

واقع تصدير الخدمات الرقمية في الجزائر وعالميا

The reality of exporting digital services in Algeria and globally

د. عرقوب خديجة* د. بن محمد إيمان

(مخبر ECOFIMA) جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، الجزائر

i.benmohamed@univ-skikda.dz

k.arkoub@univ-skikda.dz

تاريخ القبول: 2025/10/17

تاريخ الاستلام: 2025/09/28

مستخلص:

تهدف هذه الدراسة، إلى توضيح واقع تصدير الخدمات الرقمية في الجزائر وعالميا، من خلال توضيح مفهوم الخدمات الرقمية، أنواع الخدمات الرقمية القابلة للتصدير، تحديد الحواجز التي تعيق تصديرها، تحليل تطور صادراتها خلال الفترة (2005-2023) وطنيا وعالميا، بالإضافة إلى دراسة هيكل صادرات الخدمات الرقمية وأهم البلدان المصدرة والرائدة في هذا المجال. كما تطرقت الدراسة إلى أهم الإجراءات التي اتخذتها الجزائر لتشجيع التجارة الرقمية وتصدير الخدمات الرقمية. في الأخير؛ توصلت الدراسة إلى أن تجارة الخدمات الرقمية، قطاع مهم وسيعرف المزيد من النمو والتطور مستقبلا، نظرا للإقبال المتزايد على هذه الخدمات تماشيا مع التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم. وأوصت الدراسة بأهمية تخفيف الحواجز وتذليلها أمام تصدير هذه الخدمات لضمان انتشارها والاستفادة من عوائدها وطنيا وعالميا في تحقيق التنمية والتطور الاقتصادي والاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: تصدير؛ خدمات رقمية؛ تجارة رقمية، حواجز، الجزائر.

تصنيف JEL: F1؛ N7؛ O33

Abstract:

This study aims to clarify the reality of exporting digital services in Algeria and globally, by clarifying the concept of digital services, the types of digital services that can be exported, Identifying the barriers that hinder its export, analysis of the development of its exports during the period (2005-2023) nationally and globally, In addition to studying the structure of digital services exports and the most important exporting and leading countries in this field. The study also dealt with the most important measures taken by Algeria to encourage digital trade and the export of digital services.

Finally, the study concluded that digital services trade is an important sector that will witness further growth and development in the future, given the increasing demand for these services in line with the technological development witnessed by the world.

* المؤلف المراسل، عرقوب خديجة، k.arkoub@univ-skikda.dz

The study recommended the importance of reducing and removing barriers to exporting these services to ensure their spread and benefit from their returns nationally and globally in achieving economic and social development and progress.

Keywords: Export; Digital Services; Digital Trade; Barriers; Algeria.

Jel Classification Codes : F1 ; N7 ; O33

مقدمة:

يشهد العالم اليوم العديد من التغيرات والتحولات في مختلف المجالات، نتيجة استعمال التكنولوجيا والرقمنة في أداء الأعمال. وتعد التجارة الدولية من بين هذه المجالات، حيث عرفت السنوات الأخيرة ظهور معاملات تجارية جديدة قائمة على التكنولوجيا أو ما تعرف بالتجارة الرقمية.

تقدم التجارة الرقمية فرصة لتداول مجموعة واسعة من السلع والخدمات عكس الطرق التقليدية، على سبيل المثال؛ تصدير مجموعة من الخدمات كالخدمات المالية، خدمات الإتصالات، خدمات الكمبيوتر، وغيرها من الخدمات التي كان يصعب الوصول إليها سابقا.

إن تصدير الخدمات الرقمية رغم ما تجلبه من منافع وعوائد للدول المصدرة، إلا أن هذه التجارة تواجه العديد من التحديات والحواجز، قد تعيق تطور تصديرها وتحد من القيمة المضافة لها. بالرغم من ذلك تبين الإحصاءات تطورا ملحوظا في هذه الصادرات عالميا ومحليا، خصوصا بعد تفشي أزمة كورونا، التي فرضت التوجه نحو المعاملات الرقمية كبديل للمعاملات التقليدية.

في الجزائر، تنتهج الحكومة الجزائرية استراتيجية جديدة في مجال الصادرات، حيث تهدف من خلال هذه الإستراتيجية إلى تشجيع الصادرات خارج قطاع المحروقات، كصادرات القطاع الصناعي، القطاع الزراعي، قطاع الخدمات، وأيضا تماشيا مع التطورات التكنولوجية، فإنها تحفز التجارة الرقمية للنهوض بالإقتصاد الرقمي في الجزائر.

إشكالية الدراسة: من خلال هذه الورقة البحثية، فإننا نسعى للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما واقع تصدير الخدمات الرقمية في الجزائر وعالميا؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي أسئلة فرعية كمايلي:

- هل توجد حواجز تعيق تصدير الخدمات الرقمية في الجزائر وعالميا؟
- هل الخدمات الرقمية القابلة للتصدير متنوعة؟

فرضيات الدراسة: يمكن صياغة الفرضيات التالية للإجابة عن الإشكالية السابقة:

- تصدير الخدمات الرقمية في الجزائر ضعيف جدا مقارنة بتصديرها عالميا حيث يشهد نموا معتبرا؛
- لا توجد حواجز تعيق تصدير الخدمات الرقمية في الجزائر وعالميا؛
- الخدمات الرقمية القابلة للتصدير محدودة جدا وغير متنوعة؛

أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج موضوعا مهما يدور حول الخدمات الرقمية، هذا القطاع الذي يشهد نموا معتبرا مع زيادة الطلب على هذه الخدمات سواء محليا أو دوليا، مما يجعل تصديرها أمرا حيويا لدعم الإقتصاد الرقمي وتحقيق عائدات اضافية مقارنة بالقطاعات الأخرى، رغم خصوصية هذه الخدمات التي قد تخلق بعض الحواجز والعراقيل أمامها.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعريف بالخدمات الرقمية؛
- تحديد أهم أنواع هذه الخدمات القابلة للتصدير؛
- معرفة أهم الحواجز والعراقيل التي تواجه تصدير هذه الخدمات؛
- تحليل واقع تصدير هذه الخدمات وطنيا ودوليا.

