

## آليات تطبيق التجارة الإلكترونية ومزاياها على الاقتصاد الجزائري

أ. د. قدي عبد المجيد جامعة الجزائر  
أ. البحري عبد الله المركز الجامعي تامنراست

## ملخص :

لقد فتحت التجارة الإلكترونية آفاق جديدة للتعاملات التجارية، حيث يسرت على المتعاملين إبرام الصفقات بعد ما كانت في وقت ماضي أمرا شاقا، وتعتبر التجارة الإلكترونية أشمل من التجارة التقليدية، إذ تمس المنتجات والخدمات غير المادية كحجز تذاكر الطائرة و أماكن في الفنادق وتقديم الاستشارات الطبية والقانونية وشراء المنتجات المعلوماتية كالأقراص المضغوطة والكتب.

فالتطور المذهل الذي عرفته التكنولوجيا للإعلام والاتصال دفع بالعديد من الدول إلي تبني هذا النوع من التعامل التجاري.

وتعتبر الجزائر من بين الدول النامية التي تسعى إلى اعتماد التجارة الإلكترونية لان هناك مزايا يستفيد منها الاقتصاد الوطني من جراء تطبيق التجارة الإلكترونية من بينها الدخول إلى الأسواق العالمية وبالتالي :

- تحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية.
- تعزيز كفاءة الأداء (المعبر عنها بزيادة حجم التعاملات التجارية).
- تخفيض تكاليف التوزيع و توسيع الأسواق.
- تلبية رغبات الزبائن بسهولة.

لكن هناك عوائق قد تقف أمام اعتماد هذا النوع من التعامل بالنسبة للجزائر ويتمثل ذلك في الانتشار الواسع للامية في مجال المعاملات التجارية، وارتفاع تكلفة الحصول على الحاسوب، وواقع الانترنت في الجزائر أي (سعت الجزائر إلى استغلال شبكة الانترنت والتقنيات المرتبطة بها).

**Abstract:**

Electronic commerce has opened new horizons for business dealing. It has facilitated the conclusion of transactions and eased the difficulties of the past. E-commerce has become more widespread than the traditional trade as it is affecting the non-physical products and services such as booking plane tickets, hotel reservations, providing medical and legal advice, and the purchase of information products like CD-ROMs and books. The stunning evolution in information and communication technology has led many countries to adopt this type of doing business. Algeria, a developing country, is seeking to embrace electronic trading because of its advantages to the benefit of the national economy. The application of electronic commerce includes access to global markets and thus to :

- achieve a return on a traditional activity
  - enhance the efficiency of the performance (expressed in increasing the volume of trading)
  - reduce distribution costs and expand markets.
  - meet the needs of customers easily.
- But there are obstacles that may hinder the adoption of this type of transactions in Algeria due to the following reasons:
- The widespread of the illiteracy in the area of this field.
  - The high cost of access to a computer.
  - The reality of the Internet in any Algeria (Algeria has sought to exploit the Internet and related technologies.)

**مقدمة:**

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

<sup>1</sup> براهم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2005، ص 41

إن التطور المذهل الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دفع بالعديد من الدول إلى تبني التجارة الإلكترونية سواء الدول النامية أو المتقدمة، لكونها تتيح مزايا عديدة للاقتصاد الوطني. وتعتبر الجزائر من بين الدول النامية التي تسعى إلى اعتماد التجارة الإلكترونية.

سنحاول في هذه الورقة البحثية معالجة الإشكال التالي:

**ما هي مزايا تطبيق التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الجزائري ؟**

نهدف من خلال هذه المداخلة إلى:

- مفهوم التجارة الإلكترونية.
- التطرق إلى أهم العوائق التي تقف أمام اعتماد التجارة الإلكترونية.
- عرض المزايا التي يستفيد منها الاقتصاد الوطني من جراء تطبيق التجارة الإلكترونية .

لمعالجة الإشكال المطروح سنعتمد على المنهج الوصفي وعلى الخطة التالية:

المحور الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

المحور الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المحور الثالث: الآثار المرتقبة لاعتماد التجارة الإلكترونية على الاقتصاد.

**المحور الأول : مفهوم التجارة الإلكترونية**

سنعرض في هذا المحور إلى ما يلي :

**أولا - تعريف التجارة الإلكترونية:**

تعرف التجارة الإلكترونية على أنها مجموعة من التبادلات التجارية

التي تتم عبر شبكة اتصالات.<sup>1</sup>

أما المنظمة العالمية للتجارة ( OMC ) تعرفها على أنها مجموعة متكاملة من

عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق بيع المنتجات

بوسائل إلكترونية.

