الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر – بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

من إعداد الطالب (ة):

- قرقط ياسين

الأستاذ (ة)المشرف(ة)

د/رحال إيمان

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجـنة	الرتبة	الصـفـة	الجامعة
01	- د/ مروة كرامة	- أستاذ محاضر(أ)	رئيسا	بسكرة
02	- د/ رحال إيمان	- أستاذ محاضر (ب)	مقررا	بسكرة
03	- د/ ساعد ابتسام	- أستاذ محاضر(أ)	مناقشا	بسكرة

الموسم الجامعي: 2024-2025

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر – بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الموضوع:

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

من إعداد الطالب (ة):

- قرقط ياسين

الأستاذ (ة)المشرف(ة)

د/رحال إيمان

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجـنة	الرتبة	الصـفـة	الجامعة
01	- د/ مروة كرامة	- أستاذ محاضر(أ)	رئيسا	بسكرة
02	- د/ رحال إيمان	- أستاذ محاضر (ب)	مقررا	بسكرة
03	- د/ ساعد ابتسام	- أستاذ محاضر(أ)	مناقشا	بسكرة

الموسم الجامعي: 2024-2025

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تتحقق الغايات.

أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذتي الفاضلة الدكتورة "رحال إيمان "التي كان لتوجيهاتها السديدة ودعمها المتواصل، ودقتها العلمية الأثر البالغ في إنجاز هذه المذكرة. لقد كانت مثالاً في الصبر، والحرص، والاحترافية فجزاها الله عني خير الجزاء.

كما لا يفوتني أن أتوجه بخالص التقدير والامتنان لكل من ساهم في هذا العمل من قريب أو بعيد، سواء بكلمة تشجيع، أو نصيحة علمية، أو دعم معنوي. فلكم جميعًا مني أصدق الدعاء، وأعمق العرفان.

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين "سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم"

الحمد لله أولا وآخرًا، ظاهرًا وباطنا، الذي بلطفه وكرمه سدد الخطى، وحقق الأمنيات وإليه وحده ينسب الفضل في كل ما مضى، وكل ما هو آت.

إلى والدي العزيزين، النبع الذي لا ينضب من الدعاء والسند الذي لولاه لما اشتد عودي إلى أخواتي وإخوتي، مصدر الدعم في كل مراحل الطريق وإلى كل من ساندني بكلمة صادقة، أو وقفت ثمين، أو دعاء في ظهر الغيب....

لكم جميعًا أهدي هذا الجهد المتواضع، عرفانا بالجميل ووفاء لا ينقطع.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى ابراز دور تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير حصيلة التجارة الخارجية مع التركيز على أهم المؤسسات الفاعلة فيها " إدارة الجمارك الجزائرية وبنك الجزائر الخارجي" لولاية بسكرة، ومن أجل الوصول إلى أهداف الدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي في الجزء النظري لعرض المفاهيم النظرية للموضوع، أما في الجانب التطبيقي استخدمنا أداة المقابلة الشخصية الجمع البيانات والمعلومات من مصادرها المباشرة، تلتها عملية تحليل معمق للمعطيات المستخلصة. وقد أظهرت النتائج أنه ورغم استخدام نظام جمركي معلوماتي متطور على مستوى أقسام الجمارك ودعم التحول الرقمي لإتمام المعاملات بين مصالحها، إلا أن هذا يبقى غير كافيا للوصول إلى إدارة جمركية إلكترونية، ويرجع هذا القصور إلى ضعف البنية التحتية الرقمية الحالية وافتقارها إلى المقومات اللازمة لتحقيق فعالية عالية. وعليه، فإن الحاجة أصبحت ملحة أمام الجزائر للمشروع في إعداد بنية تحتية رقمية متكاملة، تأخذ بعين الاعتبار الجوانب التقنية والمادية والبشرية، بما يتيح لها اللحاق بركب التطورات التكنولوجية العالمية وتعزيز حضورها الاقتصادي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الخارجية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التجارة الالكترونية، الحكومة الالكترونية

Abstract:

This study aims to highlight the role of Information and Communication Technology (ICT) applications in enhancing foreign trade performance, with a focus on the key institutions involved—namely, the Algerian Customs Administration and the Foreign Bank of Algeria—in the Biskra province. To achieve the study's objectives, a descriptive approach was adopted in the theoretical part to present the conceptual framework of the topic. In the practical part, personal interviews were used as a tool to collect data and information from direct sources, followed by an in-depth analysis of the extracted data.

The results revealed that, despite the use of an advanced customs information system within customs departments and the support for digital transformation to facilitate transactions among departments, these efforts remain insufficient to establish a fully electronic customs administration. This shortfall is attributed to the current weakness in digital infrastructure and the lack of essential components needed for high efficiency. Accordingly, there is an urgent need for Algeria to invest in the development of an integrated digital infrastructure that takes into account technical, physical, and human aspects. This would enable the country to keep pace with global technological advancements and strengthen its economic presence.

Keywords: Foreign trade, Information and Communication Technology, E-commerce, E-government

فهرس المحتويات:

قائمة المحتويات	الصفحة
شكر وعرفان	
الاهداء	
الملخص	
قائمة الجداول والأشكال	
قائمة الملاحق	
المقدمة	أ–و
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال	
تمهيد	02
المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التجارة الخارجية	03
المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية	03
الفرع الأول: تعريف التجارة الخارجية	03
الفرع الثاني: أسباب قيام التجارة الخارجية	04
الفرع الثالث: الأطراف المتدخلة في التجارة الخارجية	05
المطلب الثاني: نظريات التجارة الدولية	06
الفرع الأول: النظريات الكلاسيكية	07
الفرع الثاني: النظريات النيوكلاسيكية	08
الفرع الثالث: النظريات الحديثة	09
المطلب الثالث: السياسات التجارية	11
الفرع الأول: تعريف السياسات التجارية	12
الفرع الثاني: أنواع السياسات التجارية	12
الفرع الثالث: أدوات السياسة التجارية	17
المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال	21
المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال	21

الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال	21
الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال	22
الفرع الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال	24
المطلب الثاني: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال	24
الفرع الأول: المتطلبات التقنية والبشرية	24
الفرع الثاني: المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية	26
الفرع الثالث: المتطلبات الإدارية والقانونية والتشريعية	27
المطلب الثالث: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال	28
المبحث الثالث: نواتج تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال التجارة الخارجية	29
المطلب الأول: الحكومة الإلكترونية	29
الفرع الأول: مفهوم الحكومة الإلكترونية	29
الفرع الثاني: مجالات عمل الحكومة الإلكترونية	32
الفرع الثالث: معوقات تطبيق الحكومية الإلكترونية	33
المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية	35
الفرع الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية	35
الفرع الثاني: أنماط التجارة الخارجية	36
الفرع الثالث: وسائل الدفع الالكترونية في التجارة الإلكترونية	38
المطلب الثالث: التسويق الإلكتروني	41
الفرع الأول: مفهوم التسويق الالكتروني	41
الفرع الثاني: العوامل المساعدة على انتشار التسويق الالكتروني وأشكاله	43
الفرع الثالث: أدوات التسويق الالكتروني	44
خلاصة الفصل الأول	47
الفصل الثاني: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر (2010-2023)	
تمهيد	49

المبحث الأول: تطور التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010–2023)	50
المطلب الأول: سياسات التجارة الخارجية في الجزائر	50
الفرع الأول: سياسات التجارة الخارجية في الجزائر قبل 1990	50
الفرع الثاني: سياسات التجارة الخارجية في الجزائر بعد 1990	52
الفرع الثالث: السياسات التجارية في الجزائر بعد أزمة تراجع أسعار المحروقات لسنة 2014	53
المطلب الثاني: واقع التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010–2023)	56
الفرع الأول: تطور حجم الصادرات والواردات في الجزائر خلال الفترة (2010–2023)	57
الفرع الثاني: الهيكل القطاعي لصادرات الجزائر خلال الفترة (2010–2023)	58
الفرع الثالث: الهيكل القطاعي لواردات الجزائر خلال الفترة (2010–2023)	60
المطلب الثالث: تحديات تطور التجارة الخارجية في الجزائر	63
الفرع الأول: التحديات الداخلية التي تواجه التجارة الخارجية في الجزائر	63
الفرع الثاني: التحديات الداخلية التي تواجه التجارة الخارجية في الجزائر	66
المبحث الثاني: مجالات توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر	67
المطلب الأول: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التعليم	67
الفرع الأول: وزارة التربية الوطنية	67
الفرع الثاني: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	69
المطلب الثاني: الحكومة الالكترونية	71
الفرع الأول: قطاع وزارة الداخلية والجماعات المحلية	71
الفرع الثاني: قطاع الضمان الاجتماعي	74
الفرع الثالث: بريد الجزائر	75
المطلب الثالث: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر	75
الفرع الأول: المواقع الإلكترونية والتطبيقات للتجارة الإلكترونية في الجزائر	75
الفرع الثاني: المنصات الإلكترونية لخدمات التصدير والاستيراد في الجزائر	78
الفرع الثالث: وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر	79

المبحث الثالث: انعكاسات توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير المؤسسات الفاعلة في التجارة الخارجية الجزائرية	80
المطلب الأول: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى الجمارك الجزائرية (مفتشية أقسام الجمارك –بسكرة–)	81
الفرع الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى مفتشية أقسام الجمارك–فرع بسكرة	81
الفرع الثاني: الأنظمة الإلكترونية المعتمدة في سير العمل الإداري	82
الفرع الثالث: مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير العمليات الإدارية بمفتشية أقسام الجمارك–فرع بسكرة–	85
المطلب الثاني: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى بنك الجزائر الخارجي **BEA**– بسكرة–	86
الفرع الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى بنك الجزائر الخارجي – **BEA**بسكرة–	86
الفرع الثاني: الخدمات الإلكترونية وتطور عدد العملاء في بنك الجزائر الخارجي–بسكرة–	88
الفرع الثالث: مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير العمليات المصرفية في بنك الجزائر الخارجي	90
المطلب الثالث: دور تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال الفلاحي في تطوير التجارة الخارجية بالجزائر	92
الفرع الأول: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع الفلاحي في الجزائر	92
الفرع الثاني: أهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع الفلاحي	94
المطلب الرابع: مقترحات لتطوير حصيلة التجارة الخارجية من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال	95
خلاصة الفصل الثاني	97
الخاتمة	99
قائمة المراجع	104
الملاحق	112

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	اجمالي صادرات وواردات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)	57
02	الهيكل القطاعي لصادرات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)	59
03	الهيكل القطاعي لواردات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)	61

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	أنواع البطاقات الالكترونية	39
02	نموذج عن بطاقة ماستر كارد	40
03	خصائص التسويق الالكتروني	42
04	صادرات وواردات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)	57
05	المنصة الرقمية لنتائج شهادة البكالوريا	68
06	الأرضية الرقمية لوزارة التربية الوطنية	68
07	المنصة الرقمية لمدونة التعليم والتربية	69
08	المنصة الرقمية لنشر الدروس الخاصة بالجامعة	70
09	نموذج بطاقة الشفاء	74
10	متوسط عدد عملاء بنك الجزائر الخارجي خلال الفترة (2010-2023)	90

قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	طلب مساعدة لاستكمل مذكرة التخرج	112
02	طلب مساعدة لاستكمل مذكرة التخرج	113
03	إذن بإيداع مذكرة التخرج	114
04	الصفحة الرسمية على الفايسبوك للمديرية العامة للجمارك الجزائر	115
05	الصفحة الرسمية على منصة X للمديرية العامة للجمارك الجزائر	115
06	الصفحة الرسمية على لينكدين للمديرية العامة للجمارك الجزائر	116
07	القناة الرسمية على اليوتيوب للمديرية العامة للجمارك الجزائر	116
08	الموقع الرسمي للمديرية العامة للجمارك الجزائر	117
09	واجهة النظام المعلوماتي الجديد ALCES	117
10	الموقع الالكتروني لبنك الجزائر الخارجي	118
11	الصفحة لرسمية لبنك الجزائر الخارجي على الفيسبوك	118
12	الصفحة الرسمية لبنك الجزائر الخارجي على انستغرام	118

المقدمة

مقدمة:

عرفت تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلال السنوات الأخيرة تطوراً متسارعاً جعلها تحتل موقعاً محورياً في دعم النمو الاقتصادي وتحسين الأداء المؤسساتي عبر مختلف دول العالم. فقد أسهمت هذه التحولات الرقمية في إعادة تشكيل طرق التبادل التجاري، من خلال تسريع نقل المعلومات، وتحسين فعالية المعاملات، وتجاوز الحواجز الزمنية والمكانية بين المتعاملين الاقتصاديين. وقد أصبحت التجارة الخارجية مجالا حساسا لتأثير هذه التكنولوجيا، إذ بات من الممكن اعتماد أدوات رقمية متقدمة لتوسيع الأسواق الخارجية وتنويع الصادرات، فضلا عن تحسين تنافسية الاقتصاد الوطني. وتشمل هذه الأدوات منصات التجارة الإلكترونية، ونظم إدارة سلاسل التوريد الذكية، وتقنيات تحليل البيانات الضخمة، والحوسبة السحابية، التي تمكن المؤسسات من التفاعل بسرعة مع المتغيرات العالمية، والاستجابة بمرونة لاحتياجات الأسواق الدولية.

والجزائر على غرار باقي دول العالم، برزت خلال العقد الأخير جهود تهدف إلى دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن السياسات الاقتصادية، خاصة فيما يتعلق بتحديث الخدمات المرتبطة بالتجارة الخارجية. ومع ذلك، فإن الأثر الفعلي لهذه التوجهات يظل محل نقاش، بالنظر إلى التحديات المتعلقة بالبنية التحتية الرقمية، وكفاءة المؤسسات ذات الصلة كالجمارك والقطاع المصرفي. ومن هذا المنطلق، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم وتطوير أداء التجارة الخارجية الجزائرية خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2023، مع التركيز على الجوانب المرتبطة بالإدارة الجمركية والتمويل البنكي، بوصفهما عنصرين أساسيين في سلسلة العمليات التجارية الخارجية.

أولا: إشكالية البحث

وانطلاقا من هذا الطرح، يمكننا صياغة إشكالية البحث الرئيسية في السؤال التالي:

كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر؟

ولتوضيح أبعاد الإشكالية المطروحة بشكل أدق، تم اعتماد مجموعة من الأسئلة الفرعية التي من شأنها الإحاطة بجوانب الموضوع قيد الدراسة:

1. كيف يؤثر توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجارة الخارجية؟

2. كيف يؤثر توظيف تكنولوجيا المعلومات في أداء قطاع الجمارك في الجزائر؟
3. هل تمكنت الجزائر من توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل فعال لتطوير حصيلة تجارتها الخارجية؟

ثانيا: الدراسات السابقة:

تمت معالجة الإشكالية في هذه الدراسة بناءً على مجموعة من الأبحاث والدراسات التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في سياق التجارة الخارجية، ويمكن تلخيص أبرز هذه الدراسات على النحو التالي:

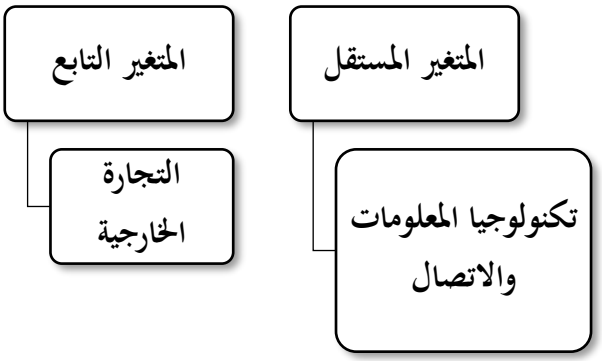
الدراسة الأولى: وليد مرتضى نوه،2023، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة القرار الإداري للمؤسسة (دراسة حالة: مؤسسة اتصالات الجزائر)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، حيث تناول الباحث تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة القرار الإداري في المؤسسة مع الإشارة الى مؤسسة اتصالات الجزائر كدراسة حالة، وتوصل الى أن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال يساهم بشكل فعال في تحسين جودة القرار الإداري داخل مؤسسة اتصالات الجزائر. وقد بينت النتائج وجود علاقة ارتباط وتأثير استخدام هذه التكنولوجيا وجودة القرارات المتخذة، مما يعكس أهمية الاستثمار في البنية التحتية الرقمية وتعزيز الكفاءات البشرية لضمان قرارات إدارية أكثر دقة وفعالية. يكمن الفرق بين دراستنا وهذه الدراسة في أن دراستنا ركزت على أثر هذه التكنولوجيا في دعم أداء التجارة الخارجية من خلال تحسين حصيلة التجارة الخارجية للجزائر، بينما ركزت هذه الدراسة على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة القرار الإداري داخل مؤسسة اتصالات الجزائر، أي على المستوى الداخلي والإداري.

الدراسة الثانية: ضيف الله نسيمة، 2017، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية: دراسة عينة من الجامعات الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر-باتنة1- تناولت الباحثة في هذه الدراسة على تقييم تأثير هذه التكنولوجيا على عناصر العملية التعليمية (الأستاذ، الطالب، المقرر، التدريس، الإدارة)، من وجهات نظر مختلفة (الأساتذة، الطلبة، الإداريين)، وخلصت الى وجود أثر إيجابي واضح لاستخدامها، إلى جانب وجود معيقات بشرية، تنظيمية، ومادية تحول دون تحقيق الاستفادة الكاملة منها في السياق الجزائري. تختلف هذه الدراسة عن دراستنا من حيث المجال والهدف، فبينما تركز الأولى على تحسين العملية التعليمية داخل الجامعات من خلال تقييم تأثير التكنولوجيا على عناصرها المختلفة، تسعى الثانية إلى بيان دور توظيف أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع كفاءة التجارة الخارجية.

الدراسة الثالثة: عيساوي رياض، هاني محمد، 2024، التجارة الخارجية في الجزائر (الواقع والتحديات) دراسة تحليلية للفترة 2010-2022 مقال في مجلة إضافات اقتصادية، جامعة اكلي محند البويرة(الجزائر)، المجلد (08) العدد (02) حيث تناول الباحثان واقع التجارة الخارجية في الجزائر وتحدياتها وخلص الباحثان إلى أن الجزائر ورغم محاولاتها وجهودها في ترقية صادراتها خارج المحروقات الا انها لم تنجح في التخلص من تبعية الاقتصاد الوطني للمحروقات، بينما عالجت دراستنا الأثر المترتب عن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال التجارة الخارجية في الجزائر، ركزت هذه الدراسة على واقع التجارة الخارجية في الجزائر والتحديات التي تواجهها بينما ركزت دراستنا على جانب مختلف وهو تأثير توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية بالجزائر، حيث أبرزت دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين كفاءة العمليات التجارية وتطوير حصيلة الصادرات.

ثالثا: نموذج الدراسة:

- **المتغير المستقل:** تكنولوجيا المعلومات والاتصال
- **المتغير التابع:** التجارة الخارجية



رابع: فرضيات الدراسة:

في هذه الدراسة تم صياغة مجموعة من الفرضيات التي قد تجيب على الإشكاليات الفرعية، وهي كما يلي:

- تتأثر حصيلة التجارة الخارجية بتكنولوجيا المعلومات والاتصال عبر العمليات الجمركية فقط.
- لاتزال الجزائر ورغم جهودها بعيدة عن جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصال ذات تأثير كبير على تجارتها الخارجية
- رغم ضعف تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجارة الخارجية الجزائرية الا انه تم ملاحظة بعض الآثار الإيجابية خاصة على مستوى نظام الدفع الالكتروني

خامسا: منهج الدراسة:

لدراسة الإشكالية المطروحة والوصول إلى إجابات دقيقة للتساؤلات البحثية، اعتمدت الدراسة منهجية مُركبة تجمع بين التحليل النظري والتطبيقي. ففي الجانب النظري، استُخدم المنهج الوصفي لاستعراض المفاهيم الأساسية المرتبطة بالتجارة الدولية وتكنولوجيا التحول الرقمي، مع التركيز على العوامل المؤثرة في تفعيل هذه التقنيات داخل المؤسسات ذات الصلة. أما في الجانب التطبيقي، فقد طبق منهج تحليلي يعتمد على فحص البيانات الرسمية والإحصاءات المتعلقة بأداء التجارة الخارجية الجزائرية خلال الفترة (2010–2023)، بهدف تقييم مدى توافق السياسات التكنولوجية المعتمدة مع التطلعات التنموية، ورصد التحديات العملية التي تعيق تحقيق النتائج المرجوة، مثل ضعف التكامل بين الأنظمة الإلكترونية وغياب التشريعات الداعمة.

سادسا: ادوات جمع البيانات:

في الجانب التطبيقي من هذه الدراسة، تم الاعتماد على أداة المقابلة لجمع البيانات وتحليلها. وقد تم الحصول على المعلومات الأساسية، سواء النظرية أو التطبيقية، من خلال مقابلات أُجريت مع عدد من الموظفين العاملين بمفتشية أقسام الجمارك – فرع بسكرة – وكذا بنك الجزائر الخارجي – وكالة بسكرة، مما أتاح الوصول إلى بيانات أولية موثوقة لدعم أهداف البحث وتحليل واقع الدراسة بشكل أدق.

سابعا: حدود الدراسة:

لمعالجة الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة تم تحديد الإطار المكاني والزماني كما يلي:

- **الحدود المكانية:** تم معالجة موضوع هذه الدراسة على مستوى مفتشية أقسام الجمارك–فرع بسكرة– وبنك الجزائر الخارجي–وكالة بسكرة–
- **الحدود الزمانية:** تركز هذه الدراسة على تحليل واقع التجارة الخارجية في الجزائر، مع تقييم فعالية إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الهياكل والمؤسسات الداعمة لها، وذلك خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2023. ويعود اختيار هذه الفترة إلى بداية بروز ملامح التحول الرقمي في الجزائر منذ عام 2010، حيث شرعت الدولة في اعتماد استراتيجيات تهدف إلى إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن مختلف القطاعات الإدارية والحكومية، من خلال وضع برامج تنفيذية تهدف إلى تحسين الأداء وتطوير الخدمات عبر الاستفادة من التقنيات الحديثة.

ثامنا: أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في سعيها للإجابة عن الإشكالية المطروحة من خلال تحليل مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم وتطوير حصيلة التجارة الخارجية، وذلك عبر دراسة واقع استخدامها داخل قطاعي الجمارك والمنظومة المصرفية بولاية بسكرة. كما تبرز أهمية البحث في تقييم موقع الجزائر ضمن مسار التحول الرقمي ومدى تقدمها في إدماج التكنولوجيا الحديثة ضمن هياكلها الاقتصادية والإدارية. ويُعد تعزيز هذا التوجه خطوة نحو بناء حكومة رقمية تعتمد على أدوات الاتصال الحديثة، ما من شأنه أن يسهم في تنشيط التجارة الخارجية، لا سيما في ظل التحديات الاقتصادية التي شهدتها البلاد نتيجة تراجع عائدات النفط.

تاسعا: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى:

- دراسة تأثير توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير حصيلة التجارة الخارجية، من خلال تحليل انعكاسات استخدامها في قطاع الجمارك مفتشية أقسام الجمارك – فرع بسكرة والبنك الممول للتجارة الخارجية بنك الجزائر الخارجي – وكالة بسكرة).
- الوقوف على أبرز التحولات التي طرأت على مختلف الهياكل والمؤسسات عند توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الادارات الجزائرية.
- اقتراح جملة من الحلول والإجراءات التي من شأنها الإسهام في رفع كفاءة التجارة الخارجية، من خلال الاستخدام الفعّال لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في السياق الجزائري.

عاشرا: صعوبات الدراسة:

من أبرز التحديات التي وجهناها خلال إنجاز هذه الدراسة ما يلي:

- الطابع الحديث نسبيا لموضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مما صعب نوعا ما العثور على دراسات متكاملة تربط هذا المجال بالتجارة الخارجية، وخصوصا في السياق الجزائري. وقد أدى هذا إلى محدودية المصادر والمراجع الحديثة المتوفرة.
- صعوبات في الوصول إلى البيانات الإحصائية الدقيقة، نتيجة للقيود المرتبطة بسرية الأنظمة المعتمدة من قبل كل من الإدارة الجمركية والمؤسسات البنكية، إلى جانب غياب الشفافية أحيانا وعدم تحديث الأرقام المتاحة بشكل منتظم، ما أثر نسبياً على دقة التحليل.

حادي عشر: هيكل الدراسة:

انطلاقا من الإشكالية المطروحة، تم تقسيم الدراسة في فصلين. يتناول الفصل الأول، المعنون بـ "الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، الجانب النظري من البحث، حيث يهدف إلى تأصيل المفاهيم المتعلقة بمتغيري الدراسة من خلال ثلاثة مباحث: يستعرض المبحث الأول مفهوم التجارة الخارجية، بينما يركز المبحث الثاني على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ويأتي المبحث الثالث لبيان العلاقة بين هذين المتغيرين ودورهما المتبادل.

أما الفصل الثاني، فقد خصص للجانب التطبيقي، حيث تم التركيز فيه على تحليل مساهمة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2023. وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية، يتناول الأول منها تطور التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة المذكورة، ويستعرض الثاني واقع توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر، في حين يركز المبحث الثالث على تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أداء المؤسسات المتدخلة في مجال التجارة الخارجية وبالتالي تدفقات وحصيلة التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تمهيد الفصل:

تعد التجارة الخارجية من أبرز محركات النمو الاقتصادي في العصر الحديث، إذ تمكن الدول من الاستفادة من مزايا التخصص وتقسيم العمل الدولي، وتوفير السلع والخدمات غير المتاحة محليا، وتعزيز التنافسية على المستوى العالمي. فهي تسهم في جذب الاستثمارات الأجنبية، وزيادة معدلات التوظيف، وتحسين ميزان المدفوعات، مما ينعكس إيجابا على الناتج المحلي الإجمالي ومستوى رفاهية الشعوب.

ومع تسارع وتيرة العولمة والانفتاح الاقتصادي، إلى جانب التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبحت التجارة الخارجية أكثر تعقيدا وتداخلا. كما أفرزت هذه التغيرات متطلبات جديدة تتعلق بالكفاءة اللوجستية، والامتثال للمعايير الدولية، وسرعة الاستجابة لتقلبات السوق، الأمر الذي يحتم على الدول والمؤسسات التكيف المستمر مع التطورات العالمية في هذا المجال، وتبني سياسات واستراتيجيات مرنة قادرة على تعزيز القدرة التنافسية في الأسواق العالمية، وضمان اندماج فاعل ومستدام في الاقتصاد العالمي.

وفي ضوء هذه التغيرات، أصبح من الضروري دراسة التجارة الخارجية من مختلف أبعادها المفاهيمية والتنظيمية والتكنولوجية، لفهم طبيعتها وآلياتها وأثر الابتكارات الإلكترونية على تطورها.

وفي هذا الإطار ينقسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية:

- المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التجارة الخارجية
- المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- المبحث الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التجارة الخارجية

تكتسب التجارة الخارجية أهمية قصوى في عالم الاقتصاد، فهي الوسيلة التي تمكن الدول من تبادل ما لديها من سلع وخدمات بهدف دعم وتطوير اقتصاداتها. ويتناول هذا المبحث بشكل شامل مفهوم التجارة الخارجية، والأسباب التي تؤدي إلى وجودها، والأطراف المعنية بها، بالإضافة إلى النظريات التي تحاول فهمها والسياسات التجارية المنظمة لها.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية

تعد التجارة الخارجية من الركائز الأساسية للنشاط الاقتصادي، إذ تعتمد على تبادل السلع والخدمات بين الدول بهدف تحقيق منافع متبادلة. ويهدف هذا المطلب إلى توضيح مفهوم التجارة الخارجية، واستعراض الدوافع التي تجعل الدول تسعى للانخراط فيها، إلى جانب التعريف بالأطراف الفاعلة الرئيسية في هذا المجال.

الفرع الأول: تعريف التجارة الخارجية

لا يمكن لأي دولة، مهما كان نظامها السياسي، أن تحقق الاكتفاء الذاتي الكامل لفترة طويلة، بسبب محدودية مواردها وظروفها الجغرافية. لذلك، يعد التخصص في إنتاج السلع التي تناسب إمكانياتها، وتبادل الفائض مع دول أخرى، هو الحل الأمثل لتلبية احتياجاتها بكفاءة.

وهذا يعبر عن جوهر التجارة الخارجية؛ إذ يقصد بها:

عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل. (محمود، 2019، صفحة 11)

ويمكن تعريفها أيضا بانها:

المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاث المتمثلة في انتقال السلع والأفراد ورؤوس الأموال، تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات ومنظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية مختلفة.(النوايسة، 2015، صفحة 5)

وتعرف أيضا بأنها:

تعبير عن أهم صور العلاقات الاقتصادية التي تجري بمقتضاها تبادل السلع والخدمات بين الدول في كل صادرات وواردات. (بن زكري بن علو و شيبان، 2019، صفحة 385)

ويمكن تعريف التجارة الخارجية اعتمادا على ما سبق:

هي عمليات المبادلة التي تتم بين مختلف الافراد الذين ينتمون الى كيانات سياسية مختلفة والمنظمات والحكومات وتكون في شكل انتقال للسلع والخدمات او انتقال رؤوس الأموال او الافراد (العمالة).

الفرع الثاني: أسباب قيام التجارة الخارجية

يمكن حصر مختلف أسباب قيام التجارة الخارجية فيما يلي: (عبداللاوي، 2023، الصفحات 4-5)

- عدم القدرة على تحقيق الاكتفاء الذاتي
- وجود فائض في الإنتاج
- تحقيق الأرباح
- تحسين المستوى المعيشي
- **التخصص الدولي:** في الماضي، لم تكن الدول قادرة على تلبية احتياجات سكانها بالكامل، وذلك بسبب التفاوت في توزيع الثروات الطبيعية بين مختلف دول العالم.
- **تفاوت التكاليف والأسعار لعوامل الإنتاج والأسعار المحلية:** يشكل اختلاف تكاليف الإنتاج بين الدول حافزا رئيسيا للتبادل التجاري، لا سيما في الدول التي تستفيد من اقتصاديات الحجم، حيث يؤدي الإنتاج على نطاق واسع إلى خفض متوسط التكلفة لكل وحدة منتجة، مقارنة بدول أخرى ذات إنتاج محدود، مما يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج لديها. ونتيجة لذلك، تتمتع الدولة الأولى بميزة نسبية في الإنتاج تجعلها أكثر قدرة على المنافسة مقارنة بالدولة الثانية.
- **تفاوت مستوى التكنولوجيا بين الدول:** يؤدي تفاوت مستويات التكنولوجيا بين الدول إلى اختلاف في نوعية السلع المنتجة؛ إذ تُنتج الدول المتقدمة سلعًا تعتمد على التكنولوجيا العالية، بينما تركز الدول النامية على تصدير المواد الخام نتيجة وفرة الموارد الطبيعية واعتمادها على الصناعات الأولية.
- **تفاوت ظروف الإنتاج:** تلعب العوامل البيئية والمناخية دورًا مهمًا في تحديد نوع الإنتاج، حيث تتخصص بعض الدول في محاصيل معينة كالبن والشاي بسبب ظروفها المناخية، بينما تفتقر إلى موارد مثل النفط، الذي يتوفر في دول ذات مناخ صحراوي، مما يضطرها إلى استيراده.

الفرع الثالث: الأطراف المتدخلة في التجارة الخارجية:

تشمل عمليات التجارة الخارجية تبادل السلع والخدمات بين الدول، حيث يمكن أن تتم هذه العمليات بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال عدة أطراف، وتتمثل في:

أولا: الأطراف المباشرة في التجارة الخارجية:

1. **المصدر:** هو الذي يقوم بشراء أو إنتاج البضاعة لبيعها في الخارج بغض النظر عن نوع البضاعة التي يتعامل بها. وقد يكون المصدرون أفراد مستقلين أو قد يظهرون على شكل شركات، كما قد تكون الدولة هي المصدرة وذلك عندما تكلف إحدى مؤسساتها بهذا العمل.

2. **المستورد:** هو الذي يقوم بمشروعة في أسواق بعيدة، ويشتري البضاعة لا بقصد إعادة تصديرها بل لبيعها في الأسواق الداخلية، ولهذا فهو يختلف عن التاجر والمستورد المؤقت والذي يستورد بقصد التصدير. (بوكونة، 2012، الصفحات 1-2)

3. **البنوك التجارية:** يقصد بالبنوك التجارية، تلك البنوك التي تقبل ودائع الأفراد ويلتزم بدفعها عند الطلب وفي الموعد المتفق عليه، والتي تمنح قروض قصيرة الأجل وهي قروض التي تقل مدتها عن سنة ويطلق عليها أحيانا (بنوك الودائع).

فالبنوك التجارية تقوم بوظيفة هامة في الاقتصاد، فهي وسيلة تعمل بين المدخرين والمستثمرين أي بين المقرضين وبيت عرض النقود وطلبها إذ تمول المشروعات بالأموال اللازمة لإنشائها وتنميتها وتحول المدخرات إلى رأس مال منتج نشيط فتساعد بذلك على تطوير التجارة والصناعة وتنشيط الاقتصاد القومي. (بوكونة، 2012، الصفحات 3-4)

ثانيا: الأطراف الغير مباشرة في التجارة الخارجية:

1. **الناقل:** تلعب عملية النقل دورا لا يستهان به في عمليات التجارة الخارجية، وتظهر أهميتها أكثر في تأثيرها على سعر البيع النهائي ونظرا لتكلفتها الكبيرة، وكون المؤسسات لا تتوفر على الإمكانيات المادية والمالية الضرورية لتنظيم عمليات النقل الدولي، فإنها توكل المهمة في أغلب الأحيان المؤسسات نقل خاصة، ولا يبقى عليها سوى اختيار وسيلة النقل المناسبة مع طبيعة البضاعة المنقولة. (بوكونة، 2012، الصفحات 5-6)

ومن بين وسائل النقل المستخدمة في التجارة الدولية ما يلي:

- **النقل الجوي:** يستخدم هذا النوع من النقل لنقل البضائع ذات الأهمية الكبيرة، والتي تتميز بقيمتها العالية وحجمها الصغير، إضافة إلى نقل الطرود والرسائل.
- **النقل البري:** نقل البضائع عبر الشاحنات والسيارات برا.
- **النقل البحري:** ويشمل الحجم الأكبر من العمليات الدولية.
- **النقل عبر السكك الحديدية:** يتم تنظيم هذه الوسيلة من النقل وفقًا للاتفاقية الدولية لنقل البضائع بالسكك الحديدية، والتي تحدد الإطار القانوني الذي يحكم العلاقة بين المرسل والمرسل إليه. كما تنظم هذه الاتفاقية حقوق والتزامات الأطراف المتعاقدة، وتحدد القواعد المتعلقة بنقل البضائع عبر شبكات السكك الحديدية مما يضمن سلاسة العمليات التجارية ويحمي حقوق جميع الأطراف المعنية.

2. **التأمين:** نظرا لحجم عمليات التجارة الخارجية، يصعب على المستورد أو المصدر تحمل مخاطر نقل البضائع بمفرده، لذا تتولى شركات التأمين تغطية هذه المخاطر المحتملة. فالتأمين هو عملية يتلقى فيها المؤمن له تعهدا كتابيًا بتعويضه عن الخسائر المحتملة، وذلك مقابل دفع قسط تأميني متفق عليه.

يعد التأمين وسيلة لضمان الحماية ضد المخاطر التي قد تواجه البضائع أثناء نقلها عبر الطرق البرية والجوية والبحرية والسكك الحديدية. كما يغطي الأضرار والخسائر المادية التي قد تلحق بالبضائع أثناء النقل، وفي بعض الحالات، يشمل أيضًا الأضرار التي قد تحدث خلال عمليات الشحن والتوزيع.

3. **رجل العبور:** يعد القائم بالعبور عنصرا أساسيا في وساطة عمليات النقل حيث يلعب دورا محوريا في تسهيل سلسلة التوريد. ويمكن أن يكون وكيلا معتمدا لدى الجمارك مكلفا بخدمات التأمين بموجب وثائق بوليصة التأمين الخاصة بمختلف الشاحنين أو ناقلا ومراقبا بحريا. فهو يضمن سلاسة عملية العبور بصفته مهندسا أو مقاولا للنقل. (بوكونة، 2012، صفحة 7)

المطلب الثاني: نظريات التجارة الدولية

تعد المكاسب الناتجة عن التجارة الدافع الرئيسي للتبادل بين الدول، وتزداد مع التخصص وتقسيم العمل دوليًا، مما يعزز كفاءة استخدام الموارد. وقد ركزت نظريات التجارة الدولية على أهمية تحرير التجارة، وبيّنت أسس التبادل والعوامل المؤثرة في تخصص الدول، إضافة إلى كيفية توزيع مكاسب التجارة بينها.

