

جامعة امحمد بوقرة _ بومرداس

كلية العلوم الاقتصادية، والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر

تخصص: مالية وتجارة دولية

الموضوع:

التجارة الإلكترونية رافد أساسي لترقية الصادرات خارج المحروقات

حالة الجزائر (2016-2021)

تحت إشراف الأستاذ الدكتور:

بلوناس عبد الله

من إعداد الطلبة:

بن بعبيش أسماء

بن نعمان إيناس

دفعة جوان 2022

السنة الجامعية: 2022/2021

شكر وعرفان

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذه المذكرة و الذي ألهمنا الصحة والعافية والعزيمة.

نتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ الدكتور "بلوناس عبد الله" على كل ما قدمه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.

كما نتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة، و الى كل أساتذة و موظفي قسم العلوم التجارية خاصة و كل عمال جامعة بومرداس.

الشكر الخالص لكل من ساعد في إنهاء هذا العمل من قريب أو من بعيد.

إهداء

بعد الحمد والشكر لله الذي وفقني في عملي هذا أهدي عملي المتواضع هذا إلى:

من رباني بلطف وعلمي الكفاح والصبر

إلى الذي تعب كثيرا من أجل تعليمي وراحتي، إلى مدرستي في الحياة الذي دفع

سنين عمره لسعادتي، إلى ذلك الرجل العظيم

أبي الحبيب "رحمه الله وأسكنه فسيح جناته "

إلى رمز الحنان والأمان والعطاء والوفاء، الشمعة التي تنير دربي وحياتي

أمي العزيزة

إلى سندي في الحياة ورفقاء الدرب الطويل ، إخوتي وأخي الأعزاء دون استثناء.

إلى أعز الناس وأقربهم إلى قلبي عائلتي القريبة والبعيدة.

إلى صديقاتي من الصغر اللاتي تقاسمن معي الفرح والحزن أسماء عميروش،

أسماء عبد الحق، بثينة العايب وخديجة بكوش.

إلى صديقاتي اللاتي تعرفت عليهن في مشواري الدراسي

إلى أبناء عمي (رميساء، أيوب، يونس، مريم) وابنت خالتي سلمى الذين

شجعوني لأكمل دراستي وكانوا سندي في إتمام هذا البحث.

إلى كل من نسيهم قلبي ولم ينساهم قلبي.

أسماء.

إهداء

الحمد لله وكفى الصلاة على الحبيب المصطفى ومن وفى أما بعد:

الحمد لله الذي وفقنا لنتمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة النجاح والجهد بفضلته تعالى مهداة إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما نورا لدربي.

إلى سندي في الحياة زوجي العزيز.

إلى أُملي في الحياة إبني حمزة.

و إلى كل العائلة الكريمة صغیرها وكبیرها.

وإلى جميع الأصدقاء والأقارب.

إناس

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	ترتيب الجزائر من قبل المنتدى الاقتصادي الدولي مجموع 133 دولة	36
02	الأهمية النسبية للمحروقات من إجمالي الصادرات الجزائرية (1994-2000) الوحدة %	53
03	تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال 2016- 2021	80
04	العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة وعدد معاملات السحب للفترة 2016-2021	81
05	نشاطات الدفع على محطات الدفع الالكتروني 2016- 2021	82
06	أهم دول زبائن الجزائر وكذا قيمة وتطور صادرات الجزائر نحو هذه البلدان خلال السبعة الأشهر الأولى (2017 مقارنة بنفس الفترة من 2016)	86
07	تطور الميزان التجاري ومعدل النفطية (2016-2019)	89
08	تطور الصادرات خارج المحروقات عن (2016-2020).	90

قائمة الأشكال

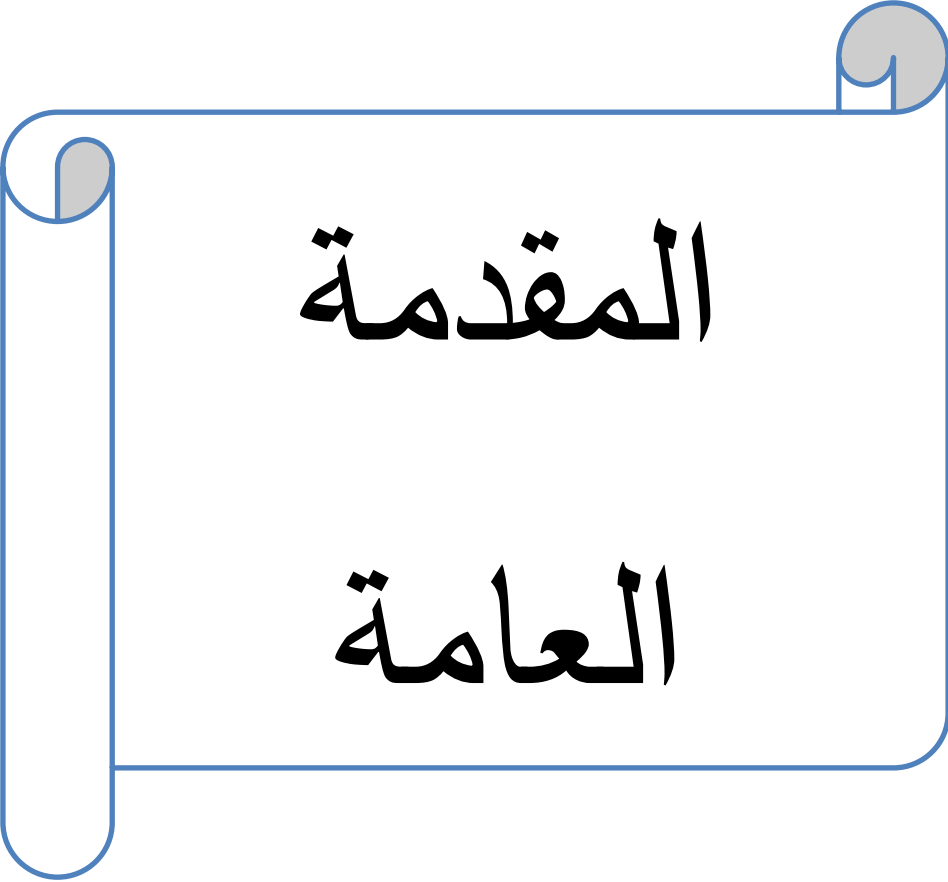
الصفحة	العنوان	رقم الشكل
27	أنواع البطاقات البنكية	01
59	التصدير المباشر	02
60	التصدير الغير المباشر	03

الفهرس

المقدمة العامة	أ
تمهيد:	17
المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية.	18
المطلب الأول: نشأة وماهية التجارة الإلكترونية.	18
المطلب الثاني: أنواع وخصائص التجارة الإلكترونية.	22
المطلب الثالث: أهمية وفرص التجارة الإلكترونية.	24
المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية.	26
المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية.	26
المطلب الثاني: خطوات بناء موقع الكتروني.	30
المطلب الثالث: بروتوكولات الأمن والحماية في التجارة الإلكترونية.	31
المبحث الثالث: واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر.	33
المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر.	33
المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الجزائري وأهم تحديثاته.	38
المطلب الثالث: سبل توسيع استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر.	40
الفصل الثاني: واقع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات.	43
تمهيد:	43
المبحث الأول: لمحة عن الاقتصاد الجزائري.	44
المطلب الأول: التطور التاريخي للاقتصاد الجزائري ومفهومه.	44
المطلب الثاني: إمكانيات الجزائر وخصائص اقتصادها.	50

المطلب الثالث: اندماج الاقتصاد الجزائري مع الاقتصاد العالمي	53
المبحث الثاني: واقع الصادرات في الجزائر	56
المطلب الأول: مفهوم التصدير وأهمية وطرقه:	56
المطلب الثاني: مؤشرات الصادرات ومحددات التصدير	60
المطلب الثالث: دوافع تنمية الصادرات غير النفطية في الجزائر	65
المبحث الثالث: تنمية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر	67
المطلب الأول: المشاكل والصعوبات التي يعاني منها قطاع التصدير خارج المحروقات	67
المطلب الثاني: آفاق ترقية وتشجيع الصادرات خارج المحروقات:	70
المطلب الثالث: السياسات والإجراءات الواجب إتباعها الترقية وتفعيل الصادرات خارج المحروقات	74
الخلاصة:	77
الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات خلال 2016-2021	79
المبحث الأول: تطور التجارة الإلكترونية قبل وأثناء جائحة كورونا.	79
المطلب الأول: تطور نشاط الدفع على الانترنت في الجزائر خلال 2016	79
المطلب الثاني: نشاطات السحب على الجهاز النقدي.	81
المصدر: مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي، 2021.	76
المطلب الثالث: نشاطات الدفع على محطات الدفع الإلكتروني.	82
المبحث الثاني: تطور صادرات الجزائر خارج المحروقات (2016-2021)	84
المطلب الأول: إحصائيات صادرات الجزائر من سنة 2016 إلى سنة 2021	84

المطلب الثاني: تطور صادرات الجزائر خارج المحروقات (2016-2019).....	89
الخاتمة	91
الخاتمة العامة	92
قائمة المصادر والمراجع.....	96



المقدمة

العامّة

المقدمة العامة

يتميز عالم اليوم بالديناميكية وسرعة التغيير وهذا راجع إلى التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقد أدت هذه التغيرات الحاصلة إلى حدوث تطورات مست جميع الميادين الاجتماعية والسياسية، الثقافية والاقتصادية وأصبح العالم الكبير من خلالها قرية صغيرة تتناقل فيها المعلومات بسرعة، فأصبحت الأعمال في مختلف أشكالها تستخدم القنوات الأكثر مرونة وسهولة وانتشار على القنوات التقليدية وبطريقة إلكترونية.

لقد ساهمت الثورة العلمية في مجال التقنيات الحديثة إلى إحداث مفاهيم جديدة لم تكن معروفة سابقا كظهور مجتمع المعلومات، اقتصاد المعرفة والتجارة الإلكترونية هي الأخرى أحد إفرازات هذه الثورة.

وتساهم هذه الثورة والثورات الجديدة في تكوين التيار الجارف للعولمة والتي شملت اقتصاديات العالم خلال العقدين السابقين ومن المنتظر أن تنشر آثارها في كل قطاعات الحياة.

وبالموازاة مع التغيرات والتطورات الحديثة على شبكة المعلومات إلا وهي التجارة الإلكترونية. وأمام هذه التحولات العظيمة، تعيش الجزائر توجهات سياسية واقتصادية كبيرة كدخولها اقتصاد السوق واعتمادها على استراتيجيات تنموية لعبت فيها التجارة الخارجية دورا هاما سواء في قطاع الواردات أو الصادرات والنسبة الكبيرة منها في قطاع المحروقات، حيث تميزت صادرات الدول النامية عامة والجزائر خاصة بعدم التنوع في الإنتاج السلعي إنما التنوع يكون في السلع المستوردة.

الأمر الذي حتم على الجزائر إتباع سياسات واستراتيجيات تنموية وتطويرية لتشكيلة صادراتها من أجل تحقيق معدلات نمو مرتفعة واستغلال ما توفره التجارة الإلكترونية من خدمات يجب استعمالها كوسيلة وعدم تجاهلها لترقية الصادرات خارج المحروقات.

الإشكالية:

وعليه ومما سبق يقودنا إلى طرح التساؤل التالي:

ما هو تأثير التجارة الإلكترونية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

الأسئلة الفرعية:

ومن الإشكالية السابقة نطرح الأسئلة التالية:

1. ما هو واقع الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.
2. ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.
3. كيف تساهم التجارة الإلكترونية في الجزائر في إنعاش الصادرات خارج المحروقات

الفرضيات:

بهدف خدمة البحث والكشف عن حقيقة هذه الظاهرة نقوم بصياغة الفرضيات التالية:

- ساهمت التجارة بالطرق التقليدية في إضعاف الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.
- كان لازمة كورونا في الجزائر أثرا موجبا في نمو التجارة الإلكترونية.
- تساهم التجارة عبر المنصات الرقمية إلى إنعاش حركة الصادرات نحو الخارج خلال السنوات الأخيرة (فترة الدراسة).

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف:

- التعرف على هيكل الصادرات خارج المحروقات في الجزائر ومعوقاتهما.
- إلقاء الضوء على التجارة الإلكترونية باعتبارها من المفاهيم الجديدة في العالم عموما و في الجزائر خصوصا.

■ التعرف على مدى إمكانية مساهمة التجارة الإلكترونية في الجزائر في الوضع الأخير.

■ معرفة أهم التحديات التي تواجه استخدام التجارة الإلكترونية.

اسباب إختيار الموضوع:

تتمثل أسباب اختيار الموضوع في عدة نقاط اهمها:

- الرغبة الشخصية في البحث في هذا الموضوع.
- الأهمية الكبيرة التي تحظى بها التجارة الإلكترونية في الاقتصاد المحلي والعالمي.
- محاولة التطرق إلى المشاكل التي يعاني منها الاقتصاد الجزائري

منهج الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية اعتمدنا في بحثنا هذا على المنهج الوصفي و منهج تحليل المضمون بحسب ما تقضيه الجوانب المختلفة للدراسة.

صعوبات البحث:

لقد واجهنا مشاكل وصعوبات عديدة عند إعداد البحث نذكر منها:

- صعوبة الحصول على المراجع و المصادر المتعلقة بجوهر الموضوع على المستوى الوطني.
- عدم توفر مؤسسة لاجراء الجارب التطبيققي مما دفعنا إلى اخذه على المستوى العام اي بدراسة حالة الجزائر بصفة عامة.

الدراسات السابقة:

بعد البحث المكتبي الذي قمنا به تمكنا من العثور على بعض الدراسات ذات الصلة بموضوع بحثنا، نوردها كما يلي مع التعليق عليها:

1. بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة للعالم العربي، وهي مذكرة ماستر مقدمة بجامعة العربي بن المهدي ام البواقي، في 2007/2008، وقد طرحت الإشكالية التالية: ما هي أهمية التجارة الالكترونية بالنسبة للعالم العربي في ظل التحول إلى اقتصاد المعرفة؟ وقد قسمت الدراسة إلى 3 فصول. الفصل الأول بعنوان مدخل لاقتصاد المعرفة والفصل الثاني استعرض فيه مختلف الجوانب المتعلقة بالتجارة الالكترونية اما الفصل الثالث فهباره عن دراسة تطبيقية وصفية لوضع التجارة الالكترونية في العالم العربي.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- التجارة الالكترونية مؤشر هام على مدى اندماج الدول في اقتصاد المعرفة.
- مازالت التجارة الالكترونية في بدايتها الأولى في البلدان العربية لأن اقتصادياتها تعتمد بالدرجة الأولى على قطاعات الاقتصاد التقليدي.
- التجارة الالكترونية نمط جديد من المعاملات التجارية التي يشهد اقبالا متزايدا.

2. بن تامة فاطمة الزهراء، عدة محمد، بن نامية نورية، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا، دراسة تحليلية احصائية للفترة 2016/2021، مجلة الاقتصاد، المجلد 4، العدد 3، خاص، 2021. وقد طرحت الاشكالية التالية: ماهو واقع التجارة الالكترونية في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا؟. تم تقسيم الدراسة إلى قسمين، القسم الأول تم التحدث فيه عن واقع التجارة الالكترونية في الجزائر اما القسم الثاني فكان عن تطور التجارة الالكترونية قبل وبعد جائحة كورونا.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- شبكة الإنترنت ساهمت في تغيير وجه عالم التجارة والاعمال وساهمت في تحقيق وتعزيز الوجود الفعلي للتجارة الالكترونية.

■ ساهمت أزمة كورونا بصفة كبيرة في اعتماد المستهلكين للتجارة الالكترونية خاصة مع استمرار حضر التجوال في تلك الفترة.

3. عبد الجليل هجيرة، **العوامل المؤثرة في تنافسية الاقتصاد الجزائري**، رشالو نيل شهادة الدكتوراه في المالية الدولية، بجامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، في 2016/2017. تحت اشكالية: ماهي العوامل المؤثرة في القدرة التنافسية للاقتصاد الجزائري؟، وقد قسمت الدراسة الى 4 فصول. الفصل الأول بعنوان عموما حول التنافسية والفصل الثاني عموميات حول الاقتصاد الجزائري اما الفصل الثالث تحدث عن تنافسية الاقتصاد الجزائري والفصل الأخير كان عبارة عن دراسة قياسية.

اهم النتائج المتحصل عليها:

- وجود علاقة سببية بين الاستثمار الأجنبي المباشر والقدرة التنافسية للاقتصاد الجزائري.
- القدرة التنافسية تتأثر بشكل كبير بالصادرات.

الشيء الجديد الذي جاءت به دراستنا مقارنة بالدراسات السابقة هو ربط موضوع التجارة الالكترونية بترقية الصادرات.

توضيح مساهمة الباحث:

ترتكز هذه الدراسة على توضيح واقع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات وواقع التجارة الإلكترونية ومدى مساهمتها في الرفع من حجم هذه الصادرات خارج المحروقات.

تقسيمات البحث:

للاجابة عن الاشكالية المطروحة اعلاه قمنا بتقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول وكل فصل ينقسم إلى ثلاثة مباحث

- الفصل الأول: بعنوان الإطار النظري للتجارة.

- الفصل الثاني: واقع الصادرات الجزائرية خارج المحروقات.
- الفصل الثالث: عبارة عن دراسة حالة الجزائر تحت عنوان : اثر التجارة الالكترونية عبر المنصات الرقمية على حجم الصادرات خارج المحروقات في الجزائر.

الفصل الأول: الإطار
النظري للتجارة
الإلكترونية

تمهيد:

لقد ساهم التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واتساع استخدام الإنترنت من قبل الأفراد والمؤسسات وذلك لعدد المزايا التي تختص بها هذه الشبكة من تخفيض النفقات وسرعة الاتصال إلى استحداث أساليب جديدة من أجل القيام بالمعاملات التجارية والتي أصبحت تتم في بيئة الكترونية عبر الإنترنت وظهر بذلك ما يسمى التجارة الإلكترونية.

وإزاء ما تقدم سوف نحاول إعطاء صورة شاملة حول وعن التجارة الإلكترونية وذلك بالتعرض إلى أهم المفاهيم المتعلقة بها حيث قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: أسس التجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية.

يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى ثلاث عقود مضت من القرن الماضي، حيث تعتمد على نظام معلوماتي جميع تعاملاته الكترونية. وتعتبر التجارة الإلكترونية محركا جديدا للتنمية الاقتصادية. وفي هذا المبحث سنقوم بالتطرق إلى التجارة الإلكترونية عموما من خلال تعريفها، أنواعها و خصائصها.

المطلب الأول: نشأة وماهية التجارة الإلكترونية.

إن تغيرات السلوك التجاري والاقتصادي للإنسان جاء تبعا لتغيرات احتياجات ومتطلبات الإنسان اللانهائية، نفس الشيء بالنسبة للتجارة الإلكترونية فهي نتيجة للمستجدات التي تحدث في المعاملات التجارية فقد كانت سابقا تتم عن طريق المقايضة فأصبحت تتم عبر الانترنت والوسائط الإلكترونية.

الفرع الأول: نشأة وظهور التجارة الإلكترونية.

أولا:نشأة التجارة الالكترونية.

لم يكن ظهور التجارة الإلكترونية فجأة بل كانت نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها ثورة الاتصالات والمعلومات وخاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم.

