

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين حصيلته التجارية الخارجية بالجزائر

خلال الفترة (2010 - 2022)

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- د. جوامع لبيبة

من إعداد الطالب (ة):

- حسناوي دعاء

- زرارقة سهيلة

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر أ	- صيفي وليد
بسكرة	مقرا	- أستاذ محاضر أ	- جوامع لبيبة
بسكرة	مناقشا	- أستاذ مساعد ب	- رحال إيمان

الموسم الجامعي: 2024/2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين حصيلة التجارة الخارجية بالجزائر

خلال الفترة (2010 - 2022)

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- د. جوامع لبيبة

من إعداد الطالب (ة):

- حسناوي دعاء

- زرارقة سهيلة

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر أ	- صيفي وليد
بسكرة	مقرا	- أستاذ محاضر أ	- جوامع لبيبة
بسكرة	مناقشا	- أستاذ مساعد ب	- رحال إيمان

الموسم الجامعي: 2024/2023

شكر وعرهان

الحمد لله حمدا كثيرا كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه
الحمد لله الذي وفقنا لإنهاء هذا العمل المتواضع وأخص بالشكر
الخالص والإمتنان الأكل والأتم والثناء الأعم
الأستاذة المشرف " الدكتور ة جوامع لبيبة"
و إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا البحث من قريب أو من بعيد
إلى كل من مهد لنا طريق العلم
إلى أصدقائنا،
إهداء خاص لعائلاتنا
فلهم جميعا من الشكر أجزله، و من الإمتنان أتمه، و من الإعتراف أكمله.

الباحثين

إهداء

الحمد لله على لذة الإنجاز و الحمد لله عند البدء والختام

إلى الذي أضاء دروبي وطريقي وقودتي في كل خطوة أخطوها

(إلى والدي رحمه الله)

إلى الحزن النافئ

(والتي حفظها الله)

إلى أخواتي اللتين وقفنا معي دائما وساندوني خلال مسيرتي التعليمية

إلى إخواني

إلى أصدقائي وجميع من وقفوا بجاني وساعدوني بكل ما يملكون وفي أصعدة كثيرة

وفي الختام.... تذكروا دائما أن الحياة تتطلب منا الشجاعة لنكون أنفسنا...

حسناوي دعاء

إهداء

الحمد لله شكرا و حبا و امتنانا على البدء و الختام .بعد تعب و مشقة في سبيل الحلم و العلم ها أنا اليوم أقف
على عتبة تخرجي لأقطف ثمار تعبتي و أرفع قبعتي بكل فخر , فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إن
رضيت ولك الحمد بعد الرضا , لأنك وفقنتني على إتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي...

وبكل حب اهدي ثمرة نجاحي

إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب , إلى داعم مسيرتي بلا حدود

(والدي)

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها , التي سهلت لي الشدائد بدعائها , إلى القلب الحنون والشمعة التي

كانت في عمتي سر قوتي ونجاحي

(والدتي)

إلى كل من ساندني و آمن بنجاحي ...

اللهم انه ليس بجهدني و اجتهادي إنما بتوفيقك ...

زرارة سهيلة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أثر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التجارة الخارجية بالجزائر مركزين في ذلك على أهم الهياكل الداعمة لها (إدارة الجمارك الجزائرية و المنظومة المصرفية) بالإضافة إلى هياكل أخرى تؤثر في زيادة حصيلة التجارة الخارجية.

اعتمدنا في دراستنا هذه على المقابلة الشخصية كأداة إحصائية تساعدنا في جمع المعطيات والبيانات من مصادرها و من ثم قمنا بتحليل البيانات المتحصل عليها، وقد خلصت هذه الدراسة إلى عدم كفاية مستوى تطبيق الحكومة الجزائرية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في هياكلها بما يخدم التجارة الخارجية بشكل خاص والاقتصاد الجزائري بشكل عام، وهذا راجع لبدائية البنية التحتية التكنولوجية المتوفرة وعدم وصولها للمستوى المطلوب. مما يحتم على الجزائر إذا ما أرادت مواكبة التطور الحاصل في العالم أن تقوم بالتحضير لبنيتها التحتية بشكل جدي بكل ما تتطلبه من موارد بشرية أو مادية أو تقنية.

الكلمات المفتاحية: التجارة الخارجية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، البنية التحتية التكنولوجية، إدارة الجمارك، المنظومة المصرفية.

Abstract:

This study aims to display the effects of application of information technology on external trade in Algeria based on the most important supportive structure (Managements of Algerian Customs and Banking System) and another structure impact on increasing the outcome of external trade.

In this study, we relied on the personal interview as a statistical tool that helps us collect data and data from its sources, and then we analyzed the data obtained, and this study concluded that the Algerian government's level of application of information and Communication Technology in its structures is insufficient to serve foreign trade in particular and the Algerian economy in general, and this is due to the rudimentary technological infrastructure available and not reaching the required level. It is imperative that Algeria, if it wants to keep pace with the development taking place in the world, seriously prepare for its infrastructure with all the human, material or technical resources it requires.

Keywords: Foreign Trade, Information and communication technologies, technological infrastructure, customs administration, banking system.

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
	شكر و عرفان
	الإهداء
	الملخص
	قائمة الجداول و الأشكال
أ	المقدمة
	الفصل الأول: مدخل مفاهيمي للتجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات و الاتصال
08	تمهيد
09	المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية
09	المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية
11	المطلب الثاني: شروط التجارة الخارجية
13	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على التجارة الخارجية
16	المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
17	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال
20	المطلب الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
22	المطلب الثالث: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال
26	المبحث الثالث: أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مجال التجارة الخارجية
27	المطلب الأول: ماهية الحكومة الإلكترونية
33	المطلب الثاني: ماهية التجارة الإلكترونية
45	المطلب الثالث: ماهية التسويق الإلكتروني
54	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010. 2022)
56	تمهيد
57	المبحث الأول: واقع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 . 2022)
57	المطلب الأول: سياسات التجارة الخارجية بالجزائر

59	المطلب الثاني: حجم التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)
65	المطلب الثالث: معوقات تطور التجارة الخارجية بالجزائر و سبل تصحيحها
75	المبحث الثاني: تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجزائر
75	المطلب الأول: خدمات الإدارة الإلكترونية في قطاع التعليم
82	المطلب الثاني: خدمات الإدارة الإلكترونية في قطاع البريد و المواصلات
83	المطلب الثالث: خدمات الإدارة الإلكترونية في قطاع الضمان الاجتماعي
85	المطلب الرابع: خدمات الإدارة الإلكترونية في قطاع العدالة والداخلية
88	المطلب الخامس: التجارة الإلكترونية بالجزائر و تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة
95	المبحث الثالث: أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الهياكل المتدخلة في التجارة الخارجية بالجزائر
96	المطلب الأول: تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجمارك الجزائرية (على مستوى مفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة -)
101	المطلب الثاني: تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الممولة للتجارة الخارجية (على مستوى مصرف السلام - وكالة بسكرة -)
106	المطلب الثالث: مساهمة الدفع الإلكتروني في تحسين حصيلة التجارة الخارجية بالجزائر
109	المطلب الرابع: مساهمة تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع الفلاحة في تحسين حصيلة التجارة الخارجية بالجزائر
114	المطلب الخامس: الحلول المقترحة لتحسين حصيلة التجارة الخارجية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال
115	خاتمة الفصل
117	الخاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
13	شروط التجارة الخارجية (مصطلحات التجارة الخارجية)	01
24	العلاقة بين الأنترنت و الأنترنت والإكسترنات	02
60	حجم التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 . 2022)	03
62	التوزيع القطاعي للصادرات بالجزائر خلال الفترة (2010 . 2022)	04
64	يوضح التوزيع القطاعي للواردات بالجزائر خلال الفترة (2010 . 2022)	05

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
23	مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	01
28	الفرق بين مصطلح الحكومة الإلكترونية ومصطلح الإدارة الإلكترونية	02
39	نموذج عن بطاقة ماستر كارد	03
39	نموذج عن بطاقة الدفع الكلاسيكية	04
41	أنواع البطاقات البنكية	05
43	العمليات البنكية الإلكترونية	06
49	أبعاد التسويق الإلكتروني	07
50	أبعاد التسويق الإلكتروني حسب نموذج (Zeisser)	08
61	حركة صادرات وواردات الجزائر خلال الفترة (2010. 2022)	09
76	المنصة الرقمية للاطلاع على نتائج شهادة البكالوريا	10
76	المنصة الرقمية للاطلاع على نتائج شهادة التعليم المتوسط	11
77	المنصة الرقمية للاطلاع على نتائج شهادة التعليم الابتدائي	12
77	المنصة الرقمية لوزارة التربية الوطنية	13
78	المنصة الرقمية لفضاء الأولياء	14
79	المنصة الرقمية لمدونة التربية و التعليم	15
79	مجالات المنصة الرقمية لمدونة التربية و التعليم	16
79	مستويات التعليم للمنصة الرقمية لمدونة التربية و التعليم	17

80	الأرضية الإلكترونية لنشر الدروس لجامعات الجزائر	18
81	المنصة الرقمية للتسجيلات الجامعية لحاملي شهادة البكالوريا الجدد	19
81	المنصة الرقمية للتسجيل في طور الماستر	20
84	نموذج لبطاقة الشفاء	21
85	المنصة الرقمية لفضاء الهناء	22
92	إحصائيات التجارة الخارجية بالجزائر لسنة 2021	23
104	متوسط عدد زبائن مصرف السلام في السنة خلال (2010 . 2022)	24
105	الدول المتعاملة مع مصرف السلام خلال الفترة (2010 . 2022)	25
107	بطاقة فيزا للبنك الوطني الجزائري	26

مقدمة

أولاً: إشكالية البحث

إن الانتشار الواسع والمتسارع للتقنيات الحديثة في العصر الحالي، خاصة منها المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال فتح المجال لمعظم بلدان العالم إلى تبني تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في كل القطاعات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية لتسهيل المعاملات ولتكون الدول مواكبة للتغير الحاصل. ومن هذا المنطلق أصبح تطور الدول مرتبط بمدى تقدمها التكنولوجي وقدرتها على استعمالها، ولم يتوقف التوجه نحو الاندماج عند التغيرات التي أضافها على المستوى الدولي فقط، بل وأصبح يشكل أداة للعديد من البلدان لتحسين تجارتها الخارجية في حين أنه يشكل تهديدا للدول التي مازالت متخلفة عنه.

و لتحسين التجارة الخارجية وتعظيم قيمها الاقتصادية لا بد من مواكبة واستخدام الحداثة الدائمة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي تحتاج بدورها إلى البنية التحتية اللازمة للتطبيق الفعال، و ما أن أدرك دول العالم بمدى نجاعة التكنولوجيا الحديثة سعوا إلى إعادة تصميم التجارة لأنها تدرك أن المدخلات التكنولوجية يمكن أن تساعد في تحسين حصيلة التجارة الخارجية وتطويرها.

وفي هذا السياق نجد أن الجزائر تسعى كغيرها من دول العالم في الآونة الأخيرة لتطبيق التكنولوجيا الحديثة، وأهم سبب لاتجاه الجزائر نحو تطبيقها هو إيجاد بديل عن قطاع المحروقات والسعي للتنوع في الإنتاج الوطني وخاصة في ظل التذبذبات التي تشهدها أسواق النفط في العالم، وما تخلفه بعدم استقرار حصيلة التجارة الخارجية وعرقلة نموها، مما يحتم على الجزائر كغيرها من الدول النامية لضرورة وضع وتنفيذ استراتيجيات واضحة لتحقيق هذا التحول لتحسين تجارتها الخارجية، فنجدها قد باشرت تحقيق هذا الهدف من خلال لمس التغيرات التي تحدث في هيكلها المختلفة وخصوصا التي تعتمد عليها التجارة الخارجية من أهمها القطاعين اللذين يعتبران القلب النابض لها من المنظومة المصرفية الممولة لها والجمارك الضابطة لعملياتها، وذلك لتفعيل وتحسين التجارة الخارجية وما لها من أثر على العديد من القطاعات الأخرى. لذا ارتأينا في دراسة موضوعنا هذا والمتعلق بكيفية تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على حصيلة التجارة الخارجية تسليط الضوء على قطاع إدارة الجمارك والمنظومة المصرفية بالخصوص للمس التغيرات الحاصلة في التجارة الخارجية.

وانطلاقا من هذا الطرح يمكننا صياغة إشكالية البحث الأساسية في السؤال الرئيسي التالي:

كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من تحسين حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر؟

وللإجابة على إشكالية الدراسة وإبراز ملاحظاتها بشكل أوضح قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

1. كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من التأثير في التجارة الخارجية؟
2. كيف استغلت الجزائر تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتطوير اقتصادها؟
3. هل استطاعت الجزائر أن تستغل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين حصيلة التجارة الخارجية لديها؟

ثانيا: الدراسات السابقة

اعتمدت الإشكالية محل الدراسة على جملة من الدراسات ذات العلاقة بموضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتجارة الخارجية، و يمكن أن نوردتها على الشكل التالي:

- **الدراسة الأولى:** بكوش كريمة، بناولة حكيم، بوعبدلي، 2017. إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تطوير التجارة الخارجية، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، العدد 02، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر. تناول الباحثون إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية من خلال إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التأثير على التجارة الخارجية، ولقد توصل إلى النتائج التالية: أن الأهمية الكبيرة التي تكتسبها تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد أصبح لها تأثير واضح في التنمية و أصبح امتلاكها من المعايير الهامة التي يقاس على أساسها تطور الدول.

بالإضافة إلى أن نسبة مساهمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر ضئيلة، رغم كل الجهود المبذولة من طرف الدولة، إلا أن هناك بعض المؤشرات تدل على إمكانية تحسين القطاع من بينها السعي لنشر ثقافة الإنترنت والرقمنة بين فئات المجتمع و توفير البنى التحتية اللازمة لتوسيع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

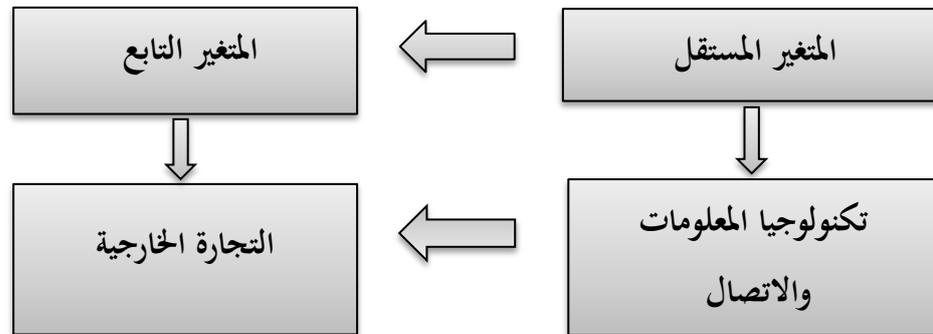
أما دراستنا فقد حاولت دراسة هذا الأثر وتحديدته من خلال سرد الإحصائيات وتحليل الواقع داخل كل من الإدارة الجمركية الجزائرية و المنظومة المصرفية.

- **الدراسة الثانية:** قادة دليلة، 2011. دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الجماعات المحلية في الجزائر - دراسة حالة ولاية بومرداس.، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم التسيير، فرع تسيير عمومي، جامعة الجزائر - 3، تناول الباحث دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال إبراز مكوناتها وكيفية تحسين أداء الجماعات المحلية من خلالها، و لقد توصل إلى أن الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يؤدي إلى إحداث تغييرات في تحسين أداء الجماعات المحلية، حيث أن الإدارات أصبحت تهتم بتحسين نوعية الخدمات التي تقدمها و كذا تقوم بنشر الأفكار والمفاهيم الجديدة.

- الدراسة الثالثة: شليحي الطاهر، 2020. التجارة الخارجية للجزائر وأهم تحدياتها خلال الفترة (2018-2020). مقال في مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة، المجلد 21، العدد 01، حيث تناول الباحث واقع التجارة الخارجية الجزائرية وتطور الميزان التجاري خلال الفترة (2018-2020)، ولقد تم التوصل إلى أن التجارة الخارجية في الجزائر تتأثر بشكل كبير بالمتغيرات الاقتصادية الخارجية وأنها تركز على صادرات الطاقة والمحروقات.

- الدراسة الرابعة: زميت محمد، 2015. أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تفعيل الخدمات المصرفية - دراسة حالة عينة من المصارف الجزائرية - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3.، حيث تناول الباحث مدى مقدور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التأثير على طريقة أداء الخدمات المصرفية وتحسين كفاءتها وفعاليتها ووضعية تطبيقاتها بالمصارف الجزائرية، ولقد تم التوصل إلى أن تطوير الخدمات المصرفية أصبح ضرورة ملحة وأن هذه الضرورة تنبع من الظروف المتغيرة التي يشهدها العالم وعلى رأسها المنافسة القوية المتوقعة بين المصارف والهيئات المالية وأن تجربة الجزائر فتية ولا زالت في مراحلها الأولى بسبب التأخير في إنجاز البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثالثا: نموذج الدراسة



رابعا: فرضيات الدراسة

في إطار الإجابة على إشكالية الدراسة، والأسئلة الفرعية، سنحاول اختبار صحة مدى الفرضيات التالية:

1. تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجارة الخارجية من خلال التجارة الالكترونية فقط.
2. رغم محاولة الجزائر لتبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال منذ فترة طويلة فهي ما زالت بعيدة عن جعلها تؤثر على اقتصادها بالشكل المطلوب.

3. هناك بوادر إيجابية لأثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التجارة الخارجية في الجزائر خاصة على مستوى التجارة الإلكترونية وتطوير نظم الدفع الإلكتروني.

خامسا: منهجية الدراسة

من أجل دراسة إشكالية البحث، والإجابة على الأسئلة المطروحة واختبار صحة الفرضيات، تم إتباع المنهج الوصفي في الفصل النظري بهدف تقديم وصف دقيق لمتغيرات الدراسة وربط العلاقة بينهما، ويظهر هذا من خلال تقديم كل ما يتعلق بالتجارة الخارجية من مفاهيمها وشروطها والعوامل المؤثرة عليها، بالإضافة إلى كافة المفاهيم المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ومن أبرز تطبيقاتها المحسنة للتجارة الخارجية إلى أهم متطلباتها وتحدياتها.

أما من الجانب التطبيقي فتم اعتماد المنهج التحليلي لدراسة واقع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022) وتحليل أهم المعطيات والإحصائيات الموجودة بالإضافة إلى تحديد مدى نجاح تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال للقطاعات الداعمة للتجارة الخارجية بالجزائر ومعوقاتها ومجموعة الحلول الممكنة تبنيها لتحسين حركة التجارة الخارجية باستخدام التكنولوجيا الحديثة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا هذه في الجانب التطبيقي على المقابلة التي من خلالها تم جمع المعلومات وتحليلها، إذ كان مصدر المعلومات المتحصل عليها سواء في الجانب النظري أو التطبيقي عبارة عن معلومات أولية مستقاة من المقابلة التي تمت مع بعض موظفي كل من مفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة - ومصرف السلام - وكالة بسكرة.

سادسا: حدود الدراسة

حتى تتم معالجة الإشكالية المطروحة في هذا الموضوع، تم تحديد حدود البحث كما يلي:

- **الحدود المكانية:** نعالج موضوع هذه الدراسة على مستوى مفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة - ومصرف السلام - وكالة بسكرة - .
- **الحدود الزمانية:** سوف تتمحور دراستنا لهذا الموضوع في التطرق إلى واقع التجارة الخارجية بالجزائر ومدى نجاعة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هياكلها الداعمة لها وذلك خلال الفترة (2010-2022) لأنه منذ سنة 2010 بدأت معالم التكنولوجيا الحديثة بالظهور بالجزائر في مختلف قطاعاتها

الإدارية والحكومية وهذا ما جعل الجزائر تباشر في وضع خطط للتنفيذ والحرص على نجاح تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مختلف القطاعات.

سابعاً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في محاولة الإجابة عن الإشكالية المطروحة، وتحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين حصيللة التجارة الخارجية بالاستناد إلى دراسة واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في كل من قطاع إدارة الجمارك والمنظومة المصرفية لولاية بسكرة، كما تكمن أهمية البحث في تحديد وضع الجزائر بالنسبة للتكنولوجيا الحديثة في تطبيقها في مختلف الهياكل، ومحاولة بناء حكومة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال لاقتصادها يرفع حجم التجارة الخارجية خاصة وأنها عانت من وضع اقتصادي متأزم بعد تراجع أسعار النفط.

ثامناً: أهداف الدراسة

- تحديد دور تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين حصيللة التجارة الخارجية من خلال دراسة أثر التكنولوجيا في كلا القطاعين (إدارة الجمارك الضابطة لعملياتها - مفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة والبنك الممول للتجارة الخارجية - مصرف السلام - وكالة بسكرة -).
- تحديد أهم التغيرات التي حصلت في الهياكل الأخرى عند تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجزائر.
- إعطاء صورة عن مجموعة من الحلول التي تمكن من تحسين حصيللة التجارة الخارجية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجزائر.

تاسعاً: صعوبات الدراسة

من بين الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال حديثة المعالم، كما أن انعدام الدراسات التي تربط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتجارة الخارجية بشكل كامل وما يتعلق بالجزائر على وجه التحديد يخلق نقص المراجع خاصة الحديثة، وصعوبة الحصول على البيانات الإحصائية بسبب سرية النظام الذي تعمل به كلا الإدارة الجمركية والبنوك، وعدم دقة المتوفر منها.

عاشراً: هيكل الدراسة

انطلاقاً من الإشكالية المطروحة اخترنا دراسة الموضوع من خلال فصلين، بحيث يتناول الفصل الأول المعنون بمدخل مفاهيمي للتجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تحديد الإطار الفكري

والمفاهيمي لتغيري الدراسة من خلال ثلاثة مباحث، الأول نعرض فيه ماهية التجارة الخارجية والثاني ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال يليها أخيرا المبحث الثالث الذي يربط بين التجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

وخصصنا الفصل الثاني لتحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)، فتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، الأول يتضمن واقع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022) ويليه المبحث الثاني تحت عنوان مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجزائر و أخيرا المبحث الثالث بعنوان أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الهياكل المتدخلة في التجارة الخارجية بالجزائر.

الفصل الأول:

مدخل مفاهيمي للتجارة الخارجية و تكنولوجيا
المعلومات والاتصال

تمهيد الفصل:

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العصر الحالي من العوامل الرئيسية لنمو الحضارات والمجتمعات والمؤسسات وذلك في ظرف وجيز وألغت حواجز المسافات والوقت، ويعتبر ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أكثر الميادين تسارعا في التطور وذلك راجع للتقنيات الحديثة دائما، ومن الملاحظ أن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد مست ميدان التجارة الخارجية بحيث ساهمت فعلا في تطوير وتحسين الاقتصاد. وهذا ما سوف نتطرق إليه في هذا الفصل حيث أننا سوف نحاول التعرف على العلاقة التي تربط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتجارة الخارجية. من خلال التطرق إلى مفهوم كلاهما، و مكانتهما في الاقتصاد وأساسيات وجودهم. وتمت دراسة هذا الفصل من خلال ثلاثة مباحث وهي كالتالي:

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية.

المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المبحث الثالث: أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مجال التجارة الخارجية.

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية

تعتبر التجارة الخارجية الركيزة الأساسية التي يقوم عليها الاقتصاد العالمي فهي الشريان الرئيسي الذي يربط بين جميع بلدان العالم، وقد تنوعت مفاهيمها وتزايدت أهميتها بين الدول. وهذا ما سنتناوله بتفصيل أكثر فيما يلي.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية

الفرع الأول: تعريف التجارة الخارجية

كان ظهور التجارة الخارجية نتيجة لعاملين هما: الاستعمار السياسي والثورة الصناعية وساهمت في انتشارها عدة عوامل. وقد اختلف الباحثين في وضع تعريف موحد لها، وفيما يلي نورد أهمها:

عرفت تاريخياً بأنها: "أهم صور العلاقات الاقتصادية التي يجري بمقتضاها تبادل السلع والخدمات بين الدول في شكل صادرات و واردات".

كما أن هناك من يعرفها على أنها: "عملية التبادل التجاري في كل من السلع والخدمات و حرية انتقال رؤوس الأموال وعناصر الإنتاج المختلفة بين الدولة والعالم الخارجي بهدف تحقيق أقصى نفع ممكن". (بلبخاري و بن الشيخ، 2022، صفحة 08)

كما تعرف على أنها: "أحد فروع علم الاقتصاد التي تختص بدراسة المعاملات الاقتصادية الدولية، متمثلة في حركة السلع والخدمات و رؤوس الأموال بين الدول المختلفة". (السريتي، 2009، صفحة 08)

يمكن تعريف التجارة الخارجية بأنها: "عملية انتقال السلع والخدمات بين الدول والتي تنظم من خلال مجموعة من السياسات والقوانين والأنظمة التي تعقد بين الدول، وتعتبر من علم الاقتصاد الجزئي كونها تهتم بالوحدات الجزئية مثل التصدير والاستيراد". (الزيون، 2020، صفحة 09)

حيث عرف التصدير على أنه: "عملية مرور السلع والخدمات من دولة ما الى دولة أخرى"، أما الاستيراد فهو "عبارة عن جلب السلع من خارج حدود بلد الى داخل حدود بلد اخر". (شني، 2022، صفحة 40،60)

أما الاقتصاد الدولي فيعرف التجارة الخارجية على أنها: "هيكل للتبادل الدولي يقوم على أساس من تقسيم معين للعمل الدولي في اطار السوق الرأسمالية العالمية". (المرايكي، 2005، صفحة 156)

من التعاريف السابقة يمكننا القول أن التجارة الخارجية هي مختلف عمليات التبادل التجاري في صورها الثلاثة سلع وخدمات أو افراد أو حركة رؤوس الأموال بين أفراد أو حكومات أو منظمات يقطنون في وحدات سياسية مختلفة، حيث تتكون التجارة الخارجية من عنصرين أساسيين هما: الصادرات و الواردات.

الفرع الثاني: أهمية التجارة الخارجية

تعد التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع لما لها من أهمية تتمثل فيما يلي:

- أنها تلعب دورا هاما في معظم الاقتصاديات الدولية فتوفر للاقتصاد ما يحتاج إليه من سلع وخدمات غير متوفرة محليا من خلال نشاط الاستيراد، وفي نفس الوقت تمكنه من التخلص مما لديه من فوائض من السلع والخدمات المختلفة من خلال نشاط التصدير.
- تعد التجارة الخارجية مصدرا أساسيا في الحصول على العملات الأجنبية الرئيسية او النادرة منها مما يعزز قدرة الدولة من السيولة النقدية التي تعد من مرتكزات العمليات الاقتصادية الناتجة عن عملية التصدير او استيرادها. (شيخ، 2011، صفحة 16)
- تعمل التجارة الخارجية على تطوير و تنمية الأنشطة الاقتصادية سواء منها الأنشطة الاقتصادية الإنتاجية أو الاستهلاكية والخدماتية ويتم من خلال تفعيل الحركة التجارية في تلك المصادر الاقتصادية الناتجة عن عمليات التصدير للسلع من مواد أولية او مصنعة او مواد أولية او استيرادها.
- تحقيق التوازن في السوق الداخلية نتيجة تحقيق التوازن بين كميات العرض والطلب.
- إقامة العلاقات الودية وعلاقات الصداقة مع الدول الأخرى المتعامل معها. (الأشقر، 2017)
- تعتبر التجارة الخارجية مؤشرا جوهريا على القدرة الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولي وانعكاس ذلك على رصيد الدولة من العملات الأجنبية وما له من اثار على الميزان التجاري.
- القدرة على تمويل الكثير من المشروعات عن طريق الاستثمار المباشر واستيراد رؤوس الأموال الأجنبية خاصة بالنسبة للدول النامية.
- الهجرة الدولية، أي انتقال عنصر العمل بين دول العالم المختلفة.
- تفر التجارة الخارجية، درجة أكبر بين المنتجين وهو ما يمكن ان يسهم في انخفاض الاحتكار وتوفير السلع سواء للمنتجين أو المستهلكين. (الصرف، 2000، صفحة 57)
- ويمكن قياس أهمية التجارة الخارجية في الدولة كما يلي:

أهمية التجارة الخارجية في الدولة = (الصادرات + الواردات / الناتج المحلي الإجمالي) 100. (محمود، 2015، صفحة 24)

وعليه و بشكل خاص يمكننا القول أن أهمية التجارة الخارجية تختلف من دولة إلى أخرى، و يمكن التمييز بين ثلاث مجموعات من الدول:

- الدول الصغيرة ذات الاقتصاديات الأكثر تخصصاً، ترتفع نسبة التجارة الخارجية إلى الناتج المحلي الإجمالي بها وبالتالي تزداد أهمية التجارة الخارجية بها.
 - الدول الكبيرة ذات الاقتصاديات الأكثر تنوعاً، تميز اقتصاديات بالتنوع في المنتجات ولذا تقل أهمية التجارة الخارجية بها.
 - الدول النامية، تزداد أهمية التجارة الخارجية بسبب تزايد درجة التخصص بها في إنتاج وتصدير عدد محدود من المنتجات الأولية لذا تكون نسبة التجارة الخارجية مرتفعة. (محمود، 2015، صفحة 29)
- بالتالي نجد أن التجارة الخارجية تكتسي أهمية بالغة كونها تساهم في تحقيق مصالح معينة لكل دولة فهي تساهم في التنمية الاقتصادية و نقل التكنولوجيا كما تعد التجارة الخارجية وسيلة لإنقاص التكاليف.

المطلب الثاني: شروط التجارة الخارجية

أدى تزايد العلاقات والمعاملات التجارية بين الدول إلى ظهور شروط تجارية موحدة لتجنب أي سوء فهم أو مشكل قد يحدث عند إبرام العقود التجارية بين الدول.

أصدرت هذه الشروط سنة 1936 من طرف غرفة التجارة الدولية، التي يوجد مقرها بباريس وتتجدد هذه الشروط كل 10 سنوات (1953، 1967، 1976، 1980، 1990، 2000) استجابة للمستجدات التي تطرأ على التجارة الدولية. كان عددها 9 شروط، وفي 2010 كان آخر إصدار لها ودخل حيز التنفيذ في 2011 وتم تقليص هذه النسخة إلى 11 شرط بدل 13 شرط في نسخة شروط 2000 وتشمل هذه الشروط ثلاث أمور رئيسية:

- تحديد مسؤولية كل من البائع والمشتري.
 - تكاليف النقل لكل من البائع والمشتري.
 - توضيح المخاطر وتحمل المسؤولية لكلا الطرفين.
- علاوة على ذلك فهي تفصل بين مسألة نقل مسؤولية البضاعة ونقل ملكية البضاعة.

حيث تستخدم في: الشرط، مكان التسليم، أو مكان الشحن أو مكان الوصول، سنة الشرط (فقد يفضل البائع استخدام أحد الشروط من النسخ السابقة ويبقى ذلك ممكنا في حال اتفق الطرفان على ذلك).
تستخدم الشروط من طرف البائع والمشتري بشكل مباشر، أما من يستخدمها بشكل غير مباشر فنذكر: البنوك، شركات التأمين، وكلاء النقل، رجال القضاء والمحامين.

بشكل عام يتم تصنيف شروط التجارة الخارجية (مصطلحات التجارة الخارجية) إلى 4 فئات رئيسية:

- **المجموعة E:** وهي مجموعة الانطلاق ويقصد بها أن البائع يضع البضاعة تحت تصرف المشتري في مصنع البائع.
- **المجموعة F:** يسلم البائع البضاعة للناقل الذي حدده المشتري أي مستحقات النقل الرئيسي لا يتحملها البائع.
- **المجموعة C:** يتحمل البائع التكاليف الناتجة عن نقل البضاعة أي مستحقات النقل الرئيسي يتحملها البائع.
- **المجموعة D:** يتحمل البائع تكاليف ومسؤولية البضائع الناتجة عن شحن البضائع إلى أن تصل إلى نقطة الوصول المتفق عليها. (إيمان، بدون سنة، صفحة 03،04،05)
و الجدول رقم (01) الموالي يشرح الشروط المتضمنة في كل مجموعة.

الجدول رقم (01): يوضح شروط التجارة الخارجية (مصطلحات التجارة الخارجية)

المجموعة	الرمز	الشرح
مجموعة النقل البحري	FOB	FREE ON BOARD التسليم على ظهر السفينة.
	FAS	FREE ALONGSIDE THE SHIP التسليم بجانب السفينة.
	CFR	COST AND FREIGHT التسليم مع دفع تكاليف النقل واجرة الشحن.
	CIF	COST , INSURANCE AND FREIGHT التسليم مع دفع التكاليف التأمين وأجرة الشحن.
مجموعة كل أنواع النقل والنقل المختلط	EXW	EXWORKS التسليم في المصنع.
	FCA	FREE CARRIER التسليم لناقل حر.
	CPT	CARRIAGE PAID TO التسليم مع دفع أجرة النقل إلى مكان الوصول.
	CIP	CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO التسليم مع دفع أجرة النقل والتأمين إلى مكان الوصول.
	DAT	DELIVERED AT TERMINAL التسليم في محطة الوصول.
	DAP	DELIVERED AT PLACE التسليم في المكان المتفق عليه في بلد الاستيراد.
	DDP	DELIVERED DUTY PAID تسليم البضاعة خالصة الرسوم الجمركية.

المصدر: بوجلة إيمان، شروط التجارة الدولية، محاضرات لطلبة أولى ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،

تخصص مالية و تجارة دولية، جامعة غبن خلدون، الجزائر، صفحة 05

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على التجارة الخارجية

تتأثر التجارة الخارجية بجملة من العوامل تتفاوت في أهميتها بتفاوت الظروف، فهي عوامل مترابطة متفاعلة

أهمها:

الفرع الأول: عوامل طبيعية

أولاً: اختلاف الثروات الطبيعية

حيث يكون لدى بعض الدول وفرة فيها دون الأخرى وهذا ما يؤدي الى تركيز شديد مناظر للتجارة الخارجية فالدول التي أخذ فيها هذا التركيز في مصادر الثروة شكل مواد أولية صناعية أدخلت التنوع على صادراتها أما الدول التي أخذ فيها هذا التركيز شكل مواد أولية زراعية و إنتاج غذائي لم تستطع ان تسلك نفس السبيل خاصة وانها كانت في مرحلة مبكرة من تاريخها خاضعة للاستعمار الأجنبي. (شيخي، 2011، صفحة

(46)

ثانيا: المساحة الجغرافية للدولة

هو حجم الدولة الذي يؤثر في التجارة الخارجية لها عن طريق تأثيرها على درجة تكامل الموارد الطبيعية والبشرية بالنسبة للدولة بالإضافة الى ما يوفره ذلك الحجم من مزايا الإنتاج الكبير.

ثالثا: المناخ

يؤثر في تكاليف الإنتاج بصفة عامة ونفقات الإنتاج الزراعي بصفة خاصة، من حيث التباين في درجات الحرارة ومتوسط كمية الامطار والرطوبة من دولة الى أخرى، الا ان هذا العامل بدأ يضعف تدريجيا بسبب التقدم العلمي فقد اصبح من الممكن احداث تغير مصطنع في الظروف المناخية لتتلاءم والظروف الإنتاجية المطلوبة، إضافة الى إحلال بعض المنتجات الصناعية محل المنتجات الزراعية. (فاتح، 2022، صفحة 29)

الفرع الثاني: عوامل اقتصادية

أولا: التكاليف والأسعار

بمعنى مدى ما يتكلفه كل عنصر من هذه العناصر الداخلة في التجارة وفي ضوءها تتحدد الأسعار الخاصة بالتبادل على مستوى العالم، حيث ان ارتفاع تكاليف السلع المنتجة يؤدي الى زيادة أسعارها، فالسلع التي تنتج بتكاليف منخفضة وتباع بأسعار منخفضة تكون أكثر طلبا من الأخرى ذات التكاليف والأسعار المرتفعة، أي أن قدرتها على المنافسة تتحدد في النهاية بالسعر كأحد العوامل المؤثرة على الطلب.

ثانيا الجودة

يرتبط هذا العامل بالمنافسة في السوق العالمية التي تتأثر بصفة دائمة بالتطورات التكنولوجية الحديثة التي تجعل هناك فروقا في الجودة لذات السلعة المنتجة في أماكن مختلفة في العالم.

ثالثا: التخزين

كلما كانت السلعة قابلة للتخزين بحيث تحقق المنفعة الزمنية، كلما زاد حجم التبادل التجاري في هذا النوع من السلع، نظرا للوقت الذي يستغرقه نقل السلع و ما يترتب عليه من تلفها إذا كانت خواصها لا تسمح بالبقاء فترة أطول.

رابعا: التمويل

إن أي تبادل بين الدول و بعضها يعتمد على التمويل، فاذا وجدت المؤسسات المالية والبنوك على مستوى العالم فان هذا يؤدي الى زيادة حجم التجارة الخارجية في السلع والخدمات، أما إذا لم توجد بنوك أو معاملات مصرفية بين الدول فهذا يقلل من حجم التبادل التجاري.

خامسا: الندرة النسبية

بمعنى عدم وجود حجم معين من السلع والخدمات لدى الدول يتناسب مع احتياجاتها الخاصة، فالتفاوت بين المعروض والمطلوب من مختلف السلع والخدمات يولد حاجة الدولة لاستيراد حاجاتها أو تصدير ما يفيز عن حاجتها.

سادسا: الرواج والكساد الاقتصادي

فالرواج الاقتصادي يؤدي إلى انتعاش الطلب على مختلف منتجات الدول وبالتالي زيادة حجم التجارة الخارجية، بينما يحدث العكس في حالة وجود كساد اقتصادي.

سابعا: نفقات النقل

تؤثر نفقات النقل في حجم التجارة الخارجية، حيث ان التقدم العلمي في قطاع النقل وانخفاض نفقاته بالنسبة لنفقات الإنتاج الاجمالية يمكن أن يؤدي إلى اتساع نطاق التجارة الخارجية بإدخال سلع جديدة في التبادل الدولي كانت نفقات النقل المرتفعة تحول دون تداولها تداولاً مربحاً. (فاتح، 2022، صفحة 30)

الفرع الثالث: عوامل أخرى**أولاً: الظروف السياسية**

يلعب العامل السياسي دوراً كبيراً في تحديد الأفق المفتوح أمام الدول المتعاملة في التجارة الخارجية، فعادة ما يكون الميل للتعامل مع الدول المستقرة سياسياً وتجنب مناطق الاضطراب السياسي والحروب التي تهدد فيها مصالح المتعاملين.

ثانياً: الإجراءات الإدارية

يقصد بذلك عدم وجود مشاكل او معوقات جمركية او بيروقراطية ترتبط بدخول وخروج السلعة وهي تعطل وصول السلعة إلى المستهلك، وكلما كانت الإجراءات سهلة وميسرة كلما شجعت الصادرات والتبادل التجاري بصفة عامة.

ثالثاً: القوانين والتشريعات

يخضع نشاط التجارة الخارجية في مختلف دول العالم إلى تشريعات ولوائح ترسمها أجهزة الدولة ، تعمل على تقييده بدرجة او بأخرى أو تحريره من العقبات المختلفة التي تواجهه على المستوى العالمي.

