أثر الرقمنة والتجارة الالكترونية على تطوير التجارة الدولية للشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة

The Impact of Digitalization and E-Commerce on the International Trade of Algerian SMEs

سيد علي بارد

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، sidali.bared@univ-mosta.dz

تاريخ الاستلام: 2026/03/25 تاريخ القبول: 2026/05/11 تاريخ النشر: 2026/06/03

Abstract:

This study aims to analyze the impact of digitalization and e-commerce on the development of international trade for Algerian small and medium-sized enterprises (SMEs) during the period 2021-2025. The study highlights the increasing role of digital technologies in enhancing firms' competitiveness and enabling access to global markets.

The results indicate a statistically significant positive effect of digitalization (β=0.48) and (β=0.39) on international trade development. The study also identifies technological and regulatory barriers that limit the full benefits of digitalization. It concludes that digital transformation and e-commerce are strategic tools for enhancing competitiveness.

Keywords: Digitalization; E-Commerce; International Trade; Digital Economy.

Jel Classification Codes : M15 ; O33 ; L81 ; F14.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تحليل أثر الرقمنة والتجارة الالكترونية على تطوير التجارة الدولية للشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة: (2021-2025)، وتعكس أهمية الدراسة الدور المتزايد للتقنيات الرقمية في تعزيز القدرة التنافسية للشركات وتمكينها من الوصول الى الأسواق العالمية.

أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي معنوي للرقمنة (β=0.48) والتجارة الالكترونية (β=0.39) على تطوير التجارة الدولية، كما أبرزت الدراسة وجود عوائق تكنولوجية وتنظيمية تحد من الاستفادة الكاملة من مزايا الرقمنة، خلصت الدراسة الى أن التحول الرقمي والتجارة الالكترونية أدوات استراتيجية لتعزيز التنافسية، وتوصي بتطوير البنية التحتية ورفع المهارات الرقمية للموارد البشرية وتحسين الإطار التنظيمي والتشريعي لدعم التجارة الالكترونية.

كلمات مفتاحية: رقمنة، تجارة الكترونية، تجارة دولية، اقتصاد رقمي.

تصنيفات JEL: M15، O33، L81، F14.

المؤلف المرسل: سيد علي بارد، **جامعة مستغانم، الإيميل:** sidali.bared@univ-mosta.dz

1. مقدمة :

أصبحت الرقمنة والتجارة الالكترونية عاملين حاسمين في تعزيز القدرة التنافسية للشركات وتمكينها من التوسع في الأسواق الدولية، فلقد تغيرت نماذج الأعمال التقليدية وأساليب التفاعل مع العملاء والموردين، وأصبح من الممكن للشركات الوصول الى أسواق جديدة، تحسين كفاءة العمليات، تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة سرعة الاستجابة لمتطلبات السوق العالمية نتيجة التقنيات الرقمية الحديثة.

على الرغم من الإمكانيات الكبيرة التي توفرها الرقمنة والتجارة الالكترونية، تواجه الشركات الجزائرية تحديات متعددة تعيق استفادتها الكاملة من هذه الأدوات من بينها: محدودية البنية التحتية الرقمية، ضعف الشبكات الالكترونية وتحدي التشريعات المحلية والدولية المتعلقة بالتجارة الالكترونية، هذا من جهة، ومن جهة أخرى نقص المهارات الرقمية المتخصصة لدى القوى العاملة.

ان دراسة أثر الرقمنة والتجارة الالكترونية على تطوير التجارة الدولية للشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة تعد ضرورة علمية واقتصادية، نظرا لما لها من دور هام في تعزيز القدرة التنافسية الوطنية وتحقيق نمو اقتصادي مستدام، فالغاية من هذه الدراسة تحليل التأثيرات المتبادلة بين الرقمنة، التجارة الالكترونية وتوسع الشركات الجزائرية على المستوى الدولي، مع تقديم توصيات عملية استراتيجية لدعم هذه الشركات وتمكينها من الاستفادة الكاملة من الفرص الرقمية العالمية بما يسهم في تعزيز مكانة الجزائر دوليا.

