

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية  
وعلوم التسيير

فرع: علوم تجارية

تخصص: مالية و تجارة دولية



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم  
التسيير

قسم: العلوم التجارية

رقم: .....

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

تحت عنوان:

## دور الخدمات الالكترونية في تسيير التجارة الخارجية

دراسة حالة: وكالة الـراية للسياحة والسفر بالمسيلة

تحت إشراف:

- الدكتورة : سامية خرخاش

من إعداد:

- مريم مسقم

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الرتبة العلمية       | الجامعة                    | الصفة        |
|--------------|----------------------|----------------------------|--------------|
| السعيد قاسمي | أستاذ التعليم العالي | جامعة محمد بوضياف بالمسيلة | رئيسا        |
| سامية خرخاش  | أستاذة محاضرة (أ)    | جامعة محمد بوضياف بالمسيلة | مشرفا ومقررا |
| فتيحة ديلمي  | أستاذة محاضرة (أ)    | جامعة محمد بوضياف بالمسيلة | مناقشا       |

السنة الجامعية : 2019-2020

قال تعالى:

(اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ \*

خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ \* اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ \*

الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ \* عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ).

صدق الله العظيم

## شكر و عرفان

بداية احمد الله واشكره على ان وهبني القوة لإكمال هذا العمل المتواضع ووفقني لان أصل الى هنا فله جزيل الحمد  
استهل شكري للأستاذة سامية خرخاس مشرفتي التي لم تبخل عني بعباءها وكانت مرشدتي خلال انجاز هذا العمل

الى السيد مدير وكالة الراية للسياحة والسفر بالمسيلة حنيش عبد الرشيد

الى الأستاذة جميع نبيلة

الى الأساتذة الذين تفضلوا لتقييم هذا العمل

الى جميع الأساتذة خلال مسيرتي الدراسية

لكم جميعا جزيل الشكر والعرفان

# إهداء

كلمة اهداء ليست سوى كلمة صغيرة بالنسبة لي مقابل امتناني الكبير وشكري لأولئك  
العظماء من حولي ،والذين وقفوا بجاني ومنحوني الثقة بالنفس لأصل الى ما انا عليه الان بعد  
سنين من المثابرة واجد ،وها انا اليوم بفضلهم اعمل على شهادة الماستر...فانا اقدمها كهدية  
بسيطة

الى ذلك الرجل الذي حقق احلامي بل جعلها لي تحفة فنية بالوان جميلة وجعلها بكل جهده  
امامي ،ومن سواه اول بطل في حياتي...

ابي الغالي

الى المرأة التي تحت قدميها جنتي والتي في ابتسامتها سعادتي تلك امي ومن سواها غاليتي...

امي الغالية

الى النجوم التي تضيئ سمائي اخوتي بوعلام \_ عبد الرشيد \_ عيسى

الى الورود التي تزين بستاني اخواتي سهام \_ سارة \_ كريمة \_ اكرام

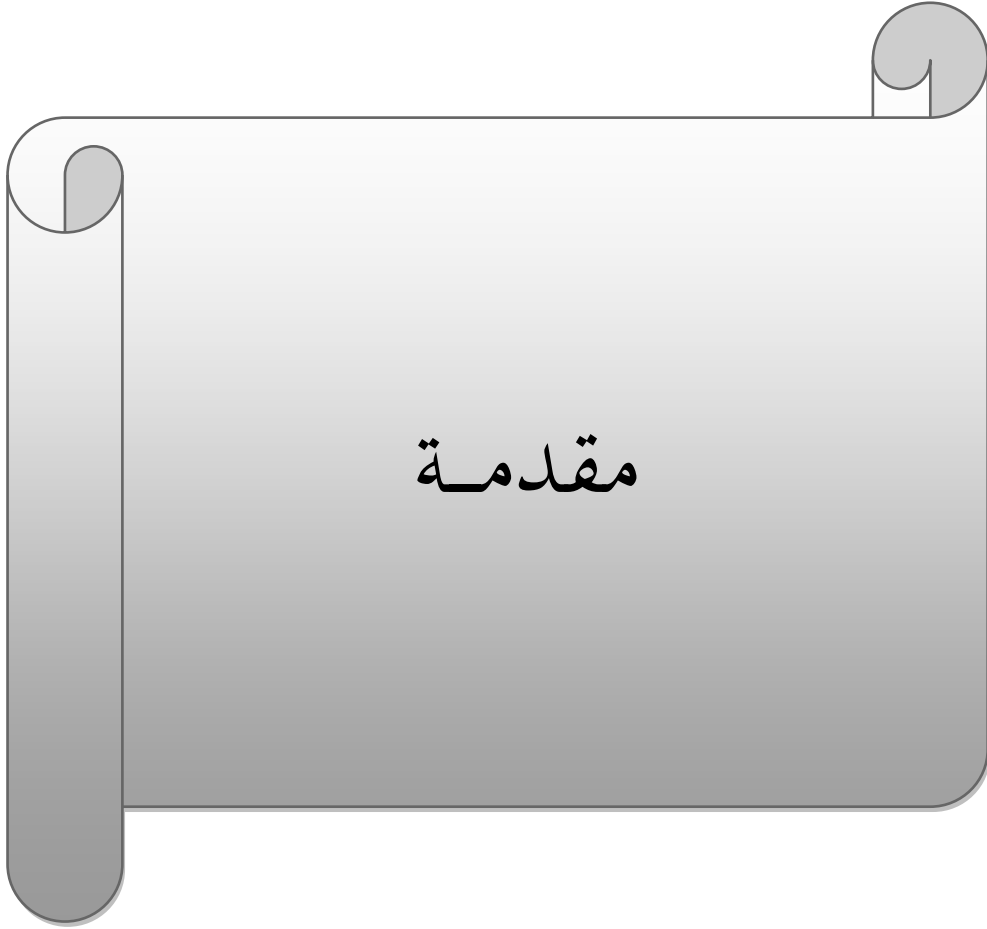
الى ينباع الامل الكتاكيت الصغار حفظهم الله

الى رفيقات دربي وسندي صديقاتي ياسمين \_ حنان \_ امينة

الى كل من تركوا اثرا جميلا في حياتي

مريم





لقد نشط الاهتمام في التجارة الدولية منذ عقود بدافع الحاجة اليها ، واصبح مقياس التجارة الدولية من المقاييس المهمة التي يمكن من خلالها وضع تصور عن تقدم او تأخر أي دولة ،حيث ان الزيادة في الصادرات مؤشر على نمو وازدهار الدولة وانتعاش نشاطها التجاري ،وكلما كانت الدولة تعتمد بشكل كبير على الواردات كلما كان ذلك مؤشرا على ضعف اقتصادها وزيادة عمليات الاقتراض والاعباء المالية التي تؤدي الى تدهور الوضع الاقتصادي والاجتماعي في الدولة ،كما تلعب دورا كبيرا في التعاون الدولي وتنظيم العلاقات الاقتصادية بين الدول ،وقد ساعد على ذلك التطور في منظومة المواصلات الدولية التي زادت من التقارب الدولي ووجود الدوافع الى التجارة الخارجية وهي الحاجة الى الأسواق الخارجية والحصول على المواد الخام الداخلة في عمليات الإنتاج والتسهيلات الجمركية خصوصا بعد الجولات المتعددة لمنظمة التجارة الدولية(الجات سابقا) والتطور في تكنولوجيا المعلومات والتجارة الالكترونية ،ان التجارة الخارجية كانت ولازالت عمود كل بلد حيث تمثل مدخولها الخارجي لاحتياجاتها وتصريفها لفائضها الداخلي ،وتعتبر ميزان مدفوعاتها وتمثل نفقاتها الخارجية من الواردات و حصتها في الدخل من الصادرات ،وفرصه للتواصل والتعامل والتبادل والعلاقات مع الخارج لذلك باتت ضرورة على كل بلد ،ولهذا وجب الالتحاق بركب البلدان النامية والمتقدمة وغيرها من التي لها سلاسة وسرعة وشفافية وامان في المعاملات سواء في الداخل او مع الخارج ،حيث لها هيكله الكترونية هائلة ذات دقة ومصداقية وصحة تتمثل في اتمته جميع القطاعات في البلد بما في ذلك التجارة لتصبح بما يسمى التجارة الالكترونية حيث تكون كل المعاملات الكترونية .

يعتبر مفهوم التجارة الالكترونية من المفاهيم المستجدة في عالم المال والاعمال والتي فرضت نفسها بقوة خلال العقد الأخير من القرن الماضي وأصبحت من احد دعائم الاقتصاد الالكتروني ثم انها لم تبقى على شكل معين بل عرفت عدة تغيرات وتطورات ،وتعد اليوم عصب الاقتصاد المعاصر والمستقبلي ،من ناحية الوقت فتعتبر اختصارا وتوفيرا له من خلال سهولة الولوج اليها في أي وقت وتوفر برامج وأنظمة تسهل تدوين مدخلاتها ومعالجتها ،اما من ناحية الأمان فتضمن السرية وكذا ضمان التحريف والشفافية في كل المعاملات ،وكذا من الناحية المحاسبية فتسهل القيام بالعقود والقيود ومختلف الاعمال المحاسبية هذا من المنظور الداخلي ،اما من المنظور الخارجي فتكمن ميزة التجارة الالكترونية في انها تسهل إجراءات التنقل والعناء للاتفاق والصفقات والمعاينة والساد والالتقاء وغيرها لتتم عن طريق إجراءات الكترونية في غاية السلاسة والوضوح والصحة ،ولهذا تسعى الشركات والهيئات ومقدمي الخدمات بصفة عامة جاهدة على تحسين وتطوير وتجويد الخدمات المقدمة باستمرار من خلال إضافة خدمات جديدة وتوفير الدعم الفني على

مدار الساعة الكترونيا ، وهذا ما اظهر ضرورة الخدمات الالكترونية في شتى مجالاتها لتكون اليد المساعدة في التجارة الالكترونية .

### أولا : الإشكالية الدراسة

هل الخدمات الالكترونية تساهم في تيسير التجارة الخارجية؟

### ثانيا : فرضية الدراسة

الخدمات الالكترونية تساهم في تيسير التجارة الخارجية.

### ثالثا : أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في دور الخدمات الالكترونية في تسهل وتيسر وتضمن وتسرع التجارة الخارجية ومختلف معاملاتها واجراءاتها ، لتضمن سرعة ديناميكيته ،وكيف تقوم بذلك ،ونظرا لأهمية التجارة الخارجية في الاقتصاد ،وكذا تأثيرها باستمرار بالعوامل المحيطة بها ،وما يمكن ان يؤثر ،بالإضافة الى ضرورة تطبيق الخدمات الالكترونية في شتى المجالات للاستفادة من ميزاتها وخصائصها ،لتحقيق اقصى عائد ومصلحة ممكنة.

### رابعا : اهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى :

- توضيح دور الخدمات الالكترونية بصفته احد العناصر الهامة التي تؤثر في التجارة الخارجية؛
- ابراز المفاهيم العامة للخدمات الالكترونية أهميتها؛
- تبيان أهمية التجارة الخارجية ،وكذا مختلف العوامل التي تتأثر بها؛

### خامسا : مبررات اختيار موضوع الدراسة

- أهمية قطاع التجارة الخارجية و خضوعه باستمرار لمتغيرات جديدة؛
- باعتبار أن الخدمات الالكترونية ذات أهمية بالغة بالنسبة لعمليات التجارة الخارجية وهي من العوامل الرئيسية الضرورية لهذه العمليات؛
- باعتبار أن موضوع الدراسة يقع ضمن محتوى التخصص الذي ندرس فيه وهو مالية وتجارة دولية؛
- باعتبار نابع من اهتمامات وميولات شخصية للباحثة.

### سادسا : منهج الدراسة

تحقيقا لأهداف الدراسة وفي ضوء طبيعتها وأهميتها ومفاهيمها وحدودها، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بغية استيعاب الموضوع من خلال التطرق إلى كل المفاهيم المتعلقة بالتجارة الخارجية والخدمات

الإلكترونية، وذلك في الجانب النظري حيث استعنت بالعديد من المراجع كالكتب والمذكرات والمقالات وغيرها، أما في الجانب التطبيقي فاستخدمت الباحثة مقابلة رقمية بتطبيق الماسنجر مع مدير وكالة سياحية، وهي وكالة الـراية للسياحة والسفر بالمسيلة كأداة للدراسة .

أما بالنسبة للتوثيق فاتبعنا طريقة الـ (APA ) ( AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION ) لجمعية علماء النفس الأمريكيين التي تعتمد على التوثيق في المتن.

### سابعاً : حدود الدراسة

- **الحدود المكانية :** تمت الدراسة على مستوى وكالة الـراية للسياحة والسفر بالمسيلة عن طريق مقابلة رقمية بتطبيق الماسنجر .
- **الحدود الزمانية :** يفترض ان الدراسة كانت قد تمت بين شهري فيفري ومارس من سنة 2020 ، إلا أنه نظراً لتفشي جائحة كورونا ،مما اضطرنا الى القيام بها في نهاية شهر اوت الى بداية شهر سبتمبر من سنة 2020.

### ثامناً : الدراسات السابقة

من اجل تزويد هذه الدراسة بمعارف ومعلومات تخدم الموضوع وتطلعات نتائجه ودراسته ،قمت بالاطلاع على بعض الدراسات السابقة المشابهة للدراسة الحالية ،نذكر اهمها في الآتي :

- دراسة مؤمن عبد السميع حسن الحلبي، (2017) ،تحت عنوان "جودة الخدمات الإلكترونية واثرها على رضا المستخدمين \_دراسة حالة على برنامج برق بلس \_غزة" ،هدفت الدراسة الى معرفة اثر جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة من خلال موقع برق بلس الإلكتروني ومدى اسهام عناصر جودة الموقع في رضا المستخدمين.

كانت أهم النتائج المتوصل اليها ما يلي :

\_ اظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جودة الخدمات والمعلومات والدعم الفني والنظام والمنافع المتحققة مع رضا المستخدمين في موقع برق بلس.

وكانت اهم التوصيات :

\_ العمل على نشر الوعي بأهمية استخدام الخدمات الإلكترونية ،واهمية دعم الادارة لتطوير وتحسين جودة الخدمات الإلكترونية ،وكذا زيادة الاهتمام بجودة المعلومات بشكل مستمر وتلقائي وبأقصى سرعة.

- دراسة جيجخ فايزة ،(2018) ،تحت عنوان "جودة الخدمات الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات \_دراسة حالة مؤسسات الاتصال في الجزائر موبيليس\_ جيزي\_ اوريدو هدفت

الدراسة الى دراسة مستوى جودة الخدمات الالكترونية المقدمة في مؤسسات الاتصال في الجزائر موبيليس جازي اوريدو وبيان اثرها في تحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات.

كانت اهم النتائج :

\_الخدمات الالكترونية تصنف حسب مضمونها وتطبيقاتها ،وكل خدمة تتألف من جوهرها وخدماتها التكميلية ،وتوصلت الى ان المؤسسات المدروسة توفر خدمات الكترونية تمتاز بسهولة الاستخدام كما توفر المعلومات الكافية ،كما تهتم بتصميم مواقعها الالكترونية في حين توفر مستوى متوسط من الاستجابة والخصوصية والامن.

وكانت ابرز التوصيات :

\_ان على المؤسسات ان تسعى جاهدة نحو تحسين جودة خدماتها الالكترونية حتى تستطيع تجاوز التحديات التي تواجه قطاع الخدمات من خلال امتلاك مزايا تنافسية تضمن التميز والبقاء والاستمرارية.

• دراسة حمشة عبد الحميد ،(2013) ،بعنوان "دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة \_دراسة حالة الجزائر" هدفت الدراسة الى معرفة الدور الذي تلعبه حرية التجارة الخارجية والصادرات في حماية الاقتصاد الوطني في حالة انهيار اسعار البترول.

وقد كانت اهم النتائج :

\_ان زيادة تدفق الاستثمار الاجنبي المباشر الى الجزائر يساهم بشكل كبير في ترقية الصادرات خارج المحروقات عن طريق خلق الثروة والقيمة المضافة للمؤسسات الانتاجية ويقوم بتوفير الخبرة والتكنولوجيا والمنافسة اللازمة لزيادة الانتاج وتطور نشاط التصدير.

اما اهم التوصيات فكانت :

\_تفعيل وتنشيط مختلف الهيئات المكلفة بترقية الصادرات خارج المحروقات لتفعيل عملية تنميتها بشكل أكثر فاعلية ،وكذا اعطاء عناية اكبر للقطاع الخاص من طرف الدولة لمزيد من التحفيزات الجبائية والادارية لزيادة العمل الاستثماري وخلق الفوائض الانتاجية من اجل التصدير وتفعيل دوره في العمل التصديري.

• دراسة زيرمي نعيمة ، (2011) ،بعنوان "التجارة الخارجية الجزائرية من الاقتصاد المخطط الى اقتصاد السوق" هدفت هذه الدراسة الى تحليل نقاط القوة ونقاط الضعف في الاقتصاد الجزائري في مراحل الاقتصاد المخطط واقتصاد السوق.

كانت اهم نتائجها :

حرية التجارة تتطلب نجاعة المؤسسات الاقتصادية وان تكون مؤهلة للمنافسة الخارجية، وافضت الدراسة التطبيقية الى انه لا توجد أي علاقة بين مؤشر الانفتاح ومعدل نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، وبالتالي عدم التوصل الى أي علاقة تكامل مشترك بين المتغيرين، وبالتالي قد يرجع تفسير ذلك الى نوعية الصادرات، التي لا تخرج عن نطاق المحروقات، إضافة الى عدم استقرار الاقتصاد الجزائري.

### تاسعا: ما يميز دراستي عن الدراسات السابقة

قمت بالربط بين الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية حيث في حدود اطلاعي لم اجد ما يربطهما، ولهذا شملت دراستي نبذة عنهما وتأثير المتغير المستقل المتمثل في الخدمات الالكترونية على المتغير التابع المتمثل في التجارة الخارجية، واطهار دور الخدمات الالكترونية في تيسير وسهولة انسياب التجارة الخارجية، نظرا لما تقدمه من خصائص وتوجه العالم لها بعد التطور التكنولوجي الهائل، كما تضمن في دراسته التطبيقية مقابلة رقمية عبر تطبيق الماسنجر.

### عاشر : صعوبات الدراسة

- في حدود ما بحثت لم اجد دراسة سابقة تشمل الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية او العلاقة بينهما؛
- ضيق حيز البحث من الناحية المادية والاقتصار على الناحية الالكترونية فقط نظرا لجائحة كورونا؛
- مقابلة الكترونية في دراسة الحالة بدل المقابلة الحقيقية لأسباب الجائحة سابقة الذكر.

### حادي عشر : هيكل الدراسة

للسير في نهج الإمام بجوانب الموضوع، وبغية الإجابة على الإشكالية التي أثارناها وإثبات مدى صحة الفرضية الدراسة المقدمة وتحليلها ارتأيت تقسيم العمل إلى جانبين تسبقهم مقدمة وختمنا بخاتمة عامة. بالنسبة للجانب النظري تمحور حول الخدمات الالكترونية حيث تطرقنا إلى : المفهوم، النشأة، الخصائص، الفرق بين الخدمات التقليدية والخدمات الالكترونية، العوامل المساعدة على تطور الخدمات الالكترونية، الأهمية، الأهداف، تطبيقات الخدمات الالكترونية، المعايير اللازمة لتقديم الخدمات الالكترونية، اشكال الخدمات الالكترونية، أنواع الخدمات الالكترونية ومحلها في القانون الجزائري، اما الجزء الثاني فتمحور حول التجارة الخارجية وتضمن ما يلي : المفهوم، تطور التجارة الخارجية، أسباب قيامها، الخصائص، الأهمية، الأهداف والعوامل المؤثرة في التجارة الخارجية، اما الجانب التطبيقي فكانت محل الدراسة الميدانية هي وكالة الراية للسياحة والسفر بالمسيلة، لإيضاح دور الخدمات الإلكترونية في تيسير التجارة الخارجية، فقمنا بتقديم وكالة الراية للسياحة والسفر، وتقديم أداة الدراسة المستخدمة، حيث استخدمنا

مقابلة رقمية بتطبيق الماسنجر كأداة للدراسة ، في الأخير قمنا بطرح أسئلة المقابلة في ثلاث محاور ،المحور الأول تضمن أسئلة حول الخدمات الالكترونية، اما المحور الثاني كانت أسئلة حول التجارة الالكترونية، والمحور الثالث تضمن أسئلة عن دور الخدمات الالكترونية في تيسير التجارة الخارجية حيث قمنا بتحليل اجابات مدير الوكالة "السيد حنيش عبد الرشيد"، لاستنتاج نتائج واقتراحات تخدم موضوع الدراسة.