رابعاً: اختلاف الأذواق

تنشأ الاختلافات في الأذواق ما بين أبناء البلدان المختلفة بسبب عوامل عديدة مثل: اختلاف العادات والتقاليد الاجتماعية واختلاف الأديان والعقائد أو اختلاف البيئة الجغرافية أو درجة التقدم العلمي والاتجاهات الثقافية، ومعرفة الأفراد بتلك الاختلافات ورغبتهم الغريزية في التقليد والمحاكاة كثيراً.

خامساً: الإضرابات العمالية

تؤدي الإضرابات العمالية بطبيعة الحال إلى توقف الإنتاج تبعاً لطول مدة الإضراب ثم يتحدد الموقف بالنسبة للتجارة الخارجية بمدى أهمية الصناعة التي عانت من أزمة الإضراب واتصالها بتجارتي الصادرات أو الواردات. (فاتح، 2022، صفحة 31)

سادساً: التكنولوجيا

إن اختراع آلات جديدة تساهم في الإنتاج والتغلب على مشاكل نقص الأيدي العاملة يوفر الجهد، التكاليف، الوقت والجودة مما يؤثر على التبادل التجاري، وعند اجتماع التغير التكنولوجي والتجارة الخارجية يمكن للتأثير أن يكون بالغ القوة لأنه يزيد وتيرة الابتكار واعتماد التكنولوجيا والنمو الاقتصادي، كما يمكن أن يصبح قوة استقطاب داخل البلدان فيما بينها، وعلى حد سواء لأن التجارة الخارجية تظهر كوسيط بالغ الأهمية لنقل هذه الاختراعات التي تحدث تغيرات جذرية. (حمدي، 1996، صفحة 30)

المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يشهد العالم تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبالتالي ارتباط الأفراد والجماعات والدول بشبكات معلوماتية متطورة، تسهل انتقال المعلومات بشتى الميادين العلمية والاقتصادية والثقافية في جميع بقاع العالم، ولعل أبرز ما شجع غزو هذه التكنولوجيا هو الخصائص التي تتمتع بها، حتى أصبح الإنسان لا يستغني عنها في جميع أعماله وإنجازاته.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

سنحاول فيما يلي التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال طرح تعريفها وخصائصها وأهميتها.

الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن مفهوم مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال يحتوي على مجموعة من التخصصات والمعاني، فنجده من أولويات مجموعة من الاختصاصات مثل العلوم الأدبية والاجتماعية، التكنولوجيا المختلفة، والعلوم الدقيقة والإعلام الألي، الاتصال ... إلخ، فأول ظهور لهذا المفهوم كان بالولايات المتحدة الأمريكية بعد عملية الإدماج بين الخطوط الهاتفية والحاسوب الألي فنتج عنه اسم (تكنولوجيات الإعلام)، ومن ثم كان دور اليابان الذي أطلق عليه مصطلح (الكمبيوتر والاتصال) أما في دول أوروبا (الاتصال عن بعد والمعلوماتية)، ولكن تسميته بالمصطلح الجديد كان في أوروبا بعد انتشار علم الإعلام.

وفيما يخص تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال فقد اختلفت من باحث إلى آخر باختلاف الزوايا التي ينظر إليها كل باحث، ولا يوجد تعريف محدد ومتفق عليه، وفيما يلي نذكر أهم ما جاء به الباحثين:

يعرف " Jane laudon " و " Kenneth laudon " تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ظل التطورات

الحديثة و انتشار العلوم الرقمية بأنها: " أداة من الأدوات التسيير المستخدمة " والتي تتكون من خمسة مكونات:

- العتاد المعلوماتي: تتمثل في المعدات الفيزيائية للمعالجة.
- البرمجيات.
- تكنولوجيات التخزين: تتمثل في الحوامل الفيزيائية لتخزين المعطيات كالأقراص الصلبة والضوئية.
- تكنولوجيا الاتصال: وتتكون من معدات ووسائط فيزيائية وبرمجيات تربط مختلف اللواحق لنقل المعطيات.

- الشبكات: تربط هذه الحواسيب لتبادل المعطيات أو الموارد. (مدلس و عتو، 2017، صفحة

(199،200)

وتعرف كذلك بأنها: "مجموعة من الأدوات والشبكات التي تمكن من ربط الأطراف والشبكات والتعامل مع البيانات والمعارف من مصادر مختلفة بشكل سريع وفعال، وإن مثل هذه التكنولوجيا إنما يتم الاستثمار فيها بوصفها وسيلة يتم عن طريقها تسخير البيانات والمعارف المتاحة بقصد تطوير أدائها وتحسين تنافسيتها على مستويين الداخلي والخارجي بشكل سريع واقتصادي". (بن هدية و هيشور، 2023، صفحة 207،208)

كما يمكن تعريفها بأنها: "تقنية العشرين وما بعده وهي أنظمة بالغة الدقة من مجموعة أدوات تستخدم لتخزين وتحليل ومعالجة وبث ونقل المعلومات بجميع أشكالها". (قوراري ، علي ، و قازي ، 2013، صفحة 280)

و تعرف كذلك بأنها: "جزء من استراتيجية المؤسسة الإلكترونية التي تهدف إلى ضمان تغيير بيئة أعمالها نحو مستقبل رقمي، ووفقا لنفس المفهوم تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال أداة قوية تهيئ فرصا جديدة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، ومنه فإن اللجوء إلى استخدام هذه التكنولوجيات وتعزيزها يولد تحولا هاما في أساليب التنظيم وفق ديناميكية مستمرة". (معروف و بن كعكع ، 2021، صفحة 434)

من خلال ما جاء في التعاريف السابقة يتضح لنا بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي مجموعة من الأدوات والتقنيات والأجهزة المتطورة التي تعمل على جمع وتخزين ومعالجة المعلومات بشكل فعال وسريع بطرق علمية وتقنية، وبعد ذلك نقلها وبثها باستعمال التقنيات الحديثة للاتصال، لتوفير مخرجات ذات قيمة لمستخدميها بهدف تحسين الأداء.

الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة بالعديد من الخصائص يمكن حصرها فيما يلي:

- **التفاعلية:** وهذه السمة تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم على تبادلها ويطلق على ممارستهم بالممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع فرد(أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص(ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، كما يطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلا من المصادر.

ولقد غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة من مهام المتلقي وأكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي مثله مثل المرسل حيث أصبح فاعلا في العملية الاتصالية بعدما كان شكل التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية محصورا في الرسائل الموجهة إلى القائم بالاتصال في التلفزيون أو الإذاعة أو الجريدة بالإضافة إلى المكالمات الهاتفية أو الحضور في الأستوديو. (د.نبار ، 2018، صفحة 91)

- **قابلية التحرك و الحركة:** مما يعني إمكانية بث المعلومات واستقبالها بغض النظر عن مكان تواجد المرسل والمستقبل (مرتضى نوه ، 2023، صفحة 17)، وذلك باستخدام عدد من الأجهزة المختلفة مثل:

التلفزيون، الهاتف النقال، التلفاز المدمج في ساعة اليد، الحاسوب الإلكتروني النقال. (د.نبار ، 2018،
صفحة 91)

● **اللاتزامن:** التي تعني أنه بإمكان أكثر من شخص استعمال نفس المعلومة في وقت واحد (د.بكوش ،
د.بناولة ، و ط.بوعبدلي ، 2017، صفحة 21)، فمثلا نظام البريد الإلكتروني يرسل الرسالة مباشرة من
منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد مستقبل الرسالة. (د.نبار ، 2018، صفحة
92)

● **قابلية التحويل:** إمكانية نقل المعلومات وتحويلها على أي شكل كانت هذه المعلومات حيث يمكن تحويل
رسالة صوتية إلى مطبوعة أو مقروءة.

● **الشيوع و الانتشار:** القدرة على التوسع أكثر و إمكانية وصولها للطبقات أكثر في المجتمع.

● **التفاعل بين المهارات الإنسانية و الألة:** وهو نتيجة لاقتسام المهام الفكرية بين المستخدم والنظام.

● **الإنتاجية:** تكنولوجيا المعلومات هي الأداة الأكثر فعالية في الرفع من الإنتاجية، فتكنولوجيا المعلومات هي
من أهم الأدوات المستخدمة في دعم الابتكار والإبداع مما يسهم في تنمية الإنتاج والخدمات في المؤسسات
بمختلف أنواعها. (مرتضى نوه ، 2023، صفحة 17،18)

● **الكونية:** فالبيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومة أن تتبع
المسارات المعقدة، كتعدد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عند الحدود الدولية في أي مكان من
العالم. (د.نبار ، 2018، صفحة 92)

● **اللامركزية:** من الصفات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال التمييز باستقلالية كاملة، وكأحسن مثال
على ذلك الأنترنت فهو في تدفق مستمر ويعمل في كل الحالات ولا يملك أحد توقيف تدفقاته لأنه عبارة
عن شبكة تجمع بين كل المؤسسات والأشخاص.

● **عملية الكشف عن الهوية:** نقصد أن عملية إرسال الرسالة نستطيع التعرف عليها عن طريق استغلال
وسائل الكشف عن المرسل في حالة عدم استعمال القنوات الخاصة بالمؤسسة كحالة التواصل بين المؤسسات
المنتجة والمستهلكين. (مدلس و عتو، 2017، صفحة 200)

● **اللاجماهيرية (Demessification):** فلم تعد وسائل الاتصال تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في
رسائل عامة ومنظمة، بل أضحت من إمكانياتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى فرد بعينه تستهدفه برسائلها

أو إلى جماعة أو فئة معينة تبعا لاهتماماتها الخاصة، فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعا لحاجة مستقبلها.

● **الإحتكارية (Monopolistic):** إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد من الدول الصناعية الكبرى، وضمن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركيز إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية، ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما ولكن أيضا في التأثير على طريقة استخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول، مما يعزز من إحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي.

● **أسعار منخفضة (Low Prices):** من أهم المميزات التي ساهمت في انتشار هذه التكنولوجيات هو انخفاض أسعارها نتيجة لتداولها ما ساهم بروز شركات متنافسة عملت على جذب أكبر عدد من الزبائن وأيضا على تطوير منتجاتها من برامج ومضامين ومنتجات مختلفة.

ويمكننا أن نضيف كذلك إلى كل الخصائص السابقة خاصية مميزة ألا وهي التحديث المستمر لهذه التكنولوجيات والأجيال المتتابعة والتي لا يفصلها زمن معتبر بين كل جيل وآخر. (دفون ، 2014 ، صفحة 219)

المطلب الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

نظرا للخصائص التي تتسم بها تكنولوجيا المعلومات والاتصال فإن لها أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمة والاقتصاد ككل ونذكر منها:

أولا: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالنسبة للمنظمة

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في منظمات الأعمال أدى إلى تحقيق العديد من المزايا لهذه الأخيرة تتمثل فيما يلي:

- زيادة المبيعات والأرباح. - تخفيض التكاليف. - وتحسين الجودة.

بالإضافة إلى ما سبق، فهناك مزايا إضافية أخرى لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في منظمات الأعمال تتمثل في:

- تحسين الإنتاجية وكفاءة العمليات التشغيلية.

- توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب.

- زيادة القدرة على الخلق.
- دعم وتحسين عمليات اتخاذ القرار.
- الإبداع والابتكار.
- تحسين وتنشيط حركة الاتصالات بالمنشأة.
- مواجهة التهديدات الخارجية.
- صياغة وتنفيذ استراتيجيات المنظمة.

تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالوصول السريع لجميع الموظفين إلى جميع المعلومات المفيدة لمهامهم، وقد أحدثت هذه الشبكة الخاصة بالشركة بعض التحولات على عدة مستويات. وترتبط تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالفرص العظيمة للتعليم الفردي والجماعي عبر الإنترنت التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثانياً: أهمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بالنسبة للاقتصاد

توضح دراسات عدة أن الاستثمار بطريقة سليمة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال يولد منافع هائلة لنمو الاقتصاد، ولقطاعات الخدمات المتنوعة، مثل: الصحة والتعليم والتماسك الاجتماعي.

● مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التنمية الاقتصادية للدول

تعد التكنولوجيا وخصوصاً شبكات الاتصال ذات التدفق السريع عاملاً مهماً للتنمية وتسريع النمو الاقتصادي وتسهيل الإبداع، مما يساهم في إنتاج سلع وخدمات الرقمية.

● مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خلق فرص العمل

تعد خدمات الأنترنت والاتصال الإلكتروني المتطور وخاصة الإدارة الإلكترونية من العوامل التي غيرت جذرياً الاقتصاديات والمجتمعات، حيث ساهمت بزيادة الطلب على اليد العاملة. (علية و درار ، 2022، صفحة 306،307)

ثالثاً: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاقتصاد بالنسبة للتجارة الخارجية

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجارة الخارجية أدى إلى تحسينها، ومن بين المزايا التي تقدمها لهذه الأخيرة ما يلي:

• السرعة في تبادل المعلومات

تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال المؤسسات بتبادل الوثائق والمعلومات بشكل إلكتروني وسريع وبالتالي يؤدي إلى تسريع عمليات التصدير والاستيراد وبالتالي التأثير على التجارة الخارجية.

• تخفيض تكاليف العمليات التجارية و الوصول إلى تغيرات الأسواق

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يخفض من تكاليف العمليات التجارية من خلال تقليل الحاجة إلى الأوراق، كما تساهم في قدرة المؤسسات إلى الوصول إلى معلومات الأسواق الخارجية وتقلبات الأسعار من خلال البورصات العالمية لاتخاذ القرارات المسبقة والتقليل من المخاطر المالية من خلال تحليل البيانات الكبيرة التي يمكن أن توفر رؤية حول اتجاهات الأسواق وسلوك العملاء التجاريين، يؤدي هذا إلى اتخاذ المؤسسات احتياطاتها و وضع استراتيجيات فعالة، بالضرورة يؤدي هذا إلى التأثير في التجارة الخارجية.

• الشفافية والأمان

توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموعة من الأنظمة التي تساعد على تحقيق الشفافية في حركة التجارة الخارجية التي تمكن المؤسسات والعملاء التجاريين من تتبع حركة الصادرات والواردات (الشحنات) من وقت انطلاق العملية حتى نهايتها وهذا بالضرورة يؤثر إيجابا على التجارة الخارجية، بالإضافة إلى الأمن السيبراني التقنية الحديثة التي ظهرت في الآونة الأخيرة تساهم في حماية البيانات والمعلومات التجارية السرية والحساسة من التهديدات السيبرانية.

بشكل عام فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال ترتبط ارتباطا وثيقا بالتجارة الخارجية وتؤثر عليها سواء بالسلب أو الإيجاب.

المطلب الثالث: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعد البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحجر الأساس في بناء مجتمع معلوماتي حديث، ولا بد من توفرها كي يكون الوصول إلى خدمات المعلومات والاتصال سريعا وذا تكلفة معقولة، وبعد توفر البنية التحتية يكون تطبيقها فيما هو مسموح به ولكن ذلك يكون بمجموعة من المتطلبات التي تساهم على التطبيق.

الفرع الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال

فيما يلي سوف نتعرف على البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال النقاط التالية:

أولاً: تعريف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

عرفت البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها: " مجموعة من الأجهزة المادية وتطبيقات البرامج المطلوبة لتشغيل المؤسسة بأكملها". (بولنوار، 2023، صفحة 04)

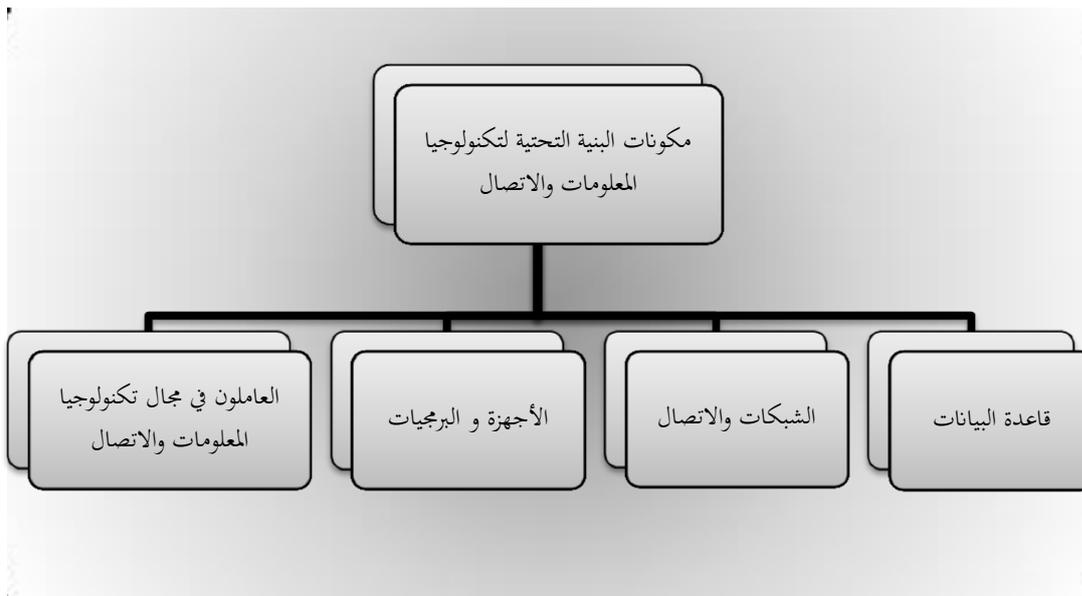
و عرفت أيضا على أنها: " مجموعة من الموارد التكنولوجية التي تضم كل من قاعدة البيانات، الأجهزة والبرمجيات، الشبكات والاتصال، وأخيرا العاملين في مجال تكنولوجيا المعلومات من أجل تزويد الفرد أو المجتمع بالمعلومات اللازمة، وخاصة بالنسبة للمنظمة التي تسعى جاهزة من أجل تحسين فعاليتها وتحقيق ميزة تنافسية فعالة و ذلك في ظل الاقتصاد الجديد الذي يعتمد على الرقمية وسرعة الأداء والتغير المستمر". (غنية، 2010، صفحة 53،54)

ونستخلص أن بنية تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي عبارة عن مجموعة من الموارد التكنولوجية التي تخص البيانات والأجهزة (Hardware) والبرمجيات (Software) والشبكات والاتصال ولا ننسى العنصر البشري العامل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وذلك لتزويد المجتمع أو الفرد بالمعلومات المطلوبة.

ثانياً: مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتحدد البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من مجموعة من العناصر والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (01): يوضح مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: من إعداد الباحثان

أ . قاعدة البيانات: وهي مجموعة منظمة من البيانات والمعلومات مرتبطة مع بعضها البعض بنسق معين بغرض تأمين حاجات محددة من متطلبات المستخدمين.

ب - الشبكات والاتصال: إن الشبكات والاتصالات عنصران ضروريان ومترابطان مع بعضهما البعض ويكمل أحدهما الآخر، فلا يمكن بناء شبكات دون توفير بيئة جديدة للاتصالات لخدمة هذه الشبكات. فالاتصال هو عملية تفاعل مشترك بين طرفين (شخصين أو جماعتين) لتبادل فكرة أو خبرة معينة عن طريق وسيلة ما. أما بالنسبة للشبكات فهي مجموعة من الحاسبات مرتبطة مع بعضها البعض بخطوط اتصال بحيث يمكن لمستخدميها المشاركة في الموارد المتاحة ونقل المعلومات فيما بينهم. (غنية، 2010، صفحة 54)

وتنقسم الشبكات داخل المؤسسات إلى شبكة الأنترنت و شبكة الأنترانت و الإكسترانت، والجدول الموالي يوضح العلاقة بين الشبكات الثلاثة.

الجدول رقم(02): يوضح العلاقة بين الأنترنت، الأنترانت، الإكسترانت

نوع الشبكة	المستخدمون	الوصول	نوع المعلومات
الأنترنت	أي شخص عن طريق الهاتف أو شبكة العمل	عدد غير محدد من العامة، بدون قيود	عامة، شعبية، تسويقية
الأنترانت	العاملين المرخص لهم فقط	خاص ومقيد و محظور على العاملين	خاصة بالمؤسسة و بما يرتبط بالعمل
الإكسترانت	مجموعات خاصة من شركاء العمل	خاص ومحظور على شركاء العمل المرخص لهم	مشاركة بين مجموعات الشركاء

المصدر: منيرة بوراس، التحول نحو الحكومة الإلكترونية في الجزائر بين واقع التطبيق و الرغبة في التطوير. أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر - باتنة 1، تخصص تنظيم سياسي و إداري، قسم العلوم السياسية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، 2019، ص71

ج - الأجهزة والبرمجيات: تمثل الأجهزة (Hardware) مجموع الأدوات التي تخزن وتحفظ وتعالج الأساس الأول من (البيانات) أما البرمجيات (Software) فهي من المكونات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والبرمجيات بنوعها التطبيقية وبرمجيات النظام وبهما يكن السيطرة على البيانات.

د - العاملون في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال: وهم الموظفون الذين ينشغلون على الحفاظ والإبداع في كل أو بعض الأشغال التالية: البنية التحتية، واستراتيجية تكنولوجيا المعلومات ونظم الأجهزة، ونظم

البرمجيات والعمليات أو عمليات الأعمال ذات العلاقة، سواء المتواجدون في شركات تكنولوجيا المعلومات أو لإدارات تكنولوجيا المعلومات ويتم تصنيف العاملون إلى:

- **مدير النظام:** إذ يتقلد هذا الأخير مهام إدارة النظام بالكفاءة والفاعلية المستهدفة.
 - **محلي و مصمم الأنظمة:** هم الذين يعملون على تطوير وتصميم وتحليل الأنظمة وتطبيقها.
 - **المبرمجين:** وهم الذين يقومون بالصياغة البرامج وتطبيقها وصيانتها من أجل القيام بمعالجة البيانات.
 - **مسؤول قاعدة البيانات:** يتولى مسؤولية تصميم نظام قاعدة البيانات، أثناء تعيين هيكل الملفات والسجلات والحقول والعلاقات المنطقية، والمادية وتحديد الطاقة الاستيعابية وتجهيز قواميس المعلومات.
 - **مسؤول البيانات:** يقوم بإدارة البيانات من خلال تعيين أنواع البيانات المتاحة أمام المنشأ ومصادرة هذه البيانات، وأهميتها وأشكالها وشموليتها.
 - **المتخصصين في تقنية الاتصال:** تتمثل مهمتهم بضمانة ولوج البيانات إلى النظام من منابعها المختلفة وتأمين إيصالها للمستفيدين بشكل يلي احتياجاتهم.
 - **الفريق الفني:** ويشتمل الفنيين الذين يتسلمون تشغيل الحواسيب وملحقاتها بعد إدماج البيانات، والقيام بأشغال الصيانة وتصليح الأعطال.
 - **الكتاب (مدخلي البيانات):** وهم الذين يقومون بإرسال البيانات لجهاز الحاسوب.
 - **المتخصصين في مجال بحوث العمليات:** وهم الذين يزاولون تيسير تطبيق تقنيات بحوث العمليات في مجال تحليل النظم، وتصميم قواعد البيانات وشبكات الاتصال. (بولنوار، 2023، صفحة 06، 05)
- ولا ننسى بأن البنية التحتية يختلف مستوى تقدمها من بلد إلى آخر، وذلك يرجع إلى الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال فيها.

الفرع الثاني: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يؤكد الباحثون على وجود عدد من المتطلبات المختلفة عند تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المنظمات من

أجل تحقيق نجاح المنظمة، و من هذه المتطلبات نجد: (حسين، 2010، صفحة 331، 330)

أولاً: المتطلبات الفنية وتشمل:

- تحسين البنى التحتية والارتكازية من اتصالات، مواصلات وغيرها.
- تهيئة مهارات بشرية من ذوي الخبرة والكفاءة.
- توفير معدات مناسبة للتشغيل بكفاءة وتحديثها باستمرار.

- بناء قاعدة معلوماتية مرتبطة عمليا وإقليميا و دوليا.

ثانيا: المتطلبات الاقتصادية وتشمل:

- تخصيص مبالغ كافية للقيام بنشاطات البحث والتطوير في مجال تكنولوجيا المعلومات.

- دعم الصناعة المعلوماتية و أساسياتها.

- تشجيع الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات.

ثالثا: متطلبات اجتماعية وتشمل:

- خلق أنماط العمل الجماعي و نشر روح التعاون بين مجموعات العمل المختلفة.

- تبني آليات التشجيع للأفراد على تقبل التغيير الفني.

- العمل على تغيير أنماط الثقافة التنظيمية السائدة و بما يتلاءم مع ثقافة المعلوماتية.

رابعا: المتطلبات الإدارية وتشمل:

- تعيين قيادات إدارية قادرة على التغيير.

- اعتماد الهياكل اللامركزية والمرنة.

- إنشاء وحدات تنظيمية تتولى إدارة تطوير مستلزمات تقانة المعلومات.

- إعادة هندسة الأعمال والعمليات داخل المنظمة.

خامسا: متطلبات أخرى وتشمل:

- إصدار قوانين وتشريعات تنظم عملية التبادل عبر قنوات تقانة المعلومات وتحمي مصالح الأطراف.

- توفير مقومات الأمن والخصوصية على الشبكات.

- توفير مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية واحترام الخصوصيات.

المبحث الثالث: أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مجال التجارة الخارجية

لقد أحدث التطور الكبير الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ظهور مصطلحات ومفاهيم جديدة تبين تأثير المجتمع وعلاقاته بالتكنولوجيا ومن بينها مصطلح الحكومة الإلكترونية الذي بدأ استخدامه منذ منتصف الثمانينات وتزايد اهتمام الباحثين بشكل واضح في العقد الأخير انطلاقا من الأبحاث العلمية وعموما يمكن وصف الحكومة الإلكترونية بأنها ناشئة عن تفاعلات بين ثلاث مجموعات منفصلة من القوى كل منها مرت بتطور خاص: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مفاهيم الإدارة، الحكومة نفسها، بحيث نجد أن الالتقاء بين التكنولوجيا والإدارة نتج عنه مصطلح الإدارة الإلكترونية والتي تعتبر السبب الرئيسي في ظهور الحكومة الإلكترونية

،وتوصف الإدارة الإلكترونية على أنها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين الوصول إلى الخدمات الإدارية. ولم تتوقف ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بل ساهمت في زيادة الترابط بين الأسواق في العالم مما أضاف على المعاملات التجارية صفة العالمية ونتج عن هذا التقدم مصطلح التجارة الإلكترونية فتعود نشأتها إلى خمسة عقود مضت، مرت خلالها بالعديد من المحطات منذ بدء استخدام أجهزة الحاسب الألي في المؤسسات الاقتصادية في أوائل السبعينيات من القرن العشرين إلى أن انتشرت أنشطتها بشكل واسع خلال العقد الأول والثاني من القرن الواحد والعشرين، وشهدت نمواً واسعاً خلال عام 2020 نتيجة الإغلاق الكلي أو الجزئي المفروض بسبب جائحة كورونا - كوفيد.19.

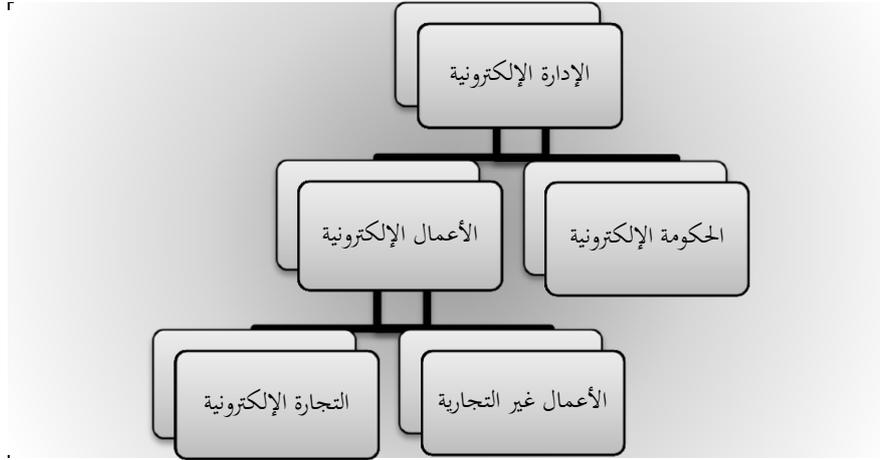
المطلب الأول: ماهية الحكومة الإلكترونية

ظهرت الحكومة الإلكترونية بغرض رفع مستوى الخدمات وفقاً لمتطلبات الإدارات العمومية وحاجيات المواطنين، ولهذا سوف نتطرق لتعريف الحكومة الإلكترونية، أهدافها ومجالاتها ومختلف الهياكل الحكومية التي طبقت فيها الحكومة الإلكترونية.

الفرع الأول: تعريف الحكومة الإلكترونية

إن مصطلح الحكومة الإلكترونية هو جزء لا يتجزأ من الإدارة الإلكترونية باعتبارها منظومة متكاملة وبنية وظيفية وتقنية مفتوحة، وهي إطار يشمل كل من الأعمال الإلكترونية للدلالة على الإدارة الإلكترونية للأعمال، إذ أنها تشمل هذه الأخيرة كل الأعمال الإدارية للقطاعين العام والخاص، الحكومي وغير الحكومي، والتي تنجز باستعمال الأنظمة الإلكترونية بمختلف أنواعها، أما الحكومة الإلكترونية للدلالة على الإدارة الإلكترونية العامة أو الإدارة الإلكترونية لأعمال الحكومة الموجهة للمواطنين أو الموجهة للأعمال أو الموجهة لمؤسسات ودوائر الحكومة المختلفة، والشكل الموالي يوضح ذلك. (جمال، 2018، صفحة 99)

الشكل رقم (02): يوضح الفرق بين مصطلح الحكومة الإلكترونية ومصطلح الإدارة الإلكترونية



المصدر: بوزيان رحامي جمال، تطبيقات الحكومة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة خميس

مليانة، الجزائر، المجلد 01، العدد، 18، الصفحة 99.

وقد نشأت الإدارة الإلكترونية وظهرت بالتالي الحكومة الإلكترونية بعد التطور السريع لتقنية المعلومات والاتصالات، وبروز الحاجة لنمط جديد من الإدارة في ظل تنامي التنافس والتحدي المتزايد أمام الإدارات البيروقراطية للتحسين من مستوى أعمالها وجودة خدماتها، وبالتالي فإن ظهور الإدارة الإلكترونية ومن ثم ظهور مصطلح الحكومة الإلكترونية جاء كنتيجة لتطور نوعي أفرزته تقنيات الاتصال الحديثة في ظل ثورة المعلومات، وازدياد الحاجة إلى توظيف التكنولوجيا الحديثة في إدارة علاقات المواطن والمؤسسات، وربط الإدارات العامة والوزارات عبر آليات التكنولوجيا.

ومن الضروري التأكيد على أن الحكومة الإلكترونية ليست مجرد شراء أجهزة تقنية حديثة أو بناء مواقع إلكترونية، لكنها عملية تحول في العلاقة بين الحكومة والمستفيدين من خدماتها. (جمال، 2018، صفحة 100) ومن خلال مسح الأدبيات العلمية لتحديد تعريف الحكومة الإلكترونية لاحظنا وجود اختلاف في آراء الباحثين حول تحديد تعريف موحد ودقيق، ويعود ذلك إلى اختلاف الجانب أو الزاوية التي يهتم بها كل باحث أو، ونذكر من بين هذه التعريفات ما يلي:

عرف البنك الدولي الحكومة الإلكترونية بأنها: "عملية استخدام المؤسسات الحكومية لتكنولوجيا المعلومات والتي لديها القدرة على تغيير وتحويل العلاقات مع المواطنين ورجال الأعمال ومختلف المؤسسات الحكومية. وهذه التكنولوجيا يمكنها أن تخدم عددا كبيرا من الأهداف مثل: تقديم خدمات أفضل للمواطنين وتحسين التعامل

والتفاعل مع رجال الأعمال ومجتمع الصناعة وتمكين المواطنين من الوصول للمعلومات وهو ما يوفر مزيداً من الشفافية أو إدارة أكثر كفاءة للمؤسسات الحكومية". (يحياوي، 2016، صفحة 19)

وقد عرفت المنظمة العربية للتنمية الإدارية الحكومة الإلكترونية بأنها: " عملية الاستخدام التكاملي الفعال لجميع تقنيات المعلومات و الإتصال بهدف تسهيل العمليات الإدارية و اليومية للقطاعات الحكومية وتلك التي تتم فيما بينها و بين (حكومية - حكومية) G2G ، و تلك التي تربطها بالمواطنين (حكومية - مواطن) G2C ، أو قطاعات الأعمال (حكومية - أعمال) G2B أو الموظفين G2E. (يحياوي، 2016، صفحة 19)

الحكومة الإلكترونية هي: " حكومة تدار إلكترونياً بحيث تستخدم التقنيات الحديثة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأدوات لتحقيق أهدافها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية في ظل الإطار التنظيمي والتشريعي الذي يحكم العمل بالمنظمات الحكومية مع إحداث تغييرات جذرية في النظم والممارسات الإدارية المطبقة في هذه المنظمات بما يتفق مع الدور الجديد للدولة للوفاء بمتطلبات عصر المعرفة مما يعود على المواطن بالرفاهية وجودة الحياة". (بطاطا و بعداش ، 2020 ، صفحة 414)

أما أهدافها فتترتب بمزايا تطبيق الحكومة الإلكترونية ومن بينها نذكر ما يلي:

- تساهم الحكومة الإلكترونية في تعزيز الشفافية من خلال تقديم معلومات ذات درجة عالية من الموثوقية والالتزام القوي بنشر تداول هذه المعلومات.
 - تحسين استجابة الحكومة لاحتياجات المستفيدين (من المواطنين وغيرهم) من خلال تجهيزهم بالمعلومات الوافية.
 - توفير المال والوقت والموارد المستخدمة من قبل إدارات الحكومة في إطار علاقتها بالمواطنين وأصحاب الأعمال والمستثمرين. ويتحقق هذا الهدف من خلال التأثير الإيجابي المباشر للحكومة الإلكترونية في تحسين الأداء الحكومي وتعزيز نظم الرقابة على أداء الموظف العام.
 - تسعى مشروعات الحكومة الإلكترونية إلى تحسين جودة الخدمات العامة الحكومية المقدمة للمستفيدين. وذلك في ضوء معايير موضوعية لقياس الجودة مبنية على فلسفة إدارة الجودة الشاملة للدارات العامة.
 - خلق تأثير إيجابي في المجتمع من خلال ترويج وتنمية معارف ومهارات تكنولوجيا المعلومات بين أفراد المجتمع.
- (غالب، 2010، صفحة 246)

مما سبق يتضح لنا أن الحكومة الإلكترونية وليدة الإدارة الإلكترونية وجزء لا يتجزأ منها، تسعى إلى تحسين أسلوب الخدمات الحكومية، فهي تهدف إلى تقديم مساعدات للمواطنين متممة بالشفافية عبر أدوات تكنولوجية مهمة وفعالة.

الفرع الثاني: مجالات الحكومة الإلكترونية

تتنوع أنشطة الحكومة الإلكترونية إلى ثلاثة مجالات رئيسية تتمثل في ثلاثة أنواع من العلاقات المهمة هي (جميلة، الجليلي، و بوكرشاوي، 2018، صفحة 6،7،8):

أولاً: من الحكومة إلى المواطن (Government To Citizen)

يمكن أن تستخدم الإدارات الحكومية على الأنترنت معاملات (G2C)، للتعامل مع جميع المسائل التي تتصل بالمواطنين والتي يمكن أن تشمل مجموعة واسعة من التفاعلات بين الحكومة والمواطنين، ويهدف هذا النوع من المبادرات الحكومية الإلكترونية للنشر وتقديم كل المعلومات والخدمات التي يحتاجها المواطنون في مكان واحد. وعلاوة على ذلك فإنه يمنح المواطنين 7 أيام /24 ساعة من الوصول إلى الخدمات عبر الأنترنت.

ثانياً: من الحكومة إلى الأعمال (القطاع الخاص) (Government To Business)

تشمل المعاملات وتقديم خدمات الحكومة على الأنترنت لمجتمع الأعمال، مثل: خدمات الأنظمة الضريبية والقانونية، دفع الضرائب، تسجيل الشركات والحصول على تراخيص وتجديدها، وغيرها من المعلومات المقدمة عبر الأنترنت.

الخدمات المقدمة من خلال معاملات (G2B) تساعد على تطوير الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، و ثم هدف آخر هو تبسيط الإجراءات الخاصة بالتطبيق التي من شأنها تسهيل الموافقة على معالجة الطلبات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي بدورها تشجع على تنمية الأعمال التجارية. هذه الفئة تتيح للحكومات القيام بأعمال تجارية على الأنترنت مثل: دفع فواتير وشراء المواد وجمع معلومات أفضل لتعزيز عملية اتخاذ القرارات.

ثالثاً: من الحكومة إلى الحكومة (Government To Government)

ينطوي (G2G) على تبادل البيانات وإجراء التبادلات الإلكترونية بين الجهات الحكومية. أي أنه يسهل الاتصالات الداخلية بين الإدارات والوكالات الحكومية، وهذا يشمل جمع المعلومات ونشرها وأنظمة البريد الإلكتروني وسير العمل، من أجل تحسين الكفاءة داخل الدوائر الحكومية. يمكن أيضاً أن ينظر إلى (G2G) على أنها استخدام وسائل الاتصال والتنسيق وتوحيد المعلومات والخدمات إلكترونياً، لتحقيق الإدارة الإلكترونية

التي تتيح لكل (مؤسسة حكومية / قسم / وكالة) إنشاء مستودعات البيانات الخاصة بها من أجل تبادل المعلومات والخدمات مع بعضهم البعض. وهو يعتبر بمثابة العمود الفقري للحكومة الإلكترونية.

الفرع الثالث: تطبيق الحكومة الإلكترونية في الهياكل الحكومية

يوجد العديد من الهياكل الحكومية التي تطبق الحكومة الإلكترونية سنتطرق لها في ما يلي:

أولاً: تطبيق الحكومة الإلكترونية في قطاع البريد والاتصال

يقدم هذا القطاع الكثير من الخدمات عن بعد للمستخدمين منها، ومن أبرز هذه الخدمات ما يلي:

- السحب الألي للأموال باستعمال بطاقة السحب عن طريق الصراف الألي، كما توفر بطاقة السحب المغناطيسية الإلكترونية إمكانية الاطلاع على الرصيد المتوفر.
- الحساب الجاري عن بعد وذلك من خلال توفر خدمة الموزع الصوتي.
- البطاقة الذهبية للدفع الإلكتروني.

ثانياً: تطبيق الحكومة الإلكترونية في قطاع الضمان الاجتماعي

يعتبر قطاع خدمي بالدرجة الأولى، يمنح تعويضات للأشخاص الذين لهم حق التعويض عند وقوع أي حادث، وتقدم مصالح الضمان الاجتماعي العديد من الخدمات الإلكترونية بمصالحها نذكر منها:

- بطاقة الشفاء.
- التصريح عن بعد باشتراكات الضمان الاجتماعي من خلال موقع صندوق الضمان الاجتماعي على شبكة الأنترنت.
- **الدفع الإلكتروني:** هذه الخدمة تسمح للمستخدمين بتسديد اشتراكات الضمان الاجتماعي عبر بوابة التصريح عن بعد على موقع الصندوق على شبكة الأنترنت بدون عناء التنقل ودون أي وثيقة عن طريق استعمال البطاقة البنكية.