الفرع الأول: النظرية الكلاسيكية

فسرت النظريات الكلاسيكية التجارة الخارجية بناءً على اختلاف التكاليف المطلقة والنسبية، مما يدعم التخصص وتقسيم العمل بين الدول. وقد استندت إلى عدة فروض، أبرزها: وجود دولتين وسلعتين بنظام المقايضة، الاعتماد على العمل كعامل إنتاج وحيد، إهمال تكاليف النقل والرسوم، التوظيف الكامل للموارد، حرية حركة عوامل الإنتاج داخليًا فقط، ووجود منافسة تامة في جميع الأسواق. (عبداللاوي، 2023، صفحة 13)

وضمت هذه النظرية أراء افكار مجموعة من الاقتصاديين منهم

أولا: نظرية الميزة المطلقة لأدم سميث:

كان آدم سميث أول من قدّم تفسيرًا منظمًا لأسباب قيام التجارة الخارجية من خلال نظريته في الميزة المطلقة، التي عرضها في كتابه ثروة الأمم عام 1776. ركز سميث على الفوارق المطلقة في تكاليف الإنتاج بين الدول، مؤكدًا أن كل دولة ينبغي أن تتخصص في إنتاج السلع التي تستطيع إنتاجها بتكلفة أقل من غيرها، وتقوم بتصديرها، بينما تستورد السلع التي تكون تكلفتها محليًا أعلى. واعتبر أن الكلفة الحقيقية تُقاس بكمية العمل المبذولة لإنتاج السلع، حيث تُحدّد نسب التبادل بين السلع وفقًا لساعات العمل المطلوبة لإنتاج كل منها. فعلى سبيل المثال، إذا كانت وحدة الطعام تحتاج إلى 10 ساعات عمل، والملابس إلى 30 ساعة، فإن معدل التبادل سيكون 3 وحدات طعام مقابل وحدة ملابس. وأوضح سميث أن السوق الحرة والمنافسة تضمنان توازن هذا التبادل بما يتناسب مع تكلفة العمل، بشرط وجود حرية انتقال العمل داخل الاقتصاد. أما إذا تباينت أجور العمل بين الصناعات، فقد تتغير قيمة العمل، مما يضعف من فعالية تطبيق مبدأ الميزة المطلقة. (بن أحمد، صفحة 25)

ثانيا: نظرية الميزة النسبية لديفيد ريكاردو:

بناء على ما ذكره الاقتصادي الإنجليزي ديفيد ريكاردو في كتابه الشهير "مبادئ الاقتصاد السياسي والضرائب " عام 1817م، فقد قدم قانون الميزة النسبية كرد على نظرية آدم سميث' المتعلقة بالميزة المطلقة.

في حين أن ريكاردو اتفق مع سميث في أن التكاليف المطلقة تمنح ميزة مطلقة لدولة ما في إنتاج سلعة معينة إلا أنه أوضح أن هذا المبدأ ينطبق في التجارة الداخلية فقط. أما في التجارة الدولية، فإن مبدأ التكاليف المطلقة لا يفسر بشكل كاف أسباب قيام التبادل التجاري بين الدول مما دفعه إلى تطوير نظرية النفقات النسبية.

ووفقا لهذه النظرية، تتخصص كل دولة في إنتاج وتصدير السلعة التي يمكنها إنتاجها بتكلفة نسبية أقل، بينما تستورد السلع التي تكون تكلفتها النسبية أعلى، أي التي لا تمتلك فيها ميزة نسبية.

بعبارة أخرى، يقصد بالميزة النسبية الفارق في تكلفة إنتاج سلعة معينة بين دولتين، وليس الفارق المطلق في التكلفة. وهذا يعني أن دولة ما قد تستفيد من التجارة حتى لو كانت قادرة على إنتاج جميع السلع بتكلفة أقل من غيرها، طالما أن لديها ميزة نسبية في إنتاج بعض السلع أكثر من غيرها. (الدليمي، الدليمي، و اللهيبي، 2023، الصفحات 50-51)

الفرع الثاني: النظريات النيو كلاسيكية

تتبنى النظرية النيو كلاسيكية النهج ذاته الذي رسمته النظرية الكلاسيكية، حيث تدعم نتائجها وتبني عليها، لكنها تختلف عنها في تحديد قيمة السلعة. فبدلا من الاعتماد على العمل كمحدد أساسي للقيمة، تقدم النظرية النيو كلاسيكية نموذجا جديدا للتحليل، مما يشكل نقطة انطلاقها الأساسية. (عبداللاوي، 2023، صفحة 17)

نتطرق الى التحليل النيو كلاسيكي من خلال:

أولا: نظرية تكلفة الفرصة البديلة:

طرحت نظرية تكلفة الفرصة البديلة كبديل أكثر واقعية لنظرية القيمة في العمل التي اعتمد عليها الكلاسيكيون مثل آدم سميث ودافيد ريكاردو، والتي تعرضت لانتقادات بسبب افتراضاتها غير العملية، مثل اعتبار العمل العامل الإنتاجي الوحيد، وتجانس وحداته، واستخدامه بنسبة ثابتة في جميع الصناعات. وفي عام 1933، قدّم الاقتصادي الألماني جوتفريد هابرلر تفسيرا جديدا للميزة النسبية، معتمدًا على مفهوم تكلفة الفرصة البديلة، الذي يرى أن تكلفة إنتاج سلعة معينة تُقاس بكمية السلعة الأخرى التي يجب التخلي عنها لتحرير الموارد. وبناءً على ذلك، تتمتع الدولة بميزة نسبية في إنتاج السلع التي تكون تكلفة الفرصة البديلة لها أقل. كما أن التبادل التجاري الدولي يتم وفقًا لاختلاف الأسعار النسبية بين الدول، ويتحدد معدل التبادل بناءً على قوى العرض والطلب، ما يجعل هذه النظرية أكثر دقة وواقعية في تفسير أنماط التجارة بين الدول. (بن حركو، 2022، الصفحات 59-60)

ثانيا: نظرية الميزة النسبية لعوامل الإنتاج

قدم إيلي هكشر أول محاولة مهمة لتفسير أسباب الميزة النسبية بين الدول، حيث نشر أفكاره عام 1919، ثم طورها تلميذه برتل أولين في عام 1933، مؤكدًا أن اختلاف وفرة عوامل الإنتاج بين الدول هو الأساس في قيام التجارة الدولية. وتهدف نظرية هكشر-أولين إلى تفسير سبب تباين النفقات النسبية بين الدول وأثر التجارة على عوائد عوامل الإنتاج. وتفترض النظرية عدة شروط، منها: تنوع كثافة السلع في استخدام عوامل الإنتاج، تفاوت وفرة هذه العوامل بين الدول، وجود منافسة كاملة، إمكانية انتقال عوامل الإنتاج داخليًا فقط، التشغيل الكامل

للموارد، وغياب تكاليف النقل والقيود التجارية، مع حصر العالم في نموذج من دولتين وسلعتين. (بن حركو، 2022، صفحة 72)

أضاف برتل أولين إلى نظرية هكشر–أولين فرضيتين أساسيتين هما: تماثل التكنولوجيا داخل الدولة، أي أن جميع المنتجين يستخدمون نفس دوال الإنتاج دون فروق في إنتاجية العناصر، وثبات أذواق المستهلكين بين الدول. وتنص النظرية على أن كل دولة تتخصص في إنتاج وتصدير السلع التي تعتمد على عنصر الإنتاج المتوفر لديها بوفرة، وبالتالي يكون أقل تكلفة، وتستورد السلع التي تعتمد على عناصر نادرة لديها ومرتفعة التكلفة. فمثلًا، في الدول ذات الكثافة السكانية العالية تكون الأجور منخفضة، وفي الدول الغنية بالأراضي تكون تكلفة الأرض منخفضة، بينما في الدول الوفيرة برأس المال تكون أسعار الفائدة أقل. ونظرًا لاختلاف السلع في اعتمادها على عناصر الإنتاج، تتجه الدول ذات وفرة الأراضي لإنتاج وتصدير السلع الزراعية، بينما تستورد المنتجات الصناعية لارتفاع تكلفة إنتاجها محليا نتيجة ندرة رأس المال. (بن حركو، 2022، الصفحات 73-74-75)

الفرع الثالث: النظريات الحديثة

تستند نظرية هكشر –أولين إلى اختلاف الدول في توفر عوامل الإنتاج، مما يجعلها أكثر ملاءمة لتفسير التجارة بين الدول المتقدمة والنامية، أو ما يعرف بـ تجارة الشمال الجنوب. إذ تعتمد الدول المتقدمة على وفرة رأس المال والعمل المؤهل، بينما تستند الدول النامية إلى وفرة الموارد الطبيعية.

لكن هذه النظرية لا تفسر بالكامل تجارة الشمال –الشمال بين الدول المتقدمة، نظرًا لاختلاف التكنولوجيا، ووجود صناعات تعمل في ظل منافسة غير تامة، وتفاوت عوائد الحجم، إضافة إلى اختلاف تفضيلات المستهلكين وتميز المنتجات.

لذلك، ظهرت نظريات أخرى تحاول معالجة هذه الجوانب لكنها لم تصل إلى مستوى نظرية علمية متكاملة مثل نظرية هكشر –أولين، بل تبقى في إطار التحليلات التي تفسر التجارة الدولية في سياقات محددة تختلف عن تلك التي تعتمدها هذه النظرية

أولا: نظرية الفجوة الالكترونية:

يرى نموذج الفجوة التكنولوجية لمايكل بوزنر أن التقدم التكنولوجي يعد عاملًا إنتاجيًا إلى جانب العمل ورأس المال، ويمنح الدول المتقدمة ميزة نسبية مؤقتة في التجارة الدولية من خلال احتكارها لإنتاج سلع جديدة. ومع انتشار التكنولوجيا، تقلد الدول الأخرى هذه الابتكارات، مما يؤدي إلى تضاؤل الفجوة التكنولوجية وفقدان الدولة المبتكرة

لميزتها. وتبعا لذلك، تصدر الدول المتقدمة السلع ذات المحتوى التكنولوجي العالي، بينما تقتصر الدول الأخرى على المنتجات التقليدية. ورغم أهمية النموذج في تفسير أنماط التجارة، إلا أنه يعجز عن توضيح أسباب نشوء الفجوة التكنولوجية ومدتها، ما دفع إلى تطوير نظرية دورة حياة المنتج لسد هذه الفجوات. (جدو، 2018، الصفحات 529-530)

ثانيا: نظرية دورة حياة المنتج

تعد نظرية دورة حياة المنتج أكثر شمولا من نظرية الفجوة التكنولوجية، حيث قدمها ريموند فرنون لتوضيح المراحل التي يمر بها المنتج الجديد، والتغيرات التي تطرأ على ميزته النسبية خلال هذه المراحل. وقد استند في تحليله إلى الولايات المتحدة، باعتبارها رائدة في إنتاج السلع الجديدة بفضل تفوقها التكنولوجي، ووفرة رأس المال واليد العاملة الماهرة.

تمر دورة حياة المنتج بأربع مراحل رئيسية:

1. **مرحلة التقديم**: يتم في هذه المرحلة اختراع وتطوير المنتج داخل الولايات المتحدة، حيث يخضع للتعديلات الأولية ويُسوّق محليًا. ويتميز المنتج في هذه المرحلة بكثافته التكنولوجية العالية.
2. **مرحلة النمو**: بعد نجاح المنتج في السوق الأمريكية تبدأ عملية تصديره إلى الدول مرتفعة الدخل مثل الدول الأوروبية واليابان، التي تمتلك مستويات معيشية مماثلة.
3. **مرحلة النضج**: مع انتشار تكنولوجيا إنتاج المنتج تبدأ الدول الصناعية الأخرى في إنتاجه لتلبية احتياجات أسواقها المحلية في هذه المرحلة، يصبح المنتج كثيف الاستخدام لليد العاملة، مما يمنح الدول المقلدة ميزة نسبية قائمة على توفر العمالة منخفضة التكلفة. وهنا، يؤدي التقليد إلى إبطال التفوق التكنولوجي للدولة المبتكرة، مما يحوّل الميزة النسبية من التكنولوجيا إلى العمالة.
4. **مرحلة التقهقر**: يصبح المنتج نموذجيًا ومستهلكا على نطاق واسع، وتقل فرص تحسينه من حيث الشكل أو الأداء. وبسبب انخفاض تكاليف الأجور في دول العالم الثالث، تكتسب هذه الدول ميزة نسبية في إنتاجه فتبدأ في تصديره. وفي المقابل، تتخلى الشركات الأمريكية المبتكرة عن إنتاجه، وتلجأ إلى استيراده بتكلفة أقل، مع التركيز على ابتكار منتجات جديدة، مما يؤدي إلى بداية دورة إنتاج جديدة. (جدو، 2018، صفحة 530)

ثالثا: نظرية التجارة داخل الصناعة

تبرز نظرية وفرة عوامل الإنتاج أن التجارة الدولية تنشأ من اختلاف وفرة الموارد بين الدول، حيث تصدّر كل دولة السلع التي تعتمد على مواردها المتوفرة، إلا أن الواقع يظهر أن معظم التجارة تحدث بين دول متشابهة الموارد وتشمل تبادلا لسلع ضمن نفس الصناعة، وهو ما يعرف بالتجارة داخل الصناعة. وقد طور نموذج لهذا النوع من التجارة عام 1979 من قبل كروغمان وآخرين، ويعتمد على المنافسة الاحتكارية، وفورات الحجم، وتنوع أذواق المستهلكين، ما يفسر التبادل بين دول صناعية متشابهة. ورغم أهمية هذا النموذج في تفسير التجارة الحديثة، إلا أنه يواجه انتقادات، حيث يُظهر الواقع نجاح دول في صناعات معينة دون الاعتماد على وفورات الحجم أو سوق داخلي قوي، مما يضعف بعض فرضياته (جدو، 2018، الصفحات -531-532)

رابعا: نظرية التنوع:

تعتمد نظرية التنوع بشكل أساسي على تأثير مستويات الدخل على حجم التجارة الخارجية. فكلما ارتفع دخل الأفراد في أي دولة، زادت قدرتهم على شراء سلع متنوعة ذات خصائص مختلفة تلبي احتياجاتهم وتفضيلاتهم.

مع ارتفاع الدخل، يزداد الطلب على خصائص معينة في المنتجات، مما يؤدي إلى زيادة الواردات من السلع التي توفر هذه الخصائص. على سبيل المثال، أدت الزيادة المستمرة في أسعار الوقود عالميا إلى ارتفاع الطلب على السيارات الصغيرة الموفرة لاستهلاك البنزين مما زاد من استيرادها من دول معينة متخصصة في إنتاجها.

فالطلب على السلع لا يكون عشوائيا، بل يعتمد على المزايا والخصائص التي يبحث عنها المستهلك لتحقيق أغراض معينة. وتشمل هذه الخصائص اللون الحجم، درجة التوافر القيمة الغذائية، السعر، وغيرها، حيث يختلف كل منتج عن غيره بناءً على هذه العوامل، مما يسهم في تنوع خيارات الاستيراد والتصدير على المستوى الدولي. (بن حركو، 2022، الصفحات 117-118)

المطلب الثالث: السياسات التجارية

تلعب السياسات التجارية دورا محوريا في تنظيم التجارة الخارجية، حيث تستخدمها الدول لتوجيه حركة الاستيراد والتصدير وفقًا لأهدافها الاقتصادية ويتناول هذا المطلب مفهوم السياسات التجارية وانواعها المختلفة، بالإضافة الى ادواتها مثل التعريفات الجمركية، الحصص، والاتفاقيات التجارية، التي تؤثر على تدفق السلع والخدمات بين الدول.

الفرع الأول: تعريف السياسات التجارية

عرفها كتاب الاقتصاد (International Economics Theory and Policy) الذي يعد من عماد كتب الاقتصاد في موضوع العلاقات الاقتصادية الدولية قائلاً " هي مجموع الإجراءات التي تباشرها الدولة في علاقاتها الاقتصادية مع دول العالم الأخرى، شاملة لكل من التبادل السلعي والخدمي وأسعار الصرف والاستثمار، بقصد تحقيق أهداف معينه تتفق مع باقي أهداف السياسات الاقتصادية والسياسة العامة للمجتمع. (الشبري و جياد، 2022)

كما يمكن تعريفها بانها السياسة الاقتصادية التي تطبق في مجال التجارة الخارجية ويقصد بها هي مجموعة الإجراءات التي تطبقها السلطات ذات السيادة في مجال التجارة الخارجية تحقيقاً لأهداف معينة. (عدائكة و السايح، 2018، صفحة 260)

وتعرف أيضا بأنها مجموعة التنظيمات والإجراءات التي تتخذها الدولة من أجل تنظيم قطاع التجارة الخارجية، ولهذه السياسة أهداف محددة وأدوات تساعدها في تحقيق تلك الأهداف. (حساني و بن عبد العزيز، 2023، صفحة 148)

كما يمكننا تعريف السياسة التجارية بأنها مجموعة الإجراءات والتدابير التي تتخذ من طرف الدولة في مجال التجارة الخارجية بأدوات تساعدها في تحقيق اهداف معينة.

الفرع الثاني: أنواع السياسات التجارية

للسياسة التجارية نوعان هما سياسة حرية التجارة وسياسة حماية التجارة

أولا: سياسة حماية التجارة ومبرراتها:

تشير سياسة الحماية التجارية إلى استراتيجية تتبعها الدول بهدف تحقيق العزلة الاقتصادية والاستقلالية. وقد تم تطبيق هذه السياسة بشكل كامل من قبل أنصار المذهب التجاري في القرن الثامن عشر، حيث كانت توفر مزايا تفضيلية للدول التي اعتمدتها في تلك الفترة.

أ- مفهوم سياسة حماية التجارة: تعرف الحماية التجارية على أنها الحالة التي تستخدم فيها الدولة سلطتها العامة للتأثير بطريق أو بآخر على الاتجاه المبادلات التجارية الدولية أو على حجمها أو على الطريقة التي تسوي بها المبادلات أو على هذه العناصر مجتمعة. (سلطاني، 2013، صفحة 49)

ب- مبرراتها:

خلال ثلاثينات القرن العشرين ازداد الاتجاه نحو تبني سياسة الحماية التجارية، حيث لفتت انتباه بعض المفكرين الذين دافعوا عنها، من بينهم الاقتصادي الألماني الشهير فريدريش ليست، الذي ناقشها في كتابه "النظام الوطني للاقتصاد السياسي" عام 1841 ويستند أنصار الحماية التجارية إلى مبررات اقتصادية وغير اقتصادية، حيث لا تعد الاعتبارات الاقتصادية العامل الوحيد الذي تعتمد عليه الدول في تقييد التجارة الدولية أو تحريرها. وتتمثل هذه المبررات فيما يلي:

1. المبررات الاقتصادية: وتتمثل فيما يلي:

1.1 حجة حماية الصناعة الناشئة:

تعد هذه الحجة من أقدم المبررات لحماية الصناعات الناشئة وتقنين التجارة الدولية. حيث تُفرض الحماية الجمركية لهذه الصناعات لأن تكاليف إنتاجها تكون مرتفعة في البداية، مما يجعلها غير قادرة على منافسة المنتجات الأجنبية المماثلة. لذلك، يرى أن من الضروري توفير حماية مؤقتة لها حتى تتمكن من النمو وتحقيق الاستدامة. (سلطاني، 2013، صفحة 50)

2.1 توازن ميزان المدفوعات وتحسين معدل التبادل الدولي:

يمكن للدولة استخدام الحماية التجارية لتحقيق التوازن في الميزان التجاري، مما يسهم في تحسين ميزان المدفوعات ومعدل التبادل الدولي. ويتم ذلك عبر طريقتين رئيسيتين:

- **الرسم القيمي:**

تفرض قيود على الواردات، مثل الرسوم الجمركية، مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتجات الأجنبية، فيضطر المنتجون الأجانب إلى تخفيض الأسعار أو تحمل تكاليف الرسوم. يستفيد المستهلك المحلي من هذه الفروق الاقتصادية، كما تعزز هذه السياسة القوة الشرائية للاقتصاد المحلي. (سلطاني، 2013، صفحة 51)

ومع ذلك، هناك تحديات تواجه هذا النهج بحيث قد لا تؤثر الرسوم الجمركية على المنتجات الأجنبية عالية الجودة، مما يقلل من فعالية الحماية، وأيضا قد تشجع الحماية الصناعة المحلية على الاستثمار في قطاعات غير كفؤة، حيث

تُحدد أسعار المنتجات المحلية بناء على الأسعار المستوردة مضافًا إليها الرسوم الجمركية، مما يعكس تأثير الأسواق الخارجية على الأسعار الداخلية.

- **الأثر الكمي (الحصص والاعانات):**

يتم تحديد كميات معينة للواردات بهدف تقليص العجز التجاري وتنظيم الاحتياجات السوقية. ورغم فعاليته، إلا أن هذا النهج قد يؤدي إلى ارتفاع عمليات التهريب، مما يفاقم العجز التجاري ويؤثر سلبًا على سعر الصرف ومعدل التبادل الدولي.

3.1 الحصول على إيرادات للخزينة العامة:

يمكن للقيود المفروضة على التجارة الدولية أن تساهم في تمويل جزء كبير من نفقات الدولة، مما يقلل الحاجة إلى الضرائب الداخلية. فعلى سبيل المثال، يؤدي فرض رسوم جمركية مرتفعة إلى زيادة إيرادات الدولة، التي يمكن استخدامها في الإنفاق العام أو دعم التنمية، خاصة إذا تم توجيهها لدعم الصناعات المحلية. (سلطاني، 2013، صفحة 52)

4.1 جذب رؤوس الأموال الأجنبية:

تهدف سياسة الحماية التجارية إلى جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، حيث تسعى الشركات الأجنبية إلى تجنب الرسوم الجمركية من خلال الاستثمار داخل الدولة. يؤدي ذلك إلى تعزيز الصناعة المحلية، وزيادة الدخل القومي وتحفيز التشغيل، مما يرفع من مستوى الإنفاق العام ويحسن كفاءة الإنتاج، الا أنه يعاب على هذه الحجة أنها قد تؤدي إلى خروج جزء كبير من الفائض الاقتصادي إلى الخارج، سواء في شكل فوائد القروض أو أرباح المستثمرين الأجانب. ونجاح هذه الاستراتيجية يعتمد على قدرة الدولة على تنظيم وضبط تدفق رؤوس الأموال الأجنبية لضمان تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

5.1 حماية الاقتصاد المحلي من خطر الإغراق:

الإغراق هو بيع السلع في الأسواق الخارجية بأسعار أقل من تكاليف إنتاجها، بينما يتم بيعها محليا بأسعار مرتفعة لتعويض الخسائر. يُستخدم هذا الأسلوب لكسب الأسواق الخارجية على حساب المنتجين المحليين والدوليين.

عند اكتشاف ممارسات إغراقية، تتخذ الدول إجراءات لحماية اقتصادها، مثل فرض رسوم جمركية مرتفعة أو حظر الاستيراد تماما. (سلطاني، 2013، صفحة 53)

2. **المبررات الغير اقتصادية:** ويمكن حصرها في:

- **حجج الدفاع والأمن:** تعد هذه الحجة من أكثر المبررات شيوعًا وتأثيرًا لفرض قيود على التجارة الخارجية حتى آدم سميث، الذي يعتبر الأب الروحي لليبرالية الاقتصادية، أقر بمشروعية هذا الهدف كاستثناء لمبدأ حرية التجارة، حيث كتب مقولة شهيرة بعنوان "الدفاع أكثر أهمية من الثروة". فالدول جميعها معرضة لمخاطر التدخل الأجنبي، ولذلك تسعى إلى تعزيز قدراتها لحماية الصناعات التي تعتبرها استراتيجية لبقائها ودعم استقرارها.
- **حماية القطاع الزراعي:** يؤدي مبدأ الحرية التجارية إلى هيمنة المنافسة الدولية، مما قد يتسبب في تضرر القطاع الزراعي المحلي، خاصة إذا كانت المنتجات الزراعية المستوردة أقل تكلفة.
- **الحجج الدينية والأخلاقية:** تتعارض تجارة بعض السلع والخدمات مع أخلاقيات المجتمع وعقيدته، مما يؤدي إلى حظرها، كما هو الحال في تجارة الخمور والمخدرات في البلدان الإسلامية. (روابح، 2018، صفحة 106)

ثانيا: سياسة حرية التجارة ومبرراتها

أ- مفهوم سياسة حرية التجارة:

يطلق اصطلاح حرية التجارة على الوضع الذي لا تتدخل فيه الدولة في العلاقات التجارية الدولية، هذا النوع من السياسة هو التطبيق الدولي للمذهب الاقتصادي الحر.

يرتبط نظام حرية التجارة بفكرة التوافق بين مصالح الفرد ومصالح المجتمع، فإذا توفرت للفرد حرية العمل لتحقيق مصالحه تتحقق مصالح المجتمع بصفة آلية، فالحرية لا تعني بالضرورة ضمان القدرة الحالية للفرد في الحصول على السلع وإنما إبراز دوافعه وطاقاته للحصول على نفس القدرة في المستقبل. (سموك، 2019، صفحة 70)

ب- مبرراتها:

على عكس المذهب الحمائي، استطاع أنصار حرية التجارة تقديم مبررات اقتصادية ساعدت تأييد موقفهم بضرورة تحرير التجارة الدولية. وفيما يلي عرض موجز لأهم هذه الحجج:

1. تمحور الحجة الرئيسية لأنصار تحرير التجارة الدولية حول الاستفادة من تقسيم العمل والتخصص الدولي في الإنتاج، حيث تتخصص كل دولة في إنتاج السلع التي تتمتع فيها بتفوق نسبي. يعزز هذا التخصص الكفاءة الاقتصادية ويزيد من الإنتاج العالمي باستخدام أقل قدر من الموارد. ويعتمد مدى التخصص الدولي على حجم السوق المتاح للتبادل، مما يجعل توسيع التجارة الدولية شرطا أساسيا لتحقيق هذا الهدف، وهو ما يصعب تحقيقه في ظل القيود التجارية. (سموك، 2019، صفحة 70)

2. يساهم تحرير التجارة في تعزيز المنافسة بين الصناعات الوطنية والأجنبية، مما يدفع الصناعات إلى التطوير المستمر للحفاظ على قدرتها التنافسية. أما تقييد التجارة وحماية الصناعة الوطنية فيؤدي إلى عزلة الإنتاج المحلي، مما يسبب الجمود ويحد من الابتكار والتجديد، خاصة إذا استمرت الحماية لفترة طويلة.

3. يساهم تحرير التجارة في تحقيق مصلحة المستهلكين من خلال تزويدهم بحرية الاختيار بين السلع الوطنية والأجنبية، مما يتيح لهم الحصول على منتجات ذات جودة عالية وأسعار منخفضة. بالمقابل، يؤدي تقييد التجارة إلى تضرر مصلحة المستهلكين، إذ يضطرون لشراء المنتجات الوطنية بغض النظر عن جودتها أو أسعارها، مما يقلل من قدرتهم على تحقيق أقصى استفادة. (سموك، 2019، صفحة 71)

4. يرى أنصار حرية التجارة أن الحماية تعزز قدرة المنتجين على إقامة احتكارات محلية، حيث يصبحون محميين من المنافسة الأجنبية، مما يسمح لهم بفرض أسعار مرتفعة على المستهلكين. بالإضافة إلى ذلك، يؤدي غياب المنافسة إلى ضعف الحافز للابتكار والتطوير وتحسين جودة المنتجات، مما يؤثر سلبًا على الاقتصاد والمستهلكين على المدى الطويل.

5. تؤدي القيود الجمركية إلى تقليص حجم التجارة الدولية، حيث يقلل الحد من الواردات من حجم الصادرات أيضًا. وعندما تتبنى دولة أو مجموعة من الدول سياسات تجارية تقييدية، فإن الدول الأخرى غالبًا ما ترد بإجراءات مماثلة استنادًا إلى مبدأ المعاملة بالمثل، مما يؤدي إلى انكماش التجارة الدولية ويقلل من المنافع الاقتصادية المشتركة بين الدول.

6. تؤدي حماية الصناعات الوطنية من المنافسة الأجنبية إلى تراجع الدخل الوطني، حيث يتم توجيه عوامل الإنتاج نحو قطاعات لا تمتلك فيها الدولة ميزة إنتاجية عالية. كما ينخفض الدخل الحقيقي للأفراد، إذ يُجبرون على شراء السلع المحلية بأسعار مرتفعة مقارنة بالبدائل الأجنبية، مما يقلل قدرتهم الشرائية ويحد من رفاهيتهم الاقتصادية.

7. يساهم تحرير التجارة الخارجية في إزالة التشوهات التجارية، مما يعزز المنافسة داخل الاقتصاد. من خلال الانفتاح على الأسواق العالمية، يجد المنتجون المحليون أنفسهم مجبرين على تحسين كفاءتهم الإنتاجية لمواكبة المنافسة، مما يؤدي إلى رفع جودة المنتجات، وتحسين الأداء الاقتصادي، وتعزيز النمو على المدى الطويل. (سموك، 2019، صفحة 72)

الفرع الثالث: أدوات السياسات التجارية

تتنوع أدوات السياسة التجارية وفقًا للنظام الاقتصادي المعتمد، حيث تستخدم للتأثير على حركة التجارة الخارجية بما يحقق مصالح الدولة وأهدافها. ويمكن تصنيف هذه الأدوات إلى وسائل سعرية كمية، وتنظيمية.

أولا: الأدوات السعرية:

يؤثر هذا النوع من الأدوات على أسعار السلع المصدرة والمستوردة، ومن أبرزها ما يلي:

أ- الرسوم الجمركية:

الرسم الجمركي هو مبلغ من المال تفرضه الدولة على السلعة عند عبورها للحدود السياسية للدولة سواء كانت صادرات أو واردات وغالبا ما تكون مفروضة على الواردات، أما الضريبة على الصادرات فتكون في حالات استثنائية فقط، مثال ذلك من أجل توفير رغبات السوق المحلي في حالة السلع النادرة أو عندما تقوم الدول بحضر جزئي للتعامل مع دولة معينة.

إلا أنه في غالب الأمر يتم فرض الضرائب على الواردات، أي السلع الداخلة إلى الدولة من أجل أهداف محددة والتي من أهمها حماية الصناعات المحلية والمنتجين المحليين، والأمر الثاني هو توفير موارد مالية إضافية للدولة، (ملال، 2021، صفحة 37)

ويمكن تصنيفها إلى عدة أنواع وهي:

1. **الرسوم النوعية:** التي تفرض في شكل مبلغ ثابت على كل وحدة من السلع على أساس الخصائص المادية للسلعة كالوزن، الحجم .... الخ؛
2. **الرسوم القيمية(النسبية):** وهي التي تفرض بنسبة معينة من قيمة السلعة سواء كانت صادرات أو واردات أي تفرض عادة في شكل نسبة مئوية لذلك من المهم جدا التأكد من القيمة الفعلية للسلعة عن طريق تكوين فرق مختصة على مستوى الجمارك من أجل التحقق من القيمة الحقيقة للسلعة بحيث يتم الاتصال مع الموردين في الدولة المصدرة
3. **الرسوم المركبة:** وتتكون هذه الأخيرة من الرسوم الجمركية النوعية والقيمية.

ب- نظام الإعانات: هو نظام لتشجيع الصادرات ويعرف على أنه كافة المزايا والتسهيلات والمنح النقدية التي تمنح للمنتج الوطني لكي يكون في وضع تنافسي للولوج إلى الأسواق الخارجية أو داخل الأسواق الداخلية.

إلا أنه في بعض الأحيان يقابل هذا النظام قيام الدول الأخرى من فرض رسوم إضافية، تعرف بالرسوم التعويضية على دخول السلع المدعمة إلى أسواقها الداخلية، من أجل المحافظة أيضا على الوضع التنافسي لمنتجيها. (ملال، 2021، الصفحات 37-38)

ت- الإغراق: يعتبر الإغراق أحد الوسائل التي تتبعها الدولة أو المشروعات الاحتكارية للتمييز بين الأسعار السائدة في الداخل، وتلك السائدة في الخارج، حيث تكون هذه الأخيرة منخفضة عن السعر الداخلي للسلعة مضافاً إليها نفقات النقل وغيرها من النفقات المرتبطة بانتقال السلعة من السوق الوطنية إلى الأسواق الأجنبية، ويمكن تصنيف الإغراق إلى ثلاثة أنواع وفقا لمدة استمراره كالاتي:

1. الإغراق العارض: وهذا النوع يظهر بظروف طارئة مثل الرغبة في التخلص من فائض الإنتاج السعلة معينة في آخر موسم من المواسم بحيث تعرض في الأسواق الخارجية بأسعار منخفضة، وكذلك خطأ لمنتجين الوطنيين في تقديرهم لنطاق السوق الداخلية واضطرارهم إلى التخلص من فائض الإنتاج في الخارج، حتى لا يضطرون إلى خفض أسعارهم في الداخل ثم العمل بعد ذلك على رفعها.

2. الإغراق قصير الأجل: ويهدف إما لتحقيق غرض معي وينتهي بتحقيق هذا الغرض مثال ذلك تخفيض مؤقت لأسعار البيع بقصد فتح سوق أجنبية، ويتميز الإغراق قصير الأجل بأنه قد يكون على نطاق يحمل المغرق خسارة كبيرة ولكنه يقبل تحملها حتى يتحقق غرضه ثم يعود محاولا تعويض ما أصابه من خسارة. (عابي، 2019، الصفحات 52-53)

3. الإغراق الدائم: يحدث هذا الإغراق نتيجة تمتع المنتج باحتكار فعلي وقوي نتيجة حصوله على امتياز لإنتاج سلعة ما من الحكومة أو نتيجة لكونه عضوا في اتحاد المنتجين الذين لهم صبغة احتكارية، كما يشترط أن تكون هناك ضرائب جمركية عالية على استيراد نفس السلعة من الخارج. (ملال، 2021، صفحة 38)

ث- الرقابة على الصرف: يقصد بنظام الرقابة على الصرف أن تفرض الدولة قيودًا على الكمية المحدودة من النقد الأجنبي بين العارضين (من يملكون العملات الأجنبية) وطالبيها (من يرغبون في الحصول عليها). يتم ذلك من خلال منافذ معينة لتقليل الطلب على النقد الأجنبي، بحيث يتم حصره ضمن الكمية المعروضة. يتطلب ذلك وجود هيئة أو سلطة مركزية في الدولة تقوم بالصرف الأجنبي وتوزيع العملات وفقًا لقواعد ونظم خاصة، مما يخلق احتكارًا رسميًا للصرف الأجنبي. ووفقًا لهذا النظام، تتوقف درجة الرقابة على درجة الاحتكار. تم تطبيق هذه الرقابة لأول مرة في ثلاثينيات القرن الماضي، ثم أصبحت شائعة في تنظيم العلاقات الاقتصادية الدولية بعد الحرب العالمية الثانية، حيث اعتمدتها معظم دول العالم. (عابي، 2019، الصفحات 51-52)

ج- **تخفيض سعر الصرف**: سعر الصرف هو النسبة التي يتم بموجبها مبادلة عملة معينة بعملة أخرى، ويحدد عدد الوحدات من عملة معينة اللازمة للحصول على وحدة من عملة أخرى. عندما يتم تخفيض سعر صرف العملة المحلية، يؤدي ذلك إلى خفض أسعار السلع المصدرة بالنسبة للأجانب، مما يزيد من الطلب على الصادرات ويعزز التبادل التجاري. كما أن تخفيض سعر الصرف يؤثر على جميع بنود ميزان المدفوعات، مثل الصادرات والواردات، وحركة رؤوس الأموال، والقروض، والاستثمارات، حتى يتحقق التوازن. هذه الظاهرة قد تعرف أيضًا بحرب العملات. (ملال، 2021، صفحة 39)

ثانيا: الأدوات الكمية: ويمكن اجمالها في:

أ- **نظام الحصص**: هو آلية تحدد من خلالها الكميات أو القيم القصوى للسلع التي يمكن استيرادها خلال فترة زمنية معينة، ويتم توزيع هذه الحصص على المستوردين، وفي بعض الحالات على المصدرين. يهدف هذا النظام إلى التحكم في حركة التجارة الخارجية عن طريق فرض قيود على حجم التجارة. بدأ تطبيقه بعد الحرب العالمية الأولى وأزمة الكساد الكبير. ومع ذلك، يواجه هذا النظام انتقادات تتعلق بصعوبة توزيع الحصص بين الدول والمستوردين المحليين، مما قد يؤدي إلى بيروقراطية وزيادة التعقيدات. (ملال، 2021، صفحة 39)

ب- **تراخيص الاستيراد**: ويتبلور في عدم السماح باستيراد بعض السلع إلا بعد الحصول على ترخيص سابق من الجهة الإدارية المختصة بذلك والتي تمنح هذه التراخيص في حدود الحصة المقررة بلا قيد ولا شرط وقد تصدر تراخيص الاستيراد وفق أسس معينة كتحديد حصة التاجر على أساس المستورد من السلعة في فترة زمنية سابقة، وقد تعمد الدولة إلى بيع هذه التراخيص بالمزاد مما يمنح اشتراك الدولة في الأرباح الناتجة عن الاستيراد. (روابح، 2018، صفحة 109)

ت- **الحظر**:

ويعرف على أنه: قيام الدولة يمنع التعامل مع الأسواق الدولية وقد يكون على الصادرات أو الواردات أو كليهما. ويمكن أن يأخذ شكلين رئيسيين:

1. **الحظر الكلي**: وهو أن تمنع الدولة كل تبادل تجاري بينها وبين الخارج، أي اعتمادها سياسة الاكتفاء الذاتي، بمعنى عيشها منعزلة عن العالم الخارجي.
2. **الحظر الجزئي**: وهو قيام الدولة يمنع التعامل مع الأسواق الدولية بالنسبة لبعض الدول وبالنسبة لبعض السلع. (روابح، 2018، صفحة 110)

ثالثا: الأدوات التنظيمية:

وتتضمن بين المعاهدات والاتفاقيات التجارية، واتفاقيات الدفع:

أ- **المعاهدات والاتفاقيات التجارية:** والمعاهدة التجارية هي: اتفاق تعقده الدولة مع غيرها من الدول من خلال أجهزتها الدبلوماسية بغرض تنظيم العلاقات التجارية فيما بينها تنظيما عاما يشمل بجانب المسائل التجارية والاقتصادية أمرا ذات طابع سياسي أو إداري، ويتميز الاتفاق التجاري وهو تعاقد يتناول أمور تفصيلية تتعلق بالتبادل التجاري بين بلدين عن المعاهدات التجارية بقصر مدته حيث يغطي عادة سنة واحدة، وقد تعقد الاتفاقات التجارية عن طريق وزارات الاقتصاد أو التجارة الخارجية، وتتضمن عناصر تتفاوت بحسب الأحوال كالإشارة إلى الإجراءات التي تتبع في التبادل التجاري أو تحديد الكميات أو القيم أو بيان المنتجات التي تدخل في نطاق المبادلة بين الدولتين.

