

دور المؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر The role of start-ups in developing and advancing of E-commerce in Algeria

بوبكر سلال، المركز الجامعي سي الحواس بركة، الجزائر

boubakeur.sellali@cu-barika.dz

مخبر افاق الحوكمة للتنمية المحلية المستدامة

تاريخ قبول المقال: 01-11-2025

تاريخ إرسال المقال: 01-08-2025

الملخص:

تهدف الدراسة الى تحليل دور المؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية وذلك من خلال التطرق الى تحليل تطور التي عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر ومدى مساهمتها في مجال التجارة الالكترونية، وهذا في ظل التوجهات الجديدة للجزائر، والمتمثل في خلق نظام بيئي مشجع ومحفز لتطوير عمل هذه المؤسسات والتي تركزت بدرجة كبيرة في مجالات التجارة الالكترونية، بالإضافة الى الوقوف على اهم التحديات التي تواجهها في هذا المجال ومتطلبات تطويرها حتى تلعب الدور المنوط بها في تنمية التجارة الالكترونية.

ولقد توصلت الدراسة الى نتائج مهمة تتمثل في وجود علاقة ارتباط قوية بين المؤسسات الناشئة والتجارة الالكترونية، وهو ما يحتم ضرورة توفير متطلبات التجارة الالكترونية لجعلها أكثر مرونة مع المؤسسات الناشئة والتي تعمل في مجال ابتكار وتطوير الحلول المناسبة لتعاملات التجارة الالكترونية. الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة، التجارة الالكترونية.

Abstract:

The study aims to analyze the role of startups in the development and growth of e-commerce. This is done by examining the evolution of the number of startups in Algeria and the extent of their contribution to the field of e-commerce. This is in light of Algeria's new orientations, which aim to create an encouraging and stimulating ecosystem for the development of these businesses, which have largely focused on e-commerce. It also examines the most important challenges they face in this field and the requirements for their development so they can play their assigned role in the development of e-commerce.

The study reached important results, namely the strong correlation between startups and e-commerce, which necessitates providing e-commerce requirements to make them more flexible for startups working in the field of innovating and developing appropriate solutions for e-commerce transactions.

Key words: Startups, E-commerce

مقدمة:

تركزت معظم جهود تطوير وتنمية اقتصادات الدول في الآونة الأخيرة على قطاع المؤسسات الناشئة، وذلك لارتباطها بسلسلة التطورات التكنولوجية والحلول الابتكارية التي أصبحت تقدمها هذه المؤسسات في العديد من مجالات سواء الإنتاجية والخدمية وكذا التجارية والتسويقية... الخ؛ كما أن دورها يتزايد باستمرار لذا فهي تحتاج إلى دراسة معمقة ومتابعة لأنشطتها لمعرفة جوانب نموها واستقرارها واستمراريتها وكيفية احتلالها مكانة في الأسواق المحلية وحتى الدولية؛ إذ أصبحت تقدم حلولاً مبتكرة لمواكبة التطورات خاصة في مجال تعاملات التجارة الإلكترونية، وعليه برز دور المؤسسات الناشئة كضرورة ملحة وذلك لتطوير القطاعات الإنتاجية والخدمية والتسويقية والاستفادة من الفرص الواسعة التي توفرها التجارة الإلكترونية في زيادة معدل النمو الاقتصادي للدولة. ومن خلال ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة المؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

أهمية الدراسة:

كما تكمن أهمية الدراسة في إبراز دور المؤسسات الناشئة في تنمية التجارة الإلكترونية وذلك بالنظر إلى أن دور المؤسسات الناشئة في الجزائر والذي يتركز بصفة كبيرة في مجالات التجارة الإلكترونية بخلاف المجالات الأخرى كالصناعة أو الزراعة، وبالتالي أغلب الحلول الابتكارية التي تقدمها تكون في مجال عمليات التجارة الإلكترونية، وعليه تكون انعكاساتها بالغة الأهمية بالنسبة لتنمية التجارة الإلكترونية وتطويرها، كما أن هذا التوجه بالنسبة لدور المؤسسات الناشئة لا يقتصر على الجزائر فقط، ففي الكثير من الدول نجد نفس الوضع ويمكن الاختلاف في توجيه هذه المؤسسات نحو قطاعات اقتصادية معينة أو في قدرتها في الحصول على الدعم المالي وحتى التكنولوجي.

هدف الدراسة:

تهدف الدراسة في هذا الإطار تحليل دور المؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية وذلك من خلال التركيز على دراسة واقعها في الجزائر، ومدى تطبيقها والمشكلات التي تواجهها في هذا المجال، وتحديدًا سوف تركز الدراسة على النقاط التالية:

- استعراض الإطار النظري للمؤسسات الناشئة والتجارة الإلكترونية وتطوراتها وكذا مجالاتها وكذا تحديد علاقة الترابط بين المؤسسات الناشئة والتجارة الإلكترونية.
- استعراض دور المؤسسات الناشئة في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر، وذلك من خلال تحليل مؤشرات نمو وتطور نشاط المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر مع الوقوف على تحديد أهم معوقات ومتطلبات تطويرها.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال استعراض الإطار النظري لمتغيرات الدراسة ثم تحليل مؤشرات نمو وتطور المؤسسات الناشئة في الجزائر ودورها في تنمية عمليات التجارة الالكترونية، وذلك للوصول إلى النتائج والتوصيات المطلوبة.

المبحث الأول: الإطار النظري لمتغيرات الدراسة

سنحاول من خلال هذا الجزء من الدراسة لقاء الضوء على المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة، والتي تكتسي أهمية بالغة في الآونة الأخيرة بالنظر الى تعدد المفاهيم المتعلقة بهما، وكذا بالنظر الى التطورات التكنولوجية المصاحبة لهما، بالإضافة الى التطرق تطور دور المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الالكترونية وتأثيراتها، وعليه سنستعرض جملة من المفاهيم لباحثين بالإضافة الى مفاهيم لهيئات دولية ووطنية، كما سنحاول ضبط مفاهيم متغيرات الدراسة وذلك بناء على ما تطرقت اليه الأبحاث والدراسات السابقة.

المطلب الأول: المؤسسات الناشئة والتجارة الالكترونية (المفاهيم والتأثيرات)

تلعب المؤسسات الناشئة دورا هاما في كل عمليات التجارة الالكترونية، كونها أحد أهم مصادر الابتكار والتطوير في ظل التحول الرقمي، كما يمكن اعتبار هذه الاخيرة نتيجة للتطورات الحاصلة في التكنولوجيا الرقمية، والتي تعتمد في نموها وتطورها على الحلول المبتكرة التي تقدمها المؤسسات الناشئة، وسنحاول من خلال هذا الجزء تحديد المفاهيم المتعلقة مع تحديد اهم التأثيرات في هذا المجال.

أولا: المفاهيم المتعلقة بالمؤسسات الناشئة

تعددت المفاهيم المتعلقة بالمؤسسات الناشئة كلا حسب المعيار الذي يعتمد عليه، وعليه سنحاول التركيز على المفاهيم التي ترتبط بعمليات التجارة الإلكترونية ولعل أهمها يبرز فيما يلي:¹

1-التعريف الأول: هي مؤسسات لا تزال في المرحلة المبكرة من دورة حياتها أي في المرحلة التي ينتقل فيها رائد الأعمال من مرحلة الفكرة إلى مرحلة التمويل، مصممة للنمو السريع وتعتمد على رأس المال المتأتي من الملاك المستثمرين أو شركات رأس المال الاستثماري من أجل وضع هيكل العمل وبدء العمليات لتحقيق أهدافها، ويبرز هذا النوع خاصة في مجال عمليات التجارة الالكترونية والتي تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتم تطويرها من مواقع بسيطة الى منصات رقمية متخصصة.

¹ مصطفى بورنان، على صولي، الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 12 العدد 01، 2020، ص 131-148.

2-التعريف الثاني: وهي عبارة عن مشاريع او مؤسسات ريادية وعادة ما يكون نشاطها تجاري ناشئ حديثا وسريع النمو يهدف إلى تلبية احتياجات السوق من خلال تطوير نموذج أعمال قابل للتطبيق حول منتج او خدمة، او عملية أو منصة مبتكرة والتحقق من صحته بشكل فعال، كما أنها عادة ما تعمل بموارد محدودة لإيجاد نموذج أعمال تجاري قابل للتكرار وقابل للتطوير ليصبح ذو نطاق واسع، وهذا المفهوم يرتبط بمراحل التجارة الالكترونية.

3-التعريف الثالث: حيث يعبر عن المؤسسات الناشئة على انها مشروع تجاري يجسد فكرة المخاطرة والمسؤولية، حيث يهدف الى تطوير نموذج عمل بطريقة علمية مدروسة تلبي احتياجات المؤسسة والسوق المستهدف ويطورها من خلال جملة من الحلول المبتكرة القادرة على حل المشكلات وتقديم قيمة (منتج او خدمة)، بالإضافة إلى الكشف عن الفرص والتحديات التي لا يستطيع الآخرون توقعها ويمثل هذا التعريف اهم جزئية في استمرار وتطوير عمليات التجارة الالكترونية.

