

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



نحو قوة رقمية جزائرية:

"دور التجارة الإلكترونية في إعادة تشكيل مكانة الجزائر في النظام الدولي"

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم السياسية

تخصص: العلاقات الدولية

إشراف:

د. ناصر عامر

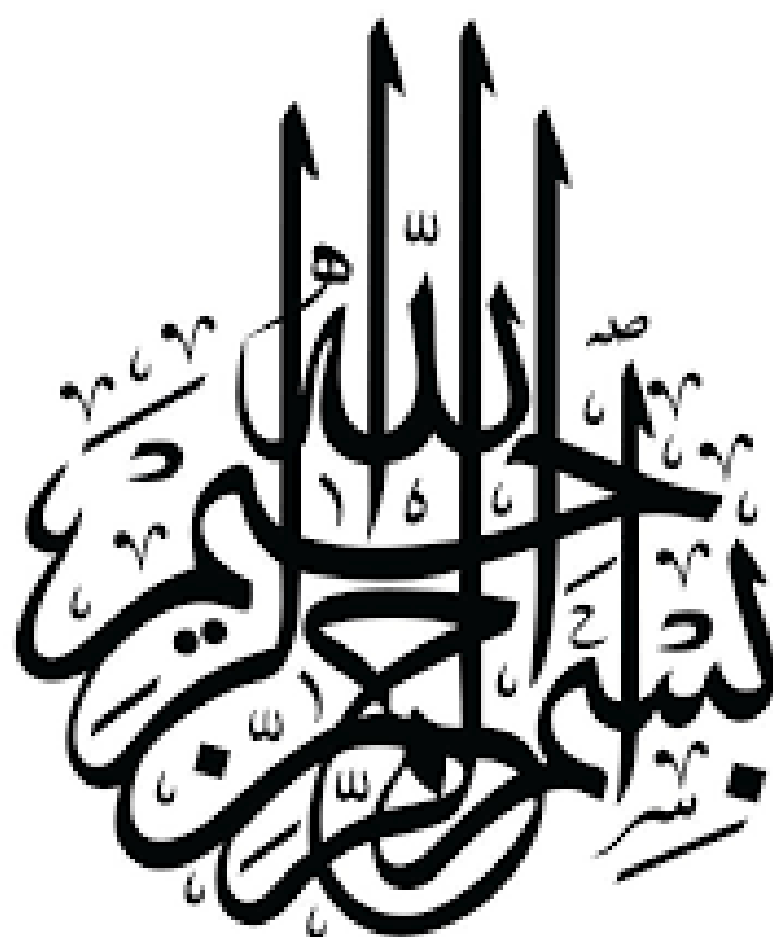
إعداد الطالب:

جرمان يحي وليد

لجنة المناقشة:

رئيسا	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	د. بوزورين نجوة
مشرفا ومقررا	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	د. ناصر عامر
عضوا مناقشا	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	د. لخضاري منصور

الموسم الجامعي: 2026/2025





الشكر و العرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

"مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ لَا يَشْكُرُ اللَّهَ"

أخص بأعمق الشكر أستاذي ومشرفي الدكتور ناصر عامر الذي كان أكثر من مشرف كان موجهًا بكل معنى الكلمة، منحني من وقته وعلمه وصبره ما لا يُقدَّر فله مني جزيل الشكر وعظيم التقدير.

وأشكر الأستاذة نسرين شارف التي استقبلتني في الوزارة بلطف لا يُنسى وأمدتني بكل ما احتجت إليه من وثائق وتوجيه. كان وجودها في هذا المسار نعمة حقيقية.

وأشكر الأستاذ جلال مناد مستشار وزيرة التجارة الذي جمعنا هذه المذكرة فكانت بداية صداقة قبل أن تكون تعاونًا فتح الأبواب ويسر المسار ولم يبخل يوما بوقته ولا بعونه له مني تقدير يفوق ما تحمله هذه الكلمات.

وشكر موصول إلى أساتذة المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية وموظفيها، وإلى كل من ساندني بكلمة أو دعاء أو حضور.

إلى أصدقائي الأعزاء الذين حملوا معي ثقل هذه المرحلة بصدر رحب وقلب كبير أنتم تعرفون من أعني، وتعرفون حجم ما تعنونه الي.

فلكم جميعا خالص الشكر والدعاء بالتوفيق والسداد



الاهداء

إلى أبي،

أول من علمني أن الرجل لا يُعرَف بما يقول بل بما يُنجز هذا إنجازي وفيه شيء منك.

إلى أمي،

التي دعت في سرّها أكثر مما تعبت أنا في عليّ لا يوجد في هذه الصفحات حرف واحد لم تكوني خلفه.

إلى إخوتي وأختي،

لم يختاروني ولم اخترهم لكن لو كان الأمر بيدي كنت سأختارهم.

إلى أصدقائي،

ما كانت هذه السنوات محتملة بدونكم وأنتم تعرفون لماذا.

وإلى نفسي

خمس سنوات، وها أنت.

أهدي هذا العمل إليكم جميعاً.

المقدمة

مقدمة الدراسة

يشهد العالم اليوم تحولاً بنوياً عميقاً لم تعد فيه "الرقمنة" مجرد خيار تكنولوجي ترفيهي أو تحديث تقني عابر تتبناه النظم السياسية والاقتصادية؛ بل تحولت التكنولوجيا إلى فاعل استراتيجي أصيل يعيد صياغة تراتبية القوة وموازن النفوذ على الساحة الدولية. في هذا الفضاء الافتراضي الممتد العابر للحدود، تراجعت الأنماط الكلاسيكية لحماية السيادة القائمة على الحدود الجغرافية الصلبة، ليفسح المجال أمام معايير جديدة وجوهرية تحدد مكانة الدول وتموقعها في العلاقات الدولية المعاصرة؛ أبرزها القدرة على التحكم في تدفق البيانات، وإدارة المنصات الرقمية، وصياغة قواعد التبادل الاقتصادي عبر شبكات الإنترنت.

ومن هذا المنطلق، لم تعد "التجارة الإلكترونية" مجرد قناة تجارية بديلة لتسهيل عمليات البيع والشراء؛ بل أصبحت امتداداً حيويًا وحركيًا للاقتصاد السياسي الدولي، وأداة محورية لترسيخ السيادة الرقمية للدول وتأكيد استقلاليتها. إن امتلاك أسواق رقمية وطنية آمنة ومحصنة يضع الدول النامية اليوم أمام تحدٍ وجودي حاسم: فإما الانخراط الفاعل والواعي في بناء "قوة رقمية سيادية" قادرة على تفكيك معادلات التبعية التكنولوجية للمراكز الدولية المهيمنة، أو الارتداد نحو دائرة الاستهلاك الرقمي السلبي. وهو التحدي الذي تواجهه الجزائر بوضوح في مسعاها الحثيث لتعزيز سيادتها الرقمية وإعادة رسم معالم توقعها الاستراتيجي قارياً ودولياً، لا سيما في ظل الاندماج المرتقب مع الفضاءات الاقتصادية الإقليمية الواعدة كمنطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية. (AfCFTA)

إشكالية الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من إشكالية مركزية تبحث في المفارقة بين الطموح السيادي والواقع الميداني، وتتمثل في التساؤل الجوهرى التالي:

✓ إلى أي مدى تساهم التجارة الإلكترونية في تحقيق السيادة الرقمية الجزائر وتعزيز مكانتها الاقتصادية

والسياسية في النظام الدولي المعاصر ؟

الأسئلة الفرعية المنبثقة عن الإشكالية:

1. كيف تفسر "نظرية القوة الهيكلية" لسوزان سترانج تحول التجارة الإلكترونية الى أداة نفوذ وسيادة رقمية؟
2. ما واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، ولماذا تعجز النصوص القانونية المتطورة عن احتواء الفجوات الميدانية كالاقتصاد الموازي الرقمي والدفع النقدي؟

3. هل تكشف المعطيات الميدانية عن إمكانية حقيقية لتحويل التجارة الإلكترونية إلى رافعة للقوة الهيكلية الجزائرية في النظام الدولي؟ ؟

فرضيات الدراسة:

• **الفرضية الرئيسية:** إن مساهمة التجارة الإلكترونية في تحقيق السيادة الرقمية والانتقال بالجزائر إلى مصاف الدول الفاعلة في الاقتصاد الدولي، مشروطة بمعالجة الفجوات البنيوية التنظيمية وتحقيق التنسيق المؤسسي المشترك بين مختلف الفاعلين وبناء منظومة حوافز اقتصادية ملموسة، وليس بنقص الإمكانيات المادية أو المقدرات المالية.

• الفرضيات الفرعية:

1. تشكل التجارة الإلكترونية تقاطعا حيويًا لبنى القوة الهيكلية الأربع عند سترانج (الإنتاج، المال، المعرفة، الأمن)، مما يجعلها أداة للنموذج الدولي بيد من يتحكم في منصاتها وأنظمة دفعها وبياناتها، لا مجرد نشاط تجاري.

2. يتسم واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بالفجوة البنيوية بين تطور النصوص القانونية وقصور الإنفاذ؛ حيث تصطدم التشريعات الوطنية باستمرار مع هيمنة المعاملات النقدية (الدفع عند التسليم بنسبة 90%)، وتمدد الأسواق الافتراضية الموازية عبر منصات التواصل الأجنبية، وغياب الربط التقني التلقائي بين الهيئات الجبائية والضبطية

3. تمتلك الجزائر من المقومات ما يكفي لتحويل التجارة الإلكترونية إلى رافعة للقوة الهيكلية، غير أن غياب آلية تنسيق مركزية يحول هذه المقومات إلى إمكانيات معلقة وليست طاقة استراتيجية فعلية.

أهمية الموضوع:

تبلور الأهمية الجوهرية لهذا البحث من خلال تفكيك الظاهرة على مستويين متكاملين يمنحان الدراسة قيمتها العلمية:

• **على المستوى النظري والمعرفي:** تأتي هذه الدراسة لتملأ فراغاً حقيقياً في أدبيات البحث الأكاديمي الوطني، والتي غالباً ما تنحو نحو معالجة التجارة الإلكترونية من زوايا قانونية جافة تكتفي بتفسير النصوص، أو مقاربات محاسبية كمية صماء. بالمقابل، يطرح هذا البحث مقاربة حية تنتمي بعمق إلى حقل الاقتصاد السياسي الدولي، عبر إسقاط "نظرية القوة الهيكلية (Structural Power)" للمفكرة سوزان سترانج على قطاع الاقتصاد الرقمي بالجزائر؛ حيث يُعاد فحص الظاهرة من خلال بنى القوة الأربع (الإنتاج، المال، المعرفة، والأمن) لمعرفة مدى مساهمة المعاملات الرقمية في تحقيق السيادة وتغيير موقع الدولة في النظام الدولي.

• **على المستوى العملي والتطبيقي:** يكتسب البحث راهنيته وقيمته الميدانية من خلال رصد المعضلات الحقيقية التي تواجه الاقتصاد الوطني في منعطفه الراهن. فهو يغوص في تشخيص "الفجوة البنيوية" الفاصلة بين التطور التشريعي المتسارع وبين الواقع التطبيقي للسوق، مسهمًا في تقديم رؤية تفسيرية واضحة وصادقة لصناع القرار حول كيفية تفعيل أدوات السيادة الرقمية الفعالة بأقل التكاليف الاستراتيجية وبأعلى عوائد الأمان الاستراتيجي.

دوافع اختيار البحث:

إن الغوص في دراسة هذا الموضوع يرجع إلى تضافر مجموعة من العوامل والدوافع المترابطة:

• أولاً: الدوافع الموضوعية والاستراتيجية:

• **التحول في العقيدة الاقتصادية للدولة:** رصد التوجه الرسمي الجاد والملاحظ للجزائر نحو بناء نموذج اقتصادي رقمي متكامل، وتكريس الأمن والسيادة الرقمية كأحد الثوابت الحيوية للأمن القومي.

• **معضلة المفارقة البنيوية في السوق:** الحاجة الملحة لتفسير التناقض القائم؛ حيث يلاحظ نمو لافت في الأصول المادية والبنية التحتية (تجاوز 22 مليون بطاقة نقدية)، بينما يظل السلوك الفعلي للمتعاملين أسيراً للأنماط الكلاسيكية (الدفع عند التسليم COD يتجاوز 90%).

• **استيعاب القطاع غير الرسمي رقمياً:** البحث في الآليات الكفيلة بتحويل التجارة الإلكترونية إلى أداة ذكية تمكن الدولة من بسط سيادتها المعرفية والإحصائية والضريبية على النشاط الاقتصادي الفعلي واحتواء الأسواق الموازية.

• ثانياً: الدوافع الذاتية والأكاديمية:

• **التخصص البحثي والشغف العلمي:** الانتماء الأكاديمي للباحث في حقل الاقتصاد السياسي الدولي، والرغبة في تقديم قراءة علمية مبتكرة تربط التحولات التكنولوجية بالبنى السياسية والسيادية للدول النامية.

• **الدافع الشخصي:** سنوات من العمل المباشر في التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي أتاحت للباحث إدراك حجم هذا القطاع وسرعة نموه عن قرب. ما لفت الانتباه ليس فقط الفرص التي يُولدها، بل كيف تحوّل في دول عديدة إلى رافعة اقتصادية حقيقية في حين تقف الجزائر على العتبة رغم ما تملكه من إمكانيات.

• استثمار فترة التربص الميداني: توظيف فرصة الاحتكاك المباشر بالإدارات المركزية والمؤسسات الفاعلة للحصول على وثائق رسمية وإجراء مقابلات حية ومباشرة مع صناع القرار، لإخراج البحث من طابعه النظري الجاف إلى التحليل التطبيقي الرصين.

مسح وتصنيف الدراسات السابقة:

تشكل الخلفية النظرية والمعرفية لهذه الدراسة من خلال مراجعة وتقييم فاحص لثلاثة محاور أساسية من الأدبيات الأكاديمية المقارنة:

➤ **المحور الأول: أدبيات القوة الهيكلية والتبعية في الاقتصاد السياسي الدولي:** أعمال سوزان سترانج وروبرت غيلبان) التي تبحث في مفهوم "التبعية الرقمية"؛ حيث تظل الدول النامية في وضعية المستهلك للمنصات الافتراضية والبرمجيات الخارجية، وتكتفي بتغذية خوارزميات الآخرين ببياناتها الوطنية دون القدرة على امتلاك قوى الإنتاج الرقمي المستقل.

➤ **المحور الثاني: أدبيات الاختلالات البنيوية في اقتصاديات الدول النامية:** بما فيها تقارير الأونكتاد الدولية) وتؤكد أن تعثر الأسواق الرقمية لا يرتبط بنقص الإمكانيات المادية بقدر ما يرتبط بأزمة الثقة في المعاملات المالية والمشكلات اللوجستية وعزلة الأطراف جغرافياً.

➤ **المحور الثالث: أدبيات النماذج الدولية المقارنة في بناء السيادة الرقمية:** ويستعرض ثلاث تجارب مرجعية استلهمت منها الدراسة الدروس المستفادة:

1. التجربة الصينية: القائمة على بناء جدار حمائي رقمي صارم وسيادة مستقلة تماماً مكنتها من منافسة الأقطاب الدولية.

2. التجربة النرويجية: التي تجسد كيفية توظيف الربيع النفطي السيادي رافعة لبناء اقتصاد رقمي متنوع عبر صندوق ثروة استراتيجي ومنصات دفع وطنية، وهو النموذج الأقرب للمعضلة الجزائرية.

3. التجربة الرواندية: القائمة على الاستثمار الذكي في القدرات البشرية والاتساق المؤسسي لتجاوز الفجوة المعرفية رغم محدودية الموارد.

أهداف الدراسة:

1. تأصيل الظاهرة نظرياً: إسقاط الأبعاد الأربعة للقوة الهيكلية (الإنتاج، المال، الأمن، المعرفة) على قطاع الاقتصاد الرقمي لتفسير آليات بناء السيادة الرقمية في البيئة الدولية المعاصرة.
2. التشخيص الهيكلي والنقدي: تقييم مدى قدرة البيئة القانونية والمؤسسية الوطنية على حماية السيادة الرقمية وفحص المسببات الحقيقية للفجوة بين النص والواقع.
3. استنطاق صوت الميدان: توثيق وتحليل رؤى ومقترحات الفاعلين المؤسسيين والتقنيين والماليين المشرفين على إدارة هذا التحول الاقتصادي في الجزائر.
4. المساهمة في استشراف المستقبل: تقديم مقترحات إجرائية وعملية تساهم في دعم السياسات العامة نحو صياغة استراتيجية وطنية متكاملة تضمن التمتع الخارجي السيادي للدولة.

الإطار المنهجي للبحث والتحديد الإجرائي للمفاهيم:

تعتمد الدراسة على المنهج الكيفي التحليلي (Qualitative Analytical Approach) بوصفه الأداة الأكثر كفاءة وملاءمة لفهم منطق الفاعلين وتحليل البنى وتفكيك الاختلالات الميدانية الكامنة وراء قضايا السيادة والتموقع الدولي، بعيداً عن لغة الأرقام الصماء.

• التحديد الإجرائي للمفاهيم:

• **الاقتصاد الرقمي:** منظومة الأنشطة الإنتاجية والتجارية والخدمية القائمة على تكنولوجيا المعلومات والشبكات كمحرك لتوليد القيمة المضافة.

• **السيادة الرقمية:** سلطة الدولة وقدرتها الفعلية على فرض الضبط والرقابة المستقلة على فضاءها الافتراضي الوطني (البنية التحتية، البيانات، المنصات، وأنظمة الدفع) وحمايته من الهيمنة الخارجية للفاعلين العابرين للحدود.

• **التجارة الإلكترونية (إجرائياً):** شبكة المعاملات الاقتصادية التي تتم عبر منصات افتراضية، وتتطلب تكاملاً بنيوياً بين المنظومة اللوجستية والمالية لضمان تحويل المعاملات الافتراضية إلى قيمة مادية ملموسة وموثقة تدعم السيادة الوطنية.

أدوات جمع المعطيات (التثليث المنهجي من واقع الميدان):

لتحقيق التثليث المنهجي وضمان دقة النتائج وموضوعيتها، استندت الدراسة التطبيقية إلى أدوات بحثية ميدانية متكاملة:

1. **المقابلة الشخصية نصف الموجهة**: جرت ميدانياً مع مدير الاتصال والعلاقات الخارجية للجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (ABEF) الأستاذ مراد عباشة"، لفحص تحديات السيادة المالية وأنظمة الدفع الإلكتروني ومستجداتها الفنية.

2. **تحليل الوثائق الرسمية الحصرية**: فحص ونقد "وثيقة العمل الداخلية الرسمية والحصرية الخاصة بالاستراتيجية الوطنية لتطوير التجارة الإلكترونية" المقدمة من طرف وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية (السيدة نسرین شارف).

3. **الملاحظة والمعاينة المباشرة**: تمت خلال فترة التربص الميداني بوزارة التجارة وحضور فعاليات الورشة الوطنية حول الخدمات والمعاملات المالية الرقمية (أبريل 2026)، لرصد تسيير الفاعلين وآليات التنسيق بين 15 مؤسسة وهيئة ناشطة في القطاع.

هيكلية وخطة الدراسة:

انسجماً مع متطلبات الإجابة عن الإشكالية واختبار الفرضيات، تم تقسيم البناء الهيكلي للدراسة إلى ثلاثة فصول متوازنة ومتداخلة:

✓ **الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية والقوة في الاقتصاد السياسي الدولي**: يؤسس الإطار المفاهيمي والنظري للدراسة؛ حيث يُسقط "نظرية القوة الهيكلية" لسوزان سترانج (مع إسهامات غيلبين وواليرستين) على قطاع التجارة الإلكترونية لتأصيلها كأداة نفوذ دولي. كما يستعرض تجارب الصين، النرويج، ورواندا. ويخلص إلى أن الفضاء الرقمي ساحة لتنافس القوة السيادية وليس مجرد نشاط اقتصادي عابر.

✓ **الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية**: يشخص واقع القطاع محلياً عبر رصد التناقض بين طموح النصوص القانونية وقصور الأداء الميداني، ويحلل المنظومة القانونية من القانون 05-18 إلى المرسوم الرئاسي 25-320، ثم يفكك الاختلالات الهيكلية الكبرى من هيمنة الدفع نقداً

عند التسليم، ضعف التغطية اللوجستية، وتمدد الاقتصاد الموازي الرقمي. وينتهي ببحث حول فرص التموقع القاري عبر إطار AfCFTA.

✓ **الفصل الثالث: نحو استراتيجية جزائرية للقوة الرقمية — دراسة ميدانية تحليلية :** و يتولى الاختبار الميداني للفرضيات عبر ثلاثة مصادر أولية وحصرية: مقابلة مدير اتصال جمعية البنوك (ABEF)، وثيقة العمل الداخلية الرسمية لوزارة التجارة الداخلية ومعاينة ورشة الفيدرالية الجزائرية للمستهلكين (أبريل 2026). يثبت هذا الفصل أن عائق القوة الرقمية في الجزائر هو غياب التنسيق القطاعي العام وليس نقص الموارد، ويُحتتم بصياغة خريطة طريق إستراتيجية.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة
الإلكترونية والقوة في الاقتصاد السياسي
الدولي

تمهيد الفصل

يعد هذا الفصل البوابة النظرية التي تنطلق منها هاته الدراسة، اذ لا يمكن الحكم على موقع الجزائر في الاقتصاد الرقمي الدولي دون امتلاك أدوات مفاهيمية ونظرية تمكن من قراءة هذا الموقع بعمق.

التجارة الإلكترونية ليست ظاهرة تقنية معزولة بل هي امتداد لتحولات بنيوية عميقة في النظام الاقتصادي الدولي، و التي أعادت رسم خريطة القوى بين الدول وفق معايير جديدة تختلف جذريا عما كانت عليه في القرن الماضي.

لهذا يسعى هذا الفصل في مبحثه الأول الى بناء مقارنة مفاهيمية متدرجة تنطلق من الرقمنة بوصفها السياق الأشمل وتصل الى التجارة الإلكترونية بوصفها الممارسة الاقتصادية الأكثر قابلية للقياس والتحليل. ثم يتناول المبحث الثاني الاطار النظري الذي ستُقرأ من خلاله هاته الدراسة، مستندا الى نظرية القوة الهيكلية التي عند سوزان سترانج كأداة تحليلية رئيسية مع استحضار اسهامات غيلبان وواليرستين بوصفها روافد نظرية مكملة. أما المبحث الثالث فسيكون مخصصا للتجارب الدولية المقارنة مثل الصين والنرويج ورواندا بوصفها نماذجا حية لكيفية توظيف التجارة الإلكترونية كأداة لاعادة التموضع و الارتقاء بمكانة الدول في النظام الدولي.

المبحث الأول: مقارنة مفاهيمية من الرقمنة إلى التجارة الإلكترونية

لا يبنى تحليل علمي رصين دون تحديد دقيق للمفاهيم التي يشتغل عليها. وفي موضوع كالتجارة الإلكترونية، حيث تتداخل المفاهيم وتتشعب التعريفات يصبح هذا التحديد شرطا منهجيا لا مجرد خطوة شكلية. ومن هنا يسعى هذا المبحث الى بناء مقارنة مفاهيمية متدرجة تنطلق من الرقمنة والاقتصاد الرقمي إطار أشمل في المطلب الأول، قبل الانتقال الى تعريف التجارة الإلكترونية وتتبع تطورها التاريخي في المطلب الثاني، وصولا الى تصنيف أشكالها واساليب قياسها في المطلب الثالث.

المطلب الأول: الرقمنة والاقتصاد الرقمي كأساس للتجارة الإلكترونية

لا يمكن فهم التجارة الإلكترونية بمعزل عن السياق البنيوي الذي أنتجها، فالرقمنة بوصفها تحويل العمليات والمعلومات والعلاقات الاقتصادية إلى صيغ رقمية قابلة للمعالجة والنقل الإلكتروني و لم تكن مجرد تطور في الأدوات، بل اعادت تعريف طبيعة القيمة ذاتها وآليات انتاجها.¹

¹Manuel Castells, The Rise of the Network Society, Blackwell Publishers, Oxford, 1996, p. 21.

والمثال الأكثر دلالة ليس في التقنية بحد ذاتها، بل فيما انتجته فمثلا حين حولت شركة أمازون عملية الشراء من رحلة إلى متجر إلى نقرة على شاشة هي لم تغير أداة للبيع فحسب، بل اسقطت الحواجز الجغرافية التي كانت تحمي الأسواق المحلية لعقود وكسرت التوازن القائم بين المنتجين والموزعين والمستهلكين على المستوى العالمي دون أن تمتلك مصنعا واحدا في أغلب ما تباعه، وقد أفرز هذا التحول ما بات يعرف بالاقتصاد الرقمي :

أي منظومة الأنشطة الاقتصادية التي تعتمد على المعلومات الرقمية والبنية التحتية لتكنولوجيا الاتصالات كمحرك أساسي للإنتاج والتوزيع والقيمة.¹

لكن الأمر لا يتوقف عند هذا التعريف الوصفي، إذ أن الفارق الجوهرى بين هذا الاقتصاد ونظيره التقليدي يكمن في منطق الندرة حيث أن السلعة المادية تُستهلك حين تنقل، أما المعلومة الرقمية فتبقى كاملة عند مصدرها حتى بعد توزيعها على ملايين المستخدمين. وهذه الخاصية وحدها كافية لزعزعة أسس النظريات الاقتصادية الكلاسيكية، فهي تمنح من يتحكم في إنتاج المعرفة الرقمية ميزة تراكمية لا تتوفر لأصحاب أي ثروة مادية مهما كانت.²

وهنا يتقاطع الاقتصاد الرقمي مع الإطار النظري لسوزان سترانج، التي رأت أن بنية المعرفة هي أكثر بنى القوة الهيكلية تأثيرا في النظام الدولي، لأن من يتحكم في المعرفة يحدد شروط اللعبة للآخرين.³

غير أن الفضاء الرقمي المعاصر بكامل معطياته التي تجاوزت السياق الزمني الذي صيغت فيه أطروحة «سترانج» في ثمانينيات القرن الماضي، أثبت أن الاقتصاد الرقمي لا يكتفي بتركيز القوة في بنية المعرفة بل يخلق تشابكا جديدا بين البنى الأربع جميعا " الإنتاج والمال والمعرفة والأمن". بمعنى أن الهيمنة الرقمية ليست هيمنة في قطاع واحد بل إعادة ترتيب شاملة لمن يملك تحديد قواعد الاقتصاد العالمي.

وإذا كانت الرقمنة قد أعادت هيكلية الاقتصاد فإنها كشفت في الوقت ذاته عن بعد سياسي لا يمكن اختزاله في مجرد تنافس تجاري يتمثل في مفهوم السيادة الرقمية، ويقصد بها قدرة الدولة على ممارسة سيطرة فعلية على فضاءها الرقمي من بنيته التحتية، بياناته، منصاته وأنظمة دفعه، بما يكفل استقلالية القرار في مواجهة التبعية التكنولوجية للخارج.⁴

¹UNCTAD, Digital Economy Report 2021: Cross-border Data Flows and Development, United Nations, Geneva, 2021, p. 2.

²Don Tapscott, The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence, McGraw-Hill, New York, 1996, p. 7.

³Susan Strange, States and Markets, Pinter Publishers, London, 1988, p. 26.

⁴Marietje Schaaek, The Tech Coup: How to Save Democracy from Silicon Valley, Princeton University Press, 2024, p. 18.

وما يجعل هذا المفهوم أكثر من مجرد شعار سياسي هو أن الفضاء الرقمي بات اقليما موازيا تتخذ فيه قرارات اقتصادية مصيرية، وتتراكم فيه بيانات استراتيجية وتمارس فيه أشكال من النفوذ لا تقل خطورة عن أدوات القوة التقليدية لكنها اصعب رسدا وأبطأ في الظهور

وتتجلى هاته المعادلة بوضوح حين نقارن بين مقاربتين متباينتين. فالصين لم تكتف ببناء منصات محلية كـ Alibaba و JD.com بل اسست منظومة رقمية سيادية متكاملة تشمل شبكات الاتصال وأنظمة الدفع وحتى العملة الرقمية، ثم صَدَّرت هذا النموذج عبر مبادرة الطريق الرقمي.¹ والأهم من ذلك أنها لم تفعل هذا بدافع تجاري محض بل كجزء من استراتيجية واضحة لتقليص اعتمادها على البنية التحتية الأمريكية.

في المقابل تبرز الحالة الجزائرية كنموذج للسياقات التي تواجه معضلة الفجوة الرقمية، حيث يغلب على المنظومة الوطنية طابع «الاستهلاك التكنولوجي» بدلا من الإنتاج الهيكلي و الاعتماد على منصات اجنبية وبنية تحتية خارج سيطرتها، مما يفضي الى تسرب مستمر للقيمة الاقتصادية والى نوع من التبعية الهيكلية الصامتة التي لا تظهر في الميزانيات لكنها تقيد هامش القرار السيادي.²

مع ذلك ثمة توترا حقيقيا ينبغي عدم تجاهله: السيادة الرقمية ليست مسارا متاحا بالقدر ذاته لجميع الدول. فبناؤها يستلزم استثمارات ضخمة وكفاءات تقنية متراكمة وإرادة سياسية مستدامة وهي شروط نادرا ما تتوفر مجتمعة معا في الدول النامية. والأشد خطورة في حسابات الاقتصاد السياسي هو أن الاندماج في المنظومة الرقمية العالمية حتى وإن جاء بشروط غير متكافئة، قد يبدو أقل تكلفة في المدى القريب من خيار التحصن الحمائي الساعي لبناء سيادة رقمية كاملة.

وهذه بالضبط هي المعضلة البنيوية التي تواجه صانع القرار في الجزائر فالمفاضلة بين انفتاح خارجي قد يُعمق التبعية، والتحصن الذاتي قد يعيق مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع، غير أن التوجه الإستراتيجي الراهن للدولة المتمثل في الدفع نحو رقمنة القطاعات واحتضان المؤسسات الناشئة يثبت أن الجزائر تحاول تفكيك هاته المعادلة الصعبة، ليبقى السؤال المحوري ليس مدى توفر الإمكانيات الرقمية الوطنية، بل مدى تماسك الإستراتيجية الجزائرية في هذا الصدد القادرة على تحويل هاته المقدرات إلى رافعة حقيقية للقوة الهيكلية والتموقع الدولي.

¹ UNCTAD, Digital Economy Report 2021, op. cit., p. 14.

² World Bank, World Development Report 2021: Data for Better Lives, Washington D.C., 2021, p. 6.

المطلب الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية وتطورها التاريخي وأبعادها

أولاً: المقاربة المفاهيمية للتجارة الإلكترونية

يعد مفهوم التجارة الإلكترونية من المفاهيم التي تعددت تعريفاتها وتباين حسب الزاوية التي يتناولها الباحثون والمنظمات الدولية، وهو ما يعكس في حد ذاته اتساع هذه الظاهرة وتشعب أبعادها. وقد اسهم هذا التعدد في إثراء النقاش الأكاديمي حولها حتى وإن كان يصعب في الوقت ذاته وضع تعريف جامع مانع يحظى بإجماع واسع.

أ- التعريف اللغوي:

تتركب "التجارة الإلكترونية" من مقطعين متكاملين لا يمكن فهم أحدهما بمعزل عن الآخر.

✓ **التجارة:** في اللغة العربية مشتقة من الجذر "تجر"، وتدل على النشاط القائم على المبادلة والاتجار بالسلع والخدمات بهدف تحقيق الربح والمنفعة.

✓ **الإلكترونية:** فهي نسبة إلى الإلكترون، وتحيل في سياقها المعاصر إلى كل ما يتصل بالتقنيات الرقمية وشبكات الاتصال الحديثة.¹

ومن هذا المنطلق اللغوي تعني التجارة الإلكترونية في أبسط صورها ممارسة النشاط التجاري بوسائل رقمية والإلكترونية. غير أن هذا التعريف اللغوي رغم بساطته يكشف عن الطبيعة المزوجة للظاهرة فهي تجارة في جوهرها لكنها رقمية في أدواتها وبيئتها.

ب- التعريفات الاصطلاحية:

تتعدد التعريفات الاصطلاحية للتجارة الإلكترونية وتباين تبعاً للجهة المعرفة والغرض من التعريف ويمكن استعراض أبرزها على النحو التالي:

تعريف منظمة التجارة العالمية (WTO): عرفت المنظمة التجارة الإلكترونية بأنها "إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع السلع والخدمات بالوسائل الإلكترونية"،² وهو تعريف يغلب الجانب التجاري الصرف، غير أنه يبقى الأكثر تداولاً في الأدبيات الاقتصادية نظراً لمرجعية المنظمة في تنظيم التجارة الدولية.

¹ أمينة عمر، "التجارة الإلكترونية"، الموسوعة السياسية، 2021-09-07، متاح على

<https://political-encyclopedia.org/dictionary> :

World Trade Organization, Work Programme on Electronic Commerce, WTO, Geneva, 1998, p. 2

1.

تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE): ذهبت المنظمة الى تعريف أكثر اتساعا، اذ اعتبرتها "كافة المعاملات التجارية التي تُبرم عبر الشبكات الالكترونية سواء بين المؤسسات او بين المؤسسات والافراد بصرف النظر عن طريقة التسليم النهائي للمنتج".¹ ويتميز هذا التعريف بأنه يفصل بين إبرام المعاملة وطريقة تنفيذها مما يجعله اقدر على استيعاب حالات التجارة المختلطة.

