩٩٤. (Gouvernement Québec, 1994) وهو كذلك يستلهم مواد من المبادئ التوجيهية لمنظمة OCDE حيث يطالب المؤسسات باحترام قواعد معينة في عمليات الجمع، الحفظ، الاستعمال ونقل المعلومات الشخصية.

٦. حماية المستهلكين

في مجال حماية المستهلك، يظهر اهتمام كندا بهذه النقطة من خلال تبني الحكومة في نوفمبر ١٩٩٩ للمبادئ المنظمة لحماية المستهلكين في التجارة الإلكترونية المنبثقة عن لجنة العمل المكونة من ممثلي مختلف قطاعات الصناعة والمستهلكين. وصدر عن هذه اللجنة، في جانفي ٢٠٠٤، ما يعرف بـ "كود الممارسات الكندية لحماية المستهلكين في التجارة الإلكترونية" (Comité des mesures en matière de consommation) (CMC, 2004) الذي تمت المصادقة عليه من طرف وزارات الفدرالية، المقاطعات والأقاليم المسؤولة عن قضايا المستهلك بحيث يشكل إطارا للممارسات التجارية المستحبة عند القيام بنشاطات تجارية على الخط مع المستهلكين. ويمكن عرض هذه المبادئ:

- المبدأ الأول: الأحكام الخاصة بالمعلومات،
- المبدأ الثاني: خاص بلغة التخاطب،
- المبدأ الثالث: خاص بإبرام وتنفيذ العقود،
- المبدأ الرابع: خاص بجملة المعلومات الشخصية على الخط،
- المبدأ الخامس: تأمين التسديد والمعلومات الشخصية،
- المبدأ السادس: معالجة الشكاوى وتسوية النزاعات،
- المبدأ السابع: البريد الإلكتروني غير المرغوب فيه،
- المبدأ الثامن: الاتصال الموجه للأطفال.

هذه أهم النقاط التي جاءت في مبادئ هذا الكود التي تعطي الإطار العام الذي يجب أن تدور حوله ممارسات التاجر الإلكتروني مع المستهلك. على مستوى الكيبك يوجد القانون الكيبكي لحماية المستهلك^٣ المستمد في جوهره من المبادئ الرئيسية لمنظمة OCDE لحماية المستهلك في سياق التجارة الإلكترونية. (OCDE, 2000)

هكذا يمكننا القول أن الاستراتيجية الكندية قامت على عناصر هامة تساعد على تطوير وازدهار التجارة الإلكترونية و ذلك من خلال إحداث أدوات تكنولوجية (التشفير، التوقيع الإلكتروني، البنية التحتية للمفتاح العام، إطار تقييس التجارة الإلكترونية،...) و

³ Office de la protection du consommateur, <http://www.opc.gouv.qc.ca/>

أخرى قانونية (حماية المعلومات الشخصية، حماية المستهلك،...) من أجل الوصول إلى بناء الثقة فيما يخص الأسواق الإلكترونية، تعزيز البنى التحتية للمعلومة وتجسيد الفرص التي يتيحها السوق الإلكتروني، دون إهمال توضيح قواعد السوق الرقمي بمنع الالتباس أثناء القيام بعمليات تجارية على الخط.

ولم تهمل هذه الاستراتيجية قضية التعاون بشكل فعال مع المنظمات الجهوية والدولية للتجارة والجمارك وذلك لتسهيل وتبسيط التجارة والوصول إلى تناغم الإجراءات المنظمة للتجارة عن طريق إعداد أفضل الممارسات للتجارة الدولية وإعداد المعايير للوصول إلى بيئة تجارية متحررة وأمنة. أما عن التحديات التي نهت إليها الاستراتيجية فكانت خاصة بالبريد الإلكتروني غير المرغوب وسرقة الهوية والاحتيال على الخط التي تهدد تطور وانتشار التجارة الإلكترونية حيث تعمل كندا مع الجهات المعنية وبالتعاون مع منظمات دولية على وضع خطة عمل ومقاربات مشتركة للحد من تعاضم هذه المشاكل.

II. السياق الذي جاءت فيه استراتيجية التجارة الإلكترونية لكندا

في أواخر التسعينيات وجدت كندا نفسها في وضع جيد للاستفادة من الفرص التي تتيحها الأعمال الإلكترونية لكنها كانت تعاني من بطأ شديد لاقتناص هذه الفرص. فوقفت في سنة ١٩٩٩ عند اختيارين إما الاستغلال الواسع، ودون مزيد من التأخير، لكل الفرص المتاحة من الأعمال الإلكترونية أو الاكتفاء بنجاحاتها المتواضعة والمخاطرة بالتخلف مقارنة بالبلدان المتقدمة. وفعلا فقد اختارت وبطموح كبير أن تكون الرائدة في الأعمال الإلكترونية معترف بها عالميا. فتعمل بذلك على تعزيز نوعية حياة أفضل للسكان من خلال النمو الاقتصادي، وخلق مناصب العمل والمزيد من سهولة الوصول إلى المعلومات، المنتجات والخدمات.