ثالثاً: تطبيق الحكومة الإلكترونية بقطاع التعليم

لقد قدمت التكنولوجيا خدمة كبيرة في مجال التعليم، بدءاً باختراع القلم والورق، إلى مرحلة الطباعة، ومرحلة التسجيل والتصوير، والأن أصبح الحاسوب من أقوى الوسائط المستخدمة في مجالات التعليم.

وكذلك التعليم عن بعد، حيث يمكن للمتعلم في بلد ما أن يستمع ويناقش محاضراً في بلد آخر، وأصبحت الشبكة العنكبوتية (الأنترنت) مصدراً أساسياً من مصادر التعليم لا غنى عنه للطالب والمعلم، ومصدراً للمعلومة لأي شخص آخر.

بحيث استفاد قطاع التعليم بكل أطواره من جملة من خدمات الحكومة الإلكترونية نذكر منها:

- التسجيل لاجتياز بعض الشهادات.
- الاطلاع على النتائج من خلال المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت.
- سحب الاستثمارات و تقديم استفسارات.
- تحميل الدروس عن مواقع مؤسسات التعليم عبر الأنترنت.
- التعليم الإلكتروني عن بعد. (جمال، تطبيقات الحكومة الإلكترونية في الجزائر ، 2018، صفحة 105،106،107)

رابعاً: تطبيق الحكومة الإلكترونية بقطاع الجمارك

يعني مصطلح الجمارك الإلكترونية حسب منظمة الجمارك العالمية أي نشاط آلي أو إلكتروني يسهم في فعالية وكفاءة العمل الجمركي، وكذا تنسيق الأنشطة الجمركية والنظم الآلية للتخليص الجمركي، النافذة الواحدة، التبادل، الإلكتروني

للمعلومات بالإضافة إلى مواقع توصيل المعلومات وتعزيز الشفافية وكذا استخدام الهواتف الذكية. (ميلود و دويني ، 2022، صفحة 673)

ويسعى إلى تحسين في أداء الخدمة الجمركية من خلال تقديم خدمات جمركية إلكترونية على مستوى مصالحتها سنرى منها:

أ - التحصيل الإلكتروني للرسوم والحقوق الجمركية: التحصيل الإلكتروني للرسوم والحقوق الجمركية مع الرقمنة الشاملة للعمليات المحاسبية لقابضات الجمارك، مما يوفر رقابة فورية للإيرادات الجمركية عن طريق السداد الإلكتروني للضرائب الجمركية وهذا باستعمال وسائل الدفع الإلكتروني مثل: بطاقة الائتمان، بطاقات الخصم الفوري من الرصيد، تحويل المبالغ بشكل إلكتروني.

ب - الجمركة الإلكترونية: توفير إدارة إلكترونية شاملة للتصريح الجمركي بشكل يغطي جميع الأنظمة الجمركية للبضائع عند الاستيراد والتصدير بما في ذلك الأنظمة الاقتصادية.

ج - البوابة الإلكترونية: يوجد بوابتان داخلية وخارجية:

- البوابة الداخلية: مخصصة لرقمنه عمل موظفي إدارة الجمارك.

- البوابة الخارجية: فهي مخصصة للمتدخلين غير الجمركيين تسمح للمتعاملين الاقتصاديين، المصرحين ووكلاء العبور بالوصول آتيا الى المعلومات التي تمهم. (ميلود و دويني ، 2022 ، صفحة 677،678)

خامسا: تطبيق الحكومة الإلكترونية بقطاع العدالة

يعتبر قطاع العدالة أحد القطاعات الأساسية في برنامج الحكومة الذي يحقق من خلاله النزاهة وإقرار العدالة والتأسيس لدولة الحق و القانون، حيث توجه قطاع العدالة إلى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الهياكل الإدارية والتنظيمية للقطاع والتي تهدف من خلالها إلى التحول نحو تقديم خدمات عمومية إلكترونية، وتتمثل عصرنه قطاع العدالة في (جمال، 2018، صفحة 109،108):

أ- الأنظمة المعلوماتية: هي أنظمة موجهة لخدمة المواطن والمتقاضي لتحسين الخدمات العمومية التي يقدمها مرفق القضاء ومن بين هذه الأنظمة المعلوماتية المستخدمة في قطاع العدالة نجد:

1. النظام الآلي لتسيير الملف القضائي: يسمح هذا النظام ب:

- تسيير الملف القضائي آليا منذ تسجيل القضية في المدني بمصلحة تسجيل الدعاوي الى غاية صدور الحكم.

- يمكن للمواطن الاطلاع على القضية التي تمه من خلال الشباك الإلكتروني.

2. النظام الآلي لتسيير الجمهور العقابي: وهو نظام:

- يتكفل بتسيير نشاط و ملف النزير منذ أول يوم يدخل فيه المؤسسة العقابية إلى غاية خروجه.

- معالجة سريعة وفعالة لإجراءات العفو.

ويوجد أنظمة أخرى منها: نظام صحفية السوابق القضائية، النظام الآلي لتسيير الأرشيف التاريخي، نظام

تسيير الأوامر بالقبض.

3. الأنظمة المساعدة على إتخاذ القرار و رسم السياسات المستقبلية: و تشمل هذه الأنظمة:

- الخريطة القضائية: تمثل نظام يسمح بالتعرف على ما تحتاجه الوزارة على المدى القريب والبعيد للقضاء.

- الجدول التحليلي: يعبر عن نظام يسمح بجمع كل الإحصائيات المتعلقة بالقطاع.

- نظام تسيير المسار المهني للقضاة و الموظفين: يهدف للوصول الى تجسيد التسيير العلمي للموارد

البشرية.

- نظام تسيير مساعدى القضاء: هي قاعدة معطيات خاصة بكل المعلومات المتعلقة بمساعدى القضاء بمختلف أصنافهم (خبراء ، موثقين ، محامين ...) وذلك بالتعرف على تعييناتهم، حركة تنقلهم، أماكن ممارسة النشاط ومختلف ما يتعرضون له من عقوبات تأديبية.

المطلب الثاني : ماهية التجارة الإلكترونية

مصطلح التجارة الإلكترونية هو مصطلح حديث النشأة، فهو نتيجة من نتائج مزج ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال التقنيات الحديثة، ويركز بالدرجة الأولى على تفاعل أطراف التبادل إلكترونياً بدلاً من الاتصال المباشر (التجارة التقليدية)، فهي تتم عبر وسائل إلكترونية ونظم دفع حديثة (وسائل الدفع الإلكترونية) وبالتالي لا يمكن الاستغناء عنها.

الفرع الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

لقد تعددت تعريفات التجارة الإلكترونية وقد استصعب على الباحثين وضع تعريف دقيق، وذلك يرجع إلى سرعة نموها وسرعة انتشارها وسرعة تطورها، ومن خلال هذا الفرع سنحاول الإلمام بمجموعة التعريفات والخصائص للتجارة الإلكترونية.

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية جزء هام من الأعمال الإلكترونية بصفة عامة، فبداية الأنشطة الإلكترونية ظهرت من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال بين الشركات والمؤسسات المالية الكبرى، ومع ظهور وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال امتد النشاط الإلكتروني إلى النشاط التجاري الإلكتروني في مجال الأسواق التجارية والمالية والخدمات، وتعتبر الأنترنت هي البنية التحتية التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية حيث قامت العديد من المؤسسات الاقتصادية ببناء متاجر لها وذلك بإنشاء مواقع إلكترونية يتم من خلالها التعريف بالمؤسسة ونشاطها.

وفي سبيل تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية، سنقوم بعرض التعريفات التالية:

يصفها خبراء الأنترنت بأنها: "التجارة التي تفتح من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الأنترنت". (جماني ، 2019، صفحة 60، 59)

و عرفتها منظمة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) أنها: "الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات المؤسسات والشركات والأفراد والمعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات والنصوص والصوت

والصورة، ويتضمن التعريف تأثيرات التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية على المؤسسات، والعمليات التي تحكم الفعاليات التجارية والإطار التنظيمي والتشريعي وكذلك التسويقات المالية والضرائب".

أما بالنسبة لمنظمة التجارة العالمية (WTO) فقد عرفت على أنها: "عملية الإنتاج، الدعاية، البيع والتوزيع للمنتجات بواسطة شبكات الاتصال، معتمدة في ذلك على الأنترنت كالوسيلة الأهم في التجارة الإلكترونية، وهناك ست وسائل أساسية للتجارة الإلكترونية يمكن تمييزها: الهاتف، الفاكس، التلفاز، وسائل الدفع الإلكترونية و أنظمة التحويلات النقدية، وتبادل البيانات إلكترونياً والإنترنت".

ويعتبر هذا التعريف الأوسع لمصطلح التجارة الإلكترونية، فيما تقتصر التجارة الإلكترونية على التجارة عبر الإنترنت وشبكات الكمبيوتر في العديد من المفاهيم. (تارزي ، 2016، صفحة 110)

واعتماداً على التعاريف السابقة الذكر يمكن صياغة تعريف شامل للتجارة الإلكترونية بحيث أنها بيئة تمكن وتسهل عملية البيع والشراء للمنتجات والخدمات عبر الأنترنت، فالمنتجات من الممكن أن تكون ملموسة مثل الكتب والأقراص المدججة وأجهزة الفيديو وغيرها ومن الممكن أن تكون غير ملموسة أي خدمات مثل شراء معلومات معينة أو ملف فيديو أو كتاب إلكتروني، أو يمكن الحصول على خدمة استشارات أو أخبار معينة هذا باستخدام وسائل عديدة مثل الهاتف والتلفاز و وسائل الدفع الإلكتروني، وبالتالي فإن التجارة الإلكترونية تعدت الحدود الدولية وتوسع نطاقها بحيث أصبحت كل المعروضات والأنشطة التجارية يمكن الاطلاع عليها في كل أنحاء العالم ومتاحة لكل الشرائح الاجتماعية للتصفح عليها وحتى إجراء تعديلات عليها مقارنة مع سلع ومعروضات أخرى.

ثانياً: خصائص التجارة الإلكترونية

تتمثل خصائص التجارة الإلكترونية فيما يلي:

أ - غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة

على خلاف العقود المبرمة في التجارة التقليدية التي تتم بإلتقاء الأطراف في مجلس العقد للتفاوض والاتفاق على شروط العقد، فإن العقود في التجارة الإلكترونية تغيب فيها المفاوضات والالتقاء في مجلس العقد، ويجري الاتصال بين البائع و المشتري عن طريق أجهزة الكمبيوتر التي قد تبعد عن بعضها بألاف الأميال، كما قد يكون هناك اختلاف زمني بينهما ناتج عن الفارق الزمني بين تحويل الرسالة الإلكترونية وبين استقبالها، إما لعطل في الشبكة أو بسبب عدم تنزيل الرسائل من الشبكة حال وصولها.

كما قد يتغيب العنصر البشري تماما وتقوم الأجهزة بالتواصل فيما بينها وفقا لبرامج معدة لها، هذه الأخيرة التي تقوم في بعض الشركات بجرد المخزون من سلعة ما، فإذا نقص المخزون عن حد معين تقوم بإصدار أوامر شراء للموردين، الذين تقوم أجهزة الكمبيوتر لديهم باستلامها وتنفيذها و من ثم إرسال فواتير البيع، كل هذا دون تدخل العنصر البشري.

ب - وجود وسيط إلكتروني

يتمثل في وجود حاسب ألي لدى كل أطراف العملية التجارية يكون على اتصال بشبكة الاتصالات الدولية، التي يتم من خلالها انتقال كل العمليات المحولة في شكل إلكتروني بين الأطراف المتعاقدين، ويتم ذلك في الوقت الحقيقي على الرغم من تباعد المسافات التي تربط بينهم، هذا إن لم يحدث عطل في الشبكة يحول دون وصول الرسالة. هذا وقد تم وضع برمجيات تحت الخدمة تتوافق مع أجهزة الحاسب الألية في مجالات المحاسبة، التسويق وخدمات البيع، مما ساعد في سرعة إنجاز الأعمال بالنسبة للأفراد والشركات وبتكلفة أقل.

ج - السرعة في إنجاز الأعمال

يعني التعامل عبر الأنترنت عن استعمال العديد من الأوراق المكتتبية التي تصاحب أوامر البيع والشراء ويرفع من سرعة إتمام المعاملات التجارية، كما تسمح الأنترنت بتحسين وقت الاستعلام والإجابة على طلبات الزبائن، بفضل انتقال الرسالة الإلكترونية بين أطراف العملية التجارية في لحظات، فمثلا المؤسسة الألمانية للوجستيات والنقل "Trans o flex" وفرت لزبائنها خدمة التأكد من مكان تواجد بضاعتهم المنقولة لحظة بلحظة على موقعها الإلكتروني على الشبكة. لتحقيق السرعة في إنجاز عمليات التجارة الإلكترونية تقوم المؤسسات التي تنشر عنوان بريدتها الإلكتروني لزبائنها بتكليف شخص مؤهل للإجابة على رسائلهم وإيجاد الحلول السريعة في الرد على رسائلهم إن استعصت عليه الإجابة، لأن الأساس في ممارسة التجارة الإلكترونية هو السرعة. (تارزي ، 2016، صفحة 84،85)

د - تتم عمليات التبادل التجاري الإلكتروني بأعلى درجة ممكنة من الكفاءة والفعالية وبأقل تكلفة ممكنة كونها تعتمد على التبادل الإلكتروني للبيانات و المعلومات و التحويلات المالية باستخدام أرقى النظم المعلوماتية.

هـ - نشاط التجارة الإلكترونية يمتد على مدار الأيام والساعات والسنوات بدون قيود زمنية و هذا ما يعود بالنفع على المبادلات التجارية.

و - تشكل التجارة الإلكترونية عاملا تنافسيا بين المؤسسات مما يؤدي إلى تطوير خدماتها التجارية بشكل

مستمر.

ز - التجارة الإلكترونية لديها استجابة كبيرة لطلبات السوق من خلال التفاعل مع العملاء. (حده، 2023، صفحة 90)

الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني

مع توسع نطاق التجارة الإلكترونية والتطور اللامتناهي في تكنولوجيا المعلومات والاتصال يتضاءل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام تطور وسائل الدفع الحديثة، فلم تعد تلك الوسائل التقليدية فعالة في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة افتراضية التي تتم عبر شبكة الأنترنت، ومن هنا فإن أهمية تطوير وسائل السداد والدفع أصبحت ضرورية لتصبح وسائل دفع إلكترونية.

أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

اختلفت التعريفات التي حاولت تقديم مفهوم دقيق لوسائل الدفع الإلكتروني، وذلك لاختلاف الزاوية التي ينظر من خلالها الباحثين وفيما يلي نذكر أهمها:

عرفت وسائل الدفع الإلكتروني بأنها: "عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية للدفع التقليدي والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هي أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم كل عملياتها وتسير إلكترونياً، ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية". (صحراوي و لعراف، 2020، صفحة 111)

فقد ركز هذا التعريف على وسائل الدفع التي كانت موجودة من قبل وما تغير فيها إلا طرق معالجتها، وأهم الوسائل الإلكترونية الحديثة كبطاقات الدفع الإلكتروني.

وفي تعريف آخر عرفت على أنها: "وسيلة إلكترونية بها قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها يتم وضعها في متناول المستخدمين كبديل عن العملات النقدية و الورقية وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة". (عباسة، 2016، صفحة 347)

وهذا التعريف لم يعبر عن كل وسائل الدفع الإلكتروني، بل أشار فقط إلى النقود الإلكترونية.

وهناك تعريف آخر يقول بأن وسائل الدفع الإلكتروني هي: "عبارة عن طريقة دفع معالجة بطريقة إلكترونية يتم بواسطتها تحويل المعاملات التجارية والمالية من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر أو من نظام إلى آخر ويتم معالجتها تقنيا من خلال وسيط إلكتروني". (حده، 2023، صفحة 91)

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج بأن وسائل الدفع الإلكتروني هي عبارة عن الأدوات التي تقوم الجهات المصدرة لها (المؤسسات المالية و المصرفية) بإصدارها للجهات التي ستقوم بالدفع إلكترونياً (العملاء)

بحيث تضمن انتقال الأموال التي تمثل في الأساس ثمن سلعة أو خدمة للجهات التي ستقوم باستقبال الدفع الإلكتروني (التجار)، باستخدام التقنيات الحديثة المعدة من طرف مصدر هذه الأدوات.

وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة من الوسائل الإلكترونية التي تصدرها المؤسسات والمصارف، وتتم عملية الوفاء والتسديد بهذه الوسائل بعدة طرق هي:

- التسديد عند الاستلام.
- التسديد باستخدام البطاقات البنكية.
- التسديد باستخدام البطاقات الذكية.
- التسديد باستخدام الشيكات الإلكترونية.
- التسديد باستخدام النقود الإلكترونية. (حده، 2023، صفحة 92)

و نتيجة للتطورات التي حدثت في مجال التجارة الإلكترونية الذي تمحصر عنها وسائل الدفع الحديثة (الإلكترونية)، فوجد هناك إختلاف في أنواعها وأشكالها من بلد إلى آخر ومن شكل إلى آخر حسب متطلبات النشاط الاقتصادي للدولة.

ثانيا: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

هناك العديد من الأنواع لوسائل الدفع الإلكتروني، وسنذكر أهمها و أكثرها انتشارا في وقتنا المعاصر. **أد البطاقات البنكية** : وهي عبارة عن بطاقات مغناطيسية التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة ويتم استخدامها كأداة ضمان وتتميز بكونها توفر كلا من الوقت والجهد لحاملها وكذلك تزيد من إيرادات البنك المصدر لها لما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو من فوائد مقابل التأخر في السداد ولا يتم إصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة جيدة لموقف العميل حتى لا يواجه البنك المصدر مخاطر عالية في حالة عدم السداد.

وللبطاقة البنكية عدة تسميات إلا أن مسمى بطاقات الائتمان هو الأكثر شيوعا وذلك لأنها بجانب كونها وسيلة دفع فإنها تعطي لحاملها ائتمانا قصير الأجل. (طالبي و بن عبد العزيز، 2023، صفحة 264)

وتمكن هذه البطاقة حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي (ATM) Automated Teller Machines، كما تمكنت أيضا من شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يريد من خدمات وذلك دون أن يكون لديه مبالغ كبيرة من الأموال قد تتعرض للسرقة أو التلف.

و هناك عدة أصناف لهذه البطاقات نوردتها فيما يلي:

1. البطاقات الائتمانية (CREDIT CARDS): هي بطاقات خاصة تصدرها البنوك والمؤسسات المالية الأخرى لعملائها كخدمة إضافية، وهي عبارة عن بطاقات مغناطيسية يستطيع حاملها أن يستخدمها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات. (زربوط ، 2019، صفحة 54،55) و بطاقة الائتمان تكون في حدود مبالغ معينة متفق عليها بين البنك و العميل مثل: بطاقة الفيزا و الماستر كارڊ و أميريكان اكسبرس... الخ (طالبي و بن عبد العزيز، 2023، صفحة 264)
- الشكل رقم(03): يوضح نموذج عن بطاقة ماستر كارڊ



المصدر: صورة لبطاقة ماستر كارڊ. تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/07 على 14:00 من موقع

www.mastercard.com

تمثل العناصر المرقمة في الشكل أعلاه مايلي:

- 1- إسم البنك أو شعاره. 2 - شريحة ذكية. 3 - رقم البطاقة.
4 - تاريخ الإنتهاء. 5 - إسم صاحب البطاقة. 6 - شعار شركة الدفع.

الشكل رقم(04) : يوضح نموذج عن بطاقة الدفع الكلاسيكية

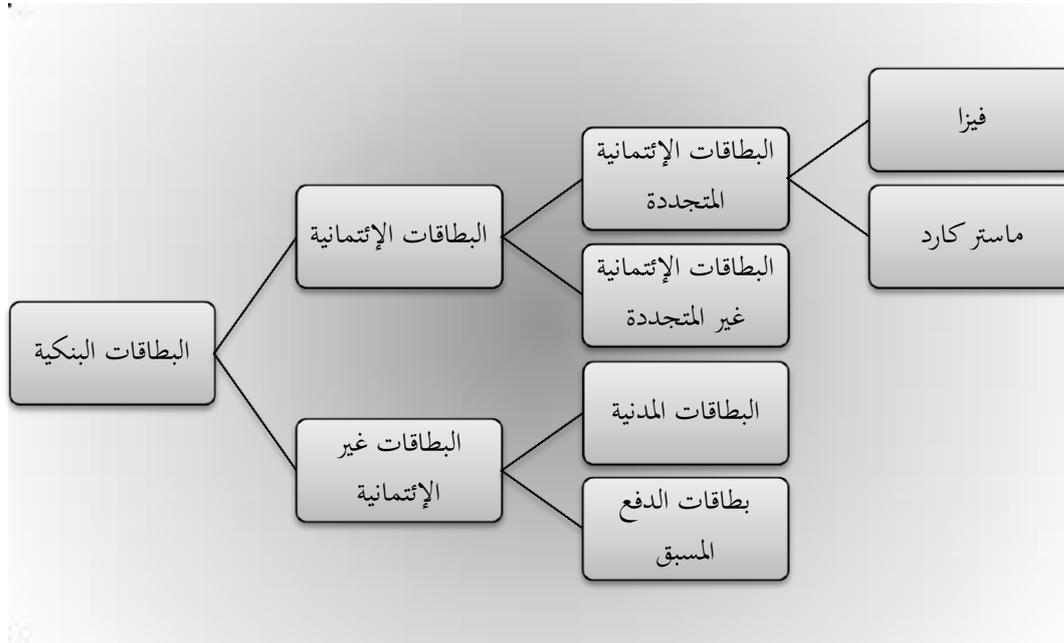


المصدر: صورة لبطاقة الدفع الكلاسيكية. تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/07 على 14:30 من موقع:

www.bitakati.dz/ar/page/decouvrir-la-carte-cib-p2

2. **البطاقات غير الائتمانية:** وهي بطاقات لا تمنح لصاحبها بعملية الدفع أو التسوية لمستحقته إلا إذا توفر فعليا على الأموال المقابلة لعملية التسوية وبالتالي فهي لا تمنح لصاحبها أي ائتمان أو قرض، (زربوط ، 2019، صفحة 56) و تنقسم إلى قسمين:
- **بطاقات الدفع المسبق:** حيث يقوم صاحب البطاقة الإلكترونية بشحنها أو ملئها بمبلغ مالي معين وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة و لإعادة إستخدامها يجب إعادة شحنها و هكذا و قد عممت هذه الطريقة على المحلات عدة أهمها قطاع الإتصالات الهاتفية الثابتة و النقالة.
 - **البطاقات المدنية:** و يتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة حيث يسمح إستخدام البطاقة في عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد (البائع) من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا و في حالة العكس (دائنا) لا تتم التسوية فعليه التسوية و تتطلب رصيда كافيًا و معطيا و مغطيا للنفقات المجرات بواسطة البطاقة. (العز، 2008، صفحة 233،234)
 - **البطاقات الائتمانية المتجددة:** تصدر البنوك هذا النوع من البطاقات في حدود مبالغ معينة و يكون حامل البطاقة مخيرا بين تسديد كلي لقيمة فاتورة البطاقة خلال فترة الإستفادة أو تسديد جزء منها فقط و يسدد البطاقة خلال فترة أو فترات لاحقة وفي كلتا الحالتين يتم تجديد القرض الأول لحامل البطاقة لذلك سميت بطاقة الإئتمان المتجددة و تتميز بأنها توفر الجهد و الوقت لحاملها و تزيد من إيرادات البنك المصدر لها بما يحصل عليه من رسوم مقابل خدمات أو فوائد.
- و لا يتم إصدار هذه البطاقة إلا بعد دراسة جيدة لموقف الزبون و تلزم بعض البنوك العميل بإيداع مبلغ مالي تبقية هنا مقابل عمليات البطاقة و يسمى هذا النوع بالبطاقات المضمونة.
- **البطاقات الائتمانية غير المتجددة:** تختلف هذه البطاقات الائتمانية المتجددة في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز شهرا، و تتيح هذه البطاقة لحاملها فرصة الشراء الأني و التسديد لاحقا فهي لا تتضمن خط الإئتمان قد يترتب عن حاملها تسديد فاتورة البطاقة بالكامل خلال فترة السماح و في حالة عدم التسديد لا يمنح حاملها قرضا جديدا و نسحب منه البطاقة (غنام، 2007، صفحة 244)، وتعتبر الدينرز كلوب وأمريكان إكسبريس من أهم المؤسسات المصرفية الكبيرة المصدرة لهذا النوع من البطاقات.

الشكل رقم (05): يوضح أنواع البطاقات البنكية



المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على مصادر مختلفة

ب. **البطاقات الذكية (SMART CARDS):** و هي عبارة عن بطاقة تحوي معالج دقيق يسمح بتخزين أكبر قدر ممكن من المعلومات من خلال البرمجة الأمنية، و من ضمن المعلومات التي يتم تخزينها في المعالجات: إسم العميل، العنوان، المصرف المصدر لها، أسلوب الصرف، المبلغ المصروف و تاريخه إلخ وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الكمبيوترات و لا تتطلب تفويض أو تأكيد صلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع، لأن القدرة الاتصالية للبطاقة الذكية تمنحها أفضلية على البطاقات الكلاسيكية المزودة بالشريط المغناطيسي، و المعالجات الموجودة في البطاقة الذكية تستطيع أن تتأكد من سلامة كل معاملة من الخداع. (صحراوي و لعراف، 2020، صفحة 113،112)

و تسمح هذه البطاقة بتخزين نقود أو وحدات إلكترونية يمكن استخدامها في سداد أثمان السلع والخدمات. (طالبي و بن عبد العزيز، 2023، صفحة 264)

ج. **بطاقات الخصم (DEBIT CARD):** هي عبارة عن بطاقات دفع تستخدم كأداة وفاء فقط، يحصل حاملها بمقتضاها على إحتياجاته من السلع و الخدمات فور تقديمها، و يتم خصم قيمة إستخدامات حامل البطاقة فوراً من حسابه دون الإنتظار حتى صدور كشف الحساب نهاية الشهر.

و هذا النوع من البطاقات يعتبر أوسع البطاقات إنتشاراً في العالم لأنه يقلل من مخاطر الديون الرديئة أو المهدومة لدى البنوك المصدرة للبطاقات، و يتميز هذا النوع بأنه لا يعطي للعميل أي إئتمان، ويمكن للعميل الوفاء

بقيمة السلع و المشتريات و الخدمات بدلا من الوفاء النقدي في حالة إذا كان حسابه البنكي المرتبط بالبطاقة يغطي تكلفة العملية، وهذا النوع من البطاقات منه ما هو محلي، أي يعمل داخل حدود الدول فقط كبطاقة CIB الصادرة عن بنوك الجزائر، والبطاقة الذهبية الصادرة عن مؤسسة بريد الجزائر، فهي بطاقات محلية فقط ولا يمكن استعمالها خارج الجزائر، وهناك نوع ثان من بطاقات الخصم يكون دولي، أي يمكن استعمالها خارج الدول التي صدرت منها، ومن أمثلتها بطاقة فيزا إلكترون التابعة لمؤسسة فيزا، و بطاقة مايسترو وأرامكس التابعتين لشركة ماستر كارد ... إلخ، فهذه البطاقات بطاقات خصم لا تعطي إئتمان لكنها تتسم بالطابع الدولي. (صحراوي و لعرف، 2020، صفحة 112)

د. النقود الإلكترونية و المحافظ الإلكترونية

1. **النقود الإلكترونية:** هي قيمة نقدية مخزنة على شكل وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما و غير مرتبطة بحساب بنكي، و تشير النقود الالكترونية إلى سلسلة الأرقام الالكترونية التي تستخدم للتعبير عن قيم معينة و تحظى بقبول واسع من غير مقام بإصدارها و تستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة. (طالي و بن عبد العزيز، 2023، صفحة 264)

2. **المحافظ الإلكترونية:** تقوم بتحويل النقد إلى سلسلة رقمية، و تخزن على القرص الثابت في موقع العمل، و هذا يجد من استخدام النقود في المعاملات التي تتم على شبكة الانترنت، و معظم الحقايب الالكترونية تقوم بتخزين النقد الالكتروني على البطاقات الذكية التي تتمكن من دفع أي مبلغ من الحقيبة الالكترونية في أي مكان. (زربوط ، 2019، صفحة 56)

هـ. **الشبكات الالكترونية:** هو محور ثلاثي الأبعاد معالج الكترونيا بشكل كلي أو جزئي، يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد و لعل الشيك الإلكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الإلكترونية.

و. **التحويلات الالكترونية للأموال:** هي مجموعة من القواعد و الإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر بنوك الكترونية أو بنوك انترنت مرخص لها القيام بهذه العملية، إضافة إلى أنها مجموعة من العناصر كاختصار الزمن ووفرة الجهد و التكلفة و سير في التعامل بفعل قابليته للتجزئة بفعل توزيع مستند التحويل على أكثر من مستفيد على غرار الشيك. (طالي و بن عبد العزيز، 2023، صفحة 264، 265)

ثالثا: العمليات البنكية الإلكترونية الممولة للتجارة الخارجية

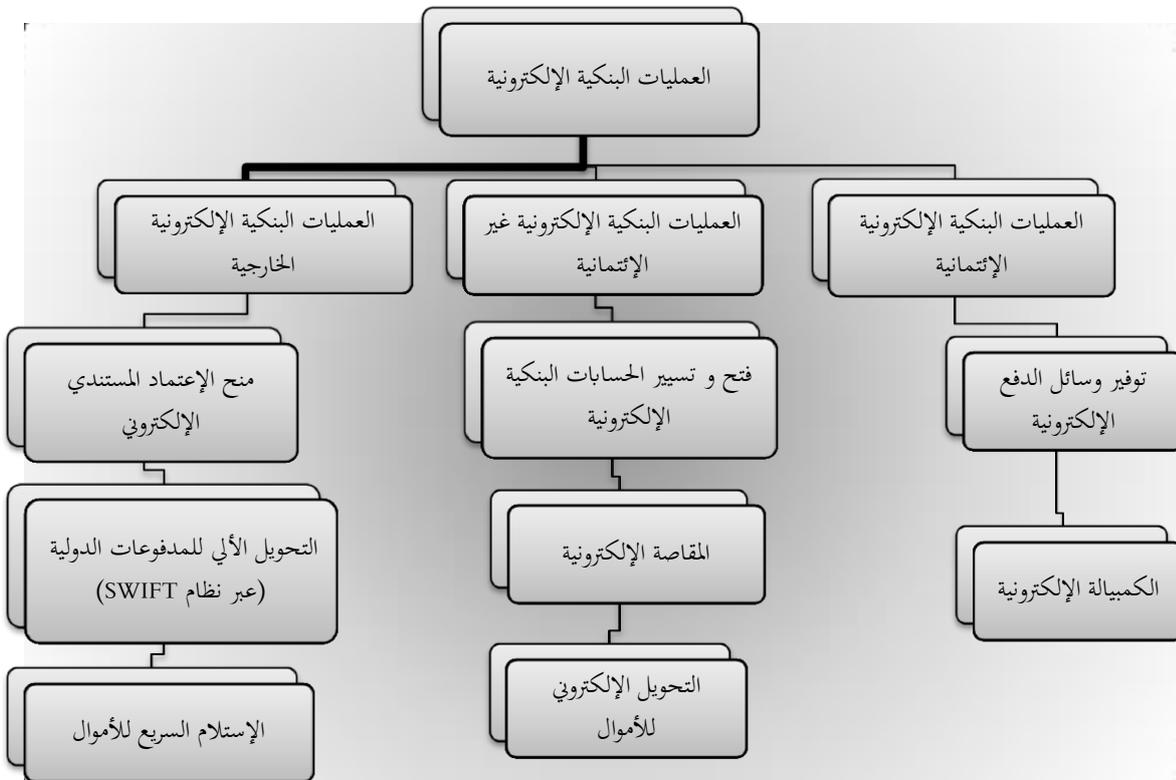
مع ظهور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في نهاية القرن الماضي و التي أخذت منحى كبير في التطور والنمو الناجمين عن التحديثات المستمرة و الابتكارات اللامتناهية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال والرقمنة. فتطورت العمليات البنكية لتنتقل من الصفة التقليدية إلى الصفة الإلكترونية.

فتعرف العمليات البنكية الإلكترونية بأنها: " تلك العمليات التي يتم من خلالها تقديم خدمات بنكية للعملاء لإجراء معاملات بنكية و مالية و تجارية و صناعية و إستثمارية و غيرها، على النطاقين المحلي و الخارجي، بحيث أنها تتم عبر الوسائط الإلكترونية و بإستخدام الأجهزة الإلكترونية كالهواتف الذكية و أجهزة الإعلام الألي و شبكة الأنترنت و البطاقات الإلكترونية و نفايات الدفع الإلكترونية و الألواح الإلكترونية و البرامج و الأنظمة الإلكترونية و غيرها. (البشير، أ.د. بوخاري، و ط.د. سحوان، 2019، صفحة 166،167)

فالعمليات البنكية الإلكترونية التي تقوم بها المؤسسات البنكية عديدة و متنوعة و هي تقسم حسب

الشكل التالي:

الشكل رقم (06) : يوضح العمليات البنكية الإلكترونية



المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على مصادر مختلفة

أ - العمليات البنكية الإلكترونية الائتمانية و تتمثل في: (البشير، أ.د. بوخاري ، و ط.د. سحوان ، 2019، صفحة 167)

• توفير وسائل الدفع الإلكترونية: و تتمثل في توفير و إصدار وسائل دفع إلكترونية تنوب عن وسائل الدفع التقليدية.

• الكمبيالة الإلكترونية: هي صك معالج إلكتروني متفق عليه مسبقا وفقا لشكل معين يتضمن أمرا من الساحب عن طريق مؤسسته البنكية إلى المؤسسة البنكية المسحوب عليها تدفع مبلغا معيناً في تاريخ معين أو قابل للتعين أو بمجرد الإطلاع لأمر المستفيد.

ب . العمليات البنكية الإلكترونية الغير إئتمانية و تتمثل في:

• فتح و تسيير الحسابات البنكية الإلكترونية: و هي خدمات بنكية إلكترونية تتم عن طريق المواقع الإلكترونية الخاصة بالمؤسسات البنكية.

• المقاصة الإلكترونية: هي عملية تبادل المعلومات بوسائل إلكترونية من خلال مركز المقاصة الإلكترونية في البنك المركزي و تحديد صافي الأرصدة الناتجة عن هذه العملية في وقت محدد، هذه الخدمة تخص شيكات المؤسسات البنكية المرخصة لها قانونا ضمن الجهاز البنكي.

• التحويل الإلكتروني للأموال: و هو نظام يسمح بتحويل الأموال من حساب العملاء الطالبين للخدمة إلى حساب أطراف أخرى بطريقة إلكترونية، و قد يكون الطرفان من نفس المؤسسة البنكية أو من مؤسستان بنكيتان مختلفتان، فهي خدمة سريعة و متطورة.

ج - العمليات البنكية الإلكترونية الخارجية و تتمثل في:

• منح الإعتماد المستندي الإلكتروني: للإعتماد المستندي الإلكتروني نفس خصائص الإعتماد المستندي التقليدي، ما عدا أن المستندات التي يتعامل بها تتخذ الشكل الإلكتروني، غير أن هذه المستندات الإلكترونية لا تختلف في محتواها عن المستندات الورقية لمعاملات التجارة الدولية، كم أن التواصل ما بين الأطراف و إرسال الوثائق و المستندات الإلكترونية يكون عبر الوسائط الإلكترونية.

• التحويل الألي للمدفوعات الدولية (عبر نظام SWIFT): سوفيت هي شبكة عالمية موحدة للإتصالات المالية الأمنة بين المؤسسات البنكية عبر العالم، يتم من خلالها تحويل الأموال، فهي توفر لمستخدميها السرعة و الأمان في إنجاز المعاملات.

● **الإستلام السريع للأموال:** الإستلام السريع للأموال من باقي العالم من خلال نظام ويسترن يونيون لتحويل الأموال، بحيث تقوم المؤسسات البنكية عبر شبائيك خاصة بإستقبال أموال العملاء من الخارج عبر نظام تحويل الأموال ويسترن يونيون.

المطلب الثالث: ماهية التسويق الإلكتروني

شهد النصف الثاني من القرن العشرين عدة تطورات في تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و أدى ذلك إلى إحداث تغييرات جوهرية على مختلف مجالات الحياة و من أبرزها المجال الإقتصادي، و من صورته إنتشار مصطلحات و مفاهيم إقتصادية جديدة كالتسويق الإلكتروني، و فيما يلي سنحاول فهم هذا الأخير من خلال عرض تعريفه و خصائصه و أبعاده و أهميته.

الفرع الأول: مفهوم التسويق الإلكتروني

يعتبر التسويق الإلكتروني أسلوب جديد يستخدم في شبكة الأنترنت، و أصبح الوسيلة المفضلة لجميع فئات المجتمع وذلك لما يوفره من جهد و مال.

أولاً: تعريف التسويق الإلكتروني

تناول العديد من الباحثين تعريف التسويق الإلكتروني بإعتباره مفهوم حديث النشأة و بالتالي تعددت تعاريفه و من بين أبرزها نذكر:

يعرف التسويق الإلكتروني (Electronic Marketing) على أنه: " تعامل تجاري بدلا من الإتصال المادي المباشر". (بن لوصيف، 2021، صفحة 168)

يشير هذا التعريف إلى أن عملية بيع و تبادل السلع و الخدمات تتم عن طريق وسيط إلكتروني بدلا من التعامل الشخصي و هذا ما نعيشه في الوقت الراهن تحت مسمى التسوق المنزلي (Home Shopping).

كما يعرف على أنه: "مصطلح عام يطبق على استخدام الحاسب و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لتسويق السلع و الخدمات، فهو بمثابة استخدام تكنولوجيا المعلومات للربط بين الوظائف التي يوفرها البائعون والمشترون". (رماس ، 2017، صفحة 02)

يشير هذا التعريف إلى أن التسويق الإلكتروني يركز أساسا على كل ما هو رقمي و غير ملموس خصوصا شبكة الأنترنت كدعامة للتسويق التقليدي حيث يمكن المسوقين من نشر معلومات مختلفة عن منتجاتهم وشركائهم بكل حرية، بمعنى آخر أن التسويق الإلكتروني جعل من المستخدم منتج و مستهلك في نفس الوقت، فأى فرد منا

اليوم يمكنه من أن يتبضع الكترونيا و يقتني ما يشاء من المنتجات كما يمكنه في نفس الوقت من عرض منتجاته للبيع إذا أراد ذلك في أي وقت و من أي مكان.

و عليه يمكن إستخلاص تعريف شامل للتسويق الإلكتروني و نقول بأنه تسويق السلع و الخدمات عن طريق شبكة الأنترنت (أي يتم عرض سلع و خدمات المؤسسة و تتم عملية البيع و الشراء عن طريق شبكة الأنترنت) و ممارسة كافة الأنشطة التسويقية كالإعلان و البيع و التسعير و الترويج و التوزيع و تصميم المنتجات الجديدة، و إجراء بحوث التسويق.

