

الرقمنة كآلية لتنمية الصادرات في الجزائر

غزلان مراد

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

ghozlanemourad@gmail.com

Digitization as a mechanism for export development in Algeria

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/02/08

تاريخ الاستلام: 2022/10/30

ملخص:

موضوع الدراسة يسلط الضوء على تكنولوجيا المعلومات كأداة لزيادة الصادرات في الجزائر، باعتبار التصدير محور بالغ الأهمية في استراتيجية الدولة نحو تحقيق التنوع الاقتصادي وترقية المنتج الوطني، ورهان للتحرر التدريجي من التبعية للنفط، للاندماج في الاقتصاد العالمي ومسايرة الرقمنة للانتقال التدريجي نحو الاقتصاد الرقمي، حيث شملت الدراسة توضيح مختلف المفاهيم التي تعتبر كمخرجات لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال (الرقمنة، الاقتصاد الرقمي، المنصات الرقمية)، وكذا الاطلاع على البنية الرقمية المعتمدة من طرف الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، باعتبارها فاعل أساسي في دعم الصادرات، حيث أظهرت نتائج الدراسة إلى أن الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية حققت قفزة نوعية في مجال مراقبة وتشجيع المصدريين الجزائريين بالاعتماد على المنصات الرقمية للتعريف بالمنتجات الوطنية، ومتابعة المصدريين للتوغل في الاسواق الدولية.

الكلمات المفتاحية: الرقمنة، الاقتصاد الرقمي، ألكس، المنصات الرقمية، تنمية الصادرات.

Abstract:

The topic of the study highlights information technology as a tool for increasing exports in Algeria, as export is a critical focus of the State's strategy towards economic diversification and promotion of the national product, as well as a bet for gradual liberalization from dependence of oil, to integrate into the global economy and keep up with digitization of the gradual transition towards the digital economy. (Digitization, digital economy, digital platforms), as well as access to the digital infrastructure approved by the National Agency for the Promotion of Foreign Trade, as a key actor in supporting exports, through the qualitative leap in escorting and encouraging Algerian exporters by relying on digital platforms to familiarize themselves with national products, and follow-up exporters to penetrate international markets.

Key Words : digitization, digital economy, ALGEX, digital platforms, export development.

Jel Classification Codes:

المقدمة:

تتواجد منظمات الأعمال اليوم في بيئة اقتصادية متغيرة تعرف نمو وتطور متسارع في ظل الانفتاح العالمي وتداعيات العولمة، حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال أحد أهم مظاهر وسمات الحياة الاقتصادية للدول. الجزائر كغيرها من الدول تسعى إلى تحقيق اقتصاد متنوع خلاق للثروة يركز بالدرجة الأولى على التكنولوجيا الرقمية لبناء اقتصاد رقمي، وهو خيار استراتيجي من أجل ضمان مرافقة مسار التنويع الاقتصادي وتشجيع الصادرات خارج المحروقات. الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية كجهاز فاعل في التجارة الدولية، فهي تسعى إلى تنفيذ استراتيجية الدولة لدعم وترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، من خلال انتهاج الرقمنة كآلية لتشجيع التصدير وترقية المنتجات الوطنية، والدفع بالمؤسسات الجزائرية للتوغل في الأسواق الخارجية.

مشكلة الدراسة:

إن توجه الدولة نحو تنويع الصادرات ورقمنة الاقتصاد يعتبر محور بالغ الأهمية في مخطط الانعاش الاقتصادي 2020/2024، وعليه فإن إشكالية الدراسة تتمحور حول:

ما مدى الاعتماد على المنصات الرقمية لتنمية الصادرات في الجزائر ؟

والتي تقودنا طرح تساؤلات حول:

- مفهوم الرقمنة والاقتصاد الرقمي ؟
- دور المنصات الرقمية لتشجيع التصدير في الجزائر ؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على تكنولوجيا المعلومات كأحد أهم ملامح التطور الاقتصادي في عصرنا الحالي، حيث تتجه الجزائر بدورها تدريجيا نحو الاقتصاد الرقمي لتحقيق النمو والاندماج في الاقتصاد العالمي.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز اهتمام الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بالرقمنة كاستراتيجية للدفع بالمؤسسات الجزائرية للتوغل في الأسواق الخارجية وترقية المنتجات الوطنية، حيث تراهن الدولة الجزائرية على تنويع الصادرات والخروج من التبعية للنفط.