<sup>1</sup> عبد الحميد بسيوني، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع القاهرة، 2004، ص 18

من خلال هذين التعريفين نستنتج أن التجارة الإلكترونية تنقسم إلى شقين هما: الشق التجاري ويشمل تبادل السلع والخدمات بين المتعاملين الاقتصاديين سواء كانوا حكومات مؤسسات أو أفراد. أما الشق الإلكتروني فيمثل الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل شبكة الانترنت. وغيرها من وسائل الإتصال.

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

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

- تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملية توزيع السلع والخدمات والمعلومات على المستوى الدولي.

تعتبر التجارة الإلكترونية أشمل من التجارة التقليدية، إذ تمس المنتجات والخدمات غير المادية كحجز تذاكر الطائرات وأماكن في الفنادق، وتقديم الاستشارات الطبية والقانونية وشراء المنتجات المعلوماتية كالأقراص المضغوطة والكتب.

يشارك في أداء المعاملات التجارية الإلكترونية ثلاث مجموعات أساسية المؤسسات، السلطات العامة والأفراد<sup>1</sup>

يمكن التمييز بين عدة أنواع للتجارة الإلكترونية:

أ- التجارة الإلكترونية بين مؤسسة وأخرى (Business- to - Business) وهي الصفقات ( طلبات الشراء وتسليم الفواتير والدفع ) التي تتم بين الشركات، وذلك

1 عبد الحميد بسيوني، مرجع سابق، ص26

باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وهي النوع السائد في معظم عمليات التجارة الالكترونية ويمثل النسبة الأكبر ويرمز له بالرمز (B2B).

ب- التجارة الالكترونية بين مؤسسة ومستهلك (business to Customer) هي الصفقات التي تتم بين المؤسسة والمستهلك بدون واسطة بحيث تقوم المنشآت بعرض منتجاتها على شبكة الويب وتبرم الصفقة مع المستهلك بطريقة افتراضية.

ج- التجارة الالكترونية بين المؤسسات والإدارة العمومية (administration to Business) تغطي جميع التحويلات مثل دفع الضرائب والتعاملات بين الشركاء وهيئات الإدارة المحلية الحكومية،<sup>1</sup> وهذا بقيام الحكومة بنشر نماذج لتصريحات الجبائية على الإنترنت، لكي تتمكن الشركات من ملئها دون اللجوء إلى مقر الإدارة، وتفصيل المشتريات الحكومية في الولايات المتحدة الأمريكية مثلا تنشر عبر الإنترنت مما يمكن الشركات من الاستجابة لها إلكترونيا

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

تمثل التجارة الالكترونية بين المؤسسات نسبة أكبر من إجمالي التجارة الالكترونية حيث تتراوح النسبة بين 80 % و 85 % و تسيطر الولايات المتحدة الأمريكية على الحجم الأكبر منها تصل إلى أكثر من 70% والجدول أدناه يوضح ذلك، بينما التجارة الالكترونية بين المؤسسات والمستهلك تمثل 15 % من حجم التجارة الالكترونية الإجمالية.

#### الجدول رقم (01) : حجم التجارة الالكترونية (بالمليار دولار )

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

المصدر: عبد الحميد بسيوني مرجع سابق، ص 41 .

1 طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية، الدار الجامعية، 2003، ص 10

## ثانيا - دوافع التجارة الالكترونية ومجالاتها :

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

### 1- واقع التجارة الالكترونية :

هناك عدة دوافع مؤيدة إلى التجارة الالكترونية والتي نوجزها في النقاط التالية:

**1-1 تسهيل التبادلات التجارية:** إن رغبة المتعاملين الاقتصاديين في تقليص التكاليف والمسافة والزمن من جهة واتساع نطاق التجارة الالكترونية والتي تشمل الجوانب المادية وغير المادية من جهة ثانية أدت بهم إلى الإقبال على المتاجرة الالكترونية، لذا اتسع استعمالها في الوقت الحالي بشكل كبير جدا.