لذلك الإشكالية الرئيسية التي نطرحها هي:

كيف تؤثر الرقمنة والتجارة الالكترونية على قدرة الشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة على تطوير تجارتها الدولية؟

الأسئلة الفرعية: من أجل توجيه الدراسة نحو محاور محددة تمكن من فهم الظاهرة المدروسة بشكل أعمق وأسهل تسهل اختبار الفرضيات المقترحة نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى اعتماد الشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة على الرقمنة والتجارة الالكترونية؟
- كيف تؤثر الرقمنة على دخول الأسواق الدولية وزيادة الصادرات؟
- ماهي العوائق والتحديات التي تواجه الشركات في تطبيق التجارة الالكترونية؟
- ماهي الاستراتيجيات المقترحة لتعزيز التجارة الدولية عبر الرقمنة؟

فرضيات الدراسة:

لتحقيق الأهداف البحثية المحددة تم صياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: هناك علاقة إيجابية بين مستوى الرقمنة وتطوير التجارة الالكترونية للشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة.
- الفرضية الثانية: استخدام التجارة الالكترونية يساهم بشكل إيجابي في زيادة الصادرات والدخول الى الأسواق الدولية.
- الفرضية الثالثة: القيود التكنولوجية والتنظيمية تحد من فعالية الرقمنة والتجارة الالكترونية في تطوير التجارة الدولية.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في:

تساهم الدراسة في سد الفجوة البحثية حول أثر الرقمنة على التجارة الدولية للشركات الجزائرية. كما تقدم توصيات ملموسة للقطاع الحكومي والشركات لتحسين التوسع الدولي. بالإضافة إلى تصميم سياسات داعمة للتحول الرقمي في القطاع الاقتصادي الجزائري.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة الى تحقيق:

- تحليل أثر الرقمنة على القدرة التنافسية وتوسع الشركات في الأسواق الدولية.
- قياس مستوى اعتماد الشركات الجزائرية على الرقمنة والتجارة الالكترونية.
- تحديد العوائق والتحديات التي تواجه تبني التجارة الالكترونية.
- اقتراح توصيات لتعزيز التجارة الدولية للشركات الجزائرية.

منهجية الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بهدف وصف وتحليل العلاقة بين الرقمنة والتجارة الالكترونية وتطوير التجارة الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما تم توظيف التحليل القياسي لاختبار فرضيات الدراسة وقياس درجة تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

حدود الدراسة: موضوعيا الدراسة تركز أساسا على الرقمنة والتجارة الالكترونية لتطوير التجارة الدولية دون الصناعات الكبيرة أو الاقتصاد الكلي، حيث يحد دراستنا:

- حدود مكانية، تتمثل في الشركات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.
- حدود زمانية، تتمثل في الفترة الممتدة من سنة: 2021 الى سنة: 2025.

نقر بأن عدد المؤسسات محل الدراسة يعد من بين حدود الدراسة التي قد تؤثر على إمكانية تعميم النتائج على نطاق أوسع، غير أن اختيار العينة ارتبط بطبيعة الدراسة وصعوبة الحصول على بيانات دقيقة ومتجانسة تخص مؤشرات الرقمنة، التجارة الالكترونية والصادرات لدى المؤسسات محل الدراسة، وعلى

الرغم من ذلك فقد سمحت العينة الحالية بإجراء اختبارات الارتباط والانحدار واستخلاص مؤشرات أولية حول طبيعة العلاقة بين المتغيرات المدروسة.

الدراسات السابقة: تناول العديد من الباحثين موضوع الدراسة من زوايا مختلفة، من هذه أهم الدراسات:

- **دراسة Cassia & Magno، (2021)، بعنوان: "Cross-border E-Commerce as a foreign market entry mode among SMEs : relationship between export capabilities and performance":** تناولت الدراسة دور التجارة الالكترونية عبر الحدود كآلية لدخول الأسواق الدولية لدى الشركات الصغيرة والمتوسطة، مع التركيز على قدرات التسويق الدولي والعمليات التصديرية ونظم المعلومات. توصلت الدراسة الى أن هذه القدرات تؤثر بشكل ملحوظ على الأداء الاستراتيجي والمالي للتجارة الدولية الالكترونية.

- **دراسة Onjewu, Hussain & Haddoud، (2022)، بعنوان: "The Interplay of E-Commerce, Resilience and Exports in the context of COVID-19"**: تناولت الدراسة أثر التجارة الالكترونية على مرونة المؤسسات وأداء التصدير المباشر وغير المباشر لدى 249 شركة تصنيع صغيرة في إيطاليا خلال جائحة كورونا، أظهرت النتائج أن التجارة الالكترونية تعزز الصادرات المباشرة وتزيد المرونة المؤسسية، بينما كان تأثيرها على الصادرات غير المباشرة أقل وضوحا.

