

## بطاقة المشاركة

اللقب: بريشي

الاسم: عبد الكريم

الرتبة: ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل الاقتصادي

الهاتف: 061-34-86-22

العنوان البريدي: ص ب 204 أولف أدرار

العنوان الإلكتروني: berichikarim@yahoo.fr

عنوان المحور: أهمية التجارة الإلكترونية وفوائدها الى الإقتصاد الوطني .

عنوان المداخلة: آليات تطبيق التجارة الإلكترونية ومزاياها على الإقتصاد

الجزائري : إشكالية التطبيق

أريد المشاركة بمداخلة شفوية

**وزارة التعليم العالي والبحث العلمي**

**الجامعة الإفريقية، أحمد دراية بأدرار**

**كلية العلوم الإنسانية**

**قسم علوم التسيير**

**اليوم الدراسي حول :**

# التجارة الإلكترونية في الجزائر: واقع وأفاق

مداخلة بعنوان :

أليات تطبيق التجارة الإلكترونية ومزاياها على الإقتصاد الجزائري:  
إشكالية الإعتداد

من إعداد الأستاذ: بريشي عبد الكريم

2008-2007

مداخلة بعنوان : أليات تطبيق التجارة الإلكترونية ومزاياها على الإقتصاد الجزائري : إشكالية الإعتداد

\*الأستاذ : بريشي عبد الكريم

لقد فتحت التجارة الإلكترونية آفاقا جديدة للتعاملات التجارية الدولية ، حيث يسرت على المتعاملين إبرام الصفقات والعقود التجارية ، بعدما كانت في وقت مضى أمرا شاقا لأن هذه العقود كانت تحتاج تنقل المتعامل إلى الدولة مكان إبرام الصفقة ، مما يترتب عليه هذا وقت طويل و صرف مبالغ كبيرة لذلك تم التخلي عن هذه الطريقة وانتهاج مسلك آخر معتمدين فيه على التكنولوجيا الحديثة ، لذا استخدم الإنترنت في المعاملات التجارية ، وهو عبارة عن شبكة ضخمة من الكمبيوترات المتصلة فيما بينها حول العالم<sup>1</sup> .

إن التطور المذهل الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، دفع بالعديد من الدول إلى تبني التجارة الإلكترونية سواءا الدول النامية أو المتقدمة ، لكونها تتيح مزايا عديدة للإقتصاد الوطني . و تعتبر الجزائر من بين الدول النامية التي تسعى إلى إعتداد التجارة الإلكترونية .

سنحاول في هذه الورقة البحثية معالجة الإشكال التالي :

ماهي المزايا المتمخضة عن تطبيق التجارة الإلكترونية على الإقتصاد الجزائري ؟

نهدف من خلال هذه المداخلة إلى :

➤ ضبط مفهوم التجارة الإلكترونية .

➤ التطرق إلى أهم العوائق التي تقف أمام إعتداد التجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup> - وائل أبو مغلي وآخرون مقدمة إلى الإنترنت ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ط1 ، 2000 ، ص 13 .

➤ عرض المزايا التي يستفيد منها الإقتصاد الوطني من جراء تطبيق التجارة الإلكترونية .  
لمعالجة الإشكال المطروح سنعتمد على المنهج الوصفي ،وعلى الخطة التالية :

المحور الأول : مفهوم التجارة الإلكترونية .

المحور الثاني : واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر .

المحور الثالث : الأثار المرتقبة لاعتماد التجارة الإلكترونية على الإقتصاد الوطني .

**المحور الأول : مفهوم التجارة الإلكترونية :**

**أولا – تعريف التجارة الإلكترونية :**

تعرف التجارة الإلكترونية على أنها "مجموعة من التبادلات التجارية ، التي تتم عبر شبكة اتصالات"<sup>2</sup>.

أما منظمة العالمية للتجارة (OMC) تعرفها على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات و تأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية"<sup>3</sup>

من خلال هذين التعريفين نستنتج أن التجارة الإلكترونية تنقسم إلى شقين هما ؛ الشق التجاري ويشمل تبادل السلع والخدمات بين المتعاملين الإقتصاديين سواء كانوا حكومات أو مؤسسات أو أفراد ، أما الشق الإلكتروني فيمثل الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل شبكة الأنترنت .

إن هذا التقسيم لا يعني أنها تركز إلا على عمليات البيع و شراء السلع والخدمات عن طريق استخدام الأنترنت ، بل تتعدى هذا المفهوم لتشمل عملية بيع وشراء المعلومات ، كالإستشارات ، وتتم عملية التبادل بين البائع والمشتري في سوق إلكتروني حيث تقدم فيه المنتجات والخدمات والمعلومات في صيغة افتراضية ، كما يتم تسوية التعاملات بالنقود الإلكترونية\* أو بأوراق الدفع التقليدية.