تعريف لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (UNCITRAL): اعتمدت اللجنة مقارنة قانونية أكثر دقة، ركزت فيها على طبيعة الوسائل الالكترونية المستخدمة في إبرام العقود وتنفيذها، وهو ما مهد لاحقا لإصدار تشريعات وطنية في هذا المجال حول العالم، كان من بينها القانون الجزائري رقم 18-05.²

تعريف الباحثين: من خلال المقارنة بين هذه التعريفات، يذهب عدد من الباحثين الى ان الجامع بينها هو انتفاء الحضور المادي للأطراف كشرط لإتمام المعاملة واستبداله بالتفاعل الرقمي عبر الشبكات الالكترونية.³

ومن هذا يمكن تعريف التجارة الالكترونية لأغراض هذه الدراسة بأنها منظومة المعاملات التجارية من بيع وشراء وتفاوض وتسديد، التي تتم عبر شبكات الكترونية أساسها الانترنت بما يتجاوز قيود الزمان والمكان التقليدية، وتشمل كافة النماذج التجارية من B2B الى B2C الى C2C.

والجدير بالاشارة ان غياب التعريف الموحد لا يعكس قصورا معرفيا بقدر ما يظهر أن الظاهرة لا تزال في طور التشكل المستمر ولم تستقر حدودها المفاهيمية بعد. وهذا ما يجعل دراستها في سياق دولة مثل الجزائر التي لا تزال تبني منظومتها التشريعية والمؤسسية في هذا المجال أمرا بالغ الأهمية من الناحية العلمية والسياسية في آن واحد.

ثانيا: التطور التاريخي للتجارة الالكترونية

تجمع الدراسات المتخصصة على ان التجارة الالكترونية لم تظهر دفعة واحدة بل مرت بمسار تطوري متدرج امتد عبر ثلاثة اجيال متميزة، كل منها يحمل منطقه الخاص وأدواته التقنية وعلاقات القوة التي افرزها.

¹OECD, The Economic and Social Role of Internet Intermediaries, OECD Publishing, Paris, 2010, p. 9.

²UNCITRAL, Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment, United Nations, New York, 1996, p. 3.

وانظر ايضا :بوزانة عبد الرحمان وحمدوش رشيد، "قراءة في القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 3، 2021، ص. 45.

³حجاج مصطفى، "التجارة الالكترونية"، مطبوعة بيداغوجية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2022-2023، ص. 5.

الجيل الأول: يمتد من سبعينيات القرن الماضي، حين ظهر نظام التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) كأداة لتبادل الوثائق التجارية بين المؤسسات الكبرى عبر شبكات خاصة مغلقة.¹ وقد كان انتشار هذا النظام محدودا في البداية، غير انه أرسى مبدأ جوهريا وهو امكانية اتمام المعاملة التجارية دون حضور مادي للوثائق او الاطراف، وهو المبدأ الذي شكل النواة الأولى لما ستتحول اليه التجارة الإلكترونية لاحقا.

الجيل الثاني: بدأ مع انفتاح الانترنت على الاستخدام التجاري في مطلع التسعينيات، وما أعقبها من تأسيس امازون عام 1994 و eBay عام 1995، لتتحول التجارة الإلكترونية من اداة حكر على المؤسسات الى ظاهرة شعبية تمس الأفراد مباشرة.² ويذهب عدد من الباحثين إلى ان كل نمط من أنماط هذا الجيل (B2B, B2C, C2C) يحمل ديناميكيات قوة مختلفة وآثارا متباينة على بنى الاقتصاد الوطني، مما يجعل التمييز بينها ضرورة منهجية لا مجرد تصنيف وصفي.

الجيل الثالث: يمتد من مطلع الالفية الثانية حتى اليوم، ويتسم بصعود التجارة عبر الهاتف المحمول وظهور المنصات العملاقة كـ Alibaba و Amazon و Jumia في افريقيا، واندماج التجارة الإلكترونية بالأنظمة المالية الرقمية.³ وهذا التحول الاخير هو الاكثر اثرا من الناحية السياسية لأنه يحول هاته المنصات من فاعلين اقتصاديين الى فاعلين ذوي ثقل استراتيجي في منظومة الحوكمة الاقتصادية الدولية.

ثالثا: أبعاد التجارة الإلكترونية

تشعب ابعاد التجارة الإلكترونية لتتجاوز الإطار الاقتصادي الضيق، وهو ما يفسر لماذا باتت موضوعا مركزيا في دراسات الاقتصاد السياسي الدولي. ويمكن تصنيف هذه الأبعاد إلى ثلاثة محاور رئيسية متكاملة :

البعد الاقتصادي : تسهم التجارة الإلكترونية في تخفيض تكاليف المعاملات وتوسيع الأسواق أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وقد رصدت تقارير الاونكتاد ان حجمها العالمي بلغ نحو 26.7 تريليون دولار عام 2019، منها 3.8 تريليون من تجارة التجزئة.⁴ وتشكل هذه الأرقام مؤشرا على عمق التفاوت بين الدول في مستوى الاستفادة منها.

¹Castells, The Rise of the Network Society, op. cit., p. 45.

²Tapscott, The Digital Economy, op. cit., p. 44.

³UNCTAD, Digital Economy Report 2021, op. cit., p. 17.

⁴UNCTAD, E-Commerce and Development Report 2020, United Nations, Geneva, 2020, p. 4.

البعد القانوني والتنظيمي : شكل القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية نقطة تحول تشريعية في الجزائر، غير أن الدراسات الأكاديمية تكشف عن فجوة واسعة بين النص القانوني والممارسة الفعلية، تتجلى في ضعف منظومة الدفع الإلكتروني ومحدودية البنية التحتية الرقمية وغياب الثقة لدى المستهلك.¹

البعد السياسي والاستراتيجي: فالتجارة الإلكترونية تتشكل داخل منظومة من القواعد الدولية تهيمن على صياغتها الدول المتقدمة والشركات الكبرى.² ومن هذا فإن الدولة النامية تنخرط في هذه التجارة ضمن قواعد لم تشارك في وضعها وعلى منصات لا تملكها وبأنظمة دفع لا تتحكم فيها. وهذه المفارقة بين وعود التنمية وطبيعة التبعية الهيكلية هي الإشكالية المحورية التي ستختبرها هاته الدراسة في الحالة الجزائرية.

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية وأساليب قياسها

أولاً: أشكال التجارة الإلكترونية

لا تأخذ التجارة الإلكترونية شكلاً واحداً موحداً بل تتعدد أنماطها وتباين تبعاً لطبيعة الأطراف المتعاملة وطبيعة المنتج وآليات التسليم، وقد أفرز هذا التنوع ضرورة تصنيفية أكاديمية تمكن من دراسة كل نمط بمنطقه الخاص وآثاره المتباينة على الاقتصاد الوطني والعلاقات الدولية.

أ- التصنيف على أساس طبيعة الأطراف:

التجارة بين المؤسسات (B2B): وهي أقدم أنماط التجارة الإلكترونية و أكبرها حجماً من الناحية المالية، إذ تشمل المعاملات التجارية التي تجري بين المؤسسات فيما بينها دون تدخل المستهلك النهائي. وتشكل هذه التجارة النسبة الأكبر من إجمالي التجارة الإلكترونية عالمياً،³ وهو ما يجعلها المحرك الحقيقي للاقتصاد الرقمي لا تجارة التجزئة التي تستأثر باهتمام الرأي العام.

التجارة من المؤسسة إلى المستهلك (B2C): وتشمل المعاملات التجارية بين الشركات والأفراد المستهلكين مباشرة، وهي النمط الأكثر ظهوراً في الحياة اليومية من خلال منصات كامازون وجوميا. ومن الناحية التحليلية يلاحظ أن هذا

¹حميداتو محمد الأمين، ومسي محمد، وعرباوي عبد القادر، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 22، 2022، ص. 312.

²Strange, States and Markets, op. cit., p. 88. و انظر ايضا UNCTAD, Digital Economy Report 2021, op. cit., p. 22.

³UNCTAD, E-Commerce and Development Report 2020, op. cit., p. 6.

النمط هو الأكثر تأثراً بعوامل الثقة الرقمية وانظمة الدفع الالكتروني وهو ما يجعله الحلقة الأضعف في منظومة التجارة الالكترونية الجزائرية تحديداً.

التجارة بين الأفراد (C2C): وتتمثل في المعاملات التي يجريها الافراد فيما بينهم عبر منصات وسيطة كـ eBay و OLX. ورغم تواضع حجمها المالي نسبياً فإن لها أهمية اجتماعية بالغة لأنها تتيح للأفراد الدخول في الدورة الاقتصادية الرقمية دون الحاجة إلى رأس مال مؤسسي.

التجارة بين المؤسسة والحكومة (B2G) وعكسها (G2B): وتشمل المعاملات الالكترونية بين القطاع الخاص والجهات الحكومية، كتقديم عروض المناقصات الكترونياً ودفع الرسوم والضرائب. وفي السياق الجزائري يكتسب هذا النمط أهمية خاصة في ضوء مساعي الحكومة لرقمنة الإدارة العمومية وتطوير منظومة السجل التجاري الالكتروني.¹

ب- التصنيف على أساس طبيعة المنتج:

يتميز بعض الباحثين بين ثلاثة أنواع للتجارة الالكترونية استناداً إلى طبيعة ما يتداول:

تجارة الكترونية بحتة حين يكون المنتج والعملية والوسيط رقمية مثل بيع البرمجيات

تجارة الكترونية جزئية حين يكون أحد مكونات العملية مادياً

تجارة تقليدية مدعومة الكترونياً حين تستخدم الأدوات الرقمية كقناة تسويق فحسب.²

وهذا التمييز ليس وصفيًا فحسب، بل له أهمية سياسية بالغة إذ يحدد نطاق التشريعات النازمة.

ثانياً: أساليب قياس التجارة الإلكترونية

تشكل مسألة قياس التجارة الالكترونية تحدياً منهجياً حقيقياً، لأن غياب معايير موحدة للقياس يفضي إلى تباين كبير في الأرقام والتقديرات بين الدول والمنظمات الدولية، مما يعيق المقارنة ويضعف قدرة صانعي السياسات على اتخاذ قرارات مبنية على معطيات دقيقة.

أ- مؤشرات الحجم والقيمة: يعد قياس حجم التجارة الالكترونية بالقيمة المالية الإجمالية الأسلوب الأكثر شيوعاً، وقد تبنته الأونكتاد في تقاريرها السنوية التي رصدت أن حجمها العالمي بلغ نحو 26.7 تريليون دولار عام 2019.³

¹بوزانة وحمدوش، المرجع نفسه، ص. 48.

²Tapscott, The Digital Economy, op. cit., p. 51.

³UNCTAD, E-Commerce and Development Report 2020, op. cit., p. 4.

غير ان هذا الاسلوب لا يخلو من إشكاليات **التجربة** منهجية ابرزها إشكالية الاقتصاد غير الرسمي الذي يشكل جزءا كبيرا من التجارة الإلكترونية في الدول النامية كالجائر.

ب- مؤشرات البنية التحتية الرقمية: تلجأ بعض المنظمات الدولية كالاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) إلى قياس التجارة الإلكترونية بصورة غير مباشرة عبر مؤشرات كنسبة الولوج الى الإنترنت وعدد مستخدمي الهاتف المحمول ونسبة الانخراط في أنظمة الدفع الإلكتروني.¹ وتعد هذه المؤشرات ذات قيمة تحليلية عالية في السياق الجزائري لأنها تكشف عن الفجوة البنيوية بين الامكانيات الرقمية المتاحة ومستوى توظيفها فعليا.

ج- مؤشرات الجاهزية الرقمية: طورت الأونكتاد مؤشر جاهزية التجارة الإلكترونية (eTrade Readiness) الذي يقيم بيئة التجارة الإلكترونية في الدول النامية عبر سبعة محاور: البنية التحتية للاتصالات، وأنظمة الدفع الإلكتروني، والإطار القانوني والتنظيمي، وخدمات اللوجستيك، والموارد البشرية، والوصول إلى التمويل، ومحتوى التجارة الإلكترونية.² وقد كشف تطبيق هذا المؤشر على الجزائر عن أن محور الدفع الإلكتروني وخدمات اللوجستيك يمثلان نقاط الضعف البنيوية الأكثر تأثيرا.

ومن الأهمية بمكان التأكيد على أن أدوات القياس والمؤشرات الإحصائية ليست أدوات محايدة في فضاء السياسات العامة، إذ ينعكس اختيار مؤشر دون غيره مباشرة على آليات تشخيص الواقع ورسم الأولويات الإستراتيجية للدولة. وفي هذا الصدد تواجه الجزائر تحديا محوريا يتمثل في بناء منظومة إحصائية وطنية مستقلة ومتخصصة في رصد مبادلات التجارة الإلكترونية، باعتبارها ركيزة أساسية لصياغة أي سياسة رقمية فعالة. إن هذا النقص في البيانات الإحصائية يشكل تحلييا واضحا للهشاشة البنيوية، غير

أن الدولة سارعت إلى هيكلة جهودها مؤسساتيا لتدارك هذا الفراغ؛ وهو ما رصدناه ميدانيا خلال فترة التربص بوزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، من خلال الوقوف على الدور المحوري لمديرتين فرعيتين متخصصتين:

- المديرية الفرعية لترقية التجارة الإلكترونية

- المديرية الفرعية لمراقبة التجارة الإلكترونية.

¹ International Telecommunication Union (ITU), Measuring Digital Development: Facts and Figures 2021, ITU Publications, Geneva, 2021, p. 3.

² UNCTAD, Rapid eTrade Readiness Assessment, United Nations, Geneva, 2021, p. 5.

وبعد هذا الانقسام الوظيفي بين الترقية والرقابة خطوة إستراتيجية نحو حوكمة القطاع، وهو التحدي البنيوي والتنظيمي الذي ستتولى الفصول اللاحقة من هذه الدراسة تفكيكه وتحليله بناء على هذه المعطيات الميدانية.

المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية كأداة للقوة في العلاقات الدولية : مقارنة نظرية

إذا كان المبحث الأول قد أرسى التعريفات الأساسية للتجارة الإلكترونية ورصد مساراتها التاريخية فإن السؤال الذي يواجهه هذا المبحث مختلف تماما في طبيعته حيث يدرس ما الذي يجعل التجارة الإلكترونية موضوعا للعلاقات الدولية لا للاقتصاد التجاري فحسب؟.

التجارة الإلكترونية لا تنتج سلعا وخدمات فقط بل تعيد توزيع القوة بين الدول، وهو ما يضعها في قلب التدافع الاستراتيجي الراهن ويجعل من فهم أبعادها النظرية خطوة أساسية لتحليل المقومات التي تمكن الجزائر من صياغة عناصر قوتها الرقمية.

ومن هذا المنطلق يعتمد هذا المبحث على مقارنة نظرية محددة لتفكيك هاته الظاهرة وهي نظرية 'القوة الهيكلية' لسوزان سترانج. ورغم أن هاته النظرية لم تُصغ في الأصل لتفسير التجارة الإلكترونية حيث طورتها سترانج عام 1988 قبل الانتشار الفعلي للشبكة العالمية ، إلا أن قيمتها التحليلية تكمن في قدرتها على كشف كيفية عمل القوة وصياغة النفوذ عبر أطر غير مرئية تتحكم في مسارات الاقتصاد العالمي، وهي المقاربة التي ستسمح لنا بفهم كيف يمكن للتجارة الإلكترونية أن تعيد تشكيل مكانة الجزائر وتدعم تموقعها في النظام الدولي الحالي.

ولتعميق هذا الطرح نستعين بروافد نظرية مكملة تشمل أطروحات " روبرت غيلبين " لتحليل سلوك الدولة وسعيها لتعزيز قدراتها داخل هاته البنى المستحدثة، وإسهامات " إيمانويل واليرستين " لفهم السياق التاريخي والرأسمالي الذي أنتج هاته المنظومة الرقمية

ثم ينتقل المبحث إلى مفهوم الفجوة الرقمية بوصفه التعبير الميداني الأكثر تجسيدا لعلاقات التبادل غير المتكافئ التي تنتجها هذه البنى في الواقع، وهو مفهوم يصف وضع الجزائر والدول النامية بدقة أكثر من أي إحصاء منفرد.

المطلب الأول: مفهوم القوة في العلاقات الدولية وتطوره من القوة العلائقية إلى القوة الهيكلية

أولاً: المنظور التقليدي للقوة ومحدودية التفسير الكلاسيكي

مفهوم القوة في الفكر الاستراتيجي الكلاسيكي: ظل هذا المفهوم مرتبطاً بما يمكن تسميته "القوة العلائقية" أي قدرة الفاعل على إجبار فاعل آخر على القيام بما لم يكن سيفعله من تلقاء نفسه.¹ وقد حصر هذا الفهم القوة في ثنائية المواجهة المباشرة القائمة على مبدأ أن الطرف الأكثر امتلاكاً لوسائل الضغط هو من يفرض إرادته في النهاية. ومن هذا ركن المنظور الواقعي التقليدي في تحليل العلاقات الدولية على حصر عناصر القوة في أبعادها المادية الملموسة كحجم الجيوش، الناتج القومي والإمكانات الصناعية. غير أن هذا الإطار يعجز عن تفسير ظواهر جوهرية في الاقتصاد السياسي الدولي مثل كيف سيطرت الولايات المتحدة على النظام المالي العالمي دون إعلان حرب واحدة؟ وكيف تفرض شركة مثل أمازون أو علي بابا شروط التجارة على ملايين التجار الصغار في دول مستقلة ذات سيادة رسمية؟ هاته الأسئلة لا يجيب عنها مفهوم القوة العلائقية لأن المواجهة فيها ليست مباشرة والإكراه فيها لا يرى.

ثانياً: مفهوم القوة الهيكلية وأبعاده في أطروحة سوزان سترانج

في مؤلفها "الدول والأسواق" (1988)، أجرت سوزان سترانج نقلة نوعية في مفهوم القوة حين قدمت مصطلح "القوة الهيكلية" بوصفه ما يميز الهيمنة الفعلية في الاقتصاد السياسي الدولي عن مجرد الغلبة في مواجهة بعينها. تعريف سوزان سترانج للقوة الهيكلية: وتعرفها بأنها القدرة على تشكيل وإعادة تشكيل البنى الاقتصادية والسياسية والأمنية والمعرفية التي يعمل ضمنها الآخرون ويتخذون قراراتهم، بحيث يجد من لا يملك هاته القدرة نفسه رهيناً بخيارات رسمها غيره.²

الفارق بين النوعين دقيق لكنه جوهري، ففي القوة العلائقية يواجه الطرفان بعضهما وجهاً لوجه ويربح الأقوى. أما في القوة الهيكلية فيحدد الطرف المهيمن القواعد والحوافز وهياكل الإنتاج والمعرفة قبل أن يبدأ اللعب أصلاً، فيجد

¹ روبرت.أ. داهل "مفهوم القوة" Behavioral Science المجلد 2. العدد 3 (1957) ص 202

² Strange, States and Markets, op. cit., pp. 24-26.

الآخرون أنفسهم في بنية لا يملكون أدوات الخروج منها حتى حين يدركون ذلك ، وهذا ما يجعل من يملك القوة الهيكلية في غنى عن ممارسة الإكراه الصريح في أغلب الأحيان.

وقد حددت سترانج أربع بنى كبرى تتوزع من خلالها هاته القوة في النظام الدولي وهي على الترتيب:¹

بنية الأمن: من يوفر الأمن للآخرين يملك نفوذا حقيقيا على سلوكهم ومواقفهم.²

بنية الإنتاج: من يتحكم في كيفية إنتاج السلع والخدمات ومن يحصل على فائضها.

بنية المال والائتمان: من يتحكم في منح الائتمان وتدفق رؤوس الأموال يملك نفوذا لا تنتجه الجيوش.³

بنية المعرفة والاتصال: من يتحكم في ما يعرف وما لا يعرف وفي قنوات تدفق المعلومات.

وتذهب سترانج إلى أن بنية المعرفة تحتل مكانة خاصة بين هاته البنى الأربع لأنها تحدد قواعد البنى الأخرى، وهذا ما يجعلها الأكثر ارتباطا بالاقتصاد الرقمي ففي عالم تنتج فيه كل معاملة رقمية بيانات ويتحول فيها من يملك الخوارزمية إلى من يملك شرط المعرفة، تتحول بنية المعرفة من مجاز نظري إلى واقع ملموس تجسده خوادم أمازون وغوغل وعلي بابا.

ثالثا: سترانج وغيلبان و واليرستين : ثلاثة مستويات تحليلية متكاملة

تجدر الإشارة إلى أن الإطار النظري المعتمد في هذه الدراسة لا يقتصر على سترانج بل يستدعي روافد نظرية مكملية تضيء زوايا مختلفة من الظاهرة ذاتها. وإذا أردنا تحديد موقع كل مقارنة بدقة فإن:

سترانج تحلل البنى التي تعمل ضمنها الدول أي إطار اللعبة

غيلبان يحلل سلوك الدولة داخل هاته البنى بوصفها فاعلا استراتيجيا يتعامل مع الاقتصاد كأداة لتعظيم قوتها لا هدفا في حد ذاته.⁴

¹ روبرت.أ.داهل "مفهوم القوة. مر جع سابق ص 203

Ibid., p. 29.²

Ibid., p. 31.³

Robert Gilpin, The Political Economy of International Relations, Princeton University Press, ⁴ 10. Princeton, 1987, p. يطرح غيلبان مقارنة الدولة بوصفها فاعلا عقلانيا يعظم قوتها عبر الاقتصاد.

واليرستين يحلل التاريخ الذي أنتج هذه البنى ويظهر أن التفاوت بين الدول ليس تشوها عابرا أو وليد الصدفة، بل نتيجة منطقية لنظام رأسمالي يعيد إنتاج تقسيم ثلاثي: مركز مهيمن، هامش محكوم بالتبعية وشبه هامش في وضع وسيط متذبذب.¹

والسؤال الذي يطرحه هذا الإطار المثلث على الحالة الجزائرية ليس مجرد حول مدى تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية بل هو سؤال أكثر حدة: هل يساهم الاقتصاد الرقمي في تحسين تموقع الجزائر دوليا، أم أنه يتحول إلى أداة جديدة تركز تبعيتها وتحد من حرية قرارها السياسي؟

المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية ضمن بنى القوة الأربع عند سوزان سترانج

إن إسقاط الإطار النظري لـ «سوزان سترانج» على واقع التجارة الإلكترونية يمثل المدخل المنهجي الأنسب لكشف أبعاد النفوذ الرقمي وفهم شروط التموقع الإستراتيجي في النظام الدولي، إذ يتيح لنا رصد توازنات القوة النفوذية التي تعجز عن استيعابها المقاربات الاقتصادية التقليدية. والفرضية التي يسعى هذا المطلب إلى إثباتها هي أن الاقتصاد الرقمي يشكل تقاطعا حيويا يجمع البنى الأربع للقوة (الإنتاج، المال، المعرفة، والأمن) في سياق واحد وهو ما يمنح المنصات الرقمية العابرة للحدود سلطة صياغة القواعد وتوجيه السياسات الدولية.

أولا: انعكاسات المنصات الرقمية العالمية على بنية الإنتاج الدولي

في الاقتصاد التقليدي كان من يملك المصنع يحدد شروط الإنتاج والتوزيع، في الاقتصاد الرقمي تغير هذا المنطق جذريا فاصبح من يملك المنصة يتحكم في من يبيع وماذا يبيع وبأي شروط وأمام أي جمهور دون أن يحتاج إلى امتلاك سلعة واحدة.² وتبرز شركة «أمازون» (Amazon) كحالة دراسية دالة في هذا السياق فهي شركة لا تملك في أغلب ما تبيعه مصنعا واحدا غير أنها تحدد لملايين التجار الصغار حول العالم خوارزمية الظهور في نتائج البحث، عمولة البيع، سياسة الإرجاع و اسعار الشحن. و هذا بالضبط ما تعنيه سترانج حين تقول إن القوة الهيكلية تحدد الإطار الذي يعمل فيه الآخرون لا مجرد نتائج المواجهة.

¹Immanuel Wallerstein, The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century, Academic Press, New York, 1974, pp. 347-350.

²Strange, States and Markets, op. cit., p. 26.

والأكثر دلالة في سياق الدول النامية هو أن التجارة الإلكترونية أفرزت نمطا جديدا من تسرب القيمة الاقتصادية فالتاجر الجزائري الذي يبيع على منصة أجنبية يغذي بياناته خوارزمية لا يمتلكها ويدفع عمولة لبنية تحتية لا يسيطر عليها، ويستضيف علاقته بزبونه على خادم لا يقع في أرضه. فهنا فائض القيمة لا يتوقف عند المنتج فحسب بل يتسرب في كل خطوة من هاته الخطوات نحو مركز النظام.

ثانيا: منظومات الدفع الإلكتروني كأداة لبناء السيادة المالية

يتجاوز الدفع الإلكتروني كونه مجرد آلية فنية لتسهيل المبادلات التجارية، ليكتسي أبعاداً سياسية وجيو استراتيجية عميقة غالبا ما يغفل عنها في التحليلات الاقتصادية الكلاسيكية، فمنظومة الدفع الإلكتروني ليست مجرد خدمة مصرفية بل هي البنية التحتية التي تحدد من يمكنه الدخول إلى الاقتصاد الرقمي ومن يستبعد منه.¹

والأرقام في هذا الصدد دالة فوفقا لتقرير نيلسون 2023، بلغت حصة فيزا 39% من إجمالي معاملات الشراء على الشبكات العالمية عام 2022، وماستركارد 24%، ويونيون باي الصيني 34%.² وما يكشفه هذا التوزيع هو أمران متعارضان في ظاهرهما لكنهما متكاملان في دلالتهما فمن جهة، لا تزال الشبكات الغربية تهيمن على معظم المعاملات الدولية مما يجعل أي معاملة الكترونية عابرة للحدود عرضة للتجميد بقرار سياسي، وقد تجلّى هذا بجلاء في الحالة الروسية بعد 2022.

ومن جهة أخرى فإن حصة يونيون باي الصيني البالغة ثلث المعاملات العالمية تعني أن الصين نجحت جزئيا في بناء بنية مالية رقمية موازية تقلص اعتمادها على الشبكات الأمريكية وهذا بالضبط ما يسمى السيادة الرقمية في بعدها المالي.³

والجزائر في هاته المعادلة في موقع هشاشة مزدوجة حيث أن منظومة دفعها الإلكتروني المحلية لا تزال محدودة الانتشار ودفعها الإلكتروني الدولي يعتمد على بنية لا تملكها ولا تتحكم فيها، والمفارقة هي أن هذه الهشاشة ليست ناجمة عن غياب الموارد بل عن غياب الاستراتيجية.

¹ UNCTAD, Digital Economy Report 2021, op. cit., p. 14.

² Nilson Report, Global Card Network Statistics 2022, May 2023

وفقا لهذا التقرير، بلغت حصة فيزا 39% من إجمالي معاملات الشراء على الشبكات العالمية عام 2022، وماستركارد 24%، ويونيون باي الصيني 34%، مما يعني أن الهيمنة الغربية على منظومة الدفع لا تزال واسعة لكنها ليست مطلقة.

³ Tapscott, op. cit., p. 62.

ثالثا: التحكم في البيانات كركيزة لبناء السيادة المعرفية

إذا كانت الموارد الطبيعية هي الثروة الاستراتيجية في القرن الماضي فإن البيانات هي ثروة هذا القرن، والتجارة الإلكترونية هي المصنع الذي ينتجها، فكل عملية شراء وكل بحث عن منتج وكل تقييم لسلعة ينتج بيانات تغذي نماذج الذكاء الاصطناعي وتحدد خوارزميات التسعير وتكشف خريطة الطلب الاستهلاكي لمنطقة بأكملها.¹

ما يجعل هذا البعد أكثر حساسية من الناحية السيادية هو مفهوم "السيادة على البيانات" (**Data Sovereignty**)، أي الحق في التحكم في كيفية جمع البيانات الوطنية وتخزينها ومعالجتها. فالبيانات التي ينتجها المستهلك الجزائري حين يتسوق عبر منصة أجنبية لا تخزن في الجزائر ولا تخضع لسيادتها، والدولة التي تحتضن خوادم هاته البيانات تمتلك معرفة عميقة بالأنماط الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات الأخرى وهي معرفة لا يملكها أصحاب هذه المجتمعات أنفسهم. وهذا ليس افتراضا نظريا بل واقع موثق فالشركات التكنولوجية الكبرى اليوم تمتلك من البيانات عن مواطني الدول النامية أكثر مما تمتلكه حكومات هاته الدول ذاتها.

رابعا: المخاطر السيبرانية للبنية التحتية وأثرها على الأمن الوطني

يمتد تأثير التجارة الإلكترونية إلى بنية الأمن بطريقة كثيرا ما يستهان بها في الدراسات الاقتصادية، فالبنية التحتية الرقمية للتجارة الإلكترونية من خوادم البيانات وبوابات الدفع وشبكات التوزيع اللوجستي باتت أهدافا استراتيجية في النزاعات الدولية.² والهجمات السيبرانية على منظومات الدفع أو البنية التحتية الإلكترونية للدولة لا تقل في أثرها الاقتصادي عن حصار تجاري تقليدي بل ربما تفوقه في السرعة.

تكتسب هذه النقطة أهمية كبيرة خاصة في السياق الجزائري فطالما أن المنظومة الرقمية للتجارة الإلكترونية تعتمد على بنية تحتية لا تسيطر عليها الدولة سواء في خوادم الاستضافة أو بوابات الدفع أو شبكات الاتصالات تبقى هذه المنظومة مكشوفة أمام أي ضغط خارجي بطريقة لا يعالجها تحديث تقني منفرد.

يمكن إذن القول إن التجارة الإلكترونية هي الميدان الأكثر تكتيفا للقوة الهيكلية في الاقتصاد الدولي المعاصر لأنها تعمل في البنى الأربع لستراتيج في آن واحد. والدولة التي لا تمتلك استراتيجية متكاملة في هذه البنى الأربع لا تبني اقتصادا رقميا بل تغذي اقتصادا رقميا يبينه غيرها على حسابها.

¹UNCTAD, Digital Economy Report 2021, op. cit., p. 22.

²Strange, States and Markets, op. cit., p. 29.

المطلب الثالث: الفجوة الرقمية وإشكالية التبعية التكنولوجية في الدول النامية

أولاً: التطور المفاهيمي للفجوة الرقمية وأبعادها الهيكلية

دخل مصطلح "الفجوة الرقمية" التداول الأكاديمي والسياسي في تسعينيات القرن الماضي ليصف الهوة القائمة بين من يملكون إمكانية الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومن يحرمون منها. وفي مرحلته الأولى تمحورت النقاشات حول مؤشرات الوصول البسيطة مثل: نسبة مستخدمي الإنترنت، عدد خطوط الهاتف و معدلات امتلاك الحاسوب. وكان الحل المقترح بسيطاً بالقدر ذاته: توسيع البنية التحتية وتخفيض التكاليف.

غير أن الدراسات اللاحقة كشفت أن هذا الفهم يخفي أكثر مما يظهر. فالفجوة الرقمية ليست ظاهرة تقنية عارضة ستحل بمجرد مد الكابلات وتوزيع الأجهزة، بل هي تعبير عن تفاوت بنيوي عميق مرتبط بتاريخ طويل من عدم التكافؤ الاقتصادي والمعرفي.¹ والأكثر إثارة هو ما يمكن تسميته "مفارقة الاندماج الرقمي" أي أن الانخراط في الاقتصاد الرقمي العالمي في غياب الاستراتيجية الوطنية الملائمة لا يقلص هاته الفجوة بل يعمق التبعية بآليات أكثر تعقيداً وأقل ظهوراً من التبعية التقليدية.

ثانياً: التصنيف التراتبي لمستويات الفجوة الرقمية وتحدياتها

لفهم الفجوة الرقمية في أبعادها الحقيقية لا بد من التمييز بين ثلاثة مستويات مترابطة:²

المستوى الأول "فجوة الوصول": وتتعلق بالبنية التحتية المادية للاتصالات وإمكانية الولوج إلى الإنترنت. وقد شهدت الجزائر تقدماً نسبياً في هذا المستوى حيث بلغت نسبة انتشار الإنترنت عبر الهاتف المحمول 108% عام 2024، ونسبة تغطية شبكة 4G نحو 99.9%.³ غير أن الإنترنت الثابت وتغطية الألياف البصرية لا تزالان قاصرين، إذ لم تتجاوز نسبة اشتراكات الألياف البصرية إلى المنازل 23% في منتصف 2024 مقارنة بـ 2% في 2020 وهو تطور ملحوظ لكنه لا يزال دون المستوى المطلوب لنشاط تجاري إلكتروني فعال.

المستوى الثاني "فجوة الاستخدام والكفاءة": تتجاوز مجرد الوصول إلى سؤال أعمق حول ما إن كان الناس يستطيعون توظيف هذه التقنية في أنشطة اقتصادية ومعرفية منتجة؟ ويكشف واقع الجزائر أن نسبة عالية من مستخدمي الإنترنت تتمركز أنشطتهم في الاستهلاك الترفيهي وشبكات التواصل الاجتماعي، دون تحويل هذا الوصول إلى قيمة اقتصادية

¹ World Bank, op. cit., p. 11.