فأول تطبيق لمفهوم التجارة الإلكترونية كما سبق الذكر كان في بداية 1970 من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال (TFE) ¹ بطريقة الكترونية من منظمة إلى أخرى ولكن هذه

TRANSPORT ELECTRONIQUE DES FOND.S.: TFE¹

الطريقة كانت محصورة ضمن المؤسسات والشركات المالية الكبيرة إلى أن توسع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل وإرسال الوثائق الكترونياً (EDI).¹

ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع الكتروني وفي عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك تشمل منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال وفي عام 2001 امتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني.²

ثانياً: ظهور التجارة الإلكترونية.

نستطيع القول أن ظهور التجارة الإلكترونية قد سبقت ظهور الانترنت بفترة، إلا أن بدايات التجارة الإلكترونية كانت من خلال شبكات الاتصال الخاصة بالكمبيوتر بتنسيق خاص يتقاسم البيانات الخاصة بالمؤسسات التجارية وهو ما يعرف بتبادل البيانات الإلكترونية (EDI) والذي يعد وسيلة لنقل البيانات بين الشركات عبر نظام مغلق، وقد استخدم هذا الأسلوب من النظم الخاصة بأوامر الشراء والتعامل مع بطاقات الائتمان والكثير من العمليات الأخرى.³

فتاريخ ثورة التجارة الإلكترونية يعود إلى احد الشبان يبلغ عمره 29 عاماً يدعى (JEEF BEZOS) ويعمل كمحلل مالي ومدير مالي أراد أن يستخدم الانترنت كأداة للربح وكسب المال فقام سنة 1994 بوضع قائمة من عشرين منتجاً يمكنها أن تجد سوق رائعة لها على شبكة الانترنت وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد من أن الكتب جاءت في المرتبة الأولى لهذه

¹ ELECTRONIC DATA INTER CHANGE.: EDI يقصد به تبادل البيانات المتعلقة بصفقات الأعمال في صورة نمطية بين الحسابات الآلية الخاصة بمنشآت الأعمال من خلال شبكة اتصالات الكترونية دون حاجة لاستخدام مستندات ورقية.

² محمد نور صالح الجدية، سناء جودت: "تجارة الكترونية"، ط 1، دار الحامد، عمان، 2009، ص 26.

³ عاد الحداد: "التجارة الإلكترونية"، دار الفاروق، القاهرة، مصر، 2003، ص 11 .

القائمة من هذا المنطق أسس هذا الشاب شركة أمازون والتي أصبحت من بين أهم الشركات في عالم التجارة الإلكترونية وقد بلغ رقم أعمال هذه الشركة التي أسسها لبيع الكتب 2 مليون دولار في السنة وبعد النمو السريع لشركة AMAZON قرر BEZOS خلق روابط مع شركات بيع الكتب الأخرى ليتقاسم معهم الحصة عن طريق مواقعهم ، إضافة إلى هذا وسع استمرار نمو الشركة وتوسعها، بدأت ببيع الأقراص المضغوطة الخاصة بالموسيقى والفيديو DVD وهذا في سنة 1998.

بالتالي أصبحت شركة AMAZON تمثل سلة منتجات استهلاكية متنوعة بما فيها الالكترونيات، البرمجيات والأجهزة المنزلية ولهذا صار BEZOS و AMAZON واحدة من قصص النجاح الأولية والملموسة بدرجة كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية.¹

الفرع الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية ومفهومها²

يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية E COMMERCE من المصطلحات العلمية المستحدثة في مجال العلوم العصرية والتي أشار إلى بعض موضوعاتها القليل جدا من البحوث والدراسات والكتابات العلمية.

يقصد بالتجارة الإلكترونية التعامل الذي يتضمن بعض تبادل القيمة خلال استخدام شبكة الاتصالات الإلكترونية.

وعرفها البعض بأنها المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت أو مغلقة، والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة¹

¹: صراع كريمة: "واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر"، مذكرة نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، سنة 2004/2003، ص12-13.

²: احمد محمد غنيم: "التسويق والتجارة الالكترونية"، كلية التجارة جامعة المنصورة، مصر، 2010، ص 48.

وحسب منظمة التعاون الاقتصادي (OCDE) فإن مصطلح التجارة الإلكترونية يدل بصفة عامة على جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنشآت، معتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات العامة خاصة النصوص، الأصوات، الصور ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المنشآت والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير للمنشآت والمفاوضات التجارية والعقود، الأطر القانونية والتنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات و الجباية كأمثلة بسيطة²

وتعرف أيضا أنها تبادل غير ورقي لمعلومات العمليات وذلك باستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات EDI، والبريد الإلكتروني EMAIL وشاشات الكتالوجات EFT³

-ومن خلال النظرة المتأنية والمتعمقة للمفاهيم السابقة فإنه يمكن تعريف التجارة من وجهة نظر شاملة انه يمكن تقسيم هذا المصطلح إلى مقطعين أساسيين أحدهما التجارة وتعتبر نشاط اقتصادي يتم من خلال تدول المنتجات بين المنظمات والأفراد البعض يحكمه عدة قواعد ونظم متفق عليها بينما يقصد بالمقطع الثاني الإلكترونية بأنه نوع من التوصيف لمجال لأداء النشاط في المقطع الأول حيث يتم أداء هذا النشاط من خلال استخدام الوسائل والوسائط الإلكترونية المختلفة.

¹ : نعيمة يحيوي، مريم يوسف: التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية جامعة باتنة عدد 06 جوان، 2017، ص 182.

² : د. إبراهيم بختي: " التجارة الإلكترونية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 40.

³ : احمد محمد غنيم، مرجع سابق ذكره، ص 49-50.

المطلب الثاني: أنواع وخصائص التجارة الإلكترونية.

الفرع الأول: خصائص التجارة الإلكترونية.

تتميز التجارة الإلكترونية بعدة خصائص ومميزات نذكر منها:¹

1. غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف حيث تدور المفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس العقد للاتفاق على تفصيل العقد المتوقع إبرامه بينهما، والذي تقوم الأجهزة لديهم باستلام أوامر الشراء وتنفيذها وإرسال فواتير البيع دون تدخل العنصر البشري.
2. وجود الوسيط الإلكتروني وهو الجهاز الموجود لدى كل من الطرفين المتعاقدين والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل المعلومات عن الإدارة لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة.
3. يعتمد النظام المكتبي الروتيني إلى استخدام الكمبيوتر في كل ما يمكن توفيره من عمليات.
4. السرعة في انجاز الأعمال

الفرع الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية.²

غالبا فيما نفكر في التجارة الإلكترونية فإن أول ما يخطر ببالنا من المعاملات التجارية بين المورد والعميل، لكن وعلى الرغم من أن هذا الأمر صحيح، لكن التجارة تتطوي على أكثر من ذلك نميز ستة أنواع رئيسية للتجارة الإلكترونية ألا وهي :

أولا: التجارة الإلكترونية بين الشركات B2B: BUSINESS TO Business باللغة الانجليزية حيث يشمل هذا النوع من التجارة جميع المعاملات الإلكترونية للسلع والخدمات

¹ : محمد حسين مضور: "المسؤولية الإلكترونية"، دار الجامعة الجديدة ، مصر، 2007، ص 12.

² : Http://www.for9a.com.

التي تتم بين الشركات عادة ما يعمل منتج البضائع وتجار الجملة التقليديون مع هذا النوع من التجارة الإلكترونية.

ثانيا: التجارة الإلكترونية B2C: BUSINESS TO CONSUMER و التي يتم فيها إقامة علاقات تجارية إلكترونية بين الشركات والمستهلكين النهائيين، حيث يشبه هذا النوع إلى حد كبير قسم البيع بالتجزئة في التجارة التقليدية. ومن الجدير بالذكر أن التجارة الإلكترونية ما بين الشركات والمستهلكين قد تطورت في الآونة الأخيرة بشكل كبير.

ثالثا: التجارة الإلكترونية بين المستهلكين C2C: CONSUMER TO CONSUMER تتم لجميع المعاملات الإلكترونية للسلع والخدمات بين المستهلكين، حيث يتم إجراء هذه المعاملات من خلال طرف ثالث يوفر منصة أو نظاما يمكن المستهلكين من إتمام هذه المعاملات بالفعل.

رابعا: التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الشركات C2B : هذا النوع من التجارة شائع على وجه الخصوص في المشاريع القائمة على التعهد الاجتماعي أو الـ CROWDSOURCING حيث يقوم عدد كبير من الأفراد يعرض خدماتهم والمنتجات على وجه التحديد.

خامسا: التجارة الإلكترونية من الشركات إلى الإدارة B2A: يتضمن هذا النوع من التجارة المعروفة بـ BUSINESS TO ADMINISTRATION أي جميع المعاملات التي تتم عبر الانترنت بين الشركات المختلفة والمؤسسات الإدارية الحكومية ،ازداد انتشار هذه الخدمات في السنوات الأخيرة خاصة مع الاستثمارات الكبيرة التي تم القيام بها في تطوير وبناء الحكومات الإلكترونية.

سادسا: التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الإدارة C2A : حيث ينطوي هذا النوع من التجارة الإلكترونية إلى جمع المعاملات الإلكترونية على جميع المعاملات الإلكترونية بين الأفراد والإدارات الحكومية مثل:

1. حجز المواعيد الطبية

2. التعليم عن بعد

3. نشر المعلومات المتعلقة بهذا المجال (الضمان الاجتماعي) ..عمليات الدفع

-من الجدير بالذكر أن نوعي التجارة الإلكترونية الأخيرين والمتعلقين بالإدارة مرتبطين بقوة بفكرة الكفاءة وسهولة الاستخدام للخدمات التي تقدمها الحكومة للمواطنين والشركات وذلك بدعم من قطاع التكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المطلب الثالث: أهمية وفرص التجارة الإلكترونية.

تشهد التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي أهمية متزايدة ومتطورات متلاحقة حيث لهذه الأخيرة أهمية وفرص نذكر منها:

الفرع الأول: أهمية التجارة الإلكترونية

تمكنت التجارة الإلكترونية من إحداث نقلة نوعية هائلة على التجارة، كما تميزت بأنها ذات منفعة تعود على كل من الأفراد والشركات على حد سواء وسنشير فيما يلي إلى بعض هذه النوافذ:

اولا: التجارة الإلكترونية للشركات:

1. تلعب دورا كبيرا في التقليل من المدة الزمنية المستغرقة لانجاز العمل.

2. توفير وتخفيض تكاليف معالجة واسترجاع وتوزيع وحفظ المعلومات.

ثانيا: التجارة الإلكترونية على المجتمع:¹

1. التقليل من الازدحام المروري والتلوث الناتج عنه.
2. توفير فرص إتمام العمل من المنزل.
3. أصبح لدى الأشخاص المقيمين في دول العالم الثالث إمكانية شراء منتجات وبضائع غير متوفرة لدى بلادهم.

الفرع الثاني: فرص التجارة الإلكترونية:²

1. زيادة أسواق التجارة.
2. إتاحة خيارات السوق الشامل
3. تطور الأداء التجاري والخدمي.
4. التجارة الإلكترونية أداة لتنشيط المشروعات المتوسطة والصغيرة.
5. خلق أنماط حديثة للأعمال الإلكترونية.

¹ : [Http://www.almersal.com.post](http://www.almersal.com.post).

² : سوا يسيد سلمى، صالحى وداد: " دور التجارة الالكترونية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في التجارة الدولية، جامعة قالم، 2016/2015، ص 21.

المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية:

تطورت وسائل الدفع الإلكتروني مع انتشار عمليات التجارة الإلكترونية لمفهومها الشامل والذي يتضمن إجراء كافة أنواع المعاملات التجارية باستخدام الطرق الإلكترونية، وسنتطرق إلى بعض أنواع هذه الوسائل:

الفرع الأول: البطاقات البنكية الإلكترونية¹

وهي أداة مصرفية الوفاء بالالتزامات تصدرها مؤسسة مالية أو بنك لشخص طبيعي تمكنه من إجراء سحب نقدي من البنوك أو شراء سلع أو خدمات من التجار، مع التزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما.

أولاً: البطاقة الائتمانية:

ونميز نوعين من البطاقات الائتمانية:

1. البطاقة الائتمانية المتجددة : يعتبر هذا النوع الأكثر شهرة واستخداماً ومن أمثلته بطاقة

فيزا وبطاقة ماستر ويصدر عن بنك تجاري يوحد حساب نقدي كامل البطاقة.

2. البطاقة الائتمانية غير المتجددة: وتتضمن أيضاً AMEX وهي شبيهة بالبطاقة

الائتمانية في كل شيء تقريباً ولكن الشركات المصدرة لهذا النوع من البطاقات تشترط إن

يقوم حامل البطاقة بسداد كامل المبلغ في نهاية مدة السماح الممنوحة له.

ثانياً: البطاقة غير الائتمانية:

¹ : لبزة هشام، محمد الهادي ضيف الله: "واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 24، 2017، ص 281-283.

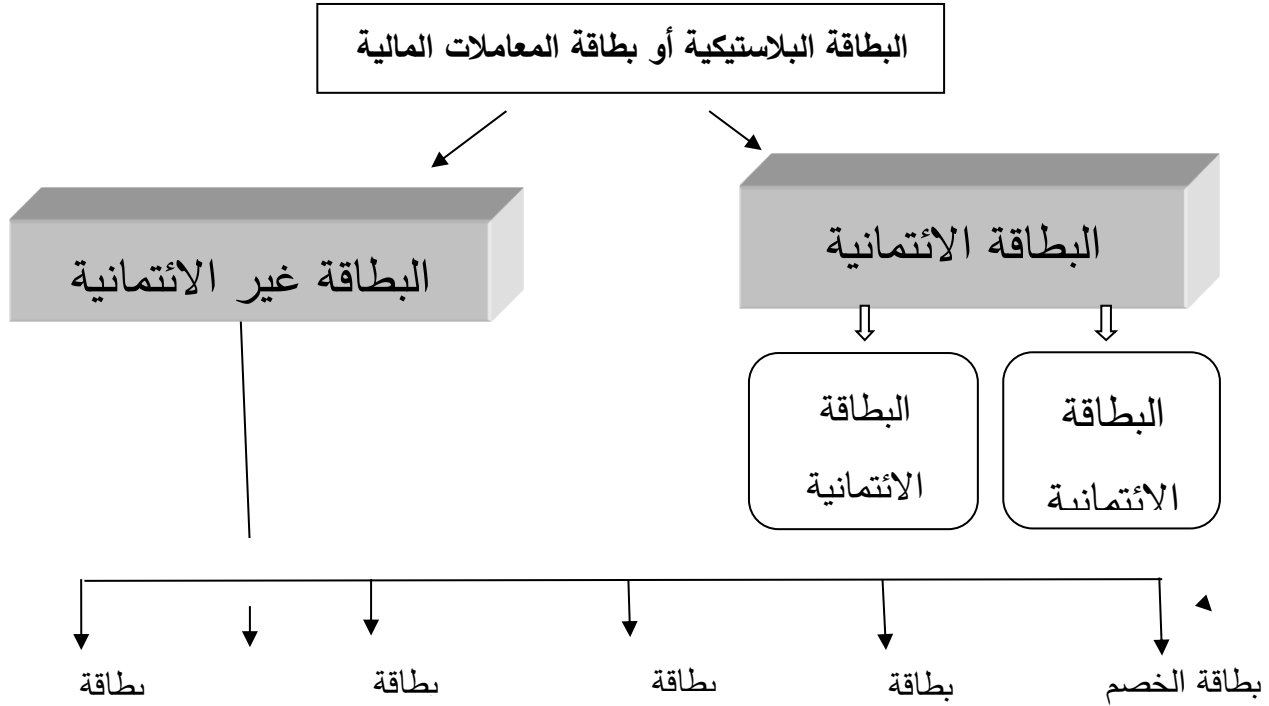
حيث هي عبارة عن أداة وفاء فقط، حيث يحصل حامل البطاقة على احتياجاته من السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة ويتم الخصم بقيمة هذه الاستخدامات مباشرة من الحساب الجاري، ونميز فيها عدة أنواع نذكر منها:

1. **بطاقة الخصم الفوري:** حيث يحصل صاحبها على احتياجاته من السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة ويتم الخصم مباشرة

2. **بطاقة الشيك:** حيث يتعهد فيها البنك بسداد الشيكات التي يحررها العميل بشروط معينة، وهذه البطاقة تصدر خصيصا لمهمة ضمان الوفاء بشيك

3. **بطاقة الصرف الصحي:** حيث يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه لحد أقصى متفق عليه وظيفته الوحيدة السحب الفوري من الموزعات الآلية ويمكن تلخيص أنواع البطاقات البنكية من خلال الشكل التالي:

الشكل 1: انواع البطاقات البنكية



المصدر: من إعداد الطلبة.

الفرع الثاني: النقود والمحافظ الإلكترونية.

تعد من وسائل الدفع التي تباري الذمة وتنتهي الالتزام ومع التطور التكنولوجي الحاصل عبر مر العصور في التجارة أصبحت لا تقي بالغرض مما دفع بالنقود الإلكترونية بالظهور والمحافظ الإلكترونية.

أولاً: النقود الإلكترونية:

سلسلة أرقام الكترونية التي تعبر عن قيم معينة وتصدرها البنوك التقليدية أو البنوك الافتراضية للمودعين، ويحصل عليها في صورة نبضات مغناطيسية على بطاقة ذكية وحساب شخصي.

ونجد أن للنقود الإلكترونية عدة أنواع وتختلف من حيث القيمة النقدية، من حيث الوسيلة، الأسلوب المتعامل بها ، متابعتها والرقابة عليها.

ثانيا: المحافظ الإلكترونية:

وهي عبارة عن تطبيق الكتروني يقوم بترتيب وتنظيم جميع الحركات المالية وتحتوي على جميع بيانات المستخدم لتلك البطاقة بصيغة مشفرة ويتم تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تخزينها على احد الأقراص المرنة أو أي أداة يمكن عن طريقها حفظ تلك البيانات واستخدامها للدفع عن طريق شبكة الانترنت في جميع حالات الشراء

الفرع الثالث: الأوراق التجارية الإلكترونية¹

تعتبر من وسائل الدفع الضرورية للبنوك الإلكترونية ونميز نوعين من الأوراق
أولاً: الشبكات الإلكترونية: وهي عبارة عن محور ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمر من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بان يدفع مبلغا من النقود لإذن الشخص الثالث يسمى المستفيد ، ولعل البنك الإلكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الإلكترونية²

ونميز ثلاث أنواع للشيك الإلكتروني:³

1. **الشيك المسطر:** يتميز بخطين متوازيين على صدر الشيك، مما يعني امتناع البنك عن الوفاء بمبلغ الشيك إلا إلى بنك آخر يتولى استقاء المبلغ لحساب هذا العميل.

¹ :السائيس ابتسام، نيلي صفاء: "وسائل الدفع في التجارة الالكترونية" ، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019-2020.

² :مصطفى كمال طه ، وائل بندق: " الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة" ، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر، 2007، ص 350.

³ : السائيس ابتسام ، نيلي صفاء: مرجع سابق ذكره، ص 30-31.

2. الشيك المعتمد: وهو شيك عادي غير انه يحمل توقيع البنك المحسوب عليه على صدر الشيك.

ثانيا: السفتجة الإلكترونية: لا يختلف تعريفها عن تعريف الشيك الالكتروني والأوراق الإلكترونية.

