

مقدمة

أحدثت الثورة الإلكترونية في الدول المتقدمة انقلاب كبير في ممارسة الأنشطة الاقتصادية، فقد أدت التطورات التكنولوجية إلى دفع أغلب مسيري المؤسسات في هذه الدول إلى تبني كل ما هو جديد والاعتماد على المعرفة كعنصر هام في الإنتاج، مع إعطاء الأولوية للعنصر البشري باعتباره يملك القدرات المعرفية والمهارات الإبداعية.

وفي مقابل ذلك نجد أن الدول النامية ومن بينها الجزائر وجدت صعوبة كبيرة في مساهمة التطورات الحاصلة في العالم المتقدم، فهناك نقص في الاهتمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وغيرها من معوقات الاندماج في الاقتصاد الجديد، غير أن الجزائر مجبرة على تحضير آليات الانتقال نحو مجتمع المعرفة الذي يقوم أساساً على الكفاءات البشرية وتحسين البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ونحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وهذا بطبيعة الحال بعد أن نعطي نظرة عامة حول قطاع الاتصالات في الجزائر بصفة عامة انطلاقاً من سياسة الإصلاحات في مجال الاتصالات وصولاً إلى مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الخدمات الاقتصادية وسبل اندماج الجزائر في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ثم نمر مباشرة إلى الدراسة الميدانية التي تشمل الربط بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكانتها في المؤسسة الجزائرية ويكون ذلك من خلال تحضير استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة تطرح على مسيري المؤسسات، تسمح لنا بعد ذلك بمعالجة بيانات الاستبيان وتحليل النتائج.

1. واقع قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر

تعتبر الجهود التي تبذلها الجزائر لترقية قطاع تكنولوجيات الإعلام والاتصال أهم معالم التنمية الاقتصادية البارزة خاصة وأن الجزائر بدأت تنتهج سياسة الإصلاح الشامل والانفتاح على الاقتصاد الحديث فهي تمتلك موارد هامة تشجع على تطوير هذا القطاع في السوق الجزائرية، فالتحولات الاقتصادية الكبرى التي تركز على تبني التطور التكنولوجي الهائل لوسائل الإعلام والاتصال تمثل تحديات كبرى في مجالات متعددة من أهمها تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطبيقاتها المختلفة التي تعطي إمكانيات هامة للرفع من الكفاءة والتنافسية في ظل محيط جديد يتميز بالانفتاح والحرية الاقتصادية.

كما أن الدولة باعتبارها مسؤولة عن توفير الأرضية اللازمة التي تسمح لمؤسساتها بالتكيف مع المحيط الجديد، من خلال تبني إستراتيجية واضحة لتوفير هياكل الدعم للتطوير التقني والتحديد، إذن فهي ملزمة

بضرورة تنمية قطاع الاتصالات، حتى يكون هناك اندماج لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في الاقتصاد الجزائري.

1.1. قطاع الاتصالات في الجزائر نمو كبير وسط منافسة قوية

يتطلب الدخول في الاقتصاد الجديد والانفتاح على العالم الخارجي ضرورة وضع مناهج جديدة في التسيير مهيكلة حول شبكات الإعلام والاتصال، وعليه فقد أخذت الدولة الجزائرية على عاتقها وضع هياكل قاعدية عصرية في الاتصالات، وعمدت إلى القيام بإصلاحات لازمة لتحسين العرض والخدمة، بالإضافة إلى إنشاء هياكل أخرى للتكوين في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ورغم الجهود التي تبذلها الجزائر في هذا المجال إلى أنها لا تزال تعاني من تأخر كبير في استخدام هذه التكنولوجيات، فقد صنف تقرير للمنتدى الاقتصادي الدولي حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال^[1] الجزائر في مرتبة متأخرة وهذا خلال سنة 2008، حيث احتلت المرتبة 88 عالميا والمرتبة 11 عربيا وبأقي هذا التصنيف ليؤكد فشل السياسات التي اعتمدها الجزائر من أجل دعم هذه التكنولوجيات.

كما كشف تقرير الهيئة الدولية التي تضم أهم صانعي القرار الاقتصادي العالمي وخبراء اقتصاديين وهيئات متخصصة، عن مكانة متواضعة للجزائر في المنطقة العربية ناهيك عن المستوى العالمي، وهذا في تقريرين جديدين للمنتدى الاقتصادي العالمي لعام 2009^[2]، فقد صنف التقرير الجزائر في المرتبة 108 عالميا، ولاحظ أن تونس تبقى تصدر قائمة الدول في شمال إفريقيا بفارق كبير حيث تحتل المرتبة 38 عالميا، ثم تأتي مصر، والمغرب، والجزائر ما قبل موريتانيا.

¹. اعتمدت الطبعة السابعة لتقرير المنتدى الدولي حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال على 68 مؤشرا من بينها الفرص المتاحة للدخول واستعمال شبكة الانترنت على مستوى المدارس، ومدى اهتمام الحكومات في برامجها بتوفير وتسهيل الدخول لهذه التكنولوجيات، وقد جاءت الجزائر حسب ذات التقرير في المرتبة 11 عربيا بعيدا وراء الإمارات التي احتلت المرتبة 29 عالميا وبعدها قطر في المرتبة 32، والتي تليها تونس والبحرين في المرتبتين 35 و46 على التوالي، في حين حلت الأردن في المرتبة 47 والسعودية في المرتبة 48، وبعدها الكويت وعمان ومصر والمغرب في المراتب 52 و53 و63 و74 على التوالي، وبالمقابل جاءت موريتانيا وليبيا وسوريا في مؤخرة الدول العربية المستخدمة والمالكة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال باحتلالها للمراتب 97 و105 و110 على التوالي.

². الملاحظات التي سجلها التقرير الدولي هو التراجع الكبير المسجل من قبل الجزائر في الترتيب العالمي، حيث احتلت المرتبة 88 في تصنيف 2007 و2008، وبالتالي فقدت أكثر من 20 رتبة في ظرف سنة واحدة. وبالمقارنة مع ترتيب السنة الماضية، يتضح بأن الجزائر لم تحقق الكثير، بل أنها تراجعت بصورة أكبر في مجال المحيط العام لسوق الاتصالات، حيث جاءت في المرتبة 120 من مجموع 134 بلد، وتحصلت على الرتبة 127 عالميا في مجال محيط السوق، والرتبة 121 فيما يخص السياسات المعتمدة وعمليات الضبط والرقابة، والرتبة 93 في مجال المنشآت القاعدية والبنى التحتية، والرتبة 100 في مجال مدى الاستعداد والتهيئة وتوفير المناخ، وصنفت الجزائر في المرتبة 119 في مجال الاستخدام باحتلالها الرتبة 81 في الاستخدام الفردي لمختلف التكنولوجيات (الهاتف- الانترنت)، و 129 في مجال الأعمال و 122 في مجال الاستخدام الحكومي .

1.1.1. السياسة الجديدة في مجال الاتصالات

كانت الجزائر أعلنت في العام 2000 عن خطة لإعادة هيكلة قطاع الاتصالات والمعلوماتية وتحديثه وفتحه أمام القطاع الخاص والاستثمار المحلي والأجنبي، وذلك بالتشاور مع البنك الدولي، ولم تستثن الخطة أي مجال من المجالات إلى الثابت وصولاً إلى الانترنت والاتصالات الفضائية، على أن تبقى الخدمات البريدية بيد الدولة، كما جرى تغيير تسمية وزارة الإشراف التي أصبحت وزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال [1].

أولى نتائج خطة الحكومة تمثلت في إعادة هيكلة قطاع الاتصالات ومنح رخص تشغيل للهاتف النقال إلى شركات أجنبية، إن سياسة الإصلاحات الجديدة التي باشرتها الجزائر في مجال الاتصالات تسمح بتأمين المنافسة وتنويع الاقتصاد الجزائري بالإضافة إلى تحسين الخدمات في إطار مفهوم شامل لتنمية الاقتصاد الوطني، وهذا كله يدخل ضمن المحاور الكبرى للبرامج الحكومية التي تدور حول سياسة الانفتاح الاقتصادي والتحرير التجاري وكذا اتفاقيات الشراكة مع الإتحاد الأوروبي والانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وفي ظل الإصلاحات التي قامت بها السلطات الجزائرية والتي مست البريد والمواصلات ظهرت إلى الوجود مؤسستين [2]:

- مؤسسة اتصالات والمسماة اتصالات الجزائر [3] وفروعها موبيطيس [4] للهاتف النقال، وجواب [5] للانترنت.