الدراسات السابقة:

دراسة (بكوش، بناولة & بوعبدلي 2017) بعنوان: إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير التجارة الخارجية، حيث تطرقت هذه الدراسة إلى الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحريك عجلة التنمية الاقتصادية، حيث أصبح قطاع الأعمال يعتمد بدرجة كبيرة على تكنولوجيا المعلومات التي أصبحت منتج في حد ذاته، وساهمت في تحقيق عائدات من عمليات تصدير تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث خلصت هذه الدراسة إلى نتائج مفادها أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها ثير واضح في التنمية وأصبح امتلاكها من المعايير الهامة التي يقاس على أساسها تطور الدول، وأن نسبة مساهمة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر ضئيلة، وفي نفس الوقت هناك مجهودات تبذل من طرف الدولة لتطوير هذا القطاع خاصة في توفير البنى التحتية اللازمة لتوسيع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الإلكترونية وتعميم الرقمنة على جميع القطاعات.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في إطار التعريف بمختلف مفاهيم ومتغيرات الدراسة، والتعرض بالتحليل للمعلومات المجمعة عن طريق المقابلة، وذلك للوقوف على أهداف الدراسة واستخلاص النتائج المرجوة من هذه الدراسة.

هيكل الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور رئيسية:

- المحور الأول: ماهية الرقمنة والاقتصاد الرقمي.
- المحور الثاني: المنصات الرقمية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية كأداة لتنمية الصادرات.
- المحور الثالث: تحليل الواقع العملي للمنصات الرقمية للوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية.

المحور الأول: ماهية الرقمنة والاقتصاد الرقمي

أصبحت الرقمنة والاقتصاد الرقمي اليوم حتمية الدولة ورهان للاندماج في الاقتصاد العالمي، وعليه سنتناول في هذا المحور مفهوم ومتطلبات الرقمنة (أولاً)، والاقتصاد الرقمي وركائزه (ثانياً).

أولاً - مفهوم الرقمنة

ارتبط مفهوم الرقمنة بالتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كأحد مخرجات الثورة الصناعية الرابعة. وما الثورة الصناعية الرابعة المشار إليها عموماً بالاختصار (IR4) سوى طريقة لوصف الانجازات التكنولوجية الهائلة المتزامنة في نطاقات واسعة من المجالات. (منظمة العمل الدولية، 2021، صفحة 11).

1- تعريف الرقمنة:

ينظر "تيري كاني" (Kuny Terry) إلى الرقمنة على أنها عملية تحويل مصادر المعلومات على اختلاف أشكالها من إلى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية عبر النظام الثنائي (البتات Bits) والذي يعتبر وحدة المعلومات الأساسية لنظام معلومات يستند إلى الحاسبات الآلية، وتحويل المعلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية، يمكن أن يطلق عليها (الرقمنة)، ويتم هذا بفضل الاستناد إلى مجموعة من التقنيات والأجهزة المتخصصة. (حميدوش و بوزيدة، 2020، صفحة 44)

فالرقمنة هي عملية تحويل البيانات إلى شكل رقمي، وذلك من أجل معالجتها باستخدام الحاسب الإلكتروني، وعادة ما يستخدم مصطلح الرقمنة في نظم المعلومات لإشارة إلى تحويل النص المطبوع أو الصورة إلى اشارات ثنائية باستخدام أحد اجهزة المسح الضوئي، يمكن عرضها على شاشة الحاسب. (بن كحلة، 2019، صفحة 55)

استخدام الحاسوب في تطبيقات الادارة والتجارة والنقل إلى فترة الخمسينات والستينات من القرن الماضي، حيث وجدت فيه المؤسسات الحكومية والخاصة وسيلة فاعلة لتسريع الوقت وريح الجهد وانجاز المعاملات والتبادلات التجارية. (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا، 1999، صفحة 4).