ما يمكن أن يستخلص من مفهوم التجارة الإلكترونية أنها تتميز بعدة خصائصها أهمها :

☒ تستخدم تكنولوجيا المعلومات والإتصال في عملية توزيع السلع والخدمات

والمعلومات على المستوى الدولي .

☒ تعتبر التجارة الإلكترونية أشمل من التجارة التقليدية ، إذ تمس المنتجات

والخدمات غير المادية كحجز تذاكر الطائرات وأماكن في الفنادق ، وتقديم

الإستشارات الطبية والقانونية ، وشراء وبيع المنتجات المعلوماتية

كالأقراص المضغوطة والكتب .

☒ يشترك في أداء المعاملات التجارية الإلكترونية ثلاث مجموعات أساسية

المؤسسات السلطات العامة والأفراد<sup>4</sup> .

<sup>2</sup> - إبراهيم بختي ، التجارة الإلكترونية ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 2005 ، ص 41 .

<sup>3</sup> - عبد الحميد بيسيوني ، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية ، دار الكتاب العلمية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2004 ، ص 18 .  
\* - النقود الإلكترونية : يقصد بها كل الأموال التي يتم التعامل بها بطريقة إلكترونية بعيدا عن الطرق الكلاسيكية لتبادل النقود ، وهي

تأخذ عدة أشكال النقود الإلكترونية البرمجية ، المحفظة الإلكترونية ، الشيكات الإلكترونية ، البطاقات المصرفية .

<sup>4</sup> - طارق عبدالعال حماد التجارة الإلكترونية ، الدار الجامعية ، 2003 ، ص 10 .

يمكن التمييز بين عدة أنواع للتجارة الإلكترونية :

أ- التجارة الإلكترونية بين مؤسسة وأخرى ( business-to- business )

وهي الصفقات ( طلبات الشراء وتسليم الفواتير والدفع ) التي تتم بين الشركات ، وذلك باستخدام شبكة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات وهي النوع السائد في معظم عمليات التجارة الإلكترونية ويمثل النسبة الأكبر ويرمز له بالرمز (B2B) .

ب- التجارة الإلكترونية بين مؤسسة ومستهلك (business to customer).

هي الصفقات التي تتم بين المؤسسة والمستهلك بدون واسطة بحيث تقوم المنشآت بعرض منتجاتها على شبكة الويب\* وتبرم الصفقة مع المستهلك بطريقة افتراضية ، ويرمز لهذا النوع بالرمز (B2C) .

ج- التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والإدارة العمومية (business to administration).

تغطي جميع التحويلات مثل دفع الضرائب والتعاملات بين الشركاء وهيئات الإدارة المحلية الحكومية<sup>5</sup> ، وهذا بقيام الحكومة بنشر نماذج التصريحات الجبائية على الإنترنت ، لكي تتمكن الشركات من ملئها دون اللجوء إلى مقر الإدارة ، وتفصيل المشتريات الحكومية في الولايات المتحدة الأمريكية مثلا تنشر عبر الإنترنت مما يمكن الشركات من الإستجابة لها إلكترونيا<sup>6</sup> .

د- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والإدارة العمومية (customer to administration) وهي تشمل العديد من الأنشطة مثل استخراج الأوراق والمستندات الحكومية ودفع الضرائب إلكترونيا .

تمثل التجارة الإلكترونية بين المؤسسات نسبة أكبر من إجمالي التجارة الإلكترونية حيث تتراوح النسبة بين 80% و 85% وتسطير الولايات المتحدة الأمريكية على الحجم الأكبر منها تصل إلى أكثر من 70% والجدول أدناه يوضح ذلك ، بينما التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والمستهلك تمثل 15% من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية في الوقت الراهن<sup>7</sup>

الجدول رقم ( 01 ) : حجم التجارة الإلكترونية ( بالمليار دولار )

2002	2000	1998	التجارة الإلكترونية
919	284	51	الولايات المتحدة
1234	377	84	العالم

المصدر : عبد الحميد بسيوني مرجع سابق ، ص 41 .

ثانيا : دوافع التجارة الإلكترونية ومجالاتها .

التجارة الإلكترونية مفهوم واسع يشمل كل التعاملات التجارية المنجزة عبر الوسائل الإلكترونية ، لذلك هناك دوافع لانتشارها ومجالات محددة تدخل في نطاقها .

\* - شبكة الويب الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات ، تشمل على حقل واسع من المعلومات المختلفة في شتى المجالات .

5 - عبد الحميد بسيوني ، مرجع سابق ، ص 26 .

6 - سعد غالب ياسين ونشر عباس العلق التجارة الإلكترونية ، دار المناهج ، عمان ط 1 ، 2004 ص 132 .

7 - عبد الحميد بسيوني ، مرجع سابق ، ص 25 .