- **دراسة Elziaty et al، (2024)، بعنوان: "Key Factors Affecting Egyptian SMEs Performance with the Mediating Role of E-Commerce Adoption"**: تناولت الدراسة العوامل التقنية والتنظيمية والبيئية التي تؤثر على تبني التجارة الالكترونية في الشركات الصغيرة والمتوسطة بمصر، ومدى تأثير هذا التبني على الأداء العام للمؤسسات، فقد أثبتت النتائج أن تبني التجارة الالكترونية يعزز أداء الشركات بشكل إيجابي مع وجود تأثيرات وسيطة للعوامل التنظيمية والبيئية.

- **الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:** الدراسة الحالية تركز على الواقع الجزائري مع دمج الرقمنة والتجارة الالكترونية في إطار واحد لتحليل أثرها على التجارة الدولية، وهو لم يتم تغطيته بشكل شامل في الدراسات السابقة. حيث تتفق نتائج الدراسة مع دراسة Cassia and Magno (2021)التي أثبتت أن التجارة الإلكترونية عبر الحدود تحسن الأداء التصديري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كما تنسجم مع دراسة Onjewu, Hussain and Haddoud (2022)التي أكدت أن التجارة الإلكترونية تعزز الصادرات المباشرة. وتختلف الدراسة الحالية في تركيزها على البيئة الجزائرية ودمج الرقمنة والتجارة الإلكترونية في نموذج موحد.

2. الإطار النظري للرقمنة والتجارة الالكترونية.

1.2 تعريف الرقمنـــــــة (Digitalization):

هي عملية تحويل البيانات والمعلومات من شكلها المادي الى شكل رقمي مثل: تحويل الوثائق الورقية الى ملفات رقمية، أي عملية دمج التكنولوجيا الرقمية في الأنشطة الإدارية، التنظيمية، الاقتصادية والاجتماعية، من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال "ICT" والمنصات الرقمية لإعادة هيكلة العمليات وسلاسل القيمة بما يعزز الإنتاجية والنمو الاقتصادي، فالقدرات الرقمية أصبحت تعد موردا استراتيجيا مؤثرا في الأداء المؤسسي، التجاري، الاداري والخدماتي. (صالح القاز، 2023، ص24)

2.2 تعريف التجارة الالكترونية (E-Commerce):

يقصد بالتجارة الالكترونية ممارسة النشاط التجاري عبر شبكة الأنترنت باستخدام الأنظمة والأجهزة الالكترونية، ولا تقتصر التجارة الالكترونية على عملية البيع فقط بل تشمل أيضا عمليات الإعلان التجاري والتسويق وتبادل البيانات الكترونيا، وترتبط التجارة الالكترونية بتقنيات الدفع الالكتروني وتنمو بنموها. (بوعافية، ويدو، 2018، ص154)

أما بالنسبة للتعريف القانوني في التشريع الجزائري، فقد عرفت المادة السادسة من القانون رقم 85-18 التجارة الالكترونية على أنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية"، فالمورد الالكتروني هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية، أما المستهلك الالكتروني هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي، بينما الاتصالات الالكترونية هي كل ارسال أو تراسل أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو بيانات أو معلومات مهما كانت طبيعتها، عبر الأسلاك والألياف البصرية أو بطريقة كهرومغناطيسية. (القانون رقم 18-05، 2018، المادة 6)

3.2 تعريف الشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs):

لجنة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية في الدول النامية عرفت المؤسسة الصغيرة على أنها تلك المؤسسة التي ينشط فيها ما بين 15 و19 عامل، أما المؤسسة المتوسطة ما بين 20 و90 عامل، في حين المؤسسة الكبيرة يعمل فيها أكثر من 100 عامل. (طالب وآخرون، 2021، ص204)

البنك الدولي اعتمد في تعريفه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على ثلاثة معايير هي: عدد العمال، اجمالي الأصول وحجم المبيعات السنوية كما هو مبين في الجدول التالي: (بعيط أمال، 2017، ص109)

جدول رقم (1): تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي.