2- متطلبات الرقمنة:

لتجسيد مشروع الرقمنة لا بد من توفر بنية تحتية متكاملة، تشمل الاحتياجات والمتطلبات التالية: (بوخاري و بجاوي سمير، 2022، صفحة 459)

- **المتطلبات المالية:** توفر الموارد المالية جانب بالغ الأهمية للنهوض بأي مشروع خاصة في مجال التحول الرقمي، حيث يتم تقديرها وفقا لاحتياجات المشروع والأهداف المسطرة؛
- **المتطلبات المادية:** تشمل كافة الأجهزة المادية التي تساهم في عملية المدخلات والمخرجات الرقمية (الحواسيب، المساحات الضوئية، أجهزة التصوير الرقمية، تقنيات التعرف الضوئي على الحروف...إلخ)؛
- **المتطلبات البشرية:** يعتبر العنصر البشري على اختلاف درجات الكفاءة من المتطلبات الضرورية لأي مشروع رقمي؛
- **المتطلبات التشريعية:** تشمل المتطلبات التشريعية على البيئة القانونية اللازمة لحماية البيانات والخصوصية لأي مشروع رقمي (حقوق الملكية الفكرية،...إلخ).

ثانيا - مفهوم الاقتصاد الرقمي

يحتاج توضيح مفهوم الاقتصاد الرقمي إلى التطرق إلى تعريفه، وبيان الركائز الأساسية التي يقوم عليها هذا المصطلح.

1- تعريف الاقتصاد الرقمي:

لقد تم إدخال مفهوم الاقتصاد الرقمي في عام 1995 من طرف مدير الأعمال والإستراتيجي الكندي "Tapscott Don" في كتابه المنشور باللغة الإنجليزية بعنوان "intellige The digital economy: promise and peril in the age of networked" (زواتية، 2021، صفحة 23)

الاقتصاد الرقمي هو الاقتصاد القائم على التكنولوجيا الرقمية ويرتكز على عدة مكونات، منها البنية التحتية التكنولوجية، والأجهزة، والبرمجيات، والشبكات، بالإضافة إلى الآليات الرقمية التي تتم من خلالها الأعمال التجارية والاقتصادية، ومنها التجارة الإلكترونية، والمعاملات الإلكترونية التي تتم بالكامل على شبكة الإنترنت. (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا، 2017).

2- الركائز الأساسية للاقتصاد الرقمي:

- **تهيئة المناخ الملائم لتنمية الاقتصاد الرقمي،** حيث يقوم على ثلاث دعائم أساسية؛ (مجموعة البنك الدولي، 2021، الصفحات 35-37)
- **البنية التحتية الرقمية:** يتباين تطور البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات من منطقة لاخرى في كثير من الجوانب (تغطية خدمات الانترنت وجوتها، وانتظامها ويسر تكاليفها)؛
- **خدمات الدفع الرقمي:** تعد أنظمة الدفع الرقمية ضرورية لعمل الاقتصاد الرقمي، وأساسية لظهور خدمات مالية رقمية أخرى (الاقراض الالكتروني والادخار الالكتروني)؛
- **اللوائح التنظيمية للتجارة الإلكترونية:** في سياق الاقتصاد الرقمي، تعد البيئة التنظيمية عنصرا داعما لاعتماد التكنولوجيا الرقمية. وهي تشمل مجالات واسعة ومتنوعة، مثل المعاملات والتوقعات الالكترونية، وحماية المستهلك، ومكافحة الاحتيال، وحماية البيانات، وأمن الفضاء الالكتروني، واللوائح الخاصة بالمسؤولية، ويمكن لبيئة تنظيمية أكثر شمولاً أن تشجع على استخدام المعاملات الرقمية من خلال غرس مزيد من الثقة في الخدمات الرقمية.

3- دور الاقتصاد الرقمي:

يساعد الاقتصاد الرقمي على (خلوي، شريط، و زغلامي، 2020، صفحة 76):

- زيادة اندماج اقتصاد الدولة في الاقتصاد العالمي؛
- زيادة فرص التجارة العالمية والوصول إلى الأسواق العالمية؛
- كما يحسن الاقتصاد الرقمي من العلاقات بين الموردين والمصدرين والمنافسين والمتعاملين والمستثمرين والبنوك وشركات التأمين والصناع والمنتجين والأجهزة الحكومية والجمارك والضرائب والمؤسسات الدولية وغيرها؛

ثالثا - المنصات الرقمية

مع تطور استخدام الويب والانترنت ظهرت الكثير من الأنشطة الالكترونية وتبعها الحاجة إلى عدد كبير من أنواع المواقع والمنصات والمتاجر الالكترونية التي أخذت في النمو والتطوير إلى أن أصبحت مقصد المالكين من المستخدمين يوميًا (نوري و عبود، 2021).