² ESCWA, Arab Digital Economy Report, United Nations, Beirut, 2017, p18

يفرق التقرير بين ثلاثة مستويات للفجوة الرقمية في المنطقة العربية.

³ UNCTAD, Digital Economy Report 2021, op. cit., p. 22.

مضافة.¹ وهذا يفسر لماذا تملك دولة ذات نسبة انترنت مرتفعة كالجائر حجما متواضعا نسبيا من التجارة الإلكترونية الرسمية.

المستوى الثالث " فجوة إنتاج التكنولوجيا": وهو الأعمق والأكثر دلالة سياسيا ويتعلق بالقدرة على إنتاج التكنولوجيا لا مجرد استهلاكها مثل بناء المنصات لا الاكتفاء باستخدامها، تطوير الخوارزميات لا الخضوع لمنطقها وامتلاك القرار في كيفية تدفق البيانات. والجزائر كغيرها من الدول النامية تعاني من هشاشة بنيوية في هذا المستوى الثالث الذي يحدد موضعها في التراتبية الدولية للاقتصاد الرقمي.

ثالثا: معضلة الاندماج الرقمي وتكريس التبعية التكنولوجية

تعد التبعية التكنولوجية أخطر أشكال التبعية في الاقتصاد الرقمي لأنها تعمل بصمت وتتراكم دون أن تحدث الأزمات الحادة التي تنبه صانعي السياسات. فالدولة التي تعتمد على منصات أجنبية لتجارها الإلكترونية وعلى بنية تحتية لا تملكها وعلى أنظمة دفع لا تتحكم فيها، لا تكون منخرطة في الاقتصاد الرقمي بالمعنى الحقيقي بل تغذي اقتصادا رقميا يعود ريعه بالدرجة الأولى إلى غيرها.²

وما يزيد هذه المعادلة تعقيدا هو أنها تنتج مسارا مفرغا يصعب كسره و المتمثل في ان الاندماج في الاقتصاد الرقمي العالمي بشروط غير متكافئة يعمق التبعية، والتحصن خارجه يكلف تنمويا أيضا. هذه المعضلة هي في جوهرها ما يواجهه صانع السياسة الجزائري حيث انه لا يوجد مفر من الانخراط في الاقتصاد الرقمي العالمي، لكن طريقة الانخراط هي ما يحدد ما إذا كان يبني استقلالية أو يعمق تبعية.

وتتجلى هذه الإشكالية حين نقارن بين نمطين من الانخراط:

النمط الاستهلاكي: أي استخدام منصات الغير بشروطها، وهو ما يسير عليه الاقتصاد الجزائري في الغالب.

النمط الإنتاجي: أي بناء بني وطنية موازية وتطوير كفاءات سيادية في إنتاج التكنولوجيا والمنصات وهو ما تسعى إليه الصين ودول أخرى في مسارات متفاوتة الاكتمال.

ومن زاوية الاقتصاد السياسي الدولي لا يبدو هذا الخيار مجرد قرار تقني عابر، بل هو في الجوهر مفاضلة جيوسياسية بامتياز بين البقاء في هامش النظام الدولي كمستهلك رقمي، أو السعي لامتلاك أدوات الإنتاج التكنولوجي التي تسمح

¹ حميداتو محمد الامين، المرجع نفسه، ص. 312.

²OECD, Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future, OECD Publishing, Paris, 2019, p. 45.

بإعادة تشكيل مكانة الدولة عالميا. وهذا بالتحديد هو التساؤل المحوري الذي تحاول هذه الدراسة اختباره في الحالة الجزائرية

المبحث الثالث: تجارب دولية مقارنة في توظيف التجارة الإلكترونية كرافعة للتموقع الدولي

تكتسب الدراسة المقارنة في الاقتصاد السياسي الدولي قيمة منهجية مضاعفة فهي من جهة تخضع الأطر النظرية للاختبار العملي، ومن جهة أخرى تتيح استخلاص دروس قابلة للتطبيق في سياقات مغايرة. وقد جرى اختيار ثلاثة نماذج بعناية ووعي بالفوارق بينها وبين الحالة الجزائرية وتكمن الأهمية الاستراتيجية لهذا الاختيار في تقديم ثلاثة مسارات واقعية تشبكي مباشرة مع طموحات وتحديات الجزائر؛ وتأتي في مقدمتها التجربة الصينية كنموذج لقوة عظمى نجحت في تحويل التجارة الإلكترونية من مجرد نشاط تجاري إلى مشروع للهيمنة العالمية وإعادة صياغة النظام الدولي، حيث تستخدم الصين منصاتها الرقمية لمد نفوذها عبر القارات وكسر الاحتكار الغربي والتحكم في شرايين الاقتصاد العالمي والبيانات. وتكتمل المقارنة بالتجربة النرويجية كدليل

عملي على كيفية بناء اقتصاد رقمي قوي كبديل كامل للاقتصاد الريعي النفطي؛ وأخيرا التجربة الرواندية التي تثبت بالأدلة أن نقص الموارد المالية لا يمنع من تحقيق قفزة تكنولوجية وسيادية إذا توفرت الإرادة السياسية. ولا تهدف هذه المقارنة إلى النقل الحرفي أو استنساخ تجربة بعينها بل تسعى إلى استخلاص الشروط والمقومات المشتركة التي تنقل التجارة الإلكترونية من سياقها التجاري الضيق إلى أداة لبناء القوة الرقمية والتموقع الدولي، ومن ثم إسقاط هذه الشروط على واقع الجزائر لمعرفة مدى توفرها أو إمكانية صناعتها مستقبلا.

المطلب الأول: التجربة الصينية في بناء سيادة رقمية مستقلة

أولا: الحجم والموقع في الاقتصاد الرقمي العالمي

بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية الصيني 2.2 تريليون دولار عام 2023 بمعدل نمو 11.9%، وهو ما يمثل 33.4% من إجمالي السوق العالمي البالغ 3.99 تريليون دولار في العام ذاته. وتباع أكثر من ربع سلع الاستهلاك الصينية عبر الإنترنت، أي ما يقارب ضعف المتوسط العالمي.¹ وتستحوذ منصتا علي بابا و JD.com على 46% و 27.2% من سوق التجزئة الإلكترونية على التوالي.²

¹Statista, "E-Commerce in China: Statistics and Facts", Statista Research Department.2024 , تشير البيانات إلى أن أكثر من ربع سلع الاستهلاك الصينية تباع عبر الإنترنت عام 2023، وهو ما يقارب ضعف المتوسط العالمي.

²Alibaba Group, Annual Report 2023, Alibaba Group Holding Limited, Hangzhou.2023 ,

غير أن ما يستدعي الوقوف عنده في هذه الأرقام ليس حجمها فحسب بل السياق الاستراتيجي الذي أفرزها. فالصين لم تصبح أكبر سوق للتجارة الإلكترونية في العالم نتيجة تطور تلقائي لقوى السوق وحدها بل نتيجة توجيه سياسي واع جعل من الاقتصاد الرقمي أداة لخدمة مشروع وطني أشمل.

ثانيا: النموذج الاستراتيجي وعلاقته بمفهوم السيادة الرقمية

في مواجهة التوسع السريع لمنصات التجارة الإلكترونية الأمريكية عالميا في مطلع الألفية الثالثة، اختارت الصين مسارا مغايرا يتمثل في بناء فضاء رقمي وطني مستقل يعمل وفق قواعده الخاصة بدلا من الاندماج في منظومة رقمية تهيمن عليها شركات أجنبية. وقد أفرز هذا الخيار منظومة رقمية وطنية متكاملة تضم علي بابا "Alibaba" في التجارة الإلكترونية وتنسنت "Tencent" في التواصل الاجتماعي والمدفوعات و بايدو "baidu" في البحث الرقمي. والأهم أن الدولة الصينية تعاملت مع هذه الشركات بوصفها فاعلين استراتيجيين في مشروع وطني لا مجرد مؤسسات خاصة تسعى للربح.

وتجدر الإشارة إلى أن هذا النموذج لا يخلو من إشكاليات، فالرقابة المفروضة على الفضاء الرقمي أثارت انتقادات واسعة على صعيد الحريات المدنية، كما أن استهداف الحكومة لكبرى شركاتها التكنولوجية مثل " غرامة 2.8 مليار دولار التي فرضت على علي بابا عام 2021 " كشف عن توترات حقيقية بين منطق الدولة ومنطق السوق. لكن مع ذلك يبقى النموذج الصيني الأكثر قابلية للدراسة من حيث نجاحه في بناء القوة الهيكلية الرقمية.

ثالثا: الطريق الرقمي بوصفه أداة للقوة الهيكلية الخارجية

لا تقتصر التجربة الصينية في الاقتصاد الرقمي على أبعادها الداخلية فحسب بل امتدت إلى ما يعرف بمبادرة الطريق الرقمي وهي الذراع التكنولوجية لمبادرة الحزام والطريق. ومن خلالها تصدر الصين نموذجها الرقمي إلى دول أفريقيا وآسيا الوسطى وأمريكا اللاتينية عبر توفير البنية التحتية للاتصالات وأنظمة الدفع والمنصات الحكومية الرقمية.¹ وفي ضوء إطار سترايج النظري يتضح أن هذا التصدير ليس تجاريا بالمعنى الضيق بل هو تصدير للبنى والقواعد الحاكمة للفضاء الرقمي في الدول المستفيدة.² فالاعتماد على البنية التحتية الصينية سواء في شبكات الاتصال أو

تحتل علي بابا 46% من سوق التجزئة الإلكترونية في الصين عام 2023، و JD.com 27.2%.

¹UNCTAD, Digital Economy Report 2024, United Nations, Geneva, 2024, p. 12.

² Strange, op. cit., p. 26.

منظومات الدفع أو المنصات الحكومية يدخل هذه الدول تلقائيا في فلك التبعية الرقمية، وهي تبعية لا تفرض بالقوة الصريحة بل عبر القبول الضمني بالقواعد الاستراتيجية لجهة التصنيع وهو ما يمثل الجوهر الحقيقي للقوة الهيكلية.

رابعاً: ما تقدمه التجربة الصينية للحالة الجزائرية

الدرس الذي تقدمه التجربة الصينية للجزائر لا يتمثل في استنساخ النموذج إذ تختلف السياقات اختلافا جوهريا من حيث الحجم والإمكانات والنظام السياسي. بيد أن ما هو قابل للاستخلاص هو المبدأ الجوهري الذي يحكم هذا النموذج حيث يمكن للدولة أن تلعب دورا توجيهيا في بناء الاقتصاد الرقمي الوطني وتوجيهه نحو هدف استراتيجي محدد، شريطة توفر رؤية واضحة وإرادة سياسية مستدامة وهذا المبدأ قابل للتطبيق بمعزل عن الحجم والإمكانات.¹

المطلب الثاني: التجربة النرويجية في التحول الرقمي كبديل عن الاقتصاد الريعي

أولاً: السياق الاستراتيجي للتحول الرقمي النرويجي

تكتسب التجربة النرويجية أهمية استثنائية في سياق هذه الدراسة لأنها تجسد بدقة المعادلة التي تواجهها الجزائر اليوم والمتمثلة في كيفية تحويل الثروة الهيدروكربونية إلى رافعة لبناء سيادة رقمية مستدامة. فالنرويج دولة تعتمد صادراتها على النفط والغاز الطبيعي مثل الجزائر، حيث تشكل عائدات المحروقات ما يزيد على 14% من ناتجها الداخلي الخام و40% من صادراتها.²

غير أن ما يميزها هو قرارها السياسي المبكر عام 1990 بإنشاء صندوق الثروة السيادي الحكومي المعروف بـ"صندوق النفط (Government Pension Fund Global)" بوصفه آلية لتحويل الربح النفطي إلى رأسمال استراتيجي مستدام يخدم الأجيال القادمة.³ وقد بلغت أصول هذا الصندوق نحو 1.6 تريليون دولار عام 2024، ليكون أكبر صندوق سيادي في العالم.⁴

¹ OECD, Measuring the Digital Transformation, op. cit., p. 45.

² Statistics Norway (SSB), Key Figures for the Norwegian Economy 2024 (Oslo: Statistics Norway 12, 2024)

³ Norges Bank Investment Management (NBIM), The Government Pension Fund Global: History and Mandate (Oslo: NBIM4, 2023)

⁴ Norges Bank Investment Management (NBIM), Annual Report 2024 (Oslo: NBI .6, 2024)

ولا تكمن أهمية الصندوق السيادي النرويجي في ضخامة حجمه و إنما في كيفية توظيفه، حيث ان النرويج لم تكتف بادخار عائدات النفط بل وجهت جزءا منها نحو بناء اقتصاد معرفي رقمي مستدام يضمن الاستمرارية بعد نضوب الثروة الطاقوية التي تملكها. وهذا التوجه لا يمثل استراتيجية لبناء القوة الهيكلية بمفهوم سترانج اذ تهدف من خلالها النرويج إلى الانتقال من موقع الدولة التي تبيع المورد الخام إلى موقع الدولة التي تُصدر المعرفة التكنولوجية والحلول الرقمية.

ثانيا: المؤشرات الكمية لسوق التجارة الإلكترونية النرويجي

بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية في النرويج نحو 8.1 مليار دولار عام 2024 ومن المتوقع أن يتجاوز 11.2 مليار دولار بحلول 2029 بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 6.7%¹. وتشكل مبيعات التجارة الإلكترونية ما يقارب 24% من إجمالي مبيعات التجزئة والتي تعتبر من أعلى النسب المسجلة في أوروبا.²

ويظهر اثر النموذج النرويجي دوليا في نجاحه في فرض واقع مجتمع خالي من النقد "**Cashless Society**"، حيث توضح بيانات البنك المركزي النرويجي انخفاض التداول المادي للعملة الى ما دون 2% من اجمالي معاملات التجزئة و التجارة الالكترونية. هذا الضبط المصرفي الشامل جاء نتيجة الاعتماد الكامل على منظومة دفع وطنية متكاملة طورتها النرويج يقودها تطبيق Vipps الذي يستخدمه أكثر من 4.2 مليون مستخدم أي ما يعادل 77% من السكان النرويجيين، محققا ما يتجاوز 1.7 مليار معاملة سنوياً.³ ويُجسد هذا النجاح ما تعنيه سترانج بالسيادة في بنية المال، إذ باتت النرويج تدير الجزء الأكبر من معاملاتها الرقمية المحلية عبر منصة وطنية لا تخضع للهيمنة الغربية الكاملة لشبكتي Visa و Mastercard.

وتبلغ نسبة انتشار الإنترنت في النرويج 99% عام 2024 مستقرة بذلك ضمن المعدلات الاعلى عالميا ، فيما تتجاوز نسبة استخدام الخدمات الحكومية الرقمية 94% من إجمالي المواطنين.^[9] وقد رصدت تقارير الاتحاد الدولي للاتصالات لعام 2023 أن النرويج في صدارة مؤشر التنمية الرقمية العالمي ضمن الفئة المتقدمة و الأعلى اداء تقنيا.⁴

¹ Statista, "E-Commerce in Norway: Statistics and Facts," Statista Research Department, 2024 ,

² E-commerce Europe, European E-commerce Report 2024 (Brussels: E-commerce Europe ,2024 .45)

³ Vipps MobilePay, Annual Report 2023 (Oslo: Vipps MobilePay ,2024)

⁴ International Telecommunication Union (ITU), Measuring Digital Development: Facts and Figures 2024 (Geneva: ITU Publications)7 ,2024)

ثالثاً: العوامل البنوية لنجاح النموذج النرويجي

يتميز النموذج النرويجي في مجال التحول الرقمي بجملة من العوامل البنوية التي تجعله حالة دراسية بامتياز في مجال توظيف الريع لصناعة القوة الهيكلية الرقمية.

أ - دور الصندوق السيادي:

اعتمد نجاح النموذج النرويجي على قرار سياسي واضح بعدم انفاق اموال النفط مباشرة في الاستهلاك اليومي، وتوجيه هذه العوائد بدلا من ذلك للاستثمار في البنية التحتية الرقمية و مشاريع التكنولوجيا والابتكار، وهذا الاختيار حمى الاقتصاد النرويجي من التبعية التامة لأسعار النفط و قد حول ثروة مؤقتة الى استثمار طويل المدى يضمن بقاء الدولة بقوة حتى بعد نهاية عصر النفط.

ب - رقمنة الخدمات الحكومية:

أطلقت الحكومة النرويجية عام 2016 استراتيجيتها الوطنية للرقمنة التي لم تكن مجرد محاولة لتسهيل المعاملات الادارية فحسب بل ركزت بشكل أساسي على بناء ثقة المواطن في المنظومة الرقمية بأسرها.¹ هذا الدمج بين التكنولوجيا والإدارة غير سلوك المستهلكين تماما، حيث تحول الدفع الإلكتروني من مجرد خيار متردد الى ممارسة يومية طبيعية ومستقرة في حياة المواطن.

ج - بناء منصات دفع محلية

يظهر التطبيق العملي لنظرية " القوة الهيكلية" عند سوسان سترانج في قدرة النرويج على بناء منصات وطنية سيادية تنافس الشركات و المنصات العالمية العابرة للحدود. فمشروع تطبيق Vipps لم يكن استجابة دفاعية بل كان نتيجة استراتيجية تعاون مشتركة بين أكبر البنوك النرويجية وبدعم حكومي ضمني لحماية السوق المحلية من هيمنة شركات التكنولوجيا الأمريكية الكبرى على البيانات و المدفوعات. وهذا بالضبط ما يعنيه غيلبان بـ "الدولة الاستراتيجية" التي توظف الاقتصاد أداة لتعزيز نفوذها و استقلالها السياسي.

¹ Norwegian Ministry of Local Government and Modernisation, National Strategy for Digital Government 2016–2020 (Oslo: Norwegian Ministry of Local Government and Modernisation , 3 ,2016)

رابعاً: ما تقدمه التجربة النرويجية للحالة الجزائرية

تقدم التجربة النرويجية نموذجاً عملياً يتماشى مع التحديات الاقتصادية للجزائر بسبب التشابه في الاعتماد على عوائد النفط و الغاز، و تظهر هذه المقارنة ان التحدي الحقيقي يرتبط بطريقة توجيه الثروة و استغلالها لبناء اقتصاد رقمي مستدام و تجاوز نمط الاعتماد على تصدير المواد الخام. و في هذا السياق تقدم التجربة النرويجية للجزائر دروساً تتمثل في :

الدرس الأول: الاستغلال المالي لعوائد الطاقة

تؤكد التجربة النرويجية ان عوائد المحروقات يمكن ان تكون قاعدة قوية لدعم التحول التكنولوجي بشرط وجود إرادة سياسية و تسيير مؤسسي يمنع توجيه هذه الاموال نحو الانفاق الاستهلاكي السريع واستنزافها. و الجزائر تملك هامشاً مالياً كبيراً يظهر في حجم صادراتها الطاقوية التي بلغت قرابة 45 مليار دولار عام 2024، وهو امتياز افتقدته دول أخرى مثل رواندا التي بنت تجربتها بموارد محدودة، ومن هنا فان اهمال هذه الميزة المالية دون استغلالها في تشييد بنية رقمية وطنية يمثل فرصة ضائعة ترفع من تكلفة التنمية على المدى الطويل.

الدرس الثاني: السيادة على منظومة الدفع الرقمي ضرورة هيكلية

بوضح نجاح تطبيق (Vipps) النرويجي ان حماية التعاملات المالية والبيانات المحلية تتحقق من خلال طرح بدائل تقنية وطنية قوية قادرة على كسب ثقة المستهلك دون الحاجة الى اغلاق الاسواق امام المنافسة الدولية. هذا النموذج يتطابق مع الاحتياجات الحالية للجزائر، حيث تسيطر مؤسسة بريد الجزائر على نسبة 80.5% من اجمالي البطاقات النقدية المتداولة في السوق ويكمن التحدي الاساسي امام صانع القرار في نقل هذا الانتشار الواسع من مجرد وسيلة تقليدية لسحب السيولة من اجهزه الصراف الالي الى منصبه دفع رقمي متكامله تدعم نمو تجاره الالكترونيه وتملك القدره على التوسع والمنافسه اقليميه وقاريا .¹

¹ نسرين شارف، المديرة الفرعية لمديرية ترقية التجارة الإلكترونية، وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، وثيقة عمل رسمية مقدمة خلال التربص الميداني (الجزائر، أبريل 2026)، الجدول رقم 2: إجمالي البطاقات 22,336,752 في فبراير 2026، منها 17,981,731 بطاقة ذهبية (80.5%).

المطلب الثالث: التجربة الرواندية في التحول الرقمي بإمكانيات محدودة

أولاً: السياق التنموي للتجربة الرواندية

تستحق التجربة الرواندية في مجال الاقتصاد الرقمي دراسة مستقلة ليس لأنها الأكثر تقدماً أو الأضخم حجماً بل لأنها تقدم دليلاً عملياً على أن التحول الرقمي ممكن في سياقات محدودة الموارد عند توفر استراتيجية وطنية واضحة. فرواندا دولة حبيسة لا منفذ بحري لها ونتاجها الداخلي الخام محدود مقارنة بالدول التي تدرس عادة في أدبيات التحول الرقمي ومع ذلك نجحت في بناء منظومة رقمية وطنية متماسكة خلال أقل من ثلاثة عقود.

ثانياً: استراتيجية التحول الرقمي الوطنية

في عام 2000 أطلقت الحكومة الرواندية رؤية 2020 التي أدرجت التكنولوجيا الرقمية بوصفها محورياً مركزياً في التنمية الوطنية. وعلى مدى عقدين جرى تنفيذ هذا التوجه من خلال جملة من الإجراءات المتكاملة:

مد أكثر من 3000 كيلومتر من شبكة الألياف البصرية الوطنية.

بناء بوابة الخدمات الحكومية الإلكترونية "إيرامبو" التي تضم 88 خدمة متكاملة.

تطوير استراتيجية وطنية للتجارة الإلكترونية للفترة 2023-2028 تستهدف

تمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودعم التكامل التجاري الأفريقي.¹

وقد جاءت رؤية 2050 لتعمق هذا التوجه الاستراتيجي حيث تستهدف رواندا رفع إسهام قطاع تكنولوجيا المعلومات في الناتج المحلي الإجمالي من 3% حالياً إلى 15% بحلول عام 2030، والانتقال إلى مرتبة دولة ذات دخل متوسط مرتفع بحلول عام 2035.²

ثالثاً: المؤشرات الكمية في ضوء الإمكانيات المتاحة

بلغت نسبة انتشار الإنترنت في رواندا 63.9% عام 2023 متجاوزة متوسط أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى البالغ 53% وإن بقيت دون المتوسط العالمي 92%.³ وحقق الناتج الداخلي الإجمالي الرواندي نمواً بلغ 7.9% عام

¹Government of Rwanda / Ministry of Finance and Economic Planning (MINECOFIN), Vision 2050, Kigali, 2020, p. 4.

²Rwanda Ministry of ICT and Innovation (MINICT), ICT Sector Strategic Plan 2024-2029, Kigali, 2024, p. 8.

³WTO / World Bank, Digital Trade for Africa: Rwanda — An Assessment of Digital Trade Readiness, Geneva, 2025, p. 7.

2024 وهو ما يقارب ضعف متوسط المنطقة. ولا تزال حصة رواندا من صادرات تكنولوجيا المعلومات الأفريقية محدودة إذ لم تتجاوز 18 مليون دولار عام 2022 مما يعني أن المسار الرقمي الرواندي لا يزال في طور البناء ولم يبلغ نضجه التصديري بعد.

وما يجعل هذه الأرقام دالة في إطار المقارنة هو قياسها بالإمكانيات المتاحة لا بالأرقام المطلقة فرواندا حققت نسبة انتشار إنترنت أعلى من المتوسط الإقليمي رغم افتقارها لكل المزايا الجغرافية والتاريخية التي تتمتع بها دول أخرى مما يشير إلى أن جودة الاستراتيجية الرقمية الوطنية عامل تفسيري أقوى من مجرد الموارد المادية المتاحة.

رابعا: ما تقدمه التجربة الرواندية للحالة الجزائرية

تكتسب التجربة الرواندية أهمية تحليلية خاصة في السياق الجزائري لأنها تعالج مباشرة حجة كثيرا ما تساق في مواجهة مقترحات الإصلاح الرقمي وهي أن غياب الإمكانيات الكافية يشكل عائقا أمام التحول. والحالة الرواندية تثبت خلاف ذلك فالإمكانيات المادية المحدودة لا تلغي إمكانية التحول الرقمي الاستراتيجي بل إن ضيق هذه الإمكانيات يزيد من الحاجة إليه لا العكس.

ويضاف إلى ذلك أن التجربة الرواندية تجسد ما يمكن تسميته بـ"المعادلة المعكوسة في التنمية الرقمية"، فرواندا لم تنتظر تحقيق التنمية الاقتصادية لتبدأ التحول الرقمي بل جعلت من التحول الرقمي أداة لتحقيق هذه التنمية. وهذا التسلسل المنطقي هو ما تحتاج إليه الجزائر في بناء استراتيجيتها الرقمية.

جدول 1: المقارنة المنهجية بين التجارب الدولية الثلاث على ضوء مؤشرات التجارة الإلكترونية والتموقع الدولي

المعيار	الصين	النرويج	رواندا
حجم سوق التجارة الإلكترونية	2.2 تريليون دولار (2023)	8.1 مليار دولار (2024)	ناشئ / محدود الأرقام الرسمية
الحصة من السوق العالمي	33.4%	قائد اوروبي في معدلات الانتشار الرقمي	أقل من 1% من الصادرات الرقمية الأفريقية
نسبة مبيعات التجزئة الإلكترونية	27.6% من إجمالي التجزئة (2023)	24% من إجمالي التجزئة (2024)	في طور البناء

المعيار	الصين	النرويج	رواندا
النموذج الاستراتيجي المتبع	سيادة رقمية وتصدير النموذج	توظيف الربيع النفطي لبناء اقتصاد رقمي سيادي	قفزة تنموية ورقمنة الخدمات
الدرس الرئيسي للجزائر	الدولة كفاعل استراتيجي في توجيه الاقتصاد الرقمي	الربيع النفطي رأسمال استراتيجي لا استهلاكي وبناء منصات دفع وطنية سيادية	الإرادة السياسية تسبق توفر الإمكانيات

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى تقارير UNCTAD (2021, 2024)، GlobalData (2024)، EZDubai/Euromonitor (2024)، WTO/World Bank (2025).

يتبين من الجدول أعلاه أن الفارق بين التجارب الثلاث لا يعود إلى الحجم وحده بل إلى طبيعة الاستراتيجية الوطنية المتبعة ودرجة انسجامها، فالصين وظفت قدرتها الرقمية المستقلة أداة للتوسع في بنى القوة الهيكلية الدولية، والنرويج استخدمتها لتحويل ريعها النفطي من مورد عابر إلى رأسمال استراتيجي رقمي مستدام عبر صندوقها السيادي ومنظومة دفعها الوطنية، ورواندا وظفت اتساق سياستها الوطنية للتجاوز التدريجي لقيود مواردها. وفي جميع الحالات يبرز الوضوح الاستراتيجي بوصفه العامل المشترك والحاسم.

جدول 2 الإمكانيات الاستراتيجية للجزائر في ضوء المؤشرات المقارنة

المؤشر	الوضع الراهن	الإمكانيات الاستراتيجية
حجم السوق الإلكتروني	1.296 مليار دولار (2024)	2.05 مليار دولار بحلول 2029 بمعدل نمو 9.62%
الموقع الجغرافي	بوابة أفريقيا والمتوسط وأوروبا	منصة لوجستية إقليمية محتملة
الكتلة السكانية	46 مليون نسمة بأغلبية شبابية	قاعدة مستهلكين رقميين غير مستثمرة
انتشار الهاتف المحمول	108% (2024)	أرضية تقنية لتجارة إلكترونية عبر الهاتف

المؤشر	الوضع الراهن	الإمكانية الاستراتيجية
الإطار التشريعي	القانون 05-18 (موجود وتطبيقه منقوص)	تفعيل كامل مع إصلاح منظومة الدفع

المصدر: من إعداد الباحث استنادا إلى (Statista (2024) UNCTAD eTrade Readiness (2021)، بيانات وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية (2025).

الاستخلاصات المقارنة وانعكاساتها على الحالة الجزائرية

تكشف قراءة التجارب الدولية الثلاث أن الجزائر تمتلك من المقومات ما يؤهلها لدور أكثر فاعلية في الاقتصاد الرقمي الإقليمي والدولي، فهي تتمتع بحجم سوق داخلي يقدر بـ1.296 مليار دولار عام 2024 بمعدل نمو متوقع 9.62%¹ وكتلة سكانية تتجاوز 46 مليون نسمة بأغلبية شبابية، وموقع جغرافي استراتيجي يجعلها بوابة طبيعية بين أفريقيا جنوب الصحراء وأوروبا والمتوسط، وثروة طاقوية توفر هامشا ماليا للتحول يفتقر إليه غيرها من الدول النامية.

بيد أن هذه المقومات لا تتحول تلقائيا إلى موقع استراتيجي متميز بل تستلزم استراتيجية وطنية واضحة توجه الانخراط في الاقتصاد الرقمي وتحدد أولوياته. فالتجربة الصينية تعلم أن الدولة قادرة على أن تكون فاعلا لا مجرد منظم، والتجربة النرويجية تعلم أن الربيع النفطي لا يتحول تلقائيا إلى قوة رقمية بل يستلزم آلية مؤسسية واضحة تحوله من استهلاك آني إلى استثمار استراتيجي في البنية الرقمية والمنصات الوطنية السيادية.

وتبقى الجزائر في مرحلة "الاستهلاك الرقمي" وليس "الإنتاج الرقمي" حيث تستهلك منصات مبنية خارجها وتغذي بواسطة بياناتها أنظمة لا تسيطر عليها، لكن الواقع ليس ثابتا بالضرورة بل هو محصلة غياب الاستراتيجية التي يثبت الفصل الثالث من هذه الدراسة أن بعض ملامحها بدأت تتشكل مؤسسيا، وإن بقيت ترجمتها إلى قوة هيكلية فعلية رهينة بإصلاحات بنيوية أعمق.²

¹Statista, "eCommerce — Algeria", Statista Market Forecast.2024 ,

يقدر سوق التجارة الإلكترونية الجزائري بـ1.296 مليار دولار عام 2024 بمعدل نمو متوقع 9.62% حتى 2029.

² UNCTAD, E-Commerce and Development Report 2020, op. cit., p. 4.

خلاصة الفصل الأول

أسس هذا الفصل الإطار النظري والمفاهيمي الذي تنطلق منه الدراسة في تحليل موقع الجزائر من الاقتصاد الرقمي الدولي، وقد جرى ذلك عبر ثلاثة مستويات متكاملة.

حيث أثبت المبحث الأول أن التجارة الإلكترونية ليست ظاهرة تقنية معزولة، بل امتداد لتحويلات بنيوية أعادت تعريف طبيعة القيمة وآليات إنتاجها في الاقتصاد العالمي. وقد كشف التطور التاريخي لهذه الظاهرة وتعدد أشكالها وأساليب قياسها أن الدول النامية تعاني من هشاشة منهجية حتى في طريقة قياسها لهذا القطاع، وأن الجزائر ليست استثناء من هذا النمط.

أما المبحث الثاني فقد أجرى النقلة النوعية الحاسمة للدراسة، فقد بين أن مفهوم القوة العلائقية الكلاسيكي عاجز عن استيعاب ديناميكيات الهيمنة الرقمية. وقد أثبتت أطروحة سترانج حول القوة الهيكلية أن التجارة الإلكترونية تتشابه مع البنى الأربع " الإنتاج والمال والمعرفة والأمن " في آن واحد، وأن من يملك المنصة يتحكم في شروط السوق دون إكراه مباشر، ومن يملك أنظمة الدفع يرسم حدود التبادل، ومن يملك البيانات يمتلك المعرفة الاستراتيجية. وقد أضاف غيلبين بُعد الدولة بوصفها فاعلا استراتيجياً يوظف الاقتصاد أداة للقوة لا غاية في حد ذاتها، فيما وضع واليرستين الجزائر في سياقها التاريخي بوصفها دولة شبه هامش تسعى للانتقال بين مستويات تراتبية لا تُغيّر بالتمني.

وأسقط المبحث الثالث هذا الإطار على ثلاثة نماذج دولية حية، فكشفت التجربة الصينية أن بناء السيادة الرقمية قرار سياسي استراتيجي بامتياز لا مجرد تطور تلقائي، وأثبتت التجربة النرويجية أن التحول الرقمي يمكن أن يكون بديلا فعليا عن الاقتصاد الريعي، وأكدت التجربة الرواندية أن محدودية الموارد لا تُعفي من الإرادة الاستراتيجية. والدرس المشترك لهذه النماذج الثلاثة هو أن التموقع في بنى القوة الهيكلية الدولية لا ينتظر نضج الظروف بل يُصنع بقرارات مبكرة وصبر استراتيجي.