# الجانب النظري

مدخل نظري حول الخدمات

الالكترونية والتجارة الخارجية

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

تمهيد:

ان اهمية التجارة الخارجية جعلت الاهتمام بها وتطويرها امرا حتميا لازدهار اقتصادات العالم ككل ،فوجب البحث عن سبل جديدة وتطوير السبل القديمة لتزقية وتيسير التجارة الخارجية ،فتوجه العالم الى التكنولوجيا وما تبعها من تطورات ونتج عنها الخدمات الالكترونية التي كانت عنصرا من العناصر الهامة والمؤثرة في التجارة عامة والتجارة الخارجية خاصة.

تم تقسيم الجانب النظري لهذه الدراسة إلى قسمين ،يتمحور القسم الأول حول الإطار النظري للخدمات الالكترونية حيث سنتعرف على مفهوم ونشأة الخدمات الالكترونية ثم خصائصها والعوامل المساعدة على تطورها يليها الاهمية والأهداف ،ثم المعايير اللازمة لتقديمها وعناصرها لنختم في الاخير بأنواعها . أما القسم الثاني خصص للإطار النظري للتجارة الخارجية ،حيث تم التطرق فيه إلى مفهوم وتطور التجارة الخارجية وكذا أسباب قيامها وخصائصها بالإضافة الى الاهمية والأهداف وأخيرا العوامل المؤثرة فيها.

# الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

## 1. مفاهيم عامة حول الخدمات الالكترونية

مع التطور الهائل لعالم التكنولوجيا، لزم مراعاته والتماشي معه للالتحاق بركب البلدان في العالم حيث ظهرت التجارة الالكترونية وما ينجر عنها من معاملات وخدمات الكترونية وسنحاول الالمام بعموميات الخدمات الالكترونية في الآتي:

### 1.1 مفهوم الخدمات الالكترونية ونشأتها

سننتظر لمفهوم الخدمات الالكترونية ونشأتها كالاتي:

#### 1.1.1 مفهوم الخدمات الالكترونية

إن الخدمة الالكترونية في إطارها الضيق تتطوي على خدمات معلوماتية وخدمات عبر المواقع الالكترونية، كما ينظر إلى عديد من شركات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية على أنها تقدم خدمات الكترونية كالارتباط الشبكي والخدمات المتصلة بها.

- الخدمة الإلكترونية تتعلق بخدمة تعرض لمستهلك في وجود وسيط عبارة عن شبكة إلكترونية، وتدعم قرار شرائه الإلكتروني (طواهير و الهواري، 2012، صفحة 98).

فباعتبار أن الخدمة الإلكترونية شكل من أشكال الخدمة الذاتية الذي يتطلب قيام الزبون الخدمة نفسه بنفسه، فبدلاً من تقديم الطلب إلى الموظف خلف المكتب أو التحدث إلى شخص عبر الهاتف طلباً لمعلومات أو استفسارات يتم الحصول على الخدمة عن طريق التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة والآلة. ينبغي أن يكون تصميم الخدمة الإلكترونية مرتكزاً على حاجات ورغبات وتطلعات وتوقعات وخبرة الزبون. ومن أمثلة ذلك النشر الإلكتروني، ففي بداية ظهور هذه الخدمة كانت المنشورات تظهر بصيغة لم تكن مرنة إطلاقاً خاصة من ناحية صعوبة تحميل الصحيفة أو المجلة إلا أنه وبمرور الوقت ظهرت تقنيات برمجية تسمح بعرض المحتوى بسهولة ومرونة كبيرتين سمحت بتحسين جودة النشر الإلكتروني (طواهير و الهواري، 2012، صفحة 98).

- تعرف الخدمة الإلكترونية على أنها : خدمة شأنها شأن الخدمات الأخرى بما في ذلك الخدمات التقليدية مع فارق أساسي هو أنها خدمة على الشبكة، حيث تعتبر شكلاً من أشكال الخدمة الذاتية فبدلاً من تقديم الطلب إلى موظف في مكتب أو عبر الهاتف للحصول على معلومة أو أي استفسار يتم الحصول على الخدمة من خلال التفاعل الإلكتروني المتبادل بين طالب الخدمة والحاسب الآلي من خلال وسيط " شبكة الكترونية " لذا ينبغي أن يلائم تصميم الخدمة الالكترونية حاجة ورغبة وتطلع وتوقع طالب الخدمة (الحلبي، 2017، صفحة 11).

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

• تعرف الخدمة الالكترونية بأنها لقاء بين مقدم الخدمة والمستهلك، بمعنى لقاء بين مقدم الخدمة والمستهلك، حيث تختلف عن اللقاءات المادية التقليدية المعروفة في مجالات التسويق التقليدية، نظرا لغياب موظفي المبيعات وغياب العناصر المادية التقليدية، وخدمة العملاء فيها ذاتية (الحلبي، 2017، صفحة 11).

ومن خلال التعريفات السابقة نخلص الى ان :

الخدمات الالكترونية هي أتمتة اللقاءات المادية المعروفة، ليتم التفاعل الالكتروني بين طالب الخدمة ومقدمها عن طريق احدى الوسائل الالكترونية.

### 2.1. نشأة الخدمات الالكترونية

ظهرت الخدمات الالكترونية بوجه عام في دول أوروبا أواخر ثمانينات القرن الماضي، حيث بدأ استخدامها في تقديم خدمات البيع والشراء الالكتروني عبر الانترنت، كما نتج عنها ظهور ما يعرف بالحكومات الالكترونية، التي نتج عنها تطوير القطاعات الحكومية العامة بشكل كبير وزاد من حداتها وتقدمها في تقديم الخدمات للمواطنين.

ونموذجاً على تطور الحكومات اعتماداً على الخدمات الالكترونية فقد قامت المملكة العربية السعودية منذ عدة سنوات بوضع الرؤية الشاملة للمملكة 2030 والتي تسعى لتحويل كافة الخدمات الحكومية الى خدمات الكترونية متطورة بحلول عام 2030 (بدر الوجود، 2019).

وقد بدأ العمل فعلياً بذلك، حيث لمس المواطنون السعوديون والمقيمون بالمملكة إمكانية قيامهم بالعديد من الخدمات الحكومية عبر المواقع الرسمية لغالبية الوزارات السعودية دون الحاجة الى النزول من المنزل والتوجه الى مقر الجهات المختصة بالخدمات المراد القيام بها، كما اتاحت بعض الجهات خدمة توصيل المستندات الرسمية المستخرجة على مواطنيها مقابل دفع رسوم بسيطة (بدر الوجود، 2019).  
لتنضم بذلك الخدمات الالكترونية ثلاثة عناصر أساسية وهي تقديم الخدمة للأشخاص، استلام الأشخاص للخدمة، إمكانية توصيل مخرجات الخدمة الى المنزل. التهميش من موقع الكتروني (بدر الوجود، 2019).

### 2. الخصائص الخدمات الالكترونية والفرق بين الخدمات الالكترونية والخدمات التقليدية

#### 1.2. خصائص الخدمات الالكترونية

تتمثل خصائص الخدمات الالكترونية في الآتي : (نوفيل و كريبط، 2017، صفحة 125)

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

- تقليص نقائص الخدمات التقليدية ،كون الخدمات الالكترونية متوفرة 24\24 و 7\7 ،وبالتالي ربح الوقت لعدم الحاجة الى التنقل للحصول في بعض الاحيان على معلومات بسيطة بسبب امكانية اخذ موعد للحصول على خدمة ما والاستفسار عنها عن طريق الهاتف او الانترنت؛
  - تسمح الخدمات الالكترونية بالحصول على خدمات ذات جودة افضل مقارنة بالخدمات التقليدية ،وذلك نتيجة لتقليص اخطاء حجز المعلومات واعادة حجزها ،نتيجة لإمكانية ملء الاستمارات من طرف المعني عن بعد وبالتالي تفادي الاخطاء الناتجة عن اعادة الحجز من طرف الموظفين المعنيين؛
  - تسمح الخدمات الالكترونية كذلك بتبسيط الاجراءات وتسهيلها ،وذلك بإعادة تصميم الإجراءات الادارية وتحسينها من خلال التقليص من مراحل الحصول على الخدمة او الفترة اللازمة لذلك او تقليص الوثائق المكونة لها ،ثم تجريدها ماديا وتوفيرها على الخط؛
- بالإضافة الى الخصائص التالية : (بوراس و بوعشة، صفحة 60)
- القدرة على الوصول إلى الشخص أو المعلومات التي يحتاجها العميل في الوقت المناسب له ،وتتم باتجاهين بين العميل والمؤسسة ،وهذا من شأنه تعزيز العلاقة بينهما ،وتمكن هذه الخاصية العملاء والمنظمات من تحقيق الآتي:
  - سهولة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالتبادلات التجارية والمنتجات والخدمات التي يمكن الاستفادة منها؛
  - إمكانية الوصول إلى قواعد البيانات وفهارس المكتبات ،وقراءة المطبوعات والكتب الإلكترونية والإعلانات؛
  - إرسال العملاء معلومات حول اهتماماتهم بسلعة أو خدمة ما ،وبالتالي تستطيع المؤسسات الاستفادة من التغذية العكسية وبحوث السوق؛
  - متابعة العملاء لمشترياتهم ووضعهم المادي وحساباتهم؛
  - البحث عن حلول ممكنة جديدة لأي مشكلة تواجههم والحصول على إجابات لتساؤلاتهم حول مختلف المسائل؛
  - المشاركة والانخراط في المجتمعات الافتراضية لإيجاد سوق للسلع والخدمات ،أو لتسويق منتجاتهم وخدماتهم؛
  - توفير الوقت للبيع والشراء وإعادة الطلب.

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

- القدرة على توفير المعلومات المطلوبة أو التفاعل المنشود في الوقت المناسب تماما، وهذا من أجل تقادي شيء سلبي أو الانتفاع من شيء إيجابي، والتنبية لوجود أشياء جديدة ينبغي الاهتمام بها، وتعود الآثار الإيجابية لهذه الخاصية على المنظمة والعملاء. وهذه الخاصية تتطلب وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع، برامج مساعدة لمساعدة المستخدمين، توفر أداة بحث داخل محتوى الموقع، أدوات اتصال وتغذية عكسية بين المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة، الاتصال من خلال البريد الإلكتروني أو نماذج التقييم ونحوه والمقدرة على متابعة الطلبات؛
- سرعة التحديث تعني القدرة على تكوين وإدانة مصادر معلومات محدثة، من خلال تحديث المعلومات المستفادة من العملاء ومن التفاعلات التي تحدث بين العميل والمؤسسة بشكل متواصل، بتوقيت مناسب وبسرعة فائقة وهذا من شأنه أن يعزز كفاءة وفاعلية قواعد البيانات مما يضفي عليها قدرًا من الدقة والمصداقية والثقة. كما يعبر عن هذه الخاصية بمدى حداثة المعلومات على الموقع، عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة ووجود تاريخ آخر تحديث.

### 2.2. الفرق بين الخدمات الالكترونية والخدمات التقليدية

يمكن توضيح الفرق بين الخدمات الالكترونية والخدمات التقليدية من خلال الابعاد التي تخص كلا منهما والتي يمكنها توفيرها وفيما يلي الجدول الذي يحوي عدة ابعاد قام بوضعها مجموعة من الباحثين كل بعد يقابله الباحث الذي قام بوضعه في الجدول التالي حيث كانت المقارنة بينهما بهذه الابعاد عبارة عن توفرها في كلا النوعين او لا: (الطراونة، 2011، صفحة 32\_33)

| الابعاد    | جودة الخدمات الالكترونية | جودة الخدمات التقليدية | الباحث   |
|------------|--------------------------|------------------------|--|
| الاعتمادية | نعم                      | نعم                    | Parasuraman.et.al.,(1985)Zeitha ml el al.,(1988,2002)Yang and fang (2004)Liu and Arentt (2000)Riel et al. (2001)   |
| الاستجابة  | نعم                      | نعم                    | Parasuraman.et.al.,(1985)Zeitha ml el al.,(1988,2002)Kaynama and Black(2000)Delone.and.Mclean (2003)Yang and fang (2004) Arnet (2000) Riel et al. (2001) |

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

|  |     |     |                      |
|--|-----|-----|----------------------|
| Parasuraman et al.,(1985)  | نعم | لا  | الجدارة              |
| Parasuraman et al.,(1985)<br>Kaynama and Black (2000)                              | نعم | نعم | الوصول               |
| Parasuraman et al.,(1985)  | نعم | لا  | المجاملة             |
| Parasuraman et al.,(1985)  | نعم | لا  | الاتصال              |
| Parasuraman et al.,(1985)  | نعم | نعم | المصدقية             |
| Parasuraman et al.,(1985)  | نعم | نعم | الامان               |
| Parasuraman et al.,(1985)  | نعم | لا  | فهم العميل           |
| Parasuraman et al.,(1985)<br>Zeithaml el al.,(1988)                                | نعم | لا  | الملموسية            |
| Kaynama and Black (2000)   | نعم | لا  | المحتوى              |
| Yang and fang (2004)   | نعم | نعم | سهولة<br>الاستعمال   |
| Zeithaml el al.,(2002)   | نعم | لا  | التوقيت              |
| Zeithaml el al.,(2002)   | لا  | نعم | الكفاءة              |
| Zeithaml el al.,(2002)   | لا  | نعم | الخصوصية             |
| Kaynama and Black (2000)   | لا  | نعم | التصفح               |
| Kaynama and Black (2000)   | لا  | نعم | تصميم<br>الصفحة      |
| Zeithaml el al.(1988)Delone and<br>Mclean (2003)Arnet (2000) Riel et<br>al. (2001) | نعم | نعم | الضمان               |
| Zeithaml el al.,(1988)Delone<br>and Mclean (2003)Arnet (2000)                      | نعم | نعم | التعاطف<br>/المجاملة |

3. العوامل المساعدة على تطور الخدمات الالكترونية وأهميتها

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

### 1.3. العوامل المساعدة على تطور الخدمات الالكترونية

إن العوامل المساعدة على تطور الخدمات الالكترونية هي: (عبد الحفيظ ، 2019، صفحة 15)

- التطور التكنولوجي المتسارع في مجال المعلومات والاتصالات واتساع دائرة الاستثمار فيها؛
- انتشار مفاهيم العولمة والانفتاح بين الشعوب من خلال الانترنت الذي سهل الاطلاع على ثقافات الشعوب وتطورها؛

• تداعيات التوجه نحو سياسات القطاع الخاص فيما يتعلق في التركيز على العملاء وتحسين الجودة وتخفيض تكاليف الانتاج ،وتفعيل دور المنافسة في تقديم الخدمة للجمهور؛

• مواكبة التطورات التكنولوجية في المجتمع الدولي وضرورة التكيف مع التغيرات الجديدة في البيئة المحيطة ،تجنباً لاحتمالات العزلة والتخلف عن مواكبة عصر المعرفة والتكنولوجيا؛

• ظهور ما يعرف بالتجارة الالكترونية التي اصبحت معتمدة بشكل كبير من قبل العديد من المؤسسات الاقتصادية بسبب تميزها بخصائص جديدة وممتازة مغايرة تماما عن التجارة التقليدية وذلك باعتمادها على وسائل جد متطورة مما جعلها حتمية خدماتية وليس هدرا للأموال خصوصا بعد ظهور الاستثمارات الرقمية؛

• ظهور منافسة شديدة بين المؤسسات الاقتصادية ،بسبب اعتمادها على التسويق الالكتروني ،مما ساهم في بروز سوق الكتروني لا حدود له ،ودخول العديد من المؤسسات التجارية والمصرفية الى سوق الاعمال الكبرى ذات الصلة بالمؤسسات العالمية الكبرى بسبب التفتح على اقتصاديات الدول في ظل تحرير التجارة العالمية.

وعليه يمكن القول بان كل هذه العوامل كانت سببا قويا لتفعيل الخدمات الالكترونية للسعي لتطويرها والتعامل بها مما جعل مجموعة كبيرة من الباحثين الاقتصاديين تقوم بدراسة وتحليل هذا النوع من الخدمات والعمل على تطويرها واعتمادها بشكل كبير لذلك قام العديد منهم باقتراح مجموعة من النماذج لدراسة جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلال انظمة المعلومات الحاسوبية او من خلال مواقع الانترنت.

### 2.3. أهمية الخدمات الالكترونية

تكمن أهمية الخدمات الالكترونية في : (عماربي، 2018، صفحة 21).

- تحسين مستوى الخدمات الحكومية وذلك من خلال تبسيط إجراءاتها ،لتقديمها للأفراد بما هو ملائم ،كما تقوم بفتح قنوات جديدة للاتصال بين القائمين على إدارتها وبين الأفراد ،مما يحقق الثقة ويزيل الكثير من العوائق والصعوبات القائمة في طريق هؤلاء الأفراد وبالتالي يشعر الفرد بالراحة لما أنجز له؛

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

- تحقيق الشفافية فمن شأنها أن تساعد على الحصول على المعلومات الجديدة، كما تساهم في تحقيق

الشفافية

- الاستفادة من التكنولوجيا حيث تتيح الفرص أمام الكثير من المنظمات للدخول والعمل في مجال التكنولوجيا المتقدمة، بعد أن وفرت لها البنية الأساسية لنظام الشبكات وتصميم قواعد المعلومات والبيانات وكل ذلك يساعد في تأهيل وتكوين الكوادر البشرية المتخصصة القادرة على مواجهة التحديات العالمية؛
- تدعيم الاقتصاد الوطني حيث تستطيع أن تساهم إسهاماً فعالاً في حل الكثير من الصعوبات التي تعترض حركة الاقتصاد في الدولة، فمثلاً تمتلك إمكانية الوصول إلى نشر استثماراتها ومزاياها الاقتصادية عن طريق المراسلة بعيداً عن الفوارق الزمنية والمكانية؛
- إيجاد فرص جديدة للعمل الحر حيث تقوم بتيسير وتسهيل وصول الأفراد إلى مراكز الاستهلاك التي يرغبونها، كما أنها تقوم بإتاحة الفرص أمامهم في إنشاء وتشغيل مشاريع صغيرة الحجم عن طريق الاتصال بالأسواق الدولية والمحلية بأقل تكلفة استثمارية ممكنة، ومن أمثلة فرص العمل الحر مؤسسات الخدمات، والصناعات الخفيفة، وبرمجيات الحاسوب الآلي.

### 4. اهداف وتطبيقات الخدمات الالكترونية

#### 1.4. اهداف الخدمات الالكترونية

إن أهداف الخدمات الالكترونية هي : (عشور، 2010، صفحة 21).

- اختصار الوقت وسرعة انجاز المعاملات ،حيث ان التعامل الالكتروني يتم بشكل آني دون انتظار؛
- التوجه نحو الشفافية ،وتعميق مفهوم الشفافية والبعد عن المحسوبية و شفافية المعلومات وعرضها أمام العملاء ،المواطنين والموردين...إلخ؛
- تقديم الخدمات للمستفيدين بصورة مرضية خلال 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع؛
- تحقيق السرعة المطلوبة لإنجاز العمل وبتكلفة مالية مناسبة؛
- إيجاد مجتمع قادر على التعامل مع متغيرات العصر التكنولوجي؛
- الحفاظ على أمن و سرية المعلومات و تقليل مخاطر فقدها؛
- ضمان تدفق المعلومات بدقة وكفاية وتوقيت ملائم وجاهزية مستمرة؛
- تحسين مستوى الخدمات وجودتها من خلال تبني مفهوم الجودة الشاملة في جميع عمليات المنظمة؛
- تعزيز دور المواطن في المشاركة في عملية الوقاية والمسائلة واتخاذ القرار؛

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

- الاستخدام الامثل للموارد البشرية ،حيث ان اتاحة المعلومات للمستفيدين يخفف من العبء على العاملين بالمؤسسات ،مما يوجههم الى اعمال اخرى ترفع من مستوى انتاجيتهم؛
- تخفيض الانفاق للمؤسسات والتكاليف المباشرة حيث يمكن خفض تكلفة الخدمات بصورة فعالة وزيادة كفاءة وفعالية الخدمات المقدمة للمواطنين وقطاعات الاعمال.