ونميز نوعين من السفتجة:

1. السفتجة الورقية: وهي التي تصدر من البداية في شكلها التقليدي على دعامة، ثم يتم معالجتها الكترونيا عند تقديمها لدى البنك لتحصيلها أو بمناسبة تظهيرها لأي طرف آخر

2. السفتجة الممغطة: والتي لا تعتبر عملا تجاريا، وهذا النوع يختفي أصلا بظهور للدعامة الورقية.

المطلب الثاني: خطوات بناء موقع الكتروني

تضم شبكة الانترنت ملايين من المواقع التجارية مما يجعل تأسيس وإطلاق موقع تجاري والكتروني عمل يحتاج إلى عناية عامة وتخطيط موصل ومدروس.¹

1. ²تتلخص الخطوة الأولى في التخطيط الأمثل للأعمال على الإنترنت وتحديد الأهداف في تقرير المطلوب من الموقع التجاري على الانترنت وتحديد الأهداف المطلوبة منه حيث يغطي الاحتياجات ويعكس المعلومات المطلوب إظهارها للزبائن لضمان تطوير كفاءة العمليات وتحصيل العوائد.

2. تحديد سقف أولي معين من عدد الزبائن المتوقعين للموقع مع رصد سوق منطقة جغرافية معينة يكون لدى الشركة معلومات جيدة عن ثقافتها واحتياجاتها.

¹ : إبراهيم بختي: "التجارة الالكترونية"، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2008، ص 63.

² :سوايسيد سلمى، صالحى وداد: مرجع سابق ذكره، ص 10-12.

3. وضع ميزانية تكاليف خادم معلومات الموقع وتكاليف التسويق بالإضافة إلى الصيانة والإدارة.
 4. ضرورة إشراك جميع إدارات العمل في الشركة في المساهمة في إستراتيجية الموقع التجاري وأخذ الاقتراحات والمساهمات والمشاركات منها.
 5. تتحدث الخطوة الخامسة إلى الحدود التقنية للمتصفحين.
 6. ويتم هنا الالتفات إلى الأمور المهمة في وضع قائمة محتويات لاحقة.
 7. اختيار اسم مختصر للموقع.
 8. ضرورة التأكد من فعاليات صلات البريد الإلكتروني للموقع.
 9. المرحلة التنفيذية للعمل التجاري الإلكتروني باختيار شركة تصميم المواقع الملائمة.
 10. التركيز على تسويق الموقع وضمان تطويره بشكل دائم.
- وهكذا فإن إطلاق الموقع التجاري كولادة الطفل يتطلب بعد ذلك متابعة و عناية و تطوير.

المطلب الثالث: بروتوكولات الأمن والحماية في التجارة الإلكترونية¹

الفرع الأول: مفهوم البروتوكول:

يستخدم مصطلح البروتوكول في مجال الاتصالات بين الحاسبات الإلكترونية وهو مجموعة القواعد والأسس التي تحدد طريقة إرسال البيانات وانتقالها عبر خطوط الاتصالات من كمبيوتر لآخر.

تتعدد بروتوكولات الأمن والحماية ولكن سنتطرق على نوعين.

الفرع الثاني: بروتوكولات الطبقة الأمنية SSL:

¹ :سوايسيد سلمى، صالحى وداد: مرجع سابق ذكره، ص 19-21.

هو برنامج له بروتوكول تشفير متخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الانترنت بطرق آمنة بحيث لا يمكن لأي شخص قراءتها عبر المرسل والمستقبل وفي نفس الوقت تكون قوة الشفرة كبيرة. يقوم هذا البرنامج بتشفير أي معلومة صادرة من ذلك المتصفح وصولاً لحاسوب المستخدم، سميت بالطبقة الأمنية لأن هذا البرنامج يعمل كطبقة وسيطة تربط بين بروتوكول التحكم بالنقل و http ويقوم SSL بإنشاء طبقة إرسال خاصة فتتم عمليات تبادل عمليات المعلومات المعهودة باستخدام SSL على الشكل التالي:

1. يتصل المتصفح بمستخدم ويب.
2. تبادل المتصفح والمستخدم معلومات التعريف.
3. يتحقق المتصفح من معطيات هوية المستخدم ويستخدمها لإنشاء مفتاح جديد.
4. يطلب المتصفح من المستخدم التحقق من المفتاح الجديد.
5. يقوم المستخدم بتوثيق المستخدم.
6. أصبح الآن بالإمكان استخدام المفتاح لتشفير كافة المعلومات على قناة الاتصال.

الفرع الثالث: بروتوكولات الحركات المالية الآمنة: SET

الغاية من هذا البروتوكول ضمان الحفاظ على امن البيانات أثناء إجراء الحركات المالية عبر شبكة مفتوحة مثل الانترنت، يستخدم بروتوكول الحركات المالية الآمنة برمجيات المحفظة الإلكترونية وتحتوي هذه الأخيرة على رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة لها مما يتيح لكل منهما التحقق من هوية الآخر عند إجراء الحركات المالية عبر الانترنت.

المبحث الثالث: واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر

رغم التطور الكبير والسريع الذي شهدته الجزائر خلال السنوات الأخيرة في استخدام التكنولوجيا الحديثة إلا أنه لم يشمل جميع المناحي ومنها المعاملات التجارية حيث أنه في ظل التطورات الحادثة في المعاملات التجارية الإلكترونية التي تسهل و تسرع العمليات التجارية غير إن التجارة التقليدية هي الأكثر اعتمادا، فبعد الكثير من الوقت من بدء الحديث عن بداية تطوير أنظمة الدفع الإلكترونية إلا إن المعاملات النقدية هي السائدة وسيدة الموقف.

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر

ذكر وارن ايفاتر احد الخبراء في التجارة الإلكترونية على الدول العربية اعتناق التجارة الإلكترونية والتعليم الفوري، وذلك لتفادي العقاقب العادية للعولمة لأنه لم يكن هناك شيء يسمى الاقتصاد الوطني ...

هناك اقتصاد محلي واقتصاد عالمي ينحصر دور الاقتصاد المحلي على تقديم الخدمات المباشرة فقط فيما يحتاج الجميع للاقتصاد العالمي.....

نستنتج مما قاله وارن ايفا تر انه من الشيء الضروري مواكبة التطورات الحاصلة عالميا وبما يسمى العولمة بما فيها من مصطلحات وجوانب .

وإذا جئنا لواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر فان الناس يخطئون كثيرا عندما يعتقدون أن الجزائر لم تعرف لحد الآن شكلا من أشكال التجارة الإلكترونية في الجزائر فتزويد

المؤسسات والأفراد بالانترنت يدخل في نطاق التجارة الإلكترونية التي تعني في أبسط تعريفاتها مجموعة من المبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة اتصالات.¹

الفرع الأول: البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

أولاً: وضعية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تعتبر الجهود التي تبذلها الجزائر لترقية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أهم معالم التنمية الاقتصادية البارزة خاصة وأن الجزائر تنفتح على اقتصاد السوق والاقتصاد العصري وتمتلك موارد هامة تشجع على تطوير هذه التكنولوجيا في السوق الجزائرية حيث تبرز المجهودات التي تبذلها الدولة والتي تتمثل في مشاريع وتنظيمات تهدف إلى ترقية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لما تملكه من كفاءات في هذا المجال.

زيادة على دورها كمحرك للتنمية الاقتصادية حيث أصبحت المؤسسة الجزائرية أكثر وعياً بأن الإعلام يعد وسيلة إنتاجية.²

1. ترتيب الجزائر في استعمال الاتصال:

رغم أن سرعة انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر واعدة إلا أنها لازالت تحتل مراتب متأخرة في استعمال تكنولوجيا الاتصال حيث صنف تقرير (2010/2009) صادر عن المنتدى الاقتصادي الدولي للجزائر في المرتبة 113 في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال من بين 133 دولة في العالم مشيراً أن الجزائر تراجعت خلال سنة واحدة ب 6 مراتب كاملة كانت محتلة كذلك رتبة 103 على المستوى العربي.

¹ : عبد القادر الكامي: "التجارة الإلكترونية" حاضراً ومستقبلاً"، لجنة التجارة الإلكترونية المنبثقة عن جمعية الإنترنت، 2000.

² خوصة يوسف: "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة مستغانم، سنة 2017/2018 ص84.

وأشار التقرير الذي أعده المنتدى الاقتصادي الدولي دافوس إلى أن الجزائر في تراجع مستمر في ميدان التكنولوجيا الحديثة واستعمالها حيث بعد أن كانت تحتل المرتبة 80 في (2008/2007) والمرتبة 108 في (2009/2008) لتصل إلى المرتبة 113 (2010/2009) ما يعني أن الجزائر في تراجع مستمر مقارنة بالدول الأخرى العربية حتى لا نقول الدول الأوروبية المتطورة كما يوضح الجدول الموالي:

جدول 1: ترتيب الجزائر في ميدان التكنولوجيا بالنسبة ل للدول العربية

ترتيب الجزائر من قبل المنتدى الاقتصادي الدولي مجموع 133 دولة	
93	الاستخدامات الشخصية:
66	المشاركين في الهاتف النقال
111	مالكي أجهزة كمبيوتر شخصية
81	مشاركون في شبكة الانترنت
91	مستخدمي الانترنت
23	استخدام الانترنت في المدارس
	استخدامات التكنولوجيا من قبل الحكومة
128	مدى نجاح الحكومة في الترويج لتكنولوجيا الإعلام الآلي
112	مؤشر لخدمات حكومية على الشبكة
116	المشاركة الإلكترونية مؤشر عام 2009
127	تواجد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الوكالات الحكومية

المصدر: الجزائر واستعمال التكنولوجيا

2. ترتيب الجزائر في مجال الاعلام:

وقد أظهرت ذات التقارير مدى تأخر استعمال التكنولوجيات الحديثة في مجال الأعمال أين احتلت الجزائر المرتبة الأخيرة من بين مجموع الدول التي مستها الدراسة حيث سجلت الجزائر المراتب الأخيرة في كل ما يتعلق باستعمال التكنولوجيات على مستوى الحكومة، وأحسن مرتبة حققتها الجزائر كانت في مجال الاستخدامات الشخصية كتكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث حلت في المرتبة 93 وبفضل الهاتف حلت في المرتبة 66 عالميا.

-يتضح مما سبق أن الجزائر تبقى بعيدة عن تحقيق أهداف التجارة الإلكترونية حيث انه على عكس ما كان منتظرا من السياسة الحكومية للوقوف بالقطاع والسير نحو التطور حيث أصبحت اتصالات الجزائر الشركة الوحيدة تقريبا العاملة في القطاع ولتحسين هذا الوضع انتهجت الجزائر إستراتيجية " الجزائر الإلكترونية 2003 " خلال الفترة 2009/2013 وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني والشركات والإدارة وتحسين قدرات التعليم والبحث والابتكار وإنشاء كوكبان صناعية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثانيا: الانترنت في الجزائر:

تشكل الانترنت ذات التدفق السريع أهم مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ويعد حاليا أحد المعايير الأساسية لقياس تقدم الأمم.

فلا يمكننا الحديث عن التجارة الإلكترونية في أي بلد من العالم قبل الحديث عن التجارة الإلكترونية والمتمثلة أساسا في عدد الأفراد الذين يستعملون الانترنت بانتظام والذين يمثلون قاعدة التجارة الإلكترونية.

إن الجزائر وكباقي الدول العربية وعلى الرغم من التطور الكبير الذي عرفته في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السنوات الأخيرة ورغم الاستفاقة التي أبدتها وما قدمته

من جهود حيابة لهذا الشأن وعلى الرغم من التفاوت الحاصل بين هذه الدول في درجة الاهتمام إلا أنها مازالت بعيدة عن المستوى المطلوب.¹

ثالثا: القطاع المصرفي:

شروع الجزائر في إصلاحات عميقة من شأنها الشروع في تطوير التجارة الإلكترونية والتسويق عبر الإنترنت من خلال تحديث وسائل الدفع الإلكترونية وعلى رأسها بطاقة الدفع الإلكتروني (فيزا قولد) وما يعيق استخدام هذه البطاقة في الجزائر هو عدم سرعة إجراءات تحويل الأموال عبر البنوك.

أما بطاقة ماستر كارد فتطلب من بنك الخليج الجزائر تستخدم في التسوق أو الشراء عبر الإنترنت أو سحب الأموال من الصراف الآلي.

الفرع الثاني: وضعية التجارة الإلكترونية.²

ظهرت ملامح السداد الإلكتروني في الجزائر عن طريق انتشار أجهزة الموزعات الآلية للأوراق النقدية إصدار العديد من البنوك والمؤسسات لبطاقات بلاستيكية ممغنطة تسمح لصاحبها بسحب مبالغ معينة من حسابه الشخصي متى يشاء.

وبعض المواقع جزائرية المحتوى والصنع دون أن ننسى خدمات موقع بريد الجزائر عبر الشبكة مثل الاطلاع على كشف الحساب البريدي مباشرة، أو خدمة الموزع الصوتي للاستعلام حول الحساب الشخصي البريدي والعديد من الخدمات.

المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الجزائري وأهم تحديثاته

الفرع الأول: أهمية التجارة الإلكترونية في الجزائر:

¹ : خوصة يوسف: مرجع سابق ذكره، ص 93.

² : خوصة يوسف: مرجع سابق ذكره، ص 95.

لا يمكن لأي دولة في العالم أن تعيش في اقتصاد مغلق فيمكننا إدراج أهمية التجارة في الجزائر على النحو التالي:

1. العمل على تنوع مصادر الاستيراد والبحث عن أسواق للصادرات.
2. إتاحة الفرصة إمام الاقتصاد الجزائري للاندماج بالاقتصاد العالمي.
3. خلق فرص عمل ذات المهارات الخاصة التي تقوم على المعرفة.
4. مواكبة التطورات التي تحصل في مجال الاقتصاد والإدارة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات¹

الفرع الثاني: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر: ²

أولا: تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تعاني التجارة الإلكترونية من تحديات نذكر منها:

1. عدم اكتمال البنية التحتية في مجال التكنولوجيا المعلومات.
2. عدم وجود الإطار القانوني الذي يصف هذه التجارة ويضع الضوابط القانونية التي تسهل انسيابيتها.
3. عدم اكتمال الإطار المؤسسي.
4. وجود فرصة التهرب الضريبي مما يدفع الجزائر فقدان جزء من إيراداتها.
5. الخوف من خوض غمار تجارة افتراضية قد تلحق خسائر فادحة يصعب على دولة مثل الجزائر تغطيتها.

6. ضعف الوعي بأهمية الحاسوب والبريد الإلكتروني واستخداماتها.

ثانيا: حلول مقترحة لنجاح التجارة الإلكترونية:

¹ عمرو زكي عبد المتعال: "التجارة الإلكترونية" على الموقع: www.edd.com/emro.

² نصر الدين سمار: "وسائل الدفع الإلكترونية ومدى تطبيقها في الجزائر"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة.

لإنجاح تطبيق العمل بالتجارة الإلكترونية يجب:

1. ضرورة اختيار إدارة رشيدة تتحمل مسؤولية إدارة هذه التجارة من خلال متابعة تطوراتها ووضع السبل والأسس لإنجاحها وهو ما يتبع ضمن الإطار المؤسسي المطلوب
2. سن القوانين والتشريعات المتعلقة بالرسوم الجمركية والضرائب والحد من دخول العابثين على المواقع.
3. ضرورة وجود محكمة تنحصر مسؤوليتها في النظر بالقضايا التجارية.
4. تهيئة المجتمع وزيادة وعيه للتعامل مع المتغيرات الجديدة.
5. تعزيز التعاون الولي والدخول في اتفاقيات تجارية ثنائية.

المطلب الثالث: سبل توسيع استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر

1. التثقيف التكنولوجي: عبر نشر الثقافة الإلكترونية عن طريق تنظيم ملتقيات وندوات تحسيسية حول التجارة الإلكترونية وأهمية استعمال الانترنت وكل هذا عن طريق التعاون مع شركات تقنية المعلومات والهيكل الوطنية.
2. اعتماد الحكومة للتجارية الإلكترونية: أن استعمال الحكومة التجارة الإلكترونية ستكون له آثار ايجابية على زيادة وعي مجتمع الأعمال بفوائد ومزايا .
3. ومنه فلا يجب على الحكومة اعتماد التجارة الإلكترونية وتوفير البيئة المناسبة فقط بل دخولها إلى هذه السوق وهذا ما يشجع الشركات على تبني هذه التجارة.
4. تعميم الإنترنت وتحرير سوق خدمات الاتصال.
5. تسوية القضايا التنظيمية.
6. اتخاذ تدابير اقتصادية ومالية ومن بينها تشجيع الشراكة بين القطاع الخاص والحكومة وتطوير ومحاولة تنويع الهيكل الاقتصادي.
7. تطوير نظام الدفع الإلكتروني وتخفيض التكاليف الخاصة بالأسعار ومحاولة منح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في هذا المجال.

الخلاصة:

أصبحت التجارة الإلكترونية وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي، واستطاعت ان ترفع الحواجز التقليدية للتجارة. كما ساهمت في زيادة حجم التدفقات النقدية بشكل ملقت للاهتمام.

وان انتشار هذه التجارة في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراع نواة هذه التجارة.

و حسب ما تطرقنا اليه في هذا الفصل حول واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر لاحظنا انه هناك تأخير كبير في مجال البنية التحتية، بالإضافة إلى مجموعة من العراقيل و العقبات التي تعترض نمو هذه التجارة حيث يوجد ما هو قانوني، تجاري، و ثقافي،... الخ.

الفصل الثاني:

واقع الصادرات الجزائرية

خارج قطاع المحروقات

الفصل الثاني: واقع الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات

تمهيد:

تعتمد بنية الاقتصاد الجزائري على صادرات الموارد الهيدروكربونية، حيث تحتل المرتبة 11 على مستوى العالم من حيث احتياطات الغاز الطبيعي التي قدرت عام 2021 بحوالي 159 تريليون قدم مكعب، كما تمتلك احتياطات مؤكدة من البترول التقليدي بحوالي 12.2 مليار برميل.

فاعتماد الجزائر على صادرات المحروقات ببنية كبيرة أصبح اقتصادها ما يسمى بالاقتصاد الريعي ولا تعتمد على الإنتاج، مما عجزت عن تنويع صادراتها حيث كان للعام الأول من وباء كورونا تأثيرا بالغ على الاقتصاد الجزائري بالإضافة إلى الخسائر الصحية عن الوباء تطورات سلبية أخرى، منها انخفاض أسعار النفط وإغراق الاقتصاد الجزائري في الركود.

من هذا المنطلق سنحاول في هذا الفصل التعرف على اقتصاد الجزائر بصفة عامة واهم الإصلاحات التي جاء بها.

التعريف بالتصدير ودوافعه والمشاكل التي يعاني منها واهم الحلول والسياسات من اجل ترقية قطاع الصادرات خارج المحروقات

المبحث الأول: لمحة عن الاقتصاد الجزائري

المطلب الأول: التطور التاريخي للاقتصاد الجزائري ومفهومه

الفرع الأول: التطور التاريخي للاقتصاد الجزائري.

أولاً: الاقتصاد الجزائري بعد الاستقلال:¹

بعد استقلال الجزائر ترك المستعمر وراءه ما يقارب 800 مؤسسة مخربة لا تمتلك أدنى شروط العمل خاصة مع مغادرة إداراتها المسيرة وعليه وجدت الجزائر نفسها أمام اقتصاد مختلف وتابع لفرنسا في أغلبه ولم تجد فرصة أمامها للقضاء على هذه الوضعية الاقتصادية إلا من خلال برنامج طرابلس الذي انعقد سنة 1962 والذي يعتبر أول وثيقة رسمية تقدم إستراتيجية التنمية التي طبقت في الجزائر ورغم أن هذا البرنامج قد أشار بوضوح ضرورة التصنيع إلا أنه لم يقدم سياسة صناعية محددة و اكتفى بتقديم خطوط عريضة لمشروع التنمية يعتمد على إصلاح زراعي وتصنيع ضروري وتأمين للموارد الوطنية.