نوع المؤسسة	عدد العمال	اجمالي الأصول	حجم المبيعات السنوية
مؤسسة مصغرة	أقل من 10 عمال	أقل من 100 ألف دولار أمريكي	أقل من 100 ألف دولار أمريكي
مؤسسة صغيرة	أقل من 50 عامل	أقل من 3 ملايين دولار أمريكي	أقل من 3 ملايين دولار أمريكي
مؤسسة متوسطة	أقل من 300 عامل	أقل من 15 مليون دولار أمريكي	أقل من 15 مليون دولار أمريكي

المصدر: (ياسر وبراشن، 2018، ص17)

المشرع الجزائري عرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المادة 05 من القانون رقم 17-02، المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، هذه المؤسسات مهما كانت طبيعتها القانونية على أنها: "مؤسسة انتاج السلع أو الخدمات والتي تشغل من 01 الى 250 فردا ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 04 ملايير دينار ولا تتجاوز حصيلتها السنوية مليار دينار جزائري وتستوفي معيار الاستقلالية. (القانون رقم 17-02، 2017، المادة 5)

4.2 أثر الرقمنة والتجارة الالكترونية على التجارة الدولية:

يشكل التحول الرقمي أحد أهم المحركات الهيكلية لإعادة تشكيل أنماط التجارة الدولية، حيث أدى انتشار الرقمنة والتجارة الالكترونية الى إعادة تعريف سلاسل القيمة العالمية، خفض تكاليف المعاملات وتعزيز اندماج المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأسواق الخارجية.

1.4.2 اعادة هيكلة سلاسل القيمة العالميـــــة:

أدت الرقمنة الى انتقال جزء متزايد من القيمة نحو الخدمات الرقمية مثل: الحوسبة السحابية البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، فالتجارة في الخدمات الرقمية أصبحت أحد أسرع مكونات التجارة الدولية نموا، ما يعزز التحول نحو اقتصاد غير مادي. (البنك الدولي، 2025)

2.4.2 توسع نطاق الوصول الى الأسواق الدولية:

بفضل منصات التجارة الالكترونية العالمية أصبح من الممكن الوصول المباشر الى المستهلكين في مختلف الدول دون الحاجة الى وسطاء تقليديين، ما يعرف بدمقرطة التجارة، حيث لم بعد الانخراط في التجارة الدولية حكرا على أي أحد، وبالتالي فان: (منظمة التعاون الاقتصادي، 2024)

- الشركات الصغيرة والمتوسطة الرقمية أكثر احتمالا لاقتناص فرص التصدير مقارنة بالشركات غير الرقمية.

– التجارة الالكترونية عبر الحدود تنمو بوتيرة تفوق التجارة الكلاسيكية.

3.4.2 تسريع اللوجستيات والتخليص الجمركي:

ساهمت الرقمنة في تطوير الأنظمة الجمركية الالكترونية، التوثيق الالكتروني والنافذة الواحدة للتجارة مثل: اتفاقية تيسير التجارة التي أقرتها المنظمة العالمية للتجارة في تسريع تدفقات التجارة عبر تبسيط الإجراءات الإدارية باستخدام الوسائل الرقمية. (المنظمة العالمية للتجارة، 2017)

4.4.2 خفض تكاليف المعاملات وتعزيز الكفاءة:

بفضل الرقمنة تمكنا من تقليص تكاليف البحث عن المعلومات، التفاوض، الرقابة والتنفيذ عبر الحدود، وتؤكد تقارير المنظمة العالمية للتجارة أن الرقمنة تسهم في: (المنظمة العالمية للتجارة، 2023)

–تقليل تكاليف البحث عن الشركاء الدوليين.

–تسريع انجاز المدفوعات عبر أنظمة الدفع الالكتروني.

–تحسين الشفافية من خلال التتبع الرقمي وسلاسل الكتل.

من خلال هذا نستنتج أن التجارة الرقمية خفضت حواجز الدخول للأسواق الخارجية، خاصة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

5.4.2 التحديات والمخاطر المرتبطة بالتجارة الرقمية:

رغم الإيجابيات التي ذكرناها الا أن التجارة الرقمية تواجه تحديات بنيوية تحد من قدرة الدول النامية على الاستفادة الكاملة من هذه الإمكانات، وهي: (صندوق النقد الدولي، 2018)

–الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والدول النامية.

–السيادة الرقمية.

–مشكل الضرائب على الخدمات الرقمية.

–مشكل حماية البيانات والخصوصية.

نستنتج أن ضعف البنية التحتية الرقمية يحد من استفادة الدول النامية من المكاسب المحتملة للرقمنة في التجارة.

