

تعزيز دور التحول الرقمي في تنمية التجارة الالكترونية في الجزائر

Enhancing the role of digital transformation in the development of E-commerce

بن دهكال عمر عبد العزيز* ، مخبر التنمية الادارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية، جامعة غرداية، (الجزائر)،

bendakhhal.omarabdelaziz@univ-ghardaia.dz

تاريخ القبول: 2023/11/08

تاريخ الاستلام: 2023/06/13

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز تعزيز دور التحول الرقمي في تنمية التجارة الالكترونية في الجزائر وذلك بمعرفة كيف يعمل التحول الرقمي على الارتقاء بصناعة التجارة الإلكترونية في الجزائر، ولخدمة أغراض البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يعد أكثر المناهج انسجاما مع طبيعة المشكلة محل الدراسة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها أن الجزائر رغم المحاولات الحثيثة من أجل النهوض بالتجارة الالكترونية الا انها لا تزال تحتل مراتب ضعيفة في هذا المجال مع ظهور نقص في الكفاءات الرقمية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية الذي يمثل الركيزة الاساسية لتطويرها.

الكلمات المفتاحية: تحول ، رقمي، تجارة ، إلكترونية، كفاءات رقمية

تصنيفات JEL : H00، H2

Abstract:

This study aimed to highlight the enhancement of the role of digital transformation in the development of e-commerce in Algeria by knowing how digital transformation works to upgrade the e-commerce industry in Algeria, and to serve the purposes of research, the descriptive approach was relied on in the research, and the study concluded a set of results, the most important of

* المؤلف المرسل.

which was that Algeria, despite many attempts to promote e-commerce, still occupies weak ranks in this field with a shortage of trained and qualified digital competencies in The field of information technology and e-commerce applications

Keywords: Transformation, Digital, Commerce, Electronic, Digital Competencies

Jel Classification Codes : H00 ,H2

1. مقدمة:

لقد شهدت البلدان والمنظمات والمجتمعات المعاصرة تغييرات هائلة وهامة في جميع جوانب ومجالات الحياة وأساليب الإنتاج وعمليات التبادل والاتصالات، حيث تهيمن على العالم الآن أنظمة اقتصادية وتجارية وإدارية جديدة مختلفة تمامًا عن الماضي، و في ظل هذا المناخ الجديد ظهرت التجارة الإلكترونية كتوجه جديد في الإدارة المعاصرة، حيث أصبحت تسود العالم الآن حركة نشطة لاستثمار جميع تقنيات نظم المعلومات والاتصالات الحديثة في تطوير أعمال المنظمات وتحويلها إلى منظمات إلكترونية تستخدم شبكة الانترنت في إنجاز كل أعمالها ومعاملاتها الإدارية، وكذلك إنجاز كل وظائفها بعقلية علمية وبسرعة فائقة.

لقد تغيرت قواعد العمل في كل صناعة، بحيث يؤدي انتشار التقنيات الرقمية الجديدة إلى تغيير نماذج الأعمال والعمليات، لقد قلبت الثورة الرقمية قواعد اللعبة التجارية القديمة رأساً على عقب، بحيث تواجه الشركات التي لم تواكب هذا التطور في مجال التكنولوجيا تحدياً في الكثير من القواعد والافتراضات الأساسية التي حكمت ونمت أعمالها في عصر ما قبل الرقمية، بحيث أصبح محكوم عليها بالانقراض ما لم تنمي نفسها لتزدهر ومن هنا يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يتم تعزيز دور التحول الرقمي في تنمية التجارة الالكترونية في الجزائر؟

واستناداً إلى ذلك فإن هذه الدراسة تسعى للإجابة على الأسئلة التالية:

- ماهي أهم مقومات ومزايا التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- ماهو الواقع الخاص بالتجارة الإلكترونية في الجزائر ؟
- ما هي أهم ملامح وتوجهات الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية؟
- ما هي أهم سبل تعزيز التجارة الإلكترونية عن طريق التحول الرقمي في الجزائر؟

أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من أهمية الموضوع كون أن التجارة الإلكترونية من بين المواضيع التي نالت أهمية من قبل العديد من الباحثين خاصة في ظل الثورة التكنولوجية الحديثة، كذلك أهمية التوجه العالمي نحو التحول الرقمي من خلال تعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي من شأنه أن يؤدي إلى الارتقاء بالمؤسسات الناشئة وكذا المساهمة في تنشيط الاقتصاد الوطني.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الهدف الرئيسي لها وهو معرفة كيفية تعزيز دور التحول الرقمي في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر عن طريق تحديد و عرض واقع التجارة الإلكترونية، ابراز مضمون التحول الرقمي والتعرف على أهم أبعاده وخطواته التي تؤدي الى تذليل عراقيل التجارة الإلكترونية عامة وفي الجزائر خاصة. بناء على ما تم طرحه من إشكالية حول موضوع البحث وأملا في الاجابة على الاسئلة المطروحة لتحقيق أهداف البحث نتطرق للمحاور الآتي ذكرها :

- المقومات الخاصة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر
- واقع وتوجه الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية
- مضمون التحول الرقمي
- خطوات وأبعاد التحول الرقمي
- كيف يعمل التحول الرقمي على تحويل صناعة التجارة الإلكترونية
- النتائج المتوصل إليها.

2. التجارة الالكترونية:

اصبحت التجارة الإلكترونية أحد أهم التعابير الجديدة في العصر الحديث خاصة بعد جائحة كورونا، وقد أصبح هذا المفهوم متداولاً في الاستخدام اليومي للتعبير عن العديد من الأنشطة المرتبطة بالتجارة عن طريق استخدام التكنولوجيا، اذ سنقوم بتناول بعض الجوانب المرتبطة بهذا المفهوم.

1.2 مفهوم التجارة الالكترونية:

تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) بأنها جميع أشكال المعاملات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات والمعلومات التجارية الكترونياً، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة" (أحمد، 2020، صفحة 2)

أما المنظمة العالمية للتجارة " OMC " فتعرفها على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات (بودالية، 2021، صفحة 23)

ومن خلال المفاهيم السابقة، فإن تعريف التجارة الإلكترونية من وجهة نظر شاملة يمكن تقسيم هذا المصطلح إلى مقطعين، " التجارة " وهي تعبر عن نشاط إقتصادي يتم من خلاله تداول المنتجات بين المنظمات والأفراد، بينما يقصد بالمقطع الثاني " الإلكترونية " بأنه نوع من التوصيف كمجال لأداء النشاط في المقطع الأول، حيث يتم أداء هذا النشاط من خلال استخدام الوسائل والوسائط الإلكترونية (غنيم، 2009، صفحة 50).

في حين عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها: "أداء الأعمال الكترونياً حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات بدلا من التبادل أو الاتصال التقليدي المباشر، وتتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، إتمام عملية البيع والشراء، التسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الالكترونية للأموال، تداول الأسهم والفواتير الالكترونية، المزادات التجارية، عمليات

التسويق وخدمات ما بعد البيع، وهي تشمل كل من السلع والخدمات" (حنا و عبد المجيد، 2022، صفحة 556).

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها جميع عمليات البيع والشراء التي تتم عن طريق الوسائط الافتراضية بين المنتجين والمستهلكين وبين المؤسسات.

2.2 مقومات التجارة الالكترونية:

لكي تتطور التجارة الالكترونية وتنمو يجب أن تتوفر على مقومات أساسية تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة، وتساعد على تحقيق الاهداف المرجوة منها ومن أهم تلك المقومات:

التوفر على بنية تحتية تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة واسعة من الانترنت ما يمكنها من النفاذ لأوسع شريحة من المجتمع وبأسعار تنافسية، بالإضافة الى القضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع عن طريق نشر الوعي العلمي والثقافي كما يجب تثبيت بنية تحتية للخدمات المالية لاسيما في مجال التعاملات المالية المصرفية وتمكينه من دعم عمليات التجارة الالكترونية والتوسع في نظم الدفع الالكتروني عن طريق بطاقات الائتمان وتيسير إبرام المعاملات المالية (زويته، 2010، صفحة 178)

كما يجب على الدولة في تشجيع التجارة الإلكترونية أن توفر الحماية لحقوق المستهلك والتاجر المتمثلة في وضع بعض التشريعات الواضحة التي تمنع أعمال القرصنة الإلكترونية على الأنشطة المالية التي تتم عبر الإنترنت، ومن أهم المقومات أيضا الحرص على التعاون مع الكفاءات الرقمية الذين يمتلكون الحرفية في مجال التسوق والتجارة عبر الإنترنت لأن ذلك سوف يجعل المؤسسة تزيد من نسبة الأرباح بشكل كبير . (nervana، 2018)