كما يمكننا في هذا الصدد الوقوف على تعريف اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وحاضنات الاعمال الجامعية التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي الجزائرية والتي عرفت على أساس انها كل مؤسسة تعمل على إيجاد حلول ابتكارية او تطوير لمنتجات وخدمات تهدف من خلاله الى تحقيق أرباح، وتقوم على أسس ودعائم الابتكار والتكنولوجيا، ويشترط فيها سرعة النمو والتطور، كما تقدم حلولاً تقنية او تكنولوجية او رقمية، كما قد تكون مؤسسة قائمة بذاتها، وعليه يمكن القول ان نشاط هذه المؤسسات يركز على عمليات التجارة الالكترونية في جميع مراحلها.

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن المؤسسات الناشئة هي مؤسسات ابتكارية او ريادية تعتمد على عناصر تكنولوجية في نموها وتطورها، كما تركز في أغلب عملياتها في مجالات التجارة الالكترونية، أي عادة ما تكون ذات طابع تجاري تعتمد على مصادر مختلفة للتمويل من أجل تطوير نموذج منتج او خدمة، وتطويره لتلبية احتياجات الأطراف ذات صلة (b to b او b to c) بها وإيجاد الحلول المناسبة للمشكلات التي قد تواجهها واستغلال الفرص المتاحة أمامها.

ثانيا: المفاهيم المتعلقة بالتجارة الالكترونية

هناك مجموعة من المفاهيم المتعلقة بالتجارة الالكترونية، وسنحاول من خلالها التركيز على المفاهيم التي لها ارتباط بالمؤسسات الناشئة على اعتبار ان العامل المشترك بينهما يتمثل في استخدام العناصر التكنولوجية المختلفة، ويمكن عرض أهم التعريفات وذلك فيما يلي:

1-التجارة الالكترونية: تتمثل في عمليات البيع والشراء وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات وذلك من خلال وسائل تكنولوجيا مختلفة سواء من خلال شبكة الانترنت ومواقع التواصل وكذا باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويمكن تعريف التجارة الالكترونية من عدة جوانب:¹

أ-من جانب الأعمال: تعرف التجارة الالكترونية بأنها وسيلة من اجل توصيل المعلومات والخدمات والمنتجات عبر وسيلة من وسائل تكنولوجيا المعلومات.

ب-من جانب الشبكات المعلومات وقواعد البيانات: تعرف بأنها عملية التجارة التي تفتح الباب أمام مجال استخدام شبكة الانترنت وقواعد بيانات الذكاء الاصطناعي من اجل بيع وشراء السلع والخدمات.

2-تعريف لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية: UNCITRAL

استخدمت UNCITRAL تعريفا للتجارة الالكترونية يغطي كافة التعاملات التي تتم سواء بين المؤسسات الناشئة وبعضها البعض B to B، أو بين المؤسسات والمستهلك B to C، مع تغطية كافة عمليات الإنتاج والإعلان والتوزيع وتقديم طلبات الشراء وسداد الفواتير وكذا خدمات ما بعد البيع. أي أن هذا التعريف يتماشى مع نشاط المؤسسات الناشئة والتي تركز نشاطها في جميع مراحل وعمليات التجارة الالكترونية.²

3-تعريف المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات:

التجارة الالكترونية هي التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات وشبكة المعلومات عبر التبادل الالكتروني للبيانات متجاوزة الزمان والمكان، تغطي قطاعات عديدة، وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع والتسليم والتي تعتمد على المؤسسات الناشئة من خلال الحلول الابتكارية في جميع مراحل توريد المنتجات والخدمات وتسهيل وصولها الى الأسواق.³

4-تعريف كوبيل Coppel:

يعرف التجارة الالكترونية من خلال المنظومة أو المصفوفة التي وضعها، بحيث تغطي التجارة الالكترونية طبقا لهذه المصفوفة كافة العمليات التجارية التي تتم بين كافة المؤسسات سواء كانت حكومية أو

¹ السيد احمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، 2006، ص.08.

² حمدي عبد العظيم، التجارة الإلكترونية أبعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية، مركز بحوث، سلسلة إصدارات البحوث الإدارية، مصر، 2011، ص.13.

³ حمدي عبد العظيم، مرجع سابق، ص.19.

غير حكومية، أو حتى بينها وبين بعضها البعض وبينها وبين العملاء والمستهلكين¹ وذلك كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم 01: منظومة أو مصفوفة Coppel

C.B.G	Consumers (المستهلك (C)	Business (الأعمال (B)	Government (الحكومة (G)
المستهلك (C) Consumers	C2C	C2B	C2G
الأعمال (B) Business	B2C	B2B	B2G
الحكومة (G) Government	G2C	G2B	G2G

Source: Coppel J. " E-commerce: Impacts of policy challenges . OECD . Commerce , Dep Working. Paper No. 25

مما سبق يتضح ان هذا التعريف أكثر شمولاً عن سابقه من التعريفات حيث يعرض كافة المعاملات التجارية التي تتم بين المؤسسات الناشئة وبعضها البعض أو بينها وبين المستهلكين والحكومة، وعليه يرتبط هذا المفهوم ارتباطاً كبيراً بالمؤسسات الناشئة والتي تعمل على ابتكار حلول لجميع أطراف التعامل خاصة في مجال تعاملات التجارة الالكترونية للمستهلكين او تقديم خدمات للحكومات وفي جميع مراحلها.

ومن خلال ما سبق يمكننا ضبط مفهوم جامع مانع للتجارة الالكترونية مع ربطه بنشاط المؤسسات الناشئة، وعليه يمكن توضيح هذا المفهوم بحيث بأنها تغطي كافة عمليات الإنتاج والتسويق والتوزيع والبيع والتسليم ونقل وتداول والحصول على البيانات والمعلومات والترويج والتوظيف وإدارة العمل ونظم التشغيل والإعلانات كل ذلك وغيره على الخط on line وذلك باستخدام الوسائط الالكترونية لتغطية الأسواق الوطنية والدولية وبما يخدم في النهاية عمليتي التجارة الداخلية والخارجية السلعية والخدمية، وعليه يمكن القول ان عنصر التكنولوجيا يعبر العامل المشترك بين عمليات التجارة الالكترونية وهو في نفس الوقت من بين الدعائم الأساسية في نظام عمل المؤسسات الناشئة، وبالتالي يمكننا القول ان نمو وتطور التجارة الالكترونية يعتمد على دور المؤسسات الناشئة التي تعتمد في جميع عمليات التجارة الالكترونية على استخدام وسائل تكنولوجية في جميع مراحلها وعملياتها.

المطلب الثاني: تطور دور المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الالكترونية وتأثيراتها

تلعب المؤسسات الناشئة دوراً بالغ الأهمية في نشاط التجارة الإلكترونية، ويمكن أن تكون أساساً لنموها وتطورها، وذلك مع الأخذ في الاعتبار التحديات والفرص المتاحة وكذا التأثيرات المختلفة، حيث تعتمد

¹ Coppel J. "E-commerce: Impacts of policy challenges. OECD . Commerce , Dep Working. Paper No. 25

التجارة الإلكترونية في نموها وتطورها على دور المؤسسات الناشئة وتمثل بذلك المنصة الأساسية لعملها، سواء من خلال المنصات الإلكترونية الخاصة بها أو من خلال الاستفادة من المتاجر الإلكترونية التي تتيحها ضمن عمليات التجارة الإلكترونية، وعليه يستعرض هذا الجزء من الدراسة تحديد عوامل نمو وتطور كل من المؤسسات الناشئة والتجارة الإلكترونية وتأثيرات كل منها على الآخر.

أولاً: عوامل تطور دور المؤسسات الناشئة في مجالات التجارة الإلكترونية:

ترتبط عوامل نمو وتطور المؤسسات الناشئة ارتباطاً قوياً بتطور عمليات التجارة الإلكترونية، ويمكننا في هذا الصدد تحديد أهم العوامل المساندة للنمو والتطور في هذا الاتجاه فيما يلي:¹

1- التطور العلمي والتكنولوجي:

يعتمد نمو وتطور المؤسسات الناشئة بالإضافة إلى الابتكارات والحلول التي تقدمها بصفة أساسية على استخدام عنصر التكنولوجيا، إذ أن التطور العلمي والتكنولوجي يساهم إلى درجة كبيرة في تقديم منتجات أو خدمات بأسعار تنافسية كما تعد أحد أهم العوامل اللازمة لتطور أساليب التجارة الإلكترونية، ولن يتم إلا باستخدام عناصر تكنولوجية مثل: أنظمة المعلومات والاتصالات وتقنيات الذكاء الاصطناعي.

2- الحرية الاقتصادية والتجارية:

تلعب الحرية الاقتصادية والتجارية دوراً مهماً في تطور عمل المؤسسات الناشئة وتزايد أدوارها في السوق من خلال إزالة القيود والعراقيل في مجال التبادلات التجارية الإلكترونية، بالإضافة إلى حرية البحث عن المعلومات وتبادلها، كما لا يمكن الحديث عن تجارة إلكترونية في ظل أي قيود أو شرط تتعلق بالتعاملات التي تكون ضمن مضمونها الاقتصادي والتجاري.