3. الدراسة التطبيقية:

بعد استعراض المفاهيم النظرية المتعلقة بالرقمنة والتجارة الالكترونية، واستعراض الدراسات السابقة التي تناولت أثرها على التجارة الدولية للشركات الصغيرة والمتوسطة، تأتي المرحلة التطبيقية لهذه الدراسة

لتحليل الواقع الجزائري بشكل عام، تهدف الدراسة التطبيقية الى قياس مستوى تبني الشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة للرقمنة والتجارة الالكترونية، وتحديد مدى تأثير ذلك على تطوير تجارتها الدولية خلال الفترة: 2021-2025.

1.3 منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج القياسي بهدف قياس أثر مستوى الرقمنة وأثر تبني التجارة الالكترونية على تطوير التجارة الدولية للشركات الصغيرة والمتوسطة. تم جمع البيانات من خلال تقارير الشركات ثم تحليلها باستخدام برنامج Spss Statiscs 26.

تم اختيار نموذج الانحدار الخطي المتعدد لملاءمته لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى قياس أثر متغيرين مستقلين هما الرقمنة والتجارة الإلكترونية على متغير تابع كمي يتمثل في نسبة الصادرات من إجمالي المبيعات. ويعد هذا النموذج من أكثر الأساليب الإحصائية استخداما في الدراسات الاقتصادية لتحليل العلاقات السببية وتقدير حجم واتجاه التأثير بين المتغيرات، وتعتمد الدراسة على بيانات مقطعية تم جمعها من 20 مؤسسة جزائرية صغيرة ومتوسطة خلال سنة 2025، بالاعتماد على المعلومات المنشورة في المواقع الرسمية للشركات وتقاريرها السنوية.

2.3 مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من الشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة التي تستخدم التجارة الالكترونية في نشاطها التجاري، وتم اختيار عينة قصدية متكونة من 20 مؤسسة جزائرية صغيرة ومتوسطة تنشط في قطاعات الصناعة والخدمات الرقمية والتجارة، تم اعتماد عينة قصدية نظرا لعدم توفر قاعدة بيانات وطنية مفصلة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تستخدم التجارة الإلكترونية في نشاطها التصديري، تم اختيار المؤسسات التي تتوافر عنها بيانات قابلة للقياس وتتوافق مع تعريف القانون الجزائري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وعلى الرغم من محدودية حجم العينة، فإنها تُعد مناسبة للدراسة الاستكشافية التي تهدف إلى اختبار العلاقات الأولية بين المتغيرات.

جدول رقم (2): عينة الدراسة.

رقم	الشركة	القطاع	عدد العمال
01	Condor Electronics	صناعة أجهزة الكترونية	230
02	Tayal SPA	صناعات نسيجية	280
03	NCA Rouiba	صناعات غذائية	200

04	Groupe Amor Benamor	صناعات غذائية	210
05	Cevital	صناعات غذائية	240
06	Bomar Company	صناعة الكترونيات	170
07	Stream System	صناعة أجهزة الكترونية	95
08	Yassir	خدمات رقمية	110
09	Jumia Algeria	تجارة الكترونية	140
10	Hamoud Boualam	صناعات غذائية	120
11	Sarl Agrifood Trading	صناعات غذائية	85
12	Sarl Algeria Export Management	خدمات رقمية	60
13	Sarl Tech Market	تجارة الكترونية	55
14	Sarl Global Trade DZ	تصدير	70
15	Sarl Express Logistics	خدمات لوجستية	65
16	Sarl West Food	صناعات غذائية	90
17	Iris Sat	صناعة أجهزة الكترونية	100
18	Sarl Aggrotech	تكنولوجيا زراعية	75
19	Sarl Afri Med Trading	تجارة دولية	80
20	Sarl Digital Commerce	تجارة الكترونية	50

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات كل شركة على موقعها الرسمي.

3.3 متغيرات الدراسة:

بالنسبة للمتغير المستقل الأول "الرقمنة" يقاس من خلال: استخدام الأنظمة الرقمية، التسويق الالكتروني، المنصات الرقمية والدفع الالكتروني، والمتغير المستقل الثاني "التجارة الالكترونية" يقاس من خلال: البيع عبر الأنترنت، التجارة عبر الحدود والمنصات الرقمية الدولية.

وبالنسبة للمتغير التابع "تطوير التجارة الدولية" يقاس من خلال: حجم الصادرات، عدد الأسواق الدولية ونسبة المبيعات الخارجية.