لقد تبنت الجزائر سياسة الصناعات الثقيلة للقضاء على التخلف الذي ورثته عن الاستعمار، فاستثمرت في صناعة الحديد والصلب والصناعات الطاقوية والمحروقات الببتروكيمياوية، حيث سخرت لها إمكانيات ضخمة تجاوزت 120 مليار دج للفترة الممتدة ما بين 1966 و 1990 بالإضافة إلى الاهتمام بقطاع المحروقات خاصة بعد عمليات التأميم التي طالتها خلال سنة 1971 وتأمين المؤسسات الاستخراجية سنة 1966.

نظرا للدور الذي تلعبه المحروقات في عملية التنمية الصناعية وتوفرها في الجزائر تم تأسيس شركة سوناطراك سنة 1963 للتكفل بهذا القطاع، إلا أن سيرورة التصنيع في تلك الفترة لم تأتي بالنتائج المسطرة، وواجهت عدة مشاكل لضعف الإمكانيات الناجمة عن النزيف المالي الذي تعرضت له الدولة بسبب حاجة هذا القطاع إلى التمويل وعليه تبنت الجزائر في مرحلة

¹ : وافية تجاني: واقع وتحديات الاقتصاد الجزائري: دراسة تحليلية" مجلة دراسات وابحاث اقتصادية في الطاقات

المتجددة، المجلد 08، العدد02، جامعة باتنة1 الجزائر، 2021، ص 87.

انتقالية" سياسية الصناعة الخفيفة حيث توجهت إلى الصناعة الاستهلاكية كصناعة النسيج وصناعة الجلود والأحذية والصناعة الغذائية .

أما بالنسبة إلى للمعاملات الاقتصادية مع العالم الخارجي فلقد كانت التجارة الخارجية بالجزائر إلى غاية نهاية ثمانينيات القرن الماضي خاضعة للدولة، لنظرا لتبني الجزائر نظام الحماية الجمركية سواء على مستوى الواردات أو الصادرات، ولقد كانت غالبية هذه الأخيرة وما تزال تتأثر بهيمنة قطاع المحروقات الذي قامت بتدبيره والى هذا بشركة سوناطراك في حين أن تنظم ما بقي من الصادرات وكل الواردات كان في يد المؤسسات العمومية.

ويمكن الخروج بمجموعة من الخصائص والتحديات التي تميزها الاقتصاد الجزائري آنذاك لعل أبرزها التخطيط المركزي، احتكار الدولة للتجارة الخارجية، رقابة على أسعار السوق، التركيز على قطاع الصناعات الثقيلة وتهميش باقي القطاعات، وفي المقابل هيمنة القطاع العمومي، فرغم تكفله بعدد من المهام في معركة تصنيع البلاد بعد الاستقلال إلا أنه لم يحقق النجاح المرجو منه، كما إن تدخل الدولة عرقل عمل المؤسسة العمومية كشركة تجارية، كل ذلك من شأنه بروز عدد من النقائص في القطاع الاقتصادي العمومي.

ولذلك قررت السلطات توقيف الاستثمار في المشاريع الضخمة والتوجه إلى تدعيم المنشآت القاعدية، الأمر الذي أدى إلى تحطيم النسيج الصناعي والاعتماد على الواردات في الثمانينيات بالإضافة إلى انخفاض سعر البترول إلى ما دون 10 دولارات للبرميل سنة 1994 وهكذا عرفت المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ظروفًا عصيرة تميزت بضعف المرودية ورداءة الإنتاج وتراكم الديون والتخلف التكنولوجي مما أدى إلى تراجع النمو الاقتصادي بحوالي 2% وارتفاع التضخم إلى 20.5% بالإضافة إلى ارتفاع معدل البطالة وانخفاض ميزان المدفوعات.

ثانيا: الاقتصاد الجزائري عقب الإصلاحات الاقتصادية:¹

¹ : ناصر مراد: " الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر "، asjp، جامعة البليدة، المجلد 47، العدد 2، ص 134-135.

1. مفهوم الإصلاح الاقتصادي:

الإصلاح الاقتصادي عبارة عن عملية تحويل جذري في منهج الدولة السياسي والاقتصادي والاجتماعي قصد تغيير في سلوك الأفراد وأداء المؤسسات نحو الأفضل انطلاقا من خلفية مذهبية معينة.

- ويتضمن الإصلاح الاقتصادي عدة قضايا في هذا المجال نضع الملاحظات التالية:
إن مفهوم الإصلاح الاقتصادي ليس جامدا بل ديناميكي وذلك نظرا لتطور الأنظمة وتغير أسس العلاقات الاقتصادية الدولية، لذلك يجب الاعتماد على أدوات متجددة تستجيب لتغيرات البيئة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وكذلك تسمح بمواكبة مختلف المشاكل المستجدة.

- يعتبر الإصلاح الاقتصادي عملية مستمرة تملئها التحديات الاقتصادية والاجتماعية التي تفرزها الظروف الراهنة.

تتوقف حدود سياسة الإصلاح الاقتصادي على الظروف التاريخية والسياسية للدولة لذلك يختلف مجال الإجراءات المعتمدة.

- يتوقف نجاح الإصلاح الاقتصادي على كفاءة النظام السياسي القائم في الدولة وفعالية الجهاز الإداري الذي يتولى عملية التنفيذ وكذلك على مدى تجارب أفراد المجتمع مع عملية الإصلاح.

2. سيرورة الإصلاحات الاقتصادية:

بعد استقلال الجزائر سنة 1962 تم تبني اقتصاد اشتراكي القائم على التخطيط المركزي والاعتماد على سياسة التصنيع كنموذج اقتصادي لتحقيق نمو اقتصادي مستمر وهذا على حساب القطاع الزراعي الذي انخفضت مساهمته في الإنتاج الداخلي الخام، وقد اعتمد تمويل برامج التصنيع أساسا على مدا خيل تصدير البترول وليس محصلة إنتاج حقيقي للثروة، لذلك فان الاقتصاد الجزائري يرتبط بتقلبات أسعار البترول وتغيرات المحيط الدولي.

-وقد أثبتت الصدمة النفطية لسنة 1986 تدهور سعر البترول هشاشة الاقتصاد الوطني إذ ترتب على ذلك بروز عدة مشاكل خاصة زيادة حدة التضخم، ارتفاع حجم البطالة، ارتفاع

المديونية ونقص العملات الأجنبية بالإضافة إلى انخفاض معدلات النمو التي أصبحت معدلات سالبة خلال الفترة 1986-1994 ونظرا لحتمية التغيير طبقت الجزائر عدة إصلاحات اقتصادية في إطار تحسين سير الجهاز الإنتاجي ومراعاة عوامل الفعالية والمرودية وتبني ميكانيزمات السوق.

-انطلقت الإصلاحات الاقتصادية مع بداية الثمانينات من خلال إعادة الهيكلة العضوية والمالية للمؤسسات العمومية والتي تعمل على تفكيك الشركات الكبرى إلى مؤسسات صغيرة الحجم ليتمكن التحكم في تسييرها، وكذلك إزالة العوائق التي تحد تحقيق المؤسسات العمومية للربح، إلا أن إعادة الهيكلة فشلت في تحسين مردودية المؤسسة لان العوامل التي ساهمت في تدني فعالية المؤسسات تتعلق أساسا بسوء التسيير كما يتضح فيما يلي:

- عدم الاستخدام الأمثل لموارد وطاقات المؤسسة.
- غياب الأطارات الحقيقية في مناصب اتخاذ القرارات الإستراتيجية.
- غياب المنافسة.

- نظرا لفشل الإصلاحات الهيكلية التي طبقت بالمؤسسات العمومية، مما استدعى على الحكومة إعطاء مسيري المؤسسات حرية اتخاذ القرارات والمبادرة وفق قواعد السوق وذلك من خلال استقلالية المؤسسات سنة 1988 التي عملت على منح المؤسسة العمومية المزيد من الحرية والمبادرة في إطار العمل للتجسيد الفعلي للامركزية، إذ أصبحت المؤسسة العمومية مستقلة كونها شخص معنوي في إطار شركات ذات مسؤولية محدودة أو شركات مساهمة. وفي هذا السياق اتخذت عدة إجراءات منها:

- تسيير المؤسسة من طرف مجلس يتكون من 7 إلى 12 عضو.
- وضع 8 صناديق المساهمة تقوم بتسيير و مراقبة أموال الدولة لدى المؤسسات المستقلة.
- لامركزية التخطيط عن طريق إعداد خطط سنوية للمؤسسات.
- وضع نظام عقود بين المؤسسات.
- عدم استكمال العمليات الخاصة بتوزيع ذمم المؤسسات المهيكلة.

هكذا لم تتحقق الأهداف المسطرة من انتقالية المؤسسات خاصة من حيث تحسين المرودية والنتائج المالية

-من خلال الإصلاحات الاقتصادية الذاتية تم مراجعة العديد من الآليات المتحكمة في الاقتصاد واتخاذ الإجراءات التالية:

- تطهير المؤسسة العمومية ومنحها الاستقلالية بالفصل بين الدولة كمالك للمؤسسة العمومية وترك تسييرها لصناديق المساهمة، قصد رفع أداء المؤسسة العمومية وتحريرها من الضغوط المباشرة للدولة بإخضاعها للقانون التجاري في معاملاتها.
- تشجيع المؤسسات على التصدير باعتماد صيغة ميزانيات العملة الصعبة التي تسمح للمؤسسات بالاستفادة من عائدات التصدير في تغطية وارداتها مع تجنب إجراءات المراقبة القبلية.
- طرح قانون جديد للاستثمار سنة 1988 أكثر انفتاحا على القطاع الخاص حيث تم إلغاء الحدود القصوى المسموح له باستثمارها مع إلغاء التصريح المسبق.
- طرح قانون جديد للشركات ذات رأس المال المختلط باعتبارها أداة استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية بحيث يسمح لها بتحويل الأموال إلى الخارج.
- نظام الأسعار من خلال تحريرها وجعلها تعتمد على قواعد السوق.
- ونظرا للظروف الصعبة التي عرفها الاقتصاد الجزائري وعجزه عن توفير السيولة اللازمة لتسديد المديونية وخدمة الدين الذي أصبح يمثل أكثر من 80% من حصيللة الصادرات، مما استدعى إلى تطبيق إصلاحات اقتصادية مدعومة من طرف صندوق النقد الدولي والبنك العالمي.
- وفي جوان 1991 عقد اتفاق ثاني مع صندوق النقد الدولي قصد دفع عجلة الإصلاحات و بوجبه حصلت الجزائر على قرض قدرة 403 مليون دولار والذي كان مشروطا بوضع برنامج تثبيت يراعي ما يلي:
- إعطاء الاستقلالية الكاملة للمؤسسات في اتخاذ القرارات الإدارية والمالية على أساس قواعد السوق.

- تقليص دور خزانة الدولة في تمويل عجز المؤسسات العمومية.
- حرية تحديد الأسعار ومراعاة مؤشرات الربحية الاقتصادية والمالية
- إصلاح نظام الأجور وتغيير سياسة الإعانات ونظام الدعم
- إصلاح النظام الضريبي ليستجيب مع معطيات اقتصاد السوق
- وفي أبريل 1994 عقد اتفاق آخر مع صندوق النقد الدولي قصد معالجة الاختلالات الهيكلية التي ميزت الاقتصاد الجزائري، وهذا من خلاله تحصلت الجزائر على قرض قدره 1037 مليون دولار، وعلى أثره اتخذت الجزائر عدة إجراءات تتمثل فيما يلي:
- تحرير الأسعار وإزالة القيود على التجارة الخارجية والحد من التدعيم لمعظم السلع الأساسية.
- تخفيض قيمة العملة الوطنية بنسبة 50%.
- إيجاد آليات وميكانيزمات للانتقال إلى اقتصاد السوق (إعادة الهيكلة، استقلالية المؤسسات والخصوصية).
- تثبيت كتلة أجور الوظيف العمومي وضبط الإنفاق العام.
- تقليص الكتلة النقدية عن طريق رفع معدل الفائدة إلى الادخار من 10% إلى 14% وكذلك رفع معدلات الفائدة على القروض إلى 23.5%.
- وفي ماي 1995 قامت الحكومة الجزائرية عقد اتفاق مع الصندوق النقد الدولي في إطار برنامج التصحيح الهيكلي، وذلك لمدة ثلاثة سنوات أي إلى غاية 1998، ويهدف هذا البرنامج تحقيق نمو متزايد واستقرار مالي، تدعيم الطبقات الاجتماعية المحرومة وتوازن ميزان المدفوعات وخلال هذه الفترة اتخذت عدة إجراءات منها:
- التطهير المالي للمؤسسات العمومية.
- إنشاء البنوك الخاصة أو فروع لبنوك أجنبية.
- إنشاء بورصة القيم المنقولة لتدعيم خصوصية المؤسسات العمومية.
- تشجيع الاستثمار الأجنبي بموجب قانون الاستثمار لسنة 1993 الذي كرس حرية الاستثمار.

-وفي سنة 2005 شرعت الحكومة في تطبيق برنامج لدعم النمو الاقتصادي والذي يعتمد إلى غاية 2009 وقد خصص له غلاف مالي قدره 4200 مليار دج، قصد تحسين شروط العيش للمواطنين وكذلك ترقية محيط الاستثمار.¹

الفرع الثاني: مفهوم الاقتصاد الجزائري²

يتميز الاقتصاد في الجزائر انه ريعي، يعتمد أساسا على البترول والغاز من حيث البنية والشكل، وهذا ما أدى بالضرورة إلى كثير من الاختلالات الاقتصادية، مثل ظهور الأسواق الموازية وآثارها السلبية على الاقتصاد وكذا التأخر المسجل في القطاع البنكي والمصرفي الذي لا يزال يشكل نقطة سوداء في الاقتصاد الجزائري والأثر السلبي الكبير هو انعدام فاعلية التنمية الاقتصادية، وبالتالي غياب كلي للاستثمارات سواء كانت داخلية أو خارجية.

المطلب الثاني: إمكانيات الجزائر وخصائص اقتصادها

الفرع الأول: الإمكانية الطبيعية، الاقتصادية والبشرية للجزائر³

تتوفر الجزائر على إمكانيات هائلة منها:

- تقدر مساحة الجزائر 2.381.741 متر مربع، تمتد سواحلها على مسافة 1200 كلم على البحر الأبيض المتوسط.
- احتياطي البترول يقدر بحوالي 10 مليار برميل أي ما يعادل 1% من الاحتياط العالمي، في حين ان احتياطي الغاز يصل الى 4000 مليار متر مكعب، أي ما يعادل 5% من الاحتياطي العالمي لهذا تكون الجزائر في الصف الخامس عالميا من حيث الاحتياط لكنها تتقدم الى الصف الثاني عالميا من حيث تصدير الغاز.

¹ :المجلس الوطني الاقتصادي و الاجتماعي: "تقرير حول عناصر مطروحة للنقاش من اجل عقد النمو" ، الجزائر، 2005 ص 84.

² : [Http://ELEARM,UNIV_ORANI.DZ](http://ELEARM,UNIV_ORANI.DZ) موقع الكتروني اطلع عليه يوم 2022/05/24

³ : عبد الجليل هجيرة: "العوامل المؤثرة في تنافسية الاقتصاد الجزائري" ، رسالة دكتوراه في المالية الدولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017/2016، ص 74-75.

- معدل النمو الديموغرافي في الجزائر هو 2.2% وهو معدل مرتفع مقارنة مع دول شمال إفريقيا.
- أكثر من 40% من السكان سنهم اقل من 15 سنة، متوسط العمر هو 67 سنة عند الرجال و 69 سنة عند النساء.
- تحتوي على 53 أرضية مسطحة للمرفأى الجوية، 12 ميناء بحريا متعدد الخدمات.
- اغلب إيرادات الجزائر من الصادرات تتمثل في المحروقات بنسبة تتراوح بين 95% و 98% من الصادرات الجزائرية
- كما تشكل المحروقات أكثر من 60% من الايرادات الجبائية

الفرع الثاني : خصائص الاقتصاد الجزائري:

أولا: خصائص إيجابية :

- مما لا شك فيه أن الاقتصاد الجزائري يعتبر من أهم الاقتصاديات الإفريقية بحكم طبيعة الموارد والثروات المادية التي يتميز بها (موارد طاوقية، منجمية وموارد أولية هامة).
- حجم الطاقات الإنسانية والكفاءات البشرية التي يتمتع بها.
- قطاعات صناعية لا يستهان بها رغم ضرورة التطوير.
- توفر بنية شاملة وهامة: موانئ ومهارات.
- توفر مساحات زراعية هامة.

ثانيا: خصائص سلبية:

ومع هذا فإن توالي الاختيارات الاقتصادية المتناقضة أحيانا والآثار السلبية لها أفرزت أوضاعا اقتصادية جعلت الاقتصاد الجزائري يتميز بخصائص سلبية تساهم في إضعاف كفاءته الاندماجية في الاقتصاد العالمي

1. اقتصاد ريعي:

الاقتصاد الجزائري هو اقتصاد ريعي، حيث يقوم على إستراتيجية استنزافية للثروة البترولية والغازية وهذا على حساب إستراتيجية التصنيع، الأمر الذي يجعل الاقتصاد الجزائري رهينة الإيرادات الريعية المتحققة في الأسواق الدولية¹

ومن مميزات الاقتصاد الجزائري صغر حجم القطاع الصناعي خارج المحروقات (أقل من 10% من الناتج الداخلي الخام) يسيطر عليها القطاع الخاص.

2. اقتصاد تطورت فيه آليات الفساد:

إن آليات الفساد أصبحت تؤثر على حركية النشاط الاقتصادي، ومجالاته وتحد من كفاءة السياسة الاقتصادية وتعطيل المنظومة القانونية والتشريعية والاقتصادية.²

ثالثا:الاقتصاد الجزائري من حيث الصادرات:

يتميز الاقتصاد الجزائري بالطبيعة الأحادية لهيكل الصادرات، حيث يعتمد بالأساس على حصيلة الصادرات النفطية التي تقدر بأسوأ الحالات ب 95% من اجمالي عوائد الصادرات الجزائرية

¹ : خالدي خديجة: " اثر الانفتاح التجاري على الاقتصاد الجزائري "، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان ، مجلد2، العدد 02- ص 87.

²: خالدي خديجة، مرجع سابق ذكره، ص88.

جدول رقم (2): الأهمية النسبية للمحروقات من إجمالي الصادرات الجزائرية (1994-2000) (الوحدة %¹)

السنة	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
النسبة	95.4	95.2	96.1	94.9	93.5	96.3	94.4

المصدر: بوعتروس عبد الحق قارة ملاك "أثار تغير سعر صرف الاورو مقابل الدولار الأمريكي على الاقتصاد الجزائري" مجلة العلوم الإنسانية جامعة قسنطينة، العدد 27، جوان 2007 ص 208.