**1-2 الفعالية التجارية:** الرغبة في الوصول إلى مستوى عال من النجاح في الإنتاج والتوزيع<sup>1</sup> مما يعطي دفعا للمؤسسات أن تحسن من إنتاجها، وأن تعمل على إيجاد الطرق المثلى لتصريف منتجاتها، لذا تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لأنه يضمن لها جودة عالية وتوزيع سريع لبضائعها.

**1-3 إيجاد أسواق جديدة:** في الوقت الذي إشتد فيه التنافس بين الشركات، تضاعف استخدام تكنولوجيا المعلومات، وهذا رغبة الأطراف المتنافسة إيجاد أسواق جديدة لفض منتجاتها، وعليه فإنه تلجأ للإشهار الإلكتروني للتعريف بمنتجاته وتوضيح مزاياه، والذي يصل إلى كافة أنحاء العالم ولذلك يفتح لها أسواق خارج بلدانها.

### 2- مجالات التجارة الالكترونية:

تتيح التجارة الالكترونية مجالات متعددة للمنتجين ورجال الأعمال والمستهلكين، فهي تتيح للمنتجين فرصة عرض كل منتجاتهم وتتيح للمستهلكين

<sup>1</sup> براهيم بختي مرجع سابق ص 46

فرصة سهلة وميسورة وسريعة للتعرف على السلع والخدمات الموجودة في السوق.<sup>1</sup>

يوجد عدة مجالات يمكن أن تمارس التجارة الالكترونية من خلالها والتي

تتمثل فيما يلي:

**1-2 الخدمات المصرفية الالكترونية:** تعتبر الخدمات المصرفية الالكترونية من أقدم مجالات التجارة الالكترونية حيث بمقتضاها تقوم البنوك بتسوية العمليات المالية بين المتعاملين عبر الوسائل الالكترونية مثل أجهزة الكمبيوتر، أي تقوم بعملية التحويلات المالية من حساب بنكي لآخر، هذا النوع لم يعرف رواجاً كبيراً بل كان مقتصرًا على المؤسسات المالية العملاقة، لكن في الوقت الحالي تطورت بشكل متسارع، حيث ارتفع عدد المتعاملين عبر القنوات المصرفية الالكترونية، أنظر الجدول رقم 2.

الجدول رقم (02) عدد الأوروبيين المتعاملين عبر القنوات المصرفية الالكترونية 1999-2004

الوحدة : مليون متعامل

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

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

من خلال الجدول نلاحظ ارتفاع عدد المتعاملين عبر القنوات المصرفية

الالكترونية فمثلا بريطانيا كان عدد المتعاملين سنة 1999 يقدر بمليون متعامل،

<sup>1</sup> عطية عبد المجيد، مداخل بعنوان، مجالات التجارة الإلكترونية، ورقة قدمت إلى المؤتمر العالمي الثاني لكلية الحقوق والإعلام، جامعة حلوان 14-15 مارس 1999، مطبعة جامعة حلوان، ص 728.

ارتفع هذا العدد إلى 5.4 مليون متعامل سنة 2004، أي بنسبة خمسة أضعاف، وهذا ما يدل على تطور و انتشار الخدمات المصرفية.

**2-2 الخدمات المتخصصة :** تشمل كل أنواع الاستشارات المتعلقة بالجانب الطبي والتعليمي والقانوني والمحاسبي والتي تتم عبر الانترنت، بحيث أم تسلمها يكون إلكترونيا، لأن هذه المنتجات غير المادية على عكس المنتجات الأخرى مثل البضائع التي لا يمكن تسلمها إلكترونيا، وبالرغم من كل العمليات المتعلقة بعملية التبادل تخضع إلى المعاملة الإلكترونية إلى عملية التسليم التي تكون مباشرة، وهذا راجع إلى أن هذه المنتجات مادية وبالتالي يتطلب تسلمها بنقلها للزبون.

**2-3 الخدمات التي لا تسلم إلكترونياً:** وهي خدمات تتم على الانترنت بشكل كبير مثل حجز تذاكر السفر، حجز أماكن في الفنادق، لكن الممارسة الفعلية والمادية، تلزم المستفيد من الحضور إلى عين المكان، لذا الصفقة تبرم بطريقة إلكترونية، بينما تجسيدها يكون ماديا.

**ثالثا - مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية:**

إن اتساع حجم التجارة لالكترونية كانت له عدة مزايا للمتعاملين، كما نجم عنه سلبيات في نفس الوقت وعليه سنتعرض لمزايا و عيوب التجارة الالكترونية.