وتخلص الدراسة من هذا الفصل إلى أن السؤال الحقيقي الذي يواجه الجزائر ليس ما إذا كانت التجارة الإلكترونية تؤثر في بنى القوة الدولية فهذا أصبح واضحا بل ما إذا كانت الجزائر تمتلك الأدوات والإرادة لتوظيف هذه الأداة لصالحها. وهو ما سيتكشف عبر التشخيص الميداني للفصل الثاني.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

تمهيد الفصل:

انطلاقاً من الطرح النظري للفصل الأول الذي ناقش التجارة الإلكترونية كمسألة قوة دولية، يتجه هذا الفصل نحو تحديد موقع الجزائر فعلياً من هذه المعادلة ورصد طبيعة المحيط الاقتصادي الرقمي الذي تشتغل فيه.

و يسعى هذا الفصل إلى الإجابة عن هذا التساؤل عبر مقارنة تحليلية مزدوجة تجمع بين مستويين متكاملين، الأول هو المستوى المؤسسي والتشريعي الذي يرصد ما بنته الدولة من منظومة قانونية وهياكل مؤسسية لتأطير القطاع، والثاني هو مستوى التحديات البنيوية الميدانية الذي يكشف أين تنكسر هذه المنظومة أمام واقع السوق.

ويتوزع الفصل على ثلاثة مباحث مترابطة، يتناول الأول المنظومة التشريعية الجزائرية بدءاً من القانون 05-18 وصولاً إلى المرسوم الرئاسي 25-320، مبيناً كيف تحول منطق النصوص تدريجياً من ضبط السوق والرقابة عليها إلى استرداد السيادة الرقمية. ويشرح المبحث الثاني الهندسة المؤسسية للقطاع عبر تحليل دور وزارة التجارة وجمعية البنوك و بريد الجزائر بوصفها أعمدة هذه المنظومة. ثم يفكك المبحث الثالث التحديات البنيوية الحقيقية التي تفصل بين طموح النصوص وواقع الأداء والامتثال الميداني، والمتمثلة أساساً في أزمة الثقة النقدية وضعف الشبكات اللوجستية، وتمدد الاقتصاد الرقمي الموازي. وتنتهي رحلة الفصل بفتح أفق استراتيجي حول الفرص التي تتيحها الإمكانيات الجزائرية الفعلية وإطار AfCFTA الإقليمي تمهيداً للفصل الميداني الأخير.

المبحث الأول: المنظومة التشريعية والمؤسسية

يشكل الإطار التشريعي والمؤسسي البيئة التي تحدد مسبقاً من يستطيع الدخول إلى سوق التجارة الإلكترونية وبأي شروط وتحت أي رقابة. ومن منظور الاقتصاد السياسي الدولي لا يقتصر دور هذا الإطار على الضبط الداخلي فحسب بل يحدد درجة السيادة الهيكلية التي تملكها الدولة على فضاءها الرقمي في مواجهة الفاعلين العابرين للحدود. فالدولة التي لا تتحكم في هوية متعاملها الرقميين وبيانات معاملاتهم وآليات دفعهم تفقد تدريجياً أبرز روافع القوة الهيكلية في الاقتصاد الرقمي كما تصفها سترانج ببنية الانتاج وبنية المعرفة.

وينطلق هذا المبحث من هذه الإشكالية ليدرس المنظومة التشريعية والمؤسسية الجزائرية ليس بوصفها سرداً قانونياً محايداً، بل بوصفها مؤشراً على مدى قدرة الدولة على بناء أدوات القوة الرقمية. ويتناول المطلب الأول البنية التشريعية وقدرتها على إنتاج السيادة القانونية، ثم يحلل المطلب الثاني التوزيع المؤسسي، قبل أن يختتم المطلب الثالث بقراءة نقدية في الفجوة بين ما تدعيه البنية القانونية من قوة وما تنتجه فعلياً.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

المطلب الأول: القانون رقم 18-05 اطاره القانوني ودلالاته السيادية

اولا: منطق التشريع وأهدافه السيادية

صدر القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في 10 ماي 2018 في سياق نمو سريع لنشاط تجاري رقمي كان يجري خارج نطاق الرقابة والإحصاء الرسميين.¹ غير ان قراءة هذا القانون من منظور العلاقات الدولية لا تقتصر على الوصف التشريعي فحسب فان السؤال الحقيقي هو: " هل أتاح هذا القانون للدولة الجزائرية أدوات التحكم في بنيتي الإنتاج والمعرفة الرقمتين اللتين تتحدث عنهما سترانج؟"²

الإجابة تكشف عن توتر بنيوي فان القانون يرسم مشروع سيادة رقمية ويقره نظريا، بيد أن آليات التطبيق تبقى دون المستوى الكافي لتحويل هذا المشروع الى قوة هيكلية فعلية. ويتجلى ذلك في ثلاثة اهداف يسعى القانون الى تحقيقها:

- إلزام التاجر الرقمي بأن يكون "مرئيا" أمام المستهلك والدولة معا

- ربط المعاملات الالكترونية بمنظومة الدفع الرسمي

- منح الدولة بيانات المعاملات الشهرية التي تحول التجارة الالكترونية من فضاء مجهول إلى مصدر معرفة اقتصادية قابل للتوجيه وهو الأكثر صلة بموضوع هذه الدراسة

ثانيا: الآليات التشريعية وأثرها على السيادة الرقمية

تعمل آليات القانون 18-05 على ثلاثة مستويات متكاملة :

يتعلق الاول بالزامية الافصاح حيث تلزم المادة 11 كل مورد الكتروني بنشر بيانات تعريفه الكاملة من سجل تجاري ورقم جبائي وعنوان مادي والكتروني وشروط البيع والاسترجاع. ويخلق هذا "أثر الشفافية" الذي يفيد المستهلك مباشرة ويمكن الدولة من الرقابة.³

¹الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، 2018، المواد 3-6.

²Susan Strange, States and Markets, Pinter Publishers, London, 1988, pp. 30-24 .

تحدد سترانج أربع بنى للقوة الهيكلية: الأمن والإنتاج والمال والمعرفة. وبنية المعرفة — التحكم في المعلومات وقنوات تدفقها — هي الأكثر تأثيرا في الاقتصاد الرقمي المعاصر.

³المرجع نفسه، المادة 11 (الاعلام المسبق للمستهلك).

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

ويتعلق المستوى الثاني بالزامية الانتساب المحلي اي اشتراط نطاق "dz." وفق المرسوم 20-70 ليس قرارا تقنيا عابرا و لا يمكن اختزاله في بعد تقني بحت، بل هو اجراء سيادي ييقي استضافة البيانات داخل الولاية القانونية للدولة الجزائرية بما يوفر من حيث المبدأ حماية للبيانات الوطنية من الاستخدام الخارجي.¹

يتعلق المستوى الثالث بانفتاح محدود على العالم الخارجي حيث تجيز المادة 7 للجزائريين الشراء من مواقع اجنبية و تتيح للتجار الجزائريين تلقي مدفوعات خارجية وهو ما يعكس إدراكا بضرورة الاندماج في الاقتصاد الرقمي الدولي، لكن ضمن منطق يسعى إلى الحفاظ على الحد الأدنى من التحكم الوطني في مسارات التدفق المالي و البياني بدل الانخراط غير المشروط في البنى الرقمية العابرة للحدود.²

و تشكل هاته المستويات الثلاثة الهيكل التشريعي الأساسي الذي حاولت الدولة من خلاله موازنة متطلبات التحديث الاقتصادي مع حتمية الرقابة السيادية: وهو هيكل لا يتحرك بمفرده بل يستند الى بيئة قانونية مكملّة أوسع نطاقا .

ثالثا: القوانين والمراسيم المكملّة لتنظيم التجارة الإلكترونية

لا يعمل القانون 18-05 في فراغ تشريعي بل يندرج ضمن منظومة نصوص متكاملة. والقراءة التحليلية لهذه المنظومة تكشف عن مسار تطور لافت، فقد بدأت النصوص الاولى بالهدف التنظيمي البسيط من حماية المستهلك وضبط السوق، ثم تحولت تدريجيا نحو هدف أعمق وأكثر حساسية وهو السيادة الرقمية. و يجسد هذا التحول بوضوح المرسوم الرئاسي 25-320 (ديسمبر 2025) حول حوكمة البيانات الذي يرسي صراحة مبدأ أن بيانات المواطنين أصل سيادي للدولة.³

¹ المرجع نفسه، المادة 9 (شروط نطاق "dz." والتسجيل).

² المرجع نفسه، المادة 7 (الدفع بالعملة الصعبة في المعاملات مع الخارج).

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم الرئاسي رقم 25-320 المؤرخ في 30 ديسمبر 2025 المتضمن وضع منظومة وطنية لحوكمة البيانات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. دخل حيز التطبيق في 09 فيفري 2026.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

جدول 3 المنظومة التشريعية للتجارة الإلكترونية في الجزائر " قراءة في السيادة الرقمية"

النص القانوني	موضوعه	دوره في منظومة التجارة الإلكترونية	الدلالة السيادية
ق. 08-04 (2004)	شروط ممارسة الأنشطة التجارية	إدماج التاجر الرقمي في الفضاء الاقتصادي المنظور للدولة	يجعل النشاط الرقمي جزءا من الاقتصاد المرئي للدولة
ق. 03-09 (2009)	حماية المستهلك وقمع الغش	يحمي المستهلك الإلكتروني حين لا ينص 05-18 على حكم خاص	ترسيخ الثقة المجتمعية كشرط لبناء بيئة تجارية رسمية
ق. 04-18 (2018)	البريد والاتصالات الإلكترونية	ينظم البنية التحتية الرقمية	فرض السيادة الكاملة على قنوات تدفق البيانات القومية
ق. 07-18 (2018) / 11-25	حماية البيانات الشخصية	يقيد جمع بيانات الزبائن ومعالجتها	يمنع تسرب البيانات الى جهات خارجية دون موافقة صريحة
ق. 02-26 (2026)	التوقيع الإلكتروني وخدمات الثقة	يمنح قيمة قانونية كاملة للعقود المبرمة عبر الانترنت	أزال عائقا بنيويا كان يجبر المواطن على الحضور المادي للوكالة
م.ت. 19-89 (2019)	سجلات المعاملات CNRC	يلزم المورد بإرسال بيانات مبيعاته و التصريح بها دوريا	آلية بناء المعرفة الاقتصادية
م.ت. 20-70 (2020)	شروط فتح الموقع التجاري	فرض التوطين الإلزامي للمتاجر تحت الامتداد الوطني ((dz.	إجراء سيادي يقيي البيانات تحت الولاية القانونية للدولة
م.ر. 25-320 (2025)	المنظومة الوطنية لحوكمة البيانات	يعلن ان البيانات أصل سيادي استراتيجي للدولة	تحول مفاهيمي من التنظيم التجاري الى بناء السيادة الرقمية الشاملة

المصدر: من اعداد الباحث بالاستناد الى الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ووثائق وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية (2025-2026).

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

تكشف هندسة هذه المنظومة عن نمط إستراتيجي دال يظهر بأنه كلما اتجهنا نحو النصوص الأحدث كلما تحول المنطق التشريعي من ادارة السوق إلى استرداد السيادة الرقمية. فإذا كان القانون 04-08 يهدف الى إدماج التاجر الرقمي في اقتصاد الدولة المرئي و الرسمي ، فقد جاء المرسوم 25-320 ليعلن ان المعاملات الرقمية ذاتها أصبحت موارد استراتيجية يجب أن تبقى تحت السيطرة الوطنية. و في ضوء مفهوم سترانج للقوة الهيكلية يشير هذا الانتقال الى أن الجزائر بدأت تدرك ان المعركة الاقتصادية الكبرى ليست معركة تجارة فحسب بل معركة على من يتحكم في بنية المعرفة الرقمية.

رابعا: حدود الاطار التشريعي

الإقرار بما تمتلكه هذه المنظومة من إمكانيات لا يعفي من تسمية ثغراتها بدقة. فالقانون 18-05 صمم على افتراض ان "المورد الالكتروني" يملك موقعا بنطاق "dz." وسجلا تجاريا رسميا، لكن الواقع مختلف تماما فان معظم النشاط الرقمي يجري على صفحات فيسبوك وانستغرام وواتساب وهي منصات اجنبية لا تنضوي تحت أي شرط من شروط هذا القانون.¹ وهذه ليست ثغرة في الصياغة بل في التصور، فالمرشح الجزائري بنى قانونا لتجارة الكترونية منظمة في حين أن التجارة الرقمية الجزائرية أنتجت نموذجا الخاص المعتمد على منصات التواصل والدفع النقدي عند التسليم.

وما يجعل هذه الثغرة أشد خطورة من مجرد قصور تشريعي هو بعدها السيادي العميق حيث ان كل عملية بيع تجري عبر صفحة فيسبوك جزائرية تنتج بيانات سلوك المستهلك وأنماط الطلب وخريطة الأسعار التي تذهب مباشرة إلى خوارزميات Meta في الولايات المتحدة، لا إلى قواعد بيانات الوزارة أو مديرية الضرائب. وهذا الاعتماد يجسد تماما ما تصفه سوزان سترانج باختراق «بنية المعرفة الهيكلية» حيث ينتج الفضاء الرقمي الوطني معرفة اقتصادية واجتماعية وإستراتيجية بالغة الأهمية لكنها تتراكم وتحلل لدى فاعل تكنولوجي أجنبي يخضع لولاية قضائية خارجية.

وهذا ما يدفع نحو توصية اصلاحية واضحة وهي توسيع تعريف "المورد الالكتروني" ليشمل كل من يبيع عبر أي وسيط رقمي بصرف النظر عن طبيعة المنصة.

المطلب الثاني: الإطار المؤسسي ودور الدولة في ضبط القطاع

لا يمكن للقانون أن ينتج سيادة رقمية بمعزل عن جهاز مؤسسي يمتلك القدرة على فرض سلطة الضبط والتوجيه. ومن هذا يسعى هذا المطلب إلى تشريح الهندسة المؤسساتية الحاضنة للتجارة الإلكترونية في الجزائر للوقوف على كفاءة الأجهزة الرسمية في الانتقال بالقطاع من نمط التسيير التقليدي إلى نمط حركي يخدم التموقع الدولي للدولة.

¹ المرجع نفسه، المادة 7 (الدفع بالعملة الصعبة في المعاملات مع الخارج).

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

أولاً: وزارة التجارة الداخلية والمركز الوطني للسجل التجاري

تضطلع وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية بالإشراف على قطاع التجارة الإلكترونية عبر هيكل مؤسسي مزدوج ذي دلالة استراتيجية تتمثل في المديرية الفرعية لترقية التجارة الإلكترونية من جهة، والمديرية الفرعية لمراقبة التجارة الإلكترونية من جهة أخرى. هذا التقسيم الوظيفي بين الترقية والمراقبة ليس مجرد تنظيم إداري، بل هو خيار يعكس رؤية الدولة لدورها في الفضاء الرقمي فهو يُقر بأن الدولة لا تكتفي بالضبط السلبي (المراقبة) فقط، بل تسعى إلى دفع استراتيجي إيجابي المتمثل في جانب الترقية الذي يبيّن قدرات تكنولوجية وطنية وهو ما يقارب مفهوم الدولة الاستراتيجية كما يصفه غيلبان¹.

وفي قلب العمل الميداني يقع المركز الوطني للسجل التجاري (CNRC) الذي يمسك نظرياً بإحدى أهم أدوات السيادة المعلوماتية وهي البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين المسجلين، حيث فيه تتدفق التقارير الشهرية لمعاملات التجار وتسجل طلبات نطاقات². "dz."

غير أن المعاينة الميدانية أثناء فترة التربص كشفت عن وجود تحديات تنسيقية وإجرائية تحول دون التحصيل الكامل لهذه المعرفة الإحصائية، إذ تبين أن مشروع الربط التقني الآلي بين "قاعدة بيانات المركز" و"مصالح المديرية العامة للضرائب" لا يزال في انتظار استكمال الأطر التنظيمية والترتيبات الإدارية المشتركة اللازمة لتفعيله بالكامل. وتكمن الإشكالية الجوهرية في هذا الانفصال أنه يحد من قدرة الدولة على بناء رؤية إدارية متكاملة و دقيقة لحركة النشاط التجاري الرقمي، فبما أن النظامين غير متصلين رقمياً مع بعضهم يبقى التاجر غير الرسمي يبيع بحرية في "السوق الموازية" عبر منصات التواصل الاجتماعي دون دفع أي سنتيم، بينما يقع التاجر الشرعي المسجل تحت الرقابة المباشرة والبطيئة، مما يشجع على الفوضى التجارية بدلاً من تنظيمها.

هذا الغياب للربط التلقائي يمنع الدولة من الاستفادة من المعاملات الرقمية كبيانات وطنية موحدة لقمع الأسواق الموازية وتعميم الدفع الإلكتروني مما يترك السوق مكشوفاً بالكامل للشركات التكنولوجية الأجنبية مثل "ميتا Meta" (فيسبوك وإنستغرام)

¹Robert Gilpin, The Political Economy of International Relations, Princeton University Press, Princeton, 1987, p.10 .

يصف غيلبان الدولة الاستراتيجية بأنها توظف الاقتصاد أداة لتعزيز قوتها الوطنية.

²نسرين شارف، المديرية الفرعية لمديرية ترقية التجارة الإلكترونية، وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، وثيقة عمل رسمية مقدمة خلال التربص الميداني، الجزائر، إبريل 2026، ص. 46-47.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنوية

وواتساب)، والتي تسجل عبر خوارزمياتها كل تفاصيل سلوك المستهلك الجزائري، قدرته الشرائية وحركة الأسعار، فتعرف عن واقع اقتصادنا الرقمي أكثر مما تعرفه الحكومة نفسها وهو ما يضعف سلطة الدولة في ضبط وتوجيه هذا القطاع الحساس¹.

ويجسد هذا الوضع نمودجا حيا لـ «فجوة التنسيق المؤسسي» حيث تتوفر الجاهزية التقنية وتتوافق معها الإرادة السياسية المعلنة، إلا أن غياب المسار التنظيمي المكمل يمنع ترجمة هذه الإمكانيات إلى قوة هيكلية فعلية على أرض الواقع. وحسب أطروحة سترانج يعكس هذا الواقع افتقار الدولة للقناة الرابطة بين بنية الإنتاج الممثلة في المعاملات التجارية وبنية المعرفة الممثلة في البيانات الجبائية، وهو ما يفرز هشاشة بنوية ترتبط بآليات التنسيق الإداري لا بضعف الإمكانيات المادية.

ثانيا: منظومة الدفع الإلكتروني والرهان السيادي

يتمحور الفاعل الثاني حول منظومة الدفع الإلكتروني المشكلة من ثلاث مؤسسات: الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (ABEF) بوصفها هيئة التنسيق، وشركة النقد الآلي (SATIM) بوصفها المشغل التقني، وتجمع النقد الآلي (GIE Monétique) بوصفه هيئة الرصد الإحصائي².

وتكتسب هذه المنظومة أهمية إستراتيجية مضاعفة من منظور الاقتصاد السياسي الدولي وان ما يجعل هذه المنظومة ذات أهمية سيادية تتجاوز بعدها المصرفي هو أن أنظمة الدفع الإلكتروني ليست أدوات مالية محايدة بل بنية تحتية تحدد من يدخل إلى الاقتصاد الرقمي ومن يُستبعد منه. وقد أثبتت الأزمة الروسية في 2022 أن قطع الوصول إلى شبكتي Visa وMastercard اللتين تهيمنان معا على 63% من المعاملات العالمية³ يعطل اقتصاد دولة بأسرها دون أي مواجهة عسكرية، وهذا هو الجوهر الحي لما تعنيه سترانج بالقوة الهيكلية في بنية المال.

أما الأرقام الميدانية فتقدم صورة ايجابية حيث أكد مراد عباشة " مدير الاتصال والعلاقات الخارجية " في ABEF خلال المقابلة الميدانية أن عدد التجار الحاصلين على المصادقة التقنية من تجمع النقد الآلي لقبول الدفع

¹ ملاحظات ميدانية للباحث خلال فترة التربص في وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، الجزائر العاصمة، 2025-2026. أكد ميدانيا ان الربط التقني بين CNRC والمديرية العامة للضرائب معطل لغياب القرار الوزاري المشترك المنصوص عليه في المرسوم التنفيذي 19-89، المادة 6.

² مراد عباشة، مدير الاتصال والعلاقات الخارجية، الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (ABEF)، مقابلة ميدانية نصف موجهة، الجزائر العاصمة، ابريل 2026. الأرقام مستقاة مباشرة من بيانات تجمع النقد الآلي (GIE Monétique).

³ Nilson Report, Global Card Network Market Statistics, May.2023

فيما 39% وماستركارد 24% من اجمالي معاملات الشراء على الشبكات العالمية عام 2022، وفق هذا التقرير.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

بالبطاقة عبر الإنترنت انتقل من 4 تجار في بداية 2016 إلى ما يزيد على 700 تاجر وقت المقابلة¹. وتؤكد وثيقة نسرين شارف المديرية الفرعية للمديرية الفرعية

لترقية التجارة الإلكترونية أن هذا العدد بلغ 859 تاجرا ويب منخرط في نظام الدفع عبر الأنترنت في فيفري 2026.² ثمة تمييز مفاهيمي جوهري لا يمكن إغفاله هو أن هؤلاء 859 هم تحديدا التجار المعتمدين تقنيا لقبول الدفع الإلكتروني بالبطاقة، وليسوا مجموع التجار الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري الذي يفوق هذا الرقم بكثير، وهو تمييز يكشف أن جل التجار الرقميين يملكون وجودا رسميا لكنهم يعملون خارج منظومة الدفع المؤسسي. وهذا النمو بمعامل 54x خلال تسع سنوات يكشف عن قابلية المنظومة للتوسع التدريجي، غير أن كلفة الاندماج في القنوات الرسمية و متطلبات الامتثال التنظيمي لا تزال تشكل عائقا أمام شريحة واسعة من صغار التجار مما يقي كثيرا منهم في هذا الفضاء غير الرسمي.

ثالثا: وزارة البريد والمواصلات و بريد الجزائر

تضطلع وزارة البريد والمواصلات برسم السياسة العامة لقطاع الاتصالات بوصفها البنية التحتية الأساسية للمعاملات الرقمية. لكن ما يمنح هذا المحور أهمية استثنائية هو الاستحواذ المالي الرقمي الذي تحققه مؤسسة بريد الجزائر، فهذه الهيئة العمومية العريقة تحولت إلى القاطرة الأساسية للشمول المالي والدفع الإلكتروني في البلاد من خلال تطبيق (BaridiMob) والبطاقة الذهبية حيث تدير وحدها 17,981,731 بطاقة، لتستحوذ بذلك على حصة ساحقة تبلغ 80.5% من إجمالي 22,336,752 بطاقة متداولة على المستوى الوطني حتى فيفري 2026.³

ويعكس هذا النجاح الرقمي قوة المقدرات الوطنية للقطاع العمومي وقدرته على قيادة التحديث التقني مستفيدا من الانتشار الجغرافي الشامل لبريد الجزائر للوصول إلى كافة المواطنين وتغطية مختلف المناطق. ومن زاوية الاقتصاد السياسي الدولي يمثل هذا التميز الداخلي ركيزة صلبة لبناء الأمان المالي الافتراضي، غير أن التحدي الإستراتيجي القادم يكمن في كيفية تطوير وتوسيع هذه المنظومة الوطنية لتكتسب المرونة والقدرة على التفاعل والاندماج مع الشبكات

² نسرين شارف، مرجع سابق، ص. 48 — الجدول رقم 9: تجار الويب المنخرطين في نظام الدفع عبر الأنترنت: 16 تاجرا (2017) مقابل 859 تاجرا (فيفري 2026).

³ نسرين شارف، مرجع سابق — الجدول رقم 7: محطات الدفع الإلكتروني TPE: 5,049 (2016) إلى 78,774 (2025). والجدول رقم 2: إجمالي البطاقات 22,336,752 في فيفري 2026، منها 17,981,731 بطاقة ذهبية. (80.5%) Edahabia

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

المالية والمنصات التقنية العالمية العابرة للحدود، بما يضمن تحويل هذا الانتشار الواسع للبطاقة الذهبية من مجرد أداة للاستخدام الرقمي المحلي إلى رافعة حقيقية تدعم السيادة الاقتصادية للجزائر على الصعيد الدولي.

المطلب الثالث: الفجوة بين البنية القانونية والقوة الهيكلية الفعلية

حين يقاس الإطار التشريعي والمؤسسي الجزائري بمعيار فاعليته الاستراتيجية وليس بمعيار وجوده القانوني ، تظهر فجوة حقيقية بين ما يمنح النص من أدوات وما تستطيع الدولة استخدامه فعليا لبناء قوتها الهيكلية، وفهم هذه الفجوة يستلزم قراءة متوازنة تقر بالانجازات قبل تحديد مواطن القصور.

اولا: الانجازات المؤثرة

تثبت البيانات الرسمية تقدما حقيقيا لا يصح إغفاله حيث نجد ان :

تضاعفت المعاملات الالكترونية ثلاث مرات بين 2020 و 2024

حقق الدفع الالكتروني معدل نمو سنوي 87% على خمس سنوات

سجلت الشركات المنخرطة في التجارة الالكترونية نموا سنويا 92% منذ 2020.

انتقلت محطات الدفع TPE من 5,049 (2016) الى 78,774 (2025).¹ ثم قفزت إلى 104,472 وحدة في مارس 2026 بزيادة 33.62% في ثلاثة أشهر فقط.² وانتقل عدد تجار الويب المنخرطين في الدفع الالكتروني من 16 (2017) الى 859 (فيفري 2026).³

¹UNCTAD, Rapid eTrade Readiness Assessment: Algeria, United Nations, Geneva, 2025 (UNCTAD/DTL/ECDE/2025/3), p.14 .

الارقام المحققة: 0.8% من GDP؛ COD90؛ 87% نمو سنوي في الدفع الالكتروني؛ نمو 92% في الشركات المسجلة منذ 2020.

²GIE Monétique، وسائل وأجهزة الدفع الإلكتروني — محطات الدفع الإلكتروني العاملة، تقرير دوري، مارس 2026، متاح على: <https://www.giemonetique.dz/ar/chiffresAr>

— عدد المحطات: 104,472 في مارس 2026 مقابل 1,200,000 تاجر مُصَرَّح (أي أقل من 10%). انظر أيضاً: Algérie-Eco، "Algérie: 100 000 TPE pour 1,2 million de commerçants", 12 mai 2026.

19 نسرين شارف، مرجع سابق، ص. 48 — الجدول رقم 9: تجار الويب المنخرطين في نظام الدفع عبر الانترنت: 16 تاجرا (2017) مقابل 859 تاجرا (فيفري 2026).

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

تؤكد هذه المؤشرات الإحصائية أن الجهود المبذولة والإطار التنظيمي القائم قد حققا نتائج إيجابية ملموسة على أرض الواقع مما يعني أن الإشكال الأساسي لا يكمن في غياب الفاعلية، بل في مدى قدرة هذه المنظومة على التسارع والتوسع الأفقي لاستيعاب الحجم الحقيقي للسوق الرقمية وتجاوز الفجوة بين الطموح التنظيمي والقدرة التطبيقية الفعلية

ثانيا: الفجوة في أرقام حاسمة

في مقابل هذه الانجازات هناك ثلاثة أرقام تجسد الفجوة البنيوية:

الرقم الاول: 536 تسجيلا تجاريا جديدا تحت رمز "التجارة الإلكترونية" في خمسة اشهر (يناير-ماي 2026) على المستوى الوطني، منها 227 في الجزائر العاصمة (42.3%) وأرقام شبه صفرية في الجنوب والهضاب العليا.¹ هذا التفاوت الجغرافي ليس إحصاء إداريا بل مؤشر على الهشاشة الإقليمية التي تجعل التجارة الإلكترونية قوة متمركزة في العاصمة بدلا من أن تكون رافعة وطنية شاملة.

الرقم الثاني: رغم تجاوز عدد محطات TPE حاجز 104,472 وحدة في مارس 2026، يبقى هذا الرقم هزيعا في مواجهة 1,200,000 تاجر مُصرّح به على المستوى الوطني أي أن ما لا يتجاوز 10% من المحلات التجارية مجهز بأجهزة الدفع الإلكتروني وفق البيانات الرسمية لتجمع النقد الآلي² GIE Monétique رغم أن قانون المالية 2020 أوجب التجهيز بحلول نهاية ذلك العام. ست سنوات فصلت بين النص الإلزامي وتطبيقه الفعلي وهي مدة تكفي لإثبات أن القانون الجيد لا ينتج قوة هيكلية من تلقاء نفسه دون منظومة إنفاذ فعالة.

الرقم الثالث: 90% من المعاملات الإلكترونية الجزائرية لا تزال تسدد نقدا عند التسليم هذا الرقم ليس إحصاء ماليا بحتا بل هو مؤشر مركب على أزمة ثقة فان كل معاملة تسدد نقدا هي معاملة لا تترك أثرا في منظومة الدفع الرسمي ولا تغذي قاعدة البيانات التي تحتاجها الدولة لتحويل التجارة الإلكترونية من نشاط هامشي إلى رافعة قوة رقمية.

ثالثا: ظاهرة التجارة عبر شبكات التواصل وإشكالية بنية المعرفة

¹ وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، توزيع القيد التجاري المسجلة بالسجل التجاري حسب رمز النشاط 607074 (التجارة الإلكترونية)، الفترة 2026/01/01 الى 2026/05/06، بيانات حصريّة مستخرجة خلال التبرص الميداني، الجزائر، ماي 2026.

² GIE Monétique، وسائل وأجهزة الدفع الإلكتروني، محطات الدفع الإلكتروني العاملة، تقرير دوري، مارس 2026، متاح على: <https://www.giemonetique.dz/ar/chiffresAr> عدد المحطات: 104,472 في مارس 2026 مقابل 1,200,000 تاجر مُصرّح (أي أقل من 10%). انظر أيضاً: Algérie-Eco, "Algérie: 100 000 TPE pour 1,2 million de commerçants", 12 mai 2026.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

تجسد التجارة الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي لا سيما منصة فيسبوك التعبير الأحدث عن الانفصال بين البنية القانونية والواقع الاقتصادي. فإن هذه التجارة تعمل في منطقة رمادية حيث لا وجود لتسجيل في CNRC، لا رقم جبائي في المنشورات، الدفع نقدا عند التسليم في أغلب الأحيان والاهم انها تجري على منصة أجنبية تملك بيانات هذه المعاملات ولا تشاركها مع الدولة الجزائرية.¹

وهنا يظهر بوضوح ما تعنيه سترايج ب"تسرب بنية المعرفة"، فان التاجر الجزائري الذي يبيع عبر فيسبوك يغذي خوارزمية اجنبية ببيانات سلوك المستهلك الجزائري، ويسهم في بناء معرفة سوقية تستفيد منها شركة Meta أكثر مما تستفيد منها الدولة الجزائرية. والمشكلة كما كشفت معطيات التربص الميداني ليست في غياب النص القانوني بل في استحالة التطبيق بالآليات الكلاسيكية على فضاء لا تملك الدولة أي سيادة التقنية عليه.²

رابعا: تصنيف الفجوات وخرائط الإصلاح

جدول 4 : تصنيف الفجوات بين البنية القانونية والقوة الهيكلية الفعلية في التجارة الإلكترونية الجزائرية (2026)

المحور التنظيمي المأمول	الواقع الميداني 2026	طبيعة الفجوة المؤسسية	الاثار الاستراتيجية على السيادة الرقمية	مسار الاصلاح
الزامية القيد بالسجل التجاري و التوطين بامتداد (.dz)	تسجيلات محدودة بينما الكتلة الاكبر تنشط عبر منصات التواصل الاجنبية	مواءمة تشريعية	تسرب البيانات الوطنية لولاية قضائية خارجية	تعديل قانون 05-18 ليشمل "الوساطة الرقمية" و منصات التواصل
إلزامية توفير وسائل الدفع الالكتروني TPE	ضعف الامتثال في قطاع التجزئة رغم حملة إنذارات جانفي 2026 وسريان غرامة 50 ألف دج للممتنعين	آليات الانفاذ	عجز الدولة عن تتبع حجم بيئة الانتاج الرقمي الفعلي	تسقيف عمولات البنوك و اعتماد Code QR كأداة امتثال قانوني منخفضة التكلفة

¹We Are Social / Hootsuite, Digital 2024: Algeria, Global Digital Overview, January 2024, p. 12.

²وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، توزيع القيود التجارية المسجلة بالسجل التجاري حسب رمز النشاط 607074 (التجارة الالكترونية)، مرجع

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

المحور التنظيمي المأمول	الواقع الميداني 2026	طبيعة الفجوة المؤسسية	الاثار الاستراتيجية على السيادة الرقمية	مسار الاصلاح
التنسيق القطاعي	جاهزية فنية معطلة اداريا بغياب القرار المشترك	تنسيق مؤسسي	ثغرة معرفية جبائية تضعف القدرة الرقابية للدولة على السوق	إتمام منظومة النصوص التنظيمية التطبيقية المكتملة
90% من المعاملات رقمية في قناة الطلب	90% منها تسدد نقداً عند التسليم	الثقة البنيوية	تضخم الكتلة النقدية الموازية خارج المنظومة المصرفية	برنامج الثقافة المالية الرقمية + تفعيل آليات حماية المستهلك الرقمي

المصدر: من اعداد الباحث بالاستناد الى بيانات وزارة التجارة الداخلية (2025-2026)، تقرير UNCTAD eTrade Readiness Algeria (2025)، وبيانات GIE Monétique (ماي 2026).

