

جامعة 08 ماي 1945

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: مالية و تجارة دولية

تحت عنوان:

تفعيل التبادلات التجارية الدولية في ظل الاقتصاد

الرقمي

-منصة جوميا الجزائر أنموذجا-

إشراف الأستاذة:

د/ آمنة عساسة

إعداد الطالبة:

- ميساء هادف

السنة الجامعية 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير

عملاً بقوله تعالى: " ومن شكر فإنما يشكر لنفسه..... " سورة الزمل الآية 40

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل، والصلاة والسلام على سيدنا محمد خير الخلق
أجمعين.

أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذتي المشرفة " عساسة آمنة " على ما قدمته
لي من دعم و توجيه و نصائح قيمة خلال إعداد هذه المذكرة، والأستاذة الفاضلة "عباسي
وهيبة " لن انسى فضلها فلولاها ما بعد الله لم أتمكن من الوصول إلى هذه المرحلة.
كما لا يفوتني أن أشكر جميع الأساتذة الذين درسوني خلال سنوات الدراسة، ولكل من
ساهم بكلمة أو نصيحة أو توجيه.

ولا أنسى أن أقدم خالص الشكر إلى عائلتي الكريمة، التي كانت الدعم الأول لي، بفضل
صبرها و تشجيعها المتواصل، و بالأخص أمي و أبي رحمه الله، وكل ما بذلاه من أجل
نجاحي.

والى كل الأصدقاء و الزملاء الذين رافقوني في هذا المشوار، شكرا لكم من القلب

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على| الحبيب المصطفى وأهله
ومن وفي وأما بعد:

الحمد لله الذي وفقني لتثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية
بمذكرتي هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى مهداة إلى من
الجنة تحت قدميها إلى من ربّت وتعبت والتي بدعائها وصلت لهذه
المرحلة

" أمي الغالية "

وإلى من علمني العطاء ومن أحمل اسمه بكل فخر روح أبي الطاهرة " 2025
رحمه الله "

وإلى جدي الحنون الذي أضاء لي الطريق بقيمه ونبله رحمه الله
وأسكنه فسيح جناته،

وإلى من لهم الفضل الكبير في تشجيعي وتحفيزي ومنهم تعلمت المثابرة
والاجتهاد ومن بهم أكبر وعليهم أعتد

وإلى من بوجودهم اكتسب قوة ومحبة لا حدود لها وإلى من معهم
عرفت معنى الحياة إخوتي كل واحدة بإسمها "مريم"، "مفيدة"، "لمياء"
وزوجها "أحمد" الذي كان بمثابة الأخ

وإلى من اعتبرتها أخت ورمز الوفاء "شيراز" ولا أنسى " رانيا"
التي رافقتني دروب الحياة السعيدة والحزينة وكذلك
زميلاتي "سهى" و"دعاء".



الملخص

يشهد الاقتصاد العالمي تحولاً جذرياً بفعل التطورات المتسارعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أضحت الاقتصاد الرقمي محوراً أساسياً في صياغة السياسات الاقتصادية والتجارية للدول، لما له من دور فعال في دعم تنافسية المؤسسات وتعزيز اندماجها في الأسواق الدولية. وفي هذا السياق، تسعى الجزائر، على غرار باقي الدول، إلى تبني آليات الاقتصاد الرقمي كخيار استراتيجي للنهوض بأدائها التجاري، وتسهيل ولوج المنتجات والخدمات المحلية إلى الأسواق العالمية، لاسيما من خلال رقمنة سلاسل القيمة وتحسين البنى التحتية الرقمية.

هدفت الدراسة إلى إبراز أهمية الاقتصاد الرقمي في تحسين التبادلات التجارية الدولية بشكل عام، ومنصة جوميا الجزائر بشكل خاص من خلال دعم اللوجستيات الرقمية، وتسهيل إجراءات التصدير والاستيراد، والترويج الإلكتروني وتحسين الشفافية وتدفق المعلومات بين الفاعلين الاقتصاديين.

وقد خلصت الدراسة إلى أن منصة جوميا الجزائر قد ساهمت بإحداث تبادل تجاري سلبي يروج للواردات الأجنبية وبيّح بيعها في السوق المحلي على حساب الصادرات الجزائرية، كما أن تفعيل التبادلات التجارية الدولية يستوجب وضع استراتيجية وطنية شاملة، تُعنى بتطوير البنية التحتية الرقمية، وتشجيع الاستثمار والابتكار التكنولوجي، وتعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص، بما يضمن تحقيق التكامل الاقتصادي والانفتاح الفعال على الأسواق العالمية.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الرقمي، التحول الرقمي، التجارة الإلكترونية، التبادلات التجارية الدولية، منصة جوميا الجزائر.

Abstract

The global economy is witnessing a radical transformation due to rapid developments in information and communications technology. The digital economy has become a fundamental axis in formulating countries economic and trade policies, given its effective role in supporting the competitiveness and enhancing their integration into international market . In this context, Algeria, like other countries, seeks to adopt digital economy mechanisms as a strategic option to improve its commercial performance and facilitate the access of local products and services to global markets, particularly through digitizing value chains and improving digital infrastructure.

The study aims to highlight the importance of the digital economy in improving international trade in general, and the jumia Algeria platform in particular, by supporting digital logistics, facilitating export and import procedures, e-promotion, and improving transparency and information flow between economic actors.

The study concluded that the jumia Algeria platform has contributed to creating negative trade exchanges that promote foreign imports and allow them to be sold in the local market at the expense of Algerian exports. Activating international trade exchanges requires the development of a comprehensive national strategy concerned with developing digital infrastructure, encouraging investment and technological innovation, and enhancing cooperation between the public and private sectors, ensuring economic integration and effective openness to global markets.

Key words: digital economy, digital transformation, e-commerce, international trade exchanges, jumia Algeria platform

الصفحة	الفهرس
III	قائمة الأشكال
IV	قائمة الجداول
-	مقدمة عامة
-	الفصل الأول: مفاهيم وأسس نظرية للاقتصاد الرقمي
03	المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي
03	المطلب الأول: تعريف الاقتصاد الرقمي و نشأته التاريخية
07	المطلب الثاني: خصائص ومكونات الاقتصاد الرقمي
12	المطلب الثالث: متطلبات و هيكل الاقتصاد الرقمي
16	المطلب الرابع: الفرق بين الاقتصاد الرقمي والتقليدي
17	المبحث الثاني: البنية التحتية والتكنولوجية للاقتصاد الرقمي
17	المطلب الأول: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الاقتصاد الرقمي
20	المطلب الثاني: الحوسبة السحابية، الذكاء الاصطناعي، وسلاسل الكتل
28	المطلب الثالث: الأمن السيبراني وحماية البيانات
33	المطلب الرابع: رأس المال البشري والمعرفة الرقمية
36	المبحث الثالث: دور الاقتصاد الرقمي في التنمية الاقتصادية
36	المطلب الأول: مساهمة الاقتصاد الرقمي في رفع الإنتاجية والنمو الاقتصادي
37	المطلب الثاني: تأثير الاقتصاد الرقمي على سوق العمل
38	المطلب الثالث: دور الابتكار وريادة الأعمال الرقمية
39	المطلب الرابع: تجارب دول رائدة في الاقتصاد الرقمي
الفصل الثاني: الاقتصاد الرقمي والتجارة الدولية	
47	المبحث الأول: مفاهيم وتطورات التجارة الدولية
47	المطلب الأول: تعريف التجارة الدولية وأهميتها
49	المطلب الثاني: نظريات التجارة الدولية
60	المطلب الثالث: تأثير العولمة على التجارة الدولية
62	المبحث الثاني: التحولات التكنولوجية وأثرها على التجارة الدولية
62	المطلب الأول: التحولات الحديثة في التجارة الدولية بفعل التكنولوجيا
64	المطلب الثاني: دور المنصات الرقمية في التجارة الدولية

66	المطلب الثالث: تأثير سلاسل القيمة العالمية في التجارة الدولية
68	المبحث الثالث: التفاعل بين الاقتصاد الرقمي والتجارة الدولية
68	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية كآلية جديدة للتبادل الدولي
70	المطلب الثاني: تأثير الرقمنة على الصادرات والواردات
72	المطلب الثالث: الاقتصاد الرقمي وتقليص الحواجز التجارية
الفصل الثالث: منصة جوميا Jumia الرقمية بالجزائر أنموذجا	
78	المبحث الأول: واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر
78	المطلب الأول: الاستراتيجيات الوطنية للتحويل إلى الاقتصاد الرقمي
81	المطلب الثاني: مؤشرات التحويل الرقمي في الجزائر
89	المطلب الثالث: تحديات الاقتصاد الرقمي في الجزائر
92	المطلب الرابع: أثر الاقتصاد الرقمي على التبادلات التجارية للجزائر
96	المبحث الثاني: لمحة عامة عن موقع جوميا
96	المطلب الأول: تعريف جوميا أهدافها وإنجازاتها
100	المطلب الثاني: الخدمات الإلكترونية التي تقدمها جوميا
103	المطلب الثالث: جوميا مقارنة بالمنصات الأخرى
105	المبحث الثالث: مساهمة منصة جوميا في التبادلات التجارية الدولية
105	المطلب الأول: الترويج الإلكتروني لمنصة جوميا
108	المطلب الثاني: تحليل دور التجارة الإلكترونية لمنصة جوميا في تحقيق التبادل الدولي
113	المطلب الثالث: منصة جوميا الواقع، الآفاق والتحديات
116	خاتمة الفصل
118	خاتمة عامة
131	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الأشكال:

الصفحة	الأشكال
10	01- القوى التي تشكل العصر الرقمي الجديد
11	02- يحدد عناصر الاقتصاد الرقمي
14	03- متطلبات الاقتصاد الرقمي
15	04- هيكل الاقتصاد الرقمي
17	05- مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
20	06- عناصر تداخل الاقتصاد الرقمي وتكنولوجيا المعلومات
22	07- شكل الحوسبة السحابية
23	08- نماذج خدمة الحوسبة السحابية
27	09- تطور عملة البيتكوين
83	10- تطور عدد المشتركين في الهاتف الثابت
85	11- تطور نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة
102	12- بعض الخدمات لشركة جوميا
110	13- نسبة مشاهدة موقع جوميا الجزائر

قائمة الجداول:

الصفحة	الجدول
16	01- الفرق بين الاقتصاد الرقمي والاقتصاد التقليدي
30	02- ترتيب الدول حسب مؤشر الأمن السيبراني العالمي لفترة 2015-2020
51	03- تكلفة إنتاج القماش والقمح في إنجلترا والبرتغال
53	04- يمثل تكلفة عنصر العمل بالساعات
58	05- الاحتياجات من رأس المال والعمل لكل مليون دولار من صادرات الولايات المتحدة والسلع المنافسة للواردات
81	06- الأهداف الاستراتيجية الوطنية للقطاع الرقمي في شمال إفريقيا
84	07- تطور نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة في الجزائر 2022-2023
86	08- تطور اشتراكات الأنترنت الثابت حسب النوعية
87	09- تطور الأنترنت حسب سرعة التدفق
88	10- تطور اشتراكات الأنترنت للهاتف المحمول
89	11- مؤشر التنافسية العالمية الخاص بالجزائر
101	12- الخدمات الإلكترونية لشركة جوميا
103	13- مقارنة بين أمازون، نون وجوميا
108	14- أهم المؤشرات الإحصائية لمنصة جوميا الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية
110	15- نسبة مشاهدة موقع جوميا الجزائر
112	16- تصنيف المنتجات المعروضة على جوميا الجزائر

مقدمة

مقدمة

يشهد العالم في العقود الأخيرة تحولات جذرية نتيجة التقدم المتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد أدى هذا التحول إلى بروز ما يعرف بالاقتصاد الرقمي والذي أصبح محورا أساسيا في تشكيل المشهد الاقتصادي العالمي، ويقصد بالاقتصاد الرقمي ذلك النمط الجديد من الاقتصاد القائم على استخدام التقنيات الرقمية لاسيما الأنترنت والذكاء الاصطناعي وسلاسل الكتل والحوسبة السحابية في مختلف الأنشطة الاقتصادية والانتاجية والخدمية، وقد تجاوز تأثير هذا التحول الرقمي حدود الإقتصادات المحلية ليحدث تغييرات جوهرية في طرق تنظيم التجارة الدولية وأنماط الإنتاج والتوزيع والاستهلاك. وفي هذا السياق، أصبحت التجارة الدولية واحدة من أكثر المجالات تأثرا بالاقتصاد الرقمي، حيث ساهمت المنصات الرقمية والتجارة الإلكترونية والخدمات المالية الرقمية في إزالة العديد من الحواجز التقليدية التي كانت تعيق انسياب السلع والخدمات بين الدول، كما مكنت الشركات بما فيها الصغيرة والمتوسطة من الولوج إلى الأسواق العالمية بكفاءة أكبر وتكاليف أقل.

والجزائر تسعى كغيرها من الدول النامية إلى مواكبة هذا التحول الرقمي العالمي من خلال تطوير بنيتها التحتية التكنولوجية وتعزيز التجارة الإلكترونية واعتماد برامج للتحول الرقمي في المؤسسات والإدارات العمومية وحتى القطاع الجمركي وقدمت تسهيلات للمؤسسات المعدة للتصدير لركب غمار هذا التحول من أجل رفع قدرتها التنافسية وتنويع اقتصادها من خلال الولوج إلى الأسواق الخارجية وتعزيز الصادرات غير التقليدية.

إشكالية الدراسة:

بناء على ما سبق يمكن أن نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

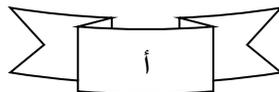
كيف يمكن أن تساهم منصة جوميا الجزائر في تنشيط التبادلات التجارية الدولية بفعل الإقتصاد

الرقمي؟

وتتدرج ضمن الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تتمثل في:

- ما هي مكونات الاقتصاد الرقمي و ماهو دوره في التنمية الاقتصادية؟
- ما هي أوجه تداخل الاقتصاد الرقمي مع التجارة الدولية؟
- مامدى اندماج الجزائر في التحولات الرقمية العالمية وكيف يؤثر ذلك على تبادلاتها التجارية مع الخارج؟

- كيف تساهم منصة جوميا في تعزيز التجارة الإلكترونية في الجزائر؟



- هل تتيح منصة جوميا الجزائر التعريف بالمنتجات المحلية والترويج لها وتصديرها للخارج؟

فرضيات الدراسة:

- يعتمد الاقتصاد الرقمي على تكنولوجيات حديثة تسهم في تحسين الإنتاجية وتحفيز النمو الاقتصادي.
- لاتزال الجزائر في المراحل الأولى في ترسيخ الاقتصاد الرقمي مقارنة بالأسواق العالمية، بسبب ضعف البنية التحتية.
- تعتبر جوميا الجزائر من أول المنصات الرقمية التي تقدم خدمات رقمية في الجزائر.
- تساهم منصة جوميا في زيادة حجم التبادلات التجارية في الجزائر وخاصة في قطاع التصدير.

أسباب اختيار الموضوع:

- يعد موضوع الإقتصاد الرقمي والتحول الرقمي من المواضيع الحديثة على الساحة العالمية الذي ظهر نتيجة لعصر الأنترنت والذكاء الاصطناعي وأصبح ضرورة لتطوير القطاعات الاقتصادية بدون إستثناء؛
- ارتباط موضوع الإقتصاد الرقمي بتخصص التجارة الدولية.

أهمية الدراسة:

- اهتمام الدولة الجزائرية بالتحول الرقمي وادماج الرقمنة ضمن كل القطاعات من أجل تسهيل العمليات الإدارية والجمركية وتطوير الصادرات خارج المحروقات، تيسير وإتاحة الخدمات العمومية وتطوير والتحكم في القطاع الفلاحي وغيرها.
- المساهمة الفعالة للمنصات الرقمية كأحد آليات الإقتصاد الرقمي في التجارة الدولية من خلال الترويج الإلكتروني للمنتجات وتوسيع قاعدة العملاء والبيع عبر شبكة الأنترنت، وبالتالي تنشيط الصادرات خارج قطاع المحروقات.

أهداف الدراسة:

- تحليل المفاهيم النظرية المرتبطة بالإقتصاد الرقمي والتجارة الدولية.
- تقييم واقع التحول الرقمي في الجزائر، وتحديد مدى جاهزية الجزائر لترسيخ الإقتصاد الرقمي.
- إبراز العلاقة بين الإقتصاد الرقمي والتجارة الدولية من الناحية النظرية والتطبيقية من خلال منصة جوميا كنموذج في الجزائر.

منهج الدراسة:

من أجل دراسة إشكالية البحث، والإجابة عن الأسئلة المطروحة واختبار الفرضيات، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة المفاهيم النظرية المتعلقة بالاقتصاد الرقمي والتجارة الدولية، ويظهر هذا من خلال تقديم كل ما يتعلق بالاقتصاد الرقمي من مفاهيم، مكونات، ومتطلبات، بالإضافة إلى كافة المفاهيم المتعلقة بالتجارة الدولية من مفاهيمها ونظريات.

منهج دراسة الحالة من خلال دراسة منصة جوميا كنموذج في الجزائر يطبق أحد آليات الاقتصاد الرقمي وتحليل مساهمتها في التجارة الإلكترونية والدولية.

الدراسات السابقة:

1- سلمى سعداوي، رقمنة الاقتصاد ودوره في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية "بناء نموذج (برنامج إلكتروني) لرقمنة الرسوم الجمركية"، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة 08 ماي 1945، الجزائر، 2020.

- تهدف الدراسة إلى إبراز واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر ودوره في تعزيز التجارة الخارجية، من خلال قياس مدى جاهزية البنية التحتية الرقمية ودراسة واقع تطبيقات الاقتصاد الرقمي في الجزائر بالتركيز على التجارة والصيرفة الإلكترونية، ومدى رقمنة أهم القطاعات المرتبطة بالتجارة الخارجية. وخلصت الدراسة إلى عدم جاهزية الجزائر لرقمنة الاقتصاد وذلك لغياب البنية التحتية الرقمية وضعف صادرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نسبة لإجمالي وارداتها.

نقد الدراسة السابقة:

- تناولت الدراسة السابقة دور الاقتصاد الرقمي في تعزيز الصادرات الخارجية الجزائرية من خلال بناء نموذج إلكتروني لتطوير عملية التصدير، بينما في دراستي ركزت على قياس لأثر الاقتصاد الرقمي على التجارة الدولية عبر منصة جوميا، التي تمثل أحد آليات التجارة الإلكترونية الحديثة، والتي تعمل داخل الجزائر بينما دراسة سعداوي بقيت في إطار اقتراح نموذج نظري دون تطبيقه فعليا، كما أنها تركز على الصادرات فقط وليس التجارة الإلكترونية ككل.

2- نغموشي امينة، "دور الإقتصاد الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في الطور الثالث، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة قالمة 08 ماي 1945، 2023.

- هدفت الدراسة إلى تحديد الإطار النظري للاقتصاد الرقمي والتنمية المستدامة مع الوقوف إلى واقعها في الجزائر من خلال التطرق إلى أهم مرشحات المتغيريين، وتحديد مدى جاهزية البنية التحتية للإندماج في الاقتصاد الرقمي ودرجة التحول الرقمي في الجزائر. توصلت الدراسة إلى أن نتائج مؤشر الأمم المتحدة للتنمية المستدامة في الجزائر لا يعكس الوضع الحقيقي للمستوى المعيشي المتدني للأفراد، وأن نتائج مؤشرات الاقتصاد الرقمي ضعيفة تدل على ضعف التحول الرقمي في الجزائر.

نقد الدراسة السابقة:

- ركزت الدراسة السابقة على التنمية المستدامة كمجال لتأثير الاقتصاد الرقمي، بينما في دراستي ركزت على التجارة الدولية، وهي زاوية مغايرة، بالإضافة إلى دراستي تطبيقية بشكل مباشر.

3- بركان بشير، مقومات الاقتصاد الرقمي في الجزائر، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال، العدد 01، الجزائر، 2023.

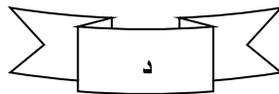
- تناولت هذه الدراسة مدى تطبيق الجزائر للاقتصاد الرقمي، والجهود المبذولة لتحقيقه، في ظل التحول الرقمي، خلصت هذه الدراسة إلى أن التوجه نحو الاقتصاد الرقمي حتمية لا مفر لها بحكم العولمة، وكذا للمزايا التي يتيحها في التنمية الاقتصادية والرقابة على الأنشطة الاقتصادية، غير أن الاقتصاد الرقمي في الجزائر لم يصل لمرحلة متقدمة مقارنة بالدول المتقدمة.

نقد الدراسة السابقة:

- دراسة بركان اهتمت فقط بالبنية التحتية والمقومات التكنولوجية، أما دراستي فذهبت إلى ما بهد المقومات، أي إلى النتائج الاقتصادية الفعلية من خلال (التأثير على التجارة الدولية)، وهذا يعطيها بعدا تطبيقيا وتحليليا في نفس الوقت.

4- خالد رجم، خولة واصل، الويزة سعادة، واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر "دراسة تحليلية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، العدد 01، الجزائر، 2019.

- تضمنت الدراسة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال إذ أنه أحد المؤشرات الرئيسية التي يعتمد عليها لتقييم مدى جاهزية البلدان للولوج إلى الاقتصاد الرقمي، فقد أصبح يشكل خيارا استراتيجيا لتحقيق التحول الرقمي في الاقتصاديات الوطنية، خاصة في الدول النامية مثل الجزائر التي تسعى



إلى تنويع مصادر دخلها وتخفيف التبعية لقطاع المحروقات. وهدفت الدراسة إلى التركيز على عمل الجزائر في دمج التجارة الإلكترونية ضمن الدورة الاقتصادية الوطنية.

نقد الدراسة السابقة:

- اهتمت الدراسة السابقة بتحليل واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر بصفة عامة، مع التركيز على المقومات والبيئة المحيطة، وفي دراستي ركزت على الأثر الفعلي للاقتصاد الرقمي على التجارة الدولية من خلال تطبيق حقيقي جوميا، وليس فقط تشخيص واقع.

هيكل الدراسة:

قصد تغطية الموضوع قسمنا الدراسة إلى ثلاثة فصول رئيسية كما يلي:

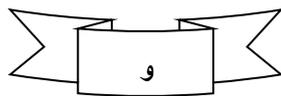
- الفصل الأول يحتوي على ثلاثة مباحث، ومن خلاله تم التطرق إلى التعرف على الاقتصاد الرقمي ومعرفة أهم خصائصه، ومتطلباته وكذا الفرق بينه وبين التقليدي، وكذا محاولة ربطه بالتكنولوجيا وتجارب بعض الدول الرائدة.

- الفصل الثاني يضم ثلاثة مباحث، يتضمن عموميات حول التجارة الدولية إضافة إلى نظرياتها، وكذا التفاعل بينها وبين الاقتصاد الرقمي.

- الفصل الثالث ويمثل الفصل التطبيقي وتطرقنا من خلاله إلى ثلاثة مباحث الأبحاث الأولى يحتوي على واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر ، أما المبحث الثاني فيتضمن عموميات حول جوميا بصفة عامة ، كما تطرقنا في المبحث الثالث إلى مساهمة منصة جوميا في التبادلات التجارية الدولية.

صعوبات الدراسة:

من أبرز الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة أن الاقتصاد الرقمي اقتصاد جديد المعالم ، كما أنه لا يوجد دراسات التي تربط بين الاقتصاد الرقمي والتجارة الدولية، وكذا صعوبة إيجاد مثال تطبيقي لدراسة حالة الاقتصاد الرقمي في الجزائر لأنه لا تتوفر إحصائيات حول مساهمة الاقتصاد الرقمي في تحسين التبادلات التجارية أو إحصائيات عن المؤسسات الجزائرية المصدرة التي ساعدها الاقتصاد الرقمي في تطوير صادراتها من خلال بعض آلياته كالذكاء الاصطناعي أو مواقع التسويق الإلكترونية



الفصل الأول: مفاهيم وأسس نظرية

للاقتصاد الرقمي

تمهيد الفصل

المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

المطلب الأول: تعريف الاقتصاد الرقمي و نشأته التاريخية

المطلب الثاني: خصائص ومكونات الاقتصاد الرقمي

المطلب الثالث: متطلبات و هيكل الاقتصاد الرقمي

المطلب الرابع: الفرق بين الاقتصاد الرقمي والتقليدي

المبحث الثاني: البنية التحتية والتكنولوجية للاقتصاد الرقمي

المطلب الأول: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الاقتصاد الرقمي

المطلب الثاني: الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي وسلاسل الكتل

المطلب الثالث: الأمن السيبراني وحماية البيانات

المطلب الرابع: رأس المال البشري والمعرفة الرقمية

المبحث الثالث: دور الاقتصاد الرقمي في التنمية الاقتصادية

المطلب الأول: مساهمة الاقتصاد الرقمي في رفع الانتاجية والنمو الاقتصادي

المطلب الثاني: تأثيره على سوق العمل وخلق وظائف جديدة

المطلب الثالث: دور الابتكار وريادة الأعمال الرقمية

المطلب الرابع: تجارب دول رائدة في الاقتصاد الرقمي

خاتمة الفصل

تمهيد الفصل:

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولا جذريا في طبيعة الأنشطة الاقتصادية، جراء التطور السريع والمتسارع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى بروز مفهوم الاقتصاد الرقمي كأحد الركائز الأساسية للاقتصاد العالمي المعاصر. فإن التطور الهائل في وسائل الاتصال وبالأخص الأنترنت، أدى إلى نشوء أنماط جديدة من التعاملات، والتي أصبحت تتم عن بعد بوسائل إلكترونية ورقمية، وأشهر هذه التعاملات البيع الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت، وهذا لا شك سيؤدي إلى تغيير مفهوم الاقتصاد التقليدي وذلك بظهور ما يسمى بالاقتصاد الرقمي أو الإلكتروني.

ويعد الاقتصاد الرقمي محركا رئيسيا للنمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، حيث يساهم في تحسين كفاءة العمليات الاقتصادية، وتعزيز الابتكار، بالإضافة إلى تغيير نماذج الأعمال وأساليب التجارة الدولية.

وفي هذا الفصل، سنتطرق أولا لمفاهيم العامة للاقتصاد الرقمي ونشأته التاريخية، ثم ننتقل إلى استعراض الخصائص والمكونات الأساسية له، بالإضافة إلى المتطلبات والهيكل الذي يقوم عليه، بعد ذلك نتطرق إلى الفروقات الجوهرية بين للاقتصاد الرقمي و التقليدي. كما يتضمن المبحث الثاني دور التكنولوجيا، لا سيما تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي، وأهمية رأس المال البشري في دعم هذا الاقتصاد. وأخيرا، نتعرض لمساهمة الاقتصاد الرقمي في تعزيز الإنتاجية والتنمية الاقتصادية، وتأثيره على سوق العمل، وكذا التحديات التي تواجه عملية التحول الرقمي والتفاوتات بين الدول.

المبحث الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

يعد الاقتصاد الرقمي من أبرز المفاهيم التي فرضت نفسها على الاقتصاد العالمي في ظل التحولات المتسارعة التي أحدثتها الثورة الرقمية. حيث يعتمد الاقتصاد الرقمي على الإنترنت، والشبكات، والأجهزة، والبرمجيات وجميع الأدوات الرقمية الأخرى لتنظيم الأنشطة الاقتصادية المختلفة، مثل التجارة الإلكترونية، والخدمات الإلكترونية.

ويهدف هذا المبحث إلى تقديم نظرة شاملة حول الأسس النظرية للاقتصاد الرقمي، من خلال تناول تعريفه وتطوره التاريخي، ثم التطرق إلى خصائصه الجوهرية ومكوناته الأساسية التي تميزه عن الاقتصاد التقليدي. كما سيتم التطرق إلى المتطلبات الضرورية التي يقوم عليها، والبنية الهيكلية التي تشكل عموده الفقري. وفي نهاية هذا المبحث، سيتم توضيح الفروقات بين الاقتصاد الرقمي والتقليدي، لتسهيل فهم طبيعة هذا التحول العميق في الأنظمة الاقتصادية المعاصرة.

المطلب الأول: تعريف الاقتصاد الرقمي و نشأته التاريخية

مع تطور التكنولوجيا الرقمية وتوسع استخدامها في جميع المجالات، ظهر الاقتصاد الرقمي كأحدى أبرز سمات الاقتصاد الحديث، ويعد التعرف على هذا المفهوم ونشأته التاريخية خطوة أساسية لفهم التحولات التي شهدتها العالم الاقتصادي في العقود الأخيرة.

الفرع الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي

لا شك أن التسميات المتعددة (اقتصاد المعلومات- اقتصاد المعرفة- الاقتصاد الرقمي- الاقتصاد الشبكي الاقتصاد القائم على الانترنت...الخ) أحدثت شيئاً من عدم الوضوح في المفاهيم من أجل تجنب ذلك نشير إلى ما يلي:⁽¹⁾

1- يشكل الاقتصاد الرقمي أحد أبرز التحولات في بنية النشاط الاقتصادي العالمي، حيث يقوم على مليارات التفاعلات اليومية عبر الإنترنت بين الأفراد، المؤسسات، الأجهزة، البيانات، والعمليات. ويعتمد هذا النوع من الاقتصاد على بنية تحتية رقمية تقوم على الاتصال الفائق، أي الترابط المتزايد بين الأشخاص، الشركات، والآلات بفضل تطور الإنترنت وانتشار تقنيات الهواتف المحمولة.⁽²⁾

¹ - خالد أحمد علي محمود، "الاقتصاد الرقمي الحديث وإدارة الموارد البشرية والإنتاج السلعي"، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2019، ص112

² - Judyta Lubacha Beata Maihaniemi Rafa Wisla، "The European Digital Economy: Drivers of Digital Transition and Economic Recovery"، London، Routledge، 2023، page 74

2- إن الاقتصاد الرقمي هو التسمية المستخدمة للإشارة إلى الاقتصاد القائم على الانترنت أو الوب. وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومات الرقمية، الزبائن الرقميين والشركات الرقمية، التكنولوجيا الرقمية (مثل تكنولوجيا الاتصالات عن بعد، الوسائط المتعددة والتكنولوجيا الخلوية، والحوسبة)، والمنتجات الرقمية (قواعد ومستودعات بيانات، أخبار أو معلومات، البرمجيات، كتب ودوريات الوب، الألعاب الالكترونية، والموسيقى على الوب. وكذلك المنتجات المادية المزودة بالمعالجات المصغرة وقدرات التشبيك.⁽¹⁾

أولاً: تعريف الاقتصاد الرقمي:

توجد العديد من التعاريف للاقتصاد الرقمي نجد من بينها:

- **نعرف الاقتصاد الرقمي بأنه:** "ذلك الاقتصاد الذي يستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودرجة الارتباط بشبكة المعلومات العالمية (الانترنت)، وتوافر طرق المعلومات السريعة والهواتف النقالة وخدمات التبادل الرقمي للمعلومات، وهي الأسس التي أصبحت تحكم كافة نواحي الحياة وأسلوب أداء الأعمال.⁽²⁾
- **يقصد بالاقتصاد الرقمي:** التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة، وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى؛ بما يحقق الشفافية والفورية والاتاحة لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما.⁽³⁾
- يعد الاقتصاد الرقمي من الأنماط الاقتصادية المعاصرة، وهو استخدام التكنولوجيا الرقمية في مجال الاقتصاد، وتتمثل في الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، في إنتاج وتوزيع وتبادل السلع والخدمات. كما هناك أهمية تعزز من قيمة الاقتصاد الرقمي وتتمثل في:⁽⁴⁾

¹ - نجم عبود نجم، "الإدارة الالكترونية الاستراتيجية والوظائف والمشكلات"، الأردن، دار المريخ للنشر، 2004، ص 88

² - جعفر حسن جاسم، "مقدمة في الاقتصاد الرقمي"، عمان، دار البداية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009، ص 23

³ - فريد النجار، "الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي"، إسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة للنشر،

2004، ص 11

⁴ - عاطف أحمد زيدان، "الاقتصاد الرقمي بين الواقع و المأمول والمعاملة الضريبية الخاصة به"، مصر، مركز المحمود

للنشر وتوزيع الكتب، الطبعة الأولى، 2022، ص ص 18-20

ثانياً: أهمية الاقتصاد الرقمي

لا شك أن الاقتصاد الرقمي أصبح الركيزة الأساسية لاقتصاديات معظم دول العالم ويمثل قدر لا يستهان به من الناتج المحلي الإجمالي لكل دولة ويتوقع له -في المستقبل القريب- أن يفوق الاقتصاد التقليدي كأساس لتحقيق الميزة التنافسية للمنشآت.

ولا شك في أن للاقتصاد الرقمي مستقبل واعد إذ أن التوجه المتزايد نحو استخدام الوسائل الرقمية يشير إلى إمكانية تحقيق معدلات نمو مرتفعة على الأمد المتوسط وذلك عبر الزيادة في عدد طلبات براءات الاختراع في مجال تقنية المعلومات والاتصالات وتطوير البنية التحتية لتحسين المعروض من المنتجات التقنية وتعزيز الابتكارات في هذا المجال وتحتاج الدولة العربية -ومنها مصر- إلى محرك جديد للنمو حيث إنها توفر معدل مرتفع من رأس المال البشري وبالتالي يمكن اعتماد نموذج للاقتصاد المستند إلى التقنيات يستوعب الابتكارات ويشجع على الإقبال على المخاطرة والإبداع .

ونتناول أهمية الاقتصاد الرقمي على النحو التالي:

- زيادة الانتاجية وتحسين الأداء وتقليل تكاليف الأداء وتطوير نوعيته عن طريق استخدام الأساليب المتقدمة والوسائل التقنية الخاصة بالاقتصاد الرقمي؛
- زيادة الدخل القومي من خلال إنشاء المشاريع وزيادة عوائدها المالية وتطوير نوعيته عن طريق استخدام الأساليب المتقدمة والوسائل التقنية الخاصة بالاقتصاد الرقمي؛
- توفير فرص عمل عديدة ضمن مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما تتميز هذه الفرص بأنها متنوعة ومتزايدة وواسعة؛
- تطوير الأنشطة الاقتصادية مما يؤدي إلى تطور الاقتصاد بشكل سريع ومستدام؛
- توفير البيئة الضرورية لجذب وتوسع الاستثمارات وخصوصاً في مجالات المعرفة العملية مما يؤدي إلى بناء رأس مال معرفي يساهم في تزايد إنتاج المعرفة؛
- التقليل من استخدام الموارد الطبيعية من خلال الاعتماد على موارد المعرفة وتطويرها ويؤدي ذلك إلى ضمان استمرار وديمومة تطور الأنشطة الاقتصادية.

الفرع الثاني: نشأة الاقتصاد الرقمي

بدأ عصر الرقمي في أوائل التسعينات مع فتح الأنترنت للمستخدمين التجاريين ومقدمي خدمات الأنترنت، وتطوير متصفح نتسكيب (Netscape) وإصداره للجمهور، والعدد المتزايد من شركات الأنترنت

ونماذج الأعمال الجديدة والتي اتضح أن بعضها مبتكر للغاية، وقد شكل ظهور الأنترنت انتقالا تاريخيا من الاقتصاد الصناعي في القرنين الماضيين إلى نوع جديد من "الاقتصاد الرقمي".

استمر الاقتصاد الرقمي في التقدم على مدى العقدين الماضيين، مدفوعا بالتكنولوجيا القوية وقوى السوق،⁽¹⁾ حيث أصبحت العديد من الشركات تمتلك مواقع بإسمها على الانترنت تقوم من خلالها بعرض صفحات إعلانية تتضمن معلومات مفصلة عن منتجات وخدمات المؤسسة والبيع عن بعد، وكذا خدمات ما بعد البيع مثل شركة فورد لصناعة السيارات وكلاهما تقدمان كتالوجات إلكترونية لعرض منتجاتها وكل الخدمات المرفقة لذلك كالمكتبات التي أصبحت تعرض منتجاتها على شك إلكتروني وشركات برامج الكمبيوتر وغيرها.

كما سمح ظهور الأنترنت بخلق مصادر دخل مختلفة حيث أصبحت المواقع الالكترونية في حد ذاتها تمثل مؤسسات اقتصادية قائمة على ذاتها تقدم خدمات متنوعة كتقديم دروس مسجلة وتكوينات عن بعد كتقديم الأخبار، الإعلانات الإخبارية وغيرها وتتقاضى عليها مداخيل مادية، وبذلك سمحت بخلق بنوع جديد من الوظائف والمهن وهي التي يقوم أصحابها أساسا بإنتاج وتجهيز المعلومات وتوزيعها وبثها وهو ما يطلق عليها ب internet workers. وهي فئة تمارس نشاطها دون قيود جغرافية أو زمانية ولم يعد العمل يقتصر على المكتب بل يمكن لأي شخص ممارسة نشاطه الربحي من منزله وفي أي وقت. فمثلا حسب الاحصائيات الأخيرة 2017/2012 بلغ مداخيل موقع الفاسبوك (Facebook) 230 دولار أمريكي في الثانية، 13800 في الدقيقة، أكثر من 800 ألف دولار أمريكي في الساعة، في حين أن شركة قوقل الأمريكية تحقق الأرباح من الاعلان المرتبط بخدمات البحث على الأنترنت، والبريد الإلكتروني في الثانية، وأكثر من 112 ألف دولار أمريكي في الدقيقة، وأكثر من 161 مليون في اليوم. وهناك الكثير من الشركات التي تحقق مبالغ خيالية خلال اليوم الواحد فقط.⁽²⁾

¹ -Irving Wladawsky, "The digital economy ; The evolution of digital economy", 2023.

² -بطاهر بختة، "توجهات الاقتصاد الرقمي في البلدان العربية في ظل رغبتها في تطبيقه"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد 02، جامعة مستغانم، 2020، ص 146.

المطلب الثاني: خصائص ومكونات الاقتصاد الرقمي

الفرع الأول: خصائص الاقتصاد الرقمي

أهم مزايا وخصائص الاقتصاد الرقمي:

أولاً: سهولة الوصول إلى مصادر **Access**:

يعتمد نجاح ونمو الاقتصاد الرقمي على قدرة الافراد والمؤسسات على المشاركة في شبكة المعلومات ومواقع الانترنت المختلفة، ويتطلب الاشتراك الفعال في تلك الشبكات وفي الاقتصاد الرقمي ضرورة توفر البنية التحتية، مثل شبكات الكهرباء، وشبكات الهواتف، وانخفاض تكلفة ورسوم تلك الخدمات، وتوفر الآلات والأجهزة والمعدات والمهارات والتعليم والتدريب وتوفر الموارد المالية واستخدام الأموال الإلكترونية والبلاستيكية مثل: بطاقات الائتمان الدائنة والمدينة. (1)

ثانياً: المنافسة وهيكل السوق في ظل الاقتصاد الرقمي:

يشمل الاقتصاد الرقمي تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتجارة الإلكترونية وخدمات التوصيل الإلكترونية والبرمجيات والمعلومات، وهي تختلف باختلاف حجم المعاملات الاقتصادية والتخصص والموارد والقطاعات الاقتصادية ومكونات الناتج المحلي الاجمالي، ويرى بعض الاقتصاديين أن مكونات الاقتصاد الرقمي تختلف باختلاف نطاق الاقتصاد وتأثير شبكة المعلومات والمعايير والسلع العامة وتكلفة المعاملات والصفقات، ومن المعروف أن التكنولوجيات تتغير بصفة سريعة وتؤثر على منظومات الأعمال من حيث المصادر البديلة والمدخلات والعمليات والتشغيل والمخرجات والمنتجات والاستخدامات والتوزيع. (2)

وتؤثر تكنولوجيا المعلومات على درجة المنافسة وأساليبها وتحسين المراكز التنافسية، ويختلف هيكل السوق وفق درجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاقتصاد الرقمي وذلك على المستويين المحلي والدولي، ويجب أن تتكامل تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع منظومات وقطاعات الاقتصاد المختلفة وخاصة في مجال التصنيع والزراعة والتعليم والتدريب والخدمات المالية والمصرفية والاستثمارية. (3)

1- فريد النجار، "الاقتصاد الرقمي الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية"، الإسكندرية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، 2007، ص 26 .

2- فريد النجار، المرجع نفسه، ص 26 .

3- المرجع ، السابق، ص 26 .

ثالثا: مستقبل الاقتصاد الكلي في ظل الاقتصاد الرقمي:

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا أساسيا في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وفي الاستثمارات الرأسمالية والتجارية والالكترونية الداخلية والخارجية، ويؤثر الإنترنت في أساليب أداء المعاملات التجارية وأساليب العمل.⁽¹⁾

رابعا: الاقتصاد الرقمي يوفر المعلومات لاتخاذ القرارات:

يمكن التحكم في المعلومات بالاستخدام الفعال للمعلومات وتوظيفها لخدمة القرارات والسياسات الاقتصادية، وتساعد مهارات إدارة المعلومات في نجاح اتخاذ القرارات الاستثمارية بعيدة المدى بدقة، ويوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات عن طريق تعلم كيفية تحديد الاحتياجات المعلوماتية ثم اختيار المصادر المناسبة.⁽²⁾

إدارة الوارد والصادر من المعلومات بطريقة أكثر كفاءة وتأثير وتتضمن:⁽³⁾

- **معلومات إلكترونية:** وتشمل البريد الإلكتروني والإنترنت والمواد المسجلة على اشربة الفيديو والمعلومات الموجودة على الاقراص الصلبة أو المرنة CD-ROM.
- **معلومات المنظومة:** تتمثل في المكالمات الهاتفية والحوارات.
- **معلومات مطبوعة:** مثل التقارير والفاكسات.

إضافة إلى ما سبق يوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات المثالية من الحداثة والكفاءة والأهمية والدقة وإمكانية التحقق من صحتها، كما يتوفر على خصائص أخرى نذكر منها:⁽⁴⁾

- ✓ توفر المعلومات لمتخذي القرار؛
- ✓ أصبحت المعلومة في الاقتصاد الرقمي عنصر قوة؛
- ✓ إلغاء الحدود والقيود على مستوى الثقافة التكنولوجية للمجتمع؛
- ✓ الاعتماد الرئيسي للإنترنت في مختلف العمليات والمعاملات؛

¹ - فريد النجار، مرجع سبق ذكره، ص 27

² - المرجع نفسه، ص 28

³ - المرجع نفسه، ص 28

⁴ - خالد رجم، خولة واصل، اللويزة سعادة، "واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر"، مجلة JEJE، العدد 01، جامعة ورقلة، الجزائر، 2018، ص 44 .