تميزت كندا منذ البداية بتفوقها في بعض المجالات ففي سنة ١٩٩٨ كانت تسجل مراتب محترمة، فهي صاحبة أكبر نسبة من العائدات العالمية الناتجة عن التجارة الإلكترونية بعد الولايات المتحدة الأمريكية، الأولى من حيث الربط بالإنترنت واستخدامه، من بين المراكز الأولى للبحث والتنمية الخاص بالبنية التحتية للإنترنت، تكاليف الوصول للإنترنت الأدنى على مستوى بلدان منظمة التجارة والتنمية الاقتصادية، وكذا الاستعداد التكنولوجي الكبير للكنديين الذين تبنوا هذه التكنولوجيات بسرعة فائقة. (The Boston

Consulting Group -Canada, 2000, pp. 13-14)

لكن هذا التميز والتفوق غير مضمون على المدى المتوسط وحتى القريب، فهذا البلد يعاني من مشاكل تكبح تطوره المطلوب للمحافظة على مكانته الريادية، فنجد تأخر المؤسسات الكندية في مجال تطبيقات الإنترنت والتجارة الإلكترونية بأنواعها المختلفة ترك المجال للمؤسسات الأمريكية بأن تحتل المزيد من حصص السوق الكندي وأن تزاوم المؤسسات الكندية في عقر دارها. (The Boston Consulting Group -Canada,

16-17, pp. 2000 هذا الواقع وأسباب أخرى أجبرت المستهلك الكندي أن يتوجه إلى المواقع الأمريكية لاقتناء المنتجات والخدمات على الخط، كما أجبر رجال الأعمال والفنيون إلى نقل أعمالهم، أفكارهم، ومهاراتهم نحو أمريكا لأنها سوق أكثر ديناميكية وترحيب. بالإضافة إلى هذا، يسجل عزوف عدد كبير من المستهلكين الكنديين عن التسوق على الخط لأسباب حماية المعلومات الشخصية والأمن.

عدة أسباب كانت وراء هذه الحالة نذكر أهمها والمتمثل خاصة في صغر حجم السوق الكندي، ندرة الأخصائيين في تكنولوجيا المعلومات، التكاليف المرتفعة للاستثمارات في هذا المجال، الشعور الخاطئ بالأمان، عدم الاستعجال لدى المؤسسات الكندية، العراقيل البيروقراطية وثقل الضغط الضريبي. (The Boston Consulting Group -Canada, 2000, pp. 21-22)

أمام هذا الوضع، سطرت كندا خطة من ستة نقاط تهدف إلى الوصول للريادة في أقرب وقت. هذه الخطة سيتم عرضها في العنصر الموالي.

III. خطة العمل

حددت ستة تدابير ذات أولوية، وضعت لها أهدافا وتكتيكات محددة للوصول بسرعة إلى رأس قائمة الدول في مجال تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية. تتمثل هذه التدابير في: (The Boston Consulting Group -Canada, 2000, pp. 36-43)

١. إنشاء صورة العلامة التجارية لكندا في مجال الأعمال الإلكترونية محليا ودوليا.
٢. تسريع التحول للمؤسسات العاملة في كندا عن طريق منح رؤساء المؤسسات الأسباب والأدوات للاستثمار في الأعمال الإلكترونية.
٣. تشجيع إنشاء ونمو المؤسسات التي تقوم بالأعمال الإلكترونية، بمعنى تقديم الدعم لتجمعات الأنترنت الجديدة في كندا، الحرص على أن يكون رأس المال المخاطر متوفر في كل مراحل تطوير المؤسسات في كندا.
٤. توسيع حوض الأخصائيين في الأعمال الإلكترونية في كندا وذلك بالسماح للمؤسسات باجتذاب وإبقاء الموظفين بفضل الاستعمال الجيد للخيارات على الأسهم Options sur actions، وبرامج التدريب والرسكلة السريعة التي تهدف إلى تلبية الاحتياجات المستعجلة من الكفاءات المرتبطة باقتصاد الأنترنت.

٥. جعل من أداء الأعمال الإلكترونية أولوية لكل الإدارات العمومية الكندية وذلك بتحديد المسؤوليات فيما يخص القيادة ووضع أهداف طموحة.

٦. تحسين وضعية الريادة لكندا في مجال صياغة السياسات الدولية لاستعمال الأنترنت وذلك بخلق علامة دولية لحماية المستهلكين ومنبر لتسوية النزاعات من أصل كندي.