ب- **اتفاقات الدفع:** هي ترتيبات تبرم بين دولتين، غالبا ما تتبعان نظام الرقابة على الصرف، لتنظيم تسوية المدفوعات التجارية وغيرها بينهما. يتم من خلالها قيد المدفوعات المتبادلة في حسابات مقاصة بدلا من تحويل العملات الأجنبية، ويحدد الاتفاق العملة المستخدمة في العمليات، وسعر الصرف المعتمد، وأنواع المعاملات المسموح بها، بالإضافة إلى مدة الاتفاق وكيفية تجديده أو تعديل بنوده. ويُعد هذا النظام وسيلة لتقنين العلاقات التجارية وتقليل الضغط على الاحتياطات من النقد الأجنبي.

ت- **التكتلات الاقتصادية:** تنشأ كرد فعل للقيود المفروضة على التجارة الدولية، وتسعى إلى تحرير التجارة جزئيا بين مجموعة محدودة من الدول تتخذ هذه التكتلات أشكالاً مختلفة وفقًا لمستوى الاندماج الاقتصادي بين الأعضاء وتهدف إلى إزالة العوائق التنظيمية وتعزيز التعاون الاقتصادي.

ث- **الحماية الإدارية:** هي مجموعة من الإجراءات الاستثنائية التي تتخذها السلطات الإدارية بهدف إعاقة الاستيراد وحماية السوق المحلية. تعتبر هذه الوسيلة أكثر تشددا من التدابير الحمائية التقليدية، حيث لا تعتمد على رسوم جمركية صريحة، بل على قيود تنظيمية وإدارية. (روابح، 2018، صفحة 111)

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الركائز الأساسية في العصر الرقمي، حيث تسهم في تسهيل نقل المعلومات وتعزيز التواصل بين الأفراد والمؤسسات. ويتناول هذا المبحث مفهوم هذه التكنولوجيا، مكوناتها الرئيسية، إضافةً إلى المؤشرات التي تعكس مدى تطورها.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

مرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بخمس مراحل أساسية، بدأت باختراع الكتابة، ثم الطباعة التي وسّعت نطاق نشر المعلومات، تلتها وسائل الاتصال المسموعة والمرئية مثل الهاتف والراديو والتلفاز. ثم جاء الحاسوب فسهّل معالجة المعلومات، إلى أن وصلت التكنولوجيا لمرحلة دمج الحواسيب بالاتصالات، مما أدى إلى ظهور الإنترنت ونقل البيانات بسرعة عبر العالم. (نبار، 2018، الصفحات 89-90)

الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يعرف المعجم الموسوعي المصطلحات المكتبات والمعلومات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها " تقنيات الحصول على المعلومات واختزانها وبثها وذلك باستخدام توليفة من المعدات الميكروالكترونية الحاسبة والاتصالية عن بعد". (زرزار و غياد، 2014، صفحة 29)

ويمكن تعريفها على أنها: "هي كل التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها، والتي تستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة." (بكوش، بناولة ، و بوعبدلي ، 2017، صفحة 20)

وتعرف أيضا بأنها" جميع ما يستخدم من أجهزة الحاسوب وبرامجه والتي تساعد في تحقيق ضمان أمن كافة المعلومات وتخزينها وتوريدها ووضعها موضع الاستخدام من قبل المستويات الإدارية، والتي تمكنهم من تبادل المعلومات والتراسل بعضهم مع بعض من أجل الوصول إلى أعلى مستوى من الكفاءة الإنتاجية". (غول، 2016، صفحة 38)

وحسب تعريف الأغذية والزراعة للأمم المتحدة (FAO): يشير مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى جميع تقنيات الاتصال، بما في ذلك الإنترنت الشبكات اللاسلكية، الهواتف المحمولة، الحواسيب، البرمجيات، البرمجيات الوسيطة، مؤتمرات الفيديو شبكات التواصل الاجتماعي، وغيرها من التطبيقات والخدمات الإعلامية التي تمكن المستخدمين من الوصول إلى المعلومات واسترجاعها وتخزينها ونقلها ومعالجتها بصيغة رقمية. (تم الاطلاع عليه (13 ,05 2025 من https://aims.fao.org)

ويمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال اعتمادا على ما سبق:

"مجموعة التقنيات التي تمكن من تبادل وجمع وتخزين المعلومات وذلك بالاستعانة بالأجهزة والبرامج الحاسوبية"

الفرع الثاني: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتمتع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعدة خصائص نذكر منها: (وهيبة، 2017، الصفحات 99-100)

- **التفاعلية Interactivity**:

تشير هذه السمة إلى أن المرسل والمستقبل يتبادلان الأدوار بشكل متزامن حيث يمكن لكل منهما إرسال واستقبال المعلومات في نفس الوقت. ولهذا، يطلق على الأطراف المتفاعلة في عملية الاتصال مصطلح "المشاركون" بدلاً من "المصادر" أو "المستقبلين"، مما يعكس الطابع التشاركي للتفاعل.

كما أدخلت التفاعلية مفاهيم جديدة في مجال الاتصال مثل: الممارسة الثنائية التبادل التحكم والمشاركة. ومن الأمثلة على ذلك بعض أنظمة النصوص المتلفزة التي تتيح للمستخدمين التفاعل مع المحتوى بشكل مباشر.

- **اللاجماهيرية**:

تعني أن الرسالة الاتصالية لم تعد موجهة إلى الجماهير الضخمة كما كان الحال في الماضي، بل يمكن أن ترسل إلى فرد معين أو مجموعة محددة. كما تشير إلى درجة التحكم في نظام الاتصال، حيث تنتقل الرسالة مباشرة من منتجها إلى مستهلكها دون الحاجة إلى وسيط جماهيري واسع.

- اللاتزامنية:

تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في الأوقات التي تناسب المستخدم، دون الحاجة إلى تواجد جميع المشاركين في نفس الوقت على سبيل المثال، في أنظمة البريد الإلكتروني، يمكن إرسال الرسالة مباشرة إلى المستقبل في أي وقت، دون الحاجة إلى أن يكون متصلاً لحظة الإرسال.

- **قابلية التحرك أو الحركية (Mobility)**:

تشير هذه السمة إلى إمكانية استخدام وسائل الاتصال المختلفة أثناء التنقل، دون التقيد بمكان ثابت. فقد أصبح بالإمكان التواصل من أي موقع عبر أجهزة متنقلة مثل التلفزيون النقال هاتف السيارة أو الطائرة، الهاتف المدمج في ساعة اليد، وآلات تصوير المستندات الصغيرة خفيفة الوزن.

كما تشمل هذه التقنيات أجهزة الفيديو المحمولة الفاكسميل الذي يمكن وضعه في السيارة، والحواسيب المحمولة المزودة بطابعات، مما يتيح للمستخدمين أداء مهامهم الاتصالية أثناء الحركة بكل سهولة ومرونة.

- **قابلية التحويل:**

تشير هذه السمة إلى قدرة وسائل الاتصال على تحويل المعلومات من وسيط إلى آخر، مثل تحويل الرسائل الصوتية إلى نصوص مكتوبة، أو العكس. وتعد هذه التقنية خطوة نحو تطوير أنظمة الترجمة الآلية التي بدأت ملامحها بالظهور في أنظمة مثل "مينيتيل" الفرنسي.

- **قابلية التوصيل :Connectivity**

تعني هذه السمة إمكانية ربط الأجهزة الاتصالية بمختلف أنواعها مع مجموعة واسعة من الأجهزة الأخرى، بغض النظر عن الشركة المصنعة أو بلد المنشأ.

- **الشيوع أو الانتشار (Ubiquity)**

يشير هذا المفهوم إلى الانتشار الواسع والمنهجي لوسائل الاتصال عبر العالم وداخل مختلف فئات المجتمع. فكل تقنية جديدة تبدأ كرفاهية، لكنها سرعان ما تتحول إلى ضرورة كما حدث مع الهاتف والفاكسميل.

كلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة، ارتفعت قيمة النظام الجميع الأطراف المعنية. ويرى ألفين توفلر أن من مصلحة الأثرياء توسيع نطاق أنظمة الاتصال الجديدة لتشمل الجميع بدلاً من استبعاد الفئات الأقل ثراء، حيث يسهم ذلك بشكل غير مباشر في تحسين الخدمات المقدمة حتى لغير القادرين على تحمل تكاليفها.

- **الكونية Globalization:**

تشير الكونية إلى الطابع العالمي لوسائل الاتصال، حيث أصبحت المعلومات تتحرك بحرية عبر الحدود الدولية، متبعة المسارات المعقدة التي يسلكها رأس المال الإلكتروني. يمكن للمعلومات أن تنتقل من أقصى نقطة في العالم إلى أدناها في أجزاء من الألف من الثانية، مما يعكس التشابك العميق بين أنظمة الاتصال والتدفقات المالية الدولية. كما تتيح الكونية متابعة الأحداث العالمية لحظة بلحظة. (وهيبة، 2017، صفحة 100)

الفرع الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتجلى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يلي:

- تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال ذات أثر كبير في تحديد طبيعة أنشطة المؤسسة وتوجيهها الاستراتيجي، من خلال ما توفره من فرص وابتكار تخصصات ومجالات عمل جديدة. وتبرز أهميتها كذلك في مساعدة المؤسسة على اكتشاف فرص عمل جديدة والحصول على المعلومات الضرورية لأداء أعمالها بكفاءة وفعالية.
- تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال القاعدة الأساسية التي تبني عليها المؤسسات ميزتها التنافسية، نظراً لدورها الحيوي في نجاحها. كما تسهم في تغيير الطريقة التي تعمل بها المؤسسات، وإعادة تشكيل منتجاتها وخدماتها بما يتناسب مع متطلبات العصر.
- ساعدت أيضا على ظهور ما يعرف بالمؤسسات الافتراضية، التي تعتمد بشكل أساسي على تكنولوجيا المعلومات في إنجاز أعمالها. ومن بين الفوائد الاقتصادية التي تقدمها، أنها تساهم في تقليل التكاليف من خلال السرعة والدقة والثبات والموثوقية، مما ينعكس إيجابا على كفاءة الأداء.
- وتتجلى الأهمية الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في مساهمتها بتحقيق تحسينات جذرية في العمليات التشغيلية والتسويقية والإدارية داخل المؤسسة. وهذا بدوره يؤدي إلى تخفيض التكاليف، وتحسين جودة الخدمات والمنتجات، وتطوير منتجات مبتكرة قادرة على تلبية احتياجات أسواق جديدة ومتطورة.
- أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تعد من العوامل الأساسية في الإنتاج، لما لها من دور فعال في زيادة الإنتاجية وتوفير المزيد من فرص العمل. (غول، 2016، الصفحات 60-61-62)

المطلب الثاني: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

لإمكانية توظيف وتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال يجب توفر المتطلبات الاتية:

الفرع الأول: المتطلبات التقنية والبشرية

المتطلبات التقنية والبشرية ضرورية لنجاح أي منظومة، حيث يعتمد الأداء على توفر الأدوات المناسبة والكفاءات القادرة على استخدامها بفعالية وتشمل:

أولا: المتطلبات التقنية

وهي:

أ- **العناصر المادية:**

- **الوحدة المركزية:**

وتتكون بدورها من الوحدة الأم والمعالج الذي يعتبر عقل الكمبيوتر، حيث يقوم بتنفيذ كل العمليات الحسابية والمنطقية، إضافة إلى وحدة الذاكرة الرئيسية التي تقوم بتخزين تعليمات البرامج والمعطيات قيد المعالجة كما توجد أسلاك التوصيل التي تربط بين مختلف الأجزاء.

- **اللواحق:**

وتتكون من وحدات الإدخال ووحدات الإخراج، فوحدات الإدخال هي الأجهزة المسؤولة عن إدخال التعليمات المطلوب تنفيذها والمعطيات المطلوب معالجتها، كلوحة المفاتيح الفارة الميكروفون ... الخ، أما وحدات الإخراج فهي التي تقوم بنشر النتائج المعالجة من الوحدة المركزية مثل: شاشة الحاسوب، الطابعة ... الخ.

- **الذاكرات الثانوية:**

إن توقف الحاسوب لأي سبب يؤدي إلى فقد المعلومات الموجودة بالذاكرة مباشرة، لذا لابد من استعمال ذاكرات تسمح بحفظ المعلومات بصفة دائمة وتتمثل في: القرص الصلب الأقراص المرنة، الأقراص المضغوطة ... الخ. (بوطورة، بوطورة، و الوافي، 2020، صفحة 59)

ب- **العناصر الغير المادية:**

وتتمثل في:

- **برمجيات النظم:**

وهي عبارة عن مجموعة من البرامج التي تجهز عادة من قبل مؤسسات تصميم وتصنيع البرامج، وتستخدم كوسائل مساعدة في تشغيل واستخدام الحاسوب من خلال تبسيط استخدامه في تنفيذ المهام المختلفة.

- **برمجيات التطبيقات:**

وهي التي تكون موجهة لإنجاز مجموعة من الوظائف المحدودة ويطلق على كل مجموعة من هذه البرمجيات باسم الحزم البرمجية، فمنها ما هو متخصص في معالجة النصوص، ومنها ما هو متخصص في الرسم والتصميم الهندسي.

- **الاتصالات:**

وهي العملية التي من خلالها يتم نقل وتبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر في موقع جغرافي أو مكان محدد وتنقسم إلى نوعين: الوسائل السلكية للاتصالات والوسائل اللاسلكية للاتصالات. (بوطورة، بوطورة، و الوافي، 2020، صفحة 58)

ثانيا: المتطلبات البشرية

وتضم الأفراد الذين سيقومون بإدارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات سواء ممن هم إداريين أو متخصصين، إذ أن أهمية العنصر البشري التي تقوم باستخدام تكنولوجيا المعلومات تفوق أهمية المستلزمات المادية إذ أن أغلب حالات الفشل أو النجاح في تطبيق تكنولوجيا المعلومات تتوقف على العنصر البشري. (بوطورة، بوطورة، و الوافي، 2020، صفحة 59)

الفرع الثاني: المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية

تعد المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية أساسا مهما لتهيئة البيئة المناسبة لتنفيذ أي مشروع أو مبادرة. (يسرى، 2010، صفحة 331)

أولا: المتطلبات الاقتصادية

تشمل المتطلبات الاقتصادية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال عدة جوانب أساسية، أبرزها ضرورة تخصيص مبالغ مالية كافية لدعم أنشطة البحث والتطوير في هذا المجال الحيوي، مما يساهم في ابتكار حلول رقمية تتماشى مع متطلبات العصر. كما يتعين دعم الصناعة المعلوماتية وبنيتها التحتية من خلال توفير الإمكانيات والتجهيزات اللازمة، وتعزيز الكفاءات التقنية. إلى جانب ذلك، يعد تشجيع الاستثمار في قطاع تكنولوجيا المعلومات من العوامل الجوهرية لدفع عجلة التحول الرقمي، من خلال خلق بيئة محفزة لجذب رؤوس الأموال وتمويل المشاريع التكنولوجية الناشئة.

ثانيا: المتطلبات الاجتماعية

تتطلب الجوانب الاجتماعية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال تعزيز العمل الجماعي والتعاون بين فرق العمل وتشجيع الأفراد على تقبل التغيير الفني، إضافة إلى تهيئة ثقافة تنظيمية جديدة تتماشى مع متطلبات بيئة المعلوماتية والابتكار.

الفرع الثالث: المتطلبات الإدارية والقانونية والتشريعية

تعد المتطلبات الإدارية والقانونية والتشريعية من الأسس الضرورية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتتمثل في:

أولا: المتطلبات الإدارية

تشمل المتطلبات الإدارية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة تعيين قيادات إدارية تمتلك القدرة على إدارة التغيير وقيادة عمليات التحول الرقمي بفعالية. كما يتطلب الأمر اعتماد هياكل تنظيمية مرنة ولا مركزية تتيح سرعة اتخاذ القرار والاستجابة للتغيرات التكنولوجية. ومن المهم أيضًا إنشاء وحدات متخصصة تتولى مسؤولية تطوير وإدارة متطلبات تقانة المعلومات داخل المؤسسة، بما يضمن التكامل بين الجوانب التقنية والإدارية بالإضافة إلى ذلك يعد إعادة هندسة الأعمال والعمليات داخل المنظمة خطوة أساسية لإعادة تصميمها بما يتماشى مع متطلبات بيئة العمل الرقمية ويحقق الكفاءة والفعالية.

ثانيا: المتطلبات القانونية والتشريعية

تشمل المتطلبات القانونية والتشريعية لتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة إصدار قوانين وتنظيمات واضحة تنظم عمليات التبادل عبر قنوات التقنية الرقمية، بما يضمن حماية حقوق ومصالح جميع الأطراف المعنية. كما يستوجب الأمر توفير مقومات فعالة لضمان الأمن السيبراني وحماية الخصوصية على الشبكات، بهدف خلق بيئة رقمية آمنة وموثوقة. إضافة إلى ذلك، يعد احترام حقوق الملكية الفكرية وتوفير الأطر القانونية الكفيلة بحمايتها من الركائز الأساسية التي تدعم استخدام تكنولوجيا المعلومات وتضمن استدامتها بطريقة قانونية ومنضبطة.

المطلب الثالث: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يقوم الاتحاد الدولي للاتصالات، بتفويض من القمة العالمية لمجتمع المعلومات، بوضع مجموعة من المؤشرات لقياس وتقييم أحدث التطورات في تكنولوجيا المعلومات والاتصال. وتعتمد هذه المؤشرات على بيانات قابلة للمقارنة دوليا ومنهجيات متفق عليها، مما يتيح تقييما موضوعيًا لأداء الدول في هذا المجال. (يحياوي و لحسيني ، 2017، الصفحات 421-423)

وتهدف هذه المؤشرات إلى:

- تحديد مدى تقدم الدول في تبني وتطوير التكنولوجيا .
- تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين وتطوير.

وتتمثل هذه المؤشرات في:

أولا: مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

أ- **المؤشر الفرعي الأول:** النفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يقيس هذا المؤشر مدى توفر وإمكانية الوصول إلى خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ويشمل عدة عوامل رئيسية منها:

- عدد اشتراكات الهاتف الثابت والمحمول لكل 100 نسمة.
- عرض النطاق الدولي للإنترنت لكل مستخدم إنترنت.
- النسبة المئوية للأسر التي تمتلك حاسوبا.
- النسبة المئوية للأسر التي لديها اتصال بالإنترنت.

ب- **المؤشر الفرعي الثاني:** استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يركز هذا المؤشر على مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجتمع، ويشمل:

- النسبة المئوية للأفراد الذين يستخدمون الإنترنت.
- عدد اشتراكات الإنترنت لكل 100 نسمة.
- عدد الاشتراكات في خدمة النطاق العريض السلكي واللاسلكي لكل 100 نسمة.

ت- **المؤشر الفرعي الثالث:** المهارات في تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

يركز هذا المؤشر على مدى تأهيل الأفراد لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وذلك من خلال قياس:

- معدل الإلمام بالقراءة والكتابة لدى البالغين.
- المعدل الإجمالي للالتحاق بالتعليم الثانوي.
- المعدل الإجمالي للالتحاق بمؤسسات التعليم العالي.

ثانيا: مؤشر رقم أعمال قطاع الاتصالات:

يعكس هذا المؤشر مدى توسع وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مختلف الدول، وذلك من خلال قياس مدى تأثيرها في الاقتصاد الوطني. ويُحدد ذلك بناءً على مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، مما يظهر مدى اندماج التكنولوجيا في مختلف القطاعات ومدى تأثيرها على التنمية الاقتصادية.

المبحث الثالث: نواتج تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال التجارة الخارجية

أدى توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تطوير مجال التجارة الخارجية من خلال تحسين الكفاءة وتوسيع الأسواق. ومن أبرز نواتجه الحكومة الإلكترونية التي سهلت الإجراءات، والتجارة الإلكترونية التي فتحت أسواقا عالمية جديدة، والتسويق الإلكتروني الذي عزز من فعالية الترويج للمنتجات والخدمات.

المطلب الأول: الحكومة الالكترونية

أصبحت الحكومة الإلكترونية من الأدوات الحديثة التي تسهم في تحسين كفاءة الخدمات العامة، من خلال توظيف التكنولوجيا لتقديم خدمات سريعة وشفافة للمواطنين. ويتناول هذا المطلب تعريف الحكومة الإلكترونية، عناصرها الأساسية، بالإضافة إلى أبرز التحديات التي قد تواجه تنفيذها وتحول دون تحقيق أهدافها المنشودة.

الفرع الأول: مفهوم الحكومة الالكترونية

نشأت الحكومة الإلكترونية نتيجة تفاعل عوامل متعددة، أبرزها العولمة التي ساهمت في توحيد الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية عالميًا. وتطورت عبر مراحل بدأت في الستينيات باستخدام الحواسيب الكبيرة في الهيئات الحكومية، ثم ظهرت مراكز معالجة المعلومات في الثمانينيات، وتلاها تطور تقني كبير في التسعينيات مع انتشار الإنترنت والحواسيب الشخصية. ومع مطلع الألفية، بدأ اعتماد الدول على التكنولوجيا في تقديم الخدمات الحكومية، وصولا إلى العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين حيث أصبحت الحكومة الإلكترونية واقعًا متقدمًا في العديد من الدول، يشكل جزءًا أساسيًا من الإدارة العامة. (مسعي و زناتي، 2019، الصفحات 66-67)

اولا: تعريف الحكومة الالكترونية

تتعدد التعاريف والمفاهيم المرتبطة بالحكومة الإلكترونية ومن أبرزها ما يلي:

تشير الحكومة الإلكترونية الى أن المواطن العادي والمستفيد يستطيع طلب جميع الخدمات الحكومية بشكل ذاتي والكتروني، من خلال جهة واحدة وعن طريق قنوات مختلفة في أي وقت يشاء، ومن أي مكان يوجد به وبشكل مباشر وسريع وسهل، متخطيا كل عقبات الروتين. (دوباخ، 2021، صفحة 336)

وتعرف الحكومة الإلكترونية بأنها" استخدام التكنولوجيا وخاصة تطبيقات الإنترنت المبنية على شبكة المواقع الإلكترونية، لدعم وتعزيز الحصول على المعلومات الحكومية وتوصيلها، وخدمة الموطنين قطاع الأعمال، الموظفين، والدوائر الحكومية الأخرى بشفافية عالية وبكفاءة فعالة وبعدالة". (عيسات و رشام، 2022، صفحة 85)

كما عرفت الحكومة الالكترونية من خلال البنك الدولي بأنها مصطلح حديث يشير الى اكتشاف طرق ووسائل جديدة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل زيادة كفاءة وفعالية وشفافية ومساءلة الحكومة فيما تقدمه من خدمات للمواطنين (درواسي و بن مسعود، صفحة 291)

مما سبق يمكن تعريفها بأنها استخدام الحكومة لتكنولوجيا المعلومات في تقديم خدماتها للمواطنين والشركات، مما يسهم في تعزيز كفاءة وفعالية وشفافية الحكومة.

ثانيا: اهداف وأهمية الحكومة الالكترونية:

أ- اهداف الحكومة الالكترونية:

للحكومة الالكترونية عدة اهداف نذكر منها:

1. تحسين مستوى الأداء: يتم تبادل المعلومات بدقة بين الدوائر الحكومية المختلفة، مما يقلل من تكرار إدخال البيانات ويُسهل الحصول على المعلومات من القطاعات التجارية والمواطنين بكفاءة أكبر.
2. تحسون دقة البيانات: تتيح إمكانية الحصول على المعلومات المطلوبة من عدة جهات، مما يعزز موثوقية البيانات المتبادلة ويقلل من الأخطاء الناتجة عن الإدخال اليدوي، مما يرفع مستوى الثقة في صحة المعلومات المستخدمة.
3. تبسيط الإجراءات الإدارية: القضاء على الأعمال الورقية والإدخال اليدوي للبيانات، مع الاستغناء عن تقديم المستندات الورقية بفضل الإتاحة الإلكترونية.
4. الاستخدام الفعال للموارد البشرية: توجيه الطاقات البشرية نحو مهام أكثر إنتاجية من خلال رقمنة المعلومات.

5. رفع الإنتاجية وتقليل التكاليف: توظيف تكنولوجيا شبكات المعلومات لتحسين الأداء وتعزيز مشاركة المواطنين في التنفيذ.

6. مواكبة التطور التكنولوجي: تحقيق التكامل مع التقنيات الحديثة لتسهيل الإجراءات الحكومية وتعزيز خدمة المواطنين.

7. دعم النمو الاقتصادي: من خلال توفير بيئة اقتصادية ملائمة تعزز تطبيقات الحكومة الإلكترونية وتسهم في تحقيق التنمية.

8. تعزيز العلاقة بين الحكومة والمواطنين: بهدف تحقيق رضا المواطنين، وزيادة الشفافية من خلال عرض أنشطة القطاع العام، وتشجيع مشاركتهم في صنع القرارات، مما يعزز الديمقراطية. (درواسي و بن مسعود، الصفحات 292-293)

ب- **أهمية الحكومة الالكترونية:**

يترتب على تطبيق الحكومة الإلكترونية العديد من الفوائد ومن أبرزها ما يلي:

1. تتيح الحكومة الإلكترونية للمواطنين العديد من الفوائد أبرزها تقليل الجهد والتكاليف المرتبطة بالتعامل مع الجهات الحكومية، التي قد تتسم بالروتين والتعقيد عند إنجاز المعاملات بالطريقة التقليدية. كما تسهم في توفير المعرفة المسبقة بالإجراءات والمتطلبات، مما يسرع من إنجاز المعاملات إلكترونيًا، ويضمن تقديم الخدمات بشكل أكثر كفاءة، وبوقت وجهد وتكلفة أقل.

2. يساهم اعتماد الحكومة الإلكترونية في تسهيل تنفيذ المتطلبات الخاصة بالمؤسسات، لا سيما المشروعات الاقتصادية، سواء فيما يتعلق بالإجراءات اللازمة لممارسة أنشطتها أو الالتزامات الحكومية مثل الموافقات الضرائب والرسوم. كما يساعد في تقليل القيود البيروقراطية، مما يمنح القطاع الخاص مرونة أكبر واستجابة أسرع لمتطلبات السوق، من خلال تنفيذ الالتزامات الحكومية بدقة وسرعة وكفاءة أعلى.

3. يسهم تطبيق الحكومة الإلكترونية في تحقيق فوائد ملموسة للحكومة، حيث يؤدي إلى خفض التكاليف التشغيلية بشكل كبير من خلال تقليل الاعتماد على المكاتب التقليدية وتقليص الحاجة إلى الموظفين والمعدات، مما يعزز كفاءة تقديم الخدمات الحكومية بطريقة أكثر مرونة وفعالية. (عيسات و رشام، 2022، صفحة 86)

الفرع الثاني: مجالات عمل الحكومة الالكترونية

تعمل الحكومة الإلكترونية على دعم العمليات التقليدية للحكومة من خلال تقديم الخدمات آليا للمستفيدين، وتعزيز مشاركتهم في صنع القرار، مما يحقق شفافية أكبر في الإدارة الحكومية. كما تهدف إلى تقليل التكاليف التشغيلية في الإدارات العامة، مع ضمان جودة عالية للخدمات المقدمة.

ونظرا لأن الحكومة الإلكترونية تستهدف فئات مختلفة من المستفيدين، يمكن تصنيف أهدافها الإلكترونية الحكومية وفقا للمجالات التالية: (خوخي، 2023، الصفحات 222-223)

أ- المجال الحكومي – المواطن (G2C) (Government to Citizen):

في مجال علاقة الحكومة بمواطنيها، سوف تقع معظم أهداف الحكومة الإلكترونية في خانة رفاهية المواطن ومشاركته في الحكم، ففي الهدف الاستراتيجي الأول تستطيع الحكومة توصيل الخدمة إلى المواطن بدلاً من أن يصل هو إليها وذلك باستخدام تكنولوجيا الإنترنت والاتصالات بينما تساعد أنظمة الحكومة الإلكترونية في مجال التصويت الإلكتروني والانتخابات الإلكترونية على توسيع دائرة المشاركة الشعبية في العملية الديموقراطية.

مثال:

البوابة الإلكترونية للخدمات العمومية :أطلقت الحكومة الجزائرية بوابة إلكترونية موحدة تتيح للمواطنين الوصول إلى معلومات وخدمات تخص مجالات متعددة، مثل الحالة المدنية، التعليم، الصحة، الضرائب، والعمل، مما يوفر الوقت والجهد على المواطنين دون الحاجة إلى التنقل بين الإدارات. (تم الاطلاع عليه 14 05, 2025، من (https://bawabatic.dz

ب- المجال الحكومي – الأعمال (G2B) (Gouvernement to Business):

تهدف الحكومة الإلكترونية في هذا المجال إلى تنشيط الدورة الاقتصادية عبر توفير خدمات لتسهيل معاملات المؤسسات الاقتصادية سواء كانت مؤسسات محلية، إقليمية أو عالمية.

مثال:

البوابة الإلكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري :(CNRC) تتيح هذه البوابة للمستثمرين ورجال الأعمال القيام بتسجيل مؤسساتهم، تعديل المعلومات، وتجديد السجل التجاري إلكترونيا، مما يقلل من التكاليف والوقت اللازم لإطلاق المشاريع. (تم الاطلاع عليه (14 05, 2025) من https://sidjilcom.cnrc.dz/)

ت- المجال الحكومي – الحكومي (G2G) (Government to Government):

على المستوى الحكومي الداخلي، سوف يكون في صميم أهداف الحكومة الإلكترونية الهدف الرامي إلى ردم الفجوة البيانية والإجرائية بين مختلف الوزارات والإدارات العامة، بالإضافة إلى رفع مستويات الكفاءة والفعالية والأداء في الإجراءات والأنظمة الحكومية الداخلية من قبيل مكننة جميع الادارات العامة على سبيل المثال.

مثال:

- نظام تسيير الموارد البشرية في الوظيفة العمومية (SIGRHE): يستخدم لتوحيد قواعد بيانات الموظفين العموميين وتمكين مختلف القطاعات من إدارة شؤونهم البشرية إلكترونيًا بشكل مركزي ومتناسق. (تم الاطلاع عليه (14 05, 2025) https://www.dgfp.gov.dz)

ث- المجال الحكومي – الموظفين (G2E) (Government to Employee):

من أهم أهداف الحكومة الإلكترونية في هذا المجال هو عملية توفير خدمات الكترونية لموظفيها لتسهيل عملهم على مستوى الحكومة ومنح الحق في استغلال المعلومات بين مختلف مصالح الوزارات فيما بينهم لرفع فعالية الموظفين من خلال التنسيق بينهم.

بشكل عام، تهدف الحكومة الإلكترونية إلى تحسين سهولة الوصول وجودة الخدمات العامة، بالإضافة إلى زيادة الكفاءة والفعالية في عمليات الحكومة. إنها تلعب دورا حاسما في تحديث الحوكمة والتكيف مع عصر الرقمي. (خوخي، 2023، الصفحات 222-223)

الفرع الثالث: معوقات تطبيق الحكومة الالكترونية

كلما زاد حجم المشروع واتسع نطاقه وتعددت خدماته والمستفيدون منه زادت التحديات التي يواجهها. فالمشاريع الصغيرة تعاني من معوقات محدودة، بينما تزداد تعقيدات المشاريع الكبيرة. ونظرًا لضخامة مشروع الحكومة الإلكترونية، فإنه يواجه العديد من المعوقات، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

أولا: المعوقات الإدارية:

والمتمثلة في:

أ- غموض المفهوم: لا يزال العديد من القادة الإداريين يفتقرون إلى الفهم الكافي لمفهوم الحكومة الإلكترونية، بل إن بعضهم غير مدرك للمصطلح نفسه. لذا من الضروري توضيح المفهوم وتعزيز الوعي به داخل المنظمات. ومع انتشار

الفكرة، ستتبنى كل جهة رؤية خاصة بها، مما يستدعي لاحقا توحيد هذه الرؤى المختلفة من خلال وضع استراتيجيات وسياسات واضحة وأهداف محددة لضمان تحقيق التكامل في التطبيق.

ب- مقاومة التغيير: يؤدي تطبيق الحكومة الإلكترونية إلى تغييرات كبيرة داخل المنظمات تشمل إعادة هيكلة الأقسام، وإعادة توزيع المهام والصلاحيات واستحداث تخصصات جديدة مثل هذه التحولات قد تواجه مقاومة، نظرًا لما تفرضه من تغييرات على القيادات الإدارية والمراكز الوظيفية للتغلب على هذه المقاومة، ينبغي اعتماد نهج تدريجي يراعي ثقافة المنظمة، مع تنفيذ التغييرات بشكل متدرج وتوفير برامج تأهيل وتدريب للموظفين لضمان اندماجهم بسلاسة في النظام الجديد. (يحياوي ا.، 2016، صفحة 22)

ثانيا: المعوقات المادية:

تتطلب الحكومة الإلكترونية استثمارات ضخمة في تكنولوجيا المعلومات على نطاق الدولة، مما يشكل تحديًا كبيرًا، خاصة مع التطور السريع لهذه التقنيات مما يجعل مواكبتها أمرًا صعبا. كما أن هذه التقنيات مترابطة ومتداخلة، مما يستلزم توفيرها بالكامل دفعة واحدة، لا سيما على مستوى كل منظمة. بالإضافة إلى ذلك، تعاني بعض الدول من الفجوة الرقمية (Digital Gap)، حيث لا تتاح تقنيات المعلومات للجميع بشكل متساو. كما أن ضعف البنية التحتية للاتصالات، رغم التحسن النسبي، لا يزال يشكل عائقا أمام التحول الرقمي الكامل.