- ✓ ظهور البيع الإلكتروني، العقد الإلكتروني، (التجارة الإلكترونية)؛
- ✓ يتأثر الاقتصاد الرقمي بصفة مستمرة بالتغيرات التي تطرأ على قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- ✓ ظهور العولمة الرقمية؛
- ✓ ظهور المؤسسات الرقمية؛
- ✓ ظهور انترنت الأشياء.

الفرع الثاني: مكونات الاقتصاد الرقمي

هناك العديد من العناصر التي تؤثر في الاقتصاد الجديد والتي تلعب دوراً حيوياً في تشكيله من أمثلتها: التكنولوجيا الحديثة، والعولمة، وحركات حماية البيئة، وغيرها وسوف نقوم بمناقشة أربع قوى رئيسية تؤثر في تحديد شكل العصر الرقمي الجديد: (1)

- البنى التحتية الداعمة؛
- ظهور الأنترنت؛
- الأنواع أو الأنماط الجديدة من الوسطاء؛
- تفصيل العروض التسويقية من قبل البائع Customisation وتفضيل العروض التسويقية من قبل المستهلك Customerisation.

أولاً: البنى التحتية الداعمة:

تتمثل في التقنيات الرقمية وأليات التواصل (شبكات الاتصال الهاتفي السلكية واللاسلكية، وخدمات الأقمار الصناعية، البرمجيات ومختلف الوسائل المادية... الخ)

ثانياً: ظهور الأنترنت:

فمن خلال الأنترنت يتمكن المستهلكين ومنظمات الأعمال من التواصل والاتصال بكل الأشكال والطرق الممكنة والمفضلة لهم، وتشير الدراسات الحديثة إلى قيام الكثير من المستهلكين باستخدام وتقييم المعلومات المنشورة على الأنترنت قبل اتخاذهم لقراراتهم كاختبار نوع السيارة التي سيقومون بشرائها مثلاً، وكذا اتخاذ قرارات الاستثمار الهامة.

¹ - أسامة عبد السلام السيد، "الاقتصاد الرقمي"، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2019، ص 17.

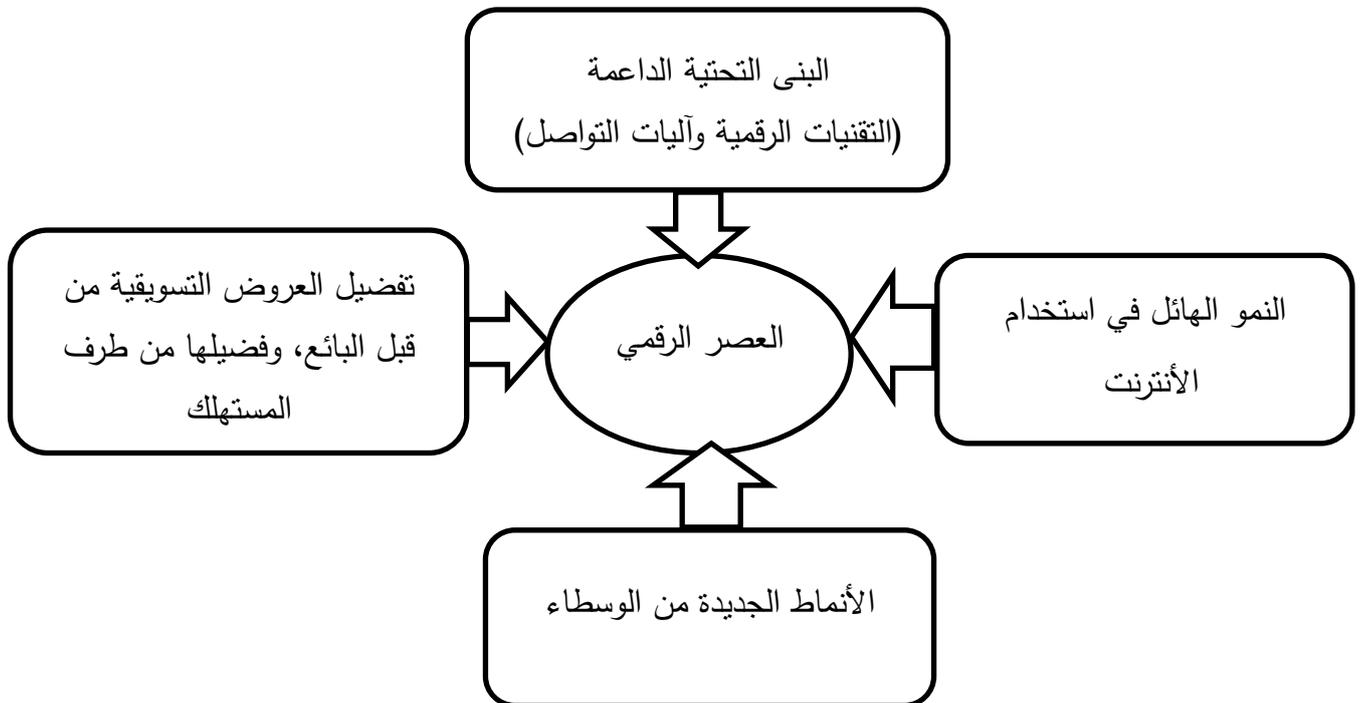
ثالثا: الأنواع والأنماط الجديدة من الوسطاء:

مع التطور التكنولوجي ظهرت العديد من المنظمات الاعتبارية الموجودة على الانترنت والتي يطلق عليها "دوت كوم" والتي أثرت بشكل كبير على العديد من الشركات الصناعية والتقليدية وعلى الموزعين الموجودين في الأسواق الفعلية فبظهور تلك الأنماط الجديدة من الوسطاء الموجودين على شبكة الانترنت تم الاستغناء عن خدمات الموزعين التقليديين.

رابعا: تفضيل العروض التسويقية من قبل البائع وتفضيل العروض التسويقية من قبل المستهلك:

فمن خلال التطور السريع للانترنت وتقنيات التواصل استطاعت الشركات أن تنمي قدراتها على تجميع المعلومات من النواحي الفردية للمستهلكين والموردين والموزعين ومعرفة تفضيلاتهم.⁽¹⁾

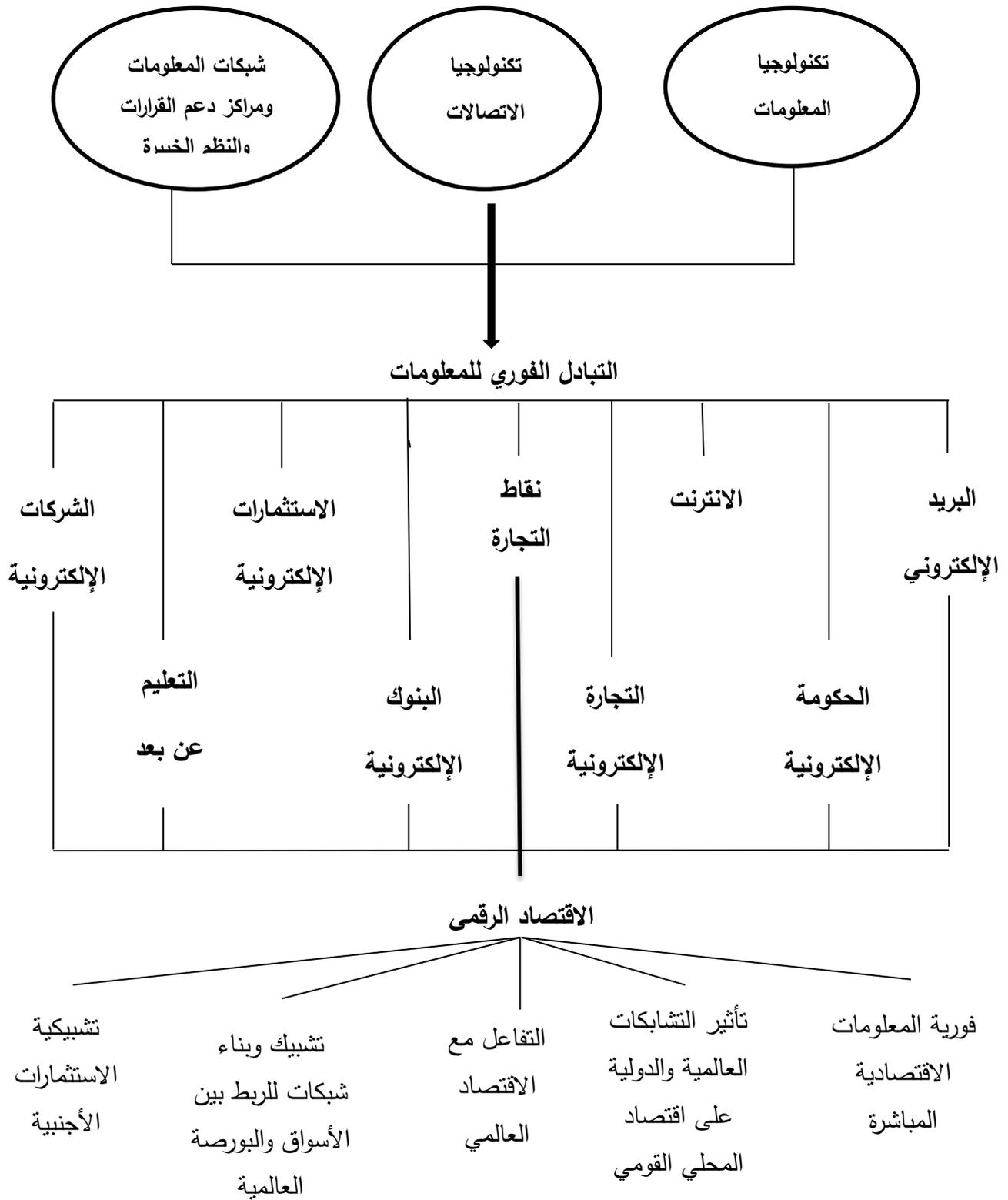
الشكل رقم(01): القوى التي تشكل العصر الرقمي الجديد



المصدر: بن دنيدينة سعيد، بوعكاز عمار، "سبل ووسائل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر

¹ بن دنيدينة سعيد، بوعكاز عمار، "سبل ووسائل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي"، مجلة البناء الاقتصادي، العدد 01، جامعة الجلفة، جوان 2018، ص 68

الاقتصاد الرقمي"، مجلة البناء الاقتصادي، العدد 01، جامعة الجلفة، الجزائر، 2018، ص 68
شكل (02): يحدد عناصر الاقتصاد الرقمي



المصدر: فريد النجار، "الاقتصاد الرقمي الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية"، الإسكندرية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص 30

المطلب الثالث: متطلبات و هيكل الاقتصاد الرقمي

الفرع الأول: متطلبات الاقتصاد الرقمي

يستند نجاح التحول الرقمي إلى توفر العديد من المتطلبات الأساسية، ويمكن تلخيص الدعائم الأساسية للتحول فيما يلي:

أولاً: التعليم

يعتبر التعليم الدعامية الأساسية لاقتصاد المعرفة، حيث أن الهدف الأساسي من التعليم هو تنمية رأس المال البشري القادر على انتاج المعرفة وتبادلها ونشرها واستخدامها بفعالية أكثر، فلا يمكن لأية دولة كانت أن تتوجه إلى الاقتصاد المعرفي دون أن تمتلك رأس مال البشري المؤهل.

ثانياً: الابداع والابتكار

تعتمد الدولة المتقدمة ومنظمتها على الابداع والابتكار والتطوير للمحافظة على مكانتها واستمرارها في عالم متغير تشتد فيه المنافسة، ومن الممكن انطلاقاً من الابداع الوصول إلى ابتكارات جديدة تؤدي إلى إدخال تكنولوجيات ومنتجات جديدة، والتي تؤدي إلى تحقيق التحول الرقمي وتحقيق النجاح الاقتصادي.

ثالثاً: النظام الاقتصادي والمؤسسي

إن التكيف مع التغيرات العالمية لم يعد يقتصر على القطاع الخاص فحسب، بل كذلك مؤسسات الدولة عبر تطوير النظم والخدمات وتحديث البنى التشريعية الداعمة للتحول الرقمي.

رابعاً: البنية التحتية

إن امتلاك بنية أساسية قوية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنه أن يساعد في رفع سرعة وكفاءة تبادل المعلومات بين الدول، وفي سد الفجوات بالنسبة لاكتساب المعرفة ونتاجها وتبادلها وتطبيقها.⁽¹⁾

خامساً: تنمية الموارد البشرية

تعزيز البنية التحتية والنفوذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يرافقه تنمية وتدريب المهارات البشرية لتعميمها.

¹ - تنيو كنزة، دهان محمد، " دور الاقتصاد الرقمي في تحقيق جودة الحياة"، مجلة الاستراتيجية والتنمية، العدد 03، جامعة قسنطينة، 2019، ص 368.

سادسا: ترقية الإطار القانوني الوطني

لا يغطي القانون جميع المسائل المتعلقة بالتكنولوجيا المعلومات والاتصال والاقتصاد الرقمي، وعليه من المهم ترقية الإطار القانوني تماشيا مع الممارسات الدولية ومتطلبات مجتمع المعلومات، بالتالي تهيئة بيئة من الثقة تدعم الحكومة الإلكترونية.

سابعاً: التسويق الإلكتروني

يعبر التسويق الإلكتروني عن استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والنشاطات الموجهة، وكذا لتحديد الأسواق المستهدفة وحاجاتها وكذا تقديم السلع والخدمات إلى العملاء.

ثامناً: الاستثمار الرقمي

يعرف على أنه الاستثمار في التقنيات الرقمية مثل الذكاء الاصطناعي، والإنترنت...، أما بالنسبة للشركات فهو تبني التقنيات الرقمية الحديثة مع الحفاظ على المرونة والانفتاح على التجارب والابتكارات الجديدة.

ويمكن الاستثمار الرقمي من تطوير الشركات وتنمية نشاطاتها، بالإضافة لتعزيز دعم الأعمال والوظائف وتعزيز ابتكار تكنولوجيا المعلومات في العمليات والخدمات التجارية.

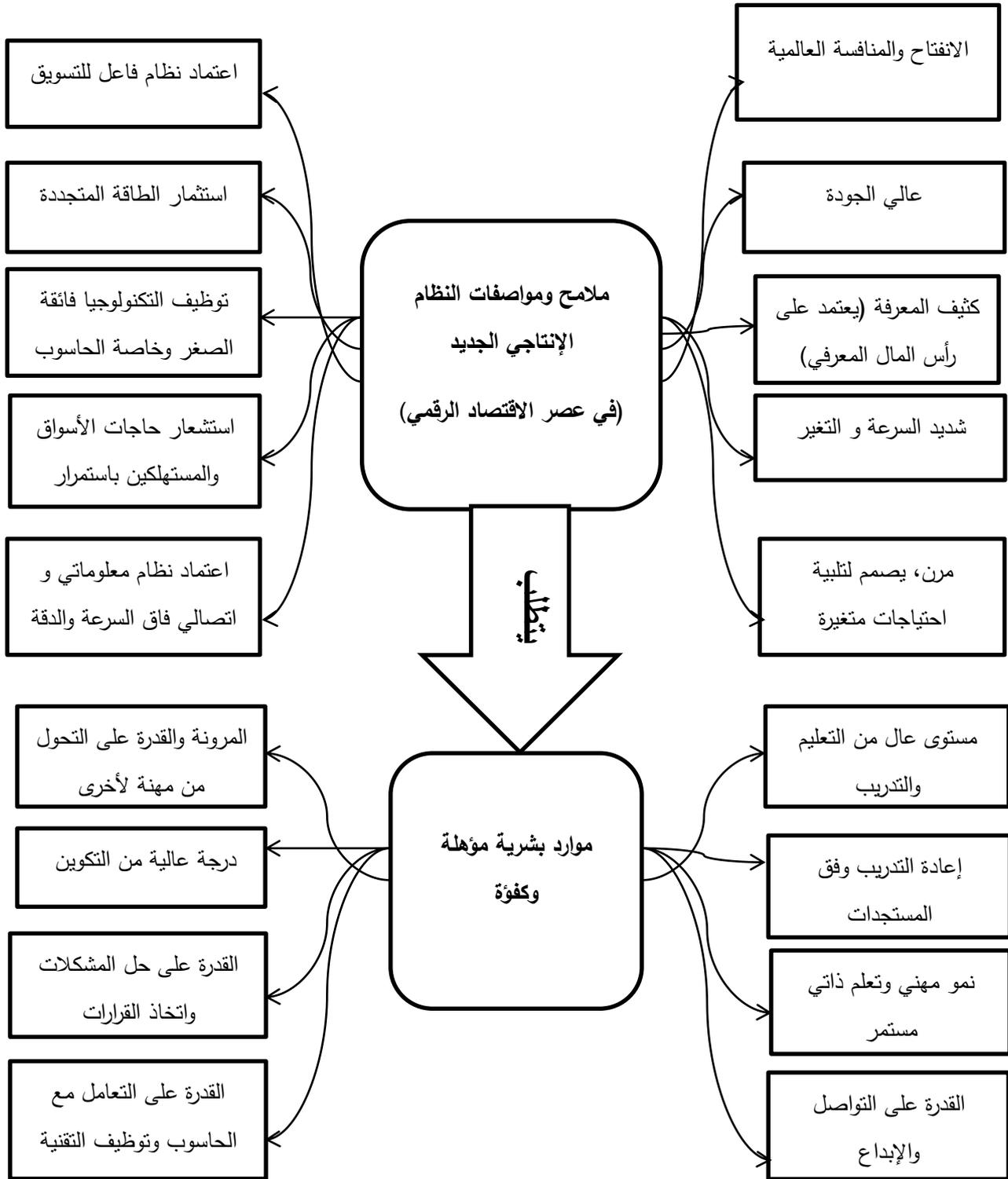
تاسعاً: الإدارة الإلكترونية

ويطلق عليها أيضا الأعمال الإلكترونية، الحكومة الرقمية.... ويعرفها البنك الدولي على أنها استخدام المؤسسات الحكومية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي لديها القدرة على تغيير وتحويل العلاقات مع الموظفين ورجال الأعمال ومختلف المؤسسات الحكومية بما يحقق العديد من الأهداف كزيادة الشفافية وتقديم أفضل الخدمات وتحجيم الفساد...إلخ.

وتتميز الحكومة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص أبرزها أن تكون العمليات الإدارية بدون أوراق، وبدون مكان (الاعتماد على المؤتمرات الإلكترونية والوسائل التقنية عن بعد)، وبدون زمان (الخدمة تستمر طوال اليوم) ويكون تقديم أغلب الخدمات على الخط، بالإضافة إلى إدارة ذات تنظيم ديناميكي.⁽¹⁾

¹ - قسوري إنصاف، "متطلبات الاقتصاد الرقمي لتطوير المؤسسات الناشئة الجزائرية"، مجلة الاستراتيجية والتنمية،

الشكل رقم (03) : متطلبات الاقتصاد الرقمي

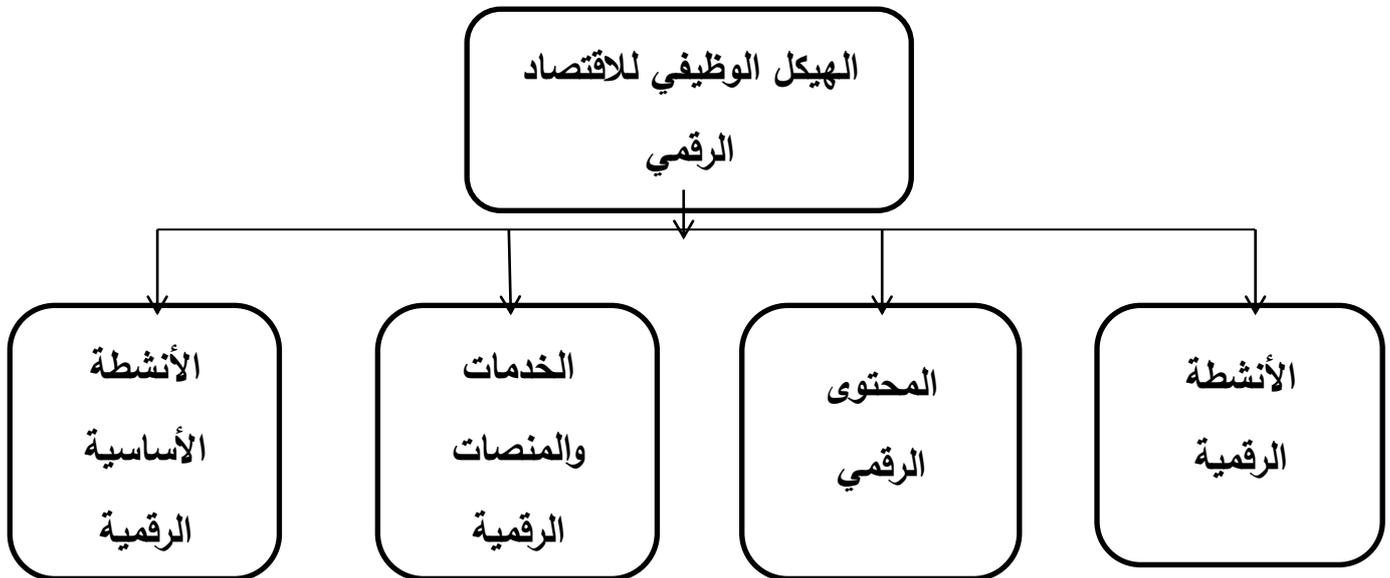


المصدر: خالد رجم، خولة واصل، الويزة سعادة، "واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر" دراسة تحليلية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، العدد 01، جامعة ورقلة، ديسمبر 2019، ص 46

الفرع الثاني: هيكل الاقتصاد الرقمي

يتكون الاقتصاد الرقمي من مجموعة من المؤسسات الالكترونية التي تتشابه مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية والأخرى الدولية. ويعتبر البريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت القاعدة العريضة لتحقيق التشابكات الاقتصادية بين المؤسسات لتنفيذ التجارة الإلكترونية، أي تبادل السلع والخدمات والأموال عبر الإنترنت أو تحويل الأموال بين البائعين والمشتريين والبنوك باستخدام الأموال البلاستيكية (كروت الائتمان الدائن والمدين) بالبريد الإلكتروني عبر الإنترنت والأدوات الإلكترونية الأخرى. ويشمل الاقتصاد الرقمي أيضا تسويق العديد من المنتجات المصرفية بالجملة أو التجزئة عن طريق قنوات التوزيع الإلكترونية وهو ما يسمى بالبنوك الإلكترونية، ويحقق ذلك بسرعة المعاملات والتجديد المستمر فيها. وتقوم الشركات المساهمة الإلكترونية في الاقتصاد الرقمي بتصميم موقع على شبكة الإنترنت وكتالوج إلكتروني للتعريف بالشركة ونشاطها وخططها ومراكزها المالية وأسواقها وأهداف تصديرها لتحقيق الاتصال الفوري بالأسواق العالمية، وتستخدم الشركات أيضا المؤتمرات المعدة بالفيديو والمؤتمرات التليفزيونية لنفس الأغراض.⁽¹⁾

الشكل رقم (04): هيكل الاقتصاد الرقمي



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على عدة مراجع حول الاقتصاد الرقمي

¹ - فريد النجار، مرجع سبق ذكره، ص 31

المطلب الرابع: الفرق بين الاقتصاد الرقمي والتقليدي

يمكن أن نشير إلى أن الاقتصاد الرقمي يرتبط بالتغيرات الكثيرة التي تجري في البيئة الصناعية وخاصة ما يتعلق بتكنولوجية المعلومات، ومنه فإن الامكانيات التكنولوجية هي التي تلعب الدور الأساسي في بروز وتطوير الاقتصاد الرقمي.⁽¹⁾

وقد يتساءل البعض ما الفرق بين الاقتصاديين الرقمي والتقليدي وهل هي عملية تحول للتقنية فقط أم هناك اختلاف جذري في المفهوم والمكونات، هذا الجدول يلخص أبرز الفروق بين الاقتصاد الرقمي والتقليدي بناءً على عدة معايير منها الأسواق وحدود المنافسة والبنية ومصدر القيمة وغيرها:⁽²⁾

الجدول رقم (01): الفرق بين الاقتصاد الرقمي والاقتصاد التقليدي

المعيار	الاقتصاد التقليدي	الاقتصاد الرقمي
الأسواق	مستقرة	حركية
حدود المنافسة	قومية	عالمية
البنية	تصنيعية في جوهرها	خدمية/ معلوماتية في جوهرها
مصدر القيمة	مواد خام، ورأس مال طبيعي	رأس المال إنساني واجتماعي
تنظيم الإنتاج	إنتاج كبير	إنتاج مرن
هدف المنافسة	محلي	عالمي
المحرك التقني الرئيسي	الميكنة	الرقمية
مصدر الميزة التنافسية	خفض التكلفة من خلال الموازنة	الابتكار، الجودة والقدرة على التكيف
أهمية الأبحاث/ الابتكار	بين المنخفضة والمتوسطة	كبيرة
العلاقات مع الشركات الأخرى	أداء منفرد	تعاون، وتفق
التنظيم	قيادة وسيطرة	مرن ويرتكز إلى السوق
تغيرات السوق	بطيئة وخطية	سريعة لا يمكن التنبؤ بها

المصدر: بطاهر بختة، "توجهات الاقتصاد الرقمي في البلدان العربية في ظل رغبتها في تطبيقه"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد 02، جامعة مستغانم، 2020، ص 149.

¹ - خالد أحمد علي محمود، مرجع سبق ذكره، ص 111

² - بطاهر بختة، مرجع سبق ذكره، ص 149

المبحث الثاني: البنية التحتية والتكنولوجية للاقتصاد الرقمي

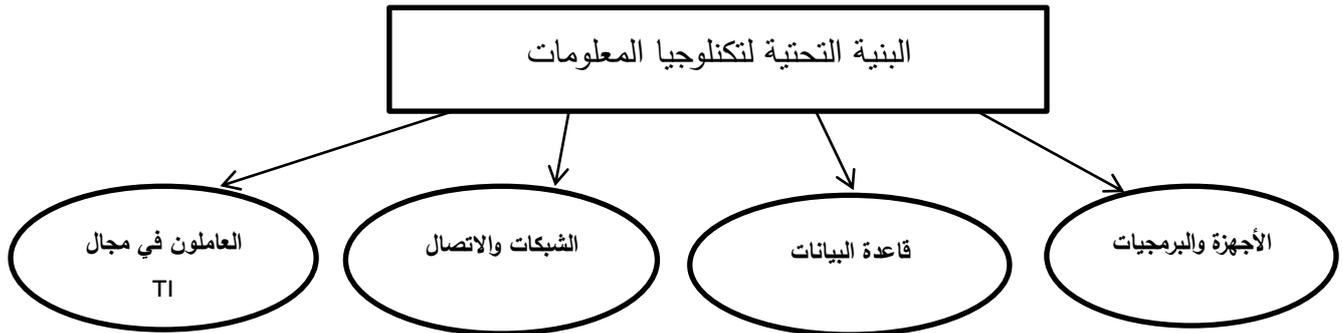
تعد البنية التحتية والتكنولوجية الركيزة الأساسية لقيام اقتصاد رقمي فعال، حيث يشهد العالم اليوم تحولات اجتماعية واقتصادية عميقة تقودها تكنولوجيا المعلومات في سياق ثورة المعلومات والاتصالات، والتي أدت من جهة إلى بناء مجتمع المعلومات ومن جهة أخرى إلى تشييد بنى الاقتصاد الجديد الذي يعرف بالاقتصاد الرقمي.

المطلب الأول: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم الاقتصاد الرقمي

تمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال (ITC) القلب النابض للاقتصاد الرقمي، إذ تساهم في خلق بيئة تفاعلية تسهل نقل البيانات، وتقوم بتقديم الخدمات الرقمية، وتطوير التجارة الإلكترونية.

تعرف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على أنها: "الموارد التكنولوجية المشتركة التي تزود الأرضية لتطبيقات نظام المعلومات في الشركة والتي تتضمن الاستثمار في الأجهزة والبرمجيات والخدمات". وعليه يمكن اعتبار البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات على أنها مجموعة من الموارد التكنولوجية التي يضم كل من قاعدة البيانات، الأجهزة والبرمجيات، الشبكات والاتصال وأخيرا العاملين في مجال تكنولوجيا المعلومات من أجل تزويد الفرد أو المجتمع بالمعلومات اللازمة، وخاصة بالنسبة للمنظمة التي تسعى جاهدة من أجل تحسين فعاليتها وتحقيق ميزة تنافسية فعالة وذلك في ظل الاقتصاد الجديد الذي يعتمد على الرقمية وسرعة الأداء والتغير المستمر.¹

الشكل رقم (05): مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات



المصدر: لالوش غنية، "البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في ظل الاقتصاد الرقمي"، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، العدد 02، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ص 54

¹ - لالوش غنية، "البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في ظل الاقتصاد الرقمي"، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، العدد 02، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ص ص 53،54.

أولاً: الأجهزة والبرمجيات:

- **الأجهزة:** هي المكونات المادية والملموسة للحاسوب التي يمكن لمسها والتفاعل معها، وتشمل جميع الأجزاء الإلكترونية المستخدمة في تشغيل الحاسوب، مثل المعالج.
- **البرمجيات:** هي مجموعة من التعليمات والبيانات الغير ملموسة التي تستخدم لتوجيه الأجهزة (Hardware) للقيام بمهام محددة.⁽¹⁾

ثانياً: قاعدة البيانات

يسهم اعتماد هذه البيانات في بناء قاعدة عريضة من المستخدمين النهائيين القادرين على التفاعل بفعالية مع الأنظمة التكنولوجية، مما يتيح فرصاً حقيقية لتحسين مستويات الإدارة، ويمكن تصنيف تكنولوجيا المعلومات بالنظم والتقنيات المستخدمة في جمع وتوصيل ومعالجة البيانات والمعلومات والتصرف بناء عليها.⁽²⁾

ثالثاً: الشبكات والاتصالات networking end communication

تعني كل الأجهزة والمعدات المالية والبرمجة التي تسهل عملية تبادل البيانات والمعلومات بكل أشكالها المقروءة والمسموعة إلى استخدامها. ويكمل أحدهما الآخر فلا يمكن بناء شبكات دون توفير بنية جديدة للاتصالات لخدمة الشبكات.⁽³⁾

رابعاً: العاملون في مجال TI

قسم تكنولوجيا المعلومات هو العقل المدبر لأي شركة، وأي مؤسسة ناجحة عليها أن تستثمر في موظفي هذا القسم. ومن مهام موظفي ال TI:

- الإشراف على جميع أنظمة الشركات التكنولوجية، والمساهمة في وضع بروتوكول ينظم عمل الإدارات والأقسام المختلفة؛

¹ - عبد الرحيم حمود الماوري، "تجميع الحاسوب"، الطبعة الأولى، فيفري 2025، ص 20.

² - عمر أحمد أبو هشام، أسامة محمد عبد العليم، هشام محمد بيومي، "الإدارة الإلكترونية مدخل إلى الإدارة التعليمية الحديثة"، دار المنهاج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013، ص 108.

³ - فضيلة عزابيزة، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على الأداء في المؤسسة الاقتصادية"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية المؤسسة، جامعة 08 ماي 1945، 2020، ص 4.

- موظف قسم تقنية المعلومات يعمل كمستشار أيضا لجميع موظفي الشركة حيث دائما ما يقدر حلول من أجل حل المشاكل التي يواجهها فريق العمل فيما يخص أداء الأجهزة الإلكترونية؛
- توفير دعم فني مباشر وغير مباشر من أجل تصميم نظام شبكي قوي يصعب اختراقه؛
- المشاركة في وضع استراتيجية تتضمن احتياجات الشركة، ووضع خطط على المدى القصير والبعيد من أجل توفير حلول عملية للجميع؛
- الاشراف على أداء النظام ومراقبة الشبكات واكتشاف أي محاولة اختراق وحماية البيانات.¹

لقد أصبح الاقتصاد الرقمي يقود إلى قواعد وخصائص جديدة تتجاوز خصائص وقواعد الاقتصاد التقليدي، فحسب إحصائيات مقدمة من طرف GFK الفرنسية، فقد قدر حجم سوق الرقمية والذي يضم كل من تكنولوجيا المعلومات (الحواسيب، الهواتف النقالة...) وخدمات الاتصال (الشبكات الاجتماعية، المبيعات على الخط...) حوالي 681 مليار سنة 2009. ومن خلال هذه الإحصائيات المقدمة نستطيع أن نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات تمثل إحدى العناصر المهمة والمشكلة لبناء مقومات الاقتصاد الرقمي.

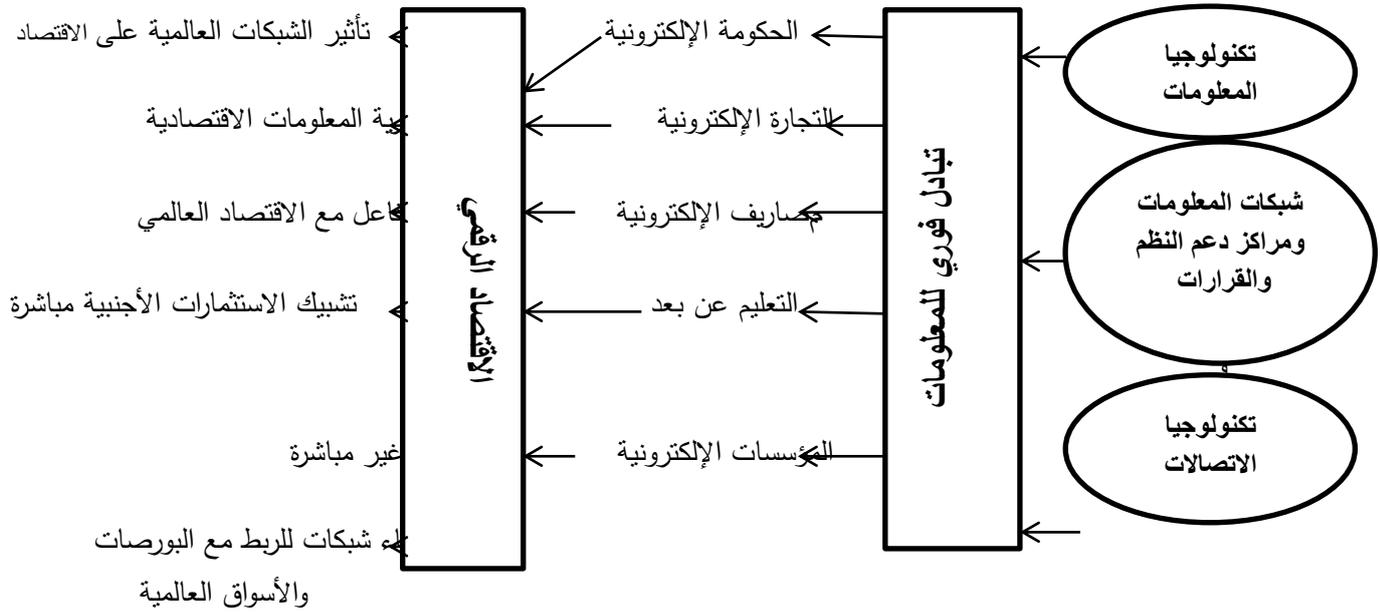
ويوضح لنا الشكل الآتي هذه العلاقة القائمة، وكذا العناصر الأخرى الفعالة في الاقتصاد الرقمي والتي تساهم في التبادل الإلكتروني وبالتالي خلق من جهة اقتصاد قائم على الأعمال الإلكترونية وذلك من خلال التجارة الإلكترونية، المصارف الإلكترونية والإدارة الإلكترونية. ومن جهة أخرى إنشاء مجتمع إلكتروني وذلك بتجسيد الحكومة الإلكترونية ونشر ثقافة التعليم الإلكتروني في المجتمع.⁽²⁾

¹ IT Pillars ، "ما هو تعريف قسم تقنية المعلومات؟ أهم تخصصاته ومهامه الأساسية"، 2023، المتاح على الرابط

<http://www.it-pillars.com>، تاريخ الاطلاع: 2025/05/28،

² لالوش غنية، مرجع سبق ذكره، ص 55

الشكل رقم (06): عناصر تداخل الاقتصاد الرقمي وتكنولوجيا المعلومات



المصدر: لالوش غنية، "البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في ظل الاقتصاد الرقمي"، مجلة الحقوق

والعلوم الانسانية، العدد 02، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ص 57

المطلب الثاني: الحوسبة السحابية، الذكاء الاصطناعي، وسلاسل الكتل

تلعب البنية التحتية التكنولوجية دورا أساسيا في تمكين الاقتصاد الرقمي، إذ تمثل القاعدة الأساسية والعمود الفقري لمختلف التطبيقات والخدمات الرقمية. ومن أبرز هذه المرتكزات نذكر الحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي، وسلاسل التكتل.

الفرع الأول: الحوسبة السحابية

تلعب الحوسبة السحابية دورا محوريا في بناء الاقتصاد الرقمي الجديد، كما أن المنافسة في هذا المجال تساهم في تيسير اللوائح التنظيمية مما سيثجع الابتكار، ويساعد في خلق منظومة رقمية أفضل لصالح الشركاء والشركات والمستفيدين، كما أن جائحة كورونا ساهمت في الإسراع من وتيرة التوجه العالمي نحو التحول الرقمي واستخدام البيانات، لافتة أن الحوسبة السحابية باتت اليوم ممكنا أساسيا لمجموعة من الخدمات والحلول التقنية الجديدة بما في ذلك الذكاء الاصطناعي، وسلسلة التكتل.⁽¹⁾

¹ - هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، "الحوسبة السحابية"، 2025/05/28، المتاح على الرابط: <http://www.cst.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 01 جوان 2025

- وقد عرفها المعهد الوطني الأمريكي للمعايير والتقانة على أنها "نموذج لتمكين الوصول الدائم والملائم للشبكة بناء على الطلب، والمشاركة بمجموعة من موارد الحوسبة (الشبكات والمزود ووحدات التخزين والتطبيقات والخدمات)، والتي يمكن نشرها وتوفيرها بسرعة مع بذل أقل جهد من قبل الإدارة أو التفاعل مع مزود الخدمة.¹
- كما تعرفها منظومة الحوسبة السحابية على أنها "استخدام امكانيات حواسيب أخرى أو سيرفارات ذات قدرات كبيرة في القيام بمهام معينة لصالح المستخدم سواء كان هذا المستخدم فردا أو شبكة كمبيوتر محلية وتتم هذه الخدمات من خلال الانترنت".²
- وتتميز الحوسبة السحابية بعدة مزايا تتمثل فيما يلي: (3)
 - سهولة الوصول إلى التطبيقات المتاحة من خلال أي حاسب متصل بالإنترنت؛
 - توفير التحديات للبرامج والتطبيقات؛
 - مرونة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لا سيما الأجهزة؛
 - توفير عدد العاملين في صيانة النظام والبرمجيات؛
 - الاستفادة من الخوادم الضخمة في إجراء عمليات معقدة قد تتطلب أجهزة بمواصفات عالية؛
 - المرونة في سعة التخزين والموارد بشكل عام؛
 - تسهل عمل المجموعات التعاونية؛
 - المحافظة على البيئة.

¹- كلو، صباح محمد، "الحوسبة السحابية : مفهومها وتطبيقاتها في مجال المكتبات ومراكز المعلومات"، الملتقى الدولي 21 SLA-AGC ، جامعة السلطان قابوس، أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، مارس 2015، ص3

²- العياشي زرزار، حمزة بن وريدة، "الحوسبة السحابية: المفهوم والخصائص (تجارب دول وشركات رائدة)"، مجلة أرساد للدراسات الاقتصادية والادارية، المجلد 02، العدد 02، ديسمبر 2019، ص 187

³- جموعي فاطمة الزهراء، " دراسة استكشافية حول فرص وتحديات الحوسبة السحابية كآلية لتعزيز التحول الرقمي للتيسير ما بين المؤسسات في عصر الثورة الصناعية الرابعة"، المجلد التاسع، العدد 01، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، أبريل 2023، ص 636

الشكل رقم (07): يمثل شكل الحوسبة السحابية



المصدر: جموعي فاطمة الزهراء، "دراسة استكشافية حول فرص وتحديات الحوسبة السحابية كآلية لتعزيز التحول الرقمي للتيسير ما بين المؤسسات في عصر الثورة الصناعية الرابعة"، المجلد التاسع، العدد 01، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، أبريل 2023، ص 632.

- نماذج خدمة الحوسبة السحابية:

لخدمة الحوسبة السحابية 3 نماذج هي:

✓ البرمجيات كخدمة: software as a service paas

تقدم البرامج عبر السحابة وتجعلها نموذجا يحتذى به في توزيع البرامج عبر الأنترنت مع العلم أت الزبائن الذين يدفعون ثمن الاستخدام لا يمتلكون هذه البرامج التي يستخدمونها .

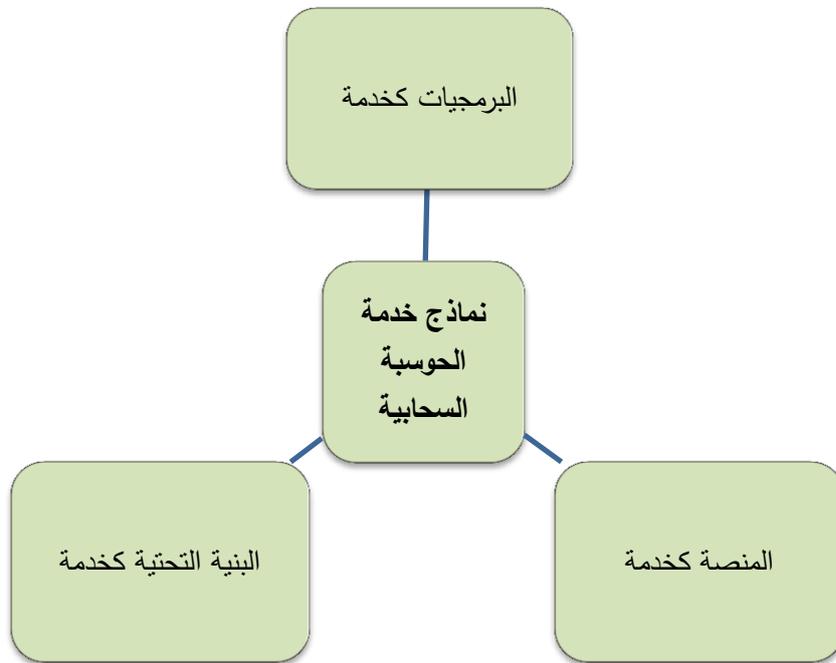
✓ المنصة كخدمة: **platforme as a service paas**

لا تعطي للمستفيد السيطرة على البنية التحتية للسحب ولكن فقط التحكم على التطبيقات التي نقلها للسحابة.