رابعاً: الاقتصاد الجزائري من حيث الواردات:

تتميز الواردات الجزائرية بتنوع هيكلها و بضرورتها للحياة البشرية و للآلة الإنتاجية، هذا ما رفع من نسبة الإنفاق على الواردات، وتمتاز أيضا بالتركيز الكافي العالي، حيث نجد حوالي ثلثي الواردات الجزائرية مصدرها الاتحاد الأوروبي ففي سنة 2002 بلغت نسبة الواردات من أوروبا 64.5% وهو ما يدل على ان واردات الجزائر مقومة في معظمها بالعملة الاوروبية.²

المطلب الثالث: اندماج الاقتصاد الجزائري مع الاقتصاد العالمي

الفرع الأول: مسار انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة:

تقدمت الجزائر بطلب الانضمام في 1987/06/03 وتم قبول الطلب من طرف مجلس ممتلكي أعضاء "الغات" في 1987/06/17 وعليه تم تنصيب فوج عمل في الفاتح من يناير 1995، تم تحويل جميع أفواج العمل للانضمام إلى الغات إلى أفواج عمل مكلفة بالانضمام

¹ : بوعتروس عبد الحق، قارة ملاك: "أثار تغير سعر صرف الاورو مقابل الدولار الأمريكي على الاقتصاد الجزائري"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة، العدد 27، جوان 2007، ص 208.

²: بوعتروس عبد الحق، قارة ملاك: مرجع سابق ذكره، ص 280.

إلى منظمة التجارة العالمية فتبعت الجزائر مجموعة من الإجراءات المعمول بها للانضمام، أما عروضها الأخيرة كانت في يناير 2005، وسمحت بالإمضاء على 4 اتفاقيات ثنائية وكذا تقدما كبيرا في المفاوضات مع عدد من الدول.

وصل مسار انضمام الجزائر إلى مرحلته النهائية، خاصة بعد الاجتماع التاسع لفوج العمل، إلا أن بعض الوسائل المطروحة في المذكرة سوف يتم مراجعتها لمناسبة الاجتماع المقبل لفوج العمل، خصوصا فيما يتعلق برخص الاستيراد، بالخصوص تجارة الأدوية، وكذا بعض الإجراءات المتعلقة بتجارة السلع والسلع الصناعية التي لا تزال رهن المفاوضات.¹

الفرع الثاني: منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى:

منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى هي تحالف اقتصادي أقيم بين الدول العربية بهدف الوصول إلى التكامل الاقتصادي والتبادل التجاري (استيراد_تصدير) وقد وقعت الاتفاقية من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف منها المحافظة على المصالح الاقتصادية للدول العربية وتنمية علاقتها مع العالم الخارجي، وقد وصلت الاتفاقية حسب البرنامج المسطر لها إلى مرحلة التحرير الكامل للتجارة في السلع في 2005/01/01 من خلال الإعفاء الكامل من الرسوم الجمركية والضريبة ذات الأثر المماثل بين جميع الدول الأعضاء، والجزائر لم تكن من بين الدول السبعة عشر التي وقعت على اتفاقية الإنشاء، وقد قامت بالمصادقة على هذه الاتفاقية سنة 2004 وتم إرسال ملف الانضمام في ديسمبر 2008 وانضمت الجزائر رسميا إلى منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى في الفاتح من جانفي من سنة 2009.²

الفرع الثالث : اتفاقية الشراكة الجزائرية _الأوروبية:

¹ : <http://www.mincommerce.gouv.dz> larab .

² :كاكي عبد الكريم: " اثر الاستثمار الأجنبي المباشر على تنافسية الاقتصاد الجزائري " ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص تجارة دولية، المركز الجامعي غرداية، 2010/2011، ص 154.

يعتبر الاتحاد الأوروبي بالنسبة للجزائر من أهم الشركاء التجاريين، حيث تمثل واردات الجزائر من الاتحاد الأوروبي أكثر من 65% خلال الفترة الممتدة ما بين (1997_2003) اما صادرات الجزائر إلى الاتحاد الأوروبي فهي الأخرى تمثل نسبة معتبرة ، حيث وصلت إلى 60% من خلال نفس الفترة وهو ما يدل على العلاقات التجارية القوية بين الطرفين ¹.

¹ :سمينة عزيزة : " الشراكة الأوروبية الجزائرية بين متطلبات الانفتاح الاقتصادي والتنمية المستقلة "، مجلة الباحث، 2011/09، ص 152.

المبحث الثاني: واقع الصادرات في الجزائر

المطلب الأول: مفهوم التصدير وأهمية وطرقه:

الفرع الأول: تعريف التصدير:

تعددت الصيغ المختلفة لتحديد مفهوم التصدير لذا يتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى ذكر بعضا منها وصولا إلى استخلاص مفهوم شامل.

يعرف الاقتصادي عبد المهدي عادل أن التصدير: " عملة تقوم على بيع و إرسال سلع وخدمات وطنية إلى الخارج".¹

ويعرف فؤاد مصطفى محمود التصدير بأنه: " بيع سلعة معينة من مراكز إنتاجها إلى مراكز تسويقها، أو بتعبير آخر من احد الأسواق التي تمثل السلعة فائضا من إنتاجها إلى سوق آخر تمثل نفس السلعة جزء من احتياجاتها".²

أما حسب الموسوعة الاقتصادية فهو: "تلك العملية التي من خلالها تتدفق السلع والخدمات من التراب الوطني والتي تحول خارج هذه الحدود، ويمكن أن تكون بكثرة أو بقلّة.

وفي ذات السياق يمكن تقديم مفهوم للتصدير على المستويات التالية:

أولاً: على مستوى المؤسسة:

هو عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته المؤسسة إلى الأعوان الخارجية.

ثانياً: على المستوى الوطني:

¹ : عادل عبد المهدي: "الموسوعة الاقتصادية"، دار ابن خلدون، بيروت، 1980، ص 141.

² : مصطفى محمود فؤاد: "التصدير والاستيراد علميا وعمليا"، دار النهضة العربية، الطبعة الثالثة، القاهرة 1993 ص 235.

هو عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته دولة إلى الدول التي تعاني من نقص في الإنتاج، وهو عملية عبور السلع والخدمات من الحدود الوطنية.

ثالثا: على المستوى الدولي:

التصدير هو وسيلة من وسائل تحقيق الرفاه الاقتصادي لأي دولة من الدول، يستعمل لمواجهة المنافسة واقتحام الأسواق الخارجية، والتحكم في تقنياته يؤدي إلى ازدهار العلاقات الاقتصادية الخارجية لدولة ما.

-من خلال جملة هذه التعاريف يتضح أن التصدير تعبير عام فهو لا يقتصر على بيع السلع والمنتجات ذات المنتج المحلي سواء كانت مواد أولية أو سلع وسيطة أو نهائية وخدمات إلى دول العالم، فتعبير التصدير لا يقتصر على تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته المؤسسة أو الدولة إلى الأعوان الخارجية وإلى الدول التي تعاني نقصا في الإنتاج، وإنما يمتد ويتناول تصدير رؤوس الأموال.¹

الفرع الثاني : أهمية التصدير

تشير أدبيات الداعين إلى تبني قيادة التجارة الخارجية للنمو الاقتصادي، إلى أن الصادرات وسياسات التصدير على وجه الخصوص تلعب دورا رئيسيا في عملية النمو، من خلال تحفيز الطلب وتشجيع الادخار و تراكم رأس المال، كما أن إستراتيجية قيادة الصادرات تجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة وتخلق فرص عمل وتحسن توسيع الدخل، بالإضافة إلى ترافق النمو الأعلى للصادرات نموا أعلى للدخل.²

¹ : فريد النجار: "تسويق الصادرات العربية"، دار قباء، القاهرة-2002 ص 15.

² : علي توفيق الصادق: "تطور دور الدولة في التنمية قبل وأثناء وبعد الأزمة المالية العالمية"، للمؤتمر العلمي العاشر للاقتصاديات العربية وتطورت ما بعد الأزمة الاقتصادية العالمية، يوم 19 و 20 ديسمبر 2009، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، العدد 47، جانفي 2010 - بيروت-لبنان ص 21-22.

يبرز التصدير أهمية كبيرة في كونه يلعب أدوارا متعددة في مجال النمو والتنمية من خلال:¹

1. خلق فرص عمل جديدة.
2. إصلاح العجز في ميزان المدفوعات.
3. جذب الاستثمار الأجنبي والمحلي.
4. تحقيق معدلات نمو مطردة.

الفرع الثالث: طرق التصدير

يعد التصدير من بين أبسط أشكال الدخول للأسواق الخارجية، لأنه يتضمن اقل نسبة من المخاطر بالمقارنة مع الأشكال الأخرى، كالاستثمار الأجنبي المباشر والتحالفات الإستراتيجية....الخ

وعلى العموم قد يكون نشاطا سلبيا أو قد يكون نشاطا ايجابيا، فالنشاط السلبي للتصدير يعني أن المؤسسة قد تباع للخارج دون تخطيط مسبق، أو أنها تنظر إلى الأسواق الخارجية كوسيلة للتخلص من فائض المنتجات، أما النشاط الايجابي يعني أن المؤسسة تقرر الالتزام بالبحث عن فرص تسويقية في الخارج، ويوجد في التصدير أسلوب التصدير المباشر

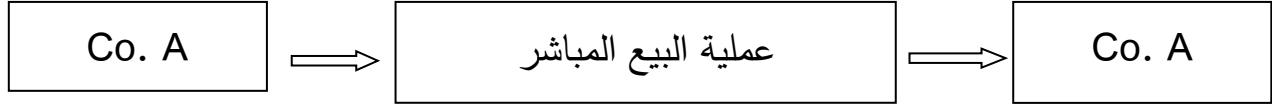
DIRECT EXPORT والتصدير غير المباشر INDIRECT EXPORT

اولا: التصدير المباشر DIRECT EXPORT:

يتطلب التصدير المباشر وجود صلة مباشرة بين المؤسسة المنتجة والمصدرة في نفس الوقت، (الطرف البائع) والمؤسسة المستفيدة (الطرف المشتري) خارج البلد الأصلي للمؤسسة المصدرة دون الاستعانة بخدمات الوسطاء، وهذه العملية تتضح من الشكل التالي:

¹ : رضوان عبد الحميد: "سياسات تنمية الصادرات"، وزارة التجارة الخارجية الإمارات العربية المتحدة، العدد 1 من سلسلة التجارب دولية ناجحة في مجال التصدير، 2009، ص 1.

شكل رقم (2): التصدير المباشر¹



المصدر: سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص38.

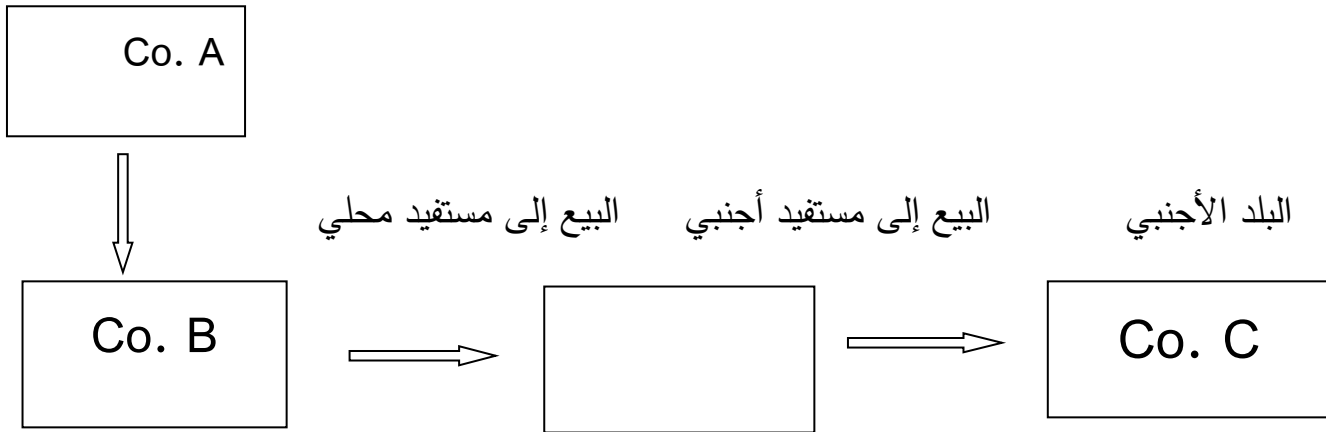
ثانيا: التصدير الغير مباشرة: INDIRECT EXPORT:

يعد التصدير الغير المباشر الطريقة الأكثر شيوعا في اقتحام الأسواق الخارجية، ويقصد به ذلك " النشاط الذي يترتب على قيام مؤسسة ما ببيع منتجاتها إلى مستفيد محلي يتولى عملية تصدير المنتج إلى الأسواق في الخارج سواء كان المنتج بشكله الأصلي أو بشكله المعدل.² والشكل التالي يوضح ذلك:

¹ : المصدر سعد غالب ياسين: "الإدارة الدولية" ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع- عمان الأردن 2002- ص 38.

² : سعد غالب ياسين، مرجع سابق ذكره، ص 38-39.

الشكل (3) : التصدير الغير المباشر



المصدر: سعد غالب ياسين، مرجع سابق ذكره، ص 39.

المطلب الثاني: مؤشرات الصادرات ومحددات التصدير

الفرع الأول : مؤشرات الصادرات

سنتناول في هذا العنصر أهم المؤشرات المتعلقة بالصادرات، باعتبار أن القدرة التصديرية هي من أهم العوامل المحددة لقدرة الدولة على الاستيراد من جهة، باعتبارها تعكس بشكل قوي طبيعة البنية الاقتصادية لدولة من جهة أخرى ومن بين هذه المؤشرات ما يلي:¹

أولاً: نسبة الصادرات إلى الناتج المحلي الإجمالي للدولة:

وذلك باعتبار انه كلما خصصت الدولة جزءا كبيرا من إنتاجها للتصدير، كان ذلك دليلا على اعتماد كبير للدولة على الخارج، وعلى إنتاجها في التقسيم الدولي للعمل الذي تسطر عليه الرأسمالية العالمية، غير انه يجب الاحتياط ضد التفسيرات الميكانيكية لارتفاع نسبة

¹ : إبراهيم السوي: "قياس التبعية في الوطن العربي" ، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى بيروت، لبنان، نوفمبر 1989 ص 43-44.

الصادرات إلى الناتج، فقد ترتفع هذه السنة أيضا في تلك الظروف التي تريد فيها الدولة الحصول على النقد الأجنبي الضروري لاستيراد السلع الاستثمارية والتقنية اللازمة لإقامة قاعدة إنتاجية تمهد لاستقلالها على المدى البعيد، فالعبرة هنا هي بنمط استخدام حصيلة الصادرات، وثمة احتياطات آخر فيما يتعلق بنوعية الصادرات وبخاصة ما إذا كانت الصادرات سلعة أولية أم سلعا صناعية، لكن هذا الأمر سيأخذ في الحسبان من خلال المؤشر الخاص بالتركيز السلعي للصادرات الذي سيتم التطرق إليه فيما بعد.

ثانيا: نسبة تغطية الصادرات للواردات:

وهو مؤشر يعبر عن مدى إمكانية تغطية الواردات السلعية عن طريق إجمالي الصادرات السلعية والمتمثلة في الصادرات خارج المحروقات زائد إعادة التصدير، على أن اعتبار العبرة ليست باعتبار نسبة الصادرات وحدها أو بارتفاع نسبة الواردات وحدها وإنما يجب أن يضاف هذا وذلك عامل آخر يتمثل في مدى التناسب بين الصادرات والواردات، أو مدى قدرة الصادرات على الوفاء بقيمة حاجات الدولة من الواردات، حتى لا تظهر للاستدانة والوقوع في تبعية الديون الأجنبية، وربما يكون من المناسب في بعض الظروف إيجاد نسبة حصيلة الصادرات إلى الواردات الجارية، أي إلى جملة الواردات بعد استبعاد الواردات من السلع الرأسمالية، وتتوقف قيمة هذا المؤشر على مدى وفرة المنتجات القابلة للتصدير، وكذلك على سياسة الدولة في استخدام عائدات التصدير.

ثالثا: درجة التركيز السلعي للخدمات:

ويقصد به مدى غلبة الوزن النسبي لسلعة أو لمجموعة من السلع التصديرية للدولة على جملة صادراتها، فعندما ترتفع نسبة سلعة أو عدد قليل من السلع التصديرية إلى جملة صادرات الدولة، ارتفاعا يتخطى النسبة التي يمكن اعتبارها نسبة مأمونة، تزداد احتمالات الحرج في وضع الدولة، وتزداد احتمالات ضعف مقدرتها على المساومة ومن ثم تزداد

احتمالات تبعيتها للخارج، ومن المهم عند النظر في درجة التركيز السلعي للصادرات التمييز بين السلع الأولية والسلع الصناعية.¹

رابعاً : النسبة التي تخصص للتصدير من الإنتاج المحلي للسلع أو المجموعات السلعية الرئيسية:

أو بعبارة أخرى نسبة ما يخصص من الإنتاج المحلي للاستخدام المحلي، سواء لأغراض الاستعمالات النهائي أو لأغراض التصنيع، ويعتبر هذا المؤشر من المؤشرات ذات الأهمية الكبرى في التعبير عن مدى تكامل الاقتصاد المحلي من زاوية التقارب بين نمط الإنتاج ونمط الاستهلاك، فالأصل هو ألا تتعزل الصادرات عن الطلب الداخلي وإنما تكون امتداداً طبيعياً له.

خامساً: مؤشر التركيز الجغرافي للصادرات:

الغرض من هذا المؤشر التعرف على مدى اعتماد البلد موضوع الدراسة على بلد أو عدد قليل من البلدان، أو كتلة من التكتلات العالمية في تصريف صادراته، وقد تمت صياغة هذا المؤشر عبر تركيبه من ثلاث مؤشرات فرعية هي:

1. النصيب النسبي في جملة الصادرات التكتلية صاحبة النسبة الأكبر في شراء المنتجات التصديرية للدول المعنية.
2. النصيب النسبي في جملة الصادرات لدولة صاحبة النسبة الأكبر في شراء المنتجات للصادرات للدول المعنية.
3. النصيب النسبي في جملة الصادرات لأهم خمس دول في استيعاب صادرات الدول المعنية.

¹ : عمر بن فيجان المرزوقي، التبعية الاقتصادية في الدول العربية وعلاجها في الاقتصاد الإسلامي، مكتبة الرشد، الطبعة الأولى_المملكة العربية السعودية_الرياض_ ص 24

الفرع الثاني : محددات التصدير:

إن حجم الصادرات لأي دولة في أي وقت وتغيراته مع الزمن يمكن تحديده من خلال العديد من العوامل التي يمكنها أن تكون سبب في نجاح عملية التصدير أو تقف عائقا في تطور حجمها ومن بين هذه العوامل أو المحددات تناول ما يلي:

أولاً: المحددات الداخلية:¹

طبيعة الهيكل الاقتصادي: فهو يعتبر من أهم المحددات لحجم الصادرات ويظهر ذلك إذا ما قارنا صادرات الدول النامية بمثلتها في الدول المتقدمة حيث استغلال الموارد المتاحة في الدول النامية لتمويل صناعاتها و جعلها أسواق لتصريف منتجاتها خاصة الصناعية منها دون دعم لهذه الدول النامية لتطوير القطاع الصناعي بها.

1. الانفجار السكاني: إن نمو الصادرات يتأثر بشكل سلبي بالنمو الديموغرافي الكبير، وهو

أمر تتميز به معظم الدول النامية حيث أن ظاهرة الانفجار السكاني تؤدي إلى

الامتصاص المتزايد للموارد الاقتصادية، مما يحول دون تحقيق الفائض الوجه للتصدير.