ثالثا: المعوقات الأمنية:

يعد الأمن المعلوماتي من أكبر التحديات التي تواجه الحكومة الإلكترونية، إذ يمكن للأنظمة المعلوماتية أن تتعرض للاختراقات، مما يهدد خصوصية وسرية بيانات المستخدمين. ومن أبرز جوانب الأمن المعلوماتي:

- الأمن التقني: ويتعلق بحماية الأنظمة، الشبكات، الأجهزة والبرامج المستخدمة.
- الأمن البيئي: ويتعلق بالمخاطر المحيطة بالتقنيات المستخدمة، مثل الكوارث الطبيعية.
- الأمن البشري ويرتبط بسلوكيات المستخدمين ومدى التزامهم بإجراءات الأمان.

تشمل التهديدات المحتملة في هذا المجال القرصنة الإلكترونية الجريمة المنظمة الاختراقات المالية استغلال البيانات والمواقع المعادية، مما يستدعي وضع أنظمة أمان متطورة لحماية المعلومات وضمان استمراريتها وسلامتها. (يحياوي ا.، 2016، صفحة 23)

المطلب الثاني: التجارة الالكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من أبرز مظاهر التطور الرقمي، إذ تتيح بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت بسهولة وسرعة. يناقش هذا المطلب مفهومها، أنواعها المختلفة بالإضافة إلى وسائل الدفع الإلكتروني التي تسهم في تسهيل المعاملات وتعزيز الثقة بين الأطراف المتعاملة.

الفرع الأول: مفهوم التجارة الالكترونية

بدأت التجارة الإلكترونية في الستينيات مع خدمة"CompuServe" ، وتطورت في السبعينيات والثمانينيات باختراعات مثل نظام التسوق الإلكتروني لمايكل الدريتش. ومع ظهور أمازون وإي باي في التسعينيات، تسارعت المعاملات عبر الإنترنت. ازدهرت التجارة الإلكترونية أكثر بفضل أنظمة الدفع الرقمي وخدمات الإعلان، وبلغت ذروتها في 2020 بسبب جائحة كوفيد-19 التي زادت الاعتماد على التسوق الإلكتروني. (العمري، 2024، صفحة 473)

أولا: تعريف التجارة الالكترونية

تعددت تعاريف التجارة الالكترونية بحيث انه لا يوجد تعريف موحد لها ومن بين تعاريفها نذكر ما يلي:

وفقا لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، يشير مصطلح التجارة الإلكترونية بشكل عام إلى جميع أشكال المعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنشآت معتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات خاصة النصوص الصور الأصوات، ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المنشآت والإجراءات التي تسهل النشاطات التجارية كتسيير المنشآت المفاوضات التجارية والعقود الأطر القانونية والتنظيمية والتسويات فيما يخص التسديدات والجباية. (مراومية، 2022، صفحة 957)

عرفت منظمة التجارة العالمية (WTO) التجارة الإلكترونية بأنها كل عملية يتم فيها بيع أو شراء السلع أو الخدمات التي تتم عبر شبكات الأنترنت باستخدام الكمبيوتر، وذلك من خلال طرق مصممة خصيصا لتلقي الطلبات وتقديمها، من أجل طلب السلع أو الخدمات إلكترونيا. (حرمه، معطا الله، و تلي، 2024، صفحة 95)

لم يقدم القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية، الذي اعتمدته الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (UNCITRAL) في 16 ديسمبر 1996، تعريفا مباشرًا للتجارة الإلكترونية، لكنه اكتفى بتعريف تبادل المعطيات الإلكترونية، حيث عرفه بأنه "نقل المعلومات إلكترونيا من حاسوب إلى حاسوب آخر باستخدام نظام متفق عليه الإعداد المعلومات". (بن قوية، 2021، صفحة 291)

مما سبق يمكن تعريف التجارة الالكترونية بأنها: القيام بعمليات بيع أو شراء السلع والخدمات باستعمال وسائل الاتصال الحديثة.

ثانيا: خصائص التجارة الالكترونية

للتجارة الالكترونية عدة خصائص نذكر منها:

- **التواصل السريع ومرونة التعامل:** توفر وسيلة فعالة للتواصل بين العميل والبائع، دون الحاجة إلى علاقة مسبقة بين الطرفين.
- **الاستغناء عن المعاملات الورقية:** تتم العمليات التجارية بالكامل إلكترونيا، باستخدام تقنيات رقمية متطورة، مما يقلل الحاجة إلى المستندات الورقية.
- **الاستهداف الشخصي للعملاء:** تعتمد على فهم احتياجات العملاء وتقديم تجربة مخصصة، مما يساعد المؤسسات في اكتساب العملاء والحفاظ عليهم من خلال تحليل طلباتهم وتفضيلاتهم.
- **الاعتماد على معايير موحدة عالميا:** تخضع المنتجات وأسعارها لمعايير موحدة على مستوى العالم، مما يسهل عمليات البيع والشراء بين الدول المختلفة.
- **تعدد أطراف المعاملات:** تشمل التجارة الإلكترونية العديد من الجهات مثل الأفراد المؤسسات، والسلطات، مع إمكانية تفاعل جميع الأطراف في الوقت نفسه من خلال إرسال واستقبال البيانات الفورية.
- **إتاحة الفرص للمؤسسات الصغيرة:** توفر بيئة تنافسية عادلة، حيث يمكن للمؤسسات الصغيرة الدخول إلى السوق بسهولة والتنافس مع الشركات الكبرى، بفضل تكاليف التسويق والإعلان المنخفضة. (الصبحي، 2024، صفحة 117)

الفرع الثاني: أنماط التجارة الالكترونية

يتم تصنيف أنماط التجارة الإلكترونية بناءً على عدة معايير إلى فئتين رئيسيتين:

أولا: فئة الأطراف المعنية بالعمل التجاري:

- **التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B)(Business to Business) :**

هي التعاملات التجارية من بيع وشراء وتبادل معلومات بين الشركات مع بعضها البعض وهذا يمثل أغلب التعاملات في التجارة الإلكترونية بنسبة 80% من اجمالي حجمها في العالم.

- **التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين (B2C) (Business to Consumer):**

يعد هذا النوع من اهم الأقسام في التجارة الإلكترونية وتتم عمليات شراء السلع المادية او الإلكترونية المعلومات من الشركات الى المستهلكين على شبكة الإنترنت وهي متاحة لأي مستخدم للأنترنت، ارتفعت نسبة هذا النوع في الآونة الأخيرة ويطلق عليها تجارة التجزئة وساهمت التجارة الإلكترونية في تخفيض تكلفة هذه المعاملات التجارية من خلال السماح للمستهلك برؤية أسعار المنتجات واختيار ما يراه مناسب

- **التجارة الإلكترونية بين المستهلكين (C2C) (Consumer to Consumer):**

التعاملات التجارية من بيع للسلع والخدمات بين مستهلك وآخر مباشرة عبر شبكة الإنترنت ويقوم أحد المستهلكين بهدف بيع سواء منتجاته او خبراته بالإعلان عن طريق المواقع ويتميز بإمكانية تحقيق أرباح عالية ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها التعاملات بين الأفراد.

- **التجارة الإلكترونية بين الشركات والحكومات (B2G) (Business to Government):**

يعد هذا النوع من التجارة حديثاً ولا يزال في مراحله الأولية الا انه من المفترض ان يتطور بشكل أوسع وأسرع وهو يتم بين الحكومة والشركات ويتم استخدام شبكة الإنترنت لغرض شراء التراخيص وارسال اثباتات مدفوعات الضرائب والتراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص البضائع واجراء المعاملات والتأمينات وغيرها وقطاع الشركات بحاجة الى ممارسة هذا النوع من اجل تقليل المخالفات. (الصبحي، 2024، صفحة 118)

ثانيا: حسب درجة التقنية في المعاملات التجارية

- التجارة الإلكترونية البحتة: وتسمى أيضاً بالتجارة الإلكترونية الكاملة أو المباشرة. يشمل هذا النوع كافة المنتجات التي يمكن بيعها بشكل إلكتروني، حيث تتم كافة مراحل النشاط التجاري إلكترونياً، مثل شراء البرمجيات من أحد المواقع على الإنترنت وإتمام عملية الدفع بشكل رقمي.
- **التجارة الإلكترونية الجزئية:** وتسمى أيضًا بالتجارة الإلكترونية غير المباشرة. وفي هذا النوع لا تتم إلا جزء من النشاط التجاري إلكترونياً، مثل عملية الشراء والدفع إلكترونيا، بينما تتم عملية التسليم بشكل تقليدي نظرا لطبيعة المنتج.

الفرع الثالث: وسائل الدفع الالكترونية في التجارة الالكترونية

أولا: تعريف الدفع الالكتروني

تعددت التعريفات للدفع الالكتروني، نذكر منها:

يعرف الدفع الإلكتروني بأنه "عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن السلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكومبيوتر وارسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات ". (قوق و طهاري، 2023، صفحة 913)

كما يعرفها البنك المركزي الاوروبي" تعرف وسائل الدفع الإلكترونية على أنها "أنظمة دفع تعتمد على الوسائل الإلكترونية في تحويل الأموال أو تسوية المعاملات المالية، دون الحاجة إلى استخدام النقد الورقي أو الشيكات التقليدية" (تم الاطلاع عليه (13 05, 2025) من https://www.ecb.europa.eu)

يعرف الدفع الإلكتروني أيضا بأنه تحويل الأموال هي في الأساس ثمن السلعة، أو خدمة بطريقة رقمية، أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني، أو شبكة ما، أو أي طريقة لإرسال البيانات عبر الهاتف، أو الشبكة. (شواحري، 2024، الصفحات 166-167)

ويمكن تعريف الدفع الالكتروني اعتمادا على ما سبق ب: هو عملية تتمثل في تحويل الأموال بشكل رقمي مقابل الحصول على سلع أو خدمات، وذلك من خلال استخدام الأجهزة الإلكترونية والشبكات، دون الاعتماد على النقد الورقي أو الطرق التقليدية كالشيكات.

ثانيا: أنواع وسائل الدفع الالكترونية

أ- البطاقات البنكية:

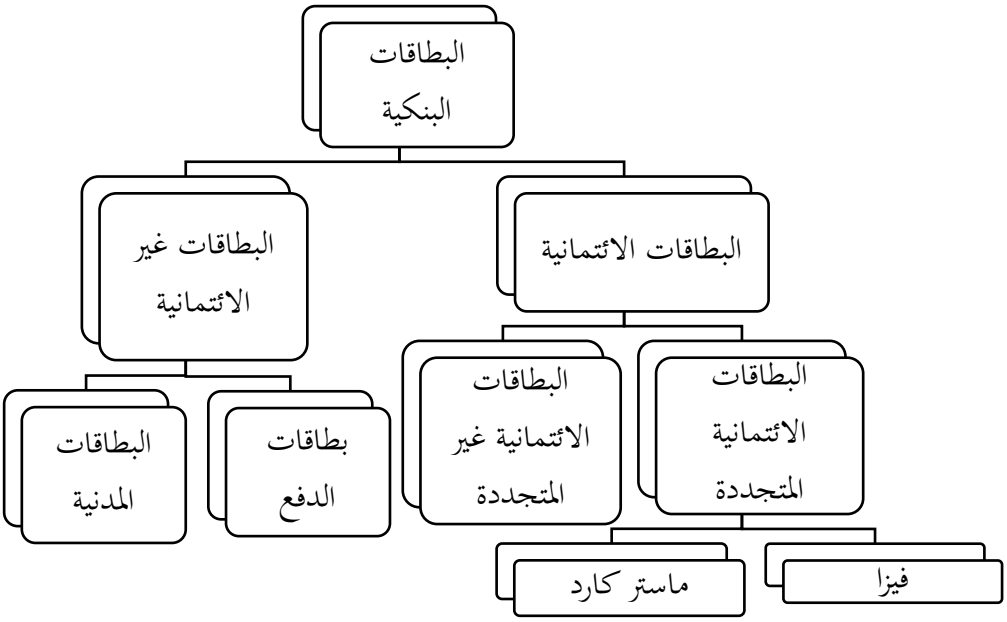
1. تعريفها:

هي أدوات مالية تصدرها البنوك ضمن حدود مالية محددة، وتُستخدم كوسيلة ضمان الإجراء المعاملات المختلفة تمتاز هذه البطاقات بتوفير الوقت والجهد لحامليها، كما تساهم في زيادة إيرادات البنك المصدر من خلال الرسوم المفروضة على الخدمات أو الفوائد المترتبة على التأخر في السداد. ولا يتم إصدارها إلا بعد دراسة دقيقة للوضع المالي للعميل، لضمان تقليل المخاطر المحتملة الناتجة عن عدم السداد. (طالبي و بن عبد العزيز، 2023، صفحة 264)

2. أنواع البطاقات البنكية

تتيح هذه البطاقة لحاملها سحب الأموال من أجهزة الصراف الآلي (ATM) بسهولة، بالإضافة إلى استخدامها في شراء الاحتياجات المختلفة أو دفع تكاليف الخدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ نقدية كبيرة، مما يقلل من مخاطر السرقة أو التلف. وتوجد عدة أنواع من البطاقات البنكية، والتي يمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): أنواع البطاقات الالكترونية



المصدر: أمنة زربوط، دور وسائل الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر مجلة أراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، جامعة البليدة(الجزائر)، المجلد01، العدد01، الصفحة 55

- **البطاقات الائتمانية:** وهي بطاقات خاصة تصدرها البنوك أو المؤسسات 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.

الشكل رقم (2): يوضح نموذج عن بطاقة ماستر كارد

المصدر: صورة لبطاقة ماستر كارد، تم الاطلاع عليه يوم 2025/05/14 على2:02

من https://mea.mastercard.com/

- **البطاقات غير الائتمانية:** وهي بطاقات لا تمنح لصاحبها بعملية الدفع أو التسوية لمستحقاته إلا إذا توفر فعليا على الأموال المقابلة العملية التسوية وبالتالي فهي لا تمنح لصاحبها أي ائتمان أو قرض.

ب- النقود والمحافظ الالكترونية:

1. **النقود الالكترونية:** هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتشير النقود الالكترونية إلى سلسلة الأرقام الالكترونية التي تستخدم للتعبير عن قيم معينة وتحظى بقبول واسع من غير مقام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة

2. **المحافظ الالكترونية:** المحافظ الالكترونية تقوم بتحويل النقد إلى سلسلة رقمية، وتخزن على القرص الثابت في موقع العمل، وهذا يحد من استخدام النقود في المعاملات التي تتم على شبكة الانترنت، ومعظم الحقائب الالكترونية تقوم بتخزين النقد الالكتروني على البطاقات الذكية التي تتمكن من دفع أي مبلغ من الحقيبة الالكترونية في أي مكان.

ت- البطاقات الذكية: ظهرت هذه البطاقات تماشيا مع التطورات التكنولوجية، وهي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم العنوان المصرف المصدر، أسلوب الصرف المبلغ المصروف وتاريخه، وتاريخ حياة الزبون المصرفية

ث- الشيكات الإلكترونية: الشيك الالكتروني عبارة عن بيانات يرسلها المشتري إلى البائع عن طريق البريد الالكتروني المؤمن، وتتضمن هذه البيانات التي يحتويها الشيك البنكي تحديد مبلغ الشيك واسم المستفيد واسم من أصدر الشيك وتوقيعه، ويكون هذا التوقيع عن طريق رموز خاصة. (زربوط، 2019، الصفحات 55-56)

المطلب الثالث: التسويق الالكتروني

يعد التسويق الإلكتروني أحد أهم التطورات في عالم الأعمال، حيث يعتمد على التكنولوجيا الرقمية للوصول إلى العملاء بطرق أكثر فاعلية. ويتناول هذا المطلب مفهوم التسويق الإلكتروني، العوامل التي ساهمت في انتشاره بالإضافة إلى أشكاله وأدواته.

الفرع الأول: مفهوم التسويق الالكتروني

مع ظهور الإنترنت عام 1991، وبدأ يكتسب زخما حقيقيا في عام 1993 بظهور أول إعلان قابل للنقر. تسارعت وتيرة التطور مع إطلاق Yahoo عام 1994، ثم Google عام 1998، مما أسهم في توسيع السوق الرقمية. ومع انتشار الإنترنت وظهور محركات البحث ومواقع التواصل الاجتماعي مثل Myspace وFacebook، تطور التسويق الإلكتروني ليصبح أكثر تفاعلاً ودقة في استهداف الجمهور، خاصة مع استخدام ملفات تعريف الارتباط لتحليل سلوك المستخدمين وتحسين استراتيجيات التسويق. (العبابنة، 2025، الصفحات 33-34)

اولا: تعريف التسويق الالكتروني

أدى انتشار الإنترنت، لا سيما عبر البريد الإلكتروني والشبكة العنكبوتية، إلى إحداث تحول كبير في التسويق، حيث ساهم في تمكين المستهلكين من الوصول إلى المعلومات والمنتجات بسهولة، مما عزز من أهمية التسويق وجعله أكثر شمولا وتكاملا.

للتسويق الإلكتروني عدة تعاريف نذكر منها:

يعرف التسويق الإلكتروني الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية، بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية، والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء وأصحاب المصلحة في المنظمة. (عبيدي، بدون سنة، صفحة 249)

ويعرف أيضا بأنه" مصطلح عام يطبق على استخدام الحاسب وتكنولوجيا الاتصالات التسويق السلع والخدمات، فهو بمثابة استخدام تكنولوجيا المعلومات للربط بين الوظائف التي يوفرها البائعون والمشترون. (رماس، بدون سنة، صفحة 352)

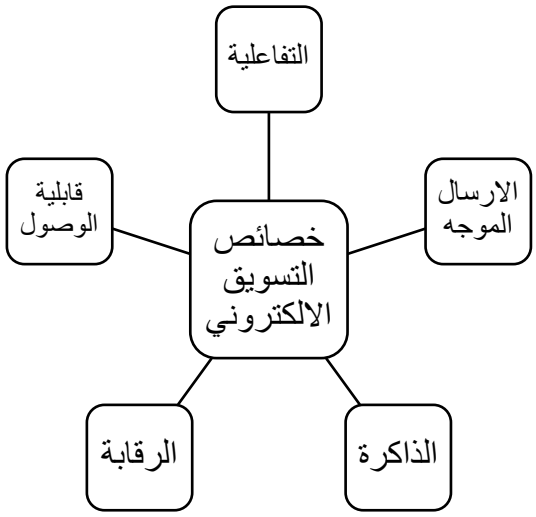
وتعرف الجمعية الأمريكية للتسويق (AMA) التسويق الإلكتروني: وظيفة تنظيمية ويتمثل بمجموعة من العمليات التي تحدد لخلق الاتصال وتسليم القيمة الى الزبون وإدارة علاقة الزبون بالطرق التي تحقق المنافع والأهداف للمنظمة وأصحاب الحصص والتي تتم من خلال الأدوات والوسائل الالكترونية. (قدة، 2022، صفحة 283)

ومما سبق يمكننا تعريف التسويق الالكتروني بأنه: القيام بالأنشطة التسويقية بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثانيا: خصائص التسويق الالكتروني

يتميّز التسويق الإلكتروني بمرونة عالية وفوائد متعددة لكل من المؤسسات والعملاء، إذ يُسهّل الوصول إلى الخدمات من خلال تواصل تفاعلي يعزز العلاقة مع الجمهور. ويعتمد نجاح هذا النوع من التسويق على استغلال مجموعة من خصائص الإنترنت التي تعد أساسية، والموضحة في الشكل رقم (3):

الشكل (3): مخطط يوضح خصائص التسويق الالكتروني



المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على عدة المراجع

- **الإرسال الموجه:** تتيح الإنترنت للمؤسسات تحديد عملائها المستهدفين حتى قبل إتمام عملية الشراء حيث تمكن التكنولوجيا الرقمية زوار المواقع من تقديم معلومات حول احتياجاتهم ورغباتهم مسبقا.
- **التفاعلية:** توفر للعملاء القدرة على التعبير المباشر عن احتياجاتهم ورغباتهم، استجابة للاتصالات التسويقية التي تطلقها المؤسسة.
- **الذاكرة:** تتيح الوصول إلى قواعد البيانات التي تحتوي 3 على معلومات العملاء، مثل تاريخ مشترياتهم وتفضيلاتهم، مما يساعد المؤسسات على تخصيص العروض التسويقية وفقًا لاحتياجات كل عميل في الوقت الحقيقي.

- **الرقابة:** تمنح العملاء القدرة على التحكم في المعلومات التي يشاركونها، حيث يمكنهم تقديم البيانات التي يرغبون فيها دون إجبارهم على الإفصاح عن أي معلومات سرية.
- **قابلية الوصول:** توفر للعملاء إمكانية الحصول على معلومات موسعة حول منتجات المؤسسة وقيمها، مع القدرة على مقارنة الأسعار والعروض المنافسة. لذا، تسعى المؤسسات إلى تحسين منتجاتها بما يتماشى مع تطلعات العملاء، حيث تشير الإحصائيات إلى أن معظم الشركات تفقد حوالي 50% من عملائها بعد التعامل الأول، مما يجعل الاحتفاظ بالعملاء الحاليين أكثر ربحية وأقل تكلفة من جذب عملاء جدد. (بن لوصيف، 2021، الصفحات 168-169)

ثالثا: أهداف التسويق الالكتروني

للتسويق الالكتروني عدة أهداف نذكر منها ما يلي:

- إمكانية الوصول إلى العملاء في مختلف أنحاء العالم بسهولة.
- تعزيز القدرة على التفاوض أثناء الشراء.
- تقليل التكاليف المترتبة على إنشاء المتاجر التقليدية.
- توفير المعلومات اللازمة للمستهلكين وإتاحة المقارنة بين المنتجات المنافسة.
- رفع كفاءة الأداء العام للمؤسسة.
- الاستفادة من خبرات وتجارب المنشآت العاملة في هذا المجال.
- تبسيط عمليات التوزيع والترويج. (بن لوصيف، 2021، الصفحات 169-170)

الفرع الثاني: العوامل المساعدة على انتشار التسويق الالكتروني وأشكاله

أولا: العوامل المساعدة على انتشار التسويق الالكتروني

بما أن التسويق الإلكتروني يهدف إلى تحديد احتياجات السوق المستهدفة وتلبية رغبات العملاء بكفاءة وفعالية، فإنه يعتمد على مجموعة من العوامل التي ساهمت في انتشاره وتطوره، ومن أهمها: (مرجال و سويح، 2019، الصفحات 300-301)

- الانتشار الواسع لأجهزة الكمبيوتر الشخصي، مما يسهل الوصول إلى المعلومات وتوفير الوقت والجهد.
- تطوير أجهزة الكمبيوتر والبرامج التي تتيح الاتصال المباشر بالإنترنت مما يعزز من سهولة الوصول إلى الخدمات الرقمية.

- وجود أطر قانونية تحمي مقدمي الخدمات والناشرين في مجال الخدمات الإلكترونية، مما يعزز الثقة في المعاملات الرقمية.
- إزالة القيود والعوائق أمام الأفراد الراغبين في دخول الأسواق الإلكترونية، مما يتيح فرصا للجميع بغض النظر عن إمكانياتهم المالية أو المعرفية.
- انخفاض تكلفة التسويق الإلكتروني مقارنة بوسائل التسويق التقليدية، إلى جانب مرونته العالية التي تجذب المزيد من المستخدمين.

ثانيا: أشكال التسويق الالكتروني

تتنوع الوظائف التسويقية لمواقع الشركات الإلكترونية وفقا لمهامها، مثل التواصل مع العملاء البيع الإلكتروني، وتوفير المحتوى. وبناءً على ذلك، ينقسم التسويق الإلكتروني إلى ثلاثة أشكال رئيسية:

- **التسويق الخارجي**: يعتمد على الأساليب التقليدية مثل تصميم وتنفيذ المزيج التسويقي المنتج، السعر التوزيع، الترويج).
- **التسويق الداخلي**: يركز على تدريب وتحفيز الموظفين داخل المنظمة لضمان تواصل فعال مع العملاء.
- **التسويق التفاعلي**: يقوم على جودة التفاعل بين البائع والمشتري، حيث تلعب الإنترنت دورًا أساسيا في تعزيز تجربة العميل وتحقيق رضا المستهلكين.

الفرع الثالث: أدوات التسويق الالكتروني

يرتكز التسويق الرقمي على عدة أدوات ووسائط، وقد صنفها Philip Kotler إلى ثلاث فئات رئيسية التسويق عبر الإنترنت التسويق عبر الوسائط الاجتماعية.

أولا: التسويق عبر الإنترنت: ويضم الموقع الالكتروني عرض ورعاية الروابط، البريد الالكتروني.

أ- الموقع الالكتروني: الموقع عبارة عن مجموعة من صفحات الويب مترابطة لها كيان واحد يشغلها شخصا أو شركة بشكل عام وتكرس الموضوع واحد أو أكثر من الموضوعات ذات الصلة: يجمع موقع الويب بين الوظائف والمحتوى والشكل والتنظيم والتفاعل من خلال إنشاء موقع على شبكة الإنترنت تهدف الشركة إلى مساعدة العملاء على شراء احتياجاتهم، والعثور على المعلومات وتوفير المال والوقت.

ب- الروابط الإعلانية: تعرف أيضا باسم الدفع مقابل النقرة" أو إعلان محرك البحث، وهو المصطلح الأكثر استخداما، يعني الدفع مقابل الإعلان الذي يظهر عادة بجوار أو أعلى قائمة نتائج محرك البحث لجذب المستخدم.

ت- العرض(اللافتات): أول لافتة يتم توزيعها في عام 1994 من قبل AT&T، والفرق بين أشكال هذه الشعارات لا يتعلق فقط بحجمها بل محتواه، وهناك صور GIF متحركة، لافتات تفاعلية، واليوم توجد لافتات تحت شكل مقاطع الفيديو.

ث- البريد الإلكتروني: التسويق عبر البريد الإلكتروني هو شكل من أشكال التسويق المباشر الذي يستخدم البريد الإلكتروني كوسيلة للتواصل مع العملاء الحاليين والمحتملين، يتيح البريد الإلكتروني إرسال رسالة إلى العديد من الأطراف بتكلفة منخفضة للغاية، كما أنه من السهل قياس مزاياها بفضل نسبة الرسائل المفتوحة ونسبة النقرات. (لعمايرية و طفياني، 2020، صفحة 129)

ثانيا: الشبكات الاجتماعية:

تعد مواقع الشبكات الاجتماعية منصات رقمية تعتمد على تقنيات الويب 2.0، حيث توفر العديد من المزايا، أبرزها تعزيز التواصل بين الشركات والمستهلكين، وبناء علاقات قوية بطرق فعالة ومربحة.

أهم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في التسويق:

أ- فيسبوك Facebook: يعد فيسبوك من أبرز وأشهر منصات التواصل الاجتماعي حيث أطلقه مارك زوكربيرغ عام 2004، ويوفر للمستخدمين إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والملفات، إضافة إلى إنشاء المجموعات والانضمام إليها.

أهم مميزاته:

- يدعم 96 لغة، مما يتيح الوصول إلى جمهور عالمي .
- يضم أكثر من 2 مليار مستخدم بحلول مايو 2017.
- يحقق إيرادات مرتفعة، حيث بلغت 17.928 مليار دولار في عام 2015.

ب- تويتر :Twitter يعد تويتر منصة تواصل اجتماعي أطلقتها شركة Twitter Inc في 21 مارس 2006، على يد بيز ستون إيفان ويليامز، وجاك دورسي. يتيح تويتر للمستخدمين إرسال رسائل نصية قصيرة (تغريدات) بشكل فوري، مما يجعله أداة فعالة للتواصل السريع مع الجمهور.

أهم مميزاته:

- يضم 313 مليون مستخدم نشط.
- يتم نشر 500 مليون تغريده يوميا.

- متاح بـ 40 لغة، مما يسهل الوصول إلى مختلف الفئات العالمية.

ت- جوجل Google: كانت Google+ الشبكة الاجتماعية التابعة لشركة جوجل حيث تم إطلاقها في 28 يونيو 2011. أتاحت للمستخدمين مشاركة الصور ومقاطع الفيديو، لكنها رغم تسجيلها أكثر من 90 مليون مستخدم، عانت من انخفاض معدل الاستخدام، مما أدى إلى إيقافها رسميًا في عام 2019.

ثالثا: LinkedIn: يعد LinkedIn منصة تواصل احترافية تم إطلاقها عام 2003، حيث تستهدف المهنيين والشركات لتعزيز التواصل وتبادل الفرص الوظيفية والتجارية في ديسمبر 2012 سجل الموقع 200 مليون مستخدم وارتفع العدد إلى 380 مليون مستخدم بحلول عام 2015. (لعمايرية و طفياني، 2020، صفحة 130)

خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل الجوانب النظرية للتجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، موضحا المفاهيم الأساسية، والنظريات المفسرة للتبادل الدولي، والسياسات التجارية المعتمدة. كما تطرق إلى دور تكنولوجيا المعلومات في دعم وتطوير التجارة من خلال أدوات رقمية كالحكومة والتجارة الإلكترونية، مع الإشارة إلى المتطلبات اللازمة والمعوقات المحتملة. من خلال دراستنا توصلنا الى النتائج التالية:

- التجارة الخارجية ضرورة اقتصادية بحيث لا تستطيع أي دولة تحقيق الاكتفاء الذاتي نظرا لتفاوت الموارد والإمكانات، ما يجعل التجارة الخارجية وسيلة حيوية لتلبية الاحتياجات الاقتصادية وتعزيز النمو.
- يتطلب نجاح توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال توفر بيئة متكاملة، تشمل البنية التحتية التقنية الموارد البشرية المؤهلة، التمويل الكافي، والتشريعات المنظمة لضمان الاستفادة القصوى.
- يواجه تطبيق الحكومة الالكترونية تحديات تشمل ضعف البنية التحتية، مقاومة التغيير، ومخاطر الأمن السيبراني، مما يستلزم جهودا حكومية ومؤسسية لمعالجتها.

الفصل الثاني:

تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

تمهيد الفصل

في الجزء النظري من هذه الدراسة، تم تناول كل من التجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث تم التوضيح أن تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أي دولة يعتمد بشكل كبير على توفر البنى التحتية اللازمة لذلك. وقد تبين أن تطور تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الهياكل المرتبطة بشكل مباشر بقطاع التجارة الخارجية يعتمد بشكل أساسي على توفر الدولة للمتطلبات اللازمة والبنى التحتية المناسبة. ومع تزايد أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العصر الحالي، تسعى الجزائر، كغيرها من الدول، إلى تحسين أدائها في مجال التجارة الخارجية من خلال تبني التكنولوجيا الحديثة بناء على ذلك، تتناول هذه الدراسة تطور التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2024، مع ربط هذا التطور بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات المعنية بشكل مباشر بالتجارة الخارجية، مثل الجمارك (مفتشية أقسام الجمارك -فرع بسكرة والبنك الممول للتجارة بنك الجزائر الخارجي -وكالة بسكرة-).

وسيتم التطرق الى ذلك من خلال المباحث الثلاثة في هذا الفصل وهي:

المبحث الأول: تطور التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

المبحث الثاني: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

المبحث الثالث: أثر توظيف تكنولوجيات المعلومات والاتصال في تطوير المؤسسات الفاعلة في التجارة الخارجية الجزائرية

المبحث الأول: تطور التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

تعد التجارة الخارجية ركيزة أساسية للاقتصاد الجزائري، لاعتماد البلاد على تصدير المحروقات كمصدر رئيسي للدخل. ورغم جهود الإصلاح لتنويع الاقتصاد ودعم الإنتاج المحلي، لا تزال التجارة الخارجية تواجه تحديات، أبرزها التقلبات في أسعار الطاقة ومشكلات في الجهاز الإداري الجمركي والنظام المصرفي، مما يؤثر على فعالية الصادرات وتنافسية المنتجات الجزائرية.

المطلب الأول: سياسات التجارة الخارجية في الجزائر

تلجأ الجزائر بانتظام إلى تعديل علاقاتها التجارية الخارجية استجابة لتقلبات أسعار النفط وظروف عدم الاستقرار الاقتصادي. ويعد العجز في ميزان المدفوعات وارتفاع المديونية من العوامل التي تستدعي اعتماد نهج مرن يقوم على تعديل دائم لقواعد المبادلات التجارية مع العالم.

الفرع الأول: سياسات التجارة الخارجية في الجزائر قبل 1990

خلال فترة تبنيها لنهج الاقتصاد المخطط قبل عام 1990 اعتمدت الجزائر سياسة تجارية حمائية تهدف بالأساس إلى الحد من الواردات، وتشجيع الإنتاج الصناعي المحلي، وتعزيز تنافسية المنتجات الوطنية، مع السعي لتقليص العجز في الميزان التجاري اقتصر دور الدولة في البداية على تنظيم التجارة الخارجية ومراقبتها، من خلال إصدار تشريعات حمائية شملت التعريفة الجمركية، وإنشاء البنك المركزي وتأسيس أجهزة مختصة بالتصدير والاستيراد، ليتطور هذا الدور لاحقاً إلى احتكار كامل للتجارة الخارجية.

خلال الفترة الممتدة من 1963 إلى 1970، استخدمت الدولة أدوات حمائية متعددة، أبرزها إقرار أول تعريفة جمركية سنة 1963، والتي كانت رسومها تحدد بحسب نوع السلع والغرض من استيرادها. وقد تميزت السلع القادمة من فرنسا برسوم منخفضة، في حين منحت الدول التي وقعت اتفاقيات تجارية مع الجزائر تسهيلات جمركية ضمن إطار تعريفة تفضيلية. أما باقي الدول فخضعت سلعها لتعريفة جمركية عامة دون مزايا، حيث بلغت الرسوم الجمركية حينها حوالي 10% على المواد الأولية وسلع التجهيز وتراوحت بين 5% و20% للمواد نصف المصنعة، و15% إلى 20% للمواد التامة الصنع. كما تم اعتماد نظام الحصص لتقليص استيراد السلع الكمالية التي تتوفر لها بدائل محلية، بهدف تقليص العجز التجاري والحفاظ على احتياطي النقد الأجنبي، مع دعم الصناعات الوطنية.

شهدت سنة 1968 أول إصلاح جمركي مهم، حيث تم إقرار إعفاء تام للمواد الأولية من الرسوم، وإعفاء شبه كامل لسلع التجهيز، مع فرض رسوم منخفضة على السلع الأساسية، في مقابل رسوم مرتفعة على السلع التي لها بدائل محلية. وفرضت على السلع الكمالية رسوم باهظة تراوحت بين 100% و150%. كما استفادت الدول الأوروبية، وعلى رأسها فرنسا من تفضيلات جمركية على صادراتها إلى الجزائر. (نميش ، 2022، صفحة 380)

في الفترة بين 1970 و1989، قامت الدولة باحتكار كامل للتجارة الخارجية، ومنعت المؤسسات الخاصة من مزاولة أنشطة الاستيراد والتصدير. كان الهدف من ذلك ضمان الرقابة الكاملة على حركة المبادلات التجارية، حيث سيطرت المؤسسات العمومية على نحو 80%من الواردات عام 1971، ثم خرم القطاع الخاص تماما من النشاط التجاري الخارجي ابتداءً من سنة 1978. وقد سعت الدولة من خلال ذلك إلى تعزيز قدرتها التفاوضية دولياً وتنويع مصادر الاستيراد.

أما في سنة 1973، فقد شملت التعديلات الجمركية إلغاء تصنيف السلع حسب الدول الموردة، مع منح تخفيضات جمركية لدول المغرب العربي والدول التي تربطها اتفاقيات تجارية مع الجزائر. كما استمر العمل بالرسوم النوعية مع تعديل نسبها وفق الغرض من الاستيراد، حيث بلغت الرسوم 3% فقط على المواد الصيدلانية وسلع التجهيز، وتم إعفاء المواد الأولية من الرسوم. أما السلع الوسيطة فخضعت لرسوم تتراوح بين 10% و40%، بينما ارتفعت الرسوم المفروضة على السلع الكمالية لتتراوح بين 40% و100%.