3.2 مزايا التجارة الإلكترونية :

تتجلى أهم مزايا التجارة الإلكترونية في عدة مستويات فبالنظر الى المستوى القومي أدت الى زيادة الصادرات وهذا نظراً لما تحققه التجارة الإلكترونية من سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية، إضافة إلى السرعة في عقد وإنهاء الصفقات، كما مكنت التجارة الإلكترونية من تسويق السلع والخدمات عالمياً بإلغائها للحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وتحول العالم بذلك إلى سوق مفتوح أمام

المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، كما أدت الى تنشيط المشاريع الصغيرة والمتوسطة إذ تمثل هذه المشروعات محور التنمية الاقتصادية.

كما تظهر فوائدها ايضا على مستوى قطاعات ومؤسسات الأعمال والشركات عن طريق وفرة المعلومات المتعلقة بالأسعار وصفقات الأعمال وطلبات الأسواق، تخفيض التكاليف سواء كانت إدارية أم تكاليف شحن وإعلان، خلق أسواق جديدة والاستجابة السريعة لمتطلبات السوق، بالإضافة الى مزاياها على مستوى الأفراد إذ تساهم التجارة الإلكترونية في فهم احتياجات العملاء وبالتالي تتيح خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بالتجارة التقليدية (صابر، 2009، الصفحات 180-181).

4.2 واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تكبّدت الجزائر خسائر كبيرة بفعل عدم تنظيمها للتجارة الالكترونية وقدّرت هذه الخسائر بحوالي 5 مليارات دولار حسب رئيس الجمعية الوطنية للتجار والحرفيين، وضمن هذا السياق سمح هذا الواقع بارتكاب تجاوزات كبيرة بلغت إلى حد اقتراف جرائم ضد المقبلين على هذا النوع من التجارة أهمها جرائم الاحتيال والنصب (benabdesselam, 2023).

بالرغم من عدم الوصول الى المستوى المطلوب الى أن هناك ملامح تظهر جليا تدل على نمو التجارة الالكترونية في الجزائر ومنها ظهور العديد من المواقع الالكترونية التي كانب بمثابة مؤسسات تجارية ناشئة كموقع واد كنيس **Ouedkniss.com**، الذي تأسس سنة 2006 فهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء ومبادلة مختلف المنتجات، موقع أشريللي **Echerily.com** الذي تأسس بتاريخ 05/07/2012، متخصص في بيع المنتجات الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل بمختلف الماركات، موقع نشري في النات **Nechrifinet.com** الذي تأسس في فيفري 2010، يسوق مجموعة من المنتجات المتنوعة كالكتب معدات الإعلام الآلي، معدات الطبخ والمنزل، ومواقع أخرى مثل موقع **www.dzsop.dz** وموقع دي زاد ديل **www.dzdeal.dz** وموقع كليو ديلي **www.clidiali.dz** دون أن ننسى خدمات موقع بريد الجزائر عبر الشبكة.

كما تجدر الإشارة هنا أن الجزائر تبنت العديد من التوجهات التي تساهم في ممارسة التجارة الالكترونية الضمنية منها والصريحة بحيث يتجلى التوجه الضمني لإمكانية ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال تهيئة أرضية تكنولوجية تسمح باستعمال وسائل اتصال حديثة تمكن من تجسيد تجارة إلكترونية، إضافة إلى توفير شبكة الانترنت خاصة وأنها تعد أهم وسيلة في عصرنا الحالي لتنفيذ هذا النوع من التجارة، كما سن المشرع الجزائري ونظم كل ما يتعلق بمجال الاتصالات في بعض القوانين والقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية و بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية.

ومن أجل الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية باستخدام الانترنت، قررت الجزائر سنة 2000 تحرير سوق مزودي خدمة الانترنت وأصدرت لذلك الغرض القوانين التي تحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت وتم تنظيمها لاستغلال الانترنت كنشاط اقتصادي مقنن، بالإضافة الى الاعتراف ببعض تقنيات التجارة الإلكترونية نلمسها من خلال بعض النصوص القانونية، أبرزها أنه يمكن لمفهوم التعاقد أن يحتوي التعاقد الإلكتروني، كونه لم يحدد طرق التعاقد ووسائله، لذلك فإنه لا يوجد ما يمنع أن تكون وسيلة التعاقد إلكترونية.