1. مدخل لتصدير الخدمات الرقمية:

1.1. تعريف الخدمات الرقمية: لقد أدى التطبيق الواسع النطاق للتكنولوجيا الرقمية في مجال التجارة الدولية إلى تحويل العديد من الخدمات غير القابلة للتداول تقليديا إلى خدمات رقمية قابلة للتداول، مما وسع نطاق التجارة الدولية بشكل كبير. تعمل التكنولوجيا الرقمية على تطوير ناقلات جديدة للخدمات التقليدية، وتوفر وظيفة مساعدة للتجارة في الخدمات، وتكسر القيود الجغرافية بين مقدمي الخدمات والمستهلكين. إنها لا تجعل الخدمات أكثر قابلية للتداول فحسب،

بل إنها تعزز أيضا كفاءة تجارة الخدمات. لقد أصبحت التجارة في الخدمات الرقمية تدريجيا مكونا مهما للتجارة الدولية. ويمكن أن توفر زخما للتقدم في التكنولوجيا وتسهيل إعادة الهيكلة الصناعية العالمية. تلعب التجارة في الخدمات الرقمية، كمحرك ناشئ للنمو الإقتصادي العالمي، دورا جديرا بالملاحظة في تعزيز الإقتصادات في مختلف البلدان، حتى في مواجهة الآثار السلبية الناجمة عن كوفيد-19. في الوقت الحاضر، فإن زخم تطوير تجارة الخدمات الرقمية قوي، وهو قوة جديدة لتعزيز تعافي التجارة العالمية وقيادة نمو التجارة. (Wang et al, 2024, p. 01)

إن الخدمات الرقمية تسير بخطى سريعة نحو اكتساب أهمية أكبر في الحياة اليومية. فقد أدت القيود المفروضة على التنقل خلال جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) إلى تسريع تطورها، كما أدى التوسع الهائل في الإتصال بالإنترنت والهواتف الذكية في السنوات الأخيرة إلى تحويل طريقة تقديم الخدمات والسلع، مما خلق فرصا لإيجاد أسواق جديدة عبر الحدود. (Kang et al, 2022, p. 10)

يعرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) الخدمات الرقمية على أنها: "الخدمات التي يمكن تقديمها عن بُعد من خلال تكنولوجيا المعلومات". (Wang et al, 2024, p. 01)

كذلك الخدمات الرقمية هي: "خدمات تسمح للمستهلك بإنشاء البيانات ومعالجتها وتخزينها في شكل رقمي، مما يسمح بالمشاركة والتفاعل مع البيانات الرقمية التي تم تحميلها أو إنشاؤها بواسطة مستخدمين آخرين لتلك الخدمة، بما في ذلك تطبيقات الهاتف المحمول والشبكات الإجتماعية ومواقع بث الصوت والفيديو". (Mesloub et al, 2024, p. 117)

أيضا الخدمات الرقمية هي: "أي نوع من أنواع الخدمات التي تعتمد على التكنولوجيا الرقمية، مثل الأنترنت والبرامج والتطبيقات المحمولة. وهي تسمح عموما للمستخدمين بالوصول إلى المعلومات والدعم والمنتجات بطريقة مربحة وفعالة من حيث التكلفة". (De Rore, 2023)

مما سبق يمكن القول أن الخدمات الرقمية هي الخدمات التي تقدم رقميا في وجود الأنترنت والأجهزة الرقمية، وتمكن من الإستفادة من العديد من الخدمات التي كان يصعب سابقا الوصول إليها.

2.1. أنواع الخدمات الرقمية القابلة للتصدير: إن التصدير هو عملية إخراج السلع والخدمات خارج الحدود السياسية للدولة، وإخراجها بصفة رسمية مقابل قيمة مالية عادة ما تكون بالعملة الصعبة، ويعني أيضا التواجد المستمر في الأسواق الخارجية، والقدرة على المنافسة للحصول على أكبر حصة سوقية (هرادة، زاوي، 2023، صفحة 557). وتصدير الخدمات الرقمية جزء من تصدير الخدمات، يدخل في إطار التجارة الرقمية التي تعد مكون من مكونات الإقتصاد الرقمي.

تعرف التجارة الرقمية بأنها التجارة (الدولية) التي يتم طلبها و/أو تسليمها رقمياً. وتشمل التجارة المنظمة رقمياً: البيع أو الشراء الدولي لسلعة أو خدمة، يتم إجراؤه عبر شبكات الكمبيوتر بأساليب مصممة خصيصاً لغرض تلقي أو تقديم الطلبات. كذلك التجارة المسلمة رقمياً هي كل المعاملات الدولية التي يتم تسليمها عن بُعد بتنسيق إلكتروني، باستخدام شبكات الكمبيوتر المصممة خصيصاً لهذا الغرض. ويعتقد حالياً أن الخدمات (وليس السلع) فقط هي التي يمكن تسليمها رقمياً. وبالتالي، ينبغي للتجارة الرقمية في الخدمات أن تشمل جميع الخدمات المتداولة دولياً والتي يتم طلبها رقمياً، أو تسليمها رقمياً، أو كليهما. (Kang et al, 2022, pp. 10-11)

تشتمل الخدمات المقدمة رقمياً القابلة للتصدير على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (بما في ذلك الذكاء الاصطناعي والبث المباشر والألعاب)، والمبيعات والتسويق، والخدمات المالية والمهنية، والتعليمية والتدريبية (Qery, 2024). وهناك عدد لا حصر له من الطرق لتصنيف الأنواع المختلفة من الخدمات الرقمية. وفي ما يلي ثلاث طرق يمكن من خلالها تصنيف هذه الأنواع: (De Rore, 2023)

- خدمات المعلومات والاتصالات: هي أنواع الخدمات الرقمية التي تسهل التفاعل بين الأفراد أو بين الأفراد والمؤسسات، مثل: خدمات البريد الإلكتروني وتطبيقات المراسلة الفورية ومنصات مؤتمرات الفيديو ومنصات الوسائط الاجتماعية وخدمات الصوت عبر بروتوكول الإنترنت (VoIP).
- خدمات الأمان والخصوصية: هي أنواع الخدمات الرقمية التي تنطوي على تنفيذ تدابير أمنية قوية وبروتوكولات تشفير وممارسات حماية البيانات. مثل: المصادقة متعددة العوامل على تطبيقات الخدمات المصرفية وتطبيقات التشفير والخوادم الآمنة لحماية معلومات العملاء.
- خدمات التحليلات: هي أنواع الخدمات الرقمية التي توفر للمستخدمين رؤى قيمة حول أدائهم وسلوك المستخدم والمقاييس الأخرى التي قد تكون ذات صلة بهم. مثل: أي نوع من لوحات معلومات التحليلات التي تعرض مقاييس المشاركة والتركيبية السكانية للجمهور وأداء المنشورات في وسائل التواصل الاجتماعي أو الإعلانات عبر الإنترنت أو أدوات الإستطلاع.