2. اتجاه الاستثمار: إن توجيه الاستثمار يعتبر من المحددات الأساسية لحجم وهيكل

الصادرات خاصة في الدول النامية لهذا استوجب وضع بدائل لتنمية الصادرات عند

توزيع الاستثمارات على مختلف الأنشطة الاقتصادية بالنظر إلى ما تعانيه هذه الدول

من عجز مستمر في موازين مدفوعاتها بالإضافة إلى إعطاء تقلبات أسعار صادرات

المواد الأولية حجمها من الاهتمام في المدى القصير وهذا كله باعتبار أن التصدير

هو المصدر الوحيد لتمويل المشروعات الاستثمارية بالعملة الصعبة.

3. السياسة التجارية: إن الدفع بصادرات الدول النامية يستدعي تطوير الإنتاج وتحسين

جودته لمواجهة المنافسة الدولية. وهذا يتحقق في ظل سياسة تنمية متكاملة

¹ : د. وليد ببيبي، د. سمية صلعة: " حتمية ترقية الصادرات غير النفطية في الجزائر"، مجلة المالية والأسواق، المجلد 06

العدد 01، (2019)، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر، ص 460-463.

ومتناسقة ومبينة وفق إستراتيجية مشعلة لكل الموارد المتاحة بأفضل الطرق وفي هذا الإطار يمكن للسياسة التجارية المساهمة في..... معدلات التبادل بتطبيق أساليب تجارية تعود بالمنفعة على الاقتصاد الوطني، لكن بالتجارب مع السياسات التجارية للدول المتقدمة لكي لا تضع هذه الأخيرة عوائق أمام صادرات الدول النامية.

ثانيا: المحددات الخارجية:

1. أثر الطلب العالي على صادرات الدول النامية: من خلال دراسة الطلب العالي يتبين أن هناك تباطؤ في زيادة هذا الطلب مما اثر سلبا على صادرات المواد الأولية وهذا ما يفسر بما يشهده العالم من بروز البدائل الصناعية المرتبطة بالسياسة الإنتاجية في الدول المتقدمة وزيادة العراقيل التي تضعها هذه الأخيرة أمام ما تستورده من الدول النامية.

2. اثر اتجاه شروط التبادل الدولي على الدول النامية: أن معدل التبادل بالنسبة للدول المصدرة من طرف الدول النامية قد عرف تراجع ملحوظ نتيجة عوامل مرتبطة بالعرض والطلب بفعل ما يلعبه التقدم التكنولوجي خاصة.¹

3. دور الحكومة: تتدخل الحكومة في الاقتصاد بأشكال مختلفة كالمشاركة، التخطيط، المراقبة والتشجيع، إن الغاية من تصرفات الحكومة هي تشجيع عمليات التبادل التجاري الدولي و تسهيلها، و ذلك من خلال الاتفاقيات التي تعقدها مع حكومات الدول الأخرى وممارسة نشاطات التسويق الدولي التسهيلية.²

¹ : بوزيان العربي: " سياسة التصدير في الجزائر خلال مرحلة الاقتصاد الموجه والإصلاحات " ، مذكرة مقدمة كجزء من

متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التخطيط، جامعة الجزائر، سنة، 2000 ص. 28

² : نور الهدى حداد، هاني : " العوامل المحددة للاداء التصديري للشركات الصناعية الجزائرية المصدرة للمنتجات غير

النفطية " ، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، العلوم الإدارية، المجلد38، العدد 2 ، 2011 ص 12

المطلب الثالث: دوافع تنمية الصادرات غير النفطية في الجزائر

تشير أدبيات النمو الاقتصادي في العالم أن عجز الحساب الجاري لمجموعة الدول النامية قد شهد اتجاها متزايدا للعجز في حيث أن عقد الثمانينيات قد شهد انخفاضا في العجز في الحساب الجاري، والجدير بالذكر أن عجز الحساب الجاري في السبعينات نتيجة الاضطرابات النقدية التي شهدتها هذا العقد، هذا بالإضافة إلى الارتفاع الشديد في أسعار النفط وانحياز نظام أسعار الصرف الثابت أما في عقد الثمانينيات اتجهت إلى الانخفاض نتيجة الأزمات التي واجهتها الدول النامية، إن هذا الانخفاض قد أدى في حقيقة الأمر إلى تعثر مسار النمو وزيادة حالة الركود وارتفاع الأسعار وتزايد البطالة هذا ويرجع تراكم عجز مواز بين المدفوعات في الدول النامية إلى مجموعة من الاعتبارات نذكر منها:

الفرع الأول: النزعة الحماية:

اتجهت الدول الصناعية المتقدمة إلى زيادة النزعة الحماية أمام وارداتها من كافة السلع الأولية والصناعية، نتيجة للآزمات المالية التي سادت في عقد الثمانينيات بالإضافة إلى فترات الركود العالمي الذي ساد معظم الدول الصناعية، هذا وقد اتجهت الدول الصناعية التي تبني القيود الحماية غير التعريفية على اثر اللجان في تخفيض متوسط التعريفات الجمركية.

الفرع الثاني: معدل التبادل:

شهدت معدلات التبادل الدولية تدهورا في غير صالح الدول النامية ويرجع ذلك بصفة أساسية إلى اتجاه أسعار السلع الصناعية التي تهدرها الدول المتقدمة إلى الدول النامية إلى الارتفاع الشديد مقابل اتجاه أسعار السلعة الدولية.

باستثناء البترول إلى الانخفاض، ويرجع السبب وراء الانخفاض النسبي في أسعار المواد الأولية إلى تراخي الطلب العالمي على هذا النوع من المنتجات نتيجة للتقدم العالمي

والتكنولوجي الذي حققته هذه الدول الصناعية المتقدمة بما ساعدها على تخفيض نسبة المواد الأولية المستخدمة لإنتاج الوحدة من السلع الصناعية.¹

الفرع الثالث: الدين الخارجي:

لقد تزايدت أعباء الديون الخارجية في الفترة الأخيرة، فالديون الخارجية هي نتيجة لتزايد العجز في موازين المدفوعات فتزايد عجز الحساب الجاري تترتب عليه الرأسمالية، ويترتب عليه زيادة أرقام المديونية الخارجية بالتبعية تزداد أرقام المديونية الخارجية مما يترتب عليها التزامات وأعباء واجبة السداد بعد فترة زمنية، الأمر الذي يعكس في النهاية في زيادة العجز في الحساب الجاري.²

¹ : وصاف سعيدي: " تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر " ، الواقع والتحديات مجلة الباحث، العدد، 1 الجزائر، سنة، 2002 ص 8-9.

² : د. وليد بيبى ، د. سمية صليحة: مرجع سابق ذكره، ص 468.

المبحث الثالث: تنمية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر

المطلب الأول: المشاكل والصعوبات التي يعاني منها قطاع التصدير خارج

المحروقات

إن الركود الكبير الذي عرفته الصادرات غير النفطية والذي دام لمدة طويلة، أدى إلى الاعتماد بان الفشل قدر محتوم في الجزائر تم الوضوح له، وهو ما ظهر على سلوك وتصرفات أغلبية الأعوان الاقتصادية، نشاط التصدير خارج المواد النفطية لم يساير الديناميكية التي عرفها الاقتصاد الوطني من الاستقلال، وحتى الأهداف المسطرة في برنامج الحكومات المتعاقبة خاصة في السنوات الأخيرة لم تتحقق، وهو ما يدفعنا للتساؤل عن أسباب هذا الجمود وعن القطاعات المرشحة لرفع التحدي في هذا الشأن:

الفرع الأول: على مستوى القطاع الفلاحي:

نذكر منها ما يلي:¹

أولا : انتهاج الجزائر لسياسة الصناعات المصنعة والذي ترجم إهمال غير متعمد للقطاع الفلاحي، وهو ما اثر على تطور هذا القطاع الحساس وحتى الميزات النسبية التي كانت تحوزها الجزائر في هذا المجال تم تحطيمها كنتيجة لهذا الاختيار، بحيث تم إعطاء الأولوية في مجال الاستثمارات الحكومية لقطاع الصناعة على حساب الفلاحة، وحتى رأس المال الاجتماعي كان مؤهلا للتفاعل مع القطاع الفلاحي أكثر منه مع القطاع الصناعي.

ثانيا: الارتفاع المتزايد في نسبة النمو الديموغرافي، الذي أدى إلى زيادة الطلب على المواد والسلع الفلاحية والغذائية مع تراجع الإنتاج الفلاحي وعدم استقراره.

¹ : بن لحرش صراح : " تشجيع الصادرات خارج المحروقات " ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2012-2013، ص 151.

ثالثا: تحسن أسعار البترول أدى إلى التفكير أكثر في الاستيراد من أجل سد حاجيات السكان الغذائية، وعدم الدخول في إصلاح زراعي عميق.

رابعا: اعتماد القطاع الفلاحي على عامل الطبيعة والمناخ فحتى لو توفرت الظروف المساعدة في تطوره (ظروف مالية، مادية، تقنية) فإن أي تقلب في الأحوال الجوية (نقص الأمطار مثلا) يؤثر سلبا على الإنتاج الفلاحي.

الفرع الثاني: للقطاع الصناعي

بخصوص النماذج التسييرية في المؤسسات الاقتصادية الصناعية فإن هناك أسباب ضعف كثيرة تفسر الجمود الكبير الحاصل على مستوى الصادرات الصناعية، ويتجلى هذا الضعف في النقاط التالية:¹

أولا: ضعف الأداء وانخفاض الإنتاجية:

اتسع اثر تطور الإصلاحات التي مرت بها المؤسسات الصناعية الجزائرية بانخفاض مستواها في معظم جوانبها، وهذا ما عبر عنه نقص مستوى الإنتاجية في هذا القطاع، حيث لا تزال مساهمة الصناعة التحويلية متواضعة في الإنتاج المحلي الإجمالي، لا تتعدى ° 135 ، وتأتي في المرتبة الثالثة أو الرابعة بعد الزراعة والصناعات الاستخراجية وقطاع الخدمات والتجارة، إضافة الى الضعف الكمي لم تستطع أن تضع سلعا إستراتيجية تسمح لها أن تحتل مركزا خاصا في السوق الدولية.

ثانيا: ضعف القدرة التنافسية:

¹ : منير نوري، وإبراهيم لجلط: "المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وإشكالية التصدير خارج المحروقات" ، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، يوم 10-11 نوفمبر 2010 ص 8.

إن أسرار الحماية التي تمتع بها القطاع العام الصناعي لم تحقق الهدف والغاية التي وجدت من أجلها بل كانت النتائج سلبية على القطاع الصناعي العمومي، بحيث وصل إلى مرحلة يعاني فيها من مشاكل عديدة أبرزها:

1. تدني مواصفات السلعة المنتجة مقارنة مع غيرها من السلع في الأسواق الخارجية.

2. آلية العمل الاقتصادي والإداري من أبرزها سماتها الأساسية البيروقراطية.

3. تدني مستوى الكفاءة والخبرة في التعامل مع الأسواق بقوانينها ومتغيراتها.

4. توقف بعض المؤسسات عن الإنتاج وإجراء تخفيض إرادي لمستوى استغلال الطاقات الإنتاجية المتاحة.

5. المطالبة باستمرار الحماية للإنتاج المحلي من قبل بعض المنتجين.

كل هذا يؤكد ضعف القدرة التنافسية لمنتجات الصناعة التحويلية الجزائرية وعدم قدرتها على الصمود في مواجهة المنافسة الخارجية.

6. ارتفاع في تكلفة الإنتاج

ثالثا: ارتفاع كلفة الإنتاج وعدم الاهتمام بالتنوع:

تتميز الصناعة الوطنية بشكل عام بارتفاع كلفة منتجاتها عن مثيلاتها في السوق العالمية وحتى المنتجات المتشابهة لها في الدول النامية، وهذا عقبة صعبة أمام وصولها إلى الأسواق الخارجية بل وحتى المنافسة في سوقها الداخلية، وتعود التكلفة المرتفعة للمنتجات الصناعية الجزائرية إلى عدة أسباب أهمها:

1. عدم التمكن من الاستخدام الكامل للطاقات الإنتاجية المتاحة، حيث تصل نسبة

الاستخدام إلى أقل من النصف في بعض المؤسسات الصناعية.

2. اختيار أحجام غير ملائمة للمؤسسات الصناعية خاصة في القطاع العام.

3. الارتفاع المصطنع في أسعار بعض المواد الأولية الداخلة في العملة الصناعية نتيجة السياسة السعرية.

4. عدم مرونة الجهاز الإنتاجي.

5. ضعف التسويق بالمؤسسات الجزائرية.¹

المطلب الثاني: آفاق ترقية وتشجيع الصادرات خارج المحروقات:

الفرع الأول: بناء إستراتيجية متكاملة لتنمية الصادرات خارج المحروقات:

أولاً: بناء قطاع الصناعة التحويلية:

إن بناء إستراتيجية التصدير يجب أن يكون من خلال بناء قطاعات إنتاجية تقدم قيمة مضافة وقاعدة اقتصادية صلبة ومتجددة، ويمثل قطاع الصناعة التحويلية احد الخيارات التي نراها مهمة لبناء الإستراتيجية.²

فالصناعة التحويلية تمثل احد الروافد المهمة للاقتصاد العالمي، لما تمثله من قيمة عالمية في النمو وكذا تغطية الاحتياجات المتزايدة للسكان من الصناعات المختلفة.

ومن اجل بناء قطاع كفى للصناعة التحويلية يتطلب على الدولة الجزائرية القيام ب:

1. **بناء الاستثمار الصناعي:** تتطلب عملية تنمية وجلب الاستثمارات في القطاع الصناعي

إلى مجموعة من الإجراءات الأساسية أهمها:

¹ : العياشي زرار: "الاستراتيجية التنموية في الجزائر وعلاقتها بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الإصلاحات الاقتصادية"، دراسة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2009-2010، ص 246.

² : مقال بعنوان: "اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي يستنزف اقتصاد الجزائر"، جريدة صوت الأحرار إخبارية ووطنية، منشور على الموقع

- التعاون مع هيئات تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والتشغيل لتحفيز الشباب المبادر للاستثمار في مجال الصناعة.
- القيام بالترويج الاستثماري الصناعي في السياسة الحكومية للاستثمار.
- التعاون مع الصناعيين لعرض مشاريع صناعية تساهم في التكامل الصناعي.
- إنشاء وحدات خدمة المستثمر الصناعي، تقوم بتقديم المشورة الفنية، وإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية، وإعداد دراسات السوق، وتوفير المعلومات عن موردي الآلات والمعدات والمواد الأولية.
- وضع بيانات عن المشاريع الاستثمارية الصناعية المستهدفة في متناول المتعاملين، بطرق سهلة مع تحديثها بشكل دوري.

2. بناء إستراتيجية لصادرات الصناعة التحويلية:¹

تعتبر الصادرات التحويلية هي البديل الأساسي لتعويض الصادرات النفطية الجزائرية، وبالتالي فان الاهتمام بها وتعزيز قدراتها حاجة ملحة في الوقت الحالي للاقتصاد الجزائري وان بناء إستراتيجية تصديرية تكون بإتباع الخطوات التالية:

- وضع خطة للترويج للمنتجات الوطنية في الأسواق العربية والإفريقية.
- تنظيم المعارض بصفة دورية عن المنتجات الجزائرية.
- توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة عن المنتجات الجزائرية، وعن أسواق التصدير، ودعم قواعد المعلومات.
- العمل على وجود بعثات تجارية دائمة في الأسواق العالمية الكبرى.
- إقامة الندوات المنغلقة بأساليب ومتطلبات التصدير.

¹ : بن لحرش صراح: مرجع سابق ذكره، ص 172.

ثانيا: بناء القطاع الزراعي:¹

يمثل القطاع الزراعي المجال الثاني المهم للتنمية في الجزائر خاصة مع ارتفاع التكلفة الغذائية إلى أعلى مستوياتها في السنوات الأخيرة، فلقد سخرت الدولة الكثير من الجهود والمال لتطوير القطاع إلا أن النتائج المحصل عليها تبقى متواضعة، ويحتاج القطاع إلى إعادة نظر جوهريّة تتطلب القيام بما يلي:

1. **على مستوى التنمية الفلاحية:** إن الدعم يجب أن توجهه الدولة للفلاحين المنتجين وذلك بالقيام ب:

- التكفل بعمليات شراء محاصيلهم بأسعار جيدة.
- وضع السياسات والبرامج الزراعية، يجب أن يكون وفق دراسة علمية واضحة، فانه لا ينبغي البحث عن الزيادة في إنتاج الأغذية وذلك إلى حساب تآكل قاعدة الموارد الطبيعية، وان المطلوب هو اتخاذ إجراءات فعالة لإحياء التربة وموارد المياه، والمخزونان السمكية والغابات والغطاء النباتي الأخضر الذي لحقت به الأضرار بالفعل من جراء الممارسات الزراعية السابقة قليلة الحذر.
- زيادة التركيز على حماية الموارد الطبيعية من اجل تحقيق التنمية المستدامة من خلال تحسين وتهيئة الأراضي القابلة للزراعة عن طريق الأساليب الزراعية الأفضل، وبخاصة إدخال التحسينات على التربة عن طريق التركيز على الأسمدة العضوية، إذ أن تحقيق استراتيجيات إنتاج أكثر استدامة يكون باستخدام السماد الأخضر والإدارة المتكاملة للآفات لتخفيض الآثار السلبية على البيئة والصحة.

¹ : بن لحرش صراح: مرجع سابق ذكره، ص173.

الفرع الثاني : دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحفيزها على اقتحام الأسواق الدولية:

هناك عدة جوانب أساسية تسعى من خلالها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل جعلها قادرة على اقتحام الأسواق الدولية والتي تعد من أحد العناصر الهامة في مجال تشجيع الصادرات، وهي تهدف إلى رفع الأداء التنافسي لها، وتشمل العديد من المجالات هي:

أولاً: التمويل:

حيث تقوم العديد من الدول بتقديم التسهيلات والخدمات التمويلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة سواء بالعملة المحلية أو العملة الصعبة، من خلال إعطائها قروضا بمعدلات فائدة ميسرة أو مضمونة، بهدف السماح للمؤسسات ببلوغ الأسواق الخارجية ومنافسة المنتجات الدولية.

ثانياً: التأمين:

تقوم الدول بإنشاء نظام لتأمين صادراتها وهذا من أجل تغطية المخاطر التي تواجه المصدرين أثناء العملية التصديرية.

ثالثاً: السياسة الضريبية:

يجب العمل على منح تخفيضات على خروج السلع التصديرية من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، الأمر الذي يساعد على خفض تكلفة الإنتاج، وهو الشيء الذي يسمح لها أن تتمتع بميزة تنافسية في الأسواق الدولية.

رابعاً: النقل والتوزيع.

خامساً: نظام فحص السلع المصدرة:

لضمان الجودة المناسبة للأسواق الدولية وفي هذا الإطار يجب مراعاة ما يلي:

1. التعبئة والتغليف.

2. وضع طاقم مؤهل.

3. القيام بالإشهار.

4. منح مكافآت للمصدرين.

5. الإطار القانوني.

6. تبسيط إجراءات التصدير.¹

المطلب الثالث: السياسات والإجراءات الواجب إتباعها الترقية وتفعيل الصادرات

خارج المحروقات²

من أجل النهوض بأي قطاع لا بد من اتخاذ إجراءات وسياسات معينة تعمل على تحسين وضعيته ونتائجه، ولذا فإن قطاع الصادرات الجزائرية يحتاج إلى ذلك وعليه يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من السياسات لتنمية قطاع الصادرات الجزائرية.