✓ البنية التحتية كخدمة: **infrastructure as service laas communications service**

تقدم الموارد على شكل الأنظمة الافتراضية التي يتم الوصول إليها من خلال الأنترنت ويمتلك موفر الخدمة الاتصال للسيطرة على الموارد الأساسية.⁽¹⁾

الشكل رقم(08): يوضح نماذج خدمة الحوسبة السحابية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نماذج خدمة الحوسبة السحابية

1- تساعد الحوسبة السحابية الشركات على تخزين البيانات ومعالجتها والوصول إليها. فمن خلال الاستفادة من منصات سحابية مثل جوجل كلاود، يمكن للمؤسسات توسيع بنيتها التحتية لتكنولوجيا المعلومات حسب الطلب، وخفض التكاليف، وتسهيل العمل الجماعي الموزع. توفر خدمات الحوسبة

¹ - موفق سهام، "تطبيقات التكنولوجيا الناشئة (الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية) في شركات التأمين لتعزيز الشمول المالي الرقمي منصات التأمين كنموذج"، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 09، العدد 01، جامعة يحي فارس بالمدينة (الجزائر)، جانفي 2023، ص ص 801، 802.

السحابية الأساس للعديد من مبادرات التحول الرقمي، مما يمكن الشركات من أن تكون أكثر مرونة وسرعة في الاستجابة لديناميكيات السوق المتغيرة.⁽¹⁾

الفرع الثاني: الذكاء الاصطناعي

أولاً: تعريف الذكاء الاصطناعي

هو استخدام التكنولوجيا الرقمية لإنشاء تقنيات قادرة على تأدية مهام تحاكي القدرات البشرية وأنماط عملها وتحليل البيئة المحيطة والتعلم من الأخطاء بمرور الوقت للقيام بتوقعات أو تنبؤات أو تقديم توصيات أو دعم اتخاذ القرارات أو القيام بإجراءات تؤثر على بيئات حقيقية أو افتراضية بدرجة من الاستقلال الذاتي.⁽²⁾

ثانياً: مداخل وتوجهات الذكاء الاصطناعي في الاقتصاد الرقمي

للذكاء الاصطناعي ثلاث مداخل كما يلي:⁽³⁾

1- **مدخل الإنتاجية:** يساعد الذكاء الاصطناعي في تغيير العلاقة بين الآلة والإنسان حيث أنه:

– يشجع على أتمتة أنظمة الإنتاج وسلاسل التوريد مثل البرنامج الألماني (Industrie 4.0)؛

– يجمع فيه الروبوت والتعاون وأما ما يعرف بـ "cobotics"؛

– يساهم الذكاء الاصطناعي في تقليل تكاليف العمليات ويسمح في نفس الوقت بتعزيز بيئة العمل

والسلامة كما أن تكاليف الإنتاج الهامشية (Couts Managériaux)، التسليم، الصيانة (عن بعد)،

التحكم والتواصل.

2- **مدخل الاستهلاك:** وهنا الذكاء الاصطناعي يمكن اعتباره كمحرك يولد نماذج أعمال، وهناك 8

مجالات تأثرت تأثيراً مباشراً بالذكاء الاصطناعي وهي:

– الصحة: المساعدة في تشخيص الأمراض من خلال البيانات، تحديد الأوبئة، التشخيص عن طريق

التصوير، روبوتات الجراحية... الخ.

¹– Google Cloud, "what is digital transformation", Google Cloud website, <http://cloud.google.com>, Accessed on; may 28,2025

²– وزارة الاقتصاد الرقمي، "الذكاء الاصطناعي"، المتاح على الرابط:

<http://modee.gov.jo>، تم الاطلاع عليه في: 2025/05/28

³– قريني فارس، بسايسة عبدالله، "الذكاء الاصطناعي وأثره على المؤسسات الاقتصادية في ظل الاقتصاد الرقمي"، مجلة دفاتر بوادكس، المجلد 13، العدد 02، جامعة الجزائر 3، ديسمبر 2024، ص ص 86،87.

- السيارات: أساطيل مستقلة لاستخدام السيارات (covoiturage)، السيارات الذكية والمساعدة على قيادة المركبات، الصيانة... الخ.
 - الخدمات المالية (البنوك والتأمين): أتمتة علاقات العملاء والمعاملات، عروض مالية شخصية، كشف الاحتيال ومحاربة غسل الأموال.
 - التوزيع: تصميم منتجات حسب أذواق الزبائن، توليد بيانات للعملاء، الإدارة الآلية للمخزونات والتسليم.
 - الاتصال والترفيه: الأرشفة والبحوث الإعلامية، إنشاء محتويات، تقديم مساعدات شخصية.
 - الإنتاج الصناعي: من خلال تعزيز الرقابة والتصحيح الذاتي للعمليات، ترشيد سلسلة التوريد وتحسين التصنيع، الإنتاج حسب الطلب.
 - مجال الطاقة: عدادات ذكية، ترشيد عمل الشبكة والتخزين، صيانة ذكية للبنية التحتية.
 - الخدمات اللوجستية: عمليات التسليم المستقلة (عن طريق الشاحنات، طائرات بدون طيار...)، مراقبة حركة المرور والحد من زحمة السير، تعزيز السلامة على الطرق.
- 3- مدخل تسيير المخاطر: شهد المصرفيون وشركات التأمين والوسطاء والمديرون والمحاسبون والتصنيف الائتماني والكشف عن الاحتيال وتعظيم استخدام استراتيجيات تحصيل الديون والتعرف السريع على الإشارات الضعيفة وكشفها وتفسيرها وبناء النماذج الاقتصادية وما إلى ذلك تحسنا في استخدام أدوات إدارة المخاطر التقليدية بسبب استخدام الذكاء الاصطناعي.

الفرع الثالث: سلاسل الكتل

تعد تقنية البلوكتشين مناسبة لمجموعة من التطبيقات في الاقتصاد الرقمي، بما في ذلك تتبع سلاسل الامداد، والخدمات المالية، كما أنها تستخدم في تطوير التطبيقات والعملات الرقمية.⁽¹⁾

أولاً: المقصود بتقنية سلسلة الكتل

تقنية سلسلة الكتل أو Block Chain، وهي آلية متقدمة لقواعد البيانات تسمح بمشاركة المعلومات بشكل شفاف داخل شبكة أعمال. تخزن قاعدة بيانات سلسلة الكتل البيانات في كتل مرتبطة ببعضها في سلسلة. وتعد البيانات متسقة زمنياً لأنه لا يمكنك حذف السلسلة أو تعديلها من دون توافق من الشبكة.

¹ هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، "سلسلة الكتل"، المتاح عبر الموقع:

ونتيجة لذلك، يمكن استخدام تقنية سلسلة الكتل لإنشاء سجل حسابات غير قابل للتغيير أو ثابت لتتبع الطلبات والمدفوعات والحسابات والمعاملات الأخرى. يحتوي النظام على آليات مدمجة تمنع إدخال المعاملات الغير مصرح بها وتنشئ تناسقا في طريقة العرض المشتركة لهذه المعاملات.⁽¹⁾

ثانيا: مجالات استخدام سلسلة الكتل

إن الاستعمالات الجديدة لتكنولوجيا البلوك تشين هي كثيرة جدا ومتنوعة ولذلك وصفت بأنها أكبر ثورة في الاقتصاد الرقمي، وسيتم التطرق غلا بعض المجالات في الاستخدام لأنه لا يمكن استعراضها كلها:⁽²⁾

1- العملات الرقمية (طليعة تكنولوجيا البلوك تشين): إن العملات الرقمية ليست سوى واحدة من عدة مجالات تطبيق لتكنولوجيا البلوك تشين، لكنها الأكثر شعبية، إذ أنها السبب وراء اكتشاف تكنولوجيا البلوك تشين، وعملة البيتكوين التي ابتكرها الياباني ساتوشي ناكاموتو هي واحدة فقط من بين المئات من العملات الرقمية التي ظهرت، إذ تستند الفكرة التي اعتمد عليها ناكاموتو إلى تنفيذ المعاملات دون وساطة البنوك والشركات المالية ودون الحاجة إلى عملات أجنبية يمكن أن تستعمل كمصدر ثقة لعمليات المبادلات التجارية الدولية.

وإن الغرض من العملات الرقمية هو إقصاء فكرة وجود الوساطة المالية، ففي السابق يقوم الشخص بإدخال بطاقته في زاوية المتجر، ينتقل بعدها تيار المعلومات في شكل ثنائي عبر عشرات الشركات. كل واحدة منها لديها نظام الحاسوب الخاص بها.. وبعدها بثلاثة أيام تتم التسوية. وبمساعدة تطبيقات سلسلة كتل القطاع المالي، لن يكون هناك تسوية، لأن الدفع والتسوية في نفس الحركة، وهو مجرد تغيير في دفتر الحسابات.

¹ - Amazon web services، "ما المقصود بتقنية سلسلة الكتل"، المتاح عبر الرابط:

<http://aws.amazon.com>، تم الاطلاع عليه 2025/05/27

² - سماعلي محمود، بن عمارة نعيم، "دور تكنولوجيا سلسلة الكتل في حماية المستهلك في الاقتصاد الرقمي"، الملتقى

الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية"، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، 2018، ص 6.

وبالإضافة إلى عملة البيتكوين الأكثر شهرة على مستوى العالم في الاقتصاد الرقمي، قام مبرمج حاسوب كندي يدعى "فيتاليك بوتيرين" بتطوير سلسلة كتل عملة جديدة تسمى "الإيثريوم"، وسلسلة الكتل هذه لها قدرات استثنائية، إذ أنه بالإمكان بناء عقود ذكية.

ونظرا لتزايد وعي الأفراد للمزايا التي تقدمها العملات الرقمية في التجارة الإلكترونية، فإن الأمر أدى إلى زيادة كبيرة للطلب عليها مما أدى إلى ارتفاع قيمتها بشكل متزايد في أسواق التداول خاصة عملتي البيتكوين والإيثريوم لما تتمتعان به من خصائص.

شكل رقم (09): يوضح تطور سعر عملة البيتكوين



المصدر: قمان مصطفى، بوعزيز عمر، غربي حمزة، "دراسة تحليلية لطفرة البيتكوين خلال الفترة 2015-2021"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 05، العدد 02، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ديسمبر 2021، ص 37.

- يظهر الشكل أن البيتكوين شهدت:

- استقرارا نسبيا في معدل الأسعار ما بين الفترة 2015-2016.
- بداية تصاعد واضحة منذ بداية 2017 مع تذبذب في سنة 2018 وذلك يدل على تقلب السوق.
- ارتفاع في أواخر 2020-2021 والذي يدل على زيادة المستثمرين في العملات الرقمية وكذا توسع في استخدام تقنية البلوكتشين في المعاملات المالية، كما يتبين أن البيتكوين في بورصات كبرى واستثمار شركات عالمية فيها.
- إن الارتفاع القوي في قيمة البيتكوين يعكس التوسع المتزايد في تبني تقنية البلوكتشين، حيث أن البيتكوين تعتبر أول تطبيق عملي ناجح لهذه التقنية. وقد أصبحت أداة مهمة في الاقتصاد الرقمي.

- يعد البيتكوين حد أبرز رموز الاقتصاد الرقمي، حيث يعتمد على منصات رقمية للمعاملات ويستعمل بنية تحتية رقمية.

2- البلوكشين وحماية حقوق المحتوى الرقمي:

في ظل الاقتصاد الرقمي، فإنه يمكن لصاحب المحتوى الرقمي من إنتاج وبيع المحتوى الأصلي للأفراد كإنتاج ملفات موسيقى معينة أو تصميمات برامج أو مواقع أو خوارزميات ... إلخ، بمعنى أن المشتري للمحتوى الأصلي هو الذي يصبح مالكا لهذه الحقوق المتعلقة بالمحتوى، وهو المعنى بأخذ تعويضات في حالة انتهاك الحقوق، لكن الإشكال الموجود هو ما هو الضامن أن المنتج الحقيقي للمحتوى قد قام ببيع النسخة الأصلية للمنتج وليس مجرد نسخة يبيعهها لأي طرف على أنها أصلية وأن هذا الأخير صار صاحب الحقوق، وهنا العقود الذكية المبنية على تكنولوجيا البلوكشين تقوم أيضا بمعالجة هذا الإشكال إذ أن عقود البيع الذكية ستكون محمية بتشفير ضمن سلسلة الكتل ولا يمكن تغييرها أو إزالتها. وبالتالي يحول هذا دون بيع المنتج الأصلي للمحتوى الرقمي مرتين لشخصين مختلفين.

كما تعمل تكنولوجيا البلوكشين على توثيق براءات الاختراع بشكل أكثر حصانة وأمن، لأنه قد يتم نسخ براءة اختراع منتج ما ويتم تقليده وتسويقه على نطاق واسع وتحقيق أرباح على حساب المخترع الأصلي الذي ربما لا يفوز حتى بقضاء المحكمة لصالحه كون براءة الاختراع ضعيفة ولا يمكنه الدفاع عنها قانونيا بشكل أكثر حصانة. وهذا ما يدعو إلى التثبيث ولا يشجع على الابتكار، كون المخترعات في السابق معرضة للانتهاك والجوسسة الصناعية، وبالتالي تكنولوجيا البلوكشين لتوثيق براءات الاختراع عبر سلسلة تشفير لا يمكن إزالتها من سلسلة الكتل، الأمر الذي يساعد على تحفيز الابتكار وتطوير المنتجات في هذا الإطار.⁽¹⁾

المطلب الثالث: الأمن السيبراني وحماية البيانات

تعد قضية الأمن السيبراني الشغل الشاغل للعديد من الدول والمؤسسات على حد سواء والتي تنشط على الصعيد الرقمي، والمتعلقة بالقدرة على حماية البيانات وخصوصية المعلومات بالنسبة للمفاعلين والناشطين على شبكة الأنترنت وتزداد أهميته على الصعيد الاقتصادي في المعاملات المالية والدفع الإلكتروني في مختلف التبادلات.

¹- سماعلي محمود، بن عمارة نعيم، مرجع سبق ذكره، ص8.

الفرع الأول: الأمن السيبراني

أولاً: تعريف الأمن السيبراني

هو أمن الشبكات والأنظمة المعلوماتية، والبيانات والمعلومات والأجهزة المتصلة بالإنترنت. وعلية، فهو المجال الذي يتعلق بإجراءات ومقاييس، ومعايير الحماية المفروض اتخاذها، أو الالتزام بها، لمواجهة التهديدات، ومنع التعديات، أو للحد من أثرها في أسوأ الأحوال، ويرتبط هذا الأمن ارتباطاً وثيقاً بأمن المعلومات، فالوصول إلى هذه الأخيرة أو بثها أو الاطلاع عليها والمتاجرة بها، أو تشويهها واستغلالها، هو ما يقف غالب الأحيان وراء عمليات الاعتداء على الشبكات وعلى الإنترنت شكل أكثر.⁽¹⁾

1- مؤشر الأمن السيبراني الدولي:

يقيس هذا المؤشر جاهزية الدول في منع التهديدات وتدبير الحوادث السيبرانية ويشكل قاعدة بيانات متاحة للجمهور تحتوي علو معلومات حول الجهود التي تبذلها الدول لتعزيز القدرات الوطنية في مجال الأمن السيبراني.⁽²⁾

يعد مؤشر الأمن السيبراني العالمي (GCI) مرجعاً موثقاً يقيس التزام الدول بالأمن السيبراني على المستوى العالمي لزيادة الوعي بأهمية هذه القضية وأبعادها المختلفة. ونظراً لأن الأمن السيبراني مجال تطبيق واسع، يشمل العديد من الصناعات والقطاعات المختلفة، يتم تقييم مستوى تطور كل دولة أو مشاركتها على أساس خمسة ركائز أساسية: التدابير القانونية، التدابير التقنية، التدابير التنظيمية، تنمية القدرات، التعاون. ثم يتم تجميعها في درجة إجمالية.⁽³⁾

¹ - فارس محمد العمارات، إبراهيم محمد الحماسة، "الأمن السيبراني المفهوم وتحديات العصر"، دار الخليج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2022، ص 15.

² - تحديث المؤشر الوطني للأمن السيبراني، المتاح على الموقع:

2025/05/20، تم الاطلاع عليه في: <http://www.dgssi.gov.ma>

³ - International Telecommunication Union, 2021, Global Cyber security Index GCI, Retrieved May 22, 2025,

from <http://www.itu.int>

الجدول رقم(02): ترتيب الدول حسب مؤشر الأمن السيبراني العالمي للفترة 2015-2020

الدولة	2015	2017	2018
الإمارات العربية المتحدة	0.353	0.566	0.807
	17	47	33
المملكة العربية السعودية	0.294	0.569	0.881
	19	46	13
	11	40	76
الجزائر	0.176	0.432	0.262
	23	67	108
	9	14	23
الدولة		2020	
الإمارات العربية المتحدة	قيمة المؤشر من	98.06	
	الرتبة	5	
المملكة العربية السعودية	قيمة المؤشر من	99.54	
	الرتبة	2	
	الرتبة	45	
الجزائر	قيمة المؤشر من	33.95	
	الرتبة	104	
	الرتبة	23	

المصدر: : بلوز محمد، بو عقل مصطفى، "مؤشرات قياس التجارة الإلكترونية: دراسة مقارنة بين

الجزائر ودول عربية رائدة"، مجلة المالية & الأسواق، المجلد 12، العدد 01، جامعة غليزان، مارس

2025، ص 298

نلاحظ من خلال الجدول أن الدول العربية محل المقارنة تحتل مراتب لابس بها في ترتيب الدول حسب مؤشر الأمن السيبراني العالمي وخاصة دولة الإمارات العربية حيث تقدمت من المرتبة (17) عام 2015 إلى المرتبة الخامسة (5) عام 2020 ويعود ذلك إلى توفير الإمارات للبنى التحتية وتقدمها في مجال التحول الرقمي الذي كانت سباقة إليه وخاصة في وقت أزمة كورونا حيث أحرزت تطورا ملحوظا في عدة مجالات أبرزها مجال الصحة الرقمية والتعليم عن بعد، أما الجزائر فقد انتقلت من المرتبة التاسعة (9) عربيا عام 2015 لتتراجع إلى المرتبة (23) عامي 2019 و 2020 وقد يعود ذلك إلى ضعف تحكّمها

في مجال الرقمنة وأمن المعلومات أو أنها لم تتطور في هذا المجال لتحتل نظيراتها مراتب متقدمة نتيجة سرعة اندماجها في مجال الاقتصاد الرقمي ورقمنة القطاعات الاقتصادية ما ينتج عنه بالضرورة تراجع الجزائر في ترتيبها.

ثانيا: الأمن السيبراني في ظل الاقتصاد الرقمي

مع التطور المستمر في التكنولوجيا والتحول الرقمي أصبحت الحاجة إلى تعزيز الأمن السيبراني أكثر إلحاحا ليس فقط لحماية البيانات بل أيضا لدعم نمو الاقتصاد الرقمي الذي يشكل جزءا أساسيا من رؤية المملكة 2030. يسهم الأمن السيبراني في خلق فرص وظيفية واسعة خاصة في ظل تزايد الحاجة إلى متخصصين في مجالات مثل الذكاء الاصطناعي الأمني وتحليل التهديدات السيبرانية حيث يقدر حجم سوق الأمن السيبراني العالمي بحوالي 300 مليار دولار بحلول عام 2025 مما يعكس الفرص الاستثمارية الكبيرة في هذا القطاع. ويعد الاستثمار في هذا المجال من الأولويات لانه يسعى لدعم الأبحاث والابتكارات التقنية التي تساهم في تحقيق الريادة الرقمية.⁽¹⁾

لمواجهة التحديات المتزايدة في الأمن السيبراني من الضروري أن يتم تدعيم هذا المجال من خلال تدريب الموظفين والمؤسسات على مواجهة الهجمات الإلكترونية وتبني تقنيات استباقية مثل الذكاء الاصطناعي للكشف المبكر عن التهديدات إضافة إلى تعزيز التعاون مع الجهات المختصة لتبادل المعلومات الأمنية وتحليلها للحد من المخاطر المحتملة. كما أن دعم الأمن السيبراني يتطلب وضع استراتيجيات وطنية قوية تهدف إلى تحسين جاهزية الدول للتعامل مع المخاطر الرقمية وتعزيز مرونة البنية التحتية التكنولوجية. وفي ظل النقص العالمي في الكفاءات المتخصصة في الأمن السيبراني الذي يقدر حوالي 3.4 مليون وظيفة شاغرة تبرز أهمية توفير برامج تدريب وتأهيل متقدمة لسد هذه الفجوة وتعزيز الجاهزية لمواجهة التحديات المستقبلية في المجال الرقمي.

يعد تعزيز الأمن السيبراني مسؤولية مشتركة بين الأفراد والمؤسسات والحكومات حيث يتطلب تبني استراتيجيات شاملة تجمع بين التكنولوجيا المتطورة والتوعية المستمرة لتعزيز الحماية الرقمية. ومن خلال

¹ - عبد العزيز المزيد، "الأمن السيبراني ودوره في حماية الاقتصاد الرقمي"، صحيفة مال، المتاح على الرابط:

http://maal.com ، تم الاطلاع عليه: 2025/05/27

الاستثمار في هذا المجال ورفع مستوى الجاهزية الرقمية يمكن تحقيق النمو المستدام في الاقتصاد الرقمي مما يساهم في تحقيق أهداف في مجال التكنولوجيا والأمن السيبراني.⁽¹⁾

الفرع الثاني: حماية البيانات

أولاً: مفهوم حماية البيانات:

وهي تعني الخصوصية، أي حق الفرد في الحفاظ على معلوماته الشخصية، وحياته الخاصة بشكل اختياري وحر. أول قانون للخصوصية نصه الأمريكي "لويس برانديز". الخصوصية في الكثير من الأحيان هي قدرة الشخص أو مجموعة من الأشخاص على منع المعلومات المتعلقة به أو بهم لتصبح معروفة للآخرين وبالأخص المؤسسات، إذا كان الشخص لم يختار طوعاً أن يقدم تلك المعلومات. والخصوصية تضمن الحق في السيطرة على البيانات الشخصية، وانتشر هذا المصطلح بتوسع في دائرة مستعملي الأنترنت.⁽²⁾

ثانياً: حماية البيانات في ظل الاقتصاد الرقمي

تتضمن قوانين حماية البيانات مجموعة متنوعة من الضمانات التي تساعد على دعم الثقة وتقليل المخاطر على البيانات الشخصية المرتبطة بالاقتصاد الرقمي وتشمل:⁽³⁾

- 1- إطار تنظيمي مرن للاستخدامات العادلة والأخلاقية، من القدرة على تسهيل الابتكار والتطوير، مع ضمانات وجود تدابير لمنع معالجة البيانات الشخصية بطرق تقوض حقوق وحرية الأفراد؛
- 2- ينبغي أن تعالج البيانات الشخصية بطريقة تتبنى حماية البيانات من خلال التصميم (أي مراعاة حماية منذ البداية وتطبيق التدابير ذات صلة كإجراء افتراضي). إذا طبقت بفعالية، سيزداد ثقة الأفراد بأن استخدامهم للمنتجات/ الخدمات الرقمية لن يتعارض بشكل غير ملائم مع حقوقهم في حماية البيانات والحرية المرتبطة بها؛

¹ - عبد العزيز المزيد، المرجع السابق.

² - معوشي عماد، "مسألة وأساليب حماية الخصوصية في ظل الاقتصاد الرقمي"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية،

المجلد 04، العدد 01، مخبر الاقتصاد التطبيقي في التنمية- جامعة المدية، الجزائر، مارس 2020، ص 251

³ - Gibraltar Regulatory Authority "The Importance of Data Protection for the Digital Economy", 28 January 2022- Data Protection.

3- يتطلب التشريع أن تتم معالجة البيانات الشخصية بطريقة مفتوحة وشفافة، مع توفير معلومات مفيدة لأصحاب البيانات بطريقة واضحة. إضافة إلى ذلك تمكن تشريعات حماية البيانات الأفراد، وتمنحهم حقوقا معينة في استخدام بياناتهم الشخصية؛

4- تشجع المساءلة، كمبدأ السلوك الاستباقي من قبل المشاركين في أنشطة معالجة البيانات (أي أن أولئك الذين يعالجون البيانات الشخصية ليسوا مسؤولين فقط عن الامتثال للقوانين المعمول بها، ولكن يجب عليها أيضا إثبات الامتثال في الممارسة العملية).

5- من خلال الهيئات التنظيمية مثل مفوض المعلومات، يتضمن التشريع أحكاما لآليات الرقابة والانتصاف، وهذا يوفر ضمانات بالإضافة إلى تعزيز الثقة لدى الأفراد الذين قد يكون ليس لهم علم بكيفية تأثير معالجة بياناتهم.

6- نظرا لأن معالجة البيانات الشخصية أصبحت بشكل متزايد جزءا أساسيا من نماذج الأعمال في الاقتصاد الرقمي، فإن سلطات الخصوصية وحماية البيانات غالبا ما تتعاون مع هيئات أخرى (مثل هيئات حماية المستهلك أو هيئات الرقابة على المنافسة) لتعزيز هدف حماية حقوق الأفراد فيما يتعلق ببياناتهم الشخصية والمساعدة في تعزيز الممارسات التجارية الأخلاقية والقانونية العادلة، يجب وضع قوانين لحماية البيانات وتحقيق أمن الفضاء الإلكتروني وإيجاد مؤسسات قوية لتطوير وتمكين أنظمة رقمية مترابطة وقوية يمكنها التحقق من الهوية، وتحويل المدفوعات بسرعة وأمان، وتبادل البيانات علة نحو مسؤول.⁽¹⁾

المطلب الرابع: رأس المال البشري والمعرفة الرقمية

الرأس المال البشري المزود بالمعرفة الرقمية يشكل ركيزة أساسية لنجاح أي سياسة رقمية، باعتباره المحرك الفعلي للابتكار والإنتاجية في البيئة الرقمية.⁽²⁾

¹ - البنك الدولي، "التحول الرقمي"، المتاح على الرابط: <http://www.albankaldawali>، تاريخ الاطلاع: 2025/05/28

² - رنان رايح، بن باير حبيب، "أثر رأس المال البشري على الاقتصاد الرقمي في البلدان العربية دراسة قياسية للفترة 2013-2020"، مجلة المالية & الأسواق، المجلد 09، العدد 02، المدرسة العليا للاقتصاد، جامعة وهران (الجزائر)،

2022/09/21، ص ص 254، 253.

الفرع الأول: رأس المال البشري

أولاً: تعريف رأس المال البشري

يعرف رأس المال البشري للفرد أو المجتمع أنه " رأس المال الذي يجمع المعارف النظرية، القدرات والمؤهلات وكذلك الحالة الصحية لهذا الفرد والمجتمع"، وهذه المعارف والمهارات تجعل الأفراد أكثر إنتاجية حيث "يطور التعليم والتدريب من إنتاجية العمال ويحقق مستويات مناسبة من الدخل والاستثمار في رأس المال البشري، الذي هو وسيلة هامة لزيادة إنتاجية العمال مثله مثل الاستثمار في رأس المال الحقيقي"، وعلى هذا الأساس فإن نشر المعرفة وتكوين الأفراد يساعد على التراكم الرأسمالي البشري في المدى الطويل الذي نجني من خلاله أرباح مثل التراكم الرأس مالي المادي.⁽¹⁾

ثانياً: دور الاقتصاد الرقمي في تطوير رأس المال البشري:

نتيجة للتطور الهائل في العلم والتكنولوجيا خاصة ما يتعلق منها بأنظمة الاتصال عن بعد وهذا التطور جعل الاقتصاد الرقمي العالمي يستفيد منه، وأدى إلى ظهور قدرات بشرية وخبرات تمكنت من الاستفادة من وفرة السرعة والفعالية التي يوفرها له والتي يحتاجها الاقتصاد كعامل من عوامل اختصار الزمن أو الوقت الضروري لاختيار وتنفيذ مختلف القرارات الاقتصادية، وبالتالي أدى الاقتصاد الرقمي إلى تطوير رأس المال البشري من خلال الانفتاح على السوق الالكترونية وممارسة التجارة الالكترونية وتحقيق رصيد من المعارف والمهارات.⁽²⁾

الفرع الثاني: المعرفة الرقمية:

تلعب المعرفة الرقمية دوراً حاسماً في الاقتصاد الرقمي، تتيح هذه المعرفة للمؤسسات والأفراد الوصول إلى المعلومات الرقمية واستخدامها بكفاءة في مجالات مختلفة مثل التجارة الالكترونية.⁽³⁾

¹ - رنان رابح، المرجع السابق، ص 253

² - رنان رابح، بن باير حبيب، مرجع سبق ذكره، ص 254 .

³ - "المعرفة الرقمية: لماذا هي حاسمة للنجاح في عالمنا الحديث"، بكسل، المتاح على الرابط: <http://www.bksl.app>

تم الاطلاع عليه في: 2025/05/26

أولاً: تعريف المعرفة الرقمية

تشير إلى القدرة على فهم واستخدام التكنولوجيا الرقمية بفعالية، وتشمل هذه المهارات القدرة على استخدام الأجهزة الإلكترونية، مثل الحواسيب والهواتف الذكية، بالإضافة إلى القدرة على التعامل مع البرامج والتطبيقات المختلفة.⁽¹⁾

ثانياً: دور المعرفة الرقمية في الاقتصاد الرقمي

تعد المعرفة الرقمية عنصر أساسي حيث تبنى عليه البنية التحتية الرقمية وأنظمة الخدمات الذكية. وتقوم على توظيف التقنيات الحديثة ودمجها بشكل مبتكر في مختلف بيئات العمل، بما يسهم في تعزيز الكفاءة، وتسريع العمليات وتطوير منظومات رقمية متجددة وجاذبة.⁽²⁾

وتمتد آثار المعرفة الرقمية لتشمل تحسين تجربة المستخدم الرقمي، وتطوير بيئات تعليمية عالية الجودة، إلى جانب تنمية المهارات الرقمية للأفراد والمؤسسات، بما يمكنهم التفاعل مع الاقتصاد الرقمي ومتطلباته. كما تمثل الشركات المعرفية والمجتمعية أحد روافد تعزيز اقتصاد المعرفة، وتسهم في خلق قيمة مضافة عبر تقديم خدمات رقمية متكاملة.⁽³⁾

وتعتبر حوكمة البيانات وحسن إدارة المعلومات من أبرز أولويات الاقتصاد الرقمي، حيث ترتبط المعرفة الرقمية ارتباطاً وثيقاً بضمان الاستخدام الأمثل للمعلومات وتحقيق الكفاءة والابتكار في مختلف القطاعات. ومن خلال هذه المرتكزات، تتجسد أهمية المعرفة الرقمية كقوة دافعة نحو مستقبل اقتصادي أكثر مرونة واستدامة.⁽⁴⁾

¹ - "المعرفة الرقمية: لماذا هي حاسمة للنجاح في عالمنا الحديث"، المرجع السابق.

² - "عمادة التحول الرقمي ومصادر المعرفة"، جامعة نجرات، المملكة العربية السعودية، بتصرف.

³ - المرجع نفسه.

⁴ - المرجع نفسه.

المبحث الثالث: دور الاقتصاد الرقمي في التنمية الاقتصادية

يلعب الاقتصاد الرقمي دورا حاسما في التنمية الاقتصادية من خلال تحسين الإنتاجية، وتوفير فرص عمل جديدة، وتعزيز الوصول إلى الأسواق العالمية، وتسهيل الخدمات العامة. إذ يعتمد الاقتصاد الرقمي على توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جميع القطاعات الاقتصادية، مما يؤدي إلى تحسين الكفاءات، وزيادة التنافسية، وكذا يسهم في الوصول إلى الأسواق العالمية، خاصة نت خلال التجارة الالكترونية، وهذا ما يزيد من التوسع والنمو.

المطلب الأول: مساهمة الاقتصاد الرقمي في رفع الانتاجية والنمو الاقتصادي

الفرع الأول: رفع الإنتاجية

رغم تبيان الدراسات المتاحة حول تأثير تقنية المعلومات والاتصالات على إنتاجية العمل والإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج، إلا أنها خلصت بشكل عام، إلى أن الاستثمار في تقنية المعلومات والاتصالات له تأثير كبير وإيجابي على نمو إنتاجية العمل من خلال زيادة كفاءة استخدام هذه العوامل الإنتاجية لدعم القدرات الابتكارية للمنشآت وتطوير تصميم منتجاتها وتشجيعها على اعتماد أساليب جديدة لإدارة الأعمال، والانخراط في التجارة الخارجية وتحسين موقعها في الأسواق الدولية، ذلك فضلا عن زيادة استخدامها للعمالة الماهرة. (1)

يكون استخدام التقنيات الرقمية أعمق في القطاعات التي تعمل في بيئة تنافسية تتميز بسهولة دخول وخروج الشركات، وتشجع على ظهور المنشآت الصغيرة والمتوسطة ذات القدرات التنافسية العالية والمستند نشاطها على قواعد البيانات الضخمة والحوسبة السحابية والمنصات الرقمية ويغطي نطاق نشاطها الأسواق المحلية والأجنبية. (2)

الفرع الثاني: زيادة النمو الاقتصادي

يسهم التحول الرقمي في زيادة النمو الاقتصادي من خلال الزيادة في الاستثمارات الرقمية أي الاستثمارات في المعدات الرقمية وتقنية المعلومات والاتصالات وفي البرمجيات الحاسوبية، وهو ما يسمى تعميق رأس المال، ومن خلال الزيادة الإنتاجية الناتجة عن تحسين كفاءة استخدام عوامل الإنتاج

¹ - صندوق النقد العربي، "الاقتصاد الرقمي ودعم دوره في التنمية العربية"، في: تقرير الاقتصادي العربي الموحد، ص

196.

² - المرجع نفسه.

والابتكارات. كما يسهم التحول الرقمي في النمو الاقتصادي من خلال إحداث تغييرات في سلاسل القيمة العامة وإنشاء مصادر جديدة للقيمة وتطبيق نماذج مبتكرة للأعمال أكثر كفاءة واستدامة.

إضافة إلى ذلك فإن التحول الرقمي الذي يشمل كل المؤسسات الحكومية وخدماتها، يعتبر عنصر داعما للنمو من خلال إضفاء الشفافية وتعزيز الثقة في المعاملات والعلاقات التعاقدية وتقريب الخدمات من الأفراد وقطاع الأعمال وجعلها أكثر سهولة بما يخفض تكلفة المعلومات والمعاملات. كما تساهم البنية الأساسية للاقتصاد الرقمي في النمو من خلال ما يسمى أثر العوامل الخارجية للشبكة أو ما يسمى أيضا أثر الشبكة، إذ أنه كلما زاد عدد المستخدمين أصبحت الشبكة مصدرا أكبر لإحداث القيمة والاستفادة من المعلومات التي تنتجها.⁽¹⁾ بالتالي فإن المساهمة في النمو الاقتصادي تكون عادة أعلى في حالة البنية التحتية الرقمية من الأنواع الأخرى من البنية التحتية، لا سيما عن طريق المعلومات وزيادة الكفاءة التنظيمية للمنشآت.⁽²⁾

المطلب الثاني: تأثير الاقتصاد الرقمي على سوق العمل

يمكن أن تؤثر الرقمنة على مستويات الأجور في سوق العمل. كما يمكن أن تؤدي الزيادات في الطلب الكلي والإنتاجية بسبب اعتماد التكنولوجيا إلى زيادة الأجور، وفي الوقت نفسه يمكن أن تؤدي زيادة الإنتاجية وفقدان الوظائف إلى انخفاض عام في مستوى الأجور الوطنية أو القطاعية أو المهنية. يعتمد أي من المسارين بتحقيق على كيفية توزيع مكاسب الإنتاجية بين رأس المال والعمالة، وعلى سوق العمل (العرض والطلب على العمالة).⁽³⁾

يشهد سوق العمل تحولا جذريا بفعل الاقتصاد الرقمي، حيث أتاح هذا التحول فرصا تتمثل في:⁽⁴⁾

- زيادة فرص سوق العمل للعمال المؤهلين تأهيلا عاليا؛
- ظروف عمل جيدة للعمال ذوي المؤهلات العالية؛
- تؤدي الرقمنة إلى نمو إيجابي في التوظيف في الملفات المهنية المرتبطة بالمنتجات أو الخدمات التي تستفيد من زيادة الطلب بسبب اعتماد تقنيات جديدة؛

¹ - صندوق النقد العربي، المرجع السابق، ص 196

² - المرجع نفسه، ص 196

³ - "Employment impact of digitalization", Eurofound, Publications office of the European Union, Luxembourg, 2024, <http://www.eurofound.europa.eu/en/employment-impact-igitalisation>

⁴ - Same reference

- توفر الرقمنة مجموعة واسعة من فرص سوق العمل للعاملين ذوي المهارات العالية، وللقادرين على التكيف مع احتياجات المهارات المتغيرة، ومع ذلك، فإن العمال الروتينيون ذوي المهارات المنخفضة معرضون لخطر فقدان وظائفهم، وسيحتاجون إلى إتقان الانتقال إلى العصر الرقمي؛
- مع استمرار تطور التطورات التكنولوجية، يحدث الاقتصاد الرقمي تحولات غير مسبوقه في أسواق العمل. فبينما تعزز الأتمتة والذكاء الاصطناعي الابتكار والكفاءة، فإنهما يحلان محل الأدوار التقليدية، مما يثير مخاوف بشأن الأمن الوظيفي وتوزيع الدخل، وقد قدم الاقتصاد الرقمي نماذج عمل مرنة، مثل اقتصاد العمل المؤقت، الذي يتيح فرصا جديدة، ولكنه يواجه أيضا تحديات، مثل انعدام الاستقرار والمزايا.

في ظل هذا المشهد المتغير، أصبح إعادة تأهيل المهارات والتعلم المستمر أكثر أهمية من أي وقت مضى. فالتطور السريع للاقتصاد الرقمي يخلق طلبا على المهارات المتخصصة، ويجب على العمال التكيف للحفاظ على قدرتهم التنافسية. وستكون معالجة هذه التحديات أساسية لضمان أن تتيح التطورات التكنولوجية فرصا متساوية لجميع العمال في سوق العمل المستقبلي.⁽¹⁾

المطلب الثالث: دور الابتكار وريادة الأعمال الرقمية

لقد خلق نمى التقنيات الرقمية في الاقتصاد فرصا جديدة لرواد الأعمال والمؤسسات، وقد فتحت بيئة العالم الرقمي المدعومة بالأجهزة التكنولوجية (مثل الحوسبة المتنقلة) ومنصات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك) طرقا جديدة لإنشاء نماذج أعمال رقمية وقنوات إعلامية جديدة.⁽²⁾

لقد زودت الخصائص الفريدة للتقنيات الرقمية رواد الأعمال والمؤسسات بالعديد من الأدوات التي يمكن استخدامها للابتكار وإنشاء مشاريع جديدة. على سبيل المثال، يسهل الابتكار في تطوير منتجات أو خدمات أو مواقع ويب أو تطبيقات جديدة، بفضل الأنترنت توجد نماذج أعمال رقمية جديدة مثل البيع حسب الطلب، والتسويق بعمولة، والاعلان، والوسائط الرقمية، ستستمر نماذج الأعمال في التطور بسبب المنافسة والتغيرات البيئية.³

¹ -"What is the Role of Technology in Shaping Future Job Markets and Income Distribution", Wautier family office, 14 october 2024, in the <http://wautier.co.uk>.

² -Susana Bernardino, Orlando Rua, José de Freitas Santos, " Entrepreneurship in the age of the digital economy", Revista Galega de Economía, 32(02) Universidade USC, 2023, page 2

³ -Same reference

ريادة الأعمال الرقمية هي ممارسة السعي وراء فرص المشاريع الجديدة التي توفرها الوسائط الجديدة على تقنيات الأنترنت، لذلك يحتاج رواد الأعمال والمؤسسات في الاقتصاد الرقمي إلى أن يكونوا على دراية بفرص السوق لتطوير أفكار ونماذج أعمال جديدة وتوصيل مقترحات القيمة الخاصة بهم إلى العملاء والمستثمرين المحتملين.⁽¹⁾

المطلب الرابع: تجارب دول رائدة في الاقتصاد الرقمي

يشكل الاقتصاد الرقمي محورا استراتيجيا في السياسات التنموية للعديد من الدول المتقدمة والناشئة، حيث نجحت بعض التجارب الدولية في توظيف التكنولوجيا الرقمية لتحفيز النمو الاقتصادي، وتحسين تنافسية التجارة الدولية، وجذب الاستثمارات.

الفرع الأول: تجربة الإمارات العربية المتحدة

لقد كان لدولة الإمارات دور كبير وفعال في التوجه نحو الاقتصاد الرقمي، وفي ما يلي نعرض تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة في هذا الأخير.

تعتمد الحكومة الإماراتية في خططها الاستراتيجية بشكل رئيسي على الاقتصاد الرقمي، لأنه يساهم في خلق فرص حقيقية للاستثمار الأجنبي المباشر، وتنفيذ الإمارات خططا لتعزيز هذا الاقتصاد كتنبي استراتيجية الإمارات للثورة الصناعية الرابعة، كون أحد أهدافها هو تعزيز الأمن الرقمي، الذي يتحقق بتبني سياسات الاقتصاد الرقمي وتقنيات المعاملات الرقمية في المعاملات المالية واستراتيجية الإمارات للتعاملات الرقمية 2021 واستراتيجية دبي للتعاملات الرقمية (البلوك تشين) التي هدفت إلى تطويع التقنيات المتقدمة وتوظيفها لتحويل 50% من التعاملات الحكومية على مستوى الاتحادي إلى منصة بلوك تشين في بداية سنة 2021، كم سعت حكومة من خلال بلوك تشين إلى تحويل دبي إلى مدينة تدار بالكامل بواسطة منصة بلوك تشين ، وذلك من أجل أن تصبح مدينة دبي أسعد مدينة على وجه الأرض، حيث أن استراتيجية بلوك تشين تقدم ثلاث ركائز هي: الحكومة، تأسيس الصناعات والقيادة العالمية.²

وبهذا فإن حكومة الإمارات تتخذ خطوات ملموسة لتأسيس تحول رقمي قوي والاستفادة من الايجابيات والفوائد التي يوفرها التحول الرقمي من خلال إطلاق المبادرات التي تشجع على الابتكار،

¹ - Same reference

² - شرقي يحي، "توجهات دول الخليج نحو الاقتصاد الرقمي -دراسة حالة تجارب بعض دول المنطقة"، مجلة المحاسبة، التدفق والمالية، المجلد 03، العدد 02، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2021/12/31، ص 59.