IV. نتائج تطبيق خطة العمل ١٩٩٩-٢٠٠٤

خلال الخمس سنوات التي قضتها كندا في محاولاتها تطبيق استراتيجيتها وخطتها لريادة عالم الأعمال الإلكترونية، تمكنت فيها من إحراز نجاحات في مجالات وفشلت في مجالات أخرى. نحاول في هذا العنصر التطرق إلى بعض نتائج الأعمال والمجهودات التي قامت بها كندا وذلك في فترة: ١٩٩٩-٢٠٠٤. (Gouvernement Canada, 2004, pp. 9-21)

١. صورة العلامة العالمية لكندا في مجال الأعمال الإلكترونية

تعتبر كندا من الاقتصاديات الرقمية الأكثر تطوراً في العالم إلا أنها تبقى غير معروفة بالشكل الكافي. ففي دراسة Burson-Marsteller حول نظرة الأمريكيين لكندا. وجدوا أن هذه الأخيرة تصنف في المراتب الأخيرة من حيث الأداء، الابتكار، والحدثة. وهناك دراسة أخرى قامت على آراء ٨٠ رئيس مؤسسة في بريطانيا حول نظرهم لكندا كمكان لإنشاء مؤسسات محتملة فتبين أن ١٥% فقط من يعتقد أن لكندا يد عاملة مؤهلة، و٥٥% منهم أشار إلى أن الظروف الاقتصادية الكندية بإمكانها أن تسوء مستقبلاً. تسببت هذه الصورة والمعتقدات عائقاً لجذب الاستثمارات والمهارات للسوق الكندي. وغالباً ما تبنى هذه المعتقدات من خلال ماضي كندا الذي يصور اقتصادها القائم على الموارد الطبيعية والضرائب العالية. والذي يزيد في تعميق هذه الصورة هو حملات الترويج للتجارة والاستثمار في كندا التي حاولت إظهار العوامل المرتبطة بنوعية الحياة وجمال المناظر الطبيعية والمساحات الشاسعة.

لتغيير هذه المعتقدات نحو كندا حاولت هذه الأخيرة القيام بمجهودات كبيرة تهدف إلى إعادة بناء صورة جديدة لكندا وذلك من خلال إعداد مفاهيم جديدة للترويج للتجارة والاستثمار. وطلبت من الفنصليات والبعثات التجارية تركيز مجهوداتهم للتعريف بكندا كإقتصاد رقمي ديناميكي ومبتكر. وطلبت كذلك من رؤساء المؤسسات الكندية الرائدة في التجارة الإلكترونية المساهمة في توصيل هذه الرسالة وتعزيزها.

٢. علامات الموثوقية

من أجل تحسين ثقة المستهلكين والاستجابة لأنشغالهم فيما يخص الأمن، حماية الحياة الخاصة، الغش وتسوية النزاعات وضع فريق العمل حول التجارة الإلكترونية والمستهلكين "كود أفضل الممارسات في مجال الأنشطة التجارية على الخط" موجه للتجار. قام هذا الفريق بدراسة إمكانية إعداد علامة موثوقية كندية من خلال مؤسسة غير ربحية، تقوم باعتماد وترخيص استعمال هذه العلامة في برامج أختام حماية المستهلك أو في برامج أخرى تستوفي متطلبات الكود. لكنه صرف النظر عن هذا الإجراء بعدما رأَت اللجنة أنه من الأفضل اللجوء لوسائل أخرى تعطي نفس الأهداف في إشارة إلى سوق أمريكا الشمالية الذي يعج بمثل هذه العلامات والطابع العالمي للتجارة الإلكترونية.

٣. ربط المستهلكين

يعتبر الكنديون، حسب Ipsos-Insight، أكبر المستعملين للإنترنت في العالم. حيث بلغت نسبة ارتباطهم بالإنترنت أكثر من ٧١% سنة ٢٠٠٣ مقابل ٧٠% لكوريا الجنوبية، ٦٨% لأمريكا و٦٥% لليابان. أنتج هذا غنا كبيرا في المحتوى لكنه لم يترجم إلى عدد كبير من المشترين على الخط. إذ يستعمل أغلب الكنديين الإنترنت لأغراض الحصول على المعلومات والخدمات: إرسال واستقبال الرسائل الإلكترونية، البحث عن المعلومات الخاصة بالصحة، القيام بالمعاملات البنكية وتنظيم الاسفار.