ثانيا: خصائص التسويق الإلكتروني

يوفر التسويق الإلكتروني خصائص مرنة بالنسبة للزبون و المؤسسة على حد سواء، و لا بد من فهمها، ومن بينها نذكر:

أ . قابلية الإرسال الموجه: لقد مكنت الأنترنت المؤسسات من تحديد زبائنها، حتى قبل القيام بعملية الشراء، و ذلك لأن التكنولوجيا الرقمية تجعل من الممكن لزائري موقع الويب أن يحددوا أنفسهم و يقدموا معلومات عن حاجاتهم و رغباتهم قبل الشراء.

ب . الرقابة: تعني قدرة الزبائن على التعبير عن حاجاتهم و رغباتهم بشكل مباشر للمؤسسة، و ذلك إستجابة للإتصالات التسويقية التي تقوم بها المؤسسة.

ج - قابلية الوصول: و هي إمكانية جعل الزبائن يمتلكون معلومات أوسع و أكثر عن منتجات المؤسسة، و قيمها، مع إمكانية المقارنة بالمنتجات و الأسعار الأخرى المنافسة، لذلك تسعى المؤسسة جاهدة لإكساب منتجاتها تحسينات و تطورات وفق رغبات عملائها الذي سبق لهم شراء منتجاتها، رغبة منها في الوصول إلى ولاء عملائها لها. (بن لوصيف، 2021، صفحة 168،169)

د . التفاعلية (Interactivite): تعني التبادل و التفاعل الذي يحصل بين طرفين أحدهما مقدم الخدمة، والثاني هو الزبون و بإستخدام التقنيات الحديثة، و هذا التفاعل يقدم فرصة لمقدم الخدمة الحصول على المعلومات من الزبائن و الإستفادة منها في تطوير المنتجات، و يقدم فرصة للزبون للحصول على المعلومات من المنظمة عن المنتجات التي تنتجها.

هـ - الذاكرة المنظمة: تعني بكونها القدرة في الوصول إلى قواعد البيانات لإدارة النشاط التسويقي بشكل أفضل، و تضم القاعدة بيانات عن الزبائن من حيث الإسم و المهنة و أسلوب الحياة و محل الإقامة و سلوك الشراء و أرقام الهواتف و الفاكس و البريد الإلكتروني للوصول إلى الحقيقيين منهم و الذين يرغبون بشراء منتجات

المنظمة لكونها تتلاءم مع حاجاتهم و رغباتهم، و بذلك يصبح هؤلاء الزبائن الهدف السوقي الذي تسعى المنظمة الوصول إليهم و ترسيخ صورة المنتج في أذهانهم لتكرار شرائها.

و . الرقمية (الإلكترونية): تعني الرقمية أو الإلكترونية إستخدام المنظمة للتقنيات الحديثة و خاصة شبكة الأنترنت في دعم عملياتها، من خلال الإستثمار الأفضل لهذه التقنيات بهدف الوصول على المعلومات و إتاحتها للزبائن، و الإستفادة منها في تطوير المنتجات و تحسين جودة و تقليل تكلفتها، و تخفيض أسعارها، كل ذلك من أجل البقاء و الإستمرار و النمو في السوق العالمية، و من ثم تحقيق الميزة التنافسية. (شكري و د.خيري علي ، 2016، صفحة 09،10،11)

ز- سرعة تغيير المفاهيم: فالتسويق الإلكتروني مرتبط بوسائل و تقنيات الإتصالات و المعلومات التي تتغير و تتطور بشكل مستمر و متجدد بين فترة و أخرى، لذلك فإن المفاهيم المرتبطة بالتشريعات القانونية التي تخصها لها قابلية للتغيير و التجديد السريع بشكل متوافق مع تطور تقنيات المعلومات و الإتصالات. (غوث، 2021، صفحة 22)

و يجب الإشارة لنقطة مهمة ألا و هي لا يمكن الحديث عن توظيف المؤسسة لأليات التسويق الإلكتروني أو تبنيتها لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال الحديثة بصفة عامة في القيام بأنشطتها ما لم تتوفر بنية تحتية أساسية على مستوى الإقتصاد الوطني لكل بلد نحو (بن لوصيف، 2021، صفحة 169):

1 - البنية التحتية المادية للتسويق الإلكتروني: و تتمثل في كل التأسيسات و التوصيلات الأرضية و الخلوية و الشبكات و تكنولوجيا المعلومات المادية الضرورية لممارسة التسويق الإلكتروني.

2 - البنية التحتية الناعمة للتسويق الإلكتروني: يتمثل هذا النوع من البنى في مجموعة الخدمات و المعلومات و الخبرات و برمجيات النظم التقنية للشبكات و برمجية التطبيقات، التي تم إنجاز عمليات التسويق الإلكتروني من خلالها، و هي تتكون مواقع الويب، قواعد البيانات الإلكترونية خدمات الشبكات، الخدمة الذاتية للزبون، خدمات التجارة، إضافة إلى كفاءة و فعالية المنظم القانوني للقطاع أين يحدد نطاق التدخل الحكومي و تحديد أولوية الدعم.

3 - البنية التحتية البشرية للتسويق الإلكتروني: تتمثل في مجموعة المهارات و الكفاءات العلمية و الفنية المؤهلة لتقديم الخدمات المرتبطة بالتسويق الإلكتروني، سواء تلك المرتبطة بالبنية التحتية الصلبة (الأسلاك، التوصيلات، تشبيك، وصلات ...).

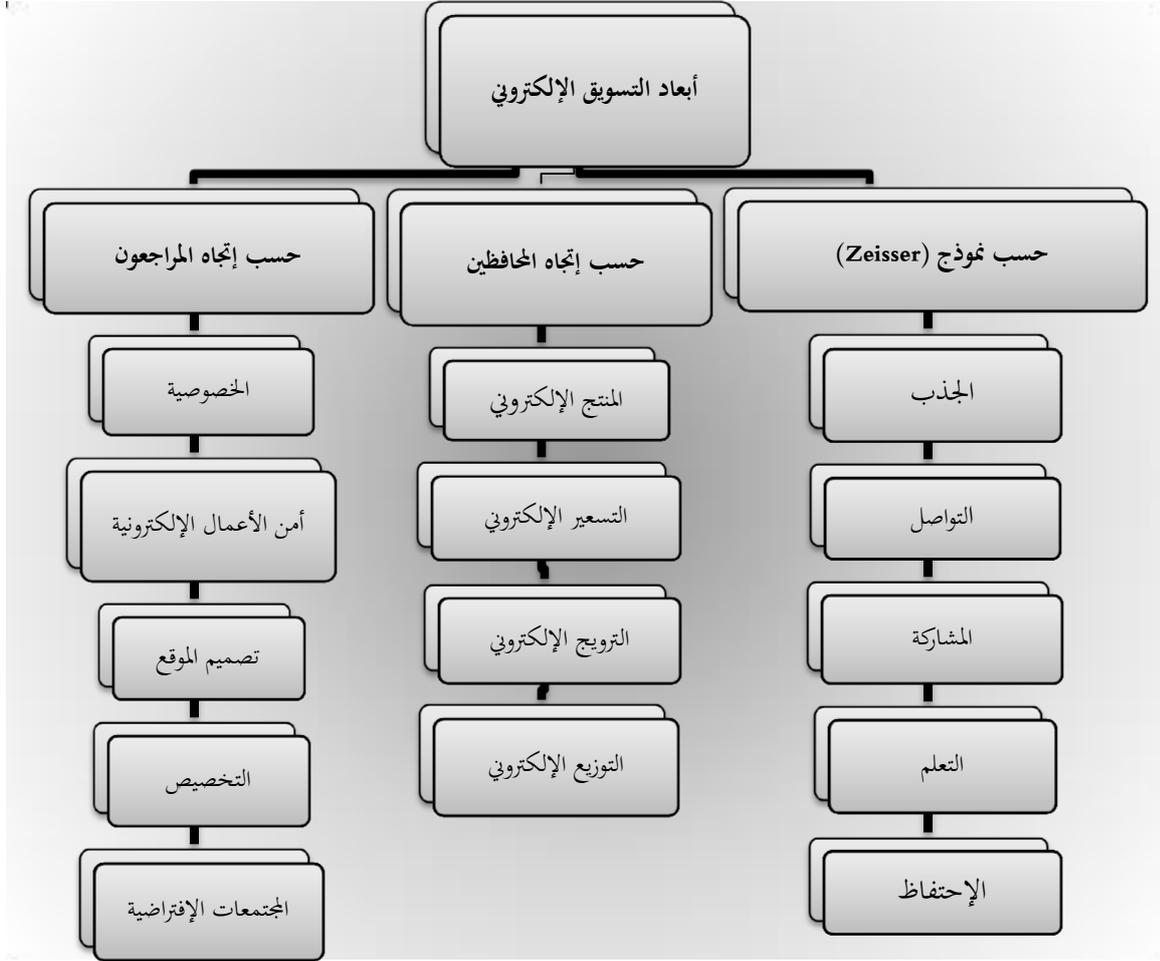
أو البنية التحتية الناعمة (تقديم خدمات، إستشارات، برمجيات، تطبيقات ...) و لأن قوة المؤسسة الفعلية تكمن في ذكاء و كفاءة الأفراد و تناسق العمل الجماعي، لذا يجب عليها إبداء أهمية قصوى للتدريب على الأدوات الجديدة.

و عليه فإن المؤسسات المعاصرة بكل أنواعها اليوم أصبحت تولي أهمية كبيرة لإعادة تكوين مواردها البشرية، من خلال تنظيم دورات تدريبية قصد تمكينهم من حسن إستخدام الأدوات و التجهيزات التكنولوجية الجديدة، محاولة بذلك التكيف مع المستحدثات التكنولوجية الحديثة، و على سبيل المثال في الجزائر نجد اليوم المكتبات أصبحت تخصص دورات تكوينية لموظفيها من أجل إكتساب مهارات جديدة تتلائم مع النظم الحديثة للتوثيق والتخزين بشكل يخدم متطلبات العملاء.

الفرع الثاني: أبعاد التسويق الإلكتروني

من خلال مراجعة العديد من الدراسات السابقة الخاصة بالتسويق الإلكتروني لوحظ وجود إختلاف حول أبعاد التسويق الإلكتروني، فهناك إتجاهات إعتمدت على نموذج (Zeisser) في تحديد تلك الأبعاد، و حسب إتجاه أصحاب المحافظين The Conservatives فقد صرحوا بأنه توجد أربع أبعاد للتسويق الإلكتروني و المستمدة أساسا من نموذج 4Ps الذي قدمه الباحث Mc Carthy سنة 1964م لأول مرة كإقتراح للمزيج التسويقي التقليدي، بحيث عرض أصحاب تيار المراجعون إمكانية إبقاء الأبعاد الأربعة التقليدية السابقة مع إدخال تحسينات عليها خاصة بالبيئة الرقمية المعاصرة في الوقت الحالي، و سنوضحها بالشكل التالي (ميمون ، معيريف، و كروش، 2022، صفحة 325)

الشكل رقم (07): يوضح أبعاد التسويق الإلكتروني

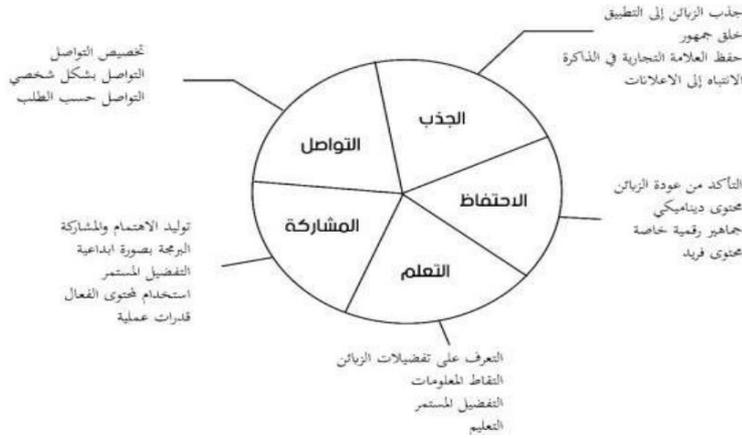


المصدر: من إعداد الباحثان

أولاً: أبعاد التسويق الإلكتروني حسب نموذج (Zeisser)

يعد الأكثر قبولا و إنتشارا في تحديد تلك الأبعاد و يشمل (الجذب، التواصل، المشاركة، التعلم، الإحتفاظ) و الشكل أدناه يوضح ذلك. (ميمون ، معيريف، و كروش، 2022، صفحة 323،324،325)

الشكل رقم (08) : يوضح أبعاد التسويق الإلكتروني حسب نموذج (Zeisser)



المصدر: ميمون نبيلة، معيريف عقبة، كروش محمد الأمين. أهمية التسويق الإلكتروني في دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة - عرض تجربة مؤسسة جوميا الجزائر - ، مجلة إقتصاديات الأعمال و التجارة، جامعة محمد بوضياف - البويرة - و جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة - ، المجلد 07، العدد 01، 2022/03/03، صفحة 325.

أ. الجذب: يشير هذا البعد إلى كيفية إستمالة الزبائن و جذبهم إلى موقع المؤسسة على شبكة الأنترنت وهذا لا يمكن تحقيقه عن طريق اللوحات الإعلانية أو مواقع الآخرين على شبكة الأنترنت أو الإستفادة من قوائم الإتصالات التسويقية (كالأعلانات و تعبئة و تغليف المنتجات) و إنما يتم ذلك عن طريق التعريف بالعلامة التجارية للمؤسسة عن طريق وضع إسم العلامة أو الإشارة إليها في عنوان URL أو موقع ويب معين على شبكة الأنترنت، إذ أن ذلك سوف يساهم بالتذكير بإسم هذه المؤسسة و يتيح للزبائن إمكانية العثور على علامتها التجارية بسهولة لأن هذه المواقع تعد من البديهيات بالنسبة للزبائن و كذلك فهي مهمة جدا في جذبهم لموقع ويب المنظمة.

ب. التواصل: يعد أحد العناصر الضرورية لنجاح التسويق الإلكتروني و يعرف بأنه عملية نقل المعلومات والفهم المشترك من فرد إلى آخر، فبعد حصول المؤسسة على المعلومات الخاصة بالزبائن فإن الأنظار ستتوجه نحو المرحلة التالية في عملية التسويق الإلكتروني، و المتمثلة بالتفاعل و التواصل مع هؤلاء الزبائن و تقديم قيمة مضافة لهم، و تعد القدرة على إطلاق المنتج، و معرفة ردود الأفعال عنه بأسرع وقت ممكن.

ج. المشاركة (إنخراط العملاء): بعد جذب الزبائن إلى موقع المؤسسة على شبكة الأنترنت لا بد من إشراكهم في العملية التسويقية و التعرف على آرائهم عن طريق التواصل معهم و التعرف على وجهات نظرهم وتفضيلاتهم من أجل خلق التفاعل الذي يساهم في إتمام العملية التجارية.

د - التعلم (التعرف على تفضيلات الزبائن): تتيح وسائل الإعلام الإجتماعية عدد من الفرص التسويقية التي تسهم في بناء العلاقات الإيجابية مع الزبائن، و ذلك لأنها تسمح للمسوقين بتتبع و معرفة المزيد عن التركيبة السكانية للزبائن و ما هي مواقفهم و سلوكياتهم، و يمكن الحصول على هذه المعلومات عن طريق ملاحظة عمليات تسجيل الزبائن أو سجلات المعاملات الخاصة بهم.

هـ - الإحتفاظ: من أجل بناء علاقات مربحة و طويلة الأجل مع الزبون تسعى المؤسسات إلى الإحتفاظ بالزبائن و حثهم على تكرار عمليات الشراء على مواقعها عبر الأنترنت، لذلك فإن العنصر المهم الذي يجب على المؤسسة أخذه بعين الإعتبار عند تطبيق أسلوب التسويق الإلكتروني هو بناء علاقات إيجابية مع الزبائن و المحافظة عليهم، مما يتطلب منها إلتزامات و موارد ثابتة على المدى الطويل، و ينبغي على المسوقين الحفاظ على مواقعهم الجديدة و إدامتها بشكل مستمر عن طريق تجديد محتواها أو تقديم محتوى ديناميكي كمنشآت أسعار الأسهم، والطقس، فضلا عن تركيب الويب و تتبع طلبات الشراء عبر الأنترنت و غيرها، و يحدث ذلك عندما تكون المؤسسة المسوقة إلكترونيا قادرة على توفير المعلومات و المنتجات التي يحتاجها زبائنها بأقل كلفة و بأقصر وقت ممكن، مما يشكل ذلك حافزا لهم للعودة لتجربة الشراء بإستخدام إدارة إلكترونية أخرى.

ثانيا: أبعاد التسويق الإلكتروني حسب إتجاه المحافظين (The Conservatives) (غوث، 2021، صفحة 29، 30، 31، 32، 33، 34، 35)

أ المنتج الإلكتروني: يشكل المنتج أو مزيج المنتجات التي تقدمها منظمات الأعمال بمثابة القلب النابض للمنظمات و سبب وجودها، كما يعد المنتج العنصر الجوهرى الذي تبنى عليه سياسات و إستراتيجيات الأنشطة التسويقية من تسعير و ترويج و توزيع. كما تعد القرارات المتعلقة بالمنتجات سواء من حيث الإبتكار أم التصميم أم التطوير أم فيما يتعلق بعلامته التجارية من القرارات الأكثر حساسية بالنسبة لمنظمات الأعمال ، فيعرف على أنه: "مزيج من المنتجات التي تعتمد الجامعات إلى تطويرها و تصميمها على شكل فيديوهات و رسوم متحركة وصور و نصوص و مدونات و غيرها لمساعدة عملائها على إختيار المنتجات التعليمية التي تلي إحتياجاتهم وتوقعاتهم و لتسهيل عملية التبادل بين الجامعة و عملائها عبر شبكة الأنترنت".

ب . التسعير الإلكتروني: لقد مكن التسعير الإلكتروني منظمات الأعمال من تطبيق عدة إستراتيجيات تسعيرية في أن واحد و هو ما يصعب تطبيقه في ظل التسعير التقليدي كون المنتجات التي تباع إلكترونيا تتصف أسعارها بالديناميكية و عدم الثبات و المرونة العالية التي تخدم طرفي المعادلة و تستجيب لمتطلبات الدقة و السرعة و إمكانية المفاضلة بين المنتجات المنافسة و ذلك بخلاف التسعير التقليدي، و يعرف على أنه: " مرونة الجامعات

في تحديد قيم أسعار منتجاتها على شبكة الأنترنت حسب طبيعة البيئة التسويقية الافتراضية للجامعات، لتمكين منتسبيها من الحصول على المنتجات التي تلي احتياجاتهم و رغباتهم أليا مقابل الدفع الإلكتروني لقيمة المنتج سواء من خلال بطاقات الإئتمان، أو الشيك الإلكتروني، أو النقود الإلكترونية".

ج - الترويج الإلكتروني: يعد الترويج الإلكتروني الوظيفة الأكثر تأكيداً لثقافة المنظمة من بين الوظائف التسويقية الأخرى حيث تسعى المنظمة من خلاله إلى أن تسمع صوتها للبيئة الخارجية رغبة في أن تكون مسموعة و مرئية من قبل الآخرين، و يعرف على أنه: "فهم احتياجات المستهلكين و السعي لتليتها من خلال التفاعل المستمر معهم بواسطة التطبيقات الرقمية".

د - التوزيع الإلكتروني: لقد ساهم التوزيع الإلكتروني عبر الوسائط الإلكترونية في إختصار الكثير من حلقات التوزيع، مما أدى إلى الإستغناء عن دور وسطاء العالم الواقعي و ظهور نوعا مبتكرا من الوسطاء يطلق عليهم وسطاء المعرفة الإلكترونية و بالتالي إنخفضت تكاليف الإنتاج و التوزيع و يعرف أنه: " العملية التي يتم بموجبها جعل السلعة أو الخدمة في متناول المستهلك في الوقت و المكان و الكمية المناسبة بواسطة المواقع الإلكترونية للمنظمات".

ثالثا: أبعاد التسويق الإلكتروني حسب إتجاه المراجعون (The Revisionists)

أضاف تيار المراجعون مجموعة أخرى جديدة من الأبعاد التكميلية بالإضافة إلى الأبعاد الأربعة التقليدية السابقة 4Ps، لضرورة تكييفها مع التغيرات الرقمية الحالية، لتصبح أبعاد التسويق الإلكتروني الجديدة أكثر تلائما مع الواقع الإلكتروني الأني، و من هذه الأبعاد نجد: (بوصيري، 2023، صفحة 111، 110)

أ. الخصوصية: و التي تعني بحق الأفراد و الجماعات و المؤسسات في تقرير مصير البيانات و المعلومات التي تخصهم، فمن الضروري معرفة الشخص المستعمل بكيفية إستغلال معلوماته و إلى لأي مدى مسموح للأطراف إستعمالهم لذلك.

ب - أمن الأعمال الإلكترونية: و هي من أهم أبعاد التسويق الإلكتروني، لأن أمن المعلومات التي سيجرى تبادلها عند إبرام صفقات الأعمال الإلكترونية من القضايا المهمة جدا لأنها مرتبطة بأسرار العمل كمتعلقاته المالية، أرقام حساباته، فواتيره، رقم السري لبطاقة إئتمانه ... إلخ.

ج - تصميم الموقع: تسعى مؤسسات اليوم إلى زيادة أعلى قدر من زيارات المستهلكين إلى موقعها الإلكتروني من خلال الأنشطة التسويقية التقليدية و الإلكترونية، لذلك تولي تصميم موقعها الإلكتروني عناية

خاصة لأنه يلعب دوراً رئيسياً في جذب و إستقطاب المستخدمين لإكتشاف منتجاتها و عروضها المتواجدة فيه من أجل إثارة رغبتهم لتحسيسهم بضرورة الحصول على المنتج المعروض و من ثمة دفعهم لإتخاذ قرار الشراء.

د - التخصيص: و يقصد بها أن الأنترنت تسمح بتخصيص مزيج تسويقي مصمم للمقاييس التي يحتاجها العميل.

هـ - المجتمعات الافتراضية: و هي مجموعة من الأفراد الذين تجمعهم نفس الإهتمامات والميولات ولها الأثر الكبير في التأثير على قرارات الشراء.

إنطلاقاً من الأبعاد السابقة الذكر تتمكن المؤسسة من صياغة مزيجها التسويقي الإلكتروني، من خلال دمجها للأبعاد التي تراها أساسية و مرتبطة بتحقيق إستراتيجياتها العامة.

الفرع الثالث: أهمية التسويق الإلكتروني

إزداد إنتشار التسويق الإلكتروني بشكل مذهل منذ بداية التسعينات، و أن عدد و قيمة الصفقات الإلكترونية ينمو بمعدل متزايد، و نستطيع إدراج أهمية التسويق الإلكتروني بعدة نقاط: (رماس ، 2017، صفحة 03)

- إن إعتداد المؤسسات على الأنترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها و خدماتها في مختلف أنحاء العالم و دون إنقطاع (طيلة ساعات اليوم و طيلة أيام السنة) مما يوفر للمؤسسة فرص أكبر لعرض منتجاتها والوصول إلى المزيد من الزبائن و جني الأرباح.

- **تخفيض مصاريف المؤسسات:** إذ تعد عملية إعداد و صيانة المواقع على الويب أكثر إقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب، و لا تحتاج المؤسسات إلى الإتفاق الكبير على الجانب الترويجي، أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن.

- **تواصل فعال مع الشركاء و الزبائن:** إذ يطوي التسويق الإلكتروني في المسافات و يعبر الحدود، مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.

أصبح التسويق الإلكتروني أحد ضروريات الحياة في مجتمعنا اليوم، حيث نجد مئات الملايين من المستخدمين يتصلون بشبكة الأنترنت يومياً من جميع أنحاء العالم.

خلاصة الفصل الأول:

- تمكنا من خلال دراستنا لدور تكنولوجيا المعلومات والاتصال و علاقتها بالتجارة الخارجية، الوصول إلى النتائج التالية:
- التجارة الخارجية عبارة عن صادرات و واردات دولة ما فهي تتأثر بمجموعة من العوامل المختلفة و من بينها أهم عامل هو التكنولوجيات فعند ارتباط المتغيرين (التجارة الخارجية، التكنولوجيات) قد يحدث فرقا ملموسا.
 - يتحقق نجاح تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال مجموعة من المتطلبات و ذلك بتوفير البنية التحتية اللازمة لذلك.
 - إن تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد مس جميع الهياكل الحكومية و الإدارية التي من شأنها تسريع وتيرة العمليات و مواكبة العصرنة.

الفصل الثاني:

تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على
وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة
(2010 . 2022)

تمهيد الفصل

لقد تناولنا في الجزء النظري كل من التجارة الخارجية و تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، بحيث تبين أن مظاهر تكنولوجيا المعلومات والإتصال تتعلق بقدرة بلد ما على توفير البنى التحتية لتطبيقها، فنجد الجزائر تحتوي على بعض من مظاهر تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال غير أنها لا تتعدى حتى المستوى الأدنى المطلوب لمواكبة العصرنة الإلكترونية التي يعيشها العالم اليوم خاصة في الدول المتقدمة، و أن تطور و تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في الهياكل ذات العلاقة المباشرة بقطاع التجارة الخارجية مرتبط بما توفره الدولة من المتطلبات اللازمة و البنى التحتية، و بإعتبار أن تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال أصبح يكتسي مكانة عالية و مرموقة في سائر أرجاء العالم، فنجد الجزائر كغيرها من البلدان تسعى جاهدة إلى تحسين حصيلة التجارة الخارجية من خلال إعتمادها على تطبيق التكنولوجيا الحديثة، و بناء على دراستنا هذه حاولنا دراسة واقع التجارة الخارجية بالجزائر خلال فترة الدراسة و ربطها بواقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال بهياكلها ذات العلاقة المباشرة (الجمارك الضابطة لعمليات التجارة الخارجية - مفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة - و البنك الممول لها - مصرف السلام - وكالة بسكرة-).

و سيتم التفصيل في ذلك من خلال تقسيم الفصل إلى مبحثين و هي كالتالي:

المبحث الأول: واقع التجارة الخارجية بالجزائر.

المبحث الثاني: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالجزائر.

المبحث الثالث: أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الهياكل المتدخلة في التجارة الخارجية

بالجزائر.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

المبحث الأول: واقع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)

يعد قطاع التجارة الخارجية من أهم القطاعات الحيوية و الإستراتيجية للإقتصاد في الجزائر، فتعتبر هذه الأخيرة من الدول المنتجة للنفط و الغاز، و أن معظم عوائد البلد ناجمة عن صادرات المحروقات بإعتبارها دولة نفطية أكثر منها زراعية أو صناعية، فهي تتأثر بشكل كبير بتطور أسعار المحروقات بالإضافة إلى مدى نجاح الإجراءات التنموية التي تهدف إلى تخفيض الواردات و زيادة الصادرات، ولقد شهد قطاع التجارة الخارجية و خصوصا بعد سنة 2010 تطورا كبيرا سواء في جانب الواردات أو الصادرات و ذلك يرجع إلى إنتهاج الجزائر سياسة التحرير تدريجيا خلال السنوات الماضية، إضافة إلى البرامج الإستثمارية الكبرى، ورغم ذلك فإن الجزائر تجد نفسها أمام معوقات تعرقل حركة تجارتها الخارجية خصوصا على مستوى إدارة الجمارك الضابطة لعملياتها و المنظومة المصرفية الممولة لها.

المطلب الأول: سياسات التجارة الخارجية في الجزائر

إتخذت الجزائر عدة إجراءات و تعديلات لتنظيم السياسة التجارية الخارجية و ذلك بهدف التقليل من فاتورة الإستيراد، فتم تبني سياسات تجارية حمائية معينة لفترة زمنية هدفها توطين المنتجات المحلية و تشجيع المنتج الوطني. و تم إتخاذ هذه الإجراءات من خلال إصدار مراسيم و تنظيمات توفر تسهيلات لدعم القطاع المحلي. من بينها السياسة التجارية بعد أزمة تراجع أسعار المحروقات 2014، و من أهم الإجراءات المتخذة في هذه الفترة ما يلي (حكيم، 2021، صفحة 321):

أولاً: التوطين البنكي

من ناحية السياسة التجارية يمكن إدراج التوطين البنكي في خانة الإجراءات الإدارية، فهو يسمح من الناحية التقنية بمراقبة المبادلات مع الخارج من قبل البنوك بالإستعانة بمصلحة الجمارك و ما تسمح به التشريعات غير أنه يمكن أن يتحول إلى عائق في وجه التبادل الحر إذا إستعمل بطريقة أخرى. و هذا ما حصل في الجزائر. ففي سنة 2016 أصبحت عملية التوطين البنكي تسبق بتوطين إلكتروني مسبق، ثم إصدار بنك الجزائر تعليمة أجبر بموجبها المستوردين بتشكيل مؤونة لدى البنك الموطن بمبلغ يعادل على الأقل 120 بالمئة م نقيمة السلعة المستوردة، و أن تكون هذه العملية 30 يوما على الأقل قبل شحن البضاعة (التعليمية رقم 05 - 2017 المؤرخة في 22 أكتوبر 2017 المحددة للشروط الخاصة المتعلقة بتوطين عمليات إستيراد السلع الموجهة للبيع على حالها).

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

توجب القوانين الجزائرية المتعاملين في التجارة الخارجية بتوطين صادراتهم و وارداتهم مسبقا قبل أي إجراء آخر، و هذا ما نصت عليه المادة 29 من النظام الجزائري 07 - 01 التي نصت على أن تخضع كل عملية إستيراد أو تصدير للسلع أو الخدمات إلى إلزامية التوطين لدى وسيط معتمد بإستثناء عمليات العبور و العمليات المشار إليها في المادة 33. و هذا لدى بنك أو أي مؤسسة مالية جزائرية.

ثانيا: مراجعة إتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوروبي

بعد 15 سنة من دخوله حيز التطبيق بين الطرفين، و بعد تسجيل عجز مستمر و متزايد مع هذا الشريك الإقتصادي، و تحت ضغط أزمة تراجع أسعار المحروقات طالب الرئيس الجزائري في أوت 2020 بتقييم الإتفاقيات التجارية متعددة الأطراف، لا سيما إتفاق الشراكة مع الإتحاد الذي يجب أن يكون محل عناية خاصة تسمح بترقية مصالح الجزائر من أجل علاقات متوازنة و لهذا طالب وزير الخارجية الجزائري في ديسمبر من نفس السنة بمراجعة إتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوروبي.

قبل هذا كانت قد أبدت دول التكتل الأوروبي إنزعاجها الكبير من الإجراءات التي إتخذتها الجزائر في ما يتعلق بكبح الواردات، حيث أخضعت بعض السلع إلى نظام الحصص و تراخيص الإستيراد سنة 2018، و التي أضرت بالعديد من الدول الأوروبية في مقدمتها فرنسا و إيطاليا و إسبانيا.

ثالثا: العودة إلى القيود الكمية " الحصص و تراخيص الإستيراد "

تحت ضغط الأزمة، بدأت الجزائر بعد سنة 2014 بإتخاذ تدابير و سن قوانين للحد من تيار و حجم التبادل الحر مع بقية العالم، ففي سنة 2015 قامت الحكومة بالتعديل من أجل تبرير الرجوع إلى القيود الكمية للتخفيف من شدة العجز في كل من الميزان التجاري و ميزان المدفوعات، و قد أنتهج فيه و بشكل صريح منهج حمائي في مجال التجارة الخارجية، و ذلك بالنص على إمكانية إتخاذ تدابير و قيود كمية أو نوعية و تدابير مراقبة المنتوجات أثناء التصدير و الإستيراد.

رابعا: الحظر المؤقت

منعت الحكومة الجزائرية بداية جانفي 2018 إستيراد بحجة إعادة التوازن لميزان المدفوعات حتى و إن كان هذا المنع أو الحظر مؤقتا إلا أنه ينبئ عن تراجع عن التحرير التام و الصريح، و تكريسا للنهج الحمائي المتبع بعد تراجع و تآكل إحتياطات الصرف بفعل أزمة تراجع أسعار المحروقات (المرسوم التنفيذي رقم 18 - 02 المؤرخ في 7 جانفي 2018 المتضمن تعيين البضائع موضوع تقييد عند الإستيراد الجريدة الرسمية رقم 1 سنة 2018).

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

خامسا: رفع الرسوم الجمركية و فرض رسوم إضافية أخرى في نفس النهج الحمائي

قامت الحكومة برفع الحقوق الجمركية ل 32 صنف من المنتوجات النهائية من أهمها أجهزة الإعلام الألي، أجهزة الحاسوب المنقولة و الأجهزة اللوحية و الوحدات المركزية للمعالجة و خوادم الكمبيوتر و وحدات الذاكرة و قارئ بطاقة الذاكرة و هياكل الجرارات و الشاحنات و عربات، الهواتف الخلوية (المادة 115 من قانون المالية 2018 قانون رقم 17 - 11 مؤرخ في ديسمبر 2017 الجريدة الرسمية رقم 7).

كما قامت الحكومة بتوسيع قائمة السلع الخاضعة للضريبة الداخلية للإستهلاك بنسبة 30 بالمئة على 10 مجموعات من السلع النهائية. و بداية من 2019 رفع الحظر المؤقت عن الإستيراد و عوض برسم إضافي مؤقت وقائي خصت في بداية الأمر 1095 منتج (قرار مؤرخ في 26 جانفي 2019 يحدد قائمة البضائع الخاضعة للرسم الإضافي المؤقت الوقائي و النسب المتعلقة بها، الجريدة الرسمية رقم 06، المؤرخة في 27 جانفي 2019، ليعاد النظر في هذه القائمة بعد ثلاثة أشهر فقط أي في أبريل 2019 و يعفى عن بعض السلع ليصل عدد المنتجات الخاضعة للرسم 982 منتج) قرار وزاري مؤرخ في 8 أبريل سنة 2019، يعدل و يتمم القرار المؤرخ في 26 جانفي 2019، الجريدة الرسمية رقم 26 المؤرخة في 21 أبريل 2019.

المطلب الثاني: حجم التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)

تبعاً للإصلاحات التي سادت الإقتصاد الوطني نتج أثر كبير على حجم التجارة الخارجية بالجزائر، و كما سبق القول أن التجارة الخارجية تمثل كل من صادرات و واردات دولة ما، فالجزائر أساسا تتركز بشكل كبير على صادرات كل من الطاقة و المحروقات في حين أن صادراتها خارج المحروقات المتمثلة في (المواد الغذائية، المواد الأولية، المواد النصف مصنعة، التجهيزات الفلاحية، التجهيزات الصناعية، السلع الإستهلاكية) فهي تمثل نسبة ضئيلة من إجمالي الصادرات في حين تنعدم في بعضها، أما وارداتها فهي تتمثل بشكل كبير في واردات خارج الطاقة من (المواد الغذائية و المواد الأولية و المواد نصف المصنعة و التجهيزات بنوعها الفلاحية و الصناعية و السلع الإستهلاكية)، وقد عرفت تذبذبا خلال الفترة (2010 - 2022) وهي الفترة التي اخترناها للدراسة لتمكن من إعطاء صورة حديثة عن وضع التجارة الخارجية بالجزائر، و هذا ما سنتناوله فيما يلي.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الفرع الأول: إجمالي صادرات و واردات الجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)

سيتم تناول إجمالي صادرات و واردات الجزائر خلال فترة الدراسة و ذلك من خلال ما يوضحه الجدول الموالي.

الجدول رقم (03): يوضح حجم التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
حجم الصادرات	57762	73728	72619	65487	59590	37786
حجم الواردات	40201	38480	47046	54903	68330	51963
2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
29668	34763	41144	35323	21932	38632	65526
47089	45957	44131	40039	32898	36007	38374

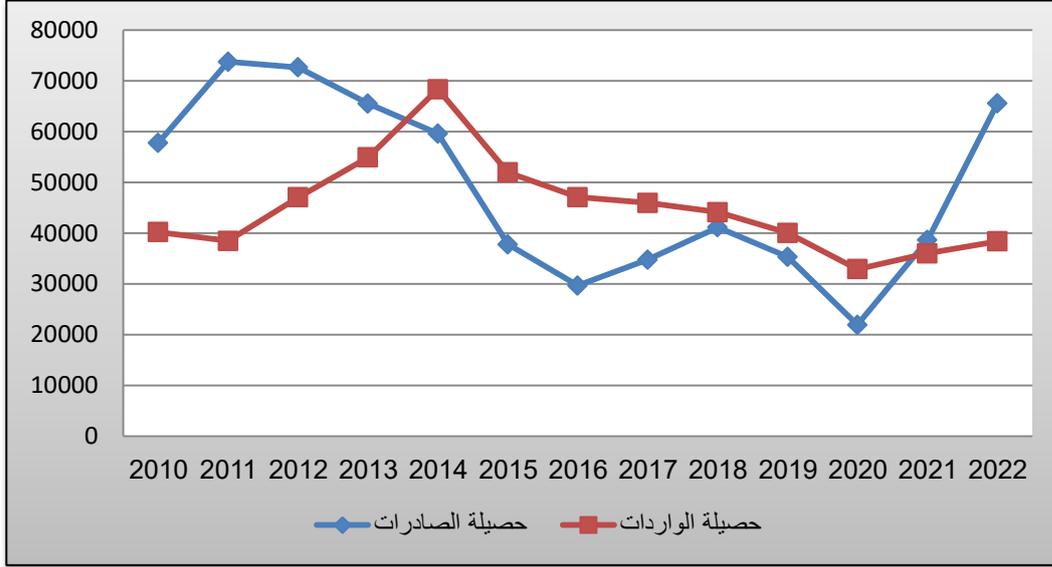
المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على الموقع الإلكتروني للبنك الجزائري: www.bank-of-algeria.dz

و لقراءة أفضل لمعطيات الجدول رقم (03) وضعنا المنحنى الموضح في الشكل رقم (08) لتتمكن من إعطاء صورة أوضح لحركة صادرات و واردات الجزائر خلال فترة الدراسة.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الشكل رقم (09): يوضح حركة صادرات و واردات الجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)

الوحدة: مليون دولار أمريكي



المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على معطيات الجدول السابق

بالإعتماد على الشكل رقم (08) تمكنا من الحصول على حجم التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)، حيث سجل حجم الصادرات رصيذا إيجابيا خلال سنة 2010 بمبلغ 57762 مليون دولار أمريكي و إرتفع هذال الرصيد في السنة الموالية 2011 ليصل إلى 73728 مليون دولار أمريكي، في حين عرف حجم الصادرات إنخفاضا من سنة 2012 إلى 2016 بنسبة تقدر بحوالي 50 بالمئة مقارنة بسنة 2011، و إرتفع سنتي 2017 و 2018 ليصل إلى 34763 و 41144 مليون دولار أمريكي، و رجع بالإنخفاض سنتي 2019 و 2020 بسبب جائحة كورونا (covid 19) وصل إلى 21932 مليون دولار أمريكي، و ما إن بدأت آثار هذه الجائحة تزول بدأ حجم الصادرات في الإرتفاع مجددا سنتي 2021، 2022 بمبلغ وصل إلى 65526 مليون دولار أمريكي.