وفي عام 1988، تم إدخال تعديلات إضافية على التعريفة الجمركية بهدف رفع الرسوم، لا سيما على السلع الكمالية وذلك في محاولة لتعويض العجز المالي الناجم عن انهيار أسعار النفط عام 1986، والبحث عن مصادر تمويل بديلة لدعم ميزانية الدولة. (نميش ، 2022، صفحة 381)

الفرع الثاني: سياسات التجارة الخارجية في الجزائر بعد 1990

ابتداء من سنة 1990، وتحت تأثير ضغوطات داخلية وخارجية، شرعت الجزائر في تنفيذ سياسة تدريجية لتحرير التجارة الخارجية، وهو ما تطلب إعادة هيكلة القطاع التجاري ورفع القيود – سواء المباشرة أو غير المباشرة على المبادلات مع الخارج. فقد أدّت الرسوم الجمركية المرتفعة في السابق إلى انكماش في نشاط التجارة الخارجية، وتسببت في نقص حاد في السوق المحلية نتيجة لضعف القدرة الإنتاجية المحلية وعدم تلبية الطلب الكمي والنوعي، إضافة إلى تفشي ظاهرة التهرب الجمركي. (نميش ، 2022، الصفحات 382-383)

مع تبني الجزائر للإصلاحات التي اقترحها صندوق النقد الدولي، أصبح من الضروري تحرير التجارة وتقليص تدخل الدولة في العمليات التجارية مع الخارج. وابتداء من عام 1991، سمح للقطاع الخاص بممارسة نشاط الاستيراد والتصدير تحت إشراف البنوك. كما نص قانون المالية لسنة 1992 على تخفيضات كبيرة في الرسوم الجمركية، حيث تراوحت بين 0% و7% للمواد الأولية، ومن 15% إلى 25% للمواد نصف المصنعة، وبلغت ما بين 40% و60% للسلع التامة الصنع.

إلى جانب هذه الإجراءات تم اعتماد سياسة خفض تدريجي في قيمة الدينار مقابل الدولار الأمريكي، بلغت 22% في سنة 1991 و40% في سنة 1994، وكان الهدف من ذلك تقليص حجم الواردات، خصوصاً السلع الكمالية.

انطلاقاً من عام 1994، دخلت الجزائر مرحلة من التحرير الكلي للتجارة الخارجية، حيث فتح المجال أمام المؤسسات العامة والخاصة والمنتجين من مختلف دول العالم لدخول السوق الجزائرية، في إطار السعي لتعزيز المنافسة وتحسين جودة المنتجات وفق المعايير الدولية.

وفي أبريل 1994، تم الشروع في إلغاء القيود المفروضة على الاستيراد تدريجيا، خاصة تلك المتعلقة بالسلع الاستهلاكية والمعدات الصناعية المستوردة بالعملة الصعبة مع تقديم تسهيلات مالية للمستوردين مثل إلغاء آجال سداد الائتمانات. وبحلول يونيو 1996، أزيلت كافة القيود الكمية على التجارة الخارجية، بما في ذلك القوائم المحظورة للاستيراد والتصدير، والتي كانت تشمل سابقا حوالي 20 نوعا من السلع.

بالتوازي، استمر تخفيض سعر صرف الدينار مقابل الدولار حيث بلغت نسبة التخفيض 50% في سنة 1994، ثم 36% في 1995 و15% في 1996 و5% في 1997. كما شهد النظام الجمركي تعديلات ليتماشى مع المعايير الدولية التي تضعها منظمة الجمارك العالمية، وتم تخفيض الحد الأقصى للرسوم الجمركية إلى 50% سنة 1996 ثم 45% في 1997، مع تقليص قائمة السلع الممنوعة من الاستيراد إلى ثلاث مواد فقط قبل أن يتم رفع الحظر عنها تماماً سنة 1995.

وفي إطار دعم الصادرات، أنشئ صندوق خاص سنة 1996 لتقديم مساعدات مالية للمصدرين من أجل تسويق منتجاتهم في الأسواق الخارجية. كما استهدف قانون المالية لسنة 1996 تقليص العجز التجاري الناتج عن ارتفاع حجم الواردات بعد التحرير التجاري. (نميش ، 2022، صفحة 383)

استمرت سياسة تخفيض الرسوم الجمركية في قوانين المالية للسنوات 1997، 2000، و2001، لتصل نسبة التخفيض إلى 12% بحلول سنة 2006، ضمن استراتيجية لتعزيز التجارة الخارجية. إلا أن الجزائر عادت لاحقا إلى اعتماد تدابير حمائية تجاه بعض السلع، خاصة الكمالية منها عبر تقييد وارداتها باستخدام نظام رخص الاستيراد، إلى جانب اعتماد أسلوب الاعتماد المستندي"كوسيلة تمويل أساسية في التجارة الخارجية، والذي يتميز بإجراءات صارمة ومعقدة تهدف إلى إحكام الرقابة على العمليات التجارية مع الخارج.

الفرع الثالث: السياسة التجارية في الجزائر بعد أزمة تراجع أسعار المحروقات لسنة 2014

أهم الإجراءات المتخذة خلال هذه الفترة: (مفتاح، 2021، الصفحات 323-324-325)

أولا: التوطين البنكي

تفرض القوانين الجزائرية على المتعاملين في مجال التجارة الخارجية الالتزام بإجراء التوطين البنكي المسبق لكل من عمليات التصدير والاستيراد، قبل الشروع في أي خطوة تنفيذية أخرى. وقد أكدت المادة 29 من النظام 07-01 هذا الإجراء بقولها: "تخضع كل عملية استيراد أو تصدير للسلع أو الخدمات الإلزامية التوطين لدى وسيط معتمد باستثناء عمليات العبور وبعض الحالات الخاصة المنصوص عليها في المادة 33 أدناه."كما نصت المادة 37 من النظام نفسه على أن: "البنوك والمؤسسات المالية الوسيطة المعتمدة هي الوحيدة المخولة بتنفيذ التحويلات والترحيلات المتعلقة بالعمليات التجارية الخاصة بالسلع والخدمات التي تم توطينها مسبقا لدى شبابيكها." (الجريدة الرسمية، 2007)

ويصنف التوطين البنكي، من منظور السياسات التجارية ضمن الإجراءات الإدارية التي تهدف إلى تمكين البنوك بالتنسيق مع مصالح الجمارك من مراقبة المبادلات التجارية الخارجية وفقاً للتشريعات السارية. ومع ذلك، قد يتحول هذا الإجراء إلى أداة تقييدية تعرقل حرية المبادلات وهو ما حدث في الجزائر فعلياً.

ففي عام 2016، تم إدراج التوطين الإلكتروني كخطوة مسبقة على التوطين البنكي. ثم أصدر بنك الجزائر التعليمة رقم 05-2017 بتاريخ 22 أكتوبر 2017، والتي نصت على إلزام المستوردين بتوفير مؤونة مالية مسبقة لدى البنك الموطن، تعادل على الأقل 120% من قيمة السلع المراد استيرادها، على أن يتم ذلك قبل 30 يوما من تاريخ شحن البضاعة. وقد طبق هذا الإجراء على عمليات الاستيراد الخاصة بالسلع الموجهة للبيع كما هي دون تحويل صناعي.

يظهر هذا الإجراء توجه السلطات نحو الحد من حجم الواردات، عبر وضع قيود مالية صارمة تؤدي إلى استبعاد عدد كبير من المستوردين، خصوصاً الصغار منهم. فاشتراط تجميد 120% من قيمة الصفقة لمدة تتجاوز الشهر بالإضافة إلى مدة النقل التي قد تصل إلى شهرين في حالة الشحن من الصين مثلاً وأسبوع إضافي على الأقل الإجراءات التخليص الجمركي، كلها عوامل تجعل من هذا الإجراء عائقاً كبيراً. وكنتيجة لذلك، أجبر العديد من المستوردين على تقليص عدد عمليات الاستيراد بسبب تجميد جزء كبير من رؤوس أموالهم، مما انعكس على انخفاض حجم وتواتر النشاط التجاري الخارجي.

ثانيا: مراجعة اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي

الجزائر والاتحاد الأوروبي حيز التنفيذ، ورغم تعويل الجزائر عليه لتحقيق مكاسب تنموية، إلا أن نتائجه أظهرت عجزا تجاريا متزايداً لصالح الجانب الأوروبي. وفي ظل تداعيات الأزمة الناتجة عن تراجع أسعار المحروقات، دعا الرئيس الجزائري في أوت 2020 إلى ضرورة إعادة تقييم الاتفاقيات التجارية متعددة الأطراف، مع التركيز بشكل خاص على اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، بهدف إعادة توازن العلاقات التجارية وتعزيز مصالح الجزائر.

وفي هذا السياق، صرح وزير الخارجية الجزائري في ديسمبر من العام نفسه بضرورة مراجعة الاتفاق المذكور، في ضوء ما اعتبرته الجزائر اختلالا في مخرجاته الاقتصادية لصالح الطرف الأوروبي.

تجدر الإشارة إلى أن الاتحاد الأوروبي سبق وأن أعرب عن استيائه من بعض التدابير التجارية التي اتخذتها الجزائر، لا سيما تلك المتعلقة بتقييد الواردات. ففي عام 2018 فرضت الجزائر نظام الحصص ورخص الاستيراد على عدد من السلع، ما تسبب في تضرر العديد من الدول الأوروبية خصوصاً فرنسا، إيطاليا وإسبانيا. ويتوقع أن تشكل مطالبة الجزائر بمراجعة الاتفاق مصدر قلق إضافي لهذه الدول، على الرغم من إبداء بعضها تفهما لموقف الجزائر. (مفتاح، 2021، صفحة 324)

ثالثا: العودة الى القيود الكمية (الحصص وتراخيص الاستيراد)

تحت تأثير الأزمة الاقتصادية التي تفاقمت بعد 2014 شرعت الجزائر في اتخاذ إجراءات وتقنيات تهدف إلى تقليص حجم وحرية التبادل التجاري مع الخارج. ففي عام 2015، عدلت الحكومة الأمر 03-04، وذلك بهدف إضفاء شرعية قانونية على العودة إلى فرض القيود الكمية، كوسيلة للحد من العجز المتزايد في الميزان التجاري وميزان المدفوعات. وقد أظهر هذا التوجه تبني سياسة حمائية واضحة في ميدان التجارة الدولية، حيث تم النص صراحة على

إمكانية فرض قيود كمية أو نوعية، بالإضافة إلى إجراءات لمراقبة المنتجات عند التصدير أو الاستيراد. وقد تم هذا التعديل بموجب القانون رقم 15-01 المؤرخ في 15 جويلية 2015، وشمل بشكل أساسي المواد 2، 3، و6.

فقد وسعت المادة 2 قائمة الاستثناءات من حرية التجارة إذ أضافت إلى أسباب الأمن والنظام العام والأخلاق، حالات تمس بصحة الأفراد والحيوانات، وبالثروات الحيوانية والنباتية، ووقاية النباتات والموارد البيولوجية والبيئية، إلى جانب التراث التاريخي والثقافي. أما المادة 3، فقد أصبحت تنص صراحة على إمكانية فرض قيود كمية أو نوعية، أو تطبيق تدابير رقابية على المنتجات عند استيرادها أو تصديرها، بما يتوافق مع أحكام التشريعات المعمول بها. في حين سمحت المادة 6 باستخدام نظام تراخيص الاستيراد أو التصدير لتأطير التدابير المتخذة بموجب هذا القانون، أو تنفيذاً للاتفاقيات الدولية التي تلتزم بها الجزائر.

وقد جاء المرسوم التنفيذي رقم 15-306 المؤرخ في 6 ديسمبر 2015 ليضبط تطبيق نظام تراخيص الاستيراد مفعلاً بذلك المادة 6 مكرر 1 من الأمر المعدل، وبدأ تطبيق هذا النظام رسمياً في 1 جانفي 2016.

ضمن هذا السياق، شرعت الجزائر في اعتماد نظام الحصص الكمية، لا سيما في قطاع السيارات، حيث تم تحديد حصة سنوية للعربات المستوردة، مع استثناء مجموعات CKD /SKD الخاصة بمصانع تركيب السيارات.

رابعا: الحظر المؤقت

فرضت الحكومة الجزائرية في جانفي 2018 حظرا مؤقتا على استيراد 851 منتجا بهدف إعادة التوازن لميزان المدفوعات بعد تراجع احتياطات الصرف، مما شكل تراجعا عن سياسة تحرير التجارة واتجاها نحو الحمائية. وفي ماي 2018، تم تعديل القائمة لتشمل 877 منتجا، ما يعكس ارتباكا وعدم استقرار في سياسات الحكومة ووزارة التجارة بشأن إدارة ملف الاستيراد.

خامسا: رفع الرسوم الجمركية وفرض رسوم اضافية أخرى

في إطار السياسة الحمائية التي انتهجتها الجزائر، قامت الحكومة برفع الحقوق الجمركية على 32 فئة من المنتجات النهائية، شملت بشكل أساسي معدات الإعلام الآلي مثل الحواسيب المحمولة والألواح الإلكترونية (الطابلات) والوحدات المركزية للمعالجة، وخوادم الحاسوب، ووحدات الذاكرة، وقارئات بطاقات الذاكرة، بالإضافة إلى هياكل الجرارات والشاحنات عربات التبريد المحولات الكهربائية والهواتف المحمولة. جاء هذا الإجراء ضمن المادة 115 من

قانون المالية لسنة 2018 القانون رقم 17-11 المؤرخ في 27 ديسمبر 2017، الجريدة الرسمية رقم 79، الصادرة في (28 ديسمبر2017) (مفتاح، 2021، صفحة 325)

كما وسعت الحكومة نطاق السلع الخاضعة للضريبة الداخلية على الاستهلاك (TIC) بنسبة 30% لتشمل 10 مجموعات من المنتجات النهائية.

ومع بداية سنة 2019، تم رفع الحظر المؤقت على الاستيراد، واستبدل برسم إضافي مؤقت وقائي (DAPSS) شمل في مرحلته الأولى 1095 منتجا، بنسب تراوحت بين 30% و120%، وذلك بموجب قرار مؤرخ في 26 جانفي 2019، نشر في الجريدة الرسمية رقم 6 بتاريخ 27 جانفي 2019.

غير أن الحكومة سرعان ما أعادت النظر في هذه القائمة حيث تم إعفاء بعض المنتجات بعد أقل من ثلاثة أشهر، ليحدد عدد السلع الخاضعة لهذا الرسم بـ 982 منتجا، وفقًا لقرار وزاري مؤرخ في 8 أفريل 2019، المعدل والمتمم للقرار السابق، والمنشور في الجريدة الرسمية رقم 26 بتاريخ 21 أفريل 2019.

المطلب الثاني: واقع التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

تأثرت التجارة الخارجية الجزائرية بين 2010 و2023 بالإصلاحات الاقتصادية، حيث استمرت الصادرات في الاعتماد على قطاع الطاقة، بينما بقيت الصادرات خارج هذا القطاع محدودة. وفي المقابل، شكلت الواردات خارج قطاع الطاقة النسبة الأكبر من المشتريات الخارجية، مع تذبذب في حجمها خلال الفترة المدروسة.

الفرع الأول: تطور حجم الصادرات والواردات في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

سنتطرق الى تطور الصادرات والواردات في الجزائر بين عامي 2010 و2023، وذلك لفهم كيفية تغير حركة التجارة الخارجية خلال هذه الفترة، كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (1): اجمالي حجم الصادرات والواردات في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

الوحدة: مليار دولار امريكي

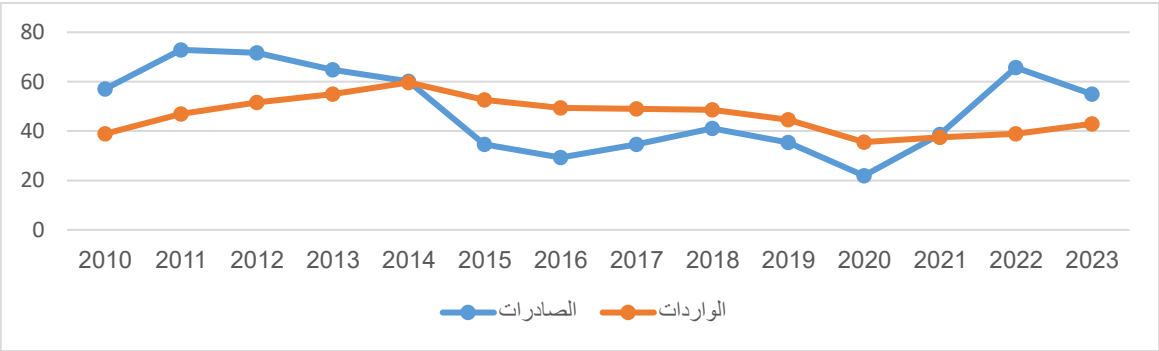
السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الصادرات	57.090	72.888	71.736	64.867	60.129	34.565	29.309
الواردات	38.885	46.927	51.569	54.987	59.670	52.649	49.437
2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
34.569	41.146	35.323	21.932	38.637	65.718	54.980	
48.981	48.573	44.632	35.547	37.466	38.868	42.962	

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

ولتحليل وقرأه أفضل لمعطيات من الجدول رقم (1) تم وضع المنحنى الموضح في الشكل رقم (4) للمساعدة في إعطاء صورة أوضح لحركة الصادرات والواردات في الجزائر خلال فترة الدراسة:

الشكل رقم (4): يبين حركة صادرات وواردات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

الوحدة: مليار دولار امريكي



المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على معطيات الجدول السابق

استنادا إلى الشكل رقم (3)، تم تحليل تطور حجم التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2023. ففي عام 2010، سجلت الصادرات الجزائرية فائضا بلغ 57.090 مليار دولار أمريكي، وواصلت الارتفاع في سنة 2011 لتبلغ 73.888 مليار دولار. غير أن الفترة الممتدة من 2012 إلى 2016 شهدت

تراجعًا ملحوظا في حجم الصادرات بنسبة تقدر بحوالي 50% مقارنة بسنة 2011. بعد ذلك، عرفت الصادرات تحسنًا نسبيًا خلال سنتي 2017 و2018، حيث بلغت 34.569 و41.146 مليار دولار على التوالي. إلا أن هذا الاتجاه الإيجابي انكسر مجددًا في سنتي 2019 و2020 بسبب تداعيات جائحة كوفيد - 19، حيث تراجع حجم الصادرات إلى 21.932 مليار دولار. ومع انحسار آثار الجائحة، سجلت الصادرات ارتفاعًا واضحًا في سنتي 2021 و2022 لتصل إلى 65.718 مليار دولار لكنها عادت للانخفاض في عام 2023 إلى 54.980 مليار دولار نتيجة تراجع قيمة صادرات المحروقات.

أما بالنسبة للواردات، فقد بدأت منحنى تصاعديا من 38.885 مليار دولار في 2010، وبلغت ذروتها في 2014 بقيمة 59.670 مليار دولار. غير أنها شهدت تراجعًا تدريجيا من 2015 حتى 2020، حيث انخفضت إلى 35.547 مليار دولار، نتيجة تبني سياسة تقشفية وتطبيق نظام تراخيص الاستيراد للتحكم في تدفقات السلع. وقد ساهمت جائحة كوفيد - 19 بدورها في تعميق هذا التراجع. لكن منذ سنة 2021 وحتى 2023، عادت الواردات إلى الارتفاع لتصل إلى 42.962 مليار دولار، وهو مستوى لا يزال أدنى من القيم المسجلة خلال الفترة ما بين 2012 و2014، كما يتضح من حلال الشكل السابق.

الفرع الثاني: الهيكل القطاعي لصادرات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

شهدت الصادرات الجزائرية بين عامي 2010 و2023 تذبذبا ملحوظا نتيجة الاعتماد الكبير على قطاع الطاقة، كما أثرت السياسات الحكومية الهادفة لتنويع الاقتصاد وتشجيع الصادرات خارج المحروقات على حركة التصدير.

ويعرض الجدول التالي إجمالي الصادرات الجزائرية في كل من قطاع المحروقات والقطاعات الأخرى خارج المحروقات.

الجدول رقم (2): الهيكل القطاعي لصادرات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

الوحدة: مليون دولار امريكي

الصادرات / السنة	قطاع الطاقة	السلع خارج قطاع الطاقة					
		المواد الغذائية	المواد الاولية	المواد نصف المصنعة	التجهيزات الفلاحية	التجهيزات الصناعية	السلع الاستهلاكية
2010	56143	305	165	1089	0	27	33
2011	71662	357	162	1495	0	36	16
2012	70571	314	167	1519	0	30	18
2013	63326	402	108	1608	0	25	18
2014	58362	323	49	842	0	8	6
2015	35724	234	106	1693	0	18	11
2016	27887	327	84	1299	0	53	18
2017	32864	348	73	1384	0	74	20
2018	38929	373	93	1626	0	90	33
2019	33255	408	96	1445	0	83	36
2020	20022	437	71	1287	0	77	37
2021	34137	576	182	3486	1	188	63
2022	59711	269	263	5086	2	84	111
2023	50781	428	256	3977	3	45	67

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

من خلال تحليل معطيات الجدول رقم (2)، يتبين أن الصادرات الجزائرية شهدت تحسنا ملحوظا في الفترة ما بين 2010 و2011، حيث شمل هذا النمو مختلف مكونات الصادرات، وإن بدرجات متفاوتة حسب كل قطاع،

وذلك ارتباطا بالسياسات الاقتصادية المنتهجة آنذاك. وقد واصل قطاع الطاقة والمحروقات تصدره لمجمل الصادرات، بحصيلة بلغت 71,662 مليون دولار أمريكي خلال العامين المذكورين. غير أن هذه الصادرات عرفت منحًى تنازليًا تدريجيا في السنوات اللاحقة، لتنخفض إلى نحو 27,887 مليون دولار أمريكي سنة 2016، قبل أن تسجل تعافيا نسبيا في عامي 2017 و2018، ثم تعود إلى التراجع في 2019 و2020، تحت تأثير الأوضاع السياسية والاقتصادية غير المستقرة، والاحتجاجات الشعبية التي عرفتها البلاد، ما انعكس سلبًا على مناخ الأعمال وثقة المستثمرين، وفاقمته تداعيات تدهور العلاقات الدولية.

وقد ازداد الوضع تأزما مع انتشار جائحة كوفيد-19، التي أربكت سلاسل التوريد العالمية وأثرت على حركة التجارة الدولية. ومع بدء انحسار الأزمة الصحية، سجلت الصادرات الجزائرية انتعاشا جديدا خلال عامي 2021 و2022، لتبلغ قيمتها نحو 59,711 مليون دولار أمريكي.

وفيما يتعلق بالصادرات خارج قطاع المحروقات، فقد جاء قطاع المواد نصف المصنعة في المرتبة الثانية من حيث القيمة، حيث شهد بدوره تذبذبات خلال الفترة (2010-2023)، وبلغت حصيلته نحو 3,977 مليون دولار أمريكي في عام 2023. يليه قطاع المواد الغذائية، الذي حقق أعلى حصيلة له في عام 2021 بقيمة بلغت حوالي 576 مليون دولار أمريكي.

وتشير هذه المعطيات إلى أن مساهمة الصادرات خارج المحروقات كانت محدودة نسبيا، الأمر الذي يعكس هشاشة القاعدة الإنتاجية، إلى جانب غياب رؤية استراتيجية متكاملة للنهوض بالقطاعين الزراعي والصناعي وتطوير قدرتهما التصديرية، سواء على الصعيد المحلي أو في الأسواق الدولية.

الفرع الثالث: الهيكل القطاعي لواردات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

فيما يتعلق بالواردات في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2023، فقد تصدرت التجهيزات الصناعية قائمة المنتجات المستوردة، تلتها المواد نصف المصنعة، ثم المواد الغذائية، وبعدها السلع الاستهلاكية، في حين جاءت التجهيزات الفلاحية في المرتبة الأخيرة من حيث حجم الواردات. ويبين الجدول أدناه توزيع هذه الفئات بشكل مفصل.

الجدول رقم (3): الهيكل القطاعي لواردات الجزائر خلال الفترة (2010-2023)

الوحدة: مليون دولار امريكي

الواردات / السنة	قطاع الطاقة	السلع خارج قطاع الطاقة					
		المواد الغذائية	المواد الاولية	المواد النصف مصنعة	التجهيزات الفلاحية	التجهيزات الصناعية	السلع الاستهلاكية
2010	945	6027	1404	9944	330	15573	5978
2011	1164	985	1776	10431	229	15951	7944
2012	4955	9023	1893	10629	329	13604	6667
2013	4356	9572	1766	10810	449	15745	12205
2014	2851	11005	1884	12740	657	18906	20287
2015	1700	1138	1138	13043	462	17709	8597
2016	1613	8223	1563	11437	503	15412	8338
2017	1992	8437	1524	10981	611	13962	8450
2018	977	8199	1814	10468	537	12824	9312
2019	1369	7649	1921	9840	437	10845	7934
2020	890	7723	2199	7614	198	8697	5577
2021	513	8877	3401	7313	247	9158	6498
2022	581	10369	4037	9581	204	8321	5282
2023	616	9921	3880	9713	285	9881	6431

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

شهدت الواردات الجزائرية تذبذبا واضحا خلال الفترة من 2010 إلى 2023. ففي قطاع الطاقة، سجلت الواردات ارتفاعًا خلال الفترة من 2010 إلى 2012، حيث بلغت قيمتها 4.955 مليون دولار أمريكي، لكنها بدأت في التراجع التدريجي خلال السنوات اللاحقة، لتصل إلى 4.356 مليون في 2013، ثم 2.851 مليون في 2014، و1700مليون دولار في 2015. ويعزى هذا الانخفاض أساسا إلى تراجع مداخيل الدولة نتيجة لانهيار أسعار النفط منتصف عام 2014، مما دفع السلطات إلى اتخاذ إجراءات تهدف إلى ترشيد الإنفاق العام وضبط ميزان المدفوعات، بما في ذلك تقليص فاتورة الاستيراد.

ابتداء من 2015، بدأت واردات مختلف الأصناف في الانخفاض، باستثناء التجهيزات الفلاحية، التي شهدت نموا بلغ ذروته سنة 2017 بقيمة 611 مليون دولار، قبل أن تتراجع بشكل ملحوظ بين عامي 2018 و2023، حيث انخفضت إلى 285 مليون دولار، مسجلة أدنى مستوى لها سنة 2020 عند 198 مليون دولار، بفعل تداعيات جائحة كوفيد – 19، التي أثرت بحدة على حركة التجارة الخارجية. أما الارتفاع المسجل بين 2022 و2023، فهو يعزى إلى جهود الدولة في تنظيم عمليات الاستيراد عبر مختلف الأصناف.

كما تجدر الإشارة إلى أن سنة 2017 اتسمت بتذبذب في حجم الواردات عبر مختلف الفئات بينما شهد عام 2018 زيادة في بعض الأصناف مقارنة بعام 2017، من بينها المواد الغذائية التي ارتفعت بنسبة 18.57%، والمواد الأولية بنسبة 4.11%، والسلع الاستهلاكية بنسبة 21.05%، في حين سجلت باقي الفئات تراجعا بنسب متفاوتة.

ومن الجدير بالذكر أن التجهيزات الصناعية استحوذت على أكبر حصة من الواردات، حيث بلغت قيمتها سنة 2014 نحو 18.906 مليون دولار أمريكي، أي ما يعادل 32.41% من إجمالي الواردات، تليها المواد نصف المصنعة، ثم السلع الاستهلاكية، فيما احتلت التجهيزات الفلاحية المرتبة الأخيرة، بقيمة بلغت 285 مليون دولار في سنة 2023.

المطلب الثالث: التحديات التي تواجه تطور التجارة الخارجية في الجزائر:

تواجه التجارة الخارجية في الجزائر عدة عراقيل على المستوى الداخلي وعلى مستوى الخارج بحيث تؤثر على أدائها وتحد من قدرتها التنافسية، ويمكن تلخيص أبرز هذه التحديات فيما يلي: (عيساوي و هاني، 2024، الصفحات 241-242)

الفرع الأول: التحديات الداخلية التي تواجه تطور التجارة الخارجية في الجزائر

للتجارة الخارجية في الجزائر عدة تحديات داخلية منها على مستوى الجمارك ومنها على مستوى النظام المصرفي وأخرى متعلقة بالاقتصاد الوطني، وهي كما يلي:

أولا: التحديات على مستوى الجمارك الجزائرية

نذكر بعض النقاط الأساسية وهي: (كبيش و خميسي، 2017، صفحة 351)

أ- تواجه الجمارك الجزائرية تحديا رئيسيا يتمثل في حماية الاقتصاد الوطني، إلى جانب ضرورة التكيف مع التحولات العالمية المتسارعة، الناتجة عن توسع النظام الرأسمالي والعولمة. فقد أدى التقدم العلمي والتكنولوجي، وثورة المعلومات والاتصالات، إلى تشابك العلاقات الدولية وظهور سوق عالمية موحدة تكرس مبدأ المنافسة الحرة. أمام هذا الواقع، تسعى إدارة الجمارك إلى لعب دور فعال في التأهيل الاقتصادي لتعظيم الفوائد وتقليل التأثيرات السلبية على الاقتصاد الوطني.

ب- تعد مكافحة الجرائم الاقتصادية مثل تبييض الأموال الفساد، والتهريب من التحديات الكبرى التي تواجه الدول المتقدمة والنامية، نظرا لتأثيرها الخطير على استقرار الاقتصاد الوطني وتفشيها الواسع في الوقت الراهن.

ت- مكافحة الجريمة المنظمة العابرة للحدود، وعلى رأسها الإرهاب والهجرة غير الشرعية، نظرًا لارتباطها بتهريب السلع كمصدر تمويل رئيسي خاصة في ظل التحولات الاقتصادية والجيوسياسية الحالية.

ث- تسعى إدارة الجمارك الجزائرية إلى تهيئة بيئة مشجعة للاستثمار، من خلال تكييف القوانين الجمركية وتقديم تسهيلات تزيل العقبات أمام الشركات.

ج- تعمل الجمارك على تطوير إدارتها بما يتوافق مع التغيرات الاقتصادية محليا ودوليا، خصوصا مع اقتراب انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية.

ح- مواجهة التهديدات الموجهة للسيادة الوطنية الناتجة عن الانفتاح التجاري والمنافسة الحرة التي تفرضها القوى الاقتصادية الكبرى عالميا.

ثانيا: التحديات على مستوى النظام المصرفي الجزائري

يعتبر النظام المصرفي عصب حيوي وأحد العناصر الفعالة في مجال التجارة الخارجية، ويمكن حصر التحديات التي تواجه النظام المصرفي الجزائري فيما يلي:

أ- **ضعف كفاءة العنصر البشري في البنوك الجزائرية:** يعتبر العنصر البشري ركيزة أساسية في تطوير الأداء المصرفي، إذ تمثل الكفاءة في العمل العامل الحاسم بين المؤسسات. ويعد ضعف تأهيل الكوادر من أبرز مشكلات النظام المصرفي الجزائري، ما يتطلب تطوير مهارات العاملين لمواكبة التقدم التكنولوجي في الخدمات المصرفية. (حفاي، 2018، صفحة 297)

ب- **صغر حجم المصارف الجزائرية:** رغم صغر حجم أصول ورؤوس أموال البنوك الجزائرية مقارنة بالبنوك العالمية، إلا أنها تشهد تحسنًا تدريجيا في تصنيفها على المستوى الإفريقي عاما بعد عام.

ت- **التركز في نصيب البنوك:** يعاني القطاع المصرفي الجزائري من ارتفاع كبير في تركز الأصول، حيث تسيطر البنوك التجارية العمومية على أكثر من 95% من إجمالي الأصول البنكية. هذا التركز يضعف المنافسة ويجعل أداء عدد قليل من البنوك يؤثر بشكل مباشر على باقي القطاع، مما يعيق تطوير الصناعة المصرفية ويؤثر سلبا على أداء السوق.

ث- **القروض المتعثرة:** تسببت ممارسات الإقراض في الجزائر في تدهور جودة محافظ القروض، وزاد الوضع سوءا بسبب الظروف الاقتصادية غير المواتية، ما أدى إلى تراجع قدرة البنوك على الوساطة المالية نتيجة انخفاض السيولة. وقد أصبحت الجزائر من بين الدول العربية الأكثر تسجيلا للقروض المتعثرة.

ج- **تجزئة النشاط البنكي:** أسفرت السياسة التنموية في الجزائر، التي اعتمدت على تخصيص الموارد بشكل مخطط لدعم مختلف القطاعات عن توجيه القروض إلى قطاعات محددة. وقد أدى هذا إلى تخصص البنوك في مجالات معينة، مما نتج عنه تجزئة النشاط البنكي، وضعف المنافسة، وتقليل حوافز البنوك لتنويع محافظها المالية وإدارة المخاطر بشكل فعال.

ح- **ضعف استخدام التكنولوجيا والرقابة:** يحتاج النظام المصرفي الجزائري إلى تعزيز الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة وتطبيق الأنظمة المتطورة، لتمكينه من المنافسة داخليا وخارجيًا. فاعتماد التكنولوجيا يسهم في تسريع العمليات المالية، وزيادة الشفافية من خلال إتاحة المعلومات بشكل فوري.

خ- **ضيق السوق النقدي الأولي والثانوي:** يتطلب الجهاز البنكي وجود سوق نقدية منظمة ومتطورة نظرًا لدورها الحيوي في تأمين السيولة وتوفير أدوات الدفع. ومن خلالها، تتمكن البنوك من تمويل مختلف القطاعات الاقتصادية، كما تساعد السلطات النقدية في مراقبة الائتمان والسيولة بشكل فعال. (جنان و توبين، بدون سنة، صفحة 104)

ثالثا: تحديات أخرى متعلقة بالاقتصاد الوطني

توجد تحديات أخرى متعلقة بالاقتصاد الوطني تعيق تطور التجارة الخارجية، ذكر منها:

- اعتماد الاقتصاد الجزائري بشكل شبه كلي على قطاع المحروقات، وهو قطاع يتسم بتقلبات حادة في الأسعار نتيجة لتأثيرات اقتصادية وجيوسياسية عالمية.
- تدني مستويات الاستثمار الأجنبي المباشر، ما يحد من تنمية القطاعات الإنتاجية.
- ضعف معدلات النمو الاقتصادي وارتفاع نسب البطالة.
- غياب الاستقرار الاقتصادي وفعالية محدودة للسياسات النقدية والمالية في دعم التنمية الاقتصادية.
- انتشار البيروقراطية والفساد الإداري، مما يشكل عائقا أمام تحقيق التنمية المستدامة.
- غياب التنوع في مصادر الدخل الوطني وضعف فعالية البرامج التنموية في تحقيق نمو اقتصادي ملموس.
- عدم اندماج الاقتصاد الجزائري في الأسواق المالية العالمية.
- محدودية القدرة الإنتاجية للاقتصاد الوطني، مما يؤدي إلى العجز في تحقيق الاكتفاء الذاتي والاعتماد الكبير على الواردات لتلبية حاجيات السوق المحلية من السلع الاستهلاكية والإنتاجية.
- تدني نسبة الصادرات خارج قطاع المحروقات، والتي لا تتجاوز 11% من إجمالي الصادرات.
- ضعف القطاع الفلاحي رغم قدرته المحتملة على دعم الصادرات خارج المحروقات، خاصة في ظل غياب قاعدة صناعية متطورة.
- قلة الدعم اللوجستي المخصص للمصدرين، لا سيما في مجالات النقل والتخزين.
- نقص الابتكار والإبداع داخل المؤسسات الإنتاجية، ما يؤدي إلى تدني جودة المنتجات الوطنية وضعف قدرتها التنافسية في الأسواق العالمية. (عيساوي و هاني، 2024، الصفحات 241-242)

الفرع الثاني: التحديات الخارجية التي تواجه تطور التجارة الخارجية في الجزائر

للتجارة الخارجية في الجزائر عدة تحديات خارجية تواجه تطورها، ذكر منها ما يلي: (شليحي، 2020، الصفحات 108-109-110)

أ- العولمة والتكتلات الاقتصادية:

تعد العولمة من أبرز التحديات التي تواجه الاقتصاديات العربية بصفة عامة، والاقتصاد الجزائري بصفة خاصة، منذ مطلع تسعينيات القرن الماضي. ويكمن تأثيرها في اندماج الأسواق العالمية ضمن نظام يقوم على حرية الأسواق والرأسمالية، مع بروز دور الشركات متعددة الجنسيات التي أصبحت تتحكم في توزيع وإنتاج السلع الأساسية على الصعيد الدولي.

وفي هذا السياق، تكتسب التكتلات الاقتصادية أهمية بالغة باعتبارها وسيلة لتعزيز التعاون الاقتصادي الإقليمي وزيادة حجم المبادلات التجارية. وقد انضمت الجزائر إلى عدد من هذه التكتلات، من بينها منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى. غير أن المبادلات التجارية بين الجزائر والدول العربية ظلت دون المستوى المأمول، نتيجة لجملة من العراقيل، أبرزها:

- فرض رسوم غير جمركية من قبل بعض الدول العربية، بهدف حماية الإنتاج المحلي وتقليص المنافسة.
- تعقيد الإجراءات الإدارية المرتبطة بالاستيراد والتصدير.
- ضعف البنية التحتية لقطاع النقل.