يكشف الجدول أن معالجة الفجوات البنيوية في قطاع التجارة الإلكترونية بالجزائر لا ترتبط بنقص الإمكانيات المادية أو المالية، بل بمدى توافر المرونة التنظيمية والتنسيق المؤسسي المشترك. وتثبت هذه القراءة التحليلية أن مسارات الإصلاح المقترحة تمثل تدابير إجرائية وتطويرية منخفضة التكلفة، لكنها ذات عائد استراتيجي حاسم في التخلص من الهوة بين النص التشريعي والواقع العملي للسوق، بما يضمن احتواء الاقتصاد الموازي واستعادة سيادة الدولة الكاملة على فضاء المعاملات الرقمية الوطنية.

المبحث الثاني: التحديات البنيوية للتجارة الإلكترونية الجزائرية

إذا أثبت المبحث الأول أن المنظومة التشريعية والمؤسسية الجزائرية تتطور في اتجاه السيادة الرقمية، فإن الاشكال الأكثر تعقيدا يكمن في أسباب تعثر ترجمة هذه البيئة القانونية الى أداء اقتصادي فعلي قادر على تعزيز تموقع الجزائر في الاقتصاد الرقمي الدولي. ولا يرتبط هذا التعثر بضعف النصوص في حد ذاتها بقدر ما يرتبط بمجموعة من التحديات البنيوية التي تغذي بعضها البعض، و تكتسب هذه التحديات طابعها الاستراتيجي من كونها لا تعيق فقط فاعلية السوق الرقمية بل تحد ايضا من قدرة الدولة على بناء قوة هيكلية رقمية متماسكة سواء على مستوى بنية المال أو بنية الانتاج أو بنية المعرفة.

المطلب الأول: أزمة الدفع الإلكتروني والثقة المالية

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

تتصدر أزمة الدفع الإلكتروني هذه التحديات لأنها تجسد نقطة التقاء بين مختلف اختلالات المنظومة الرقمية، حيث يتسارع تطور البنية التحتية بوتيرة تفوق تطور الاستخدام الفعلي داخل السوق. وقد أظهر المبحث الأول المؤشرات الكلية لهذا النمو، سواء من خلال ارتفاع عدد محطات الدفع الإلكتروني TPE من 5,049 إلى 104,472، أو انتقال عدد تجار ويب المنخرطين في منظومة الدفع من 16 إلى 859، إضافة إلى تجاوز عدد البطاقات المتداولة حاجز 22 مليون بطاقة. لكن قراءة الأرقام الإجمالية لا تكفي لأن التحليل البنيوي يقتضي تفكيك هذا النمو قطاعيا للكشف عن طبيعة الاختلالات الكامنة خلف الأرقام الكلية.

أ- نمو الدفع الإلكتروني الجزائري في القطاع الخاطي

بلغت القيمة الإجمالية للمعاملات عبر الإنترنت 069.145 مليار دج عام 2025، مقابل 15 مليون دج فقط عام 2016 وهو نمو حقيقي وموثق، يصاحبه ارتفاع +179% في قيمة المعاملات خلال 2025 وحده.¹ لكن خلف هذه الأرقام الكلية، يكشف التوزيع القطاعي لعدد المعاملات الكلية والبالغ 27,123,648 معاملة خلال نفس السنة، يكشف عن تباين هيكلي حاد في طبيعة وحركة النشاط الرقمي يوضحه الجدول الموالي:

جدول 5 : التوزيع القطاعي لعدد المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت في الجزائر (2025)

القطاع	عدد المعاملات السنوية (2025)	% من القيمة الإجمالية 2025
الاتصالات والهواتف	12,243,812	45.14%
الخدمات الإدارية (AADL، الضرائب، التعليم)	7,648,535	28.20%
الخدمات العامة والخاصة	3,358,841	12.38%
إصدار الفواتير	1,811,828	6.68%
النقل و اللوجستيك	1,271,387	4.69%
الرياضة والترفيه	535,336	1.97%

¹GIE Monétique, Activité de paiement sur Internet — Évolution annuelle, mars 2026, disponible sur: <https://www.giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous/activite-paiement-sur-internet/>

القيمة الإجمالية للمعاملات عبر الإنترنت في 2025 = 145,069,271,749 دج مقابل 15,009,842 دج في 2016، أي نمو $9,666 \times$ في تسع سنوات. النمو السنوي في القيمة خلال 2025 وحده = +179%.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنوية

0.58%	156,408	بيع المنتجات (التجارة الإلكترونية بمعناها الدقيق)
0.36%	97,501	التأمين
100%	27,123,648	المجموع الوطني العام

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد إلى تجمع النقد الآلي (GIE Monétique)، جدول نشاط الدفع عبر الإنترنت الموثق في وثائق التربص الميداني، مارس 2026.

تكشف هذه البنية القطاعية لحجم المعاملات الرقمية عن مفارقة ذات دلالة عميقة على مستويين:

العنصر الأول: ان التجارة الإلكترونية بمعناها الدقيق و الفعلي أي بيع المنتجات و السلع و الخدمات لا تمثل سوى نسبة هامشية ضئيلة لا تتعدى 0.58% من إجمالي عدد المعاملات الالكترونية الكلية عبر الانترنت الدفع الإلكتروني بواقع 156,408 معاملة فقط من أصل أزيد من 27 مليون معاملة وهو ما يعكس جمود هذا القطاع وانفصاله عن حركية التحديث التقني.

العنصر الثاني: عرف هيكल الاستخدام الرقمي تحولا بنويا واضحا بين سنتي 2020 و 2025 حيث تراجعت حصة الاتصالات من 92% إلى 45.14% من حجم العمليات، لكن لم تنتقل الصدارة الى التجارة الإلكترونية بل الى الخدمات الإدارية الحكومية التي استحوذت على 28.20% من المعاملات الكلية وهي أساسا متمثلة في دفعات برنامج عدل 3 وحقوق التسجيل الجامعية والضرائب وإيجار AADL. ويعكس هذا التحول واقعا أكثر عمقا يتمثل في أن التوسع في الدفع الرقمي داخل الجزائر تقوده الدولة و مؤسساتها الادارية أكثر مما يقوده السوق الرقمي التجاري نفسه.

ويشير ذلك ان القوة الهيكلية في بنية المال لا تتشكل بمجرد رقمنة عمليات الدفع وانما تتبلور حين يتحكم الاقتصاد الرقمي في قيمة التبادل التجاري بين الفاعلين الاقتصاديين و شروطه، أما الاكتفاء بتحويل الإيرادات نحو الخزينة العامة عبر قنوات رقمية لا يرقى الى هذا المستوى من التأثير. وما تحقق فعليا في الجزائر هو رقمنة قناة الدفع للقطاع العام وهو إنجاز لا يستهان به و تطور مهم من حيث التحديث الإداري لكنه لا يؤسس بعد لقوة رقمية بمفهوم سترانج.¹

ب- محدودية استعمال البطاقة البنكية في الدفع الإلكتروني

¹ Susan Strange, States and Markets, Pinter Publishers, London, 1988, p29.

تصف سترانج بنية المال بأنها تحدد من يملك الائتمان ووفق أي شروط، ومن يستبعد من الاقتصاد الرسمي.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنوية

تتجلى إحدى أبرز مفارقات التحول الرقمي المالي في الجزائر في طبيعة استعمال البطاقة البنكية نفسها، رغم الارتفاع المستمر في عدد البطاقات المصدرة لا يزال استخدامها مرتبطا أساسا بالسحب النقدي أكثر من ارتباطه بالدفع الإلكتروني، و معطيات سنة 2024 تظهر ان من إجمالي حركة البطاقات (سحب + دفع) استحوذت عمليات السحب النقدي بـ 85.2% من إجمالي القيمة، مقابل 1.2% فقط لعمليات الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني أي ما تبقى لحصة الدفع عبر الإنترنت لا يتجاوز 13.6%¹. وتعكس هذه الأرقام ان البطاقة البنكية لم تتحول بعد الى أداة لتداول القيمة داخل السوق و انما بقيت في معظم الحالات وسيلة للوصول إلى النقد.

وقد عبر مراد عباشة خلال المقابلة الميدانية عن هذا البعد حين اعتبر أن التحول الرقمي "ليس خيارا بل انه أمر فرضته العولة"، وهذا يثبت وجود ادراك متزايد داخل القطاع المصرفي حول كون الرقمنة المالية أصبحت ضرورة تفرضها التحولات العالمية في الاقتصاد و التجارة، لكن هذا الادراك لم يواكبه تحول مماثل في سلوك المتعاملين الاقتصاديين، فإن إتاحة الوسائل التقنية او فرضها قانونيا لا يكفي وحده لترسيخ ممارسات دفع جديدة وخلق الثقة او تغيير أنماط الاستهلاك المالي المتراكمة تاريخيا². لذلك يبقى انتشار و نجاح الدفع الإلكتروني مرتبطا بمدى قدرة المنظومة الاقتصادية على جعل الاستعمال الرقمي تجربة يومية مستقرة وموثوقة بالنسبة للمستهلك والتاجر معا.

ج- تحديات الامتثال التشريعي وتعميم وسائل الدفع

سعت الدولة الجزائرية منذ سنوات الى فرض الانتقال نحو الدفع الإلكتروني من خلال مراقبة قانونية تقوم على الالتزام التنظيمي، فقد نص قانون المالية لسنتي 2018 و 2020 على الزام التجار بتوفير اجهزة الدفع الإلكتروني TPE قبل 31 ديسمبر 2020 مع فرض غرامة مالية قدرها 50 الف دينار على المخالفين، غير ان الواقع يكشف استمرار فجوة واضحة بين النص القانوني و التطبيق الفعلي داخل السوق³.

بحلول سنة 2026 لم يتجاوز عدد اجهزة الدفع الإلكتروني 104,472 جهازا مقابل ما يقارب 1,200,000 تاجر مصرح به، وهو ما يعكس محدودية انتشار وسائل الدفع الإلكتروني داخل النسيج التجاري الوطني. لكن الاهم

¹ نسرين شارف، المديرية الفرعية لمديرية ترقية التجارة الإلكترونية، وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، وثيقة عمل رسمية مقدمة خلال الترخيص الميداني، الجزائر، أبريل 2026، الجدول 5: نشاط السحب على جهاز الصرف الآلي — 85.2% من قيمة عمليات السحب في 2024، مقابل 1.2% فقط للدفع في نقاط البيع بالبطاقة.

² مراد عباشة، مدير الاتصال والعلاقات الخارجية، الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (ABEF)، مقابلة ميدانية نصف موجهة، الجزائر العاصمة، أبريل 2026. عبارته الحرفية: «هذا ليس خيارا بل أمر مفروض فرضته العولة».

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون المالية لسنة 2018 (القانون 17-11)، المادة 111، الجريدة الرسمية، العدد 76، 28 ديسمبر 2017؛ ثم قانون المالية لسنة 2020 (القانون 19-14)، المادة 111 (المعدلة بتمديد آجال الامتثال إلى 31 ديسمبر 2020)، الجريدة الرسمية، العدد 81، 30 ديسمبر 2019.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنوية

من ضعف الانتشار العددي هو محدودية الوزن الاقتصادي لهذه الأجهزة حتى في الحالات التي تتوفر فيها ، فالمعطيات الخاصة بسنة 2025 تظهر ان قيمة عمليات الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني لم تتجاوز 89.5 مليار دج من اصل 939 مليار دج التي تمثل اجمالي حركة الدفع الإلكتروني أي بنسبة 9.5% فقط.¹

و تبين هذه الأرقام ان الاشكال يتجاوز مجرد عدم احترام النصوص القانونية ليرتبط ايضا بالمقاربة القائمة على الالتزام الاداري كاداة لتحقيق تحول اقتصادي و سلوكي. فوجود جهاز الدفع الإلكتروني داخل المحل لا يعني أنه يستعمل فعليا في المعاملات اليومية خاصة في سياق اقتصادي لا تزال فيه المعاملات النقدية والقطاع غير الرسمي يحتلان موقعا مهما. كما أن العديد من التجار لا يرون فائدة مباشرة من استخدام هذه الوسائل بينما يفضل المستهلك الدفع نقدا لكونه ابسط واقل عرضة للمشاكل التقنية او

البنكية. لذلك فان ضعف الامتثال لا يفسر فقط بضعف التطبيق انما يعكس صعوبة ادماج الدفع الرقمي داخل ممارسات وعادات اقتصادية مستقرة.

المطلب الثاني: ضعف البنية اللوجستية

تلعب البنية اللوجستية دورا حاسما في تحديد مدى تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر خاصة خارج المدن الكبرى، فنجاح اي معاملة رقمية لا يتوقف على عملية الطلب فقط بل يرتبط اساسا بقدرة نظام التوصيل على ضمان السرعة و الجودة حيث في حالات كثيرة يؤدي تاخر التسليم او تلف المنتجات الى فقدان ثقة المستهلك ما يدفعه الى خيار الدفع عند الاستلام، و بالتالي اعادة نفس النموذج التقليدي في المعاملات. ومن أجل فهم أثر العامل اللوجستي على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، يصبح من الضروري النظر في كيفية توزيع هذا النشاط داخل السوق الوطنية.

التركز الجغرافي لنشاط التجارة الإلكترونية:

تكشف بيانات وزارة التجارة عن توزيع التسجيلات الجديدة في النشاط 607074 (التجارة الإلكترونية) خلال الفترة جانفي-ماي 2026 تركيز جغرافي واضح في النشاط الرقمي.² فمن إجمالي 536 تسجيل وطني استحوذت

¹ تجمع النقد الآلي (GIE Monétique)، البيان السنوي 2025 المنشور عبر وكالة الأنباء الجزائرية (APS)، فبراير 2026. إجمالي الدفع الإلكتروني في 2025 = 939 مليار دج (TPE + الإنترنت + الهاتف)، منها 89.5 مليار عبر TPE فقط (9.5% من الإجمالي).

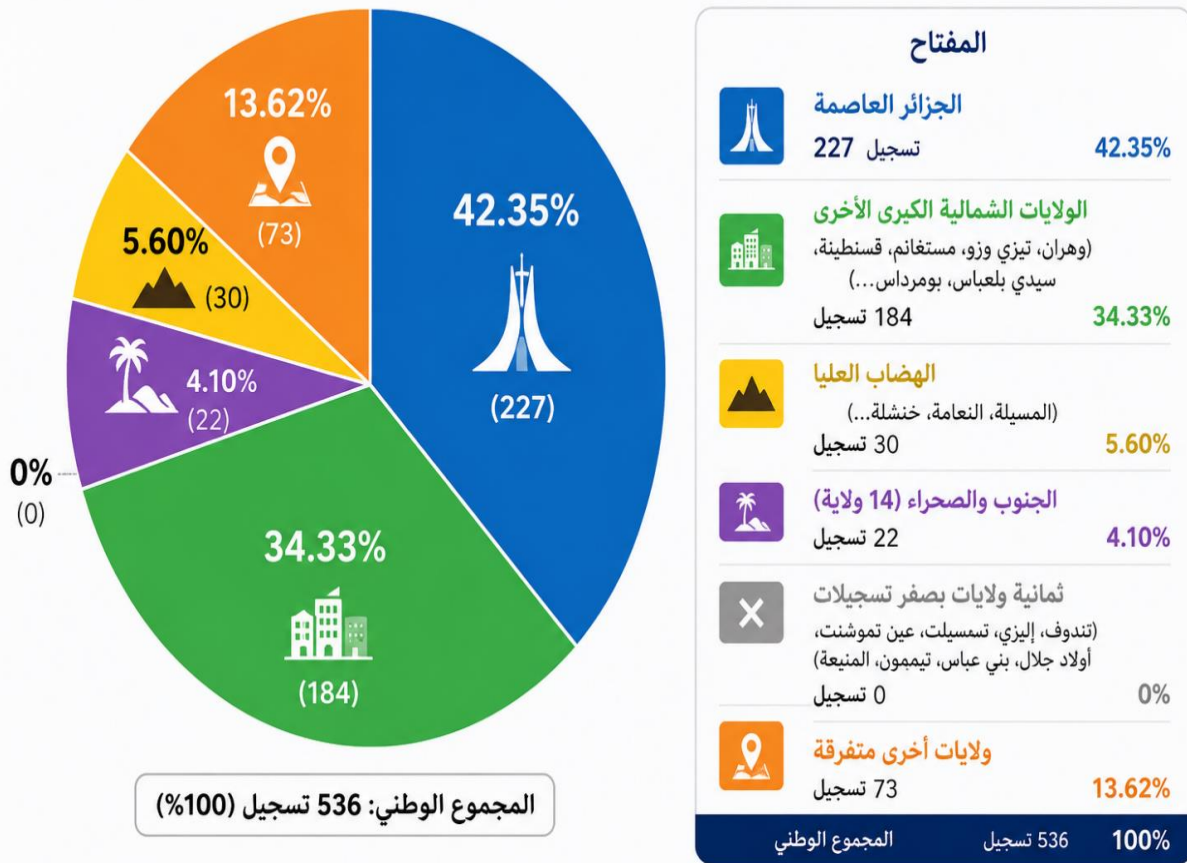
² وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، المركز الوطني للسجل التجاري، توزيع عدد القيد التجارية المسجلة في السجل التجاري حسب رمز النشاط 607074 (التجارة الإلكترونية)، الفترة الممتدة من 2026/01/01 إلى 2026/05/06، وثيقة رسمية مستخرجة خلال التبرص الميداني، الجزائر، ماي 2026. المجموع الوطني = 536 تسجيل (191 شخص طبيعي + 345 شخص معنوي).

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

ولاية الجزائر العاصمة وحدها على 227 تسجيل اي بنسبة (42.35%). كما تسجل أربع ولايات شمالية فقط (الجزائر، مستغانم، تيزي وزو، وهران) ما مجموعه 296 تسجيلا أي 55.2% من المجموع الوطني.

في المقابل يظهر ضعف كبير في التسجيلات عبر عدد من ولايات الجنوب حيث سجلت ثمانية ولايات خلال نفس الفترة صفرا مطلقا في التسجيلات. أما ولايات الجنوب الكبير الأربعة عشر مجتمعة (أدرار، تمنراست، إليزي، تندوف، ورقلة، أولاد جلال، بني عباس، عين صالح، عين قزام، تيميمون، جانت، المغير، المنيعه، تقرت) فلم تسجل سوى 22 قيدا أي 4.1% من المجموع، رغم أنها تغطي أكثر من 70% من المساحة الترابية للبلاد.

الشكل رقم (10): التركيز الجغرافي للتسجيلات الجديدة في التجارة الإلكترونية (جانفي-ماي 2026)



شكل 1 : التركيز الجغرافي للتسجيلات الجديدة في التجارة الإلكترونية (جانفي-ماي 2026)

هذا التوزيع لا يعني غياب الطلب خاصة مع الانتشار الواسع للهواتف الذكية عبر مختلف مناطق البلاد إنما يرتبط أساسا بضعف توفر خدمات التوصيل الموثوقة و المجدية اقتصاديا خارج المدن الكبرى. كما يمكن قراءة هذه البيانات من زاوية أخرى أكثر عمقا، حيث يبين توزيع التسجيلات انه من بين 536 تسجيلا، 345 أشخاص منهم

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

معنويين (شركات) و 191 لأشخاص طبيعيين (أفراد). أي أن الشركات تمثل 64% من التجارة الإلكترونية الرسمية في الجزائر. ويشير هذا الرقم الى طابع بنوي في السوق الرقمية الجزائرية يتمثل في محدودية إدماج التاجر الفردي الصغير حيث يكاد يكون غائبا من المنظومة الرسمية رغم كونه فاعلا أساسيا في الانتاج و البيع، لكنه غالبا ما يظل خارج نطاق التتبع والمؤسسات الرسمية.

واقع قطاع التوصيل في الجزائر

خلافًا للاعتقاد شائع القطاع اللوجستي الجزائري لا يعاني من غياب الفاعلين وإنما من محدودية التغطية الجغرافية لخدماتهم. ويمكن رصد ثلاث طبقات في هذا المشهد:

أولا الفاعل العمومي التاريخي مؤسسة بريد الجزائر: التي تملك أوسع شبكة لوجستية وطنية ومنتشرة في كل ولاية لكن خدماتها التقليدية لا تطابق بالضرورة متطلبات التجارة الإلكترونية الحديثة من حيث السرعة والتتبع.

شركات الخدمة العمومية الناشئة: وعلى رأسها EMS Champion Post Algeria التابعة لبريد الجزائر، التي ارتقت إلى المرتبة 33 عالميا والأولى على مستوى شمال إفريقيا في تصنيف الاتحاد البريدي العالمي.¹

الفاعلون الخواص: مثل Yalidine Express و ZR Express الذين دخلوا السوق بنماذج مرنة تتضمن التتبع الآني وخيار الدفع عند الاستلام (COD) لضمان تنفيذ عمليات التوصيل وتقليل حالات رفض الاستلام.

غير أن هذا التطور القطاعي يكشف أيضا مفارقة تنظيمية لافتة إذ تشير بيانات سلطة ضبط البريد والمواصلات الإلكترونية (ARPCE) إلى وجود 3762 شركة توصيل مسجلة في السجل التجاري مقابل 91 فقط مرخصة لدى السلطة.² أي أن جزءا كبيرا من نشاط التوصيل يتم خارج إطار الترخيص القطاعي الرسمي وهو ما يبرز فجوة بين الإطار القانوني وآليات تطبيقه على أرض الواقع.

¹ نسرين شارف، مرجع سابق. حصلت EMS Champion Post Algeria التابعة لبريد الجزائر على المرتبة 33 عالميا والأولى على مستوى شمال إفريقيا حسب تصنيف الاتحاد البريدي العالمي (UPU) لعام 2018.

² سلطة ضبط البريد والمواصلات الإلكترونية (ARPCE)، إحصائيات نشاط البريد السريع، نقلا عن وثيقة عمل نسرين شارف، أبريل 2026. الفجوة بين 3,762 شركة توصيل مسجلة في السجل التجاري و 91 شركة فقط مرخصة لدى ARPCE تكشف أن 97.6% من سوق التوصيل يعمل بصفة قانونية تجاريا لكن دون ترخيص قطاعي محدد.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنوية

في هذا السياق يأتي دفتر شروط نشاط البريد السريع وتوصيل الكيلومتر الأخير (Last Mile Delivery) و المقصود به هو المرحلة النهائية و الأكثر تعقيدا وكلفة في رحلة الطرد، و التي يتم فيها تأمين تدفق السلع من آخر مركز توزيع او مستودع فرعي تابع لشركة النقل الى الوجهة الختامية المحددة من قبل المستهلك.

وهو الإطار الذي فُتلته وزارة البريد رسميا في يناير 2026 والذي يمثل خطوة في الاتجاه الصحيح لأنه يضع لأول مرة إطارا قانونيا واضحا لقطاع كان يشتغل في معظمه دون ضوابط.¹ لكن مدى نجاح تطبيقه ووصوله إلى الولايات الداخلية يبقى مؤشرا حاسما في السنوات القليلة المقبلة.

العلاقة بين اللوجستيك والدفع عند الاستلام

يتجلى الترابط البنوي بين تحدي الدفع وتحدي اللوجستيك بوضوح، فالمستهلك يرفض الدفع المسبق لأنه لا يثق في التوصيل الموعد من جهة و التاجر يعتمد نظام الدفع عند الاستلام لأنه لا يثق في أن الزبون لن يلغي الطلب من جهة ثانية، وهنا الشركة

اللوجستية تحمل التاجر تكاليف الإرجاع في الطلبات المرفوضة، فهذا النظام يعيد إنتاج نفسه حتى لو أراد أطرافه الخروج منه لأن كل واحد منهم يحقق توازنا داخل النظام لا خارجه.

وفي ضوء اعتبارات الاقتصاد السياسي الدولي يظل تنظيم السوق الداخلي الرقمي وتأمين ترابطها شرطا مسبقا للاندماج في شبكات الإنتاج و التبادل العابرة للحدود. مما يحيد بنويا من فاعلية انخراطها الإقليمي في المنظومة الاقتصادية القارية التي تسعى اتفاقية منطقة التجارة الحرة القارية الإفريقية AfCFTA إلى تفعيلها ومأسستها في المنطقة.

المطلب الثالث: الاقتصاد غير الرسمي وإشكالية الامتثال

يشكل الاقتصاد غير الرسمي التحدي البنوي الأعظم، نظرا لاسبقيته التاريخية و تجذره في بنية الاقتصاد الجزائري بأسره. وما يجعل هذا الموضوع محوريا في هذه الدراسة تحديدا هو أن الفضاء الرقمي لم يحيد من هذا الاقتصاد بل وفر له امتدادا جديدا دون أن يرافق ذلك بضرورة تطور مماثل في آليات الضبط والرقابة.

أ- تمدد الأسواق الموازية عبر الواجهات الافتراضية

تقدر تقارير متعددة صادرة عن بنك الجزائر، المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي والبيئي ((CNES و تقديرات إعلامية اقتصادية مستندة إلى البنك الدولي، أن حجم الاقتصاد غير الرسمي في الجزائر يتراوح بين 35% و 45% من

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، دفتر الشروط المنظم لأنشطة البريد السريع وتوصيل الكيلومتر الأخير (Last Mile Delivery)، تفعيل رسمي في يناير 2026.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

الناتج الداخلي الخام. وتشير مقالة El Watan الاقتصادية الصادرة في 14 أوت 2025 إلى أن 40% من الاقتصاد يفلت من المنظومة الرسمية في حين لا تزال 78% من المعاملات الاقتصادية محكومة بالنمط النقدي¹.

وما يستجد في السياق الرقمي أن هذا الاقتصاد لم ينكفي أو يتراجع مع انتشار الفضاء الرقمي بل توسع فيه واستعمل ادواتها لصالحه حيث تحولت منصات التواصل الاجتماعي مثل صفحات البيع على فيسبوك وانستغرام إلى «واجهات تجارية» وشاشات تسويقية حرة للاقتصاد الموازي. ومع غياب الهوية القانونية للمتعاملين والاعتماد المطلق على التعاملات النقدية عند التسليم و التملص التام من أعباء السجلات التجارية والالتزامات الجبائية، فقد أفرزت هذه البيئة نمطا من التجارة الافتراضية غير الرسمية يُعدّ الأسهل تفعيلا وتأسيسا والأقل تكلفة تشغيلية والأكثر تعقيدا واستعصاء من حيث القدرة على التتبع والمراقبة المؤسسية².

وقد كشفت المعاينة الميدانية خلال التبرص في الوزارة عن صعوبة حقيقية يواجهها الأعوان التجاريون عند تلقي الشكاوى المتعلقة بتجار رقميين غير رسميين حيث لا وجود لعنوان تجاري للتحقق منه، لا معاملة مالية مسجلة للتحليل ولا حضور قانوني يمكن مساءلته. والنتيجة الحتمية لهذا الواقع هي ارتداد كافة الأضرار والضمانات على المستهلك بمفرده الذي يجد نفسه خارج مظلة الحماية القانونية للدولة نتيجة الارتكان لمتعاملين مجهولي الهوية في الفضاء الرقمي³.

منطق الخوافر للتحويل نحو القطاع الرسمي

الخطأ الشائع في تحليل هذه الظاهرة هو اختزالها في غياب الوعي أو ثقافة التهرب الضريبي فقط، وهو تشخيص يفضي غالبا إلى حلول قائمة على العقوبات والحملات الرقابية دون معالجة جوهر المشكل. ففي الواقع الأعماق يظهر أن التاجر الصغير يتصرف عقلانيا تماما ووفق منطق اقتصادي يعتبر فيه أن التكاليف الفورية للانضمام إلى المنظومة الرسمية من تسجيل، محاسبة و ضرائب فصلية أعلى من المنافع التي يمكن أن يحصل عليها بشكل مباشر كالحماية القانونية أو تعزيز ثقة المستهلك أو الوصول إلى التمويل. ولذلك لن تعالج هذه المعادلة عن طريق العقوبات أو تشديد الرقابة

¹El Watan Économie, «Le paradoxe numérique algérien : investissements massifs, impact économique limité», 14 août. 2025

تستند المقالة إلى تقديرات متعددة تقدر حجم الاقتصاد غير الرسمي بين 35% و 45% من الناتج الداخلي الخام، وتؤكد أن 78% من المعاملات الاقتصادية في الجزائر لا تزال نقدية.

²نسرين شارف، مرجع سابق. أشارت إلى أن «التجارة غير الرسمية الرقمية هي التحدي الأكثر تعقيدا لأنها غير مرئية وتنمو بسرعة»، وأن الأعوان التجاريين يواجهون صعوبة هيكلية في التعامل مع شكاوى تخص بائعين مجهولي الهوية.

³ملاحظات ميدانية للباحث خلال فترة التبرص في وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، الجزائر العاصمة، 2025-2026. الملاحظة المباشرة: استحالة تحديد هوية التاجر الرقمي غير الرسمي — بلا عنوان تجاري، بلا ختم، يدفع زبائنه نقدا — جعلت شكاوى المستهلكين شبه معلقة في الفراغ الإجرائي.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

فقط بل عن طريق اعادة بناء وقلب الحوافز من خلال تبسيط اجرائات التسجيل، تخفيف الأعباء الأولى وتوفير منافع ملموسة فور الانضمام تشجع على الاندماج في النشاط الرسمي.

وقد أشار مراد عباشة إلى هذا الطرح عند حديثه عن البرنامج الوطني للثقافة المالية الذي تعده ABEF حيث قال : «الهدف ليس فقط تعليم الناس كيف يدفعون إلكترونيا، بل إقناعهم بأن الرسمية تمنحهم قيمة إضافية لا تكلفه إضافية»¹.

وبناء على هذا فإن إقناع التجار الإلكترونيين بالانتقال من السوق الموازية إلى القطاع الرسمي يتطلب التوقف عن أسلوب التهديد بالقوانين والعقوبات، والتركيز بدلا من ذلك على تقديم مكاسب تجارية ملموسة تلائم واقعهم الميداني. فوفقا لمنطق "الخيار العقلاني" ، لن يمثل التاجر الرقمي طوعية إلا إذا كانت الفوائد والمزايا التي يجنيها من النظام الرسمي أكبر من تكلفة الضرائب والمحاسبة.

ولتحقيق هذا الجذب يحتاج التجار في الفضاء الرقمي الى دوافع و حوافز حقيقة تدعم نمو اعمالهم و تدفعهم نحو الطريق الرسمي و المؤسسة، و تتمثل ابرز هذه المحفزات في :

تسهيل الاستيراد و التوريد القانوني : السماح للتجار المسجلين باستيراد بضائعهم ومستلزماتهم عبر القنوات الجمركية الرسمية وبفواتير معتمدة، ويمثل قرار الدولة بتفعيل آلية الاستيراد المصغر للتجار الصغار والمقاولين المسجلين قانونا حافزا تجاريا حقيقيا فعلا

في الوقت الحالي، فهذا الامتياز العملي يضمن لهم استقرارا في التموين ويخلصهم تماما من ندرة السلع ومخاطر الارتهان للأسواق الموازية.

● **تسهيل شراء العملة الصعبة لتمويل الإعلانات:** إتاحة الفرصة للتجار الصغار والمقاولين المسجلين لشراء الدولار أو اليورو بشكل قانوني ومبسط عبر البنوك المحلية بالسعر الرسمي للدولة (من خلال آلية توطين الخدمات الرقمية)، لتعبئة بطاقاتهم التجارية ودفع مستحقات الحملات الإعلانية على المنصات العالمية مثل (Meta, TikTok, Google). هذا الإجراء يحميهم من خسائر الشراء من السوق الموازية، ويغنيهم عن اللجوء للبنوك الخارجية التي تعرض حساباتهم الإعلانية لخطر الحظر المفاجئ و يعتبر هذا من أكبر المشاكل التي يواجهها التجار الإلكترونيين الصغار. **توثيق الحسابات الإعلانية وحماية الاستثمار الرقمي:** توفير بوابات دفع بنكية مستقرة، وتسهيل استخدام الوثائق الرسمية مثل بطاقة المقاول الذاتي لتوثيق الحسابات الإعلانية والمؤسسية Business Manager على منصات

¹مراد عباشة، مرجع سابق. أكد أن ABEF تعد برنامجا وطنيا للثقافة المالية يستهدف التجار والمستهلكين لتحسيسهم بالمنتجات الرقمية المتاحة وقيمتها المضافة.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

التواصل الاجتماعي Google , Snapchat ads , tikok ads , Meta ads) مما يحميهم من الخطر المفاجئ للحسابات ويتيح لهم تجاوز سقف الإنفاق اليومي المحدود للبطاقات الشخصية.

تخفيض تكاليف الشحن واللوجستيك: إبرام اتفاقيات مدعومة من الدولة مع شركات التوصيل الكبرى لتقديم أسعار شحن تفضيلية للمؤسسات الرقمية الرسمية، مما يقلل على التاجر كلفة "الكيلومتر الأخير" ويخفف من خسائر الطرود المرتفعة التي يتحملها بمفرده في القطاع غير الرسمي.