- مؤسسة عمومية بميزة صناعية وتجارية تسمى بريد الجزائر [6]،

وقد أنشئت الجزائرية للاتصالات في 01 مارس 2001 من طرف المجلس الوطني لمساهمات الدولة، وهذا التنظيم الجديد يسمح بترقية الاتصالات باعتبارها محرك اقتصادي أساسي، من أجل اقتصاد وطني تنافسي، وكذلك للحصول على الاتصال بشكل واسع [7] وقد تجاوز رقم أعمال مجمع اتصالات الجزائر 21 مليار دينار سنة 2000 إلى 90 مليار دينار سنة 2007، ويتطلع لزيادة الاستثمار في حدود 2,5 مليار دولار خلال عام 2010 [8]، حيث أن النشاط الأساسي للجزائرية للاتصالات ينحصر ضمن مجال تنمية وتحسين استغلال الشبكات العمومية والخاصة، مع منح خدمات اتصالية تسمح بنقل وتبادل المعطيات الإلكترونية.

¹ حسين فواز، "الجزائر: حرب النقال"، مجلة الاقتصاد والأعمال، عدد خاص، ديسمبر 2005، ص. 60.

² Suite à la loi N° 2000-03, le secteur de la Poste et des Télécommunications a été remanié et a permis la création de l'Autorité de la Poste et des Télécommunications, d'Algérie Télécom, et d'Algérie Poste. Algérie Télécom est composé d'un conseil d'administration, d'une Assemblée et une Direction. Les filiales associées à Algérie Télécom sont : - Mobilis pour le téléphone cellulaire – Dja web pour l'Internet.

³ Algérie Télécom.

⁴ Mobilis.

⁵ Djab.

⁶ Algérie Poste.

⁷ Algérie Télécommunication., "La modernisation à grands pas", Revue le Moci n° 1548, 30 Mai 2002, P. 43.

⁸ UBIFRANCE et les missions économiques, Le secteur des télécommunications en Algérie, Ambassade de France en Algérie, Actualisation au 10 novembre 2008.

وبذلك تكون هذه المؤسسة الجديدة قد دخلت عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مما يجعل أهدافها تتمحور حول تسهيل الحصول على الاتصالات بأكثر عدد، والعمل على زيادة عرض خدمات الهاتف في مختلف المناطق، بالإضافة إلى تنمية الشبكة الوطنية للاتصالات وزيادة نوعية الخدمات المعروضة وجعلها أكثر تنافسية.

وحسب خليل أحمد مدير الاقتصاد والمنافسة في سلطة تنظيم البريد والمواصلات ^[1] فإن الهدف من وراء هذه الإصلاحات هو تحسين الخدمات، وتشجيع قطاع الاتصالات كقطاع أساسي في ظل المنافسة ^[2] وانفتاح الأسواق وتحريرها، وبصفة عامة فإن الأهداف الأساسية للإصلاحات تتمثل فيما يلي:

- زيادة وتنوع عرض خدمات البريد والاتصالات ؛
- تحسين جودة الخدمات المعروضة، والأسعار التنافسية ؛
- تطوير شبكات البريد والاتصالات؛
- ترقية الخدمات المالية للبريد، وتشجيع الادخار الوطني وتوسيع تشكيلة الخدمات المعروضة ؛
- ترقية الاتصالات كقطاع اقتصادي أساسي للنمو في اقتصاد تنافسي، والانفتاح على العالم؛

كما أن الأنشطة الأساسية المستهدفة في إطار البرنامج الحكومي تتمحور في النقاط التالية ^[3]:

- إعادة صياغة الإطار القانوني والتنظيمي؛
- فصل وظائف الاستغلال وإعداد سياسة قطاعية وكذلك وظائف التسوية ؛
- خلق متعاملين متميزين لخدمات البريد والاتصالات ؛
- ترقية وتشجيع المساهمة والمشاركة والاستثمار الخاص في القطاع؛
- فتح رأس مال المتعامل التاريخي ؛
- الاحتفاظ بخدمات البريد والهاتف على مستوى القطر الوطني ؛

2.1.1. فتح قطاع الاتصالات على الخواص

¹. Une autorité de régulation de la poste et des télécommunications dont les membres du conseil ont été nommés par décret présidentiel n° 01/109 du 03 Mai 2001. La loi sur les postes et télécommunication a institué l'ARPT autorité de régulation autonome et indépendante dotée de la personnalité morale et financière.

². BENELKADI K., "Les télécommunications des chiffres très alarmants", **Journal Elwatan**, 12 Avril 2003, P. 05.

³. **WORLD INVESTMENT NEWS.**, "A New Algeria Telecoms", Edition of the special country report on algeria published in Far Eastern REVIEW, November 28 th, 2002, cet article est paru à <http://www.winne.com/algeria2/french/algeriatelecom.htm>

القانون رقم 03-2000 الصادر بتاريخ 5 أوت 2000 والذي يتناول تقسيم قطاع البريد والمواصلات وخلق متعاملين أحدهما بريد الجزائر والثاني اتصالات الجزائر، مهد الطريق نحو بذل مجهودات عامة لتحديث الاتصالات وخصوصتها وهذا لإعطاء أكبر ثقل للقطاع الخاص.

وفي هذا المجال نشرت الجريدة الرسمية في 06 أوت 2000 القانون الجديد المتضمن الشروط العامة المتعلقة بالاتصالات، وحسب المادة 02 فإن نشاط البريد والمواصلات يخضعان لمراقبة الدولة وقد وضع هذا القانون أنظمة تخص الرخص وتصريح الاستغلال والاستثمار في قطاع الاتصالات من طرف الخواص، وتنص المادة 13 من النص التشريعي على أن إجراءات اختيار المترشحين لاستغلال الرخص المستقبلية للاتصالات، وكذلك تحضير دفاتر الشروط تتطلب ضرورة الموافقة من طرف سلطة تنظيم الاتصالات^[1].

في الحقيقة فإن قطاع الاتصالات في الجزائر يعرف منذ نهاية التسعينات تطوراً ملحوظاً وانفتاح مباشر على الخواص وهذا ما شجع المتعاملين الأجانب على الاستثمار في هذا القطاع، خاصة فيما يتعلق برخص استغلال الهاتف النقال، وتعتبر موبيليس (Mobilis) وهي فرع من فروع الجزائرية للاتصالات أول متعامل للهاتف النقال في الجزائر أصبحت مستقلة في أوت 2003 وهي شركة ذات أسهم برأس مال قدره 100000000 دج، فحسب المدير العام لشركة "موبيليس" هاشمي بلحمدي فإنه من خلال القانون الذي نص على هيكلية قطاع الاتصالات وظهور الهيئة الناظمة لقطاع الاتصالات الجزائري، فرض على مؤسسة اتصالات الجزائر أن تنشئ شركات تابعة متخصصة بعدما تم منح رخصتين لمستثمرين خواص في مجال الهاتف النقال، وهكذا أنشئت شركة "موبيليس" المتخصصة في الهاتف النقال^[2] والتي اقترحت على زبائنها مجموعة واسعة من الخدمات ذات الجودة العالية.

وواصلت الجزائر سياستها الإصلاحية الرامية إلى إعطاء أكبر قدر ممكن للمتعاملين الأجانب وتشجيعهم على الاستثمار في قطاع الاتصالات وقد تم التحضير لبيع الرخصة الثانية للهاتف النقال والإعلان عن المناقصة، وتقدمت عدة شركات للحصول على هذه الرخصة منها أوراسكوم المصرية، تلفونيكا الإسبانية، أورونج تلكوم الفرنسية، برتغال تلكوم وتم فتح الأظرفة في 11 جويلية 2001 وتحصلت الشركة المصرية أوراسكوم على العرض بـ 737 مليون دولار، وبمجرد حصولها على الرخصة باشرت التحضير لإطلاق شبكتها الجديدة جيزي، جي، اس، ام^[3] وأعلنت الشركة عن خطوطها الكبرى في الجزائر وهي أن تصبح الرائدة في عالم الاتصالات من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية لزبائنها، وتوفير شروط عمل مرضية

¹. Algérie Télécommunication., Art. P. cit., P. 43.