ومن جانب آخر، ساهمت العولمة في اتساع نفوذ الشركات متعددة الجنسيات في القطاعات الصناعية العربية، مما أدى إلى تفكك الروابط الاقتصادية بين الدول العربية وتقليص فرص التكامل الإقليمي.

ب- تحرير التجارة العالمية

يشكل تحرير التجارة العالمية أحد الأهداف الأساسية لمنظمة التجارة العالمية، ويتجسد في السعي إلى تقليص التعريفات الجمركية تدريجياً وربطها بمستويات لا يمكن تجاوزها إلا عبر مفاوضات وتعويضات. كما يتطلب الأمر اعتماد مبدأ الشفافية الكاملة فيما يخص القوانين والإجراءات الجمركية لضمان وضوح واستقرار المعاملات التجارية الدولية.

وفي هذا الإطار، تُلزم الدول الأعضاء، ومنها الجزائر، باتخاذ إجراءات تقلّص من تدخل الدولة في المبادلات التجارية، وتفتح المجال أمام ممارسة التجارة بحرية أكبر، بعيداً عن القيود الجمركية والإدارية.

ت- الشراكة الأورو-متوسطية:

تُعد الشراكة الأورو-متوسطية من الآليات التي اعتمدها الاتحاد الأوروبي لتعزيز تعاونه مع دول جنوب المتوسط، غير أنها تنطوي على اختلالات بنيوية تُشكل تحدياً للتجارة الخارجية الجزائرية. إذ تفتح الأسواق العربية، بما فيها الجزائر، أبوابها على نطاق أوسع للمنتجات الأوروبية، مقارنة بما تتيحه الأسواق الأوروبية للمنتجات الجزائرية. وتتجلى أبرز التحديات التي تفرضها هذه الشراكة فيما يلي:

- ضعف القدرة التنافسية للقطاع الصناعي الجزائري مقارنة بنظيره الأوروبي.
- تراجع الإيرادات الجمركية نتيجة التخفيض التدريجي للتعريفات الجمركية ضمن إطار الشراكة.
- محدودية السوق الجزائرية بالمقارنة مع السوق الأوروبية من حيث الحجم والقدرة الاستيعابية.

المبحث الثالث: مجالات توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

تشهد الجزائر تطورا ملحوظا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أصبحت هذه التكنولوجيا أداة أساسية لدعم التنمية في مختلف القطاعات. فقد امتد استعمالها ليشمل التعليم الإدارة الصحة، الاقتصاد، والخدمات، مما ساهم في تحسين الأداء، تسريع المعاملات، وتسهيل الوصول إلى المعلومات. ويعد الاستثمار في هذا المجال خطوة استراتيجية نحو بناء مجتمع رقمي ومواكبة التحول الرقمي العالمي.

المطلب الأول: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التعليم

نتج عن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التعليم ما يلي:

الفرع الأول: وزارة التربية الوطنية

من خلال توظيف الجزائر لتكنولوجيا والمعلومات والاتصال في قطاع التربية الوطنية وعلى مستوى وزارة التربية والتعليم نتج ما يلي: (مخلفي و بن حجار، 2021، الصفحات 330-331)

- يوفر التعليم عن بعد في الجزائر من خلال كل من الديوان الوطني للتعليم والتكوين عن بعد، والمركز الوطني للتعليم المهني عن بعد.

• موقع إلكتروني مخصص لعرض نتائج امتحانات شهادتي البكالوريا والتعليم المتوسط والابتدائي.

الشكل رقم (5): يبين المنصة الرقمية للاطلاع على نتائج شهادة البكالوريا

المصدر: المنصة الرقمية للاطلاع على نتائج شهادة البكالوريا تم الاطلاع عليه يوم 2025/05/10 على 10:19 من موقع bac.once.dz

• تم إنشاء مواقع مخصصة لرقمنه قطاع التربية الوطنية يمكن الولوج إليها باستخدام اسم مستخدم وكلمة مرور حيث تمتلك كل مؤسسة تعليمية بياناتها الخاصة. كما تتيح هذه المواقع لمديري المؤسسات إدخال قوائم التلاميذ التابعة لهم بكل سهولة.

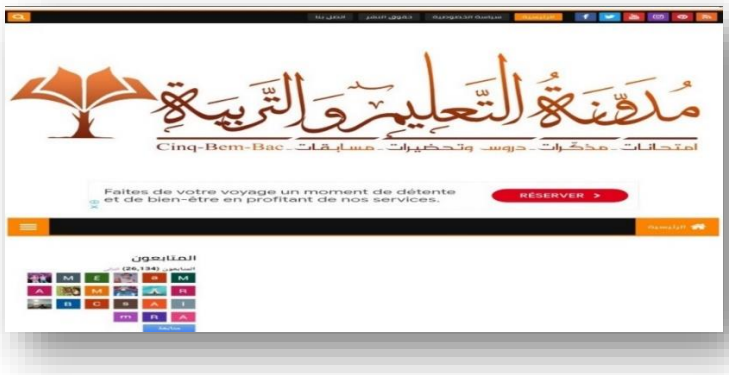
الشكل رقم (6): يوضح الأرضية الرقمية لوزارة التربية الوطنية

المصدر: الارضية الرقمية لوزارة التربية الوطنية تم الاطلاع عليه يوم 2025/05/10 على الساعة 11:45 من موقع amatti.education.gov.dz

- **فضاء الأولياء:** يعد فضاء الأولياء منصة رقمية متميزة في مجال التربية وأداة تكنولوجية فعالة تهدف إلى تعزيز دور أولياء الأمور في متابعة المسار الدراسي لأبنائهم. توفر هذه المنصة بيئة رقمية متكاملة تحتوي على معلومات وخدمات متعددة مثل الاطلاع على النتائج المدرسية بيانات التمدرس والغيابات إلى جانب إمكانية الاستفادة من خدمات عن بعد كطلب تحويل التلاميذ إعادة إدماجهم، أو الحصول على رخصة تخفيض السن وغيرها. (تم الاطلاع عليه (https://awlyaa.education.dz من (10 05, 2025)

- **مدونة التربية والتعليم:** وهي منصة تربوية تعليمية تعنى بكل ما يتعلق بالقطاع التعليمي في الجزائر، من التعليم الابتدائي والمتوسط والثانوي إلى التعليم الجامعي. كما توفر المدونة إعلانات التوظيف في مختلف المجالات، إضافة إلى محتوى يساعد في التحضير لها.

الشكل رقم (7): يوضح المنصة الرقمية لمدونة التعليم والتربية



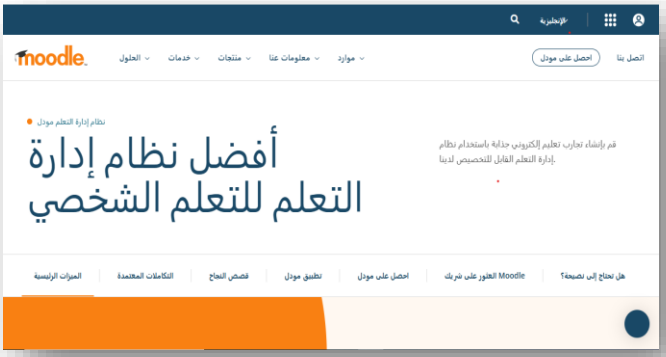
المصدر: المنصة الرقمية لمدونة التعليم والتربية تم الاطلاع عليها يوم 2025/05/10 في 1:29 من الموقع /https://education-onec-dz.blogspot.com

الفرع الثاني: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

من مظاهر توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التعليم العالي، نذكر ما يلي:

- **منصة الدروس على الخط (Moodle):** توفر الوزارة أرضية إلكترونية خاصة بكل جامعة لنشر المحاضرات والدروس عن بعد، بهدف دعم التعليم الرقمي وتسهيل الوصول إلى المحتوى الأكاديمي. كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (8): المنصة الرقمية لنشر الدروس الخاصة بالجامعات



المصدر: المنصة الرقمية لنشر الدروس الخاصة بالجامعات تم الاطلاع عليه يوم 2025/05/10

في الساعة 2:07 من الموقع https://moodle.org/

- **التعليم عن بعد:** يهدف هذا النظام إلى تحقيق مجموعة من الأهداف على ثلاث مراحل:

- **المرحلة الأولى:** تتمثل في استخدام التكنولوجيا خاصة المحاضرات المرئية لاستيعاب الأعداد الكبيرة من الطلبة وتحسين جودة التعليم والتكوين على المدى القصير.

- **المرحلة الثانية:** تعتمد على تكنولوجيات بيداغوجية حديثة، لاسيما التعليم الإلكتروني والتعلم عبر الويب من أجل ضمان جودة التعليم على المدى المتوسط.

- **المرحلة الثالثة:** تمثل مرحلة التكامل، حيث يتم اعتماد التعليم عن بعد بشكل رسمي، ويبث عبر قناة المعرفة التي تستهدف جمهورا أوسع من المتعلمين لتتجاوز حدود الجامعة. ويعتمد هذا النظام حاليا على شبكة وطنية للتعليم عن بعد تشمل منصات للمحاضرات المرئية والتعليم الإلكتروني، موزعة على أغلب مؤسسات التكوين العالي، ويمكن الوصول إليها عبر الشبكة الوطنية للبحث العلمي (ARN).

- **التسجيلات الجامعية الإلكترونية:** تتيح الوزارة للطلبة الجدد الحاصلين على شهادة البكالوريا التسجيل إلكترونيا في الجامعات وذلك عبر المنصة الرقمية.

تسجيلات الماستر تتم عبر منصة إلكترونية مخصصة لهذا الغرض لتسهيل العملية وتنظيمها.

المطلب الثاني: الحكومة الالكترونية

في إطار عصرنة المعاملات الإدارية وتسهيل التعامل مع المواطن بدأت الجزائر عملية مشروع خدمات الحكومة الالكترونية (2009-2013) والتي طالت معظم القطاعات نذكر منها: (قادة، 2018، صفحة 163)

الفرع الأول: قطاع وزارة الداخلية والجماعات المحلية وقطاع العدالة

أولا: قطاع وزارة الداخلية والجماعات المحلية

تتمثل أبرز هذه الخدمات في: (قادة، 2018، الصفحات 164-165)

أ- إنشاء السجل الوطني الآلي للحالة المدنية

في إطار تحديث الإدارة وتحسين الخدمات، أنشئ السجل الوطني الآلي للحالة المدنية، وبدأ العمل به رسميًا في 15 فبراير 2014، تنفيذاً لالتزامات وزارة الداخلية بعصرنة الإدارة المحلية. يتيح هذا السجل للمواطن استخراج شهادة الميلاد من أي بلدية في الوطن دون الحاجة إلى التوجه إلى بلدية مكان الميلاد.

مر المشروع بمرحلتين أساسيتين

- **المرحلة الأولى:** شملت إنشاء قاعدة بيانات للحالة المدنية على مستوى 1541 بلدية تضمنت رقمنة المعطيات وربط جميع البلديات بشبكة عالية التدفق، إضافة إلى تزويد المصالح المحلية ببرمجيات خاصة لإدخال البيانات وتصحيحها.
- **المرحلة الثانية:** تم فيها تجميع كل قواعد البيانات البلدية في سجل وطني مركزي يحتوي على 59 مليون نسخة رقمية من عقود الميلاد، ما يمكن جميع البلديات من الوصول إليه وطباعة عقود الميلاد من أي مكان. كما يتمتع النظام بقدرة عالية على معالجة أكثر من 10 آلاف طلب في آن واحد، مما يحسن فعالية وجودة الخدمات المقدمة للمواطن.

ب- بطاقة التعريف البيومترية:

باشرت الجزائر خطوات جدية نحو عصرنة خدماتها العمومية ومحاربة البيروقراطية، وذلك من خلال إطلاق مشروع بطاقة الهوية البيومترية والإلكترونية. يُعد هذا المشروع وسيلة فعالة لتحديث الإدارة وتوفير خدمات إلكترونية متطورة

للمواطنين. تعتمد البطاقة على تقنيات حديثة تتيح التحقق الآمن من الهوية والمعلومات الشخصية كما توفر خدمات متعددة عبر بوابة إلكترونية، ما يساهم في رقمنة الإدارة وتحسين أدائها.

تحمل البطاقة بيانات شخصية مثل الاسم اللقب، تاريخ الميلاد، الجنس فصيلة الدم، بالإضافة إلى رقم التعريف الوطني ورقم البطاقة، وتدوم صلاحيتها عشر سنوات. كما تحتوي على شريحة إلكترونية متعددة الوظائف، وتتيح التوقيع الإلكتروني.

يعد المشروع ضخمًا ويستلزم موارد مالية وتقنية كبيرة إضافة إلى التنسيق بين عدة وزارات. وإذا نجح، يمكن للبطاقة أن تحل محل عدد من الوثائق مثل البطاقة الجامعية والملف الدراسي، وتتيح للآباء متابعة نتائج أبنائهم إلكترونيا، مما يعزز التكامل الرقمي بين مؤسسات الدولة.

ت- جواز السفر البيومتري الالكتروني:

أحرزت الدولة تقدمًا ملحوظًا في تبني النظام البيومتري، خاصة بإطلاق جواز السفر البيومتري الإلكتروني، كجزء من مساعيها نحو الإدارة الإلكترونية. ويُعد هذا المشروع من المبادرات الاستراتيجية المهمة التي خصصت لها الدولة موارد مادية وبشرية كبيرة. يعتمد النظام على تقنيات رقمية حديثة تُسهل تبادل المعلومات بين مصالح وزارة الداخلية، مما يعزز تحديث الإدارة العمومية ويسهل الإجراءات لكل من المواطنين والإدارة.

ث- رخصة السياقة البيومترية الإلكترونية والبطاقة الرمادية البيومترية الإلكترونية:

أطلقت رخصة السياقة البيومترية الإلكترونية رسميًا في 1 أفريل 2017، في إطار جهود الدولة لتحديث الوثائق الإدارية وتحسين الخدمات. وتُعد هذه الرخصة وثيقة مؤمنة تعزز السلامة المرورية عبر التحقق من هوية السائق وتتبع المخالفات.

أما البطاقة الرمادية البيومترية الإلكترونية، فهي شهادة ترقيم حديثة للمركبات تحتوي على شريحة إلكترونية تتضمن معلومات تقنية وقانونية، وتُسهم في تسهيل نقل الملكية دون الحاجة لإصدار بطاقة جديدة، بفضل تخزين البيانات داخل الشريحة. (قادة، 2018، صفحة 167)

ثانيا: قطاع العدالة

يعد إصلاح قطاع العدالة في الجزائر جزءا أساسيا من برنامج الحكومة لعصرنة الإدارة وتعزيز دولة القانون والحكم الراشد. وقد تم إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل واسع لتحديث الهياكل التنظيمية والإدارية لهذا القطاع بهدف تقديم خدمات عمومية إلكترونية فعالة للمواطنين.

من أهم المشاريع والأنظمة المعلوماتية المطبقة نذكر ما يلي: (بوزيان، 2018، الصفحات 108-109)

أ- النظام الآلي لتسيير الملف القضائي: يتيح تسيير القضايا آليا منذ تسجيلها إلى إصدار الأحكام وتنفيذها ويمكن المواطنين من متابعة ملفاتهم إلكترونيًا، مما يعزز الشفافية وسرعة المعالجة.

ب- النظام الآلي لتسيير المؤسسات العقابية: يختص بإدارة ملفات النزلاء ومتابعتهم منذ دخولهم إلى خروجهم، مع تسهيل إجراءات مثل العفو أو الإفراج المشروط.

ت- نظام صحيفة السوابق القضائية: يكن من استخراج الصحف رقم 02 و03 من أي جهة قضائية وطنية خلال وقت قصير، مع إمكانية رد الاعتبار تلقائيا.

ث- نظام تسيير الأرشيف التاريخي: يعنى بالمسجونين خلال الثورة التحريرية لحفظ الذاكرة الوطنية وتسهيل اصدار شهادات السجن

ج- نظام الأوامر بالقبض: يوفر قاعدة بيانات وطنية للمطلوبين، وتستخدمه الضبطية القضائية لحماية الحريات الفردية وتنفيذ أوامر القضاء.

ح- أنظمة دعم اتخاذ القرار:

- **الخريطة القضائية:** تخطط لاحتياجات الموارد البشرية والهياكل القضائية.
- **الجدول التحليلي:** يجمع الإحصائيات لدعم وضع الاستراتيجيات.
- **نظام تسيير المسار المهني:** لإدارة الموارد البشرية للقضاة والموظفين علميا.
- **نظام ملفات مساعدي القضاء:** يضم قاعدة بيانات للمحامين الموثقين الخبراء وغيرهم.

كل هذه الأنظمة تعمل ضمن شبكة داخلية مؤمنة خاصة بوزارة العدل، وتوفر بنية تحتية قوية لعصرنة القطاع.

الفرع الثاني: قطاع الضمان الاجتماعي

يعد نظام "الشفاء" مشروعا طموحا يندرج ضمن جهود عصرنة قطاع الضمان الاجتماعي، ويعتمد على تكنولوجيا دقيقة من خلال إصدار بطاقة إلكترونية ذكية تحمل شريحة إلكترونية. وتعتبر الجزائر رائدة في تطبيق هذا النظام على المستوى العربي والإفريقي. ويتميز "الشفاء" بتعقيده من الجوانب التقنية، التشغيلية والوظيفية، كما أنه ذو أبعاد متعددة ويحدث تأثيرات هيكلية عميقة على آليات عمل صندوق الضمان الاجتماعي وبيئته التنظيمية. (تم الاطلاع عليه (10 05, 2025) من https://cnas.dz)

الشكل رقم (9): نموذج بطاقة الشفاء

المصدر: نموذج بطاقة الشفاء تم الاطلاع عليها يوم 2025/05/10 على 6:09

من الموقع https://cnas.dz/

- **فضاء الهناء (el Hana cnas)**

هو منصة إلكترونية تتيح للمستخدمين الاطلاع على ملفهم الخاص بالضمان الاجتماعي بعد التسجيل فيه. يمكن هذا الفضاء من الوصول إلى كافة المعلومات المرتبطة ببطاقة الشفاء"، بما في ذلك بيانات الأشخاص المسجلين، تواريخ انتهاء التأمين وصلاحية البطاقة، ومواعيد تجديدها. كما يتيح استخراج شهادات الانتساب والأحقية في الأداءات، معرفة مركز وعنوان الدفع نسبة التكفل وتعويض الأدوية، تحميل بيانات التعويضات اليومية، الاطلاع على قائمة الأطباء المتعاقدين مع الصندوق، إضافة إلى إمكانية تقديم الشكاوى إلكترونيا. (مخلفي و بن حجار، 2021، صفحة 332)

الفرع الثالث: بريد الجزائر

جعلت مؤسسة بريد الجزائر من رقمنة الخدمات محورا رئيسيا في استراتيجيتها، من خلال تطوير وعصرنة خدماتها المالية والبريدية والنقدية. ففي مجال الخدمات النقدية سخرت المؤسسة إمكانيات مادية بشرية وتقنية كبيرة أبرزها:

- اعتماد منصة نقدية مطابقة للمعايير الدولية.
- توفير البطاقات النقدية عبر إنتاجها محليًا وتوزيعها لأكثر من 6 ملايين زبون.
- توسيع خدماتها النقدية عن بعد، سواء عبر الموزعات الآلية، نقاط الدفع الإلكتروني، الدفع عبر الإنترنت، أو من خلال التطبيقات كـ "بريدي موب" و"بريدي ويب."

وفي إطار دعم الشمول المالي، أطلقت المؤسسة في بداية 2021 خدمة التشغيل البيني بين بريد الجزائر والمنظومة البنكية، مما أتاح لزبائن البريد والبنوك التجارية الاستفادة من شبكة خدمات نقدية وطنية موحدة.

كما تستعد المؤسسة لإطلاق خدمة رقمية جديدة "بريدي باي"، التي تتيح الدفع عبر الهاتف المحمول باستخدام تقنية رمز الاستجابة السريع (QR Code) من خلال تطبيق "بريدي موب".

المطلب الثالث: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

تشهد التجارة الإلكترونية في الجزائر تطورًا متسارعا في ظل التحول الرقمي الذي تعرفه مختلف القطاعات. فقد ساهم انتشار الإنترنت والهواتف الذكية، إلى جانب الجهود الحكومية في رقمنة الخدمات، في تعزيز هذا النوع من التجارة، حيث بات المواطنون يعتمدون بشكل متزايد على المنصات الرقمية لاقتناء السلع والخدمات. ورغم التحديات المرتبطة بالبنية التحتية، والدفع الإلكتروني، إلا أن السوق الجزائرية تعد واعدة في هذا المجال وتشهد دخول عدد متزايد من المتعاملين والمشاريع الناشئة، وظهرت العديد من المواقع الالكترونية والتطبيقات للتجارة الالكترونية.

الفرع الأول: المواقع الالكترونية والتطبيقات للتجارة الالكترونية في الجزائر

تعد السوق الجزائرية واعدة في هذا المجال وتشهد دخول عدد متزايد من المتعاملين والمشاريع الناشئة، بحيث ظهرت العديد من المواقع الالكترونية والتطبيقات للتجارة الالكترونية، ونذكر منها:

- **جوميا الجزائر jumia**:

تم إنشاء موقع جوميا، الموقع الأول للتجارة الإلكترونية في الجزائر، في مايو 2012 بهدف ورؤية أن يصبح المتجر الشامل للبيع بالتجزئة في أفريقيا مع تطبيق أفضل الممارسات عبر الإنترنت وغير متصل، وأنشأت جوميا أول أكاديمية للتجارة الإلكترونية في الجزائر لتمكين رواد الأعمال الشباب من تطوير مهاراتهم، ويعتبر جوميا هو الموقع الذي يضم أكبر تشكيلة في الجزائر مع إمكانية التوصيل لجميع مدن الجزائر.

في البداية كان متوسط وقت التسليم هو أسبوع واحد، واليوم نقوم بالتسليم في المتوسط خلال 5-12 يوما. تتمثل تشكيلة المنتجات المعروضة في موقع جوميا فيما يلي:

- البقالة
- منتجات المنزل والمكاتب
- الأزياء
- الكترونيات
- مستلزمات رياضية (تم الاطلاع عليه (10 05, 2025) من https://www.jumia.com.dz)

- **Foorshop** : موقع تسوق جزائري أون لاين لشراء منتجات جديدة بأسعار مناسبة، لديه اتفاقات وشراكات مع الكثير من التجار والشركات الأجنبية، ويوفر التوصيل إلى باب المنزل أو مقر العمل والدفع عند الاستلام مع ضمان وصول المنتجات. (تم الاطلاع عليه (23 05, 2025) من https://foorshop.com/about-us)
- **منصة دقلتي**: أنشأت عام 2023 وهي منصة الكترونية دقلتي مختصة في بيع التمور ومشتقاته بمختلف الانواع والاحجام حسب الطلب. (تم الاطلاع عليه (23 05, 2025) من https://www.degleti.com)
- **موقع واد كنيس Ouedkniss**:

يعد هذا الموقع الإلكتروني الجزائري منصة تسويقية رائدة تجمع آلاف المستخدمين من مختلف أنحاء البلاد، موفرة لهم فضاء لشراء وبيع المنتجات وتقديم الخدمات في مجالات متعددة. (عتيق و صادق، 2024، صفحة 189)

تأسس الموقع في عام 2006، ما يجعله من أقدم وأعرق مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث لعب دورا محوريًا في ربط البائعين والمشترين من خلال الإعلانات المبوبة. وقد حقق الموقع نجاحًا ملحوظًا، إذ استقطب نحو 3.8 مليون زائر في شهر أوت 2010.

يوفر الموقع إمكانية نشر واستعراض إعلانات تجارية مجانية، سواء من قبل أفراد أو مؤسسات أو هواة، لتسهيل عمليات البيع الشراء، أو التبادل لمختلف السلع والخدمات.

- **موقع قيديني Guiddini** :

تأسس موقع Guiddini.comعام 2009، ويعمل على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، بهدف تسويق مجموعة متنوعة من المنتجات تشمل مستلزمات التجميل معدات الإعلام الآلي، الأجهزة الكهرو منزلية، بالإضافة إلى مواد مخصصة للمرأة والطفل.

فيما يخص الجانب اللوجستي، يتعاون الموقع مع خدمة لضمان عمليات الشحن Express Mail Service والتوصيل، موفّرًا منصة تفاعلية تربط بين الموردين والمشترين، حيث يضم الموقع حوالي 12 موردا ويستقبل قرابة 300 زائر يوميا، مع بيع أكثر من 213 منتجا.

يوفر الموقع خيارات دفع متعددة مثل الحوالة البريدية الشيك البنكي، الدفع نقدًا عند الاستلام، ومن المنتظر مستقبلاً اعتماد الدفع الإلكتروني عبر البطاقات البنكية. وقد نال الموقع جائزة أفضل موقع إلكتروني من طرف United Parcel Service، ويوجه مبيعاته إلى معظم ولايات الجزائر، مع ضمان التوصيل إلى باب الزبون خلال فترة تتراوح بين 24 و72 ساعة. (عتيق و صادق، 2024، صفحة 192)

- **موقع اشريلي Echrili**:

يعد موقع بين أبرز منصات التسوق الإلكتروني في الجزائر، بفضل مجموعة من الخصائص المميزة التي يقدمها للمستخدمين ومن أبرزها:

- تمكين المواطنين من شراء مختلف المنتجات الغذائية والاستهلاكية عبر الإنترنت، مثل الخضروات الفواكه التوابل، المعجنات وغيرها من المواد اليومية، دون الحاجة إلى التنقل إلى المحلات التجارية.
- يشمل الموقع أيضا منتجات مخصصة للأطفال، والزيوت. والحبوب، ومواد التنظيف، مما يجعله وجهة تسوق شاملة.
- يوفر خدمة التوصيل السريع إلى مختلف ولايات الوطن بتكاليف شحن معقولة، إلى جانب دعمه للغة العربية لتسهيل تجربة التسوق.
- لا يشترط الموقع امتلاك حساب بنكي أو بطاقة مصرفية. إذ يمكن الدفع مباشرة عن طريق بريد الجزائر.

ويحمل الموقع شعارا يعكس طموحه في تحسين الخدمة "لسنا الأولين... لكننا نحاول أن نكون الأفضل". (عتيق و صادق، 2024، صفحة 193)

الفرع الثاني: المنصات الإلكترونية لخدمات الاستيراد والتصدير في الجزائر

تلعب المنصات الإلكترونية دورا محوريا في تسهيل عمليات الاستيراد والتصدير، من خلال توفير المعلومات والإجراءات اللازمة للمتعاملين الاقتصاديين. وفي الجزائر ظهرت مجموعة من المواقع الرسمية والخاصة التي تدعم هذا المجال، ونذكر منها ما يلي:

- **ألفا رنيم**: تأسست عام 2020، تعد شركة ألفا رانيم للاستيراد والتصدير من أبرز الفاعلين في قطاع التجارة الدولية بالجزائر، حيث تنشط بشكل خاص في تصدير واستيراد المواد الغذائية، لاسيما الخضر والفواكه الطازجة والمجمدة، إلى جانب المشروبات ومواد البناء ذات المنشأ الجزائري. تتميز الشركة بتقديم خدمات ذات جودة عالية وموثوقية، مدعومة بفريق عمل يمتلك خبرة واسعة ومهارات احترافية في مجال الصناعات الغذائية والتعاملات التجارية. يقع مقرها في حي الإخوة ضميري، بلدية ميلة، ولاية ميلة، وقد حرصت منذ تأسيسها على مواكبة المعايير الدولية لتلبية متطلبات الأسواق المحلية والدولية على حد سواء، مما يجعلها وجهة موثوقة للشركاء التجاريين داخل وخارج الجزائر. (تم الاطلاع عليه (23 05, 2025)، من https://alfaranim.com)

- **منصة (VFA) "Viaduct from Algeria"**: هي منصة رقمية رائدة تهدف إلى ربط المستوردين الدوليين مباشرة بالمصدرين الجزائريين، دون الحاجة إلى وسطاء. تعد VFA أول منصة متخصصة في تصدير المنتجات الجزائرية، وتوفر فضاء احترافيا يسهل التفاعل بين الشركات (B2B) ويعزز الشفافية والثقة المتبادلة. تغطي المنصة قطاعات متنوعة تشمل الصناعات الزراعية، ومستحضرات التجميل، والنسيج، والمنتجات الصناعية، مع ضمان أعلى معايير الجودة. وتتميز VFA بدليل شامل ونظام مراسلة مبتكر يسهل عمليات البحث والتواصل، إضافة إلى تنظيم فعاليات تجارية ومعارض حصرية وفرص للسياحة التجارية، مما يجعلها أداة استراتيجية لتعزيز الشراكات المستدامة والترويج للمنتج الجزائري في الأسواق العالمية. (تم الاطلاع عليه (2025،05.23) من (https://www.vfa.dz

- **منصة Algerian sources**: سوق إلكتروني جزائري بنظام B2B يربط بين المصنعين والموردين والمشترين ويعرض منتجات متنوعة للتصدير والاستيراد. (تم الاطلاع عليه (23 05, 2025) من https://www.algeriansources.com)

الفرع الثالث: وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر:

أولا: بطاقة الدفع الالكترونية (CIB):

بطاقة الدفع البنكية CIB هي بطاقة إلكترونية محلية تستخدم للدفع والسحب بين مختلف البنوك الجزائرية. تصدر هذه البطاقة من طرف البنوك المنخرطة في الشبكة البنكية المشتركة، والتي تشمل ثمانية فاعلين رئيسيين هم بنك بدر البنك الوطني الجزائري، بنك الجزائر الخارجي (BEA)، بنك البركة، بنك التنمية المحلية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP)، والصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (CNMA)، إلى جانب 12 مؤسسة مالية أخرى منضوية ضمن هذه المنظومة. (شيتر، 2023، صفحة 380)

ثانيا: بطاقة الدولية للدفع الالكترونية (VISA) للبنك الوطني الجزائري

بطاقة VISA هي وسيلة دفع وسحب دولية موجهة لزبائن البنك الوطني الجزائري، تتيح إجراء عمليات السحب الاطلاع على الرصيد، وتغيير الرقم السري عبر أجهزة الصراف الآلي داخل وخارج الوطن، إضافة إلى الدفع الإلكتروني. تمنح لحاملي حسابات العملة الصعبة (باليورو) وحسابات الشيكات بالدينار في نفس الوكالة، مقابل اشتراك سنوي. تتميز البطاقة إمكانية تتبع المعاملات عبر المنصة الإلكترونية والتطبيق البنكي. تحدد أسقف السحب والدفع اليومية حسب اختيار الزبون 1000، 3000 أو 5000 يورو، مع سقف 150 يورو يوميا للدفع بدون تلامس من شروط الاستفادة توفر رصيد أدنى قدره 8000 دج و100 يورو، وعدم وجود اعتراض على الحساب، كما توفر البطاقة خدمة دعم متواصل على مدار الساعة عبر أرقام الهاتف المدرجة خلف البطاقة. (تم الاطلاع عليه (23 05, 2025) من www.bna.dz)

ثالثا: نظام التسوية الاجمالية الفورية RTGS ونظام المقاصة عن بعد:

قام بنك الجزائر بتطوير نظام التسوية الإجمالية الفورية(RTGS) ، وهو نظام دفع إلكتروني متقدم يتيح تسوية العمليات المالية بشكل فوري وفي الوقت الحقيقي، حيث تنفذ التحويلات مباشرة وبدون تأخير، وعلى أساس إجمالي، يستخدم هذا النظام لمعالجة مختلف المعاملات البنكية بين المؤسسات المالية والمصرفية، ويشمل جميع المشاركين الذين يملكون حساب تسوية لدى بنك الجزائر.

أما بالنسبة لـ نظام المقاصة عن بعد، فهو يختص بالمعالجة الآلية للعمليات البنكية مثل التحويلات الاقتطاعات

وعمليات السحب والدفع باستخدام البطاقات البنكية، يهدف هذا النظام إلى تحسين جودة الخدمات البنكية المقدمة للزبائن، وتقليص المدة الزمنية اللازمة لإتمام العمليات المالية. (كتاف، لطرش، و بولمرج، 2020، صفحة 380)

رابعا: الاعتمادات المستندية الالكترونية

هي اتفاقيات مالية تتيح للمصدرين والمستوردين ضمان استلام وتسديد الأموال مقابل تسليم السلع، وفقًا لشروط يتم الاتفاق عليها مسبقا. يصدر هذه الاعتمادات بنك المستورد لصالح المصدر، بهدف ضمان الدفع بعد تسليم البضائع والتحقق من المستندات اللازمة.

مثال توضيحي: عندما تقوم شركة جزائرية بشراء بضائع من شركة صينية يمكنها اللجوء إلى الاعتماد المستندي الإلكتروني بعد التفاهم على الشروط، يقوم بنك الجزائر الخارجي (BEA) بإصدار اعتماد مستندي يضمن للمورد الصيني الحصول على مستحقاته المالية، وذلك بعد شحن البضائع وتقديم الوثائق التي تؤكد عملية الشحن. (مرزوق و عطاالله، 2025، الصفحات 65-66)

المبحث الثالث: انعكاسات توظيف تكنولوجيات المعلومات والاتصال في تطوير المؤسسات الفاعلة في التجارة الخارجية الجزائرية

بهدف الوقوف على أثر توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الفاعلة في مجال التجارة الخارجية الجزائرية، وعلى رأسها إدارة الجمارك باعتبارها الجهة المنظمة لهذه العمليات، إضافة إلى البنوك الممولة لها، تم اعتماد أداة المقابلة كوسيلة لجمع البيانات. وقد أجريت هذه المقابلات مع ممثلين عن مؤسستين رئيسيتين هما بنك الجزائر الخارجي – وكالة بسكرة (056)، ومفتشية أقسام الجمارك – فرع بسكرة- .

شملت المقابلات كلا من مندوب التجارة الخارجية ومدير البنك من جهة بنك الجزائر الخارجي، ورئيس مفتشية مراقبة العمليات التجارية من جهة الجمارك. وقد أفضت هذه اللقاءات إلى جمع عدد من المعطيات والمعلومات التي أسهمت بدرجات متفاوتة، في إثراء موضوع الدراسة، بالإضافة الى بعض المعلومات الأخرى.

المطلب الأول: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى الجمارك الجزائرية (مفتشية اقسام الجمارك -فرع بسكرة-)

تعد مفتشية أقسام الجمارك ببسكرة من بين المصالح الخارجية التابعة للمديرية الجهوية للجمارك بقسنطينة.

أنشئت المفتشية رسميا في شهر جانفي سنة 1975، وذلك في إطار إعادة تنظيم المصالح الخارجية لإدارة الجمارك الجزائرية، حيث كانت آنذاك تابعة مباشرة للمديرية العامة للجمارك، نظرا لعدم وجود مديريات جهوية في تلك الفترة.

تم تنظيم مهامها الإدارية والإقليمية لاحقا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-76 المؤرخ في 16 مارس 1991 والمعدل والمكمل بالمرسوم التنفيذي رقم 93-331 المؤرخ في 27 مارس 1993، المتعلق بتنظيم عمل المصالح الخارجية لإدارة الجمارك، وبموجب قرار صادر عن الوزير المكلف بالمالية بناءً على اقتراح من المدير العام للجمارك.

تضطلع المفتشية بعدة مهام أساسية، أبرزها: الرقابة الجمركية، مكافحة الغش، ومحاربة التهريب، إلى جانب تأطير وتسيير العمليات الجمركية ضمن نطاقها الإقليمي. وقد تم تدعيمها بمقر جديد وتجهيزات حديثة بتاريخ 15 جوان 2006، في إطار تحسين ظروف العمل وتعزيز الأداء الجمركي محليا.

نتج عن المقابلة وبعض المعلومات الأخرى ما يلي:

الفرع الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى مفتشية اقسام الجمارك فرع -بسكرة-

تتكون البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من مجموعة من العناصر المادية والأنظمة المعلوماتية والشبكات المتوفرة على مستوى مفتشية أقسام الجمارك، ويمكن تفصيلها كما يلي:

أولا: المعدات والأجهزة

- أجهزة الحاسوب: تتوفر مفتشية أقسام الجمارك على عدد من أجهزة الحاسوب موزعة عبر مختلف المكاتب مما يسهم في دعم أداء الموظفين لمهامهم الإدارية والرقمية.
- الطابعات يحتوي كل مكتب داخل المفتشية على طابعة مرتبطة بجهاز الحاسوب، تستخدم لإنجاز المعاملات الورقية وطباعة الوثائق الإدارية.