## 1) دوافع التجارة الإلكترونية :

هناك عدة دوافع مؤدية إلى التجارة الإلكترونية والتي نوجزها في النقاط التالية :

### 1-1- تسهيل التبادلات التجارية :

إن رغبة المتعاملين الإقتصاديين في تقليص التكاليف والمسافة والزمن من جهة واتساع نطاق التجارة الإلكترونية والتي تشمل الجوانب المادية وغير المادية من جهة ثانية أدت بهم إلى الإقبال على المتاجرة الإلكترونية ، لذا اتسع استعمالها في الوقت الحالي بشكر كبير جدا .

### 1-2- الفعالية التجارية :

الرغبة في الوصول إلى مستوى عال من النجاعة في الإنتاج والتوزيع<sup>8</sup> مما يعطي دفعا للمؤسسات أن تحسن من إنتاجها ، وأن تعمل على إيجاد الطرق المثلى لتصريف منتجاتها ، لذا تستخدم تكنولوجيا المعلومات والإتصال ، لأنه يضمن لها جودة عالية وتوزيع سريع لبضائعها .

### 1-3- إيجاد أسواق جديدة :

في الوقت الذي احتدم فيه التنافس بين الشركات ، تضاعف استخدام تكنولوجيا العلوم ، وهذا رغبة الأطراف المتنافسة إيجاد أسواق جديدة لفض منتجاتها ، وعليه فإنه تلجأ إلى الإشهار الإلكتروني التعريف بمنتجاته وتوضيح مزاياه ، والذي يصل إلى كافة أنحاء العالم ولذلك يفتح لها أسواق خارج بلدانها .

## 2- مجالات التجارة الإلكترونية :

تتيح التجارة الإلكترونية مجالات متعددة للمنتجين ورجال الأعمال والمستهلكين ، فهي تتيح للمنتجين فرصة عرض كل منتجاتهم وتتيح للمستهلكين فرصة سهلة وميسورة وسريعة للتعرف على السلع والخدمات الموجودة في السوق<sup>9</sup>

يوجد عدة مجالات يمكن أن تمارس التجارة الإلكترونية من خلالها والتي تتمثل فيما يلي

:

### 1-2- الخدمات المصرفية الإلكترونية :

تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية من أقدم المجالات التجارية الإلكترونية حيث بمقتضاها تقوم البنوك بتسوية العمليات المالية بين المتعاملين عبر الوسائل الإلكترونية مثل أجهزة الكمبيوتر ، أي تقوم بعملية التويلات المالية من حساب بنكي إلى آخر ، هذا النوع لم يعرف رواجاً كبيراً بل كان مقتصرًا على المؤسسات المالية العملاقة ، لكن في الوقت الحالي تطورت بشكل متسارع ، حيث ارتفع عدد المتعاملين عبر القوات المصرفية الإلكترونية ، والجدول أدناه يبين ذلك .

8 - بختي ابراهيم ، مرجع سابق ، ص46 .

9 - عطية عبدالواحد ، المؤتمر العالمي الثاني لكلية الحقوق الإعلام والقانون ، جامعة حلوان 14—15 مارس 1999 ، مطبعة جامعة حلوان ، ص 728 .

الجدول رقم (02) عدد الأوروبيين المتعاملين عبر قنوات المصرفية الإلكترونية 1999 – 2004 .

البلد المحنة	إيطاليا	إسبانيا	السويد	فرنسا	ألمانيا	بريطانيا
1999	0.1	0.2	1.0	0.2	0.9	1.0
2000	0.3	0.5	1.3	0.4	1.6	2.0
2001	0.5	0.9	1.5	0.8	2.5	3.1
2002	0.8	1.2	1.7	1.1	3.5	3.9
2003	1.3	1.5	1.9	1.8	4.3	4.9
2004	1.7	1.7	2.0	2.1	4.9	5.4

المصدر : بلوافي محمد مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات على النظام المصرفي الجزائري ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة تلمسان ، 2006 ص 54 .

من خلال الجدول نلاحظ ارتفاع عدد المتعاملين عبر قنوات الصيرورة الإلكترونية فمثلا في بريطانيا كان عدد المتعاملين سنة 1999 بقدر ب مليون متعامل ، ارتفع هذا العدد إلى 5.4 مليون متعامل سنة 2004 إلى ارتفاع بنسبة خمسة أضعاف ، وهذا ما يدل على تطور وانتشار الخدمات المصرفية .

## 2-2- الخدمات المتخصصة :

تشمل كل أنواع الاستشارات المتعلقة بالجانب الطبي والتعليمي والقانوني والمحاسبي والتي تتم عبر الإنترنت ، بحيث أن تسلمها يكون إلكترونيا ، لأن هذه المنتجات غير مادية على عكس المنتجات الأخرى مثل البضائع التي لا يمكن تسلمها إلكترونيا وبالرغم من أن كل العمليات المتعلقة بعملية التبادل تخضع إلى المعاملة الإلكترونية إلى عملية التسليم التي تكون مباشرة ، وهذا راجع إلى أن هذه المنتجات مادية وبالتالي يتطلب تسلمها بنقلها إلى الزبون .