زاد إنفاق الكنديين على الخط، لكن التزايد يبقى بطيئا حيث واصل الكنديون تردهم للقيام بالمشتريات على الخط. بلغة الأرقام، أنفق الكنديون أكثر بقليل من ٢,٤ مليار دولار على الخط سنة ٢٠٠٢، أي بارتفاع ٣٥% مقارنة بالمبلغ ١,٨ مليار دولار أنفقت سنة ٢٠٠٠. لكن مبلغ ٢,٤ مليار دولار لا يمثل إلا جزء صغيرا من ٦٥٦ مليار التي تم إنفاقها في ٢٠٠٢. ويرجع تحفظ الكنديين على التسوق عبر الإنترنت إلى مخاوفهم الخاصة بتأمين تسديدات مشترياتهم من السلع والخدمات. في هذا الصدد، تشير مؤسسة إحصاء كندا أن ثلاثة أرباع الأسر الكندية الذين قاموا بالتسديد على الخط سنة ٢٠٠٢، يؤكدون أنهم منشغلين أو منشغلين جدا بالمعاملات المالية التي قاموا بها عبر الإنترنت.

٤. ربط المؤسسات

وصل الارتباط بالإنترنت للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الكندية إلى مستويات مشجعة، حتى وإن وجد فارق بين نسبة المؤسسات الكبيرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. تشير الدراسة التي قامت بها مؤسسة إحصاء كندا حول التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا لسنة ٢٠٠٣، أن ثلاثة أرباع المؤسسات الكندية كان لها ارتباط بالإنترنت في ٢٠٠٣، أي بزيادة تصل ١٥% منذ سنة ٢٠٠٠. ويشير تقرير المبادرة الكندية من أجل التجارة الإلكترونية وانطلاقا من مصدر آخر لم يتم ذكره، أن سنة ٢٠٠٣ سجلت نسبة ٨٢% من المؤسسات التي تستعمل الإنترنت والبريد الإلكتروني. ويسجل ارتفاع في استعمال التكنولوجيات القاعدية خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة. ففي سنة ٢٠٠٠، وصلت نسبة المؤسسات الصغيرة التي تستعمل البريد الإلكتروني ٥٦% والتي لها ارتباط بالإنترنت ٥٩%، وارتفعت هذه النسب سنة ٢٠٠٣ إلى ٧٤% و٧٨% على التوالي.

فيما يخص نوعية الوصول للإنترنت، الممهد لتطوير تطبيقات جديدة مبتكرة وأكثر تعقيدا، نجد أنه يختلف حسب حجم المؤسسة. فالمؤسسات الكبيرة تتجه نحو استعمال الربط عالي السرعة، بينما يواصل عدد كبير من المؤسسات الصغيرة استعمال الوصول ضعيف السرعة (الوصول التبادلي *accès commuté*). في ٢٠٠٣، وصل استعمال الوصول عالي التدفق نسبة ٩٥% بالنسبة للمؤسسات الكبيرة مقابل ٥٦% للمؤسسات الصغيرة.

يبقى الوصول للإنترنت يشكل عائقاً، فبالرغم من أن كندا صنفت عام ٢٠٠٣ من بين العشر الأوائل على مستوى الربط بالإنترنت، إلا أن ٤١% من المؤسسات التي مستها الدراسة أشارت إلى أن نقص الوفرة حال دون وصولهم إلى الإنترنت عالي التدفق.

٥. الممارسات المتعلقة بالأمن وحماية المعلومات الشخصية

الممارسات المتعلقة بالأمن وحماية المعلومات الشخصية هي مكون أساسي لكل استراتيجية ناجحة لاعتماد الأعمال الإلكترونية سواء على المستوى الوطني أو على مستوى المؤسسة. في تحقيق قامت به Ipsos-Reid سنة ٢٠٠٣، بين أن حوالي ثلث المستعملين الكنديين للإنترنت هم منشغلون أكثر بالأمن على الإنترنت من السنة الفارطة، وأن ٣٥% من بينهم تعرض للمساس بحياته الخاصة على الخط.

يمثل ١ جانفي ٢٠٠٤، تاريخ دخول قانون حماية المعلومات الشخصية والوثائق الإلكترونية حيز التطبيق، ويخص كل مؤسسات البلاد وكل المقاطعات التي لم تعتمد قانون مشابه له. يسهل هذا القانون المعاملات التجارية مع الاتحاد الأوروبي الذي اعتمد تدابير وقوانين فيما يخص حماية المعلومات الشخصية بحيث يمنع إرسال هذه المعلومات للبلدان التي ليست لها تدابير حماية الحياة الشخصية بالشكل الكافي.

نسبة كبيرة من رجال الأعمال تعرف القانون الجديد وتقدم للمستهلكين الحماية التي يطلبونها، لكن مسائل الأمن وحماية المعلومات الشخصية بما فيها القانون الجديد ومتطلباته هي غير مفهومة جيداً من طرف المؤسسات الصغيرة. لمساعدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على فهم واحترام القانون أوصت المبادرة الكندية من أجل التجارة الإلكترونية بأن يقوم المفوض الفدرالي لحماية الحياة الخاصة بمضاعفة مجهودات التحسيس في هذا الميدان. وأوصت كذلك الحكومة الفدرالية بمواصلة المعالجة النشطة لمشاكل الامن.