². هاشمي بلحمدي، "موبيليس الجزائر من 2000 إلى 5 ملايين مشترك في السنة"، مجلة الاقتصاد والأعمال، عدد خاص، ديسمبر 2005، ص. 64.

³. Jazzy GSM.

لمستخدميها، وقد استطاعت الشركة المصرية تغطية كامل التراب الوطني، وسجلت بذلك أكبر استثمار خاص في الجزائر بـ 1,7 مليار دولار، وهذا الاستثمار حسب حسان كباني المدير العام لأوراسكوم تلكوم الجزائر سمح بخلق 2000 منصب عمل في مختلف الأنشطة^[1]، ومن العوامل المهمة في نجاح هذا التوسع نذكر القرب الجغرافي، النمو المحتمل للسوق المستهدفة، والملائمة الثقافية، العلاقات التجارية والاقتصادية بين السوق الأم والسوق المستهدفة، الإستراتيجية الشاملة للشركة وسواها من النقاط، كما أن تطور قطاع الاتصالات في الجزائر بصفة عامة سمح بتحقيق عائدات بمقدار 380,86 مليون دولار بالنسبة للاتصالات السلكية و 902,94 مليون دولار فيما يخص النقل وهذا خلال سنة 2004^[2].

ودائما في مجال الهاتف النقال تحصلت الشركة الكويتية (الوطنية للاتصالات) على رخصة تشغيل شبكة للهاتف النقال من وزارة البريد وتقنيات المعلوماتية والاتصال الجزائرية وهذا في 02 ديسمبر 2003 من خلال عرضها الربح الذي قدر بـ 421 مليون دولار، وهي تملك المشروع الذي يساهم فيه كل من مؤسسة الخليج للاستثمار وبنك الخليج المتحد^[3]، وفي 25 أوت 2004 قامت الوطنية بإطلاق علامتها التجارية نجمة^[4] بخدمات ومزايا جد مغرية، حيث مقاييس جديدة في صناعة الاتصالات في الجزائر، وتضم الوطنية فريق من المسيرين ذوي المهارات العالية، وقد تبنت لجنة إدارة الشركة نموذج تسيير عصري يراهن على القدرات الإبداعية لكل فرد في الفريق، فهي تأخذ بعين الاعتبار التكوين والتطوير التنظيمي، وهذا يعتبر من العناصر الضرورية للحفاظ على موقع ريادي للإبداع، وبعد مضي أقل من سنة على بدء نشاطها أي في جويلية من عام 2005 بلغ عدد المشتركين نحو 700 ألف، ولا تزال هناك آفاق كبيرة للنمو في ظل الطلب المتزايد على خدمات الهاتف النقال،

وفيما يخص شبكة الانترنت فقد تم إيصال الجزائر بهذه الشبكة عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني^[5] ولقد أُنجز هذا الاتصال في إطار مشروع تعاون مولته اليونسكو. بميزانية مودعة من طرف

¹ BEY S., " Djezzy investit dans les câbles de télécommunication-marins", **Journal le Quotidien d'Oran** n° 3104, 14 Mars 2005, P. 05.

² غسان حاصباني، "قطاع الاتصالات النقالة بين فرص النمو وتحديات التوسع"، **مجلة الاقتصاد والأعمال**، عدد خاص، ديسمبر 2005، ص. 15.

³ فيصل العيار، "نجمة في سماء الاتصالات الجزائرية"، **مجلة الاقتصاد والأعمال**، عدد خاص، ديسمبر 2005، ص. 66.

⁴ Nedjma.

⁵ دخلت خدمة الانترنت أول مرة في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية، في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم 265 الذي موجبه أمهي احتكار خدمة الانترنت من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة، بيد أن هذا المرسوم اشترط على الذين يريدون هذه الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الاتصالات. وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وارتفعت أعداد الشركات التي تزود الزبائن إلى 18 شركة بحلول شهر مارس عام 2000، لتصل سنة 2005 إلى 89 مؤسسة، ورغم تحرير قطاع الاتصالات في الجزائر إلا أن الوضع الحالي بالنسبة لشبكة الانترنت لا يزال ضعيفا مقارنة بدول الجوار، وتشير الإحصائيات أن مجموع مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 1.9 مليون شخص حتى نهاية عام

الحكومة الإيطالية ويهدف هذا المشروع إلى إنشاء شبكة معلوماتية في إفريقيا، ولقد تم التحكم في عملية الاتصال بهذه الشبكة من طرف مهندسي المعلوماتية التابعين لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني الذين يسعون جاهدين إلى تسهيل وتعميم هذا الاتصال لكل المؤسسات الجزائرية، وهناك أيضا مجهودات كبيرة تبذل من أجل تعميم البحث الإعلامي على الانترنت ومن أجل مساعدة المؤسسات العلمية على أن تصبح عقدا في شبكة الانترنت وذلك لتلبية حاجيات أكبر عدد من المستخدمين وتموين المفكرين والباحثين بسرعة بالمعلومات المفيدة والجديدة^[1].

لقد قام مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني بإبصال عدد كبير من المؤسسات بالشبكة من جامعات ومستشفيات ومعاهد ووكالات، فوصول شبكة الانترنت إلى الجزائر يعتبر حدثا وطنيا هاما حاملا لثقافة جديدة ميزتها التواصل والتبادل وبالفعل فإن تطوير شبكة الانترنت في الجزائر بدأ يأخذ أبعاد جديدة وهذا منذ صدور المراسيم التنفيذية منها مرسوم تنفيذي رقم 98-257 مؤرخ في 03 جمادى الأولى عام 1419 الموافق لـ 25 غشت سنة 1998^[2] والذي يضبط شروط وكيفيتا إقامة خدمات الانترنت واستغلالها، وكذا القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 04 ذي القعدة عام 1419 الموافق لـ 20 فبراير سنة 1999^[3] والذي يحدد مبلغ التكاليف المتعلقة بدراسة ملف طلب الترخيص بإقامة خدمات الانترنت واستغلالها.

إن صدور هذه المراسيم والقرارات سوف يسمح للمستثمرين الأجانب المتخصصين في الانترنت بالاستثمار في الجزائر بشرط خلق مؤسسة حسب القانون الجزائري، وقد عرف قطاع الانترنت إقبال كبير من طرف المؤسسات المهمة بتقديم خدمات الشبكة، وتحصل عدد منها على رخص الاستغلال والعرض لشريحة واسعة من المستخدمين.

2005، ومن أبرز شركات التزويد بالانترنت شركة إيباد ولكن في ماي 2008 بقرار من وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال خفض سعر الاشتراك إلي النصف لدى أكبر شركات التزويد بالنسبة التابعة للدولة الجزائرية وهي اتصالات الجزائر عرف عدد المشتركين ارتفاعا ملحوظا.

المصدر: -15 <http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/features/2006/03/12/feature-01> 03-2008

¹. م. بن حمادي، "مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني"، وقائع اليوم الإعلامي حول واقع وأفاق البحث العلمي في الجزائر ، دائرة الدراسات العليا والبحث العلمي، الأكاديمية الجامعية بقسنطينة، أبريل 1996، ص.ص. 17-18.

². الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 63، 4 جمادى الأولى 1419هـ، ص. 05.

³. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، 15 ذو القعدة 1419هـ، ص. 20.

وهذا الانفتاح والتوسع في مجال الاتصالات يترجم بصورة واضحة إرادة السلطات الجزائرية التي تبحث من هذه الناحية عن مشاركة أكبر عدد ممكن في تنمية الانترنت^[1]، واستدراك التأخر المسجل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تمثل اليوم تحديات كبرى تدفع إلى ضرورة تنمية هذا القطاع وإدخاله في الخدمات الاقتصادية

2.1. بيئة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر

قدر مصدر من سلطة الضبط للدريد والاتصالات عدد المشتركين حاليا في شبكة الهاتف النقال بأكثر من 10 ملايين مشترك، مما يضع الجزائر ضمن الدول التي حققت منذ ثلاث سنوات أعلى نسبة للنمو في مجال الاشتراكات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، غير أن قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر لا يزال يعاني من بعض النقائص ولم يكن هذا القطاع محرك للتفاعل بين التكنولوجيات والاقتصاد والذي يعتبر أساس الاقتصاديات الجديدة.