3- المنافسة بين جهات العمل:

يمثل عنصر المنافسة بين المؤسسات الناشئة خاصة في مجالات وأنشطة التجارة الإلكترونية والتي تطمح للوصول إلى الأسواق بأسرع وقت ممكن وبأكبر قدر متنوع من السلع والخدمات مع عرضها على نحو مميز، إذ من المعروف أن المؤسسات الناشئة تراقب نشاط بعضها البعض خاصة ما يتعلق بعمليات الابتكار والتطوير لعمليات الإنتاج والتسويق وتعتبر أن تقدم أحدها في سوق ما في هذا المجال قد يكون على حسابها ومن ثم تسعى للتعويض في أسواق أخرى ومنتجات أخرى باستخدام وسائل أكثر تطوراً.

¹ بشير عباس العلق، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في مجال التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2017، ص 27.

4-المساندة الحكومي:

تؤدي المساندة الحكومية دورا مهما سواء فيما يتعلق بالمؤسسات الناشئة او في تطوير عمليات التجارة الإلكترونية وذلك من خلال المساعدة في توفير المقومات والبيئة الداعمة، خاصة في اولى مراحلها كما ان توسع نطاق التجارة الإلكترونية من خلال توسيع نطاق تعاملاتها عمل المؤسسات الناشئة وبصفة خاصة في الدول النامية التي تعمل على تطوير قاعدة من المؤسسات الناشئة، ويعرف بالنظام البيئي وقد يؤثر هذا النظام حتى على التشريعات التي تعتمدها الدولة فيما يتعلق بعمليات التجارة الإلكترونية.

5-عوامل أخرى:

ان المؤسسات الناشئة والتجارة الإلكترونية مرتبطان بشكل وثيق، حيث تعتمد العديد المؤسسات الناشئة على التجارة الإلكترونية كمنصة أساسية لتحقيق النمو والوصول إلى الأسواق، كما تقدم التجارة الإلكترونية فرصا كبيرة للمؤسسات الناشئة من خلال توفيرها لآليات فعالة للوصول إلى العملاء، وتسويق المنتجات والخدمات، وإدارة العمليات التجارية.¹

ثانيا: تأثير المؤسسات الناشئة على عمليات التجارة الإلكترونية:

بعد عرض الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، أصبح من المنطقي عرض التأثيرات المختلفة للمؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية، ونظرا لوجود تبيان بخصوص هذا التأثير، وعليه سيتم التركيز على الآثار المتعلقة بعمليات التجارة الإلكترونية في قطاع التجارة الخارجية والقدرة التنافسية، كما أن هناك جملة من الأنشطة المهمة والتي تؤثر على تنمية وتطوير عمليات التجارة الإلكترونية ومنها ما يلي:

1-تأثير المؤسسات الناشئة على تنمية صادرات التجارة الإلكترونية:

من المتوقع ان تؤثر المؤسسات الناشئة إيجابيا على تنامي حجم التجارة الإلكترونية العالمية، ويتوقع أن تستحوذ على 70% من حجم التجارة الدولية بحلول عام 2030. ومن ثم فإنه على الدولة دعم المؤسسات الناشئة بما يخدم أغراض التصدير ويدعم القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة في الأسواق العالمية حيث تؤثر المؤسسات الناشئة في تنمية الصادرات من عمليات التجارة الإلكترونية من خلال:²
أ-قدرة المؤسسات الناشئة على تطوير الآليات المناسبة ضمن عمليات التجارة الإلكترونية ومن ثم زيادة القدرة على التواجد في تلك الأسواق بدون قيود زمنية أو مكانية، ففي ضوء انخفاض تكلفة نقل التجارة الكترونيا باعتبار عدم وجود تكلفة نقل فضلا عن تحرير التجارة الإلكترونية من القيود الجمركية.

¹ بشر عباس، مرجع سابق، ص29.² بن زيدان حاج، بورحلة زهرة، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر "رؤية تحليلية"، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 01، 2021، ص172.

ب-زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات الناشئة وذلك من خلال زيادة كفاءتها وتوفير الفاعلية، وبالتالي زيادة كفاءة المعاملات التجارية الإلكترونية مع استخدام أسلوب المنافسة في الوقت Competition In Time، وبالتالي أداء الأنشطة التسويقية من توزيع وترويج وغيرها بكفاءة عالية في ضوء تلاشي أو على الأقل انخفاض تكاليف وسطاء ووكلاء التصدير وغيره، مما يسهل من اختراق الأسواق العالمية في الوقت المناسب وبالتكلفة اقل بشرط ضمان الجودة العالية وارتفاع معدلات الإنتاجية.

2-تأثير المؤسسات الناشئة على تنمية واردات التجارة الإلكترونية:

يؤدي تنامي دور المؤسسات الناشئة التي تطور في عمليات التجارة الإلكترونية وإلى تزايد حركة التجارة العالمية عموماً، ومن ثم زيادة الواردات سواء على المستوى الإقليمي أو المستوى الوطني وذلك بسبب زيادة حدة المنافسة بين هذه المؤسسات وتقديم الكثير من البدائل للمنتجات والخدمات، فضلاً عن التجارة الإلكترونية قد ترفع من الطلب على المنتجات العالمية. وفي ضوء زيادة الوعي المعرفي ودخول المؤسسات الناشئة والتي تعمل على رصد التطورات العالمية في الأسواق المختلفة، كما تمكن المؤسسات الناشئة من ترشيد قرار الاستيراد وذلك من حيث انخفاض تكلفة الصفقة المستوردة بالوسائل الإلكترونية مقارنة بتلك المستوردة بأساليب تقليدية بسبب اختفاء تكاليف الوساطة الاستيرادية فضلاً عن توافر المعلومات المتكاملة عن الأسواق مجاناً عبر قنوات التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى انخفاض تكاليف إجراء البحوث والدراسات التسويقية كدراسة السلعة، والسوق...الخ والتي تعتمدها المؤسسات الناشئة مما يسهل من عملية الاستيراد بأقل الأسعار وأفضل الشروط ومن ثم توفير النقد الأجنبي المستخدم في الاستيراد.¹

3-تأثير المؤسسات الناشئة على تنمية الاستثمار في مجالات التجارة الإلكترونية:

تلعب المؤسسات الناشئة دوراً محورياً في تنمية الاستثمار في مجال التجارة الإلكترونية، حيث توفر البيئة المناسبة للابتكار والإبداع، وتساهم في جذب الاستثمارات وتنويع الاقتصاد، تمثل المؤسسات الناشئة في حد ذاتها استثمار يهدف بخلاف الاستثمارات الأخرى إلى تحقيق عائد متزايد وبأقل التكاليف، وعليه فزيادة الاستثمارات المنفذة في مجال المؤسسات الناشئة له أثر بالغ الأهمية على زيادة النمو في عمليات التجارة الإلكترونية، وذلك للأسباب الآتية:²

أ-توفر التجارة الإلكترونية الشفافية والإفصاح المعلوماتي الكامل، وهذا بدوره يشكل أحد الدعام الأساسية لتحفيز المؤسسات الناشئة في مجال ابتكار الحلول لعمليات التجارة الإلكترونية.

¹ بن زيدان حاج، مرجع سابق، ص175.

² Ahmed Naveed, And All .Role of Business Incubators as a Tool for Entrepreneurship Development: The Mediating and Moderating Role of Business Start-Up (2020).P 01-23.

ب- تسهم المؤسسات الناشئة في ترشيد القرار الاستثماري وتخفيض تكلفة الاستثمار بسبب توافر المعلومات بأقل التكاليف، وفي نفس الوقت الوقوف على كافة التطورات المحلية والدولية، بما يحفز تزايد ادوار المؤسسات الناشئة في الاستثمار في مجالات التجارة الإلكترونية، كما تحاول المؤسسات الناشئة الاستثمار في مختلف المصادر، سواء من صناديق رأس المال الاستثماري أو من المستثمرين الأفراد، مما يوفر التمويل اللازم لتطوير ونمو هذه المؤسسات بالمقارنة مع الفرص الاستثمارية في القطاعات الاقتصادية المختلفة سواء السلعية أو الخدمية ومن ثم تطرح أمام المؤسسات الناشئة رؤية بأولويات القرارات الاستثمارية في ضوء المعايير الاقتصادية والاجتماعية وبما يعكس في النهاية تعظيم العائد الاقتصادي والاجتماعي للقرار الاستثماري الريادي، بالإضافة الى مساهمة المؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير البنية التحتية الرقمية، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات وتوسيع نطاقها وهو ما قد يشجع على المزيد من الاستثمار في مجال تعاملات التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: الإطار التطبيقي للدراسة

سنحاول من خلال هذا الجزء من الدراسة تحليل دور المؤسسات الناشئة في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر وهذا من خلال الوقوف على تحليل واقع المؤسسات الناشئة خاصة التي تعمل في مجالات التجارة الإلكترونية، وهذا من خلال الاعتماد على مؤشرات التصنيف الدولية والمحلية والمتعلقة بتطور عدد المؤسسات الناشئة ومجالاتها، وكذا الاستراتيجيات التي تطمح الى تحقيقها وعلى اهم الإنجازات وكذا العقبات التي تعترضها