إضافة للتصنيف السابق، فإنه وفقاً لبيانات إحصائية حول تصدير الخدمات الرقمية لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) ووفقاً لتعريف الخدمات الرقمية الذي اقترحه مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، فإن هناك 10 صناعات خدمية تعتبر كخدمات

رقمية، يمكن من خلالها حساب صادرات الخدمات الرقمية للدول من خلال تجميع صادرات هذه الصناعات العشر. وتشمل هذه الخدمات ماييلي (Wang et al, 2024, p. 06):

1. خدمات التأمين والمعاشات التقاعدية؛
2. الخدمات المالية؛
3. رسوم استخدام حقوق الملكية الفكرية؛
4. خدمات الاتصالات؛
5. خدمات الكمبيوتر؛
6. خدمات المعلومات؛
7. خدمات البحث والتطوير؛
8. خدمات الإستشارات المهنية والإدارية؛
9. الخدمات الفنية المتعلقة بالتجارة وغيرها من الخدمات التجارية؛
10. الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية.

3.1. حواجز تصدير الخدمات الرقمية: على الرغم من الفوائد التي تحققها التكنولوجيا الرقمية للتجارة الدولية والإقتصاد، فإن تطبيقها يسبب أيضا بعض القضايا الجديدة، مثل الإفصاح عن الخصوصية وانتهاك الملكية الفكرية. إن هذا يجعل من الضروري بناء إطار تنظيمي لتجارة الخدمات الرقمية في المقام الأول بسبب اعتمادها على التكنولوجيا الرقمية. حيث فرض بعض القيود المناسبة ضروري لتجارة الخدمات الرقمية.

تعتمد البلدان حواجز أمام تجارة الخدمات الرقمية، ويرجع ذلك أساسا إلى حماية الخصوصية والسياسة الصناعية والأمن القومي. على سبيل المثال، تمنع اللوائح والقوانين المتعلقة بحماية الخصوصية الاستخدام غير المشروع لبيانات المستهلكين من قبل الشركات. وتعالج هذه السياسات المحلية بشكل فعال قضايا الخصوصية التي قد تنشأ في تجارة الخدمات الرقمية وتعزز ثقة المستهلكين في الشركات، على الرغم من أنها تعتبر حواجز أمام تجارة الخدمات الرقمية. ومن منظور السياسة الصناعية، فإن متطلب توطین البيانات يمكن الشركات المحلية من الحصول على مزايا على الشركات المتعددة الجنسيات من خلال جذب المزيد من المستهلكين إلى الشركات المحلية. ومع ذلك، فإن الأبحاث الحالية تؤكد أيضا أن الحواجز أمام تجارة الخدمات الرقمية تقيد ازدهار الإقتصاد العالمي وأنشطة التجارة، وخاصة في ما يتعلق بتصدير الخدمات الرقمية. حيث تعيق بشكل كبير تطوير تصدير هذه الخدمات. ومع زيادة مستوى تقييد هذه الحواجز،

تواجه الشركات المحلية المزيد من التحديات عند تصدير الخدمات الرقمية (Wang et al, 2024, p. 03).

تقسم منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD) الحواجز أمام تجارة الخدمات الرقمية إلى خمس فئات، والتي تشمل البنية الأساسية والإتصال والمعاملات الإلكترونية وأنظمة الدفع وحقوق الملكية الفكرية والحواجز الأخرى (Wang et al, 2024, p. 02). بشكل عام، تعيق الحواجز أمام تجارة الخدمات الرقمية تصدير الخدمات الرقمية من خلال ثلاث قنوات هي (Wang et al, 2024, p. 04):

- تكاليف تصدير الخدمات الرقمية المتزايدة: والتي تشمل عبء الإمتثال وتكاليف التشغيل وفقدان الكفاءة. حيث تؤدي القيود الصارمة التي تفرضها الحكومات على تجارة الخدمات الرقمية إلى زيادة تكاليف الشركات وتجعل العمليات مرهقة عندما تصدر الشركات الخدمات الرقمية. ويجب على الشركات التكيف مع الأطر التنظيمية المتعددة بسبب التباين التنظيمي بين البلدان، مما يزيد من عبء تجارة الخدمات الرقمية.
- زيادة تركيز السوق: تؤدي الحواجز أمام تجارة الخدمات الرقمية إلى زيادة تركيز السوق، مما قد يضر أيضا بتصدير الخدمات الرقمية. حيث قد تكون الزيادة في تكاليف التجارة الناجمة عن هذه الحواجز في متناول الشركات الكبيرة فقط. بعبارة أخرى، تشكل هذه الحواجز حواجز هائلة أمام وصول الشركات الصغيرة إلى السوق وتضعف المنافسة في السوق.
- إعاقة ابتكار الشركات: إن إعاقة ابتكار الشركات هي قناة أخرى يمكن من خلالها أن تشكل الحواجز أمام تجارة الخدمات الرقمية عقبة أمام تصدير الخدمات الرقمية. تعيق هذه القيود انتشار المعرفة والتكنولوجيا عبر الحدود، وتزيد من تكاليف الابتكار وتضعف وعي الشركات بالابتكار. ونتيجة لذلك، يصعب على الشركات تحسين كفاءتها في الابتكار وشحذ قدرتها التنافسية. كما أن القيود المفروضة على تدفق البيانات عبر الحدود سيؤثر على التجارة في الخدمات الرقمية، وستواجه البلدان المصدرة صعوبة في تعزيز قدرتها التنافسية التجارية في الخدمات الرقمية وستنخفض صادراتها من الخدمات الرقمية بشكل حاد إذا تم تقييد تدفق البيانات عبر الحدود بشكل صارم من قبلها أو من قبل البلدان الشريكة لها في التجارة. وكنهج مهم لتقييد تدفق البيانات عبر الحدود، وجد أن متطلب توطين البيانات يقلل من تنقل الخدمات الرقمية بين البلدان ويعيق تطوير التجارة في الخدمات الرقمية. إن متطلب توطين البيانات يعزز قوة الإحتكار للشركات المحلية، مما يقلل بالتالي من تنوع