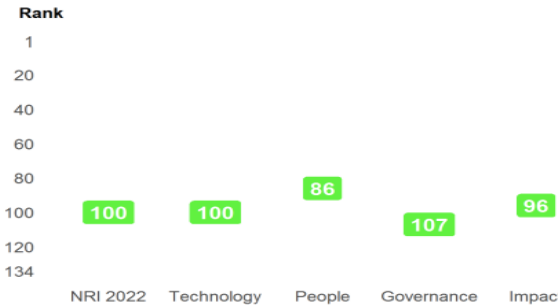
أما التوجه الصريح لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر فلقد تم أيضا الاعتراف صراحة من طرف السلطات الجزائرية بإمكانية ممارسة التجارة الإلكترونية و الحاق السندات الإلكترونية بنظيراتها العادية في مسألة الحجية في الإثبات، كما عمد المشرع أيضا إلى استحداث خدمة المصادقة الإلكترونية التي تتم من قبل طرف ثالث محايد محل ثقة، يقدم خدمة توثيق السندات الممهورة بتوقيعاتهم، ويسلم الشهادات الإلكترونية، ويقدم خدمات أخرى في مجال التوقيع الإلكتروني.

كما سعت الجزائر أيضا من أجل مواكبة التقدم التكنولوجي على الاهتمام بالقطاع المصرفي وعصرنته تجلت بواره عند إنشاء شركة ذات أسهم عام 1995 ما بين المصارف الثمانية "ساتيم"، وتقوم هذه الشركة بصناعة البطاقة المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقاييس المعمول بها، وكذلك إصدار بطاقات دفع مصرفية وطنية ودولية، كمحاولات جد مهمة في تعميم تقنيات الدفع الإلكتروني عن طريق

الإنترنت والهاتف النقال، وابتداء من 2013 تم إطلاق خدمة الدفع عن طريق الإنترنت والهاتف النقال بالنسبة للعديد من الخدمات على غرار تسديد فواتير الهاتف والكهرباء والماء، بالإضافة إلى اقتراح خدمة شراء التذاكر الخاصة بالرحلات الجوية والبحرية عن طريق الإنترنت (بوشعيب، 2021، الصفحات 27-32).

كما أن مؤشر جاهزية الشبكة (NRI) الذي يعتبر أحد المؤشرات العالمية الرائدة في تطبيق وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في الاقتصادات حول العالم، في أحدث إصدار له من تقرير NRI 2022 يرسم خريطة الجاهزية القائمة على الشبكة لـ 131 اقتصادًا بناءً على الأداء في أربع ركائز مختلفة: التكنولوجيا، والأفراد، والحوكمة، والتأثير، كل من هذه الركائز تتألف نفسها من ثلاث ركائز فرعية والشكل الموالي يوضح ترتيب الجزائر من حيث جاهزية الشبكة مقارنة بدول العالم (networkreadinessindex, 2023)

الشكل رقم (01): الترتيب العالمي للجزائر حسب الدعامة بشكل عام



المصدر: تقرير NRI 2022 تاريخ الاطلاع 2023/05/20

<https://networkreadinessindex.org/countries/algeria/>

تحتل الجزائر المرتبة 100 من بين 131 اقتصادا مدرجة في NRI 2022 الشكل رقم (01) عندما يتعلق الأمر بالركائز الفرعية، فإن أقوى عروض الجزائر تتعلق بالحكومات والأفراد ونوعية الحياة، وأكبر مجال يحتاج للتحسين يتعلق ببعد الحكومة ومع ذلك يمكن عمل المزيد لتحسين أداء الاقتصاد في الركائز الفرعية للأعمال والوصول والثقة (portulansinstitute, 2023, p. 1).

مما سبق يتضح أن الجزائر مقارنة بالسنوات الماضية وخاصة ما بعد وباء كورونا تتجه نحو التحسن على مستوى التجارة الالكترونية حتى وإن لم يكن بمستوى التطلعات المطلوبة.

3. مضمون التحول الرقمي

يمر العالم اليوم بمرحلة جديدة تقوم على أساس السرعة والتطور الهائل والمستمر لجميع العمليات وفي جميع الأصعدة بحيث يتجاوز الأدوات والمعاملات التقليدية مثل المبيعات والتسويق وغيرها إلى التطبيقات الذكية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهذا ما يطلق عليه بالتحول الرقمي.