تعتبر الإمارات من الدول الرائدة في مجال الخدمات الالكترونية حيث أنها تحتل المرتبة 21 عالميا في مؤشر الخدمات وهي بذلك قامت وتقوم ببناء مجتمع إماراتي وعربي ذكي من خلال الرفع من قدراته حيث تعتبر مؤسسة دبي للمستقبل والتي سطرت مبادرة (مليون مبرمج عربي) من أجل النهوض بهذه المجتمعات والالتحاق بالركب العالمي المتقدم، وحققت دولة الإمارات نسبة كبيرة من الحكومة الذكية (التحول لخدمات ذكية)، حيث تم تحويل نحو 96.3% من الخدمات الحكومية الأكثر أهمية وبالباغة 337 خدمة (الخدمات اليومية) إلى خدمة ذكية.⁽¹⁾

ويعتبر قطاع الخدمات الحكومية في الإمارات الأكثر رقمنة في ظل تحول كثير من الجهات الحكومية للخدمات الذكية حيث وصل عددها إلى 41 خلال 730 يوم من بدء تنفيذ المشروع، بهذا تحتل الإمارات المرتبة الأولى عربيا في مؤشر تنمية الاقتصاد الرقمي العربي في 2020 و 17 عالميا في ما يخص مؤشر التنافسية الرقمية لعام 2018 والصادر عن مركز التنافسية العالمي التابع للمعهد الدولي للتنمية الإدارية بمدينة لوان السويسرية ويسهم الاقتصاد الرقمي في الإمارات في النمو الاقتصادي بنسبة 4.3% من الناتج المحلي حيث ينمو بسرعة مقارنة عن الاقتصاد التقليدي، وتظهر الدراسة أن الإماراتين بما نسبته 40% يستخدمون الخدمات الالكترونية أسبوعيا بالإضافة إلى تطور ونمو التجارة الإلكترونية وغيرها مما يعزز من زيادة الاعتماد على الاقتصاد الرقمي.⁽²⁾

الفرع الثاني: تجربة الصين

يمكن تقسيم الاقتصاد الرقمي إلى قسمين: "التصنيع الرقمي" و"الرقمنة الصناعية" حسب هيكله الداخلي في "التصنيف الإحصائي للاقتصاد الرقمي وصناعاته الأساسية" الصادر عن مصلحة الإحصاء الصينية، ينقسم الاقتصاد الرقمي إلى خمس فئات، وهي تصنيع المنتجات الرقمية وخدمة المنتجات الرقمية وتطبيق التكنولوجيا الرقمية والصناعة التي تحركها العوامل الرقمية وتحسين الكفاءة الرقمية، وما إلى ذلك في الوقت الحاضر يظهر الاقتصاد الرقمي الصيني تطورا قويا، حيث تعمل التقنيات الجديدة، مثل البيانات الكبرى والذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية على تعزيز الابتكار باستمرار، ويتم دمجها

¹ - شرقي يحي، مرجع سبق ذكره، ص 59.

² - المرجع نفسه، ص 60.

بشكل متزايد في مختلف مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية. أصبحت الصين بلدا اقتصاديا وقميا كبيرا يتمتع بمزايا نطاق واضحة وتخطيط صناعي رائد. (1)

وفقا للتقديرات الأولية، تجاوز حجم الاقتصاد الرقمي الصيني 45 تريليون يوان (الدولار الأمريكي يساوي 6 ر 6 يوانات) في عام 2021، وهو ما يمثل أكثر من 40% من الناتج المحلي الإجمالي، وسيلعب الاقتصاد الرقمي دورا بارزا بشكل متزايد من الاقتصاد الوطني. في السنوات العشر من عام 2011 إلى عام 2021، زاد الحجم الإجمالي للاقتصاد الرقمي الصيني بمقدار 12 ر 4 مرات، بمعدل نموي سنوي مركب قدره 18%، وأصبح قوة دافعة رئيسية للنمو الاقتصادي المستقر. حتى نهاية عام 2021، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الصين 989 مليوناً، ووصل معدل انتشار الإنترنت إلى 79%، ووصل عدد مستخدمي التسوق عبر الأنترنت إلى 782 مليوناً، وهو ما يمثل 79% من إجمالي مستخدمي الإنترنت. الصين أكبر سوق للبيع بالتجزئة عبر الإنترنت في العالم لمدة تسع سنوات متتالية: ويبلغ متوسط استخدام الدفع عبر الإنترنت 90% تقريبا، يبلغ عدد مستخدمي التعليم عبر الإنترنت 342 مليوناً وعدد المستخدمين الطبيعيين عبر الإنترنت 215 مليوناً، ويصل حجم مستخدمي الفيديو عبر الإنترنت إلى 927 مليوناً، ويبلغ عدد مستخدمي مقاطع الفيديو القصير 873 مليوناً، تم بناء أكبر شبكة للجيل الخامس في العالم، وتم افتتاح أكثر من 718000 محطة قاعدة لشبكات الجيل الخامس. (2)

الفرع الثالث: تجربة قطر

لا يتم التحول إلى الحكومة الرقمية عبر خطوة واحدة ولا عبر جهاز حكومي واحد، وهو ما جعل غالبية حكومات العالم تتأخر عن بلوغ الغاية التامة في رقمنة حكوماتها، فاستخدام المنصات الإلكترونية

1- هشام بن عزة، حمزة جيلالي تومي، "تجارب دولية في تطبيقات التكنولوجيا الناشئة والاقتصاد الرقمي"، مجلة المحاسبة، التدقيق والمالية، المجلد 05، العدد 01، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر، 2024/08/25، ص 11

2- هشام بن عزة، حمزة جيلالي تومي، مرجع سبق ذكره، ص 11

هنا وهناك لإنجاز بعض المهام لا يعني بالضرورة أن عملية التحول قد تمت واكتملت. بل هناك مراحل قد تختلف من دراسة لأخرى. (1)

أولاً: مراحل التحول الرقمي في دولة قطر (2)

✓ **المرحلة الأولى:** هي مرحلة الظهور على شبكة الإنترنت، حيث يتم في هذه المرحلة إنشاء مواقع إلكترونية وإتاحة بعض المعلومات وعرض متطلبات التقديم على بعض الخدمات الحكومية إلكترونياً.
✓ **المرحلة الثانية:** هي مرحلة تمكين المعاملات الإلكترونية وتتطوي هذه المرحلة على تطوير منصات لتوفير بعض الخدمات الإلكترونية للمواطنين والتفاعل مع الأجهزة الحكومية. لكن مما يميز هذه المرحلة أن إتمام المتطلبات لا يتم عبر منصة واحدة وإنما عبر منصات مختلفة لا تجعل الأمر يسيراً على كل مواطن.

✓ **المرحلة الثالثة:** هي مرحلة التكامل الرأسي بين الأنظمة الحكومية، يبدأ في هذه المرحلة الربط بين بعض الأنظمة الحكومية المتقاربة مع بعضها أو التابعة لنفس الجهاز الرئيسي من أجل تقديم خدمة أفضل. ومن أمثلة الخدمات التي تقدم في هذه المرحلة إتمام عمليات الدفع إلكترونياً وتجديد رخص القيادة وملكيات المركبات حيث لا تتطلب هذه الخدمات التواصل مع أجهزة مختلفة كثيراً عن بعضها.

✓ **المرحلة الرابعة:** وهي التكامل الأفقي بين الأنظمة الحكومية، حيث يتم الربط بين أجهزة الحكومة المختلفة، وبالتالي تمكين المعاملات التي تتطلب المرور على أجهزة متعددة تابعة لوزارة مختلفة، مثل خدمة إضافة مولود جديد وإصدار شهادة الميلاد له وبطاقة الهوية وجواز السفر، تجدر الإشارة إلى أن غالبية الحكومات الرقمية لا زالت تتأرجح بين المرحلة الثانية والثالثة ولم تتمكن من تجاوز التحديات وتحقيق تكامل أفقي تام بين أجهزتها المختلفة.

¹ - أحمد نصير، بشير بن موسى، تجربة دولة قطر كنموذج رائد على المستوى العربي في مجال التحول الرقمي "الواقع والتحديات"، أبحاث الملتقى الوطني حول: جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي والإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية رهانات وتحديات تقييم الواقع واستشراف الوقع، ص ص 10، 11.

² - المرجع نفسه، ص 11.

ثانيا: استراتيجية قطر الرقمية 2021-2026⁽¹⁾

تشمل تلك الاستراتيجية ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال الحكومة الرقمية، إضافة إلى مبادرات متخصصة مثل استخدام الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين وخدمات رقمية ذكية وتطبيقات مبتكرة تعمل على تحسين الجوانب المختلفة لحياة الأفراد والشركات، وذلك من خلال حكومة تعتمد على البيانات الضخمة والتحليلات وذكاء الأعمال، ومن خلال تحويل تجربة المستخدمين من خدمات رقمية إلى ذكية لتحقيق متطلبات الجمهور، وإعادة النظر في تجربة المستخدمين بهدف رفع مستوى رضا المستخدمين، وتقليل زيارات مراكز الخدمات من قبل المواطنين والمقيمين.

ان الاستراتيجية الجديدة ستركز أيضا على خدمات للأفراد، والتي ستكون مبنية على البيانات ونظم الذكاء الاصطناعي للتنبؤ باحتياجات العميل الفعلية، فضلا عن نقل البنية التحتية إلى الحوسبة السحابية المحلية.

وكذلك تتضمن التوجيهات الرئيسية للاستراتيجية الجديدة إمكانية توفير المساعدين الرقميين عبر المواقع الحكومية، مثل "شات بوت"، واستخدام التكنولوجيا الناشئة في تقديم الخدمات الإلكترونية، مثل "البلوك تشين"، والزيادة في نشر البيانات الحكومية الذي يساعد على تكوين بيئة متسمة بروح المبادرة الفعالة وتحسين آليات اتخاذ القرار، واخيرا إجراءات تنبؤيه استباقية مبنية على البيانات وهيكلتها ونظم الذكاء الاصطناعي. بالإضافة إلى إنجاز 100% من مشاريع التطبيقات والبنية التحتية، تنفيذ أكثر من 90% من مشاريع الخدمات الحيوية.

¹ - أحمد نصير، بشير بن موسى، مرجع سبق ذكره، ص 11

خاتمة الفصل:

يتضح من خلال هذا الفصل أن الاقتصاد الرقمي لم يعد خيارا بل ضرورة في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة الذي يسهدها العالم. فقد أصبح الاقتصاد الرقمي محركا رئيسيا للنمو، وأداة لتجاوز الحدود التقليدية في الإنتاج والتبادل الاقتصادي.

هذا التحول يتطلب تهيئة بيئة اقتصادية مرنة وقادرة على التكيف، من خلال تعزيز البنية التحتية الرقمية، وتطوير رأس المال البشري، ما يجعل الاقتصاد الرقمي ليس فقط خيارا استراتيجيا بل ضرورة لمواجهة التحديات واغتنام الفرص التي يتيحها العصر الرقمي.

أما على مستوى التأثيرات الاقتصادية، فقد أثبت الاقتصاد الرقمي قدرته على الانتاجية وتحفيز النمو من خلال تسريع العمليات وتحسين الكفاءة، إلى جانب خلق فرص عمل جديدة ترتبط بريادة الأعمال الرقمية والابتكار، وتبرز تجارب عدة دول رائدة ان الاستثمار في التحول الرقمي لا يقتصر على التطور التقني فحسب بل يشمل إعادة هيكلة شاملة للسياسات الاقتصادية والاجتماعية، وهو ما يجعل الاقتصاد الرقمي أداة استراتيجية لتعزيز التنمية والمنافسة العالمية.

الفصل الثاني: الاقتصاد الرقمي والتجارة

الدولية

تمهيد الفصل

المبحث الأول: مفاهيم وتطورات التجارة الدولية

المطلب الأول: تعريف التجارة الدولية وأهميتها

المطلب الثاني: نظريات التجارة الدولية

المطلب الثالث: تأثير العولمة على التجارة الدولية

المبحث الثاني: التحولات التكنولوجية وأثرها في مساهمة

التجارة الدولية

المطلب الأول: التحولات الحديثة في التجارة الدولية بفعل التكنولوجيا

المطلب الثاني: دور المنصات الرقمية في التجارة الدولية

المطلب الثالث: تأثير سلاسل القيمة العالمية في التجارة الدولية

المبحث الثالث: التفاعل بين الاقتصاد الرقمي والتجارة الدولية

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية كآلية جديدة للتبادل الدولي

المطلب الثاني: تأثير الرقمنة على الصادرات والواردات

المطلب الثالث: الإقتصاد الرقمي وتقليص الحواجز التجارية

خاتمة الفصل

تمهيد الفصل:

شهدت التجارة الدولية خلال الفترة الأخيرة تحولات جوهرية بفعل التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية المتسارعة، مما أدى إلى إعادة تشكيل الأسس التي تقوم عليها المبادلات العالمية، فقد أصبحت التجارة الخارجية لا تقتصر على تبادل السلع والخدمات عبر الحدود الجغرافية، بل تجاوزتها لتشمل عمليات أكثر تعقيدا حيث تتأثر بعوامل متعددة أبرزها العولمة والتقدم التكنولوجي.

وقد فرض الاقتصاد الرقمي نفسه كعنصر محوري يعيد تشكيل أنماط التجارة الدولية، حيث يقوم بتوفير أدوات وتقنيات جديدة تسهل عمليات التجارة الدولية، مما يساهم في زيادة حجمها، وتقليل التكاليف، وتوسيع نطاق الوصول إلى الأسواق وذلك من خلال التجارة الالكترونية والمنصات الرقمية وسلاسل القيمة العالمية.

وفي هذا الإطار، يسعى هذا الفصل إلى التطرق لمفاهيم وتطورات التجارة الخارجية وكذا العلاقة بينها وبين الاقتصاد الرقمي، مع تسليط الضوء على واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر، ومدى تأثيره على تجارتها الخارجي، وذلك قصد إبراز الفرص والتحديات التي تطرحها البيئة الرقمية على الصعيد الوطني والدولي.

المبحث الأول: مفاهيم وتطورات التجارة الدولية

تعد التجارة الدولية أحد الركائز الأساسية في بناء الاقتصاديات، حيث تقوم بتعزيز التنافسية، وتوسيع الأسواق، ومع مرور العصور، مرت التجارة الدولية بمراحل متعددة عكست تغيرات البنية الاقتصادية العالمية. فقد لعبت التكنولوجيا الحديثة دورا هاما في إعادة تشكيل التجارة الخارجية، سواء من حيث آليات التبادل أو طبيعة السلع والخدمات المتبادلة.

تطرقنا في هذا المبحث إلى تقديم نظرة شاملة حول مفاهيم التجارة الدولية، وأهميتها الاقتصادية، والتطور النظري الذي شهدته، إضافة إلى دراسة تأثير العولمة على المبادلات التجارية الدولية، مع التوقف عن أبرز التحولات التي طرأت على التجارة الخارجية بفعل الثورة الصناعية.

المطلب الأول: تعريف التجارة الدولية وأهميتها

تلعب التجارة الدولية دور مهم بالنسبة لاقتصاديات الدول، ولها أثر كبير على ميزان مدفوعاتها والدخل الإجمالي لها، وبالتالي على نموها الاقتصادي غير أن الجزائر لا تزال تعاني من ميزانها التجاري، نظرا لضعف صادراتها من جهة وعدم تنوعها من جهة أخرى فهو رهينة تقلبات أسعار النفط في الأسواق الدولية، لذلك عملت الجزائر في السنوات الأخيرة على ترقية تجارتها الدولية والدخول في اقتصاد السوق عن طريق مجموعة من الإصلاحات الاقتصادية بداية من تحرير التجارة الدولية وسن مجموعة من القوانين والتشريعات وإنشاء مؤسسات ترافق وتؤطر عمليات التجارة الدولية وإتباع سياسة تهدف إلى تنويع صادراتها وإعطاء حوافز مالية للمؤسسات والأعوان الاقتصادية التي تنشط في ميدان التجارة الدولية قصد ترقيتها خاصة في قطاع المنتجات غير نفطية.⁽¹⁾

الفرع الأول: تعريف التجارة الدولية

يمكن تعريف التجارة الدولية ببساطة بأنها "عبارة عن تبادل السلع والخدمات بين الدول، وكذلك بين الشركات والأشخاص على المستوى الدولي، كما يمكن على النحو أعمق تعريفها بأنها عبارة عن منظومة

¹ - قرينات سمايل، سفير محمد، "آليات ترقية التجارة الخارجية في الجزائر"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 01، جامعة البويرة، 2023، ص 584.

العلاقات السلعية والنقدية التي تتكون من مجموع التجارة الخارجية لبلدان العالم كافة، ويمكن أن يمارس التجارة الدولية الأشخاص الطبيعيون أو المعنويون وكذلك الحكومات ومختلف الشركات العالمية".⁽¹⁾

كما يمكن التعريف بالتجارة الدولية على أنها عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل.²

الفرع الثاني: أهمية التجارة الدولية

للتجارة الدولية أهمية كبيرة في أي اقتصاد متقدم أو نامي على حد سواء لما لها من دور مهم في تحصيل إيرادات ومداخل للدول من العملة الأجنبية ومن أجل تمويل برامجها التنموية من خلال صادراتها، إضافة إلى كونها تلعب دورا مهما في تسويق فائض انتاج الدول من السلع والخدمات والمواد الأولية وبالتالي فتح أسواق جديدة أمامها، أو من خلال استيراد المواد الأولية أو نصف مصنعة التي تستخدم في العملية الإنتاجية أو المنتجات التامة الموجهة للاستهلاك، وبالتالي فالتجارة الدولية تعتبر عاملا أساسيا في تلبية حاجيات الدول وتكاملها فيما بينها من هذه السلع والخدمات والمواد الأولية.³ وهناك مجموعة من النقاط التي توضح أهمية التجارة الدولية، من بينها:⁴

- تربط التجارة الخارجية الدول والمجتمعات مع بعضها البعض؛
- تساعد في توسيع القدرة التسويقية عن طريق فتح أسواق جديدة أمام منتجات الدولة؛
- تساعد في زيادة رفاهية البلاد عن طريق توسيع قاعدة الاختيارات فيما يخص مجالات الاستهلاك، والاستثمار، وتخصص الموارد الإنتاجية بشكل عام.

¹- ثنية الريح أسامة، معيطي عبد الحق، "دور التجارة الالكترونية في تعزيز حرية التجارة الدولية"، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2022، ص3.

²- خالد أحمد علي محمود، "التجارة الدولية بين الحماية والتحرر والنظرية الحديثة"، الإسكندرية، الدار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة الأولى، 2019، ص11.

³- محمد جلولي، محمد أمين بومدين، نور الدين مزهودة، "أهمية التجارة الخارجية وتأثيرها على النمو الاقتصادي"، مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، العدد 02، الجزائر، 2021، ص123.

⁴- بن أحمد الحاج، "قانون التجارة الدولية"، الجزائر، مركز الكتاب الأكاديمي، 2017، ص12.

المطلب الثاني: نظريات التجارة الدولية

الفرع الأول: النظريات الكلاسيكية

تعد النظريات الكلاسيكية في التجارة الدولية من الأسس النظرية الأولى التي فسرت أسباب تبادل السلع والخدمات بين الدول، وقد ظهرت هذه النظريات في القرنين 18 و19، وارتبطت بتطور الفكر الاقتصادي الكلاسيكي.

1- نظرية دافيد هيوم:

يقوم تفسير "دافيد هيوم" على أن زيادة موجودات الدولة من المعادن الثمينة عن القدر الذي يتناسب مع احتياجات نشاطاتها الاقتصادية يؤدي إلى ارتفاع أسعار السلع فيها أي أكثر ارتفاعا بالمقارنة مع أسعار سلع الدول الأخرى، الأمر الذي ينجم عنه نقص صادراتها وزيادة وارداتها وهو ما يقود في النهاية إلى حصول عجز في ميزاتها التجاري ويترتب عن هذا العجز انسياب الذهب وخروجه من الدولة المعينة إلى الدولة الأخرى، ويحصل العكس في حالة حصول نقص في الذهب لدى الدول بالفقر الذي يقل عن احتياجات النشاطات الاقتصادية مما يؤدي إلى انخفاض أسعار السلع وبالتالي تكون سلعا أرخص سعرا بالقياس إلى أسعار الدول الأخرى، وهذا ما يؤدي إلى زيادة صادراتها ونقص وارداتها، الأمر الذي يقود في النهاية إلى تحقيق فائض في ميزانها التجاري وما يترتب عليه بالنتيجة من تدفق الذهب إليها من الدول الأخرى.⁽¹⁾

بهذا الشكل تمكن "دافيد هيوم" من التوصل إلى اعتماد حرية التجارة بعيدا عن القيود والإجراءات التي تعرقل قيامها وأن عدم وجود هذه القيود هو الذي يضمن الوصول إلى التوازن في التجارة الدولية وهو ما شكل أساس النظرية التجارية الدولية في الفكر الكلاسيكي، ويمكن القول أن الفكرة الأساسية التي جاء بها "دافيد هيوم" هي فكرة التوازن التلقائي كأساس يبرز حرية التجارة وعدم فرض إجراءات تقييد حركتها.⁽²⁾ تعتبر النظرية الكلاسيكية رد فعل للفكر التجاري والذي يفسر التجارة الدولية كنشاط لا يأتي بالنفع على كل البلدان المتبادلة أي أن البلد يربح ما يخسر نظيره، حيث برزت النظرية الكلاسيكية في الربع

¹- سموك نوال، "أثر الانفتاح التجاري على الاقتصاد الرقمي الجزائري دراسة قياسية باستخدام نموذج التوازن العام القابل للحساب"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص اقتصاد كمي، جامعة الجزائر 3، 2019، ص

ص 15، 16

²- المرجع نفسه، ص 16

الأخير من القرن الثامن عشر وأوائل القرن التاسع عشر من أجل الدفاع على حرية التبادل الدولي عكس الفكر التجاري والذي يعتمد على الحصول على فائض في الميزان التجاري وبتدخل الدولة في تحقيق ذلك.⁽¹⁾

2- نظرية آدم سميث:

إن أول اقتصادي كلاسيكي حاول تفسير أسباب قيام التجارة الخارجية بين الدول هو العالم الاقتصادي آدم سميث في كتابه الشهير ثروة الأمم الذي صدر عام 1776 في نيويورك حيث استخدم سميث مفهوم الفرق المطلق في تكاليف الانتاجية بين الدول و ما أصبح يعرف بالميزة المطلقة.⁽²⁾ وقد افترض سميث أن كل دولة يمكن أن تنتج سلعة واحدة على الأقل أو مجموعة من السلع حقيقة أقل مما يستطيع شركاؤها التجاريين، وبالتالي فإن كل دولة ستكسب أكثر فيما إذا اختصت في تلك السلعة التي تتمتع فيها بميزة مطلقة، ومن ثم تقوم بتصدير مثل هذه السلعة وتستورد السلعة الأخرى، وقد اعتبر سميث أن التكلفة، الحقيقية تقاس بمقدار وقت العمل اللازم لإنتاج السلعة وحسب هذا المفهوم فإن السلع ستبادل بعضها وفقا لنسبة ساعات العمل المستخدمة في إنتاجها.⁽³⁾

فمثلا إذا كان يلزم إنتاج وحدة طعام 10 ساعات عمل في حين أن إنتاج وحدة واحدة من الملابس يلزمها 30 ساعة فإن ذلك يعني أن كل 3 وحدات من الطعام تعادل وحدة واحدة من الملابس.⁽⁴⁾ والفرضية الضمنية هنا أن العمل هو العنصر الإنتاجي الوحيد وبالتالي فإن كلفة العمل تقيس كلفة الإنتاج الإجمالية، ومن جهة أخرى فإن ميكانيكية جهاز السوق الحر والمنافسة داخل الاقتصاد ستضمن بقاء معدل تبادل السلع ففي المثال السابق لن نجد أي شخص داخل هذا الاقتصاد سيقوم بعرض أكثر من 3 وحدات من الطعام مقابل وحدة ملابس ذلك لأنه يتحمل كلفة أكثر من 30 ساعة عمل والتي هي كلفة إنتاج وحدة واحدة من الملابس ولنفس السبب أيضا لن نجد شخصا يقبل بأقل من 3 وحدات من الطعام مقابل وحدة ملابس، ولذلك فإن المنافسة السوقية قابلة للعمل للتحرك بين الصناعات أما فب حالة عدم

¹ - سموك نوال، المرجع السابق، ص 16

² - روميساء مرواني، "مؤسسات الصناعات الغذائية وأثرها في ترقية التجارة الخارجية الواقع المأمول"، مذكرة تخرج

لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، 2020، ص 40

³ - المرجع نفسه، ص 80.

⁴ - المرجع نفسه، ص 80.

إمكانية انتقال العمل بسهولة بين الصناعات فإن نظرية التبادل المبنية على قيمة العمل لا تثبت وذلك لاختلاف أجر العمل من صناعة إلى أخرى.⁽¹⁾

ولإيضاح رأي آدم سميث نفترض دولتين إنجلترا والبرتغال وهم ينتجان سلعتين هما القماش والقمح وأن ثمن هاتين السلعتين قبل قيام التجارة الخارجية كان على النحو التالي:

الجدول رقم(03): تكلفة إنتاج القماش والقمح في إنجلترا والبرتغال

السلعة	القمح	القماش	البلد
انجلترا	4 دولارات للوحدة	3 دولارات للوحدة	
البرتغال	2 دولارات للوحدة	6 دولارات للوحدة	

المصدر: روميساء مرواني، "مؤسسات الصناعات الغذائية وأثرها في ترقية التجارة الخارجية الواقع المأمول"، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، 2020، ص 41

- إنجلترا قادرة على إنتاج القماش بتكلفة 3 دولارات بينما البرتغال قادرة على إنتاج 6 دولارات، يعني أن إنجلترا أقل تكلفة ومنه نستنتج أنها تخصص في إنتاج القماش وتصدره إلى البرتغال.
- البرتغال تنتج وحدة القمح بتكلفة أقل من إنجلترا، وبالتالي تملك ميزة مطلقة في إنتاج القمح. ومنه يوضح الجدول التفاوت في التكاليف بين إنجلترا والبرتغال في القماش والقمح، وهو ما يمثل تطبيقاً لنظرية الميزة المطلقة التي صاغها آدم سميث، حيث تتميز إنجلترا بالتخصص في إنتاج القماش، بينما تتميز البرتغال بالتخصص في القمح، وبما أن كل دولة تتخصص في السلعة التي تمتلك فيها ميزة مطلقة، مما يؤدي إلى تبادل تجاري يعود بالفائدة على الطرفين من خلال خفض التكاليف وتحسين الكفاءة الاقتصادية.

3- نظرية دافيد ريكاردو:

تنسب نظرية النفقات النسبية إلى الإنجليزي دافيد ريكاردو، مازالت هذه النظرية تحتل حتى الآن مكاناً بارزاً في تفسير قيام التجارة الدولية الحرة ستخصص كل دولة في إنتاج السلع التي يمكن إنتاجها

¹ - روميساء مرواني، المرجع السابق، ص 80

بنفقات أرخص نسبياً، أي السلع التي لديها ميزة نسبية فيها، وتقوم لاستيراد السلع التي تتمتع دول أخرى بميزة نسبية فيها، فالاختلاف بين الدولتين في النفقة النسبية هو الذي يدعو إلى التبادل. (1)

فالشرط الضروري لقيام التجارة الخارجية والتبادل بين دولتين تنتجان مجموعة من السلع ذاتها هو: اختلاف النفقات النسبية لإنتاج هذه السلع من دولة إلى أخرى وعند توافر هذا الشرط سيكون من مصلحة كل دولة أن تخصص في إنتاج تلك السلع التي تتمتع فيها بنفقة نسبية أقل أي بميزة نسبية أكبر، وذلك مقارنة بالدول أخرى. يعني المقصود بالنفقة النسبية العلاقة أو النسبة التي توجد بين نفقة إنتاج سلعتين في دولة من الدول. (2)

يعني لا تقوم التجارة بين دولتين في حالة التساوي في النفقات النسبية في إنتاج السلع في كل من البلدين، وبذلك لن يكون هناك مجال لقيام التجارة، حيث لن تكون هناك فائدة من التخصص تقسيم العمل فيما بينهما، ويتضح لنا من ذلك في هذه الحالة لن يتحقق ربحاً لأي من الدولتين بالنسبة للتبادل التجاري. (3)

3- الفروض التي تقوم عليها نظرية النفقات النسبية:

تقوم نظرية النفقات النسبية على مجموعة من الفروض الأساسية أهمها هي: (4)

- افتراض أن العنصر الوحيد الذي يقوم عليه الإنتاج هو العمل.
- افتراض وجود دولتين فقط بينها المبادلات، ومعزولة عن بقية دول العالم الآخر .
- افتراض أن التجارة بين الدولتين مقصورة على سلعتين إثنين فقط يمكن إنتاجها في كل منهما، يعني أن تقوم كل دولة من الدولتين بمبادلة سلعتها مباشرة بسلعة الدولة الأخرى دون تدخل النقود في عملية التبادل.

أن قيمة مبادلة أي سلعة من السلع تتحدد بكمية العمل المبذول في إنتاجها.

¹ - مندور شادية السعودي كمال ، "دور التجارة الخارجية على التنمية الاقتصادية في اليابان في الفترة (1950-

1990)، القاهرة، دار النهضة العربية، 2015، ص60.

² - المرجع نفسه، ص60.

³ - مندور شادية السعودي كمال، مرجع سبق ذكره، ص 62.

⁴ - المرجع نفسه، ص61.

ينحصر أثر التجارة الخارجية والتبادل الدولي في إعادة تخصيص الموارد لأن هناك تشغيلًا كاملاً للموارد.

عدم وجود عوائق أو حواجز تؤثر على حرية التجارة.

عدم وجود نفقات للنقل ما بين الدول.

ويوجد عدة اقتراحات أساسية تقوم عليها النفقات النسبية وهي:

وجود دولتين وسلعتين ونوعية من عناصر الإنتاج وحرية التجارة والمنافسة الكاملة والاعتماد على

نظرية القيمة في العمل عند قياس تكلفة إنتاج السلع.

إن عناصر الإنتاج المختلفة (العمل - رأس المال - الأرض) وتتحرك بسهولة من نشاط إلى آخر

على المستوى المحلي، وفقا للقيمة الحدية، ولكن لا يمكن أن تتحرك عناصر الإنتاج من دولة لأخرى.

مثال: لدينا دولتين وهما البرتغال و إنجلترا تنتجان سلعتين هما على التوالي الخمر والقماش، فمن أجل

إنتاج كمية من القماش تخصص إنجلترا لذلك 100 س/ عمل للقيام بهذا العمل خلال مدة تقدر بسنة

بينما البرتغال 90 س/ عمل لنفس الغاية ونفس الشيء من أجل إنتاج نفس الكمية من الخمر، يتوجب

على إنجلترا تخصيص 120 س/ عمل للقيام بهذه العملية بينما يحقق إنتاج ذلك 80 س/ عمل بالبرتغال،

وللتوضيح أكثر نقدم الجدول التالي:

الجدول رقم (04): يمثل تكلفة عنصر العمل بالساعات

	الأقمشة	الخمر	المجموع
إنجلترا	100	120	220 س/ عمل
البرتغال	90	80	170
المجموع	190 س/ عمل	200 س/ عمل	390

المصدر: خالد البادي، "إشكالية الهيمنة من خلال أطروحة التجارة الدولية عند آدم سميث ودافيد

ريكاردو"، المجلد 06، العدد 02، ص 196

فعد مقارنة تكاليف الإنتاج لكلا السلعتين نجد: (1)

- بالنسبة للخمر: $80/120 = 0.66$ بمعنى أن إنتاجية المزارعين في إنجلترا تمثل 66% من إنتاجية الزراعية في البرتغال.

- بالنسبة للأقمشة: $100/90 = 0.9$ وهذا يعني أن إنتاجية الصناعيين في إنجلترا بلغت 90% من إنتاجية الصناعيين في البرتغال.

والنتيجة أن البرتغال تتميز بتفوق نسبي في إنتاج الخمر، بينما إنجلترا لها تفوق نسبي في إنتاج الأقمشة، وهكذا يقترح ريكاردو على كل من الدولتين التخصص في السلعة التي تعرف تفوقا في إنتاجها.

4- نظرية القيم الدولية:

نجد "جون ستيوارت ميل" باستخدام مفهوم أن القيم الدولية لسلع التبادل التجاري الدولي تحدد من خلال (قانون الطلب المتبادل) يعني أن قيم السلع في المبادلات الدولية تتحدد بقوة الطلب بين أطراف التبادل الدولي، أو تحدد بنسب وشروط التبادل الدولي وفقا لطبيعة ومرونة طلب كل دولة على منتجات الدولة الأخرى. (2)

وقد أوضح "جون ستيوارت ميل" أن معدل التبادل الفعلي بين الدولتين يتحدد بعاملين مهمين هما: (3)

- طلب كل منهما على السلعة التي تنتجها الدولة الأخرى.

- يتحدد شرط التبادل على أساس الطلب المتبادل، ومرونة هذا الطلب.

يتوقف التبادل الفعلي لسلعتين ما بين الدولتين على حالة طلب كل من الدولتين على السلعة التي

تنتجها الدولة الأخرى وعلى مرونة الطلب.

قال ستيوارت ميل أن معدل التوازن للتبادل ما بين السلعتين هو المعدل الذي تتساوى عنده القيمة

الكلية لطلب الدولة الأولى من السلعة التي تنتجها الدولة الثانية مع القيمة الكلية لطلب الدولة الثانية من

السلعة التي تنتجها الدولة الأولى أن معدلات تبادل السلعتين بين الدولتين تتحدد بحدين هما: (4)

¹ - خالد البادي، "إشكالية الهيمنة من خلال أطروحة التجارة الدولية عند آدم سميث ودافيد ريكاردو"، المجلد 06، العدد 02، ص 196.

² - مندور شادية السعودي كمال، مرجع سبق ذكره، ص 69.

³ - المرجع نفسه، ص 70.

⁴ - المرجع نفسه، ص 70.

- معدل التبادل الداخلي بين السلعتين في الدولة الأولى.
- معدل التبادل الداخلي بين السلعتين في الدولة الثانية.

إن كل معدل من هذين المعدلين الداخليين يتكون على أساس نفقة إنتاج إحدى السلعتين بالنسبة على نفقة إنتاج السلعة الأخرى في الدولة، وطبقاً لهذه النظرية هناك مكاسب تنتج عند قيام التجارة الدولية، وتوزيع هذه المكاسب بين الدولتين يخضع للعديد من العوامل الاقتصادية والسياسية، يعني كلما اقترب معدل التبادل الدولي كثيراً من معدل التبادل المحلي للدولة كان نصيبها من مكاسب التجارة الدولية قليلاً والعكس صحيح.

واهتمت هذه النظرية بالأسواق الرخيصة ومحاولة التوسع في الخارج باسم الكسب الدولي، فمن حق الدولة الصغيرة أن تتبادل مع الدولة الكبيرة، وفقاً لمعدل التبادل القائم في الدول الأخرى دون أن يؤثر على ذلك المعدل، نظراً لارتفاع مستوى المعيشة في الدول الكبرى، ومدى ضخامة طلبها ولكي يتحقق الاستقرار لمعدل التبادل الدولي فلا بد من وجود تكافؤ بين صادرات وواردات كل من الدولتين.⁽¹⁾

الفرع الثاني: النظريات النيوكلاسيكية

تعد النظريات النيوكلاسيكية امتداداً وتطويراً للفكر الاقتصادي الكلاسيكي، حيث ركزت على تحليل السلوك الفردي وتخصيص الموارد بكفاءة من خلال آليات السوق.

1- نظرية وفرة عوامل الإنتاج:

انتقد هيكشر وأولين وكلاهما من السويد نظرية الميزة النسبية لأنها تعتمد على فرضية كون العمل أساس القيمة وعدم احتساب عناصر الإنتاج الأخرى. وقد تغير الحال في القرن العشرين عندما أدخل هيكشر وأولين في الحساب كافة عناصر الإنتاج وأعطوها جميعاً نفس الأهمية. ونظريتهما لقيت ولا زالت تلقى قبولاً واسعاً إلى الآن. استعمل هيكشر وأولين في تحليلهما عنصرين من عناصر الإنتاج وهما العمل ورأس المال. ووجد أن التكنولوجيا المستخدمة هي التي تحدد النسب التي يمزج بها العنصران. فالسلع المختلفة تحتاج مزيجاً بنسب مختلفة من عنصرَي الإنتاج.⁽²⁾

¹ - مندور شادية السعودي كمال، مرجع سبق ذكره، ص 70.

² - فراس أكرم الراجحي، عبد الرحيم فؤاد الفارس، "مدخل إلى الأعمال الدولية"، عمان، دار المنهل، 2013، ص ص 66،65.

فعلى سبيل المثال، انتاج وحدة واحدة من السلعة (X) يحتاج إلى 4 ساعات عمل ووحدة واحدة من رأس المال. بينما يحتاج إنتاج وحدة واحدة من السلعة (Y) إلى 4 ساعات عمل ووحدين من رأس المال. أي أن إنتاج السلعة (X) يحتاج وحدات عمل أكثر (بنسبة 1:4) مما يحتاجه انتاج وحدة واحدة من السلعة (Y) التي تحتاج عملا إلى رأس المال بنسبة (2:4). وبناء عليه توصف السلعة (X) بأنها كثيفة العمل نسبيا مقارنة بالسلعة (Y). ومن الأمثلة على ذلك صناعة الملابس في الصين فهي نسبيا كثيفة العمل بينما صناعة الالكترونيات والحواسيب هي نسبيا كثيفة رأس المال. وبذلك حسب نظرية نسب عناصر الانتاج فإن كثافة استخدام أحد عناصر الإنتاج يعتمد على التكنولوجيا المستخدمة. ولذلك فإن نفس التكنولوجيا تستخدم في إنتاج نفس السلعة في كافة الدول. وبهذا فهي تختلف عن النظرية الكلاسيكية التي افترضت أن التكنولوجيا أو إنتاجية العمل تختلف من دولة لأخرى.⁽¹⁾

وترى نظرية نسب عناصر الإنتاج أن عناصر الإنتاج هي التي تحدد اختلاف تكاليف إنتاج السلع. وهذه الأسعار يحددها وفرة عناصر الإنتاج لدى الدولة. وترى نظرية نسب عناصر الإنتاج أن عنصري العمل ورأس المال لا يتحركان من دولة إلى أخرى. ولذلك فإن وفرة عناصر الإنتاج في الدولة هي التي تحدد التكاليف النسبية للعمل ورأس المال لدولة مقابل دولة أخرى.⁽²⁾ وهكذا فإن نظرية نسب عناصر الإنتاج تقوم على فرضيتين:⁽³⁾

- عناصر الإنتاج ليست موزعة بين دول العالم بالتساوي، فدول لديها وفرة في بعض العناصر أكثر من الدول الأخرى. فعلى سبيل المثال، الصين لديها وفرة في العمالة وكندا في الموارد الطبيعية والولايات المتحدة في رأس المال، ولذلك فإن العمالة رخيصة في الصين الأخشاب رخيصة في كندا ورأس المال رخيص في الولايات المتحدة.
- تحتاج السلع إلى كميات مختلفة من عناصر الإنتاج، فصناعة الملابس بحاجة إلى العمالة، وصناعة الأخشاب إلى موارد الطبيعية وصناعة السيارات تحتاج إلى رأس المال.

¹- فراس أكرم الرافي، عبد الرحيم فؤاد الفارس، مرجع سبق ذكره، ص 65.

²- المرجع نفسه، ص 65.

³- المرجع نفسه، ص 66.

وانطلاقا مما سبق:(1)

- تتخصص كل دولة في السلعة التي تتوافر لديها عناصر إنتاجها وبالتالي تكون تكلفة إنتاجها أقل و أسعارها أرخص. الصين تتخصص في إنتاج الملابس لأنها تحتاج إلى تكنولوجيا كثيفة العمل، وكندا تتخصص في إنتاج الأخشاب (كثافة الأرض)، الولايات المتحدة تتخصص في إنتاج السيارات ذات كثافة العمل.
- تصدر الدولة السلعة التي تتخصص في إنتاجها وتتوفر عناصر إنتاجها، بينما تستورد كل دولة السلعة التي لا تتوافر لديها عناصر إنتاجها أو لديها عجز فيها.