1.2.1. معطيات قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر

يعتبر قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال قاعدة الاقتصاد الجديد، حيث يسمح ببث قدر هائل من المعلومات وبسرعة كبيرة، وهذا ما يجعله مورد متزايد الأهمية بالنسبة للمؤسسات والحكومات، فبفضل التركيز العالمي على تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتحول الإستراتيجي نحو اقتصاد المعرفة قفزت التطورات العلمية العالمية بالبشرية إلى أفاق جديدة من التقدم والرخاء مما لا يترك أي تردد للاندماج في الاقتصاد العالمي الجديد ومسيرة التقدم التقني والتكنولوجي، وفي هذا المجال وفي إطار الإصلاحات الشاملة التي باشرتها الجزائر سعيا منها لمواكبة التطورات الحاصلة أخذت تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيزا كبيرا من اهتمامات الدولة، وأدى ذلك لنشأة عدة مواقع إلكترونية تعكس الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية لتنمية هذا القطاع، ففضاءات الانترنت أصبحت تتزايد

¹ في دراسة مقارنة قدمتها كنفدرالية إطارات المالية والمحاسبة بوهان حول التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها على الاقتصاد. حيث احتلت الجزائر المرتبة العاشرة في إفريقيا من حيث انتشار الإعلام والاتصال، أما ما يتعلق بتقنية الانترنت فإن الجزائر لا تتوفر إلا على نسبة 2,4% من السكان المتصلين بشبكة الانترنت في وقت لا يتجاوز الذين يستعملون هذه التقنية 800 ألف من السكان، بمعدل 500 ألف مستعمل بصفة منتظمة في حين نسبة كبيرة من هؤلاء المستعملين يستخدمون هذه التقنية في أماكن عملهم أو في نوادي الانترنت التي يصل عددها إلى 5000 نادي منتشرة عبر الوطن الأمر الذي يؤكد أن نسبة الربط في المنازل ما زالت ضعيفة جدا مقارنة بالدول الإفريقية. ويرجع هذا التأخر إلى نقص أو غياب شبه تام لثقافة نشر التكنولوجيا وكذا النقص الواضح في الخطوط الهاتفية حيث أن الجزائر لا توفر إلا 6 خطوط لكل 100 نسمة في الوقت الذي يصل فيه الرقم إلى 90 خطا لكل مواطن في الدول المتقدمة تكنولوجيا. ويضاف إلى ذلك ضعف مستوى التأهيل لدى السكان إذ أن عدد الذين يملكون مستوى تعليميا مقبولا يصل 17,5 مليون نسمة في الوقت الذي لا يفوق فيه عدد المؤهلين لاستعمال هذه التقنية 13 مليون جزائري.

بسرعة ودخلت إلى البيوت والمؤسسات والإدارات، كما أن انخفاض تكاليف الهواتف النقالة وتطورها جعل استعمالها في متناول شريحة واسعة من المجتمع الجزائري، وهذه المؤشرات تجعل من المحيط المعلوماتي الجزائري يكتسب مؤهلات مقبولة مقارنة بما كان عليه في الماضي القريب، كما أن هذه المبادرات المهمة والتي تعبر عن صحوّة الحكومة الجزائرية يمكن أن تكون بادرة نحو الأفضل.

① الهاتف في الجزائر

أعلن رئيس المؤسسة الجزائرية للبريد والاتصال مصطفى بلفوزيل يوم السبت 4 من مارس 2006 أنه منذ رفع القيود على سوق الاتصالات في الجزائر تمكنت شركات تقديم خدمات الاتصال من تحقيق عائد بلغ 228 مليون دينار وخلق 200 ألف منصب عمل مباشر وغير مباشر. وقال "هذه الإحصائيات كانت ستفوق 300 مليار دينار لو أخذنا في الاعتبار الأنشطة المتعلقة بالاتصالات حيث كانت لا تتعدى 20 مليار دينار قبل إعلان خطط تخصيص القطاع"، وأضاف بلفوزيل أن التباري في قطاع الاتصالات قد مكّن خدمات الاتصال من تطوير وتنويع القطاع حيث ساهم في رفع عدد المشتركين في خدمات الهاتف النقال إلى 13,661,000 في عام 2005 من أصل 54,000 في عام 2002 وعدد المشتركين في خدمات الهاتف الثابت من 1,600,000 إلى 2,572,000 مشارك مما رفع كثافة الاتصال الحالية إلى 49,31 في المائة، الجهاز التنظيمي هذا تنبأ ببلوغ 18 مليون مشترك في الهاتف النقال وما يفوق 3 ملايين مشترك في الهاتف الثابت بحلول 2008^[1].

لقد ظل الهاتف النقال^[2] النموذج الناجح في مجال التحرير والانفتاح وهذا في إطار الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية والرامية إلى تنمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأمين خدمة جيدة للمواطنين مع الحرص على تهيئة الأرضية والبنية التحتية للمتعاملين الاقتصاديين، وتشير الإحصائيات الخاصة بالمعاملين الثالث للهاتف النقال إلى بلوغ الجزائر سقف 10 ملايين مشترك قبل الموعد المحدد له، حيث أنه في منتصف سنة 2005 تم تحقيق 9 ملايين مشترك، فبعد أن كان عدد مشتركى الهاتف النقال لا يتجاوز نسبة 54000 خلال سنة 2000، وصل عددهم إلى 4882414 مشترك سنة 2004

1. <http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/features/2006/03/12/feature-01> 15-03-2008

2. كشف تقري لسلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية الصادر بتاريخ 04 أبريل 2011 أن عدد المشتركين في الهاتف النقال في الجزائر بلغ 32,780,165 مشترك إلى غاية سنة 2010، في حين لم يتجاوز تعداد المشتركين في الهاتف الثابت 3 ملايين مشترك. وحافظت شركة أوراسكوم تيليكوم الجزائر "جازي" على الصدارة بامتلاكها لأكثر عدد من المشتركين بـ 15,087,393 مشترك أي ما يعادل 46 بالمائة من حصة السوق، متبوعة بشبكة اتصالات الجزائر "موبيليس" 28,8 بالمائة من حصة السوق، وبلغ عدد مشتركى شبكة وطنية تيليكوم الجزائر 8,245,998 مشترك خلال سنة 2010 مما سمح لها بامتلاك 25,2 بالمائة من السوق الإجمالية لسوق الهاتف النقال بالجزائر.

لتقفز النسبة إلى أكثر من 12550000 مشترك مع بداية 2006، وهذا التطور يعكس بصورة واضحة اتساع رقعة استعمال الهاتف النقال من طرف شريحة واسعة من المجتمع الجزائري ^[1]، فـ شركة أوراسكوم تـلكوم الجزائر حققت لوحدها في السنوات الماضية قفزات كبيرة لتصبح اليوم المتعامل الرائد والمفضل لدى الجزائريين، فقد تجاوز عدد المشتركين 13 مليوناً مع نهاية 2007 وذلك في فترة وجيزة، حيث أصبحت شبكة جازي تغطي أكثر من 94 بالمائة من المناطق الآهلة بالسكان في بلد مثل الجزائر يمتد على مساحات شاسعة ^[2]،

الجدول رقم VI-1: نمو سوق الهاتف النقال في الجزائر

Année	Nombre Total d'abonnés	Le taux de pénétration (%)
1998	18 000	0,06
1999	72 000	0,24
2000	86 000	0,28
2001	100 000	0,32
2002	450 244	1,5
2003	1 446 927	4,67
2004	4 882 414	15,26
2005	13 661 355	41,52%
2006	20 997 954	63,60%
2007	27 562 721	81,50%

Soure : ARPT., Rapport annuel 2007.