### **1 - مزايا و عيوب التجارة الالكترونية :**

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

1-1 الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية.<sup>1</sup>  
إن الصفة العالمية للتجارة الالكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية ويفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع و الخدمات فإن التجارة الالكترونية بطبيعتها تحققها الهدف دون الحاجة إلى جولات و مفاوضات .

1-2 تعزيز كفاءة الأداء بشكل ملفت للنظر حيث سنة زيادة الكفاءة (المعبر عنها بزيادة حجم التعاملات التجارية ) بمقدار 85 % في صناعات كثيرة ( المنتجات، الأجهزة الالكترونية، مستلزمات المطابع).<sup>2</sup>  
تخفيض تكاليف التوزيع و توسيع الأسواق وهذا راجع إلى وصول المنتجات والخدمات إلى أغلبية المستهلكين عن طريق الخدمات الالكترونية

1-3 تلبية رغبات الزبائن بسهولة تتيح التجارة الالكترونية للشركات معرفة ميول المستهلكين مما يسمح لها القيام بعملية الإنتاج بشكل مثالي أي من حيث الكم والكيف أما الزبائن فيمكنهم معرفة السلع المعروضة وأسعارها، وما مدى تطابقها لرغباته .

1-4 إن التجارة الالكترونية وفرت للدول الفقيرة إمكانية الاستفادة من العقول البشرية المتوفرة لديها بأعلى عائد ممكن، وهذا بدوره يساعد على تسريع إتمام البنى التعليمية والصناعية و الاجتماعية على نحو مختلف ومثمر .

## 2- عيوب التجارة الالكترونية :

للتجارة الالكترونية عدة عيوب من أهمها:

<sup>1</sup> [www.opendirectorysite.info/e-commerce/-index.htm](http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/-index.htm) تاريخ الإطلاع 20/02/2007

<sup>2</sup> - سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 155

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

2-2- قلة الوعي الثقافي لدى المستهلكين، والطبيعية والقانونية للتجارة الإلكترونية، جعلت أغلب المعاملات في التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين.

2-3 - غياب طرق عملية وأمنة للتوقيع الإلكتروني وحماية شبكات المعلومات ومواقع الانترنت الخاصة بمواقع التجارة الإلكترونية من هجمات قرصنة الحاسوب والانترنت ومحاولة التزوير والتتصت وسرقة أرقام بطاقات الاعتماد والائتمان لزيائن التجارة الإلكترونية وإرسال الفيروسات والتي قد تسبب أضرار فادحة، وقد تعرقل عمل هذه المواقع على الشبكات<sup>2</sup>

2-4 - ضعف الهيكلية التحتية للاتصالات في الدولة وعدم قدرتها على مواكبة متطلبات تقنيات المعلومات التي تشمل على الاتصالات وما يرتبط بها من تجهيزات و برامج و أنظمة، سوف يحد من أمن الشبكة المالية ويعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية وبالتالي فشل في إقامة التجارة الإلكترونية<sup>18</sup>.

نخلص مما سبق ذكره إلى أن التجارة الإلكترونية تعتبر مظهر من مظاهر العولمة الاقتصادية، وذلك لتجاوزها لحدود المكان والزمان ومساهمتها في دمج اقتصاديات العالمية.

### المحور الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

إن الأهمية التي تكتسبها التجارة الإلكترونية في اقتصاديات الدول المتطورة جعلها تحقق مغنم وفي نفس الوقت خسائر، وبما أن الاقتصاد الجزائري الذي هو في طريق البحث عن زيادة اندماجه في الاقتصاد العالمي، لم نجده مهتما

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص 29

<sup>2</sup> سعد غالب ياسين وبشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 160

بهذا النوع من المعاملات التجارية وهذا راجع إلى عدة أسباب نلخصها في النقاط التالية:

1\* الانتشار الواسع للأمية بمختلف أنواعها.

2\* ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب

3\* واقع الانترنت في الجزائر

سعت الجزائر إلى استغلال شبكة الانترنت والتقنيات المرتبطة بها، من خلال ارتباطها بشبكة الانترنت في شهر مارس من عام 1994، عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني ( CERIST ) الذي أنشأ في شهر مارس سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وكان من مهامه الأساسية آنذاك هو العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية .

عرفت الجزائر منذ سنة 1994 تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام والاشتراك والتعامل مع الانترنت،<sup>1</sup> لقد كانت سرعة الانترنت ضعيفة جدا، حيث قدرت سرعته في مارس 1999 بـ 2 ميغابايت في الثانية.

قدّرت عدد الهيئات المشتركة في الانترنت سنة 1996 حوالي 130 هيئة وفي سنة 1999 وصل إلى 800 هيئة مشتركة، منها 100 في القطاع الجامعي، 50 في القطاع الطبي 500 في القطاع الاقتصادي و150 في القطاعات الأخرى، وفي نفس السنة 1999 كان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك.

إن هذه المعطيات توحى بأن الانترنت في الجزائر لم ينتشر بعد مقارنة بالدول المتطورة، ويمكن أن نرجع السبب إلى تكلفة استخدام الانترنت، ذلك أن تكاليف الاتصال العادي في بلادنا مستمرة في الارتفاع في ظل غياب المنافسة

<sup>1</sup> - براهيم بختي، واقع الأنترنت في الجزائر، "مجلة الباحث"، جامعة ورقلة، العدد 2003/01، ص57

في قطاع الاتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طرق الانترنت.

4- عدم وجود المنتجات التي تدخل ضمن إطار التجارة الالكترونية ويتضح ذلك من خلال تحليل التجارة الخارجية الجزائرية بالعودة إلى هيكل وحجم صادراتها الإجمالي.

**المحور الثالث : الآثار المرتقبة لاعتماد التجارة الالكترونية على الاقتصاد الوطني:**

إن اعتماد التجارة الالكترونية سيمنح الاقتصاد الجزائري عدة مزايا على المستوى الكلي و الجزئي .

**أولا - على المستوى الكلي :**

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

1- ارتفاع الإيرادات العامة من جراء ارتفاع الحصيلة الضريبية و هذا نتيجة تحسين العلاقة بين المكلفين والإدارة الضريبية حيث تتيح المعاملات الالكترونية المكلفين إيداع تصريحاتهم الجبائية عبر شبة الانترنت، وبالتالي تخفيض تكاليف جبائية جباية الضرائب عملا بمبدأ الاقتصاد في النفقة.

2- تحسين أداء القطاع المصرفي الجزائري بتبني طرق الدفع الالكترونية المختلفة و التي من شأنها القيام العمل على محاربة القطاع غير رسمي.

لقد فرض تأخر وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري على المتعاملين التجاريين خارج المصرفية، هذا التعامل ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار الذي ساهم بدوره في بروز ظاهرة الاقتصاد غير الرسمي وتفتيش ظاهرة الاكتناز كلها عوامل ساعدت في ارتفاع السوق الموازية حتى أصبحت تمثل 40 بالمائة.

إن تحديث الخدمات المصرفية الإلكترونية وإقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازية إلى دائرة السوق المصرفية وبهذا تساهم الخدمة المصرفية الإلكترونية في التخفيف من حدة الاقتصاد غير الرسمي والسوق الموازية، طبعاً في ظل توفير بيئة مناسبة لذلك وإرساء ثقافة مالية ومصرفية للمجتمع الذي يجب أن تقوم به المصارف وكل بهمه الأمر.<sup>1</sup>

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

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

5- تحقيق معدلات تضخم مثلى نتيجة انخفاض أسعار السلع والخدمات.

#### ثانياً - على المستوى الجزئي :

على غرار النتائج التي قد تحققت التجارة الإلكترونية على المستوى الكلي هناك مزايا على المستوى الجزئي و التي نسردها في النقاط التالية:<sup>2</sup>

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

2 - حصول المستهلكين على منتجات عالية الجودة و بسرعة فائقة.

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

<sup>1</sup> جليد نور الدين، تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة، 2006، ص ص 191، 192

<sup>2</sup> جليد نور الدين، تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة، 2006، ص 193

4 - تطوير أداء ومهارات العمال، وهذا من خلال زيادة الاستثمار في رأس المال البشري.

5- رفع تنافسية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بتخفيض أسعار السلع والخدمات.

### ثالثا : الآثار السلبية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد الوطني :

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

#### 1 - اختفاء الوثائق للمعاملات :

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

الإلكترونية يصعب في إطارها إثبات المعاملات التجارية نتيجة لاختفاء الوثائق الورقية على عكس التجارة التقليدية التي تعتمد على الوثائق.