1.3 تعريف التحول الرقمي:

ويقصد بالتحول الرقمي **Transformation Digital** بأنه عملية تطبيق التقنيات الرقمية لتجديد طريقة إنجاز الأعمال وإبداع قيم جديدة أو هو استخدام التكنولوجيا لإحداث تغير جذري في الأعمال والخدمات **Disruption Business** (حياة، 2023، صفحة 13)

كما يعرف أيضا على أنه عملية انتقال المؤسسات من نموذج العمل التقليدي إلى نموذج آخر يعتمد على التقنيات الرقمية في الابتكار للمنتجات والخدمات وكذا طرق التسيير والتسويق مع توفير قنوات جديدة للعوائد عبر بناء استراتيجية رقمية مع وجود إرادة للتغيير لدى الإدارة نحو التحول الرقمي (سعيد، 2022، صفحة 316).

ويعرف التحول الرقمي بأنه عملية انتقال القطاعات الحكومية أو الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات وتوفير قنوات جديدة من العائدات التي تزيد من قيمة منتجاتها (العتيبي، 2022، صفحة 853).

التحول الرقمي هو مفهوم ارتبط منذ فترة طويلة بالثورات التكنولوجية، كما أنه مصطلح يتصل اتصال وثيق بالجانب التجاري في جوانبه الاستراتيجية، البشرية والابتكار (bezgrari, 2022, p. 851) يعرف "التحول الرقمي" أنه إعادة تصور الأعمال في العالم الرقمي (bouadellah, 2022, p. 72)

2.3 خطوات التحول الرقمي:

لا تنحصر خطوات التحول الرقمي في رقمنة البيانات فقط، إلى جانب ذلك يجب تطوير المنصات القديمة نحو بيئة تكنولوجيا معلومات قابلة للتكيف مع الإحتياجات المتغيرة للمؤسسات المختلفة وابات الحكومات والمنظمات في جميع أنحاء العالم تبني التحول الرقمي بالاعتماد على الحوسبة السحابية، وهي عبارة عن تكنولوجيا تعتمد على نقل المعالجة ومساحة التخزين الخاصة بالحاسوب إلى ما يسمى السحابة وهي جهاز خادم يتم الوصول إليه عن طريق الأنترنت، لتقديم الخدمات بشكل أسرع وتحفيز التنمية الإقتصادية.

كما تتجلى ايضا خطوات التحول الرقمي في ما يلي: (أمينة، 2021، صفحة 649)

تحول الرؤية: تسعى جميع المؤسسات لتقديم خدمات متطورة وجيدة بدمج التكنولوجيا في العمليات المؤسسية، ويتطلب ذلك رؤية واضحة لنقطة الإنطلاق نحو التحول الرقمي عبر تبني الحوسبة السحابية لتسهيل تنفيذ الأفكار الجديدة، بتغيير الرؤية نحو التحول الرقمي عن طريق تبني المؤسسات منهج يلائم طبيعة نشاطاتها والخدمات التي تقدمها وعليه يجب التركيز على كيفية تأثير التكنولوجيا الجديدة في فعالية المنهج المتبع، وتجلت هذه الفكرة في مصادقة الحكومة الجزائرية في نوفمبر 2019 على مشروع يتضمن إنشاء وكالة وطنية لتطوير الرقمنة وتنظيمها وسيرها في جميع المؤسسات والإدارات لمختلف القطاعات، حيث يجسد هذا المشروع النظرة الجديدة للحكومة نحو الرقمنة.

ثقافة التغيير: من المهم جدا تكوين قوة عاملة متمكنة من تكنولوجيا المعلومات وقادرة على مواكبة تطوراتها من أجل تسهيل فكرة التغيير.

تغيير نموذج التكلفة: تساعد الميزانيات الصغيرة في دفع عجلة الابتكار قدما، عن طريق إتخاذ خطوات خلاقة لإبتكار عمليات جديدة تساعد على معالجة التحديات، كما يمكن تعزيز الحوسبة السحابية من خلال تجميع معدات تكنولوجيا المعلومات لتحسين التكاليف مقارنة بالنظم التقليدية، وتسريع سرعة تطوير التطبيقات.