## 2-3 الخدمات التي لا تسلم إلكترونيا :

وهي خدمات تتم على الإنترنت بشكل كبير ، مثل حجز تذاكر السفر حجز أماكن في الفنادق ، لكن الممارسة الفعلية والمادية ، تلزم المستفيد من الحضور إلى عين المكان ، لذا الصفقة تبرم بطريقة إلكترونية ، بينما تجسيدها يكون ماديا .

## ثالثا - مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية:

إن إتساع حجم التجارة الإلكترونية كانت له عدة مزايا للمتعاملين ، كما نجم عنه سلبيات في نفس الوقت وعليه سنعرض مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية .

## 1- مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية :

لقد أجريت العديد من الدراسات حول مزايا التجارة الإلكترونية وأهمية اللجوء إليها بصفقتها نمطا رئيسيا للتبادلات التجارية في عصر تنامت فيه تكنولوجيا المعلومات بشكل مزهل ويمكن أن نخلص هذه المزايا في النقاط التالية :

1-1- الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية<sup>10</sup> .  
إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري ، و إذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات ومفاوضات .

1-2- تعزيز كفاءة الأداء بشكل ملفت للنظر حيث بلغت سنة زيادة الكفاءة ( المعبر عنها بزيادة حجم التعاملات التجارية ) بمقدار 85% في صناعات كثيرة ( المنتوجات ، الأجهزة الإلكترونية ، مستلزمات المطابع )<sup>11</sup> .

1-3- تخفيض تكاليف التوزيع وتوسيع الأسواق ، وهذا راجع إلى وصول المنتجات والخدمات إلى أغلبية المستهلكين عن طريق الخدمات الإلكترونية .

1-4- تلبية رغبات الزبائن بسهولة .  
تتيح التجارة الإلكترونية للشركات معرفة ميول المستهلكين مما يسمح لها القيام بعملية الإنتاج بشكل مثالي أي من حيث الكم والكيف، أما الزبائن فيمكنهم معرفة السلع المعروضة وأسعارها ، وما مدى تطابقها لرغباته .

1-5- إن التجارة الإلكترونية وفرت للدول الفقيرة إمكانية الاستفادة من العقول البشرية المتوفرة لديها بأعلى عائد ممكن ، وهذا بدوره سيساعد على تسريع إتمام البنى التعليمية والصناعية والاجتماعية على نحو مختلف ومثمر<sup>12</sup> .

## 2- عيوب التجارة الإلكترونية :

للتجارة الإلكترونية عدة عيوب من أهمها :

1-2- بعض أنشطة الأعمال لا يمكن بحال أن تدخل في التجارة الإلكترونية فمثلا الأغذية سريعة التلف والأصناف عالية التكلفة مثل المجوهرات<sup>13</sup> وهذا راجع إلى عدم تمكن الزبون من فحصها ومعرفة مدى صلاحياتها وجودتها .

10 - [www.opendirectorysite.imfo/e-commerce/-index.htm](http://www.opendirectorysite.imfo/e-commerce/-index.htm) تاريخ الإطلاع 2007/02/21

11 - سعد غالب ياسين ، بشر عباس العلق ، مرجع سابق ص 155 .

12 - سعد غالب ياسين ، بشير عباس العلق ، مرجع سابق ، ص 157 .

13 - طارق عدال حمد ، مرجع سابق ، ص 29

2-2- قلة الوعي الثقافي لدى العديد من المستهلكين ، و الطبيعة القانونية للتجارة الإلكترونية ، جعلت أغلب المعاملات التجارية الإلكترونية بين الشركات وليس بين الشركات والمستهلكين .

3-2- غياب طرق عملية وأمنة للتوقيع الإلكتروني \* وحماية شبكات المعلومات ومواقع الإنترنت الخاصة بمواقع التجارة الإلكترونية من هجمات قرصنة الحاسوب والإنترنت ومحاولة التزوير والتنصت وسرقة أرقام بطاقات الإ اعتماد والإلتزام لزبائن التجارة الإلكترونية وإرسال الفيروسات والتي قد تسبب أضرار فادحة ، وقد تعرقل عمل هذه المواقع على الشبكات<sup>14</sup>.

4-2- ضعف الهيكلة التحتية للاتصالات في الدولة وعدم قدرتها على مواكبة متطلبات تقنيات المعلومات التي تشمل على الاتصالات وما يرتبط بها من تجهيزات وبرامج وأنظمة . سوف يحد من أمن الشبكة المالية ويعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية وبالتالي فشل في إقامة التجارة الإلكترونية<sup>15</sup> .

نخلص مما سبق ذكره إلى أن التجارة الإلكترونية تعتبر مظهر من مظاهر العولمة الإقتصادية ، وذلك لتجاوزها لحدود الزمان والمكان ، ومساهمتها في دمج اقتصاديات العالمية .