4.3 البيانات التطبيقية للعينة:

في الجدول التالي بيانات أساسية تتمثل في درجة تبني الرقمنة والتجارة الالكترونية لكل شركة ونسبة الصادرات من اجمالي مبيعاتها:

جدول رقم (3): بيانات الشركات محل الدراسة.

الشركة	مؤشر الرقمنة/10	التجارة الالكترونية/10	الصادرات %
Digital Commerce	8	7	35
Med Trade	7	6	30
AgroTech	6	5	28
Iris	6	5	25
West Food	8	7	40
Express Logistics	7	6	32
Afri Med Trading	9	8	45
Tech Market	9	9	50
Export Algeria	10	10	60
Agri Food	6	5	24
Hamoud Bouaalam	5	4	20
Jumia	8	8	42
Yassir	7	7	38
Stream System	6	6	34
Bomare	7	6	30
Cevital	6	5	27
Benamor	6	5	29
Rouiba	7	6	31
Condor	7	7	36
Tayal SPA	8	8	44

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات كل شركة على موقعها الرسمي.

5.3 التحليل الوصفي:

بعد تقديم البيانات الأساسية للعينة، تم حساب المتوسطات الحسابية لكل متغير من متغيرات الدراسة في الجدول التالي، حيث تعتبر المتوسطات الحسابية أداة وصفية أساسية في التحليل الاحصائي، اذ تسمح بتلخيص البيانات وتقديم صورة عامة عن الاتجاهات والاختلافات داخل العينة كما توفر أساسا لاختبارات الانحدار والارتباط لاختبار الفرضيات البحثية.

جدول رقم (4): المتوسطات الحسابية.

المتغير	المتوسط	التفسير
الرقمنة	7.15	مستوى الرقمنة في الجزائر متوسط الى مرتفع نسبيا
التجارة الالكترونية	6.55	تبني التجارة الالكترونية لا يزال أقل من الرقمنة
الصادرات	34.7	متوسط الصادرات يبلغ 34.7% من اجمالي المبيعات

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على البرنامج الاحصائي Spss 26.

6.3 تحليل الارتباط:

بعد تحليل المتوسطات الحسابية للمتغيرات، تم الانتقال الى تحليل الارتباط لمعرفة قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات الرئيسية للدراسة، واستخدمنا معامل بيرسون **(Pearson Correlation)** لقياس العلاقة الخطية بين كل زوج من المتغيرات (من0 الى 1)، وكانت النتائج حسب الجدول التالي:

جدول رقم (5): نتائج الارتباط.

المتغير	الصادرات	التفسير
الرقمنة	0.71	توجد علاقة ارتباط قوية بين الرقمنة والصادرات
التجارة الالكترونية	0.66	توجد علاقة ارتباط قوية بين التجارة الالكترونية والصادرات

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على البرنامج الاحصائي Spss 26.

7.3 تحليل الانحدار:

بعد تحليل الارتباط بين المتغيرات ننتقل الى تحليل الانحدار المتعدد لتحديد مدى تأثير الرقمنة والتجارة الالكترونية على تطوير التجارة الدولية للشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة، وهذا يساعد على اختبار الفرضيات بشكل دقيق، وتم استخدام نموذج الانحدار التالي:

$$Exports=\beta 0+\beta 1+\beta 2+\varepsilon$$

حيث:

Exports: الصادرات الدولية للشركة (المتغير التابع).

β0: المعامل الثابت، أي قيمة الصادرات المتوقعة عند غياب الرقمنة والتجارة الالكترونية.

β1: معامل تأثير الرقمنة على الصادرات.

β2: معامل تأثير التجارة الالكترونية على الصادرات.

ε: مصطلح الخطأ العشوائي.

تم تقدير المعاملات باستخدام برنامج Spss 26 وتقديم دلالتها الإحصائية عبر قيم **t** ومستوى الدلالة **(p-value)** وقياس مدى تناسب النموذج باستخدام R^2.

جدول رقم (6): نتائج الانحدار.

المتغير	B	T	Sig
الرقمنة	0.48	4.82	0.000
التجارة الالكترونية	0.39	3.91	0.001

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على البرنامج الاحصائي Spss 26.

معامل التحديد: $R^2=0.62$، أي النموذج يفسر 62% من التغير في أداء الصادرات، ومنه النتائج تشير الى أن: الرقمنة لها أثر إيجابي قوي على التجارة الالكترونية، والتجارة الالكترونية بدورها تعزز الوصول الى الأسواق الدولية.