### 2.4. تطبيقات الخدمات الالكترونية

تتمثل تطبيقات لخدمات الالكترونية فيما يلي :

- **الخدمات التجارية الالكترونية** عالم الانترنت يعرفها بالتجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت ،ويعرفها عالم الاتصالات على انها وسيلة من اجل إيصال المعلومات والخدمات او المنتجات عبر خطوط الهاتف او شبكات الكمبيوتر او عبر أي وسيلة تقنية ،ومن وجهة نظر الاعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من اجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة؛ (بسام، 2003، صفحة 1)

- **الخدمات الحكومية الالكترونية**: هي النسخة الافتراضية عن الحكومة الحقيقية الكلاسيكية مع فارق ان الاولى تعيش في الشبكات وانظمة المعلوماتية والتكنولوجيا وتحاكي الوظائف الثابتة التي تتواجد بشكل مادي في اجهزة الدولة؛ (بومروان، 2014، صفحة 19)

- **الخدمات المصرفية الالكترونية**: وهي قيام زبائن البنك بإدارة معاملاتهم واعمالهم المصرفية ،من المكتب او من المنزل او في أي مكان اخر وفي أي وقت يريدونه عبر شبكات الاتصال الالكترونية او الانترنت ،او هو اجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية ،باستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديد ،وبهذا لن يضطر الزبائن للتنقل الى البنك ليزاولوا اعمالهم؛ (مسعودي، دون ذكر سنة النشر، صفحة 20)

- **الخدمات التعليمية الالكترونية**:التعليم الذي يقدم المحتوى التعليمي فيه بوسائط الكترونية مثل الانترنت او الانترنت او الاقمار الصناعية او الاقراص الليزرية او الاشرطة السمعية البصرية ،ويمكن تعريفها بانها طريقة للتعليم باستخدام اليات الاتصال الحديثة كالحاسوب والشبكات والوسائط المتعددة من اجل إيصال المعلومة للمتعلمين بأسرع وقت واقل كلفة وبصورة تمكن من ادارة العملية التعليمية وقياس تقييم اداء المتعلمين؛ (حذيفة، دون ذكر سنة النشر، صفحة 13)

- **خدمات النشر الالكترونية**: هي عمليات تحويل الاوعية التقليدية ،خاصة الورقية ،الى اوعية رقمية يمكن متابعتها عبر الشبكات والاقراص الضوئية ،او هي عملية احلال المواد التي تنتج الكترونيا ،وتعرض عادة على الشاشات محل المواد التي تنتج ورقيا. (محمود، 2011، صفحة 147)

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

### 5. المعايير اللازمة لتقديم الخدمات الالكترونية واشكالها

#### 1.5. المعايير اللازمة لتقديم الخدمات الالكترونية

أهم المعايير اللازمة لتقديم الخدمات الالكترونية هي كالاتي: (طواهير و الهواري، 2012، صفحة 99\_98)

- أن لا تستغرق وقتا كبيرا في طلب الخدمة خدمة قرص مثلا تحتاج حجما من البيانات الواجبة الإدخال إلى الحاسوب هنا يشترط أن يكون نمط إدخالها سهل بحيث لا يشعر المستخدم بالملل؛
  - أن تتجنب أي شكل من أشكال التأخير ،بسبب التحميل أو بطء الخوادم أو وجود مشاكل التصميم؛
  - ينبغي أن تكون الخدمة الإلكترونية متوافقة مع التقنيات الأخرى وأن تكون ذات موثوقية عالية؛
- بالإضافة الى المعايير التالية : (بوعزيز ، 2018، الصفحات 141-142)
- تطوير التنظيم الاداري والخدمات والمعاملات الحكومية بإعادة تنظيم الجوانب والمحددات الهيكلية؛
  - وضع التشريعات القانونية اللازمة عن طريق تحديد الاطار القانوني لأمن المعاملات الالكترونية وتحديد الاجراءات العقوبية؛
  - خلق بيئة اجتماعية مساعدة ومستوعبة وعلى دراية كافية بمزايا تطبيقها؛
  - توفر البنى التحتية الصلبة للأعمال الالكترونية من التوصيلات الارضية والخلوية واجهزة الحاسوب والشبكات وتكنولوجيا المعلومات الضرورية لممارسة الاعمال الالكترونية وتبادل البيانات الكترونيا.

#### 2.5. اشكال الخدمات الالكترونية

ان اشكال الخدمات الالكترونية تتمثل في كيفية تقديم الخدمة الالكترونية وستكون امثلة كل شكل عبارة عن مثال من موقع وزارة الداخلية والجماعات المحلية ،حيث لم يعد يكتفي موقع الوزارة بتقديم خدمات اعلامية فقط ،بل تعداها ليشمل حتى الخدمات التفاعلية والمعاملاتية. (نوفيل و كريبط، 2017، صفحة 129\_128)

- **الخدمات الاعلامية :** وتتمثل في المعلومات العامة حول مقدم الخدمة وعن مختلف المعاملات التي يمكن ان يعمل بها ،يوفر موقع وزارة الداخلية والجماعات المحلية جملة من المعلومات للمواطنين ومختلف المهتمين بالقطاع ،منظمة في شكل قوائم وأركان ،توفر على المواطنين عناء التنقل الى الشبائيك المادية من اجل الاستفسار عنها حيث نجد مختلف المعلومات العامة التي تتعلق بالوزير والوزارة ،إضافة الى معلومات عن الجماعات الإقليمية ،وكذا معلومات عن مختلف الوثائق التي يمكن للمواطنين استخراجها من البلديات والدوائر او الولاية ومختلف المصالح والإجراءات؛

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

• **الخدمات التفاعلية** : تهدف الخدمات من هذا النوع الى ضمان الاتصال عن بعد وكذا القيام بالإجراءات الأولية للحصول على خدمة معينة ،بالرجوع الى المثال هنا توفير أدوات الكترونية للاتصال الشخصي كالبريد الالكتروني للوزارة وتوفير مختلف الاستثمارات اللازمة وتمكين المواطنين من تحميلها ،وبالتالي تخفيض خطوة التنقل للحصول عليها ،حيث نذكر مجموعة من الاستثمارات كاستمارة طلب بطاقة التعريف البيومترية للأشخاص الحاصلين على جواز السفر البيومتري ،استمارة طلب جواز السفر الاستعجالي ،رخصة السياقة ،استمارة بيع وشراء المركبات ...الخ؛

• **الخدمات المعاملاتية** : وتتمثل في السماح بإجراءات القيام بالخدمة الالكترونية والحصول عليها عن طريق الانترنت ،بالرجوع الى وزارة الداخلية والجماعات المحلية مثلا خدمة تسجيلات الحج وذلك بالتسجيل على الموقع أولا من اجل الحصول على حساب شخصي ،يمكن المواطن من ملء استمارة التسجيل للحج .

### 6. أنواع الخدمات الالكترونية والخدمات الالكترونية في القانون الجزائري

#### 1.6. أنواع الخدمات الالكترونية

نظرا لضرورة تداخل العنصر البشري في بعض الخدمات وخاصة في مجال اخذ القرار في الحالات اللانظامية كإجراءات التفاوض ،فان إمكانية نقل جميع إجراءات الخدمات الى الفضاء الالكتروني تكون ضئيلة ،وفي بعض الحالات تكون شبه مستحيلة ،لذلك يمكن تقسيم الخدمات الالكترونية الى نوعين : (جيجخ، 2018، الصفحات 20-22).

#### • الخدمة الالكترونية الصافية او المطلقة

الخدمة الالكترونية الصافية او المطلقة هي الخدمات التي لا تحتاج الى تدخل العنصر البشري مطلقا خلال دورة حياتها من بدايتها والى نهايتها ،ومن امثلة هذا النوع من الخدمات التعليمية ،الخدمات المصرفية ،الخدمات الحكومية ،الخدمات التجارية ،ويتميز هذا النوع من الخدمة بمجموعة من الخصائص أهمها :

\_ تعمل فقط من خلال الموقع الالكتروني للمؤسسة او أي موقع افتراضي ذي صلة مثل موقع موجه بجهاز نقال؛

\_ يقوم العملاء بزيارة الموقع الشبكي للاستفادة من الخدمات؛

\_ تتم عملية تسليم منتج الخدمة بالوسائل الالكترونية حصريا؛

\_ شراء المنتجات وتسليمها لكن دون أي اتصال مادي مع مقدمي الخدمة او المزودين.

#### • الخدمة الالكترونية المختلطة

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

ويحتاج هذا النوع من الخدمات تدخل بشري في بعض مراحل حياة الخدمة ،مثل ان تتوقف الخدمة الالكترونية عند مدير قسم معين للتحقق من المعلومات قبل ان تتابع مسارها الالكتروني وفقا لما يحدده هذا المدير ،وهذا ما ينطبق على الخدمات الالكترونية المقدمة لمنح التأشيرات ،حيث يتم تقديم الطلب وكافة المعلومات وحجز موعد بطريقة الكترونية ،ليتم دراسة الملف من قبل المتخصصين يدويا ثم يكون الرد الكترونيا .

### 2.6 الخدمات الالكترونية في القانون الجزائري

قانون التجارة الالكترونية في الجزائر الصادر بموجب القانون 18-05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018 المتضمن قانون التجارة الالكترونية (الموسوعة الجزائرية، 2020)

**المادة 1 :** يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع و الخدمات.

**المادة 2 :** يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الالكترونية في حالة ما اذا كان احد اطرف العقد الالكتروني : متمتعا بالجنسية الجزائرية أو مقيما إقامة شرعية في الجزائر أو شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري او كان العقد محل ابرام او تنفيذ في الجزائر.

**المادة 3 :** تمارس التجارة الالكترونية في اطار التشريع والتنظيم المعمول بهما غير انه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية تتعلق بما يأتي لعب القمار والرهان واليانصيب-المشروبات الكحولية والتبغ المنتجات الصيدلانية المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية او الصناعية او التجارية كل سلعة او خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به كل سلعة او خدمة تستوجب اعداد عقد رسمي.

تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية الى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما.

**المادة 4 :** يمكن ان تكون الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الالكترونية موضوع تدابير تحفيزية طبقا للتشريع المعمول به.

**المادة 5 :** تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية في العتاد والتجهيزات و المنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به وكذا كل المنتجات والخدمات الاخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.

**المادة 7 :** يعفى من اجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف و البيع عن طريق الاتصالات

الالكترونية لسلعة و/أو خدمة من طرف مورد الكتروني مقيم لمستهلك الكتروني موجود في بلد اجنبي

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة او الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما يجب ان تحول عائدات هذا البيع بعد الدفع الى حساب المورد الالكتروني الموطن في الجزائر لدى بنك معتمد من قبل بنك الجزائر او لدى بريد الجزائر .

يعفى من اجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف شراء السلع و/أو الخدمات الرقمية الموجهة حصريا للاستعمال الشخصي من قبل مستهلك الالكتروني مقيم بالجزائر لدى مورد الالكتروني موجود في بلد اجنبي عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة او الخدمة ما يعادلها بالدينار الجزائري الحد المنصوص عليه في التشريع و التنظيم المعمول بهما.

تتم تغطية الدفع الالكتروني بمناسبة هذا الشراء عن طريق عن طريق الحساب البنكي بالعملة الصعبة" شخص طبيعي "للمستهلك الالكتروني الموطن بالجزائر تحدد شروط وكيفيات تطبيق هذه المادة عند الحاجة عن طريق التنظيم.

**المادة 10 :** يجب ان تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبقة بعرض تجاري الكتروني وان توثق بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الالكتروني.

**المادة 11 :** يجب ان يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة ويجب ان يتضمن على الاقل ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الاتية: رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والالكترونية ورقم هاتف المورد الالكتروني رقم السجل التجاري او رقم البطاقة المهنية للحرفي طبيعة وخصائص وأسعار السلع او الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم حالة توفر السلعة او الخدمة، كيفيات ومصاريف و آجال التسليم، الشروط العامة للبيع لا سيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي .شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع، طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا ،كيفيات واجراءات الدفع، شروط فسخ العقد عن الاقتضاء ،وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الالكترونية ،مدة صلاحية العرض عند الاقتضاء ،شروط وآجال العدول عند الاقتضاء ،طريقة تأكيد الطلبية، موعد التسليم وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفيات الغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء ، طريقة ارجاع المنتج او استبداله او تعويضه .،تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الالكترونية عندما تحتسب على اساس اخر غير التعريفات المعمول بها.

**المادة 12 :** تمر طلبية منتج او خدمة عبر ثلاث مراحل الزامية:

وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الالكتروني بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة ،التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الالكتروني لا سيما فيما يخص ما هية

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

المنتجات او الخدمات المطلوبة والسعر الاجمالي و الوحدوي والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإلغائها او تصحيح الاخطاء المحتملة، تأكيد الطلبية الذي يؤدي الى تكوين العقد يجب ان يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الالكتروني معبرا عنه بصراحة يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملاء من قبل المستهلك الالكتروني اية معطيات تهدف الى توجيه اختياره.

**المادة 15 :** لا يمكن ان تكون الطلبية المسبقة محل الدفع إلا في حالة توفر المنتج في المخزون بمجرد توفر المنتج تتحول الطلبية المسبقة بصفة ضمنية الى طلبية مؤكدة دون المساس بحق المستهلك الالكتروني في التعويض يجب على المورد الالكتروني ارجاع الثمن في حالة دفعه قبل توفر المنتج في المخزون.

**المادة 16 :** ما لم ينص العقد الالكتروني على خلاف ذلك يلتزم المستهلك الالكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الالكتروني بمجرد ابرامه.

**المادة 17 :** يجب على المورد الالكتروني ان يطلب من المستهلك الالكتروني توقيع وصل استلام عن التسليم الفعلي للمنتج او تأدية خدمة موضوع العقد الالكتروني لا يمكن المستهلك الالكتروني ان يرفض توقيع وصل الاستلام تسلم نسخة من وصل الاستلام وجوبا للمستهلك الالكتروني.

**المادة 18 :** بعد ابرام العقد الالكتروني يصبح المورد الالكتروني مسؤولا بقوة القانون امام المستهلك الالكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد سواء تم تنفيذها من قبله او من قبل مؤديي خدمات اخرين دون المساس بحقه في الرجوع ضدهم غير انه يمكن المورد الالكتروني ان يتحلل من كامل مسؤوليته او جزء منها اذا اثبت ان عدم التنفيذ او سوءه يعود الى المستهلك الالكتروني او الى قوة قاهرة.

**المادة 19 :** بمجرد ابرام العقد يلزم المورد الالكتروني بإرسال نسخة الكترونية من العقد الى المستهلك الالكتروني.

**المادة 20 :** يترتب على كل بيع لمنتج او تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية اعداد فاتورة من قبل المورد الالكتروني تسلم للمستهلك الالكتروني يجب ان تعد الفاتورة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما يمكن ان يطلب المستهلك الالكتروني الفاتورة في شكلها الورقي.

**المادة 21 :** عندما يسلم المورد الالكتروني منتوجا او خدمة لم يتم طلبها من طرف المستهلك الالكتروني لا يمكنه المطالبة بدفع الثمن او مصاريف التسليم.

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

**المادة 22 :** في حالة عدم احترام المورد الالكتروني لآجال التسليم يمكن المستهلك الالكتروني اعادة ارسال المنتج على حالته في اجل اقصاه اربعة (4) ايام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر. وفي هذه الحالة يجب على المورد الالكتروني ان يرجع الى المستهلك المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة ارسال المنتج خلال خمسة عشر (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتج.

**المادة 23 :** يجب على المورد الالكتروني استعادة سلعته في حالة غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما اذا كان المنتج معيبا يجب على المستهلك الالكتروني اعادة ارسال السلعة في غلافها الاصلي خلال مدة اقصاها اربعة (4) ايام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج مع الاشارة الى سبب الرفض وتكون تكاليف اعادة الارسال على عاتق المورد الالكتروني.

**المادة 24 :** على المورد الالكتروني عدم الموافقة على طلبية منتج غير متوفر في مخزونه.

**المادة 25 :** يجب على كل مورد الكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها الكترونيا الى المركز الوطني للسجل التجاري تحدد كفاءات تطبيق احكام هذه المادة عن طريق التنظيم.

**المادة 27 :** يتم الدفع في المعاملات التجارية الالكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به.

عندما يكون الدفع الكترونيا فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر و بريد الجزائر و موصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الالكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود حصريا عن بعد عبر الاتصالات الالكترونية.

**المادة 29 :** تخضع منصات الدفع الالكتروني المنشأة و المستغلة طبقا للمادة 27 اعلاه لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسلامتها وامن تبادلها.

**المادة 35 :** يخضع المورد الالكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الانشطة التجارية وحماية المستهلك.

II. عموميات حول التجارة الخارجية

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

تعتبر التجارة الخارجية إحدى ركائز النمو الاقتصادي على اعتبار أنها مصدر لتصدير الإنتاج عبر الأسواق الخارجية وبالتالي التأثير على حجم الإنتاج، بالإضافة إلى تغطية الاحتياجات المحلية، وسنتطرق فيما يلي إلى عموميات في التجارة الخارجية:

### 1. تعريف وتطور التجارة الخارجية

#### 1.1. تعريف التجارة الخارجية

• التجارة الخارجية هي المعاملات التجارية الدولية التي تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة، أو بين حكومات أو منظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية مختلفة (بن احمد، 2017، صفحة 11).

• التجارة الخارجية هي عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول، بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل (جميل، 2014، صفحة 217).

• تعرف ايضا التجارة الخارجية على أنها فرع من فروع علم الاقتصاد الذي يهتم بدراسة الصفقات الاقتصادية والتبادل التجاري الذي يتم بين الدولة والعالم الخارجي، في صورته الثلاث المتمثلة في انتقال السلع والخدمات والأفراد ورؤوس الأموال، وقد تتحول التجارة الخارجية إلى داخلية والعكس التجارة الداخلية إلى خارجية وهو المفهوم العادي لها. إذن التخصص الدولي والإنتاج وتقسيم العمل الدولي هما أصل التجارة الدولية الخارجية (حمشة، 2013، صفحة 10).

ومن التعاريف السابقة نخلص الى أن :

التجارة الخارجية هي انتقال السلع المنظورة وغير المنظورة عبر الحدود الجغرافية بين افراد، مؤسسات، منظمات او هيئات بعضها البعض.