في حين أن حجم الواردات بالجزائر قد شهد إنخفاضا سنتي 2010 و 2011 بمبلغ 40201 و 38480 مليون دولار أمريكي، و إرتفع خلال السنوات 2012 و 2013 و 2014 وصل إلى مبلغ 68330 مليون دولار أمريكي و من سنة 2015 إلى غاية سنة 2020 شهد إنخفاضا مستمرا و ملحوظا إلى أن وصل لمبلغ 32898 مليون دولار أمريكي و قد عرفت هذا الفترة إعتماد سياسة التقشف و وضع تراخيص الإستيراد للتحكم أكثر في تدفق الواردات و يليها جائحة كورونا (covid 19) سنتي 2019 و 2020 فقد

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

إنخفض بنسبة أكثر من 50 بالمئة و عاد بالإرتفاع سني 2021 و 2022 إلى أن وصل إلى 38374 مليون دولار أمريكي مقارنة بالفترة بين 2012 إلى غاية 2014 فإنه لا يعد إرتفاعا بنسبة كبيرة مثل ما هو موضح في الشكل أعلاه.

الفرع الثاني: حجم الصادرات بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)

عرفت صادرات الجزائر تذبذبا خلال الفترة (2010 - 2022)، و ذلك يرجع إلى الاعتماد شبه الكلي للجزائر على صادرات الطاقة و المحروقات، بالإضافة إلى البرامج الحكومية التي طبقها رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون في الآونة الأخيرة، التي إعتد فيها على رفع الصادرات خارج المحروقات أي التنوع في الإقتصاد الوطني. و الجدول الموالي يوضح مجمل الصادرات الجزائرية لكلتا القطاعين (المحروقات و خارج المحروقات).

الجدول رقم (04): التوزيع القطاعي للصادرات بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السلع ضمن قطاع خارج المحروقات						قطاع الطاقة والمحروقات	الصادرات السنة
السلع الإستهلاكية	التجهيزات الصناعية	التجهيزات الفلاحية	المواد نصف المصنعة	المواد الأولية	المواد الغذائية		
33	27	0	1089	165	305	56143	2010
16	36	0	1495	162	357	71662	2011
18	30	0	1519	167	314	70571	2012
18	25	0	1608	108	402	63326	2013
6	8	0	842	49	323	58362	2014
11	18	0	1693	106	234	35724	2015
18	53	0	1299	84	327	27887	2016
20	74	0	1384	73	348	32864	2017
33	90	0	1626	93	373	38929	2018
36	83	0	1445	96	408	33255	2019
37	77	0	1287	71	437	20022	2020
63	188	1	3486	182	576	34137	2021
111	84	2	5086	263	269	59711	2022

المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على الموقع الإلكتروني للبنك الجزائري: www.bank-of-algeria.dz

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

بعد الاطلاع على بيانات الجدول رقم (04) يمكننا ملاحظة أن صادرات الجزائر عرفت تطورا ملحوظا خلال الفترة (2010 - 2011)، و قد مس هذا التطور كل أصناف الصادرات مثلما يوضحه الجدول أعلاه، غير أن الإختلاف يكمن في وتيرة تزايد الصادرات من صنف لأخر حسب البرامج الحكومية المتبعة. حيث قطاع الطاقة و المحروقات يستحوذ على النسبة الأكبر في الصادرات الإجمالية، إذ عرفت سنتي 2010 و 2011 إرتفاعا وصل إلى 71662 مليون دولار أمريكي، إلا أن السنوات الموالية لسنة 2011 عرفت انخفاضا مستمرا إلى غاية سنة 2016 حيث وصل هذا الانخفاض مما قيمته 70571 مليون دولار أمريكي ليصل إلى 27887 مليون دولار أمريكي، ليشهد فيما بعد انتعاشا سنتي 2017 و 2018 ، و يعود وينخفض سنة 2019 و 2020 بسبب التأثيرات السياسية و الإقتصادية التي شهدتها الجزائر خلال تلك الفترة بما في ذلك التظاهرات و الإحتجاجات الشعبية و التغيرات في السياسات الإقتصادية و هذا أدى إلى نقص أمن الدولة و نتج عنه التأثير في الثقة الإقتصادية و بالتالي على حركة التجارة الخارجية بالإضافة إلى تأزم العلاقات الدولية و تليها الأزمة الصحية كورونا (covid 19) التي قلبت حركة التجارة الخارجية في جميع دول العالم، و بعد فوات الأزمة الصحية عاد ليرتفع مجددا سنة 2021 و 2022 ليصل إلى ما قيمته 59711 مليون دولار أمريكي.

و بعد قطاع المحروقات يأتي قطاع المواد النصف المصنعة من حيث قيمة الصادرات، فقد عرفت تذبذبا هي الأخرى خلال الفترة (2010 - 2022) إذ وصلت قيمتها حوالي 5086 مليون دولار أمريكي سنة 2022 ، ثم في المرتبة الثالثة نجد قطاع المواد الغذائية إذ بلغت ذروتها سنة 2021 بحوالي 576 مليون دولار أمريكي. و ما يلاحظ من خلال الجدول أعلاه هو ضعف حجم الصادرات خارج المحروقات الذي يرجع إلى ضعف البنية الإقتصادية و غياب الإستراتيجية المحلية و الأجنبية في القطاع الزراعي و الصناعي. و مع ذلك فقد كان هناك تحسن تدريجي في الصادرات خارج المحروقات خلال سنة 2022 و ذلك نتيجة لقرار السيد رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون بخصوص زيادة الإنتاج الوطني.

الفرع الثالث: حجم الواردات بالجزائر خلال الفترة (2010 - 2022)

فيما يخص الواردات بالجزائر فإن التجهيزات الصناعية تحتل صدارة الواردات خلال الفترة (2010 - 2022) تليها المواد النصف المصنعة و من ثم المواد الغذائية و يليها المواد النصف المصنعة وصولا إلى السلع الإستهلاكية و تأتي في المرتبة الأخيرة التجهيزات الفلاحية. و هذا ما سوف نراه في الجدول أدناه.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الجدول رقم (05): يوضح التوزيع القطاعي للواردات بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

قطاع خارج الطاقة						قطاع الطاقة	الواردات السنة
السلع الإستهلاكية	التجهيزات الصناعية	التجهيزات الفلاحية	المواد النصف المصنعة	المواد الأولية	المواد الغذائية		
5978	15573	330	9944	1404	6027	945	2010
7944	15951	229	10431	1776	985	1164	2011
6667	13604	329	10629	1839	9023	4955	2012
12205	15745	449	10810	1766	9572	4356	2013
20287	18906	657	12740	1884	11005	2851	2014
8597	17709	462	13043	1138	1138	1700	2015
8338	15412	503	11437	1563	8223	1613	2016
8450	13962	611	10981	1524	8437	1992	2017
9312	12824	537	10468	1814	8199	977	2018
7934	10845	437	9840	1921	7694	1369	2019
5577	8697	198	7614	2199	7723	890	2020
6498	9158	247	7313	3401	8877	513	2021
5282	8321	204	9581	4037	10369	581	2022

المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على الموقع الإلكتروني للبنك الجزائري www.bank-of-algeria.dz

عرفت الواردات الجزائرية تذبذبا هي الأخرى خلال الفترة (2010 - 2022) فقد شهد قطاع الطاقة من سنة 2010 إلى 2012 إرتفاعا يصل إلى 4955 مليون دولار أمريكي و بعد هذه السنة إستمر بالإنخفاض بين سنة 2012 و 2013 و 2014 و 2015 من 4955 و 4356 و 2851 و 1700 مليون دولار

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

أمريكي على التوالي، و هذا بسبب إنخفاض موارد الدولة جراء إنخفاض أسعار النفط منتصف سنة 2014، فإتخذت الجزائر مجموعة من الإجراءات بهدف ترشيد الإنفاق العامل و المحافظة على التوازن الخارجي و منها تقليص فاتورة الإستيراد.

إذ بدأت الواردات في الإنخفاض منذ سنة 2015 و قد مست كل الأصناف ما عدا التجهيزات الفلاحية التي عرف مبلغها إرتفاعا و وصل إلى ذروته سنة 2017 بمبلغ 611 مليون دولار أمريكي و من ثم شهد إنخفاض تام ما بين سنة 2018 إلى غاية 2022 وصل إلى 204 مليون دولار أمريكي و الملاحظ هنا أنه في سنة 2020 قد وصل لأدنى مستوياته بمبلغ 198 مليون دولار أمريكي نظرا لجائحة كورونا كما سبق القول فقد أثرت بشكل كبير سواء في حجم الصادرات أو حجم الواردات و الإنخفاض الملاحظ بين سنتي 2021 و 2022 فهو سبب ضبط الواردات في مختلف أصناف الواردات.

بينما شهدت سنة 2017 تذبذبا في الواردات لمختلف الأصناف. في حين عرفت سنة 2018 إرتفاعا في حجم الواردات لبعض الأصناف مقارنة بسنة 2017 كالمواد الغذائية بنسبة 18,57 بالمئة ، و إرتفاع المواد الأولية بنسبة 4,11 بالمئة، سلع إستهلاكية بنسبة 21.05 بالمئة بينما باقي الأصناف عرفت إنخفاضا متفاوتا. و تجدر الإشارة إلى أن التجهيزات الصناعية تستحوذ على النصيب الأكبر من حجم الواردات إذ بلغت قيمتها سنة 2014 ما يقدر ب 18906 مليون دولار أمريكي بنسبة 32,41 بالمئة و من ثم شهدت إنخفاضا لغاية سنة 2022، و يليها في المرتبة الثانية التجهيزات النصف المصنعة، ثم السلع الإستهلاكية، في حين أن صنف التجهيزات الفلاحية يحتل آخر مرتبة إذ بلغت قيمته سنة 2022 ما يقدر ب 204 مليون دولار أمريكي.

المطلب الثالث: معوقات تطور التجارة الخارجية بالجزائر وسبل تصحيحها

إن التجارة الخارجية عانت و لا تزال تعاني من جملة من المعوقات و التي وقفت و لا تزال عائقا أمام تحقيق هدف التنمية بالجزائر كهدف أسمى، فالتجارة الخارجية بالجزائر ترتبط بشكل مباشر بإدارة لجمارك و المنظومة المصرفية الممولة لعملياتها و كلاهما يواجه ما يعيق تطورها سواء من الجانب الإداري أو الجانب المادي وهذا يؤثر بشكل مباشر عليها، و فيما يلي سنتناول أهم هذه المعوقات.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الفرع الأول: معوقات التجارة الخارجية على مستوى الجمارك الجزائرية

يعتبر قطاع الجمارك من القطاعات الهامة في الدولة، كونه يعد ركيزة أساسية يعتمد عليها الاقتصاد الوطني في الجزائر، مع الإشارة للدور الحيوي الذي يأخذه في مسألة الحماية، و مكافحة الجرائم الاقتصادية ومراقبة التجارة الخارجية في ظل التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، و من هذا المنطلق لا يمكننا الحديث عن تطور التجارة الخارجية بمعزل عن الجمارك الجزائرية، لاسيما أن هذه الأخيرة تواجه معوقات يمكن تحديدها على سبيل الذكر و ليس على سبيل الحصر و هي:

- للجمارك الجزائرية تحدي مهم و أساسي و هو حماية الإقتصاد الوطني من جهة و من جهة أخرى التكيف و مواكبة التغيرات التي عرفتها الساحة الدولية، و التي نتج عنها نظام إقتصادي يتميز بالتطور المطرود للنظام الرأسمالي نحو العولمة لتكون ملامح الهندسة الجديدة لإقتصاد القرن الواحد و العشرين.
- فتطور الثورة العلمية و التكنولوجية و ثورة المعلومات و الإتصالات الهائلة ووسائل النقل، أدى إلى تشابك العلاقات و التفاعلات الدولية، حيث ظهرت الحاجة إلى التوسع في الأسواق و تحريرها في إطار سوق عالمية واحدة، و كذلك تكريس مبدأ المنافسة الحرة بين الدول مما أدى بإدارة الجمارك إلى القيام بوظيفة التأهيل الإقتصادي من أجل تعظيم المكاسب الإيجابية و تقليص الأثار المتوقعة على الإقتصاد الوطني (خميسي و كيبش، 2017، صفحة 351). ويعتبر هذا من أهم معوقات التجارة الخارجية كونه يزيد من صعوبة تحكم الإدارة الجمركية في العمليات المتشابكة و الإجراءات المعقدة لتسيير الصادرات والواردات. ولا بد أن الحل لذلك هو اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية الرقابة الجمركية وتحقيق الحماية لعمليات التجارة الخارجية، لما توفره من دقة وفعالية وسهولة التحكم في البيانات رغم تشعبها.
- مكافحة الجرائم الاقتصادية، كجريمة تبييض الأموال، الفساد و التهريب، و التي تفتشت بصورة كبيرة في الوقت الراهن، و تعد من بين المشاكل التي تصيب إقتصاديات الدول المتقدمة و النامية على حد سواء، كما أنها ظواهر خطيرة جدا تعصف بإقتصاديات الدول (خميسي و كيبش، 2017، صفحة 351). فتؤدي الجرائم الاقتصادية إلى نقص ثقة المستثمرين و الشركاء التجاريين الدوليين و هذا يقلل من حجم الإستثمارات الأجنبية و تشويه الأسواق المحلية و الدولية و هذا يؤثر سلبا على جودة السلع و الخدمات و بالتالي يعيق حركة التجارة الخارجية.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- تعمل الجمارك الجزائرية على توفير مناخ ملائم للأعمال، خاصة في مجال الإستثمار المنتج من خلال تكييف المنظومة القانونية في القطاع الجمركي، خاصة التسهيلات الجمركية و رفع القيود و العقبات التي تعيق الشركات في هذا المجال (خميسي و كيبش، 2017، صفحة 351)، و يعتبر هذا الأخر من معوقات التجارة الخارجية فعند وجود التسهيلات الجمركية تؤدي إلى تقليل التكاليف و تسريع العمليات التجارية و توسيع الأسواق و تعزيز العلاقات الدولية و يؤدي هذا إلى تحسين حركة التجارة الخارجية. وبما أن مناخ الأعمال يوفر العديد من الخدمات الحكومية المنبثقة من الهياكل التي تتعامل معها شركات الأعمال والمتعاملين الاقتصاديين بصفة عامة، فإنه سيكون من الأحسن أن تعمل هذه الهياكل (مثل مديرية الضرائب، المنظومة المصرفية، الهيئات المسؤولة عن منح التراخيص لبدء النشاط..) على تطبيق الإدارة الالكترونية لرفع مستوى تقديم الخدمة وتحسينها، بما يضمن اقبال المتعاملين الاقتصاديين إليها ويجنبها تهربهم من متابعة الإجراءات الإدارية القانونية اللازمة لسير الأعمال.
- يقع على عاتقهم أيضا مسؤولية عصنة إدارة الجمارك بما يتماشى و تغيرات المحيط الإقتصادي الدولي الوطني، خاصة في ظل توفر شروط إنضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة. (خميسي و كيبش، 2017، صفحة 351)
- من الضروري على الإدارة الجمركية الجزائرية أن تسهر على ترقية الفضاء الإقتصادي الدولي والإقليمي، والذي تكون ميزته التوازن والتعددية ضمن إطار المنظمات الدولية المتدخلة في التجارة الدولية مثل منظمة التجارة العالمية والمنظمة العالمية للجمارك والإتحاد الأوروبي. (خميسي و كيبش، 2017، صفحة 351)

الفرع الثاني: معوقات التجارة الخارجية على مستوى المنظومة المصرفية

في نحو آخر تعد المنظومة المصرفية هي الأخرى العصب الحيوي و المساهم الفعال و الرئيس في تنشيط حركة التجارة الخارجية و تطوير أساليب الرقابة على العمليات التجارية كونها الممول لعملياتها، و من هذا المنطلق يمكننا حصر تحديات المنظومة المصرفية في الجزائر في جانبين هما:

أولاً: المعوقات الداخلية

والتي تمس المحيط الداخلي للمنظومة المصرفية، نوضحها فيما يلي:

أ - ضعف كفاءة الموارد البشرية بالبنوك الجزائرية

إن التوظيف في البنوك بالنسبة للموظفين الجدد يعتمد على عنصر المحسوبية، أما بالنسبة للموظفين القدامى بالبنك فهم غالبا كبار في السن بمعنى أنهم واصلوا مسيرتهم في هذه البنوك معتمدين على التسيير الإداري الروتيني و غير المتطور مع مهنة البنوك، فعلى الرغم من مجهودات الجامعة التي تعمل على تخريج دفعات بتكوين جيد و مؤهلين ليصبحوا إطارات في المستقبل، و إنشاء شركة تكوين بين البنوك غير أنها تبقى عاجزة عن توفير جميع الوسائل الضرورية لتلبية الحاجات الضخمة للبنوك في مجال التكوين التطبيقي و في جميع الفروع و المدرسة العليا للبنوك التي تم تشغيلها منذ 1996م و القادرة على تكوين متخصصين ما بعد التدرج لا يتم اللجوء إلا قليلا من قبل البنوك التي يبدو أنها تهمل الجانب النوعي لإطاراتها، حيث بقي مستوى التأطير محدودا نوعا ما من حيث التكوين.

و عليه لا بد من الإرتقاء بالعنصر البشري و رفع كفاءته، كما يجب تطوير إمكانياته بما يتماشى مع مستجدات الساحة البنكية بشكل دائم، و ذلك حتى يستطيع المساهمة حقيقة في تحسين أداء البنك الذي يعمل به، و منه إنجاح مشروع عصرنه النظام البنكي الجزائري. (عمار، 2021، صفحة 73) فضعف كفاءة الموارد البشرية بالبنوك التجارية يؤدي إلى عرقلة التعاملات داخل البنوك و بطء العمليات التي من شأنها تعيق حركة التجارة الخارجية. ولعل الحل لهذا العائق يكمن في العزم على تكوين الموارد البشرية بشكل دائم ومستمر بما يمكنهم من استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة لدى تقديمهم للخدمات البنكية للمتعاملين الاقتصاديين، الأمر الذي سيضمن لهذه البنوك اختصارا كبيرا للجهد والوقت المبذول وبالتالي زيادة مردودية موظفيها، إضافة إلى ضمان اقبال أوسع لعملائهم كون التعامل مع البنك أصبح الكترونيا موفرا عليهم عناء التنقل دائما لتسيير حساباتهم البنكية..

ب - صغر حجم البنوك

على الرغم من التطور الذي شهدته البنوك الجزائرية من حيث زيادة أصولها و رؤوس أموالها، إلا أنها لا تزال تعاني من صغر أحجامها مقارنة مع البنوك العربية و الأجنبية، حيث أن الاتجاه السائد الآن هو إندماج البنوك فيما بينها من أجل تقوية مكانتها و تعزيز كفاءتها. (زغيب و نجار، بدون سنة، صفحة 402)

فعندما نتحدث عن صغر البنوك بالضرورة أن القدرة التمويلية للبنوك محدودة و نقص الخبرات و الموارد بالتالي يؤثر سلبا على التجارة الخارجية، و لعل الحل في هذا هو نقل الأنظمة المصرفية إلى السحابة الإلكترونية

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

لتوفير نوع من المرونة و السهولة للوصول بالإضافة إلى تقديم خدمات التكنولوجيا المعاصرة لإتاحة إجراء العمليات المصرفية عبر مجموعة من الأنظمة.

د - هيكل ملكية البنوك

يتسم هيكل ملكية الجهاز المصرفي الجزائري بالمساهمة الكبيرة للقطاع العمومي، تصاحبه سيطرة كاملة لهذا القطاع على إدارة و عمليات البنوك. و قد أثر وجود الملكية و السيطرة في الهيكل المالي للمصارف على إستراتيجيات و عمليات المؤسسات البنكية بشكل كبير. و على الرغم من سياسة التقليل من نسبة ملكية القطاع العمومي في البنوك و تخفيف قيود الدخول إلى القطاع المالي و المصرفي، إلا أن القطاع العمومي ما زال يمتلك حصة الأسد في الجهاز المصرفي (زغيب و نجار، بدون سنة، صفحة 402)، و تؤثر هي الأخرى من خلال السياسات الحكومية للمنظومة المصرفية في القطاع العمومي من شأنه التأثير، و أن تمويله يكون محدود للشركات التي لها علاقة بها فقط و هذا من شأنه التأثير في حركة التجارة الخارجية و يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال تطبيق نظم تخطيط الموارد المؤسسة لإدارة كافة عمليات البنك بشكل مركزي و موحد.

هـ - ضعف كفاءة أنظمة المدفوعات

تعاني أنظمة تسوية المدفوعات من ضعف كبير للأسلوب التقليدي المعمول به في إتمام عمليات المقاصة والمعتمد على الأسلوب اليدوي غالبا في فحص و معالجة أدوات الدين و القرض من خلال سجل المقاصة، ويزداد الأمر حدة إذا تعلق بإجراء مقاصة بين غرفها المتباعدة مكانيا مما يؤدي إلى عرقلتها لفترة قد تطول وانعكاس ذلك سلبا على المتعاملين مع البنوك بسبب بقاء الشيكات دون مقاصة لفترة من الزمن (زغيب و نجار، بدون سنة، صفحة 402،403)، و هذا من أكبر المعوقات لحركة التجارة الخارجية لكن بإستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال من خلال إستخدام تقنيات الإتصال القريب و رموز QR يسهل من عمليات الدفع في أماكن البيع المختلفة و تطوير التطبيقات المصرفية عبر الهواتف و الأجهزة الذكية و إستخدام نظام المقاصة الإلكترونية يسهل و يسرع من إتمام عمليات المقاصة مهما كانت متباعدة فهي تتم بشكل إلكتروني.

و - القروض المتعثرة

أدت ممارسات الإقراض السابقة في الجزائر إلى تدهور ملحوظ في نوعية محافظ قروض البنوك، و هو الأمر الذي تفاقم لاحقا بسبب الأوضاع الإقتصادية العامة غير المواتية، الشيء الذي حد من مقدرة البنوك على أداء مهام الوساطة من خلال تقليص السيولة المتوفرة لديها و زيادة تكلفه عملياتها، و هذا يؤدي بالضرورة إلى تقييد

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

السيولة و زيادة القروض مما يؤدي إلى إرتفاع أسعار الفائدة و يزيد من تكلفة التمويل للمشاريع التجارية و هذا يعوق تمويلًا لتجارة الخارجية، و تعتبر أنظمة الإنذار المبكر التي تستخدم تقنيات حديثة لرصد المؤشرات المالية و الإقتصادية التي تدل على احتمالية إتخاذ إجراءات إستباقية لتفادي الخطر.

ز - ضعف استخدام التكنولوجيا و الرقابة

تحتاج المنظومة المصرفية في الجزائر إلى زيادة مستوى الإستثمار في التكنولوجيا البنكية الحديثة، و تطبيق الأنظمة والبرامج العصرية، و ذلك حتى يكون قادرا على مواكبة المنافسة في الأسواق الداخلية و الخارجية (زغيب و نجار، بدون سنة، صفحة 403). كما أن استخدام التكنولوجيا يزيد من سرعة التسويات و زيادة الشفافية، إذ يسمح بنشر كافة المعلومات الموجودة فورًا، مما يزيد من ثقة المستثمرين بالبنوك. كما أن المنافسة الدولية تتطلب وجود بيانات قابلة للمقارنة وفق معايير موحدة، و هذا يتطلب بدوره جهدًا لتطوير قواعد الشفافية و نشر البيانات و القوائم المالية بشكل مناسب لجذب المستثمرين الأجانب.

ح - تراجع ثقة الأفراد بالمعاملات البنكية

إن التحدي الحقيقي الذي يطرح أمام البنوك في الجزائر لا سيما العمومية منها، هو البحث عن كيفية استرجاع ثقة المواطنين بها، والتي تراجعت بشكل كبير خلال السنوات الأخيرة بعد أزمة البنوك الخاصة، من خلال قيام البنوك بجملة تحسيسية و توعوية لتثقيف المواطنين ماليًا وكذا توضيح أهمية الإعتماد على خدمات البنوك و مدى تأثير ذلك إيجابيًا على حياة المواطن وكذا حركة التجارة الخارجية.

ط - ضعف البنية التحتية للنظام البنكي الجزائري

إن عمل النظام البنكي في الوقت الحالي يتحكم فيه إلى حد كبير توفر البنية التحتية و حداتها في نفس الوقت، الأمر الذي يستدعي العمل على:

- توفير العتاد الإلكتروني الحديث و إعادة النظر في أسعاره، إلى جانب توفير برمجيات خاصة بالبنوك المحلية و عدم إستيرادها من الخارج.
- السيطرة على الأعطال الفنية المتكررة التي تعاني منها مكونات البنية التحتية و تقليصها قدر الإمكان، و تصليحها في فترة زمنية قصيرة إن حدثت.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- ضرورة تحرك الدولة بإتجاه تدعيم تواجد الخدمات البنكية الإلكترونية من خلال توفير المتطلبات الأساسية التي يخرج نطاق توفيرها عن صلاحيات البنك و التي تعد في نفس الوقت ضرورية لممارسة العمل البنكي الإلكتروني كزيادة قوة تدفق الأنترنت.
- ضرورة تحرك الدولة بإتجاه تدعيم تواجد الخدمات البنكية الإلكترونية من خلال توفير المتطلبات الأساسية التي يخرج نطاق توفيرها عن صلاحيات البنك و التي تعد في نفس الوقت ضرورية لممارسة العمل البنكي الإلكتروني كزيادة قوة تدفق الأنترنت.

ي - عقبات ممارسة المحاسبة البنكية في الجزائر

إن الممارسة المحاسبية البنكية في الجزائر يشوبها العديد من المشاكل و الصعوبات، و التي يجب العمل على تذليلها حتى تسهل عملية تطبيقها في الواقع بما يتلائم مع متطلبات النظام المحاسبي المالي البنكي، و لذلك وجب على السلطات المالية بالجزائر العمل على:

- إصلاح النظام الجبائي الجزائري ليصبح أكثر توافقا و ملائمة للتطورات التي مست المنظومة البنكية الجزائرية و التي من أهمها: قواعد النظام المحاسبي المالي البنكي.
- العمل على تطوير و تفعيل أداء السوق المالي في الجزائر حتى تسهل عملية تقييم الأصول و الخصوم وفقا للقيمة العادلة. (عمار، 2021، صفحة 75،74)

ي - إستعادة السيولة المتداولة بالسوق الموازية للدائرة الرسمية

إن قطاع البنوك من شأنه المساهمة في التقليل من حجم الأموال المتداولة بالسوق غير المنظمة، كما يمكن إعتقاد ما سبق كآلية للتخفيف من حدة أزمة السيولة التي يتخبط فيها الإقتصاد الجزائري منذ تراجع سعر النفط و حتى تفاقم جائحة كورونا، و ذلك من خلال تطوير منظومة الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقات البنكية و تقليص العمل بالصكوك و الدفع النقدي و تنويع طرق سحب المواطنين لأموالهم و الدفع لإلتزاماتهم المالية للتخفيف من إستخدام النقد في الإقتصاد، و كذا تقليص تفضيل الأسر في الجزائر للسيولة النقدية و الخروج من هيمنة الدفع التقليدي على مجمل المعاملات المالية و التجارية، و منه إستعادة جزء من الإقتصاد غير الرسمي للبنوك. (عمار، 2021، صفحة 75)

ثانيا: المعوقات الخارجية

تتمثل المعوقات التي يواجهها النظام البنكي الجزائري في التغييرات السريعة في المحيط الدولي الذي يتعامل معه، و الذي من شأنه أن يؤثر بصورة عميقة حاضرا و مستقبلا على البنوك التجارية و قدرتها على دعم التنمية في البلاد، و من أبرز هذه المعوقات نذكر (زغيب و نجار، بدون سنة، صفحة 404، 405):

أ - ظاهرة العوامة : و نعني بالأخص عوامة الخدمات البنكية و التي ستؤثر بصورة مباشرة على أداء البنوك التجارية الجزائرية. و يذكر أن لهذه الظاهرة إيجابيات تتمثل أساسا في المساهمة في رفع حدة المنافسة في ظل سوق بنكية مفتوحة تؤدي إلى تحسين الخدمات و تنوعها و رفع كفاءة أداء البنوك للوصول إلى المستويات العالمية. غير أن التحدي الحقيقي لظاهرة العوامة يتمثل في الآثار السلبية التي ستنتج عن هذه الظاهرة و مثال ذلك المنافسة غير المتكافئة مع البنوك الأجنبية التي يمتد نشاطها للجزائر نظرا لعدم تأهيل البنوك الجزائرية لهذه المنافسة بسبب ما تعانيه من مشاكل.

بالإضافة إلى تأثير سياسات البنوك الأجنبية على السياسات الإقتصادية للدولة، كدعم البنوك الجزائرية لبعض المؤسسات و القطاعات الإقتصادية المدرجة ضمن الخطط التنموية أو الإصلاحات الإقتصادية.

ب - ظاهرة اندماج الأسواق الدولية : إنتشرت هذه الظاهرة إثر إزالة القيود الدولية أمام توريد الخدمات البنكية و المالية بسبب تزايد التدفقات الرأسمالية التي فاق حجمها التجارة العالمية للسلع، مما أدى إلى إرتفاع عدد فروع البنوك و من ثم إرتفاع حصة البنوك التجارية الأجنبية في الأسواق البنكية المحلية في العديد من دول العالم.

ج - ظاهرة اندماج البنوك : من التحديات الخارجية التي تواجهها البنوك التجارية الجزائرية في شكل بنوك عملاقة.

هـ - ظاهرة البنوك الإلكترونية : تعد هذه البنوك تحد من الدرجة الأولى لنظامنا البنكي و الذي عليه مواجهته بكل حزم و جدية، بحيث تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها الفائقة و السرعة على تقديم الخدمات البنكية في أي وقت و بدون انقطاع (24 /24 ساعة)، و حتى أيام العطل، و من أي مكان، و بأي وسيلة كانت. بحيث تشهد عملية دمج الصيرفة الإلكترونية في النظام البنكي الجزائري تباطؤا واضحا و ذلك بفعل:

- انعدام ثقة العملاء اتجاه الأنظمة الإلكترونية الحديثة.
- قلة الموارد المالية اللازمة لإقتناء التجهيزات الحديثة و لإستخدام إطارات و كفاءات مختصة بهذا المجال.
- غياب الوعي الكافي لدى المجتمع الجزائري بمنافع الصيرفة الإلكترونية.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- عدم فاعلية نظام الأمن المعلوماتي و غياب تنظيمات و قوانين رقابية صارمة عن بعض النشاطات البنكية الإلكترونية، نتيجة إستباق الدولة الجزائرية في تبني مشروع الصيرفة الإلكترونية قبل وضع البنية التحتية اللازمة لمثل هكذا مشروع.

الفرع الثالث: معوقات أخرى للتجارة الخارجية بالجزائر

بالإضافة إلى المعوقات التي سبق ذكرها التي تتعلق بكلا الجمارك الجزائرية و المنظومة المصرفية، فإن التجارة الخارجية تواجه معوقات ترتبط بها هي بشكل مباشر و من بينها نذكر ما يلي: (الطاهر، 2020، صفحة 108،109،110)

أولاً: العولمة و التكتلات الاقتصادية تمثل العولمة أحد أهم التحديات التي تواجه الإقتصاديات و المجتمعات العربية منذ بداية التسعينات من القرن الماضي. و ذلك من خلال إندماج أسواق العالم في حقول التجارة و الإستثمارات المباشرة ضمن إطار من رأسمالية حرية الأسواق. إضافة الى التمركز الهائل للإستثمارات الخاصة بالشركات متعددة الجنسيات و سيطرتها على السلع الأساسية على المستوى الدولي. و تعد التكتلات الإقتصادية آلية مهمة لتعزيز التعاون الاقتصادي و الرفع من حجم المبادلات التجارية. و من بين التكتلات الإقتصادية التي إنضمت إليها الجزائر نجد منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى. و في هذا الإطار فإن حجم المبادلات التجارية بين الجزائر و الدول العربية لم يرق إلى المستوى المطلوب. و هذا نظرا لعدد التحديات التي يمكن ذكر أهمها فيما يلي:

- الرسوم غير الجمركية المفروضة في الدول العربية، خصوصا تلك المتعلقة بحماية الإنتاج الوطني، و الحد من المنافسة.
- الإجراءات الإدارية المعقدة.
- ضعف قطاع النقل.

كما أنه في ظل العولمة، نشهد هجوما متزايدا للشركات متعددة الجنسيات للسيطرة على فروع مهمة من النشاط الصناعي في المنطقة العربية. الأمر الذي يؤدي إلى مزيد من تفكيك علاقات الترابط و التشابك فيما بين الإقتصاديات العربية.

ثانيا: تحرير التجارة العالمية

إن تحرير التجارة العالمية هو هدف أساسي تسعى إليه منظمة التجارة العالمية من خلال إجراء خفض كبير في التعريفات الجمركية التي تطبقها الدول الأعضاء، وربط هذه التعريفات عند حدود معينة لا تتجاوزها إلا بالتشاور مع بقية الدول الأعضاء مع إقرار مبدأ التعويض. وكذا تحقيق الشفافية التامة فيما يتعلق بالتعريفات و القواعد و الإجراءات المطبقة تحقيقا للوضوح و الإستقرار في المعاملات. و في هذا الإطار فإنه يستوجب على الدول القيام بإجراءات تؤدي إلى تقليص رقابة الدولة وفتح المجال أكثر لممارسة التجارة دون قيود إدارية أو جمركية.

ثالثا: الشراكة الأورومتوسطية

يحاول الأوروبيون فرض تصورهم الخاص للتعاون الإقليمي في المنطقة من خلال ما يسمى بالشراكة الأوروبية العربية أو التعاون المتوسطي، وهي شراكة غير متكافئة، تفتح الأسواق الأوروبية أمام المنتجات العربية أقل مما تفتحه الأسواق العربية أمام المنتجات الأوروبية.

و الشراكة الأورومتوسطية تمثل تحديا كبيرا أمام التجارة الخارجية الجزائرية بسبب:

- عدم تكافؤ القدرات الإقتصادية و التكنولوجية و السياسية بين الجزائر و دول الإتحاد الأوروبي.
- ضعف الإنتاج الصناعي الجزائري أمام نظيره الأوروبي.
- انخفاض إيرادات الجباية الجمركية من خلال التخفيض التدريجي لها.
- ضيق السوق الجزائرية مقارنة مع السوق الأوروبية.

رابعا: تحديات مرتبطة بالإقتصاد الوطني

- عدم استقرار مداخل قطاع المحروقات و إرتباط الإقتصاد الجزائري بشكل كبير بقطاع النفط الذي يخضع إلى التغيرات الإقتصادية العالمية و العوامل الجيوسياسية.
- غياب الإستقرار الإقتصادي و خاصة عدم إستقرار السياسات المالية و النقدية (سعر الصرف، الرقابة على النقد، سياسة التصدير و الاستيراد، سياسة الاستثمار).
- تراجع معدل النمو الإقتصادي و إرتفاع معدلات البطالة.
- إنتشار البيروقراطية و الفساد الإداري.
- ضعف تدفق الإستثمار الأجنبي المباشر.
- غياب دور فعال للسوق المالي.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

● عدم القدرة على تنويع مصادر الدخل و ضعف برامج الإصلاح الاقتصادي و الاختلال في الهياكل الاقتصادية.

● ضعف خدمات النقل البحري و الجوي و إنعدام المنافسة في هذا القطاع.

المبحث الثاني: مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال بالجزائر

يعد مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال من المجالات المواكبة للتطورات الحاصلة في العالم، و الجزائر واحدة من بين الدول تسعى على تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في مختلف هياكلها الإدارية و الحكومية و ذلك لتسريع من وتيرة سير العمليات على مستوى الهياكل و الخدمات المقدمة للمواطنين، و يجدر الإشارة إلى أن الجزائر قد ركزت في الآونة الأخيرة على الإهتمام بقطاعات أخرى خارج قطاع الطاقة و المحروقات مثل قطاع الفلاحة و السياحة و تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في كليهما للنهوض بإقتصاد وطني لا يرتكز على عوائد التجارة الخارجية لقطاع الطاقة و المحروقات فقط، و كل هذا سيؤدي إلى تحسين التجارة الخارجية بالجزائر في المستقبل. و هذا ما سنتناوله فيما يلي.

المطلب الأول: خدمات الإدارة الإلكترونية في قطاع التعليم

بعد تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في قطاع التعليم و خاصة على مستوى وزارة التربية الوطنية قد نتج عنه ما يلي:

الفرع الأول: وزارة التربية الوطنية

من مظاهر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التربية الوطنية في الجزائر نجد ما يلي:

● التعليم عن بعد و هو ما يوفره كل من الديوان الوطني للتعليم و التكوين عن بعد، و المركز الوطني للتعليم المهني عن بعد.

● موقع مخصص للإطلاع على نتائج إمتحانات شهادة البكالوريا و التعليم المتوسط و التعليم الابتدائي.

(مخلفي و بن حجار ، 2021، صفحة 330)

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الشكل رقم (10): يوضح نموذج المنصة الرقمية للإطلاع على نتائج شهادة البكالوريا

The screenshot shows the login page for the 2022 Baccalauréat results. At the top, it features the Algerian flag and the text 'الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية' and 'وزارة التربية الوطنية' and 'الدewan الوطني للمتحانات والمسائلات'. The main heading is 'نتائج امتحان شهادة البكالوريا 2022' and 'بإمضاء السيد وزير التربية الوطنية النجاة لكل المرشحين'. Below this, there is a section for login details: 'رقم التسجيل' (Registration Number) and 'الرقم السري' (Secret Number). There is also a checkbox for 'الجواب' (Answer) and a dropdown for 'سؤال: خم يساوي 10-19'. A search button labeled 'استظهار النتيجة' is at the bottom. The footer contains 'مدیر الدewan الوطني للمتحانات والمسائلات وإمضاء النجاة والتوفيق للجميع' and 'الدewan الوطني للمتحانات والمسائلات © 2022'.

المصدر: صورة للمنصة الرقمية للإطلاع على نتائج شهادة البكالوريا، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/12 على 22:00 من

موقع bac.onec.dz

الشكل رقم (11): يوضح نموذج المنصة الرقمية للإطلاع على نتائج شهادة التعليم المتوسط

The screenshot shows the login page for the 2022 Baccalauréat results. At the top, it features the Algerian flag and the text 'الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية' and 'وزارة التربية الوطنية' and 'الدewan الوطني للمتحانات والمسائلات'. The main heading is 'نتائج امتحان شهادة التعليم المتوسط 2022' and 'بإمضاء السيد وزير التربية الوطنية النجاة لكل المرشحين'. Below this, there is a section for login details: 'رقم التسجيل' (Registration Number) and 'الرقم السري' (Secret Number). There is also a checkbox for 'الجواب' (Answer) and a dropdown for 'سؤال: خم يساوي 10-19'. A search button labeled 'استظهار النتيجة' is at the bottom. The footer contains 'مدیر الدewan الوطني للمتحانات والمسائلات وإمضاء النجاة والتوفيق للجميع' and 'الدewan الوطني للمتحانات والمسائلات © 2022'.