2- لغز ليونتييف:

ومن أبرز المحاولات التي جرت لاختبار صحة نظرية هيكشر وأولين تلك المحاولة تلك المحاولة التي قام بها ليونتييف. وكان هدفه هو اختبار ما تقضي به النظرية السويدية من أن الولايات المتحدة الأمريكية التي تتمتع بكثافة رأسمالية كبيرة في النشاط الإنتاجي لاقتصادها الوطني وبالتالي تتمتع بميزة نسبية في إنتاج السلع التي يتطلب إنتاجها كمية كبيرة نسبي من رأس المال، وعلى ذلك فمن الضروري طبقا للنظرية أن تتجه الولايات المتحدة الأمريكية إلى تصدير السلع التي تتميز بمعامل رأس المال كثيف وإلى استيراد السلع التي تتميز بمعامل عمل كثيف. وقد قام فيها بتقدير كمية العمل ورأس المال المطلوب لإنتاج ما قيمته مليون دولار من سلع الصادرات والسلع المنافسة للواردات في الولايات المتحدة. واستخدام في التقدير جدول مداخلات ومخرجات للاقتصاد الأمريكي لعام 1947.(2)

وتتلخص النتائج التي توصل إليها الجدول التالي:

¹- فراس أكرم الرافي، عبد الرحيم فؤاد الفارس، مرجع سبق ذكره، ص66

²- عزيزي أحمد عكاشة، سالم عبد العزيز، "الأجهزة والإجراءات المدعمة لتطوير التجارة الخارجية الجزائرية"، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 04، 2017، ص 248

الجدول رقم (05): الاحتياجات من رأس المال والعمل لكل مليون دولار من صادرات الولايات المتحدة والسلع المنافسة للواردات

السلع المنافسة للواردات	الصادرات	لما قيمته مليون دولار من الاحتياجات
3091399	2550780	رأس المال (بالدولار بأسعار 1947)
170004	182313	العمل (بالعامل في السنة)
18	14	رأس المال لكل عامل (ألف دولار)

المصدر: عزيزي أحمد عكاشة، سالم عبد العزيز، "الأجهزة والإجراءات المدعمة لتطوير التجارة الخارجية الجزائرية"، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 04، 2017، ص 248

يتبين من الجدول أن وحدة الصادرات تستخدم كمية رؤاس مال أقل من وحدة السلع المنافسة للواردات. فنستنتج أن صادرات الولايات المتحدة كثيفة العمل وأن السلع المنافسة لواردها كثيفة رأس المال، ولقد ركزت النظرية على جانب العرض ولم تركز على جانب الطلب وتأثيره على نمط التبادل.

الفرع الثالث: النظريات الحديثة

تعتمد النظريات الحديثة في تحليلها لمختلف الظواهر على مدخلين رئيسيين: مدخل جانب الطلب ومدخل جانب العرض.

أولاً: المدخل المرتكز على جانب الطلب

تقول نظرية ليندر، وتدعى نظرية تداخل الطلب، إن هيكل الأولويات هو المحدد الرئيسي لتدفقات التجارة بين البلدان، وهذا يعني أن الشركات في الاقتصاد حريصة على إنتاج السلع الصناعية وفق أفضلويات الطلب في السوق المحلية الذي يتحدد بمستويات الدخل الفردي المرتفع، تتميز بالطلب على السلع المصنعة ذات النوعية المرتفعة، سواء كانت من السلع الاستهلاكية الكمالية أو السلع الرأس مالية المتطورة، بينما تتميز البلدان ذات الدخل الفردي المنخفض بالطلب على السلع المصنعة ذات النوعية المنخفضة من السلع الاستهلاكية الضرورية والسلع الرأسمالية الأقل تطوراً. بناء على ذلك، تقع التجارة الدولية للسلع المصنعة بين البلدان ذات الدخل الفردي المتشابه ضمن المرحلة نفسها من مراحل التنمية الاقتصادية، وتكون ذات هيكل طلب متداخل، ومن المنطق أن من الممكن أن يستخدم تماثل مستويات

الدخل الفردي دليلاً لتشابه هيكل الطلب (تفضيلات المستهلكين) لكل من السلع الاستهلاكية أو الرأسمالية المصنعة، وليولد احتماليو كبيرة للتجارة الثنائية في تلك البلدان.⁽¹⁾

ثانياً: المدخل المرتكز على جانب العرض

✓ **نظرية الفجوة التكنولوجية:** في النصف الثاني من القرن العشرين بعد دراسات ومناقشات واسعة حول أهمية التكنولوجيا والآثار المترتبة على تغييرها، وأثارها في تقسيم العمل الدولي. ومن أهم هذه النظريات نجد نظرية الفجوة التكنولوجية التي تبرز دور التكنولوجيا في خلق المزايا النسبية وتعاملها كعنصر معزز لرأس المال، وتعتبر هذه النظرية أن هناك فجوة تكنولوجية بين الدول، لأنه يتم إنتاج التكنولوجيا وتطويرها في ظل المنافسة الاحتكارية، وعندما تفقد الدولة صاحبة الاختراع الأصلي الميزة النسبية بسبب الاقتباس والتقليد من دولة أخرى، فإنها تكثف من البحث والتطوير للمنتج التكنولوجي، ويعتبر (جونسون-Johnson) و (لاري-Lary) من أبرز مؤيدي هذه النظرية ويطالبان بإعادة تعريف رأس المال ليشمل أيضاً رأس المال البشري.⁽²⁾

✓ **نظرية دورة حياة المنتج:** كانت نظرية دورة حياة المنتج إحدى أهم مخرجات أعمال (caves,1998:15)، والتي جاءت على يد (vernon، 1966)، إذ افترض أن هناك أربع مراحل لدورة حياة المنتج هي (التمهيد، والنمو، والنضوج، والتدهور) وطبقاً لرأي الباحثين، فإن كل من هذه المراحل المختلفة تؤثر في جهود الشركة لتصبح دولية. فمثلاً في مرحلة التمهيد للمنتج ان الشركة والمنتج يعملان محلياً، على الرغم من أن بعض التصدير قد يطرأ أو يحدث لدعم الأهداف الإنتاجية لحجم الاقتصاد. ويتحرك المنتج إلى مرحلة النمو، ويستمر التصدير بزيادة، في حين تتقدم الشركة أيضاً في عملياتها الدولية بالاستثمار المباشر في الدولة الأجنبية.⁽³⁾

وينتقل المنتج إلى مرحلة النمو، مع استمرار التصدير بالزيادة فيما ستقدم الشركة أيضاً إلى عملياتها الدولية مع الاستثمار المباشر في الدول الأجنبية. وينتقل المنتج من مرحلة النمو إلى مرحلة

¹- قاسم أحمد فتحي عبد المجيد، "القدرة التنافسية للأعمال والازدهار الاقتصادي المستدام في البلدان العربية"، الطبعة الأولى، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات للنشر، بيروت، 2022، ص ص 66،67.

²- صلاح زين الدين، "تكنولوجيا المعلومات والتنمية"، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2002، ص ص 69،70.

³- سعد علي العنزي، إيمان عامر حميد الدهان، نور خليل إبراهيم العبيدي، "الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية (منظور عالمي)"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص 33.

النضوج، يتحرك أو تنقل الشركة من مصنعها وتسهيلات الإنتاجية إلى دول ذات كلف عمل منخفضة وتلك المرحلة تمثل مرحلة تشبع المنتج في الأسواق الصناعية المتقدمة الرئيسية.⁽¹⁾

وأما مرحلة التدهور، والتي تمثل المرحلة الأخيرة لحياة المنتج في الدول الصناعية المتقدمة مع استمرار المنتج في بعض الحالات في الدول النامية. وبذلك فإن هذه النظرية تناقش مسألة أن المنتجات والفعاليات المتقدمة تكنولوجيا تتركز في الدول ذات الاقتصاد المتقدم، في حين أن المنتجات الأكثر نضوجا تتمركز في الدول النامية. وتحمل هذه النظرية على ما يبدو بعض المفعول أو التطبيق العملي، ولكنها انتقدت على أنها مقتصرة على نمو الأعمال الدولية، من وجهة نظر الأمريكية.⁽²⁾

المطلب الثالث: تأثير العولمة على التجارة الدولية

مع بداية القرن العشرين شهد العالم تحولات عميقة نتيجة موجة العولمة التي مست مختلف المجالات، وعلى رأسها المجال الاقتصادي. وقد ظهرت العولمة بسبب التقدم في التكنولوجيا، وقد وجدت تفاعلا لأنها تؤدي إلى نمو التجارة الدولية.

✓ الآثار الإيجابية:⁽³⁾

- يؤدي تحرير التجارة الدولية إلى زيادة حجم وحركة المبادلات الدولية وبالتالي زيادة حجم الإنتاج القومي في معظم الدول وبالذات في الدول المتقدمة ولذلك فإن زيادة النشاط الاقتصادي في الدول المتقدمة يعد من أهم عوامل الإقبال والطلب على الاستيراد من الدول النامية؛
- يؤدي إلى تخفيض الضرائب الجمركية على السلع الأساسية في مستلزمات الإنتاج وما في حكمها إلى تخفيض تكلفة الإنتاج المحلي في الدول النامية وزيادة الإنتاج فيها؛
- تطوير الصناعة والزراعة والخدمات الإنتاجية على مستوى جميع مناطق العالم امتصاصا للفوارق القائمة وتوحيداً وتطبيقاً لنظم الإنتاج والتسويق والتمويل التي تثبت بالفعل نجاحها؛

¹- سعد علي العنزي، مرجع سابق، ص33.

²- المرجع نفسه، ص33.

³- عثمان سمير عثمان، "الاتجاهات الجديدة للتجارة الدولية في ظل العولمة الاقتصادية"، المجلة العالمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد08، العدد 01، جامعة قناة السويس، 2017، ص ص 792،793.

- تحويل العالم كله إلى سوق مفتوحة بدون عقبات أو حواجز على مستوى الإنتاج والتوزيع وفتح باب المنافسة بين الشركات والمؤسسات الاقتصادية على مستوى العالم كله وسيادة اقتصاد السوق على الاقتصاد العالمي؛
- تزايد أهمية الثورة العلمية والتكنولوجية وبالذات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باعتبارها أهم قوى الدفع للعولمة الاقتصادية.
- ✓ الآثار السلبية: (1)
- انخفاض الميزانية العامة في الدول التي تطبق نظام العولمة في تجارتها الدولية نظرا لتأثير تجارتها الداخلية بالتجارة العالمية، والتي فيها يتم إلغاء التعريف الجمركية على السلع المستوردة، والتي تعتبر مصدرا للدخل في بعض الدول ذات النمو الاقتصادي الضعيف فتصبح تلك الدول غير مستفيدة من نظام العولمة لا سيما إذا كانت وارداتها أكثر من صادراتها؛
- من الآثار السلبية أيضا لتطبيق نظام العولمة التجارية الدولية هو إحداث تنافس في الصناعات لبعض السلع والخدمات وترك الأخرى وخاصة في كل ما كان الدخل و الإقبال عليه أكثر فيرتفع معدل التنافس على الصناعات بمختلفها في هذه الدول مع الدول المتقدمة، والتي يؤدي بذلك إلى كساد تجارة بعض الدول والقضاء عليها لمصلحة دول أخرى مستفيدة وربحة من هذا النظام؛
- قد يترتب على نظام العولمة ارتفاع تكاليف السلع المصدرة حيث زيادة في مصاريف الشحن والحماية، وذلك يترتب عليه تأثير على النمو الاقتصادي لهذه الدول بسبب التنافس العالمي ولا شك أن نظام العولمة يترتب على انخفاض مساهمة التجارة في بعض الدول وزيادته في الدول الأخرى التي تزداد فيها التجارة العالمية؛
- وفي النهاية تعد العولمة هي مجرد أداة يمكن استخدامها لإحداث تغيير اقتصاد الدول وهذا التغيير قد يترتب عليه آثار إيجابية وسلبية، ويتم قياس هذا الأمر بمدى قدرة هذه العولمة على قدرة الدولة الشرائية، وعلى الأسعار التي تدفعها من اقتصادها ومدى تأثيرها على النمو الاقتصادي.

¹ - "تأثير العولمة على التجارة"، economtrek، 2025/04/09، على الرابط <http://eonomtrek.com>، تم الاطلاع عليه في: 2025/05/31.

المبحث الثاني: التحولات التكنولوجية ومساهمتها في تطوير التجارة الدولية

شهدت التجارة الدولية خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة نتيجة لتغيرات متعددة مست جوانب الاقتصاد العالمي، بفعل تسارع وتيرة العولمة وتوسع سلاسل القيمة العالمية إضافة إلى التطورات التكنولوجية.

ولم تعد التجارة الدولية مجرد تبادل تقليدي للسلع والخدمات، بل أصبحت تتأثر بمجموعة من العوامل والتحولات، فقد أدت هذه التحولات إلى إعادة تشكيل التجارة العالمية، حيث برزت قوى اقتصادية جديدة، وتزايد الاعتماد على المنصات الرقمية وتعمق الترابط بين الأسواق، مما فرض على الدول والشركات ضرورة التكيف مع بيئة تجارية متغيرة باستمرار.

المطلب الأول: التحولات الحديثة في التجارة الدولية بفعل التكنولوجيا

التكنولوجيا والرقمنة تجعلان التجارة أسرع وأرخص تكلفة وأسهل وأكثر قابلية للتنبؤ بها، والأتمتة تجعل الأمور أكثر كفاءة على الحدود والموانئ.⁽¹⁾

الفرع الأول: الثورة التكنولوجية والمعلوماتية:

يشهد العالم حالياً ثورة عالمية جديدة في المعلوماتية والاتصالات والمواصلات والتكنولوجيا، هذه الثورة عمقت عولمة جوانب الحياة الاقتصادية من حركة السلع ورؤوس الأموال والخدمات واليد العاملة المؤهلة (الأدمغة)، كما غيرت أنماط وأساليب التخصص والتقسيم الدولي للعمل. ويمكن إنجاز أهم عناصرها في الآتي:

✓ **تطور وسائل النقل والمواصلات:** حيث يتوفر العالم اليوم على وسائل مواصلات متنوعة، وجد متطورة وسريعة، وذات قدرات شحن كبيرة. فإذا أخذنا على سبيل المثال النقل البحري والذي يعتبر وسيلة النقل الأكثر استخداماً في التبادلات الدولية بضمانه لنقل ثلاثة أرباع المنتجات المتبادلة دولياً، فقد سجلت هذه الوسيلة تطورات كبيرة خلال فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية.

إن الزيادة في حجم السفن البحرية وظهور ما يسمى بالبوارج، والتي تملك القدرة على نقل كميات ضخمة من المنتجات، بالإضافة إلى ظهور أصناف عديدة من السفن والبوارج المتخصصة في شحن ونقل بضائع محددة، مثل البوارج الخاصة بنقل الحاويات وكذلك تلك المتخصصة في نقل المواد الطاقوية

¹ - البنك الدولي، "كيف يشكل الابتكار ثورة في التجارة العالمية"، 2023، المتاح على

الموقع: <http://www.albankaldawali>، تم الاطلاع عليه في 2025/05/31

كالبتترول والغاز ... كل هذه التطورات في وسائل النقل والمواصلات ساهمت بطريقة مباشرة في زيادة حجم المبادلات التجارية الدولية.

✓ **ثورة الاتصالات والمعلوماتية:** أصبح لهذه الثورة دورا محوريا في تشكيل النظام الاقتصادي العالمي الجديد، حيث ترتب عنها في احتلال المعرفة والمعلومات الأهمية النسبية الأولى في عملية الإنتاج. كما انعكست في ظهور أنماط جديدة لتقسيم العمل الدولي.

كما أنها نتيجة للثورة في عالم الاتصالات وما ترتب عنها من ثورة في التسويق، فقد أصبح أمرا حتميا لضمان الاستمرار، التوجه إلى تكوين التكتلات الاقتصادية والاندماج الاقتصادي و الإقليمي، بل وقيام التحالفات الاستراتيجية بين الشركات المتعددة الجنسيات التي تلعب دورا متزايدا في هذا المجال.⁽¹⁾

✓ **التقسيم الدولي الجديد للعمل:** كانت الصورة التقليدية لتقسيم العمل الدولي تتمثل في تخصص بعض الدول في المواد الأولية والسلع، وتخصص بلاد أخرى في المنتجات الصناعية، وكان الافتراض أن البلاد النامية تتمتع بميزة نسبية في النوع الأول بينما تتمتع البلاد المتقدمة بميزة نسبية في السلع الصناعية.

لكن ما أحدثته الثورة التكنولوجية جعل المسألة ليست مجرد تحول الميزات النسبية في السلع الصناعية إلى بعض البلاد النامية، بل أتاح إمكانيات جديدة للتخصص، فظهر تقسيم العمل بين البلاد المختلفة في نفس السلعة، وأصبح من المألوف، بل الغالب بالنسبة لعدد كبير من السلع الاستهلاكية والآلات والمعدات، أن تظهر نفس السلعة في قائمة الصادرات والواردات لنفس البلد، وهذا ما يعرف بتقسيم العمل داخل الصناعة الواحدة.

• **الاعتماد الاقتصادي المتبادل وتزايد دور الشركات متعددة الجنسيات:**

لعل وجود الثورة التكنولوجية والمعلوماتية مع تزايد حرية انتقال السلع ورؤوس الأموال الدولية، قد يساعد بشكل واضح على الترابط والتشابك بين أجزاء العالم وتأكيد عالمية الأسواق.

✓ **الاعتماد الاقتصادي المتبادل:** يتجه النظام الاقتصادي العالمي الجديد إلى إسقاط حاجز المسافات بين الدول والقارات مع ما يعنيه من تزايد احتمالات وإمكانيات التأثير والتأثر المتبادلين، وإيجاد نوع

¹ - خديجة عبيد، "دور الاقتصاد الرقمي في إعادة هيكلة التجارة الدولية في ظل تحديات التنمية المستدامة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2014، ص ص 99، 100.

جديد من تقسيم العمل الدولي الذي يتم بمقتضاه توزيع العملية الإنتاجية الصناعية بين أكثر من دولة بحيث يتم تصنيع مكونات أي منتج نهائي في أكثر من مكان واحد.

تشير هذه الاتجاهات إلى أنها لم تعد الركيزة الأساسية للقوة والتفوق الاقتصادي هي الموارد الطبيعية، بل أصبحت تتجلى في امتلاك الميزة أو القدرة التنافسية في المجال الدولي، والتي تدور حول التكلفة، السعر، الإنتاجية، الجودة وهذا ما عمق الاتجاه نحو الاعتماد المتبادل.

✓ **تزايد دور الشركات متعددة الجنسيات:** لقد أصبح الاقتصاد العالمي يتركز في نطاق مجموعة من الشركات التكنولوجية والتجارية والمالية والشركات متعددة الجنسيات. ونظرا لدوره الجوهري وأثرها على النظام الاقتصادي الجديد، فقد تمت دراسة أنشطتها من خلال العديد من النظريات، منها تلك التي تعمقت في علاقتها والتبادل الدولي، أين أدخلت الشركات متعددة الجنسيات في نماذج تسمح لها أن تقوم بالاختيار بين التصدير إلى أسواق الخارجي أو الإنتاج في السوق الخارجي، حيث تعتمد هذه النماذج على التنافس غير العادل.

فأصبحت هذه الشركات عالمية النشاط، وعابرة للقارات أو القوميات أحد السمات الأساسية للنظام الاقتصادي العالمي الجديد، من خلال ما يصاحب نشاطها في شكل استثمارات مباشرة، من نقل التكنولوجيا، وخبرات تسويقية وإدارية. ومن ناحية أخرى يلاحظ أن هناك العديد من المؤشرات الأخرى الدالة على تعاظم دور هذه الشركات في تشكيل وتكوين الاقتصاد العالمي الجديد.⁽¹⁾

المطلب الثاني: دور المنصات الرقمية في التجارة الدولية

الفرع الأول: تعريف المنصات الرقمية

تعد المنصات الرقمية من التطبيقات التكنولوجية الحديثة بواسطتها يتم نقل المحتوى باستخدام وسائل اتصال متنوعة لتوصيل محتوى أو معلومة وتتم إتاحة المحتوى في أي وقت وفي أي مكان دون تقييد، تبرز أهمية المنصات الرقمية في النقاط التالية:⁽²⁾

- تسمح بتوفير المحتوى في وضعين حيث تسمح بتوفير المحتوى للمستهلكين والتعاون مما يوفر قاعدة انطلاقاً لأفكار جديدة والمساهمة في تطوير المهارات الرقمية؛

¹ - خديجة عبيد، المرجع السابق، ص 102.

² - وفاء حرمة، سيف الدين تلي، " واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية منصة أمازون الرقمية نموذجا"، مجلة المدبر، المجلد 09، عدد خاص، جامعة أمين العقال الحاج موسى تمناست (الجزائر)، 2022، ص ص 44، 45.

- إزالة الحواجز والعوائق أمام التواصل وتعزيز التفاعلات الاجتماعية؛
- تمكن المؤسسات أو المنظمات من الوصول إلى جمهور عريض؛
- انخفاض التكاليف والاحتياجات من الموارد وسهولة الاستخدام والمرونة وتحسين الاتساق في توصيل المحتوى؛
- التحديث الفوري وضمان الاتساق في الأحداث؛
- فتح قنوات للحوار بين المطورين والجمهور بما يسمح بتقديم فرص أكثر للابتكار والتغيير من قبل هؤلاء المطورين؛
- إمكانية الوصول إليها فالمنصات تسمح للمستخدمين بالوصول إلى محتوى في أي وقت ومن أي مكان.

الفرع الثاني: مساهمة المنصات الرقمية في التجارة الدولية

- **سهولة الدفع والشحن:** توفر منصات التجارة الإلكترونية مجموعة متنوعة من خيارات الدفع مثل الدفع عند الاستلام، أو الدفع الإلكتروني مثل PayPal وغيرها، كما توفر هذه المنصات خدمات شحن سريعة وفعالة تتيح للمستهلكين استلام المنتجات في وقت قصير، هذا يزيد من سهولة إجراءات المعاملات ويحفز العملاء الشراء بشكل أسرع وأكثر راحة.⁽¹⁾
- **توسيع الوصول إلى الأسواق الدولية:** يعد التطور التكنولوجي في التجارة الدولية المحرك الرئيسي للتطور الاقتصادي العالمي، حيث يلعب دورا جوهريا في تعزيز الكفاءة وتوسيع الأسواق وتقريب المسافات بين الدول، حيث أن بفضل التكنولوجيا الحديثة، أصبحت الشركات قادرة على تحسين سلاسل التوريد ورفع مستوى التنافسية، مما يفتح آفاقا جديدة للنمو ويعزز الترابط بين الاقتصاديات العالمية.
- **اكتشاف المنتجات والموردين:** تمثل منصات التجارة الدولية أداة أساسية لتسهيل اكتشاف المنتجات والموردين، وتعزيز الكفاءة في العمليات التجارية. ومن بين هذه المنصات، تبرز شركة "تبادل" للتجارة

¹ - المعهد العالي للعلوم، "التجارة الإلكترونية في العالم الرقمي الجديد: فرص وتحديات"، المتاح عبر الرابط:

http://his.edu.dz، بتاريخ: 2025/06/01

الدولية كأحد أفضل الخيارات المتاحة، حيث توفر حلولاً متكاملة تربط بين المشتري والموردين، مما يسهل عملية التواصل ويعزز من كفاءة وسلاسة التبادل التجاري.⁽¹⁾

المطلب الثالث: تأثير سلاسل القيمة العالمية في التجارة الدولية

أولاً: تعريف سلاسل القيمة العالمية

هي سلسلة من المراحل في إنتاج منتج أو خدمة للبيع للمستهلكين بحيث كل مرحلة تضيف قيمة، وتكون هناك مرحلتان على الأقل في بلدان مختلفة. كما تشير سلسلة القيمة العالمية إلى جميع الأنشطة التي تقوم بها الشركات لتقديم منتج إلى السوق، من الفكرة إلى الاستخدام النهائي. تتراوح هذه الأنشطة بين الإنتاج والتسويق والخدمات اللوجستية والتوزيع. يتم تنفيذها إما من قبل نفس الشركة أو يتم توزيعها على عدة مشاركين.⁽²⁾

- المنصات الرقمية وأسواق التجارة الإلكترونية مثل: Alibaba, Amazon, eBay توفر قاعدة ضخمة مدمجة من إمكانيات العملاء والطرق الفعالة للتسويق لهؤلاء العملاء بشكل مباشر وإطلاق منتجات جديدة. مع أن حركة التجارة الإلكترونية العالمية للبيع بالتجزئة تزايدت بشكل كبير والسبب في ذلك أزمة كوفيد-19، فقد هذه الأسواق الرقمية أهمية كبيرة. علاوة على ذلك، تتيح وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية إمكانية الدخول للمشاريع الدولية صغيرة ومتوسطة الحجم وربطها مع العملاء العالميين بطرق اقتصادية.⁽³⁾

ثانياً: مساهمة سلاسل القيمة العالمية في التجارة العالمية

شهد الاقتصاد العالمي بعد الحرب العالمية الثانية نمو التجارة العالمية، والدخل على نحو غير مسبوق، نظراً للانخفاض الحاد في تكاليف الوصول إلى المعلومات والاتصالات والتغير التكنولوجي الذي سمح بمزيد من تجزؤ عملية الإنتاج في عصر سلاسل القيمة.

¹ -SKYLINE EXPORT, "The Latest Innovations and Technological Developments in International Trade", in the <http://skylineexport.com.tr>

² -حراق سمية، لطرش ذهبية، "التمويل الرقمي كآلية لتعزيز التجارة وسلاسل القيمة العالمية"، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 15، العدد 03، مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، الجزائر، 2021، ص 315

³ -يا دونغ لو، ساتيش نامبيسان، "الشركة العالمية في العصر الرقمي: مجارة الاستراتيجيات الرقمية الجديدة في عالم الأعمال"، ترجمة: صفوان الشويطر، الطبعة الأولى، شركة رف للنشر، الرياض (المملكة السعودية)، 2022.

فلقد توسعت التجارة الدولية بوتيرة سريعة بعد عام 1990، مدفوعة بظهور سلاسل القيمة العالمية، والتي أصبحت تشكل حاليا 50% من حجم التجارة العالمية، إلا أن نشاط هذه الأخيرة قد شهد تراجعا من حيث الآثار الاقتصادية خلال السنوات الأخيرة وخاصة بعد الأزمة المالية العالمية، وذلك بعد معدلات النمو المسجلة خلال الفترة (1990-2007)، ويرجع هذا التراجع في معدلات نمو التجارة سلاسل القيمة العالمية إلى التباطؤ الذي شهده أداء الاقتصاد العالمي والتجارة العالمية بشكل عام، فيما تأثر نموها مؤخرا جراء حالة عدم اليقين التي خلقتها التوترات التجارية بين الولايات المتحدة والصين، وأدت إلى تأجيل خطط الاستثمار وزادت من العوائق أمام حرية التجارة الدولية، الأمر الذي قد يؤثر مستقبلا على تطور سلاسل القيمة العالمية من خلال إعادة العمليات القائمة على هذه السلاسل إلى بلدانها الأصلية أو تحويلها إلى مواقع جديدة، حيث أدت هذه التوترات إلى حدوث اضطرابات حادة في سلاسل القيمة العالمية، خاصة في المنتجات التي تدخل بصورة مكثفة في التجارة ما بين البلدين كالمعدات التقنية والسيارات. (1)

بالإضافة إلى هذا فإن تأثير وباء كورونا على سلاسل التوريد العالمية على المدى القصير كان مجرد تأخير تسليم الطلبات وتقليل حجم الإنتاج. إلا أن تأثيره طويل الأمد يمكن أن يؤدي إلى تغيرات عميقة في هياكل وعلاقات سلاسل التوريد، فالهيكل وعلاقات سلاسل التوريد، فالهيكل المستقبلي لسلاسل التوريد العالمية يعتمد بشكل رئيسي على دور الوباء في تسريع تبني اتجاهين رئيسيين انطلاقا بالفعل منذ عدة سنوات.

وعلى الرغم من أن البعض يعتقد أن سلاسل القيمة العالمية تمثل علاقة بين شمال (الدول المتقدمة) والجنوب (الدول النامية) إلا أن المعطيات تؤكد على أن الدول النامية تندمج أكثر فاكثرا في الإنتاج الدولي، وهو ما يعمل على تشجيع التجارة جنوب- جنوب.

فقد فاق معدل النمو في التجارة بين بلدان الجنوب معدل نمو الصادرات العالمية في جميع المناطق النامية في الفترة (2000-2012) وبقي في مستويات جد مرتفعة في السنوات الموالية كمل أنها كانت تمثل 57% من صادرات الدول النامية 2012 مقابل 40% عام 2000، وهو ما كان يعادل ربع صادرات العالم.

¹ - بركان أنيسة، دراج عفيفة، "سلاسل القيمة العالمية وانعكاساتها على التجارة الدولية في ظل المستجدات المعاصرة"، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 13، العدد 2، مخبر التنمية الاقتصادية والبشرية في الجزائر، 2022، ص 159.

ويرجع النمو القوي في التجارة بين بلدان الجنوب لاسيما التجارة بين بلدان المنطقة الواحدة إلى حد بعيد إلى زياد التبادل التجاري في نطاق سلاسل القيمة العالمية، حيث أن حصة كبيرة من التجارة بين بلدان الجنوب تعكس عمليات الإنتاج لاسيما في فئات منتجة محددة كالمعدات الإلكترونية ومعدات الاتصال والتي يتاجر بها من بلدان شرق آسيا وإليها وفيما بينها، وقد ساعد المستوى الاستيرادي المرتفع لصادرات آسيا تجارة داخل المنطقة الواحدة وفي نطاق صناعة واحدة في منطقة آسيا، جعلت من هذه المنطقة مركز إنتاج رئيسي يورد السلع الاستهلاكية ولا سيما في الاسواق البلدان المتقدمة.⁽¹⁾

المبحث الثالث: التفاعل بين الاقتصاد الرقمي والتجارة الدولية

شهد العالم في الفترة الأخيرة تطورا تكنولوجيا متسارع أسهم في بروز نمط اقتصادي جديد يعرف بالاقتصاد الرقمي، والذي أصبح يشكل أحد أبرز ملامح الاقتصاد العالمي المعاصر. والعلاقة بين الاقتصاد الرقمي والتجارة الدولية تتجسد في تحول التجارة التقليدية إلى تجارة إلكترونية، مما يتيح فرصا جديدة للتوسع في الأسواق العالمية ويخفض تكاليف المعاملات. فالاقتصاد الرقمي يغير مفاهيم التجارة الدولية من خلال تسهيل عمليات التبادل التجاري وتوفير أدوات جديدة للتسويق والمبيعات. ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى أبرز هذا التفاعل من خلال دراسة التأثيرات المتبادلة بين الرقمنة والتجارة الدولية، وتحديد الفرص التي يقدمها الاقتصاد الرقمي وذلك بتقليص الحواجز التجارية، وفي الأخير دور المنصات الرقمية في التجارة الدولية.

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية كآلية جديدة للتبادل الدولي

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية:

تعرف التجارة الإلكترونية بأنها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر الشبكات الكمبيوترية أو عبر أي وسيلة تقنية، ومن وجهة نظر الأعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعلومات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة. أما في مجال الخدمات تعرف التجارة الإلكترونية بأنها أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصال الخدمة.

¹ - بركان أنيسة، دراج عفيفة، مرجع سبق ذكره، ص 160.

وأخيرا فإن عالم الأنترنت يعرفها بالتجارة التي تفتح المجال من أجل بيع و شراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الأنترنت.⁽¹⁾

الفرع الثاني: آليات التجارة الإلكترونية في تطوير التنافسية العالمية:

أدت التجارة الإلكترونية إلى إزالة القيود وتخطت الحدود الجغرافية، ما أسهم ذلك في دعم تنافسية اقتصاديات الدول من خلال الدور الذي تؤديه وسنوضحه من خلال ما يلي:⁽²⁾

1- **توسيع نطاق السوق:** حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي، وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الأنترنت تجعل المنتجات متاحة لأكثر عدد ممكن من المستهلكين وهذا يتيح حتى للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية، الأمر الذي يمنح فرصة أكبر للمستهلك للاختيار من بين المنتجات المعروضة، وبالتالي الرفع من قدرات الدولة على المنافسة في الأسواق العالمية.

2- **انخفاض تكاليف العمليات التجارية الدولية:** تتمثل في تكاليف الصفقات التجارية الدولية في جمع المعلومات، والتفاوض وأتعاب السمسرة، وعمولات المبيعات، والإجراءات الإدارية وغيرها، جزء مهما في سعر المنتج. وتؤدي التجارة الإلكترونية دورا بارزا في تخفيض هذه التكاليف من خلال تحسين تدفق المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال، وكذلك انخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين المحتملين، والبائعين في السوق، ما يدعم توجهات الدول نحو التجارة الإلكترونية وذلك لتبنيها المعلومة التي تسهم في الرفع من قدراتها التنافسية.

3- **السرعة في تقديم الخدمات:** إن القطاعات الاقتصادية تتطلب وسائل اتصال حديثة لتسهيل مهام التبادل التجاري والصناعي والخدمي، ولتحقيق التواصل بين المتعاملين خارج الدولة فإن شبكات المعلومات وتحديد الأنترنت مثلت بيئة جديدة للاستثمار في المشاريع التجارية ومشاريع تقديم الخدمات، فهي تمكن من توفير ما يرغب به الزبائن من منتجات بسعر منافس وبشروط بيع مناسبة، مما يعمل على تنمية حجم السوق، على شبكة مفتوحة أربعة وعشرون ساعة، مع إلغاء الحدود

¹ - محمد الفاتح محمود الغري، "التجارة الإلكترونية"، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 104.

² - وفاء حرمة، محمد معطالله، سيف الدين تلي، "التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية"، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 19، العدد 1، جامعة تامنغست (الجزائر)، 2024، ص ص 106، 107.

وتقليل المسافات هذا بدوره يساهم أكثر في تقديم خصائص للدولة ومؤسساتها للقدرة على المنافسة في الأسواق العالمية.

4- **وضوح البيئة التشريعية للتجارة الإلكترونية:** من الضروري وجود بيئة تشريعية في مجال التجارة الإلكترونية تبرز الضوابط القانونية والمبادئ الأساسية الموجهة نحو تنظيم التعاملات التجارية ذات الطبيعة الإلكترونية، لتيسير استخدام التقنيات العصرية وإرساء عصري الأمن والحماية في نفوس المتعاملين خاصة الزبائن مما يعزز كسب ثقتهم وشعورهم بمصداقية التعاملات الإلكترونية وبالتالي جذبهم وهو الهدف المنشود لأي دولة وهذا ما يعمل على زيادة قدرتها التنافسية.

5- **وجود الكفاءات البشرية المؤهلة:** في ظل التحولات البيئية التنافسية، على الدول إدراك أن العامل الإنتاجي الأساسي الذي يمكن أن يوفر لها الميزة التنافسية والمتواصلة هم كفاءاتها البشرية ذات المعرفة والمهارات العالية، وهو السبيل لخلق قيمة للدولة والتي يمكن أن تأخذ عدة أشكال منها: تخفيض التكلفة، تحسين الإنتاجية، تراكم الأرباح كنتيجة لتسويق المنتجات والخدمات، الاستحواذ على حصة سوقية معتبرة، زيادة ولاء العميل من خلال إرضاءه وتحقيق تطلعاته، وهي كلها أساليب لضمان الاستمرار والنمو والتفوق على المنافسين وبالتالي تحقيق تنافسية مستدامة.)

المطلب الثاني: تأثير الرقمنة على الصادرات والواردات

يعد التحول الرقمي من أبرز ملامح الاقتصاد المعاصر، إذ أصبحت التكنولوجيا الرقمية تلعب دورا محوريا في تسهيل المعاملات التجارية الدولية.

الفرع الأول: تأثير الرقمنة على الصادرات

الرقمنة تزيد من عدد الشركات المصدرة، لأن زيادة الصادرات تؤدي إلى تحسين ميزان المدفوعات، وزيادة العمالة المحلية، وزيادة الإيرادات الضريبية. يشجع مديري الشركات التصدير لأنه طريقة غير مكلفة نسبيا لتوسيع المبيعات، وزيادة قاعدة العملاء وربما تحسين الأرباح.

في حين أن الرقمنة تبشر بفتح العالم أمام جميع الشركات، إلا أن الواقع يبدو مختلفا تماما، فعلى الرغم من أن الرقمنة قد قللت من بعض حواجز التصدير، مما قلل من تكاليف وتعقيد التعامل في الأسواق الأجنبية من خلال كونها مكملة لمنصة رقمية راسخة مثل أمازون وعلي بابا، مما يجعل المدفوعات أسهل من خلال الأنظمة عبر الأنترنت مثل باي بال، ويسهل الاتصالات والترجمات الدولية. ومع ذلك فقد خلقت الرقمنة أيضا بعض الحواجز الإضافية للشركات التي ترغب في التدويل (مايو

وآخرون 2023). على سبيل المثال، أدت الرقمنة إلى زيادة المنافسة مع دخول المزيد من الشركات إلى الأسواق الأجنبية، والحوافز المتعلقة بخصوصية معلومات العملاء، وحماية حقوق العملاء.

تشير الدراسات الحديثة إلى أن الرقمنة قد سهلت إنشاء قنوات مبيعات وتوزيع دولية جديدة، وقد أظهرت أن المنصات الرقمية تساعد الشركات على التوسع دولياً، بما في ذلك التصدير، فقد تساعد هذه القنوات الغير تقليدية في تحسين أداء التصدير، إلى جانب توفير طرق جديدة لدخول الأسواق الخارجية، توفر التقنيات الرقمية فرصاً جديدة لشركات التصدير لجمع معلومات حول عملائها، واكتساب رؤيا حوال التغييرات المحتملة في المنتجات أو الخدمات المقدمة، وتخصيص اتصالات العملاء.⁽¹⁾

الفرع الثاني: تأثير الرقمنة على الواردات

1- رقمنة الإجراءات الجمركية: تستمر الجمارك في تطوير وتحسين أساليب وجودة العمل الجمركي والسمو بها إلى مستويات ترقى إلى المعايير الدولية، من خلال استغلال أفضل الممارسات لبعض البلدان الرائدة فيما يتعلق بمعالجة البيانات وأنظمة المعلومات، وتعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومواجهة المعوقات التي قد تواجهها، حيث قدمت نموذجاً في التحول الرقمي عبر إطلاق نظام معلوماتي جيد أكثر كفاءة، ومجهز بأدوات إدارة المخاطر ومنصة لتبادل البيانات والوثائق الإلكترونية بين مختلف أصحاب المصلحة في سلسلة التجارة الخارجية لمعالجة القصور في نظام الإعلام والتسيير الآلي للجمارك (SIGAD)، ويأتي هذا بهدف رقمنة وتسهيل الإجراءات الجمركية للمتعاملين الاقتصاديين من جهة، وتعزيز الدور الرقابي وتطوير سبل مكافحة الغش والتهريب وخدمة الاقتصاد الوطني من جهة أخرى.⁽²⁾

2- التتبع الإلكتروني للشحنات: تتيح للمصدر أو المستورد من متابعة بضاعته وشحناته بتفاصيلها والمراحل التي مرت بها منذ وصولها أو مغادرتها وجهتها النهائية إلى الانتهاء من الإجراءات الخاصة بها في كل من الموانئ البحرية والمنافذ الجوية والبرية والجافة.

¹ -Brouthers, Frauk Mattison Thompson, George Nakos, "The Impact of Digitalization on Exporthin", Journal of Business Research, Elsevier, 2025

² -رابحي فريد، الحاج علي بدر الدين، "النظام المعلوماتي الجديد كآلية لرقمنة الإجراءات الجمركية في الجزائر"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، العدد 02، المركز الجامعي مغنية، 2023، ص323

فقد تم إدراج أنظمة GPS لتتبع مسار السلع المستوردة من المصدر إلى الميناء، وهو ما ساعد في تقليص حالات السرقة والتأخير، والتلاعب في المسارات أو المحتويات.⁽¹⁾

3- تسهيل الاستيراد عبر التجارة الإلكترونية: تسمح التجارة الإلكترونية بتوفير الكثير من المزايا، منها:

✓ الوصول إلى العملاء الجدد: يمكن استخدام المواقع الإلكترونية ومنصات التجارة الإلكترونية للوصول إلى العملاء الجدد في جميع أنحاء العالم، وتقديم منتجاتك وخدماتك لهم.

✓ تقليل التكاليف: تتيح التجارة الإلكترونية للشركات تقليل التكاليف التشغيلية المتعلقة بعمليات الاستيراد والتصدير، مثل تكاليف الإيجار والتأمين والشحن والتخزين.

✓ زيادة الكفاءة: تساعد التجارة الإلكترونية على زيادة الكفاءة والإنتاجية من خلال توفير وسائل تقنية حديثة، مثل البرمجيات الإدارية والأتمتة الصناعية، والتي تساعد في تحسين عمليات الإنتاج والتصنيع والتخزين.

✓ تحسين خدمة العملاء: تتيح التجارة الإلكترونية للشركات تحسين خدمة العملاء من خلال توفير خيارات الدفع الإلكتروني وخدمة الشحن السريع والتوصيل إلى المنازل، والتي تلبي احتياجات العملاء بسرعة وسهولة.

✓ توسيع السوق: تساعد التجارة الإلكترونية على توسيع نطاق السوق للشركات، وتوفير فرص جديدة للتعامل مع العملاء والشركاء التجاريين في جميع أنحاء العالم. كما تتيح للشركات توسيع خطط التسويق والترويج للمنتجات والخدمات بسهولة وبأقل تكلفة.⁽²⁾

المطلب الثالث: الإقتصاد الرقمي وتقليص الحواجز التجارية

لقد ساهم التحول الرقمي في تغيير وجه التجارة الدولية، حيث أصبح من الممكن تجاوز العديد من الحواجز التقليدية التي تعيق حركة التجارة الدولية.

¹- الهيئة العامة للموائى وهيئة الزكاة والضريبة والجمارك السعودية، "نظام تتبع الشاحنات"، تاريخ الاطلاع

2025/05/03، المتاح على الرابط: <https://www.fasah.sa/sanama/sau/SAUTrackingServlet.com>

²- "دور المقاولات في الاقتصاد وتأثيرها على التنمية"، نشر في 23 أبريل 2023، المتاح عبر الموقع:

<http://www.kossissa.com>، تاريخ الاطلاع 01 ماي 2025

فرقمة التجارة هي تحسين العمليات وتمكينها من خلال الاستفادة من التقنيات الرقمية والبيانات الرقمية. في سياق التجارة الدولية، تتضمن هذه الرقمنة تدفقات المعلومات المتعلقة بالتجارة. ستنجح الرقمنة تبادل البيانات والوثائق والتصاريح الإلكترونية المتعلقة بالتجارة بين أطراف سلسلة التوريد. وتجذب رقمنة التجارة اهتماما سياسيا متزايدا كوسيلة لخفض تكاليف المعاملات، وتعزيز التجارة، وخفض الأسعار، وتحقيق النمو الاقتصادي.⁽¹⁾

فالاقتصاد الرقمي، من خلال أدواته التكنولوجية يعمل على إزالة الحواجز الجمركية، من خلال تحسين الشفافية، تسريع المعاملات. فقد كانت العولمة أحد جوانب تحرير التجارة الدولية من خلال تقليل التعريفات الجمركية والحواجز غير جمركية. اتفاقيات التجارة الحرة مثل منظمة التجارة العالمية (WTO) واتفاقيات التجارة الإقليمية مثل الاتحاد الأوروبي ونافتا (NAFTA) ساعدت في تسهيل تدفق السلع والخدمات بين الدول الأعضاء.⁽²⁾

اعتمدت الرقمنة للتقليل من الحواجز التجارية على:⁽³⁾

- **تبسيط الإجراءات الجمركية:** قدمت الجمارك نظام معلوماتي جديد، بهدف تبسيط الإجراءات الجمركية وتسهيلها، مع إضفاء المزيد من الشفافية في عمليات التجارة الخارجية. كما يهدف إلى تعزيز فعالية آليات محاربة الغش والتهرب الجبائي والجمركي، وتأمين البيانات المتعلقة بالمبادلات التجارية الدولية.⁽⁴⁾
- **التخفيف من الإجراءات الجمركية:** تساهم شبكات تكنولوجيا المعلومات للتخليص الجمركي إلى حد كبير من تخفيف الإجراءات الجمركية، من خلال إدخال تغييرات إيجابية في نظام التخليص الجمركي وجعل بعض الإجراءات الشكلية، التي كانت إلزامية في السابق اختيارية بالنسبة للبعض، وينعكس هذا التبسيط في كل إجراءات الاستيراد والتصدير.