1- تعريف المنصة الرقمية:

تعتبر المنصات الرقمية أحد أهم الدعائم الالكترونية التي يقوم عليها الاقتصاد الرقمي، كما تعكس اهتمام المؤسسات للبحث عن أسواق دولية للتعريف بمنتجاتها الخدمية والسلعية وتقديم المعلومات حولها بطريقة ملائمة لاحتياجات العملاء. المنصة (Platform) هي البيئة التي يتم فيها تشغيل البرمجيات، قد تكون المنصة نظام تشغيل أو متصفح ويب أو برمجية أخرى.

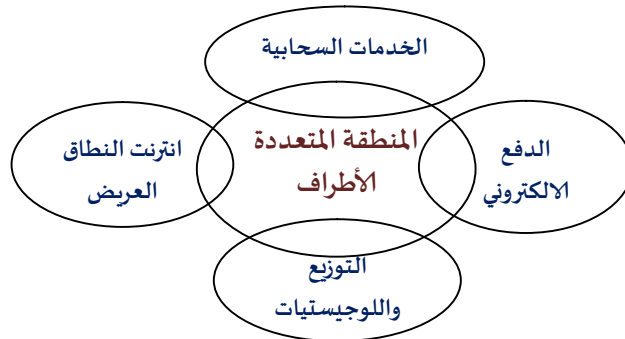
2- أنواع المنصات الرقمية:

هناك أنواع مختلفة من المنصات الرقمية، يرتبط بعضها بالتفاعل ما بين الحكومات والمواطنين على غرار المنصات التي تقوم عليها الحكومات الالكترونية (G2C)، ومنصات أخرى تربط الحكومة بقطاع الأعمال (G2B)، أو تربط قطاع الأعمال بالمستفيدين من المستهلك (B2C). وقطاع الأعمال بالأعمال (B2B)، وكل نوع من أنواع المنصات المشار إليها يتيح قدر من التفاعل يختلف من منصة إلى أخرى. (صندوق النقد العربي، 2020، الصفحات 16-17).

3- العوامل اللازمة لنمو المنصات الرقمية:

يعتمد وجود المنصات الرقمية ونموها على عدد من المتطلبات من أبرزها توفر شبكات متقدمة للاتصال، ووجود خدمات الحوسبة السحابية التي يتم من خلالها استغلال موارد تخزين البيانات والنسخ بالانترنت الاحتياطي والمتزامن لها، وتوفر خدمات الدفع الالكتروني والخدمات اللوجستية في حال تقوم المنصة بتقديم خدمة أو سلع للجمهور (صندوق النقد العربي، 2020، صفحة 17)

شكل (01) - يوضح العوامل اللازمة لنمو المنصات الرقمية



المصدر: (صندوق النقد العربي، 2020، صفحة 17)

المحور الثاني: المنصات الرقمية للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية كأداة لتنمية الصادرات

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

أولا - التعريف بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "Algex"

الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية (ألجكس) مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تأسست عام 2004 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 174-04 المؤرخ في 12 جوان 2004، في إطار سياسة توسيع المبادلات التجارية والاندماج الدولي، كما تعمل تلعب دور الوسيط بين مؤسسات الدولة و المصدرين الجزائريين. وتعد الوكالة ألجكس أداة عمومية مفضلة لترقية وتنمية الصادرات خارج المحروقات من أجل دعم المجهودات المبذولة من طرف الشركات وذلك بوضع السياسات والإستراتيجيات العمومية من أجل ترقية وتنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات (الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، 2016).

ثانيا - مهام الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

ترافق الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية المتعاملين الاقتصاديين، من خلال المهام التالية (الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، 2016):

- تسهيل مشاركة المتعاملين الاقتصاديين في المعارض والصالونات الدولية كما تنظم لفائدتكم لقاءات أعمال منتظمة؛
- تقوم ألجكس بإرشاد و توجيه المتعاملين الاقتصاديين فيما يخص الأسواق الخارجية عن طريق التحليلات والدراسات الإستشرافية وتحليل قدرات الأسواق؛
- كما تضع تحت تصرف المتعاملين الاقتصاديين فضاء استقبال و استماع " دار المصدر "من أجل طرح كافة الانشغالات والتساؤلات، بمساعدة فريق مؤهل من أجل المساعدة في توفير المعلومة الاقتصادية والتجارية والبقطة القانونية؛
- تعمل " ألجكس " علي تنويع الاستراتيجية التصديرية للدولة، من خلال تحديد وتثمين الإمكانيات التصديرية الوطنية عن طريق الدراسات واللقاءات المختلفة المخصصة للتصدير؛