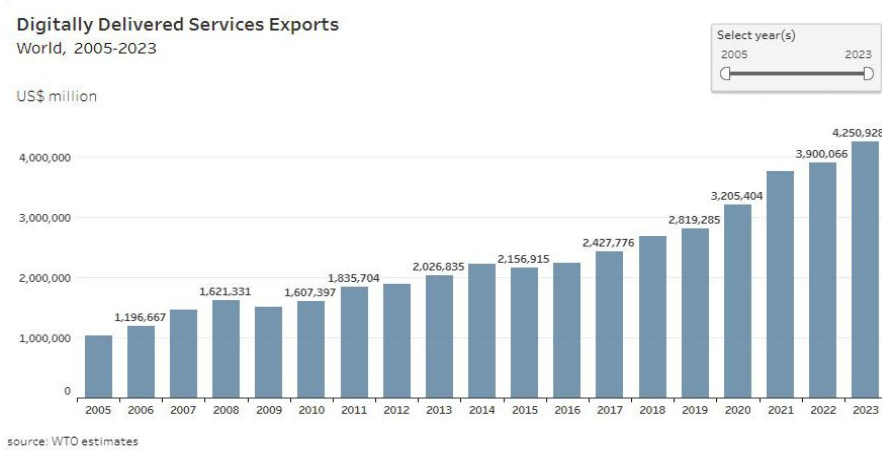
الخدمات الرقمية المتاحة للمستهلكين. ومن المرجح أن يكون لدى الشركات المحلية حافز أقل لتحسين جودة خدماتها الرقمية.

2. أرقام واحصاءات حول صادرات الخدمات الرقمية عالميا وفي الجزائر:

1.2. تطور صادرات الخدمات الرقمية عالميا: حسب تقديرات منظمة التجارة العالمية، بلغت الصادرات العالمية من الخدمات المقدمة رقميا 4.25 تريليون دولار أميركي في عام 2023م، بزيادة قدرها 9.0% على أساس سنوي، وتشكل 13.8% من الصادرات العالمية من السلع والخدمات. وفي نفس السنة، تجاوزت قيمة هذه الخدمات -المتداولة عبر الحدود من خلال شبكات الكمبيوتر وتشمل كل شيء من الخدمات المهنية والإدارية إلى بث الموسيقى والفيديو والألعاب عبر الإنترنت والتعليم عن بعد- مستويات ما قبل جائحة كورونا بأكثر من 50% (World Trade Organization, Global Trade Outlook and Statistics, April 2024, p. 24)

وتعرف هذه الصادرات تطورا ملحوظا كل سنة نظرا للإقبال المتزايد على الخدمات الرقمية تماشيا مع التغيرات التكنولوجية والتحول الرقمي الذي عرفه العالم خصوصا بعد جائحة كورونا. الشكل الموالي يوضح تطور صادرات الخدمات الرقمية عالميا خلال الفترة (2005-2023)

الشكل رقم (01): تطور صادرات الخدمات الرقمية عالميا في الفترة (2005-2023)



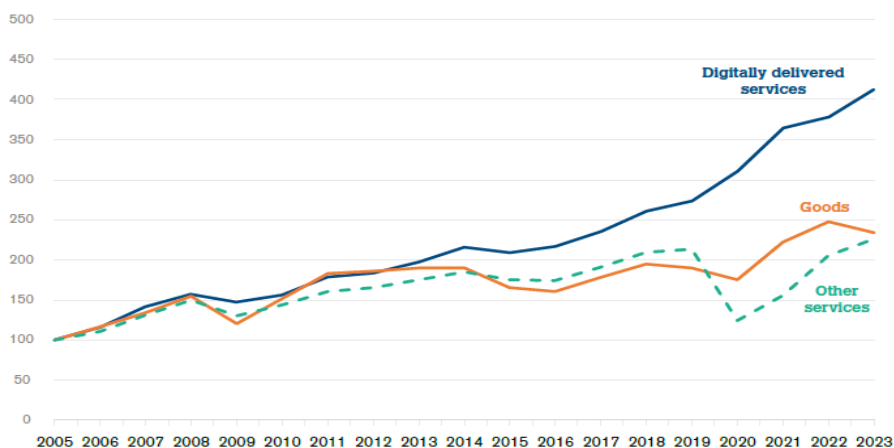
Source: World Trade Organization, (2024), **Global Services Trade Data Hub.**

https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/services_trade_data_hub_e.htm.

نلاحظ من الشكل أن الإتجاه العام لتطور صادرات الخدمات الرقمية منذ عام 2005 حتى عام 2023م هو الزيادة والنمو وهو نمو مطرد، فبعد أن كانت قيمة هذه الصادرات 1 تريليون دولار أمريكي عام 2005، ارتفعت خلال السنوات اللاحقة حتى وصلت 1.62 تريليون دولار أمريكي عام 2008، ثم انخفضت عام 2009 تأثراً بانعكاسات الأزمة المالية العالمية عام 2008، بعدها انطلقا من عام 2010 عادت هذه الصادرات للزيادة والإرتفاع وكانت أعلى نسبة زيادة في عام 2020 حيث تجاوزت 13% مقارنة بعام 2019، وهذا راجع إلى أن العالم في هذه العام كان تحت تأثير تبعات أزمة كورونا، التي دفعت إلى المزيد من الإهتمام بالأعمال الرقمية والخدمات الرقمية والتي عرفت اقبالاً معتبراً خلال هذه الأزمة. بعدها واصلت صادرات هذه الخدمات في المزيد من الإرتفاع لتصل إلى 4.25 تريليون دولار أمريكي في عام 2023م.