كما أن هناك بعض الخطوات الأساسية في التحول الرقمي كتحديد أهداف التحول أو التغيير، فالنجاح في التغيير لا بد من وضع أهداف واضحة له، بالإضافة الى تحديد التكنولوجيا الرقمية المطلوبة للتحول عن طريق دراسة التكنولوجيا الرقمية الحديثة المتوفرة في السوق والميزانية المطلوبة لها ومدى ملائمتها للعمل، كما لا بد من فهم عمل دورة حياة التكنولوجيا الرقمية لانه من الضروري معرفة كيفية عمل التكنولوجيا الرقمية وكيفية استمرارها وتطويرها على المدى البعيد (measuritics، 2023).

3.3 أبعاد التحول الرقمي:

من اهم ابعاد التحول الرقمي التقنيات الرقمية إذ يمثل هذا البعد التحول الناتج عن تطوير تقنيات جديدة في شكل أجهزة كمبيوتر وأجهزة وهواتف ذكية وهواتف محمولة وما إلى ذلك، الغرض الرئيسي من التكنولوجيا الرقمية هو إنشاء روابط بين الناس بسرعة وسهولة واقتصادية مع القدرة على تواصل الأشخاص معا باستخدام مجموعة متنوعة من الخدمات والموارد الرقمية في المؤسسة، كما يمكن للأفراد أن يصبحوا أكثر اعتمادا على الذات وأقل اعتمادا على المشرفين والمدبرين وما إلى ذلك كما تمنح التكنولوجيا الرقمية الناس فهما أفضل لتطوير المنظمات وعملها (Chaima Mansouri, 2022, p. 855).

أما البعد الثاني فيمثل تجربة المستخدم إذ يضع التحول الرقمي المستخدمين في قلب استراتيجية المؤسسة عن طريق المطالبة بمنتجات وخدمات عالية الجودة ويتوقعون من المؤسسة التكيف مع الاحتياجات المتطورة والتخصيص بسرعة، وينطبق هذا بشكل خاص على الجيل الرقمي الجديد الذي يتمتع بفهم عميق للتقنيات الجديدة والقدرة على تبادل الخبرات مع الآخرين من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، ولتلبية هذه التوقعات الجديدة يجب على المؤسسات تعديل سلوكها تجاه المنتجات والخدمات بناء على اتجاهات المستهلكين، فهذا هو السبب في التحول الرقمي عادة يبدأ بتحويل قدرات التسويق لا سيما مع اعتماد أدوات CRM من الجيل التالي التي تدمج الأبعاد الاجتماعية القوية من خلال وحدات تحليلات الشبكات الاجتماعية تشمل رقمنة وظائف الموظفين أيضا إدخال أدوات إدارة العلاقات الاجتماعية التي تعامل الموظفين كعملاء داخليين وتهدف إلى ضمان مستوى عال من الخدمات (Chaima Mansouri, 2022, p. 856).

4.3 كيف يعمل التحول الرقمي على تحويل صناعة التجارة الإلكترونية (IT بالعربي، 2022):

يُطلق على إعادة تنشيط العمليات القديمة عن طريق غرس تقنيات جديدة التحول الرقمي وعندما يتعلق الأمر على وجه التحديد بصناعة البيع بالتجزئة، فهذا يعني الطلب عبر الإنترنت والمدفوعات والطلبات غير تلامسية والسداد ذاتي وتقليل التكلفة وتخصيص المنتج وغير ذلك، وفيما يلي بعض الطرق التي يعمل بها التحول الرقمي على تحويل صناعة التجارة الإلكترونية:

■ الواقع المعزز للمساعدة في اتخاذ قرارات مستنيرة وهو عبارة عن التكنولوجيا التي تتيح للمستخدمين المساعدة في تصور المنتج في المكان المخصص له، على سبيل المثال: توفر شركة ايكيا وهي شركة رائدة في بيع الأثاث بالتجزئة خيار اختيار قطعة أثاث ومعرفة مدى ملاءمتها لغرفتك وديكورك بمساعدة الواقع المعزز، يساعد هذا المستهلكين على اختيار وشراء الأثاث المناسب دون الحاجة إلى التبديل إلى منصات مختلفة والقيام بعملية الشراء الصحيحة من البداية.

■ التجارة الحاسوبية بحيث تساعد هذه الميزة في تحسين قائمة جرد المتجر بناءً على متطلبات الموقع وتساعد في تحديد منهجيات السعر والترويج له، يضمن كل ما سبق إدارة دقيقة لعملية الجرد والتي تعمل على تحسين المبيعات والهوامش ورضا العملاء بشكل كبير خلال العملية، يتم إنشاء هذه الخوارزميات باستخدام البيانات والتحليلات المتقدمة، مما يعزز اتخاذ القرارات بكفاءة وفعالية، تسهل المبيعات الخوارزمية وضع استراتيجيات شاملة للتكاليف التشغيلية والتحديات اللوجستية وإدارة موجودات المخزن لتلبية احتياجات العملاء.