المطلب الأول: تحليل تطور دور المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية

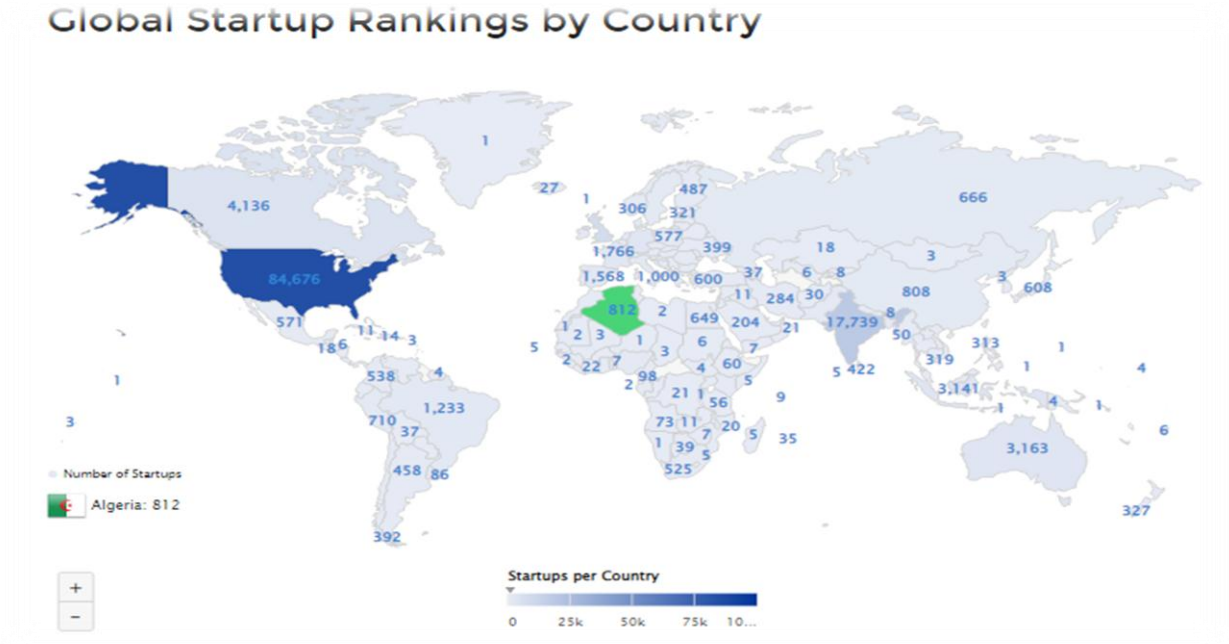
يعد الاهتمام بقطاع المؤسسات الناشئة في الجزائر من حيث توفير مقوماتها وتوسيع مجالاتها وزيادة حجمها أحد متطلبات التنمية والتطوير خاصة في مجالات التجارة الإلكترونية والتي تعرف تزايداً كبيراً في حجمها وتأثيرها، بالإضافة الى التوجهات الجديدة للدولة في هذا الاتجاه. ويستعرض هذا الجزء من الدراسة تحليل للتصنيفات الدولية والوطنية للمؤسسات الناشئة في الجزائر وذلك بالتركيز على دورها في تنمية وتطوير عمليات التجارة الإلكترونية، وذلك على النحو التالي:

أولاً: للتصنيف الدولي للمؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية

سنعتمد في تحليل الاحصائيات المتعلقة بمؤشرات تطور عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر على تقارير التي تصدرها منصة التصنيف العالمي للمؤسسات الناشئة startup Ranking، وعليه يمكننا تحليل

وضعية تطور عدد المؤسسات الناشئة على المستوى الدولي مع التركيز على المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الالكترونية وفقا للتصنيف العالمي لعام 2025 وذلك من خلال الشكل التالي:¹

الشكل 1: خارطة تصنيف المؤسسات الناشئة العالمية حسب الدول لعام 2025



Source: <https://www.startupranking.com/countries>

نلاحظ من خلال الشكل 1 والذي يوضح خارطة تصنيف المؤسسات الناشئة عالميا وحسب الدول لعام 2025، والذي يوضح عدد المؤسسات الناشئة في الجزائر والذي بلغ 812 مؤسسة، حيث صنفتمت الجزائر الأولى إفريقيا وعربيا، كما تتجاوز في الكثير من الأحيان بعض الدول النامية وحتى دولاً متقدمة. وما يهمنا في هذا الصدد ليس عدد المؤسسات الناشئة انما تصنيف المؤسسات الناشئة كما تم الإشارة اليه في الشكل 1 والذي يمكن من خلاله معرفة مدى تركيز المؤسسات الناشئة على مجالات التجارة الالكترونية سواء عالميا او وطنيا، ويمكن توضيح ذلك من خلال جدول تصنيف المؤسسات الناشئة عالميا والتي تركز خدماتها على تنمية وتطوير عمليات التجارة الالكترونية.²

¹ المنصة الالكترونية لتصنيف المؤسسات الناشئة عالميا وحسب الدول: <https://www.startupranking.com/countries>

² المنصة الالكترونية لتصنيف المؤسسات الناشئة عالميا وحسب الدول: <https://www.startupranking.com/top>

Top Startups Worldwide

Worldwide

--- Select State ---

Rank	Startup	SR Score	Description	Country Rank
1	 OpenAI	88,609 =	Artificial Intelligence research company - OpenAI is a leading AI research and deployment com ...	 1
2	 Revolut	86,366 =	Beyond banking. - A secure, mobile-based current account that allows ...	 1
3	 pCloud	86,017 =	pCloud is a provides cloud storage solutions for personal and business consumers. - pCloud - It is your Personal or Professional cloud ...	 1
4	 Smallpdf	85,838 =	The first PDF software you will actually like.	 1
5	 Bark.com	85,200 =	Bringing buyers and sellers together - Bark.com - Whatever you're looking for, from web d ...	 2
6	 Cutt.ly	84,874 =	Free custom URL shortener - Don't let the links limit you. Make your links sup ...	 1
7	 What3words	84,824 =	What3words is an online platform that consists of a global grid which provides its users with fixed 3 word addresses. - Our algorithm is a geocoder that turns latitude, l ...	 3
8	 Remove.bg	84,580 =	Remove.bg offers a seamless solution to remove backgrounds from any photo effortlessly. Utilizing ad ...	 1
9	 Surfshark	84,577 =	Bypass censorship & hide the websites you visit - Trust DNS is a free tool that helps you bypass cen ...	 1
10	 ilovepdf.com	84,490 =	Free app to manage PDF files, alone or in bulk, over the web. Compress, split, convert, watermark, and unlock PDFs within seconds. - Completely free online PDF tools for merging PDFs	 1

الجدول 2: تصنيف أحسن المؤسسات الناشئة العالمية في مجال التجارة الالكترونية لعام 2025

Source: <https://www.startupranking.com/top>

ونلاحظ من خلال الجدول 2 والذي يوضح تصنيف أحسن المؤسسات الناشئة عالميا في مجال التجارة الالكترونية، ان مغلب المؤسسات الناشئة والمصنفة عالميا تعمل في مجالات التجارة الالكترونية مثل: شركة OpenAI رائدة في مجال أبحاث وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، ملتزمة بتسخير إمكانيات الذكاء الاصطناعي لخدمة المؤسسات والافراد، كما تسعى OpenAI الى تطوير الذكاء الاصطناعي بما يناسب ومتطلبات المؤسسات، مما يضع هذا التوافق فوق المكاسب المالية التي يتم تحقيقها وبالتالي تعتمد هذه

دور المؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر

المنصة على التجارة الالكترونية، ونفس الامر ينطبق على باقي المؤسسات الناشئة الموضحة في التصنيف والتي تعمل هي الأخرى على تطوير تطبيقات ومنصات لتعاملات التجارة الالكترونية.¹

الجدول 3: تصنيف أحسن المؤسسات الناشئة في الجزائر في مجال التجارة الالكترونية لعام 2025