- جهاز الفاكس: يتوفر جهاز الفاكس على مستوى المفتشية، ويستخدم كوسيلة تقليدية للتواصل الإداري وتبادل الوثائق مع الجهات الأخرى.

ثانيا: الشبكات المعلوماتية

تتوفر مفتشية أقسام الجمارك على بنيتين شبكيتين رئيسيتين، وهما:

أ- **شبكة الإنترانت:** تستخدم شبكة الإنترانت داخل مقر المفتشية لأغراض داخلية بحتة، وهي شبكة محمية ومخصصة حصريا لموظفي الجمارك. تتيح هذه الشبكة تبادل المراسلات الإدارية والقرارات الداخلية في بيئة آمنة ومغلقة.

ب- **شبكة الإنترنت:** تغطي شبكة الإنترنت جميع مكاتب المفتشية، وتستخدم الأغراض الاتصال الخارجي والوصول إلى المنصات الرقمية. وفي هذا الإطار، أنشأت المديرية العامة للجمارك الجزائرية قنوات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل ونشر المستجدات، وهي:

- صفحة على موقع فيسبوك (ملحق رقم 04): Douane.dz
- حساب على منصة X (ملحق رقم 05): Algérie douane dz
- صفحة لينكدين (ملحق رقم 06): linkedin-douanedz
- قناة على يوتيوب (ملحق رقم 07): Douane Algérienne
- الموقع الالكتروني www.douane.gov.dz (ملحق رقم 08).

تمثل هذه المنصات الرسمية واجهات تواصل رقمي بين إدارة الجمارك والجمهور، وتعزز من مستوى الشفافية والتفاعل المؤسسي.

الفرع الثاني: الأنظمة الإلكترونية المعتمدة في سير العمل الإداري

تطبق على مستوى مفتشية أقسام الجمارك مجموعة من أنظمة العمل الإلكترونية، تتنوع بين أنظمة قديمة لا تزال قيد الاستخدام، وأخرى حديثة تم اعتمادها في إطار التحديث الرقمي وتطوير الأداء الإداري، ومن بين هذه الأنظمة ما يلي:

النظام القديم: نظام سيقاد (SIGAD)

النظام الجديد: نظام ألساز (ALCES)

أ- نظام سيقاد (SIGAD):

يعد نظام الإعلام والتسيير الآلي للجمارك(SIGAD) منظومة إلكترونية متكاملة تستخدم لمعالجة ملفات الجمركة بشكل رقمي، بهدف تسريع الإجراءات، تعزيز الشفافية في المعاملات، وتسهيل الانتقال نحو خدمات الجمركة عن بعد دون الحاجة إلى التنقل إلى المصالح الجمركية.

تم إطلاق هذا النظام سنة 1995، ومنذ ذلك الحين تسعى الإدارة العامة للجمارك الجزائرية إلى تطويره باستمرار من خلال توسيع نطاق استخدامه وربطه بمختلف الإدارات الجمركية على المستوى الوطني، وذلك في إطار تحسين الأداء وترقية جودة الخدمة العمومية. (حليس، 2021، صفحة 610)

ب- نظام ألساز (ALCES):

يمثل ALCES النظام المعلوماتي الجديد المعتمد من قبل الجمارك الجزائرية، وقد تم إطلاقه في شهر نوفمبر 2023 في إطار إصلاحات تهدف إلى تبسيط وتسهيل الإجراءات الجمركية، مع تعزيز الشفافية في عمليات التجارة الخارجية. كما يسعى النظام إلى رفع كفاءة آليات مكافحة الغش والتهرب الضريبي والجمركي، إضافة إلى ضمان حماية وأمن البيانات المرتبطة بالمبادلات التجارية الدولية. وقد نجحت مصالح الجمارك الجزائرية في تعميم استخدام نظام ALCES على مستوى كافة المكاتب والمراكز الجمركية البرية البحرية والجوية عبر مختلف مناطق الوطن. وقد مكن هذا النظام، إلى غاية شهر جويلية 2024، من معالجة ما يفوق 120 ألف تصريح جمركي فضلا عن تسجيل أكثر من 6000 متعامل اقتصادي ضمن المنظومة الرقمية الجديدة. (ملحق رقم09)

وللنظام المعلوماتي الجديد عدة مميزات، نذكر منها:

- **إدارة الوثائق إلكترونيا:** يتيح النظام للمستخدمين إمكانية تنظيم وتحميل الوثائق المطلوبة في العمليات التجارية، مثل المستندات الجمركية، دون الحاجة إلى التعامل الورقي التقليدي.
- **التعريف الإلكتروني:** يوفر النظام خاصية التعريف الرقمي، ما يغني المستخدمين عن التنقل الشخصي إلى مقرات الجمارك، ويُسهل عملية المصادقة على هوياتهم إلكترونيا.
- **الدفع الإلكتروني:** يسمح النظام بتسديد الرسوم والحقوق الجمركية عن بعد، من خلال بوابتين رقميتين (داخلية وخارجية)، بما يعزز من مرونة وسرعة إنجاز المعاملات.

تشرف على تسيير هذا النظام المركز الوطني للإشارة ونظم المعلومات للجمارك (CNTSID)، الذي يضمن استمرارية عمله وتطويره وفق المعايير التقنية والأمنية المعتمدة.

ويغطي نظام ألساز (ALCES)عدة مجالات نذكر منها:

- **متابعة عمليات الشحن**: يتيح النظام تتبع مسار الشحنات منذ انطلاقها وحتى وصولها إلى وجهتها النهائية، مما يعزز من دقة الرقابة وسرعة التتبع.
- **تسيير المخاطر**: يعتمد النظام على تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل وتقييم المخاطر المرتبطة بعمليات الاستيراد والتصدير، بهدف اتخاذ التدابير الوقائية المناسبة.
- **التصاريح الجمركية الإلكترونية**: يمكن المتعاملين الاقتصاديين من إيداع تصاريحهم الجمركية عن بعد، ما يساهم في تسريع الإجراءات وتقليص الاعتماد على المعاملات الورقية.
- **التخليص الجمركي الإلكتروني**: يوفر آلية شاملة للتخليص الإلكتروني، انطلاقا من تقديم التصاريح إلى غاية تسديد الرسوم والحقوق الجمركية.
- **تسيير محاسبة القباضات**: يقوم النظام بإدارة العمليات المحاسبية المتعلقة بالقباضات الجمركية، بما يضمن الشفافية والدقة في التعاملات المالية.
- **نظام اليقظة والتحكم**: يوفر أدوات متطورة للمراقبة والتحكم في العمليات الجمركية، مما يعزز من قدرة الإدارة على التصدي لمحاولات الغش والتهريب. (تم الاطلاع عليه (11 05, 2025) من موقع وزارة المالية الجزائرية: https://www.mf.gov.dz/)

ويخضع الموظفون لتكوين مستمر في مجال الإعلام الآلي يهدف إلى تعريفهم بأحدث الوسائل التكنولوجية والأنظمة المعتمدة على مستوى الإدارة الجمركية وذلك لتمكينهم على التعامل مع أحدث التطورات. وينفذ هذا التكوين بشكل دوري لضمان مواكبة التغيرات والتطورات التقنية التي تطرأ على بيئة العمل، ويتم تنظيم هذه الدورات التكوينية اما حضوريا او عن بعد وتكون بصفة دورية وغير مقيدة بزمن محدد.

الفرع الثالث: مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير العمليات الإدارية بمصالح الجمارك – فرع بسكرة–

أولا: تسهيل التجارة وتقليل التكاليف

- تبسيط الإجراءات: يسهم النظام الجمركي الإلكتروني في رقمنه مختلف الإجراءات، مما يقلل من الاعتماد على الوثائق الورقية ويسرع عمليات التخليص الجمركي.
- خفض التكاليف: من خلال أتمتة العمليات تنخفض التكاليف التشغيلية لكل من المتعاملين الاقتصاديين والإدارة الجمركية، ما يعزز من تنافسية الاقتصاد الوطني.

ثانيا: تحسين كفاءة الأداء الجمركي

- رفع السرعة :يساعد النظام في تسريع مختلف مراحل المعالجة الجمركية، بدءًا من إدخال البيانات وصولا إلى الفحص والتخليص النهائي.
- تعزيز الدقة :تساهم التقنيات الرقمية في تقليل الأخطاء البشرية وتحسين جودة البيانات، مما ينعكس إيجابا على دقة المعالجة وسرعة اتخاذ القرار.

ثالثا: تعزيز الشفافية ومكافحة التهريب والغش الضريبي:

- **تتبع دقيق للشحنات:** يوفر النظام إمكانية التتبع الآني والدقيق لحركة الشحنات، ما يسهم في الكشف عن الأنشطة غير المشروعة والتصدي لمحاولات التهريب.
- **تعزيز الشفافية:** من خلال إتاحة المعلومات إلكترونيا عير النظام المعلوماتي الجديد(ALCES) ، يصبح من الممكن مراقبة العمليات بشكل أكثر فاعلية، مما يقلل من فرص الفساد ويُعزّز ثقة المتعاملين في النظام الجمركي.

رابعا: دعم اتخاذ القرار

- **تحليل البيانات:** يوفر النظام الجمركي الحديث أدوات فعالة لجمع وتحليل البيانات، مما يُمكن الجهات المختصة من اتخاذ قرارات مبنية على معطيات دقيقة، ووضع سياسات جمركية أكثر فاعلية وملاءمة للواقع الاقتصادي.
- **تطوير الأداء المؤسسي:** من خلال الاستفادة من المعلومات المتاحة، يمكن للإدارة الجمركية تقييم أدائها بشكل مستمر، تحديد مواطن القوة والقصور، واتخاذ إجراءات تصحيحية تسهم في تحسين جودة الخدمات.

خامسا: تعزيز التعاون الدولي

- **تبادل المعلومات:** يسهل النظام عملية تبادل البيانات والمعلومات بين مصالح الجمارك الجزائرية ونظيراتها في الدول الأخرى ما يعزز التنسيق الدولي في مجال مكافحة التهريب وتيسير التجارة العابرة للحدود.
- **توحيد الإجراءات:** يساهم في تحقيق التقارب الإجرائي بين الأنظمة الجمركية، مما يخفف من العراقيل ويبسط المعاملات التجارية على المستوى الدولي.
- إلى جانب ما سبق، يعتبر النظام المعلوماتي الجديد (ALCES)أداة محفزة لتطوير التجارة الإلكترونية، حيث يتيح تسهيلات جمركية للشركات الناشئة والصغيرة والمتوسطة، مما يساعدها على ولوج الأسواق الخارجية بسهولة أكبر. (تم الاطلاع عليه (11 05, 2025) من موقع وزارة المالية الجزائرية: https://www.mf.gov.dz/)

المطلب الثاني: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك المتدخلة في مجال التجارة الخارجية (بنك الجزائر الخارجي BEA-بسكرة-)

بنك الجزائر الخارجي (Banque Extérieure d'Algérie BEA) هو مؤسسة مصرفية عمومية جزائرية تأسست سنة 1967، ويعد من أبرز الفاعلين في القطاع المصرفي الوطني. يوفر البنك مجموعة واسعة من الخدمات المالية من بينها تمويل عمليات التجارة الخارجية، فتح الاعتمادات المستندية، تنفيذ التحويلات الدولية، إضافة إلى تقديم خدمات مصرفية موجهة للأفراد والمؤسسات. أما وكالة بسكرة (056)، فهي إحدى الفروع المحلية التابعة للبنك، تم إنشاؤها سنة 1985.

وقد أسفرت المقابلة عن النتائج التالية:

الفرع الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى بنك الجزائر الخارجي BEA – بسكرة–

تتمثل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى بنك الجزائر الخارجي BEA –بسكرة– فيما يلي:

أولا: الأجهزة الالكترونية (المكونات المادية)

تضم مجموعة من المعدات الأساسية المتمثلة في:

- الحواسيب.
- الطابعات.
- أجهزة الفاكس.
- الخوادم.
- اللوحات الإعلانية.

ثانيا: الشبكات المعلوماتية

تشمل مجموعة من الشبكات التي تربط مكونات النظام داخليا وخارجيا، مثل:

- **الشبكة الداخلية (الانترانت):** الإنترانت هي شبكة داخلية مؤمنة تربط المقر الرئيسي لبنك الجزائر الخارجي بجميع فروعه عبر الوطن. تتيح هذه الشبكة التواصل الفوري وتبادل المعلومات بين الموظفين داخل البنك، كما تمكن من الوصول إلى البيانات المتعلقة بالعمليات المصرفية اليومية. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الشبكة متاحة فقط لموظفي البنك المخولين بذلك، مما يعزز من خصوصية البيانات وأمنها.
- **الشبكة الخارجية (الانترنت):** هي شبكة خارجية تستخدم لتقديم الخدمات البنكية عبر الأنترنت، تتيح للعملاء الوصول إلى حساباتهم، تنفيذ العمليات المالية، والتواصل مع البنك عن بعد مع اعتماد معايير عالية للأمن وحماية البيانات. وفي هذا الإطار، أنشأ بنك الجزائر الخارجي قنوات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل ونشر المستجدات، وهي:
  - الموقع الالكتروني لبنك الجزائر الخارجي (الملحق رقم 10): https://bea.dz
  - الصفحة لرسمية لبنك الجزائر الخارجي على الفيسبوك (الملحق رقم 11)
  - الصفحة الرسمية لبنك الجزائر الخارجي على انستغرام (الملحق رقم 12)

ثالثا: الأنظمة الإلكترونية المعتمدة في سير العمل داخل بنك الجزائر الخارجي-بسكرة-

يعتمد بنك الجزائر الخارجي في عمله على نظام (DELTA V8) تم استحداثه خلال سنة 2008 كبديل للنظام السابق (DELTA 4)، الذي كان محدود الإمكانيات من حيث الأداء والربط المعلوماتي. وقد جاء هذا التغيير استجابة للحاجة المتزايدة إلى نظام أكثر كفاءة ومرونة. يتميز Delta بكونه منصة إلكترونية حديثة تتيح للبنك إنجاز عملياته اليومية بسرعة ودقة، ويتيح هذا النظام معالجة مجموعة من العمليات البنكية المعقدة، مثل فتح

الاعتماد المستندي، التحصيل المستندي، والتحويلات المالية بشكل آلي وفعال، مما يحد من التكاليف التشغيلية ويقلل من الأخطاء البشرية. ويظهر الفرق بين (DELTA V8) و (DELTA 4) تطورا واضحا في بنية النظام؛ إذ إن (DELTA 4) كان يفتقر إلى تقنيات الربط بين الفروع، ولا يدعم التواصل مع الأنظمة البنكية أو المؤسسات المالية كالبنك المركزي، كما كان يعتمد بشكل كبير على الإدخال اليدوي. أما (DELTA V8)، فبفضل بنيته الرقمية المتكاملة، يضمن تواصلا داخليا سلسا بين فروع البنك ويسهم في التكامل الخارجي مع مختلف الأطراف المصرفية، مما يجعله أداة استراتيجية في مسار التحول الرقمي الذي يتبناه البنك.

تجدر الإشارة الى أنه يتم تكوين المورد البشري بصفة دورية عبر دورات تكوينية وذلك لمواكبة أحدث التطورات في مجال العمل.

الفرع الثاني: الخدمات الالكترونية وتطور عدد العملاء في بنك الجزائر الخارجي-بسكرة-

أولا: الخدمات الالكترونية في بنك الجزائر الخارجي-بسكرة-

أ- التحويلات المالية الدولية الالكترونية

تعد التحويلات المالية الدولية وسيلة فعالة وآمنة تمكن العملاء من إرسال واستلام الأموال عبر الحدود، وذلك من خلال نظام SWIFT الذي يوفر شبكة موثوقة لتبادل المعاملات البنكية بين المؤسسات المالية حول العالم. وتكتسي هذه الخدمة أهمية خاصة في مجال التجارة الخارجية، إذ تسمح للمؤسسات والشركات بتسديد فواتيرها واستلام مستحقاتها من الشركاء التجاريين في الخارج

ب- بطاقات الدفع الالكترونية:

يوفر بنك الجزائر لعملائه بطاقات دفع محلية وأخرى دولية.

1. **بطاقات الدفع المحلية:** وتتمثل في:

- **بطاقة (CIB)الكلاسيكية:** تستخدم لدفع الفواتير والتسوق عبر الانترنت محليا فقط ويكون حجم المعاملات بها محدودا، وهي صالحة لمدة سنتين.
- **بطاقة (CIB)الذهبية:** تستخدم لدفع الفواتير والتسوق عبر الانترنت محليا فقط وهي مخصصة للدفع في المعاملات الكبيرة، وهي صالحة لمدة سنتين.

2. **بطاقات الدفع الدولية**: وتتمثل في:

- **بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية**: تستخدم في دفع المشتريات عبر الانترنت وفي نقاط البيع العالمية محددة ب 2000 يورو شهريا.
- **بطاقة ماستر كارد للدفع المسبق**: تستخدم في دفع المشتريات عبر الانترنت وفي نقاط البيع العالمية محددة ب 200يورو كحد أدنى و2000 يورو شهريا كحد أقصى.
- **بطاقة ماستر كارد بلاتينيوم**: تستخدم في دفع المشتريات عبر الانترنت وفي نقاط البيع العالمية محددة ب 5000 يورو شهريا.

ت- خدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:

ويتم ذلك عبر التطبيق الخاص بالبنك BEA MOBILE حيث يتيح هذا التطبيق للعملاء ما يلي:

- تتبع وإدارة الحساب
- طلب البطاقات البنكية
- متابعة اسعار الصرف من خلال محول العملات في التطبيق
- اجراء تحويلات
- إدارة كشف الحساب
- التواصل مع البنك (تم الاطلاع عليه (11 05, 2025) من https://www.bea.dz/)

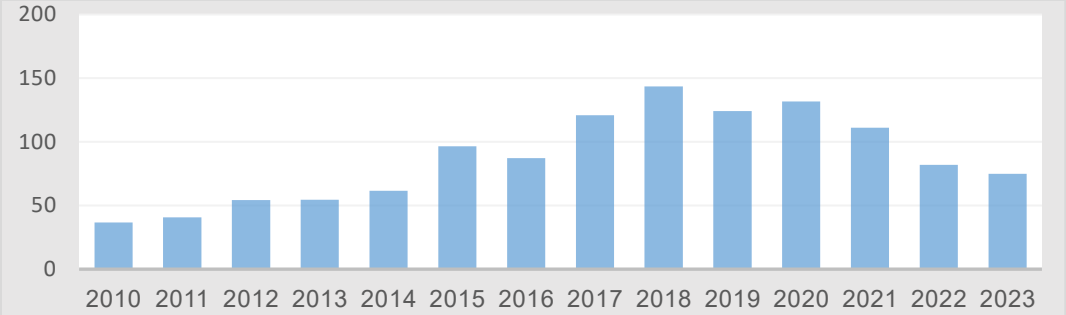
تجدر الإشارة الى أن بنك الجزائر الخارجي لا يوفر بطاقات دفع خاصة بالمصدرين أو المستوردين ولايزال يعتمد في العمليات المتعلقة بتمويل التجارة الخارجية على الوسائل التقليدية (الاعتماد المستندي والتحصيل المستندي)

ثانيا: تطور عدد العملاء في بنك الجزائر الخارجي-بسكرة-

من الشكل رقم (10) يتوضح لنا تطور عدد العملاء لبنك لجزائر الخارجي:

الشكل رقم (10): متوسط عدد عملاء بنك الجزائر الخارجي خلال الفترة (2010-2023)

الوحدة: مليار دينار جزائري



المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على التقارير السنوية لبنك الجزائر الخارجي

نلاحظ من الشكل رقم (10) أن الفترة الممتدة من سنة 2010 إلى غاية 2018 قد شهدت إقبالا ملحوظا من الزبائن على التعامل مع بنك الجزائر الخارجي. ويرجع هذا الإقبال المتزايد بالدرجة الأولى إلى تنامي ثقة العملاء في الخدمات التي يقدمها البنك، وعلى الرغم من بعض التذبذبات الطفيفة التي سجلت بين السنوات، إلا أن المنحى العام بقي تصاعديا، مما يعكس نجاح البنك في كسب رضا الزبائن واستقطابهم بشكل مستمر.

أما في الفترة الممتدة بين عامي 2019 و2023، فقد لوحظ تراجع في وتيرة الإقبال على خدمات البنك، حيث اتخذ المنحنى اتجاها تنازليا يعكس حالة من عدم الاستقرار. ويرتبط هذا التراجع بشكل مباشر بالأزمة الصحية العالمية الناتجة عن تفشي جائحة كورونا (كوفيد-19)، والتي أثرت على مختلف القطاعات الاقتصادية، ونمط تعاملهم مع المؤسسات المالية، نتيجة للقيود الصحية والاقتصادية التي فرضت في تلك الفترة.

الفرع الثالث: مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير العمليات المصرفية في بنك الجزائر الخارجي

تتمثل اسهامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال العمل المصرفي فيما يلي:

- **تسهيل عمليات الدفع والتحصيل:**

تسهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المعتمدة من قبل بنك الجزائر الخارجي (BEA) في تسهيل عمليات الدفع والتحصيل بين الشركات المحلية وشركائها التجاريين الدوليين من خلال التحويلات المالية الدولية والاعتمادات المستندية الإلكترونية، تتمكن الشركات من تنفيذ واستلام المدفوعات بسرعة وأمان، مما يعزز من كفاءة عمليات التجارة الدولية.

- **تعزيز الثقة والأمان في المعاملات التجارية:**

يساهم اعتماد بنك BEA لتقنيات التشفير الحديثة وأنظمة التحقق متعددة العوامل في ضمان أعلى مستويات الأمان للمعاملات المالية. هذا يعزز ثقة الشركات في تعاملاتها مع الشركاء الدوليين، ويحد من مخاطر الاحتيال والاختراق.

- **تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة الكفاءة:**

تساهم حلول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تمكين الشركات من تقليص التكاليف التشغيلية المرتبطة بالمعاملات المالية الدولية من خلال الاعتماد على أدوات التمويل الإلكتروني والدفع عبر الإنترنت، يتم تقليل الاعتماد على الأعمال الورقية وزيارات الفروع البنكية، مما يؤدي إلى رفع كفاءة الأداء وتقليل التكاليف.

- **دعم وتسهيل عمليات التجارة الإلكترونية:**

يوفر بنك BEA من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسائل دفع إلكترونية آمنة وسريعة، ما يمكن الشركات الجزائرية من تسويق منتجاتها وخدماتها عبر منصات التجارة الإلكترونية الدولية بسهولة، ويُساهم في توسيع نطاق نشاطها التجاري الخارجي.

- **تيسير الوصول إلى التمويل التجاري:**

تسهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المعتمدة لدى بنك BEA في تسهيل وصول الشركات إلى التمويل التجاري بسرعة ويسر. وتشمل هذه الخدمات القروض والتسهيلات الائتمانية التي يمكن التقدم لها إلكترونيا، مما يمكن الشركات من تمويل أنشطتها التجارية الدولية بفعالية أكبر.

المطلب الثالث: دور تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال الفلاحي في تطوير التجارة الخارجية بالجزائر

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اليوم ركيزة أساسية في مسار التنمية الاقتصادية، حيث أثبتت قدرتها على إحداث تحولات جذرية في مختلف القطاعات، ومن بينها القطاع الفلاحي وفي الجزائر، بدأت تظهر ملامح هذا التحول من خلال الاهتمام المتزايد بالمؤسسات الناشئة وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال كوسيلة لدفع عجلة الابتكار وتحسين الأداء الفلاحي، ما يفتح آفاقًا واعدة نحو تعزيز الإنتاجية وتطوير التجارة الخارجية.

الفرع الأول: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع الفلاحي الجزائري

في 2023، ركزت الجزائر على دعم المؤسسات الناشئة لتعزيز التحول الرقمي، خاصة في القطاع الفلاحي، بهدف تنويع صادراتها. ورغم حداثة التجربة، بدأت تظهر مشاريع مبتكرة واعدة تُساهم في تطوير الإنتاج وتلبية احتياجات السوق.

وتتمثل بعض المشاريع فيما يلي: (بن رمضان و نوي، 2024، الصفحات 706-708)

أولا: مشاريع المؤسسات الناشئة الناشطة في مجال القطاع الفلاحي

- **مشروع Algisnova**: هو أحد الابتكارات الذكية التي أطلقتها شركة IBS في إطار دعم المؤسسات الناشئة ويهدف إلى إحداث نقلة نوعية في مجال تسويق المنتجات الفلاحية من خلال كسر النمط التقليدي للعملية التسويقية. يعتمد المشروع على منصة رقمية متطورة تمكن الفلاح من إنشاء متجر رقمي خاص به، يتمتع من خلاله بكامل الحرية في إدارة عملياته التجارية بشكل مباشر. وتتيح المنصة لتجار التجزئة من مختلف مناطق الوطن التواصل مع المنتجين عبر شبكة الإنترنت مما يسهل عملية البيع والشراء بطريقة مبسطة وفعالة.

وتسعى Algisnova إلى تحقيق جملة من الأهداف، من بينها تسريع إيصال المنتج إلى المستهلك في أقصر وقت، وتنشيط الحركة التجارية من حيث حجم المعاملات، وإدماج التكنولوجيا الحديثة في السوق الوطنية، فضلا عن خلق ربط مباشر وآلي بين المنتج وتاجر التجزئة.

- **Filahati** : وهو مشروع يركز على تطوير دفيئات ذكية للإنتاج الزراعي تعتمد على أنظمة مؤتمتة، تهدف إلى تحسين ظروف الزراعة ورفع المردودية باستخدام تقنيات حديثة المجال.
- **AITECH** : شركة ناشئة متخصصة في تطوير حلول ذكية في مجالي الزراعة والمياه، تعتمد على الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء، وتقدم خدمات مثل نظام الري الذكي، التنبؤ بالأمراض النباتية، الإنذار المبكر بالفيضانات وتقديم توصيات لعلاج الأمراض النباتية.

- **Logistics Milk** : مشروع يعنى بنقل الحليب لمسافات طويلة وفي ظروف مثالية، تضمن الحفاظ على جودته وسلامته من التلوث البكتيري، مما يدعم الأمن الغذائي.
- **Valley Aquaponic** : مشروع يجمع بين تربية أسماك المياه العذبة وزراعة الخضروات العضوية في نظام مغلق حيث تستخدم مخلفات الأسماك كسماد طبيعي، ما يساهم في تحقيق الاكتفاء الذاتي والتقليل من استخدام المبيدات.
- **Mahali** : مبادرة تهدف إلى إنتاج "السبيرولينا" كمكمل غذائي طبيعي، واستعمالها في مشروبات الطاقة ومستحضرات التجميل نظراً لفوائدها الصحية العالية.
- **Entomaqua**: مشروع يعنى بتربية الحشرات في أقفاص ذكية باستخدام معدات صناعية متطورة، بهدف إنتاج كميات كبيرة من البروتينات البديلة لتغذية الحيوانات ما يفتح آفاقا جديدة في مجال الأمن الغذائي المستدام.

ثانيا: مشاريع المنصات الرقمية

نذكر منها ما يلي:

- **المنصة الرقمية للمصدرين الجزائريين Algeria Exporters**: وهي دليل الكتروني للمصدرين الجزائريين والمتعاملين الاقتصاديين الذين يتمتعون بقدرات للولوج الى الأسواق العالمية في مختلف القطاعات المقسمة الى 6 قطاعات كبرى هي الفلاحة، الصناعات الغذائية، الصناعة، الصيد البحري، الخدمات والسياحة والصناعات التقليدية وكذا الاشغال العمومية والبناء. وتعتبر وسيلة معلوماتية رقمية تحت تصرف الممثليات الديبلوماسية الجزائرية بالخارج للترويج لوسم "صنع بالجزائر", كما تساهم كذلك في خفض تكاليف علاقات العمل وتسهيلها بين المتعاملين الأجانب والشركات الجزائرية وكذا تشجيع الشركات ذات القدرات التصديرية الى ولوج عالم التصدير وتعزيز التسويق الإلكتروني للمنتجات والخدمات. ومن المزايا التي تمنحها المنصة الرقمية للمتعاملين الوطنيين، التحيين والمواكبة الأنية لتطور المعلومات والأسعار وجذب العملاء دون قيد أو شرط حصر المنتجات الخاصة بهم وتحقيق التقارب مع المتعاملين الأجانب وتعزيز العمليات التسويقية وكذا منح المتعاملين فرصة توسيع شبكة شراكاتهم وتطويرها. (تم الاطلاع عليه 21 05, 2025، من https://www.commerce.gov.dz)
- **الفيرما Elfirma.dz**: وهي موقع مخصص لتسهيل عملية بيع المنتجات الفلاحية مباشرة من المنتج إلى المستهلك. تهدف هذه المنصة إلى تحسين ربط المستهلكين بمصادر المنتجات الفلاحية الطازجة عبر تحديد نقاط البيع المنتشرة في مختلف ولايات الوطن، سواء كانت تابعة لمؤسسات عمومية تحت وصاية الوزارة أو لمستثمرات

فلاحية خاصة. يحتوي الموقع على معلومات دقيقة ومحدثة بانتظام حول أكثر من 500 نقطة بيع تشمل عناوينها، أرقام الهواتف، أسماء المنتجين، وأنواع المنتجات المتوفرة مثل الخضر، الفواكه اللحوم، الحليب ومشتقاته. كما يوفر الموقع خريطة تفاعلية تساعد المواطنين على تحديد النقاط الأقرب إلى أماكن إقامتهم، ويتيح إمكانية التسجيل للمنتجين الجدد عبر استمارة إلكترونية، وفق شروط معينة. وتأتي هذه المبادرة لتعزيز الشفافية، دعم الاقتصاد الفلاحي المحلي، وضمان توفير منتجات ذات جودة عالية بأسعار تنافسية. (تاريخ الاطلاع عليه 21 05, 2025، من /https://madr.gov.dz)

الفرع الثاني: أهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع الفلاحي

تبرز أهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يلي: (حازم حجلة، بوسواك، و بن مداني، 2022، الصفحات 128-129)

- **تعزيز كفاءة الإنتاج:** تسهم التقنيات الرقمية في رفع مستوى الدقة والحفاظ على الموارد في الوقت ذاته، مع تبسيط العديد من المهام المعقدة. فعلى سبيل المثال، يستطيع المزارع الاستفادة من بيانات الطقس، وتتبع انتشار بعض أنواع الحشرات من خلال الخرائط التفاعلية، واستخدام أجهزة استشعار لتحليل تركيب التربة وتحديد احتياجات المحاصيل من المياه. وتوفر له هذه البيانات القدرة على تحسين أساليب العناية بالمزروعات، مما يوجهه نحو اعتماد أساليب الزراعة الدقيقة. وتنعكس نتائج هذا التوجه إيجابًا على المستهلكين من خلال زيادة جودة المنتجات والحصول على محاصيل طبيعية أكثر، وتحسين توقيت الحصاد.
- **تعزيز الممارسات التعاونية والابتكار من خلال تجميع البيانات:** نظرا للطبيعة المعقدة للكائنات الحية والحاجة إلى نهج منهجي وفترة تعلم ممتدة، فإن اكتساب الخبرة الزراعية يتطلب من المزارع سنوات طويلة. ومع وجود موسم حصاد واحد فقط سنويًا لكل محصول، فإن فرص المزارع لاختبار ممارساته، أو مقارنتها، أو تعديلها تظل محدودة. ومع ذلك، فإن جمع وتحليل البيانات الناتجة عن تجارب آلاف المزارعين يتيح تكرار تلك التجارب في بيئات مختلفة، مما يسهل تطوير نماذج تنبؤية دقيقة وتحديد أفضل الممارسات والعوامل السياقية المناسبة لكل نوع من المحاصيل. وتكمن أحد التحديات الرئيسية في هذا المجال في قدرة التعاونيات أو المؤسسات الزراعية على جمع هذه البيانات وتحليلها بفعالية لتقديم توصيات عملية. ويأتي هذا الجهد في إطار السعي لتعزيز القدرة التنافسية وتحقيق تحسينات

- **تعزيز الشفافية والجودة وبناء ثقة المستهلك:** من خلال الرقمنة تسهم رقمنة القطاع الزراعي في تعزيز الشفافية وإبراز القيمة المضافة وجودة المنتجات من خلال تمكين التواصل المفتوح بين المنتج والمستهلك. وبفضل أنظمة جمع البيانات وتنظيمها، تصبح معلومات مثل ظروف الإنتاج، والأثر البيئي والاجتماعي للمنتج متاحة وقابلة للوصول. تتيح هذه البيانات للمستهلك اتخاذ قرارات أكثر وعيا، حيث يمكنه الاطلاع على تفاصيل غير مرئية أثناء عملية الشراء مثل مصدر البذور والممارسات الزراعية المتبعة، بل وقد يمتد الأمر إلى معرفة الموقع الدقيق للحقل الذي زرع فيه المنتج. وبهذا تعزز الرقمنة ثقة المستهلك من خلال توفير معلومات دقيقة وشفافة حول سلسلة الإنتاج بأكملها. مستدامة في الأداء الزراعي.

المطلب الرابع: مقترحات لتطوير حصيلة التجارة الخارجية من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- تطوير بوابة إلكترونية وطنية موحدة للتجارة الخارجية تجمع بين الجمارك، البنوك شركات النقل المصدرين والمستوردين بهدف تسهيل الإجراءات، وتبسيط المساطر الإدارية.
- العمل على رقمنة الوثائق التجارية الأساسية مثل الفواتير شهادات المنشأ، عقود التصدير، مما يسهل التبادل الرقمي للمعلومات بين مختلف الفاعلين في السلسلة التجارية.
- اعتماد نظام التوقيع الإلكتروني والتصديق الرقمي لضمان المصداقية القانونية للمعاملات التجارية الدولية.
- تطوير قدرات الشركات الجزائرية على استخدام منصات التجارة الإلكترونية العالمية، والترويج لمنتجاتها من خلال أدوات التسويق الرقمي ومحركات البحث.
- إنشاء قاعدة بيانات رقمية محدثة حول فرص التصدير حسب الدول والقطاعات، مع واجهات استخدام ذكية تساعد على اتخاذ قرارات استراتيجية دقيقة.
- دعم الابتكار الرقمي في قطاع الخدمات اللوجستية من خلال إنشاء حاضنات ومراكز تطوير حلول ذكية المتابعة الشحنات وتتبع الحاويات.
- تفعيل أنظمة الدفع الإلكتروني الدولية وتسهيل عمليات التحويل المالي عبر الحدود من خلال شراكات مصرفية رقمية آمنة.
- تشجيع البنوك الجزائرية على توفير خدمات تمويل التجارة الخارجية إلكترونيًا، بما في ذلك الاعتمادات المستندية والقروض التصديرية.

- توسيع التكوين المهني في مجالات التجارة الرقمية التسويق الإلكتروني، وأمن المعلومات، لفائدة الفاعلين الاقتصاديين.
- الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في تحليل الأسواق الخارجية، والتنبؤ باتجاهات الطلب العالمي على المنتجات الجزائرية.
- رقمنة آليات دعم وتشجيع الصادرات عبر بوابات إلكترونية شفافة، مع ربطها بمؤشرات الأداء.
- تحفيز الاستثمار في البنية التحتية للاتصالات خاصة في المناطق الصناعية والموانئ لتمكين التواصل السلس والفعال مع الشركاء الأجانب.
- إطلاق حملات تعريفية دولية بالمنتج الجزائري عبر الإنترنت من خلال معارض افتراضية ومنصات متعددة اللغات.
- دعم مشاريع التحول الرقمي للمؤسسات المصدرة الصغيرة والمتوسطة عبر قروض ميسرة وحوافز ضريبية.
- مراجعة وتحيين الإطار القانوني المنظم للتجارة الإلكترونية والمعاملات الرقمية، بما يواكب المعايير الدولية.
- مواصلة الجهود المبذولة لتنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات باستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لواقع تطبيق واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر في مجال التجارة الخارجية والسعي لتطويرها وتطوير حصيلتها، توصلنا الى النتائج التالية:

- أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال أداة لا غنى عنها في تحسين أداء القطاعات الاقتصادية، وعلى رأسها التجارة الخارجية، نظرا لما توفره من وسائل لتسهيل الإجراءات، وتسريع المعاملات، وتعزيز الشفافية.
- عرفت المؤسسات الجزائرية توجها متزايدا نحو اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مختلف إداراتها وقطاعاتها، مثل التعليم البريد والاتصالات، الضمان الاجتماعي، والعدالة، مما ساهم بشكل كبير في تبسيط الإجراءات وتحسين سير العمليات الإدارية.
- من خلال دراسة حالة الجمارك والبنوك في ولاية بسكرة، تبين أن الجزائر بدأت في اتخاذ خطوات نحو رقمنة هياكلها الداعمة للتجارة الخارجية عبر إدماج أنظمة إلكترونية حديثة كـ ALCES وDELTA 8، وهو ما ساعد على تحسين بعض جوانب الأداء، لاسيما في مجال الدفع الإلكتروني ومعالجة البيانات.
- رغم هذه المبادرات، لا يزال الاسهام العام لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع التجارة الخارجية محدودا.
- تواجه عملية توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال عدة عوائق، من أبرزها نقص الكفاءات البشرية، ومحدودية البنية التحتية التكنولوجية، بالإضافة إلى الاعتماد الكبير على صادرات المحروقات.