¹ -Hosuk Lee-Makiyayam, Robin Baker, Badri Narayanan, Gopalakrshnan, Elitsa Garnizova, " **Benefits of the Digitalisation of Trade Processes and Cross Border Barriers to their Adoption**", London School of Economics and Political Science, London, 2024.

² - اثير هاني حرز، "الاقتصاد الرقمي والتحول في العلاقات التجارية الدولية: دراسة تأثيرات التقنيات الحديثة على السياسات التجارية"، المجلة السياسية الدولية، العدد 61، الجامعة التقنية الوسطى، 2024، ص 258.

³ - رابحي فريد، الحاج علي بدر الدين، مرجع سبق ذكره، ص 330، 331.

⁴ - وزارة المالية، "عصرنة مصالح المديرية العامة للجمارك"، 2025، المتاح عبر الموقع: <http://www.mf.gov.dz>، تاريخ الاطلاع: 2025/06/01.

- تطوير الرقابة الجمركية: أدت قنوات الاتصال الحديثة وتكنولوجيا المعلومات المتطورة للغاية إلى تسريع تدفق السلع واستهلاكها، بالتوازي مع هذه العمليات، ومع تطوير التجارة الإلكترونية، ساهمت إنجازات تكنولوجيا المعلومات في السنوات الأخيرة بشكل كبير في تطوير الرقابة الجمركية نحو الرقمنة، بدل الكشف اليدوي التقليدي، وذلك راجع بالأساس لتوصيات معايير تأمين وسلامة التجارة الدولية SAFE، الذي وضعته المنظمة العالمية للجمارك، وتضمنته اتفاقية كيوتو المعدلة التي توصي الإدارات الجمركية في كل البلدان الموقعة على الاتفاقية، على أن تركز على الرقابة من خلال أفضل استخدام لتكنولوجيا، ولا سيما الأجهزة الحديثة التي تعمل بالأشعة السينية. وبالتالي فإن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المراقبة يحقق زيادة في الإيرادات لأنها تصادر المزيد من السلع الخاضعة للرسوم الجمركية، وزيادة الأمن لأنها أكثر قدرة على تحديد البضائع المقيدة أو المحظورة. كما أن الكفاءة التشغيلية أكبر ويمكن للجمارك تحسين تخصيص مواردها البشرية، وتكون أكثر مرونة وقدرة على التكيف بشكل أفضل مع مواقف محددة، بالإضافة إلى تقليص الوقت اللازم للتخليص الجمركي.

خاتمة الفصل:

يعد الاقتصاد الرقمي من أبرز التحولات التي أعادت تشكيل العلاقات الاقتصادية الدولية، حيث لم يعد التبادل التجاري محصوراً في الأنظمة التقليدية، بل أصبح يعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا الرقمية كوسيلة فعالة لتعزيز الكفاءة والسرعة والشفافية في المعاملات التجارية.

فقد أظهرت التحولات الرقمية الحديثة أن التجارة الدولية لم تعد قائمة فقط على تبادل السلع والخدمات ورؤوس أموال، بل أصبحت تشمل تدفقات رقمية للمعلومات والبيانات، وهو ما تجسد في بروز التجارة الإلكترونية كآلية جديدة للتبادل الدولي، فقد تمكنت المؤسسات والشركات حتى الصغيرة من الولوج إلى الأسواق العالمية دون الحاجة إلى وجود فعلي لتلك الأسواق.

وفي الأخير تبين أن الجزائر رغم إدراكها لأهمية الاقتصاد الرقمي، ما زالت تواجه تحديات عديدة تعرقل التحول الرقمي، وذلك لضعف البنية التحتية التكنولوجية، ومحدودية تغطية شبكة الأنترنت، ومع ذلك فإن الدولة قد أطلقت عدة استراتيجيات وطنية تهدف إلى دعم التحول الرقمي.

الفصل الثالث: دراسة حالة جوميا

تمهيد الفصل

المبحث الأول: واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر

المطلب الأول: الاستراتيجيات الوطنية للتحويل إلى الاقتصاد الرقمي

المطلب الثاني: مؤشرات التحول الرقمي في الجزائر

المطلب الثالث: تحديات الاقتصاد الرقمي في الجزائر

المطلب الرابع: أثر الاقتصاد الرقمي على التبادلات التجارية للجزائر

المبحث الثاني: لمحة عامة عن موقع جوميا

المطلب الأول: تعريف جوميا أهدافها وإنجازاتها

المطلب الثاني: الخدمات الإلكترونية التي تقدمها جوميا

المطلب الثالث: جوميا مقارنة بالمنصات الأخرى

المبحث الثالث: مساهمة منصة جوميا في التبادلات التجارية الدولية

المطلب الأول: الترويج الإلكتروني لمنصة جوميا

المطلب الثاني: تحليل دور التجارة الإلكترونية لمنصة جوميا في

تحقيق التبادل الدولي

المطلب الثالث: منصة جوميا الواقع، الآفاق والتحديات

خاتمة الفصل

تمهيد الفصل:

في العقود الأخيرة ظهرت منصات التجارة الإلكترونية لتسهيل المبادلات التجارية، وتسريع وتيرة التبادل السلعي والخدمات بين الدول، وتقليص الفجوة بين المنتج والمستهلك، ومن بين هذه المنصات الرقمية برزت منصة "جوميا" كفاعل اقتصادي افريقي، حيث ساهمت في توفير خدمات رقمية. وفي ظل توجه الجزائر نحو الانفتاح على الاقتصاد الرقمي، تبرز منصة جوميا كنموذج عملي يمكن من خلاله تقييم مدى فعالية الاقتصاد الرقمي في دعم التجارة الدولية. وتكمن أهمية هذا الفصل في التركيز على الجوانب التطبيقية لدور المنصات الرقمية، من خلال تحليل تجربة "جوميا الجزائر"، باعتبارها احد الفعاليين في التجارة الإلكترونية في السوق المحلية، وقد أصبحت توفر مجموعة واسعة من المنتجات للعملاء الجزائريين.

ينقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث أساسية، حيث يخصص المبحث الأول لتقديم لمحة عامة عن منصة جوميا، من خلال التعريف بها وتتبع تطورها، واستعراض أهم الخدمات الرقمية التي تقدمها مع مقارنة مع بعض المنصات الأخرى، أما المبحث الثاني فيركز على واقع جوميا في الجزائر، من خلال تحليل سلوك المستهلك الجزائري تجاه المنصة، مع إبراز التحديات والآفاق لنشاط المنصة في السوق الجزائري. وفي المبحث الثالث، سيتم تحليل الذي تلعبه المنصة في دعم التجارة الدولية الجزائرية، سواء من خلال تمكين المستهلك الجزائري من الوصول إلى المنتجات الأجنبية، مما يجعل من جوميا رافعة رقمية جديدة في مسار الجزائر نحو الاقتصاد العالمي.

المبحث الأول: واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر

أصبح الاقتصاد الرقمي اليوم أحد المحركات الأساسية للنمو والتنمية في مختلف دول العالم، بفضل اعتماده على التكنولوجيا الحديثة والاتصال الرقمي في تسيير وتطوير الأنشطة الاقتصادية. وفي الجزائر، بدأت ملامح التحول الرقمي تظهر من خلال جهود الدولة في رقمنة الإدارة، تشجيع الدفع الإلكتروني، ودعم ريادة الأعمال التكنولوجية، إلا أن هذا المسار لا يزال يواجه عدة تحديات. ورغم من ذلك فإن الجزائر تمتلك مقومات حقيقية تمكنها من تطوير الاقتصاد الرقمي.

المطلب الأول: الاستراتيجيات الوطنية للتحول إلى الاقتصاد الرقمي⁽¹⁾

في ظل التحولات العميقة التي يشهدها العالم بفعل الثورة الرقمية، أصبح من الضروري على الدولة تبني رؤية استراتيجية شاملة تواكب هذه المتغيرات، بما يضمن اندماجها الفعال في الاقتصاد الرقمي العالمي. وفي هذا الإطار، تبنت الجزائر الاستراتيجية الوطنية لتحويل الاقتصاد الرقمي كخطة شاملة تهدف إلى تحديث مختلف القطاعات الاقتصادية والإدارية، وتتمحور هذه الاستراتيجية حول عدة أهداف رئيسية. وسنعمل من خلال هذه المطلب على استعراض أبرز الاستراتيجيات.

الفرع الأول: استراتيجية البنية التحتية الأساسية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال

تعد عصرنة البنية التحتية الأساسية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الركيزة التي تقوم عليها تحقيق أهداف التحول الرقمي. يشمل هذا المحور شبكات الاتصالات ومراكز البيانات والمعدات لضمان الربط القوي والولوج المتكافئ إلى الخدمات الرقمية. كما أن عصرنة البنية التحتية يحفز الابتكار وتعزيز التطوير التكنولوجيات الرقمية. يهدف الاستثمار إلى البنية التحتية الأساسية إلى ترقية إنشاء بنية مواتية للتنافسية الاقتصادية وتحسين فوائد التكنولوجيا الرقمية للمستخدمين.

أولاً: أهداف استراتيجية البنية التحتية الأساسية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال

تتضمن مجموعة الأهداف التالية:

✓ ضمان الولوج المتكافئ إلى الأنترنت ذي جودة عالية لجميع السكان، وتندرج هذه الغاية ضمن الإدارة في تقليص الفجوة الرقمية وذلك بالعمل على تمكين جميع الأفراد والأسر من الاستفادة الكاملة من الفرص التي توفرها التكنولوجيا الرقمية مع ضمان ربط المستقر والفعال؛

¹ - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية رئاسة الجمهورية المحافظة السامية للرقمنة، "الاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي في الجزائر"، نسخة أوت 2024.

- ✓ ضمان ربط موثوق وبسرعة تدفق عالية لجميع الهيئات العمومية. الأمر الذي يساهم في تعزيز فعالية الإجراءات الإدارية واتصال الداخلي والخارجي، وعرض الخدمات الرقمية مع سهولة ولوج المواطنين والمؤسسات إليها وبالتالي تعزيز الحكومة الرقمية؛
- ✓ الاستفادة من قدرات الربط الوطنية لتصدير الخدمات الرقمية إلى البلدان المجاورة في منطقة الساحل الإفريقي، ويعزز التعاون الإقليمي وتنمية فرص التبادل الاقتصادي بفضل الربط بالإنترنت العابر للحدود استغلال الإمكانيات الوطنية في مجال الربط بالإنترنت، سيخلق فرص للتبادل التجاري والتعاون والتنمية المشتركة مع البلدان منطقة الساحل الإفريقي، مما سيعزز نمو اقتصاديا قويا وروابط رقمية بين الأمم.

الفرع الثاني: استراتيجية رأس المال البشري والتكوين

أولاً: الأهداف

- ✓ تشجيع إعداد برامج للتكوين والتكوين المتواصل لضمان فعالية المهارات في بيئة التكنولوجيا تكون في تطور المستمر، وتوفير يد عاملة مؤهلة قادرة على خلق وإدارة حلول رقمية مبتكرة في القطاعين العمومي والخاص؛
- ✓ تخفيض ظاهرة هجرة الكفاءة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال نحو الخارج (بحثاً عن فرص أفضل) وذلك من خلال إنشاء نظام في بيئي رقمي مستدام وتنافسي للحفاظ على الكفاءة المتخصصة على المستوى الوطني.

الفرع الثالث: استراتيجية الحكومة الرقمية

تعد الحكومة الرقمية عنصراً أساسياً في عصرنة تسيير الإدارات والمؤسسات بغية تحقيق فعالية أكبر في تنفيذ العمليات الاقتصادية والاجتماعية. رقمنة الإدارة العمومية في قاطرة التحول الرقمي وحجز الزاوية في ترسيخ الحكومة الرقمية بغية تطوير وتحسين فعالية العمليات الحكومية، تسهيل اتخاذ القرار، توجيه السياسات القطاعية، وضمان تنمية الاجتماعية مستدامة وكذا التنمية الاقتصادية المستدامة.

أولاً: الأهداف

- ✓ رقمنة مجمل إجراءات التسيير الإداري المرتبطة بمختلف هياكل القطاع العمومي؛
- ✓ رقمنة شاملة لجميع الإجراءات الإدارية من بدايتها إلى نهايتها من خلال تحول رقمي كلي للإدارة العمومية، حيث يوفر فرص لتحسين العمليات وتقليص الأجل وخلق بيئة موثوقة وشفافة ومتاحة للمواطنين والمؤسسات؛

✓ خلق بيئة ملائمة على مستوى القطاع العمومي وذلك من خلال تثمين جهود الكفاءات والمهنيين المكلفين بمشاريع الرقمنة القطاعية، بهدف تحفيزهم على البقاء.

الفرع الرابع: استراتيجية التحول إلى الاقتصاد الرقمي

أولاً: التحول الرقمي للمؤسسات والتجار

وتكمن أهميته في:

✓ ضمان اتخاذ أفضل القرارات من خلال استخدام الأنظمة الرقمية في التسيير الداخلي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مثل تسيير الموارد البشرية، المحاسبة، تسيير المخزونات والعلاقات مع الزبائن، مما سيسمح بتوفير البيانات في حينها وتحسين عمليات التمويل والإنتاج والتسويق، هذا الهدف سيمكن من تعزيز التنافسية وتخفيض التكاليف وتحسن الإنتاجية تشجيع استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المالية لترقية الشمول المالي؛

✓ تشجيع استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المالية لترقية الشمول المالي.

ثانياً: تطوير الصناعة الرقمية والسوق الرقمي الوطني

وتكمن أهميته في:

✓ وضع قطاع الرقمنة في صلب اهتمام التنمية الاقتصادية. ويستهدف مساهمة الصناعة الرقمية والاقتصاد الرقمي في الثورة الاقتصادية للبلاد من خلال إنشاء شعبة خاصة بالرقمنة؛

✓ خلق أكبر عدد من الشركات التي تنشط في مجال الرقمنة من خلال ترقية المقاولاتية والابتكار في قطاع التكنولوجيات الرقمنة، وإنشاء المؤسسات المتخصصة في هذا المجال؛

✓ إطار الإدارة في تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات ويرمي إلى توسيع نطاق المنتجات والخدمات المصدرة من خلال تشجيع الاستثمار في الصناعة الرقمية.

ثالثاً: رفع جاذبية الاستثمار الأجنبي

وتكمن أهميته في:

✓ استقطاب رؤوس الأموال الأجنبية في مجال الرقمي. لتحفيز النمو الاقتصادي وتعزيز تنمية الاقتصاد الوطني، حيث يعكس هذا الهدف الإرادة في فتح السوق الوطني أمام الاستثمارات الأجنبية في المجال الرقمي من خلال تعزيز العلاقات الاقتصادية مع الفاعلين الاقتصاديين الأجانب والاستفادة من مزايا الاندماج في سلاسل القيم العالمية؛

✓ منح الجزائر موقعا استراتيجيا لتصبح وجهة لاستقطاب كبار الفاعلين الدوليين في المجال الرقمي.

المطلب الثاني: مؤشرات التحول الرقمي في الجزائر

ينبغي أن يكون انتشار التكنولوجيا الرقمية فرصة لتطوير البنية التحتية للدفع في شمال إفريقيا. وبالتالي يجب على حكومات المنطقة أولاً معالجة نقص الاستثمار الحالي في البنية التحتية للاتصالات من خلال تعزيز شبكات الألياف الضوئية وتشجيع استخدام تقنيات الجيل الرابع. كما ينبغي أن تركز الجهود على تطوير البنية التحتية للدفع وتحديثها وفتح السوق أمام مقدمي الخدمات المالية، والحكومات مدعوة لتسهيل دمج مقدمي الخدمات المالية في بنيتها التحتية الوطنية للتسوية، سواء كانت أنظمة دفع أو غرف مقاصة.⁽¹⁾

الجدول رقم (06): الأهداف الاس

ترراتيجية الوطنية للقطاع الرقمي في شمال إفريقيا

الدول	إمكانية الوصول	التجارة
الجزائر	تعزيز الوصول الرقمي وتوسيعه، والوصول إلى خدمات الإنترنت عالية السرعة والشاملة وتأمينها.	الإلكترونية: تطبيق نظام إحصائي للتجارة الإلكترونية
مصر	تحقيق تغطية الإنترنت 90 من السكان، و 40 باتصال انترنت فائق السرعة في عام 2021	مضاعفة عدد الشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية عام 2022
المغرب	تقليص فجوة الوصول الرقمي نسبة 50 بحلول نهاية عام 2020	تعزيز البنية التحتية الرقمية في المغرب من خلال تعزيز المنافذ الرقمية، وتحديث البنية التحتية الرقمية، ونقل أهم الجهات الفعالة في الاقتصاد الرقمي الوطني.
موريتانيا	تحقيق هدف 40 في عام 2023 وصول 90 من اتساع تغطية الشبكة.	بناء ثقافة رقمية من خلال التوسع في الاقتصاد الرقمي .
تونس	سيتم نقل 50 من السكان إلى شبكات الهاتف المحمول بحلول عام 2021	تحسين كفاءة المؤسسات، عبر مختلف القطاعات، من خلال الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وموقعها في الاقتصاد الرقمي.

¹ -African Union، OECD، Africa's Development Dynamics، Digital Transformation for Quality Jobs، OECD publishing، 2021، page 207

أولاً: البنية التحتية الرقمية

1- تعريف البنية التحتية الرقمية: يشير مصطلح البنية التحتية إلى مجموعة العناصر التي تنظم تشغيل وعمل الأنظمة الأخرى على نطاق واسع إلى حد ما، وقد أستخدم في بداية القرن العشرين لتعيين وإقامة المنشآت العسكرية الدائمة، وسرعان ما ارتبط مصطلح البنية التحتية بأنظمة قنوات المياه والنقل والشبكات الكهربائية والاتصالات السلكية واللاسلكية وغيرها ما شكل مفهوم المصطلح اليوم. حيث تشمل البنية التحتية الرقمية مختلف التقنيات الرقمية وآليات التواصل التي تستخدم في دعم العمليات وأنشطة الأعمال الإلكترونية، وتبادلات التجارة الإلكترونية. وتتضمن البنية التحتية الرقمية كلا من شبكات الاتصال الهاتفي السلكية واللاسلكية، خدمات الأقمار الصناعية، الكيانات البرمجية، software الكيانات المادية، hardware والخدمات التكميلية، والعنصر البشري المدرب والمؤهل.

كما يشير مصطلح الرقمنة إلى عملية دمج التكنولوجيات والتقنيات مثل: الإنترنت في الحياة اليومية. فالرقمنة تعرف على أنها عملية تحويل المواد المطبوعة أو المخزنة بطرق تقليدية لا تستطيع الحواسيب التعامل معها، إلى مواد ذات شكل رقمي يمكن للحواسيب معالجتها وتنظيمها إلى وحدات منفصلة من البيانات يطلق عليها Bytes، وتخزينها على وسائط التخزين المختلفة من أقراص صلبة، أو أقراص مليزة، أو أقراص الفيديو الرقمية أو إتاحتها عبر شبكة الانترنت.⁽¹⁾

2- تكنولوجيا المعلومات في الجزائر:

يشهد سوق الهاتف النقال والثابت ازدهار كبير، وكذلك سوق الأنترنت وهذا يدل على أن المجتمع الجزائري يشهد اندماجا في سوق الاتصالات والذي يعرف المجتمع الجزائري أن كل السكان تقريبا لديهم خط هاتفي نقال إلا إذا كان طفل دون العاشرة وبعض الاسر لديها خط هاتفي ثابت، مع أن هذا الأخير لا يستعمل إلا كوسيلة للاشتراك في خدمة الانترنت، ولأن الهاتف المحمول يمنح مرونة في الاتصال

¹ - منى خلف، سناء طباحي، "تحليل واقع البنية التحتية الرقمية في الجزائر"، الملتقى الوطني حول الاقتصاد الرقمي وأثره على الاقتصاد والتجارة الدولية في الجزائر، جامعة الوادي، 27 نوفمبر 2024، ص ص 2، 3.

أثناء التنقل أفضل من الثابت وللوقوف على الأرقام و الإحصائيات يكفي تحميل التقرير من موقع وزارة البريد و المواصلات السلكية واللاسلكية.⁽¹⁾

الشكل رقم (10): تطور عدد المشتركين في الهاتف الثابت



المصدر: قنون عبد الحق، قنون مريم، الواقع الاقتصادي لقطاع الاتصالات في الجزائر، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، العدد 01، 2020، ص 115.

يعتبر الهاتف الثابت ضروري جدا ليس للمحادثات الهاتفية فقط وإنما للاتصال بالإنترنت أكثر لأن المحادثات الهاتفية بالهاتف الثابت حلت محلها المحادثات بالهاتف النقال، وكون عدد الاشتراكات في ارتفاع مستمر، حسب الشكل أعلاه فإن ذلك يعتبر مؤشرا إيجابيا جدا بالنسبة للجزائر، خاصة أن أسعار الهاتف الثابت ليست مجانية لذلك فهناك شريحة واسعة من المجتمع لا تستطيع تحملها شهريا.

¹ - بشير بركان، "مقومات الاقتصاد الرقمي في الجزائر"، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال، العدد 01، جامعة بسكرة، 2023، ص 269.

الجدول رقم (07): تطور نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسر في الجزائر (2023/2022)

التاريخ	عدد المشتركين (مليون)	نسبة الأسر المزودة بخط ثابت (%)	نسبة الولوج (عدد الخطوط / 100 نسمة)
نهاية 2022	5.57	78.24	12.63
مارس 2023	5.75	78.24	13.04
يونيو 2023	5.91	80.00	13.38
ديسمبر 2023	6.32	85.81	14.30

المصدر: سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية 2023

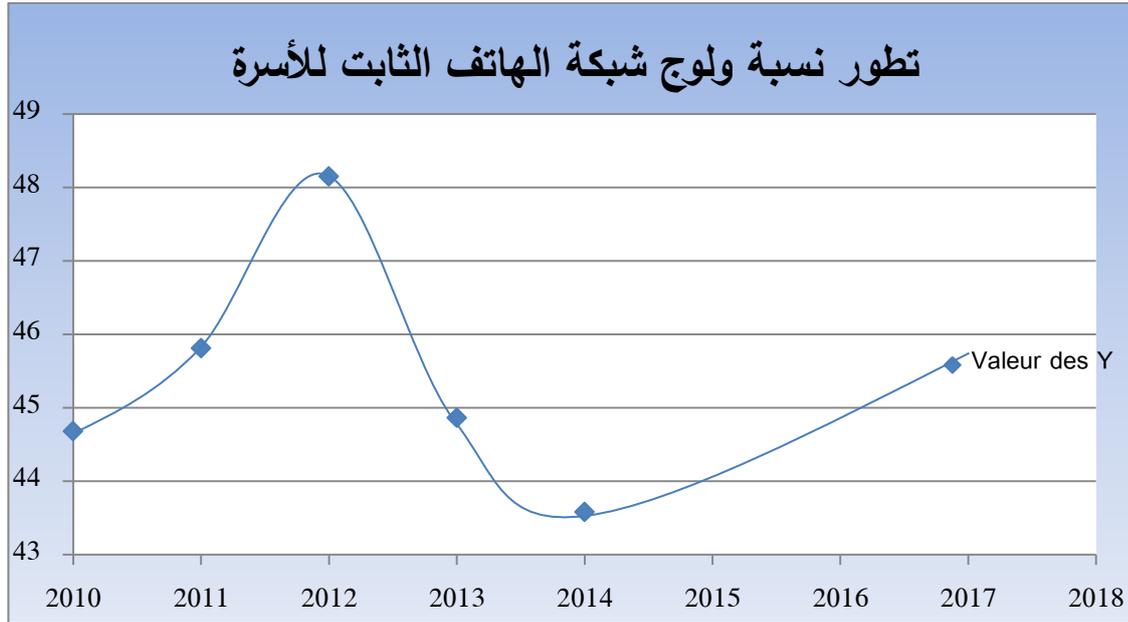
نلاحظ تطورا ملحوظا في نسبة ولوج الأسر الجزائرية لشبكة الهاتف الثابت خلال الفترة الممتدة من نهاية سنة 2022 إلى نهاية سنة 2023، وهو ما يعكس جهود الدولة في توسيع البنية التحتية للاتصالات، خصوصا في ظل التحول الرقمي المتسارع.

ارتفاع عدد المشتركين في الهاتف الثابت من 5.57 مليون مشترك في نهاية 2022 إلى 6.32 مليون مشترك بحلول نهاية 2023، أي بزيادة تقدر بحوالي 750 ألف مشترك خلال سنة واحدة، وهو ما يعادل نموا بنسبة تفوق 13.5%.

ارتفاع نسبة الأسر التي تمتلك خطا هاتفيا ثابتا من 78.24% إلى 85.81%، ما يدل على توسع فعلي في التغطية وتزايد اعتماد الأسر على خدمات الهاتف الثابت، خاصة مع تطور خدمات الإنترنت (مثل الألياف البصرية).

سجلت نسبة الولوج نمو من 12.63 إلى 14.30 خطا لكل 100 نسمة، وهو ما يعكس تقدما في استخدام الهاتف الثابت على المستوى الفردي، رغم الانتشار الواسع للهاتف النقال، مما يدل على أهمية الهاتف الثابت في الوصول إلى خدمات الإنترنت عالية الجودة.

الشكل رقم (11): تطور نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة



المصدر: : بشير بركان، مقومات الاقتصاد الرقمي في الجزائر، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال، العدد 01، جامعة بسكرة، 2023، ص 270.

نلاحظ من خلال البيانات الموضحة في الشكل السابق، أن تطور ولوج الأسر الجزائرية إلى شبكة الهاتف الثابت خلال الفترة الزمنية (2010-2018) تشير إلى مدى إنتشار البنية التحتية الرقمية في الجزائر. من خلال المنحنى السابق، نلاحظ ارتفاع تدريجيا في نسبة الولوج من سنة 2010 إلى 2012، حيث بلغت النسبة ذروتها 48.2%، وهذا مايدل على توسع في خدمات الهاتف الثابت، إلا أن هذا الارتفاع لم يدم طويلا، إذ سجلت الفترة من 2012 إلى 2014 انخفاضا حادا في نسبة الولوج وتراجعت النسبة إلى أدنى مستوياتها خلال 2014 حوالي 43.2%، يمكن تفسير هذا التراجع بعدة عوامل منها بداية التحول الرقمي في الجزائر حيث بدأت الأسر تميل إلى خدمات الإنترنت اللاسلكي، مما قلل من الاعتماد على الشبكات الثابتة. والجدول التالي يمثل التطور التدريجي في نسبة الولوج للفترة الممتدة من 2015 إلى 2020 ، الأمر الذي ينم عن إعادة تهيئة شبكة استخدام الأنترنت الثابت.

الجدول رقم (08): تطور اشتراكات الإنترنت الثابت حسب النوعية

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ADSL	1838746	2083093	2246918	2172096	2334005	2410242
FTTX	/	/	714	11369	43115	5394
4G LTE Fixe	423280	775792	920244	861235	1191612	1201586
WLMAX	233	661	621	619	444	413
L.S	/	/	34008	11516	11280	10291
المجموع	2262259	2859551	3202505	3063835	3580456	3675926

المصدر: بشير بركان، مقومات الاقتصاد الرقمي في الجزائر، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال، العدد 01، جامعة بسكرة، 2023، ص 270.

نلاحظ من الجدول السابق، أن اشتراكات الإنترنت الثابت خلال الفترة (2015-2020) شهدت تطورا ملحوظا في بنية الاتصال الرقمي في الجزائر فمن خلال الأرقام نلاحظ تطور متسارع لاشتراكات الإنترنت، مع اختلاف نوع المؤشر.

نلاحظ أن مؤشر ADSL سيطر على سوق الإنترنت الثابت طوال هذه الفترة، حيث ارتفع عدد المشتركين إلى 1838746 سنة 2015 إلى 2410242 سنة 2020، وهذا يدل على استمرار الاعتماد على مؤشر ADSL رغم قدمه.

أما بالنسبة لمؤشر FTTX ظهرت سنة 2017 بقيمة ضعيفة تتمثل في 714، ولم تتجاوز القيمة 5394 التي كانت في سنة 2020، رغم كونها من أحدث تقنيات الاتصال.

سجل المؤشر 4G LTE قفزة نوعية، حيث ارتفعت سنة 2015 من 423280 إلى أكثر من 1201586 اشتراك سنة 2020، وهذا يدل على التحول نحو اللاسلكية الثابتة التي تتيح اتصال عالي السرعة دون الاعتماد على الشبكات الأرضية، في حين بقيت مؤشرات WLMAX و L.S ذات حضور ضعيف لا يتجاوز الآلاف من الاشتراكات بالخصوص مؤشر WLMAX، وهو ما يعكس محدودية استخدامها عن تلبية حاجيات المستخدمين.

وفي الأخير، يظهر لنا المجموع الكلي نمو مستمر، حيث ارتفع من 2262259 في سنة 2015 إلى 3675926 سنة 2020، وهذا يدل على توسع قاعدة المستخدمين وتحسن الولوج إلى الشبكة، خاصة في ظل التوجه نحو تعميم الأنترنت في الأوساط.

الجدول رقم (09): تطور الأنترنت حسب سرعة التدفق

المؤشر	2017	2018	2019	2020
عدد اشتراكات الهاتف النقال 3G	1070607	7557	-	-
الاشتراكات من 02 ميغابايت إلى أقل من 10 ميغابايت	920268	863921	1195199	920268
الاشتراكات التي تساوي أو تزيد عن 10 ميغابايت	3202505	3063835	3580456	3675926
مجموع الاشتراكات	3202505	3063835	3580456	3675926

المصدر: بشير بركان، مقومات الاقتصاد الرقمي في الجزائر، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال، العدد 01، جامعة بسكرة، 2023، ص 271.

يمثل الجدول تطور الاشتراكات في خدمات الأنترنت وفقا لسرعة التدفق، وهو مؤشر مهم لفهم جاهزية السوق الرقمية غي الجزائر، خاصة بالنسبة للتجارة الإلكترونية ومنصات البيع عبر الأنترنت مثل جوميا.

نلاحظ أن اشتراكات الهاتف النقال 3G كان مرتفعا في 2017، لكنه لم يظهر في احصائيات 2019 و 2020، مما يدل على تراجع الاعتماد على هذا المؤشر.

بالنسبة للاشتراكات ذات السرعة المتوسطة أي من 02 ميغابايت إلى أقل من 10 ميغابايت شهدت ارتفاع من حوالي 920268 سنة 2017 إلى 1195199 سنة 2019، وهو ما يدل على توسع الفئة المستهدفة للأنترنت بجودة متوسطة، وغالبا ما تكون هذه الفئة تعتمد على الأنترنت في التواصل أو التسوق.

نلاحظ من خلال الاشتراكات التي تساوي أو تزيد عن 10 ميغابايت ارتفاع متزايد من 3202505 سنة 2017 إلى 3675926 سنة 2020، ما يدل على ارتفاع الطلب على خدمات

الأنترنت، وهو مؤشر على تطور سلوك المستهلك الجزائري نحو استخدام تطبيقات رقمية، مثل الطلبات عبر التطبيقات والدفع الإلكتروني.

وفي الأخير، يمثل المجموع العام تطورا ملحوظا للاشتراكات ، وهذا يدل على أن هذه الأخيرة أصبحت تمثل القاعدة الأساسية للولوج الرقمي في الجزائر .

الجدول رقم (10): تطور اشتراكات الأنترنت للهاتف المحمول

المؤشر	2017	2018	2019	2020
عدد اشتراكات الهاتف النقال 3G	21592863	17422312	11989157	10637991
عدد اشتراكات الهاتف النقال 4G	9867671	18920289	24922271	26329792
مجموع الاشتراكات	31460534	36342601	36911428	36967783

المصدر: بشير بركان، مقومات الاقتصاد الرقمي في الجزائر، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال، العدد 01، جامعة بسكرة، 2023، ص 271.

يعتبر الهاتف وسيلة اتصال ضرورية حيث تستعمل شبكة الهاتف الثابت والمحمول للربط بشبكة الأنترنت أيضا، ويضمن عملية الاتصال التي قد تكون لأغراض تجارية وإدارية واجتماعية وغيرها، ويعد معاينة الجدول يتضح أن بيئة الاتصال متوفرة مع وجود أفضلية لأنترنت الهاتف النقال للجيل الرابع أين بلغ اجمالي عدد المشتركين الذروة بـ 36967783 اشترك سنة 2020 منها 26329792 اشترك للجيل الرابع، في حين بلغ عدد اشتراكات الأنترنت النقال للجيل الثالث 10637991 اشترك مع ملاحظة أن الاشتراك في صيغة الجيل الثالث يتناقص من سنة إلى أخرى حيث يلجأ العملاء إلى شراء الاشتراكات من الجيل الرابع التي تقدم تكنولوجيا حديثة عالية، وتضمن نوعية جيدة من الاتصال بالأنترنت، و تمنح ميزة الاشتراكات في الأنترنت المحمول مرونة عالية وعدم التقيد بمكان معين، ولأن الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة صارت أجهزة ذكية تعد بمثابة حواسيب محمولة في الجيب فإنها تمكن المستهلكين من الاتصال بالأنترنت والاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي والتجارة الإلكترونية كالحواسيب تماما بل إن الكثير من الطلبة والأساتذة والباحثين يستغلونها كوسيلة تعلم.

المطلب الثالث: تحديات الاقتصاد الرقمي في الجزائر

من أهم معوقات الاندماج في الاقتصاد الرقمي هي الفجوة الرقمية التي تزداد مع الوقت بين الدول المقدمة والدول المتخلفة وبين أفراد المجتمع الواحد (بين الطبقة المثقفة والطبقة التي لم تتعلم)، ويعتبر القضاء على الفجوة الرقمية تحديا كبيرا، كما أن العالم الافتراضي المليء بالمخاطر والذي يجتاح العقول من أكبر المعوقات أيضا، وتعتبر السيطرة على هذا العالم تحديا عظيما.⁽¹⁾

أولا: الفجوة التكنولوجية

خلقت ثورة المعلومات والاتصال بين الدول المتقدمة والجزائر فجوة تقاس بدرجة توافر أسس المعرفة بمكونات هذا الاقتصاد الجديد، فالجزائر تعاني من ضعف البنية التحتية للاتصالات وعدم مواكبتها للتطورات التقنية العالمية كنوعية وسرعة شبكة الأنترنت والقدرة على نقل المعلومات وما يرتبط بها من برامج وتجهيزات وأنظمة، فعلى الرغم من أن نسبة استخدام الأنترنت في الجزائر بلغت 45.2% إلا أنها بعيدة عن المستوى العالمي، خاصة في مجالات استخدامها واستغلالها للجانب المهني والمعاملات التجارية والمالية مما يسبب فشلا في تقدم رقمنة الاقتصاد من طرف المجتمع.⁽²⁾

وهذا ما يبينه جدول مؤشر التنافسية العالمي بالنسبة للجزائر وترتيبها نسبة إلى 141 دولة:

الجدول رقم (11): مؤشر التنافسية العالمي الخاص بالجزائر

المؤشر	الترتيب/141 دولة
اشتراكات الهاتف النقال لكل 100 نسمة.	61
اشتراكات الأنترنت الثابت لكل 100 نسمة.	85
مستخدمو الأنترنت بالمائة من السكان البالغين.	83
المهارات الرقمية بين السكان النشيطين.	82
المنافسة في الخدمات.	120
سهولة العثور على موظفين مهرة.	76

¹- نغموشي امينة، "دور الإقتصاد الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في الطور الثالث، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة قلمة 08 ماي 1945، 2023، ص 95.

²- سعداوي سلمى، "رقمنة الاقتصاد ودوره في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية"، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945 قلمة، 2020، ص 102.

35	اشتراكات النطاق العريض للأجهزة المحمولة لكل 100 نسمة.
119	اشتراكات انترنت فايبر لكل 100 نسمة.

المصدر: سداوي سلمى، رقمنة الاقتصاد ودوره في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2020، ص102.

من خلال الجدول يتضح أن الوضع الرقمي والتكنولوجي للبلاد متقدما نسبيا في بعض المؤشرات مثل اشتراكات النطاق العريض للأجهزة المحمولة لكل 100 نسمة حيث تحتل الجزائر المرتبة 35 من بين 141 دولة، وهذا يدل على الانتشار الواسع لاستعمال الهواتف الذكية والولوج إلى الأنترنت عبر الأجهزة المحمولة، وهذا يدل على تزايد الاعتماد على التكنولوجيا.

وهناك تراجع واضح في بعض المؤشرات مثل: اشتراكات الأنترنت الثابت لكل 100 نسمة التي تحتل المرتبة 85 من بين 141 دولة، مما يدل على ضعف البنية التحتية للاتصال. وفي ترتيب الجزائر المتأخر، اشتراكات انترنت الفاير لكل 100 نسمة في الرتبة 119 و المنافسة في الخدمات في الرتبة 120، مما يدل على تأخر رقمنة بعض القطاعات كالإدارة والصحة، بالإضافة إلى ضعف القدرة على توفير الخدمات الرقمية.

ثانيا:التحديات الاقتصادية

تواجه الجزائر جملة من التحديات الاقتصادية في مجال الرقمنة نذكر منها:

- افتقار الجزائر للخبرات التجارية والمساعدات التقنية والفنية لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية؛
- غياب النظم المصرفية القادرة على حل مشكلات السداد والدفع عن طريق الأنترنت والبطاقات الإلكترونية، حيث نجد تخوفا من المعاملات اليومية الإلكترونية وغياب الثقة الناتجة عن ضعف الجانب الرقمي للمجتمع؛
- انعدام الثقة بإجراء المعاملات والسداد عبر الأنترنت، وغياب اعتماد التوقيع الإلكتروني ومصادقية الوثائق التي يتم تبادلها عبر الأنترنت بكل أمان وسرية؛
- محدودية حجم المعاملات التجارية الإلكترونية بين الشركات التجارية نفسها أو بين مورديها الأجانب والمستهلكين، وهذا راجع للعوامل الاقتصادية والمالية خاصة الرسوم والضرائب التي تفرض على

الشركات العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبالتالي تخفيض نسبة مساهمتها ونشاطها في تفعيل الرقمنة؛

- التكلفة الباهظة للاستثمارات في تقنيات المعلومات، خاصة للمدى البعيد في ظل التطورات العالمية الديناميكية وصعوبة التغطية الشاملة للتراب الوطني، فانتساع الجزائر أدى لحصر تقنيات التكنولوجيا والمجالات المرقمنة بالمدن الكبرى فقط وافتقار الجنوب لها؛
- غياب مفهوم البورصات التقليدية منها أو الإلكترونية في الجزائر والتي تعد من أهم الجهات ذات العائدات المالية الوفيرة على الدولة.

ثالثا: التحديات البشرية والاجتماعية

من بين التحديات البشرية والاجتماعية الي تواجهها الجزائر كدولة نامية في مجال الرقمنة نجد:

- قلة الموارد البشرية والمؤهلات في مجال تقنية المعلومات الرقمية، فمعظم التقنيين والمختصين في تصميم المواقع خاصة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وقوائم الكتالوجات وأمن الشبكات ونظم الدفع الإلكتروني مستوردة مما ترفع التكاليف مع استمرار التبعية للخارج من جهة والافتقار الدائم للخبرات من جهة أخرى، وفي ظل غياب رؤوس الأموال وغياب تشجيع الدولة لدعم وتمويل الأفكار والإبداعات والمشروعات المحلية بهذا المجال مما أدى إلى هجرتها للخارج لتلقي الدعم؛⁽¹⁾
- تشكل الجوانب الاجتماعية والثقافية عائقا وراء تأخر بعض المشروعات التجارية بالجزائر، فاللغة الشائعة والمستخدم بالإنترنت عامة على المستوى العالمي هي اللغة الإنجليزية أي ما يعادل 80%، ونظرا لارتفاع معدلات الأمية الرقمية بالجزائر واستغلال شبكة الأنترنت بكثرة لمواقع التواصل والترفيه فإن نسبة من يستخدم الأنترنت لأغراض تجارية تظل منخفضة ومحصورة في الطبقات المثقفة، كما أن ثقافة الاستخدام الإلكتروني وانتشار الحاسبات الآلية لا تزال شبه معدومة؛
- مستوى ثقافة الزبون الجزائري وعدم ثقته بالممارسات التجارية والمعاملات الإلكترونية، علاوة على عدم الضمان لجانب تسويق الخدمة التي بدورها تعكس ضعفا ورياءة خاصة ما بعد البيع، والتي معظمها تمارس بصفة غير رسمية، وهذا راجع لدرجة الوعي والمستوى التعليمي الضعيف، إضافة

¹ - سعداوي سلمى ، مرجع سبق ذكره، ص103

لبطء الجانب القانوني في سن قوانين حماية التعاملات التجارية الالكترونية والتدخل بالمعالجة السريعة والمنصفة للحقوق وحل النزاعات في سوق الرقمنة.