■ التسوق بدون لمس بحيث أجبر وباء كورونا تجار التجزئة على تقديم تجربة لا تلامسية عند التسوق من أجل أمان أفضل وذلك جنبًا إلى جنب مع عمليات الدفع بدون تلامس، مما أثار الحاجة إلى توفير تجربة شخصية عبر الإنترنت للعملاء تعكس الالتزام تجاه المستخدم النهائي وبالتالي توفير تجربة عميل مرضية.

■ توصيات مخصصة بحيث جعل الذكاء الاصطناعي عمليات التجارة الإلكترونية أكثر ذكاءً، إذ فهم سلوك العميل وخياراته وتفضيلاته وبالتالي يتم اقتراح المنتجات ما من شأنه أن يوفر بالتأكيد الشعور بالتخصيص.

■ رأى أفضل لسلوك العملاء مما لا شك فيه أن البيانات هي منجم الذهب لاستراتيجية التحول الرقمي، بحيث يمكن أن تساعد الخوارزميات في إعداد تجار التجزئة من خلال تحسين التنبؤ بالطلبات وبالتالي زيادة الفرص المتاحة حديثاً، كما يمكن أيضاً الحصول على رؤية أفضل لسلوك العملاء للحصول على مزيد من التفاصيل على مستوى الدقة، مثل تحديد المنتج الأكثر مبيعاً والحملة التسويقية التي تحقق أقصى عائد استثمار وما إلى ذلك (IT بالعربي، 2022).

من خلال عرض العديد من مؤشرات التحول الرقمي في الجزائر سواء على مستوى البنية التحتية أو على مستوى التصنيفات العالمية، يتضح جلياً أن الجزائر قامت بخطوات هامة للالتحاق بمصاف الدول التي تطورت في مجال الأداء الرقمي عن طريق تدليل بعض العراقيل التي تواجهها وسن بعض التشريعات لتحقيق تطور معتبر وتقليل الفجوة الرقمية، لكنها بالرغم من ذلك فإن جميع المؤشرات العربية والدولية تجعلها تحتل المراتب الأخيرة في هذا المجال.

4. خاتمة:

إن ازدهار التجارة الالكترونية مرهون بوجود اقتصاد متطور ذو قاعدة إنتاجية مرنة ومتسعة، بالإضافة الى شبكة اتصالات وبنية تحتية تكنولوجية كاملة، حيث تجسد التجارة الالكترونية اقتصاداً جديداً يعتمد على الانتاج الكثيف للمعلومات والتكنولوجيا المتطورة، وباعتبار أن التحول الرقمي هو عملية دائمة التطور لا سيما في مجال التجارة الإلكترونية، من الضروري أن تظل شركات التجارة الإلكترونية على اطلاع دائم بالاتجاهات الجديدة وتوقعات العملاء والسلوكيات لتحويل أعمالهم الخاصة بشكل استراتيجي، وهذا ما تسعى اليه الجزائر مؤخراً من أجل مواكبة هذا التقدم التكنولوجي.

من خلال الدراسة تم التوصل الى النتائج التالية:

■ رغم المحاولات الحثيثة من أجل النهوض بالتجارة الالكترونية في الجزائر الى انها لا تزال تحتل مراتب ضعيفة في هذا.

- هناك توجه صريح لممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر عن طريق الاعتراف صراحة من طرف السلطات الجزائرية بإمكانية ممارسة هذه التجارة الا أنه الى غاية اليوم لم يتم إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة لها لتوفير الحماية والثقة لجميع المتعاملين.
- قصور في الكفاءات الرقمية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية، حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تطوير التجارة الإلكترونية.
- الافتقار إلى النظم المصرفية القادرة على حل مشكلات السداد والدفع عن طريق الإنترنت وبطاقات الائتمان خاصة الدولية.
- أكبر مجال يحتاج للتحسين في تطبيق وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر يتعلق ببعد الحكومة.