إن صادرات الخدمات الرقمية أصبحت تحتل مكانة هامة في صادرات الدول، وكما ذكرنا سابقاً فإنها في عام 2023 قد شكلت 13.8% من الصادرات العالمية من السلع والخدمات. ويمكن تتبع تطور صادرات الخدمات الرقمية مقارنة بصادرات السلع وبقية الخدمات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (02): الصادرات العالمية من الخدمات المقدمة رقمياً (2005-2023) مقارنة بصادرات السلع والخدمات الأخرى



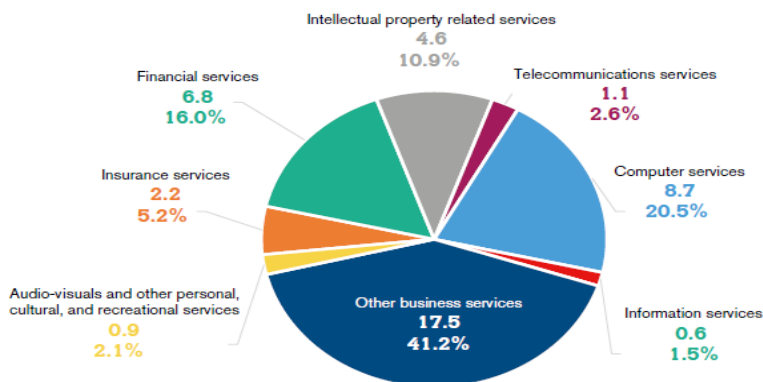
Source: World Trade Organization, **Global Trade Outlook and Statistics**, April 2024, p: 24.
https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_outlook24_e.pdf.

نلاحظ من الشكل أعلاه، أنه في حين كانت صادرات السلع والخدمات الأخرى منذ عام 2005 حتى عام 2023، تعرف بعض التذبذبات ما بين الإرتفاع والإخفاض أحيانا، خصوصا الإخفاض في سنة 2009 بسبب الأزمة المالية العالمية والإخفاض في سنة 2020 بسبب أزمة كورونا، فإن صادرات الخدمات الرقمية كانت تسير بشكل مطرد نحو النمو والإرتفاع وبقيم أعلى من القيم التي تحققها كل من صادرات السلع وصادرات الخدمات الأخرى.

وفي عام 2023، فإنه على عكس التجارة في السلع، التي انخفضت على مستوى العالم وفي جميع المناطق، استمرت صادرات الخدمات المقدمة رقميا في الإزدهار. حيث في أوروبا وآسيا، اللتان تمتلكان حصة عالمية تبلغ 52.4% و 23.8% على التوالي، ارتفعت الصادرات بنسبة 11% و 9%، كما تسارع النمو في أفريقيا وأمريكا الجنوبية والوسطى ومنطقة البحر الكاريبي، متجاوزا المتوسط العالمي. (World Trade Organization, Global Trade Outlook and Statistics, April 2024, p. 24). هذا إن دلّ، فإنه يدل على أن صادرات الخدمات الرقمية ستشهد في السنوات اللاحقة المزيد من النمو والإرتفاع لزيادة الطلب على هذه الخدمات عالميا مع الثورة التكنولوجية التي فرضت نفسها وغيّرت عالم الأعمال والتجارة الدولية.

وبالنسبة لصادرات أنواع الخدمات الرقمية، فإنه في عام 2023، شكلت الخدمات التجارية والمهنية والتقنية 41.2% من صادرات الخدمات المقدمة رقميا في العالم، تلتها خدمات الكمبيوتر (20.5%)، والخدمات المالية (16.0%)، والخدمات المتعلقة بالملكية الفكرية (10.9%)، وخدمات التأمين والمعاشات التقاعدية (5.2%)، وخدمات الإتصالات (2.6%)، والخدمات السمعية والبصرية وغيرها من الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية (2.1%)، وخدمات المعلومات (1.5%). (World Trade Organization, Global Trade Outlook and Statistics, April 2024, p. 24). كما هو مبين في الشكل الموالي، حيث نلاحظ أن الخدمات التجارية والمهنية والتقنية وخدمات الكمبيوتر والخدمات المالية والخدمات المتعلقة بالملكية الفكرية هي المسيطرة على هيكل صادرات الخدمات الرقمية في العالم بنسب تتجاوز الـ 10 بالمائة. بعدها تأتي بنسب تتراوح ما بين 5% و 1%؛ خدمات التأمين والمعاشات التقاعدية، خدمات الإتصالات، الخدمات السمعية والبصرية وغيرها من الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية، وخدمات المعلومات.

الشكل رقم (03): هيكل الصادرات العالمية من الخدمات المقدمة رقميا عام 2023



Source: World Trade Organization, **Global Trade Outlook and Statistics**, April 2024, p: 25. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_outlook24_e.pdf.

إن احصاءات منظمة التجارة العالمية قد أظهرت أن الولايات المتحدة الأمريكية تتصدر مصدري الخدمات الرقمية، وهي الرائدة في هذا المجال، حيث حسب الجدول رقم (01) فإن قيمة صادراتها خلال الفترة (2023-2019) قد عرفت نموا معتبرا من 471 مليار دولار عام 2019 - ما يمثل آنذاك 16.7% من إجمالي الصادرات العالمية- إلى 649 مليار دولار عام 2023 ما يمثل 15.3% من إجمالي الصادرات العالمية، تلمها في المرتبة الثانية المملكة المتحدة التي بلغت صادراتها 438 مليار دولار عام 2023 مقارنة بـ 274 مليار دولار عام 2019، وجاءت في المرتبة الثالثة أيرلندا ثم الهند في المرتبة الرابعة. وبالنسبة للدول العربية فإن الإمارات العربية المتحدة هي من تتصدر صادرات الخدمات الرقمية عربيا وقد احتلت المرتبة العشرين (20) عالميا، حيث تطورت صادراتها من 29 مليار دولار عام 2019 إلى 48 مليار دولار عام 2023. بقية الإحصاءات عن بقية الدول حتى المرتبة 30 يمكن قراءتها من خلال الجدول التالي:

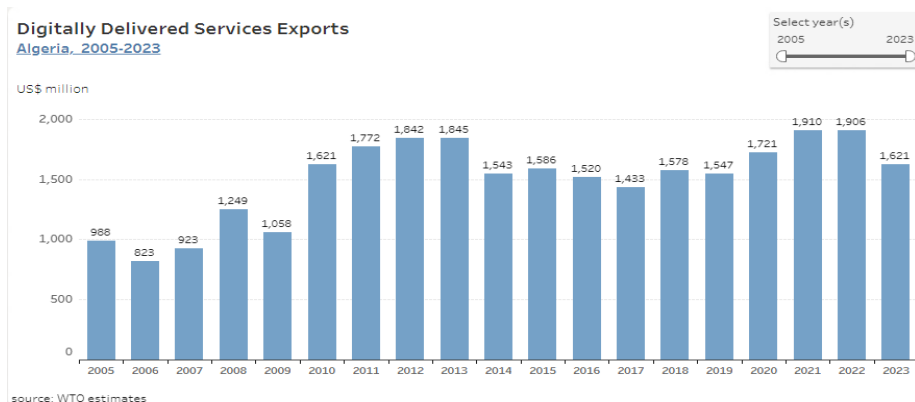
الجدول رقم (01): المصدرون الرائدون للخدمات المقدمة رقميا عالميا في الفترة (2019-2023)