الامتيازات والتسهيلات الجبائية للبدايات: توفير إعفاءات ضريبية كاملة أو مخفضة جدا في السنوات الأولى لتأسيس النشاط لتقليل الضغط المالي في مرحلة الانطلاق، مما يساعد التاجر الصغير على توجيه سيولته النقدية نحو تكبير حجم المبيعات وتطوير مشروعه بدلا من استهلاكها في الرسوم الإدارية المبكرة.

الاقتصاد غير الرسمي وتأثيره على القدرة الهيكلية للدولة:

تظهر الفجوة الحقيقية بين حركة التجارة في الفضاء الرقمي والرقابة الرسمية للدولة عند مراجعة سجلات وزارة التجارة، حيث لم يتعدّ إجمالي المسجلين تحت رمز النشاط التجاري الإلكتروني (607074) منذ إنطلاقه وحتى جوان 2025 حاجز 5,111 تاجر، وعند وضع هذا العدد في سياق السوق الوطنية التي تضم ما يقارب 1.2 مليون تاجر مصرح به في الأنشطة التقليدية¹. يتضح أن نسبة الممثلين قانونياً في هذا القطاع الرقمي لا تتجاوز 0.43% من إجمالي التجار الجزائريين.

هذه ليست ندرة في النشاط بل ندرة في رؤية الدولة للنشاط، والدولة التي لا ترى غالبية سوقها لا تستطيع توجيهه ولا يمكنها بناء قوة هيكلية في اقتصاد لا تعرف معالمه. وهذا الواقع يرتبط مباشرة بما رصدناه في المبحث الأول حول «تسرب بنية المعرفة»، فالنشاط اليومي لأغلب هؤلاء التجار يمر بالكامل عبر منصات أجنبية، و النتيجة العملية هي أن خوارزميات هذه الشركات أصبحت تملك معرفة أدق وأشمل بالسوق الجزائرية، قدرتها الشرائية وتوجهات مستهلكيها بينما تفتقر المؤسسات الوطنية لهذه البيانات الأساسية لتوجيه الاقتصاد².

جدول 6 :الاقتصاد غير الرسمي وأثره الاستراتيجي على القوة الرقمية الجزائرية

¹نسرين شارف، مرجع سابق، الجدول 1: توزيع عدد التسجيلات تحت رمز النشاط 607074 حسب الولاية إلى غاية 18 يونيو 2025. المجموع التراكمي الوطني = 5,111 تسجيلا (2,123 شخص طبيعي + 2,988 شخص معنوي)، منها 2,702 في ولاية الجزائر وحدها.

²Susan Strange, States and Markets, op. cit., pp. 119-138 (knowledge structure)

يتحول التحكم في تدفق المعلومات إلى أداة قوة هيكلية كبرى في الاقتصاد الرقمي، حيث تنتقل القيمة المعرفية من المنتج (التاجر الجزائري) إلى المنصة (Meta, Google) دون عوائد متناسبة للدولة المضيفة للنشاط.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

المؤشر	الحجم / التقدير	التداعي على القوة الهيكلية
الاقتصاد غير الرسمي	35-45% من PIB	سوق رقمي ضخم غير مرئي للدولة
المعاملات النقدية في الاقتصاد العام	78% (2024)	سيولة مالية ضخمة تتداول خارج المنظومة المصرفية الرسمية
التجار المسجلون في التجارة الإلكترونية	5,111 (يونيو 2025) من إجمالي 1.2 مليون تاجر	0.43% من السوق أي رؤية شبه معدومة للنشاط الفعلي
تجار الويب المعتمدون للدفع الإلكتروني	859 تاجر (فيفري 2026)	16.8% فقط من المسجلين رسميا منخرطون في الدفع
التنافسية بين الرسمي وغير الرسمي	تكاليف الرسمية < منافعها المدركة	تثبيط البنية الرسمية بنيويا

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد إلى وثيقة وزارة التجارة الداخلية (يونيو 2025 وماي 2026)، GIE Monétique (مارس 2026)، El Watan Économie (أوت 2025)، ومقابلة ميدانية مع مراد عباشة (أبريل 2026).

المعطيات الواردة في الجدول تبين أن النشاط غير الرسمي يمثل جزءاً أصيلاً من البنية التجارية المحلية، ولا يمكن التعامل معه بمجرد تفعيل حملات المراقبة التقليدية. فان مواجهة هذا التحدي في البيئة الرقمية تتطلب تبني إستراتيجية قائمة على مسارين متوازيين:

المسار الأول: تفعيل منظومة الحوافز والمكاسب التجارية التي فصلناها في المحور السابق، لضمان جذب صغار التجار وجعل خيار الامتثال طوعياً ومرحباً لهم.

المسار الثاني (الرقابة الرقمية الذكية): الانتقال من أسلوب التفتيش المادي لأعوان التجارة، نحو تتبع سلاسل التوريد واللوجستيات عند نقاط الشحن والتوزيع الكبرى، ومتابعة الواجهات الافتراضية، والتنسيق البرمجي بين الجمارك والبنوك وسلطات الضبط لمراقبة السوق في بيئة لا تخضع للتتبع الجغرافي الكلاسيكي.

ومن الناحية المنهجية، تجب التفرقة بين حجم المعاملات النقدية وحجم القطاع غير الرسمي؛ فنسبة 78% من المبادلات التي تتم نقداً لا تعني تلقائياً أن كل هذه الأموال تدور في فلك الاقتصاد الموازي، نظراً لوجود معاملات يومية رسمية وقانونية تُسوى نقداً كالشراء من المحلات المرخصة.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

النقطة الجوهرية هنا هي أن الاعتماد الواسع على السيولة النقدية يمنح أي معاملة تجارية فرصة سهلة لعدم التوثيق والتسجيل الرسمي. هذا التداخل هو ما يمنح رقم 78% ثقلا استراتيجيا لا محاسبيا فحسب، لأنه يعكس حجم السيولة الحرة التي تتحرك بعيداً عن الرادار الإحصائي للدولة.

وتوضح مختلف هذه المعطيات أن تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر تعود أساسا إلى ضعف البيئة الاقتصادية الداعمة لها سواء من حيث الدفع، اللوجيستيك أو التنظيم، فاستمرار الاعتماد على النقد و ضعف الخدمات خارج المدن الكبرى و اتساع النشاط غير الرسمي هي كلها عوامل تعرقل تحول النشاط الرقمي الى قوة اقتصادية حقيقية.

المبحث الثالث: مؤهلات وفرص بناء القوة الرقمية في الجزائر

أظهرت المباحث السابقة ان منظومة التجارة الإلكترونية الجزائرية تواجه مجموعة من الاختلالات البنيوية التي تحد من فعاليتها وقدرتها على تحقيق ادوار اقتصادية اوسع، غير أن هذه النتيجة لا تستدعي بالضرورة قراءة تشاؤمية لأن تشخيص مواطن الخلل يمثل نقطة الانطلاق الأساسية لبناء مقاربة إصلاحية جادة وموضوعية. فالواقع التجاري في الجزائر يظهر وجود وفرة في الموارد والمقومات، لكن المعضلة تكمن في غياب آليات واضحة لتحويل هذه الامكانيات المتاحة الى قوة فعلية تخدم الدولة، وهنا يظهر الفارق بين الدول التي تمتلك مجرد أصول رقمية مادية والدول التي تنجح في بناء قوة رقمية حقيقية تؤثر بها في محيطها.

وعليه يتناول هذا المبحث مقومات وفرص تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر وإمكانيات توظيفها لتعزيز موقعها ضمن الاقتصاد الرقمي الإقليمي والدولي.

المطلب الأول: المقومات الموضوعية للقوة الرقمية الجزائرية

إن القوة في الاقتصاد السياسي لا تقاس فقط بحجم الموارد فقط بل بالقدرة على استعمالها و توجيهها نحو أهداف استراتيجية معينة، و في هذا الظرف تملك الجزائر مجموعة من المقومات التي يمكن أن تكون قاعدة لبناء حضور وقوة رقمية فعالة على المستوى الاقليمي والقاري.

أولا: البنية التحتية الرقمية كإسما ل استراتيجي

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

تمثل البنية التحتية للاتصالات أحد الشروط الأساسية لتطور الاقتصاد الرقمي و توسع أنشطة التجارة الإلكترونية، و قد شهدت الجزائر في هذا المجال تحسنا ملحوظا خلال السنوات الماضية ، حيث ارتفعت نسبة اشتراكات الألياف البصرية من 2% عام 2020 إلى 23% في منتصف 2024.¹ وقد بلغت نسبة انتشار الإنترنت عبر الهاتف المحمول 108% ما يتجاوز عدد السكان بفعل تعدد الاشتراكات للفرد الواحد وهذا يظهر اتساع نطاق النفاذ الى خدمات الاتصال الرقمية. وتزداد أهمية هذه المؤشرات في ظل تموقع الجزائر ضمن المراتب الأولى إفريقيا من حيث قدرات الانترنت المحمول مما يوفر قاعدة تقنية داعمة لتطوير الأنشطة الرقمية و التجارة الإلكترونية.²

غير أن مراجعة هذه الأرقام تستوجب تحفظا تحليليا فان البنية التحتية تمثل وسيلة تمهيدية و شرطا مسبقا للقوة و ليست قوة بحد ذاتها. وبتعبير سترانج فإن من يملك شبكة الاتصال لا يضمن السيطرة على المعرفة التي تنتجها هذه الشبكة طالما انها غير مرتبطة ببيئة إنتاجية وطنية قادر على الاستفادة منها. وهذا الربط هو ما يمنح الكتلة الشبابية الجزائرية وزنا استراتيجيا حقيقيا.

ثانيا: الكتلة الشبابية كقوة إنتاجية رقمية محتملة

يبلغ عدد سكان الجزائر أكثر من 46 مليون نسمة بمتوسط عمري يقل عن 28 سنة وهو قاعدة ديموغرافية في الدراسات المتعلقة بالتحول الرقمي باعتباره رأسمال بشري شاب له قابلية مرتفعة للاندماج في الاقتصاد الرقمي. فهذه الفئة العمرية هي الأكثر استعمالا للهاتف الذكي والتطبيقات الرقمية، ما يجعلها قاعدة مستهلكين ومنتجين واسعة النطاق.³

وتشير تطورات المؤسسات الناشئة في السنوات الأخيرة الى ارتفاع حجم الاستثمارات الموجهة لهذا القطاع في الجزائر، حيث جمعت الشركات الناشئة حيث جمعت الشركات الناشئة الجزائرية أكثر من 650 مليون دولار سنة 2024 مسجله زياده قدرها

¹UNCTAD, Rapid eTrade Readiness Assessment: Algeria, United Nations Conference on Trade and Development, Geneva, 2025 (UNCTAD/DTL/ECDE/2025/3), p. 8.

²المرجع نفسه، p. 9.

³مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، «التحول الرقمي في الجزائر: دراسة تحليلية للاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي»، المجلد 11، العدد 2، ديسمبر 2025، ص. 665.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

60 % مقارنة بالسنة السابقة وقد احتل قطاع التكنولوجيا وحده ما يقارب 200 مليون دولار من هذا التمويل.¹ وهذا ليس مجرد نشاط تجاري بل هو تعبير عملي عما يصفه غيلبان بالدولة الاستراتيجية التي تحتضن فاعليها الاقتصاديين كأدوات للتموقع الدولي.

ثالثا: الثروة الطاقوية كهامش تمويلي للتحويل الرقمي

تمتلك الجزائر ميزة تنافسية نادرة في سياق الدول النامية التي تسعى الى التحويل الرقمي، المتمثلة في توفر هامش مالي حقيقي مصدره قطاع المحروقات، فقد بلغت صادرات سوناطراك نحو 45 مليار دولار سنة 2024.² وهو رقم يضع الجزائر في موقع مختلف عن رواندا أو إثيوبيا اللتين اضطرتا إلى بناء تحولهما الرقمي في ظروف شح الموارد. فان الاشكاليه الاساسيه في حاله الجزائريه لا تتعلق بغياب التمويل بقدر ما ترتبط باليات توجيه الريع الهيدروكربوني نحو استثمارات ذات طابع استراتيجي في البنى التحتية الرقمية ومن هذا المنظور تظهر محدوديه التحويل الرقمي كونها مسألة تتعلق بفعالية تخصيص الموارد و توجيهها أكثر من كونها انعكاسا لعجز مالي

رابعا: الموقع الجغرافي كرافعة للتموضع اللوجستي الإقليمي

يمثل الموقع الجغرافي للجزائر أحد أهم المقومات الاستراتيجية غير المستغلة بالكامل وأقلها استثمارا في التحويل الرقمي واللوجستي. فالجزائر تقع في نقطة التقاء ثلاثة فضاءات جيو اقتصادية مترابطة:

إفريقيا جنوب الصحراء عبر امتدادها البري الجنوبي وطريقها العابر للصحراء

حوض المتوسط عبر الواجهة الشمالية

قربها من أوروبا عبر الربط بحري مباشر.

هذا التقاطع الجغرافي يمكن أن يجعل الجزائر في حال ما توفرت البنية اللوجستية المناسبة مركزا اقليميا للتوزيع الرقمي على غرار تجربة دبي وما فعلته بموقعها.³

تتجلى بعض مؤشرات هذا الدور في استضافة الجزائر الدورة الرابعة لمعرض التجاره البينيه الافريقيه (IATF 2025) بمشاركة واسعة تجاوزت 2000 عارض من 75 دولة، مع توقعات بتوقيع اتفاقية تجارية واستثمارية تفوق

¹Stats and Market Insights, "Algeria Startup Ecosystem in 2025: A Year of Resilience and Transformation", January 2025. Available at: www.statsandmarketinsights.com.

²Algeria Tech News, "Algeria's Cybersecurity Startups", March 2026. Available at: algeriatech.news/cybersecurity-startup-ecosystem-11m-fund-algeria-2026/

³UNCTAD, Rapid eTrade Readiness Assessment: Algeria, op. cit., p. 11.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

44 مليار دولار.¹ فاختيار الجزائر لاحتضان هذا الحدث الاقتصادي القاري ليس صدفة انما هو مستوى من الاعتراف بموقعها الجيو اقتصادي داخل ديناميات التكامل الاقتصادي الأفريقي، غير أن هذا الحضور يظل في حاجة إلى ترجمة عملية عبر تطوير بنية تحتية رقمية ولوجستية قادرة على توليد قيمة اقتصادية مستدامة.

المطلب الثاني: القطاعات ذات الإمكانية التصديرية العالية

تتطلب دراسة المقومات الرقمية في الجزائر الانتقال من التشخيص العام الى تحديد القطاعات القادرة على المساهمة فعليا في التصدير الرقمي ويعتمد هذا التوجه على نماذج محلية تظهر ان التحول الرقمي لا يزال في مرحلة التطور لكنه بدا يفرز فاعلين اقتصاديين يمكنهم التوسع الإقليمي اذا توفرت لهم بيئة تنظيمية و استراتيجية مناسبة.

أ- المنصات الرقمية والتجارة الإلكترونية العابرة للحدود

تُجسّد تجربة شركة Yassir الجزائرية نموذجا استراتيجيا بالغ الدلالة على هذا التحول فهذا التطبيق الذي انطلق من الجزائر كخدمة نقل محلية تحول إلى تطبيق متكامل (super-app) يضم النقل والتوصيل والخدمات المالية، وتوسع ليشمل نحو 8 ملايين مستخدم في 45 مدينة عبر ستة دول مختلفة مع حوالي 100,000 سائق وتاجر نشط.² كما جمعت الشركة 150 مليون دولار في جولة تمويل Series B سنة 2022، لتصبح أعلى شركة ناشئة تمويلا في شمال إفريقيا. ولا تكمن أهمية هذه التجربة في حجم التمويل بل في قدرة النموذج على التكيف مع السياق المحلي الجزائري الذي يتميز بضعف الشمول المالي مما دفع الى تطوير حلول بديلة للتعاملات غير البنكية وهو ما يمنح هذا النموذج قابلية نسبية للتصدير و للتوسع إلى بيئات مشابهة في القارة الإفريقية.

وعلى الصعيد نفسه يبرز اتجاه في طريق النمو في مجال تطوير منصات التجارة الإلكترونية بين المؤسسات (B2B). فمنصة Okadoo التي أطلقت سنة 2024 بهدف رقمنة سلاسل التوريد وربط الموردين والموزعين وتجار التجزئة وتجار الجملة عبر

الجزائر ضمن شبكة رقمية موحدة متكاملة لتسهيل عمليات التوزيع وتحسين كفاءة السوق المحلية³ وهذا النوع من المنصات B2B هو الأكثر قدرة على توليد القيمة الاقتصادية الهيكلية بالمعنى الذي تصفه سترانج، لأنه لا يكفي بتسهيل المعاملات بل يعيد تنظيم شروط الإنتاج والتوزيع داخل السوق الوطنية.

¹AllAfrica, "Algeria Aims for Breakthrough Success to Boost Trade in Africa", August 2025. Available at: allafrica.com.

²Algeria Tech News, "Algeria Tech and AI Startup Ecosystem in 2026", March 2026. Available at: algeriatech.news.

³Oussama Hamouche Official Site. Available at: www.oussamahamouche.com — Section on Okadoo, launched 2024.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

ب- الصناعة التحويلية الرقمية وبناء العلامات المحلية التصديرية

يعد بناء العلامات المحلية أحد المداخل الأساسية لفهم ديناميات الصناعة التحويلية الرقمية في الجزائر من حيث قدرة الفاعلين الاقتصاديين على تحويل الانتاج المحلي الى قيمة قابلة للتسويق والتوسع خارج السوق الوطنية, ويعد نموذج مجموعة ThinkerCare واحد من الأمثلة عن هذا التحول وذلك من خلال سعيها الى انتاج قيمة مضافة محلية وتوزيعها عبر قنوات تجارية رقمية داخلية وخارجية.

فهذه المجموعة التي أسسها رائد الأعمال الجزائري أسامة حموش عام 2021 تدير اليوم محفظة متنوعة من العلامات التجارية تشمل Touché Skincare Lab في قطاع التجميل ومستحضرات العناية بالبشرة، Belnco في منتجات العناية الشخصية و Noom في منتجات العناية بالرضع.

وتتجلى أهمية هذه التجربة في ترسيخ حضور تنافسي داخل سوق التجميل حيث توجت عام 2025 بالمرتبة الأولى في معرض Cosmetica الجزائري بمعايير تصميم وتسويق معترف بها دوليا، وهذا يعكس توجه نحو إدماج الصنع الجزائري ضمن منطق تنافسي بدل اعتباره مجرد اطار انتاجي.¹

ومؤخرا أعلنت المجموعة توجهها نحو قطاع الدرمو-صيدلانية، في خطوة تكشف عن نضج استراتيجي ملحوظ حيث لم يعد يقتصر الأمر على توسيع النشاط التجاري فقط انما يتجه نحو رفع القيمة المضافة للعلامة وتعزيز قدرتها على التمويع في قطاعات أكثر تقنية وتنافسية بما يدعم قابلية التصدير خارج السوق الوطنية.

كما أن استثمارها في شركة Qareeb الناشئة في مجال تقنيات الحوسبة والذكاء الاصطناعي (Edge Computing & AI) يدل على ان هذه العلامات بدأت تندمج فعليا في بناء تكنولوجيا رقمية أكثر تعقيدا وشبكات توزيع رقمي بدل الاكتفاء بالإنتاج والتسويق التقليدي فقط.²

وهذه الحالة لا تفهم كاستثناء فردي بقدر كونها جزء من اتجاه أوسع نحو بروز علامات محلية قابلة للتوسع وهذا يرتبط مباشرة بإشكالية هذا المطلب حول قدرة الصناعة التحويلية الرقمية على انتاج فاعلين اقتصاديين يتجاوزون السوق المحلية

ج- خدمات تكنولوجيا المعلومات والذكاء الاصطناعي بوصفها قطاعا تصديريا واعداء

¹TSA Algérie, "ThinkerCare Group ou l'audace d'un made in Algeria assumé", 26 janvier 2026. Disponible sur: www.tsa-algerie.com.

²TikTok @thefakeentrepreneur, "ThinkerCare finalizes investment in Qareeb — 700 million DZD valuation", December 2025.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

تُقدر قيمة سوق الذكاء الاصطناعي في الجزائر بنحو 498.9 مليون دولار عام 2025، مع توقعات بنمو لتصل إلى 1.69 مليار دولار بحلول 2030.¹ ويعكس هذا المؤشر الاحصائي تحولا في البيئة المؤسسية الداعمة للقطاع وهو ما تجسد في تدشين الجزائر أولى جمعياتها التقنية المتخصصة المكرسة للذكاء الاصطناعي والأمن السيبراني في سيدي عبد الله في أبريل 2026، وهو مجمع يضم شركات ناشئة وجامعات ومراكز بحث في بنية مؤسسية مندمجة.² و تندرج هذه الخطوة في سياق دعم الاستراتيجية الوطنية الهادفة لبلوغ 20,000 شركة ناشئة بحلول سنة 2029. ومن النماذج الريادية في هذا القطاع شركة Qareeb التي أسسها المهندس الجزائري آدم دبة لتطوير حلول ذكاء اصطناعي مبنية على تقنيات IoT و Edge Computing و التي تعمل محليا دون الحاجة إلى نقل البيانات إلى خوادم أجنبية، وهو تموقع تقني يجسد و يخدم مفهوم السيادة الرقمية.³

المطلب الثالث: الإستراتيجية الوطنية لتطوير التجارة الإلكترونية 2026-2028 ومتطلبات الاندماج الإقليمي

أولاً: اتفاقية منطقة التجارة الحرة الإفريقية (AfCFTA) وآفاق التبادل الرقمي القاري

دخلت اتفاقية التجارة الحرة القارية الأفريقية (AfCFTA) حيز التطبيق الفعلي تدريجيا منذ 2021، وهي تمثل من حيث الحجم الديموغرافي أكبر منطقة تجارة حرة في العالم من حيث عدد الدول المشاركة إذ تضم 54 دولة بما مجموعه أكثر من 1.4

مليار مستهلك ونتاج داخلي إجمالي يناهز 3.4 تريليون دولار.⁴ والجزائر التي صادقت على الاتفاقية تقع في قلب هذا الفضاء التجاري وهو ما يمنحها من الناحية الجغرافية موقعا استراتيجيا لا تملكه كثير من الدول الأفريقية الأخرى. غير أن ما يمنح هذه الاتفاقية أهمية استثنائية في سياق التجارة الإلكترونية تحديدا هو أن البروتوكول المتعلق بالتجارة الرقمية بات جزءا لا يتجزأ من مفاوضاتها المرحلية.⁵

وتوضح هذه الحركية التشريعية ان الاستفادة الحقيقية من هذا الفضاء الإقليمي ترتبط بمدى نضج وجاهزية البنية الرقمية لكل دولة، فالنصوص القانونية توفر الإطار العام المشترك بينما يتوقف التموقع في أسواق القارة على قدرات

¹Algeria Tech News, op. cit., March 2026.

²Ecofin Agency, "Algeria Builds First AI and Cybersecurity Hub to Scale Its Startup Ecosystem", April 21, 2026. Available at: www.ecofinagency.com.

³Mag Startup, "10 Algerian Startups to Watch in 2026", April 2026. Available at: www.magstartup.com.

⁴African Union, Agreement Establishing the African Continental Free Trade Area (AfCFTA), Kigali, 2018, p. 3. See also: UNCTAD, Digital Trade for Africa: Enabling E-Commerce in the AfCFTA, United Nations, Geneva, 2022, p. 4.

⁵UNCTAD, Digital Trade for Africa: Enabling E-Commerce in the AfCFTA, op. cit., p. 7.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

الانتاج والتنظيم المحلية، ورغم المعطيات المرصودة سابقا حول وجود فجوة في مستوى الاستعداد الجزائري الحالي إلى أن التوجهات المعتمدة مؤخرا تظهر مساعي حقيقية لتدارك هذه الاختلالات وتفعيل التنافسية الخارجية للبلاد.

ثانيا: الاستراتيجية الوطنية لتطوير التجارة الإلكترونية 2026-2028

تعد هذه الاستراتيجية الوثيقة الأكثر شمولا لوزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية في قطاع الاقتصاد الرقمي، وقد أعدت بالتنسيق مع مختلف الوزارات والهيئات المعنية.¹ وما يميزها عن سابقتها من المبادرات التشريعية المتفرقة هو جمعها بين المسار التنموي والترقوي للقطاع وبين الأدوار الرقابية والضبطية التقليدية، وهو ما يظهر في توجيه أهدافها عبر ثمانية محاور متكاملة:

المحور الأول : الحوكمة والإطار القانوني: يستهدف هذا المحور إتمام استكمال تعديل القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بما يشمل تنظيم الأسواق الرقمية (Marketplace) ومنصات التواصل الاجتماعي بوصفها وساطة تجارية رقمية، وإصدار قانون خاص بخدمات الثقة والتصديق الإلكترونيين، وإنشاء لجنة وطنية للتجارة الإلكترونية، فضلا عن وضع نظام رصد ومراقبة إلكتروني يكشف المخالفات عن بعد.² وهذا المحور يعالج تحديدا الثغرة الأكثر إلحاحا التي كشفها المبحث الأول وهي أن القانون القائم لا يغطي النشاط الرقمي الذي يجري عبر المنصات الأجنبية.

المحور الثاني: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال: تضع الاستراتيجية أهدافا كمية محددة في هذا الشأن، تشمل رفع نسبة اتصال الأسر بالإنترنت الثابت إلى 73% من الأسر، وبلوغ نسبة انتشار الألياف البصرية إلى المنازل 78% بحلول 2026، وتحسين معدل تغطية 1400 منطقة منخفضة الكثافة السكانية، إلى جانب توسيع الاعتماد على النطاق الوطني (dz.) وتعزيز مبادئ الانفتاح ومشاركة البيانات.³

المحور الثالث: تطوير الخدمات اللوجستية: تهدف الاستراتيجية إلى وضع سلسلة لوجستية وطنية فعالة وقابلة للتتبع عبر تحديث الشبكة البريدية وتطوير نظام عنونة موحد، إنشاء مراكز توزيع ومستودعات آلية و تحسين منظومة النقل

¹ نسرين شارف، المديرية الفرعية لمديرية ترقية التجارة الإلكترونية، وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، وثيقة عمل رسمية مقدمة خلال التبرص الميداني، الجزائر، أبريل 2026، ص. 1.

² القانون رقم 05-18 المؤرخ في شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وزارة التجارة، الجريدة الرسمية عدد 29 المؤرخة في 16 مايو 2018، الصفحة 4

³ نسرين شارف، المديرية الفرعية لمديرية ترقية التجارة الإلكترونية، وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، وثيقة عمل رسمية مقدمة خلال التبرص الميداني، الجزائر، أبريل 2026، ص. 28

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

متعددة الوسائط لتجميع الطلبات مع التركيز على تعزيز قدرات شركات التوصيل في مجال معالجة الطرود البريدية وتوجيه توزيعها.¹

المحور الرابع: تطوير وسائل الدفع: يعالج هذا المحور مباشرة أحد أبرز العوائق الميدانية، عبر السعي لتنويع حلول الدفع الرقمي مثل المحافظ الرقمية ودفع مؤجل (BNPL) ورمز الاستجابة السريعة (QR Code)، إلى جانب تبسيط إجراءات الحصول على محطات الدفع الإلكتروني (TPE) والبطاقات الإلكترونية، مع توفير حلول وقنوات دفع دولية لفائدة التجار الجزائريين وتعزيز أمن ومرونة التشغيل البيني بين منصات الدفع للبنوك و بريد الجزائر.² وما يلفت في هذا المحور هو الإقرار الضمني بكون عقبة الدفع الإلكتروني ترتبط بتعقيد الإجراءات الإدارية و التنظيمية أكثر من غياب الوسائل التقنية ذاتها وهي مسألة جوهرية لم تعالجها القوانين السابقة.

المحور الخامس: الشمول الرقمي والمالي: يستهدف توسيع نطاق المستفيدين من التجارة الإلكترونية بتمكين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والحرفيين والتجار الصغار من الانخراط في الاقتصاد الرقمي، عبر تشجيع التجار الإلكترونيين على تقديم مزايا للمستهلكين حين يدفعون إلكترونيا، ووضع إجراءات تحفيزية لمن يعتمدون الدفع الرقمي، وتنفيذ خطة وطنية للتربية و الثقافة المالية وإطلاق حملات إعلامية لتوعية المواطنين وتعزيز ثقتهم في المعاملات الإلكترونية.³ وهذا المحور يدرك ما أكده مراد عباس في المقابلة الميدانية من أن الإشكال "سوسيوثقافي" قبل أن يكون تقنيا، وأن الثقة تحتاج إلى تجارب إيجابية متراكمة لا إلى قوانين إلزامية وحدها.

المحور السادس التكوين وتطوير المهارات: يهدف إلى بناء كفاءة بشرية وطنية متخصصة في مجالات الرقمنة و التجارة الإلكترونية من خلال وضع برامج تكوين مخصصة بالتنسيق مع الجامعات و المعاهد الوطنية. و يركز هذا التوجه على اكتساب المهن الرقمية واللوجستية ومهن إدارة المنصات الإلكترونية، وتعزيز إنشاء الشركات والمؤسسات الناشئة في مجال الرقمنة وتشجيع برامج التكوين المتواصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال.⁴ وقد تجسد هذا المسعى الميداني في اطلاق وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية مؤخرا في ماي 2026 للبرنامج الوطني للتمكين الرقمي 7.77 عبر منصتها الإلكترونية الرسمية (<https://777.mpt.gov.dz/>) ويهدف في هذا المشروع الحكومي إلى نشر الثقافة الرقمية وتطوير المهارات العملية في تطبيقات الذكاء الاصطناعي، الأمن السيبراني، الخدمات الرقمية، المقاولاتية و الكثير من

¹ المرجع نفسه، ص. 20-29

² المرجع نفسه، ص. 30

³ المرجع نفسه، ص. 30

⁴ المرجع نفسه، ص. 31

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

المجالات الأخرى حيث سجلت مؤشر اولا بأزيد من 64,000 منخرط في أسابيعه الأولى، ويمثل هذا البرنامج خطوة لرفع الكفاءة الرقمية للمجتمع وتوجيه الطاقات التقنية نحو النشاط الاقتصادي والتجاري.

المحور السابع: الولوج إلى التمويل: يهدف إلى دعم مجالات البحث والتطوير وتبني التقنيات الأساسية المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي ونظام المدفوعات (Blockchain) والأمن السيبراني... لجعل التجارة الإلكترونية و المعاملات الرقمية أكثر فعالية وأمانة. وتشمل الإجراءات العملية المقررة اطلاق منصة وطنية للتمويل الجماعي بالأسهم (Equity Crowdfunding) وتطوير خطوط ائتمانية لتحديث وتطوير البنية اللوجستية.¹

المحور الثامن: الابتكار التكنولوجي: يستهدف تشجيع إنشاء حلول تكنولوجية محلية وإنشاء منصات رقمية جزائرية كبداية تنافسية للمنصات و الحلول الأجنبية.² ويرتبط هذا المسعى مباشرة بجهود تأمين السيادة الرقمية وحماية تدفق البيانات الوطنية ويسهم في تقليل الاعتماد على البنى التكنولوجية الخارجية.

ثالثا: الاستراتيجية الوطنية للذكاء الاصطناعي 2024

لا يمكن تناول الاستراتيجية الوطنية لتطوير التجارة الإلكترونية بمعزل عن الاستراتيجية الوطنية للذكاء الاصطناعي التي أطلقتها الجزائر في ديسمبر 2024 معلنة التزامها بتسريع التحول الرقمي لخدمة التنمية الوطنية.³ فالوثيقتان تتقاطعان في بنيتهما الهيكلية وتكاملان في أهدافهما، ويشكل الذكاء الاصطناعي أداة أساسية لتطوير منصات تجارية ذكية قادرة على تحليل البيانات الضخمة

وتتبع سلوك المستهلكين وتخصيص الخدمات والمنتجات وفقا لمتطلبات الأسواق المحلية والإقليمية عبر التوصيات الآلية.⁴ والجزائر في هذا تتوافق مع توجه دولي واسع يجعل من الذكاء الاصطناعي الوسيط الذي يحول التجارة الإلكترونية من مجرد نشاط بيع ثانوي إلى نموذج اقتصادي مستدام قائم على الابتكار والقيمة المضافة الرقمية عن طريق توظيف الخوارزميات الذكية كرافعة أساسية لتعزيز التنافسية و توجيه التدفقات التجارية.

ومن محاور هذه الاستراتيجية التسعة تبرز اثنان لهما صلة مباشرة بموضوع التجارة الإلكترونية تحديدا:

¹المرجع نفسه، ص. 31

²المرجع نفسه، ص. 31

³التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2025، معدل (05-02-2026)، الفصل العاشر: تسخير الذكاء الاصطناعي لتعزيز الشمول المالي والابتكار في

الدول العربية، مبادرات استراتيجية الجزائر في مجال الذكاء الاصطناعي، صندوق النقد العربي، العدد 45، ص 266

⁴المرجع نفسه، ص 266

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

المحور المتعلق بتعزيز البنية التحتية عبر تطوير مراكز البيانات ومنشآت الحوسبة الفائقة (HPC) اللازمة لتدريب النماذج الكبيرة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي المتقدمة

والمحور المتعلق بتطوير القدرات البشرية حيث تقدم الجزائر وفق هذه الاستراتيجية 74 برنامج ماجستير متخصص في الذكاء الاصطناعي موزعة على 52 جامعة مع وجود أكثر من 57,000 طالب في تخصص علوم الحاسوب.¹ وهذا الاحتياطي البشري يشكل رصيدا حقيقيا لم تُترجمه الاستراتيجيتين بعد إلى قيمة اقتصادية مُنتجة في التجارة الرقمية.