رابعاً: الجانب التشريعي

تشكل التشريعات جانبا مهما من التحديات التي تواجهها الجزائر في تبني الرقمنة، ومن أهم هذه التحديات نجد:

- يمس الإطار التشريعي الركائز الأساسية لبناء اقتصاد رقمي وطني وسليم أهمها العقد الإلكتروني، حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، الدفع والتصديق الإلكتروني وأخيرا حماية أنظمة الإعلام والإشهار الإلكتروني، في حين لا يزال يعاني من المحدودية وعدم مسايرة بعض قوانين العمل الإلكتروني للتطورات الحالية، مما ينعكس سلبا باستغلال الثغرات القانونية وغياب الاحتواء الكلي للمجتمع من طرف القانون، فالانعكاسات الإيجابية للرقمنة على مؤشرات التجارة الخارجية وتعزيز إيرادات المؤسسات مشروط بإحاطتها بالضمانات التي تحمي المتعاملين في وقت يسجل فيه العالم الكثير من الاختراقات خاصة بالبنوك وقواعد البيانات للمؤسسات، مما تتلاشى الثقة في ظروف غياب الثقافة الإلكترونية؛⁽¹⁾
- اتساع مساحة المعاملات والعقود وطرح إشكاليات قانونية خاصة في مجال الإثبات، مما دفع بالتساؤل حول مدى كفاية اعتماد المشرع الجزائري للإثبات الإلكتروني لإضفاء الحماية القانونية في التجارة الإلكترونية، وبالرغم من أن أول توقيع إلكتروني تم خلال الدفع الإلكتروني لدى البنوك باستخدام البطاقة البنكية، إلا أنها مرغوبة للطبقات المحدودة التي تشكل نسبة أقل لغياب الثقة و الثقافة.

المطلب الرابع: أثر الاقتصاد الرقمي على التبادلات التجارية للجزائر

يعد الاقتصاد الرقمي من أبرز المحركات الجديدة للتنمية الاقتصادية والتجارية، إذ أدت التحولات الأخيرة كأتمتة الإجراءات الجمركية، تطوير منصات التبادل الإلكتروني إلى تسهيل الوصول للأسواق العالمية. وفي الجزائر، بدأت ملامح هذا التحول تظهر تدريجيا وذلك لتنويع الاقتصاد وتعزيز القدرة التنافسية.

¹ - سعداوي سلمى، مرجع سبق ذكره، ص 104.

الفرع الأول: أثر التحول الرقمي على الصادرات

تولي الجزائر اهتماما كبيرا لقطاع التصدير، حيث يعتبر كرهان للتحرر من التبعية للنفط، من خلال تقديم كل التسهيلات والدعم للمتعاملين الاقتصاديين لتشجيعهم لتصدير منتجاتهم والتوغل في الأسواق الدولية.

أولاً: رقمنة صادرات قطاع النفط والغاز

مع ما يقارب 93% من إجمالي صادرات الجزائر، يعد قطاع النفط والغاز قطاعا رئيسيا من بين جميع قطاعات النشاطات الأخرى في البلاد.

تلعب الرقمنة دورا مهما في قطاع النفط والغاز، في الواقع تستخدم التقنيات الرقمية بشكل أساسي لتعزيز الكفاءة التشغيلية من خلال استخدام أجهزة استشعار الدفعات، وتحليلات البيانات في الوقت الفعلي لمراقبة الإنتاج وتحسينه، وإدارة المكامن، وما إلى ذلك كما يستخدم تقليل انبعاثات الكربون الكثير من تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتعد سونطراك المملوكة للدولة الجهة الفعالة الرئيسية في قطاع النفط والغاز في الجزائر والتي تنفذ تدريجيا حولا رقمية جديدة، من أجل تحسين القطاع والاستجابة للتغيرات الرقمية العالمية.⁽¹⁾

ثانياً: رقمنة صادرات المنتجات الفلاحية

1- أهمية رقمنة القطاع الزراعي في الجزائر:

يعد القطاع الزراعي في مختلف الدول القاعدة الأساسية لإنتاج السلع الغذائية وبالتالي هو أهم قطاع يساهم في تلبية رغبات المستهلكين اللانهائية أمام الموارد المحدودة لذلك فإن القطاع يلعب دورا كبيرا في الاقتصاد، ويمكن تلخيص بعض فوائده فيما يلي:

✓ كما سبقت الإشارة الأهمية الأولى لهذا القطاع تكمن في تحقيق الأمن الغذائي إذ نجد أن هذا القطاع هو القطاع الوحيد الذي يوفر السلع الغذائية للسكان المحليين إضافة إلى الواردات طبعا؛

¹ -Official Website of the International Trade Administration, Digital Economy, published date 2024-09-19, vision history 2025-05-02

✓ يساهم هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي حيث تختلف نسبته من دولة إلى أخرى حسب طبيعة كل دولة، فإذا أخذنا الجزائر مثلا فإن هذا القطاع يساهم في غالب الأحوال بأكثر من 10 %⁽¹⁾. وعلى إثر ما سبق، يمكن القول أن رقمنة القطاع الزراعي من أهم الخطوات التي تجعل المنتج الزراعي في لائحة التصدير للأسواق العالمية ومساهمة الجزائر في التجارة الدولية عن طريق رقمنة الإجراءات الجمركية لتحسين وتطوير عملية خروج المنتجات أو تحسين عمليات الزراعة والسقي والتخزين كما ونوعا باستخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي.

الفرع الثاني: أثر التحول الرقمي على الواردات

أولا: رقمنة الإجراءات الجمركية

بدأت الجزائر في تبني الرقمنة في قطاع الجمارك في شكل تدريجي، حيث تم إطلاق العديد من المشاريع الرامية إلى تحسين فعالية وكفاءة النظام الجمركي.

من أبرز المبادرات التي أطلقتها الجمارك الجزائرية هو مشروع "المنصة الإلكترونية الجمركية" التي تتيح إجراء العديد من الخدمات الجمركية عن بعد، تتضمن هذه الخدمات تسجيل البيانات الجمركية، دفع الرسوم، وتتبع الشحنات، وقد ساهمت هذه المنصة في تقليل التزاحم في الموانئ والمطارات، بالإضافة إلى تسريع عملية الإفراج عن البضائع.

كما تعتبر الرقمنة في مجال الجمارك بالجزائر خطوة هامة نحو تحسين فعالية القطاع، وتعزيز التجارة الدولية، وتقليل الفساد. وعلى الرغم من التحديات التي تواجه هذا التحول، فإن التوجه نحو الرقمنة يمثل خطوة أساسية نحو تحسين البيئة الاقتصادية في الجزائر.⁽²⁾

ثانيا: آلية العمل بالمنصات الرقمية في الاستيراد

تمثل عملية الاستيراد إحدى الركائز الأساسية في التجارة الدولية، حيث تتيح للدولة الحصول على السلع والخدمات التي قد تكون غير متوفرة محليا أو ذات تكلفة أعلى عند الإنتاج المحلي. وعند استعمال المنصة الرقمية يترتب عنها ما يلي:

¹- نعيم إلهام، حايذ زهية، "أهمية تبني استراتيجية رقمنة القطاع الزراعي في الجزائر"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد 01، المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان، 2024، ص ص 386، 387.

²- ياقوت زهرة، القدس بن عبد الله، "الجمارك الجزائرية في عصر الرقمنة"، جريدة البديل، 2024، المتاح عبر الموقع: <http://elbadilabc-ar.dz>، تاريخ الاطلاع: 2025/06/02

أولاً: بالنسبة للمستوردين

- تبسيط الإجراءات الإدارية: حيث توفر المنصة آلية سهلة لتقديم طلبات الاستيراد إلكترونياً، مما يقلل من الوقت والتكاليف المرتبطة بالإجراءات التقليدية.
- زيادة الشفافية: يمكن للمستوردين تتبع طلباتهم والاطلاع على المعايير والقيود المطبقة، مما يعزز الثقة في النظام.
- التأكد من توافق السلع المستوردة مع القوانين الوطنية: تساعد المنصة المستوردين في تحديد السلع المسموح بها والامتثال للمعايير المطلوبة.

ثانياً: بالنسبة للهيئات الرقابية

- تعزيز الرقابة على الواردات: تمكن المنصة الهيئات الرقابية من متابعة تدفق السلع المستوردة والتأكد من مطابقتها للمعايير الصحية والاقتصادية.
- الحد من التلاعب والمخالفات: توفر المنصة قاعدة بيانات مركزية تقلل من إمكانية التزوير أو تقديم معلومات خاطئة.
- تحليل البيانات لاتخاذ القرارات: تسهل المنصة جمع وتحليل بيانات الاستيراد، مما يساعد في إعداد تقارير دقيقة تدعم السياسات الاقتصادية.

ثالثاً: بالنسبة للاقتصاد الوطني

- تشجيع الإنتاج المحلي: من خلال مراقبة السلع المستوردة والتأكد من توفر بدائل محلية، تسهم المنصة في دعم الصناعة الوطنية.
- معرفة حجم الواردات والاستهلاك: من خلال المنصة يمكن معرفة حجم الواردات من السلع وكذا حجم الاستهلاك، مما يساعد على تبني السياسات والاستراتيجيات الوطنية سواء من خلال الإنتاج المحلي أو تقدير إعفاءات ضريبية وجمركية والشراكات الاستراتيجية مع الدول التي يكون معها حجم تبادلات ضخم.
- تقليص العجز التجاري: تسهل المنصة التحكم في الكميات المستوردة، مما يقلل من الضغط على الاحتياطي النقدي الأجنبي.

- تحقيق التنمية المستدامة: تعزيز الرقابة على الواردات يحمي الاقتصاد من دخول سلع غير مطابقة أو ضارة، مما يضمن استدامة الموارد المحلية.⁽¹⁾

المبحث الثاني: لمحة عامة عن موقع جوميا

في ظل التطور السريع للتكنولوجيا في مختلف مجالات الحياة، برزت منصات التجارة الإلكترونية كدافع قوي لتسهيل التبادل التجاري، وتحقيق التكامل بين العرض والطلب على المستويين المحلي والدولي. ومن بين هذه المنصات الرائدة "منصة جوميا" كأول سوق إلكتروني موجه خصيصا للمستهلك الافريقي.

تمثل جوميا نموذجا متكاملًا يشمل السوق الإلكتروني، وخدمات الدفع والتوصيل، مما جعلها أكثر من مجرد منصة بيع، بل منظومة رقمية متكاملة تستهدف تعزيز البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في القارة، فقد حسنت هذه المنصة من السوق الإلكتروني.

المطلب الأول: تعريف جوميا أهدافها وإنجازاتها

الفرع الأول: تعريف جوميا (Jumia)

يعرف رسميا باسم Africa Internet Group كأهم مواقع التسويق الإلكتروني على مستوى الجزائر وافريقيا عامة. تأسست جوميا في 2012/05/16 في ولاية لاغوس بنيجيريا من قبل ضم Jeremy hodara, Léonard Stiegler, Sacha poinçonée بتمويل من شركة "Rocket Internet" الألمانية وهي شركة ضخمة، مهمتها البحث عن أفضل شركة في السوق في قطاع الأنترنت ثم استنساخها بجميع ميزاتها ثم عرضها للجمهور، لقد حققوا نجاحا باهرا وأصبحوا من أكثر رواد الأعمال نجاحا في أوروبا. فجوميا هي شركة تسوق إلكتروني في إفريقيا للمنتجات الإلكترونية والأزياء وغيرها من المنتجات، انتشرت في 14 دولة افريقية محلية لخدمة الزبائن، تنشط كل من نيجيريا، مصر، المغرب، تونس،

¹ - هنية سلخان، محمد يوسف عمامرة، "دور المنصات الرقمية كآلية للرقابة على التجارة الخارجية في الجزائر منصة طلب رخص الاستيراد من طرف ALGEX ودورها في ضبط الواردات"، الملتقى الوطني حول: الاقتصاد الرقمي وأثره على الاقتصاد والتجارة الدولية في الجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2024، ص ص 5، 6.

الجزائر، كينيا ساحل العاج، جنوب إفريقيا، الكامبيرون، غانا، السنغال، تنزانيا، أوغندا، رواندا. بمجموع 14 بلد إفريقي كما يتوفر الموقع الإلكتروني باللغات العربية، الإنجليزية، والفرنسية والبرتغالية.⁽¹⁾

جوميا Jumia هي شركة إفريقية تسوق إلكتروني للمنتجات الإلكترونية والأزياء وغيرها، وتعد المنافس لشركة kilimall في كينيا وشركة konga في نيجيريا، كما اشتركت مع أكثر من 50.000 فرد وشركة إفريقية محلية لخدمة الزبائن، فمنذ تأسيسها في عام 2012، انتشرت عبر 14 دولة.⁽²⁾

شهدت جوميا، المنصة الرائدة في التجارة الإلكترونية في العالم العربي نموا ملحوظا في السنوات الأخيرة، مما جعلها تتصدر في قائمة الحلول الرقمية للتسوق، وتعود أسباب هذا النمو إلى استراتيجياتها الفعالة التي قامت بتطويرها لتلبية احتياجات السوق، من خلال تحسين تجربة المستخدم وتوسيع مجموعة المنتجات المتاحة، وقد أثبتت جوميا أنها قادرة على تلبية توقعات المتسوقين العرب.

إن إحدى الركائز الأساسية التي ساهمت في نجاح جوميا هي التركيز على الخدمات اللوجستية وتوصيل الطلبات، بفضل استثمارها في تحسين شبكتها اللوجستية، تمكنت جوميا من تقديم خدمات توصيل أسرع وأكثر كفاءة، مما يعزز من مكانتها في السوق. كما قامت بإدخال خيارات دفع مرنة تتناسب مع مختلف شرائح المستخدمين، الأمر الذي ساعد في تعزيز ثقة المستهلكين في المنصة. علاوة على ذلك، استمرت جوميا في التوسع في أسواق جديدة في المنطقة، مما سمح لها بالاستفادة من الفرص التجارية المتاحة. على سبيل المثال، دخولها للأسواق الأقل تطورا مثل بعض البلدان في شمال إفريقيا، أتاح لها زيادة قاعدة عملائها والمساهمة في تعزيز التجارة الإلكترونية في تلك المناطق. لقد كان لكل من هذه الخطوات تأثير مباشر على أداء جوميا وازدهار تجارتها.⁽³⁾

¹ - عتيق عائشة، صادق حياة نسيمية، "تطور مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة المالية & الأسواق"، المجلد

11، العدد 02، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2025/09/21، ص ص 190، 191.

² - علي محبوب، علي سنوني، "التسويق الإلكتروني ودور المؤسسات الناشئة في تلبية احتياجات العملاء في الجزائر"، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر، جامعة المسيلة، 2021، ص 104.

³ - موقع رؤية ناقبة، "التجارة الإلكترونية جوميا: ثورة التسوق في العالم العربي"، 06 مارس 2025، على الرابط:

<http://roya-athaqaba.com> ، تاريخ الإطلاع: 2025/06/02.

الفرع الثاني: أهداف المؤسسة

حرصت جوميا على تحقيق أهداف استراتيجية مهمة مكنت من نجاحها ودخولها للسوق الإفريقية من أوسع أبوابها وتمثلت هذه الأهداف فيما يلي:⁽¹⁾

أولاً: التموقع

اختارت جوميا السوق الإفريقي لها للانطلاق في إفريقيا.

ثانياً: الانتشار

في سنواتها الأولى تمكنت جوميا من الانتشار بسرعة في شمال إفريقيا من مصر والمغرب وساحل العاج وكينيا وجنوب إفريقيا إلى تونس وتنزانيا وغانا والكاميرون والجزائر وأوغندا.

ثالثاً: الترتيب

حرصت جوميا على الحصول على الصدارة في تجربة التسويق الإلكتروني في إفريقيا وفعلاً أصبحت الموقع الأفضل والرائج للتسوق الإلكتروني في إفريقيا.

رابعاً: الترابط

سعت مؤسسة جوميا لتكون الوجهة الأولى والوحيدة لربط الأفارقة وخلق علامة إفريقية ولهذا تدعى بعملاق إفريقيا.

خامساً: ارساء قاعدة رقمية قوية

قامت جوميا بالتعاون مع البنوك والمصارف لتنظيم عمليات الدفع الإلكتروني والخدمات المالية للزبون.

سادساً: توسيع الخدمات اللوجستية

قامت جوميا بشراكات استراتيجية مع شركات الخدمات اللوجيستية العالمية لتوسيع نطاق انتشارها في إفريقيا.

سابعاً: توسيع المنصة

عملت جوميا على توسيع منصاتها الإلكترونية في أسواق متعددة كمنصتها الخاصة بجوازات السفر والفنادق.

¹- صادق سمية، عبدلية سهام، "دور التجارة الإلكترونية في تفعيل أنشطة الشركات التجارية في السوق الدولية"، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون -تيارت-، الجزائر، 2021/2022، ص 80.

ثامنا: تنمية الموارد البشرية

بدأت جوميا بعدد قليل من الموظفين والآن تمتلك أكثر من 5000 موظف.

تاسعا: توسيع قاعدة المستهلكين

عملت جوميا على جلب أكبر عدد من المستهلكين ودراسة سلوكهم الشرائي وتلبية أذواقهم ورغباتهم.⁽¹⁾

الفرع الثالث: إنجازات جوميا

أولا: أول شركة تفوز بجائزة عالمية في قطاع التجزئة

في 2013، فازت جوميا بجائزة وجهة التسوق رقم 01 في نيجيريا، بجائزة "أفضل إطلاق جديد للبيع بالتجزئة لهذا العام" في مؤتمر التجزئة العالمي لعام 2013 في باريس، ومن خلال هذا التميز، أصبحت جوميا أول شركة إفريقية تفوز بأهم جائزة للبيع بالتجزئة في جميع أنحاء العالم. فيعد هذا إنجازا رائعا وخطوة عملاقة لجوميا، التي حصدت هذه الجائزة متفوقة على منافذ بيع بالتجزئة رائعة أخرى حول العالم مثل: بريسو، وازالور وجميعها مرشحة في نفس الفئة.⁽²⁾

ثانيا: التوسع نحو الابتكار والنمو في السوق الإلكتروني

عندما انطلقت جوميا في 2012، كانت مهمتها واضحة تتمثل في تقديم تجربة تسوق عبر الأنترنت مريحة وموثوقة وبأسعار معقولة للنيجيريين، وبحلول عام 2024 لم تحقق جوميا هذا الحلم فحسب، بل وسعته في جميع أنحاء إفريقيا، فقد كانت السنوات الماضية رحلة من النمو والابتكار والتأثير، من بدايتها في 2012 إلى أن أصبحت اسما مألوفا في جميع أنحاء إفريقيا، أعادت جوميا تعريف التسوق عبر الأنترنت باستخدام أحدث التقنيات وراحة لا مثيل لها والابتكار والتأثير عبر نظام التجارة الإلكترونية⁽³⁾.

¹ - صادق سمية، عبدلية سهام، "دور التجارة الإلكترونية في تفعيل أنشطة الشركات الجزائرية في السوق الدولية"،

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة ابن خلدون (تيارت)، الجزائر، 2022، ص 80.

² - Jumia Nigeria, "Jumia is the first African Company to win the World Retail Award", 2013, Retrieved from: <http://blog.jumia.com.ng/world-retail-awards-jumia-nigeria>, (Accessed: june, 2025)

³ -TheCable, "Celebrating 12 years of Jumia : A journey of innovation, growth, and impact", 2024, Retrieved from: <http://www.thecabale.ng/celebrating-12-years-of-jumia-a-journey-of-innovation-growth-and-impact>, (Accessed: june, 2025)

ثالثا: أفضل شركة خدمة تجارة إلكترونية في إفريقيا

تعتبر منصة إلكترونية في عموم إفريقيا، إفريقيا الرقمية، تتكون من سوق يربط آلاف البائعين بملايين المستهلكين، مع خدمات لوجستية متكاملة وخدمات دفع رقمية.⁽¹⁾

المطلب الثاني: الخدمات الإلكترونية التي تقدمها جوميا

تعتبر جوميا منصة رائدة في التجارة الإلكترونية في بعض دول العالم العربي وإفريقيا، حيث تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات التي تعزز تجربة التسوق للمستخدمين.

1- Jumia Travel: هو متجر السفر الشامل لعروض السفر والفنادق، فقد تعاونت ترافل سنارت وجوميا للسفر لتوفر أفضل تجربة سفر على منصة واحدة، وذلك للبحث عن الرحلات الجوية والفنادق وحجزها إلى أي مكان في العالم بلمسة زر واحدة.⁽²⁾

2- Jumia Food: هو موقع/ أو تطبيق لطلب الأكل وتوصيل الوجبات إلى باب المنزل في أقل وقت ممكن ويتضمن وجبات الغداء والعشاء إلى غاية 23 ليلا، حيث أن المطعم متعاقد مع عدة مطاعم.³

3- Jumia Market: هو متجر إلكتروني يقوم بعرض لمختلف المنتجات الخاصة بالرجال والنساء والأطفال بالإضافة إلى سلع تخصص الديكور والمطبخ.⁽⁴⁾

4- Jumia House: يحتوي الموقع على مجموعة من المنازل والشقق، محلات تجارية، مكاتب وكذا أراضي للشراء أو الإيجار مع كامل تفاصيلهم والأسعار المتفاوض عليها، حيث يسهل عليك الموقع هذه العملية من خلال ادخال العقار الذي تبحث عنه بكامل التفاصيل مع الميزانية المتاحة لك، كما يتوفر جوميا هاوي على تطبيق يمكن تحميله.⁽⁵⁾

¹ - جوميا، الموقع الرسمي، متاح على الرابط: <http://group.jumia.com>، تاريخ الاطلاع: 2025/06/04

² -Travelstart, "JUMIA TRAVEL", from <http://www.travelstart.com.ng>, Retrieved June 4, 2025

³ - فطيمة بونقطة، "تطبيقات توصيل المنتجات الغذائية بالجزائر"، مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية"، المجلد الثاني، العدد الأول، كلية علو الإعلام والاتصال، الجزائر، 2020، ص120

⁴ - باهي وفاء، مخزومي لطفي، "التسويق الإلكتروني في الجزائر - عرض تجربة مؤسسة جوميا الجزائر"، الملتقى الوطني الافتراضي بتقنية التناظر عن بعد حول: "البدائل التسويقية و التمويل المحلي للمؤسسات.. بين الفرص والتحديات"، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، يوم 20 أكتوبر 2022

⁵ - المرجع نفسه.

5- **Jumia One**: جوميا وان هي خدمة الإقراض الآلي من جوميا، وتركز على زيادة الوصول إلى الائتمان للتجار والبائعين والعملاء ومستخدمي منصتها في جميع أنحاء إفريقيا.¹

6- **Jumia Pay**: هي منصة دفع آمنة، أنشأها فريق جمع معرفته وخبرته الواسعة في أنظمة الدفع العالمية، للاستخدام الشخصي والتجاري، وهي شركة مسجلة قانونيا باسم HELLOPAY AFRICA INTEGRATED SERVICES LTD.²

7- **Jumia Logistics**: وهي واحدة من أبرز الخدمات التي تتيح للعملاء استلام طلباتهم بسرعة وكفاءة من مواقع مختلفة. تعتمد جوميا على شبكة واسعة من الشركاء المحليين والدوليين لضمان تسليم المنتجات في الوقت المناسب، مما يخفف من قلق العملاء بشأن تأخير الطلبات يوفر هذا النظام إتاحة تتبع حالة الشحن، مما يساعد العملاء على معرفة مكان طلباتهم بدقة.⁽³⁾

الجدول رقم (12): الخدمات الإلكترونية لشركة جوميا

الخدمة	محتوى الخدمة
Jumia mall متجر جوميا	بيع بالتجزئة عبر الأنترنت.
Jumia Travel	وهي منصة إلكترونية لحجز الفنادق.
Jumia Food	لطلب وتوصيل الطعام، كل منهما تأسس في يونيو 2013.
Jumia Deals	تأسست في أبريل 2015.
Jumia One	أطلقت جوميا هذا التطبيق سنة 2017 لتسهيل دفع الفواتير وخدمات الدفع الأخرى مثل تطبيق airtime.
Jumia Pay	قامت جوميا في العام نفسه، بإطلاقه كمنصة آمنة للتسويق والدفع عبر كل خدمات جوميا، بالإضافة إلى نظام الإقراض الذي أسسته جوميا يسمح للبائعين بالحصول على القروض بسهولة.
Jumia Logistics	وهي منصة لتوصيل الطلبات.
Jumia Advertising	وهي خدمة تقدمها جوميا للشركات لتعرض إعلاناتها داخل منصتها وذلك من خلال حملات رقمية مدفوعة لزيادة المبيعات.

المصدر من إعداد الطالبة بالاعتماد على موقع jumia

¹ -Jumia One, from : <http://startercredits.com/loans/jumia-one/>, Retrieved June 5, 2025

² -Jumia Algérie, "About Us", 2025,from: <http://pay.jumia.dz>, Retrieved June 5, 2025

³ -Usz our Logistics Service, from : <http://group.jumia.com/business>, Retrieved June4, 2025

من خلال الجدول السابق، تتضح خدمات جوميا الإلكترونية والتي تهدف من خلالها إلى تقديم خدمة التسوق الإلكتروني حيث تغطي مختلف احتياجات المستخدم، فقد بدأت جوميا نشاطها الأساسي الذي بنيت عليه المنصة والذي يتمثل في البيع بالتجزئة عبر الأنترنت، وبعدها وسعت جوميا من نطاق خدماتها من خلال **Jumia Travel**، التي تتيح للمستخدمين حجز الفنادق إلكترونياً، ما يدل على دخول الشركة في مجال السياحة الرقمية.

وفي سنة 2013، ظهرت خدمة توصيل الطعام عن طريق **Jumia Food**، وذلك لتلبية حاجيات المستخدمين.

أما سنة 2015، أطلقت منصة **Jumia Deals** وهي منصة للصفقات، مما يشير لسعي المنصة لجذب المستخدمين عبر توفير منتجات بأسعار تنافسية.

وفي سنة 2017، جاءت **Jumia One** لتسهيل دفع الفواتير وتعبئ الرصيد مثل (airtime). ومن خلال **Jumia Pay** عززت جوميا من البنية التحتية للدفع الإلكتروني، سواء عبر بطاقة الدفع لنظام القرض المصغر الذي يسمح للبائعين بالحصول على تمويل، وهذا ما يفتح آفاق أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أما على مستوى الخدمات اللوجيستية، فقد أنشأت **Jumia Logistics** كمنصة لتنظيم وتسريع عمليات التوصيل، كما أضافت خدمة **Jumia Advertising** وهي أداة ترويجية تمكن الشركات من عرض إعلاناتها مباشرة عبر منصة جوميا، وذلك من خلال حملات رقمية مدفوعة تهدف إلى تعزيز المبيعات.

الشكل رقم (12): يمثل بعض الخدمات لشركة جوميا



المصدر: موقع جوميا

المطلب الثالث: جوميا مقارنة بالمنصات الأخرى

تعد التجارة الإلكترونية من الأسواق الناشئة التي شهدت نموا كبيرا في السنوات الأخيرة، مع تزايد إقبال المستخدمين على منصات التسوق الإلكترونية مثل أمازون، نون، وجوميا. كل منصة تتميز بمزايا وعيوب خاصة بها، وتختلف عن الأخرى في العروض، الأسعار، الجودة، وخدمات ما بعد البيع.¹

الجدول رقم (13): مقارنة بين أمازون، جوميا ونون

المعيار	أمازون (Amazon)	نون (Noon)	جوميا (Jumia)
تاريخ التأسيس	تأسس عام 1994	بدأ في عام 2017	تأسست عام 2012
البلد الأصلي	الولايات المتحدة الأمريكية.	الإمارات العربية المتحدة.	نيجيريا.
الفئة المستهدفة	الأسواق العالمية.	الشرق الأوسط، شمال إفريقيا.	المشاريع الصغيرة والمتوسطة في إفريقيا.
الخدمات الإلكترونية	Amazon Pay Amazon web Services Amazon Prime	Noon Pay Noon Food Noon Daily	Jumia Pay Jumia Logistics Jumia Advertising
طرق الدفع	يوفر خيارات دفع متعددة تشمل البطاقات الائتمانية وخدمة الدفع عند الاستلام.	يدعم الدفع عبر الأنترنت والدفع عند الاستلام، مع شركات بنكية لتقديم خصومات إضافية على الدفع الإلكتروني.	يتيح الدفع عبر البطاقات الائتمانية و الدفع عند الاستلام، مما يوفر مرونة كبيرة للمستخدمين.
المميزات	يتميز بتوفير مجموعة واسعة من المنتجات الأصلية والعلامات التجارية العالمية.	يوفر أسعارا تنافسية و عروض مغرية طوال العام. كما يقدم خيارات متنوعة	تشتهر بتنوع المنتجات من فئات مختلفة مثل الإلكترونيات، الأزياء. كما تقدم تخفيضات

¹ تجار مصر، "أمازون، نون وجوميا- أيهم الأفضل للتسوق في مصر؟ مقارنة شاملة"، المتاح عبر الموقع:

<http://tugarmasr.com>، تم الإطلاع عليه في: 2025/06/05

مستمرة وعروض مغرية خاصة في فترات التخفيضات الكبرى.	من المنتجات المحلية والعالمية. خيارات الدفع مرنة بما في ذلك الدفع عند الاستلام.	يعرف بسرعة التوصيل، كما يقدم ضمانات عالية الجودة.	
يشكو بعض العملاء من جودة بعض المنتجات وصعوبة التواصل مع خدمة العملاء في بعض الأحيان.	قد يوجه البعض تأخيرا في التوصيل أو قلة الثقة في بعض المنتجات نظرا لاختلاف مستوى الجودة بين البائعين المحليين.	قد تكون الأسعار أعلى في بعض الفئات مقارنة بالمتاجر الأخرى. يصعب العثور على خيارات الدفع عند الاستلام في بعض الأحيان.	العيوب

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على موقع تجار مصر، موقع جوميا، أمازون، نون

تمثل أمازون العملاق العالمي في التجارة الإلكترونية، تتميز بتنوع في المنتجات والخدمات المتقدمة، ولكن الأسعار فيها مرتفعة أحيانا والشحن فيه صعوبة.

تركز نون على السوق العربي وتقدم تجربة تسوق متوافقة مع الثقافة المحلية، مع دعم جيد للخدمات الملائمة، لكنها مازالت في تطور وتنوع المنتجات وتمثل أقل مقارنة بأمازون.

تعتبر جوميا منصة رائدة في إفريقيا حيث تقدم خدمات متعددة خاصة التسويق الإلكتروني لتشمل التوصيل والخدمات الرقمية، ولكن لديها تحديات تتمثل في مشاكل لوجستية.

المبحث الثالث: مساهمة منصة جوميا في التبادلات التجارية الدولية

في ظل التحولات التكنولوجية أصبحت المنصات الرقمية أحد الركائز الأساسية للاقتصاد الرقمي، خاصة في مجال التجارة الإلكترونية، وقد ساهمت هذه المنصات في تمكين المؤسسات من توسيع نطاق المستهلكين وتعزيز فرص التصدير وتطوير استراتيجيات التسويق الرقمي. تعد جوميا الجزائر نموذجا مهما لفهم كيفية المؤسسات الرقمية مع البيئة الجزائرية خاصة فيما يتعلق بتسويق المنتجات المحلية، حيث يهدف هذا المبحث إلى دور جوميا في دعم التجارة الدولية والإلكترونية.

المطلب الأول: الترويج الإلكتروني لمنصة جوميا الجزائر

تعتبر جوميا من المؤسسات التي تعتمد اعتمادا مباشرا على التسويق الإلكتروني كوسيلة لترويج منتجاتها وتحفيز زبائنها على القيام بعملية الشراء، فمن خلال الاطلاع على الموقع الرسمي للمؤسسة المتاح على الأنترنت ومختلف وسائل الاتصال الإلكترونية التي تعتمد عليها، لوحظ أن لديها كفاءة عالية في مجال التسويق الإلكتروني، ونظرا لتوسع المجال حول دراسة التسويق الإلكتروني لمؤسسة جوميا، سيتم التركيز فقط على جانب الترويج الإلكتروني والتي تضم كل من: ¹ الإعلان الإلكتروني، العلاقات العامة الإلكترونية، تنشيط المبيعات الإلكتروني، التسويق المباشر الإلكتروني.

الفرع الأول: الإعلان الإلكتروني

تعتمد Jumia على عرض مختلف منتجاتها وخدماتها عبر موقعها على الأنترنت، حيث يلاحظ الزائر للموقع مختلف الأصناف المعروضة من المنتجات مع توضيح أسعارها وبعض المعلومات حول المنتج أو الخدمة، وذلك بطرق جذابة وواضحة تجعل الزبون يقدم على عملية الشراء، إضافة إلى ذلك فإن المؤسسة لديها حضور قوي في مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والأنستغرام واليوتيوب وغيرهم، حيث أن الإعلان عن المنتجات والخدمات يظهر بشكل متكرر لمستعملي هاته المواقع، إلى جانب الفواصل الإشهارية التي تظهر على اليوتيوب أثناء المشاهدة.²

¹ - باهي وفاء، مرجع سبق ذكره.

² المرجع نفسه

لم تكتف Jumia بالوسائل الإلكترونية المذكورة آنفاً، بل اعتمدت على وسائل إعلام أخرى كالتلفاز لعرض مختلف المنتجات وذلك عن طريق القيام باتفاقيات مع مسيري المؤسسات الإعلامية للحصول على ومضات إخبارية خلال تقديم البرامج المختلفة، حيث نجد إعلاناتها تمتد عبر القنوات العامة والخاصة في الجزائر كالتلفزيون العمومي، الشروق TV، النهار TV، وغيرهم.

كما لجأت جوميا إلى الحصول الموافقة من طرف App Store, Google Play لإنشاء تطبيق على الهواتف النقالة لتسهيل وصول إعلاناتها إلى شرائح واسعة في المجتمع، حيث أن الإشعارات لمختلف العروض تظهر بشكل دائم على الهواتف النقالة للمستخدمين.¹

الفرع الثاني: العلاقات العامة الإلكترونية

تسعى المؤسسة إلى إثراء علاقاتها العامة مع زبائنها، من خلال مشاركتهم في منتديات النقاش عبر صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تجيب على مختلف الأسئلة المتعلقة بالمنتجات والخدمات، وتتجاوب بشكل مباشر مع انشغالات زبائنها من خلال خدمة موظفي الزبائن، والذين يجيبون عليهم عبر الهاتف والبريد الإلكتروني، يجمع اللغات واللهجات التي من المفترض أن يتخاطب بها الزبائن (العربية، الفرنسية، العامية، الأمازيغية).

كما أنها تسعى من خلال المبادرات الخيرية إلى إثراء العلاقات العامة من خلال قيامها بحملة تبرعات عن طريق صفحتها على الفايسبوك لصالح المناطق المتضررة من الحرائق التي تشهدها المنطقة، حيث أنها وبالتعاون مع جمعية (وين نلقا) طرحت المؤسسة فكرة جمع التبرعات عبر مستودعاتها في منطقة الكاليتوس وتوصيلها إلى هاته المناطق، بالاستعانة بموظفيها.

الفرع الثالث: تنشيط المبيعات الإلكتروني

تسعى Jumia إلى تحفيز زبائنها للقيام بعملية الشراء من خلال حملات التخفيضات التي تقوم بها في المناسبات وغيرها. قامت جوميا في عيد ميلادها العاشر بحملة تخفيضات لمدة أسبوع كامل لمنتجاتها من الهواتف النقالة (موبايل، إكسسوارات، سماعات، وغيرها)، كما أنها تقوم بحملة الجمعة السوداء (Black Friday)، وهو حدث سنوي يحدث على مدى 4 أسابيع من كل يوم جمعة وذلك بطرح عروض قوية مع تخفيضات هائلة تصل إلى 75% لمختلف منتجاتها التي وصلت سنة 2020 إلى 58590

¹باهي وفاء ، مرجع سبق ذكره

منتج شملهم التخفيض، كل هذا لم يمنع المؤسسة من ابتكار أفكار جديدة لجلب أكبر عدد ممكن من الزبائن، فعند اطلاعنا على صفحة Jumia على الفيس بوك لفت انتباهنا بعض الألعاب الترفيهية المرفقة بجوائز تحفيزية ومنها لعبة عجلة الحظ وهي عبارة على تطبيق يحتوي على عجلة دائرية بها مجموعة من المنتجات المقدمة من Jumia حيث يقوم الزبون بتدويرها وانتظارها لغاية التوقف، وفي حالة أنها توقفت على منتج معين يقوم الزبون بالدخول في السحب ليعلن عن الفائز مستقبلا.¹

الفرع الرابع: التسويق المباشر (عن طريق الموقع)

تم إنشاء موقع جوميا للتجارة الإلكترونية رقم (01) في الجزائر في مايو 2012 بهدف ورؤية لتصبح النافذة الوحيدة للبيع بالتجزئة في إفريقيا مع تنفيذ أفضل الممارسات على الأنترنت وخارجها. وجوميا هو الموقع الذي يضم أكبر مجموعة من المواقع في الجزائر التي تضمن التسليم لجميع المدن في الجزائر، ففي البداية قدمت متوسط وقت التسليم لمدة أسبوع واحد، أما حاليا فهي تقوم في المتوسط بالتسليم في 05-12 يوما. وأنشأت جوميا أول أكاديمية للتجارة الإلكترونية في الجزائر من أجل تمكين المجتمع المدني من المشاركة في هذه العملية ورجال الأعمال الشباب لتطوير مهاراتهم.² إن أكثر من 50% من عملاء جوميا يستخدمون الموقع من خلال الموبايل، كما أنه يتم تحميل تطبيق جوميا 108 مرة في الدقيقة حول إفريقيا، وقد استقبل الموقع حوالي 1.5 مليون زائر، كما استقبل ما بين 15.000 و 20.000 طلبا شهريا في عام 2017 (زيادة بنسبة 50% على أساس سنوي)، وارتفع عدد الزوار إلى 1.7 مليون في أوائل عام 2018.

إضافة إلى ماسبق، توفر المؤسسة إمكانية الشراء المباشر عبر موقعها من خلال الخطوات التالية:³

- ✓ وضع منتج المشتري في السلة الموجودة على الشاشة؛
- ✓ تأكيد الطلب على المنتج؛
- ✓ التأكد على عنوان الزبون ورقم هاتفه والاتفاق على طريقة التوصيل؛
- ✓ إنهاء الطلبية وتأكيدها مرة أخرى، وإظهار بعض التفاصيل المتعلقة بنفقات التوصيل.

¹ - باهي وفاء ، المرجع السابق

² - باهي وفاء، مرجع سبق ذكره

³ - المرجع نفسه

المطلب الثاني: تحليل دور التجارة الإلكترونية لمنصة جوميا في تحقيق التبادل الدولي

أصبحت التجارة الإلكترونية أحد المجالات الهامة التي باتت تفرض نفسها على الساحة الاقتصادية في عصر ثورة الاتصالات لتفرض أسلوبا جديدا في اتمام الصفقات وتوفير فرص الاستثمار وكذا خلق نمط جديد من التجارة الدولية وتحسين التبادلات التجارية.

الفرع الأول: منصة جوميا الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية

توفر التجارة الإلكترونية بشكل عام أسرع الطرق للوصول إلى الأسواق العالمية والتسوق عن طريق المواقع التي تتيحها ومعرفة كل ما هو جديد من سلع أو خدمات، حيث هناك علاقة بين تفاعل متبادلة بين مستخدمي الأنترنت⁽¹⁾، وعليه فإنمنصة جوميا تتيح كل المزايا سألغة الذكر وفيما يلي أهم المؤشرات المرصودة في مجال التجارة الإلكترونية لمنصة جوميا:

الجدول رقم (14): أهم المؤشرات الاحصائية لمنصة جوميا الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية لسنة

2025

المؤشر	القيمة	الملاحظات
عدد الزوار اليومي	حوالي 150.000 زائر	يدل على نشاط مرتفع وتفاعل يومي هام
عدد مشاهدات صفحات المنتجات	أكثر من 350.000 مشاهدة يوميا	يعكس اهتمام كبير بالعرض الرقمي
عدد تحميلات تطبيق جوميا	أكثر من 3.5 مليون تحميل	يشير إلى انتشار واسع للتطبيق
عدد المتابعين على منصات التواصل	أكثر من 2.9 مليون متابع	يعزز من فعالية التسوق الرقمي
عدد نقاط التجميع	أكثر من 100 نقطة	تساهم في تحسين الخدمة اللوجستية
تغطية التواصل	أكثر من 55 ولاية	دليل على الامتداد الوطني

¹ - المستثمر، "التجارة الإلكترونية في الجزائر تفتح الأبواب نحو التصدير للأسواق العالمية"، 12 نوفمبر 2024، متاح على : <http://almostathmir.dz>، تاريخ الاطلاع: 07 جوان 2025.

عدد المنتجات المتاحة	أكثر من 70.000 منتج	تنوع في العرض يعكس حركية السوق
عدد الوظائف المباشرة والغير المباشرة	أكثر من 1.000 وظيفة	دور المنصة في خلق فرص العمل.
عدد المتاجر الرسمية	أكثر من 50 متجرا رسميا	تعزيز الثقة في المعروضات.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع الرسمي لجوميا الجزائر، جوان 2025.

تبين المؤشرات الواردة في الجدول النمو المتسارع لمنصة جوميا الجزائر كمثال على تأثير الاقتصاد الرقمي في دعم التجارة الإلكترونية وتوسيع قاعدة التبادل التجاري، إذ يبرز عدد الزوار اليومي الذي يفوق 150 ألف مستخدم إلى جانب أكثر من 350 ألف مشاهدة لصفحات المنتجات، من هنا يتبين أن هناك طلب متزايد على التجارة الرقمية.

يعد العدد الكبير لتنزيلات التطبيق 3.5 مليون ومتابعي وسائل التواصل 2.9 مليون دليلا على فعالية جوميا في مجال التسويق الرقمي، مما يسهم في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وزيادة المبيعات عبر الحدود.

من الناحية اللوجستية يوجد أكثر من 100 نقطة تجميع وتغطية 55 ولاية يعكس تطور البنية التحتية الرقمية للمنصة وكذا يساهم في تسهيل عمليات التوزيع مما يؤدي إلى تقليص حواجز التجارة التقليدية.

ونلاحظ من خلال 70.000 منتج وما يزيد عن 50 متجرا رسميا على المنصة توسعا في سلاسل التوريد الرقمية وتنوع في العرض وهذا ما يعزز قدرة المنصة على دمج البائعين المحليين والدوليين، وتعد فرص العمل الناتجة على المنصة أكثر من 1.000 وظيفة مباشرة وغير مباشرة، وذلك يمثل أحد الآثار الاجتماعية والاقتصادية الإيجابية للاقتصاد الرقمي على سوق العمل المحلي.