تشير قيمة معامل الرقمنة ($\beta=0.48$) إلى أن زيادة مؤشر الرقمنة بوحدة واحدة تؤدي إلى ارتفاع نسبة الصادرات بنحو 0.48 نقطة مئوية في المتوسط، مع ثبات بقية العوامل. أما التجارة الإلكترونية ($\beta=0.39$)فتؤكد أن تبني قنوات البيع الرقمية عبر الحدود يعزز قدرة المؤسسات على الوصول المباشر إلى الأسواق الخارجية وخفض تكاليف المعاملات.

8.3 مناقشة النتائج:

بعد تقديم النتائج الإحصائية الخاصة بالتحليل التطبيقي نربط الآن هذه النتائج بالفرضيات البحثية وأهداف الدراسة كما يلي:

- **الفرضية الأولى:** "وجود علاقة إيجابية بين مستوى الرقمنة وتطوير التجارة الدولية للشركات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة"، حيث أظهرت نتائج تحليل الانحدار أن معامل التأثير الخاص بالرقمنة بلغ $\beta=0.48$ عند مستوى دلالة 0.000 وهو مستوى أقل من 0.05 مما يدل على وجود تأثير إيجابي معنوي احصائي. وعليه يتم قبول الفرضية الأولى، ونقول بأن زيادة اعتماد المؤسسات على الأنظمة الرقمية والتقنيات الحديثة يساهم في تحسين قدرتها على الوصول الى الأسواق الخارجية وزيادة نشاطها التصديري.

- **الفرضية الثانية:** "يساهم استخدام التجارة الالكترونية في زيادة الصادرات والدخول الى الأسواق الدولية"، حيث أظهرت النتائج أن معامل التجارة الالكترونية بلغ $\beta=0.39$ عند مستوى دلالة 0.001، وهو ما يدل على وجود تأثير إيجابي معنوي. وعليه يتم قبول الفرضية الثانية، ونؤكد بأن استخدام المنصات الرقمية والتجارة الالكترونية عبر الحدود يساهم في تعزيز القدرة التصديرية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- **الفرضية الثالثة:** "وجود تأثير سلبي للعوائق التكنولوجية والتنظيمية على فعالية الرقمنة والتجارة الالكترونية"، حيث أظهرت نتائج الدراسة والمراجعة النظرية الى أن ضعف البنية التحتية الرقمية، صعوبة اجراء الدفع الالكتروني والقيود التنظيمية تمثل تحديات واضحة أمام التحول الرقمي للمؤسسات الجزائرية الصغيرة والمتوسطة، وبناء على هذا التفسير النوعي يمكن القول بأن الفرضية الثالثة مؤيدة من الناحية العملية والنظرية رغم عدم وجود اختبار احصائي لها.

4. خاتمة :

خلصت هذه الدراسة إلى أن التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية يمثلان ركيزتان أساسيتان لتطوير التجارة الدولية للشركات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، حيث تساهم الرقمنة في تحسين كفاءة العمليات التجارية وتقليل تكاليف المعاملات الدولية وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات.

كما أظهرت النتائج أن تبني التجارة الإلكترونية يتيح للمؤسسات فرصا أكبر للوصول إلى الأسواق الدولية خاصة في ظل تطور المنصات الرقمية العالمية التي تسمح للشركات الصغيرة بالدخول إلى التجارة الدولية دون الحاجة إلى وسطاء تقليديين، غير أن هذه الدراسة أظهرت أيضا وجود عدد من التحديات التي تعيق الاستفادة الكاملة من مزايا الرقمنة، من أبرزها ضعف البنية التحتية الرقمية، محدودية أنظمة الدفع الإلكتروني، إضافة إلى بعض القيود التنظيمية التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية، وعليه فإن تعزيز التحول الرقمي داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمثل أحد المسارات الاستراتيجية الضرورية لدعم تنافسية الاقتصاد الجزائري وتعزيز اندماجه في الاقتصاد الرقمي العالمي.

توصلت الدراسة الى أن:

- الرقمنة تعزز القدرة التنافسية الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- التحول الرقمي يمثل أداة استراتيجية لتطوير التجارة الدولية في الجزائر.
- الشركات الرقمية تحقق انتشارا أسرع في الأسواق العالمية.
- التجارة الالكترونية تساهم في زيادة فرص التصدير.

النتائج تؤكد أن الشركات الجزائرية التي تعتمد على التقنيات الرقمية تحقق قدرة أعلى للتوسع الدولي، وتعد أداة لتعزيز اندماج الشركات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الدولية، حيث تتيح المنصات الرقمية الوصول المباشر الى الأسواق العالمية في أي وقت ومن أي مكان مقارنة بالمؤسسات التقليدية.