## المحور الثاني : واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر :

إن الأهمية التي تكتسبها التجارة الإلكترونية في اقتصاديات الدول المتطورة جعلها تحقق مغنم وفي نفس الوقت خسائر ، وبما أن الاقتصاد الجزائري الذي هو في طريق البحث عن زيادة اندماجه في الاقتصاد العالمي ، لم نجد مهتما بهذا النوع من المعاملات التجارية وهذا راجع إلى عدة أسباب نلخصها في النقاط التالية:<sup>16</sup>

1. الانتشار الواسع للأمية بمختلف مفاهيمها.
2. ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب.
3. واقع الإنترنت في الجزائر.

سعت الجزائر إلى استغلال شبكة الإنترنت والتقنيات المرتبطة بها، من خلال ارتباطها بشبكة الإنترنت في شهر مارس من عام 1994، عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني (CERIST) الذي أنشئ في شهر مارس سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وكان من مهامه الأساسية آنذاك هو العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية، عرفت الجزائر منذ سنة 1994 تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام والاشتراك والتعامل مع الإنترنت<sup>17</sup>، لقد كانت سرعة الإنترنت في البداية ضعيفة جدا، حيث قدرت سرعته في مارس 1999 2 ميغابيت في الثانية.

قدرت عدد الهيئات المشتركة في الإنترنت سنة 1996 حوالي 130 هيئة وفي سنة 1999 وصل إلى 800 هيئة مشتركة، منها 100 في القطاع الجامعي، 50 في

\*- التوقيع الإلكتروني : هو عبارة عن شهادة رقمية تصدر عن إحدى الهيئات المستقلة تميز كل مستخدم عن الآخر ..

14 - سعد غالب ياسين ، وبشير عباس العلق ، مرجع سابق ، ص 160 .

15 - بختي إبراهيم ، مرجع سابق ، ص 57 .

16 - تاريخ الاطلاع 2006/12/20 - [www.sarambet.com](http://www.sarambet.com) - 16

17- إبراهيم بختي، واقع الإنترنت في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 01 /2003.

القطاع الطبي، 500 في القطاع الاقتصادي و 150 في القطاعات الأخرى، وفي نفس السنة 1999 كان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك<sup>18</sup>. إن هذه المعطيات توحى بأن الأنترنت في الجزائر لم ينتشر بعد مقارنة بالدول المتطورة ، ويمكن أن نرجع السبب إلى ارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت، ذلك أن تكاليف الاتصال العادي في بلادنا مستمرة في الارتفاع في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الإنترنت .

4 - عدم وجود المنتجات التي تدخل ضمن إطار التجارة الإلكترونية، وتوضح ذلك من خلال تحليل التجارة الخرجية الجزائرية .

تحتل الصادرات النفطية مكانة هامة في هيكل الصادرات حيث تمثل 97% من حجم الصادرات الإجمالية، بينما تشكل الصادرات خارج النفط نسبة ضئيلة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم ( 03 ) هيكل الصادرات الجزائرية (2004-2006)  
الوحدة: مليون دولار

2006		2005		البيان
%	\$	%	\$	
0.12	66	0.15	67	المواد الغذائية
97.98	51756	98.03	45084	المواد الطاقوية
0.34	180	0.29	134	مواد خام
1.42	748	1.43	656	مواد نصف مصنعة
-	-	-	-	سلع التجهيز الفلاحي
0.08	43	0.08	36	سلع التجهيز الصناعي
0.05	28	0.03	14	سلع الاستهلاك
100	52822	100	46001	المجموع

المصدر: [WWW.douan.gov](http://WWW.douan.gov)

إن هذه المعطيات تبين هيمنة المواد الطاقوية على إجمالي الصادرات، حيث قدرت قيمتها سنة 2005 بـ 45.094 مليار دولار بنسبة 98.03% بينما إجمالي المواد الأخرى قدرت بـ: 0.907 مليار دولار.

هذه الأرقام تعكس حقيقة المؤسسات الجزائرية التي تقف أمام رهانات المنافسة والتحكم في آليات الصنع واحترام المواصفات الدولية فيما يحفى الجودة والمحافظة على البيئة، ويمكن أن نستنتج الأداء الضعيف للمؤسسات الجزائرية من خلال معرفة مساهماتها في التجارة العالمية.

الجدول رقم ( 04 ) : وزن الصادرات الجزائرية إلى الصادرات العالمية (%) للفترة (2001-2005)

معدل التغيير السنوي (%)					القيمة (مليار دولار)					
2005	2004	2003	2002	2001	2005	2004	2003	2002	2001	
50	24	35	4.7	-	47.19	31.35	25.28	18.69	19.63	الصادرات الجزائرية
12.	21.5	16.1	4.7	8.4	10196.7	9067.4	7465.4	6428.6	614.04	الصادرات

5					0.4	0.3	0.3	0.2	0.3	العالمية نسبة الصادرات الجزائرية إلى الصادرات العالمية(%)
---	--	--	--	--	-----	-----	-----	-----	-----	---

المصدر: [WWW.IMF.Org](http://WWW.IMF.Org)

لقد بلغت نسبة مساهمة الصادرات الجزائرية في الصادرات العالمية 0.3%، و 0.4% سنة 2004 و 2005 على التوالي، وهذه المساهمة ضئيلة جدا، بالرغم من تزايد الصادرات الجزائرية مقارنة بتزايد الصادرات العالمية، حيث زادت بنسبة 35% و 24% و 50% خلال سنوات 2003، 2003 و 2005 على التوالي، بينما الصادرات العالمية زادت بنسبة 16.1%، 21.5%، 12.5% في نفس السنوات.