ثالثا - ألجكس " ALGEX " والمنصات الرقمية لتنمية الصادرات

حققت الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية " algex " طفرة نوعية في مجال الرقمنة بواسطة المنصات الرقمية المستحدثة.

1- المنصة الرقمية للمصدرين الجزائريين

ALGERIA EXPORTERS

تتيح هذه المنصة للمصدرين حق الولوج لتسجيل شركاتهم، وعرض منتجاتهم وخدماتهم والترويج لها ، من أجل تحويل العملاء المتوقعين إلى عملاء يدفعون،

1-1- الولوج للمنصة الرقمية للمصدرين الجزائريين:

وتعتمد هذه المنصة على ثلاث خطوات أساسية، تتمثل في:

- **يسجل:**
سجل في منصتنا Algeria Exporters للوصول إلى لوحة المستخدم الشخصية الخاصة بك، ثم قم بتدوير لوحة القيادة الخاصة بك.
- **يرقي:**
رؤج لشركتك لاستهداف العملاء الذين يحتاجون إلى خدماتك أو منتجاتك، وشاركها على جميع الشبكات الاجتماعية.
- **يتحول:**
حوّل زوارك المحترفين إلى عملاء يدفعون مقابل العروض والخدمات على صفحتك، واعرض الإحصائيات وقم بتقييم نشاطك التجاري.

1-2- أهمية استخدام المنصة الرقمية للمصدرين الجزائريين:

عشرة (10) حقائق تجعلك من رواد المنصة الرقمية للمصدرين الجزائريين، يمكن توضيحها كما يلي؛

- جذب العملاء المؤهلين؛
- يضفي طابعًا شخصيًا على علاقتك بالعملاء عبر الإنترنت؛
- الاستفادة من B2C الرقمي؛
- تخلص من مساحة مخصصة للشركة؛
- استخدم منصتنا لتطوير التجارة الإلكترونية الخاصة بك؛
- الحصول على مُحسنات محركات بحث ممتازة؛
- طور اتصالاتك الرقمية؛
- استفد من مراقبة دائمة؛
- اكتسب الشهرة؛
- استفد من موقع ويب فعال وسريع الاستجابة؛



الشكل رقم 02- المنصة الرقمية للمصدرين

الجزائريين

المصدر: الوكالة الوطنية لترقية الصادرات

<https://www.algeriaexporters.com/index.php>

2- دار المصدر Dar El Moussader

المواعيد بتقنية التواصل المرئي

تسعى الوكالة لوضع اجراءات اتصال رقمية عن طريق تقنية التواصل المرئي، للتكفل و الرد على انشغالات المصدريين في دار المصدر ، من أجل تجنب التنقل "غير الضروري" إلى الوكالة وتحقيقا لهذه الغاية، تنظم الوكالة مقابلات "Visio-Export" لصالح المصدريين الذين يرغبون في التصدير مع اطارات دار المصدر، لإبلاغهم وإعلامهم بإجراءات التصدير والإجابة على جميع أسئلتهم واستفساراتهم.

Dar El Moussader
Visio-Export



دار المصدر
مواعيد التصدير بتقنية التواصل المرئي

Lundi et Mercredi

10h00 - 12h00

الاثنين والأربعاء



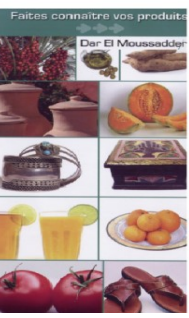
Online RDV
موعد عبر الانترنت

Un espace dédié aux Exportateurs



Visio Conférences

Faites connaître vos produits



Dar El Moussader

الشكل رقم 03- دار المصدر

المصدر: الوكالة الوطنية لترقية الصادرات <https://www.algex.dz/ar/visio-export>

3- البطاقة الوطنية للمنتج الوطني

الخرائط الوطنية للمنتج الجزائري هي قاعدة بيانات تجمع كل المنتجين الوطنيين الناشطين في الصناعة والزراعة والحرف، تسلط هذه المنصة الإلكترونية الضوء على تطور وتنوع الإنتاج الوطني من جهة، فهي تمثل أداة صنع القرار في إطار تطوير السياسة التجارية الوطنية من جهة أخرى. (وزارة التجارة وترقية الصادرات، 2021).