ومع المنافسة القوية بين الأطراف الثلاث ^[3] حققت سوق النقال الجزائرية نقلة نوعية مهمة خلال الأعوام الماضية إذ أعلنت مصادر وزارة الاتصالات مؤخرًا أن العدد الكلي للمشاركين ارتفع من 54 ألف عام 2001 إلى نحو 25 مليون في نهاية عام 2007، وتضيف مصادر وزارة الاتصالات أن النفاذ في سوق النقال الجزائرية وصل نهاية شهر سبتمبر 2007 إلى نحو 75 في المائة من السكان ^[4]، وتؤكد هذه الأرقام مجموعة من الشركات الجزائرية العاملة في القطاع، فيما تنفيها جهات استثمارية مصرية مؤكدة أن الرقم الكلي للمشاركين لا يتجاوز في أفضل التوقعات 15 مليوناً، وأن عملية احتساب العدد التي حصلت في الجزائر احتسبت عدد الخطوط التي طرحت في السوق من دون ملاحظة دراسة سوق الخطوط المتوقفة عن العمل، ولكن مصادر

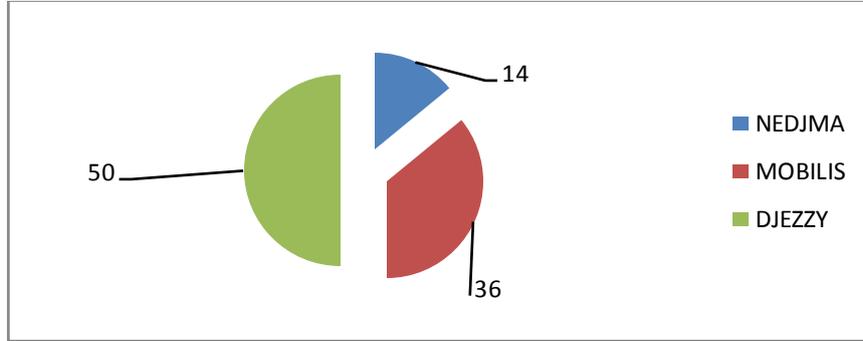
¹. HENNI. A., **Le développement des TIC en Algérie**, Dubaï 06 - 07 Mars 2006.

². حسان قباني، "أوراسكوم تـلكوم الجزائر: 13 مليون مشتراك وخدمات جديدة"، **مجلة الاقتصاد والأعمال** عدد خاص، يناير 2008، ص. 102.

³. على مستوى شبكات النقال يعمل في الجزائر ثلاثة متنافسين هم: "موبليس" التابعة لاتصالات الجزائر، "دجيزي" التابعة ل أوراسكوم تـلكوملا المصرية، و "نجمة" التابعة لشركة الوطنية الكويتية والتي اشترتها مؤخرًا "كيوتل" القطرية.

⁴. **مجلة الاقتصاد والأعمال**، "قطاع الاتصالات الجزائري نمو كبير وسط منافسة قوية"، عدد خاص، يناير 2008، ص. 100.

وزارة الاتصالات تؤكد أن الرقم المعلن للعدد صحيح وهو نتيجة دراسات متلاحقة بدأت في السوق قبل إطلاق عملية الخصخصة ومنذ أن كانت نسبة النفاذ فيها تحت سقف 0,26 في المائة. الشكل رقم VI-1: متعاملي الهاتف النقال في الجزائر



Source. ARPT., Septembre 2008

ويتنظر وفق نسبة النمو الحالية أن يتجاوز عدد المشتركين الرقم المسجل فهو في ازدياد وهذا ما يضع الجزائر في الرتبة الثالثة بعد جنوب إفريقيا والمغرب متجاوزة مصر، وقد أبرز تحرير النقال مدى أهمية عامل المنافسة مع حرب الأسعار مع تبني القواعد التجارية في تنويع العروض الخاصة والخدمات، ومن المنتظر أن يطور المتعاملون الثلاث للهاتف النقال هذه الجوانب أكثر مع بداية السنوات القادمة.

وبالمقابل لا يزال قطاع الاتصالات وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر باستثناء الهاتف النقال يعاني من التأخر والاختلال، ومن نقائص عديدة حسب الهيئات الدولية، من بينها المنظمة العالمية للاتصالات والبنك العالمي، لذلك فإن تحرير القطاع وضمان فعالية أكبر ضروريان حسب الهيئات الدولية، فإذا كان الهاتف النقال قد سجل نجاحًا كبيرًا في الجزائر، فإن الهاتف الثابت لا يزال يعاني من التأخر، فاستنادًا إلى الإحصائيات الخاصة بسلطة الضبط فإن نسبة نمو الهاتف الثابت تبقى متواضعة، فالقطاع ظل حكرًا على متعامل عمومي واحد.

وعلى مستوى هذه الشبكة سجلت الجزائر نموا سنويا يقدر بنحو 9,9 في المائة خلال الفترة الممتدة ما بين العامين 2002 و2006، وتسجل سوق الاتصالات الثابتة معدلات استخدام منخفضة، وهي حققت نحو 9,1 في المائة من السكان في نهاية العام 2007^[1]، وخلال نفس السنة كانت حصة سوق الهاتف الثابت في

¹. نفس المقال.

الجزائر 11 في المائة مقابل 89 في المائة الحصة السوقية للهاتف النقال والذي سجل عدد يقدر بـ 25285425 مشترك^[1]، وخلال عام 2010 ثم تسجيل 53471 طلب حصول على خط الهاتف الثابت، مع إحصاء 166 وكالات تجارية للاتصالات و 110 فروع تجارية، وتسجيل كذلك 4425 خدمات الهاتف، و 212040 خطوط أكشاك متعددة الخدمات^[2].

الجدول رقم VI - 2: الهاتف الثابت في الجزائر

السنوات	عدد المشتركين
2000	1600000
2004	3000000
2006	3600000
2008	3693191 ^[3]

Source: HENNI A., Le développement des TIC en Algérie, Dubaï 06 - 07 Mars 2006.

وموازاة مع بداية تحرير قطاع الهاتف الثابت كشف السيد عماد الأزهرى المدير التنفيذي لمجموعة الجزائرية للاتصالات "كات" عن الاسم التجاري للمتعامل الثاني للهاتف الثابت "لكم"^[4] مشيراً إلى أن الانطلاقة التجارية ستكون قريبة جداً أي قبل نهاية شهر فيفري 2006، وستستخدم الشركة تقنيات الهاتف اللاسلكي والألياف البصرية على حد سواء.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن شركة الاتصال الجزائرية الخاصة "لكم" عندما عرضت شبكتها الخاصة للهاتف الثابت والانترنت سنة 2006، كانت هذه الشركة تتوقع خلق منافسة لشركة اتصالات الجزائر الحكومية، فيما كان المشتركون يأملون بخدمات وأسعار أفضل ولكن الأشياء لم تسر كما كان متوقعا وجاء قرار إعلان الإفلاس خلال جمع عام للشركاء في القاهرة يوم 9 نوفمبر وقال بشير عقيل، المدير العام لشركة

¹ ARPT., Septembre 2007.

² <http://www.forumdz.com/archi ve/index.php/t-1733.html> 20-12-2010

³ UBIFRANCE et les missions économiques., Le secteur des télécommunications en Algérie, Ambassade de France en Algérie, Actualisation au 25 février 2009.

⁴ لكم هو الاسم التجاري لمجموعة الاتصالات الجزائرية التي تتكون من الشركتين المصريتين المصرية للاتصالات وأوراسكوم تيليكوم في إطار فوزها بمناقصة بقيمة 65 مليون دولار لأول رخصة للهاتف الثابت في القطاع الخاص في الجزائر، وبدأت الشركة عملياتها مطلع 2006، حيث عرضت شبكتها الخاصة للهاتف الثابت والانترنت عبر الجزائر. وقدمت خدمة محلية ووطنية ودولية باستعمال شبكة لاسلكية من الجيل الثالث تعتمد على تكنولوجيا شبكة الجيل الجديد .

اتصالات المصرية التي تملك أغلبية الأسهم "لقد سجلنا خسارة 42 مليون دولار في 2006، ولا يمكننا مواصلة المزيد من الاستثمارات في الجزائر " وألقي باللوم جزئيا لانهايار الشركة على إخفاق الوكالة الجزائرية لتنظيم الاتصالات في الحفاظ على حيادها بعد انفتاح السوق أمام المنافسة و لعدم "الاستجابة لطلب لكم" بخصوص انفصالها عن شريكها التاريخي اتصالات الجزائر.

الشركة التي اعتمدت على طفرة سوق الاتصالات في الجزائر عقب تحريره، شقت طريقها للأمام بعرض خط للهاتف الثابت واشتركا في الانترنت بسعر مناسب وهو 1.000دينار بأجهزة وتركيب مجاني، وتشمل الأجهزة مودم وسماعة الهاتف وهوائي خارجي، وتم الترويج لهذه الخدمات بحملة إعلامية قوية وخدمة زبائن جيدة، لكن لكم لم تنجح في استقطاب أزيد من 20 ألف زبون، وحتى هذه الشريحة بدأت تشتكي من قلة جودة الاتصال والخدمات وما زاد الطين بلة أن الشركة لم تنجح في تنفيذ التزامها بخصوص التغطية الوطنية المنصوص عليها في إطارها العملي مما دفع إلى تدخل هيئة تنظيم البريد والاتصالات، وتُعزي إدارة لكم تدهور الوضع إلى إخفاق الوكالة والمؤسسات الأخرى في الحفاظ على حيادها بعد فتح السوق أمام المنافسة، وترغم أن هذه المحسوبة منحت لشركة اتصالات الجزائر الحكومية امتياز غير عادل [1].