Rank	Startup	SR Score	Description	Country Rank
1,079	 YASSIR	60,340	Enriching the way services are provided in Africa - Yassir is the leading super app for on demand, not ...	1
2,032	 Legal doctrine	38,877	The largest legal fund in Transylvania Africa - Legal Doctrine is a legaltech start-up, profitable ...	2
3,498	 OkStore	36,900	Push to the future - OkStore is a commerce platform that allows anyone ...	3
3,637	 Siama QCM	36,253	La plateforme plateforme de QCM Multicours en Algérie - Siama QCM is an E-learning platform for Algeria ...	4
5,510	 Zawass	24,234	Connect Users to Suppliers with the Best Price - We have the largest selection of independent stores ...	5
6,450	 TalabaStore	21,704	Check N°1 des étudiants en Algérie - C'est un marché où les meilleurs spécialistes pour étudier ...	6
6,596	 MalaJalla	21,643	Le commerce de l'avenir - MalaJalla est une plateforme multi-vendeurs de vente ...	7
7,517	 Lafriet	20,070	Your Financial Freedom Starts Here - Online platform where you watch the business online ...	8
9,079	 TKAWEN	18,363	Your Partner in Training and Digital Transformation - Through Promoting Innovation in Education and Tech ...	9
9,084	 ALGERIACERTIFY	18,354	Platform leveraging blockchain and AI to verify certificates - Algeria Certificate and Workflow Portal (Alger) ...	10
9,299	 Batoles	17,506	BUY WITH CONFIDENCE - Batoles.com is a 100% Algerian online sales site ...	11
9,797	 USNET	16,340	APP Builder Platform - Cloud Platform Enables Anyone Building From Scratch ...	12
10,014	 DocPhus	15,840	Now you know more - DocPhus est une plateforme qui permet d'accéder au ...	13
10,645	 UbyMedia	14,325	The next generation - Développement des applications Web, conception et ...	14
11,656	 RedArt	11,479	We Shine for You - RedArt is where the best Algerian Craftsmen & Art ...	15
11,739	 may&sh	11,122	Modern Parenting Solution - We connect between mothers and their mothers and ...	16
11,839	 UbesPay	10,593	SEEN Our efficient & e-commerce Modern solution - At UbesPay, we are reshaping the way the world can ...	17
12,466	 Nitelou	6,677	Cheer out, guitar! - Nitelou is the first Algerian brand, which offers p ...	18
12,762	 Sport	1,070	Powered by athletes for athletes - We help people to reach their fitness goals ...	19

Source: <https://www.startupranking.com/top/algeria>

¹ المنصة الالكترونية لتصنيف المؤسسات الناشئة عالميا وحسب الدول: <https://www.startupranking.com/top/algeria>

ونلاحظ من خلال الجدول 3 والذي يوضح تصنيف أحسن المؤسسات الناشئة في الجزائر لعام 2025 والتي تعمل في مجال التجارة الالكترونية، حيث نلاحظ تطور كبير في هذا المجال مما يدل على الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات والبالغ عددها وفقا للتصنيف العالمي 2025 ما يقارب 19 مؤسسة ناشئة مختص في قطاع التجارة الالكترونية كما هو الحال في التطبيق الرائد للمؤسسة الناشئة YASSIR والمختصة في مجال خدمات التوصيل عند الطلب، وطلب السيارات، والتوصيل للميل الأخير، وخدمات الدفع الالكتروني وغيرها، وهو مصمم لتغيير طريقة تقديم خدمات التجارة الالكترونية اليومية. كما يعمل التطبيق حاليًا في 45 ولاية جزائرية وعبر دول متعددة. وقد حقق نجاحًا كبيرًا بدخولها لبورصة الأوراق المالية للولايات المتحدة الأمريكية حيث جمعت المؤسسة 150 مليون دولار أمريكي في جولة التمويل، أي خمسة أضعاف ما جمعته في جولاتها التسعيرية السابقة في نوفمبر 2025، بمشاركة مستثمرين عالميين مثل BOND وY Combinator، التي سبقت شركات مثل: Airbnb و Stripe و Dropbox وغيرها، كما نقدم خدمات التجارة الالكترونية، مثل خدمات حجز السيارات والتوصيل إلى المنازل. وبناءً على هذه البنية التحتية نقدم الآن خدمات مالية لمساعدة المستخدمين على الدفع والادخار والاقتراض رقميًا، مما يساهم في دخول الجزائر إلى عصر الاقتصاد الرقمي، كما تساهم هذه المؤسسة الناشئة بشكل بالغ الأهمية في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر.

ثانيا: التصنيف المحلي للمؤسسات الناشئة ضمن مجالات التجارة الالكترونية

يعتمد التصنيف المحلي على التقارير الصادرة عن وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمصغرة في الجزائر، وبناءً عليه تحصى الجزائر حوالي 8000 مؤسسة ناشئة مسجلة، بينها أكثر من 1000 مؤسسة متحصلة على وسم "مؤسسة ناشئة"، وتهدف في هذا الإطار إلى بلوغ ما يقارب 2000 مؤسسة ناشئة، حيث يتركز ما نسبته 62% منها في قطاع الخدمات أي في مجالات التجارة الالكترونية ويتمثل مغليها في منصات الإلكترونية لتقديم خدمات التجارة الالكترونية، ورغم تزايد عدد المؤسسات الناشئة والتي تنشط في مجالات التجارة الالكترونية عالميًا، إلا أن الجزائر مازالت خطواتها بطيئة في هذا الاتجاه، ويرجع ذلك لعدد من العوامل، ونظرا لأهمية ودور المؤسسات الناشئة فقد أولتها الدولة الجزائرية اهتماما بالغاً لتنمية الصادرات خارج المحروقات وفي خلق الثروة وتوفير مناصب عمل، إلا أنها لم تتجاوز 4% من إجمالي الصادرات الجزائرية في عام 2024، وتبرز في هذا الصدد أهمية دور الدولة في مواصلة تقديم دعم للمؤسسات الناشئة حتى تتمكن من تطور وتنمية التجارة الالكترونية والمساهمة في التنمية.¹

¹ الموقع الالكتروني لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمصغرة <https://www.facebook.com/mkesme.dz/>

كما اعتمدنا في هذا الجزء من الدراسة على تحليل المعطيات الإحصائية المحلية خلال الفترة ما بين 2022-2025 والتي شهدت صدور قانون 09-22 والمؤرخ في 05 ماي 2022 والمتضمن القانون التجاري لإنشاء شركة المساهمة البسيطة وربطها بعلامة مؤسسة ناشئة¹، حيث اعتبرنا هذه سنة كأساس للمؤسسات المسجلة فعليا (المؤسسات الناشئة المقيدة بالسجل التجاري كشركات مساهمة بسيطة وفقا لم نص عليه القانون) ولملاحظة التطورات التي شهدتها في هذه الفترة، حيث نجد نموا ملحوظا في عدد المؤسسات الناشئة، حيث انتقلت من 200 مؤسسة في عام 2019 إلى 812 في عام 2025 وفقا لقاعدة بيانات تصنيف المؤسسات الناشئة عالميا (يعتمد هذا التصنيف على بيانات المؤسسات الناشئة المسجلة ضمن بورصات محلية او دولية بالإضافة الى ادراج بيانات المؤسسات الناشئة ضمن التصنيف العالمي)، وفقا للإحصائيات المحلية الصادرة عن وزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمصغرة فقد تجاوز عدد مؤسسة ناشئة 2000 مؤسسة خلال 2025 وتطمح الى تجاوز 9000 مؤسسة خلال العام 2025.

من خلال ما سبق نستخلص أن معدل نمو وتطور المؤسسات الناشئة إجمالا لسنة 2024 يقدر بـ 9,09% بالمقارنة مع باقي النماذج للمؤسسات المقاولاتية وكذا النموذج الجديد المتعلق بالمقاول الذاتية. كما ان أغلب المؤسسات الناشئة في الجزائر تتركز بشكل كبير في نشاط الخدمات بنسبة 45,98% وهو ما يساهم لا محال في تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية وتطوير مجال عملها.

إن المؤسسات الناشئة في الجزائر تحاول أن تتماشى مع الواقع الافتراضي الجديد للأعمال التجارية، والذي يفرض عليها استغلال جميع مواردها من خلال تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية، وعلى الرغم من المعوقات التي تواجه هذه المؤسسات الناشئة في إعتادها للتجارة الإلكترونية إلا أنها تحاول التحكم في أساسيات العمل الإلكتروني لمجرات المؤسسات الناشئة الدولية وفي اختراق الأسواق العالمية.²

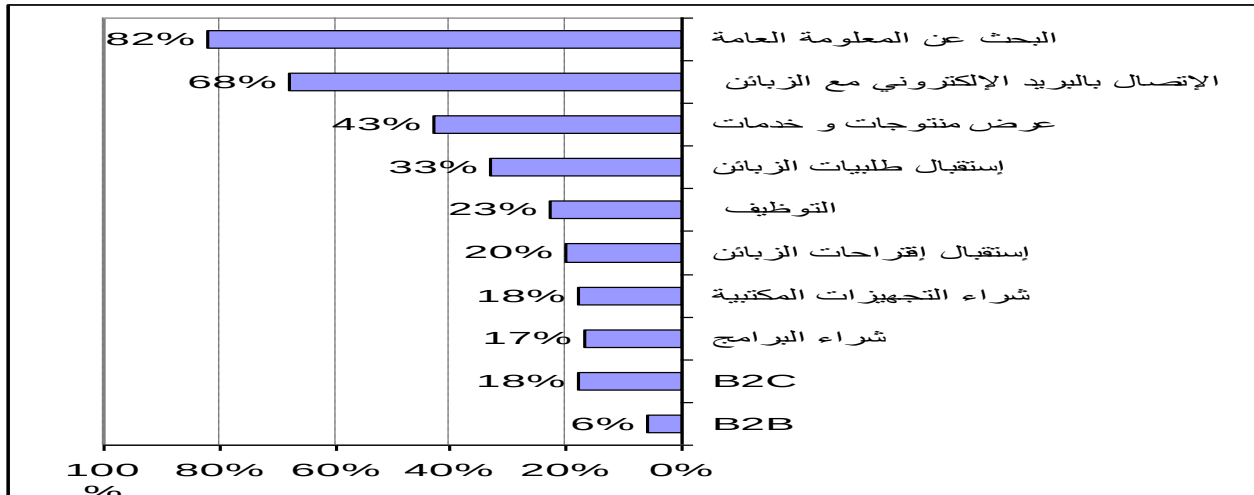
والشكل التالي يوضح نسب مساهمات المؤسسات الناشئة في بعض مجالات التجارة الإلكترونية مثل تقديم عروض الشراء وكذا الاستعلام والبحث عن المعلومات المختلفة وكذا التعاملات بينها وبين المستهلكين كما هو موضح في الشكل التالي:³

¹ القانون رقم 09-22 المؤرخ 05 ماي 2022 الخاص بالتنظيم القانوني لشركة المساهمة البسيطة الذي أضاف شركة المساهمة البسيطة إلى القانون التجاري، من المرسوم التنفيذي رقم 20-254 الذي يحدد شروط منح علامة "مؤسسة ناشئة".