وتتعلق هذه البيانات بضبط الاستيراد حسب القدرات الإنتاجية لكل منتج وتقييم فرص التصدير في كل قطاع مع استهداف الشعب التي تحتاج إلى ترويج ودعم وتحديد مناطق توطين المناطق الصناعية و اللوجيستكية وتكييفها حسب كثافة تواجد النسيج الصناعي والفلاحي، و صممت هذه المنصة لتأخذ في الاعتبار كل البيانات المتعلقة بالشركات وقطاع النشاط الذي تنتمي إليه، بالإضافة إلى خصائص المنتج، التعريفية الجمركية للمنتج، الطاقة الإنتاجية الفعلية والنظرية و المنتجات المصدرة وكذا المواد الأولية المستوردة لغرض الإنتاج (رزيق، 2021).

كما كشف السيد رزيق عن إطلاق مرتقب للبطاقة الوطنية للخدمات المختلفة، والتي ستعتمد عبر موقع وزارة التجارة والمؤسسات التابعة لها مع منح الروابط الخاصة بمختلف البطاقات المعدة للقطاعات الوزارية المختلفة. (رزيق، 2021).

المحور الثالث: تحليل الواقع العملي للمنصات الرقمية ودورها في ترقية التجارة الخارجية

لمعرفة الواقع العملي للمنصات الرقمية للوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية " ألكس " في التصدير، اجريت مقابلة مع عينة من المصدرين شملت سبعة عشر (17) مصدر على المستوى المحلي، لتحليل البيانات واستنتاج النتائج.

1- إحصائيات عمليات التصدير المنجزة من طرف أفراد العينة لسنة 2021 و2022:

ترميز العينة (المصدر)	المواد المصدرة	وجهة التصدير
Exp 001	تمور	موريتانيا، فرنسا، السنغال، كزخستان، جورجيا، و.م.أ
Exp 002	البصل	ليبيا
Exp 003	أنابيب بلاستيك	موريتانيا
Exp 004	البطاطا	النيجر، موريتانيا، اسبانيا
Exp 005	ملح صناعي	النيجر
Exp 006	بسكويت وحلويات	موريتانيا
Exp 007	المشروبات الغازية	موريتانيا
Exp 008	العصائر	موريتانيا
Exp 009	دهن صناعي	موريتانيا
Exp 010	مسحوق الحرائق	تونس
Exp 011	شريط التغليف الغذائي	موريتانيا
Exp 012	نفائيات الكرتون	بنغلاديش
Exp 013	السيراميك	موريتانيا
Exp 014	مناديل ورقية	موريتانيا
Exp 015	أثاث	موريتانيا
Exp 016	أدوات تنظيف	موريتانيا
Exp 017	البطيخ الأصفر	فرنسا

المصدر: غرفة التجارة والصناعة

2- تحليل بيانات العينة:

لمعرفة مدى اعتماد المصدرين الجزائريين على المنصات الرقمية للوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية " ألكس " في التصدير، تم استغلال العينة المتحصل عليها والمتمثلة في سبعة عشر (17) مصدر، أجريت معهم مقابلات فردية ووجهت إليهم مجموعة من الأسئلة (مفتوحة ومغلقة) عبر البريد الإلكتروني بدلالة مجموعة من المعايير، حيث كانت البيانات المتحصل عليها بعد تجميع نتائج المقابلة كالآتي:

موضوع المقابلة: ما مدى اعتماد المصدرين على المنصات الرقمية لتصدير منتجاتهم؟				
1- بيانات حول ممارسة النشاط				
اجابات أفراد العينة (17 مصدر)				أسئلة المقابلة
عن بعد	مباشر	وسيط	شخصيا	
--	--	11	06	س1/ تمارس نشاط التصدير بصفة شخصية أو عن طريق وسيط ؟
14	03	--	--	س2/ الالتقاء بالزبائن يكون مباشر أو عن بعد ؟