وفي يونيو 2006، أصدرت هيئة تنظيم البريد والاتصالات قرارا ضد اتصالات الجزائر بوضع حد لعرض مجاني للشركة اعتُبر غير عادل، وقال محمد بلفضيل رئيس مجلس إدارة هيئة الاتصالات "شعرنا أن هذا العرض غير قانوني وغير عادل خاصة وأن لكم بدأت نشاطها للتوغل في الجزائر وأمامها طريق طويل قبل أن تصبح منافسا محتملا" [2].

ورغم هذه التحديات الإدارية في البداية، فإن التكنولوجيا هي التي قضت على لكم. حيث اعتبر المساهمون المصريون أن قرارهم لم يكن صائبا عندما اختاروا النظام اللاسلكي الصيني WLL والذي أظهر أنه بطيء جدا وغير قادر على تقديم خدمة انترنت موثوقة .

② واقع شبكة الانترنت في الجزائر

مند صدور المرسوم الوزاري 98-257 المؤرخ في أوت 1998 والذي أنهى احتكار الدولة لخدمات الانترنت وسمح للمؤسسات الخاصة بتقديم هذا النوع من الخدمات، حيث تزايد عدد مستخدمي الانترنت في

¹ نجيب ساويرس المدير العام لأوراسكوم قال إن تجاهل السلطات الجزائرية لقواعد المنافسة العادلة "قضى علينا"، وقال للصحفيين "حال انطلاق عملياتنا، قامت اتصالات الجزائر بتخفيض أسعارها لأقل من التكاليف رفعنا شكاية، لكن بدون جدوى".

² <http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/features/2006/03/12/feature-01> 15-03-2008

الجزائر ووصل حوالي 3 ملايين مستخدم سنة 2006، بما في ذلك مستخدمي الانترنت فائقة السرعة [1] وعلى الرغم من أن هذه النسبة تعكس نمو شبكة الانترنت في الجزائر إلى أنه مقارنة بعدد السكان نجد أن نسبة استخدام الانترنت تبقى منخفضة.

وقد أكدت السيدة حورية عتيق المديرية العامة لفرع اتصالات الجزائر "جواب" أنه قد تم تحقيق قفزة نوعية خلال سنة 2005 على مستوى الخدمات وهذا رغم الانطلاقة المحتشمة لخدمة تسكين مواقع الانترنت والمراسلة حيث تم تحسين هذا الوضع بطريقة سريعة مما انعكس إيجاباً على "جواب" من خلال تلقيها طلبات عديدة من الزبائن، وهذا التطور جاء نتيجة لإستراتيجية محكمة بدأت انطلاقا من قرار تخفيض الأسعار وتوسيع نشاط المديرية الجهوية، وتعتزم "جواب" طرح خدمة جديدة تضاف إلى الخدمات المتوفرة وهي خدمة التعليم عن بعد، عن طريق بطاقات مسبقة الدفع من صنف 4500 دج والتي تحتوي على برنامج ميكروسوفت أفييس الجديد وهي عبارة عن مجموعة من المواد التي يتعلمها المشترك، كما هو معروف في برنامج ميكروسوفت أي برامج "وارد" و"إكسل" وعند نهاية مدة التعلم يتمحون المشترك للحصول على شهادة نهاية الدراسة.

وأضافت السيدة المديرية العامة لفرع اتصالات الجزائر "جواب" أنه سيتم إطلاق انترنت ذات التردد العالي (أدياسال) بالشراكة مع العملاق الفرنسي "ألكنتال" وسيتم طرح 127 ألف خط في مرحلة أولى في 48 ولاية، كما سيتم أيضاً تمكين المشتركين من جميع صيغ "الأدياسال" [2] بالإضافة إلى خدمة البيع المباشر على شبكة الانترنت من خلال محل إلكتروني، والدفع أيضا سيكون إلكتروني [3].

وقد اختارت الجزائرية للاتصالات المجموعة الألمانية "سيمنس" وشريكها "شبكة جونيير" لتوفير الخدمات المرتبطة بالانترنت الخاصة بـ "جواب" وقد عهدت للشركة مهمة إقامة شبكة جديدة وتطوير الانترنت في الجزائر، وستقوم المجموعة الألمانية بتوظيف آخر التكنولوجيات المعتمدة في أوروبا لتدعيم قدرات الشبكة الجزائرية التي لا تزال تعاني من الإختلالات والنقص، وتسمح المنشآت القاعدية الجديدة للجزائرية للاتصالات بتوفير خدمة تتوافق مع قدرات بث وإرسال واستعمال أكثر فعالية، ومن جهة أخرى التزمت المجموعة الألمانية بضمان الربط المزدوج بين الشبكة القديمة والجديدة لضمان الحماية والمحافظة على التجهيزات والاستثمارات التي تم القيام بها سابقا، ويشمل العقد أيضا ضمان الصيانة والتكوين وخدمات ما بعد البيع، وبالتالي فإن الشريك الألماني يقدم تكنولوجيا خاصة لتأمين الشبكة وتدعيم تطبيقات وخدمات الشبكة الخاصة

¹. انطلقت الانترنت فائقة السرعة ADSL بالجزائر سنة 2003 بمساهمة مؤسسة أيباد، ومع بداية سنة 2007 أطلقت مؤسسة اتصالات الجزائر خدمة جديدة فائقة السرعة باستعمال تقنية WIMAX، حيث أصبحت الجزائر أول دولة إفريقية تستعمل هذه التكنولوجيا المتطورة.

². ADSL, VDSL, SDSL.

³. MALSI. S., "Djaweb lancera plusieurs services en 2006", *Journal le Mobile* n° 53, Février 2006, P. 03.

لجزائرية للاتصالات "جواب" والتي تسمح بالاستعمال الفعال للانترنت خاصة عندما يتعلق الأمر بالخدمات الاقتصادية.

وفيما يتعلق بعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر قال مصطفى بلفضيل رئيس المؤسسة الجزائرية للبريد والاتصال أن العدد شهد طفرة من 150,000 في عام 2000 إلى 1,950,000 في ديسمبر من عام 2005 حيث وصل عدد مقاهي الانترنت^[1] إلى 5000 في المجموع^[2]، بعد أن كان العدد لا يتجاوز 100 مقهى فقط في سنة 2000، وهذا وفقا لتصريحات وزير الاتصال الجزائري.

وقد عملت الدولة الجزائرية من خلال مؤسسة اتصالات الجزائر أو كما تسمى متعامل المتعاملين^[3] على تدارك التأخير الكبير فيما يخص البنية التحتية للاتصالات، حيث وفرت عمودا فقريا وطنيا من الألياف الضوئية^[4] يسمح بالربط بين شمال البلاد وجنوبها لأجل تلبية احتياجات كل من مزودي خدمات الانترنت والبنوك والمؤسسات الاقتصادية فيما يخص الاتصالات^[5]، ويتكون العمود الفقري الذي وفرته الدولة الجزائرية من خلال مؤسسة اتصالات الجزائر من الأجزاء التالية^[6]:

- ① العمود الفقري الشمالي^[7] وتبلغ قدرته 5,2 Gbit/s، وهو عملي منذ سبتمبر 2002، وعملي منذ ماي 2003 باتجاه مدينة ورقلة،
- ② العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته 10 Gbit/s، وهو عملي منذ جوان 2004،
- ③ العمود الفقري الجنوبي^[8] وتبلغ قدرته 2,5 Gbit/s، وهو عملي منذ مارس 2005، بالنسبة إلى كل من البيض، بشار، أدرار، عين صالح.

وعلى صعيد آخر كشف مؤخرا المدير الرئيس لمؤسسة اتصالات الجزائر احمد دبور خلال استضافته في فوروم المجاهد، أن عدد مستعملي شبكة الانترنت في الجزائر بلغ 5 ملايين مما يعادل 15 من المائة من المواطنين،

¹ Cybercafés.

² Accès Internet Haut Débit ADSL, En 2000: il n'y avait aucune, Fin janvier 2006: 300000 Abonnements. Connectivité (Opérationnelle: WIFI, WLL, EV-DO, GPRS). (En Pilote: UMTS, WIMAX). Source: HENNI. A., Art. P. cit.