التوصيات:

في ضوء أهداف الدراسة ونتائجها فقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من الاقتراحات تتمثل في:

1. العمل على حل مشكلات السداد عن طريق بطاقات الائتمان الناجم عن قصور النظم المصرفية.
2. تقليل الرسوم والضرائب التي تفرض على الشركات في قطاع تكنولوجيا المعلوماتية للتجارة الالكترونية، لزيادة مساهمتها ونشاطها في تفعيل التجارة الالكترونية بالجزائر .
3. دعم وتمويل مشروعات التجارة الإلكترونية من طرف الدولة الجزائرية لمساعدة الأفراد الذين لديهم أفكار وابداعات من الحصول على فرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.
4. الاعتماد على العنصر البشري كركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لتطوير التجارة الإلكترونية عن طريق تكوين وتأهيل كفاءات رقمية من شأنها الارتقاء بهذا المجال.
5. تحسين مستوى ونوعية التعليم والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع مما يلعبه من دور هام في انتشار وتطور أي بلد في المجال التكنولوجي.
6. إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة لتوفير الحماية والثقة لجميع المتعاملين في مجال التجارة الالكترونية.

5. قائمة المراجع:

• الكتب:

1. د. احمد محمد غنيم، (2009)، التسويق والتجارة الالكترونية، المنصورة- مصر، المكتبة العصرية للنشر.
2. د. محمد عبد العليم صابر، (2009)، التسويق والتجارة الالكترونية، الاسكندرية، مصر: درا الفكرالجامعي للنشر.

• الأطروحات:

3. بن وارث حكيمة، (2008)، دور و أهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة (مذكرة ماجستير)، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، أم بواقي: المركز الجامعي العربي بن مهيدي.

• المقالات:

4. بن سعيد لخضر، (2022)، اتجاهات التحول الرقمي في الجزائر ومساهماته في استدامة التنمية، مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد. 321.
5. بوراس بودالية، بلحاج بوشعيب، (2021)، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، 27-32.
6. د. محمد الصالح زويته، (2010)، التجارة الالكترونية العربية الواقع و التحديات، مجلة الاقتصاد الجديد. 178.
7. د. محمد ناصر محمد مطلق دحيم العتيبي، (2022)، التحول الرقمي وأثره على المرفق العام، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، 853.
8. لخضر بن سعيد. (2022)، اتجاهات التحول الرقمي في الجزائر ومساهماته في استدامة التنمية، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد. 316.
9. لخضر بن سعيد. (2022)، اتجاهات التحول الرقمي في الجزائر ومساهماته في استدامة التنمية، مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد. 321.
10. نافع زينب، جميل أحمد. (2020)، التجارة الالكترونية في الجزائر طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، 2.

11. كواشي حنان، و قدي عبد المجيد. (2022)، نحو تشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد. 556.

12. bezgrari, c, m. (2022). Digital marketing as a mechanism to pursue the digital transformation, economics financial banking et management journal, 851 .

13. bouadellah, h. b. (2022), Digital Transformation Challenges , journal of economy and finance, 72 .

14. Chaima Mansouri, A, B. (2022). Digital marketing as a mechanism to pursue the digital transformation: Case study of Sephora. Economics Financial Banking & Management Journal, 855.

• المداخلات:

15. بولوط حياة، (2023)، التحول الرقمي و جودة التعليم العالي، المؤتمر الدولي حول الرقمنة وتأثيرها على جودة التعليم العالي في الدول النامية (صفحة 13)، برلين-المانيا، المركز الديمقراطي العربي.

• مواقع الانترنت:

16. kamal benabdesselam & ibrahim zerrouki. (2023, ماي), TRANS Nr 23, تاريخ الاسترداد 20 ماي, 2023, من التجارة الالكترونية في الجزائر، فرص التشغيل والمردود: <https://www.insta.at/trans/23>

17. IT بالعربي، (27 10, 2022)، تاريخ الاسترداد 17 05, 2023، من عمان نت: <https://tinyurl.com/23d28pf4>

18. measuritics، (20 05, 2023)، خطوات التحول الرقمي وأكثر من 10 أسباب شيوعا لفشله، تم الاسترداد من measuritics: <https://measuritics.com/blog/digital-transformation>

19. nervana، (03 جوان, 2018)، المرسال، تم الاسترداد من أهم مقومات التجارة الإلكترونية: <https://www.almrsl.com/post/667638>

20. portulans، (20 05, 2023)، networkreadinessindex، Retrieved from portulans: <https://networkreadinessindex.org/countries/algeria/>