وعليه فإن نمو التجارة يتوقف في النهاية الأمر على مدى استطاعت المؤسسات الجزائرية على القيام بالخدمات التي أصبحت تمثل خمس التجارة العالمية، وهذا من شأنه أن يضع الصناعات التي تعتمد في نجاحها على جودة الخدمات في موضع يكون مدعاة للقلق.

5- نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية بهذه التقنية التجارية الحديثة.

6- تخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث وسائل وتقنيات الدفع الحديثة.

إن عدم انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر سينجم عنه فقدان الاقتصاد الوطني العديد من الامتيازات التي قد تمنحها هذه المعاملات التجارية الإلكترونية، ولذلك هذا الوضع سينعكس سلباً على النظام الجبائي، نتيجة تنامي القطاع غير الرسمي لأن الدولة ليس بمقدورها أن تراقب هذه التعاملات، وخاصة وأن الجزائر دخلت في تطبيق اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي. هذا الأخير يمتلك وسائل تكنولوجية حديثة وتشكل المعاملات التجارية الإلكترونية نسبة هامة من إجمالي تجارتها، لذا يجب على الدولة أن تتخذ كل التدابير التي من شأنها أن تساعد على انتشار التجارة الإلكترونية، لأنها أصبحت في هذا العصر شيء حتمي .

**المحور الثالث: الآثار المرتقبة لإعتماد التجارة الإلكترونية على الإقتصاد الوطني .**

إن إعتماد التجارة الإلكترونية سيمنح للإقتصاد الجزائري عدة مزايا على المستوى الكلي و الجزئي .

**أولاً – على المستوى الكلي :**

إن من أهم المزايا التي تتيحها التجارة الإلكترونية على المستوى الكلي نوجزها في النقاط التالية :

1- إرتفاع الإيرادات العامة من جراء إرتفاع الحصيلة الضريبية، وهذا نتيجة تحسين العلاقة بين المكلفين والإدارة الضريبية . حيث تتيح المعاملات الإلكترونية المكلفين إيداع تصريحاتهم الجبائية عبر شبكة الأنترنت ، وبالتالي تخفيض تكاليف جباية الضرائب عملاً بمبدأ الإقتصاد في النفقة .

2- تحسين أداء القطاع المصرفي الجزائري، بتبني طرق الدفع الإلكترونية المختلفة ، و التتي من شأنها القيام ب :

### ☒ محاربة القطاع غير الرسمي

لقد فرضت تأخر وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري على المتعاملين التجاريين خارج الدائرة المصرفية، هذا التعامل ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار الذي ساهم بدوره في بروز ظاهرة الاقتصاد غير الرسمي وتفشي ظاهرة الاكتناز كلها عوامل ساعدت في ارتفاع السوق الموازية حتى أصبحت تمثل 40 بالمائة، وبالتالي فإن تحديث الخدمات المصرفية الإلكترونية وإقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازية إلى دائرة السوق المصرفية، وبهذا تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في التخفيف من حدة الاقتصاد غير الرسمي والسوق الموازية، طبعاً في ظل توفير بيئة مناسبة لذلك وارساء ثقافة مالية ومصرفية للمجتمع الذي يجب أن تقوم به المصارف وكل من يهمله الأمر.<sup>19</sup>

☒ جلب الإستثمارات الأجنبية، وهذا من جراء منح إمتيازات للمستثمرين الأجانب كإعطائهم الحرية في نقل أرباحهم إلى بلدانهم .

3- تخفيض البطالة، من خلال إنشاء مؤسسات مصغرة تعمل في إطار الإقتصاد الرقمي .

4- تحسين ميزان المدفوعات، نتيجة زيادة تنافسية المؤسسات الجزائرية للمؤسسات الأجنبية، مما ينجر عنه إرتفاع الطلب على المنتجات المحلية، مما يؤدي إلى إرتفاع الصادرات، وبالتالي خلق فائض في الميزان التجاري، و ثم في ميزان المدفوعات .

5- تحقيق معدلات تضخم مثلى، نتيجة إنخفاض أسعار السلع و الخدمات .

### ثانيا- على المستوى الجزئي :

على غرار النتائج التي قد تحققت التجارة الإلكترونية على المستوى الكلي، هناك مزايا على المستوى الجزئي، والتي نسردها في النقاط التالية :

1- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الجزائرية، وخاصة التي تعاني من مشاكل التسويق، أي التي لا تستطيع الولوج إلى الأسواق العالمية، من خلال التعريف بنشاطها ومنتجاتها على شبكة الأنترنت، وبالتالي تكون معروفة عالمياً .