#### 2.1. تطور التجارة الخارجية

تشمل التجارة الخارجية كلا من الصادرات والواردات المنظورة وغير المنظورة، أو هي كل المعاملات التجارية الخارجية في صورها الثلاثة المتمثلة في انتقال السلع و الأفراد و رؤوس الأموال، التي تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات و منظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية مختلفة، وكانت التجارة الخارجية للسلع تاريخيا وحتى فترة معينة من الزمن، المجال الرئيسي للعلاقات الاقتصادية الدولية، وفي نهاية القرن العشرين أصبحت أشكال مختلفة من العمليات المالية المهيمنة في النظام الاقتصادي الدولي، ولكن التجارة الدولية لا تزال مهمة جداً، وهو ما يثبت نمو أحجام التجارة الدولية، فوفقا لتقارير البنك الدولي ومنظمة التجارة العالمية، فقد نمت التجارة الدولية ب 27 ضعفا خلال الفترة 1950 إلى

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

2006 أكثر بثلاث مرات من نمو الناتج المحلي العالمي، كما ارتفع حجم التجارة الدولية بنسبة 7.6 % في عام 2006 و 15.2 % في عام 2007، و 15.4 % في عام 2008 ويرتبط هذا التطور السريع للتجارة الدولية أساسا بتعزيز عملية تحرير العلاقات الدولية، وزيادة الطلب على السلع المصنعة، والتي تشكل نسبة 70% من إجمالي حجم الصادرات الدولية، ولكن في عام 2009 انخفض حجم التجارة الدولية إلى 13.1 % بسبب الأزمة المالية العالمية في عام 2010 كانت الزيادة 13.8 %، وفي عامي 2011 و 2012 على التوالي 5.0 % و 3.7 % وقد وصل نمو التجارة الدولية تباطؤه خلال سنة 2016 حيث ارتفعت الصادرات العالمية من السلع بنسبة 2.3 %، وهي أقل من متوسط ارتفاعها خلال 25 سنة الماضية % 5.6 وأقل من المعدل المسجل سنة 2015 وقد كان لتراجع النمو في الناتج المحلي الإجمالي لدول مهمة مثل الصين والبرازيل، إلى جانب ضعف نمو الطلب على الواردات في البلدان النامية، من العوامل الرئيسية وراء تباطؤ نمو التجارة، كما شهدت سنة 2016 نموا للتجارة الدولية بمعدل أقل من معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي العالمي بعد ما عرف معدلي نموها تقريبا منذ الأزمة المالية العالمية 2008، بعد ان كانت معدلات نمو التجارة الدولية تفوق معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي بـ 1.5 و 2% خلال عقدي الثمانينات والتسعينات على التوالي ومنذ أواخر القرن 18 إلى أواخر القرن العشرين كان نصف الكرة الشمالي يهيمن على إنتاج المصنوعات، وخلال العقود الأخيرة من القرن العشرين فقدت تلك الميزة، فقد انخفض إنتاج الاتحاد الأوروبي واليابان والولايات المتحدة الأمريكية مجتمعة بين عامي 1980 و 2008 من 72 % من صادرات العالم الصناعية إلى 60 % فقط وارتفعت مساهمة الصين ونمور آسيا خلال نفس الفترة من 6.6 % إلى 21.6 % من إجمالي الصادرات العالمية من الصناعة، هذا التحول مهد لحقبة جديدة في مسار العلاقات الاقتصادية الدولية، حيث تجاوز العالم نموذج الشمال، جنوب التقليدي إذ أن تجارة الجنوب جنوب بين البلدان النامية زادت ضعف زيادة التجارة العالمية بعد عام 1990، كما عرفت نسبة المصنوعات من إجمالي الصادرات تحولا كبيرا بين البلدان النامية حيث زادت من 17 إلى 54% على التوالي عامي 1980 إلى عام 2008 كما عرفت الأنماط التجارية تحولا آخر مهم هو التحول من التصنيع إلى الخدمات وكانت الخدمات التجارية تمثل 29.3 % من إجمالي صادرات المملكة المتحدة عام 2000 و 39.8 % عام 2009، وبالنسبة للولايات المتحدة كانت النسبة % 26.2 عام 2000 و 31 % عام 2009 (مناصري و مكيد، 2020، صفحة 831).

يذكر هنا أن النمو الكبير للتجارة العالمية خلال العقود الثلاثة الأولى بعد الحرب العالمية الثانية سببه تعافي كل من أوروبا واليابان، حيث في تلك الفترة لم يشارك جزء كبير من العالم بفعالية في الاقتصاد

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

العالمي بسبب القيود الكثيرة التي نظمت بها الحكومات تجارتها الخارجية، حيث عمدت الصين وحلفاءها وكذلك الاتحاد السوفييتي إلى اعتماد النظام الاقتصادي الذي ينطوي على ملكية الدول لوسائل الإنتاج، بينما اكتفت مجموعة ثالثة من الدول وهي الدول المستقلة حديثا بسياسة إحلال الواردات. وتغير آخر مهم في أنماط التجارة الدولية حدث في أوائل التسعينيات فقد دخل الاقتصاد العالمي مرحلة جديدة من انفتاح الأسواق بعد انهيار الاتحاد السوفييتي إضافة إلى تغيير الصين لمسارها وتبنيها نموذجا ذا توجه خارجي وجلبها الاستثمار الأجنبي ونقل التكنولوجيا (مناصري و مكيد، 2020، صفحة 832).

### 2. اسباب قيام التجارة الخارجية وخصائصها

#### 1.2. اسباب قيام التجارة الخارجية

يرجع تفسير قيام التجارة الخارجية الى جذور المشكلة الاقتصادية او ما يسمى بمشكلة الندرة النسبية فمن الحقائق المسلم بها في عالم اليوم انه مهما اختلفت النظم السياسية في دول العالم فإنها لا تستطيع اتباع سياسة الاكتفاء الذاتي كاملة ولفترة طويلة من الزمن، وذلك لان اتباعها يدفع الدولة ان تنتج احتياجاتها برغم ان ظروفها الاقتصادية والجغرافية لا تمكنها من ذلك، ومهما يكن ميل أي دولة الى تحقيق هذه السياسة فإنها لا تستطيع ان تعيش في عزلة عن الدول الاخرى واذ ان الدول ليس بإمكانها ان تنتج ما تحتاجه من السلع وانما يقتضي الامر ان تخصص في انتاج السلع التي تؤهلها ظروفها الطبيعية والاقتصادية لان تنتجها ثم تبادلها بمنتجات دول اخرى لا تستطيع انتاجها داخل حدودها او تستطيع انتاجها ولكن بتكلفة ونفقة يصبح عندها الاستيراد من الخارج مفضلا، ومن هنا يبدو ان اهمية التخصص وتقسيم العمل بين الدول المختلفة ترتبط ارتباطا وثيقا بظاهرة التجارة الدولية (شيخي، 2012، صفحة 15).

وقد دأب الاقتصاديون أمثال ادم سميث وبرز من اتبعه من الاقتصاديين الكلاسيكيين مزايا الاخذ بها، وان الفرد اذا تخصص في أداء عمل واحد يتقنه فسترتفع درجة مهارته، وتزيد بالتالي انتاجيته ومن ثم يصل الى مستوى اعلى من الرفاهية الاقتصادية، ويؤدي التخصص بالطبيعة الى قيام تبادل بين الافراد فلكي يحصل كل فرد على حاجاته المتنوعة، فانه حتما سيقوم بمبادلة جزء من انتاج بجزء من انتاج غيره من الافراد الذين تخصصوا في انتاج سلع أخرى والتخصص الدولي يقوم على نفس المبدأ، فاذا كان الانسان يتقيد في تخصصه في شكل ارتفاع مستوى رفاهية الاقتصاد فلماذا لا تخصص الدول هي الأخرى في انتاج أنواع معينة من السلع ترتفع فيها كفاءتها الإنتاجية، ثم تقوم بمبادلة ما يقضي عن حاجتها من انتاجها بما تحتاجه من انتاج غيرها من الدول، واذا كان تخصص الافراد وفقا للمزايا النسبية التي يتمتعون بها يؤدي الى ارتفاع دخولهم الحقيقية عن طريق التجارة الخارجية بين الدول، سيؤدي أيضا الى زيادة الدخل القومي للدول

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

المشتركة في هذه التجارة ،وبالتالي زيادة دخول الافراد ،وارتفاع مستوى رفاهيتهم الاقتصادية ،وعلى ذلك فالمنطق الذي تقوم التجارة الخارجية لا يختلف عن ذلك الذي تقوم عليه التجارة الداخلية فكلاهما نتيجة طبيعية لقيام التخصص ،وتقسيم العمل الذي يؤدي بالضرورة الى قيام التبادل (الجمال، 2013، صفحة 16).

### 2.2. خصائص التجارة الخارجية

إن أهم خصائص التجارة الخارجية نوردتها في التالي : (عبد الدائم، 2016، صفحة 28)

• زيادة الرفاه الاقتصادي نتيجة حصول السكان على اشباع اكبر لحاجاتهم من خلال استهلاك السلع المستوردة ،كذلك الحصول على هذه السلع بسعر اقل مما يمكن ان تكون عليه اذا ما انتجت محليا اذا كان بالإمكان انتاجها؛

• الاستغلال الأمثل للموارد اذا قامت الدولة بإنتاج عدد كبير من السلع فإنها تستغل الموارد المتاحة لديها بطريقة اقل كفاءة مما لو استخدمتها في انتاج سلع معينة تخصص في انتاجها واستبدال الفائض منها بالسلع المنتجة في الدول الأخرى؛

• ان التجارة الخارجية تتيح الاستفادة من عوامل الإنتاج المتوفرة في الداخل ،ومستلزمات الإنتاج ،وبالشكل الذي يجعل قيد السوق محددًا لاستخدام هذه العوامل؛

• زيادة الإنتاج المتحقق من خلال ما يمكن ان يتيحه التبادل الدولي من قدرات اكبر واوسع على التخصص وتقسيم العمل ،وهذا يؤدي الى استغلال الإمكانيات والموارد المتاحة لزيادة الإنتاج لدى دولة معينة اعتمادا لا على سوقها المحلية فحسب ،بل وعلى السوق الخارجية من خلال التبادل الدولي خاصة ان التجارة الخارجية تتيح الاستفادة من عوامل الإنتاج المتوفرة في الداخل ،ومستلزمات الإنتاج ،وبالشكل الذي لا يجعل السوق محددًا لاستخدام هذه العوامل.

### 3. أهمية وأهداف التجارة الخارجية

#### 3.1. أهمية التجارة الخارجية

عرف الانسان القديم التجارة بعدما تعدى مرحلة الاكتفاء الذاتي ولديه فائض عن حاجته فكان لابد من البحث عن مبادلة ما يفيض عن انتاجه مع الاخرين ومن هنا ظهرت المقايضة كوسيلة للتبادل وتوسيع نطاق المعاملات.

ومع ظهور النقود واستخدامها تطورت التجارة واتسع حجم المعاملات بين الافراد ،ونظرا لظهور التخصص وتقسيم العمل وندرة عوامل الإنتاج قد ظهرت التجارة الخارجية.

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

ويظهر التجارة الخارجية اصبح بالإمكان انتقال عناصر الإنتاج في صورة سلع وخدمات من منطقة الى أخرى فانتقلت السلع الصناعية والتكنولوجية من مناطق تصنيعها الى مناطق أخرى معدومة، وانتقلت بعد السلع مثل المطاط والشاي وغيرها من مناطق انتاجها الى مناطق استهلاكها مما ترتب عليه زيادة مستوى الرفاهية التي يتمتع بها المستهلك فضلا عن انها تمثل مصدر أساسي للدخل القومي للدول المصدرة.

ومن هنا اتسع نطاق التجارة الخارجية التي تزامن ظهورها مع التقدم في وسائل النقل والمواصلات وزيادة المستوى التكنولوجي الذي يتمتع به العالم، والذي أدى الى سرعة نقل البضائع من مكان الى اخر عبر الحدود الجغرافية للبلاد بتكلفة منخفضة (سعودي كمال، دون ذكر سنة النشر، صفحة 58).

وتبرز أهمية التجارة الخارجية في : (الزيون، دون ذكر سنة النشر، الصفحات 1-2)

• تعتبر التجارة الخارجية مؤشرا جوهريا على قدرة الدول الانتاجية والتنافسية في السوق الخارجي وانعكاس ذلك على رصيد الدولة من العملات الاجنبية وما له من اثار على الميزان التجاري، كما ان لها علاقة وثيقة بالتنمية الاقتصادية ويمكن للتجارة الدولية ان تلعب دورا للخروج من الفقر وخاصة عند تشجيع الصادرات. فينتج عن ذلك الحصول على مكاسب جديدة في صورة راس مال اجنبي جديد يلعب دورا في زيادة الاستثمارات الجديدة في بناء المصانع وانشاء البنية الاساسية ويؤدي ذلك في النهاية الى زيادة التكوين الرأسمالي والنهوض بالتنمية الاقتصادية؛

بالإضافة الى النقاط التالية : (مناصري و مكيد، 2020، الصفحات 832-833)

• لاشك ان العمليات التجارية التي تتم بين الدول تعمل على تحريك راس المال والنقود التي تحتاجها عمليات البيع والشراء بين الدول وهذا بوجود الكثير من الأرباح والا لتوقفت العملية التجارية لعدم جودها الاقتصادية في حالة الخسارة ومع ذلك نستطيع القول ان التجارة الخارجية تعمل على تحريك وتنمية الأموال وزيادة رؤوس الأموال التي تنتج من خلال العمل التجاري الخارجي؛

• تعد مصدر أساسي في الحصول على العملات الأجنبية الرئيسية او النادرة منها مما يعزز قدرة الدولة من السيولة النقدية التي تعد من مرتكزات العمليات الاقتصادية خصوصا عمليات التمويل والاستثمار كما ان السيولة النقدية تزيد من القدرة الائتمانية للفرد والدولة؛

• تحول الدول ومن خلال التجارة الخارجية إيجاد نوع من الاتزان في وضعها الاقتصادي فلا شك ان الصادرات اذا زادت فإنها تعمل على احداث توازن مع الواردات خصوصا اذا كانت تلك الواردات تنمو وبشكل مضطرب وبالتالي ومن خلال الواردات فإنها تعمل على توفير ما يحتاجه المجتمع داخل الدولة من سلع وخدمات استهلاكية لم تكن متوفرة؛

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

- تعتبر الوسيلة المباشرة لتعزيز العلاقات الدولية، بسبب دورها في ربط الدول معا؛
- تدعم القدرة التسويقية، من خلال انشاء العديد من الأسواق الجديدة للمنتجات المتنوعة، كما تساهم في توفير الكثير من الخدمات والسلع بالاعتماد على مبدأ التخصص الذي يوفر المنتجات باقل الأسعار؛
- تصنف من المؤشرات المهمة لقياس القدرات الخاصة بالدول على المنافسة وتسويق المنتجات والإنتاج في الأسواق العالمية والدولية؛
- تساعد في بناء أنظمة اقتصادية قوية، وتعزز من التنمية المستدامة فيها، عن طريق توفير المعلومات الرئيسية والوسائل التكنولوجية المناسبة.

### 2.3. أهداف التجارة الخارجية

- تتمثل أهداف التجارة الخارجية في : (بن زكي بن علو و شيبان، 2019، صفحة 385\_386)
- انهاء مشكل عدم تحقيق الاكتفاء الذاتي في كل السلع بسبب الزيادات الطبيعية والمكتسبة؛
- التخصص الدولي واختلاف الانتاج؛
- توفير ما يصلح انتاجه وزراعته في المناطق ذات المناخ الموسمي كالموز والقهوة ولا يصلح في مناخ اخر نظرا لاختلاف ظروف الانتاج؛
- احداث فائض او عجز في الانتاج المحلي، مما يتطلب تصدير الفائض او استيراد العجز منه؛
- تفاوت وتنوع اسعار السلع والخدمات بين الدول نتيجة تفاوت اسعار عوامل الانتاج؛
- توفير ميول واذواق المستهلكين من السلع والخدمات؛
- السعي لرفع مستوى المعيشة محليا وزيادة الدخل القومي.

### 4. العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية

هناك العديد من العوامل التي تؤثر في حركة واتجاه التجارة الدولية نوجزها فيما يلي : (زيرمي،

2011، صفحة 9)

#### أ. انتقال الأيدي العاملة :

- تفاوت الأجور من دولة إلى أخرى والذي يرجع إلى تفاوت المستوى الاقتصادي بين الدول؛
- الندرة النسبية و الندرة المطلقة للعمالة؛
- اختلاف درجة المهارة على المستوى العالمي بالنسبة للأيدي العاملة؛
- تفاوت مستوى المعيشة والحضارة، مثلا هجرة الفلاحين من أجل تحقيق أموال؛
- درجة التقدم الاقتصادي ففي حالة الزواج يزيد الطلب على العمالة؛

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

- العوامل السياسية كالحروب لما لها تأثير على العمالة مما يجر تحويلات النقود وتأثر القدرة الشرائية.

### ب. راس المال :

- سعر الفائدة الحقيقي : انتقال الأموال يكون تبعاً لمعدل الفائدة المرتفع؛

- سعر الخصم : إذا كانت نسبة الخصم منخفضة فإنها تكون مشجعة لانتقال رؤوس الأموال؛

- سعر الصرف : راس المال الذي ترتفع قيمة عملته عالمياً يكثر عليه الطلب من الدول الأخرى ويزيد حجم التبادل، والحوافز على الاستثمار في هذه البلدان.

### ج. التكنولوجيات :

إن اختراع آلات جديدة تساهم في الإنتاج والتغلب على مشاكل نقص الأيدي العاملة يوفر الجهد، التكاليف، الوقت والجودة مما يؤثر على التبادل التجاري.

### د. مستوى التنمية الاقتصادية :

حيث أن هذا العامل يلعب دوراً هاماً في مجال التجارة الخارجية إذ إن الجمود والتأخر الاقتصادي لدولة ما يجعلها أكثر حرصاً على وضع سياسة تقييدية للتجارة الخارجية عكس ما هو الحال في اقتصاد متطور ومتقدم وذو قاعدة اقتصادية قوية حيث إنه يتسم بمرونة في سياسة التجارة الخارجية.

### هـ. أوضاع الاقتصاد المحلي والعالمي :

هذه الأوضاع تؤثر في الاقتصاد المحلي والعالمي فالإقتصاد المحلي، ولكي ترتقي صناعته فهو بحاجة إلى سلاح خام لذا تلجأ الدولة إلى التجارة الخارجية لاستيراد ما تحتاجه هذه الصناعات، كما إن للطلب الاستهلاكي دوراً في تحديد سياسة التجارة الخارجية للدولة من حيث استيراد كميات من سلع ما ذات استهلاك واسع. أما عن الاقتصاد العالمي والدولي فإن تغيير الطلب بالزيادة مثلاً من شأنه تشجيع الدولة على زيادة حجم الصادرات من ناحية وكذا على استهلاكها من جهة أخرى.

وهناك عوامل أخرى هي : (حمشة، 2013، الصفحات 12-13)

### و. سوء توزيع الموارد الطبيعية بين الدول :

وتركز مصادر الثروة في بعضها والذي يؤدي إلى تركيز شديد مناظر للتجارة الخارجية، حيث العديد من الدول التي تحوي المواد الأولية كالنفط والفحم والحديد، وتزداد أهميتها باعتبارها منتجة لهاته المواد أو امتلاكها لتربة خصبة وبالتالي تتخصص هاته الدول في إنتاج المنتجات الزراعية.

### ز. حجم الدولة :

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

الذي يؤثر في درجة تكامل الموارد الطبيعية والبشرية وتوفر مزايا الانتاج الكبير الذي يتطلب سعة في الأسواق حيث يسهم هذا في تفسير قيام التجارة بين الدول وخاصة بين الدول الصناعية.

### ح.العامل السياسي :

الذي يلعب دورا في تحديد الأفق المفتوح أمام الدول في مجال التجارة الخارجية.

### ط.تغير الميزة النسبية :

حيث ان جانب كبير من التجارة الدولية يقوم على الفوارق في المعرفة الفنية بين الدول بصرف النظر عن ظروف كل منها او الندرة النسبية لعناصر الإنتاج.

### ي.التجارة ونفقات النقل :

تؤثر نفقات النقل في التيار والاتجاه العام للتجارة .حيث انخفاض نفقاته التي تؤثر في انخفاض نفقات الإنتاج الإجمالية مما يؤدي الى اتساع نطاق التجارة الدولية ،وعموما يعزى قيام التجارة الدولية فيما بين الدول الصناعية في جانب منه الى نفقات النقل.

### ك.الشركات المتعددة الجنسيات :

نتاج لقوى احتكارات القلة تسيطر على حجم كبير من التجارة الدولية لسيطرتها على العديد من الكارتلات الدولية ،وأسواق التصدير والاستيراد والفروع الإنتاجية التابعة للمشروعات وهذه الظاهرة لها انعكاساتها الواضحة على هيكل التجارة الدولية قد تؤدي إلى مظاهر الجنوح الاحتكاري على مستوى أسواق البلاد الأم أو المضيفة.