المصدر: صورة للمنصة الرقمية للإطلاع على نتائج شهادة التعليم المتوسط، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/12 على

22:15 من موقع bem.onec.dz

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الشكل رقم(12): يوضح نموذج المنصة الرقمية للإطلاع على نتائج شهادة التعليم الابتدائي

المصدر: صورة للمنصة الرقمية للإطلاع على شهادة التعليم الابتدائي، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/12 على 22:30 من موقع: cinq.onec.com

- إنشاء مواقع تعني لرقمنة قطاع التربية الوطنية: يمكن الدخول إليه و ذلك بإدخال إسم المستخدم و كلمة المرور بحيث لكل مؤسسة معلوماتها الخاصة، كما يسمح هذا الموقع بإدخال قوائم التلاميذ الخاصة بكل مؤسسة من طرف مدراءها. (مخلفي و بن حجار ، 2021، صفحة 330)

الشكل رقم(13): يوضح نموذج المنصة الرقمية لوزارة التربية الوطنية

المصدر: صورة للمنصة الرقمية لوزارة التربية الوطنية، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/13 على 14:00 من موقع: amatti.education.gov.dz

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- **فضاء الأولياء:** يعتبر فضاء الأولياء منصة رقمية نوعية في مجال التربية و وسيلة تكنولوجية فعالة لتعزيز مشاركة أولياء الأمور في العملية التعليمية، حيث لهم بيئة رقمية غنية بمجموعة من الخدمات و المعلومات التي تساعدهم على مرافقة أبنائهم طيلة مسارهم الدراسي، كالإطلاع على النتائج المدرسية، معلومات التمدرس، الغيابات، و كذا الاستفادة من عدة خدمات عن بعد كطلب تحويل التلاميذ، إعادة إدماج تلاميذ، رخصة تخفيض السن (فضاء الأولياء، بدون سنة)

الشكل رقم(14): يوضح نموذج المنصة الرقمية لفضاء أولياء التلاميذ



المصدر: صورة للمنصة الرقمية لفضاء أولياء التلاميذ، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/13 على 14:45 من موقع

<https://awlyaa.education.dz>

- **مدونة التعليم و التربية:** مدونة تربوية تعليمية تهتم بكل ما يخص المجال التعليمي في الجزائر، ابتدائي، متوسط، وثانوي بالإضافة إلى التعليم الجامعي، كما يقدم إعلانات عن التوظيف لجميع المجالات و التحضير لها. (مخلفي و بن حجار ، 2021، صفحة 331)

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الشكل رقم(15): يوضح نموذج المنصة الرقمية لمدونة التعليم و التربية



المصدر: صورة للمنصة الرقمية لمدونة التعليم و التربية، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/13 على 19:25 من موقع <https://education-onec-dz.blogspot.com>

الشكل رقم(16): يوضح نموذج مجالات المنصة الرقمية لمدونة التعليم و التربية



المصدر: صورة للمنصة الرقمية لمجالات مدونة التربية و التعليم، تم الإطلاع عليه يوم 2022 /05/13 على 19:30 من موقع: [/https://education-onec-dz.blogspot.com](https://education-onec-dz.blogspot.com)

الشكل رقم(17): يوضح نموذج مستويات التعليم على المنصة الرقمية لمدونة التعليم و التربية

التعليم الابتدائي	التعليم المتوسط	التعليم الثانوي
التربية التحضيرية	السنة الاولى متوسط	السنة الاولى ثانوي
السنة الأولى ابتدائي	السنة الثانية متوسط	السنة الثانية ثانوي
السنة الثانية ابتدائي	السنة الثالثة متوسط	السنة الثالثة ثانوي
السنة الثالثة ابتدائي	السنة الرابعة متوسط	
السنة الرابعة ابتدائي	قسم شهادة التعليم المتوسط	
السنة الخامسة ابتدائي		
شهادة التعليم الابتدائي		

المصدر: صورة لمستويات التعليم على مدونة التعليم و التربية، تم الإطلاع عليه يوم 2022/05/13 على 19:32 من موقع: [/https://education-onec-dz.blogspot.com](https://education-onec-dz.blogspot.com)

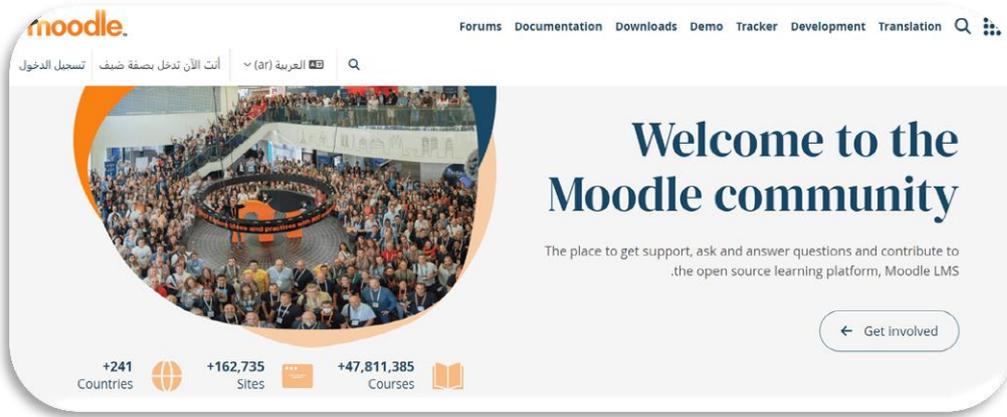
الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الفرع الثاني: وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

من مظاهر تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التعليم العالي في الجزائر نجد ما يلي:

- موقع الأرضية الإلكترونية لنشر الدروس على الخط المخصص لكل جامعة (Moodle). (مخلفي و بن حجار ، 2021، صفحة 331)

الشكل رقم (18): يوضح نموذج المنصة الرقمية لنشر الدروس لجامعات الجزائر (Moodle)



المصدر: صورة للمنصة الرقمية لنشر الدروس لجامعات الجزائر مودل، تم الإطلاع عليه يوم 2022/05/13 على

<https://moodle.org/?lang=ar> من موقع 20:00

- التعليم عن بعد: و الذي يرمي إلى تحقيق أهداف تتوزع على ثلاث مراحل: (مخلفي و بن حجار ، 2021، صفحة 331)

المرحلة الأولى: مرحلة استعمال التكنولوجيا ، المحاضرات المرئية على الخصوص قصد امتصاص الأعداد

الكبيرة للمتعلمين مع تحسين محسوس من مستوى التعليم و التكوين (سياق على المدى القصير) .

المرحلة الثانية: تشهد اعتمادا على التكنولوجيات البيداغوجية الحديثة ، تعتمد خاصة على الويب (التعلم

عبر الخط أو التعلم الإلكتروني)، و ذلك قصد تحقيق ضمان النوعية (سياق على المدى المتوسط).

المرحلة الثالثة: هي مرحلة التكامل و من خلالها يصادق على نظام التعليم عن بعد و يتم نشره عن طريق

التعليم "من بعد" بواسطة قناة المعرفة التي يتعدى مجال استعمالها و الاستفادة منها بالكثير النطاق الجامعي ،

حيث تستهدف جمهورا واسعا من المتعلمين . و يتركز التعليم عن بعد حاليا على شبكة منصة للمحاضرات المرئية

و التعليم الإلكتروني ، موزعة على غالبية مؤسسات التكوين و الدخول إليها عن طريق الشبكة الوطنية للبحث

. ARN

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- التسجيلات الجامعية الإلكترونية لفائدة الطلبة الجدد حاملي شهادة البكالوريا إضافة للتسجيلات الماستر عبر الأرضية الإلكترونية كما يوضحه الشكل رقم (18) و الشكل رقم (19) أدناه.
الشكل رقم(19): يوضح نموذج المنصة الرقمية للتسجيلات الجامعية لحاملي شهادة البكالوريا الجدد



المصدر: صورة للمنصة الرقمية للتسجيلات الجامعية لحاملي شهادة البكالوريا الجدد، تم الإطلاع عليه يوم 2022/05/13 على 20:45 من موقع [/https://www.orientation-esi.dz](https://www.orientation-esi.dz)

الشكل رقم(20): يوضح نموذج المنصة الرقمية للتسجيل في طور الماستر



المصدر: صورة للمنصة الرقمية للتسجيل في طور الماستر، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/13 على 21:00 من موقع [/https://progres.mesrs.dz/webinscription](https://progres.mesrs.dz/webinscription)

- المكتبة الرقمية لديوان المطبوعات الجامعية الخاص بكل جامعة.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

المطلب الثاني: خدمات الإدارة الإلكترونية في قطاع البريد والاتصالات

الفرع الأول: البريد و الاتصالات

يقدم قطاع البريد و الاتصالات العديد من الخدمات عن بعد للمستفيدين منها، و على الرغم من الصعوبات المطروحة فإنه يسعى إلى تطويرها، و من أبرز هذه الخدمات (خثيري، بوعلاقة ، و عنون ، 2020، صفحة 75):

- الحوالة الإلكترونية.
- السحب الآلي للأموال.
- الحساب الجاري عن بعد (خدمة CCP تحويل الأموال عن طريق وسترن يونيون).

الفرع الثاني: بريد الجزائر

وضعت مؤسسة بريد الجزائر مسألة رقمنة الخدمات في صلب إستراتيجياتها من خلال برامج تطوير و عصنة الخدمات المالية البريدية و الخدمات البريدية و الخدمات النقدية و الخدمات المتنوعة التي توفرها، ففي مجال الخدمات النقدية، جندت المؤسسة وسائل مادية و بشرية و تقنية معتبرة لتطوير و عصنة هذه الخدمات لا سيما:

- إقتناء منصة نقدية وفق المعايير و المقاييس الدولية.
- توفير البطاقات النقدية من خلال تركيبها و تشخيصها محليا و توزيعها لشريحة واسعة من الزبائن فاقت 6 مليون زبون.
- توفير الخدمات النقدية عبر مختلف القنوات سواء من خلال الخدمات الجوارية، الموزعات الآلية ونهائيات الدفع الإلكتروني، أو من خلال الخدمات عن بعد كدفع عبر الأنترنت أو إستعمال التطبيق الهاتفي بريدي موب أو كذلك من خلال الخدمات المالية النقدية عبر الأنترنت من خلال بريدي ويب.
- إضافة إلى هذا قامت مؤسسة بريد الجزائر بإطلاق خدمة التشغيل البيني لخدمات نقدية مع المنظومة البنكية لبداية عام 2021، و ذلك في إطار تدعيم مساع تعزيز الإندماج المالي و تمكين زبائن بريد الجزائر و البنوك التجارية المعتمدة من الإستفادة من أفضل الخدمات وفق منظومة نقدية وطنية شاملة .

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

• بريد الجزائر أطلق خدمة رقمية جديدة بريدي باي تتمثل في الدفع عبر الهاتف النقال من خلال استخدام تقنية مسح رمز الاستجابة السريع (QR Code) عبر تطبيق بريدي موب (Baridi Mob). (مخلفي و بن حجار ، 2021، صفحة 326,327)

المطلب الثالث: خدمات الإدارة الإلكترونية في قطاع الضمان الاجتماعي

في إطار إصلاح منظومة الضمان الاجتماعي و عصرنه الإدارة و تبسيط إجراءات الخدمة شرعت وزارة الضمان الاجتماعي في إستعمال نظام البطاقة الإلكترونية تسمى بطاقة الشفاء.

هي بطاقة للضمان الاجتماعي تسمح بالتعرف على المؤمن له اجتماعيا وكذا ذوي حقوقه، حتى تتسنى لهم الاستفادة من أداءات الضمان الاجتماعي. و التي بدأ العمل بها منذ 2007. تتضمن هذه البطاقة معلومات خاصة حول المؤمن له اجتماعيا (الحالة الصحية، المتابعة الطبية، تعويض الأدوية ومجمل الفحوصات الطبية) ما على المؤمن له اجتماعيا أو أحد ذوي حقوقه إلا إظهار بطاقة الشفاء على مستوى: الصيدليات المتعاقدة، الأطباء المعالجين، صانعي زجاج النظارات الطبية وأيضا خلال كل إجراء بمركز الدفع.

• المستفيدون من بطاقة الشفاء:

- المؤمن لهم اجتماعيا أو ذوي حقوقهم المصابين بأمراض مزمنة المتكفل بهم بنسبة 100%، وكذا هؤلاء المصابين بمرض الربو أو ارتفاع الضغط الدموي أو مرض الكرون المتكفل بهم بنسبة 80%.

- المؤمن لهم اجتماعيا الحائزين على منح العجز المباشرة أو بالأيلولة، معاشات التقاعد المباشر أو بالأيلولة، ربوع حوادث العمل والأمراض المهنية بنسبة تفوق أو تساوي 50%، وذوي حقوقهم.

- المؤمن لهم اجتماعيا الأجراء أو المنتمين لأحد الفئات الخاصة (المنحة الجرافية للتضامن، المنح ذات النفع العام، المعوقين، الطلبة...) وذوي حقوقهم.

• كيفية الحصول على بطاقة الشفاء:

للحصول على بطاقة الشفاء يجب تكوين الملف التالي:

- صورة شمسية على خلفية فاتحة.
- نسخة من بطاقة التعريف الوطنية.
- نسخة من بطاقة فصيلة الدم (وهي اختيارية).

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

يتم إيداع الملف من قبل المؤمن له اجتماعيا أو من قبل المراسل الاجتماعي (في حال تعلق الأمر بنظام الجماعات)، وذلك على مستوى مركز دفع الانتساب. (التعريف ببطاقة الشفاء، بدون سنة)
الشكل رقم(21): يوضح نموذج لبطاقة الشفاء



المصدر: صورة لبطاقة الشفاء، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/14 على 10:00 من موقع

<https://cnas.dz/wp-content/uploads/2018/02/chifa.png>

ثانيا - خدمات الكترونية أخرى

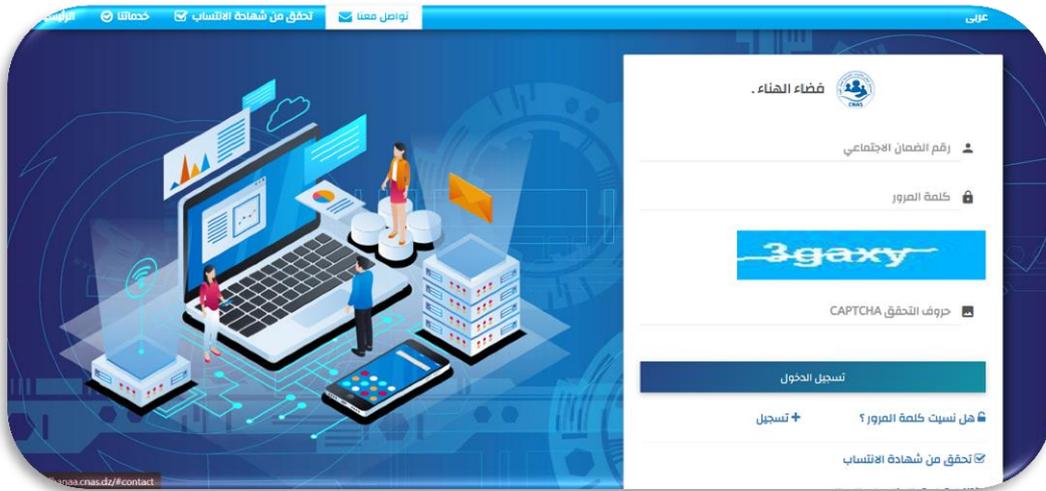
- بوابة التصريح عن بعد: يوفرها الصندوق الوطني من أجل التصريح بإشتراكات الضمان الاجتماعي 24سا/24سا طيلة أيام الأسبوع محانا و بكل أمان.
- فضاء إلكتروني مخصص للمستخدم: بحيث يسمح له التفاعل مع كافة المصالح، تقديم شكوى، طلب معلومات، تحميل ملفات رقمية.
- الدفع الإلكتروني: تسمح للمستخدمين بتسديد اشتراكات الضمان الاجتماعي عبر بوابة التصريح عن بعد، دون عناء التنقل و ذلك بإستعمال البطاقة البنكية.
- فضاء الهناء (HANA CNAS) : و هو خدمة إلكترونية متوفرة عبر موقع الصندوق www.cnas.dz، من خلال تطبيق يمكن تحميله عن طريق الهواتف الذكية، يوفر الكثير من الخدمات دون عناء التنقل إلى مختلف هياكل الضمان الاجتماعي، و يمكن إستخدامه في أي وقت، حيث يسمح بالإطلاع على رقم التسجيل و قائمة ذوي الحقوق و نسبة التكفل و مركز الإنتساب و موقعه الجغرافي.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

كما يسمح تطبيق الهناء أيضا بطلب و طبع شهادة الإنتساب، طلب بطاقة الشفاء و الإطلاع على بيان التعويضات اليومية الخاصة بالتأمين على المرض و الأمومة و طباعته، و كذا الإطلاع على المنتجات الصيدلانية التي تم تعويضها، إضافة إلى أن التطبيق يقوم بتبليغ المؤمن لهم إجتماعيا بالرفض الطبي و إستدعاءات الرقابة الطبية، و يقدم قوائم بأسماء الأطباء المعالجين المتعاقدين مع الصندوق، و التي يستفيد من خدماتهم المتقاعدون وذوي حقوقهم.

و للإستفادة من هذه الخدمة يمكن للمؤمن له إجتماعيا الحصول على الرقم السري الخاص بحساب الهناء عن طريق التسجيل عبر الموقع الإلكتروني للصندوق، يتم تلقيه عبر الهاتف النقال في شكل رسالة نصية قصيرة لتأكيد التسجيل بفناء الهناء (مخلفي و بن حجار ، 2021، صفحة 332).

الشكل رقم(22): يوضح نموذج المنصة الرقمية لفناء الهناء



المصدر: صورة للمنصة الرقمية لفناء الهناء، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/14 على 10:55 من موقع

[/https://elhanaa.cnas.dz](https://elhanaa.cnas.dz)

المطلب الرابع: خدمات الإدارة الإلكترونية في قطاع العدالة و الداخلية

الجزائر في إطار عصرنة قطاع العدالة بما يتماشى و عصر تكنولوجيايات الإعلام و الإتصال و خاصة الإعلام الألي، فقد شهدت أواخر نوفمبر 2003 إستحداث موقع إلكتروني موجه لإعلام المواطنين بكل نشاطات وزارة العدل بما فيها مختلف المسابقات و داخل هذا الموقع توجد أيضا النافذة القانونية، إنشاء بوابة القانون، إنشاء مركز وطني للسوابق العدلية.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

أما بالنسبة لقطاع العدالة فقد قامت وزارة الداخلية و الجماعات المحلية و التهيئة العمرانية في الجزائر بتطبيق برنامج متعلق برقمنة قطاع الداخلية من خلال توفير الوسائل التكنولوجية و البنى التحتية الإلكترونية اللازمة في عملية الإتصال و التواصل بين الإدارة و المواطن و تشمل الإنجازات التالية (طيفور، 2022، صفحة 48،49،50،51):

● **إنشاء السجل الوطني الألي للحالة المدنية:** هو نظام رقمي يتضمن كل العقود المسجلة بسجلات الحالة المدنية و التعديلات أو التصحيحات التي يتم تدوينها و يرتبط بالبلديات و ملحقاتها الإدارية، و كذا البعثات الدبلوماسية و الدوائر القنصلية، كما أنه سجل يربط بين المؤسسات العمومية المحلية لا سيما المصالح المركزية لوزارة العدل. من أهم النتائج التي أنتجها هذا السجل هو تخفيف عبء و تنقل المواطن إلى البلدية الأصلية لإستخراج وثائقه.

● **تخفيض الوثائق الإدارية:** تم تقليص وثائق الحالة المدنية من 28 وثيقة إلى 14 وثيقة و هذا من شأنه رفع الضغط و التوتر على المواطن و الموظف الإداري في أن واحد. و من أهم نتائج عملية تسهيل الإجراءات الإدارية بعد ما تم تقليص وثائق الحالة المدنية، أضيفت إجراءات أخرى مثل تمديد صلاحيات بعض الوثائق الإدارية، و إشتملت على وثائق الحالة المدنية:

— **مدة صلاحية عقد الميلاد:** و ذلك بتمديده إلى مدة صلاحية عشر سنوات مقارنة بما كانت عليه سنة واحدة.

— **مدة صلاحية عقد الوفاة:** التي عدلت من أجل صلاحية غير محددة بعدما كان محددًا بنسبة واحدة و هو أقرب إلى المنطق كون أن الحالة لن تتغير إلى حالة أخرى.

— **إلغاء التصديق:** و هو الذي كان يمثل عقبة للمواطن من أجل التصديق على كل الوثائق المصورة طبق الأصل، فتم بذلك إصدار مرسوم تنفيذي رقم 14-363 و الذي يسعى إلى إلغاء الأحكام التنظيمية المتعلقة بالتصديق.

● **النظام البيومتري:**

تشكل عملية عصنة وثائق الهوية و السفر أهم أهداف إستراتيجية الجزائر الإلكترونية كون هذا المشروع له إيجابيات عديدة تعود بالنفع على المواطن الجزائري و ذلك من خلال تطبيق نظام وطني للتعريف الإلكتروني الذي يركز على ثلاث محاور أساسية و هي: (طيفور، 2022، صفحة 49)

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- بطاقة التعريف الوطنية و جواز السفر البيومتري: جواز السفر البيومتري و بطاقة التعريف الوطنية البيومترية هادف إلى عصرنه وثائق الهوية و السفر و يمكن لأي شخص أن يطلب جواز السفر البيومتري و بطاقة التعريف الوطنية البيومترية من خلال تحميل الإستمارة من موقع وزارة الداخلية على شبكة الإنترنت و إرسالها عن طريق البريد الإلكتروني. (جمال، 2018، صفحة 110)

بطاقة التعريف الوطنية البيومترية هي عبارة عن وثيقة مؤمنة تماما ذات شكل أكثر مرونة تضمن للمواطنين القيام بمختلف الإجراءات اليومية، و فيما يتعلق بجواز السفر البيومتري هو وثيقة سفر مؤمنة قابلة للقراءة أليا ويكون مطابقا للمعايير المملاة من طرف المنظمة الدولية للطيران المدني.

و قد أصدرت وزارة الداخلية و الجماعات المحلية في العدد 45 من الجريدة الرسمية قرارا وقعه الوزير يضبط قائمة الوثائق الخاصة بملف بطاقة التعريف الوطنية و جواز السفر البيومتريين و الجديد فيه أنه بالإمكان تحميل الإستمارة من موقع وزارة الداخلية على شبكة الأترنت و إرسالها عن طريق البريد الإلكتروني و تعميم إستعمال الوسائط الإلكترونية في الإدارات. (جمال، 2018، صفحة 111)

-إصدار رخصة السياقة البيومترية.

- خدمات عن بعد: من خلال هذه الخدمات يمكن للمواطن (طيفور، 2022، صفحة 49،50):

- تحميل و طباعة الإستثمارات المختلفة التي تطلبها المصالح الإدارية في ملفات ورقية ما مثل إستثمارات جواز السفر و بطاقة التعريف البيومترية و إستمارة طلب جواز السفر الإستعجالي.

- تمكين الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج بتقديم الحصول على عقد الميلاد الخاص (12) مباشرة عبر خدمة الأترنت و الحصول على المثلية الدبلوماسية أو القنصلية المسجل فيها.

- إرسال الشكاوي العرائض و الإخطارات المتعلقة بالممارسات البيروقراطية التي قد يتعرض لها المواطن في تعاملاته مع المصالح التابعة للوزارة من ولايات، دوائر، بلديات.

● التسجيل الإلكتروني لقرعة الحج :

حيث بدأ العمل بها مؤخرا في مارس 2016 كإجراء تجريبي مع بقاء إمكانية التسجيل التقليدية معمول بها، حيث يمكن للمعني أو أحد أقربائه تسجيله من أي مكان دون الذهاب إلى الشباك.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

• تطوير عملية الإتصالات أثناء الانتخابات:

من خلال شبكة داخلية تتضمن برامج معينة يتم الإعتماد عليها أثناء الإنتخابات بحيث تتكفل بنقل المعلومات و الإحصائيات بين البلديات كمرحلة أولى ثم كمرحلة ثانية من الدوائر إلى الولايات.

و في الأخير تجميع النتائج على المستوى المركزي بالجزائر العاصمة و هو ما أدى إلى توفير الكثير من الجهد و السرعة في إيصال المعلومات في الوقت المناسب.

• التراسل الإلكتروني:

حيث يتم تنصيب موقع خاص بالبريد الإلكتروني يعمل على تزويد الدوائر بخدمات البريد الإلكتروني، حيث يتم إرسال الرسائل الرسمية إلكترونيا مباشرة إلى الجهة المعنية.

• البلدية الذكية:

من أجل تجسيد حلم "البلدية الذكية" هذا الأخير الذي سعت إليه وزارة الداخلية و عملت على إنشائه وتعميمه على باقي ولايات الوطن في أسرع وقت ممكن و ذلك بتوديع عهد الأوراق و إستبدالها بالحواسيب الآلية و توفر الإدارة على الأرشيف الإلكتروني، بالإضافة إلى التخلص من محدودية الزمان و المكان لحفظ جميع الخدمات على الوسائل التكنولوجية الحديثة ناهيك عن الشفافية لتخفيض حدة النزاع الناشئة بين الطرفين في الإدارة الكلاسيكية.

المطلب الخامس: التجارة الإلكترونية في الجزائر و تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في قطاع السياحة

تعد التجارة الإلكترونية أحد التطبيقات التكنولوجية التي أفرزتها التطورات التكنولوجية المعاصرة فهي من المتغيرات التي فرضت نفسها خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين فقد سارعت عدة دول الأخذ بها كعامل مؤثر في إقتصادياتها و الجزائر من بين الدول التي تحاول إطلاق إصلاحات تسعى إلى توفير البنية التحتية اللازمة لممارسة التجارة الإلكترونية، مع الإشارة إلى أن مصطلح التجارة الإلكترونية الذي إندمج في عدة قطاعات متباينة و منها قطاع السياحة الذي بدوره تحاول الجزائر إدخال التكنولوجيا المعاصرة عليه. و هذا ما سنتناوله فيما يلي.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

ظهر في السنوات القليلة الأخيرة بعد تطبيق التجارة الإلكترونية مصطلح يسمى بالتجارة الإلكترونية كما تم التطرق إليه في الفصل الأول، فالجائحة الصحية كوفيد 19 أثرت على العديد من القطاعات ذات الطبيعة الإقتصادية إلا أنها ساهمت في المقابل إنعاش و نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر التي عرفت نموا بطيئا جدا في الفترة ما قبل الأزمة.

و في مقابل ذلك ظهرت العديد من المواقع و التطبيقات للتجارة و التسويق الإلكتروني خاصة بعمليات البيع و الشراء أو عرض المنتجات فيها و تسويقها، و من بين أهم المواقع الإلكترونية في الجزائر المتخصصة في ذلك نجد:

• موقع جوميا الجزائر

تأسس الموقع في ماي 2012، الموقع الأول للتجارة الإلكترونية في الجزائر، بهدف ورؤية أن يصبح المتجر الشامل للبيع بالتجزئة في أفريقيا مع تطبيق أفضل الممارسات عبر الإنترنت وغير متصل، فهو الموقع الذي يضم أكبر تشكيلة في الجزائر، و التوصيل يكون لجميع مدن الجزائر. في البداية كان متوسط وقت التسليم هو أسبوع واحد، واليوم يقوم بالتسليم في المتوسط خلال 5-12 يوما. أنشأت جوميا أول أكاديمية للتجارة الإلكترونية في الجزائر لتمكين رواد الأعمال الشباب من تطوير مهاراتهم. يحتوي موقع جوميا الجزائري على المنتجات المتمثلة في:

— المنتجات المكتبية.

— منتجات الصحة و الجمال.

— الإلكترونيات و المستلزمات الرياضية.

— الهواتف النقالة.

— أجهزة الكمبيوتر و ألعاب الأطفال.

أما بخصوص عملية الدفع الإلكتروني فإنها توفر البطاقة الذهبية و بطاقة CIB. و تتوفر على تطبيق خاص بالهواتف يمكن تحميله من جوجل بلاي. (<https://www.jumia.com.dz/ar/sp-a-propos/>)

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

• موقع (BM SHOPPING ALGERIE):

هذا الموقع التجاري متخصص في بيع الألبسة، الأحذية، الأدوات الكهرومنزلية، و أدوات الحلاقة و العناية بالشعر، ظهر هذا الموقع سنة 2017 غير أنه تطور و زاد عدد متابعيه في سنة 2020 بداية ظهور جائحة كورونا في الجزائر. (<https://bmshoppingalgerie.company.site/>)

• موقع قيديني (GUIDDINI):

جيديني هي شركة جزائرية تأسست عام 2009، متخصصة في التحول الرقمي للشركات الصغيرة والمتوسطة، تقدم خدمات تركز على التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني وتكامل الدفع الإلكتروني، بالإضافة إلى أنه يسوق لمجموعة من الأصناف كعتاد الإعلام الألي، المستلزمات اليومية، الأجهزة الكهرومنزلية و المواد الخاصة بالمرأة و الطفل، و بعد أن اكتسبت عدة سنوات من الخبرة الثرية في القطاع الرقمي لقد قامت شركة Guiddini ببناء اسم لنفسها بفضل خدماتها عالية الجودة وبأسعار لا تقبل المنافسة. و يعتمد موقع Guiddini على عرض مشترك يغطي الخدمات الأربع الأساسية للمحترفين لتحقيق الاستفادة الكاملة من مزايا تكنولوجيا المعلومات والإنترنت، وهي (<https://guiddini.com.dz/qui-sommes-nous/>):

– تطوير منصات التجارة الإلكترونية.

– تطوير تطبيقات الويب/الجوال/سطح المكتب المصممة خصيصًا.

– إنشاء حملات التسويق الرقمي.

– دعم إنشاء الأعمال وتكامل الدفع الإلكتروني.

أما بالنسبة لطرق الدفع فيعتمد المتجر على طرق متعددة كالحوالة البريدية، الشيك البنكي و الدفع نقدا عند التسليم مع إضافة الدفع بالبطاقة الذهبية و بطاقة CIB و بطاقة فيزا و ماستركارد.

• مواقع خدمات الإستيراد و التصدير بالجزائر:

أنشأت العديد من الشركات و التي يقدر مجملها بأكثر من 25 ألف شركة بمجال الإستيراد و التصدير مواقع عبر الإنترنت لمواكبة التطورات العالمية خاصة و أن جل عملياتها عبر الحدود بين الدول، مما تسهل عليها ممارسة نشاطها، و من بين أهم الشركات ما يلي (<https://www.europages.ma/>):

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- شركة (EURL KBM POWER): هي المصنع/المنتج، وتعمل في قطاع الزراعة، إستيراد وتصدير. كما تعمل في قطاعات الأغذية - استيراد و تصدير. ومقرها في الجزائر.

- شركة (KRAFTER GROUP): هي المصنع/المنتج، وتعمل في قطاع استيراد وتصدير أدوات آلية. كما تعمل في قطاعات استيراد وتصدير، كيمياء وصيدلة، و زراعة. ومقرها في باتنة (الجزائر).

- شركة (SARL 3 BOVINS): هي الموزع، تأسست في 2012، تعمل في قطاعات تصدير واستيراد الماشية و مواشي للتربية. ومقرها في الجزائر.

- شركة (ARABCERAM): و هي متعلقة بالمنتجات الصناعية و سيراميك الخزف و أرضيات رخامية مقرها أولاد موسى الجزائر. (شركات التصدير و الإستيراد)

و غيرها من الشركات التي تنشط بموقع EUROPAGES الذي يحتوي على العديد من مواقع شركات الإستيراد و التصدير لجميع دول العالم لمختلف المعاملات التجارية B2B بين المؤسسات.

كل المواقع الإلكترونية المختصة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر توفر خدمات البيع و الشراء و الإعلان و الترويج و الحصول على المعلومات، لكن لم تصل بعد إلى فهم التجارة الإلكترونية على أنها وسيلة للدفع الفوري الإلكتروني فهي لا توفر خدمات الدفع الإلكتروني مثل بطاقات فيزا كارد و ماستر كارد، كما أشار التقرير الرقمي للجزائر سنة 2021 أنه يستخدم 88,3 بالمئة من الجزائريين عبر هواتفهم المحمولة أرصدة الإنترنت ذات الدفع المسبق، و 11,7 منهم الأنترنت بالدفع بعدي الإشتراك.

بخصوص التجارة الإلكترونية، يحوز 42,8 بالمئة ممن يفوق سنهم 15 سنة على حساب بإحدى المؤسسات المالية، و 3,2 بالمئة على بطاقة إئتمان (5,1 بالمئة ذكور و 1,3 بالمئة إناث)، و يقوم 4,6 بالمئة بعمليات شراء عبر الأنترنت (6,3 بالمئة ذكور و 3 بالمئة إناث) كما يوضحه الشكل أدناه (هذه أخر إحصائيات مستخدمي الإنترنت و شبكات التواصل الإجتماعي بالجزائر 2021). (نسيمة، 2021، صفحة

(283)

الشكل رقم (23): إحصائيات التجارة الإلكترونية في الجزائر لسنة 2021



المصدر: يعقوبن صليحة، تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية - مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة أبعاد إقتصادية، المجلد 11، العدد 02، جامعة محمد بوقرة - بومرداس (الجزائر)، ديسمبر 2021، ص 867.

فطرق الدفع المعتمدة لا تزال تقليدية أغلبها الدفع نقدا عند التسليم، مما يقلل من نسبة المعاملات التجارية الإلكترونية خارج الوطن و ما لها أثر على حجم التجارة الخارجية، خاصة و أن الدفع الإلكتروني شبه معدوم داخل الجزائر لأن التغطية بها محدودة ببعض الولايات فقط، و هذا ما يجعل التجارة الإلكترونية محدودة جغرافيا و تخالف القاعدة العالمية في التعامل التجاري، و هذا راجع إلى عدم تسخير الجهودات و الإمكانيات من طرف المسؤولين.

الفرع الثاني: تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في قطاع السياحة

يعتبر القطاع السياحي موردا اقتصاديا هاما لكثير من الدول، باعتباره قطاع انتاجي خدماتي يكتسي أهمية بالغة في زيادة الدخل القومي وخلق فرص العمل، قد بادرت الجزائر مع بداية الألفية الجديدة بمشاريع استراتيجية موجهة لتنمية هذا القطاع لجعله أكثر جاذبية واستقطابا للسواح لما تملكه من مقومات طبيعية كالموقع والمساحة والتنوع البيئي وبشرية كالتنوع الثقافي والاستقرار السياسي والأمني والمالي والتكنولوجي، بحيث تسعى الجزائر للنهوض بقطاع السياحة كبديل للمحروقات، و بدأت في تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في قطاع السياحة منذ 2018 بالقاعدة الرقمية للإستثمار و الوكالات السياحية و الأسفار و الفنادق، و تم توسيعها كليا في سنة 2020.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

و قد واجهت السياحة الإلكترونية بالجزائر عوائق لبناء القاعدة الرقمية، أهمها عائق نظام الدفع الإلكتروني و عائق الإدارة و صيانة المواقع الإلكترونية للفندقة و الوكالات السياحية، في ظل غياب الثقة و ثقافة الأنترنت لجذب الزبائن و تصريف المنتجات و التي لا تزال بحجة تبحث عن الحلول. (محمد و بعبطيش ، 2017، صفحة 7)

حيث فرضت التطورات في تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات صورا حديثة للتعامل في قطاع السياحة، حيث أصبحت الخدمات السياحية الإلكترونية ضرورة حتمية لا يمكن لأي نشاط سياحي تجاهله. الأمر الذي أدى إلى ظهور تطبيقات و مواقع سياحية مختلفة، و التي تستخدم في التسويق السياحي الإلكتروني و كذلك الحجز والدفع الإلكتروني للرحلات السياحية و من بين هذه التطبيقات نجد (زهرة، 2022، صفحة 180،181،182):

- **تطبيق (SIYAHA DZ):** تطبيق مطور من طرف شركة TOUCH IN MOTION، حيث يجمع عروض مختلف الوكالات السياحية في الجزائر بناء على الإتفاقيات المبرمة بين الطرفين، إلا أن خدمات الحجز عليه تبقى رهينة إطلاق خدمة الدفع الإلكتروني بالجزائر.
- **تطبيق (ATTRACTION ALGERIENNE):** تطبيق يعرض صورا لأهم المناطق السياحية في الجزائر، و ما تتضمنه من معالم سياحية مختلفة و جذابة، كما يوفر معلومات تتعلق بخصائص المنطقة كالجو مثلا.
- **تطبيق (TAHWISSA DZ):** هو أول تطبيق جزائري يوفر خدمات الحجز الإلكتروني، سواء فيما يخص حجوزات الفنادق أو الرحلات.
- **تطبيق نباتو:** هو تطبيق يوفر معلومات عن المنازل المتوفرة للكراء من أجل السياح في مختلف الولايات الجزائرية، و يعتبر وسيلة توفر بديلا عن الفنادق ذات التكلفة المرتفعة.
- **تطبيق (SAFAR WAY):** من أحدث التطبيقات الجزائرية إذ أطلق في شهر ماي 2020 يوفر مجموعة من الخدمات منها:

— حجز تذاكر الطيران.

— حجز الفنادق.

— كما يوفر فرصة إختيار أفضل المطاعم و المواقع السياحية من خلال التقييمات.

أما بالنسبة للمواقع الإلكترونية نجد:

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

● **الموقع الرسمي لوزارة السياحة WWW.MTA.GOV.DZ** : هو الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة المكلفة بالسياحة، حيث يوفر:

- تعريفًا بالجزائر.
- معلومات عن الوجهة الجزائرية.
- إحصائيات متعلقة بمقومات السياحة و الصناعة التقليدية في الجزائر.
- معلومات عن مديريات السياحة.
- معلومات عن الأنشطة الفندقية و السياحية.
- صورًا و فيديو هات عن بعض الوجهات السياحية.

● **الموقع الرسمي للديوان الوطني الجزائري للسياحة WWW.ONAT.DZ**

● **الموقع الرسمي للنادي السياحي الجزائري TOURING ALGERIA.COM**

و تقدم مواقع الويب مثل EXPEDIA رحلات متكاملة، و التي تجمع بين الرحلات الجوية و حجز الفنادق و تأجير السيارات، أو حتى التجارب السياحية، مما يجعل عملية الحجز أكثر سهولة، بالإضافة إلى ذلك، بمجرد حجز رحلة على إحدى منصات الحجز عبر الأنترنت، و لا سيما على BOOKING.COM التي لديها إستراتيجية تسويق متطورة و نظام تسويق رقمي فعال للغاية يقوم بإشراك العميل في خدمة الرسائل الإخبارية التي تذكره بانتظام بفرص السفر، و بأرخص الأسعار الممكنة.

● **منصة نملتيك:**

هي شركة تكنولوجية أنشأت و فعلت حلا رقميا مخصص حصريا للسياحة في الجزائر، و هي تطمح إلى المساهمة في تطوير القطاع من خلال التكنولوجيا و تحسين إجراءات السفر في الجزائر، بفضل نظامها للحجز عبر الأنترنت، مع تقديم حلول دفع مختلفة و العمل على الترويج للسياحة من خلال وسائطها الرقمية.