2- حصول المستهلكين على منتجات عالية الجودة وبسرعة فائقة .

3- الحصول على التكنولوجيا المتطورة، الأمر الذي من شأنه أن يرفع من إنتاج السلع .

4- تطوير أدوات ومهارات العمال، وهذا من خلال زيادة الإستثمار في رأس المال البشري .

5- رفع تنافسية المؤسسات الإقتصادية الجزائرية، بتخفيض أسعار السلع والخدمات .

<sup>19</sup> - جليد نور الدين ، تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص 191-192

### ثالثاً- الآثار السلبية للتجارة الإلكترونية على الإقتصاد الوطني :

رغم المزايا التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية، إلا أن هناك سلبيات تنجر عنها، وهذا راجع إلى الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية، هذا الأمر من شأنه أن يشكل صعوبة في فرض الضرائب على هذه المعاملات، ومن ثم تشكل تحدي أمام الإقتصاد الوطني، ومن أهم مميزات المعاملات التجارية الإلكترونية ما يلي :

#### 1- اختفاء الوثائق للمعاملات :

تتم المعاملات التجارية الإلكترونية عبر شبكة الويب وباستخدام الانترنت حيث ترسل طلبات الشراء عبر هذه الرسائل الإلكترونية وتستعمل جل المنتجات عبر نفس الشبكة، وبالتالي لا توجد هناك وثائق ورقية مبادلة بين الطرفين أثناء القيام بالمعاملات التجارية، وهذا مرده إلى أن المعاملات الإلكترونية تختفي في ظلها الوثائق الورقية مما ينجم عن صعوبة في إثبات العقود والمعاملات ومن ثم تأخذ الرسالة الإلكترونية الصيغة القانونية لأنها في هذه الحالة تعتبر هي السند القانوني الذي بحوزة المتعاملين في حالة نشوب أي خلاف بينهما هذا الوضع يتولد عنه صعوبة إيجاد أدلة الإثبات المادية، وكل هذه العوائق تحد من انتشار التجارة الإلكترونية على العكس من ذلك نجد التجارة التقليدية تتسم فيها المبادلات التجارية بإظهار الوثائق الثبوتية سواءاً عند طلب الشراء فهذه الحالة يقوم الزبون بإرسال طلبيته التي يحدد فيها نوع السلعة التي يريد فاتورة والتي تعتبر وثيقة إثبات قانونية والتي من شأنها تسهل على الإدارة الجبائية فرض الضرائب على العمليات التجارية التي تقع وعليه فإن المعاملات التجارية الإلكترونية يصعب في إطارها إثبات المعاملات التجارية نتيجة لإختفاء الوثائق الورقية على عكس التجارة التقليدية التي تعتمد على الوثائق .

#### 2- عدم إمكانية تحديد الهوية

نظراً لطبيعة التعامل التجاري الإلكتروني الذي يتم عبر فضاءات الانترنت فإنه يصعب تحديد هوية المتعاملين والنشاط الذي يقومون به، مما يؤدي إلى صعوبة في استكمال الملفات الضريبية من قبل البائعين وهذا لعدم إحاطتهم بكافة المعلومات الأساسية المتعلقة بالأطراف الذي يتعاملون معهم، وهذا الوضع يشجعهم على التهرب من دفع الضريبة من خلال عدم تقييدهم للمعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت في دفاترهم المحاسبية، وهذا من شأنه أن يشكل عائق أمام الإدارة الضريبية أن تضع يدها على هذا التعاملات الافتراضية على عكس المعاملات التجارية التقليدية التي يسهل فيها تحديد هوية الأشخاص المتعاملين، نظراً لوجود علاقة مباشرة بين الأطراف، لذا يتم تسجيل جميع التعاملات في الدفاتر المحاسبية للمورد أو الزبون، وهذا راجع إلى توفر كل المعلومات المتعلقة بكلهما وإلى وجود الوثائق المحاسبية، لذلك يسهل على الإدارة الضريبية أن تحدد المكلف القانوني الذي يدفع الضريبة .