## الجانب النظري — مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية

### خلاصة:

تلقى الخدمات الالكترونية اهتمام وقبول غالبية الافراد والمنظمات وكذلك الحكومات ،اما التجارة الخارجية فهي دينامو الاقتصاد ،وعليه من الضروري تسليط الضوء على كل منهما وربط العلاقة بينهما والأثر الذي تحدثه الخدمات الالكترونية في التجارة الخارجية ،ومن خلال ما تم تناوله في الجانب النظري خلصنا الى ان الخدمات الالكترونية مصطلح حديث النشأة ،حيث ان اهم ما يميز الخدمات الالكترونية هي السرعة والتوفر طيلة أيام الأسبوع وساعات اليوم ،ومن اهم ما ساعد على تطور الخدمات الالكترونية هو تقدم وتطور التكنولوجيا وتوجه العالم نحو الرقمنة في جميع نواحي الحياة ،وقد تمثلت اهم أهدافها في تسهيل الخدمات التقليدية بخدمات سريعة ومتاحة ،حيث تحوي التجارة الالكترونية نوعين هما الخدمة الالكترونية الصافية المتمثلة في الخدمات الالكترونية البحتة والخدمة الالكترونية المختلطة التي يتدخل فيها العنصر البشري بالإضافة الى الخدمات الالكترونية للضرورة ،اما فيما يخص التجارة الخارجية فهي عمود كل بلد ،وكانت من أسباب قيام التجارة الخارجية التخصص وتقسيم العمل ،واهم ما تختص به التجارة الخارجية هو زيادة الرفاهية والاستغلال الأمثل للموارد المتاحة ،وتكمن أهمية التجارة الخارجية في انها مؤشر جوهري على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الخارجي ،من اهداف التجارة الخارجية رفع المستوى المعيشي للبلد وتطور اقتصاده وتفردته بإنتاج معين ،ان اهم العوامل التي تؤثر في التجارة الخارجية هي مستوى التنمية ،وأوضاع الاقتصاد المحلي والعالمي وكذا التكنولوجيا التي تعتبر اهم العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية.

الجانب التطبيقي

دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة

والسفر\_المسيلة

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

تمهيد :

بعد ما تطرقنا للإطار النظري للدراسة ،ووفقا لأهمية الخدمات الالكترونية والدور المهم في تسهيل وتسريع العمليات والخدمات فلم يعد هناك حاجة للوقوف والانتظار طويلا للحصول على خدمة او معاملة ما وهذا ما أدى أيضا الى توفير الوقت والجهد والتقليل قدر الإمكان من الموارد المستهلكة من مقدمي الخدمة في حالة الخدمات التقليدية ،سنتناول في هذا الجانب اسقاط الدراسة النظرية تطبيقيا لتوضيح الدور الذي تلعبه الخدمات الالكترونية في تيسير التجارة الخارجية على وكالة الـراية للسياحة والسفر بالمسيلة التي هي محل دراستنا الميدانية ،وسوف يتم اعتماد أسلوب المقابلة ،وتحليل اجاباتها للوصول الى الدور الذي تلعبه الخدمات الالكترونية في تيسير التجارة الخارجية ،سنتناول في هذا الجانب التعريف بمحل الدراسة وهي وكالة الـراية للسياحة والسفر بالمسيلة ،وأداة الدراسة المنتهجة وهي المقابلة والتعريف بها ،ثم تحليل اجابات مدير الوكالة محل الدراسة عن طريق مقابلة رقمية بتطبيق الماسنجر ،وفي الأخير نخلص إلى مجموعة من النتائج والاقتراحات.

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

1. التعريف بالوكالة محل الدراسة والإطار المنهجي للدراسة الميدانية

1.1 التعريف بالوكالة محل الدراسة (وكالة الـراية للسياحة والسفر بالمسيلة)

1.1.1 تعريف وكالة الـراية للسياحة والأسفار - المسيلة-

وكالة الـراية وكالة سياحية تهتم بقطاع السياحة داخل وخارج الوطن ،أنشئت بموجب القرار رقم

06\_99

المؤرخ في 08 ذي الحجة عام 1419هـ الموافق ل : 04 افريل 1999م ، الذي يحدد القواعد التي

تحكم نشاطات وكالات السياحة والأسفار .

وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 48\_2000 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420هـ الموافق ل :

01 مارس 2000 م،الذي يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلاليا المعدل والمتمم

تقرر ما يلي :

المادة : يمنح السيد الشخص الطبيعي الذي يتصرف بصفة المالك أو الممثل القانوني: حنيش عبد

الرشيد.

التسمية أو الغرض الاجتماعي : الـراية للسياحة والأسفار .

العنوان أو المقر الاجتماعي : التعاونية العقارية 40 مسكن شارع شنوف بلقاسم - المسيلة-

الوكيل : طرشي إسماعيل .

تأسست عام : 09 جانفي 2011.

أ. مؤسسي الوكالة : جاءت فكرة إنشاء وكالة الـراية للسياحة والأسفار من لقاء ثلاثي جمع بين ثلاثة

أشخاص هم :

➤ طاهري إبراهيم: موظف بالجامعة (جامعة محمد بوضياف بالمسيلة)

➤ لونس علي: استاذ في التعليم المتوسط

➤ حنيش عبد الرشيد:صاحب اعمال حرة

اذ سبق لهم العمل في هذا الميدان منذ عام 2000 م بوكالات سياحية أخرى خلال العطل وعطل

استثنائية

➤ فتم الاتفاق على ان تسجل الوثائق باسم حنيش عبد الرشيد (صاحب اعمال حرة)

ب. الهيكل التنظيمي لوكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة :

ينقسم الهيكل التنظيمي للوكالة الى قسمين :

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرأية للسياحة والسفر \_المسيلة

### • قسم الحجوزات :

خصص هذا القسم لشراء التذاكر ،وكراء الفنادق ،واستخراج التأشيرات ،وتسجيل المواعيد ،وهذا داخل وخارج الوطن حيث يتم داخل الوطن شراء التذاكر وكراء الفنادق لمن يرغب في زيارة او خرجات سياحية وحمامات ،بينما خارج الوطن يتم استخراج التأشيرات وتسجيل مواعيد وكراء فنادق وشراء التذاكر .

### • قسم العمرة والحج :

خصص هذا القسم لخدمات العمرة والحج حيث بعد انطلاق موسم العمرة بعد الحج والاستفادة من ديوان الحج والعمرة برخصة العمرة ،وهذا كل عام يقدم ملف وبالتنسيق مع الوكيل السعودي بالمملكة العربية السعودية ،ويعد دراسة الملف يمنح صاحب الوكالة الترخيص لخدمة العمرة لذلك العام .

الوكالة تنسق برنامج العمل حيث تعرض عروضاً مدروسة للأسعار والخطوط الجوية حسب الطلب

هناك :

✓ خطوط مباشرة تعمل مع الطيران الجزائري والسعودي

✓ خطوط غير مباشرة وتعمل مع عدة خطوط منها التونسية والتركية والإماراتية والقطرية

أما شروط التسجيل فهي :

✓ جواز سفر لا تقل مدة صلاحيته عن ستة اشهر ؛

✓ شهادة ميلاد ؛

✓ صورة شمسية ؛

✓ بالنسبة للمرأة التي يقل عمرها عن 45 سنة تكون بصحبة محرم ؛

\_استخراج التأشيرات :

✓ حجز الفنادق \_شراء التذاكر\_ توفير النقل البري في الجزائر الى المطار وتوفيره في السعودية من

المدينة الى مكة ثم الى جدة وقد يكون العكس أحيانا .

✓ توفير مرشدين اكفاء ذو خبرة والمام بكل ما يتعلق بالموقع الجغرافي لمكة والمدينة المنورة ومناسك

العمرة

✓ توفير أئمة للإفتاء وأداء المناسك .

✓ توفير أطباء لراحة وصحة المعتمر والحاج .

\_ برنامج العمرة :

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرياسة للسياحة والسفر \_المسيلة

المزارات في المدينة المنورة : جبل احد ،وموقع غزوة احد ،مسجد ذو القبلتين ،مسجد قباء ،مقبرة البقيع ،الروضة المشرفة ،والمسجد النبوي .

✓ المزارات بمكة:جبل ثور (غار ثور) ،عرفة ،المزدلفة ،منى ،جبل النور (غار حراء) ؛

✓ العمرة :الاهتمام بأداء العمرة للمعتمر رفقة مرشدين اكفاء وامام بداية من الاحرام سواء في الطائرة ،او في ذو الحليفة (ابيار علي) ،ثم الطواف بالكعبة ثلاث أشواط ،والسعي بين الصفا والمروة سبعة أشواط ،ثم لحلق او التقصير ؛

✓ العودة الى ارض الوطن : بعد انقضاء المدة يجمع المعتمرين اغراضهم للعودة الى ارض الوطن سواء من مطار جدة او من مطار المدينة رفقة مرشدين ومنظمين .

### 2.1. مهام وأهداف وكالة الرياسة

✓ تسهيل وتعريف الخدمات للسائح ؛

✓ تنشيط السياحة في بلادنا وخاصة السياحة الداخلية التي تهتم بالأماكن التراثية الموجودة على كامل التراب الوطني في صحرائه ،وتلاله في جميع نواحي البلد في الجبال والحمامات ....الخ ؛

✓ توسعة نشاطاتها كبقية الوكالات الكبرى .

### 2. الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

لإجراء الدراسة الميدانية تم الاستعانة بالمقابلة كأداة للدراسة

1.2. تعريف المقابلة: يتم تعريف المقابلة على أنها : "أحد أهم وسائل البحث العلمي ،والتي تستخدم في بعض أنواع الأبحاث العلمية الهامة ،مثل الأبحاث الميدانية و الأبحاث الاجتماعية و النفسية ،فهي تؤدي دورا حيويا في جمع المعلومات و الحقائق اللازمة في إنجاز البحث العلمي المطلوب ،حيث يمكن من خلال المقابلة أيضا إجابة الأسئلة البحثية بشكل مباشر ،وذلك من أجل إثبات صحتها وصلاحيتها أو نفيها واستبعادها من مجال الحقيقة". (الوفاق، بدون ذكر سنة النشر)

### 2.2 أنواع المقابلة :

للمقابلة أنواع وفقا للتصنيفات التالية : (المنارة، 2019)

أ. أنواع المقابلات وفقاً لعدد الأشخاص :

- مقابلات فردية: وهي التتم بين الباحث ،والشخص المشارك فقط ؛
- مقابلات ثنائية: ويتم فيها مقابلة شخصين معاً في ذات الوقت ،حيث يطرح الباحث السؤال مرة واحدة وينتظر الإجابة من الشخص الأول ثم الثاني ؛

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

• مقابلات جماعية: ويتم تجميع مجموعة من الأشخاص ،ويطرح الباحث السؤال وتتم الإجابة بطريقتين والطريقة الأولى أخذ رأي شخص واحد يمثل المجموعة كلها ،أو أخذ رأي كل شخص في المجموعة حيث يذكر الأشخاص بعضهم البعض في الإجابة عن الأسئلة في حال غياب معلومة عن ذهن المشارك.

### ب. أنواع المقابلات وفقاً لطبيعة الأسئلة:

- أسئلة مفتوحة: وتكون أسئلة المقابلة تحتاج إلى إجابات واضحة دون أي تقييد ؛
- أسئلة مغلقة: وإجابات أسئلة المقابلة في هذا النوع تكون محددة مثل الإجابة بنعم أو لا ؛
- أسئلة مغلقة مفتوحة: وتكون أسئلة المقابلة هنا متنوعة ما بين الأسئلة المغلقة وبين الأسئلة المفتوحة.

### ج. أنواع المقابلات وفقاً للغرض منها:

- المقابلة الاستطلاعية المسحية: تهدف لجمع المعلومات المبدئية للمشكلة ؛
- المقابلات التشخيصية: وتهدف إلى التعرف على المشكلة وأسبابها ؛
- المقابلات العلاجية: تهدف إلى علاج مشكلة ما ؛
- المقابلات الاستشارية: تهدف إلى أخذ استشارة معينة لموضوع ما .

### 3.2 اهم خطوات المقابلة :

تتمثل اهم خطوات المقابلة فيما يلي : (اكاديمية، 2017)

تحديد الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها من خلال إجرائه للمقابلة ،وتوقع الفائدة العلمية التي ستقدمها المقابلة للبحث العلمي ،يجب أن يكون الباحث يمتلكا لمهارة كبيرة في وضع الأسئلة التي سيطرحها على عينة الدراسة ،فيجب ألا تسبب الأسئلة التي يطرحها الإحراج ،كما يجب أن تكون هذه الأسئلة واضحة ومرتبطة بموضوع البحث العلمي الذي يقوم به ،كما يجب على الباحث قبل أن يقوم بالمقابلة أن يختار عينة الدراسة ، أو الأشخاص الذي يسعى لإجراء المقابلة معهم ،ويجب أن يكون هذا الاختيار دقيقا بحيث يتمكن الباحث بعد ذلك من تعميم نتائجه على المجتمع ،كما يجب على الباحث أن يقوم بتهيئة المكان الذي سيجري المقابلة فيه ،ويجب أن يكون هذا المكان مريحا ومضيئا ،ويعطي عينة الدارسة الراحة النفسية أثناء إجراء المقابلة ،على الباحث أن يقوم بتحديد موعد المقابلة ومدتها ،كما يفضل أن يرسل نسخة من الأسئلة التي سيطرحها على عينة الدراسة كي يطلعوا عليها ،ويجب ايضا أثناء المقابلة أن يكون لطيفا وأنيقا ،كما يجب أن يقوم باختيار كلماته بعناية كبيرة ،ويكون يمتلكا لمهارة الحديث بحيث يجعل الود صلة بينه وبين عينة الدراسة ،واخيرا على الباحث أن يكون محضرا للأوراق التي سيسجل عليها الملاحظات ،ولكافة أدوات

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرأية للسياحة والسفر \_المسيلة

التصوير والتسجيل في حال كان يريد تصوير أو تسجيل المقابلة ،ويجب أن يتم تصوير وتسجيل المقابلة بموافقة عينة الدراسة.

### 4.2 ايجابيات وسلبيات المقابلة :

تتمثل ايجابيات وسلبيات المقابلة فيما يلي : (مبتعث، 2017)

#### أ. إيجابيات المقابلة :

- من أبرز إيجابيات المقابلة أنه يمكن أن يستخدمها الباحث العلمي مع أفراد العينة من غير المتعلمين؛
- تسهم المقابلة في التعرف على الانطباعات الخاصة بالمبحوثين وتدوينها برفقة إجابات الأسئلة ،من أجل التأكد من مدى صدقهم ،ومن العوامل المساعدة في ذلك خبرة الباحث العلمي وفراسته ؛
- إمكانية تعرف المبحوثين على المقصد من الأسئلة ،وهي ما قد لا توفره أدوات الدراسة الأخرى كالاستبيان والاختبارات ؛

• تعتبر أداة المقابلة مثالية في التعرف على الظروف الشخصية والبيئية التي تتعلق بالمبحوثين؛

• يمكن القيام بتلك الطريقة في الوقت الذي يحدده الباحث العلمي دون معوق في ذلك ؛

• بنسبة كبيرة يحصل الباحث على البيانات المطلوبة على عكس الاستبيانات والاختبارات .

#### ب. سلبيات المقابلة :

- من أبرز سلبيات المقابلة أنها تعتمد على رغبة المبحوثين في التعاون مع الباحث العلمي، وفي حالة رفضهم أو عزوفهم عن الإجابة بشكل صحيح فإن ذلك سوف يؤثر على مدى إيجابية البيانات التي يقوم بجمعها الباحث العلمي ؛

• تعتبر المقابلة من أدوات البحث العلمي المكلفة مادياً، وخاصة في ظل وجود مجموعة المبحوثين في بلد بعيد عن محل إقامة الباحث العلمي، مما يتطلب الانتقال وإنفاق كثير من الأموال ح

• من عيوب المقابل أنها تتطلب وقتاً زمنياً كبيراً ،من أجل الحصول على معلومات من أحد الأفراد،

ويزداد الأمر صعوبة في ظل وجود عينة كبيرة من المبحوثين ؛

• تتطلب المقابلة مهارات وقدرات خاصة ينبغي أن توجد لدى الباحث العلمي ،من أجل محاورة

المفحوصين؛

• من سلبيات المقابلة صعوبة تبويب وتحليل البيانات التي يحصل عليها الباحث العلمي، على عكس

الاستبيان أو الاختبارات .

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

### II. عرض وتحليل اجابات المقابلة واختبار فرضية الدراسة

إن مساهمة الخدمات الالكترونية في تسهيل وتسريع العمليات والخدمات أدت إلى توفير الوقت والجهد والتقليل قدر الإمكان من الموارد المستهلكة من مقدمي الخدمة في حالة الخدمات التقليدية، فتأتي هذه الدراسة لتوضيح الدور الذي تلعبه الخدمات الالكترونية في تيسير التجارة الخارجية من خلال اسقاطها تطبيقيا على وكالة الـراية للسياحة والسفر بالمسيلة، بطرح اسئلة حول الموضوع المدروس(الملحق رقم 03)، وسوف يتم الاعتماد على مقابلة رقمية بتطبيق الماسنجر كأداة للدراسة مع مدير الوكالة بعد موافقته (الملحق رقم 02).

#### 1. عرض وتحليل اجابات المقابلة

##### 1.1. المحور الأول أسئلة المقابلة والاجابات حول الخدمات الالكترونية

- ما هي القيمة المضافة التي قدمتها لكم الخدمات الالكترونية؟

لا ننكر سلبيات الخدمات الالكترونية وما ينجم عنها من مخاطر واخطاء، ولكن اهمال مزاياها خطأ في حقها فالخدمات الالكترونية لطالما قدمت قيم مضافة عديدة منها :

- استقطاب العملاء ؛
- تطوير وترقية تقديم الخدمات ؛
- تحسين القطاع المندرج في الخدمات الالكترونية ؛
- زيادة التنافس .

ويندرج من هذا السؤال الاسئلة التالية

- ما هي خصائص الخدمات الالكترونية؟

تتمثل في مزايا من شأنها جذب المتعاملين اليها والعمل بها لما تحويه من :

- سرعة ؛
- اتاحة ؛
- تسهيل ؛
- تنقيف وتعليم ؛
- امان .

- هل تساعدكم في العمل وكيف؟

بالنظر الى المزايا فهي لاتعد ولا تحصى مقارنة بالسلبيات، فهي تعد نعمة لنا من خلال ابراز البعض

منها في الامثلة التالية :

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

- فبدل تنظيم التسجيلات والرقابة عليها من خلال مراقبة جميع العملاء ووثائقهم اللازمة وما يصحبها من نهاية صلاحيتها واخطائها ونقصها ،تخفف الخدمات الالكترونية عنا العناء فكل ما يدخل في وسيلة تقديم الطلبات او الوثائق اللازمة ويكون غير مناسب يجبر العميل على اصلاح الخطأ والا لن يكتمل اجراء التسجيل او الدفع او العملية التي يعمل عليها .
- دور الرقابة الالكترونية في المعاملات والخدمات من خلال تطبيقات خبيرة بدل قيامنا بهذا الدور وتكبدنا عناء التدقيق وتفاذي الاخطاء .
- تيسير اجراءات الحجز والعقود من خلال القيام بها الكترونيا ،بينما تقليديا كان علينا التنقل الى عين المكان في البلد المقصود والقيام بحجوزات الفنادق او انشاء عقود والتفاهم عليها .
- امكانية اختيار الافضل من خلال الاطلاع الكترونيا فقط على خدمات كل عارضيهـا والمقارنة بينهم للخروج بأفضل خيار مناسب للطلب .
- الاطلاع المسبق للشروط او الوثائق المطلوبة وغيرها من الطلبات اللازمة لإتمام الخدمة .
- عامل الثقة والامان من خلال الاطلاع على معلومات عارض الخدمة وضماناته في حال كانت متاحة ومتوفرة الكترونيا .

- هل هناك اقتراحات اضافية ام تناسبكم المعاملات بها؟

- لا بد ان يحوي كل مجال نقص خاصة اذا كان جديدا في البيئـة والمجتمع لذلك نذكر بعض الاقتراحات :
- عمل دورات للمتعاملين بالخدمات الالكترونية سواء لطالبي او لعارضي الخدمة للتدريب على العمل بها واستعمالها ؛

• تحسين الخدمات المقدمة ؛

• تطوير قطاع الخدمات الالكترونية من السلطات المعنية ؛

• توفير خدمات ملحقـة للخدمات الالكترونية .