رابعاً: فجوة الأداء بين الطموح الاستراتيجي والتنفيذ

تحمل هذه الاستراتيجيات قيمة تنظيمية واضحة فهي توفر للجزائر لأول مرة إطارا رسميا يستوعب أبعاد التجارة الإلكترونية ومحاورها الثمانية، وهو ما يمثل انتقالا نوعيا عن التوجه التنظيمي للقانون 18-05 الذي اقتصر على ضبط السوق ورقابته دون وضع خطة تنموية شاملة. غير أن استعراض هذا الطموح يستلزم مقارنة نقدية دقيقة، حيث أن الفجوة البنيوية التي رصدها المبحث الثاني لا تعالجها وثيقة استراتيجية وحدها مهما كانت متماسكة، فلا يزال 90% من المعاملات الإلكترونية تسدد نقداً عند التسليم،² كما أن نسبة التجار المجهزون بمحطات الدفع الإلكتروني TPE لم تتجاوز 9% بالرغم من الالتزام القانوني الصادر منذ ست سنوات³، وتبقى 42.3% من تسجيلات التجارة الإلكترونية الجديدة متركزة في العاصمة وحدها.⁴

وما يجعل هذه الأرقام ذات دلالة هي أنها تثبت أن الفجوة الأشد خطورة ليست في غياب الاستراتيجية بل في كفاءة آليات الإنفاذ والمتابعة الميدانية. فالقوة الهيكلية وفق تصور ستانج ترتبط بالقدرة على التأثير في الإنتاج والمعرفة و المال. لذلك يبقى الرهان الحقيقي في الحالة الجزائرية مرتبطا بالتنفيذ أكثر من الارتباط بصياغة استراتيجيات جديدة.

¹ المرجع نفسه، ص. 267

² UNCTAD, Rapid eTrade Readiness Assessment: Algeria, United Nations, Geneva, 2025 (UNCTAD/DTL/ECDE/2025/3), p. 14.

³ GIE Monétique, Chiffres de la Monétique Algérienne, mars 2026, disponible sur: <https://www.giemonetique.dz/ar/chiffresAr>

⁴ وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، توزيع القيود التجارية المسجلة بالسجل التجاري حسب رمز النشاط 607074، الفترة 2026/01/01 إلى 2026/05/06، بيانات مستخرجة خلال التبرص الميداني، ماي 2026.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

خلاصة الفصل الثاني

أفضت المعالجة التحليلية لهذا الفصل إلى تشخيص مفارقة بنيوية تحكم واقع قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث تبرز الفجوة الفاصلة بين ديناميكية التطور التشريعي والمؤسسي من جهة، ومحدودية الامتثال والتحول التشغيلي في واقع السوق من جهة أخرى.

وقد أثبت المبحث الأول أن المنظومة القانونية الجزائرية الممتدة من القانون 18-05 إلى المرسوم الرئاسي 25-320 تعكس وعيا سياديا متناميا يدرك أن البيانات أصبحت أصلا استراتيجيا وليس مجرد معلومات تجارية. غير أن هذا المسار التشريعي يصطدم بقيد بنويي يتمثل في افتراضه أن الفاعل الرقمي يمتلك نطاقا وطنيا (.dz) وسجلا تجاريا منضبطا، في حين يتحرك معظم النشاط التجاري الفعلي خارج الأطر الرسمية وعبر منصات تفاعلية أجنبية، وهو التشتت الاقتصادي الذي يوازيه غياب آليات الربط والتنسيق التقني والجبايي الفوري بين الفاعلين التنفيذيين.

وبين المبحث الثاني أن الهندسة المؤسسية للقطاع تملك فاعلين ذوي كفاءة حقيقية، غير أن التنسيق بينهم يظل عقبة بنيوية، إذ إن الفجوة بين الجهات الرقابية والجبايية ليست عجزا هيكليا بل تفصيل تنظيمي انتظر قراراً وزاريا مشتركا لم يُصدر بعد.

على الصعيد الإحصائي والميداني، كشفت المؤشرات الكمية أن نمو المعاملات الإلكترونية المحقق يعكس اختلالا وظيفيا؛ إذ لا تمثل التجارة الإلكترونية بمعناها التجاري الخالص سوى 0.58% من الكتلة النقدية الرقمية الإجمالية بينما تحتكر الخدمات الإدارية والاتصالات الحكومية المشهد العام. وهو ما يترجم بدقة أزمة "بنية الإنتاج" عند سوزان سترانج، حيث نجحت الدولة في رقمنة قنوات الدفع الإداري والخدمات دون بناء سوق رقمية إنتاجية حقيقية، يفاقمه ضعف الشبكات اللوجستية في الأطراف الجغرافية حيث لا تمثل أربع عشرة ولاية جنوبية سوى 4.1% من إجمالي تسجيلات التجارة الإلكترونية رغم تغطيتها لأكثر من 70% من المساحة الترابية الوطنية.

وفي المقابل، أظهرت القراءة الجيواقتصادية أن الجزائر لا تتموضع في موقف دفاعي بحت، إذ يمنحها موقعها الجغرافي المتقاطع مع ثلاثة فضاءات إقليمية، وحضورها الإستراتيجي في معرض التجارة الإفريقية البينية (IATF 2025)، بالإضافة إلى البروز

الدولي لنماذج ريادية قابلة للتعميم مثل تطبيق "يسير" ومجموعة "ThinkerCare"، رصيذا موضوعيا لبناء ميزة تنافسية رقمية قادرة على تحسين شروط التبادل والاندماج القاري.

الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي والتحديات البنيوية

وكتحليل ختامي: يخلص الفصل الثاني إلى أن معالجة الاختلال الفاصل بين طموح النص التشريعي وقصور الأداء الميداني تظل مشروطة بصياغة إستراتيجية وطنية موحدة قادرة على تحويل هذه المقدرات الكامنة إلى أداء تشغيلي ملموس، وهو المحور الأساسي الذي ستتكفل بدراسته المعالجة الميدانية والتحليل التطبيقي في الفصل الثالث والأخير من هذه الدراسة.

الفصل الثالث: نحو استراتيجية جزائرية للقوة

الرقمية دراسة ميدانية تحليلية

الفصل الثالث: التجارة الإلكترونية كأداة للتموضع الدولي للجزائر — دراسة ميدانية تحليلية

تمهيد الفصل الثالث

أوضحت المعطيات في الفصلين السابقين أن الجزائر تقف عند منعطف حقيقي كونها تملك من الموارد البشرية والجغرافية والطاقوية ما يؤهلها لبناء قوة رقمية إقليمية، وتعاني في الوقت ذاته من عوائق بنيوية تحول دون تحويل هذه الإمكانيات إلى واقع. لكن التشخيص النظري و الاحصائي لا يبين كيفية تعامل الفاعلين الميدانيين مع هذه التحديات، وهو ما يسعى هذا الفصل إلى رصده عبر استكشاف المسارات التنفيذية والعملية داخل المؤسسات والأسواق.

وتستند المادة العلمية لهذا الفصل إلى ثلاثة مصادر ميدانية مباشرة متمثلة في : مقابلة نصف موجهة مع مدير الاتصال بالجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية ABEF، وثيقة عمل داخلية صادرة عن مديرية الترقية التجارة الإلكترونية في وزاره التجاره الداخليه وضبط السوق الوطنية، إلى جانب الملاحظة والمعاينة المباشرة لأعمال ورشة وطنية جمعت 15 مؤسسة ناشطة في هذا القطاع.

ولترتيب هذه المقاربة منهجيا يتوزع الفصل على ثلاثة مباحث: حيث يحدد الأول الإطار المنهجي للدراسة الميدانية، ويُحلل الثاني حركية الفاعلين الرقميين وآليات تجاوز العقبات التنظيمية بصوت الميدان، بينما يخصص المبحث الثالث لإسقاط هذه النتائج التطبيقية على إطار القوة الهيكلية ومتطلبات الدولة الاستراتيجية وصياغه متطلبات التموقع الدولي للجزائر.

المبحث الأول: الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة الميدانية

المطلب الأول: المنهج وأدوات الجمع

يعتمد هذا الفصل المنهج الكيفي التحليلي.¹ لي استكشاف الظاهرة وفهم منطق الفاعلين المؤسساتيين، بعيدا عن المؤشرات الكمية الصرفة. ويفرض هذا التوجه طبيعة الأسئلة البحثية المثارة حيث يتطلب فحص كيفية التعامل مع العقبات البيئية في قطاع التجارة الإلكترونية، ورصد مسارات بناء الحلول الاستراتيجية ويستدعي فهما تفسيريا يقف على خلفيات سلوك الاقتصادي والتنظيمي للفاعلين .

وفي هذا الإطار اعتمدت ثلاث أدوات رئيسية لجمع المادة العلمية:

- 1- **المقابلة نصف الموجهة (مع مراد عباشة):** والتي تتيح تركيز الحوار حول محاور محددة سلفا، مع منح المبحوث مرونة كافية للتوسع في الجوانب العلمية والمهنية التي يراها جوهرية من واقعه الميداني²
 - 2- **تحليل الوثائق الرسمية:** وقد شملت فحص وثيقة العمل الداخلية لمديرية الترقية التجارية الإلكترونية المقدمة من طرف السيد نسرین شارف والتي تشكل مصدر حكوميا أوليا غير متاح للعموم، تعكس ملامح التوجه التنظيمي الرسمي.
 - 3- **الملاحظة الميدانية:** والتي جرت عبر المعاينة المباشرة خلال فترة التبرص وحضور ورشة عمل وطنية حول المعاملات والخدمات المالية في الجزائر بين الواقع والمأمول.
- ويساهم توظيف هذه الأدوات مجتمعة في ضبط موضوعية البحث وتقليص هوامش التحيز، مما يمنح استنتاجات الدراسة الميدانية متانة وتماسك منهجيا.

المطلب الثاني: تقديم مجتمع الدراسة والمبحوث

ترتبط قيمة المعطيات الميدانية بالموقع التنظيمي والمعرفي للمبحوث ومدى اتصاله المباشر بمراكز صنع القرار في القطاع المدرس، مما يستلزم تحديد الخلفية المؤسساتية للجهة المستجوبة بدقة.

¹Omar Aktouf, Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations, Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, 1987, pp. 27-31.

²منهجية إعداد مذكرة التخرج، المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية، الجزائر، 2024، ص. 66-68.

1-وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية:

تعد وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية الجهة الحكومية القائدة لملف التجارة الإلكترونية في الجزائر، وتهتم بهذا الدور عبر مديريتين فرعيتين متخصصتين تجسدان معا رؤية الدولة في تنظيم الفضاء التجاري الرقمي:

• **مديرية ترقية التجارة الإلكترونية:** التي تتولى الجانب التنموي والاستشاري، أي دعم المتعاملين ووضع الاستراتيجيات وصياغة مقترحات الإطار القانوني

• **مديرية مراقبة التجارة الإلكترونية:** التي تمثل الذراع الرقابية والتنفيذية في متابعة الامتثال للقانون 05-18 ورصد الانتهاكات وتلقي الشكاوى.

وقد شكلت مديرية الترقية الفضاء المؤسسي الحاضر للتربص الميداني الذي انطلق في 22 مارس 2016 تحت اشراف المدير الفرعي نسرین شارف. واتاح هذا الحضور المباشر اكتساب معرفه تفاعليه حول اليات التسيير الفعلي حيث تبين ان عاقبه الربط التقني بين المركز الوطني لسجل التجاري CNRC والمديرية العامه للضرائب ترتبط بتاخر صدور قرار وزاري مشترك تنظيمي وليس عجزا هيكليا في البيئه الرقمي.

2-السيدة نسرین شارف المديرية الفرعية للمديرية الفرعية لترقية التجارة الإلكترونية:

وهي المسؤولة المباشرة عن إعداد الاستراتيجية الوطنية لتطوير التجارة الإلكترونية 2026-2028. وتمثل وثيقة عملها الرسمية المقدمة خلال التربص الميداني مصدرا أوليا نادرا يجمع بيانات حصرية و أرقام و إحصائيات رسمية غير منشورة، معها الرؤية الاستراتيجية للجهة الحكومية المنوط بها ضبط القطاع وتطويره. ويزيد من قيمة هذه الوثيقة كونها تمثل في الوقت ذاته مصدرا للمعطيات الإحصائية الأكثر حداثة متاحة حول واقع قطاع التجارة الإلكترونية الجزائري.

3 - مراد عباشة مدير الاتصال و العلاقات الخارجية للجمعية المهنية للبنوك و المؤسسات المالية :ABEF

وفي هذا السياق فإن اختيار الأستاذ مراد عباشة مبحثا لم يكن عشوائيا، فهو يشغل موقعا معرفيا استثنائيا " مدير اتصال وعلاقات خارجية في ABEF"، يعني ذلك أنه يعمل في قلب المنظومة المصرفية، استمد هذه المقابلة أهميتها من الدور المهم والبنوي للجمعية التي تضم كافة المؤسسات المصرفية سواء العمومية منها والخاصة او الاجنبية العاملة في الجزائر، وتتولى التنسيق المشترك بين القطاع البنكي وبنك الجزائر وهيئات ضبط الدفع الالكتروني فضلا عن كونها الواجهة الرسمية للقطاع أمام صانعي السياسات الاقتصادية. وهذا يعني أن المبحوث يشارك مباشرة في إدارة ومتابعة ملفات التحول المالي الرقمي وتحديد مشاريع ربط شبكه النقد الوطنية CIB بالمنظومات الدولية، و بلورة الآليات التنفيذية لمشروع الدينار الرقمي. وتجدد الإشارة منهجيا الى أن إتمام هذه المقابلة جرى بتسهيل من الاستاذ جلال مناد

مستشار وزارة التجارة وضبط السوق الوطنية، وهو سياق اجرائي يعكس طبيعة التداخل والتنسيق الشبكي بين المؤسسات الحكومية والمهنية المعنية بإدارة هذا الملف الاقتصادي.¹

4- الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (ABEF):

هي منظمة نقابية مهنية تضم كافة البنوك العاملة في الجزائر وتضطلع بدور التنسيق بين القطاع المصرفي وهيئات ضبط الدفع و تمثل وتدافع عن مصالح هاته البنوك والمؤسسات المالية.² موقفها من التحول الرقمي المالي يُمثل موقف القطاع المصرفي ككل لا موقف مؤسسة بعينها.

المطلب الثالث: المساهمة المعرفية للملاحظة والمعاينة المباشرة

مشكله تربص الميداني بوزارة التجاره الداخليه وضبط السوق الوطنية المنطلق في 22 مارس 2023 اداه محورية لاكتساب المعطيات التفاعلية التي قد تغفلها الوثائق الرسمية والمقابلات المجدولة مما يتيح ملاحظة آليات التسيير الفعلي والممارسة الحقيقية داخل القطاع.

وقد كشفت فترة للمعاينه المباشره عن ديناميكيات تنظيمية من أبرزها:

- تبين أن إشكالية الربط التقني بين المركز الوطني للسجل التجاري والمديرية العامة للضرائب والتي تطرح غالبا كعقبة بنيوية أنه في واقع الأمر تفصيل تنظيمي يرتبط بصور قرار وزاري مشترك وليس عجزا هيكليا غير قابل للحل.
- كما أبرزت متابعة التوجهات الداخلية للوزارة خلال الربع الأول من سنة 2026 تحولا في الرؤية الاستراتيجية عبر التركيز على توظيف المنصات الرقمية الإقليمية الكبرى كبوابات لدعم التصدير بدلا من اقتصارها على قنوات الاستيراد.

وفي نفس السياق قد أتاح حضور أعمال ورشة الفدرالية الجزائرية للمستهلكين تحت عنوان " المعاملات والخدمات المالية في الجزائر بين الواقع والمأمول " في 9 أبريل 2026 والتي جمعت أكثر من 15 هيئة حكومية مدنيه ومصرفية، تقييم قنوات التنسيق القطاع المشترك ومعاينة ثغرات الأداء التنفيذي بشكل مباشر.

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، المادة 71، الجريدة الرسمية، العدد 52، 27 أوت 2003.

المبحث الثاني: تحليل المعطيات الميدانية وتفسير النتائج

يهدف هذا المبحث إلى تحليل المعطيات المستخلصة من المقابلة الميدانية والوثيقة التشريعية لوزارة التجارة وربطها بإشكالية الدراسة وإطارها النظري، ولا يقتصر التحليل على عرض آراء الباحثين وإنما يسعى إلى فهم دلالاتها في ضوء واقع التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي في الجزائر وذلك من خلال الوقوف على أهم التحديات المطروحة والفرص المتاحة والرهانات المرتبطة ببناء اقتصاد رقمي أكثر فعالية.

المطلب الأول: البعد المالي والسيادي في تحليل مقابلة الأستاذ مراد عباشة

أ- تشخيص الرقمنة المالية من منظور داخلي

يرى الأستاذ مراد عباشة أن الرقمنة المالية لم تعد خياراً يمكن تأجيله إنما أصبحت استجابة للتحويلات الاقتصادية والتكنولوجية العالمية.¹ ويظهر هذا الطرح إدراكاً متزايداً داخل القطاع المصرفي لأهمية مواكبة التحول الرقمي خاصة في ظل توسع المعاملات الإلكترونية وتغير أنماط التعامل المالي.

كما يشير هذا التوجه إلى أن التحدي لم يعد مرتبطاً بإدخال الأدوات الرقمية فقط بل بمدى قدرة المؤسسات المالية على التكيف مع تغير سلوك المعاملات وتوسع الاستخدام اليومي للوسائل الإلكترونية في الدفع والتحويل والتعاملات التجارية ومن هذا تصبح الرقمنة المالية جزءاً من عملية أوسع لإعادة تشكيل العلاقة بين المواطن والنظام المصرفي.

ب- مشروع الدينار الرقمي الإقليمي

تمثل الإشكالية المهمة التي يُشخصها استاذ عباشة أن ما يقارب 50% من السيولة الجزائرية تعمل خارج القنوات المصرفية الرسمية. وأن استمرار تداول الأموال خارج القنوات الرسمية يحد من انتشار

وسائل الدفع الإلكتروني ويؤثر في مستويات الشمول المالي حيث تظل طاقة اقتصادية معزولة عن تمويل الاستثمارات وتغذية منظومة الدفع الرقمي وتأمين السيادة المالية للدولة.

لمعالجة هذا الاختلال تدرس الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية بالتنسيق مع بنك الجزائر آليات إطلاق دينار رقمي يرتبط بشبكات الدفع الإقليمية العربية والإفريقية.²

¹ مراد عباشة، مدير الاتصال والعلاقات الخارجية، الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (ABEF)، مقابلة ميدانية نصف موجهة، الجزائر العاصمة، أبريل 2026. عبارته الحرفية المقتبسة: «هذا ليس خياراً بل أمر فرضته العولمة».

² مراد عباشة، المرجع نفسه. أكد خلال المقابلة أن ABEF تدرس مع بنك الجزائر آليات ربط الدينار الرقمي بشبكات الدفع الإقليمية ضمن المنظومة العربية للمدفوعات المشتركة، بهدف استيعاب جزء من الكتلة النقدية الموازية وإعادة توجيهها نحو القنوات الرقمية الرسمية.

- **الدينار الرقمي:** هو الشكل الإلكتروني السيادي للعملة الوطنية، يصدره وينظمه بنك الجزائر مباشرة، ويتمتع بصفة القوة الإبرائية القانونية الكاملة. وهو لا يمثل عملة جديدة إنما هو امتداد رقمي للنقد الورقي والمعدني التقليدي، ويخضع لنفس سعر الصرف و الغطاء المالي.

و المنطق الاستراتيجي لهذا المشروع مركب في مستويين:

1- المستوى الداخلي: يسعى محليا الى استقطاب السيولة الموازية نحو القنوات الرسمية وذلك عبر أدوات تقنية مرنة

بدلا من التدابير الإدارية التقليدية والتي ثبتت محدوديتها تاريخيا

2- المستوى الخارجي: فإن التوجه نحو الربط الإقليمي العربي الإفريقي بدلا من الاندراج المباشر في منظومة SEPA

الأوروبية كما فعل المغرب هو خيار استراتيجي يتيح للجزائر التنافس في أسواق تملك فيها مقومات التأثير بدلا من التبعية لمنظومات مالية جاهزة¹

ومن ثم فإن امتلاك منظومة دفع رقمية مدججة إقليميا يدعم قدرة الدولة على صياغة شروط التبادل المالي وتجنب الخضوع لقواعدها، وهو جوهر القوة الهيكلية المصرفية

ج- إشكالية الثقة المؤسسية وآليات الشمول المالي

حدد عباشة بوضوح أن عائق الدفع الرقمي ليس تقنيا في أساسه بل يرتبط بأبعاد 'سوسيوقفائي' تتعلق بالثقة في المنظومة الرقمية اذ يتطلب بناء الثقة توفير تجارب إيجابية متراكمة بدلا من الاعتماد الحصري على الأطر التنظيمية الالزامية و فرض الغرامات.²

وفي هذا السياق كشف المبحوث عن برنامج وطني للثقافة المالية تعده الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية ((ABEF) بهدف تقديم الرقمنة للمستهلكين والتجار بوصفها قيمة مضافة لا تكلفة إضافية. وفي هذا تجسيد عملي لمبدأ الحوافز الإيجابية الذي ناقشه الفصل الثاني بوصفه البديل الأكثر جدوى في مواجهة ظاهرة عدم الامتثال.³

¹ مراد عباشة، المرجع نفسه. أشار صراحة إلى أن الجزائر لا تسعى إلى نسخ تجربة المغرب مع SEPA الأوروبي، بل تبني نموذجاً مستقلاً يُعطي الأولوية للربط بالأسواق الإفريقية والعربية.

² مراد عباشة، المرجع نفسه. وصف الإشكالية الجوهرية بأنها 'سوسيوقفائية' قبل أن تكون تقنية، مُبيّناً أن الثقة في الدفع الرقمي تستلزم تراكماً من التجارب الإيجابية لدى المستهلك والتاجر على حدٍ سواء.

³ مراد عباشة، المرجع نفسه. كشف عن إعداد ABEF برنامجاً وطنياً للثقافة المالية يستهدف التجار والمستهلكين لتقديم الرقمنة بوصفها قيمة مضافة لا تكلفة إضافية.

المطلب الثاني: تحليل وثيقة السيدة نسرین شارف — البعد التشريعي والاستراتيجي

أ- ملامح التحول التنظيمي والسيادي في الرؤية الاستراتيجية

تقدم وثيقة نسرین شارف الاستراتيجية الوطنية لتطوير التجارة الإلكترونية 2026-2028 بمحاورها الثمانية، والتحليل النقدي لهذه الوثيقة يكشف عن تحول نوعي عميق في التوجه الحكومي حيث انتقلت من دور الضبط والرقابة التقليدي الذي هيمن على القانون 05-18 منذ 2018، نحو مقاربة تنموية تسعى لبناء قوة الرقمية التي يجسدها المرسوم الرئاسي 320-25. فالبيانات لم تعد بندا في سجل تجاري بل باتت أصلا سياديا استراتيجيا للدولة.¹

ويركز المحور المتعلق بالحوكمة والإطار القانوني على تعديل القانون 05-18 ليشمل المنصات الرقمية الأجنبية التي يجري عليها معظم النشاط التجاري الرقمي الجزائري. وهذا التعديل المرتقب يمثل توسيعا لنطاق السيادة القانونية الجزائرية على فضاء رقمي تديره شركات مثل Meta و Google دون أي التزام قانوني تجاه الدولة الجزائرية.

ب- المؤشرات الرقمية وفجوة الأداء

تضمنت وثيقة نسرین شارف بيانات كمية حصرية توفر صورة دقيقة لواقع القطاع في مطلع 2026. وأبرز هذه البيانات:

- أن عدد تجار الويب المنخرطين في نظام الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت ارتفع من 16 تاجراً عام 2017 إلى 859 تاجراً في فبراير 2026²

- إجمالي البطاقات المتداولة بلغ 22,336,752 بطاقة منها 17,981,731 بطاقة ذهبية Edahabia أي بحصة 80.5% لبريد الجزائر.³

غير أن قراءة هذه الأرقام تقتضي وضعها في سياق مسارها فنمو 54x في انخراط تجار الويب خلال تسع سنوات يكشف عن قابلية المنظومة للتوسع التدريجي، لكن 859 تاجراً في مواجهة سوق يضم أزيد من مليون تاجر مصرح به

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم الرئاسي رقم 320-25 المؤرخ في 30 ديسمبر 2025 المتضمن وضع منظومة وطنية لحوكمة البيانات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. دخل حيز التطبيق في 09 فبراير 2026.

² شارف نسرین، المديرية الفرعية لمديرية ترقية التجارة الإلكترونية، وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، وثيقة عمل رسمية مقدمة خلال الترتيب الميداني، الجزائر، أبريل 2026، ص. 48، الجدول رقم 9: تجار الويب المنخرطين في نظام الدفع عبر الإنترنت: 16 تاجراً (2017) مقابل 859 تاجراً (فيفري 2026).

³ شارف نسرین، المرجع نفسه، الجدول رقم 2: إجمالي البطاقات 22,336,752 في فيفري 2026، منها 17,981,731 بطاقة ذهبية Edahabia (80.5%).

يكشف عن الممكن و المتحقق فعليا. والفارق بين هذين الرقمين ليس فجوة في الموارد بل فجوة في منظومة الحوافز وفاعلية الإنفاذ.

ج-فرص التصدير المتاحة:

من أبرز ما تكشفه الوثيقة أن قطاع مستحضرات التجميل والزيوت العطرية يُسجّل أعلى طلب رقمي خارجي على المنتجات الجزائرية في الفترة 2023-2025.¹ ويعكس هذا المؤشر واقعا ملموسا يثبت وجود رغبة خارجيه في المنتج المحلي حتى قبل اكتمال البنية التحتية الرقمية المخصصة للتصدير.

وتؤكد تجربة مجموعة ThinkerCare جاهزية هذا القطاع بعد حصول علاماتها التجارية, touché, belnco على المرتبة الأولى في معرض كوسميتيكا بالجزائر لعام 2025 مما يبرز توفر منتج وطني قادر على المنافسة. وبناء على هذا فإن التقاء هذا الطلب الخارجي القائم مع جودة المنتج المحلي رغم النقص الحالي في قنوات التصدير الرقمية يمثل فرصة استراتيجية واضحة يمكن استغلالها على المدى القصير وعلى المدى الطويل.

المطلب الثالث: تقاطع الرؤى والنتائج المشتركة

أ-الورشة الوطنية وآليات التنسيق

ضمّت ورشة الفيدرالية الجزائرية للمستهلكين المنعقدة في 09 أبريل 2026 ممثلين عن وزارة المالية وبنك الجزائر و ABEF و SATIM و بريد الجزائر والمجلس الإسلامي الأعلى وخبراء الصيرفة الإسلامية وجمعيات حماية المستهلك.² ويعتبر تنظيم هذا الحدث من طرف هيئة مدنية نجاحا في تحقيق الحوار والتنسيق بين جهات قطاعية متعددة.

و قد أظهرت الملاحظة الميدانية تباين أولويات الأطراف المشاركة حيث كل جهة مشاركة رأت إشكالية الدفع الرقمي من منظورها الخاص، فوزارة المالية ركزت على الضبط الضريبي وتوسيع

¹ شارف نسرين، المرجع نفسه، ص. 12-14. يُسجّل قطاع الكوسميتيك والزيوت العطرية أعلى نسبة طلب رقمي خارجي على المنتجات الجزائرية في الفترة 2023-2025.

² الفيدرالية الجزائرية للمستهلكين (F.A.C)، بطاقة فنية: ورشة عمل وطنية حول المعاملات والخدمات المالية في الجزائر — بين الواقع والمأمول، فندق رويال الساحل، سعيد حمدين، 09 أبريل 2026. قائمة المشاركين تضمّنت ممثلين عن وزارة المالية، بنك الجزائر، SATIM، ABEF، بريد الجزائر، المجلس الإسلامي الأعلى، خبراء الصيرفة الإسلامية، وجمعيات حماية المستهلك.

الوعاء الجبائي، واهتمت جمعية البنوك ABEF على إعادة بناء ثقة المستهلك، في حين ركزت SATIM على الأولوية البيني بين المنصات والمجلس الإسلامي الأعلى يطرح منتجات الصيرفة الإسلامية بديلا ميسرا لشريحة واسعة من المواطنين المحجمين عن التعامل المصرفي التقليدي. هذا التعدد ليس تشتتا في الرؤية بل يمثل غنى وتكاملا في مناهج الحلول شرط وجود آلية رابطة تحوله إلى برنامج مشترك.

ب- التحديات المشتركة التي تُقَرّ بها الجهتان

يكشف تقاطع المعطيات بين مقابلة الاستاذ مراد عباشة ووثيقة وزاره التجاره عن اتفاق حول ثلاث تحديات أساسية:

- **أزمة الثقة الميدانية:** حيث ان استمرار تسديد 90% من المعاملات نقدا عند التسليم يثبت ان المشكله سوسيوقفافية ولا يمكن علاجها بالحلول التقنية المعزولة.
- **ضعف التنسيق المؤسسي:** فهناك غياب التكامل الفعال بين الجهات المعنية بالرغم من توفر النصوص التشريعية
- **محدوديه مقاربه الالزام:** المقاربة الإلزامية الخالصة في تطبيق متطلبات الدفع الإلكتروني أثبتت محدوديتها، وأن الحوافز الإيجابية تبقى الأجدى على المدى المتوسط لضمان امتثال التجار للقطاع الرسمي .

ج- الفرص المشتركة التي يرسمها الميدان

- في المقابل يتقاطع المؤشرات الميدانية على ثلاث فرص استراتيجية يمكن البناء عليها :
- **الدينار الرقمي الإقليمي :** إذ يساهم اطلاقه في وقته وبالشروط الملائمة في استيعاب وحل إشكالية السيولة النقدية الموازية و يفتح أمام الجزائر بابا للانخراط في بنية مال إقليمية في الفضائين العربي و الافريقي بشروطها هي لا بشروط مفروضة.
 - **التحول نحو التصدير الرقمي:** التحول في رؤية الوزارة نحو توظيف المنصات الإقليمية الكبرى كبوابات للتصدير بدلا من الاستيراد يمثل نقلة نوعية تدعم السيادة الاقتصادية و الرقمية.
 - **نموذج قطاع التجميل:** يوفر قطاع مستحضرات التجميل والزيوت العطرية نموذجا تطبيقيا جاهزا لاختبار كفاءة منظومة التصدير الرقمي قبل تعميمها على قطاعات أخرى.

المبحث الثالث: النتائج الاستراتيجية وآفاق التموضع الدولي للجزائر

تُشكل نتائج الميدان مادة خاماً تستدعي إسقاطاً على الإطار النظري قبل صياغة أي توصيات. يسعى هذا المبحث إلى استيفاء هذا الشرط: يختبر في مطلبه الأول الفرضية الرئيسية ضد الدليل الميداني المتوافر، ويُقدّم في مطلبه الثاني خريطة طريق استراتيجية مبنية على ما يقوله الميدان حقاً، ويُحدد في مطلبه الثالث حدود الدراسة وآفاقها المستقبلية.

المطلب الأول: اختبار الفرضية الرئيسية في ضوء الدليل الميداني

تقييم الجزائر ضمن بنى القوة الهيكلية

حددت سترانج أربع بنى للقوة الهيكلية: الأمن والإنتاج والمال والمعرفة.¹ وتكشف المعطيات الميدانية عن امتلاك الجزائر مقومات أولية للتحرك ضمن ثلاث بنى رئيسية للقوة الهيكلية:

في بنية المال: يُجسد مشروع الدينار الرقمي الإقليمي الذي تدرسه ABEF بالتنسيق مع بنك الجزائر مساهمة مباشرة في هذه البنية أي القدرة على تحديد شروط التبادل المالي لا مجرد إجراء المعاملات بمعنى سترانج. والدولة التي تمتلك منظومة دفع وطنية مندمجة إقليمياً تملك ورقة تفاوض حقيقية في السوق الإقليمية بدلاً من الخضوع لشروط شبكات دولية لا تسيطر عليها.

في بنية الإنتاج: يمثل التوجه نحو توظيف المنصات الإقليمية، مثل منصة Yassir التي توسعت في أسواق شمال و غرب إفريقيا، بوابة للصادرات الجزائرية المخروطة في تحديد شروط الإنتاج

والتوزيع الرقمي في إفريقيا وليس مجرد استهلاك لها. فحين يُصدر التاجر الجزائري عبر منصة إقليمية، فإنه يُحكم حلقة في سلسلة قيمة رقمية بدلاً من أن يكون مجرد طرف مستهلك في نهايتها.²

في بنية المعرفة: يمتد مخزون الجزائر من المعرفة المحلية الضمنية إلى قطاعات متعددة تشمل مستحضرات التجميل الطبيعية، الزيوت العطرية، إلى جانب المنتجات الفلاحية والحرفية ذات الخصوصية الجغرافية. هذا التراكم المتوارث في تقنيات الاستخلاص والتركيب والإنتاج يمنح السلع المحلية هوية مستقلة يصعب تقليدها في الخارج. وتحويل هذه

¹ سوزان سترانج، الدول والأسواق، دار بينتر للنشر، لندن، 1988، ص. 24-30.