Rank	Exporters	Value					Share in world exports		Annual percentage change		
		2019	2020	2021	2022	2023	2019	2023	2021	2022	2023
1	United States of America	471	534	602	631	649	16.7	15.3	13	5	3
2	United Kingdom	274	318	380	377	438	9.7	10.3	20	-1	16
3	Ireland	169	242	295	295	328	6.0	7.7	22	0	11
4	India	124	144	173	219	257	4.4	6.0	20	27	17
5	Germany	183	203	246	238	248	6.5	5.8	21	-3	4
6	China	114	147	185	198	207	4.0	4.9	26	7	4
7	Netherlands	164	147	160	171	194	5.8	4.6	10	7	13
8	Singapore	107	130	156	171	182	3.8	4.3	21	10	6
9	France	128	131	151	151	170	4.6	4.0	15	0	13
10	Luxembourg	100	104	128	117	122	3.5	2.9	23	-9	4
11	Japan	104	110	117	110	116	3.7	2.7	6	-6	6
12	Switzerland	86	86	99	101	111	3.0	2.6	16	1	10
13	Belgium	63	73	84	82	89	2.2	2.1	14	-2	9
14	Canada	56	69	78	77	80	2.0	1.9	13	-1	5
15	Sweden	45	51	65	65	69	1.6	1.6	27	0	7
16	Spain	45	46	52	57	67	1.6	1.6	14	9	19
17	Israel	34	43	55	59	63	1.2	1.5	27	9	6
18	Korea, Republic of	36	42	54	55	62	1.3	1.5	28	2	13
19	Italy	42	46	55	55	61	1.5	1.4	19	0	12
20	United Arab Emirates	29	33	37	46	48	1.0	1.1	14	22	5
21	Poland	22	29	35	39	46	0.8	1.1	21	10	20
22	Hong Kong, China	38	39	43	46	46	1.4	1.1	9	8	0
23	Austria	25	29	33	34	36	0.9	0.8	16	1	6
24	Denmark	18	22	24	26	34	0.7	0.8	8	9	29
25	Philippines	19	23	25	27	29	0.7	0.7	9	9	8
26	Chinese Taipei	18	22	24	26	27	0.6	0.6	13	9	4
27	Finland	20	22	25	24	23	0.7	0.5	14	-6	-1
28	Brazil	13	14	17	21	23	0.5	0.5	19	23	10
29	Romania	11	13	16	18	20	0.4	0.5	19	13	14
30	Australia	15	16	19	19	19	0.5	0.5	17	1	2
Total of above		2,574	2,926	3,434	3,552	3,866	91.3	90.9	-	-	-
World		2,819	3,205	3,762	3,900	4,251	100.0	100.0	17	4	9

Source: World Trade Organization, **Global Trade Outlook and Statistics**, April 2024, p: 43.
https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_outlook24_e.pdf.

2.2. تطور صادرات الخدمات الرقمية في الجزائر: تسعى الجزائر جاهدة لتنويع صادراتها بعيدا عن المنتجات البترولية وقطاع المحروقات، حيث تعمل على تشجيع التصدير في مختلف المنتجات خصوصا الزراعية منها والصناعية، ومجال الخدمات. وللهنوض بالإقتصاد الرقمي ومواكبة التحولات الرقمية، فإن للخدمات المقدمة رقميا نصيب من اهتمام الحكومة أيضا، حيث تشجع الجزائر الصادرات في الخدمات الرقمية، وفي مايلي تطور هذه الصادرات خلال الفترة (2005-2023).

الشكل رقم (04): تطور صادرات الخدمات الرقمية في الجزائر في الفترة (2005-2023)

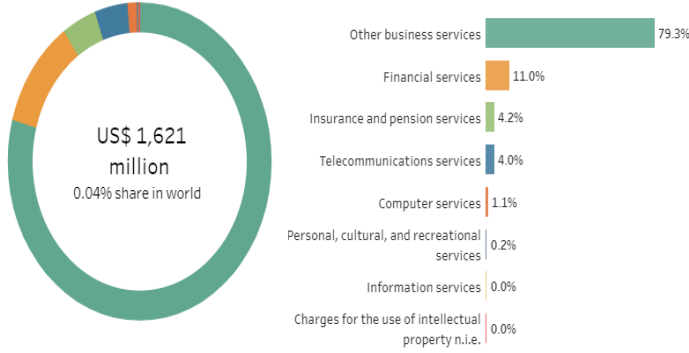


Source: World Trade Organization, (2024), digitally delivered services trade dataset, https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/gstdh_digital_services_e.htm.

حسب الشكل الموضح أعلاه، فإن صادرات الخدمات الرقمية في الجزائر في الفترة (2005-2023) شهدت نموا متذبذبا ما بين الإرتفاع تارة والإخفاض تارة أخرى، حيث أقل قيمة حققتها كانت عام 2006، أين قدرت بـ 823 مليون دولار أمريكي بمعدل نمو -17%، أي تراجع في الصادرات مقارنة بعام 2005 أين بلغت قيمتها 988 مليون دولار أمريكي. أما أقصى قيمة حققتها صادرات الخدمات الرقمية في الجزائر فقد كانت عام 2021، أين قدرت بـ 1.910 مليار دولار أمريكي بمعدل نمو سنوي 11% مقارنة بعام 2020 أين بلغت قيمة الصادرات من هذه الخدمات 1.721 مليار دولار أمريكي، وقد بقيت قيمة عام 2021 نفسها تقريبا عام 2022 أين قدرت بـ 1.906 مليار دولار أمريكي. لكن ما يلاحظ على هذه الصادرات أنها لم تواصل ارتفاعها في عام 2023 حيث حققت خلال هذه السنة قيمة 1.621 مليار دولار أمريكي، أي شهدت تراجعا وانخفاضا بمعدل نمو -15% مقارنة بعام 2022.

إن صادرات الخدمات الرقمية في الجزائر ضئيلة جدا مقارنة بالصادرات العالمية، فمثلا في عام 2023 ساهمت بنسبة 0.04% من إجمالي الصادرات العالمية، وهي نسبة ضعيفة جدا، والشكل الموالي يوضح هيكل هذه الصادرات في نفس السنة.