2- استعمالات التكنولوجيا الرقمية					
اجابات أفراد العينة (17 مصدر)					أسئلة المقابلة
محايد	جيد	مقبول	ضعيف	منعدم	
00	07	02	05	03	س1/ الاهتمام بالتكنولوجيا الرقمية ؟
00	07	03	02	05	س2/ استعمال التكنولوجيا الرقمية ؟
00	07	03	02	05	س3/ الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية في ترويج المنتجات ؟

3- الولوج للمنصات الرقمية				
النسبة %	اجابات أفراد العينة (17 مصدر)			أسئلة المقابلة
	لا		نعم	
29.41	12		05	س1/ المعرفة بالمنصات الرقمية الجزائرية للمصدرين ؟
17.65	14		03	س2/ الولوج للمنصة الرقمية للمصدرين الجزائريين ؟
11.76	15		02	س3/ الولوج للمنصة الرقمية لدار المصدر ؟
23.53	13		04	س4/ الولوج للمنصة الرقمية للمنتوج الجزائري ؟

من خلال تحليل المعطيات المتحصل عليها من عينة الدراسة (17 مصدر) نستنتج بأن:

- فئة قليلة فقط (29.41 %) من مجموع العينة لهم دراية بالمنصات الالكترونية للوكالة الجزائرية لترقية الصادرات، وهو يمثل نسبة ضئيلة بالنظر لما تتطلع إليه الوكالة؛

- عدم اهتمام فئة من المصدرين بالتكنولوجيا الرقمية، لأن بعضهم يقوم بالتصدير عن طريق الوسطاء؛

خاتمة:

تطرفت هذه الدراسة لموضوع المنصات الرقمية كآلية لتنمية الصادرات في الجزائر، بفضل الاعتماد على الرقمنة والتحول نحو الاقتصاد الرقمي كأحد مخرجات تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

تنوع الصادرات محور بالغ الأهمية في الخطط الاستراتيجية للدولة، وهو بمثابة رهان للتحرر من التبعية للنقط وإيجاد بدائل خارج المحروقات، من خلال السعي لترقية المنتج الوطني والدفع به نحو الأسواق الدولية، في إطار تطلعات الدولة للوصول إلى عتبة السبعة (07) مليار دولار صادرات خارج قطاع المحروقات.

والمستبعد للشأن الاقتصادي يرى بأن الجزائر تبذل مجهودات معتبرة في الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات لزيادة الصادرات، وهي النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة والمتمثلة في:

- الانتقال التدريجي نحو الاقتصاد الرقمي، وتعميم الرقمنة على جميع القطاعات؛
- إنشاء منصة رقمية لدعم المصدرين الجزائريين؛
- إنشاء فضاء رقمي "دار المصدر" لمراقبة المصدرين والاستماع لانشغالهم؛
- رقمنة المنتجات الوطنية من خلال البطاقة الوطنية للمنتج الوطني، لمعرفة احتياجات السوق الوطنية وتقييم فرص التصدير؛
- المساهمة من خلال المنصات الرقمية في ترويج المنتجات الوطنية، وجلب الاستثمار الأجنبي.

وكنتائج لمقابلة التي تم اجراءها مع عينة الدراسة (17 مصدر) نستنتج بأن:

- فئة قليلة فقط (29.41 %) من مجموع العينة لهم دراية بالمنصات الالكترونية للوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية، وهو يمثل نسبة ضئيلة بالنظر لما تتطلع إليه الوكالة؛
- عدم اهتمام فئة من المصدرين بالتكنولوجيا الرقيمة، لأن بعضهم يقوم بالتصدير عن طريق الوسطاء؛

وكتوصيات للنتائج المتوصل إليها، ومن أجل تحقيق الاهداف المسطرة من طرف الدولة لتنويع وزيادة الصادرات، فإنه لا بد من:

- مواصلة الدولة لدعم وترقية المنتج الوطني وفق الآليات الكفيلة بتحقيق قيمة مضافة للاقتصاد الوطني؛
- تعميم استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال لمسايرة الرقمنة وتحقيق طفرة نوعية للتحويل نحو الاقتصاد الرقمي؛
- تقريب الوكالة الجزائرية لترقية التجارة الخارجية من المصدرين، من خلال الترويج للمنصات الرقيمة والتعريف بدورها في ترقية الصادرات؛
- التقليل التدريجي من الاجراءات الكلاسيكية في معالجة طلبات التصدير، من خلال رقمنة قطاع التجارة وتوجيه المصدرين تدريجيا نحو المنصات الرقيمة.