الخاتمة

خاتمة:

شهدت الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2023 جهودا متعددة لتطوير تجارتها الخارجية، في ظل سعيها إلى تنويع الاقتصاد وتجاوز التبعية شبه المطلقة لقطاع المحروقات. وقد أظهرت الدراسة أن التجارة الخارجية الجزائرية تأثرت بعدة عوامل، من بينها السياسات الإصلاحية، تقلبات أسعار النفط، والظروف الدولية، إلى جانب التحديات البنيوية الداخلية مثل ضعف التنوع الاقتصادي وتعقيد الإجراءات الجمركية والمصرفية.

في المقابل، تبين أن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال رغم حداثة تطبيقاته في بعض المؤسسات، قد ساهم بشكل ملحوظ في تحسين بعض جوانب الأداء الجمركي والمصرفي. إذ أظهرت البيانات الميدانية المستقاة من كل من مفتشية الجمارك وبنك الجزائر الخارجي أن الأنظمة المعلوماتية الحديثة ساعدت في تسريع الإجراءات، تقليل الأخطاء، وتحسين الشفافية، ما يُعد خطوة إيجابية نحو عصرنة التجارة الخارجية.

ومع ذلك، فإن الفجوة التكنولوجية، محدودية التكوين وعدم تكامل الأنظمة بين مختلف المؤسسات، تبقى من بين العوائق التي تحد من الاستفادة الكاملة من إمكانات تكنولوجيا المعلومات في هذا القطاع الحيوي.

أولا: نتائج اختبار الفرضيات:

من خلال الدراسة التي قمنا بها، وتم التوصل الى:

- **الفرضية الأولى:** تتأثر التجارة الخارجية بتكنولوجيا المعلومات والاتصال عبر توظيفها في العمليات الجمركية فقط. فرضية خاطئة.

من خلال تناولنا لموضوع الدراسة، تبين أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثيرا واضحا على التجارة الخارجية وذلك من خلال دور مؤسسة لجمارك بالإضافة الى المنظومة المصرفية (وسائل الدفع الالكتروني) التي تعد عنصرا محوريا في إنجاز عمليات التصدير والاستيراد بين الدول. كما أن التسويق الإلكتروني، باعتباره أحد تطبيقات هذه التكنولوجيا، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتجارة الإلكترونية، مما يعزز من ديناميكية المبادلات التجارية عبر الحدود

- **الفرضية الثانية:** لا تزال الجزائر ورغم جهودها بعيدة عن جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصال ذات تأثير كبير على تجارتها الخارجية. فرضية صحيحة.

من خلال الدراسة النظرية والتحليل الميداني لكل من قطاع الجمارك والبنوك. وقد بينت النتائج أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في هذه القطاعات لا يزال يواجه عدة عراقيل منها ضعف التنسيق المؤسسي، نقص الكفاءات، ومحدودية البنية التحتية الرقمية. كما أن الأثر الإيجابي للتقنيات المستعملة، وإن وجد، يبقى محدودا.

- **الفرضية الثالثة:** رغم ضعف تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجارة الخارجية الجزائرية الا انه تظهر بعض الآثار الإيجابية خاصة على مستوى نظام الدفع الالكتروني والتجارة الالكترونية.

فرضية صحيحة جزئياً ومدعومة بالمعطيات الميدانية. فقد أظهرت الدراسة أن تطبيق بعض الأنظمة التكنولوجية، كمنصة DELTA V8 في القطاع المصرفي، ساهم في تسهيل العمليات المرتبطة بالدفع الإلكتروني وخدمات التجارة الخارجية، ولو بشكل محدود. ومع ذلك، فإن هذا التأثير لا يزال في مراحله الأولى، ويعاني من صعوبات تقنية ومؤسساتية تحدّ من فعاليته على نطاق واسع. وبالتالي، يمكن اعتبار هذه الفرضية صحيحة ضمن سياق محدود، وتدل على بداية تأثير إيجابي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، لكنه لا يزال بحاجة إلى دعم وتوسيع لتعميم أثره على منظومة التجارة الخارجية بأكملها (وسائل الدفع الالكتروني تستعمل محليا فقط ولا مجال لها على الصعيد الدولي).

ثانيا: نتائج الدراسة:

تم تناول موضوع الدراسة من زوايا متعددة بهدف الوصول إلى مجموعة من النتائج التي رغم قلتها، عكست واقع تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر، ومدى إسهامها في تطوير أداء التجارة الخارجية. وبناءً على ذلك، يمكن عرض أبرز النتائج المستخلصة على النحو الآتي:

- استمرار التبعية لقطاع المحروقات: لا تزال التجارة الخارجية الجزائرية تعتمد بشكل شبه كلي على صادرات المحروقات، مما يضعف قدرتها على التكيف مع تقلبات الأسواق العالمية ويقلل من فعالية أي جهود رقمية موجهة لتنويع التجارة.
- ضعف الأثر الشامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال: رغم إدخال بعض التطبيقات التكنولوجية في قطاعي الجمارك والبنوك، إلا أن تأثيرها على تطوير التجارة الخارجية لا يزال محدودًا ولم يرق إلى مستوى التحول الرقمي المطلوب.
- تحسين نسبي في الأداء الإداري: ساهمت بعض الأنظمة المعلوماتية، مثل نظام ALCES الجمركي و DELTA V8 المصرفي، في تسريع الإجراءات، وتقليل الأخطاء الورقية، وتحقيق درجة من الشفافية، لا سيما في مجال الدفع الإلكتروني.

- ضعف التنسيق المؤسسي والتكامل بين الأنظمة: أظهرت الدراسة أن غياب الربط والتكامل بين مختلف المؤسسات المعنية بالتجارة الخارجية يشكل عائقا أمام تحقيق استفادة فعلية من الإمكانات التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات.
- نقص التكوين والكفاءات البشرية المؤهلة: لوحظ وجود ضعف في الكفاءات البشرية المتخصصة في استخدام وإدارة الأنظمة التكنولوجية، وهو ما يحد من فعالية هذه الأنظمة في تحقيق أهدافها.
- تفاوت في مستوى تطبيق التكنولوجيا بين القطاعات: تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال ليس موحداً أو متجانساً بين مختلف الهياكل، حيث لوحظ تباين في درجة التقدم والفعالية بين قطاعي الجمارك والبنوك.
- وجود إرادة سياسية لتحديث الإدارة: تشير المعطيات إلى وجود توجه رسمي نحو تعزيز الرقمنة وتحديث الهياكل الإدارية، لكن التنفيذ العملي يواجه عراقيل تقنية وبشرية.

ثالثا: التوصيات:

من خلال ما تم التطرق له في الدراسة يمكننا تقديم مجموعة من التوصيات التي لها علاقة الموضوع التوصيات الاتية:

- تعزيز البنية التحتية الرقمية: ضرورة تطوير وتجهيز الهياكل الجمركية والمصرفية بتجهيزات تكنولوجية حديثة تواكب التطورات العالمية، بما في ذلك تحديث الأنظمة المعلوماتية والبرمجيات المستخدمة.
- تكوين وتأهيل الموارد البشرية: الاستثمار في تكوين الكفاءات داخل المؤسسات الاقتصادية، خاصة في مجال تسيير النظم المعلوماتية المرتبطة بالتجارة الخارجية، لضمان الاستخدام الفعال والمستدام للتكنولوجيا.
- تحسين التنسيق بين المؤسسات: العمل على ربط الأنظمة الرقمية بين مختلف الجهات المعنية بالتجارة الخارجية الجمارك، البنوك، وزارة التجارة، وغيرها لضمان التكامل في تبادل المعلومات وتبسيط الإجراءات.
- دعم استخدام الدفع الإلكتروني في التجارة الخارجية: تعزيز الثقة في أدوات الدفع الإلكتروني من خلال تأمين العمليات المصرفية وتوسيع خدماتها لتشمل مختلف المتعاملين الاقتصاديين، لا سيما في مجال التصدير والاستيراد.
- تشجيع الصادرات خارج المحروقات عبر التحول الرقمي: استغلال التكنولوجيا في الترويج الإلكتروني للمنتجات الوطنية وتنمية التجارة الإلكترونية كوسيلة لتوسيع الأسواق الخارجية وتنويع القاعدة التصديرية.
- مراجعة الأطر القانونية والتنظيمية: ضرورة تكييف القوانين مع المتطلبات الرقمية الحديثة، بما يضمن حماية المعاملات الإلكترونية ويعزز من جاذبية البيئة التجارية والاستثمارية.
- متابعة وتقييم فعالية الأنظمة الرقمية: اعتماد آليات دورية لتقييم مدى فاعلية تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء التجارة الخارجية، واتخاذ الإجراءات التصحيحية عند الضرورة.

رابعا: أفاق الدراسة:

يفتح هذا البحث المجال أمام دراسات مستقبلية أعمق بالنظر إلى الطابع المتجدد لمجالي التجارة الخارجية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال. إذ أن التحول الرقمي لا يزال في بداياته في الجزائر، ما يستدعي مواكبة أكاديمية وميدانية مستمرة لقياس تطور الأداء وفعالية السياسات المتبعة. ومن هدا المنطلق نقترح هذه المواضيع كأفاق جديدة للبحث:

- فعالية أنظمة المعلومات والاتصال الجمركية في تسهيل العمليات التجارية الخارجية بالجزائر.
- التحول الرقمي كآلية لتبسيط الإجراءات وتخفيض التكاليف في التجارة الخارجية الجزائرية.
- التكامل الرقمي بين الجمارك والبنوك وأثره على تحسين حركة التبادل التجاري الخارجي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا: المراجع باللغة العربية:

1. الكتب

- سعد عبد الكريم حماد الدليمي، فيصل غازي فيصل الدليمي، وذاكر هادي عبد الله اللهيبي. (2023). التجارة الخارجية (تطبيقات اقتصادية كلية) (المجلد الاولى). الأنبار، العراق: مجموع دار الدكتور للعلوم.

- حسن علي العبابنة. (2025). التسويق الالكتروني (المجلد الاولى). عمان، الاردن: دار السواقي العلمية.

- الحاج بن أحمد. (بلا تاريخ). قانون التجارة الدولية. مركز الكتاب الأكاديمي.

- خالد احمد علي محمود. (2019). التجارة الدولية بين الحماية والتحرر والنظرية الحديثة (المجلد الاولى). الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.

- غنية بن حركو. (2022). نظريات التجارة الدولية (المجلد الاولى). باتنة: دار المثقف للنشر والتوزيع.

2. المقالات

- أحمد جنان، وعلى توبين. (بدون سنة). واقع وتحديات تحرير الخدمات المصرفية في لجزائر. *دراسات اقتصادية* مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعلمية – الجزائر.

- أسماء عدائكة، وبوزيد السايح. (30 06, 2018). السياسة التجارية وعلاج الاختلالات في ميزان المدفوعات مجلس دول التعاون الخليجي نموذجا 2010-2016. *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة* جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر (4).

- الطاهر شليحي. (07 02, 2020). التجارة الخارجية للجزائر واهم تحدياتها خلال الفترة (2018-2020). *مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية* جامعة باتنة 1 – الحاج لخضر.الجزائر. (21).

- العياشي زرزار، وكريمة غياد. (2014). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الميزة التنافسية لمؤسسة اتصالات الجزائر. جامعة سطيف 1، الجزائر *مجلة الباحث الاقتصادي*.

- المختار بن قوية. (ديسمبر, 2021). التجارة الالكترونية في الجزائر بين الضرورة والمخاطر. *مجلة معارف*، جامعة أكلي محند أولحاج – بومرداس، الجزائر (16).

- الهام يحياوي. (2016). الحكومة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والتحديات. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر.

- أم الخير قوق، وحنان طهاري. (03, 2023). المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الالكتروني. *مجلة العلوم القانونية والاجتماعية*، جامعة زيان عاشور بالجلفة، (7).

- امنة زربوط. (16 07, 2019). دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر. *مجلة أراء للدراسات الاقتصادية والإدارية (JAEAS)* المركز الجامعي آفلو – معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر (01).

- ايمان حساني، وسفيان بن عبد العزيز. (22 افريل, 2023). الأساليب الحمائية غير التعريفية في السياسات التجارية وأثرها على نفاذ الصادرات الجزائرية – كلية العلوم االقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة طاهري محمد. *1* (9).

- جميلة بن لوصيف. (ديسمبر, 2021). التسويق الالكتروني في المؤسسة الاقتصادية تجربة المؤسسة الجزائرية في التسويق الالكتروني. *مجلة العلوم الإنسانية* لجامعة أم البواقي (8).

- حبيبه قدة. (12 اكتوبر, 2022). التسويق الالكتروني بين المتطلبات والتحديات. *مجلة الاجتهاد القضائي* جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر (14).

- حكيم مفتاح. (30 06, 2021). السياسة التجارية الجزائرية وأزمات تراجع أسعار المحروقات. *مجلة الابداع* جامعة البليدة 2 – لونيسي علي، الجزائر (11).

- خديجة نميش. (06 06, 2022). سياسات التجارة الخارجية وأثرها على الواردات –دراسة حالة الجزائر–. *مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية* المركز الجامعي سي الحواس– بريكة (05).

- ربيحة نبار. (2018). تكنولوجيا المعلومات والاتصالات – الخصائص والتأثيرات. *مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية* جامعة الوادي (3).

- رحماني جمال بوزيان. (2018). تطبيقات الحكومة الالكترونية في الجزائر. *مجلة الاقتصاد الجديد* مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر – جامعة خميس مليانة – الجزائر (01).

- رياض عيساوي، ومحمد هاني. (30 09, 2024). التجارة الخارجية في الجزائر (الواقع والتحديات) دراسة تحليلية للفترة 2010-2022. *مجلة اضافات اقتصادية* كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة غرداية (08).

- سامية جدو. (24 09, 2018). قراءة تقييمية في نظريات التجارة الدولية: من نظرية الميزة النسبية الى نظرية الميزة التنافسية. *حوليات جامعة الجزائر 1* .

- سعيدة حازم حجلة، أمال بوسواك، وصديقة بن مداني. (31 07, 2022). واقع رقمنة القطاع الفلاحي في الجزائر: الأليات والسبل. *المجلة الجزائرية للاقتصاد السياسي*، جامعة الوادي - الجزائر (04).

- سعيدة دوباخ. (2021). الحكومة الإلكترونية كأداة لتحسين جودة الخدمات العامة. *مجلة العلوم الإنسانية* جامعة محمد خيصر بسكرة (21).

- سليمة العمري. (16 01, 2024). مدخل مفاهيمي للتجارة الإلكترونية. مجلة دراسات إنسانية واجتماعية جامعة وهران 02(13).

- سميرة طالبي، وسمير بن عبد العزيز. (مارس, 2023). دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية - دراسة حالة بريد الجزائر لولاية بشار. *مجلة التكامل الاقتصادي* جامعة أحمد دراية – أدرار، الجزائر. (11).

- شافية كتاف، ذهبية لطرش، ووحيدة بولمرج. (2020). واقع التجارة الالكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير. مجلة دراسات تطبيقية، جامعة زيان عاشور – الجلفة، الجزائر (18).

- صبرينة مراومية. (10 10, 2022). الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية. *مجلة الحقوق والحريات* جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر (10).

- صورية شواحري. (18 01, 2024). واقع وسائل الدفع التقليدية والالكترونية في ولاية عين الدفلى - دراسة ميدانية لعينة من البنوك. *مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية* جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر (09).

- عائشة عتيق، وحياة نسيمة صادق. (21 09, 2024). تطور مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر. مجلة المالية والاسواق جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم (11).

- عائشة مرجال، ودنيا زاد سويح. (جوان, 2019). دور التسويق الإلكتروني في تطوير التجارة الإلكترونية. مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية - المركز الجامعي سي الحواس - بريكة.

- عبد الرحمان خوخي. (ديسمبر, 2023). تحديات الحكومة الالكترونية في الجزائر - دراسة حالة مؤشر الخدمات الرقمية. مجلة أبحاث ودراسات التنمية جامعة محمد البشير الإبراهيمي- برج بوعريريج - الجزائر (10).

- عبد القادر حفاي. (6, 2018). النظام المصرفي الجزائري وتحديات العولمة المالية. مجلة درات العدد الاقتصادي كلية العلوم االقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الأغواط ،الجزائر. (15).

- عبد القادر حليس. (31 12, 2021). الجمارك الرقمية دراسة حالة الجزائر. مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية جامعة زيان عاشور – الجلفة، الجزائر. (07).

- عبد الكريم بن رمضان، وميهوب نوى. (2024). الرقمنة كألية لتطوير الاستثمار في القطاع الفلاحي في القانون الجزائري. المجلة الاكاديمية للبحوث القانونية والسياسية جامعة عمار ثليجي – الأغواط، الجزائر. (8).

- عبد الكريم كيبش، وعبد الكريم خميسي. (2017). دور الجمارك في حماية الاقتصاد لوطني في ظل التحديات الراهنة- حالة لجزائر-. الباحث الاجتماعي جامعة عبد الحميد موزي - قسنطينة 2.

- عبد الكريم مسعي، ونبيلة دحمان زناتي. (2 جوان, 2019). الحكومة الالكترونية: دراسة وتجارب. مجلة الابتكار والتنمية الصناعية، جامعة محمد البشير الإبراهيمي – برج بوعريريج، الجزائر (2).

- علال شيتر. (2023). إشكالية الدفع الالكتروني في الجزائر: دراسة تحليلية خلال الفترة (2022-2016). المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الجزائر 3 – إبراهيم سلطان شيبوط، الجزائر (11).

- عيشاوي وهيبة. (2017). تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وأثرها على المؤسسة. مجلة علوم الإنسان والمجتمع جامعة محمد خيضر – بسكرة، الجزائر (7).

- غيداء صالح الصبحي. (01 05, 2024). أثر التجارة الإلكترونية على تنافسية المؤسسات في المملكة العربية السعودية - مكة المكرمة. مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث مركز ابن العربي للثقافة والنشر، فلسطين (4).

- فاتح مرزوق وياسين عطاالله (2025) الخدمات المصرفية الرقمية ودورها في تسهيل التجارة الخارجية دراسة حالة بنك الجزائر. مجلة الجغرافيا الاقتصادية المركز الجامعي مرسلي عبد الله ،تيبازة(02).

- فاطمة الزهراء عبيدي. (بدون سنة). (التسويق الالكتروني) التحديات الجديدة للمؤسسة في عصر الانترنت. مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية جامعة زيان عاشور – الجلفة، الجزائر.

- فضيلة بوطورة، فاطمة الزهراء بوطورة، وعلاء الدين الوافي. (2020). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل التجارة الالكترونية بالجزائر. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية المركز الجامعي أحمد بن يحي الونشريسي – تيسمسيلت، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر (4).

- فطيمة الزهرة عيسات، وكهينة رشام. (جوان, 2022). الحكومة الالكترونية في الجزائر بين النظرية والتطبيق العملي. مجلة الادارة وريادة الاعمال لكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيري ألكي محند أولحاج جامعة – البويرة (2).

- كريمة بكوش، حكيم بناولة، وزهرة بوعبدلي. (2017). إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية. مجلة الريادة الاقتصاديات الأعمال جامعة حسيبة بن بوعلي – الشلف، الجزائر (3).

- ليبية لعمايرية، وزكريا طفياني. (جوان, 2020). التسويق في البيئة الرقمية: قراءة في التسويق الالكتروني وتقنياته. مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية جامعة الجزائر 3 – إبراهيم سلطان شيبوط، كلية علوم الإعلام والاتصال، مخبر الاتصال والأمن الغذائي (الثاني).

- مايح شبيب الشبري، وعلي حمزة جياد. (2022). قياس اثار السياسة التجارية على متغيرات المربع السحري لكالدور في. مجلة الغاري لكلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة –كلية الإدارة والاقتصاد، العراق18(4).

- محمد أمين رماس. (بدون سنة). التسويق الالكتروني: قراءة في الأسس والمفاهيم جامعة زيان عاشور – الجلفة، الجزائر.

- محمد أمين مخلفي، وميلود بن حجار. (4, 2021). مبادرات الحكومة الجزائرية في حوكمة الخدمات الإلكترونية: دراسة تحليلية. الحوار المتوسطي جامعة الجيلالي ليابس – سيدي بلعباس، الجزائر، من خلال مخبر البحوث والدراسات الاستشراقية في حضارة المغرب الإسلامي (12).

- محمد حسين يسرى. (17 10, 2010). تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية (دراسة تطبيقية في فندق السدير). مجلة الإدارة والاقتصاد مخبر البحوث و الدراسات الاستشرافية حضارة المغرب الإسلامي جامعة الجيلالي ليابس سيدي بلعباس- الجزائر (85).

- مديحة بن زكري بن علو، ونصيرة شيبان. (01 09, 2019). دور إعادة تأطير وإصلاح قطاع التجارة الخارجية في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري (التجارة الخارجية من التقييد إلى التحرير). مجلة العلوم القانونية والاجتماعية جامعة زيان عاشور الجلفة (4).

- مسعود درواسي، وادم بن مسعود. (بلا تاريخ). الحكومة الالكترونية متطلباتها ومعوقات تطبيقها. مجلة "الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات مخبر تسيري الجماعات المحلية ودورها في تحقيق التنمية، جامعة سعد دحلب البليدة (4).

- نعيمة يحياوي، وفاطمة الزهراء لحسيني. (ديسمبر, 2017). واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر. مجلة الاقتصاد الصناعي مخبر الدراسات الاقتصادية للصناعة المحلية، جامعة باتنة 1 – الحاج لخضر، الجزائر (13).

- وفاء حرمه، محمد معطا الله، وسيف الدين تلي. (25 01, 2024). التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية. مجلة العلوم الاقتصادية جامعة الجيلالي ليابس – سيدي بلعباس، الجزائر.

3. الاطروحات الجامعية

- الزهرة عبداللاوي. (2023). أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث. السياسات التجارية وأثرها على حجم واتجاه التجارة الخارجية في ظل الانفتاح التجاري (دراسة حالة الجزائر (2009 - 2019)، الجلفة: جامعة زيان عاشور الجلفة.

- دليلة قادة. (2018). أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير. الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية دراسة حالة وزارة الداخلية والجماعات المحلية في الجزائر. الجزائر: جامعة الجزائر 3.

- شرف الدين ملال. (2021). أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية. أثر التحرير التجاري على النمو الاقتصادي دراسة حالة الجزائر ماليزيا والبرازيل خلال الفترة 1990-2016، ورقلة: جامعة قاصدي مرباح – ورقلة.

- صبرينة غول. (2016). مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية. تحسين الأداء التسويقي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال. الجزائر: جامعة الجزائر 3.

- عبد الرحمان روابح. (2018). أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية. *أثر ال*أزمة المالية العالمية على حركة التجارة الخارجية للتكتل الاقتصادي الأوروبي دراسة قياسية للفترة (2000 - 2014)، بسكرة: أطروحة روابح عبد الرحمان.

- عبد الله نواف النوايسة. (2015). رسالة مقدمة إلى كلية الدراسات العليا استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاقتصاد / قسم اقتصاديات المال والإعمال. التجارة الخارجية وأثرها على الاحتياطات الأجنبية في الاقتصاد الأردني خلال الفترة (1993 - 2014)، الاردن: جامعة مؤتة كلية الدراسات العليا.

- فيروز سلطاني. (2013). دور السياسات التجارية في تفعيل الاتفاقات التجارية الإقليمية والدولية (دراسة حالة الجزائر واتفاق الشراكة الأورو متوسطية). *مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية*، بسكرة: جامعة محمد خيضر بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية.

- نوال سموك. (2019). أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص اقتصاد كمي. *أثر الانفتاح التجاري على الاقتصاد الجزائري دراسة قياسية باستخدام نموذج التوازن العام القابل للحساب*، الجزائر: جامعة الجزائر 3.

4. المواقع الالكترونية

- Foorshop تم الاطلاع عليه (23 05, 2025) منhttps://foorshop.com/about-us

- موقع وزارة المالية الجزائرية تم الاطلاع عليه (11 05, 2025) من موقع وزارة المالية الجزائرية: https://www.mf.gov.dz/

- Algeria *source*s. (2022). تم الاطلاع عليه (23 05, 2025) من https://www.algeriansources.com

- Bna. (2024). تم الاطلاع عليه (23 05, 2025) من www.bna.dz

- Cans. تم الاطلاع عليه (10 05, 2025) من https://cnas.dz/

- Viaduct frome Algeria. تم الاطلاع عليه (2025،05.23) من https://www.vfa.dz/

- جوميا الجزائر. تم الاطلاع عليه (10 05, 2025) من https://www.jumia.com.dz

- بنك الجزائر الخارجي. تم الاطلاع عليه (11 05, 2025) من https://www.bea.dz/

- البوابة الإلكترونية للمركز الوطني للسجل التجاري. تم الاطلاع عليه (14 05, 2025) من https://sidjilcom.cnrc.dz/

- البوابة الحكومية للخدمات العمومية. تم الاطلاع عليه 14 05, 2025، من https://bawabatic.dz

- دقلتي. (2023). تم الاطلاع عليه (23 05, 2025) من https://www.degleti.com

- شركة ألفا رنيم. (2022). تم الاطلاع عليه (23 05, 2025)، من https://alfaranim.com

- فضاء أولياء التلاميذ. تم الاطلاع عليه (10 05, 2025) من https://awlyaa.education.dz

- المديرية العامة للوظيفة العمومية والإصلاح الإداري. تم الاطلاع عليه (14 05, 2025) https://www.dgfp.gov.dz

- وزارة الفلاحة والتنمية الريفية. (2021). تاريخ الاطلاع عليه 21 05, 2025، من https://madr.gov.dz/

- وزارة النجارة الجزائرية. (2021). تاريخ الاطلاع عليه 21 05, 2025، من https://www.commerce.gov.dz

- **المراجع باللغة الأجنبية:**
- **المواقع الالكترونية:**

- Ecb. (2010). تم الاطلاع عليه (13 05, 2025) من https://www.ecb.europa.eu/

- Fao. تم الاطلاع عليه (13 05, 2025) من https://aims.fao.org/

الملاحق

الملحق رقم (1): طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

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 التسيير عمادة الكلية

الرقم : 364 / ك.ع.إ.ت.ع ت /2025

إلى السيد مدير: مفتشية أقسام الجمارك
فرع بسكرة وحدة بسكرة

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

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

1- قرقط ياسين
2- //
3- //

المسجلون بـ: قسم العلوم الاقتصادية
بالسنة: ثانية ماستر اقتصاد دولي
وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة التخرج المعنونة بـ:

"" دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية
""

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

بسكرة في: 2025/04/15

ع/ عميد الكلية

نائب العميد المكلف بالدراسات
والمسائل المرتبطة بالطلبة
محمد لباي رشيد

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

الملحق رقم (2): طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

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

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

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

الرقم : 515 / ك.ع.إ.ت.ع ت /2025

إلى السيد مدير: بنك الجزائر الخارجي
بسكرة

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

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

1- قرقط ياسين
2- //
3- //

المسجلون بـ: قسم العلوم الاقتصادية
بالسنة: ثانية ماستر اقتصاد دولي
وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة التخرج المعنونة بـ:
"" دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير حصيلة التجارة الخارجية ""

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

بسكرة في: 2025/04/28

ع/ عميد الكلية

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

BANQUE EXTERIEURE D'ALGERIE
AGBAS Rafiq
Directeur Agence Pal Biskra056

الملحق رقم (04): إذن بإيداع مذكرة التخرج

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر-بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

بسكرة في: 2025/05/25

إذن بإيداع مذكرة التخرج –ماستر

أنا الممضي أسفله الأستاذ(ة): رحال إيمان

الرتبـة: أستاذ محاضر قسم ب

قسم الارتباط : قسم العلوم الاقتصادية

أستاذ مشرف على مذكرة ماستر-للطالب(ة): قرقط ياسين

الشعبة: العلوم الاقتصادية

التخصـص: اقتصاد دولي

بعنـوان: **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير حصيلة التجارة الخارجية في الجزائر خلال الفترة (2010-2023)**

أشهد بأن المذكرة أنجزت وفقا للدليل المنهجي المعتمد من قبل المجلس العلمي للكلية. وارخص بايداع المذكرة المذكورة أعلاه.

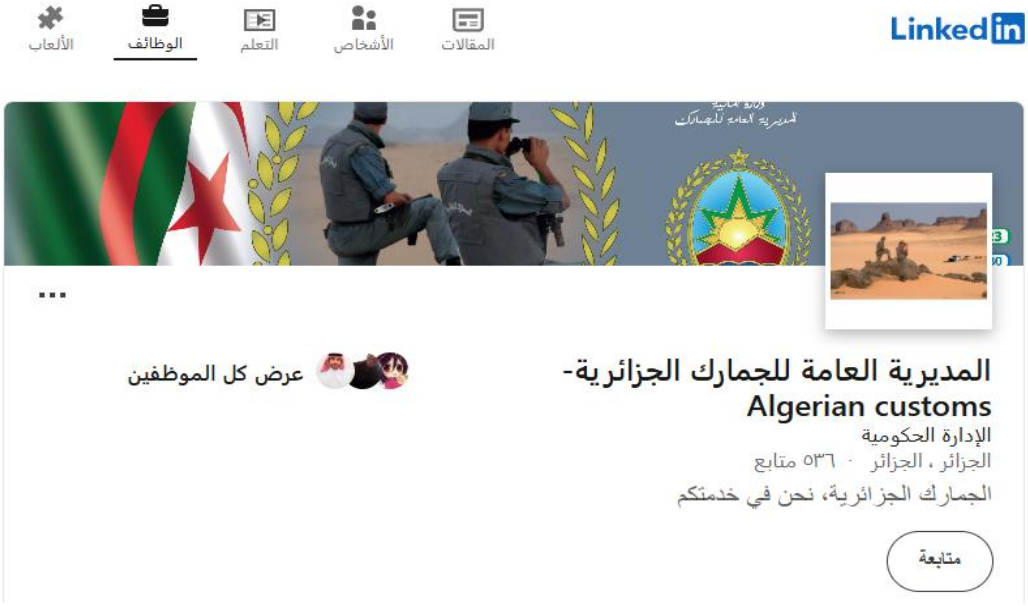
الأستاذ(ة) المشرف(ة) **رئيس القسم**

Scanné avec CamScanner

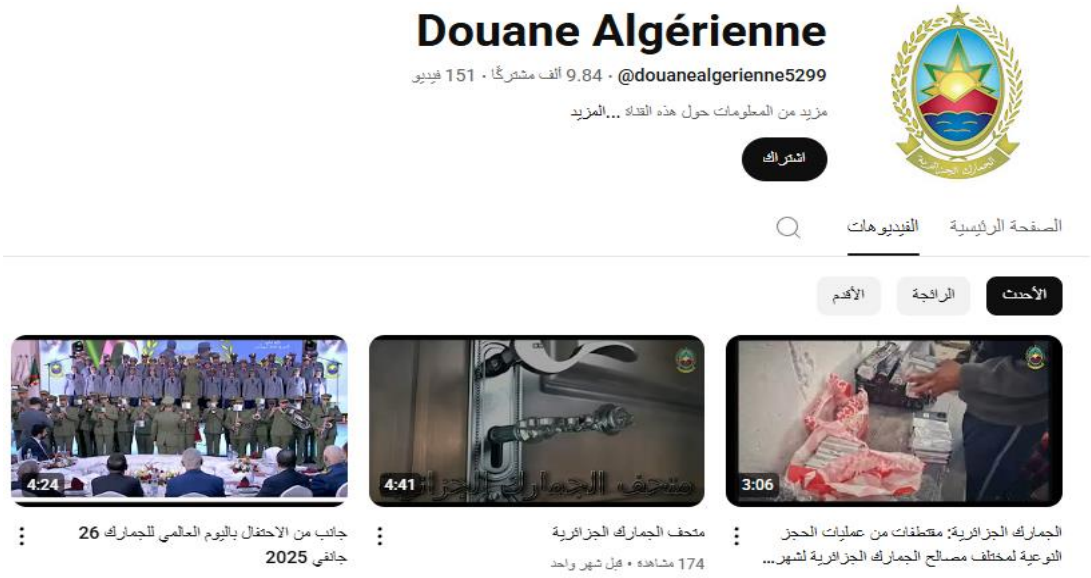
الملحق رقم (04): الصفحة الرسمية على الفايسبوك للمديرية العامة للجمارك الجزائر

الملحق رقم (05): الصفحة الرسمية على منصة X للمديرية العامة للجمارك الجزائر

الملحق رقم (06): الصفحة الرسمية على لينكدين للمديرية العامة للجمارك الجزائر

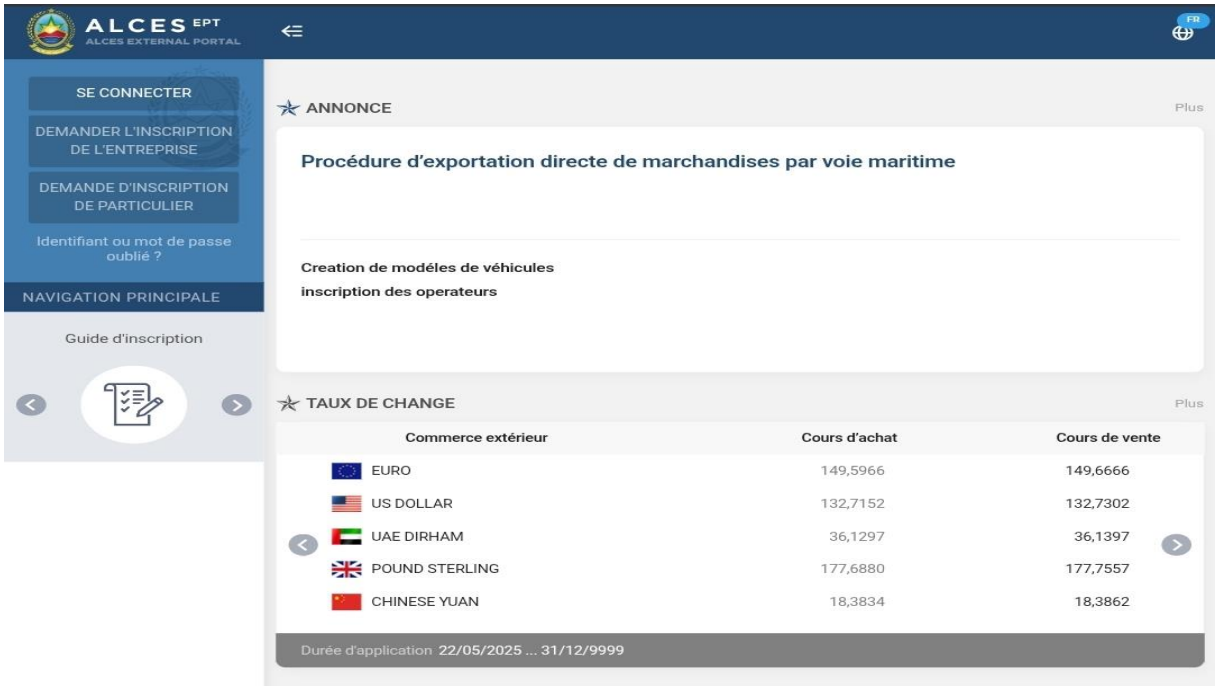


الملحق رقم (07): القناة الرسمية على اليوتيوب للمديرية العامة للجمارك الجزائر



الملحق رقم (08): الموقع الرسمي للمديرية العامة للجمارك الجزائر

الملحق رقم (09): واجهة النظام المعلوماتي الجديد ALCES



الملحق رقم (10): الموقع الالكتروني لبنك الجزائر الخارجي

الملحق رقم (11): الصفحة الرسمية لبنك الجزائر الخارجي على الفايسبوك

الملحق رقم (12): الصفحة الرسمية لبنك الجزائر الخارجي على انستغرام