² المنصة الإلكترونية الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر <https://startup.dz/asf>

³ Jakub Piecuch, Joanna Szarek, The importance of startups for construction of innovative economies, International Entrepreneurship (2018), 04 (02), P 70-78

الشكل 1: نسب مساهمة المؤسسات الناشئة في عمليات التجارة الإلكترونية



Source: Jakub Piecuch, Joanna Szarek, The importance of startups for construction of innovative economies, International Entrepreneurship (2018), 04 (02), P 70-78.

ونلاحظ من خلال الشكل تباينت الإحصائيات حول إستخدام التجارة الإلكترونية في المؤسسات الناشئة، وذلك يرجع إلى عدم إعتداد تعريف موحد لهذه المؤسسات في مختلف دول العالم، لكننا نحاول بالإعتماد على دراسات ميدانية إعطاء نظرة حول إستخدام التجارة الإلكترونية في المؤسسات الناشئة وذلك لمعرفة مدى تطورها.

كما في جاء في تقرير منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية لعام 2024 حول إستخدام التجارة الإلكترونية في المؤسسات الناشئة صعوبة امتلاكها لفريق مخصص في مجالات التكنولوجيا وتطبيقاتها¹. كما توجد أسباب أخرى قد تؤثر على دور هذه المؤسسات في تطوير أساليب التجارة الإلكترونية وأهمها عدم ملائمة المنتجات المحلية لهذه المؤسسات مع عالمية التجارة الإلكترونية، وعدم تأهيل المؤسسات الناشئة لهذا النوع من التجارة، بالإضافة إلى عدم مقدرتها تغطية تكاليف إعتداد التجارة الإلكترونية بها، وأيضا مشكلات تتعلق بأمن المعلومات في الجزائر مثلا 56 % من المؤسسات الناشئة لم تتبنى التجارة الإلكترونية خوفا من مشكل الأمن والقرصنة عبر الشبكة أو عدم وجود الإطار القانوني والذي يعاني من نقائص كبيرة.

¹ OCDE: Enhancing the competitiveness of SMEs through innovation, enhancing the competitiveness of SMEs in the global economy: strategies and policies, Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers, Bologna-Italy, 14-15 June, 2000

كما نلاحظ أن معظم المؤسسات الناشئة في الجزائر تعتمد على خدمات الانترنت بصفة أساسية في البحث عن المعلومات، كما هو مبين حيث وصلت إلى 82%، ثم يليها البريد الالكتروني وخدمة الرسائل واستقبال طلبات الزبائن، وما يهمنا في هذا الصدد هو دور المؤسسات الناشئة في مجال تنمية التبادل التجاري الالكتروني، و من خلال الشكل السابق كذلك نجد أن نسبة التعاملات التجارية الالكترونية للمؤسسات الناشئة في الجزائر في شكل B2B وصلت إلى 18% وهي نسبة مقبولة، أما بالنسبة لتعاملات التجارية الالكترونية للمؤسسات الناشئة مع المستهلكين في شكل B2C والتي قدرت نسبتها بـ 6% من تعاملات المؤسسات الناشئة في الجزائر مع المستهلكين، حيث نجد أن نمو الربط على الشبكة لدى المؤسسات الناشئة يبقى متواضع مقابل تواضع عدد المنصات الجزائرية والتي لا تتجاوز 1700 موقع يعتمد الرمز (اسم النطاق) الجزائري DZ مما يتطلب جهود لمضاعفته ولتدارك هذا التأخر، وهو ما يهدف إليه البرنامج لتطوير المؤسسات الناشئة.

ومن خلال ما سبق نلاحظ انه بالرغم من أن نسبة المؤسسات الناشئة التي تعمل ضمن نطاق وعمليات التجارة الالكترونية والتي تبلغ نسبتها 38% من إجمالي المؤسسات الناشئة في الجزائر إلا أن الحصيلة التي تم التوصل إليها تعتبر ضعيفة، لكنها تبقى محفزة لمضاعفة الجهود. وبالنظر إلى نسبة المؤسسات الناشئة والتي تمتلك مواقع على شبكة الانترنت يصل إلى 15%، أما نسبة المؤسسات المتخصصة في تكنولوجيا الاتصال فإنها لا تتجاوز 7% من إجمالي المؤسسات الناشئة مع حساب كافة المؤسسات المتخصصة في الإلكترونيك والمعلوماتية حيث أن 25% منها متخصصة في التوزيع والتسويق للمنتجات، وحوالي 4% منها متخصص في إقامة مواقع شبكة الانترنت وتطوير المحتوى وخدمة المنصات والمتاجر الالكترونية.¹

المطلب الثاني: معوقات تفعيل دور المؤسسات الناشئة في تنمية التجارة الالكترونية ومتطلباتها

هناك العديد من المعوقات التي تعترض دور المؤسسات الناشئة في تطور وتنمية التجارة الالكترونية في الجزائر ورغم التفاوت في هذا الإطار. خاصة ما تعلق بتنفيذ الاستراتيجيات لهذا النوع من المعاملات وعدم وضوحها، وهو ما قد يركي العقبات الأخرى، مثل عدم وجود إطار قانوني يحكم وينظم هذه المعاملات في كل مراحلها، بدءا من الإعلان عن السلعة أو الخدمة وانتهاءا بتسوية المدفوعات المترتبة عليها، وتحديد الاختصاص القضائي، والقانون الواجب التطبيق... الخ، ونشر الوعي بالأهمية ودور المؤسسات الناشئة في مجال تطوير تطبيقات التجارة الالكترونية بالنسبة للاقتصاد الوطني ولقطاع الأعمال والمستهلكين.

¹ Djeddi, a. & mounira, B., Business Incubators As An Innovative Mechanism To Support Startups In Algeria, The journal of El-Ryssala for studies and research in humnities, (2024) 09 (02), pp. 134-144.

ويمكن تسليط الضوء على أهم المعوقات وكذا تحديد المتطلبات المناسبة لتفعيل دور المؤسسات الناشئة في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر وفقا لما يلي:

أولاً: معوقات تفعيل دور المؤسسات الناشئة في تنمية مجالات التجارة الإلكترونية

وتتمثل اهم هذه المعوقات فيما يلي:¹

1- البنية الأساسية التكنولوجية:

في دراسة أعدت لصالح منتدى دافوس الاقتصادي الدولي حول تحديات تطور تكنولوجيا الاتصالات، حيث تم تصنيف الدول العربية إلى مجموعات ثلاث؛ مجموعة التطور السريع وتشمل الكويت والإمارات العربية المتحدة، ومجموعة الدول الصاعدة وتشمل كلا من مصر والأردن والجزائر ولبنان والسعودية، ومجموعة الدول السائرة في طريق النمو وتضم عمان وسوريا.

ووفقا إلى مؤشر الجاهزية الرقمية الذي يعتبر مقياساً مقارناً لتقويم وضع البيئة الإلكترونية الرقمية لأداء الأعمال بالنسبة للمؤسسات الناشئة وملاءمة البنية التحتية للمعلوماتية والبرامج الحكومية وحجم التجارة الإلكترونية في كل دولة، والذي تضم قائمته 60 دولة، لم يتضمن المؤشر إلا ثلاث دول عربية هي السعودية ومصر والجزائر، وأشار التقرير أن العوائق الأساسية التي تؤثر سلباً على الجاهزية الرقمية للمؤسسات الناشئة في مجالات التجارة الإلكترونية ودرجة تقدمها أو تراجعها في الدولة هي: ضعف دور الحكومة، عدم الاستقرار الاقتصادي، عدم ثقة المستهلكين، عدم الثقة بدرجة الأمان في الدفع الإلكتروني، بالإضافة الى ضعف دور المؤسسات الناشئة في مجال تسويق خدمات التجارة الإلكترونية، عدم وجود حوافز لتشجيع المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية مثل الإعفاءات الضريبية أو تقديم الدعم المؤسسات الناشئة ضعف خدمات الشبكة الدولية للمعلومات وارتفاع تكلفتها، عدم توافر التدريب الكافي لقيادة المؤسسات الناشئة، وعدم وجود مبادرات حكومية ذكية لدعم المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية.