³ Opérateur des opérateurs

⁴ Backbone national de transmission à 10 GB/s, 2,5 GB/s, et 80 GB/s en cours de réalisation.

⁵. نوفيل حديد، تكنولوجيا الانترنت وتأسيس المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه دوله في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006-2007، ص 195.

⁶ LOUNIS M., " Backbone national numérique sur câble fibre optique et faisceau hertzien d'Algérie télécom ", Séminaire régional sur l'accès hertzien mobile et fixe pour les applications large bande dans la région des Etats arabes, Co-organisé par UIT/BDT et Algérie télécom, 19/22 juin, Alger, 2006, P. 08.

⁷ Backbone Nord.

⁸ Backbone Sud.

فيما قدر عدد مشتركى التدفق السريع للانترنت ADSL، 830 ألف مشترك و 10 آلاف زبون "إيفيدو" و"ويماكس"، وتسعى مؤسسة اتصالات الجزائر إلى الوصول إلى أكبر عدد من المشتركين والزبائن، في الوقت الذي تعمل فيه على بلوغ 6 ملايين مشترك في الانترنت في أفق 2014، وفي سياق متصل أضاف دبور أن عائدات الانترنت تنمو بنسبة 50 بالمائة كل سنة وهو الأمر الذي يجسد الجهود التي تبذلها مؤسسة اتصالات الجزائر لتوسيع شبكات الاتصالات.

2.2.1. تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الخدمات الاقتصادية

لقد تزامن ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر مع تطور فضاء الانترنت العمومية غير أنها لم تكن محركاً للتفاعل مع الاقتصاد، إن هذا التفاعل الذي يعتبر كنتيجة للاندماج الجيد في الاقتصاد الصناعي يجب أن يحدث تكامل بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والاقتصاد والذي يقود إلى الاقتصاد الجديد، غير أن تطبيق هذه التكنولوجيات في الجزائر لم تمس القطاع الصناعي حيث اعتبرت كأداة تسلية بدلاً من اعتبارها كوسيلة استدراك اقتصادية في إستراتيجية التنمية للبلد.

ومن خلال التمعن في تقارير المنتدى الاقتصادي الدولي نلاحظ أن الجزائر بعيدة حتى على الدول العربية في مجال إدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الخدمات الاقتصادية من خلال خلق بنية معلوماتية تسمح بتأهيل الاقتصاد الجزائري للنمو السريع والمتوازن مع متطلبات الاقتصاد الجديد المبني على المعرفة والتكنولوجيا، والحقيقة أن تراجع الجزائر سنة 2009 مقارنة بسنة 2007 و 2008^[1]، أمر يكاد يكون غير معقول في بلد يتوفر على كافة إمكانيات النجاح وعلى إمكانيات اقتصادية هامة وممتازة مقارنة بدول أخرى مثل تونس التي عرفت كيف توجه اقتصادها نحو التنمية بخطوات جريئة وسريعة وذكية، كما أن واقع الاقتصاد المعرفي في الجزائر من خلال ما تحقق إلى حد الآن يلاحظ أن الجهود لا زالت ضعيفة وتكاد تكون شبه معدومة، فالتجارة الإلكترونية معدومة، وإن كانت مؤسسة kompassه تحصي وجود مجموعة من المؤسسات الجزائرية على الويب فهي في الحقيقة مواقع إعلانية تعريفية غالبيتها في مجال الصيدلة لا غير.

في الحقيقة فإن الاقتصاد الجزائري قد تابع نموه من خلال إرهاب موارد الطبيعة الكبيرة بدون أن يشكل التطور التقني عامل محدد في إستراتيجية التنمية، إن منحى التطور العلمي على الصعيد العالمي يظهر تسارع مستمر بينما منحى تطور الاقتصاد الجزائري يظهر نمو ضعيف وهذه الظاهرة كانت لها انعكاسات كبيرة خلال نهاية القرن العشرين على الاقتصاد الجزائري، والتي تترجم من خلال رفض التحولات التكنولوجية في المستويات الصناعية الاقتصادية والاجتماعية، وقد أصبحت مؤسسات القطاع العمومي التي لم تتمكن من خصوصيتها كشاهد على ثورة معلوماتية اختفت في ظل بيئة مستعصية، مع بقاءها رهينة بسياسات التنمية التي

¹. تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال لعام 2009.

لم تتمكن من المزوجة بين هاتين الحركتين حيث بقيت تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعرفة مقتصرين على بعض القطاعات أو الأفراد في الجزائر وهو الأمر الذي لن يسمح في أي حال من الأحوال من اندماج الاقتصاد الجزائري في الشبكات الصناعية والعلمية الدولية^[1].

ففي مصطلح الإحصائيات المعدة من طرف عبد القادر جفلاط (2004) فإن الفارق واضح على التأخر الكبير للجزائر في مجال الجهود المخصصة لاقتصاد المعرفة حيث أن ماليزيا وتونس والأردن قد قطعوا شوطاً كبيراً أمام الجزائر. وخلال الملتقى الدولي حول "الأفاق الطاقية: تحدي المستقبل" الذي عقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة وهران في 22/21 فبراير 2004 أعطى عبد القادر جفلاط الجواب المقنع في هذا المجال حيث يرى أن المدخولات هي مكتسبات وآفاق للتنمية المستدامة غير أنه يجب وضع النقاط على ضرورة الاستثمار في مجال المعرفة، لأن المعرفة في الوقت الراهن تحتل مكان ضيق في نظام التنمية المستدامة لبلدنا^[2] وعموماً فإن بعض القطاعات التكنولوجية الموجودة في الجزائر لا تكفي لتحريك أو تنشيط اقتصاد المعرفة، ومن هذا المنطلق فإن تكنولوجيا الإعلام والاتصال لا تستطيع النفاذ إلى اقتصاد غير مهياً لتلقيها. إن قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر لا يمثل إلى 1% من الناتج الداخلي الخام، حيث أن إستراتيجية التنمية تبقى مرتكزة على المحروقات وبالتالي فإن هذه الحالة تظهر انعكاسات تكنولوجيا الإعلام والاتصال على النسيج الصناعي في الجزائر تبقى محدودة وهذا بالمقارنة مع الدول المتطورة^[3] التي سجلت نسبة عالية من مشاركة قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الناتج الداخلي الخام حيث نجد أن مساهمة هذا القطاع في الدول المتقدمة تكون بنسبة كبيرة.

إن واقع حال الجزائر يشير إلى تخلفها في المجالات الرقمية، مما لا يخدم مسيرتها، فالجوة في الجزائر تبعدها ليس فقط عن الدول المتقدمة بل وحتى عن بعض الدول العربية التي ليست لها مؤهلات الاقتصاد الجزائري، والتي تفتنت للأهمية القصوى لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في بناء المستقبل، وفي هذا المجال تقول الأستاذة نادية شطاب حتى وإن كان لا يمكننا إهمال الجهود التي تبذلها الجزائر لإدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الاقتصاد من خلال مشروع مدينة سيدي عبد الله كقطب متخصص في هذا المجال من أجل توفير بيئة عمل مناسبة، غير أنه على الرغم من اتساع رقعة استخدام شبكة الانترنت كتكنولوجيا إعلام واتصال فإن تأثيرها على التنمية الاقتصادية محدود جدا^[4]، وإن كان لهذا الفضاء انتشار واسع في الجزائر ولكن لم يلعب

¹ NADIA C., " Économie de la connaissance : quelques éléments de réflexion", **Journal le Quotidien d'Oran**, 11 Septembre 2005, P. 09.

² KHIAT A., Économie de la connaissance en Algérie : entre perspectives et réalités, in Abdelkader Djeflat, gouvernance locale et économie de la connaissance au Maghreb, Ali mémoire de Abdelkader taibouné, édition d'arEladib ES-semia, Oran, 2005, P. 97.

³ Nadia C., Art. P. cit., P. 09.

⁴ NADIA C., "Économie, TIC et bonne gouvernance en Algérie, Disponible sur: www.dst.cerist.dz/séminaires/communications.

دوره في التلاحم مع الاقتصاد، هذا التلاحم الذي ينتج عن الاندماج الموفق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والاقتصاد في النشاط الصناعي وهذا يشكل المحرك الأساسي للاقتصاد الجديد.