قائمة المراجع:

- 1- Elmaouhab , A., Harat, D., & Salmi , L. (1999). Electronic Data Interchange Edi. *Revue de l'Information Scientifique et Technique*, 2.
- 2- أسماء نوري، و محمد عبود. (2021). البوابات و المنصات الرقمية. بغداد، بغداد، العراق.
- 3- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا. (1999). *تطبيق التبادل الإلكتروني للبيانات EDI ومعايير الأمم المتحدة لتسهيل الإدارة والتجارة والنقل UN/EDIFACT في منطقة الأسكو*. نيويورك: المكتبة الرقمية للأمم المتحدة.
- 4- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا. (12:11 فبراير، 2017). *الاقتصاد الرقمي والتحول نحو المجتمعات الذكية في المنطقة العربية*. دبي، دبي، الأمم المتحدة.
- 5- الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية. (19 01، 2016). *حول الوكالة العكس*. تاريخ الاسترداد 10 20، 2022، من <https://www.algex.dz/>
- 6- حياة بن عيسى. (2018). *النظام الإلكتروني لتبادل البيانات EDI ودوره في مجال النقل و التجارة*. *المجلة الجزائرية للقانون البحري والنقل*، 30.
- 7- خلدون كراز. (2010). *تقنية التبادل الإلكتروني للبيانات و الوثائق EDI وتطبيقاتها في قطاعات النقل*. *سلسلة الدراسات الفنية*، 6.
- 8- ريان بن كحلة. (2019). *دور الادارة الالكترونية في رقمة سجلات الحالة المدنية*. الجزائر.
- 9- سفيان خلوفي ، كمال شريط ، و مريم زغلامي. (2020). *تقييم جاهزية الجزائر للولوج إلى الاقتصاد الرقمي "دراسة استكشافية"*. *مجلة نماء للاقتصاد والتجارة*، 76.
- 10- صندوق النقد العربي. (2020). *الاقتصاد الرقمي في الدول العربية: الواقع والتحديات*. 16-17. (سفيان قعلول ، و الوليد طلحة، المحررون) دبي: صندوق النقد العربي.
- 11- عبد القادر زواتنية. (03 03، 2021). *أهمية الاقتصاد الرقمي للدول العربية في ظل جائحة كورونا (كوفيد 19) واثره على تحقيق التنمية المستدامة "الاقتصاد الرقمي لدولة قطر نموذجا"*. *مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا*، صفحة 23.
- 12- علي حميدوش، و حميد بوزيدة. (2020). *اقتصاديات الأعمال القائمة على الرقمنة المتطلبات والعوائد، تجارب دولية، دروس وعبر*. *المجلة العلمية للمستقبل الاقتصادي*، 44.
- 13- كريمة بكوش، حكيم بناولة، و زهرة بوعبدلي. (02 2017، juin). *إشكالية مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التجار الخارجية*. AL- RIYADA For Business Economics، صفحة 19.
- 14- كمال رزنيق. (02 02، 2021). *وزير التجارة وترقية الصادرات*. (وكالة الأنباء الجزائرية، المحاور)
- 15- مجموعة البنك الدولي. (2021). *إيجابيات التكنولوجيا للشرق الأوسط وشمال إفريقيا*. واشنطن: مجموعة البنك الدولي.
- 16- مليكة بوخاري، و يحيوي سمير. (04 10، 2022). *متطلبات الرقمنة ودورها في تحسين أداء الادارة المحلية دراسة حالة الشباك الإلكتروني لولاية البويرة*. *دراسات اقتصادية*، صفحة 459.
- 17- منظمة العمل الدولية. (2021). *الثورة الصناعية الرابعة والذكاء الصناعي ومستقبل العمل في مصر*. القاهرة، مصر: مكتب منظمة العمل الدولية بالقاهرة.
- 18- وزارة التجارة وترقية الصادرات. (23 11، 2021). *البطاقة الوطنية للمنتوج الجزائري*. تاريخ الاسترداد 10 2022، 20، من البطاقة الوطنية للمنتوج الجزائري: <https://www.commerce.gov.dz/cartographie/>