منذ إنشائها في أبريل 2019، نجحت نملتيك في ترسيخ نفسها كخيار أول في المشهد الرقمي، سيما في مجال حجوزات الفنادق، و ذلك من خلال الإستخدامات الرقمية الجديدة، المتاحة لعملائها، و خدمة عالية الجودة يقدمها حوالي أربعين خبيرا من ثلاث قارات، تتمثل مهمتهم في الحرص على فهم الإحتياجات و تصميم الحلول وفقا لها.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

و تقدم المنصة نفسها على أنها منصة حجز رقمية 100 عبر الأنترنت مع إمكانية إلغاء مجاني أول منصة ويب تصل بين الفندق و الزبون، حيث يمكن للعملاء إجراء حجوزاتهم مباشرة مع الفندق الذي يختارونه دون أي وسيط، و هي منصة آمنة و فعالة بالكامل بداية من تأكيد الحجز بشكل فوري، مروراً بالدفع عن طريق بطاقة الإئتمان أو التحويل المصرفي. و يمكن للزبون أيضا إلغاء حجزه في أي وقت دون عواقب مالية.

و إنطلقت هذه المنصة من واقع أن العثور على مكان إقامة مناسب و بميزانية معقولة و متاح في الجزائر لقضاء عطلة يشكل صعوبة دائمة للعديد من السياح، فتأتي فكرة إنشاء المنصة كحل رقمي يمكن أن يسهل الرحلة لألاف الجزائريين الذين يحملون بإعادة إكتشاف بلادهم و للأجانب الذين إختاروا الجزائر كوجهة سياحية، منذ يناير 2021 حتى الآن، توفر منصة نملتيك خيارا واسعا للحجز في أكثر من 130 مؤسسة فندقية و تغطي أكثر من 33 مدينة جزائرية، كما تعتمد من خلال منصتها ووسائلها الرقمية على الشراكة الإيجابية و المتضامنة لمختلف الفاعلين في السياحة في الجزائر، و على وجه الخصوص دور الضيافة، المرشدين السياحيين، الحرفيين، المؤسسات السياحية، الجماعات المحلية، المطاعم ... إلخ (رابع، 2023، صفحة 165)

المبحث الثالث: أثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحسين الهياكل المتدخلة في التجارة الخارجية بالجزائر

من أجل التعرف على تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الإتصال الموجودة في الهياكل المتدخلة في التجارة الخارجية مثل إدارة الجمارك الضابطة لعمليات التجارة الخارجية و البنوك الممولة لها، قمنا بإستخدام المقابلة كأداة إحصائية، بحيث تمت في مؤسستين، مصرف السلام - وكالة بسكرة - و مفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة - ، حيث تم إستجواب كل من (بالترتيب) مندوب التجارة الخارجية في مصرف السلام و رئيس مفتشية مراقبة العمليات التجارية بمفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة -، و قد تحصلنا على بعض الإجابات التي إستطاعت أن تخدم موضوعنا نوعا ما في حدود ما هو مسموح منحه من معطيات و بيانات تخص المؤسستين (لمسنا حجما كبيرا من السرية حول المعلومات الخاصة بمفتشية أقسام الجمارك و مصرف السلام).

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

المطلب الأول: تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في الجمارك الجزائرية (على مستوى مفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة -)

إستنادا للمرسوم التنفيذي رقم 93. 331 المؤرخ في 1993/03/27 و المكمل للمرسوم التنفيذي رقم 91. 076 المؤرخ في 1991/03/16 و المتعلق بتنظيم عمل المصالح الخارجية لإدارة الجمارك (المفتشيات) تم إنشاء مفتشية أقسام الجمارك لولاية بسكرة بقرار من الوزير المكلف بالمالية و هذا بإقتراح من المدير العام للجمارك حيث حدد الوزير موقع المفتشية و إختصاصها الإقليمي.

و أنشأت هذه المفتشية في جانفي سنة 1975، حيث أنه لم تكن هناك مديريات جهوية بل كانت نيابة مديريات جهوية و كانت تابعة للمديرية العامة للجمارك، و حاليا المفتشية تابعة للمديرية الجهوية لجمارك قسنطينة، و تم تزويد مفتشية أقسام الجمارك بسكرة بمقر جديد و تجهيزات إدارية جديدة و هذا في 2006/06/15. و لهذه المفتشية ثلاث مهام رئيسية بغض النظر عن المهام التقليدية و هي: الرقابة، محاربة الغش، و محاربة التهريب.

و من خلال المقابلة التي أجريناها تحصلنا على ما يلي:

الفرع الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال لمفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة -

تمثل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال في مجموعة من المكونات المادية و الشبكات المعلوماتية و الأنظمة المتوفرة على مستوى المفتشية و المتمثلة في:

أولا - الأجهزة: و تتكون من:

- أجهزة الكمبيوتر: تحتوي مفتشية أقسام الجمارك على أجهزة كمبيوتر موزعة على جميع مكاتبها.

- الطابعات: في مفتشية أقسام الجمارك يحتوي كل واحد على طابعة متصلة بجهاز الكمبيوتر.

- الفاكس: لدى مفتشية أقسام الجمارك الفاكس للتواصل.

ثانيا - الشبكات المعلوماتية: تتوفر مفتشية أقسام الجمارك على شبكتان هما:

أ- شبكة الأنترنات: تتوفر شبكة الانترانت على مستوى مقر المفتشية، حيث تستخدم إستخداما داخليا وهي محمية خاصة بالموظفين فقط لتبادل القرارات الداخلية.

ب - شبكة الانترنت: تتوفر شبكة الانترنت على مستوى المفتشية لتغطية جميع المكاتب.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

و وضعت المديرية العامة للجمارك قناة إتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعي و المتمثلة في:

• على صفحة الفايسبوك Douane.dz

• على قناة اليوتيوب Douane Algérienne

• على صفحة تويتر Algérie douane dz

هذه الحسابات الرسمية التابعة لإدارة الجمارك الجزائرية.

• توفر الأنترنت للموظفين في المفتشية: تتوفر لدى مفتشية أقسام الجمارك مواقع التواصل و صفحات

رسمية على الفايسبوك تعكس إنشغالات المواطنين، أما بالنسبة لتبادل إنشغالات الموظفين يكون عن

طريق البريد الإلكتروني أو الإتصال المباشر (الطريقة التقليدية).

نجد أن الانترنت متوفرة في المفتشية حيث تسهل التواصل بين الموظفين و المتعاملين دون العناء و التنقل لطرح الإنشغال و الإجابة عليه.

ثالثا . أنظمة العمل الإلكترونية: يوجد أنظمة عمل إلكترونية معينة مطبقة على مستوى المفتشية قديمة و

أخرى حديثة و هي:

- النظام القديم: يعرف بنظام سيقاد (SIGAD).

- النظام الحديث: يعرف بنظام أالصاص (ALCES).

نظام سيقاد (SIGAD) هو عبارة عن نظام ألي يتم من خلاله معالجة ملف الجمركة، بغرض تسريع العملية

و إضفاء طابع الشفافية في المعاملات. و التوجه نحو عمليات الجمركة عن بعد دون عبء التنقل إلى الإدارة

الجمركية تم إطلاقه في سنة 1995.

و يتم إستعماله في:

- معالجة ملف الجمركة لتسريع العمليات.

- إضافة طابع الشفافية في المعاملات.

- يقوم بعمليات الجمركة عن بعد دون التنقل إلى الإدارة الجمركية.

أما العمليات المستثناة في هذا النظام هي:

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- عمليات التموين: و هي العمليات التي تقوم بتموين السفن و البواخر و الطائرات التي تقوم برحلات دولية بالمحروقات أو مشتقاتها.

- بضائع المسافرين: يرخص للمسافرين التصريح الشفهي للبضائع التي يحملونها معهم لا الصفة التجارية.

- الطرود البريدية: لا تخضع الطرود التي ليست ذات طابع تجاري الى عملية الجمركة وفق نظام سيقاد.

يظهر لنا أن مفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة - لا تعاني حالي أي نقص يخص البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال على مستوى مقر المفتشية و هذا يؤثر بشكل إيجابي على العمليات الإدارية، حيث تدفق الأنترنت و توفر الأجهزة يسرع من سير العمليات.

الفرع الثاني: تكوين المورد البشري في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال لمفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة -

يتم تدريب و تكوين الموظفين في مجال الإعلام الآلي للتعريف بالوسائل التكنولوجية الجديدة و الأنظمة المطبقة، حيث أكد أن هذا التكوين و التدريب يكون بصفة دورية لمواكبة التطورات الحاصلة في الإدارة.

و يكون تدريب العنصر البشري في المدارس الخاصة التابعة لإدارة الجمارك في ولاية باتنة أو قسنطينة بشكل دوري و ليست مقيدة بوقت، فكلما ظهرت تغييرات و تطورات جديدة فيما يخص الأنظمة يتم التكوين.

الفرع الثالث: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإجراءات الإدارية لمفتشية أقسام الجمارك - فرع بسكرة -

أ - مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحسين أداء الإدارة الجمركية

إن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تساهم و بشكل كبير في تحسين أداء الإدارة الجمركية و ذلك من خلال ربح الوقت و تقليل الجهد بالإضافة إلى السرعة و الدقة في الحصول على المعلومات.

ب - مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في عمليات التخليص الجمركي

ساعدت تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تسهيل عمليات التخليص الجمركي حيث العملية تكون

كالتالي:

يقوم المتعامل الاقتصادي بإرسال الملف الكامل لمصلحة أقسام مفتشية الجمارك و بعد معالجة الملف من طرف المصلحة يرسل له إلكترونيا القيمة المراد دفعها، و يستطيع من منزله و في أي وقت أن يقوم بعملية الدفع

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الإلكتروني بأي بطاقة دفع (بطاقة ذهبية , بطاقة الكترونية ... الخ) دون العناء و التنقل للمصلحة (أي العملية تكون عن بعد).

ج - مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في مكافحة التهريب و الغش الجمركي

ساهمت تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في مكافحة التهريب و الغش الجمركي إلى حد كبير جدا و هذا راجع للنظام المتطور المعمول به حاليا على مستوى المفتشية نظام ألكصص (ALCES).

يأتي نظام ألكصص (ALCES) ليعوض نظام الإعلام و التسيير الألي للجمارك (SIGAD) الذي أظهر هذا الأخير أوجه قصور وظيفية و قويد تكنولوجية، و هو نظام كوري، و مر هذا النظام المعلوماتي الجديد على عدة مراحل قبل تجسيده على أرض الواقع و يتألف من 15 وحدة و جاء لكي يغطي جميع الأنشطة الجمركية، و هي كالآتي:

- التحصيل الإلكتروني.
- تسيير عمليات الشحن.
- معالجة حركة المسافرين.
- البوابة الإلكترونية.
- مستودع البيانات.
- التسيير المتكامل للمخاطر.
- التحقيقات الجمركية.
- المراقبة.
- المنازعات الجمركية.
- الرقابة اللاحقة.
- نظام الإنذار المبكر و التحكم.
- إدارة خدمات تكنولوجيا المعلومات.
- تسيير الموارد البشرية.
- الشباك الوحيد الوطني.

و يظهر في نظام التصريح المفصل بجانبه نوع المسار و تظهر المسارات في ألوان تشرح ما يلي:

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- **المسار الأحمر:** يوضح هذا المسار بأنه يجب تنقل الموظفين المكلفين بالمراقبة لمراقبة السلعة (المراقبة الفعلية) و الوثائق للتأكد من صحة المعلومات.
 - **المسار البرتقالي:** يوضح هذا المسار أن تكون المراقبة ضمن الوثائق و المستندات و بعدها تعطي الجمارك الموافقة على رفع السلعة.
 - **المسار الأخضر:** يوضح هذا المسار على أن السلعة لا تراقب و السلع التي لا تقارب هي السلع سريعة التلف التي تمر على الرواق الأخضر.
- و عند وجود أي لبس يمكن لمصلحة الجمارك تغيير نوع المسار إلكترونيا عن طريق النظام، حيث ساهمت أيضا في تسهيل عملية الإتصال في عملية الرقابة الجمركية هذا أعطى فرصة لكشف المهربين و التدخل السريع.

د - مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في الرقابة على التصاريح الجمركية

إن الرقابة على التصاريح الجمركية قد زادت مقارنة بالفترة السابقة قبل سنة 2010 لأنها أصبحت إلكترونية، فبطبيعة الحال تكون الرقابة مشددة و هذا يكون عبر النظام المعمول به حيث يكشف أي غش أو نقص في الوثائق.

مما سبق يبرز لنا الدور الكبير لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال و أثرها على تحسين أداء الإدارة الجمركية و ذلك من خلال تحسين طريقة أداء العمل للموظفين باختصار الوقت و الجهد.

هـ - مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تسهيل التجارة عبر الحدود

ساهمت تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تسهيل التجارة عبر الحدود بشكل كبير حيث:

- **قبل تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال:** كانت التجارة عبر الحدود تتم بالوثائق من أول عملية الى آخرها و تأخذ الوقت و الجهد للمتعامل الإقتصادي.
- **بعد تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال:** أصبحت العملية تتم إلكترونيا و ذلك بإرسال الوثائق اللازمة عبر النظام الإلكتروني ALCES بين موظفي أقسام مفتشية الجمارك و المصلحة الموجودة في الحدود و إذا وجد نقص يكون التواصل إلكترونيا و تتم العملية بنجاح.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

و - التغييرات الإيجابية الملموسة عند استخدام التطبيق من حيث الرقابة او الغش و التهريب الجمركي إن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال ساهمت إلى حد كبير في المراقبة و محاربة الغش و التهريب الجمركي لأن المعلومة أصبحت تصل بسرعة، هذا ساهم بكشف المهربين و الإخبارية تكون عبر التليغرام .نتج عنه تغيير إيجابي ملموس عند إستخدام التكنولوجيا في الإدارة.

المطلب الثاني: تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في البنوك الممولة للتجارة الخارجية (على مستوى مصرف السلام - وكالة بسكرة -)

قمنا بتحديد مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالدراسة في إطار المقابلة حيث كان محتواها يرتبط بتكنولوجيا المعلومات و الإتصال مع البنك الممول للتجارة الخارجية لولاية بسكرة، حيث تمت المقابلة مع مدير مصرف السلام - وكالة بسكرة - و مندوب التجارة الخارجية للمصرف.

بحيث تم إفتتاح المصرف بولاية بسكرة يوم الأربعاء 14 نوفمبر 2018 أي منذ حوالي 6 سنوات حيث شهد الإفتتاح حضور المدير العام للمصرف و نائب المدير العام إضافة إلى بعض الجمعيات و السلطات المحلية و تعتبر وكالة بسكرة رقم 12 على المستوى الوطني و الذي يضم 13 موظف إضافة إلى مدير الوكالة. و قد نتج عن المقابلة ما يلي:

الفرع الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال لمصرف السلام - فرع بسكرة -

وجدنا أن مصرف السلام يحتوي على بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال تتكون من:

أولا - المكونات المادية: التي تنقسم إلى:

أ أجهزة (حواسيب، طابعات، الفاكس، جهاز خادم، لوحات إعلانية).

ب - شبكة المعلوماتية (شبكة الأنترنت، شبكة الأنترانت، شبكة الإكسترانت) نوضحها كما يلي:

1. الشبكة الداخلية (الإنترانت): و هي شبكة تصل المصرف مع جميع فروع بنك السلام الأخرى بالجزائر و

تسمى شبكة CISCO بحيث تسمح بالتواصل مع جميع الموظفين في الفروع الأخرى بالجزائر و عرض جميع المعلومات المتعلقة بالعمليات، إلا أن موظفي البنك فقط هم المخول لهم الدخول لها.

2. شبكة داخلية أخرى تسمى OUTLOOK: هذه الشبكة تسهل الإتصال داخل المؤسسة بين موظفي

المصرف.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

3. الشبكة الخارجية (الأنترنت): و هي عبارة عن موقع مخصص لطرح إنشغالات المواطنين على الشبكة العنكبوتية الأنترنت يسمى **Platforme Prodome**.

ثانيا - أنظمة العمل الإلكترونية:

هناك أنظمة عمل إلكترونية معينة مطبقة على مستوى المصرف و هي حديثة منذ بداية العمل سنة 2018 المتمثلة في:

أ- نظام **Temenoos T24**: و يعتبر النظام الرئيسي للمصرف و يستعمل في:

- عمليات الصندوق المتمثلة في السحب و الإيداع.

- فتح الحسابات للزبائن.

- معالجة عمليات المقاصة.

- إصدار الصكوك البنكية و تحصيلها.

- معالجة عمليات التحويل بين البنوك.

- معالجة عمليات التجارة الخارجية.

و يجدر الإشارة إلى أن هذا النظام يستعمل في عمليات التصدير .

ب- نظام **Jira**: و يعتبر هذا النظام مكمل للنظام السابق و يستخدم قبل كل عملية بحيث يسجل في هذا

النظام المعلومات الخاصة بالزبائن من (الإسم، اللقب، العملية، العملة).

مع الإشارة أنه في عمليات الإستيراد يستعمل هذا النظام بالإضافة للنظام الذي سبق ذكره.

ثالثا - وسائل الدفع الإلكتروني المتوفر في مصرف السلام - وكالة بسكرة -

وسائل الدفع الإلكترونية المستعملة في التجارة الخارجية يوجد:

- **Carde Visa Exportator**: يستعملها المصدرين.

- **Carde CIB Affaire**: يستعملها المتعامل الإقتصادي في حالة إمتلاكه لسجل تجاري.

أما بالنسبة لوسائل الدفع الإلكتروني الأخرى المتوفرة لدى البنك فهي كالتالي:

- بطاقة الدفع أملة.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة
(2010-2022)

- بطاقة التوفير أمّلتى.

- السلام فيزا مسبقة الدفع.

- السلام فيزا كلاسيكية.

- السلام فيزا الذهبية.

- السلام فيزا بلاينيوم.

الفرع الثاني: تكوين المورد البشري في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال لمصرف السلام - فرع بسكرة -

يتم تكوين و تدريب الموظفين في مجال الإعلام الألي و للتعريف بوسائل تكنولوجيا المعلومات و الإتصال الجديدة و الأنظمة المطبقة لمواكبة آخر التطورات الحاصلة في المجال، حيث يتم تكوين الموظفين إما على مستوى البنك أو في مؤسسات خاصة مختصة في مجال الحواسيب و الشبكات، و من بين هذه التكوينات ما يلي:

- **Les règles uniformes de la CCI relatives aux encaissements.**
- **INTERNATIONAL COMMERCIAL TERMS (Incoterms®).**
- **REGLEMENTATION DES CHANGES.**
- **Jurisprudence.**

و لا تعتبر عمليات التكوين و التدريب سلبية من سلبيات إعتقاد أنظمة إلكترونية لأن التكوين بذاته يكون من الفوائد المحصلة من العمليات بحيث تكون هذه الفوائد موجهة لتخليص الضرائب أو تستخدم في تكوين و تدريب الموظفين.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الفرع الثالث: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإجراءات الإدارية لمصرف السلام - فرع بسكرة -

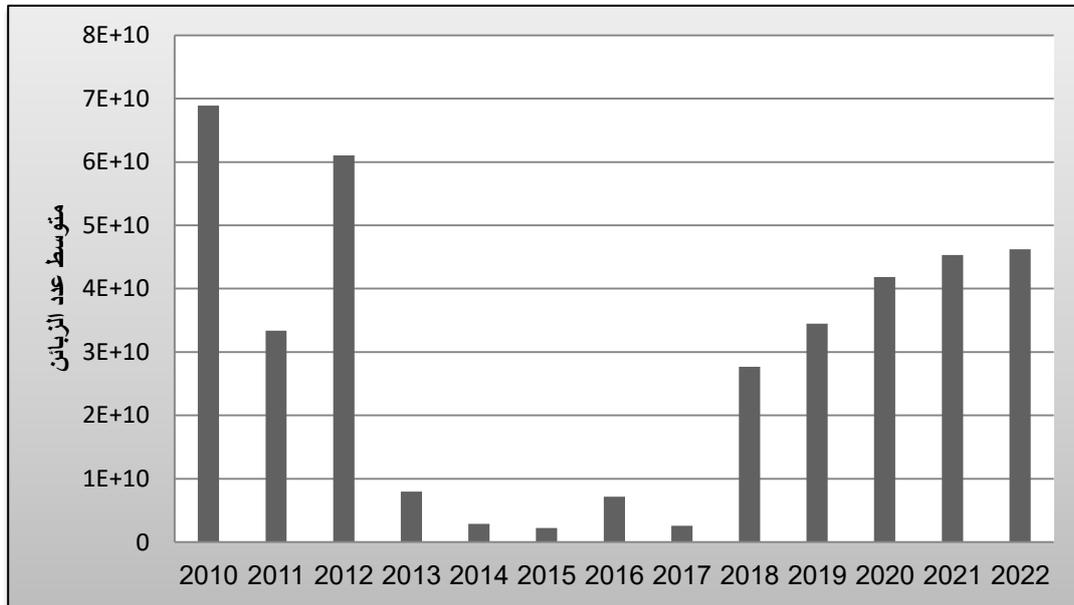
أولا - مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في زيادة عدد زبائن المصرف المستخدمين للإعتماد

المستندي

الشكل رقم (24): يوضح متوسط عدد زبائن مصرف السلام في السنة خلال الفترة (2010-

2022)

الوحدة: مليار دينار جزائري

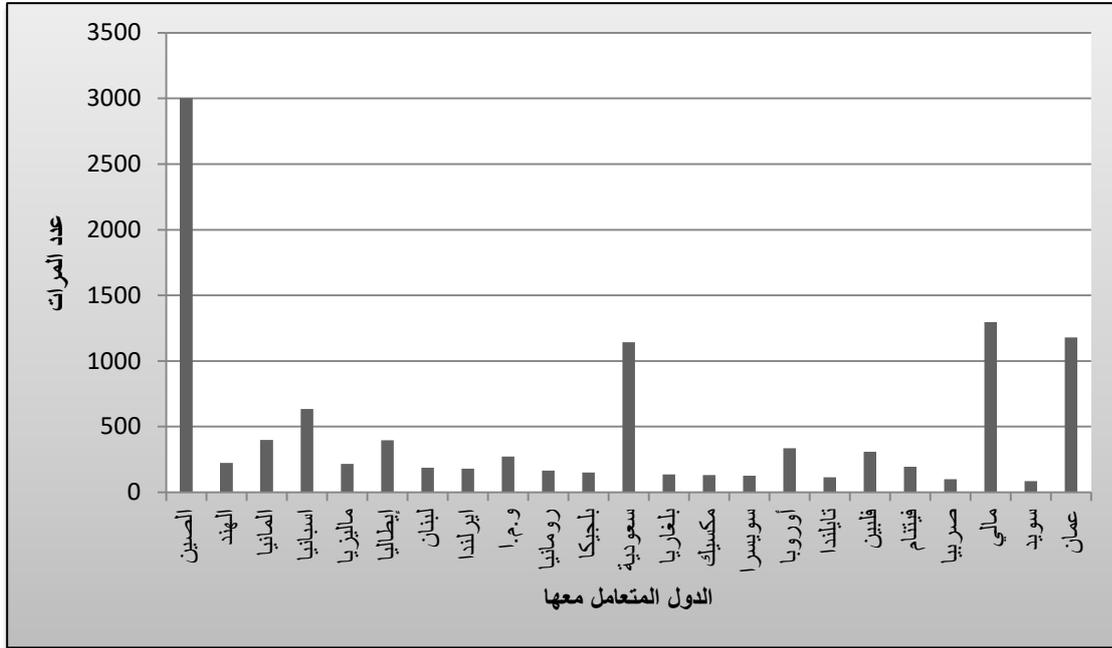


المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على التقارير السنوية لمصرف السلام

من خلال الشكل رقم (..) نلاحظ أنه خلال الفترة (2010-2012) كان إقبال الزبائن بشكل كبير للتعامل مع مصرف السلام و هذا راجع لثقة الزبون في المصرف، و خلال الفترة ما بين (2013-2017) عرف انخفاض كبير في عدد الزبائن و هذا راجع لأولى خطوات تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المصرف و عدم وعي المواطنين بها، أما في الفترة (2018-2022) نلاحظ إرتفاع متباين مجددا على إقبال الزبائن للمصرف و ذلك لكون المصرف أصبح يعي بأن زبونه تواجهه صعوبات في التكنولوجيا الحديثة فقام بحملات تحسيسية يشرح فيها مجمل عملياته الحديثة و من بين الصعوبات التي واجهها الزبائن في الدفع الإلكتروني و بطاقاته الجديدة و ما إن إندمج الزبائن مع التكنولوجيا زالت تلك العقبات تدريجيا.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الشكل رقم (25) : يوضح الدول المتعاملة مع مصرف السلام خلال الفترة (2010-2022)



المصدر: من إعداد الباحثان بالإعتماد على التقارير السنوية لمصرف السلام

من خلال الشكل نلاحظ أن مصرف السلام يتعامل مع العديد من دول العالم العربية و الأوروبية و الإفريقية و من بقية دول العالم، حيث تصدر قائمة هذه الدول الصين ب 3000 مرة خلال العشر سنوات ثم تليها مالي في المرتبة الثانية ب 1295 مرة ثم عمان ب 1180 مرة ثم في المرتبة الرابعة 1144 مرة . و باقي الدول عدد مرات التعامل معهم كانت متباينة و قليلة خلال العشر سنوات.

ثانيا - تكيف الزبائن مع تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في العمليات لمصرف السلام - وكالة

بسكرة -

واجه الزبائن صعوبات إثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و إحداث تغييرات جديدة و خاصة فيما يخص العمليات بسبب عدم الإعتياد عليها، و هذا ما تطلب إلى تقديم الإرشادات و الإستشارات لحين تأقلمهم على التكنولوجيا الحديثة و تصبح الأمور عادية.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

المطلب الثالث: مساهمة الدفع الإلكتروني في تحسين حصيلة التجارة الخارجية بالجزائر

عرف النظام المصرفي في الجزائر عدة تغييرات مست وسائل الدفع و السحب الإلكتروني بين البنوك، ومحاولة تطبيق جميع التعاملات المالية الإلكترونية على مستوى مختلف المرافق المالية و المصالح التجارية، مما يحسن مختلف التعاملات التجارية مع الخارج، و قد تم إطلاق خدمة الدفع الإلكتروني في أكتوبر 2016، و تأخذ بعين الاعتبار استخدام بطاقة CIB، و ذلك بمساهمة العديد من البنوك و المؤسسات كمصرف السلام و البنك العربي و بنك الخليج و البركة و بنك البنك الوطني الجزائري BNA، و بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR، و بنك القرض الشعبي الجزائري CPA، و بريد الجزائر....، و خلال الإطلاق الرسمي للدفع الإلكتروني أوضحت مديرة الشركة العامة لأتمتة المعاملات بين البنوك و الدفع الإلكتروني أن أي عميل لديه حساب مصرفي يمكنه طلب البطاقة من بنكه، أو من خلال الموقع www.bitakati.dz و التي تسمح للعملاء بالاتصال بمواقع التجارة الإلكترونية و تحديد خيار الدفع ليتم الخصم مباشرة من البطاقة بعد إدخال رقم الحساب، كما عملت الجزائر على إنشاء شركات التحويلات الآلية بين البنوك و هدفها عصرنه وسائل الدفع و تطوير المنظومة المصرفية الإلكترونية بالجزائر، و يمكن ملاحظة أهم هذه التطورات بالمجال من خلال ما يلي:

الفرع الأول: بطاقات الدفع الإلكتروني بالجزائر

بدأت بعض البنوك الجزائرية الإهتمام بالأعمال الإلكترونية و وسائل الدفع الحديثة، بإضفاء الطابع الدولي على بطاقتها البنكية التي أصدرتها بترخيص من الشركات العالمية و ذلك لتسهيل و تحسين المعاملات التجارية الخارجية بتوحيد طرق الدفع الإلكترونية الدولية (سامية و لطرش، 2020، صفحة 280، 279)، و تتمثل في:

أولا - البطاقة الدولية البنكية من البنك الوطني الجزائري visa

و هي بطاقة دولية إلكترونية يمكن إستخدامها داخل و خارج الجزائر في المعاملات التجارية الإلكترونية الدولية بإعتبارها وسيلة فورية لدفع ثمن السلع عبر الأنترنت، غيداع الأموال بحساب المستخدم و سحب الأموال من اي مكان بالعالم و إستقبال الخدمات الرقمية و لما لها أثر في تسريع و تكثيف عمليات التصدير و من أهمها: بطاقة visa و بطاقة master card.

بحيث أطلق البنك الوطني الجزائري يوم 28 جانفي 2024 بطاقة visa للدفع و السحب، و تم تصميم هذه البطاقة للسماح لزبائن البنك بإجراء عمليات السحب النقدي، الإطلاع على الرصيد و تغيير رقم التعريف

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الشخصي (pin code) عبر أجهزة الصراف الألي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق و الشبايبك الأوتوماتيكية الخاصة ببطاقة visa بالخارج)، بالإضافة إلى معاملات الدفع عبر الأنترنت.

يتم تقديم بطاقة visa للبنك الوطني الجزائري لزبائن البنك من الأفراد و أصحاب حسابات بالعملة الصعبة اليورو إضافة إلى حسابات الشيكات بالدينار المفتوحة على مستوى نفس الوكالة، كما تمنح هذه البطاقة لزبائن البنك مقابل رسوم إشترك سنوية و بأسعار جد تنافسية، حيث تسهل دفع النفقات في الخارج، سواء في المتاجر أو عبر الأنترنت. سهولة الإستخدام و أمنة للغاية.

توفر أيضا بطاقة visa للبنك الوطني الجزائري العديد من المزايا، بما في ذلك إمكانية الإطلاع على جميع المعاملات التي يقوم بها حاملها عبر منصة " الخدمات المصرفية الإلكترونية و كذا عبر تطبيق tic@BN و تعتبر هذه البطاقة وسيلة مهمة و مميزة لزبائن البنك الذين يبحثون عن الأريحية و الأمان و المزايا. (<https://www.bna.dz>)

الشكل رقم(26): يوضح نموذج بطاقة فيزا للبنك الوطني الجزائري



المصدر: صورة لنموذج بطاقة فيزا للبنك الوطني الجزائري، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/27 على 21:30 من

[/https://www.bna.dz](https://www.bna.dz) الموقع

ثانيا . بطاقة الدفع الإلكتروني من بنك التنمية المحلية CIB

تعتبر من أهم خطوات تحديث نظام المدفوعات البنكية و عصرنه القطاع المصرفي الجزائري، إذ يمكن لحاملها تسديد كافة مشترياته إتجاه التاجر المتصل بالشبكة النقدية بين البنوك، و سحب الأموال من خلال الموزعات DAB في أي مكان و زمان، و تتبع العمليات الخاصة بالعميل عن طريق الخدمات البنكية الإلكترونية، إذ تقلل حجم التجارة الخارجية بعدم دعمها للإستخدام الخارجي أي داخل الجزائر فقط.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

و ترتبط البطاقة البنكية لبنك التنمية الفلاحية مباشرة بحساب العميل، و هي بطاقة ما بين البنوك تتيح إجراء المعاملات اليومية بأمان على مدار 24 ساعة في اليوم، 7 أيام في الأسبوع.

و يضع البنك تحت تصرف العميل نوعين من البطاقات CIB:

- بطاقة CIB الذهبية (GOLD).

- بطاقة CIB الكلاسيكية.

و يمكن لأي شخص طبيعي بالغ أن يحصل على البطاقة CIB. ([/https://www.bdl.dz/ar](https://www.bdl.dz/ar))

الفرع الثاني: نظام المقاصة عن بعد و نظام التسوية الإجمالية الفورية

يتولى هذا نظام المقاصة عن بعد المعالجة الآلية للعمليات البنكية كعمليات التحويل و الإقسطاع و عمليات السحب و الدفع بالبطاقات البنكية، و يهدف كذلك لتحسين الخدمات المقدمة للعملاء و تخفيض أجال إتمام العمليات البنكية مما يزيد من حجمها و توجهها للجزائر.

أما نظام التسوية الاجمالية الفورية فقد عمل به بنك الجزائر و يتمثل في نظام الدفع الإلكتروني متطور يعمل على تسوية المبالغ الإجمالية في وقت قياسي، و يتم سير التحويلات بصفة مستمرة و على الفور دون تأجيل بشكل إجمالي، و يعالج النظام مختلف العمليات البنكية بين المؤسسات المالية و البنكية و المشاركين عامة من المؤسسات التي لها حساب تسوية بينك الجزائر. (سامية و لطرش، 2020، صفحة 280)

الفرع الثالث: الإعتماد المستندي الإلكتروني (E CREDOC) كوسيلة لتمويل عمليات الاستيراد

يمكن مصرف السلام المتعاملين من تسوية المعاملات الإلكترونية، خاصة و أن الإعتماد المستندي من أكثر تقنيات التمويل و الدفع المستخدمة بالجزائر في التجارة الخارجية، حيث يتيح للمتعاملين الإرسال لمعالجة طلبات الزبائن ما قبل التوطين للإستيراد و إمكانية ملئ إستمارة إفتتاح الإعتماد المستندي عبر الأنترنت، و كذا إدخال كافة المعلومات الخاصة بالموارد و البضاعة و المستندات المختلفة، مع إختيار لغة إرسال سويقت (الإنجليزية أو الفرنسية) و بعد قبول الطلب يتمكن المتعاملون بتحميل و طباعة الوثائق لإكمال الملف الخاص بالشركة، مما يساهم في تسيير عمليات الإستيراد و التصدير في أقرب وقت خاصة و أن موقع البنك تحت الخدمة 7/24 على الأنترنت. ([/https://www.alsalamalgeria.com](https://www.alsalamalgeria.com))

و بالرغم من هذه الجهود المبذولة من طرف الدولة لتطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في قطاع المنظومة المصرفية و تطوير نظام الدفع الإلكتروني إلا أنه يبقى أكبر مشكل لا زالت تعاني منه الجزائر بحيث أنه ما

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

زالت تتحكم فيه البنوك العمومية بصفة أكبر و لا زالت تسير بطريقة بدائية مقارنة بالبنوك الأخرى حيث إن البنوك الجزائرية لا زالت تعتمد على الصك و الدفع النقدي، و لم تطور نظام دفع إلكتروني بأتم معنى الكلمة، حيث يقتصر على بعض المحلات الكبرى التي تتعامل بهذه الطريقة.

و يبقى على الجزائر و على كل الفاعلين، العمل من أجل تطوير البيع عبر الأنترنت لما يمنحه من حرية و سهولة في التعامل، سواء لزبون أو التاجر و المؤسسة. و لكن نموه و تطوره يتطلب تداخل عدة فواعل في النظام الإقتصادي لا بد أن تكون في مستوى التحديات التكنولوجية المستقبلية، حتى لا يبقى هذا النظام مجرد حلم يراود الجزائريين. (حميداتو، ميسي ، و عطية ، 2022، صفحة 58)

فالخبير الإقتصادي عبد الرحمان مبول يرى أن التجارة الإلكترونية لتن تصبح واقعا ملموسا ما لم تتكيف البنوك مع التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم، و هو أمر يتطلب وفق قوله، إصلاحات إقتصادية و مالية عميقة تمس المنظومة الإقتصادية برمتها بحيث تفضي إلى إصلاحات مصرفية و تحرير للتجارة، و هو ما سينعكس على سوق التجارة الإلكترونية بشكل أني. (حميداتو، ميسي ، و عطية ، 2022، صفحة 58)

و يجدر الإشارة إلى أن الجزائر تسعى إلى تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في بعض القطاعات المرتبطة بالتجارة الخارجية، و تعتبر هذه الجهود المبذولة لغاية النهوض بإقتصاد لا يرتكز على عوائد التجارة الخارجية من قطاع الطاقة و المحروقات فقط، و في هذا السياق نتناول:

المطلب الرابع: مساهمة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع الفلاحة في تحسين حصيلة التجارة الخارجية

بالجزائر

تسعى الجزائر إلى إدخال التكنولوجيا في معظم قطاعاتها الاقتصادية، ومن بين هذه القطاعات نجد قطاع الفلاحة، وتجدر الإشارة إلى أن هذا القطاع يساهم بشكل كبير في حصيلة التجارة الخارجية لأي دولة ويتم ذلك بزيادة قدرتها على الإنتاج محليا ومن ثم التصدير للمنتجات الفلاحية إلى بقية دول العالم.

الفرع الأول: أهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في القطاع الفلاحي

تبرز أهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في القطاع الفلاحي في النقاط التالية (سعيدة، بوسواك ، و بن مداني ، 2022، صفحة 128):

- تحقيق مستويات أفضل للإنتاج: تتيح تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال إلى تحقيق كلا من الدقة و المحافظة على الموارد في أن واحد، مع تقليل صعوبة بعض المهام. فيمكن للمزارع على سبيل المثال الوصول إلى

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

البيانات الأرصاد الجوية، رسم الخرائط التعاونية لتقدم بعض الحشرات، إلى أجهزة الإستشعار التي ستسمح له بمعرفة تكوين تربته و الإحتياجات المائية لمحاصيله، كما و تمنحه البيانات التي تم جمعها إمكانية إدارة الرعاية التي يجب أن يقدمها لمحاصيله بشكل أفضل، و بالتالي يميل نحو الزراعة الدقيقة، و هو ما يمكن رؤية النتيجة من حيث القيمة المضافة للمستهلكين مع زيادة جودة المنتج، الحصول على المزيد من المنتجات الطبيعية، تحسين وقت الحصاد.

- تحسين الممارسات الجماعية و الإبتكار من خلال تجميع البيانات: نظرا لأن الكائنات الحية تتطلب نهجا منهجيا و قدرا معينا من وقت التعلم، فإن تجربة المزارع تستغرق سنوات حتى تتراكم. بمعدل حصاد واحد من هذا المحصول سنويا، فإن المزارع لديه في النهاية فرص قليلة لإختبار ممارساته أو مقارنتها أو تغييرها.

- إن القدرة على جمع و تحليل البيانات المتعلقة بممارسات آلاف المزارعين تجعل من الممكن تكرار التجارب في سياقات مختلفة من هذا، من الأسهل الحصول على نماذج تنبؤية و تحديد الممارسات الجيدة و العناصر السياقية الملائمة لثقافات معينة، أحد التحديات على هذا المستوى هو جمع البيانات من قبل التعاونيات أو المنظمات القادرة على معالجة البيانات و تقديم التوصيات، في الخلفية، بهدف تحسين القدرة التنافسية.

- تحقيق الشفافية و القيمة و الجودة و ثقة المستهلك: يمكن النظر في مزايا رقمنة الزراعة من حيث المعلومات و التواصل مع المستهلك، تصبح ظروف الإنتاج و التأثير المجتمعي و البيئي للمنتج و ما إلى ذلك مرئية و يمكن الوصول إليها، بفضل أنظمة جمع البيانات و هيكله و تقييم ووضع العلامات. الوصول إلى البيانات، و بالتالي فإن الرقمنة تتيح للمستهلك إتخاذ قرار أكثر إستنارة من خلال السماح له بالوصول إلى ما هو غير مرئي لعينيه عندما يشتري المنتج. و هكذا يمكن للمستهلك أن يعرف أصل البذرة، الممارسات الزراعية... يمكنه أن يعرف بدقة قطعة الأرض.