## 2- عدم إمكانية تحديد الهوية :

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

## 3- التسليم غير المادي :

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

## 4- الانفصال المكاني:

تتيح شبكة الانترنت للمؤسسات القدرة على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة في أي موقع جغرافي في العالم،<sup>1</sup> ذلك أن الشركة الواحدة يمكن أن يكون لها عدة مقرات في مختلف أنحاء العالم لكي تصل إلى العملاء بسرعة مما يرفع من حجم مبيعاتها، و نظرا لتعدد نقاط بيع الشركة الأم فإنها تفرض على الإدارة الجبائية تحدي فيما يخص فرض الضرائب عليها .

## 5- كثرة التغيرات المتعلقة بالإخضاع الضريبي للتجارة الالكترونية

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

لذا يتوجب على المشرعين العمل على إيجاد إطار تنظيمي شامل بين الطرفين الكفيلة بفرض الضرائب على التعاملات الرقمية.

## الخاتمة:

إن الانفتاح الاقتصادي للعديد من الاقتصاديات المحلية على الاقتصاد العالمي وتطور تكنولوجيا المعلومات أدى إلى نمو التجارة الالكترونية بشكل كبير الأمر الذي نجم عنه خلق تحدي على الأنظمة الاقتصادية المحلية. إن اعتماد التجارة الالكترونية في العديد من الدول، يشكل تحدي كبير للدولة الجزائرية التي هي ملزمة بتطبيق ونشر هذا النوع من المعاملات التجارية الجديدة في أوساط المتعاملين الوطنيين لأنها تمنح العديد من المزايا للاقتصاد الوطني.

<sup>1</sup> دادان عبد الوهاب، الجبائية الافتراضية والتجارة الإلكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 03، 2004

إن هذه المزايا الكلية والجزئية التي يستفيد منها الاقتصاد الوطني من جراء اعتماد التجارة الالكترونية، تكون رهينة أداء الاقتصاد الوطني من جراء اعتماد التجارة الالكترونية والتي من أهم نتائجها مقارنة بالتسويق الإلكتروني والتسويق العادي ما يلي:

- التسويق الإلكتروني يساعد الشركات على الدخول في الأسواق الدولية بشكل سهل دون صعوبات حيث أن الشبكة متاحة أمام الجميع.
  - للتسويق أهمية كبيرة في التسويق الإلكتروني خاصة الشركات التي تضع أسعارها على الشبكة فإنها تساعد
  - المتلقي بدراسة ميزانياته وتحديد أولوياته مما يزيد من مصداقية الشركة.
  - إن إمكانية تخفيض السعر في التسويق الإلكتروني تعطي ميزة هامة في المنافسة مع الشركات التي تسوق نقديا.
  - يساعد التسويق الإلكتروني على إبقاء زبائنك بشكل دائم على الإطلاع بخدماتك ومنتجاتك.
- ولذا على الإقتصاد الجزائري الإستجابة إلى متطلبات التجارة الإلكترونية من أجل الإندماج في عالم التسويق الإلكتروني.

### المراجع

- 1- وائل أبو مغلي وآخرون مقدمة إلى الانترنت، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2000.
- 2- إبراهيم بختي التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 3- عبد الحميد بسيوني، أساسيات و مبادئ التجارة الالكترونية، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، القاهرة، 2004.
- 4- طارق عبد العال حماد التجارة الالكترونية، الدار الجامعية 2003.
- 5- سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق التجارة الالكترونية، دار المناهج، عمان ط1، 2004.
- 6- عطية عبد الواحد، المؤتمر العالمي الثاني لكلية الحقوق والإعلام والقانون، جامعة حلوان 14-15 مارس 1999، مطبعة جامعة حلوان.

- 7 [www.opendirectorysite.info/e-commerce/-index.htm](http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/-index.htm) تاريخ الإطلاع 2007/02/21
8. [www.sarambet.com](http://www.sarambet.com) تاريخ الإطلاع 2006/12/20 .
- 9- إبراهيم بختي واقع الانترنت في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة العدد 2003/01 .
- 10 - جامعة نور الدين، تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة جامعة الجزائر، 2006.
- 11 - دادن عبد الوهاب، "الجباثية الافتراضية والتجارة الالكترونية"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 03-2004 .
- 12- بلوافي محمد، مدى إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات على النظام المصرفي الجزائري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة تلمسان 2006.