ومن خلال الجدول كذلك، نجد أن جوميا الجزائر تمثل نموذج ملموس لإمكانيات الاقتصاد الرقمي في تحفيز التجارة الدولية.

الفرع الثاني: التوزيع الجغرافي لزيائن منصة جوميا الجزائر

في ظل توسع استخدام التجارة الإلكترونية، لم تعد منصات البيع عبر الأنترنت محصورة في نطاق جغرافي ضيق، بل أصبحت تستهدف مستخدمين من خارج البلد.

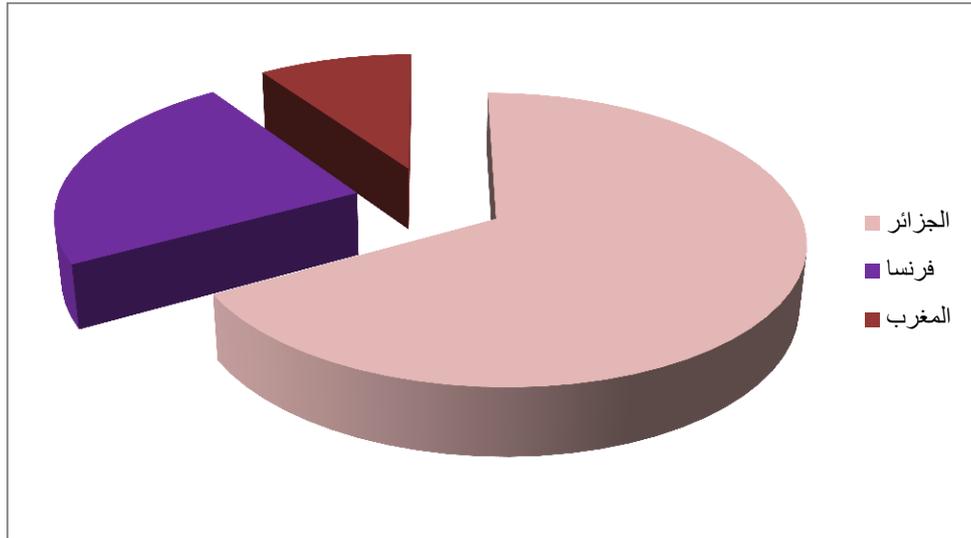
فقد أصبحت منصة جوميا الجزائر تظهر بيانات استخدام نسب معتبرة من زوار المنصة مثل فرنسا والمغرب، مما يعكس اهتمام الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج، وامتداد تأثير المنصة على المستوى الاقليمي وهذا التوزع الجغرافي للزيائن خارج الوطن له دلالات مهمة تتمثل في فرص التوسع، وتعزيز العلاقات مع الأسواق المجاورة والدول التي تضم جاليات جزائرية.

الجدول رقم(15): يمثل نسبة مشاهدة موقع جوميا الجزائر

النسبة	البلد
66.9%	الجزائر
23.5%	فرنسا
9.6%	المغرب

من إعداد الطالبة بالاعتماد على: jumia.dz Traffic Analytics, Ranking& Adience
(may 2025) on site : <http://www.similarweb.com>

الشكل رقم(13):يمثل نسبة مشاهدة موقع جوميا الجزائر



من إعداد الطالبة بالإعتماد على الجدول السابق

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه، أن معظم الزيارات لمنصة جوميا الجزائر تأتي من داخل الجزائر بنسبة كبيرة وتقدر بـ 66.9%، وهذا يدل على أن جمهور جوميا محلي بالدرجة الأولى، أي أن المنصة تخدم المستهلك الجزائري.

بينما تأتي نسبة 23.5% من فرنسا، وذلك لوجود عدة عوامل منها وجود جالية جزائرية مقيمة في فرنسا، وكذلك الاشخاص الذين يهتمون بالاطلاع على المنتجات والأسعار في الجزائر كون المنصة

تحتوي على عروض لمنتجات عالمية وتشملها أحيانا تخفيضات مهمة وكذلك توفرها على 03 لغات أجنبية كما أشرنا سابقا.

وفي الأخير، تمثل أقل نسبة في المغرب بنسبة 9.6%، مع أن النسبة قليلة إلا أنها تظهر بوادر انفتاح المنصة خارج الحدود الجغرافية، وهو ما يمكن استغلاله لتسويق المنتجات وتطوير خدمات مخصصة للجالية أو للتوسع في إفريقيا.

نستنتج من خلال ماسبق، أن جوميا الجزائر تعتمد بدرجة كبيرة على السوق المحلي، إلا أن هناك مؤشرات واضحة على إمكانية التوسع الإقليمي والدولي، خصوصا نحو فرنسا والمغرب، كما أن النسبة المهمة من المستخدمين في فرنسا تفتح المجال وهي فرصة لتطوير خدمات للزبائن بالخارج، مثل الدفع من الخارج والتوصيل، أو حتى التصدير الجزئي للمنتجات الجزائرية المطلوبة في الخارج.

الفرع الثالث: مساهمة التجارة الإلكترونية لمنصة جوميا الجزائر في تحقيق التبادل الدولي

لاشك أن التجارة الإلكترونية تساهم في تحقيق التبادل الدولي بشكل كبير من خلال توسيع قاعدة العملاء سواء المحليين أو الأجانب كونها تركز معظم عملياتها على الأنترنت وما يتيح ذلك من توفير الوصول إلى الأسواق العالمية، وتعزيز قدرة الشركات على المنافسة خارج الحدود الإقليمية.

وتعد منصة جوميا الجزائر من أبرز الفاعلين في ميدان التجارة الإلكترونية، حيث توفر مجموعة واسعة من المنتجات الأصلية، يشكل المستورد منها نسبة معتبرة، خاصة ضمن فئات الأجهزة المنزلية، الإلكترونيات، الألبسة والعلامات التجارية العالمية. ومن خلال تتبع البيانات المعروضة على الموقع الرسمي للمنصة نجد أن العديد من المنتجات تحمل علامات من أصل صيني، أوروبي، وأمريكي. مما يدل على اعتماد كبير على المنتجات المستوردة لتلبية حاجيات السوق الجزائري.

ويفسر هذا التوجه بعوامل متعددة أبرزها غياب تصنيع محلي تنافسي في بعض القطاعات والانفتاح على التجارة الإلكترونية الدولية. إضافة إلى توقيع شراكات بين جوميا وبعض المزودين الأجانب، كما أن نظام البيع عبر الأنترنت يسهل تسويق هذه المنتجات حتى في غياب قنوات توزيع تقليدية فعالة.

وقد تدعم هذه المعاينة الأرقام الرسمية الصادرة عن المديرية العامة للجمارك الجزائرية، والتي تظهر أن فئات مثل: الهواتف الذكية، الأجهزة الإلكترونية، تحتل المرتبة الأولى من قائمة الواردات السنوية،

وهذه الفئات الأكثر عرضا عبر منصة جوميا، مما يسمح بالارتباط المباشر بين المنتجات المستوردة والنشاط الإلكتروني للمنصة.⁽¹⁾

جدول رقم(16): تصنيف المنتجات المعروضة على جوميا الجزائر

المصدر	تقدير نسبة المنتجات المستوردة	الماركات المعروضة	الفئة
كوريا، الصين، أمريكا	%90	Samsung, Apple, Iphone	الأجهزة الإلكترونية والهواتف
الصين، تركيا، أوروبا	%85	Adidas, Nike, Zara	ألبسة وأحذية
فرنسا، أمريكا	%80	Maybelline, L'Oréal	مستلزمات تجميل وصحة
الصين، أمريكا، ألمانيا	%70	HP, Canon	أدوات مكتبية وألعاب
الجزائر	%20-10	كتب جزائرية، مواد غذائية	منتجات محلية
كوريا، الصين	%75	Samsung, LG	الأجهزة المنزلية

من إعداد الطالبة بالاعتماد على موقع: <http://www.jumia.dz>

نلاحظ من خلال الجدول، أن نسبة المنتجات المستوردة على منصة جوميا الجزائر مرتفعة خاصة في الفئات ذات القيمة التكنولوجية وكذا العلامات العالمية المعروفة، حيث تتجاوز نسبة الإلكترونيات المستوردة 90%، وهذه المبيعات تحتل صدارة المبيعات وتستورد بشكل كبير من الصين والولايات المتحدة.

كما أن فئة الألبسة والأحذية تشهد كذلك نسبة ارتفاع عالية تمثل 85%، وهو ما يتماشى مع التوجه العام للمستهلك الجزائري نحو الماركات المعروفة مثل: Adidas، وذلك للجودة العالية التي تتمتع بها، إضافة إلى ثقة المستهلك في المنتجات الأجنبية.

¹ - موقع إلكتروني، <http://www.jumia.dz>، تم الاطلاع عليه يوم: 11/06/2025

وفي الأخير، نجد أن المنتجات المحلية لديها فئة قليلة تتراوح ما بين 10% و 20% من العرض الاجمالي على المنصة وهي محدودة في المواد الغذائية أو الحرف التقليدية، وهذا يدل أن المنتجات ذات الجزائرية تحتل مكانة متواضعة ضمن المنتجات المعروضة على المنصة.

وعليه وانطلاقاً من التحليل السابق، فإن موقع جوميا يروج للمنتجات الأجنبية والعالمية ويتيح شراءها وتوصيلها للمستهلك الجزائري وبالتالي زيادة قيمة الواردات منها ، وعلى الجانب الآخر فإن موقع جوميا لا يتيح بيع المنتجات المحلية للمستهلك الأجنبي (على عكس موقع أمازون وعلي بابا) وبالتالي لا يساهم في تصدير المنتج المحلي إلى الخارج.

المطلب الثالث: منصة جوميا الجزائر الواقع، الآفاق والتحديات

أولاً: واقع جوميا الجزائر

تبدل جوميا أقصى جهدها لتقدم لعملائها أفضل تجربة للتسوق عبر الإنترنت في الجزائر مقارنة بمراكز التسوق الأخرى، سواء المتاحة عبر الإنترنت أو الموجودة على أرض الواقع، حيث توفر منتجاتها بأسعار تنافسية مقارنة بمواقع التسوق الأخرى، وتبدل كل ما في وسعها لتوفير خدمة سريعة بحيث يتم توصيل المنتجات إلى باب منزلك مباشرة مع إمكانية الدفع عند الاستلام لتوفر أقصى درجات الراحة، علاوة على إمكانية إرجاع المنتج مجاناً خلال 7 أيام من تاريخ الاستلام.⁽¹⁾

1- الموقع الإلكتروني: البيع والشراء عبر الإنترنت أصبح أسهل مع موقع جوميا الجزائر بحيث أنه يقدم أفضل تجربة تسوق، مع مجموعة متنوعة من المنتجات من جميع الفئات وبأفضل الأسعار، جوميا الجزائر تبذل قصارى جهدها لتوفير الماركات العالمية والمحلية بأثمانه تلائم الجميع، يمكنهم الاستفادة من طرق عملية وآمنة للدفع والاتصال بخدمة العملاء لتقديم المساعدة واستقبال الشكاوي.⁽²⁾

2- تطبيق جوميا: يتيح التحميل المجاني لتطبيق جوميا الجزائر عبر Google Play & App Store، العديد من المزايا، التخفيضات والبيع على السريع بكميات محدودة وبأسعار خيالية. وذلك من خلال

¹- علي محبوب، علي سنوسي، "التسويق الإلكتروني ودور المؤسسات الناشئة في تلبية احتياجات العملاء في الجزائر - دراسة لشركة جوميا الجزائر Jumia Algérie"، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر، جامعة المسيلة، الجزائر، 2021، ص 105.

²- المرجع نفسه، ص 105.

مهمتها في أن تحرص دائما على إرضاء وتوفير أفضل العروض والمفاجآت لزيائنها، وكل ما على الزبون فعله هو التسجيل في منصة جوميا لتصلهم آخر العروض والتخفيضات التي يقوم بها الموقع، بالإضافة إلى الاستفادة من المبيعات السريعة وعروض المناسبات الخاصة مثل تخفيضات رمضان المبارك، عروض على طيلة السنة للاستفادة من أفضل أجهزة التلفاز وكذلك أفضل الهواتف الذكية في الجزائر مع أسبوع الهواتف، دون أن ننسى الحدث الكبير بلاك فرايدي. مع أفضل الأسعار لأن موقع جوميا يتعهد بتوفير أفضل خدمة ممكنة أيضا الاستمتاع بشراء منتجات رائعة وهدايا مميزة، والاستفادة من المبيعات السريعة وتسليم أسرع.⁽¹⁾

ثانيا: آفاق ونظرة جوميا الجزائر

تسعى جوميا نحو إحداث ثورة للتسوق الالكتروني في افريقيا عامة وفي الجزائر على وجه الخصوص ومن أهدافها المسطرة نجد:

- تقديم المنتجات 100% أصلية.
- تقديم منتجات بأفضل الأسعار.
- عملية أكثر ومساعدة أكبر.

3- التحديات التي تعترض جوميا الجزائر:

تواجه منصة جوميا مجموعة من التحديات تتمثل في: ⁽²⁾

- حماية الملكية الفكرية: يحظر عرض المنتجات المقلدة أو غير المصرح بها للبيع على جوميا، تخضع الاعلانات التي تنتهك الشروط للحذف؛
- المخاطرة من طرف البائعين الذين ينتهكون بشكل متكرر قانون الملكية الفكرية الخاص ب Jumia بحذف حساباتهم؛
- من بين التحديات الكبرى والتي تعترض أهدافها وتحد من أرباحها وتموقعها في السوق الجزائري هو عدم تغطيتها لكل ولايات الوطن، وتغطيتها قوية واستجابة سريعة للولايات الشمالية واستجابة

¹ - المرجع السابق، ص 105.

² - مرجع سبق ذكره، ص ص 105، 106.

ضئيلة للولايات الجنوبية، بالرغم من أنها سوق واعدة نظرا لعدم توفر المنتجات على مستوى الولايات المعنية؛

- ضعف البنية التحتية للنقل والشحن الدولي؛
- ارتفاع تكاليف التوصيل الدولي؛
- قلة الشراكات مع شركات توصيل دولية؛
- الاجراءات الجمركية المعقدة فالتصدير من الجزائر يتطلب التزاما بسلسلة من الإجراءات، مما يعرقل سهولة التوسع نحو الخارج؛
- عدم وضوح الإطار القانوني لتجارة المنتجات نحو الخارج عبر الأنترنت؛
- جودة المنتجات ومطابقتها للمعايير الدولية؛
- صعوبة توفير وسائل دفع دولية.

خاتمة الفصل:

تعد الرقمنة من أبرز العوامل المؤثرة في إعادة تشكيل خارطة التجارة الدولية، وقد مثلت منصة جوميا الجزائر نموذجا عمليا يجسد هذا التحول داخل السوق الجزائري.

من خلال التحليل تبين أن جوميا رغم ضعف البنية التحتية التكنولوجية في الجزائر استطاعت أن تساهم في التبادل التجاري الدولي الذي يسهل عمليات الشراء والبيع، وكذا يعزز من ولوج المستهلك الجزائري إلى المنتجات المحلية والدولية، وساهمت مبدئيا في إرساء ثقافة أولية للتجارة الإلكترونية.

ورغم ما توفره المنصة من إتاحة المنتجات ومصاحبتها بخدمات التسليم السريع والتغطية شبه الكلية لاحتياجات السوق المحلي سواء بالمنتجات المحلية او الماركات العالمية، إلا أن مساهمتها في تطوير قاعدة عملائها خارج حدود الجزائر منعدمة وبالتالي فالتبادل التجاري الذي تحدثه هو تبادل سلبي أي تتيح الترويج وبيع وتسليم المنتجات الأجنبية المستوردة في السوق المحلي ولا تتيح بيع وتسليم المنتجات المحلية للخارج، ومع ذلك، فإن الفرص متاحة لا سيما مع التوجهات الحكومية نحو التحول الرقمي وارتفاع عدد مستخدمي الأنترنت والهاتف الذكي في الجزائر.

خاتمة عامة

خاتمة عامة:

تعد رقمنة الاقتصاد بالعالم عامة والجزائر خاصة من أصعب التحديات في العصر الحالي، فقد فرض الاقتصاد الرقمي نفسه كعامل مهم في تشكيل أنماط التجارة الدولية، خاصة في ظل تطور التكنولوجيات الحديثة واستخدام الدول الرقمنة كآلية لتعزيز قدرتها التنافسي، ويخضع التحول نحو الاقتصاد الرقمي لعدة اعتبارات أهمها البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والاهتمام بالبحث والتطوير وغيرها من الأعمال التي من الممكن أن تزيد من رقمنة الاقتصاد.

ومع تسارع وتطور التحول الرقمي عالميا، تبين أنه له علاقة مع التجارة الدولية، ففي الدول النامية كالجزائر تسعى إلى تعزيز اندماجها في الاقتصاد العالمي. وقد أظهرت هذه الدراسة أن الاقتصاد الرقمي لا يتماشى مع الجانب التكنولوجي فقط، بل يشمل البنية التحتية، الخدمات، والإطار القانوني، ورأس المال البشري وهو ما ينعكس بشكل مباشر في التجارة الدولية.

وقد قدمت منصة جوميا نموذجا ومثالا عمليا في كسر بعض الحواجز التقليدية أمام التبادل التجاري، وتسهيل عمليات الشراء والبيع، خاصة للمنتجات المحلية، مما قد يفتح آفاق للتصدير الرقمي للمنتجات في وقت لاحق.

اختبار صحة الفرضيات:

- الفرضية الأولى، وقد بينت الدراسة أنه يوجد تأثير إيجابي للإقتصاد الرقمي على نمو إنتاجية العمل من خلال زيادة كفاءة استخدام هذه العوامل الإنتاجية، كما أنه يسهم في زيادة النمو الاقتصادي من خلال الزيادة في الاستثمارات الرقمية وكذا إحداث تغييرات في سلاسل القيمة العالمية وإنشاء مصادر جديدة للقيمة وتطبيق نماذج مبتكرة للأعمال أكثر كفاءة واستدامة، وهو ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

- إثبات صحة الفرضية الثانية، حيث تحلّل الجزائر مراتب متأخرة في ترتيب الدول ضمن مؤشر التنافسية العالمي من ناحية الإشتراكات الهاتف الثابت، واشتراكات أنترنت الفيبير، ومن ناحية المنافسة في الخدمات.

- إثبات صحة الفرضية الثالثة، حيث أظهرت الدراسة أن إنشاء موقع جوميا للتجارة الإلكترونية كان الأول في الجزائر وتحديدا في ماي 2012، حيث يضم أكبر مجموعة مواقع في الجزائر التي تضمن خدمة توصيل المنتجات لمعظم جميع المدن.

- تم نفي الفرضية الرابعة حيث أن خلصت الدراسة إلى أن منصة جوميا ساهمت في بعض التبادلات التجارية لكن على حساب قطاع التصدير، حيث روجت المنتجات الأجنبية وأتاحت خدمة بيعها في السوق المحلي، بينما لم تتح المنصة بيع المنتجات المحلية وتوصيلها خارج الجزائر أي زيادة حجم الواردات.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- يعتمد نجاح الاقتصاد الرقمي بشكل كبير على الأنترنت، ويتسم بالعديد من الخصائص تجعله يتميز عن الاقتصاد التقليدي مثلا في انخفاض التكلفة.
- تلعب الرقمنة دورا هاما في تفعيل التبادلات التجارية الدولية ، وذلك من خلال الخدمات المتعددة التي تقدمها لكل الأطراف، وتبرز أهميتها في تسيير إجراءات التصدير والاستيراد، وذلك لإتاحة فرص جديدة لوصول السلع والخدمات إلى الأسواق عالمية.
- تواجه الجزائر عدة تحديات لتبني آليات الاقتصاد الرقمي أهمها ضعف الخبرات التجارية والمساعدات التقنية والفنية لحول الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية وكذا هشاشة البنية التحتية التكنولوجية، أما في مجال لتشريعي فعلى الرغم اتساع مساحة المعاملات والعقود وطرح إشكاليات قانونية خاصة في مجال الإثبات، إلا أن التساؤل حول مدى كفاية اعتماد المشرع الجزائري للإثبات الإلكتروني لإضفاء الحماية القانونية في التجارة الإلكترونية.
- لا تساهم منصة جوميا جوميا في تطوير صادرات الجزائر، واتاحة المنتج المحلي للخارج، وإنما فقط في زيادة حجم الواردات وهو ما يعني تحقق تبادل تجاري سلبي للجزائر.

التوصيات:

- بناء على ما سبق، يمكننا تقديم مجموعة من التوصيات التي نراها ضرورية وذات صلة بالموضوع:
- تحسين البيئة التشريعية الخاصة التي تضمن التحول الرقمي بما يتوافق مع المستجدات التكنولوجية العالمية وتفعيل القوانين التي تسهل التجارة الإلكترونية (إنشاء نظام دفع إلكتروني، ضمان تتبع الشحنات، التوقيع الإلكتروني، ضمان حماية المعلومات وسرية البيانات للمتعاملين الاقتصاديين....) لهدف خلق الثقة في المعاملات الرقمية المهمة.

- زيادة كثافة التغطية لشبكة الاتصالات الهاتفية والانترنت لجميع مناطق التراب الوطني، وذلك للتوسع في التجارة الإلكترونية.
- تشجيع المؤسسات على ابتكار وريادة الأعمال الرقمية.
- تحسين مناخ الاستثمار في مجال الأعمال الرقمية.
- محاولة تقليل الفجوة التكنولوجية ما أمكن بين الجزائر والدول المتقدمة من أجل تحسين عمليات التبادل التجاري الدولي.

آفاق الدراسة:

- من خلال هذه الدراسة نجد أن المجال مفتوح أمام الأبحاث المستقبلية المعمقة، منها:
- توفير الاحصائيات حول مدى وقمنة الاقتصاد الرقمي وتجديدها بشكل سنوي.
- قياس حجم الاقتصاد الرقمي في الجزائر، وتحديد تأثيراته على التجارة الخارجية.
- دراسة سلاسل الكتل (Block Chain) في تعزيز الشفافية في التجارة الخارجية.
- دراسة تجارب عالمية رائدة من أجل تحقيق الاستفادة في مجال الرقمنة غي الجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. أسامة عبد السلام السيد، "الاقتصاد الرقمي"، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2019.
2. بن أحمد الحاج، "قانون التجارة الدولية"، الجزائر، مركز الكتاب الأكاديمي، 2017، ص12.
3. جعفر حسن جاسم، "مقدمة في الاقتصاد الرقمي"، عمان، دار البداية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009.
4. خالد أحمد علي محمود، "الاقتصاد الرقمي الحديث وإدارة الموارد البشرية والإنتاج السلعي"، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2019.
5. خالد أحمد علي محمود، "التجارة الدولية بين الحماية والتحرر والنظرية الحديثة"، الإسكندرية، الدار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة الأولى، 2019.
6. سعد علي العنزي، ايمان عامر حميد الدهان، نور خليل إبراهيم العبيدي، "الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية (منظور عالمي)"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
7. صلاح زين الدين، "تكنولوجيا المعلومات والتنمية"، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2002.
8. عاطف أحمد زيدان، "الاقتصاد الرقمي بين الواقع و المأمول والمعاملة الضريبية الخاصة به"، مصر، مركز المحمود للنشر وتوزيع الكتب، الطبعة الأولى، 2022.
9. عبد الرحيم حمود الماوري، "تجميع الحاسوب"، الطبعة الأولى، اليمن، فيفري 2025، ص20
10. عمر أحمد أبو هشام، أسامة محمد عبد العليم، هشام محمد بيومي، "الإدارة الإلكترونية مدخل إلى الإدارة التعليمية الحديثة"، دار المنهاج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013.
11. فارس محمد العمارات، إبراهيم محمد الحماسة، "الأمن السيبراني المفهوم وتحديات العصر"، دار الخليج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2022.
12. فراس أكرم الرافعي، عبد الرحيم فؤاد الفارس، "مدخل إلى الأعمال الدولية"، عمان، دار المنهل، 2013.
13. فريد النجار، "الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي"، إسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة للنشر، 2004.

14. فريد النجار، "الاقتصاد الرقمي الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية"، الإسكندرية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، 2007.
15. قاسم أحمد فتحي عبد المجيد، "القدرة التنافسية للأعمال والازدهار الاقتصادي المستدام في البلدان العربية"، الطبعة الأولى، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات للنشر، بيروت، 2022.
16. مدد الفاتح محمود الغربي، "التجارة الإلكترونية"، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
17. مندور شادية السعودي كمال، "دور التجارة الخارجية على التنمية الاقتصادية في اليابان في الفترة (1950-1990)"، القاهرة، دار النهضة العربية، 2015.
18. نجم عبود نجم، "الإدارة الإلكترونية الاستراتيجية والوظائف والمشكلات"، الأردن، دار المريخ للنشر، 2004.
19. يا دونغ لو، ساتيش نامبيسان، "الشركة العالمية في العصر الرقمي: مجارة الاستراتيجيات الرقمية الجديدة في عالم الأعمال"، ترجمة: صفوان الشويطر، الطبعة الأولى، شركة رف للنشر، الرياض (المملكة السعودية)، 2022.
- ثانياً: الرسائل والمذكرات
1. ثنية الريح أسامة، معيطي عبد الحق، "دور التجارة الإلكترونية في تعزيز حرية التجارة الدولية"، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2022.
2. خديجة عبير، "دور الاقتصاد الرقمي في إعادة هيكلة التجارة الدولية في ظل تحديات التنمية المستدامة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2014.
3. روميساء مرواني، "مؤسسات الصناعات الغذائية وأثرها في ترقية التجارة الخارجية الواقع المأمول"، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، 2020.
4. سعداوي سلمى، "رقمنة الاقتصاد ودوره في تعزيز التجارة الخارجية الجزائرية"، مذكرة تخرج متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2020.

5. سموك نوال، "أثر الانفتاح التجاري على الاقتصاد الرقمي الجزائري دراسة قياسية باستخدام نموذج التوازن العام القابل للحساب"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص اقتصاد كمي، جامعة الجزائر 3، 2019.
6. صادق سمية، عبادلية سهام، "دور التجارة الإلكترونية في تفعيل أنشطة الشركات التجارية في السوق الدولية"، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون - تيارت، الجزائر، 2022.
7. فضيلة عزيزية، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على الأداء في المؤسسة الاقتصادية"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية المؤسسة، جامعة 08 ماي 1945، 2019/.
8. نغموشي امينة، "دور الإقتصاد الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة قالة 08 ماي 1945، 2023/2022.
- ثالثا: المجالات والملتقيات**
1. اثير هاني حرز، "الاقتصاد الرقمي والتحول في العلاقات التجارية الدولية: دراسة تأثيرات التقنيات الحديثة على السياسات التجارية"، المجلة السياسية الدولية، العدد 61، الجامعة التقنية الوسطى، 2024.
2. أحمد نصير، بشير بن موسى، تجربة دولة قطر كنموذج رائد على المستوى العربي في مجال التحول الرقمي "الواقع والتحديات"، أبحاث الملتقى الوطني حول: جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي والإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية رهانات وتحديات تقييم الواقع واستشراف الوقع.
3. العياشي زرزار، حمزة بن وريدة، "الحوسبة السحابية: المفهوم والخصائص (تجارب دول وشركات رائدة)"، مجلة أرساد للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 02، العدد 02، ديسمبر 2019.
4. باهي وفاء، مخزومي لطفي، "التسويق الإلكتروني في الجزائر - عرض تجربة مؤسسة جوميا الجزائر"، الملتقى الوطني الافتراضي بتقنية التحاضر عن بعد حول: "البدائل التسويقية و التمويل المحلي للمؤسسات.. بين الفرص والتحديات"، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، يوم 20 أكتوبر 2022.

5. بركان أنيسة، دراج عفيفة، "سلاسل القيمة العالمية وانعكاساتها على التجارة الدولية في ظل المستجدات المعاصرة"، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 13، العدد 2، مخبر التنمية الاقتصادية والبشرية في الجزائر، 2022.
6. بشير بركان، "مقومات الاقتصاد الرقمي في الجزائر"، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال، العدد 01، جامعة بسكرة، 2023.
7. بطاهر بختة، "توجهات الاقتصاد الرقمي في البلدان العربية في ظل رغبتها في تطبيقه"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد 02، جامعة مستغانم، 2020.
8. بن نيدينة سعيد، بوعكاز عمار، "سبل ووسائل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي"، مجلة البناء الاقتصادي، العدد 01، جامعة الجلفة، جوان 2018.
9. تتيو كنزة، دهان محمد، "دور الاقتصاد الرقمي في تحقيق جودة الحياة"، مجلة الاستراتيجية والتنمية، العدد 03، جامعة قسنطينة، 2019.
10. جموعي فاطمة الزهراء، "دراسة استكشافية حول فرص وتحديات الحوسبة السحابية كآلية لتعزيز التحول الرقمي للتيسير ما بين المؤسسات في عصر الثورة الصناعية الرابعة"، المجلد التاسع، العدد 01، جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة، 2023.
11. حراق سمية، لطرش ذهبية، "التمويل الرقمي كآلية لتعزيز التجارة وسلاسل القيمة العالمية"، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 15، العدد 03، مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، الجزائر، 2021.
12. خالد الهادي، "إشكالية الهيمنة من خلال أطروحة التجارة الدولية عند آدم سميث ودافيد ريكاردو"، المجلد 06، العدد 02، 1996.
13. خالد رجم، خولة واصل، اللويزة سعادة، "واقع الاقتصاد الرقمي في الجزائر"، مجلة JEJE، العدد 01، جامعة ورقلة، الجزائر، 2018.
14. رابحي فريد، الحاج علي بدر الدين، "النظام المعلوماتي الجديد كآلية لرقمنة الإجراءات الجمركية في الجزائر"، مجلة الفكر القانوني والسياسي، العدد 02، المركز الجامعي مغنية، 2023.
15. رنان رايح، بن باير حبيب، "أثر رأس المال البشري على الاقتصاد الرقمي في البلدان العربية دراسة قياسية للفترة 2013-2020"، مجلة المالية & الأسواق، المجلد 09، العدد 02، المدرسة العليا للاقتصاد، جامعة وهران (الجزائر)، 2022.

16. سماعلي محمود، بن عمارة نعيم، "دور تكنولوجيا سلسلة الكتل في حماية المستهلك في الاقتصاد الرقمي"، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية"، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميله، 2018.
17. شرقي يحي، "توجهات دول الخليج نحو الاقتصاد الرقمي -دراسة حالة تجارب بعض دول المنطقة"، مجلة المحاسبة، التدفق والمالية، المجلد 03، العدد 02، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2021.
18. عتيق عائشة، صادق حياة نسيمه، "تطور مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة المالية & الأسواق"، المجلد 11، العدد 02، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2025.
19. عثمان سمير عثمان، "الاتجاهات الجديدة للتجارة الدولية في ظل العولمة الاقتصادية"، المجلة العالمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 08، العدد 01، جامعة قناة السويس، 2017.
20. عزيزي أحمد عكاشة، سالم عبد العزيز، "الأجهزة والإجراءات المدعمة لتطوير التجارة الخارجية الجزائرية"، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 04، 2017.
21. علي عبد الله، إلياس العيداني، "التسوق الإلكتروني في الجزائر وسبل تفعيله في ظل التطورات التكنولوجية وتحديات المنافسة العالمية"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 03، الجزائر، 2011.
22. فطيمة بونقطة، "تطبيقات توصيل المنتجات الغذائية بالجزائر"، مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية"، المجلد الثاني، العدد الأول، كلية علو الإعلام والاتصال، الجزائر، 2020، ص120
23. قرينات سماعليل، سفير محمد، "آليات ترقية التجارة الخارجية في الجزائر"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 01، جامعة البويرة، 2023.
24. قريني فارس، بسايسة عبدالله، "الذكاء الاصطناعي وأثره على المؤسسات الاقتصادية في ظل الاقتصاد الرقمي"، مجلة دفاتر بوادكس، المجلد 13، العدد 02، جامعة الجزائر 3، 2024.
25. قسوري إنصاف، "متطلبات الاقتصاد الرقمي لتطوير المؤسسات الناشئة الجزائرية"، مجلة الاستراتيجية والتنمية، العدد 02، جامعة محمد يخضر بسكرة، 2023.
26. لالوش غنية، "البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في ظل الاقتصاد الرقمي"، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، العدد 02، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2010.
27. محمد جلولي، محمد أمين بومدين، نور الدين مزهودة، "أهمية التجارة الخارجية وتأثيرها على النمو الاقتصادي"، مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، العدد 02، الجزائر، 2021.

28. معوشي عماد، "مسألة وأساليب حماية الخصوصية في ظل الاقتصاد الرقمي"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، مخبر الاقتصاد التطبيقي في التنمية- جامعة المدية، الجزائر، 2020.
29. منى خلف، سناء طباحي، "تحليل واقع البنية التحتية الرقمية في الجزائر"، الملتقى الوطني حول الاقتصاد الرقمي وأثره على الاقتصاد والتجارة الدولية في الجزائر، جامعة الوادي، 27 نوفمبر 2024.
30. موفق سهام، "تطبيقات التكنولوجيا الناشئة (الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية) في شركات التأمين لتعزيز الشمول المالي الرقمي منصات التأمين كنموذج"، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 09، العدد 01، جامعة يحي فارس بالمدية (الجزائر)، 2023.
31. نعيم إلهام، حديد زهية، "أهمية تبني استراتيجية رقمنة القطاع الزراعي في الجزائر"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد 01، المدرسة العليا لإدارة الأعمال تلمسان، 2024.
32. هشام بن عزة، حمزة جيلالي تومي، "تجارب دولية في تطبيقات التكنولوجيا الناشئة والاقتصاد الرقمي"، مجلة المحاسبة، التدقيق والمالية، المجلد 05، العدد 01، جامعة الجبلالي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر، 2025.
33. هنية سلخان، محمد يوسف عامرة، "دور المنصات الرقمية كآلية للرقابة على التجارة الخارجية في الجزائر منصة طلب رخص الاستيراد من طرف ALGEX ودورها في ضبط الواردات"، الملتقى الوطني حول: الاقتصاد الرقمي وأثره على الاقتصاد والتجارة الدولية في الجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2024.
34. وفاء حرمة، سيف الدين تلي، "واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية منصة أمازون الرقمية نموذجا"، مجلة المدير، المجلد 09، عدد خاص، جامعة أمين العقال الحاج موسى تمنراست (الجزائر)، 2022.
35. وفاء حرمة، محمد معطالله، سيف الدين تلي، "التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية"، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 19، العدد 1، جامعة تامنغست (الجزائر)، 2024.

رابعاً: التقارير

1. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية رئاسة الجمهورية المحافظة السامية للرقمنة، "الاستراتيجية الوطنية للتحويل الرقمي في الجزائر"، نسخة أوت 2024

2. صندوق النقد العربي، "الاقتصاد الرقمي ودعم دوره في التنمية العربية"، في: تقرير الاقتصادي العربي الموحد.

3. "عمادة التحول الرقمي ومصادر المعرفة"، جامعة نجرات، المملكة العربية السعودية

خامسا: المراجع بالأجنبية:

1. African Union، OECD، Africa's Development Dynamics، Digital Transformation for Quality Jobs، OECD publishing ،2021، page 207
2. Brouthers, Frauk Mattison Thompson, George Nakos, "The Impact of Digitalization on Exportin", Journal of Business Research, Elsevier, 2025
3. **Employment impact of digitalization**", Eurofound, Publications office of the European Union, Luxembourg, 2024,http://www.eurofound.europa.eu/en/employment-impact-igitalisation
4. **Gibraltar Regulatory Authority The Importance of Data Protection for the Digital Economy**", 28 January 2022- Data Protection.
5. Google Cloud," **what is digital transformation**", Google Cloud website, http://cloud.google.com, Accessed on; may 28,2025
6. Hosuk Lee-Makiyayam, Robin Baker, Badri Narayanan, Gopalakrshnan, Elitsa Garnizova," **Benefits of the Digitalisation of Trade Processes and Cross Border Barriers to their Adoption**", London School of Economics and Political Science, London, 2024.
7. International Telecommunication Union, 2021,Global Cyber security Index GCI, Retrieved May 22,2025, from http://www.itu.int
8. Irving Wladawsky, "**The digital economy ; The evolution of digital economy**", 2023.
9. Judyta Lubacha Beata Maihaniemi Rafa Wisla، "**The European Digital Economy: Drivers of Digital Transition and Economic Recovery**"، London، Routledge، 2023، page 74
10. Jumia Algérie, "**About Us**", 2025,from: http://pay.jumia.dz, Retrieved June 5, 2025
11. Jumia Nigeria, "Jumia is the first African Company to win the World Retail Award", 2013, Retrieved from: <http://blog.jumia.com.ng/world-retail-awards-jumia-nigeria>, (Accessed: june, 2025)
12. Jumia One, from : <http://startcredits.com/loans/jumia-one/>, Retrieved June 5, 2025
13. Official Website of the International Trade Administration, Digital Economy, published date 2024-09-19, vision history 2025-05-02

14. SKYLINE EXPORT, "The Latest Innovations and Technological Developments in International Trade", in the <http://skylineexport.com.tr>
15. Susana Bernardino, Orlando Rua, José de Freitas Santos, "Entrepreneurship in the age of the digital economy", Revista Galega de Economía, 32(02) Universidade USC, 2023.
16. TheCable, "Celebrating 12 years of Jumia : A journey of innovation, growth, and impact", 2024, Retrieved from: <http://www.thecabale.ng/celebrating-12-years-of-jumia-a-journey-of-innovation-growth-and-impact>, (Accessed: june, 2025)
17. Travelstart, "JUMIA TRAVEL", from <http://www.travelstart.com.ng>, Retrieved June 4, 2025
18. Usz our Logistics Service, from : <http://group.jumia.com/business>, Retrieved June4, 2025
19. What is the Role of Technology in Shaping Future Job Markets and Income Distribution", Wautier family office, 14 october 2024, in the <http://wautier.co.uk>.

سادسا: المواقع الالكترونية

1. "المعرفة الرقمية: لماذا هي حاسمة للنجاح في عالمنا الحديث"، بکسل، تم الاطلاع عليه في: <http://www.bksl.app>: 2025/05/26، على الرابط
2. تأثير العولمة على التجارة"، economtrek، 2025/04/09، تم الاطلاع عليه في: <http://economtrek.com>، على الرابط 2025/05/31
3. ، "ما المقصود بتقنية سلسلة التكتل"، تم الاطلاع عليه 2025/05/27، عبر الرابط: <http://aws.amazon.com>
4. أخبار الوطن، "جوميا تحتفل بمرور 13 عاما من النجاح في مجال التجارة الإلكترونية بالجزائر"، 14 مايو 2025، على الموقع: <http://alkhbarelwatane.dz>، تاريخ الاطلاع: 08 جوان 2025
5. البنك الدولي، "التحول الرقمي"، تاريخ الاطلاع: 2025/05/28، على الرابط: <http://www.albankaldawali>.
6. البنك الدولي، "كيف يشكل الابتكار ثورة في التجارة العالمية"، 2023، تم الاطلاع عليه في <http://www.albankaldawali>: 2025/05/31، من الموقع:
7. تجار مصر، "أمازون، نون وجوميا- أيهم الأفضل للتسوق في مصر؟ مقارنة شاملة"، عبر الموقع: <http://tugarmasr.com>، تم الإطلاع عليه في: 2025/06/05

8. تحديث المؤشر الوطني للأمن السيبراني، تم الاطلاع عليه في: 2025/05/20، على الموقع:
http://www.dgssi.gov.ma
9. جوميا الجزائر، الموقع الرسمي، 8 جوان 2025، على الموقع: http://www.jumia.dz
10. جوميا، الموقع الرسمي، متاح على الرابط: <http://group.jumia.com>، تاريخ الاطلاع:
2025/06/04
11. عبد العزيز المزيدي، "الأمن السيبراني ودوره في حماية الاقتصاد الرقمي"، صحيفة مال، تم
الاطلاع عليه 2025/05/27، على الرابط: http://maal.com
12. المستثمر، "التجارة الإلكترونية في الجزائر تفتح الأبواب نحو التصدير للأسواق العالمية"،
نوفمبر 2024، على الموقع: <http://almostathmir.dz>، تاريخ الاطلاع: 07 جوان 2025.
13. المعهد العالي للعلوم، "التجارة الإلكترونية في العالم الرقمي الجديد: فرص وتحديات"، عبر
الرابط: http://his.edu.dz، بتاريخ: 2025/06/01
14. موقع رؤية ثاقبة، "التجارة الإلكترونية جوميا: ثورة التسوق في العالم العربي"، 06 مارس
2025، على الرابط: <http://roya-athaqaba.com>، تاريخ الإطلاع: 2025/06/02.
15. هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، "الحوسبة السحابية"، 2025/05/28، على الرابط:
http://www.cst.gov.sa
16. هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية، "سلسلة التكتل"، تم الاطلاع عليه في 2025/05/24، عبر
الموقع: http://www.cst.gov.sa
17. الهيئة العامة للموائى وهيئة الزكاة والضريبة والجمارك السعودية، "نظام تتبع الشاحنات"،
<https://www.fasah.sa/sanama/sau/SAUTrackingServlet.com>، تاريخ الاطلاع 2025/05/03
18. وزارة الاقتصاد الرقمي، "الذكاء الاصطناعي"، تم الاطلاع عليه في: 2025/05/28، على
الرابط: http://modee.gov.jo
19. وزارة المالية، "عصرنة مصالح المديرية العامة للجمارك"، 2025، عبر الموقع:
http://www.mf.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2025/06/01
20. ياقوت زهرة، القدس بن عبد الله، "الجمارك الجزائرية في عصر الرقمنة"، جريدة البديل، 2024،
تاريخ الاطلاع: 2025/06/02، عبر الموقع: http://elbadilabc-ar.dz

21. Amazon web services IT Pillars "ما هو تعريف قسم تقنية المعلومات؟ أهم تخصصاته ومهامه الأساسية"، 2023، تاريخ الاطلاع: 2025/05/28، على الرابط <http://www.it-pillars.com>
22. "دور المقاولات في الاقتصاد وتأثيرها على التنمية"، نشر في 23 أبريل 2023، kossissa.com، تاريخ الاطلاع 01 ماي 2025.