#### 3- التسليم غير المادي .

إن انتشار الانترنت عبر أنحاء العالم أتاح للمتعاملين تسليم مبيعاتهم عبره متجاوزين الحدود الجغرافية والزمنية، أي أن التسليم يكون إلكترونياً دون الحاجة إلى نقل المنتجات المبيعة إلى إقليم الزبون بل تصله مباشرة وبسرعة فائقة عبر شبكة الانترنت، و خير مثال على ذلك : الكتب، الأفلام وبرامج الحاسوب، وبعض الخدمات مثل : الاستشارات الطبية والقانونية أو حجز تذكر السفر هذه التسليمات غير المادية ينجم عنها تحديات أمام الهيئات المختصة بفرض الضرائب، لأنه لا يوجد إجماع حول الآليات التي تخضع المنتجات الرقمية للضريبة

#### 4- الانفصال المكاني

تتيح شبكة الانترنت للمؤسسات القدرة على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة في أي موقع جغرافي في العالم<sup>20</sup> ، ذلك أن الشركة الواحدة يمكن أن يكون لها عدة مقرات في مختلف أنحاء العالم لكي تصل إلى العملاء بسرعة مما يرفع من حجم مبيعاتها ، ونظراً لتعدد نقاط بيع الشركة الأم فإنها تفرض على الإدارة الجبائية تحدي فيما يخص فرض الضرائب عليها .

#### 5- كثرة التغيرات المتعلقة بالإخضاع الضريبي للتجارة الإلكترونية .

تتسم المعاملات التجارية الإلكترونية بحدائتها ، لذلك لم يتمكن المشرعون في المجال الضريبي أن يضعوا القواعد نهائية المحددة لكيفية إخضاع المعاملات التجارية الإلكترونية للضرائب ، لذلك نلاحظ كثرة التشريعات وتغيرها المستمر .

لذا يتوجب على المشرعين العمل على إيجاد إطار تنظيمي شامل يبين الطرف الكفيلة بفرض الضرائب على المعاملات الرقمية .

نخلص مما سبق أن المعاملات التجارية الإلكترونية لها ميزة خاصة تميزها عن المعاملات التجارية التقليدية لذلك نجدها تشكل تحديات كبيرة أمام الإدارة الضريبية بصفة خاصة ، وعلى الإقتصاد الوطني بصفة عامة .

#### الخاتمة :

إن الانفتاح الاقتصادي للعديد من الاقتصاديات المحلية على الاقتصاد العالمي وتطور تكنولوجيا المعلومات أدى إلى نمو التجارة الإلكترونية بشكل كبير ، الأمر الذي نجم عنه خلق تحدي على الأنظمة الاقتصادية المحلية .

إن اعتماد التجارة الإلكترونية في العديد من الدول ، يشكل تحدي كبير للحكومة الجزائرية ، التي هي ملزمة بتطبيق ونشر هذا النوع من المعاملات التجارية الجديدة في أوساط المتعاملين الوطنيين . لأنها تمنح العديد من المزايا للإقتصاد الوطني .

إن هذه المزايا الكلية والجزئية التي يستفيد بها الإقتصاد الوطني من جراء اعتماد التجارة الإلكترونية ، تكون رهينة أداء الإقتصاد الوطني من جهة ، و الدولة من جهة ثانية ، وعليه إن اعتماد التجارة الإلكترونية يجب أن تتوفر عدة شروط ، والمتمثلة فيمايلي :

- ❖ ضرورة إصدار التشريعات الضابطة للمعاملات التجارية الإلكترونية .
- ❖ خصوصية قطاع الاتصالات ، وفتح باب المنافسة العادلة لكي تنخفض تكلفة استخدام الأنترنت .

تخفيض الرسوم المفروضة على المنتجات التي تدخل ضمن إطار المعلوماتية .  
تأسيساً على ما سبق يمكن القول أن اعتماد التجارة الإلكترونية هي ضرورة حتمية لتحسين وتفعيل الإقتصاد الجزائري .

## قائمة المراجع :

### أولا – المراجع باللغة العربية :

- 1- وائل أبو مغلي وآخرون مقدمة إلى الإنترنت ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ط1 ، 2000
- 2- إبراهيم بختي ، التجارة الإلكترونية ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 2005 ، 41 .
- 3- عبد الحميد بسيوني ، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية ، دار الكتاب العلمية للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2004 ، .
- 4- طارق عبدالعال حماد التجارة الإلكترونية ، الدار الجامعية ، 2003 ، ص 10 .
- 5- سعد غالب ياسين ونشر عباس العلاق التجارة الإلكترونية ، دار المناهج ، عمان ط1 ، 2004 . 2
- 6- عطية عبدالواحد ، المؤتمر العالمي الثاني لكلية الحقوق الإعلام والقانون ، جامعة حلوان 14—15 مارس 1999 ، مطبعة جامعة حلوان ، ص 728 .
- 7- إبراهيم بختي، واقع الإنترنت في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 01/ 2003
- 8- جليد نور الدين ، تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة الجزائر ، 2006
- 9- دادان عبد الوهاب ، الجبائية الافتراضية والتجارة الإلكترونية ، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، العدد 03 .
- 10- بلوافي محمد مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات على النظام المصرفي الجزائري ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة تلمسان ، 2006 ص 54 .

ثانيا- مواقع الأترنيت :

[www.opendirectorysite.imfo/e-commerce/-index.htm](http://www.opendirectorysite.imfo/e-commerce/-index.htm) -1

[www.sarambet.com](http://www.sarambet.com) -2

WWW.IMF.Org -3

WWW.douan.gov -4