الشكل رقم (05): هيكل صادرات الخدمات الرقمية في الجزائر عام 2023

Structure of Digitally Delivered Services Exports
Algeria, 2023Select year
2023

Source: World Trade Organization, (2024), digitally delivered services trade dataset, https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/gstdh_digital_services_e.htm.

حيث نلاحظ أن صادرات الخدمات الرقمية في الجزائر تسيطر عليها صادرات الخدمات التجارية الأخرى بنسبة 79.3%، تليها الخدمات المالية بنسبة 11%، فالجزائر تعرف تطورا ملحوظا في الخدمات المالية الرقمية، ثم صادرات خدمات التأمين والمعاشات بنسبة 4.2%، ثم صادرات خدمات الاتصالات بنسبة 4%، ونسبة 1.1% خدمات الكمبيوتر، ثم بنسبة 0.2% الخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية، أما صادرات خدمات المعلومات والخدمات المتعلقة بالملكية الفكرية فهي 0%. وهذا يدل على أن الإتجاه نحو تصدير هذه الخدمات رقميا لا يزال منعزلا مقارنة بالصادرات العالمية.

إن هيكل صادرات الخدمات الرقمية في الجزائر، هيكل يحتاج للمزيد من التطور والنمو لمواكبة ما يحدث في العالم من تطور في هذا المجال.

3.2. اجراءات الحكومة الجزائرية لتشجيع صادرات الخدمات الرقمية: إن أهم الإجراءات التي اتخذتها الجزائر لتشجيع تصدير الخدمات الرقمية، تتمثل في النقاط التالية:

– الإعفاء من إجراءات التوطين المصرفي: جاء في العدد الثلاثين (30) من الجريدة الرسمية الصادر في 22 أفريل 2021، في المادة 2 من النظام رقم 01-21 الصادر عن بنك الجزائر أنه: "تُعفى من إجراءات التوطين المصرفي، صادرات الخدمات الرقمية عبر الإنترنت، وخدمات

المؤسسات الناشئة، وكذا صادرات الخدمات الخاصة بالمهنيين غير التجاريين. يتعين على مقدمي هذه الخدمات أن يودعوا، لدى المصارف التي قاموا بالتوطين على مستواها، تصريحاً يتضمن وصفا للمشروع أو المشاريع مع الإشارة، بالإضافة إلى معلومات أخرى، إلى سعر الوحدة وتاريخ وضعها على الإنترنت. وفي إطار هذه العمليات، يجب أن يُرحّل كل دفع تمّ تحصيله كمقابل لخدمات مصدّرة، لدى مصرف متواجد بالجزائر. ويسجّل هذا الدفع في الجانب الدائن للحساب بالعملة الصعبة للمُصدّر (تاجر أو مهني غير تاجر)، ليستعمل كأولوية وبصفة حصريّة لتلبية احتياجات نشاطه. غير أنّه، يتم تحصيل إيرادات الصادرات الناجمة عن المشاريع غير المصرح بها مسبقاً لدى المصرف الموطّن بالدينار الجزائري. (الجريدة الرسمية، أفريل 2021، الصفحات 22-23)

– الإعفاءات والإمميزات الضريبية: يستفيد أيضاً مصدري الخدمات الرقمية من مجموعة من الإعفاءات والإمميزات الضريبية تتمثل في: (التجمع الجزائري للناشطين في الرقميات (gaan)، بدون تاريخ نشر)

✓ الإعفاء من ضريبة القيمة المضافة (TVA)؛

✓ الإعفاء من الرسم على النشاط المهني (TAP)؛

✓ الإعفاء الدائم من الضريبة على أرباح الشركات (IBS) بما يتناسب مع حجم الأعمال الناتج بالعملة الأجنبية؛

✓ الإعفاء الدائم من الضريبة على الدخل الإجمالي (IRG) بما يتناسب مع حجم الأعمال الناتج بالعملة الأجنبية؛

– الوسام الشرفي للتصدير: في يوم الثلاثاء 11 جويلية 2023، أشرف رئيس الجمهورية، عبد المجيد تبون على احتفالية الطبعة الأولى لـ "الوسام الشرفي للتصدير". ونظمت هذه الطبعة تحت شعار "التزام، انجازات وآفاق"، حيث هدفت لتكريم أفضل المصدرين خلال السنوات الثلاث الأخيرة (2020-2022)، والتعريف بالسياسة الجديدة للجزائر لتشجيع الصادرات خارج المحروقات. بلغ عدد الشركات المكرمة 13 شركة نظير جهودهم لرفع الصادرات الوطنية خارج المحروقات، حيث تم منح مثلاً جائزة أفضل مصدر للمنتجات الصناعية، أفضل مصدر للمنتجات الفلاحية، أفضل مصدر للمنتجات الصيدلانية... وغيرها. وبالنسبة للخدمات الرقمية فقد فقد تم تكريم أفضل مصدر خدمات ناشئة، حيث حصد الجائزة شركة Yassir، حيث بلغ عدد البلدان المصدر إليها 6 بلدان، وحققت رقم أعمال بلغ 18.7 مليون

دولار من 2020 إلى 2022. (موقع الحراك الإخباري، 2023) وتهدف لبلوغ 150 مليون دولار في 2029. (وكالة الأنباء الجزائرية، 2023)

الخاتمة:

إن دراسة واقع تصدير الخدمات الرقمية عالميا، يوضح أن هناك تنوعا في هيكل هذه الخدمات، وأن صادراتها تشهد نموا معتبرا، خصوصا بعد أزمة كورونا، لكن الحواجز التي تضعها بعض الدول، قد تحد من تحقيق عائدات معتبرة من هذه الصادرات.

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية الرائدة في مجال تصدير الخدمات الرقمية، حيث تحتل المرتبة الأولى عالميا، أما عربيا؛ فإن الإمارات العربية هي من تقود هذا القطاع، وقد احتلت المرتبة العشرين عالميا، حيث تمتلك هذه الأخيرة استراتيجية ورؤية واضحة للنهوض بالإقتصاد الرقمي والمعاملات الرقمية.