الفرع الأول: السياسات الصناعية والتجارية والتقليدية:

تنقسم هذه السياسات إلى:

أولاً: سياسات الدعم والإعانات:

بالرغم من البعد السياسي والهام الذي لعبته سياسات ودعم الصادرات في تنمية صادرات العديد من الدول في الماضي، إلا أن استخدامها بدا يتقلص تدريجياً نتيجة الجهود العالية لتحرير التجارة الخارجية، وانضمام عدد من الدول إلى منظمة التجارة العالمية. وعليه من أجل ضمان فاعلية الدعم وتقليل الآثار التسويقية الناتجة عنه، فإن الإطار العام لسياسات دعم الصادرات يجب أن يأخذ بعين الاعتبار الأمور التالية:

1. وضع جدول زمني لرفع إنتاجية المشاريع التصديرية وربط مقدار الدعم بذلك.

2. حجم الدعم عن السلع التي لا تعطي أسعارها مستلزمات الإنتاج المستوردة.

3. حجم الأسواق الخارجية المستهدفة.

¹ : مصطفى بابكر: "الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات"، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، العدد 6، الكويت

فبراير، 2006 ص 4-7.

² : بلحشر صراح: مرجع سابق ذكره، ص 178.

4. الاتفاقيات والتفصيلات الجمركية.

ثانيا: السياسات الجمركية:

هناك العديد من الأساليب والأنشطة الجمركية التي تستخدم لتسهيل وتشجيع الأنشطة التصديرية أشهرها:

1. نظام الدروباك : هو نظام رد الرسوم الجمركية على مستلزمات إنتاج السلعة المصدرة بعد التصدير.

2. نظام الإيداع ويقصد به إيقاف تحصيل الرسوم الجمركية المقررة على مستلزمات إنتاج السلعة المصدرة بعد التصدير.

3. نظام السماح المؤقت أو بالإعفاء التام للرسوم الجمركية المقررة على مستلزمات إنتاج السلعة المصدرة.

ثالثا: السياسات التوجيهية:

تتمثل السياسات التوجيهية في الإصلاحات و البرامج التي تهدف إلى خلق البيئة المواتية لتنمية قطاع الصادرات، وتأتي أهمية هذه السياسات من حقيقة أن السياسات التجارية والصناعية التقليدية لم تعد ملائمة لدعم القدرة التنافسية للصادرات في الأسواق الدولية، خاصة أمام عولمة الاقتصاديات وتحرير التجارة الدولية.

يتأسس مفهوم السياسة التوجيهية على أهمية الدور الذي يمكن أن تلعبه الدولة في تكوين و تدريب المهارات و توفير مناخ وطني تنافسي، وتهيئة بيئة أعمال مناسبة (تنظيمية و قانونية) للمستثمرين الوطنيين والأجانب، تحفزهم على نقل التقنيات وأساليب الإنتاج و التنظيم الحديثة، و تبعا ما يعرف بسياسة انتقاء الراحون والتي تتميز ب:

1. مرونة الدخل العالية.

2. عدم التأثير بالمنافسة الدولية.

3. القيمة المضافة العالية.

4. المكون العالي في نسبة التعلم وإمكانية رفع الإنتاجية، و التشابك الاقتصادي مع بقية الاقتصاد.

رابعاً: السياسات الإستراتيجية:

تستخدم السياسات التجارية والصناعية استراتيجياً لتحقيق أهداف رفع القدرات التنافسية للقطاعات المحورية وتعزيز الصادرات في إطار الهامش المسموح به في بنود الاتفاقيات التجارية الدولية، بما فيها اتفاقيات منظمة التجارة العالمية، ويتمثل هذا الاستخدام في الربط بين الحوافز المقدمة للصناعات من تخفيضات ضريبية وائتمانية وضمانات مصرفية وخدمات دعم لمعايير الانجاز في جانب الصادرات من حيث النوعية، الحصص الورقية، المحتوى التقني، والقيمة المضافة ولنا في التجربة الماليزية مثالا حيا على ذلك حيث تشهد تقارير منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الانكتاد) بنجاحه بإنتاج هذا النوع من السياسات.

الخلاصة:

رغم الإصلاحات الاقتصادية التي عرفها الاقتصاد الجزائري، والتي يتجلى جزء منها في أن الدولة أرادت القيام بتنظيم قطاع التجارة الخارجية وتفعيله، إلا أنه لا يزال في حيز مغلق ألا وهو الاقتصاد الريعي، كون أن المحروقات تمثل نسبة ضئيلة ويمكن إرجاع ذلك للأسباب التالية:

- استغلال قطاع المحروقات كمورد رئيسي حيث يعتبر أعلى ثروة وأخطرها لأنه طاقة قابلة للزوال ومن مميزاته إبقاء الاقتصاد الوطني هشاً وضعيفاً مع سهولة وقوع أعراض الداء الهولندي ومن ثم التعرض للصدمات الاقتصادية.
- تخوف الدولة من الانفتاح الاقتصادي لإدراكها مدى ضعف مؤسساتها وعدم قدرتها على المنافسة.
- غياب ثقافة التصدير عند المتعاملين الاقتصاديين وميلهم إلى الاستيراد لارتفاع الربح والتقليل من مخاطر التصدير.

**الفصل الثالث: أثر التجارة
الإلكترونية عبر المنصات في
ترقية الصادرات خارج المحروقات
خلال 2016-2021**

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات خلال 2016-2021

المبحث الأول: تطور التجارة الإلكترونية قبل وأثناء جائحة كورونا.

سنتطرق في هذا المبحث إلى تطور استعمال التجارة الإلكترونية في الجزائر قبل وأثناء جائحة كورونا أي في 2016-2021 لنرى مدى تأثير هذه الأزمة على التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: تطور نشاط الدفع على الانترنت في الجزائر خلال¹ 2016

¹ : سلمى صالح: "واقع الصادرات خارج المحروقات والمؤسسات الداعمة لها في الجزائر من 2010-2020"، مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 4، العدد 3 خاص، 2021 ص 82.

جدول رقم(3) : تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال 2021-2016

2021	2020	2019	2018	2017	2016	
2735260	4210284	141552	138495	87286	6536	الاتصالات السلكية واللاسلكية
16456	11350	6292	871	5677	388	نقل
1783	4845	8342	6439	2467	151	تأمينات
42487	85676	38806	29722	12414	391	كهرباء / ماء
29530	68395			0	0	خدمات إدارية
163686	213175		0	0	0	مقدمي الخدمات
3127	235	0	0	0	0	بيع البضائع
2992329	4593960	202480	176982	107844	7366	Σ

المصدر: :سلمى صالحى:"واقع الصادرات خارج المحروقات والمؤسسات الداعمة لها في الجزائر خلال 2020-2010"،
مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 4، العدد3 خاص، 2021 ص 82.

-نلاحظ أن عدد المعاملات نظام الدفع الالكتروني البنكي في تزايد مستمر منذ 2016 إلى غاية 2021 وذلك في ظل جائحة كورونا فمع انتشار هذا الوباء، انتعشت التجارة الإلكترونية وتطور نظام الدفع الالكتروني البنكي، إذن أدت جائحة كوفيد 19 إلى تسريع التحول نحو عالم رقمي أكثر.

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات
خلال 2016-2021

المطلب الثاني: نشاطات السحب على الجهاز النقدي.

تظم الحاضرة الوطنية للشبابيك لسنة 2020 ما مقداره 3030 آلة بزيادة تقدر ب 0.17 بالمائة تقريبا مقارنة بالسداسي الاخير من 2020 كما بلغت عدد عمليات السحب بواسطة البطاقات البنكية 17225208 قدرت هذه العمليات ب 349692202.000 دج.

والجدول الموالي يبين:

جدول رقم(4) : عدد الأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة وعدد عاملات السحب ل
2016-2021

السنة	عدد الأجهزة العاملة	العدد الإجمالي لعمليات السحب	المبلغ الإجمالي لعمليات السحب (دج)
2016	1370	6868031	98822524500.00
2017	1443	8310170	126398291000.00
2018	1441	8833913	136233452000
2019	1621	9929652	16411623000
2020	3030	58428933	1073004953000.00
2021	3030	30869301	626089468500.00

المصدر: مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي، 2021.

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات
خلال 2016-2021

المطلب الثالث: نشاطات الدفع على محطات الدفع الالكتروني.

جدول رقم (5) : نشاطات الدفع على محطات الدفع الالكتروني 2016-2021

السنوات	العدد الاجمالي لمحطات الدفع	العدد الاجمالي للمعاملات	Σالمجموع
2016	5049	65501	444508902.40
2017	11985	122694	861775368.90
2018	15397	190898	133533130.76
2019	23762	274624	1916994721.11
2020	33945	711777	4733820043.01
2021 ماي	38144	782779	4450205080.58

المصدر: <http://www.giomanitique.dz>

نلاحظ من خلال الجدول، بلغ عدد عمليات الدفع عبر الإنترنت باستخدام البطاقة البنكية و البطاقة الذهبية بين جانفي و 30 ماي 2021 ، 2992329 عملية، أي ما يعادل نصف العمليات المسجلة في عام 2020 وهذا بسبب التوجيهات الممنوحة من قبل البنوك ومؤسسة بريد الجزائر على تفضيا استخدام وسائل الدفع الإلكترونية بالأخص الدفع بالانترنت مستغلين الظرف الصحي وعرف مجال الدفع الالكتروني مطلع 2021 دخول التجار في المجال الجديد حيث سجل 9 معاملات في جانفي 2020 خاص ببيع البضائع وهذا بموجب القانون 05-18 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية ولكن العديد من الصعوبات التي واجهت المتعاملين خاصة معايير الأمن.

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات خلال 2016-2021

وشهدت عمليات الدفع عبر الانترنت زيادة غير مسبوقه في 2019 كما تميزت عام 2021 ببروز قطاع الخدمات.

وواصلت القطاعات الأخرى نموها المطرد لشركة الكهرباء والماء بزيادة 30.56 % عمليات إدارية 67.15 % عمليات شركة التأمين بزيادة 29.55 % و 2.21 % لشركات الاتصالات.

أما محطات الدفع الإلكترونية تم إجراء 872779 سنة 2021 وجاء هذا النمو كثمرة للتعميم التدريجي لاستخدام محطات الدفع الإلكتروني في الجزائر وخاصة في الفضاءات التجارية، ففي 2019 ارتفع عدد محطات قيد الاستغلال بنسبة 54.33 % مقارنة بسنة 2018 حيث ارتفعت أيضا عدد عمليات السحب وهذا راجع إلى توسع الشبكات البنكية حيث ارتفعت من 1621 جهاز عام 2019 إلى 3030 جهاز في عام 2021.

المبحث الثاني: تطور صادرات الجزائر خارج المحروقات (2016-2021)

المطلب الأول: إحصائيات صادرات الجزائر من سنة 2016 إلى سنة 2021

الفرع الأول: إحصائيات التجارة الخارجية خلال الأشهر التسعة الأولى من 2016:

بلغ العجز التجاري للجزائر 15.04 مليار دولار خلال التسعة أشهر الأولى من سنة 2016 مقابل عجز ب 1253 مليار دولار خلال نفس الفترة من 2015 أي بارتفاع العجز ب 2.51 مليار دولار 20.03 بين الفترتين حسبما أعلنته وكالة الانباء لدى مصالح الجمارك.

وتراجعت الصادرات الى 20.04 مليار دولار مقابل 26.93 مليار دولار خلال نفس الفترة من 2015 أي بانخفاض حوالي 69 مليار دولار -25.57% يحدد المركز الوطني للإعلام والإحصاءات التابع للجمارك (الكنيس).

ومن ضمن الزبائن الخمسة الرئيسيين للجزائر خلال التسعة أشهر الأولى من 2016 (إيطاليا ب 3.8 مليار دولار) متبوعة ب (اسبانيا ب 2.71 مليار دولار) 13.5% (فرنسا ب 2.24 مليار دولار) 11.21% و (الولايات المتحدة الأمريكية ب 1.6 مليار دولار) 2.22% وكندا ب 5.31%¹.

الفرع الثاني: إحصائيات التجارة الخارجية خلال السبعة الأشهر الأولى من 2017:

تراجع العجز التجاري للجزائر خلال الأشهر السبعة الأولى من سنة 2017 الى 617 مليار دولار خلال نفس الفترة من سنة 2016 أي بانخفاض قدره 4.44 مليار دولار ما يمثل تراجعاً بلغ 42% حسبما أعلنته وكالة الانباء لدى مصالح الجمارك.

¹ statistique algerien : You.dz <http://www.co> موقع الكتروني اطلع عليه يوم 2022/06/10

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات خلال 2016-2021

وارتفعت الصادرات بشكل كبير لتبلغ 20.71 مليار دولار خلال الأشهر السبعة الأولى من 2017 مقابل 16.55 مليار دولار خلال نفس الفترة من 2016 (+25.06%) أي حسب معطيات المركز الوطني للإعلام الآلي والإحصائيات التابع للجمارك.

وتبقى حصة الصادرات خارج المحروقات هامشية (5.29%) من الحجم الإجمالي للصادرات بمبلغ لم يتعد 1.09 مليار دولار بالرغم من ارتفاعها ب 6.93% مقارنة بنفس الفترة من 2016.

وتتشكل هذه الصادرات أساسا من المواد نصف مصنعة ب 786 مليون دولار (مقابل 782 مليون دولار) والمواد الغذائية ب 219 مليون دولار (159 مليون دولار) والمواد الخام ب 40 مليون دولار (مقابل 45 مليون دولار) ومنتجات التجهيز الصناعي ب 40 مليون دولار (مقابل 29 مليون دولار) والمواد الاستهلاكية غير الغذائية ب 11 مليون دولار مقابل 10 ملايين دولار.

وفيما يلي قائمة أهم دول زبائن الجزائر وكذا قيمة وتطور صادرات الجزائر نحو هذه البلدان خلال السبعة الأشهر الأولى (2017 مقارنة بنفس الفترة من 2016)¹

¹ : <http://www.commerce.gov.DZ>

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات
خلال 2016-2021

جدول رقم(6) : اهم زبائن الجزائر، قيمة وتطور صادرات الجزائر خلال 2017

الدول	القيمة	التطور (%)
ايطاليا	3500	+14.94
فرنسا	2599	+30.21
اسبانيا	2325	+5.30
الولايات المتحدة الأمريكية	2053	+27.31
البرازيل	1.395	+36.90
هولندا	1.216	+68.65
تركيا	1.023	+28.52
بريطانيا	839	+58.30
بلجيكا	605	+11.83
الهند	590	+121.80
البرتغال	502	+3.72
كندا	408	+55.08
تونس	389	+7.46
الصين	377	+56.43

المصدر : المركز الوطني للإعلام الآلي وإحصائيات الجمارك

الفرع الثالث : إحصائيات التجارة الخارجية خلال سنة 2018:

بلغ عجز الميزان التجاري للجزائر 413 مليار دولار خلال الإحدى عشر شهر الأولى من السنة الجارية مقابل عجز بلغ 10.55 مليار دولار خلال نفس الفترة من السنة الماضية، متراجعا ب 642 مليار دولار أي ما يمثل انخفاضا بنسبة 60.81% حسب ما علم لدى الجمارك.

وتحسنت الصادرات خلال الفترة الممتدة من جانفي إلى نوفمبر المنصرم إلى 37.23 مليار دولار مقابل 31.592 مليار دولار خلال نفس الفترة من السنة المنصرمة بارتفاع بلغ 5.64 مليار دولار (17.86%+) حسب ما أوضح المركز الوطني للإرسال ونظام المعلومات للجمارك.

وغطت الصادرات 90% من الواردات خلال الإحدى عشر شهر الأولى من السنة الجارية مقابل 75% خلال الفترة نفسها من العام المنصرم.

أما الصادرات خارج المحروقات فما تزال هامشية، حيث مثلت 6.96% مقارنة بنفس الفترة من 2017.

وتتشكل الصادرات خارج المحروقات من المنتجات نصف المصنعة بحوالي 2.05 مليار دولار مقابل 1.24 مليار دولار (65.11%) والسلع الغذائية ب 341 مليون دولار مقابل 331 مليون دولار (3.02+) والمواد الخام ب 88 مليون دولار مقابل 66 مليون دولار (33.334) والتجهيزات الصناعية ب 84 مليون دولار مقابل 72 مليون دولار (167.3+) ومواد استهلاكية غير غذائية ب 31 مليون دولار مقابل 18 مليون دولار (72.22%) ومواد التجهيز الفلاحي 0.30 مليون دولار مقابل 0.27 مليون دولار (11.11%+).¹

¹ : <http://www.almasdar-dz.com> موقع الكتروني اطلع عليه يوم 2022/06/10

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات خلال 2016-2021

الفرع الرابع: إحصائيات التجارة الخارجية لصادراتها سنة 2019:

سجلت التجارة الخارجية للجزائر سنة 2019 عجزا بلغ 611 مليار دولار صعودا من 4.53 مليارات دولار في 2018.

جاء ذلك وفق بيانات لإدارة الجمارك نشرتها وكالة الأنباء الجزائرية الرسمية.

وأشارت إدارة الجمارك أن صادرات الجزائر بلغت 35.82 مليار دولار خلال 2019، نزولا من 41.79 مليار دولار نهاية 2018 بتراجع قدره 14.29%.

ووفقا للبيانات نفسها فإن الصادرات الجزائرية لسنة 2019 غطت فاتورة الواردات بنسبة 85.43% مقابل 90.22% في 2018.¹

الفرع الخامس: إحصائيات صادرات الجزائر لسنة 2020:

حسب وكالة الأنباء الجزائرية أن سنة 2020 كانت استثنائية للصادرات و الواردات على آخر الأزمة الصحية التي أعلنته في البلاد من مارس والتي اضطرت الحكومة إلى اتخاذ عدة إجراءات للحفاظ على مخزون المواد الأساسية، من خلال قائمة تضمنت 30 منتجا منعت من التصدير لمدة 6 أشهر قابلة للتجديد.²

بالرغم من ذلك ارتفعت قيمة الصادرات الجزائرية خارج المحروقات خلال السداسي الأول من سنة 2020 ب 1.04 مليار دولار حسبما أفاده بيان لوزارة التجارة.

ومثلت حصة قدرها 12.38% من إجمالي صادرات البلاد في النصف الأول من عام 2020.

¹ : tradE <http://www.aa.com-> موقع الكتروني اطلع عليه يوم 2022/06/10

² : وكالة الأنباء الجزائرية algérie presse service

économie. <http://www.aps.dz> موقع الكتروني اطلع عليه يوم 2022/06/10

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات خلال 2016-2021

- ونجد من بين أهم المواد المصدرة خارج قطاع المحروقات، الأسمدة المعدنية والكيماوية الآزوتية بقيمة بلغت 681 مليون دولار، مرتفعة عن القيمة المسجلة في الفترة النازرة من 2020 بنسبة 52.4%.
- وبلغت صادرات الحديد والصلب الجزائري 370 مليون دولار في الفترة بين جانفي إلى جوان 2020 مقابل 21.59 مليون دولار في نفس الفترة من السنة الماضية، أي زيادة تقدر ب 16.14%.