الفرع الثاني: جهود الجزائر في تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في القطاع الفلاحي

يشير الواقع و الأرقام أن الجزائر لا زالت في بداية طريقها نحو تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في قطاع الفلاحة، إلا أنها تسعى لذلك جاهدة وهذا ما يظهر لنا في الجزائر من خلال تبنيها لنظام " digitalization for agriculture (d4ag) " والذي يعرف بأنه إستخدام التقنيات الرقمية و الإبتكارات و البيانات للتحويل نماذج الأعمال و الممارسات عبر سلسلة القيمة الزراعية و معالجة الإختناقات الإنتاجية، و التعامل ما بعد الحصاد، و

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

الوصول إلى الأسواق، و التمويل، و إدارة سلسلة التوريد لتحقيق دخل أكبر لصغار المزارعين و تحسين الغذاء و الأمن الغذائي، و بناء القدرة على الصمود مع تغير المناخ و توسيع نطاق شمول الشباب و النساء.

و رغم التأخر الملاحظ في عصرة قطاع الفلاحة، إلا أن بواذر تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في القطاع تلوح في الأفق خصوصا مع إنطلاق البرنامج الخماسي 2024/2020 و الذي يأمل من خلاله إنطلاق برنامج خاص يتضمن تطبيق التكنولوجيا الحديثة في تطبيقات المعلومات المهنية و عصرة أدوات الإنتاج و من أهم أهدافه (سعيدة، بوسواك ، و بن مداني ، 2022، صفحة 128،129):

- العمل على إنطلاق بوابة إلكترونية تتضمن 43 إجراء إداريا، يمكن من خلاله أي فلاح و مستثمر الحصول على الرخص و الإعتمادات أو غيرها، دون عناء التنقل إلى الوزارة أو المؤسسات التابعة لها.

- الإحصاء الوطني للمستثمرات الفلاحية التي تهدف إلى وضع قاعدة بيانات حول المستثمرات الفلاحية.

و يمكن تلخيص الجهود المبذولة في تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في القطاع في النقاط التالية:

أولا: إنطلاق منصة توضح نقاط البيع للمنتجات الفلاحية من المنتج إلى المستهلك elfirma.dz

تتضمن هذا المنصة معلومات وافية عن 500 نقطة بيع يمكن لأي مواطن الإطلاع عليها لمعرفة أنواع المنتج الفلاحي و قد تم الإطلاق الرسمي لهذا الموقع من طرف مدير الأنظمة المعلوماتية و الإحصائيات و الإستشرف بالوزارة و المدير العام للديوان الوطني المهني للخضر و اللحوم بمقر الديوان.

و أطلقت تسميته للموقع لأن هذا الأخير يحتوي على معلومات (عناوين، أرقام، هواتف) تخص نقاط بيع المنتجات الفلاحية، التي أحصتها وزارة الفلاحة و التنمية الريفية عبر العديد من الولايات، حيث يمكن لأي مواطن تحديد الموقع الجغرافي لنقاط البيع الموجودة في المدينة أو الولاية التي يسكن فيها.

و تم تزويد هذا الموقع بكل المعلومات الخاصة بمختلف نقاط البيع التي تم إحصائها مثل أسماء المنتجين و نوع المنتجات المسوقة (خضر، فواكه، لحوم حمراء و بيضاء، حليب و مشتقاته ...) و يتم تعيين الموقع بصفة مستمرة و تزويده بمعلومات إضافية تم المستهلك.

بالإضافة إلى نقاط البيع التابعة لمؤسسات و متعاملين تحت وصاية القطاع، تم إحصاء نقاط أخرى تابعة لخواص مثل المستثمرات الفلاحية. كما تم وضع إستمارة إلكترونية تسمح لأي متعامل أو منتج تتوفر فيه الشروط المحددة من طرف مسيري الموقع للتسجيل و الإنضمام إلى موقع elfirma.dz. (سعيدة، بوسواك ، و بن مداني ،

2022، صفحة 130)

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

و يجدر الإشارة إلى أن هذه المبادرة تهدف إلى تقديم خدمة للمستهلكين خاصة خلال شهر رمضان لتمكينهم من إقتناء منتجات فلاحية ذات جودة و بأسعار تنافسية.

ثانيا: المؤسسات الناشئة الناشطة في القطاع الفلاحي:

تعرف المؤسسات الناشئة في الجزائر بأنها كل مؤسسة تجارية متحصلة على علامة المؤسسة الناشئة، و التي يستدعي الحصول عليها إستيفاء جملة من الشروط ممثلة في الأتي:

- ألا يكون قد مر على تأسيسها أكثر من ثماني سنوات.
- ألا يتجاوز مجموع أصولها و رقم أعمالها السنوي سقفا يضبط من قبل اللجنة الوطنية.
- أن يكون رأسمالها مملوكا بنسبة 50 على الأقل من قبل أشخاص طبيعيين أو صناديق إستثمار، أو من طرف مؤسسات أخرى حاصلة على علامة مؤسسة ناشئة.
- أن تحقق نسبة مرتفعة شرط أن لا يتجاوز عدد عمالها 250 عاملا.

و جدير بالذكر أن أهم صفة تتميز بها المؤسسات الناشئة عن باقي المؤسسات كونها تقع في صميم عملية الابتكار حيث أن هذا النوع من المؤسسات يسعى إلى خلق منتج أو خدمة جديدة لا يتم تقديمها حاليا في أي سوق آخر، أو يتم تقديمه بطريقة دون المستوى حسب وجهة نظر المؤسسين و ذلك بغية زيادة القيمة إما بالنسبة للعملاء أو المنتجين بطريقة مبتكرة و فريدة.

إن الرهان على المؤسسات الناشئة و العناية بها هو من دون شك الطريق الأمثل لتطوير مختلف القطاعات لا سيما القطاع الفلاحي في الجزائر و الذي يتميز بكونه أرضا خصبة للمبتكرين و المجددين، و رغم حداثة عهد التجربة الجزائرية في هذا المجال إلا أن هناك أمثلة واعدة من شأنها تحقيق جملة من النتائج من قبيل تطبيق التكنولوجيا في القطاع و كذا توفير خدمات مبتكرة للمنتجين و المستهلكين على حد سواء، و من بين هذه المشروعات نجد (سعيدة، بوسواك ، و بن مداني ، 2022، صفحة 131):

أ- مشروع algisnova:

المشروع الذكي لشركة ibs في إطار المؤسسات الناشئة في كسر هذه السلسلة الطويلة لعملية التسويق بطريقة مبتكرة بإستخدام التكنولوجيا الحديثة. المنصة الرقمية توفر للفلاح المنتج متجر تسويقي رقمي خاص به حيث له كامل الحرية في إدارته، يمكن لتاجر التجزئة عبر إستخدام المنصة أن يتصل بالفلاح مباشرة من كل ربوع الوطن عن طريق الشبكة لإتمام عملية التعامل بطريقة بسيطة. و تهدف هذه المنصة إلى:

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

- تسريع إيصال المنتج إلى المستهلك في أقرب وقت ممكن.
- زيادة حركية السوق في حجم التعامل.
- إدخال عالم التقنية للسوق الوطني.
- ربط أنيا المنتج بتاجر التجزئة.

ب-فلاحي filahati: هو مشروع يتكون من تحقيق الدفيئات الذكية **des serres intelligentes** الآلية للإنتاج الزراعي.

ج-مشروع aitech: تخصص هذه الشركة في تطوير الحلول المبتكرة لقطاعي الزراعة و المياه. حلول تعتمد على الذكاء الإصطناعي و إنترنت الأشياء مثل الري الذكي، و التنبيه لمخاطر الأمراض و الفيضانات النباتية، توصيات لعلاج أمراض الصحة النباتية.

د- Logistics milk: هو مشروع يسمح بنقل الحليب في أي مسافة و في الظروف المناخية مع الحفاظ على جودة الحليب للإستهلاك الأمان عن طريق الحد من نمو البكتيريا.

هـ- Valley aquaponic: مشروع لزراعة أسماك المياه العذبة (تحقيق الإكتفاء الذاتي من الأسماك محليا) و إستخدام مخلفاتها لإنتاج خضروات عضوية (خالية من المبيدات) في دورة مغلقة مع تحويل المخلفات الزراعية إلى طعام سمكي.

و- ENTOMAQUA: هو مشروع يتكون من أقفاص ذكية و أجهزة صناعية لتربية الحشرات لإنتاج كميات كبيرة من البروتينات البديلة للإستهلاك الحيواني.

ز- إنشاء أسواق فلاح رقمية: في إطار محاربة المضاربة و القضاء على الممارسات السلبية مثل الإحتكار و بهدف مساعدة المستهلك على الحصول على منتجاته بأسعار تقل أو تقترب من أسعار الجملة و مساهمة لعصرنة القطاع الفلاحي و الزراعي ظهرت بعض التطبيقات الذكية تعمل عمل الوسطاء خصوصا بعدما رخصت وزارة التجارة للفلاحين بيع منتوجاتهم مباشرة للمستهلك.

و من مميزات هذه الحلول الذكية أنها:

- يقضي على الإحتكار.
- وسيلة للمراقبة.
- تسهيل معاملات الفلاح و التجار و الزبون النهائي على حد سواء.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

المطلب الخامس: الحلول المقترحة لتحسين حصيلة التجارة الخارجية باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال

بعد الدراسة تبين أن تحسين حصيلة التجارة الخارجية باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال يكون من خلال عدة حلول:

- العمل على تحسين الاتصالات مع العملاء و الموردين الدوليين لتكوين علاقات و هذا يتم من خلال البريد الإلكتروني أو وسائل التكنولوجيا الحديثة مما تساعد على فتح آفاق للتجارة الخارجية.
 - دعم الإستعداد الإلكتروني في كافة المجالات المرتبطة بالتجارة الخارجية و ذلك من خلال توفير البنى التحتية بالشكل المطلوب، و سن قوانين و تشريعات من شأنها أن تساعد في تسهيل حركة التجارة الخارجية.
 - إستخدام التسويق الإلكتروني للوصول إلى الأسواق العالمية هذا يؤثر بشكل كبير على حركة التجارة الخارجية.
 - تطبيق أنظمة إلكترونية متقدمة لتبسيط الإجراءات الجمركية و مما يزيد من أهلية التجارة الخارجية.
 - إستخدام شبكات داخلية لحماية المعلومات التجارية و ضمان سير العمليات التجارية.
 - إستغلال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسات مع المواطنين لتقليل الوقت و الجهد في العمليات التجارية.
 - توفير كل التجهيزات و الوسائط الإلكترونية اللازمة للمنظومة المصرفية، و ذلك بما يتوافق مع إحتياجات العملاء بالواقع و ليس بشكل عشوائي بإستغلال التكنولوجيا الحديثة في تسهيل الدفع الإلكتروني و التحويلات بين الشركات و العملاء بين مختلف دول العالم.
 - العمل على تكوين إطارات بنكية ذات كفاءة عالية في مجال التكنولوجيا للعمل في المنظومة المصرفية تماشيا مع التحديثات الدورية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال.
 - توفير المعلومات لبناء قاعدة بيانات فعالة و متجددة للمعالجة في كل أنشطة المجال.
 - إعادة الإعتبار و الإهتمام بالمجال الفلاحي و السياحي من خلال تطبيق أحدث التكنولوجيات التي من شأنها أن تحسن من حركة التجارة الخارجية.
- هذه بعض الحلول التي يمكن أن تساعد في تحسين التجارة الخارجية باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و تحسين أهليتها.

الفصل الثاني: تحليل أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على وضع التجارة الخارجية بالجزائر خلال الفترة (2010-2022)

خاتمة الفصل:

تمكنا من خلال دراستنا لواقع التجارة الخارجية في الجزائر و دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في التأثير عليها الوصول إلى النتائج التالية:

- حجم التجارة الخارجية في الجزائر عرف تذبذبا خصوصا خلال فترة الدراسة بفعل عدة اعتبارات و معوقات التي تعرقل حركتها ناتجة عن الهياكل التي ترتبط إرتباطا وثيقا بالتجارة الخارجية.

- شهدت المؤسسات الجزائرية تعميم تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على مستوى إدارتها و في جميع القطاعات (قطاع التربية و التعليم، قطاع البريد و الإتصالات، قطاع الضمان الإجتماعي، قطاع العدالة ...) و سهل هذا سيرورة العمليات الإدارية.

- بالرغم من إنتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر بعد جائحة كورونا - كوفيد 19 - و ظهور عدة مواقع تدعم ذلك، لم تكن في المستوى العالمي لإفتقار الدولة على المقومات الأساسية الكفيلة بإقامة البنية التمكينية لزراع نواة هذه التجارة.

- تلعب تكنولوجيا المعلومات و الإتصال دورا هاما في تطوير قطاع السياحة، و الجزائر من الدول التي تحاول بذل مجهود على إنعاشها للنهوض بإقتصاد متنوع.

- مس تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال الهياكل التي تدعم التجارة الخارجية (إدارة الجمارك و المنظومة المصرفية) من خلال دراسة مفتشية أقسام الجمارك لولاية بسكرة و مصرف السلام و قطاع الفلاحة الذي عرف تغييرا كبيرا في الأونة الأخيرة للبلد.

- تحاول البنوك الجزائرية من تطوير وسائل الدفع الإلكتروني مثل BNA إلا أنها لا زالت تعاني من هذا الجانب و السبب الرئيسي يعود لعدم توفر الإعتبارات المطلوبة.

- للتحسين من حصيلة التجارة الخارجية يجب الأخذ بعين الإعتبار تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في جميع الهياكل التي تدعمها و توفير مختلف المتطلبات (متطلبات فنية، تشريعية، قانونية...)

الخاتمة

إن ثورة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال التي عرفها العالم عامة و الجزائر خاصة أدت إلى تغيير إقتصاديات الدول و هذا بتطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال لتصبح دول مواكبة للعصرنة , حيث يخضع هذا التغيير لعدة إعتبرات أهمها متطلبات التطبيق منها البنية التحتية و الموارد البشرية في الهياكل الدولية عامة و المنظومة المصرفية وإدارة الجمارك خاصة لتسهيل حركة التجارة الخارجية و المعاملات الدولية.

وتعتبر تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في الوقت الحالي من الأساسيات لتحسين التجارة الخارجية للدولة، كما أصبحت هذه الأخيرة مرتبطة بمدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في القطاعات التجارية داخل البلد، الأمر الذي وجب على الجزائر عصرنة تجارتها الخارجية و تحسينها خاصة خارج المحروقات وذلك من خلال تشجيع إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال لإتمام المعاملات التجارية لإعطاء أسلوب حديث للتجارة الجزائرية من خلال التكنولوجيا الحديثة، وكذا عصرنة المنظومة المصرفية وإدارة الجمارك الجزائرية أدى إلى إضافة جودة المعاملة وتحسين حركة التجارة الخارجية بالإضافة إلى التركيز على القطاعات المرتبطة بالتجارة الخارجية (قطاع الفلاحة، السياحة) فكلاهما أصبحت الجزائر تسلط الضوء عليهما للنهوض بتجارة خارجية ذات مردودية إيجابية لكن خارج قطاع الطاقة و المحروقات.

أولاً: نتائج إختبار الفرضيات

من خلال الدراسة التي قمنا بها و النتائج التي توصلنا إليها و دراستنا لموضوع دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحسين حصيلة التجارة الخارجية تم التوصل إلى:

الفرضية الأولى: تؤثر تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في التجارة الخارجية من خلال التجارة الإلكترونية فقط. **الفرضية خاطئة**

من خلال دراسة الموضوع وجدنا أن تأثير تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في التجارة الخارجية يكون من خلال المنظومة المصرفية (وسائل الدفع الإلكتروني) لأنها هي المحرك الأساسي للتجارة الخارجية بين البلدان في عمليات التصدير و الإستيراد و التسويق الإلكتروني يرتبط بالتجارة الإلكترونية مع الإشارة إلى الخدمات الإلكترونية المطبقة على مستوى الإدارة الإلكترونية و الحكومة الإلكترونية (الجمارك) فتطبيق التكنولوجيا الحديثة يسهل و يسرع من عمليات التجارة الخارجية و بالتالي سيؤدي ذلك إما بالتأثير سلباً أو إيجاباً.

الفرضية الثانية: رغم محاولة الجزائر لتبني تكنولوجيا المعلومات و الإتصال منذ فترة طويلة فهي ما زالت بعيدة عن جعلها تؤثر على إقتصادها بالشكل المطلوب. **الفرضية صحيحة**

بالرغم من المجهودات المبذولة من الجزائر لتبني التكنولوجيا الحديثة لكن لا زالت تعاني و أكبر مثال على ذلك نجده في توفير البنية التحتية بالشكل اللازم و المطلوب و توفير متطلبات تطبيقها من متطلبات فنية و متطلبات إقتصادية و إجتماعية و المتطلبات الإدارية و بالتالي ينتج عنه التأثير في إقتصاد البلد.

الفرضية الثالثة: هناك بوادر إيجابية لأثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على التجارة الخارجية في الجزائر خاصة على مستوى التجارة الإلكترونية و تطوير نظم الدفع الإلكتروني.

في هذه الفرضية نلمس نوعا ما من التغييرات على مستوى التجارة الإلكترونية و نظم الدفع الإلكتروني لأنه في الأونة الأخيرة و خاصة بعد جائحة كورونا قد إهتمت الجزائر بالخدمات الإلكترونية عن بعد و إهتمت بتطوير وسائل الدفع الإلكتروني فهناك العديد من البنوك قد أصدرت بطاقات خاصة بها لتسهيل المعاملات لمعاملتها وظهرت العديد من المواقع الإلكترونية و خاصة في مجال التصدير و الإستيراد و لكن العائق الأكبر للجزائر يبقى في وسائل الدفع ليست بالمستوى العالمي المطلوب أي إستعمالها يعتبر فقط محلي وليس عالمي وهذا ما يعيق حركة التجارة الخارجية.

ثالثا: نتائج الدراسة

قد تم التطرق لموضوع الدراسة من عدة جوانب للتوصل إلى نتائج و إن كانت قليلة تبين فيها واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في الجزائر وتحديد إذا كان لها دور في تحسين حصيلة التجارة الخارجية، و بالتالي يمكن تحديد النتائج المتحصل عليها كالتالي:

- تتطلب تكنولوجيا المعلومات و الإتصال الإمتثال إلى مجموعة من الإعتبارات تتمثل في تطوير البنية التحتية لها و توفير البيئة التنظيمية و التشريعية، بالإضافة إلى تكوين رأس المال البشري اللازم ليتماشى مع التكنولوجيا الحديثة و تشجيع البحث و التطوير.

- تطرح تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على الهياكل الداعمة للتجارة الخارجية العديد من المعوقات التي تمس بشكل مباشر بها و أهم هذه القطاعات (إدارة الجمارك و المنظومة المصرفية).

- تتعدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال التجارة و المنظومة المصرفية إلى تطبيقات أخرى تمس الجمارك، التسويق، الفلاحة، السياحة، الإدارات، مما يؤكد شمولية و قدرة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في النهوض بجميع القطاعات لتحسين التجارة الخارجية.

- لتطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال دورا كبيرا في تنشيط حركة التجارة الخارجية، و ذلك من خلال الخدمات المتعددة التي توفرها لكل الأطراف المتعاملين، و تبرز أهميتها من خلال تسيير إجراءات التصدير

والإستيراد و تقليص التكاليف، و إتاحة فرص جديدة لإنتشار السلع و الخدمات، و على سبيل المثال نجد النظام الجديد ALCES المطبق على مستوى الجمارك الجزائرية الذي تم تبنيه مؤخرا.

- للنظام المعلوماتي الجديد (ALCES) الذي تم تبنيه مؤخرا لتطبيقه على مستوى الجمارك الجزائرية أثر في تحسين حركة التجارة الخارجية، من خلال تغطيته لجميع العمليات التجارية.

- رغم الجهود المبذولة من قبل الجزائر في سبيل تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و توسيع إنتشارها، إلا أنها لا تزال بعيدة كل البعد و لا زالت تعاني من عراقيل تؤثر سلبا على حجم تجارتها الخارجية و هذا يعود إلى عدم توفر البنية التحتية و غياب الإرادة السياسية و عدم توفر الإطار القانوني المناسب لقيامها.

يؤثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال إيجابا على التجارة الخارجية في الجزائر، و لكن هذا الأثر ضعيف، و هذا راجع التطبيق الشبه المنعدم للقطاعات الداعمة لها.

رابعا: توصيات الدراسة

على ضوء النتائج السابقة، يمكننا تقديم جملة من التوصيات التي نراها ضرورية وذات صلة بالموضوع:

- يجدر على الجزائر العمل على توفير بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال متكاملة لهيكلها.
- يجب على الجزائر العمل على تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في كافة القطاعات الحكومية و كل المعاملات التجارية اليومية، لكسب الوقت و تخفيض التكاليف و زيادة الثقة في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بإعتبارها من أهم المجالات لتطور الدول و هي مرتبطة بشكل مباشر بالتجارة الخارجية.
- ينبغي على الجزائر تطوير الإدارات و وسائل التكنولوجيا بإعتبارها أهم عناصر معاملات التجارة الخارجية.
- يستلزم على الجزائر الحرص على وضع الخطط اللازمة لتدريب و تكوين الموظفين بما يتلاءم مع استخدام التقنيات الحديثة.
- يجب وضع برامج ارشادية و توعوية لتثقيف المواطنين بمفهوم وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها، مع ضرورة استجابة المواطنين و البحث في هذا المجال.
- العمل على تطوير المنظومة المصرفية و وسائل الدفع الإلكتروني لترقى إلى المتطلبات العالمية بإعتبارها أهم عناصر المعاملات التجارية الخارجية.
- مع إستمرار تذبذب أسعار البترول في الأونة الأخيرة يجب على الجزائر البحث عن بديل خارج قطاع الطاقة و المحروقات و قطاع الفلاحة و السياحة يمثل أرضة مناسبة لذلك.

خامسا: أفاق الدراسة

يعتبر موضوع تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و تحديد دورها في تحسين حصيلة التجارة الخارجية من المواضيع الجديدة على مستوى الجزائر، و التي تحتاج إلى العديد من الدراسات و البحوث، و قد حاولنا جاهدين في هذا البحث التطرق لعدة جوانب تخص تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و التجارة الخارجية، و بالرغم من هذا تبقى العديد منها غير محددة بسبب تأخر الجزائر في مجال التكنولوجيا و عدم توفر إحصائيات اللازمة و قلة المصادر التي تربط بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و التجارة الخارجية، لذا نقترح مجموعة من المواضيع كأفاق بحثية جديدة تتمثل في:

- مدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في جميع القطاعات الداعمة للتجارة الخارجية بالجزائر.
- تأثير التجارة الإلكترونية و وسائل الدفع الإلكتروني على حركة التجارة الخارجية بالجزائر.
- مدى مساهمة قطاع الفلاحة و السياحة في تحسين حركة التجارة الخارجية بالجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1. الكتب:

- أحمد محمد السريتي. (2009). التجارة الخارجية. الأردن: الدار الجامعية.
- المعايطه كامل فاتح. (2022). العلاقات الإقتصادية الدولية و دورها ف تفعيل التجارة الخارجية. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- رعد حسن الصرف. (2000). أساسيات التجارة الدولية المعاصرة من الميزة المطلقة إلى العولمة و الحرية و الرفاهية الإقتصادية. سوريا: دار الرضا للنشر.
- عبد العظيم حمدي. (1996). إقتصاديات التجارة الدولية. مصر: مكتبة زهراء الشرق.
- عبد المنعم المراكبي. (2005). التجارة الدولية و سيادة الدولة. القاهرة، مصر : دار النهضة للنشر و التوزيع.
- عطا الله علي الزبون. (2020). التجارة الخارجية. عمان: دار اليازوي العلمية للنشر و التوزيع.
- علي محمد أبو العز. (2008). التجارة الإلكترونية و أحكامها في الفقه الإسلامي . دار النشر و التوزيع.
- محمد غنام. (2007). محفظة النقود الإلكترونية (رؤية مستقبلية) . الإسكندرية ، مصر : دار الجامعة الجديدة.
- ياسين سعد غالب. (2010). الإدارة الإلكترونية. عمان، الأردن: دار اليازوي.
- يونس محمود. (2015). التجارة الدولية و التكتلات الإقتصادية. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي.

2. الأطروحات الجامعية:

- حفيظة شيخي. (2011). ترشيد السياسات التجارية من أجل الإندماج الإيجابي للجزائر في الإقتصاد العالمي للمنظمة العالمية للتجارة (مذكرة لنيل متطلبات شهادة دكتوراه). 16. كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، الجزائر: جامعة وهران.
- طهراوري زهرة. (2022). تأثير إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على تحسين الخدمات السياحية في الجزائر. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، 180،181،182. كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم الإقتصادية، تخصص إقتصاد الخدمات، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
- لخضاري بولنوار. (2023). أثر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال على النمو الإقتصادي في عينة من بلدان شمال إفريقيا (دراسة تحليلية قياسية للفترة بين 2007 . 2020) أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل

شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم إقتصادية. 04. ميله، قسم العلوم الإقتصادية تخصص التحليل الإقتصادي و الإستشراف ، الجزائر: المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميله، معهد العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير .

- مسعود جماني . (2019). أثر التجارة الإلكترونية على النمو الإقتصادي و إمكانية إستفادة الجزائر من التجربة الفرنسية . أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم التجارية تخصص إدارة أعمال .. 59 . 60 . باتنة، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير قسم العلوم التجارية، الجزائر: جامعة باتنة.1. الحاج لخضر .
- وليد مرتضى نوه . (2023). دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحسين جودة القرار الإداري. 17. بسكرة، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير . قسم علوم التسيير . تخصص أنظمة المعلومات ومراقبة التسيير، الجزائر: جامعة محمد خيضر .

3. المجالات و الدراسات:

- أمينة زربوط. (16 07, 2019). دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية . مع الإشارة لتجربة الجزائر. مجلة آراء للدراسات الإقتصادية و الإدارية (JAEAS)، 01(01).
- أمينة تارزي . (01 04, 2016). اقتصاديات التجارة الإلكترونية . فصلية دولية محكمة ، 10(2).
- إلهام يحياوي. (31 12, 2016). الحكومة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع و التحديات . مجلة العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ، 16(16).
- بسمة بوصيري. (15 06, 2023). أثر التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تغيير سلوك المستهلك وفق نموذج AIDA . دراسة عينة من عملاء متعاملي الهاتف النقال بالجزائر موبيليس، جيزي، أوريدو .. المجلة الجزائرية للتنمية الإقتصادية ، 10(01).
- بلخضر طيفور. (30 09, 2022). تفعيل تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الجزائرية - الإدارة الإلكترونية أممؤدجا .. مجلة الرائد في الدراسات السياسية، 03(02).
- بن جدو بن عليية، و عياش درار . (01 04, 2022). العمل عن بعد و دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في إدارة الأزمات. مجلة الإقتصاد و البيئية، 05(01).
- بوزيان رحمانى جمال. (2018). تطبيقات الحكومة الإلكترونية في الجزائر . مجلة الإقتصاد الجديد ، 18(01).

- جازية بن رابع. (30 06, 2023). المنصات الرقمية كألية لتفعيل إستراتيجية تسويقية مستدامة للمنتج السياحي في الجزائر - منصة نملتيك نموذجاً.. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 07(02).
- جمال بوزيان رحمانى. (2018). تطبيقات الحكومة الإلكترونية في الجزائر. مجلة الإقتصاد الجديد، 01(18).
- جميلة بن لوصيف. (31 12, 2021). التسويق الإلكتروني في المؤسسة الاقتصادية - تجربة المؤسسة الجزائرية في التسويق الإلكتروني . . مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي ، 08(03)، 168.
- جيلالي معروف، و ليلي بن كعكع . (17 01, 2021). أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات على وظائف إدارة الموارد البشرية بالمؤسسة الجزائرية - دراسة حالة بمؤسسة شي علي (شيلي) أنابيب - سيدي بلعباس. مجلة نور للدراسات الاقتصادية ، 06(10).
- حازم حجلة سعيدة، امال بوسواك ، و صديقة بن مداني . (31 07, 2022). واقع رقمنة القطاع الفلاحي في الجزائر: الأليات و السبل. المجلة الجزائرية للإقتصاد السياسي ، 04(02).
- ربيحة د.نبار. (30 12, 2018). تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات - الخصائص و التأثيرات .. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية، 09(02).
- سفيان بطاطا، و عبد الكرم بعداش . (01 10, 2020). مشروع الحكومة الإلكترونية في الجزائر. دراسة تقييمية و مقارنة بتونس و المغرب، بإستعمال مؤشر تطور الحكومة الإلكترونية للأمم المتحدة . . مجلة الإصلاحات الاقتصادية و الإندماج في الإقتصاد العالمي ، 14(02).
- سميرة طالي، و سمير بن عبد العزيز. (31 03, 2023). دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية - دراسة حالة بريد الجزائر لولاية بشار . مجلة التكامل الإقتصادي ، 11(03).
- سمية عباسية. (01 12, 2016). وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري - الواقع و المعوقات والأفاق المستقبلية . . مجلة العلوم الإنسانية، 03(02).
- شليحي الطاهر. (30 06, 2020). التجارة الخارجية للجزائر و أهم تحدياتها خلال الفترة (2000 - 2018 م) . مجلة العلوم الإجتماعية و الإنسانية ، 21(01).
- صالح حميداتو، سارة ميسي ، و العربي عطية . (10 10, 2022). التجارة الإلكترونية في الجزائر - الواقع و التحديات .. المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية و الإدارية، 02(02).

- عبد العزيز صحراوي، و د.فائزة لعراف. (31 12, 2020). فعالية إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا Covid-19 بطاقة الدفع الإلكتروني (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجاً. مجلة العلوم الإقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، 13(03).
- عبد الكريم خميسي، و عبد الكريم كيبش. (30 05, 2017). دور الجمارك ف حماية الإقتصاد الوطني في ظل التحديات الراهنة - دراسة حالة الجزائر .. مجلة الباحث العلمي، 13(01).
- عبد الواحد طه شكري، و أوسو د.خيري علي . (2016). دور خصائص التسويق الإلكتروني في تعزيز سمعة المنظمة المصرفية، دراسة إستطلاعية لأراء عينة من المديرين في المصارف التجارية في محافظة دهوك.
- غالب عبد الله غالب أحمد غوث. (12 12, 2021). التسويق الإلكتروني و أثره في الريادة المؤسسية. دراسة ميدانية في الجامعات الأهلية اليمنية بأمانة العاصمة صنعاء. قسم العلوم الإدارية، كلية العلوم الإدارية ، اليمن: جامعة العلوم و التكنولوجيا .
- كتاف سامية، و ذهبية لطرش. (04 04, 2020). واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق و تحديات التطوير. مجلة دراسات إقتصادية، 18(01).
- كنزة بن ميلود، دويبي مختار. (01 12, 2022). رقمنة إدارة الجمارك و أثرها على جلب الإستثمار الأجنبي. المجلة الجزائرية للحقوق و العلوم السياسية، 07(02).
- كريمة بكوش، حكيم بناولة، و زهرة بوعبدلي. (25 06, 2017). إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تطوير التجارة الخارجية. الريادة لإقتصاديات الأعمال ، 03(02).
- لالوش غنية. (01 08, 2010). البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في ظل الإقتصاد الرقمي. مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية - دراسات إقتصادية . ، 04(02).
- مركان محمد البشير، عبد الحميد أ.د. بوخاري، و علي ط.د. سحوان . (15 09, 2019). تنوع العمليات البنكية التي تقوم بها المؤسسات البنكية ما بين التقليدية و الإلكترونية . مجلة شعاع للدراسات الإقتصادية ، 03(02).
- محمد أمين رماس . (20 03, 2017). التسويق الإلكتروني: قراءة في الأسس و المفاهيم. مجلة دفاتر إقتصادية ، 08(01).

- محمد أمين مخلفي، و ميلود العربي بن حجار . (2021 ,04 30). مبادرات الحكومة الجزائرية في حوكمة الخدمات الإلكترونية: دراسة تحليلية. الحوار المتوسطي ، 12(01).
- مفتاح بن هدية ، و محمد لمين هيشور. (2023 ,04 01). تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و الأداء التنظيمي في منظمات الأعمال المعاصرة. نحو قراءة سوسيولوجية . مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية و الإجتماعية ، 07(25).
- محمد دفون . (2014 ,12 15). تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و إستخداماتها. مجلة التراث، 04(07).
- مريم قوراري ، بلحاج ياسين علي ، و ثاني أمال قازي . (2013 ,12 31). دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في إبداع المؤسسة . les cahiers du mecas ، 09(01).
- مفتاح حكيم. (2021). السياسة التجارية الجزائرية و أزمتات تراجع أسعار المحروقات. مجلة الإبداع، - نبيلة ميمون ، عقبة معيريف، و محمد الأمين كروش. (2022 ,03 31). أهمية التسويق الإلكتروني في دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة . عرض تجربة مؤسسة جوميا Jumia الجزائر .. مجلة إقتصاديات الأعمال و التجارة، 07(01).
- وهيبه خثيري، نورة بوعلاقة ، و فؤاد عنون . (2020). دور الإدارة الإلكترونية في تحسين و تطوير العمل الإداري. مجلة التنمية و الإقتصاد التطبيقي.
- يصل مدلس، و محمد عتو. (2017 ,12 31). مساهمة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تدعيم مختلف أبعاد الجودة. دراسة ميدانية في عينة من المؤسسات الصناعية و الخدماتية الجزائرية . مجلة الحوار المتوسطي ، 08(02).
- يسرى محمد حسين. (2010 ,10 17). تكنولوجيا المعلومات و تأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية (دراسة تطبيقية في فندق السدير). مجلة الإدارة و الإقتصاد (85).
- يغداوي جميلة، الجيلالي ميسوم، بوكرشاوي إبراهيم. (2018, 06 01). استراتيجيات التحول إلى الحكومة الإلكترونية مع الإثارة إلى تجربة نيويورك الدولية. مجلة الدراسات في التنمية و المجتمع. 05(01).

4. المحاضرات:

- بوجلة إيمان. (بدون سنة). شروط التجارة الدولية (محاضرات لطلبة أولى ماستر تخصص مالية و تجارة دولية). كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، الجزائر: جامعة ابن خلدون.
- ريس حدة. (2023). وسائل الدفع الإلكتروني (محاضرات لطلبة سنة أولى ماستر تخصص مالية و تجارة دولية). بسكرة، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، الجزائر: محمد خيضر بسكرة.
- سير عمليات التجارة الدولية. محاضرات لطلبة السنة الثالثة تجارة دولية. كلية العلوم الإقتصادية والتجارية و علوم التسيير، الجزائر: جامعة الحميد بن باديس.
- صليحة عماري. (2021). النظام المصرفي الجزائري. محاضرات. كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم الإقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي و بنكي، قالمة، الجزائر : جامعة 8 ماي 1945 قالمة.
- فراس الأشقر. (10, 03, 2017). مقدمة في التجارة الدولية. محاضرات كلية الإقتصاد: جامعة حماة.
- وفيق بلبخاري، و سامي بن الشيخ . (2022). نظريات التجارة الدولية. محاضرات كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير: جامعة قالمة.

1. المؤتمرات و الملتقيات:

- تداعيات جائحة كورونا. المؤتمر الدولي العلمي الافتراضي حول التجارة الدولية بين الحاضر و المستقبل، برلين، ألمانيا: إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية و السياسية و الإقتصادية.
- حامدي محمد، و شعبان بعيطيش . (20, 11, 2017). إستخدام السياحة الإلكترونية في وكالات السفر - دراسة حالة وكالة تمقاد للسفر باتنة .. الملتقى الوطني حول فرض و مخاطر السياحة الداخلية.
- مليكة زغيب، و حياة نجار. (بدون سنة). النظام البنكي الجزائري: تشخيص الواقع و تحديات المستقبل. ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الإقتصادية . الواقع و التحديات، سكيكدة، جيجل، الجزائر: جامعة سكيكدة، جامعة جيجل.

2. المواقع الإلكترونية:

- الموقع الإلكتروني ل بي أم الجزائر، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/22 من الموقع <https://bmshoppingalgerie.company.site>

- الموقع الإلكتروني ل قيديني الجزائر، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/22 من الموقع
<https://guiddini.com.dz/qui-sommes-nous>

- الموقع الإلكتروني لمصرف السلام الجزائر، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/22 من الموقع
<https://www.alsalamalgeria.com>

- الموقع الإلكتروني لبنك التنمية الريفية، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/20 من الموقع
<https://www.bdl.dz/a>

- الموقع الإلكتروني للبنك الوطني الجزائري، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/19 على الموقع
<https://www.bna.dz>

- الموقع الإلكتروني لشركات التصدير والإستيراد في الجزائر، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/19 على
<https://www.europages.ma> الموقع

- الموقع الإلكتروني لجوميا الجزائر، تم الإطلاع عليه يوم 2024 /05 /22 على الموقع
<https://www.jumia.com.dz/ar/sp-a-propos>

- الموقع الإلكتروني لصندوق التأمينات الإجتماعية و الضمان الإجتماعي الجزائري، تم الإطلاع عليه يوم
<https://cnas.dz> من الموقع 2024/05/22

- الموقع الإلكتروني لمدونة التربية و التعليم، تم الإطلاع عليه يوم 2024/05/23 من الموقع
<https://awlyaa.education.dz>

الملاحق

الملحق رقم 01:

ملحق بالقرار رقم 1082/... المؤرخ في 27 أكتوبر 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرطي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله.

السيد (ة): حسناوي ع. ع. أ. الصفقة: طالب. أستاذ. باحث طالب
الحامل (ة) لبطاقة التعرف الوطنية رقم: 1082/1082/1082 والصادرة بتاريخ: 23/03/2020
المسجل (ة) بكلية / معهد العلوم من الأمانة العامة قسم العلوم التجارية
والتجارة بالجامعة الجزائرية
والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها: ...
...
أصـح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2020/10/27

توقيع المعني (ة)

الملحق رقم 03:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed Khider – Biskra
Faculté des Sciences Economiques
Commerciales et des Sciences de gestion



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير
عمادة الكلية

الرقم : 00734 / ك.ع.إ.ت.ع ت / 2024

إلى السيد مدير: مفتشية أقسام الجمارك
ولاية بسكرة

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطلبة:

- 1- زرارة سهيلة
- 2- حسناوي دعاء
- 3- /

المسجلون بـ قسم العلوم التجارية

بالسنة: ثانية ماستر مالية وتجارة دولية

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة التخرج المعنونة بـ:

"" دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين حصيلة التجارة الخارجية-دراسة حالة الجزائر ""

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

بسكرة في: 2024-05-14

ع/ عميد الكلية

تأشيرة المؤسسة المستقبلة



الملحق رقم 04:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بمكرة ني: 2024/06/03

جامعة محمد بن باديش - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

إذنت بالطلب

أنا المضي أسئلة الأستاذة: جوامع لينة

الرتبة: أستاذ محاضر أ

قسم الارتباط (إداريا) : العلوم التجارية

أستاذ مشرف على مذكرة ماستر - للطلبة (6):

1- زرورقة سهيلة

2 - حسناوي دعاء

الشعبة علوم تجارية

التخصص: مالية و تجارة دولية

بعضوان: دبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين فعالية التجارة الخارجية

- دراسة حالة الجزائر خلال الفترة (2010-2022)-

أرخص بطبع المذكرة المذكورة.

رئيس القسم

الأستاذ المشرف