٦. اعتماد الأعمال الإلكترونية من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

يمثل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (مؤسسات تشغل أقل من ٥٠٠ فرد) ٩٩% من المؤسسات الكندية التي تشارك بشكل معتبر في خلق الشغل والنمو الاقتصادي. في ٢٠٠٣، تجاوزت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مثيلاتها الدولية وذلك بتسجيل معدلات اعتماد حلول أعمال الإنترنت أكبر من مثيلاتها الأوروبية في كل قطاعات النشاط، ومعدلات اعتماد مماثلة للمؤسسات الأمريكية.

تسمح حلول أعمال الإنترنت لهذه المؤسسات من تقليص التكاليف بشكل معتبر، وذلك بعقلنة عملياتها، بتوفير خدمات أحسن وأكثر سرعة والإبقاء على تنافسيتها في الاقتصاد العالمي. الدراسة الكندية حول أثر الإنترنت: تجربة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بين أن المؤسسة بإمكانها أن تزيد في أرباحها الصافية بـ ١٥٠% بفضل تزايد مداخيلها وانخفاض تكاليفها نتيجة لتحويل إجراءات المؤسسة.

اعتماد هذه التكنولوجيات يختلف حسب حجم وقطاع نشاط المؤسسة. نجد أن المؤسسات الصغيرة تهيمن على مستوى الحلول الإلكترونية المركزة على التسويق على الخط، المبيعات، المشتريات وإدارة سلسلة التوريد. بالنسبة للمؤسسات المتوسطة فإنها تستعمل التطبيقات القاعدية، لاسيما البريد الإلكتروني ومواقع الواب، لكنها تواصل تأخرها مقارنة بالمؤسسات الكبيرة والصغيرة على مستوى اعتماد حلول تكنولوجية أكثر تعقيدا. ويمكن تفسير هذه الوضعية في جزء منها إلى مخاطر وتكاليف المرور إلى مرحلة الحلول التكنولوجية المعقدة.

يختلف كذلك اعتماد حلول أعمال الانترنت حسب قطاع النشاط، فنجد أن ٧٥% من مؤسسات قطاع الخدمات المالية يستعمل أو يعتمد شكل من أشكال حلول أعمال الانترنت، مقابل ٦٢% بالنسبة لقطاع الصناعة و ٦٣% لقطاع تجارة التجزئة.

٧. التموين الإلكتروني

الكثير من حلول أعمال الانترنت المتوفرة في السوق هي جد مكلفة، ومعقدة، وتتطلب وقتا طويلا لتنفيذها. لذلك طالبت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأكثر تدخل ومساعدة من المؤسسات الكبيرة التي لديها خبرة داخلية، لكن مستوى التدخل المطلوب هو عال جدا بالمقارنة بالربح المنتظر ولهذا السبب نجد حلول أعمال الانترنت الموجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نوعا ما محدودة. تبحث هذه المؤسسات عن برمجيات مصممة لقطاعات معينة، برمجيات تكون سهلة لوضعها في الخدمة واستعمالها وتتكيف مع التغيرات داخل المؤسسة وخارجها. ولهذا كان من الضروري على موردي الحلول التكنولوجية، الجمعيات الصناعية والمؤسسات الكبرى لكل قطاع التعاون لإعداد حلول قطاعية ومنصات تلائم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. هذا التعاون من شأنه أن يرفع ثقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحلول أعمال الانترنت المقدمة ويقوي مستويات الاعتماد عليها، كما يسمح للمؤسسات بتجنب التكاليف المرتفعة لتطوير حلول مشخصة، العائق الأساسي (التكاليف) أمام اعتماد الأعمال الإلكترونية. لكن غالبا ما تتردد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مشاركة مؤسسات نفس القطاع بسبب التنافس أو عدم قدرتها على تخصيص يد عاملة والوقت الضروري لتطوير أدوات مناسبة لحاجياتهم.

بالإضافة إلى هذا، هناك أزمة ثقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والبائعين أو المستشارين الذين يحاولون بيع برمجيات تجارية. من أجل تجنب نظرة الريبة هذه نحو البائعين تقوم مؤسسة Society of Internet Professionals بإعداد ثلاث برامج للاعتمادات: حماية المعلومات الشخصية، الأمن، والخبرة والاستشارة في التجارة الإلكترونية. تمنح هذه المؤسسة صفة المحترف المعتمد لخبراء في تكنولوجيا المعلومات اجتازوا بنجاح امتحان قاعدي وامتحان إضافي لكل ميدان تخصص.