-مقارنة الخدمات الالكترونية بالخدمات التقليدية ما الفرق بينهما بالنسبة لعامل الوقت والتكلفة

**والتنظيم؟**

بالنسبة لعامل الوقت :

• من ناحية الاختصار :

الخدمات الالكترونية اكثر اختصارا للوقت نظرا لقدرة استيعاب عدة اشخاص والقيام بخدمتهم الكترونيا في وقت واحد ،بينما كان عليهم الانتظار في الطابور في الخدمات التقليدية .

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرأية للسياحة والسفر \_المسيلة

وايضا السرعة في القيام بالخدمات والمعاملات وكسب العميل ومقدم الخدمة الوقت مقارنة بالخدمات التقليدية التي تتطلب مثلا التحقق من البيانات والوثائق وغيرها ،في حين ان الخدمات الالكترونية تستطيع القيام بعملية التحقق في غضون ثوان .

بالإضافة الى انه يمكنك القيام بها في أي مكان ومن أي مكان بينما الخدمة التقليدية يجب على طالبها ان ينتقل الى مكان تقديمها مما قد يشغله او يأخره .

- وكذا من ناحية التوقيت :

الخدمات الالكترونية متوفرة طيلة اليوم وطوال ايام الاسبوع على مدار العام ،بينما الخدمات التقليدية لها اوقات وايام عمل محددة دون استثناء الضرورة او العجلة .

يمكن القيام بالخدمة الالكترونية في غالب الاحيان ذاتيا ،مقارنة بالخدمات التقليدية التي يجب على مقدم الخدمة القيام بها بنفسه عند تنقلك اليه .

- بالنسبة لعامل التكلفة :

- من ناحية الاستعلام والاستفسار :

كلاهما غير مكلف حيث ان الولوج للموقع الالكتروني لرؤية معلومات الخدمات او مقدم الخدمة ،او التقدم لموقع مقدم الخدمة والاستفسار ليس بالمال .

- اما من ناحية تقديمها من حيث التسجيل او التأكيد :

يمكن ان تكون الكفة عكس صف الخدمات الالكترونية اذا كان طالبها غير قادر على القيام بها ذاتيا فيضطر الى دفع المقابل لتقديمها بينما تكون مجانا في حالة ما اذا كانت تقليدية كالتسجيل سابقا في العمرة حيث كان التسجيل عن طريق الخدمات التقليدية بدفع الوثائق ورقيا في الوكالات ،بينما تحول الى تسجيل الكتروني اين وجد العميل صعوبة في التسجيل الذاتي فيقوم بدفع المال للقيام بالعملية .

- اما بالنسبة لعامل التنظيم :

- فيما يخص الوثائق والبيانات :

الخدمات التقليدية تحفظ ورقيا بتنظيم وترقيم وتصنيف معين في الارشيف الورقي وعند الحاجة اليها يتم البحث عن طريق الترميز المنجز به في الارشيف الى غاية الحصول على الملف المطلوب ،اما فيما يخص الارشيف الالكتروني فهو عبارة عن عالم رقمي مبوب ومحفوظ بطريقة تجعل البحث عن ملف ما بمجرد ضغط زر على رمز الملف ليتم الحصول عليه حالا .

- اما فيما يخص عمليات ترتيب طوابير الانتظار :

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرأية للسياحة والسفر \_المسيلة

فان الخدمات التقليدية تحتاج الى شخص ينظمها ويهتم بها ،اما عن طريق الخدمات الالكترونية فيمكن للشاشات الذكية ترتيب و اظهار الادوار بشكل صحيح ومتسلسل .

• من ناحية المواعيد :

الخدمات التقليدية تحتاج من يربتها ويذكر المعنيين بها شخصيا ،اما في حالة الخدمات الالكترونية فالتكنولوجيا تقوم بدورها عن طريق اظهار المواعيد والتذكير بها عن طريق التنبيه بالرسائل او غيرها من الطرق .

- من يسهل منهما العمل اكثر ويضمن المعلومات وعدم الخطأ؟

• من ناحية تسهيل العمل :

فيمكن القول ان الخدمات الالكترونية هي صاحبة المكانة فهي توفر جميع انواع التسهيلات والراحة في العمل والتقليل من التعب بالإضافة الى الخدمات الذكية التي تصحبها ،حيث تسهم في ربح الكثير من الوقت حيث بالنسبة لنا كمقدمي الخدمة تشغلنا لكثير من اعمال العملاء فنجد الخدمات الالكترونية وفرت علينا عناء الكثير من الاعمال الخاصة سواء بنا او بعملائنا ،كتسديد مصاريف معينة ،ارسال فواتير ،حجوزات ،وكذا امكانية القيام بها في أي مكان وفي أي وقت كان مع السرعة .

• وبالحديث عن الامان :

ان الخدمات الالكترونية اضمن من حيث تحويل الاموال وغيرها من العمليات المالية التي يمكن القيام بها عن طريق اجراءات الكترونية سهلة وسريعة .

• اما بالنسبة لضمان المعلومات والخطأ :

ترجح الكفة الى الخدمات التقليدية فهي اكثر ضمانا وامنا حيث غالبا ما يحدث خلل في الاتصالات وغيرها من الحوادث الالكترونية التي لطالما تكلف صاحبها العناء وحتى الخسارة ،حيث كان لنا سابقا خسارة بسبب خلل الكتروني ناجم عن تعطل موقع احدى مقدمي الخدمات لنا كوكالة ،وقد كنا على وشك اتمام عملية الشراء بعد دفعنا لمختلف المصاريف اين توقف عمل الموقع وخسرنا ما قدمنا من دفعات .

- هل هناك اقبال على الخدمات الالكترونية من قبل الزبائن او حتى وكالات السفر الاخرى؟

هناكقبال كبير بالتأكيد لمميزات الخدمات الالكترونية التي غلبت على الخدمات التقليدية :

بالنسبة للوكالات او المؤسسات المختلفة :

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

• فهي تسهل عليهم وتقلل عناءهم ،فقد جذبت الخدمات الالكترونية اليها الكثير من المتعاملين بها وحتى متعاملين جدد انظموا الى التعامل بالخدمات الالكترونية وحتى دخول عالم العمل من اجل التعامل بها.

• كما لاقى اهتمام كبير من طرف طالبي الخدمة لتوفر عدة مزايا كالاستعمال في أي وقت ومكان ،والسهولة ،والتكليف على حسب طلباتهم بالإضافة الى المزايا الجمة التي تحويها الخدمات الالكترونية من حيث السداد الالكتروني لتفادي السرقة والطلبات والتسوق من دون التعب ...الخ .  
بالنسبة للعملاء او طالبي الخدمة :

• تقليل عناء التنقل من مكان لآخر للقيام بالخدمات التقليدية .

• تسهيل القيام بها دون ضغط الوقت والانتظار كما الحال في الخدمات التقليدية .

– ماهي ايجابيات الخدمات الالكترونية؟

• تسهيل الاجراءات على العملاء والعمال ؛

• تنظيم الخدمات ؛

• ادخال العميل ضمن اجراءات العمل وتنقيفه ؛

• المساهمة في نشر التطور والتكنولوجيا ؛

• تعكس صورة حسنة عن مقدم الخدمة وزيادة مكانته ؛

• تفادي ضياع الوثائق او الاموال كما الخدمات التقليدية او التعرض للسرقة .

– هل الخدمات الالكترونية عامل صالح لمقارنة التنافس بين المؤسسات وايضا بالنسبة لوكالات

السياحة والسفر فيما بينها؟

الخدمات الالكترونية تعتبر عامل مقارنة وتنافس بين المؤسسات وأيضا بين وكالات السفر والسياحة من

حيث :

• الدلالة على مواكبة التطور والتكنولوجيا ؛

• التسهيل في الإجراءات مما يؤدي الى جذب العملاء ؛

• الشفافية ؛

• الثقة والأمان ؛

• السرعة ؛

• اخر الاخبار والتحديثات ؛

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

- الفرص الممنوحة والعروض الاستثنائية .

- كيف يمكن للمؤسسات او الوكالات الخاصة بالسياحة والسفر استغلال الخدمات الالكترونية

كعنصر جذب وتميز ومنافسة ؟

- الاعلانات الممولة حيث تساهم في نشر مختلف الحسابات والمواقع الالكترونية لتظهر للمهتمين او الاشخاص العاديين وتعلمهم بتوفر الخدمة .

- المسابقات الالكترونية حيث تساهم في مشاركة العديد فيها بتطبيق شروط معينة تسهم في النشر الى نطاق اوسع والفوز بإحدى منتجات عارض الخدمة وليتم توثيقه من الفائز بجودة منتجاته وصدقه وامانته مما يساهم في جذب العملاء .

- شهادات العملاء من خلال التعامل الالكتروني مع مقدم الخدمة .

- عروض وامثلة عن الخدمات المقدمة كعمل فيديوهات تعريفية بالمنتجات المقدمة وطريقة طلبها او استعمالها .

- خدمات ما بعد البيع سواء الالكترونية منها او العادية .

- تذكّر العملاء السابقين حتى بعد رحيلهم كإرسال ايميل في عيد ميلاد عميل سابق.

- التجديد ومواكبة التطورات الحاصلة في عالم الرقميات .

- نشر كل ما هو جديد حول العمل والاجراءات والخدمات الجديدة المتاحة وكل ما يخص العملاء من

تسهيلات من مختلف البلدان في السفر او فرص الدراسة او العلاج .

- فيما يخص الخدمات والتعامل الالكتروني من الجانب القانوني هل المشرع الجزائري يحتوي على

قانون تنظيم الخدمات الالكترونية؟

المشرع الجزائري يحتوي عموما على التجارة الالكترونية كعنصر له قوانين تنظمه وتحكمه ولا يحتوي

على كل ما يخص الخدمات الالكترونية وما ينجم عنها وهو غير موجه لها ولكنه يشمل بعض جوانبها

ويتضمن عموما ما يلي :

- العقود الالكترونية ؛

- التجارة من بيع وشراء وتبادل الكتروني ؛

- المعاملات الضرورية للإثبات القانوني ؛

- السلع والخدمات المسموحة في التجارة الالكترونية ؛

- العقوبات في التجارة الالكترونية ؛

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرأية للسياحة والسفر\_المسيلة

- الفصل في القضايا المتعلقة بالتجارة والمعاملات الالكترونية .

- ما رايك فيه هل هو مناسب ويساعدكم في العمل؟

مما تم ذكره في النصوص القانونية غير مساعد او يمكن ان نقول انه ناقص من عدة نواحي سواء من حيث التنظيم او الرقابة او الحماية والاجراءات الردعية .

- هل يضمن حقوقكم وحقوق الزبائن؟

يمكن ان نقول انه لا يتضمن هاته الميزة خاصة من خلال تجاربنا السابقة كما يلي :

ضياح حقوق طالبي الخدمة لعدم خبرتهم او تجربتهم او حتى معرفتهم بالمعاملات الالكترونية ،نذكر في هذه الحالة مثال على العملاء الذين ينظمون مختلف رحلاتهم بمفردهم من حيث الحجوزات وترتيب الخرجات والنزهات في البلد المسافر اليه فقد يواجهون ما يلي :

- حجز التذاكر الكترونيا من مواقع لا يكادون يفرقون بين ان كانت حقيقية او وهمية وبهذا اذا تم الدفع وتم النصب عليهم ذهب حقهم .

- حجز غرف في الفنادق على اساس عرض خدمات وصور تتاسب العميل وعند التنقل الى المكان يكون مستوى الخدمات اقل من مستوى العرض الالكتروني .

- طلبات الطعام والخدمات المختلفة الالكترونية في البلد المسافر اليه وصدقها وجودتها .

ملء استمارات بشكل خاطئ مما يتحملون الخسائر الناجمة عن الخطأ :

- اخطاء وخسارات ناجمة عن خلل في الخدمات الالكترونية او وسائل تقديمها نذكر مثال عن القيام بمعاملات شراء بين وكالتنا ومتعامل اجنبي حيث تم الاتفاق على شروط الشراء وكل ما له علاقة بالعملية الى ان وصلنا الى شطر سداد التامين والمنتج ،فسددنا التامين وحدث بعدها خلل في الموقع ما ان تصلح الخلل فيما بعد وجدنا ان العملية قد عادت خطواتها الى اول خطوة وكأننا لم نبدأ في العملية وخسرنا قسط التامين المسدد بالإضافة الى الاتفاق وذهبت خطوات تقدمنا في العملية سدى.

- ماذا تقترح ان يتم التعديل فيه اذا كانت هناك ثغرات؟

نقترح من خلال تجاربنا ما يلي :

- حفظ حقوق المتعاملين الالكترونيين ؛
- رقابة دورية على مقدمي الخدمات الالكترونية ؛
- تحديث النصوص القانونية بما يتناسب والتطورات في التكنولوجيا وتقديم الخدمات الالكترونية؛
- الفصل بين حقوق طالبي الخدمة الالكترونية وعارضيه ؛

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرأية للسياحة والسفر \_المسيلة

• حظر مقدمي الخدمات مجهولي الهوية حيث يجب ان يتضمن الموقع الالكتروني او وسيلة تقديم الخدمة جميع المعلومات حول مقدمها ،وما الخدمات التي يقدمها ،والموقع الحقيقي في الواقع اذا كان متواجد مع الضمانات المقدمة لكسب الثقة ؛

• الفصل واسترجاع حقوق المتعاملين الذين يخسرون تقدمهم في العملية الالكترونية بسبب اخطاء او اعطاب سواء في وسائل تقديم الخدمات الالكترونية او من طرف مقدم الخدمة .

### 2.1. المحور الثاني اسئلة واجوية المقابلة فيما يخص التجارة الخارجية

- ما هو دور التجارة الخارجية؟

ان التجارة الخارجية تعتبر عصب الحياة الاقتصادية وتعتبر احد المحركات الرئيسية في الاقتصاد ويتمثل دورها فيما يلي :

- تصريف فوائض الانتاج ؛
- تتمثل في ميزان المدفوعات ؛
- تحريك دولاب الاقتصاد ؛
- جلب التكنولوجيا ؛
- استقطاب الاستثمارات ؛
- تحريك رؤوس الاموال ؛
- التنوع والتعدد في الانتاج ،
- التخصص وتقسيم الاعمال .

- وما علاقتكم بالتجارة الخارجية وماهي اهميتها بالنسبة للوكالة؟

ان علاقتنا بالتجارة الخارجية علاقة تكاد تكون طردية بسبب ارتباط خدماتنا واعمالنا بها بنسبة كبيرة ،وبهذا فان لها اهمية بالغة بالنسبة للوكالة .

- ما رايك في قيود التجارة الخارجية هل تناسبكم؟

ان كل ما يقيد ويعسر في التجارة الخارجية هو ايضا يضر بنا ويأثر علينا سلبا ،فبعض القيود تكاد تكون تعجيزية مقارنة بالبلدان الاخرى ،فهناك قوانين تعسر العمل علينا وتعيقه مما يؤدي الى تأخير المعاملات والخدمات وتعطل الاعمال وبالتالي غضب العميل وهذا ربما ما يوضح صورة ضعف قطاع التجارة الخارجية ويؤكد عدم فاعلية الاجراءات المتخذة فيه .

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرأية للسياحة والسفر \_المسيلة

نذكر الجانب الجمركي كأحد امثلة القيود المعيقة في التجارة الخارجية ولعله اهم المعوقات ايضا في الجزائر من حيث :

- مختلف الاجراءات في الجمارك التي قد تنفر المتعاملين الخارجيين او تعامل العملاء من الجزائر مع الخارج باستثناء بعضهم .
- كذلك نذكر مدة التفنيش التي في اغلب الأحيان تكون طويلة .
- بالإضافة الى الحجز والتوقيف بسبب خطأ او نقص في الوثائق مثلا مما يجعل مدة تحريرها أطول ومعقدة لدرجة فوات اجل الحاجة اليها .
- بعض السلع المحظورة لسبب غير مهم .
- ناهيك عن الأخطاء المقصودة او غير المقصودة التي تعرقل سير الاعمال .
- كما نذكر بعض المنتجات المحظورة :
- الدرون او ما يقصد به الالي الذي يمكنه التحليق في السماء مع التصوير والتقاط الفيديوهات الذي يستوجب إجراءات خاصة لاستعماله وامتلاكه والتصوير به ...الخ .

-ما هي ايجابياتها وسلبياتها؟

من ايجابياتها :

- تساعد لدولة في تصريف فوائضها الى الخارج ؛
- التنوع في السلع والخدمات من الاسواق الاجنبية ؛
- المنافسة الدولية ؛
- رفاهية البلد ؛
- الحصول على اسواق جديدة ؛
- انعاش الاقتصاد ؛
- مواكبة التطور العالمي ؛
- اعطاء فرص جديدة للمتعاملين الداخليين والخارجيين ؛
- نشأة العقود والاتفاقات الدولية ؛
- تبادل الخبرات ؛
- انشاء العلاقات الدولية ؛
- اكتساب ثقافات ؛

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الرأية للسياحة والسفر \_المسيلة

- نشر الثقافة المحلية ؛
  - فهم الاسواق العالمية وطريقة عملها ؛
  - تنشيط عمليات الاستيراد والتصدير ؛
  - تطوير القطاعات المرتبطة بالتجارة الخارجية ؛
  - تنشيط قطاع الانتاج من خلال التحفيز والمنافسات الخارجية على المنتجات المحلية ؛
  - المنافسة الخارجية وما لها من مزايا كالتحسين في المنتج المحلي والتطلع لألوليته وجودته على المنتج الاجنبي المنافس .
- من سلبياتها :
- التأثير على العادات والتقاليد ؛
  - نشر عادات جديدة ؛
  - استنزاف الثروات ؛
  - المنافسة الخارجية على المنتجات المحلية ؛
  - العجز في الميزان التجاري اذا لم يقابل عملية الاستيراد التصدير لمساواة الكفتين .
- ما أهم ما يؤثر في التجارة الخارجية وكيف تتأثر ؟
- تتأثر التجارة الخارجية بمختلف العوامل المحيطة بها من بينها :
- العوامل الطبيعية ونذكر منها :
- المناخ نظرا لتباينه عالميا بين القارات والبلدان مما قد يمنح مناطق افضلية او اقلية في الجودة والمنافسة او حتى الانتاج في حد ذاته .
  - الزلازل والبراكين التي تعتبر احد العوائق على مختلف البلدان نظرا لخوف السياح مثلا في زيارتها ،خشية المستثمرين الاستثمار فيها .
- العوامل الاجتماعية والثقافية نذكر منها :
- العادات والتقاليد وما لها تأثير على المنتجات والإنتاج سواء بالإيجاب او بالسلب؛
  - الآفات الاجتماعية وانعكاساتها وما لها من اثار ورسم صورة غير لائقة في نظر الغير؛
  - مستوى التقدم والتطور فالمنتجات تقاس على أساس المنتج وكلما كان المنتج يواكب التقدم كلما كان الطلب على منتجاته اعلى والعكس صحيح .
- العوامل السياسية والقانونية :

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

• القوانين والنصوص المتعلقة بالتجارة الخارجية ؛

• مستوى الامن والأمان والاستقرار ؛

• الحروب والنزاعات واثارها ؛

• قوانين الحظر ؛

• الرسوم الجمركية .

العوامل الاقتصادية :

• التضخم حيث ان ارتفاع الأسعار العام والمتواصل يؤثر في العملة ويخفض قيمتها ويخفض الطلب

الخارجي عليها ؛

• سعر الفائدة والذي يعتبر عامل ذو قطبين احدهما جاذب للمستثمرين خاصة الخارجيين منهم اذا ما

كان مرتفع ومناسب اكثر ،وينفر المستثمرين اذا ما كان منخفض وذو عائد اقل ؛

• سعر الصرف الذي يعتبر احد اهم العوامل المؤثرة على التجارة الخارجية فهو يمثل سعر صرف

عملة مقابل عملة اخرى او احدى العملات الصعبة ،فعند تغير سعر الصرف ؛

• معدل النمو الاقتصادي فكلما كان البلد المعني متطور كلما جذب ارتفاع التجارة الخارجية من كل

نواحيها سواء من الجانب السياحي او الاستثماري ...الخ ؛

• الاستثمار الاجنبي المباشر الذي قد يرفع قطاع التجارة الخارجية الى اعلى المستويات كلما ارتفع

ويخفضها اذا انخفض .