المطلب الثاني: تطور صادرات الجزائر خارج المحروقات (2016-2019) جدول رقم (7) : تطور الميزان التجاري ومعدل النفطية (2016-2019)

السنوات	2016	2017	2018	2019
الصادرات	30026	34763	41797	35824
الميزان التجاري	-17063	-11216	-4533	-6110
معدل النفطية	64	76	90	85

المصدر: المجلة الدولية للأداء الاقتصادي، المجلد 04، العدد 01، السنة 2021، ص412.

- الميزان التجاري يبقى مرهونا بالصادرات، فارتفاعها عن الواردات يحقق فائضا وانخفاضها يحقق عجزا.

الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية عبر المنصات في ترقية الصادرات خارج المحروقات خلال 2016-2021

جدول رقم (8) : تطور الصادرات خارج المحروقات عن (2016-2020).

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020
الصادرات خارج المحروقات	1780	1890	2925	2580	2021
النسبة (%)	5.93	5.44	6.99	7.2	9.3

المصدر: صالحى سلمى: " واقع الصادرات خارج المحروقات والمؤسسات الداعمة لها في الجزائر خلال الفترة 2010 إلى الفترة 2020 "، المجلة الدولية للأداء الاقتصادي، المجلد 04، العدد 01، 2021، ص 418.

من خلال الجدول السابق نلاحظ تطور نسبة الصادرات خارج المحروقات في تلك الفترة خاصة في فترة كورونا، والتجارة الإلكترونية كانت سببا داعما لهذه الزيادة.

من خلال المبحثين الأول والثاني نلاحظ زيادة التجارة الإلكترونية في الفترة المدروسة وارتفعت نسبة استعمالها خاصة في أزمة كورونا التي كانت سببا في لجوء الناس إليها نظرا للظروف السائدة ومن جهة أخرى لاحظنا أن خارج المحروقات ارتفعت في الفترة المدروسة من عام لآخر ومن هنا نستطيع القول ان زيادة نسبة الصادرات خارج المحروقات تزامنا مع زيادة استعمال التجارة الإلكترونية أي أنها ساهمت في تطور نسبة الصادرات.

ونستنتج أن التجارة الإلكترونية تزيد في التجارة الدولية وهذا ما يساعد على زيادة الصادرات وذلك خلال تسهيل الوصول إلى الأسواق العالمية والدولية.

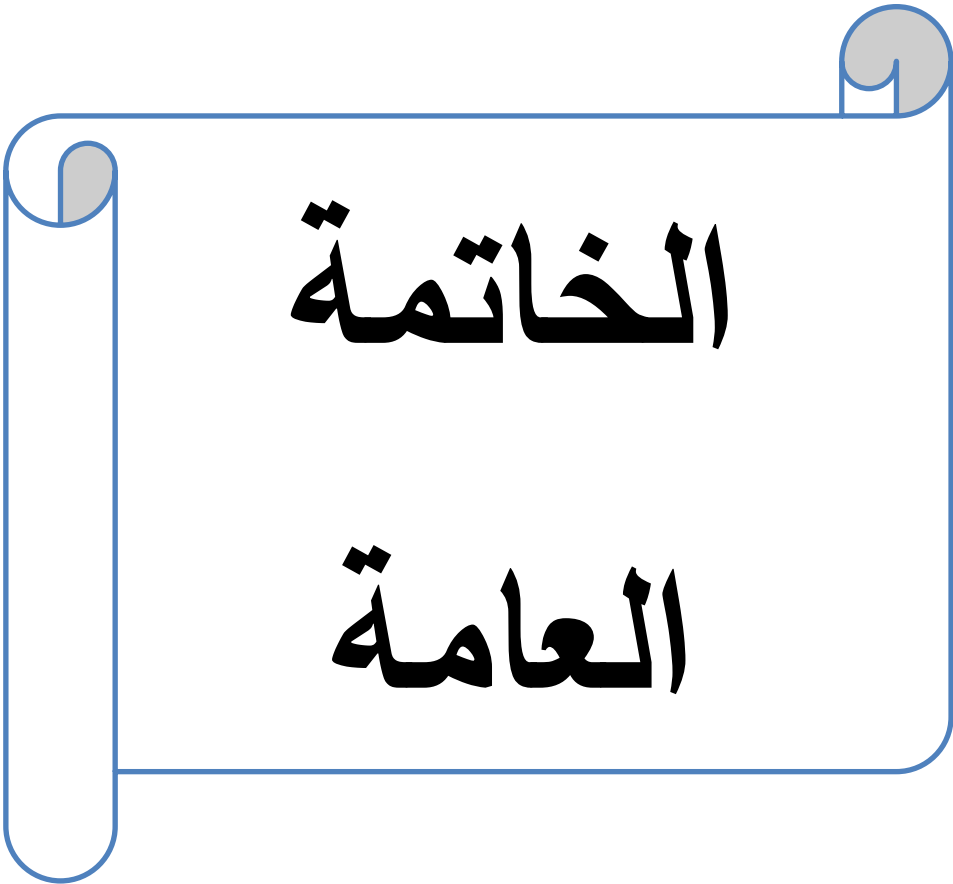
وتسهل أيضا عقد الصفقات التجارية بسرعة مع مرونتها في التعامل مع المستهلكين وتسويق المنتج المحلي في هذه الأسواق مما يزيد الصادرات.

وتعمل أيضا على زيادة نسبة الخدمات وتسهل عملية تقارب المستهلكين والمنتجين من خلال انتشار تقنية المعلومات والاتصال.

الخاتمة

لخلاصة هذا الفصل حاولنا تقصي دور التجارة الإلكترونية في ترقية الصادرات في الجزائر خارج المحروقات.

وقمنا بعرض نتائج هذه الدراسة من خلال مختلف الجوانب الملتمسة في هذا المجال. وعموما فقد استنتجنا ان الجزائر تعتمد على التجارة الإلكترونية بنسبة قليلة جدا حيث مازالت لديها مشاكل في الإصلاحات التي يعتمد فصل كبير منها على عصرنة الانظمة المصرفية.



الخاتمة

العامة

الخاتمة العامة

تعد فوائد وإيرادات التجارة الإلكترونية كبيرة جدا ويعود السبب إلى عمليات التجارة الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت التي استطاعت نزع وإلغاء الحدود الاقتصادية وقد أصبحت التجارة الإلكترونية من الأسس والركائز الأساسية بالنسبة للدول التي عرفت جميع الدول بضرورة الاستفادة من هذه التقنيات الحديثة. وفي نفس الوقت إن اعتماد التجارة الإلكترونية على نظام معلومات الكتروني أصبحت معرضة لخطر الاحتراق لمواقعها مما يدفع لإنشاء لجنة علمية للتنسيق بين جميع الدول بما فيها الجزائر والتي تعتبر مجهوداتها في مجال التجارة الإلكترونية صغيرة جدا وغير ملحوظة ولهذا أصبح من الجدي أن تنهض من نومها وتفيق وتقوم بالقفز لتلتحق إلى عالم التجارة الإلكترونية لان تعاملها بها لم يصبح بالأمر الاختياري بل حتمي وهذا بإتباع الأساليب والاستراتيجيات الحديثة لخدمة ذلك.

والجزائر على غرار الدول النامية النفطية تعتمد بالدرجة الأولى على الصادرات النفطية التي هي بدورها رهينة تقلبات أسعارها في الأسواق العالمية.

ونتيجة للالزمات التي شهدتها قطاع المحروقات وتدنى وانهيار أسعارها في الأسواق العالمية تدفع السلطات الجزائرية للبحث عن آليات واستراتيجيات لترقية الصادرات غير النفطية ومحاولة تنويعها.

ومن خلال دراستنا التي قمنا بوضع فرضيات لها في البداية كانت الأجوبة كالتالي:

1. ساهمت التجارة بالطرق التقليدية في إضعاف الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، وتوصلنا إلى صحتها لكن بنسبة قليلة جدا حيث أن الجزائر لا تملك منتجات تسمح لها بتصديرها وهذا بعدة مشاكل.

2. الفرضية الثانية كانت لازمة كورونا في الجزائر أثرا موجبا في نمو التجارة الإلكترونية وتوصلنا إلى صحة الفرضية حيث أن أزمة كورونا كان دافع كبير في نمو وانتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر حيث زادت
3. الفرضية الثالثة تساهم التجارة عبر المنصات الرقمية إلى إنعاش حركة الصادرات نحو الخارج خلال 2016-2021.

التوصيات:

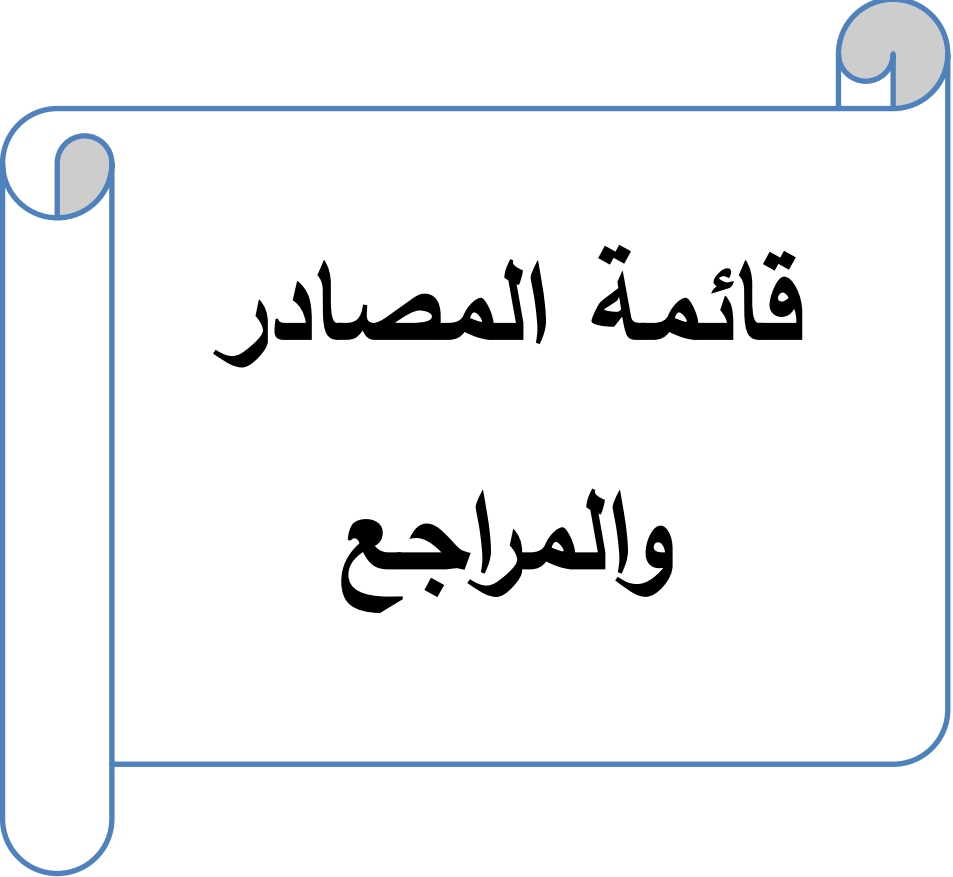
من خلال دراستنا ومما توصلنا إليه فيها، سنتطرق إلى بعض التوصيات التي ينبغي الاهتمام بها.

- ✓ إعطاء قطاع العلوم وتقنية المعلومات الأولوية في إعداد وتقديم برامج وخطط التعلم.
- ✓ إنشاء مراكز وطنية في مجال تقنية المعلومات والاتصال ودعمها لجميع الإمكانيات قصد تطويرها.
- ✓ سن قوانين وتشريعات لحماية مستعملي ومستخدمي المعلومات والمحافظة على حقوق المستهلكين والبائعين في بيئة التجارة الإلكترونية.
- ✓ استغلال تطبيقات التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية.
- ✓ محاولة وضع استراتيجيات وسياسات لتنويع الصادرات خارج المحروقات.
- ✓ تحسين مناخ الاستثمار ووضع قانون قادر على جذب المستثمرين الوطنيين والأجانب وعمهم وتحفيزهم.
- ✓ إزالة العراقيل التي تواجه المصدرين خلال عملية التصدير.

آفاق الدراسة :

- من أجل تعميق الدراسة نقترح بعض المواضيع التي تستحق دراسات في المستقبل:
- ✓ كيفية تفعيل آليات تنمية الصادرات خارج المحروقات.
 - ✓ أهمية البنية التحتية الإلكترونية في دعم التجارة الإلكترونية.

✓ عوائق التصدير خارج المحروقات وسبل معالجتها في ظل الشراكة الاورومتوسطية.



قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

مفاهيم

ELECTRONIC DATA INTER CHANGE.:EDI يقصد به تبادل البيانات المتعلقة بصفقات الأعمال في صورة نمطية بين الحسابات الآلية الخاصة بمنشآت الأعمال من خلال شبكة اتصالات الكترونية دون حاجة لاستخدام مستندات ورقية.

TFE: TRANSPORT ELECTRONIQUE DES FONDS.

الكتب

- 1- إبراهيم السوي: "قياس التبعية في الوطن العربي"، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، نوفمبر 1989.
- 2- إبراهيم بختي، "التجارة الإلكترونية" ط2 ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
- احمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، كلية التجارة جامعة المنصورة، مصر 2011/2010.
- 3- د. إبراهيم بختي، "التجارة الإلكترونية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 4- رضوان عبد الحميد: "سياسات تنمية الصادرات"، وزارة التجارة الخارجية الإمارات العربية المتحدة، العدد 1، من سلسلة التجارب دولية ناجحة في مجال التصدير 2009.
- 5- سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع - عمان الأردن 2002.
- 6- عاد الحداد، "التجارة الإلكترونية"، دار الفاروق، القاهرة، مصر 2003.
- 7- عبد القادر ألكاملي التجارة الإلكترونية "حاضرا ومستقبلا" لجنة التجارة الإلكترونية، عن جمعية الإنترنت 2000.
- 8- عمر بن فيجان المرزوقي: "التبعية الاقتصادية في الدول العربية وعلاجها في الاقتصاد الإسلامي"، مكتبة الرشد، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية، الرياض.
- 10- عمرو زكي عبد المنعال، "التجارة الإلكترونية".

- 11-فريد النجار، "تسويق الصادرات العربية"، دار قباء، القاهرة-2002.
- 12-محمد حسين مضور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعية الجديدة، مصر 2007.
- 13-محمد نور صالح الجديدة، سناء جودت، تجارة الكترونية، ط 1، دار الحامد، عمان، 2009.
- 14-مصطفى كمال طه، وائل بندق، "الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
- 15-مصطفى محمود فؤاد، "التصدير والاستيراد علميا وعمليا"، دار النهضة العربية، الطبعة الثالثة، القاهرة 1993.

التقارير والمجلات العلمية:

- 1-المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، تقرير حول عناصر مطروحة للنقاش من اجل عقد النمو، الجزائر 2005.
- 2-بحوث اقتصادية عربية، العدد 31/30، 2003، . مأخوذ من بوعتروس عبد الحق قارة ملاك، مجلة العلوم الإنسانية جامعة قسنطينة، العدد 27، جوان 2007.
- 3-بوعتروس عبد الحق، قارة ملاك: "اثر تغير سعر صرف الاورو ، مقابل الدولار الأمريكي على الاقتصاد الجزائري"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة قسنطينة ، العدد 27 جوان 2007.
- 4-خالدي خديجة " اثر الانفتاح التجاري على الاقتصاد الجزائري " مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا"، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان، العدد 2، 2005.
- 5-د. وليد بيبى، د. سمية صلعة: " حتمية ترقية الصادرات غير النفطية في الجزائر"، مجلة المالية والأسواق، المجلد 06، العدد 1، 2019، المركز الجامعي نور البشير البيض، الجزائر.
- 6-سمينة عزيزة " الشراكة الاوروجزائرية بين متطلبات الانفتاح الاقتصادي والتنمية المستقلة"، مجلة الباحث، العدد 09، 2011. جامعة ورقلة.

- 7-سلمى صالحى: "واقع الصادرات خارج المحروقات والمؤسسات الداعمة لها في الجزائرمن 2010-2020"، مجلة الاقتصاد والبيئة المجلد 4 العدد3 خاص 2021 .
- 8-علي توفيق الصادق، مداخله بعنوان "تطور دور الدولة في التنمية قبل وأثناء وبعد الأزمة المالية العالمية" ، المؤتمر العلمي العاشر للاقتصاديات العربية وتطورت ما بعد الأزمة الاقتصادية العالمية يوم 19 و 20 ديسمبر 2009، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، العدد 47 جانفي 2010، بيروت، لبنان.
- 9-مصطفى بابكر: "الأساليب الحديثة لتنمية الصادرات"، ميلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، العدد 6، الكويت، فبراير 2006.
- 10-ناصر مراد: "الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر"، asjp ،جامعة البليدة، المجلد47، العدد 2، 2010.
- 11-نعيمة يحيوي، مريم يوسف: "التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية جامعة باتنة عدد 06، جوان 2017
- 12-نور الهدى حداد: "العوامل المحددة للاداء التصديري للشركات الصناعية الجزائرية المصدرة للمنتجات غير النفطية"، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، العلوم الإدارية، المجلد38، العدد 2، 2011.
- 13-وصاف سعيدي: "تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر" ، الواقع والتحديات مجلة الباحث، العدد 1، الجزائر، سنة 2002.

المذكرات و الرسائل الجامعية:

- 1-السايس ابتسام، نيلي صفاء : " وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية"، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة 2019-2020.
- 2-العايشي زرار: "الاستراتيجية التنموية في الجزائر وعلاقتها بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الإصلاحات الاقتصادية"، رسالة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية جامعة باجي مختار، عنابة، 2009-2010.

3-بن لحرش صراح:" تشجيع الصادرات خارج المحروقات _ دراسة حالة"، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2013/2012

4-بوزيان العربي:" سياسة التصدير في الجزائر خلال مرحلة الاقتصاد الموجه والإصلاحات"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التخطيط، جامعة الجزائر ، سنة 2000.

5-خوصة يوسف، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، جامعة مستغانم، سنة 2018/2017

5-د.لبزة هشام،د، محمد الهادي ضيف الله،" واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 24، 2017.

6-صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران 1، 2004/2003.

7-عبد الجليل هجيرة،" العوامل المؤثرة في تنافسية الاقتصاد الجزائري " ، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص مالية دولية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2016

8-كاكي عبد الكريم، " اثر الاستثمار الأجنبي المباشر على تنافسية الاقتصاد الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص تجارة دولية، المركز الجامعي غرداية 2011/2010.

الموسوعات

1-عادل عبد المهدي، الموسوعة الاقتصادية، دار ابن خلدون، بيروت، 1980.

الملتقيات العلمية:

1- منير نوري، وابراهيم لجلط، مداخلة بعنوان" المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وإشكالية التصدير خارج المحروقات"، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، يوم 9-10 نوفمبر 2010.

2-نصر الدين سمار: "وسائل الدفع الإلكترونية ومدى تطبيقاتها في الجزائر"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، بدون سنة، جامعة ورقلة.

المواقع الإلكترونية

1. [Http://www.almasdar-dz.com](http://www.almasdar-dz.com)
2. [Http://www.aps.dz](http://www.aps.dz)
3. [Http://www.almersal.com.post](http://www.almersal.com.post)
4. [Http://www.aa.com](http://www.aa.com)
5. [Http://www.commerce.gov.dz](http://www.commerce.gov.dz)
6. [Http://www.for9a.com](http://www.for9a.com)
7. <http://www.giomanitique.dz>
8. [Http://www.mincommerce.gou.dz](http://www.mincommerce.gou.dz)
9. [Http://www.sawt_alahrar.net](http://www.sawt_alahrar.net)