⁴ www.sipgroup.org

٨. السياق الجبائي والتنظيمي

خلال سنة ٢٠٠٠، أقدمت الحكومة الفدرالية على تغييرات ضريبية متسلسلة الأكثر اتساعاً، لم ترى كندا مثلها منذ عشرينيات. استفادت المؤسسات، رجال الأعمال، والعمال في كندا من التغييرات المحدثة على معالجة الأرباح من رأس المال، على تأجيل الأرباح في حالة إعادة استثمارها، على خيارات شراء الأسهم، على ضرائب الأفراد وضرائب الشركات.

تتطلب التجارة الدولية القائمة على الأعمال الإلكترونية تعاون دولي، وخاصة كندي-أمريكي (تعاملات تجارية تتجاوز ١ مليار دولار يوميا) بغية إعداد التنظيمات التي تسرع التعاملات العابرة للحدود. تعتبر كلفة الأعمال في كندا، حسب دراسة لـ KPMG، هي الأقل ارتفاعاً بين الدول حيث لا تتجاوز ٩%.

أصبحت كندا مع التغييرات الهامة التي أحدثتها على السياسات الجبائية تملك كل الأوراق الراجعة لجذب الاستثمار الدولي. لكنها لا تبذل الجهد الكافي لتوصيل هذه الميزات لشركائها التجاريين الذين يرونها أكثر من خلال نقاط ضعفها: كوسط غير مبتكر، بيروقراطي جداً. كما ينظر إليها مديري الأعمال كبلد مليء بالأوراق الإدارية والتنظيمات والإعانات التي تخلق مشاكل للتجارة.

شكلت القرارات التي تضمنتها الميزانية الفدرالية لسنة ٢٠٠٤ خطوات هامة نحو تحسين السياق التجاري الكندي، من بين هذه الخطوات جعل معدل اقتطاع الإهلاكات المطبق على الحواسيب من ٣٠% إلى ٤٥% والمطبق على عتاد الإرسال عالي التدفق، عتاد الأنترنت وعتاد البنى التحتية لشبكات البيانات من ٢٠% إلى ٣٠%، جاعلة بذلك عتاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المتناول.

لبناء اقتصاد مبتكر عملت الحكومة الفدرالية على تسهيل التجارة وإلغاء العراقيل التنظيمية أمام استعمال التجارة الإلكترونية وذلك بفحص القوانين والتنظيمات وتزويد البلاد بنظام تجاري موحد وإعداد اتفاقات للاعتراف المتبادل مع الشركاء التجاريين للدولة.

٩. رأس المال المخاطر

لتمكين كندا من اقتصاد رقمي قوي، يجب تسهيل وصول المؤسسات التي تعمل في البحث والتنمية والاستعمال المبتكر للتكنولوجيا للرأس المال المخاطر. في سنة ٢٠٠٣، انخفض رأس المال المخاطر إلى ٢٣٨ مليون دولار في كندا مواصلاً التوجه نحو الانخفاض الذي بدأ خلال السنوات الأخيرة. هذه السنة وللمرة الأولى تحصلت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على غالبية الاستثمارات متجاوزة علوم الحياة.

عملت كندا على مواصلة تحسين السياق التنظيمي لتشجيع الهيئات الكبيرة والمستثمرين المؤسساتيين للاستثمار، خاصة مساهمة قطاع أنظمة التقاعد في رأس المال المخاطر الذي يعاني من العراقيل الهيكلية المرتبطة بالنظام الجبائي الذي يثنيها على فعل

ذلك. هناك عراقيل مشابهة كانت تمنع المستثمرين غير الكنديين، لاسيما، صناديق الأموال الكبيرة للهيئات الأمريكية بالاستثمار في صناديق رأس المال المخاطر الكندي.

١٠. المحترفين الحاصلين على الكفاءات التقنية المناسبة

تعتبر اليد العاملة الكندية جد متعلمة، لكن عدد كبير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واجه مشاكل على مستوى إيجاد وتوظيف ومكافأة الخبراء في تكنولوجيا المعلومات التي هي بحاجة إليها. أكثر من ٢٠% من مليون مؤسسة صغيرة ومتوسطة كندية أكدت على أنها لا تستطيع إيجاد أشخاص أكفاء في حلول أعمال الأنترنت. وصل قسم التجارة للولايات المتحدة إلى أن اعتماد تكنولوجيا المعلومات يجب أن يصاحبه تكوين للعمال وتعديل في أساليب العمل وذلك في أماكن العمل نفسها للوصول إلى أرباح في الإنتاجية.

عانت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من ضيق الوقت وقلة المال المطلوب لتكوين العمال في أماكن العمل، لذلك كان يُطلب من هيئات التكوين للقطاع الخاص ومؤسسات ما بعد الثانوي تقديم تكوين لهؤلاء العمال. كما طلب من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الالتزام مسبقا برسكلة أفرادها حسب حاجاتها. بالرغم من أنها تتحاشى ذلك للتكاليف التي تتولد عنها، لكنها في المقابل تستطيع الحصول على فوائد معتبرة على مستوى الإنتاجية. تعتبر الرسكلة جزء من الاستثمار التجاري للمؤسسات الموظفة التي عليها دمجها ضمن نشاطاتها اليومية.