**- وكيف تؤثر عليكم؟**

بصفتنا وكالة سياحة وسفر فان السياحة والسفر الخارجي يمثل الجانب ذو الحصة الاكثر نسبة من

النصف من خدماتنا مقارنة بالسياحة والسفر داخل البلد ،وبهذا فكل ما يخص التجارة الخارجية ويؤثر عليها

يهمنا ويؤثر علينا بشكل مباشر ،وخير دليل يمكن ان نذكره هو جائحة كورونا التي نمر بها حاليا والتي

انتشرت في العالم كله بداية من شهر مارس من عام 2020 ،حيث اتخذت اجراءات احترازية للتقليل من

انتشارها بغلق المدن والمطارات والاشغال وكل ما يمكن ان يسبب التجمع وانتشار الجائحة ،مما اغلق العالم

كل على اقتصاده اين تعطلت التجارة الدولية عالميا بنسبة تقارب 90% ،وبهذا توقفت اعمالنا وخدماتنا

وكوكالة للسياحة والسفر ،فكل ما يفيد التجارة الخارجية يفيدنا وكل ما يضرها يضرنا .

**- ماذا تقترحون في التجارة الخارجية؟**

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

بالنسبة لنا كوكالة فتح بعض القيود على التجارة الخارجية يفيدنا ويزيد من مردوديتنا ويخدمنا اكثر، ولكن بالنسبة للاقتصاد وضعفه فيمكن ان ينهار بفتح القيود الغير مدروس او الغير مراقب مما يضعف القدرة الشرائية وهذا أيضا يعود بالأثر السلبي علينا ،لذلك نقترح الوسطية كمخرج ومع قيود تخدم الداخل والخارج ،الاقتصاد والمتعامل الاقتصادي ،والمواطن على حد سواء .

### 3.1. المحور الثالث اسئلة واجوبة المقابلة بالنسبة للخدمات الالكترونية ودورها في تيسير التجارة

#### الخارجية

#### - هل الخدمات الالكترونية عامل مساعد ام معرقل للتجارة الخارجية وكيف ذلك؟

بالطبع الخدمات الالكترونية عامل مساعد في التجارة الخارجية ،فهي نعمة لما تقدمه من مزايا ،حيث ساهمت في تقدم وتطور وارتقاء قطاع التجارة الخارجية ،من خلال تسهيل التعامل مع الزبائن ،العاملين ،وحتى التواصل مع مختلف مقدمي الخدمات بالنسبة لنا او منافسينا والتعامل معهم ،وكذا أصحاب الشركات او الهيئات ذات العلاقة معنا او بنا .

كما مكنت من تخطي الصعوبات والمواقف التي كان حلها شبه مستحيل ،نذكر مثال في العام الماضي لاحد زبائننا كان متوجها للمملكة العربية السعودية وكان يملك تأشيرة إقامة في جوازه ،حيث كانت الرحلة مع خطوط ذات نظام وصرامة لا تسمح للمقيمين الذهاب عبرها الا بتأشيرة عمرة ،وكان في موقف لا يكاد يحسد عليه فالرحلة على وشك الانطلاق وبصحبه افراد عائلته بعد عناء التجهز والإجراءات والانتظار ،وكذا المصاريف التي تحملها وغيرها من الأمور التي لها علاقة بالرحلة ،فكلمنا احد المسؤولين في المطار مع ارسال معلومات وعدة صور لجوازات السفر وغيرها من الوثائق الكترونيا ،لنرسل لهم في ظرف ربع ساعة تأشيرة تتناسب وشروط الخطوط الجوية ذات العلاقة ،وبهذا استطاعت الخدمات الالكترونية حل مشكلة من المشاكل .

لذلك يمكن القول ان كل من يتعامل بالتجارة الخارجية سواء كان هيئة او منظمة او فرد او أي كان ،فان ما يخدمه ويسهل عليه المعاملات سواء الخدمات الالكترونية او مختلف ما يبسر عليه عمله يلجا اليه ويعطي رغبته في التعامل به وكلما زاد التحفيز والتفاني زادت التعاملات الالكترونية وتسرعت الأمور والصفقات ومختلف لمعاملات وبهذا بدل القيام بمعاملات معدودة في فترة زمنية محددة يمكن القيام بمعاملات لا تعد ولا تحصى في نفس الفترة ،وبهذا تيسر وتتطور وتزدهر التجارة الخارجية .

#### - كيف تشرح العلاقة بين الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية؟

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

علاقة الخدمات الالكترونية بالتجارة الخارجية علاقة تكاملية فبدون الخدمات الالكترونية قد تتعرقل او تعاق او تبطئ حركة التجارة الخارجية ،فالخدمات الالكترونية بمثابة مكمل للتجارة الخارجية نذكر بعض الامثلة :

- طلبات التأشيرات ؛
- طلبات خاصة كالسفر للعلاج ؛
- عرض السلع والخدمات الكترونيا ؛
- عرض المعلومات والاستفسارات الكترونيا ؛
- التسديدات والتحويلات المالية ؛
- الاتفاقات والعقود .

كما ساهمت الخدمات الالكترونية في ارتفاع وتطور التجارة الخارجية وتسهيلها لجميع المتعاملين فيها مما كانت احد اسباب التوجه الى هذه الاخيرة وزيادة المعاملات فيها .

### - كيف تتم الخدمات الالكترونية في التجارة الخارجية ؟

ان الخدمات الالكترونية هي اولى الخطوات غالبا في التجارة الخارجية ،فالعميل عند وضوح نيته حول الشراء او البيع او السفر او كل ماله علاقة بالتجارة الخارجية يلجا للخدمات الالكترونية من خلال خدمات الاستفسار ،البحث والاستطلاع ،ويؤكد على ما هو مقدم عليه من خلال مسحه حول الخدمات الالكترونية الحاصل عليها ،وعندها يقوم بما يلي :

- الحجز ؛
- الطلب ؛
- التسجيل ؛
- التواصل مع طالب او مقدم الخدمة .

وغيرها من العمليات التي من شأنها اشباع رغبات دافعه الى الخدمات الالكترونية .

### - كيف تتم الخدمات الالكترونية في التجارة الخارجية بالنسبة للوكالة؟

بالنسبة لخدماتنا المقدمة منا كوكالة :

- تتمثل في التواصل مع سياح خارج البلد للقيام بجولة في الجزائر وما يلحقها من تنظيمات وتخطيطات ؛

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

- التواصل مع عملائنا الذين هم خارج البلد بخدمة منا للاستفسار عن مختلف الاجراءات ،او امكانية التمديد او التقصير في مدة السفر ،او تجديد احد الوثائق او ما يصاحبها من خدمات لاحقة ؛
  - التواصل مع مختلف الهيئات بشأن العملاء التابعين للوكالة ؛
  - التواصل مع وكالات اخرى خارج البلد بغرض التعاون وتبادل الخدمات ؛
  - مختلف الخدمات والاستعلامات في البنوك العالمية ؛
  - مختلف اجراءات الوكالة مع البلدان ؛
  - تصريحات للوكالة من البلدان بالعمل معها ؛
  - مختلف لتصریحات الخاصة كالعمرة ؛
  - العقود مع عملاء او وكالات او هيئات ؛
  - الحجوزات في البلد المتوجه اليه ؛
  - طلبات الخدمات السياحية من الخارج ؛
  - طلبات التأشيرات ؛
  - الخدمات المحلية المطلوبة من الخارج .
- بالنسبة للخدمات التي نحتاجها :
- مختلف المعاملات البنكية الدولية ؛
  - فتح حساباتنا وحركتهم في البنوك العالمية ؛
  - التصريحات بالعمل مع مختلف البلدان والهيئات والوكالات الدولية ؛
  - مختلف العقود مع الخارج ؛
  - تموينات من الخارج ؛
  - خدمات الحجز في الخارج ؛
  - معلومات واحتياجات العملاء في الخارج ؛

ولكن تبقى الخدمات الالكترونية خاصة في التجارة الخارجية غير متطورة في بلدنا ولا زالت لم تصل الى ما وصل اليه اغلب بلدان العالم .

### 2. اختبار فرضية الدراسة

- تنص فرضية الدراسة المطروحة من خلال التساؤل الرئيسي الذي هو : "هل الخدمات الالكترونية تيسر التجارة الخارجية؟"، على أن : "الخدمات الالكترونية تساهم في تيسير التجارة الخارجية."،ومن خلال

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

إجابات مدير الوكالة أثناء المقابلة التي مفادها أن الخدمات الالكترونية لها عدة خصائص أو امتيازات أهمها تقوم بتسهيل الاجراءات على العملاء والعمال ؛ تنظيم الخدمات ؛ادخال العميل ضمن اجراءات العمل وتثقيفه ؛المساهمة في نشر التطور والتكنولوجيا ؛تعكس صورة حسنة عن مقدم الخدمة وزيادة مكانته ؛تفادي ضياع الوثائق او الاموال كما الخدمات التقليدية او التعرض للسرقه .التسهيل في الإجراءات مما يؤدي الى جذب العملاء ،الشفافية ،الثقة والأمان ،السرعة ،الاطلاع على اخر الاخبار والتحديثات ،الفرص الممنوحة والعروض الاستثنائية .

أما بالنسبة لأهم الخدمات الالكترونية تتمثل في :

\* نشر مختلف الحسابات والمواقع الالكترونية لتظهر للمهتمين او الاشخاص العاديين وتعلمهم بتوفر الخدمة؛

• المسابقات الالكترونية حيث تساهم في مشاركة العديد فيها بتطبيق شروط معينة تسهم في النشر الى نطاق اوسع والفوز بإحدى منتجات عارض الخدمة وليتم توثيقه من الفائز بجودة منتجاته وصدقه وامانته مما يساهم في جذب العملاء ؛

• شهادات العملاء من خلال التعامل الالكتروني مع مقدم الخدمة ؛

• عروض وامثلة عن الخدمات المقدمة كعمل فيديوهات تعريفية بالمنتجات المقدمة وطريقة طلبها او استعمالها؛

• خدمات ما بعد البيع سواء الالكترونية منها او العادية ؛

• تذكّر العملاء السابقين حتى بعد رحيلهم كإرسال ايميل في عيد ميلاد عميل سابق؛

• التجديد ومواكبة التطورات الحاصلة في عالم الرقميات؛

• نشر كل ما هو جديد حول العمل والإجراءات والخدمات الجديدة المتاحة وكل ما يخص العملاء من تسهيلات من مختلف البلدان في السفر او فرص الدراسة او العلاج .

كما أكد مدير الوكالة على أن : الخدمات الالكترونية عامل مساعد في التجارة الخارجية ،فهى نعمة ،لما تقدمه من مزايا ،حيث ساهمت في تقدم وتطور وارتقاء قطاع التجارة الخارجية ،من خلال تسهيل التعامل مع الزبائن ،العاملين ،وحتى التواصل مع مختلف مقدمي الخدمات بالنسبة لنا او منافسينا والتعامل معهم ،وكذا أصحاب الشركات او الهيئات ذات العلاقة معنا او بنا .

لذلك يمكن أن نستخلص ان كل من يتعامل بالتجارة الخارجية سواء كان هيئة او منظمة او فرد او أي كان ،فان ما يخدمه ويسهل عليه المعاملات هي الخدمات الالكترونية او ما يبسر عليه عمله يلجا اليها

## الجانب التطبيقي — دراسة حالة وكالة الـراية للسياحة والسفر \_المسيلة

ويعطي رغبته في التعامل بها وكلما زاد التحفيز والتفاني زادت التعاملات الالكترونية وتسرعت الأمور والصفقات ومختلف المعاملات وبهذا بدل القيام بمعاملات معدودة في فترة زمنية محددة يمكن القيام بمعاملات لا تعد ولا تحصى في نفس الفترة، وبهذا تيسر وتتطور وتزدهر التجارة الخارجية .

ان الخدمات الالكترونية عامل مهم ومؤثر في التجارة الخارجية عن طريق تيسير وتسريع عمليات التجارة الخارجية ،والخدمات الالكترونية لما لها من تأثير ايجابي على التجارة الخارجية ، نجد ان الخدمات الالكترونية عامل مساعد في تيسير وتسهيل انسياب التجارة الخارجية .

ومنه تم قبول فرضية الدراسة أي أن فعلا الخدمات الالكترونية تساهم في تيسير التجارة الخارجية.

### الخلاصة

تطرقنا في هذا الجانب التطبيقي الى دراسة الحالة، حيث اسقطنا الدراسة النظرية على وكالة الـراية للسياحة والسفر بولاية المسيلة، وقمنا بدراسة الحالة عن طريق المقابلة مع مدير الوكالة، ومن خلال المقابلة توصلنا الى ان للخدمات الالكترونية دور مهم في تيسير التجارة الخارجية، نظرا لما تقدمه من مميزات وخدمات من شأنها ترقية وتطوير قطاع التجارة الخارجية، وبهذا قمنا بإثبات صحة الفرضية .



الخاتمة

من خلال تطرقنا لهذه الدراسة ، التي تهدف الى اختبار دور الخدمات الالكترونية في تيسير التجارة الخارجية، فقد حاولنا اظهار هذا الدور بعد عرض الجانب النظري، وبعد اسقاطه في دراسة الحالة بوكالة الراية للسياحة والسفر بالمسيلة عن طريق مقابلة رقمية بتطبيق الماسنجر، سنقوم بعرض أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ،وتقديم كذلك أهم الاقتراحات ،بالإضافة الى افاق وتطلعات للدراسة .

### أولا : النتائج

من خلال الدراسة التي قمنا بها سابقا توصلنا الى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي :

• الخدمات الالكترونية تتمثل في خدمة ذاتية على الشبكة تتم من خلال التفاعل الالكتروني بين طالبها ومقدمها؛

• الحكومات الالكترونية وليدة الخدمات الالكترونية؛

• أساس الخدمات الالكترونية هو تقديمها لطالبا، استلامها من قبل طالبا، إمكانية توصيلها الى مكان طلبها كمخرجات ؛

• ينبغي ان يلائم تصميم الخدمة الالكترونية حاجة وتطلع طالبا؛

• تتميز الخدمات الالكترونية بالاختصار في الوقت والجهد والتكلفة، مقارنة بالخدمات التي تقدم تقليديا والتي تكاد تكون منعدمة التميز بالعناصر المذكورة؛

• تسمح الخدمات الالكترونية بتبسيط وتسهيل الإجراءات؛

• للخدمات الالكترونية خاصية التحديث السريع للمعلومات والخدمات المتعلقة بها؛

• تدعم الخدمات الاقتصاد الوطني، وكذا إيجاد فرص جديدة للأعمال الحرة؛

• تتضمن الخدمات الالكترونية الخدمات التجارية، الحكومية، المصرفية، التعليمية، بالإضافة الى

خدمات النشر؛

• لتقديم الخدمات الالكترونية يتوجب السرعة وعدم التأخير، توفير البنى التحتية الصلبة، بالإضافة الى

التشريعات القانونية الخاصة بها؛

• اهم أسباب قيام التجارة الخارجية تمثل في التخصص وتقسيم العمل وزيادة النتاج المحقق وتحقيق

فائض ليتم تصريفه عن طريقها؛

• من أهم العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية التطورات التكنولوجية؛

• تعتبر الخدمات الالكترونية غالبا أولى خطوات التجارة الخارجية المتميزة؛

- تتم الخدمات الالكترونية في التجارة الخارجية عن طريق التواصل بين الطرفين، وتبادل المعلومات، وتقديم واستقبال الخدمات، وكذا الخدمات اللاحقة او التغذية العكسية؛
- الخدمات الالكترونية مكملة للتجارة الخارجية وبهذا فالعلاقة بينهما علاقة تكاملية.

### ثانيا : الاقتراحات

ان كل عمل او مجال لا يخلو من النقص لذلك من خلال الدراسة التي قدمناها نقدم الاقتراحات التالية :

- ضرورة تطوير وتنمية البنى التحتية لتطبيق الخدمات الالكترونية؛
- ضرورة تعميم الخدمات الالكترونية ونشرها في المجتمع المحلي والدولي؛
- ضرورة ترسيخ ثقافة التطور والتقدم الالكتروني والتكنولوجي في المجتمعات؛
- ضرورة دعم المتعاملين الكترونيا وتدريبهم على التعامل الالكتروني؛
- ضرورة دعم الخدمات الالكترونية بخدمات تقليدية؛
- ضرورة استغلال الخدمات الالكترونية في المنافسة والتميز؛
- ضرورة الرقابة على الخدمات الالكترونية لضمان تأدية الخدمة على اكمل وجه؛
- ضرورة مواكبة الخدمات الالكترونية والتطورات الراهنة والتطلعات المستقبلية لضمان الاستمرارية؛
- ضرورة استغلال الخدمات الالكترونية في تخفيض البطالة عن طريق فتح افاق للمساهمة في ضمان سيورتها وتحديثاتها وكذا زيادة مستخدميها من طالبي وعارضي الخدمات؛
- ضرورة سن نصوص قانونية تشجيعية مكملة لضمان حقوق المتعاملين في الخدمات الالكترونية وتنظيم عملياتها والرقابة عليها وردع ومعاقبة المتورطين في جرائمها؛
- ضرورة تكييف الخدمات الالكترونية لتتناسب وطالبي الخدمة لجذبهم للتعامل بها؛
- ضرورة تشجيع الخدمات الالكترونية الدولية عن طريق تقديم تحفيزات ؛
- ضرورة ملائمة القيود والإجراءات الالكترونية والجمركية بما يتناسب وتيسير التجارة الخارجية الكترونيا.

### ثالثا : آفاق الدراسة

- حاولنا من خلال دراستنا الالمام بجوانب الموضوع المدروس ولكن يبقى موضوعا متشعبا، ومن اجل تعميق الدراسة نقترح بعض المواضيع :
- واقع وآفاق الخدمات الالكترونية الدولية؛

- التجارة الالكترونية كمخرج لتطوير الصادرات خارج المحروقات؛
  - تطبيق الخدمات الالكترونية في المعاملات التقليدية.
- نامل في نهاية هذه الدراسة ان نكون قد قدمنا قيمة مضافة للموضوع المدروس واثرينا مختلف جوانبه .



# قائمة المراجع

### أ. الكتب

1. بسام نور (2003)، التجارة الالكترونية كيف، متى وأين ؟!!؟، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت، دون ذكر البلد.
2. بن احمد الحاج، (2017)، قانون التجارة الدولية، مركز الكتاب الاكاديمي، الأردن.
3. بومروان سمية، (2014)، الحكومة الالكترونية ودورها في تحسين أداء الإدارات الحكومية دراسة مقارنة، الطبعة 1، مكتبة القانون والاقتصاد، السعودية .
4. الجمل جمال، (2013)، التجارة الخارجية، الطبعة 1، مركز الكتاب الاكاديمي، الاردن .
5. جميل محمد خالد، (2014)، اساسيات الاقتصاد الدولي، المنهل، الاردن .
6. حذيفة مازن عبد المجيد، مزهر شعبان العاني، (2015)، التعليم الالكتروني التفاعلي، مركز الكتاب الاكاديمي للنشر والتوزيع، الأردن .
7. الزبون عطا الله، (2016)، التجارة الخارجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن .
8. سعودي كمال شادية، (2015)، دور التجارة الخارجية على التنمية الاقتصادية في اليابان 1950\_1990، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر .
9. السيد محمود أسامة' (2011)، الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، المكتبة الاكاديمية الاستاذ للنشر والتوزيع، دون ذكر البلد .
10. مسعودي عبد الهادي، (2016)، الاعمال المصرفية الالكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن.