وعليه، يمثل الافتقار إلى البنية التكنولوجية عاملاً مشتركاً في تطور المؤسسات الناشئة وعمليات التجارة الإلكترونية معوقاً لأداء المؤسسات الناشئة لدورها في مجال تنمية التجارة الإلكترونية، وتحول من ثم دون نموها وتطورها في الجزائر.

¹ ملنقى وطني حول: دور التجارة الإلكترونية في دعم نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر، يسري دغريز، فاطمة بن بوب، دور التجارة الإلكترونية في تعزيز التنافسية لدى المؤسسات الناشئة، جامعة غرداية، 2023، ص2-20

2-المعوقات المتعلقة بالموارد البشرية:

تلعب الموارد البشرية المؤهلة والمدرية دورا محوريا في تنمية التجارة الإلكترونية إذ تستطيع هذه الموارد حال توافرها من ابتكار الحلول والتي يتم تحويلها الى مؤسسات ناشئة، كما يمكنها أن تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية من جهة أخرى، بالإضافة الوعي والإدراك بأهمية التجارة الإلكترونية وسرعة تقبلها وخفض المقاومة لها، وبالتالي اتساع نطاق انتشار هذه التجارة بين المؤسسات الناشئة وبين المستهلكين وقطاع الأعمال (B2C) و (C2B)، وتبني التجارب الريادية والابتكارية، وهذا هو التحدي الحقيقي الذي تواجهه الجزائر سواء من خلال طرق استغلال الطاقات البشرية أو من خلال ضمان مواكبتها للتطورات، وكذلك من خلال التدريب والتعليم أو من خلال الدعم المادي والقدرة على تنمية المهارات، حيث يساعد توافر هذه العوامل قدرة الدولة على مواكبة التطورات ودونها يصعب على الدولة توسيع دور المؤسسات الناشئة في مجال التعاملات الإلكترونية غيرها من المجالات الاقتصادية.

3-عوامل أخرى

بالإضافة إلى العقبات السابقة التي تحول دور المؤسسات الناشئة في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر، توجد أيضا مجموعة من العقبات الثانوية، ويمكن استعراض أهمها فيما يلي:

- ضعف دور كل من القطاع المصرفي والقطاع الخاص في الجزائر والذي يفتقد إلى روح المبادرة والإبداع في المجالات تمويل المؤسسات الناشئة التي تعتمد على التعاملات الإلكترونية الخاصة بوسائل الدفع موجودة والعقبة تكمن على مستوى التطبيق من جانب البنوك.
- عدم قدرة بعض المؤسسات الناشئة على مسايرة التقدم التكنولوجي في مجالات تعاملات التجارة الإلكترونية أو ما يعرف بالتهيؤ الإلكتروني E-Readiness وخاصة إذا كانت تعاني من انخفاض الربحية والعائد المباشر من الاستثمار في هذا النشاط، ووصلت نسبتها في الجزائر الى 17%، وعدم اليقين من استخدام التجارة الإلكترونية سيضيف إليها شيئا محسوسا أو ملحوظا كما هو الحال في الجزائر حيث نقل وسائل المعلوماتية والتكنولوجية بصفة عامة.¹

ثانيا: متطلبات تفعيل دور المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية

يتطلب تفعيل دور المؤسسات الناشئة في مجال تطوير التجارة الإلكترونية متطلبات أساسية يمكن إبراز أهمها فيما يلي:

¹ Hiroko Kawamorita Kesim, Salamzadeh Aidin, (2020), Startup Companies: Life Cycle and Challenges, Proceedings of the 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia, P 01-12

1- تفعيل المشاركة بين المؤسسات الناشئة والحكومة:

تمثل المؤسسات الناشئة القوة الدافعة للتجارة الالكترونية في البلاد، وعليه يتوجب على الحكومة اشراكها في مبادرات تفعيل مجالات التجارة الالكترونية وذلك من خلال:¹

أ- مشاركة المؤسسات الناشئة في إعداد القواعد والنظم اللازمة للتجارة الالكترونية

لابد أن يكون هناك تعاون بين الحكومة وقطاع الأعمال والأفراد وذلك لخلق مناخ محفز للتجارة الالكترونية وذلك من خلال التفاعل بين الحكومة وممثلي قطاعات الأعمال مع الأخذ في الاعتبار الإمكانيات والاحتياجات اللازمة لاتخاذ خطوات ايجابية في هذا المجال.²

ب- المساندة المباشرة وغير المباشرة للمؤسسات الناشئة في التحول إلى النظم التجارة الالكترونية

تحتاج المؤسسات الناشئة إلى مساندة في مجال استخدامها للتجارة الالكترونية وذلك من اجل تعزيز وتحسين مركزها في المنافسة داخليا و خارجيا خاصة في ظل توقعات الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة و بلوغ اتفاقية الشراكة مرحلته النهائية و ما سوف تواجهه من تحديات حيث يتطلب في هذه الحالة من الحكومة الجزائرية تحضير برنامج واسع لتأهيل المؤسسات من خلال تطوير نظم و تكنولوجيات المعلومات و الاتصالات خاصة و أن استعمال الشركات لهذه التكنولوجيا في الجزائر كشف أن 40% من أصل 700 شركة كبيرة تمتلك 200 حاسوب وأن 59% منها تستخدم شبكات الانترنت وهو يعتبر قليل ويتطلب زيادة توسيع استخدامات النظم الالكترونية حتى يكون لهذه الشركات في الجزائر الدور الفاعل في مجال التجارة الالكترونية.

ج-زيادة المخصصات المالية في الجانب المتعلق بالتكنولوجيا وصناعة المحتوى:

تمثل مخصصات الجانب التكنولوجي وتطوير صناعة المحتوى ما نسبته 33.7% فقط من هذه المؤسسات أي حوالي 125 مليون دولار للجانب التكنولوجي وتحتصر هذا المخصصات في دعم مؤسسات ناشئة في مجالات أخرى (الصناعات البتروكيماوية والزراعة الذكية...)، وهنا وجب على الحكومة إعداد برامج لتوفير الدعم المناسب في هذا الجانب.

د-توفير وأتاحته مراكز تكنولوجيا المعلومات لدعم المؤسسات الناشئة

إن ما تتوفر عليه الجزائر في الفترة الحالية من مراكز للمعلومات والمراكز التكنولوجية لا يساعد المؤسسات الناشئة على تبني بعض التطبيقات المتطور في مجال التجارة الالكترونية، والتي تتطلب

¹ ملتقى دولي حول: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، فاطنة بوخاري، محمد سعيداني، التجارة الالكترونية بين التطبيق والمأمول دراسة حالة الجزائر، 03.02 ديسمبر 2019، جامعة حمه لخصر الوادي.

² Hiroko Kawamorita Kesim, Salamzadeh Aidin, (2020), Opsit, P 09.

استثمارات وتغيرات جوهرية، لذا فان الحكومة مطالبة بدعم إنشاء مراكز تكنولوجية متخصصة لتوفير خدمات التجارة الالكترونية لمؤسسات الناشئة وبتكلفة اقتصادية.

2- تطوير بنية الاتصالات

تمثل خدمات الاتصالات والتي تعتبر مرتفعة التكاليف وضعيفة التدفق ومازال احتكار القطاع العام والمتمثل في اتصالات الجزائر بسبة تفوق 57% في مجال خدمات الهاتف الثابت، وعلى الرغم من تدني نسبة المنافسة لهذا القطاع بسبب قلة عدد الشركات العاملة وعلى هذا الأساس فلا بد من تشجيع استثمارات المؤسسات الناشئة في هذا المجال، كما انه على الحكومة أن تضع قواعد للعمل تتسم بالمرونة و تعمل على ضمان حرية الوصول إلى الأسواق، مما سيؤدي إلى انفتاح للسوق وإلى زيادة المنافسة وتحسين البنية التحتية للاتصالات واتساع مجال الاختيار أمام المستهلك وإلى خفض الأسعار وزيادة الخدمات المحسنة.¹

أما فيما يتعلق بمقدمي الانترنت والذي يعتبر من أكثر القطاعات تحررا في الجزائر، والذي يتمتع بدرجة منافسة كاملة، إلا انه لا يلبي الطلب المتزايد على هذا الخدمة، وارتفاع تكلفة إدخالها وهذا ما يتطلب:

أ- الاستمرار في تحسين مستوى خدمات الاتصالات وتطويرها ووصول الخدمات الاتصالات إلى كافة المناطق والتوسع في استخدام التدفق العالي لربط وتغطية عدد كبير من المناطق في الجزائر باعتبارها قاعدة أساسية لتوسيع استخدامات التجارة الالكترونية وفي عمال هذه المؤسسات.

ب- الاستمرار في خفض تكاليف استخدام شبكات الاتصالات الرقمية: حيث يظهر جليا في تكلفة 1 ميغابايت كنصيب الانترنت التي توفرها شركة اتصالات الجزائر وصلت إلى 18.5 يورو، وهو ما يستوجب تخفيض تكلفة هذه الخدمة كونها العامل الرئيسي في تطوير استخدامات التجارة الالكترونية.²

3- ضبط الإطار التشريعي لتعاملات التجارة الالكترونية

إن مدى ملائمة القوانين والتشريعات في الجزائر لمتطلبات عمل المؤسسات الناشئة في مجال التجارة الالكترونية، وبالنظر إلى التشريعات السارية حاليا في الجزائر فهي توفر جزء مهما من البيئة التشريعية للتجارة الالكترونية، الا انها لا تحفز المؤسسات الناشئة في مجالات التجارة الالكترونية وعليه يتوجب ضبط الإطار التشريعي لتعاملات التجارة الالكترونية مع الاخذ بعين الاعتبار الفجوة التشريعية في هذا الاتجاه.