تستطيع مؤسسات ما بعد الثانوي التي تقدم برامج إتقان تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية أن تنظم دورات تكوينية بشكل مرن بحيث تستجيب لحاجات وتوقيت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعمالها. بالنسبة للجامعات والمعاهد، عليهم بتكوين أصحاب شهادات يكون بمقدورهم إدماج تكنولوجيا المعلومات في برامجهم مهما كان مجال الدراسة.

الخاتمة

قامت كندا بمجهودات معتبرة لتنفيذ خطة العمل المسطرة في إطار الاستراتيجية الكندية للتجارة الإلكترونية. حيث سجلت الكثير من النجاحات بدأت بتقويم مسارات كان التغيير فيها سهلا وبيد الحكومة، كالتغييرات الكبيرة التي أحدثتها على سياساتها الضريبية لتجاري مثلتها الأمريكية. وسجلت زيادات في ارتباط السكان والمؤسسات بالأنترنت وارتفاعا للاستثمارات من رأس المال المخاطر. لكن هناك أمور يصعب التغيير فيها بجرة قلم والمتمثلة في المعتقدات والسلوكيات والممارسات فهي تتطلب إدارة التغيير والأهم من ذلك تتطلب الوقت الكافي لتغييرها. فمثلا للحصول على الأخصائيين، بادرت كندا إلى تحسين ظروف هجرة الأدمغة لتسريع الوصول لهذا الهدف، وقامت بتغيير مناهج الدراسة لتكوين الموارد البشرية الضرورية محليا وهذا يتطلب وقتا أطول.

استفادت كندا من قربها من الولايات المتحدة الأمريكية لكنها تضررت بشكل ما من هذا القرب. فقد كان للتعامل الكبير مع أمريكا (أهم الشركاء التجاريين لكندا على المستوى الدولي بـ ٨٠% صادرات و ٧٠% واردات) عاملاً كبيراً في السير على نهج أمريكا في مجال تكنولوجيا المعلومات وذلك إما للمحافظة على تنافسيتها أمام الاقتصاد الأمريكي وإما مجبرة لمواصلة التعامل مع الموردين أو الزبائن الأمريكيين. وقد ساعدها في ذلك العوامل الثقافية خاصة فيما يخص اللغة، الدين والتاريخ؛ الاستثمارات المباشرة الأمريكية في كندا ونوعية التعليم الكندي عالي المستوى الذي لا يختلف في مناهجه وجودته عن المناهج المعتمدة في الولايات المتحدة. أما عن سلبيات هذا التقارب فيتمثل في هجرة الإدماغة والمستثمرين الكنديين إلى أمريكا لأنها توفر لهؤلاء الرواتب المرتفعة والمحيط المناسب للابتكار والنجاح الكبير.

واكبت هذه الفترة ظهور أزمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث شهدت انهيار العديد من المؤسسات التي كانت تعمل في هذا المجال وخسارة الكثير من المستثمرين والمدخرين الذين رهنوا على ربحية هذه المشاريع. فكان من آثار هذه الأزمة أن دخل الشك والريبة لدى المستثمرين حول جدوى ومردودية هذه المشاريع. فعرف هذا القطاع ركوداً نتيجة فترة الانتظار والترقب لدى أصحاب المؤسسات حتى تتضح الصورة أكثر وتستقر سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. هذه الأزمة التي ستكون لها عواقب على الخطة والأهداف، خاصة بالنسبة للمؤسسات التي ستفكر عشر مرات قبل أن تقوم بالاستثمار في حلول أعمال الإنترنت.

بالرغم من ذلك، عرفت الكثير من النقاط، التي كانت محل متابعة، تقدماً ملحوظاً كارتفاع ربط المستهلكين والمؤسسات بالإنترنت، ارتفاع المؤسسات التي اعتمدت شكل من أشكال التجارة الإلكترونية، مواصلة تحسين المحيط الضريبي والتنظيمي، تقدم في التمويل بالرأس المال المخاطر. ويرجع هذا التطور، في اعتقادي، إلى أن هذه الأعمال لا تتطلب أموالاً كثيرة ولا تغييرات هيكلية بالنسبة للمؤسسات ولذلك واصلت تطورها ولم تتأثر بالأزمة. لكن في المقابل نلاحظ تأخر في عرض منتجات وخدمات الأعمال الإلكترونية، ولا تقدم في كفاءات التجارة الإلكترونية؛ لأنها موارد تتطلب الأموال، الوقت والجرأة في الاعتماد عليها.