² ملاحظات ميدانية للباحث خلال فترة التربص في وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، الجزائر العاصمة، مارس-مايو 2026. يُصد أن نقاشات الربع الأول من 2026 تتمحور بشكل متصاعد حول توظيف المنصات الإقليمية بوابة للصادرات لا منفذاً للاستيراد.

المعارف والخبرات إلى منتجات رقمية قابلة للتصدير يمثل ترجمة عملية لبنية المعرفة عند سترانج، حيث تتحول الميزة الثقافية والمحلية إلى ميزة تنافسية واضحة في الأسواق الإقليمية.¹

اختبار الفرضية الرئيسية:

انطلقت هذه الدراسة من فرضية أساسية مفادها أن التجارة الإلكترونية قادرة على إعادة تشكيل مكانة الجزائر في النظام الدولي وتعزيز تموضعها الإستراتيجي، بشرط وجود إرادة مؤسسية واضحة وإستراتيجية وطنية متماسكة.

وجاءت المعطيات الميدانية والوثائقية لتؤكد صحة هذه الفرضية، لكنها نقلتها من "الإطلاق النظري" إلى "التحقق المشروط". وتتحدد هذه المشروطة في بعدين هيكليين:

● **البعد الأول (أزمة التنسيق لا أزمة الإرادة):** حيث أثبت الميدان أن الإرادة السياسية والمؤسسية لبناء القوة الرقمية متوفرة فعليا و تترجمها خطط ملموسة مثل الإستراتيجية الوطنية للتجارة الإلكترونية (2026-2028)، وتوجه وزارة التجارة نحو التصدير الرقمي، ومشروع الدينار الرقمي المشترك بين بنك الجزائر وجمعية البنوك و اطلاق منصات لتعليم مختلف مجالات الرقمنة. لكن رغم ذلك تكمن الثغرة في تشتت هذه الجهود بين هيئات متعددة تعمل بمعزل عن بعضها، وذلك يعني أن العائق الأساسي ليس غياب الرؤية أو الاستراتيجية بل غياب آلية ربط مركزية توحد هذه السياسات في مسار تنفيذ واحد.

● **البعد الثاني (حتمية الإصلاح الهيكلي للإنقاذ الميداني):** إن تحويل القدرات الرقمية الكامنة إلى نفوذ حقيقي يعتمد على معالجة ملفات أساسية معطلة في البيئة المحلية. ويأتي في مقدمة ذلك تفعيل الربط التنظيمي المتأخر بين المؤسسات (مثل السجل التجاري والضرائب...)، وتقديم حوافز اقتصادية مرنة تدفع كتلة التجارة الموازية و الفاعلين الاقتصاديين في الاقتصاد غير الرسمي نحو القنوات الرسمية، مع التركيز على بناء منظومة دفع رقمية متوازنة تحمي السيادة المالية الوطنية وتسمح في الوقت نفسه بالاندماج في شبكات الدفع الإقليمية (العربية والإفريقية).

وبناء على ذلك، تخلص الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية تمتلك المقومات التنافسية لتعديل موقع الجزائر دوليا و جعلها قوة رقمية ، لكن هذا الأثر لن يحدث تلقائيا بمجرد إصدار النصوص القانونية و فرض العقوبات انما يرتبط مباشرة بقدرة الدولة على بناء منظومة تنفيذية موحدة تنسق بين القطاعات وتضمن الامتثال الفعلي في الميدان.

جدول 7 : اختبار الفرضية الرئيسية وفرضياتها الفرعية في ضوء الدليل الميداني

الفرضيات	الدليل الميداني	الحكم
ف1: التجارة الإلكترونية تقاطع بني القوة الهيكلية الأربع لسوزان سترانج و هي أداة نفوذ بيد من يتحكم في منصاتها وبياناتها	78 % من المبادلات عبر منصات أجنبية، بيانات السوق الجزائرية تتراكم خارج الدولة غياب منصة وطنية مهيمنة	تتحقق ✓
ف2: استمرار الدفع النقدي وتمدد الأسواق الموازية يسرب المعرفة الاقتصادية خارج السيادة القانونية	نمو 54x في تجار الويب المنخرطين في الدفع الإلكتروني (4 تجار 2016 → 859 تاجر 2026)؛ لكن 90% من المعاملات لا تزال نقدية عند التسليم	تتحقق ✓
ف3: الجزائر تمتلك المقومات، لكن غياب التنسيق المركزي يقيها إمكانات معلقة	استراتيجية وطنية رقمية 2026-2028، ومرسوم رئاسي لحوكمة البيانات، ومشروع دينار رقمي إقليمي تقوده ABEF مع بنك الجزائر، وتنسيق 15 مؤسسة في ورشة F.A.C. غير أن غياب التنسيق القطاعي العام يحول دون تحقيق التكامل التنفيذي لهذه المبادرات.	تتحقق جزئياً ✓
الفرضية الرئيسية: التجارة الإلكترونية أداة لإعادة تموضع الجزائر دولياً	الفجوة الحقيقية في آلية التنسيق المؤسسي بين الفاعلين الإرادة موجودة لكن الربط غائب	تتحقق شرطياً

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى المقابلات الميدانية ووثيقة شارف وملاحظات الورشة، أبريل-مايو 2026

المطلب الثاني: خريطة الطريق الاستراتيجية

تحدد التوصيات و المقترحات الإجرائية المستخلصة من الواقع الميداني في المحاور التالية:

1 - تفعيل الربط بين السجل التجاري والضرائب: الإسراع في إصدار القرار الوزاري المشترك لحل المشكلة التنظيمية المعطلة للتنسيق التقني بين الطرفين، مما يسمح بضبط الوعاء الجبائي ومراقبة حجم السوق الرقمية الفعلي ومكافحة الاقتصاد الموازي.

2- تسريع إطلاق الدينار الرقمي الإقليمي: تحويل المشروع المشترك (بين بنك الجزائر وجمعية البنوك) من دراسة تقنية إلى قرار إستراتيجي بجدول زمني ينتهي بأواخر 2027، لربطه بشبكات الدفع العربية والإفريقية واستقطاب السيولة الموازية.

3- تسهيل وسائل الدفع الدولي وإصدار البطاقات المعتمدة: استحداث أطر قانونية مرنة تبسط عملية إصدار بطاقات نقدية دولية معتمدة (Visa / Mastercard) للتجار والمستهلكين، وتسهيل إجراءات شراء وتعبئة هذه البطاقات بالعملة الصعبة (الدولار واليورو) عبر القنوات البنكية الرسمية لتمويل الحملات الإعلانية الدولية، مع توفير آليات آمنة ومبسطة لاستقبال الأموال والمدفوعات من الخارج.

4- توظيف المنصات الإقليمية كبوابات تصدير: إبرام اتفاقيات إطار مع منصات قائمة ونشطة إقليمياً (مثل منصة "يسير") لتخصيص واجهات للمنتجات الوطنية مقابل حوافز ضريبية، بدلاً من خسارة الوقت في بناء منصات وطنية من الصفر.

5 - برنامج قطاعي لدعم التصدير الرقمي: استهداف القطاعات ذات الطلب الخارجي الموثق (مثل مستحضرات التجميل والزيوت العطرية كنموذج ThinkerCare)، عبر توفير التسهيلات الجمركية المقررة قانوناً وتسهيل المعاملات المالية المرتبطة بالتجارة الخارجية.

6- نشر الوعي الرقمي وتقديم الحوافز الجبائية بدلاً من الإكراه: إطلاق حملات توعية وطنية واسعة لبناء الثقة لدى المستهلكين والتجار وتشجيعهم على استخدام أدوات الدفع الإلكتروني في معاملاتهم اليومية. ولتحفيز تجار التجزئة والويب على الانتقال إلى النظام الرسمي وتقليل مخاوفهم، يجب تقديم مزايا اقتصادية ملموسة تشمل إعفاءات وتخفيضات ضريبية معتبرة في السنوات الأولى، بدلاً من التركيز على المقاربة العقابية الجافة.

- 7- إنشاء لجنة تنسيق وطنية للاقتصاد الرقمي: تأسيس هيئة ربط موحدة تحت إشراف الوزارة الأولى تضم وزارة التجارة، وزارة المالية، بنك الجزائر، وشركة "ساتيم"، لتوحيد السياسات ومنع تشتت الجهود القطاعية.
- 8- زيادة ملف التجارة الرقمية في منطقة (AfCFT): السعي لترأس مجموعة العمل الأفريقية المعنية بأنظمة الدفع، لاستغلال بروتوكول التجارة الرقمية الصادر في فيفري 2024 وتحويل الموقع الجغرافي والدبلوماسي إلى رصيد نفوذ رقمي.

خلاصة الفصل الثالث

يمثل هذا الفصل الجسر التطبيقي الذي يربط الرؤية النظرية بواقع الممارسة الميدانية داخل المؤسسات الجزائرية، حيث تخلص الدراسة من خلال تفكيك المعطيات الميدانية والوثائقية لوزارة التجارة وجمعية البنوك وملاحظات ورشة الفيدرالية الجزائرية للمستهلكين إلى استنتاجات هيكلية تفيد بأن العقبة الجوهرية أمام بناء قوة رقمية وطنية لا تكمن في شح الموارد التقنية بل في فجوة التنسيق والإنفاذ الفعلي؛ إذ تبين أن تشتت الإرادات القطاعية وغياب آلية ربط مركزية يظل العائق الأساسي بالرغم من نمو المؤشرات الكمية وتزايد انخراط تجار الويب.

بناءً على ذلك، يستدعي الوضع توجيه المحيط الاقتصادي نحو بيئة رقمية رسمية تتجاوز مقارنة الإلزام القانوني الجاف، وتعتمد أساساً على نشر الوعي لبناء الثقة، وتقديم حوافز ملموسة كالإعفاءات الضريبية المشجعة في سنوات النشاط الأولى، وتسهيل قنوات الدفع الدولي عبر أطر مرنة تبسط إصدار بطاقات نقدية معتمدة تمكن التجار من شراء العملة الصعبة لتمويل حملاتهم الإعلانية الدولية واستقبال مدفوعاتهم الخارجية بأمان.

وهي المعطيات التي تؤكد على الصعيد النظري بداية تشغيل الجزائر لمقومات أولية للتحرك نحو الفعل من الهامش ضمن بنيتي "المال" و"الإنتاج" عند سوزان سترانج عبر مشروع الدينار الرقمي الإقليمي وتوظيف المنصات الإقليمية مثل تطبيق "يسير" كبوابات للتصدير القاري، مع ملامسة بنية "المعرفة" من خلال المزايا التنافسية لقطاع مستحضرات التجميل والمنتجات ذات الخصوصية الجغرافية، في تطابق واضح مع مفهوم الدولة الإستراتيجية عند روبرت غيلبان التي تسعى لبناء ميزة تنافسية مستقلة.

وكتحليل ختامي، تنتهي دراسة هذا الفصل إلى تأكيد الفرضية الرئيسية للبحث بشكل مشروط، كون التجارة الإلكترونية تملك المقومات الاقتصادية لتعديل تموقع الجزائر دولياً، شريطة الانتقال من مرحلة تعدد الخطط القطاعية إلى قرار سياسي موحد ينشئ لجنة تنسيق وطنية تحت إشراف الوزارة الأولى تتولى معالجة الملفات التقنية المعقدة كالربط بين السجل التجاري والضرائب، وتحويل مجموع الإرادات القائمة إلى قوة هيكلية فعلية تصنعها الدولة عبر فاعلية الإنفاذ في الميدان.

الخاتمة

الخاتمة العامة

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية جوهرية تتجاوز الاقتصاد التقني لتصل إلى العلاقات الدولية في عمقها: إلى أي مدى تساهم التجارة الإلكترونية في تحقيق السيادة الرقمية للجزائر وتعزيز مكانتها في النظام الدولي؟ وقد سعت الفصول الثلاثة إلى الإجابة عن هذا السؤال بمستويات ثلاثة متكاملة: نظري، وميداني وصفي، وميداني تحليلي.

فقد أثبت الفصل الأول أن التجارة الإلكترونية ليست أداة محايدة، بل ساحة للتنافس على بنى القوة الهيكلية عند سترانج. فمن يملك المنصة يتحكم في شروط الإنتاج، ومن يملك منظومة الدفع يرسم حدود التبادل، ومن يستحوذ على البيانات يمسك ببنية المعرفة بمفهومها الاستراتيجي الحقيقي. والدرس الأكثر مباشرة من النماذج المقارنة هو أن التوقع في هذه البنى ليس حكرًا على القوى الكبرى فرواندا أثبتت أن الإرادة تسبق الموارد.

وكشف الفصل الثاني عن مفارقة حادة في الحالة الجزائرية حيث نجد منظومة تشريعية تتصاعد في سقفها السيادي من القانون 05-18 إلى المرسوم 25-320، في مقابل واقع ميداني تبقى فيه التجارة الإلكترونية الحقيقية لا تتجاوز 0.58% من المعاملات الرقمية الكلية. والعلاقة بين هذين المستويين ليست علاقة تناقض بل علاقة فجوة تنفيذية؛ فالنصوص موجودة لكن آليات إنفاذها تعاني من تشتت مؤسسي واضح، وتواجه سوقا رقمية موازية تقودها منصات أجنبية تستحوذ على المعرفة الاقتصادية الوطنية في صمت.

وأجرى الفصل الثالث الاختبار الفعلي للفرضيات عبر معطيات ميدانية أولية من قلب المؤسسات المعنية. وقد أثبتت المقابلة مع مراد عباشة وتحليل وثيقة نسرين شارف وملاحظات ورشة أبريل 2026 أن الإرادة المؤسسية موجودة، وأن المقومات بدأت تتشكل في "بنية المال" عبر مشروع الدينار الرقمي الإقليمي و"الإنتاج" عبر التوجه نحو توظيف المنصات الإقليمية بوابات للتصدير. لكن العائق الأساسي ليس تقنياً ولا مالياً، بل هو غياب آلية ربط مركزية تحول الإرادات القطاعية المتفرقة إلى استراتيجية وطنية موحدة.

وتخلص الدراسة إلى أن الفرضية الرئيسية ثبتت بصورة مشروطة فان التجارة الإلكترونية قادرة على إعادة تشكيل موقع الجزائر في النظام الدولي، لكن هذه القدرة لن تتحول إلى واقع ما لم تحسم ثلاثة رهانات مترامنة: أولها استعادة السيادة المعرفية عبر تأطير السوق الرقمية الموازية قانونيا ومعلوماتيا، وثانيها إرساء منظومة ثقة مالية تتجاوز الإلزام والعقوبات نحو الحوافز، وثالثها بناء هيئة تنسيق وطنية موحدة ترفع الفجوة بين النص والإنفاذ إلى مستوى القرار السياسي.

إن الرهان الاستراتيجي للجزائر في بناء نفوذها الرقمي لا ينبثق من محاولات إسقاط نماذج هيكلية مستوردة، أو رهن التحول بتدفقات مالية خارجية؛ بل يتوقف بالدرجة الأولى على قدرة صانع القرار على القراءة الواعية للموقع

الجيواقتصادي للبلاد كجسر ربط بين الفضاء المتوسطي والعمق الإفريقي جنوب الصحراء. وبناء على هذه القراءة تصبح صياغة الإستراتيجية الرقمية السيادية حتمية وجودية تدرك أن التسرب اليومي للبيانات الوطنية نحو خوارزميات الشركات التكنولوجية الأجنبية يتجاوز مفهوم الخسارة المالية المجردة، ليشكل تقويضاً تدريجياً وبطيئاً لسيادة الدولة الاقتصادية في فضاء دولي باتت تحكمه قوة البيانات، والتي ستكلف جهود استعادتها مستقبلاً أضعاف كلفة تحصينها والحفاظ عليها اليوم.

قائمة المراجع

قائمة المصادر و المراجع :

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ- الكتب

- 1- حميداتو محمد الأمين، ومسي محمد، وعرباوي عبد القادر، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 22، 2022.
- 2- حجاج مصطفى، "التجارة الإلكترونية"، مطبوعة بيداغوجية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2022-2023.

ب- المقالات العلمية والمجلات

- 3- بوزانة عبد الرحمان وحمدوش رشيد، "قراءة في القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 10، العدد 3، 2021.
- 4- مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، "التحول الرقمي في الجزائر: دراسة تحليلية للاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي"، المجلد 11، العدد 2، ديسمبر 2025.
- 5- أمينة عمر، "التجارة الإلكترونية"، الموسوعة السياسية، 07-09-2021، متاح على: <https://political-encyclopedia.org/dictionary/>
- 6- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2025، الفصل العاشر: تسخير الذكاء الاصطناعي لتعزيز الشمول المالي والابتكار في الدول العربية، العدد 45، 2026.

ج- النصوص القانونية والوثائق الرسمية

- 7- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 29، 16 مايو 2018.

- 8- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المرسوم الرئاسي رقم 25-320 المؤرخ في 30 ديسمبر 2025 المتضمن وضع منظومة وطنية لحوكمة البيانات، الجريدة الرسمية، دخل حيز التطبيق في 09 فبراير 2026.
- 9 الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون المالية لسنة 2018 (القانون 17-11)، المادة 111، الجريدة الرسمية، العدد 76، 28 ديسمبر 2017.
- 10- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون المالية لسنة 2020 (القانون 19-14)، المادة 111، الجريدة الرسمية، العدد 81، 30 ديسمبر 2019.
- 11- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض، المادة 71، الجريدة الرسمية، العدد 52، 27 أوت 2003.
- 12- وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، دفتر الشروط المنظم لأنشطة البريد السريع وتوصيل الكيلومتر الأخير (Last Mile Delivery)، الجزائر، يناير 2026.

د- المصادر الميدانية والوثائق المؤسسية

- 13- شارف نسرين، المديرية الفرعية لمديرية ترقية التجارة الإلكترونية، وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، وثيقة عمل رسمية مقدمة خلال التبرص الميداني، الجزائر، أبريل 2026.
- 14- عباشة مراد، مدير الاتصال والعلاقات الخارجية، الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (ABEF)، مقابلة ميدانية نصف موجهة، الجزائر العاصمة، أبريل 2026.
- 15- تجمع النقد الآلي (GIE Monétique)، البيان السنوي 2025 المنشور عبر وكالة الأنباء الجزائرية (APS)، فبراير 2026. متاح على: <https://www.giemonetique.dz/ar/chiffresAr>
- 16- وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، المركز الوطني للسجل التجاري، توزيع عدد القيود التجارية المسجلة حسب رمز النشاط 607074 (التجارة الإلكترونية)، الفترة 2026/01/01 إلى 2026/05/06، بيانات مستخرجة خلال التبرص الميداني، ماي 2026.

- 17- الفيدرالية الجزائرية للمستهلكين (F.A.C)، بطاقة فنية: ورشة عمل وطنية حول المعاملات والخدمات المالية في الجزائر — بين الواقع والمأمول، فندق رويال الساحل، سعيد حمدين، 09 أبريل 2026.
- 18- ملاحظات ميدانية للباحث خلال فترة التربص في وزارة التجارة الداخلية وضبط السوق الوطنية، الجزائر العاصمة، 2025-2026.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية

A- Books

1. Castells, Manuel. The Rise of the Network Society. Blackwell Publishers, Oxford, 1996.
2. Gilpin, Robert. The Political Economy of International Relations. Princeton University Press, Princeton, 1987.
3. Schaake, Marietje. The Tech Coup: How to Save Democracy from Silicon Valley. Princeton University Press, Princeton, 2024.
4. Strange, Susan. States and Markets. Pinter Publishers, London, 1988.
5. Tapscott, Don. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, New York, 1996.
6. Wallerstein, Immanuel. The Modern World-System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century. Academic Press, New York, 1974.

B- International Organizations & Reports

7. African Union. Agreement Establishing the African Continental Free Trade Area (AfCFTA). Kigali, 2018.
8. Alibaba Group. Annual Report 2023. Alibaba Group Holding Limited, Hangzhou, 2023.
9. Bain & Company. E-Commerce in MENA: Opportunity Beyond the Hype. Bain & Company, 2019.
10. E-commerce Europe. European E-commerce Report 2024. Brussels: E-commerce Europe, 2024
11. GlobalData. E-Commerce Analytics Report 2024. GlobalData plc, London, 2024.
12. Government of Rwanda / MINECOFIN. Vision 2050. Kigali, 2020.
13. International Telecommunication Union (ITU). Measuring Digital Development: Facts and Figures 2024. ITU Publications, Geneva, 2024.
14. Nilson Report. Global Card Network Statistics 2022. May 2023.
15. Norges Bank Investment Management (NBIM). Annual Report 2024. Oslo: NBIM, 2024.
16. Norges Bank Investment Management (NBIM), The Government Pension Fund Global: History and Mandate (Oslo: NBIM , 2023)
7. Norwegian Ministry of Local Government and Modernisation. National Strategy for Digital Government 2016–2020. Oslo: Norwegian Ministry of Local Government and Modernisation, 2016.
17. OECD. Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future. OECD Publishing, Paris, 2019.

18. OECD. The Economic and Social Role of Internet Intermediaries. OECD Publishing, Paris, 2010.
19. Redseer Strategy Consultants. Unlocking the Next Wave of MENA E-Commerce Growth. Redseer, 2025.
20. Rwanda Ministry of ICT and Innovation (MINICT). ICT Sector Strategic Plan 2024–2029. Kigali, 2024.
21. Statista. "eCommerce Algeria." Statista Market Forecast, 2024.
22. Statista. "E-Commerce in China: Statistics and Facts." Statista Research Department, 2024.
23. Statista. "E-Commerce in Norway: Statistics and Facts." Statista Research Department, 2024.
24. Statistics Norway (SSB). Key Figures for the Norwegian Economy 2024. Oslo: Statistics Norway, 2024.
25. Vipps MobilePay. Annual Report 2023. Oslo: Vipps MobilePay, 2024.
26. UNCITRAL. Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment. United Nations, New York, 1996.
27. UNCTAD. Digital Economy Report 2021: Cross-border Data Flows and Development. United Nations, Geneva, 2021.
28. UNCTAD. Digital Economy Report 2024. United Nations, Geneva, 2024.

29. UNCTAD. Digital Trade for Africa: Enabling E-Commerce in the AfCFTA. United Nations, Geneva, 2022.
30. UNCTAD. E-Commerce and Development Report 2020. United Nations, Geneva, 2020.
31. UNCTAD. Rapid eTrade Readiness Assessment: Algeria (UNCTAD/DTL/ECDE/2025/3). United Nations, Geneva, 2025.
32. Vipps MobilePay. Annual Report 2023. Oslo: Vipps MobilePay, 2024.
33. World Bank. World Development Report 2021: Data for Better Lives. Washington D.C., 2021.
34. World Trade Organization. Work Programme on Electronic Commerce. WTO, Geneva, 1998.
35. WTO / World Bank. Digital Trade for Africa: Rwanda — An Assessment of Digital Trade Readiness. Geneva, 2025.

C– Online Sources

36. Africa Tech News. "Algeria Builds First AI and Cybersecurity Hub to Scale Its Startup Ecosystem." Ecofin Agency, April 21, 2026. Available at: www.ecofinagency.com
37. Algeria Tech News. "Algeria's Cybersecurity Startups." March 2026. Available at: algeriatech.news
38. Algeria Tech News. "Algeria Tech and AI Startup Ecosystem in 2026." March 2026. Available at: algeriatech.news

39. AllAfrica. "Algeria Aims for Breakthrough Success to Boost Trade in Africa." August 2025. Available at: allafrica.com
40. Hamouche, Oussama. Official Site , Section on Okadoo. Available at: www.oussamahamouche.com
41. Mag Startup. "10 Algerian Startups to Watch in 2026." April 2026. Available at: www.magstartup.com
42. Stats and Market Insights. "Algeria Startup Ecosystem in 2025: A Year of Resilience and Transformation." January 2025. Available at: www.statsandmarketinsights.com

ثالثاً: المراجع باللغة الفرنسية

A– Articles et Sources en Ligne

1. El Watan Économie. «Le paradoxe numérique algérien : investissements massifs, impact économique limité». 14 août 2025.
2. ESCWA. Arab Digital Economy Report. United Nations, Beirut, 2017.
3. TSA Algérie. «ThinkerCare Group ou l'audace d'un made in Algeria assumé». 26 janvier 2026. Disponible sur: www.tsa-algerie.com

قائمة الاشكال والجداول

قائمة الجداول :

- جدول 1:المقارنة المنهجية بين التجارب الدولية الثلاث على ضوء مؤشرات التجارة الإلكترونية والتموقع الدولي 26
- جدول 2 الإمكانية الاستراتيجية للجزائر في ضوء المؤشرات المقارنة 27
- جدول 3 المنظومة التشريعية للتجارة الالكترونية في الجزائر " قراءة في السيادة الرقمية"..... 32
- جدول 4 : تصنيف الفجوات بين البنية القانونية والقوة الهيكلية الفعلية في التجارة الإلكترونية الجزائرية (2026)..... 39
- جدول 5 : التوزيع القطاعي لعدد المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت في الجزائر (2025)..... 41
- جدول 6 :الاقتصاد غير الرسمي وأثره الاستراتيجي على القوة الرقمية الجزائرية..... 50
- جدول 7 : اختبار الفرضية الرئيسية وفرضياتها الفرعية في ضوء الدليل الميداني..... 76

قائمة الأشكال :

- شكل 1 : التركز الجغرافي للتسجيلات الجديدة في التجارة الإلكترونية (جانفي-ماي 2026) 45

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الشكر و العرفان	
الاهداء:	
مقدمة الدراسة	ب
إشكالية الدراسة:	ب
فرضيات الدراسة:	ت
أهمية الموضوع:	ت
دوافع اختيار البحث:	ث
مسح وتصنيف الدراسات السابقة:	ج
أهداف الدراسة:	ح
الإطار المنهجي للبحث والتحديد الإجرائي للمفاهيم:	ح
أدوات جمع المعطيات (التثليث المنهجي من واقع الميدان):	خ
هيكلية وخطة الدراسة:	خ
الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة	1
الإلكترونية والقوة في الاقتصاد السياسي	1
الدولي	1
تمهيد الفصل	2
المبحث الأول: مقارنة مفاهيمية من الرقمنة إلى التجارة الإلكترونية	2
المطلب الأول: الرقمنة والاقتصاد الرقمي كأساس للتجارة الإلكترونية	2
المطلب الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية وتطورها التاريخي وأبعادها	5

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية وأساليب قياسها	8
المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية كأداة للقوة في العلاقات الدولية : مقارنة نظرية	11
المطلب الأول: مفهوم القوة في العلاقات الدولية وتطوره من القوة العلائقية إلى القوة الهيكلية	12
المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية ضمن بنى القوة الأربع عند سوزان سترانج	14
المطلب الثالث: الفجوة الرقمية وإشكالية التبعية التكنولوجية في الدول النامية	17
المبحث الثالث: تجارب دولية مقارنة في توظيف التجارة الإلكترونية كرافعة للتموقع الدولي	19
المطلب الأول: التجربة الصينية في بناء سيادة رقمية مستقلة	19
المطلب الثاني: التجربة النرويجية في التحول الرقمي كبديل عن الاقتصاد الريعي	21
المطلب الثالث: التجربة الرواندية في التحول الرقمي بإمكانيات محدودة	25
خلاصة الفصل الأول	29
الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الإطار المؤسسي و التحديات البنيوية	28
تمهيد الفصل:	29
المبحث الأول: المنظومة التشريعية والمؤسسية	29
المطلب الأول: القانون رقم 18-05 اطاره القانوني ودلالاته السيادية	30
المطلب الثاني: الإطار المؤسسي ودور الدولة في ضبط القطاع	33
المطلب الثالث: الفجوة بين البنية القانونية والقوة الهيكلية الفعلية	37
المبحث الثاني: التحديات البنيوية للتجارة الإلكترونية الجزائرية	40
المطلب الأول: أزمة الدفع الإلكتروني والثقة المالية	40
المطلب الثاني: ضعف البنية اللوجستية	44
المطلب الثالث: الاقتصاد غير الرسمي وإشكالية الامتثال	47
المبحث الثالث: مؤهلات وفرص بناء القوة الرقمية في الجزائر	52
المطلب الأول: المقومات الموضوعية للقوة الرقمية الجزائرية	52
المطلب الثاني: القطاعات ذات الإمكانية التصديرية العالية	55

المطلب الثالث: الإستراتيجية الوطنية لتطوير التجارة الإلكترونية 2026-2028 ومتطلبات الاندماج الإقليمي	57
خلاصة الفصل الثاني	62
الفصل الثالث: التجارة الإلكترونية كأداة للتموضع الدولي للجزائر — دراسة ميدانية تحليلية	65
المبحث الأول: الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة الميدانية	66
المطلب الأول: المنهج وأدوات الجمع	66
المطلب الثاني: تقديم مجتمع الدراسة والمبحوث	66
المطلب الثالث: المساهمة المعرفية للملاحظة والمعاينة المباشرة	68
المبحث الثاني: تحليل المعطيات الميدانية وتفسير النتائج	69
المطلب الأول: البعد المالي والسيادي في تحليل مقابلة الأستاذ مراد عباشة	69
المطلب الثاني: تحليل وثيقة السيدة نسرین شارف — البعد التشريعي والاستراتيجي	71
المطلب الثالث: تقاطع الرؤى والنتائج المشتركة	72
المبحث الثالث: النتائج الاستراتيجية وآفاق التموضع الدولي للجزائر	74
المطلب الأول: اختبار الفرضية الرئيسية في ضوء الدليل الميداني	74
المطلب الثاني: خريطة الطريق الاستراتيجية	77
خلاصة الفصل الثالث	79
الخاتمة العامة	81
قائمة المصادر و المراجع :	83
قائمة الجداول :	89
فهرس المحتويات	92



تسعى هذه الدراسة الى استكشاف دور التجارة الإلكترونية في تعزيز القوة الرقمية للجزائر، وتقييم مدى مساهمتها في تحقيق السيادة الرقمية وتحسين موقع البلاد ضمن النظام الدولي الحديث. تنطلق الدراسة من إشكالية رئيسية تتمثل في: إلى أي حد تسهم التجارة الإلكترونية في تحقيق السيادة الرقمية وتعزيز مكانة الجزائر على الساحة الدولية؟

اعتمدت الدراسة منهج الاقتصاد السياسي الدولي، مستندة بشكل أساسي إلى نظرية القوة الهيكلية التي قدمتها سوزان سترانج، مع الاستفادة من أفكار روبرت غيلبان وإيمانويل واليرستين لتحليل العلاقة بين الاقتصاد الرقمي وهياكل القوة العالمية. وقد تناول البحث واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال دراسة الإطار القانوني والمؤسسي، بالإضافة إلى التحديات الهيكلية المرتبطة بأنظمة الدفع الإلكتروني، والبنية التحتية اللوجستية، والفجوة الرقمية.

أظهرت النتائج أن التجارة الإلكترونية تجاوزت كونها نشاطاً اقتصادياً بحثاً لتصبح أداة استراتيجية لإنتاج القوة وبناء النفوذ على المستوى الدولي. كما خلصت الدراسة إلى أن الجزائر تمتلك مقومات هامة لبناء قوة رقمية وطنية. ومع ذلك، فإن تحقيق السيادة الرقمية يتطلب تطوير البنية التحتية الرقمية، وتعزيز أنظمة الدفع الإلكتروني، ودعم الابتكار وريادة الأعمال، ووضع استراتيجية شاملة تنقل البلاد من موقعها الحالي كمستهلك للتكنولوجيا إلى مركز منتج ومساهم فاعل في الاقتصاد الرقمي العالمي.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، السيادة الرقمية، القوة الهيكلية، الاقتصاد الرقمي، الجزائر، النظام الدولي، القوة الرقمية

This study seeks to explore the role of e-commerce in bolstering Algeria's digital power, assessing its contribution to achieving digital sovereignty, and enhancing the country's standing within the contemporary international system. The research centers on a key question: To what extent does e-commerce contribute to achieving digital sovereignty and improving Algeria's position in the global system?

The study employs the International Political Economy approach, primarily drawing on Susan Strange's Structural Power Theory while incorporating insights from Robert Gilpin and Immanuel Wallerstein to examine the interplay between the digital economy and global power dynamics. It evaluates the state of e-commerce in Algeria by analyzing the legislative and institutional frameworks, as well as core challenges related to electronic payment systems, logistical infrastructure, and the digital divide.

The results underscore that e-commerce has transcended its traditional role as an economic activity, evolving into a strategic tool for generating power and influence in the global arena. The study finds that Algeria has significant potential to establish itself as a national digital power. However, realizing digital sovereignty will necessitate investments in strengthening digital infrastructure, expanding electronic payment mechanisms, fostering innovation and startup growth, and adopting an integrated strategic vision that enables the transition from a technology consumer to an active producer and stakeholder in the global digital economy.

Abstract

Keywords: E-commerce, Digital Sovereignty, Structural Power, Digital Economy, Algeria, International System, Digital Power.