في الجزائر لا تزال مساهمة صادرات الخدمات الرقمية في إجمالي الصادرات العالمية منخفضة جدا في حدود 0.04%، نظرا لنقص الإمكانيات التكنولوجية والمهارات البشرية، وعدم وجود رؤية واضحة للنهوض بالإقتصاد الرقمي والتجارة الرقمية، رغم ما تبذله الحكومة من جهود للنهوض بالصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات، وما تقدمه من تحفيزات جبائية وضريبية لأصحاب المؤسسات الناشئة في مجال الخدمات، لتشجيعها على تصدير الخدمات رقميا.

النتائج: مما سبق تم التوصل للنتائج التالية:

- تجارة الخدمات الرقمية، قطاع مهم وسيعرف المزيد من النمو والتطور مستقبلا، نظرا للإقبال المتزايد على هذه الخدمات تماشيا مع التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم؛
- تصدير الخدمات الرقمية وطنيا (في الجزائر) ضعيف جدا مقارنة بتصديرها عالميا حيث يشهد نموا معتبرا، وبالتالي فالطريق أمام الجزائر لا يزال طويلا للنهوض بالإقتصاد الرقمي والتجارة الرقمية رغم ما تبذله الحكومة من جهود لتعزيز ذلك.
- تواجه الخدمات الرقمية في الجزائر وعالميا بنسب متفاوتة ما بين الدول؛ العديد من الحواجز تعيق تصديرها للخارج، نظرا لخصائص هذه الخدمات التي يمكن أن تؤدي لظهور بعض القضايا مثل الإفصاح عن الخصوصية وانتهاك الملكية الفكرية، وإشكالية توطن البيانات،

- وعليه فإن الدول تضع العديد من العراقيل أمام صادرات هذه الخدمات، وهو ما قد يحد من مساهمتها في تحقيق عوائد معتبرة لإقتصاديات الدول؛
- هناك العديد من الخدمات الرقمية التي يمكن تصديرها كالخدمات المالية، خدمات الكمبيوتر، خدمات المعلومات.....، فهي متنوعة وليست محدودة؛
 - تسيطر الدول الغربية على صادرات الخدمات الرقمية، في حين الدول العربية تساهم بنسب ضعيفة جدا، باستثناء الإمارات العربية المتحدة؛

التوصيات: انطلاقا من النتائج السابقة، يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ضرورة صياغة استراتيجية واضحة لترقية صادرات الخدمات الرقمية وطنيا وعالميا؛
- ضرورة بناء اطار تنظيمي موحد وواضح، يعالج القضايا التي يمكن أن تصاحب تصدير الخدمات الرقمية كالإفصاح عن الخصوصية وانتهاك الملكية الفكرية، وإشكالية توطين البيانات، وينظم هذه التجارة ويقلص أو يلغي الحواجز أمام تصديرها، لضمان انتشارها والإستفادة من عوائدها وطنيا وعالميا في تحقيق التنمية والتطور الإقتصادي والإجتماعي.
- في الجزائر؛ يجب سن المزيد من القوانين وتقديم المزيد من التحفيزات للمؤسسات الناشئة للتوجه لتصدير الخدمات الرقمية لبناء اقتصاد رقمي قوي والتخلص من التبعية لقطاع المحروقات.

المصادر العربية:

- التجمع الجزائري للناشطين في الرقميات (gaan)، Exportation de services numérique، بدون تاريخ نشر، على الرابط: <https://www.gaan.dz/documents-utiles/exportation-de-services-numerique-page-134941> تاريخ الزيارة: 2024/09/06.
- الجريدة الرسمية، العدد 30، الخميس 10 رمضان عام 1442هـ الموافق 22 أبريل سنة 2021م، على الرابط: <https://www.joradp.dz/FTP/JO-arabe/2021/A2021030.pdf?znjo=30> تاريخ التحميل: 2024 / 09/06، على الساعة: 21:20.

- موقع الحراك الإخباري، قائمة المصدرين الذين كرمهم رئيس الجمهورية بالوسام الشرفي للتصدير، 2023/07/11، على الرابط: <https://alhirak-alkhbari.dz/article/FR2MJC8eiEFwoL6tX>، تاريخ الزيارة: 2024/09/17.
- هراة نورة، زاوي عمر حمزة، (2023)، إستراتيجية التصدير كآلية فعالة لإقحام الاسواق الدولية دراسة حالة -المركب الصناعي ايريس تايرز- بمجمع ساتيراكس، دفا تر البحوث العلمية، المجلد 11، العدد 01. على الرابط: <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/595/11/1/221883>.
- وكالة الأنباء الجزائرية، الطبعة الأولى للوسام الشرفي للتصدير: شركات جزائرية ترفع سقف طموحاتها للتصدير، 2023/07/11، على الرابط: <https://www.aps.dz/ar/economie/146683-2023-07-11-18-39-06>، تاريخ الزيارة: 2024/09/17، على الساعة: 19:52.

المصادر الأجنبية:

- Jeroen De Rore, **3 examples of successful digital services by non-digital native companies**, March 6, 2023, <https://pointerpro.com/blog/3-examples-of-digital-services-by-non-digital-native-companies/>.
- Jong Woo Kang, Matthias Helble, Rolando Avendano, Pramila Crivelli, and Mara Claire Tayag, **UNLOCKING THE POTENTIAL OF DIGITAL SERVICES TRADE IN ASIA AND THE PACIFIC**, ASIAN DEVELOPMENT BANK, NOVEMBER 2022. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/842321/digital-services-trade-asia-pacific.pdf>.
- Mesloub Slimane, Challal Ourdia, Moussaoui Abdelhakim, (2024), **L'exportation des services numériques, comme une alternative aux hydrocarbures en Algérie**, Revue Le Manager, Vol 11, N°01. <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/451/11/1/250294>.
- QERY, June 2024, **Trade in Digital Services is Booming**, <https://qery.no/trade-in-digital-services-is-booming/>.
- World Trade Organization, (2024), **digitally delivered services trade dataset**, https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/gstdh_digital_services_e.htm

- World Trade Organization, (2024), **Global Services Trade Data Hub**.
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/services_trade_data_hub_e.htm.
- World Trade Organization, (April 2024), **Global Trade Outlook and Statistics**.
https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_outlook24_e.pdf.
- Xiaomei Wang, Jia Zhang and Yixin Zhu, (2024), **Barriers to Digital Services Trade and Export Efficiency of Digital Services, sustainability**,
https://mdpi-res.com/d_attachment/sustainability/sustainability-16-07517/article_deploy/sustainability-16-07517.pdf?version=1725011342.