لمعالجة هذا الوضع يتوجب التعاون بين المؤسسات والجمعيات الصناعية وموردي الحلول التكنولوجية لكل قطاع من قطاعات النشاط الاقتصادي لتقديم حلول تكون في متناول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتستجيب لاحتياجاتهم الخاصة. أما فيما يخص توفير الكفاءات المطلوبة فيتعين على كندا وضع استراتيجية شاملة لخلق روابط بين التكوين المهني والمؤسسات سواء من خلال إعداد البرامج والدروس أو تقديم التكوين للمؤسسات من خلال برامج خاصة أو تقديم التكوين في أماكن العمل.

لم تكن كندا وحدها في السباق نحو الريادة في مجال التجارة الإلكترونية، فالالاتحاد الأوروبي والبلدان الآسيوية وأمريكا كانوا أيضا فوق الحلبة وقاموا بأعمال كبيرة مكنتهم من التفوق في بعض المجالات على كندا وذلك لظروف البعض منها ما هو خارج عن التحكم ككبر الأسواق مقارنة بالسوق الكندي الصغير. هذا يعني أنّ العمل كان في وسط متحرك وديناميكي سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي. فلبلدان الأخرى طموح أيضا في التقدم والتحكم في هذه التكنولوجيات ولذلك لا تظهر نتائج التقدم الذي تحرزته كندا عند مقارنتها بالدول الأخرى، أي أن هناك عمل طويل ومستمر يجب القيام به لتجاوز المشاكل والصعوبات القديمة والمتجددة حتى يُبقي على تنافسية المؤسسات والحصول على أكبر حصة من السوق في العالم.

المراجع

- Comité des mesures en matière de consommation (CMC), 2004. *Code Canadien de pratiques pour la protection des consommateurs dans le commerce électronique*. [En ligne] Available at: http://strategis.ic.gc.ca/app/oca/crd/dcmnt.do;jsessionid=0001eggKjvMDbHqmUNVPZ_pbn5x:14nta3b3k?lang=fra&id=1006 [Accès le 01 04 2021].
- Gouvernement Canada, 2000. *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*. Canada: CanLII.
- Gouvernement Canada, 2000. *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*. [En ligne] Available at: <http://www.canlii.org/fr/ca/legis/lois/lc-2000-c-5/derniere/lc-2000-c-5.html> [Accès le 01 01 2007].
- Gouvernement Canada, 2004. *Politique de gestion de l'Infrastructure à clé publique au gouvernement du Canada*. [En ligne] Available at: <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=12616§ion=text> [Accès le 01 01 2007].
- Gouvernement Canada, 2004. *Rapport de l'initiative canadienne pour le commerce électronique, Pour une progression rapide 5.0 – Tirer le meilleur parti de la connectivité*, Canada: s.n.
- Gouvernement du Canada, 2004. *Politiques de commerce électronique*, , Date de modification : 2009-03-03. [En ligne] Available at: <http://www.ic.gc.ca/eic/site/ceprc-ccrcp.nsf/fra/00025.html> [Accès le 03 03 2009].
- Gouvernement Québec, 1994. *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*. [En ligne] Available at:

http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_39_1/P39_1.html,
[Accès le 1 12 2010].

Indutrie Canada, 1999. *Cadres juridiques et réglementaires pour le commerce électronique*. [En ligne]
Available at: <http://www.ic.gc.ca/eic/site/ecic-ceac.nsf/fra/gv00086.html>
[Accès le 01 01 2007].

Indutrie Canada, Mai 2003. *Rapport de l'Initiative canadienne pour le commerce électronique, Pour une progression rapide 4.0 – Croissance de l'économie numérique au Canada*, Canada: s.n.

OCDE, 1980. *Lignes directrices de l'OCDE sur la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel*. [En ligne]
Available at:

http://www.oecd.org/document/53/0,3343,fr_2649_34255_15591797_1_1_1_1,00.html
[Accès le 01 01 2007].

OCDE, 2000. *Lignes directrices de l'OCDE régissant la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique*. [En ligne]

Available at: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/guidelines-for-consumer-protection-in-the-context-of-electronic-commerce_9789264081109-en-fr?mlang=fr
[Accès le 1 4 2021].

OCDE, 2004. *Lignes directrices régissant la politique de cryptographie*. [En ligne]

Available at: <http://acts.oecd.org/Instruments/ShowInstrumentView.aspx?InstrumentID=115&Lang=fr&Book=False>
[Accès le 01 01 2007].

The Boston Consulting Group -Canada, 2000. *Rapport de la table ronde sur les possibilités des affaires électronique canadiennes, Pour une progression rapide: Comment faire du Canada un leader dans l'économie sur Internet*, Canada: s.n.