4- دور مؤسسات التمويل

يلزم تنفيذ هذه الإستراتيجية تصور واضح لمصادر التمويل الوطنية المتاحة وكيفية استغلالها من خلال خطط عمل وآليات متابعة، حيث يعد ذلك في مجمله من الأمور الهامة لتأمين تمويل متعدد المصادر

¹ ملتقى دولي حول: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية.

² ملتقى وطني حول: دور التجارة الإلكترونية في دعم نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر، يسري دغري، مرجع سابق، ص 19.

لتحقيق أهدافها، يمثل رأس مال (الابتكاري) للقطاع الخاص مصدراً هاماً للاستثمار نشاط المؤسسات الناشئة حيث يجب خلق الظروف السليمة ووضع السياسات الجاذبة لهذا الاستثمار وتهيئة بيئة داعمة للأعمال الريادية وتأمين مكاسب اجتماعية واقتصادية طويلة الأجل.

كذلك يعد المجتمع الدولي المانح بمثابة الشريك الآخر لتمويل هذه الإستراتيجية ويلاحظ أن الاتجاه الحالي يشير إلى مساهمة المانحين الدوليين في استراتيجيات التنمية الشاملة بما في ذلك تكنولوجيا كأحد عناصر التقدم نحو تحقيق الأهداف الإنمائية للألفية وتفضيلها على المشروعات الفردية مما سيؤدي إلى خلق فرصة كبيرة لدمج استراتيجيات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات واحتياجات التمويل مع خطط التنمية بالمنطقة. لذا يجب اغتنام الفرص التي تتيحها مؤسسات التمويل الإقليمية والدولية مثل البنك الدولي والصندوق العربي للتمويل وبنك التنمية الإسلامي لتوفير الدعم التكنولوجي والمالي، وفيما يلي عرض لبعض الشراكات التمويلية المبتكرة والخطط التي يمكن اعتمادها لتحفيز التمويل¹

الخاتمة:

يتضح مما سبق عند تناول الدراسة والمتعلقة بدور المؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر، ومن خلال تحليل الإطار النظري للدراسة خاصة ما تعلق بتحديد مفاهيم كلا من المؤسسات الناشئة والتجارة الالكترونية وتأثير كلا منها على الآخر، حيث نلاحظ وجود تبيان فيما يخص تحديد وضبط المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة الا انها تشترك فيما بينها في استخدام العامل التكنولوجي في نموها وتطورها.

كما يتبين ان موضوع الدراسة من الموضوعات الحديثة نسبيا خاصة ما تعلق بالجزائر، وعليه يمكننا في هذا الصدد تقديم جملة من النتائج والمقترحات والممثلة فيما يلي:

- يبرز الدور الأساسي للمؤسسات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية في قدرتها على ابتكار وتقديم منتجات وخدمات جديدة ومبتكرة، مما يعزز تنافسيتها في السوق الداخلية والخارجية.
- وتوفر التجارة الإلكترونية للمؤسسات الناشئة إمكانية الوصول إلى جمهور واسع بتكلفة أقل مقارنة بالطرق التقليدية، كما أنها توفر منصة مرنة وسهلة الاستخدام لإطلاق المنتجات والخدمات واختبارها في السوق.

¹ شوقي جباري، مرتكزات نجاح الشركات الناشئة الجزائرية - تجربة شركة يسير نموذجا-، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 3. 2023.

- يعتمد نجاح المؤسسات الناشئة في تطوير مجالات التجارة الإلكترونية على استخدام استراتيجيات التسويق الإلكتروني الفعالة. يشمل ذلك التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتحسين محركات البحث، والإعلانات المدفوعة، والتسويق بالمحتوى، بالإضافة إلى التطبيقات الذكية وغيرها.
- تسعى الجزائر إلى الرفع من عدد المؤسسات الناشئة من خلال تطوير نظام البيئي الداعم لها والذي يشمل حاضنات الأعمال، ومسرعات الأعمال، وبرامج التمويل، وتقديم التوجيه والاستشارة، هذا النظام البيئي يساعد المؤسسات الناشئة على النمو والتطور وتحقيق النجاح خاصة مجال التجارة الإلكترونية.
- من الأهمية بما كان تنويع مصادر تمويل المؤسسات الناشئة، لاسيما من خلال الصناديق الاستثمارية المتخصصة والتمويل التسهيلي، إضافة إلى تسهيل إنشاء المؤسسات الناشئة عبر الإنترنت متخصصة في مجالات التجارة الإلكترونية دون الحاجة إلى التنقل.
- توفير بيئة داعمة تعتمد على البحث العلمي، وتنمية الملكية الفكرية، ونقل التكنولوجيا، ورقمنة الخدمات، إلى جانب تأهيل الكفاءات البشرية المؤهلة وتشجيع رواد الأعمال المتخصصين في التطبيقات الذكية في مجال التجارة الإلكترونية.
- كما تؤكد في هذه الدراسة على أهمية إنشاء خارطة رقمية وطنية عبر الإنترنت للمؤسسات الناشئة في الجزائر، بالإضافة إلى دليل إلكتروني يتيح للباحثين جميع البيانات المطلوبة والمتعلقة بالمؤسسات الناشئة وفقا لقطاعاتها وفقا لمجالات نشاطها، وذلك لتعميق الدراسات البحثية في هذا المجال والمساهمة في تقديم الدراسات وأبحاث التقييم المناسب لها.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: النصوص القانونية

- التنظيم القانوني لشركة المساهمة البسيطة رقم 22-09 المؤرخ 05 ماي 2022 الذي أضاف شركة المساهمة البسيطة إلى القانون التجاري، من المرسوم التنفيذي رقم 20-254 الذي يحدد شروط منح علامة "مؤسسة ناشئة".

ثانياً: الكتب

- حمدي عبد العظيم، التجارة الإلكترونية أبعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية، مركز بحوث، سلسلة إصدارات البحوث الإدارية، مصر، 2011
- السيد احمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية، القاهرة، 2006.
- بشر عباس علاق، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في مجال التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2017.

رابعاً: المقالات

- مصطفى بورنان، على صولي، الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة، مجلة دفا تر اقتصادية، المجلد 12 العدد 01، 2020، ص131-148.

دور المؤسسات الناشئة في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر

- بن زيدان حاج، بورحلة زهرة، التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر "رؤية تحليلية"، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 01، 2021
- شوقي جباري، مرتكزات جناح الشركات الناشئة الجزائرية - تجربة شركة يسير نموذجاً-، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 3، 2023.

- Ahmed Naveed, And All .Role of Business Incubators as a Tool for Entrepreneurship Development: The Mediating and Moderating Role of Business Start-Up and Government Regulations. Sustainability(2020)•20 .P 01-23.

- Coppel J. " E-commerce: Impacts of policy challenges . OECD . Commerce , Dep Working. Paper No. 25

Jakub Piecuch, Joanna Szarek, The importance of startups for construction of innovative economies, International Entrepreneurship (2018), 04 (02), P 70-78

- Djeddi, a.. & mounira, B., Business Incubators As An Innovative Mechanism To Support Startups In Algeria, The journal of El-Ryssala for studies and research in humnities, (2024) 09 (02), pp. 134-144.

رابعاً: أشغال الملتقيات

- Hiroko Kawamorita Kesim, Salamzadeh Aidin, (2020), Startup Companies: Life Cycle and Challenges, Proceedings of the 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia, P 01-12

- OCDE: Enhancing the competitiveness of SMEs through innovation, enhancing the competitiveness of SMEs in the global economy: strategies and policies, Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers, Bologna-Italy, 14-15 June, 2000.

- ملتقى وطني حول: دور التجارة الإلكترونية في دعم نمو المؤسسات الناشئة في الجزائر، يسري دغريز، فاطمة بن بوب، دور التجارة الإلكترونية في تعزيز التنافسية لدى المؤسسات الناشئة، جامعة غرداية، 2023، ص2-20

- ملتقى دولي حول: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية، فاطمة بوخاري، محمد سعيداني، التجارة الإلكترونية بين التطبيق والمأمول دراسة حالة الجزائر، 03.02 ديسمبر 2019، جامعة حمه لخضر الوادي.

خاتمة: المواقع الإلكترونية:

- الموقع الإلكتروني لوزارة اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة والمصغرة: <https://www.facebook.com/mkesme.dz/>

- المنصة الإلكترونية الصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر <https://startup.dz/asf/>

- المنصة الإلكترونية لتصنيف المؤسسات الناشئة عالمياً وحسب الدول:

- <https://www.startupranking.com/countries>

- <https://www.startupranking.com/top>

- <https://www.startupranking.com/top/algeria>