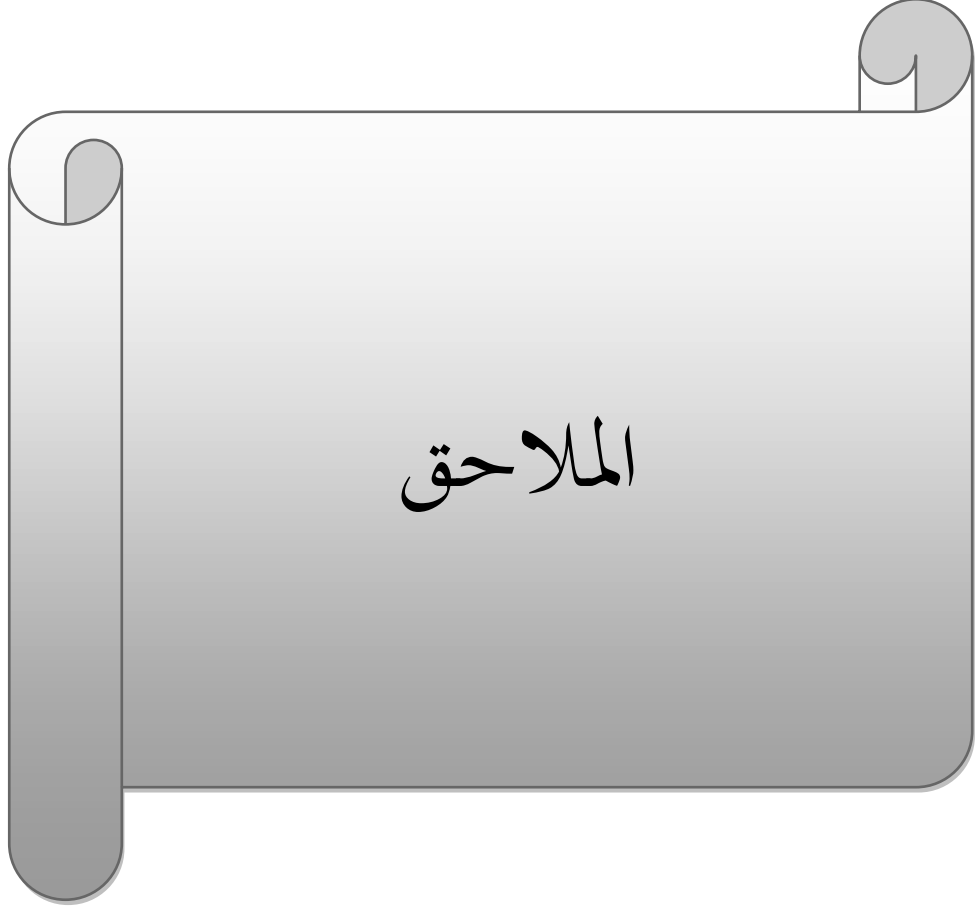
### ب. الأطروحات والمذكرات

11. بوعزيز الساسي، (2018)، نموذج مقترح لتطبيق الإدارة الالكترونية بالإدارة الرياضية الجزائرية دراسة ميدانية بالاتحادية الجزائرية لكرة القدم، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص الإدارة والتسيير الرياضي، معهد العلوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية، جامعة محمد بوضياف المسيلة .
12. جيجخ فايضة، (2018)، جودة الخدمات الالكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات دراسة حالة مؤسسات الاتصال في الجزائر موبيليس \_جيزي \_اوريدو، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة.

13. عماري سمير، (2018)، دور الإدارة الالكترونية في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي دراسة حالة مجموعة من الجامعات الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة .
14. الحلبي مؤمن عبد السميع حسن، (2017)، جودة الخدمات الالكترونية واثرها على رضا المستخدمين دراسة حالة على برنامج برق بلس\_ غزة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الاعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية فلسطين.
15. حمشة عبد الحميد، (2013)، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات في ظل التطورات الدولية الراهنة دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد دولي، قسم علوم الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة.
16. زيرمي نعيمة، (2011)، التجارة الخارجية الجزائرية من الاقتصاد المخطط الى اقتصاد السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص المالية الدولية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان.
17. شيخي حفيظة، (2012)، ترشيد السياسات التجارية من اجل الاندماج الإيجابي للجزائر في الاقتصاد العالمي\_ المنظمة العالمية للتجارة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد، تخصص مالية دولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المدرسة الدكتورالية، جامعة وهران.
18. الطراونة نعيم عبد الكريم، (2011)، اثر ابعاد جودة الخدمات الالكترونية في تحقيق الرضا لدى ممثلي المنشآت الخاضعة للضمان الاجتماعي الأردني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير اكايمي في الاعمال الالكترونية، كلية الاعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن .
19. عبد الدائم عبد القادر سحر، (2016)، التمويل المصرفي واثره على التجارة الخارجية في السودان دراسة تطبيقية ميدانية على بنك ام درمان الوطني\_ البنك السوداني الفرنسي\_ بنك فيصل الإسلامي السوداني، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التجارة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة سندا السودان .
20. عبد الكريم عشور، (2010)، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الامريكية والجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص الديمقراطية والرشادة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري قسنطينة .

21. بن علو بن زكي مديحة، شيبان نصيرة، (سبتمبر 2019)، دور إعادة تأطير وإصلاح قطاع التجارة الخارجية في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري التجارة الخارجية من التقييد الى التحرير، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد الرابع العدد الثالث.
22. بوراس نادية، بوعشة مبارك، (دون ذكر السنة)، تحسين الخدمات الالكترونية بالاعتماد على معايير الجودة، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد الثالث عشر.
23. طواهر عبد الجليل، الهواري جمال، (سبتمبر 2012)، قياس اثر جودة الخدمات الالكترونية على رضا الزبون، دراسة ميدانية مؤسسة بريد الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 2.
24. عبد الحفيظ منى شعبان جامع، (ماي 2019)، دور ابعاد جودة الخدمات الالكترونية على الميزة التنافسية لشركات الهاتف المحمول بجمهورية مصر العربية، مجلة جامعة جنوب الوادي للأبحاث البيئية، مصر.
25. مناصري يحي، مكيد علي، (افريل 2020)، دراسة تحليلية لواقع التجارة الخارجية في ظل التوجهات الحديثة للتجارة الدولية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد السادس، العدد 1.
26. نوفيل حديد، كريبط حنان، (2017)، الخدمات العمومية في ضوء تطبيق الادارة الالكترونية بموقع وزارة الداخلية والجماعات المحلية، مجلة المؤسسة، جامعة الجزائر 3، العدد 06.
- د. المواقع الكترونية
27. اكااديمية الوفاق، (د س)، تعريف المقابلة واستخداماتها في البحث العلمي، تاريخ الاطلاع [/https://wefaak.com](https://wefaak.com)، 2020/08/10
28. اكااديمية bds، (2017/10/08)، شرح عن أداة الدراسة المقابلة، تاريخ الاطلاع 2020/09/01 [/https://www.bts-academy.com](https://www.bts-academy.com)،
29. بدر الوجود اميرة، (2019/12/12)، بحث عن الخدمات الالكترونية، تاريخ الاطلاع 2020/08/10 [www.mosoah.com](http://www.mosoah.com)،
30. المنارة، (2019/12/26)، أدوات الدراسة في البحث العلمي، تاريخ الاطلاع 2020/09/01 [/https://www.manaraa.com](https://www.manaraa.com)،
31. الموسوعة الجزائرية للدراسات السياسية، (2020/08/01)، قانون التجارة الالكترونية الجزائري 05\_18، تاريخ الاطلاع 2020/09/05 [/https://www.politics-dz.com](https://www.politics-dz.com)،

32. موقع مبعث، (2017)، أدوات الدراسة في البحث العلمي(المقابلة)، تاريخ الاطلاع 2020/08/25  
/https://www.mobt3ath.com،



## الملحق رقم (01): طلب مساعدة إجراء الترخيص الميداني

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
 وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
 جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
 قسم: المحاسبة والمالية  
 Université Mohamed Boudiaf - Mascara

رقم: .....

المسيلة في: 01/09/2020

إلى السيد: مدير وكالة  
السياحة والسفر بالمسيلة

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء الترخيص الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...

في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة: المحاسبة والمالية، تخصص: محاسبة دولية، ولدينا...

فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء ترخيصهم الميداني بمؤسساتكم.

تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

| الرقم | الاسم واللقب | رقم بطاقة الطالب | رقم ب.ت. و/د.س | الإمضاء |
|-------|--------------|------------------|----------------|---------|
| 01    | مريم مسقم    | 15 35093121      | 201623412      |         |
| 02    |              |                  |                |         |

عنوان المذكرة: دور المحاسبة الإلكترونية والكهربائية في تسيير التجارة الخارجية


دراسة حالية: وكالة السياحة والسفر بالمسيلة

| المشرف (الاسم و اللقب و الإمضاء) | هيئة الترخيص (الإمضاء والختم) | رئيس القسم (الإمضاء والختم) |
|----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| د. سامية فرخاش                   | عبد الرشيد حنيش               | موسى حجاي                   |


<http://www.univ-boumerdes.dz>  
<https://www.facebook.com/Vice-Doyen-ECOLE-0114-Mala-475731049530765>

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
 من ب 166 للتلقي 20000 الجزائر ■ 035 - 35-33-33

الملحق رقم (02): محادثة عبر تطبيق الماسنجر الرقمي لطلب اجراء المقابلة

←  **Brahim**  
En ligne il y a une...

انا الطالبة مسقم مريم تخصص مالية  
وتجارة دولية مقدمة على نيل شهادة  
الماستر بعنوان دور الخدمات  
الإلكترونية في تيسير التجارة  
الخارجية ودراسة الحالة ستكون في  
وكالتكم وكالة الراية للسياحة والسفر  
بالمسيلة

 ما شاء الله كان الله في عونكم

دراستي التطبيقية في وكالتكم  
متمثلة في مقابلة الكترونية هنا في  
التطبيق الرقمي ماسنجر

ساقدم لكم مجموعة من الاسئلة  
ارجو ان تجيبو عليها وتفيدونا  
بمعلوماتكم القيمة مرحبين  
باقتراحاتكم في الاخير من اضافات  
واقترحات

↓  
ارسلو جميع الأسئلة

⋮ 📷 📎 🎤 Aa 😊 👍



**Brahim**

En ligne il y a une...



ارسلو جميع الأسئلة

ثم احاول إجابة قدر معلوماتي  
المتواضعة



واي استفهام بعد ذلك يطرح إن شاء الله

تكلم موضوعي عن دور الخدمات  
الالكترونية المتمثلة في حجز التذاكر  
عن بعد والتسديد و الحجوزات التي  
تقومون بها عن بعد كحجز غرف  
الفنادق وتنظيم الرحلات مع البلد  
المتوجه اليه

مع التذكير ان تخصصي على  
المستوى الدولي

اي نتحدث عن الرحلات والتنظيمات  
والاجراءات الدولية

وفيما يلي الاسئلة واذا وقع لبس في  
احدها يمكنك التفضل بـ



Aa



## الملحق رقم (03) : أسئلة المقابلة

## أسئلة المقابلة

| المحور الأول : حول الخدمات الالكترونية |   |
|--|---|
| 1                                      | ما هي القيمة المضافة التي قدمتها لكم الخدمات الالكترونية؟   |
| 2                                      | ما هي خصائص الخدمات الالكترونية؟  |
| 3                                      | هل تساعدكم في العمل وكيف؟   |
| 4                                      | هل هناك اقتراحات اضافية ام تتاسبكم المعاملات بها؟   |
| 5                                      | بمقارنة الخدمات الالكترونية بالخدمات التقليدية ما الفرق بينهما بالنسبة لعامل الوقت كلفة والتنظيم؟                     |
| 6                                      | من يسهل منهما العمل اكثر ويضمن المعلومات وعدم الخطأ؟  |
| 7                                      | هل هناك اقبال على الخدمات الالكترونية من قبل الزبائن او حتى وكالات السفر الاخرى؟                                      |
| 8                                      | ماهي ايجابيات الخدمات الالكترونية؟  |
| 9                                      | هل الخدمات الالكترونية عامل صالح لمقارنة التنافس بين المؤسسات وايضا بالنسبة لوكالات السياحة والسفر فيما بينها؟        |
| 10                                     | كيف يمكن للمؤسسات او الوكالات الخاصة بالسياحة والسفر استغلال الخدمات الالكترونية كعنصر جذب وتميز ومنافسة؟             |
| 11                                     | فيما يخص الخدمات والتعامل الالكتروني من الجانب القانوني هل المشرع الجزائري يحتوي على قانون تنظيم الخدمات الالكترونية؟ |
| 12                                     | ما رايك فيه هل هو مناسب ويساعدكم في العمل؟  |
| 13                                     | هل يضمن حقوقكم وحقوق الزبائن؟   |
| 14                                     | ماذا تقترح ان يتم التعديل فيه اذا كانت هناك ثغرات؟  |
| المحور الثاني : التجارة الخارجية       |   |
| 15                                     | ما هو دور التجارة الخارجية؟   |
| 16                                     | وما علاقتكم بالتجارة الخارجية وماهي اهميتها بالنسبة للوكالة؟  |
| 17                                     | ما رايك في قيود التجارة الخارجية هل تتاسبكم؟  |
| 18                                     | ما هي ايجابياتها وسلبياتها؟   |
| 19                                     | ما أهم ما يؤثر في التجارة الخارجية وكيف تتأثر ؟   |
| 20                                     | وكيف تؤثر عليكم؟  |

|  |   |
|--|---|
| 21   | ماذا تقترحون في التجارة الخارجية؟                                     |
| المحور الثالث : الخدمات الالكترونية ودورها في تيسير التجارة الخارجية |   |
| 22   | هل الخدمات الالكترونية عامل مساعد ام معرقل للتجارة الخارجية وكيف ذلك؟ |
| 23   | كيف تشرح العلاقة بين الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية؟           |
| 24   | كيف تتم الخدمات الالكترونية في التجارة الخارجية ؟                     |
| 25   | كيف تتم الخدمات الالكترونية في التجارة الخارجية بالنسبة للوكالة؟      |

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور الخدمات الالكترونية في تيسير التجارة الخارجية، والسعي للإلمام بمفاهيم الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية وتأثر هذه الأخيرة بالخدمات الالكترونية، وكذا مقارنتها ميدانيا بما هو ناتج عن الأبحاث النظرية، في دراسة تطبيقية بوكالة الرأية للسياحة والسفر بالمسيلة، لتحقيق أقصى منفعة، وقد استخدم في الدراسة المنهج الوصفي من خلال تقديم حوصلة مفاهيم عن متغيرات الدراسة، والمقابلة في الدراسة الميدانية بالوكالة مع مديرها عن طريق مقابلة رقمية بتطبيق الماسنجر، وقد توصلت الدراسة الى ان الخدمات الالكترونية بما لها من مميزات تساهم في تيسير التجارة الخارجية، والعلاقة بينهما علاقة تكاملية فالخدمات الالكترونية تكمل التجارة الخارجية، كما توصلت الى انه غالبا ما تكون الخدمات الالكترونية أولى خطوات التجارة الخارجية، كما اقترح ان يتم حماية تعميم وتشجيع انتشار التعامل الالكتروني المحلي والعالمي والالتحاق بركب التكنولوجيا لتيسير الاعمال والمعاملات، وكذا حماية المتعاملين فيها .

**الكلمات المفتاحية :** الخدمات الالكترونية \_ التجارة الخارجية \_ تيسير التجارة الخارجية \_ وكالة السياحة والسفر .

## Abstract :

This study aimed to shed light on the role of electronic services in facilitating foreign trade and the pursuit of a bath with the concepts of electronic services and foreign trade, the latter being affected by electronic services, as well as comparing them in the field with what is the result of theoretical research in an applied study of Al-Raya Travel and Tourism Agency in -Msila to achieve maximum benefit The study, the descriptive approach, by presenting a summary of concepts about the study and interview variables in the field study by proxy with its director by an interview with the messenger application. The study concluded that electronic services, with their advantages, contribute to facilitating foreign trade, and the relationship between them is an integrative relationship. Electronic services would be the first step in foreign trade. It was also suggested that the generalization and encouragement of the spread of local and global electronic transactions and joining the technology ranks to facilitate business and transactions, as well as protect dealers therein.

**Keywords:** e-services, foreign trade, foreign trade facilitation, tourism and travel agency .



# فهرس المحتويات

| الصفحة | البيان   |
|--------|--|
|        | استهلال  |
|        | شكر وعران  |
|        | اهداء  |
| أ_ و   | مقدمة  |
|        | الجانب النظري مدخل نظري حول الخدمات الالكترونية والتجارة الخارجية              |
| 8      | تمهيد  |
| 9      | 1. مفاهيم عامة حول الخدمات الالكترونية   |
| 9      | 1.1 مفهوم الخدمات الالكترونية ونشأتها  |
| 9      | 1.1.1 مفهوم الخدمات الالكترونية  |
| 10     | 2.1 نشأة الخدمات الالكترونية   |
| 10     | 2. خصائص الخدمات الالكترونية والفرق بين الخدمات الالكترونية والخدمات التقليدية |
| 10     | 1.2 خصائص الخدمات الالكترونية  |
| 12     | 2.2 الفرق بين الخدمات الالكترونية والخدمات التقليدية                           |
| 13     | 3. العوامل المساعدة على تطور الخدمات الالكترونية وأهميتها                      |
| 14     | 1.3 العوامل المساعدة على تطور الخدمات الالكترونية                              |
| 14     | 2.3 أهمية الخدمات الالكترونية  |
| 15     | 4. اهداف وتطبيقات الخدمات الالكترونية  |
| 15     | 1.4 اهداف الخدمات الالكترونية  |
| 16     | 2.4 تطبيقات الخدمات الالكترونية  |
| 17     | 5. المعايير اللازمة لتقديم الخدمات الالكترونية واشكالها                        |
| 17     | 1.5 المعايير اللازمة لتقديم الخدمات الالكترونية                                |
| 17     | 2.5 اشكال الخدمات الالكترونية  |

|    |  |
|----|--|
| 18 | 6.أنواع الخدمات الالكترونية والخدمات الالكترونية في القانون الجزائري   |
| 18 | 1.6. أنواع الخدمات الالكترونية   |
| 19 | 2.6. الخدمات الالكترونية في القانون الجزائري                           |
| 22 | III. عموميات حول التجارة الخارجية                                      |
| 23 | 1.تعريف وتطور التجارة الخارجية   |
| 23 | 1.1. تعريف التجارة الخارجية  |
| 24 | 2.1. تطور التجارة الخارجية   |
| 25 | 2.اسباب قيام التجارة الخارجية وخصائصها                                 |
| 25 | 1.2. اسباب قيام التجارة الخارجية                                       |
| 26 | 2.2. خصائص التجارة الخارجية  |
| 26 | 3.أهمية وأهداف التجارة الخارجية  |
| 26 | 1.3. أهمية التجارة الخارجية  |
| 28 | 2.3.أهداف التجارة الخارجية   |
| 30 | 4.العوامل المؤثرة في التجارة الخارجية                                  |
| 31 | الخلاصة  |
|    | الجانب التطبيقي دراسة حالة وكالة الراية للسياحة والاسفار               |
| 35 | تمهيد  |
| 36 | 1.التعريف بالوكالة محل الدراسة والإطار المنهجي للدراسة الميدانية       |
| 36 | 1. التعريف بالوكالة محل الدراسة (وكالة الراية للسياحة والسفر بالمسيلة) |
| 36 | 1.1. تعريف وكالة الراية للسياحة والاسفار- المسيلة-                     |
| 38 | 2.1. مهام وأهداف وكالة الراية  |
| 28 | 2. الإطار المنهجي للدراسة الميدانية                                    |
| 38 | 1.2. تعريف المقابلة  |
| 38 | 2.2. أنواع المقابلة  |
| 39 | 3.2. اهم خطوات المقابلة  |
| 40 | 4.2. ايجابيات وسلبيات المقابلة   |

|    |   |
|----|---|
| 41 | II. عرض وتحليل اجابات المقابلة واختبار فرضية الدراسة  |
| 41 | 1. عرض وتحليل اجابات المقابلة   |
| 41 | 1.1. المحور الأول أسئلة المقابلة والاجابات حول الخدمات الالكترونية                                    |
| 48 | 2.1. المحور الثاني اسئلة واجوبة المقابلة فيما يخص التجارة الخارجية                                    |
| 52 | 3.1. المحور الثالث اسئلة واجوية المقابلة بالنسبة للخدمات الالكترونية ودورها في تيسير التجارة الخارجية |
| 54 | 2. اختبار فرضية الدراسة   |
| 57 | الخلاصة   |
| 60 | الخاتمة   |
| 64 | قائمة المراجع   |
| 69 | الملاحق   |
| 74 | الملخص  |
| 76 | الفهرس  |

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