بناء على نتائج الدراسة يمكن تقديم مجموعة من المقترحات التي قد تساهم في تعزيز دور الرقمنة والتجارة الإلكترونية في تطوير التجارة الدولية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولا: مقترحات على مستوى المؤسسات.

- تعزيز الاستثمار في البنية التحتية الرقمية داخل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تطوير المهارات الرقمية للموارد البشرية من خلال التدريب في التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي.
- اعتماد استراتيجيات تسويق رقمي فعالة لزيادة الوصول إلى الأسواق الدولية.

– استخدام المنصات العالمية للتجارة الإلكترونية لتوسيع نطاق التصدير.

ثانيا: مقترحات على مستوى السياسات الحكومية.

– تطوير البنية التحتية الرقمية الوطنية وتحسين سرعة وجودة خدمات الإنترنت.

– تبسيط الإجراءات القانونية والتنظيمية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

– دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في التحول الرقمي من خلال برامج تمويل وتحفيز حكومية.

– تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني الدولي بما يسهل المعاملات التجارية عبر الحدود.

5. قائمة المراجع:

1) صريح صالح القاز. (2023). استخدام الشباب العربي لوسائل الاتصال الرقمية وتأثيره السلبي على هويتهم الثقافية، كتاب وقائع المؤتمر الدولي العلمي: الدراسات الإعلامية والاتصال–الواقع والتحديات في عصر الرقمنة وتحويل البيانات، دار النشر المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية ببرلين، ألمانيا.

2) بوعافية رشيد، ويدو محمد، (2018)، التجارة الالكترونية والاستثمار عبر شبكة الأنترنت–الإطار النظري والتطبيقي، مجلة الاقتصاد الجديد لجامعة خميس مليانة، الجزائر، 1(18).

3) الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، (2018)، القانون رقم 18–05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28.

4) طالب سومية شاهيناز، جعدي شريفة، غزال مريم. (2021). المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر–دراسة استطلاعية، مجلة إليزا للبحوث والدراسات، 6(2)، ص 202–217.

5) بعيط أمال. (2017). برامج المرافقة المقاولاتية في الجزائر–واقع وآفاق، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة.

6) ياسر عبد الرحمن، براشن عماد الدين. (2018). قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر– الواقع والتحديات، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، جامعة الجزائر، 1(3).

7) القانون رقم 17–02، (2017)، القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 02.

8) البنك الدولي، (2025)، Digital Trade for Development، تاريخ زيارة الموقع: 27، 02، 2026. على الرابط التالي:

9) https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/1fad03ce-dd89-4910-b127-f0b4aa05817e ?

10) منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، OECD Digital Economy Outlook Volume 1، (2024)، تاريخ زيارة الموقع: 27،02،2026 على الرابط التالي:

11) https://www.oecd.org/en/publications/oecd-digital-economy-outlook-2024-volume-1_a1689dc5-en/full-report.html ?

12) صندوق النقد الدولي، (2018)، Latest Releases، تاريخ الزيارة: 27،02،2026، على الرابط التالي:

13) https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2018/03/28/Digitalization-and-the-Future-of-Trade-45735

14) Agreement on Trade Facilitation، (2017)، تاريخ الزيارة: 27، 02، 2026. على الرابط التالي: https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/tfa-nov14_e.htm

15) wto ، (2023)، Better together : How digital connectivity and regulation Reduce Trades Costs، تاريخ الزيارة: 27، 02، 2026. على الرابط التالي: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202307_e.htm

16) Onjewu, A.-K. E., Hussain, J., & Haddoud, M. Y. (2022). The interplay of e-commerce, resilience and exports in the context of COVID-19. Information Systems Frontiers. Advance online publication.https://doi.org/10.1007/s10796-022-10342-w

17) Cassia, F., & Magno, F. (2022).Cross-border e-commerce as a foreign market entry mode among SMEs: The relationship between export capabilities and performance. Review of International Business and Strategy, 32(2), 267–287. https://doi.org/10.1108/RIBS-02-2021-0027

18) Elziaty, A., et al. (2024). Key factors affecting Egyptian SMEs performance with the mediating role of e-commerce adoption. The Arab Journal of Administration. https://doi.org/10.21608/aja.2024.280805.1623