وفي هذا الإطار لا تزال المقاربات التنموية تلح على ضرورة الاهتمام بإدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الخدمات الاقتصادية، مع وضع سياسات وطنية جادة يتم فيها إشراك كل العوامل والإمكانيات المتوفرة والتي يأتي في مقدمتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي لا يقتصر أثرها على التنمية فقط بل يتعداها إلى مجالات أخرى وغيرها من الخدمات الاجتماعية، غير أن الواقع يشير إلى أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر هي حبيسة قطاعات قليلة وأشخاص محدودة، وهذا غير كافٍ لبناء اقتصاد معرفي فعال، كما أن الإخفاق في التلاحم بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والاقتصاد قد تكون له نتائج سلبية وعواقب وخيمة إن لم يتم تدارك هذا التأخر والأخذ بعين الاعتبار هذه التكنولوجيا كوسيلة لها دورها في تسريع التنمية واللاحق بالركب المتقدم.

3.1. معوقات دخول عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر ومتطلبات تحسينها.

تبرز الجهود التي تبذلها الدولة والتي تتمثل في مشاريع وتنظيمات تهدف إلى ترقية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لما تملكه الدولة من كفاءات في هذا المجال ، زد على دورها كمحرك للتنمية الاقتصادية حيث أصبحت المؤسسة الجزائرية أكثر وعياً أن الإعلام يعد وسيلة إنتاجية ، ومن جهته أخرى تعتبر السوق الجزائرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في أوج تطورها تزامناً مع نمو متوقع معتبر بالنسبة للسنوات المقبلة لأهمية السوق الجزائرية في المغرب العربي فيما يخص الإمكانيات.

ففي غضون الآجال القريبة وضع أول شبكة داخلية للحكومة ستمكن كل الوزارات من تبادل المعلومات والمراسلات الإلكترونية لغاية الوصول إلى عدم استخدام الورق، وأن تهيئة الأجواء لإنجاز الحكومة المعلوماتية ما زالت جارية على قدم وساق بهدف تقليص المسافة بين المواطن والحاكم والتي ستسمح للمواطن بالإطلاع على القضايا الوطنية التي تهمه ، وكذا البرنامج الذي سطرته وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستمد من برنامج رئيس الجمهورية السيد عبد العزيز بوتفليقة والخاص بتوفير لكل عائلة جزائرية حاسوباً في المنزل في آفاق 2010.

ويبدو أن انفتاح الجزائر وإقبالها نحو العالم التكنولوجي المتطور سيتحقق من خلال إنجاز مشروع المدينة الجديدة الذي سوف يتجسد في إنجاز الخطيرة المعلوماتية التي تضم 10 مشاريع، منها إنجاز فندق ذي خمسة نجوم يجوي على 156 غرفة وقاعة عرض بـ 600 مقعد ومقر وكالة التسيير ومركز البحث لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومقهى بريدي ومركب تيليكوم ، وتأتي هذه المشاريع والبرامج في تنمية الاتصالات وتحرير

العاصمة سيسمح بتزويد المؤسسات ببنك للمعلومات حول الوضعية الاقتصادية والتكنولوجية وغيرها من المعطيات لتحسين أداء هذه المؤسسات [1]،

- التمويل غير الكافي لبحوث الاتصالات والمعلوماتية، فقد أدى غياب التمويل الكافي لصناعة البرمجيات إلى الاعتماد المتزايد على الخبراء الأجانب، وهو ما جعل قطاع المعلوماتية للبلدان العربية ومن بينها الجزائر يساهم بنسبة 0,5 بالمائة في الدخل القومي العربي الإجمالي وجعل هذه الدول مستوردا صافيا لتكنولوجيا الإعلام والاتصال،
- البطء في صنع قواعد قانونية جديدة للاتصالات تتناسب مع متطلبات المعلوماتية، حيث هناك اتجاه العديد من الدول نحو تعديل قوانين الاتصالات بسبب الضغوط المرتبطة بشروط الالتحاق بالمنظمة العالمية للتجارة [2]،
- الفقر الرقمي وضعف إمكانيات المعلوماتية والاتصال محليا، فمعظم أدوات المعلوماتية مستوردة من الخارج بالإضافة إلى هامشية السياق اللغوي المحلي، حيث لا يزيد عدد مواقع الشبكة الدولية للمعلومات باللغة العربية عن 1 بالمائة فقط، وهذا بدوره يقود إلى حالة عجز عن التلاؤم مع ضرورات ومستحدثات المعلوماتية والتجارة الالكترونية،
- لا زالت الجزائر لم تبلغ التوقعات في إتاحة المعلومات على الانترنت لمواطنيها فالجزائر لا تضم سوى 5000 نطاقا وعدد المشتركين في خدمة التوصيلة عالية السرعة لا يتجاوز 200 ألف مستخدما،
- تزعم شركات خدمة الانترنت في الجزائر أن البلاد تأخرت في اللحاق بما تشهده جيرانها من ثورة في استخدام الانترنت، ويعتقد أن السلطات مسؤولة عن عدم تشجيع تطوير قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال ففي الجزائر ليس هناك سوى 5000 نطاقا فيما يوجد في الجارة تونس 16 ألف،

وفي نفس الموضوع يرى الدكتور حميد بصالح في دراسة حول البحث العلمي ودوره في إرساء مجتمع المعلومات بأن استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد أصبح يشكل تحديا ضخما للدول السائرة في طريق النمو في إطار بناء مجتمع المعلومات وتطوير الاقتصاد المعرفي الجديد، الذي لا يمكن إرساءه إلى من خلال سياسة معلنة بوضوح وتنظيم جريء وواقعي، وتوضح الدراسة بأن وضعية الجزائر في هذا المجال أضعف بكثير

1. كتبها الدكتور يحيى اليحيوي، <http://yahmod.maktoobblog.com> تاريخ النصف 2011/04/27.

2. كمال منصور، عيسى خليف، "اندماج اقتصاديات البلدان العربية في اقتصاد المعرفة: المقومات والعوائق"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، عدد 04 جوان 2006، ص.ص. 64-65.

من إمكانياتها المادية وهذا التخلف يظهر في مجال الإبداع والبحث التنموي والتعليم، وفي البنية التحتية والإطار القانوني ومجال التحفيز الاقتصادي [1].

فالواقع الجزائري يظهر ضعفا نسبيا في مجال التجهيزات المعلوماتية والنفاد للانترنت، خدمات رديئة وتكلفة عالية مع نفاد محدود من طرف السكان، ومحاولة معرفة سبب هذا التخلف نذكر تصريحاً للدكتور عبد العزيز اسماعيل داغستاني [2] حيث يرى أن العوائق الأساسية التي تؤثر سلباً على الجاهزية الرقمية والتجارة الالكترونية ودرجة تقدمها أو تراجعها في دولة ما هي ضعف دور الحكومة وانتشار الفقر وعدم الاستقرار الاقتصادي وعدم ثقة المستهلكين، وعدم وجود حوافز تشجيعية وقوانين لحماية الملكية الخاصة ومبادرات حكومية دكبه لدعم تكنولوجيا الإعلام والاتصال [3]

وخلال منتدى مقدمي خدمة الانترنت الذي عُقد في الجزائر العاصمة يوم 20 سبتمبر 2007 قال مدير إحدى شركات تكنولوجيا المعلومات محمد سعدي، إن الجزائر تخلفت عن بلدان أخرى نجحت في تحويل قطاع تكنولوجيا المعلومات من مجرد مخزون للفرص إلى ذراع رئيسي في إستراتيجية التنمية وتطرق سعدي إلى الهند التي قال إنها بفضل الانترنت تمكنت من تصدير خدمات بقيمة 25 مليار دولار في عام 2005 ثم قدم نموذج الولايات المتحدة التي تبلغ حصتها من الإنفاق العالمي في الانترنت نحو 65 بالمائة، كما أعرب مدير شركة ساتينكر لخدمات الانترنت علي كيهلان أيضاً عن استيائه من عدم تطوير قطاع الانترنت على غرار الثورة التي شهدها قطاع الهواتف النقالة، وقال إنه ثمة 2.1 مليون مشترك في الانترنت فقط في الجزائر بالمقارنة مع أكثر من 21 مليون مالكا لهاتف نقال، وغالبية المؤسسات الحكومية لا تتوفر على مواقع إلكترونية بل لا يتم تحيين المواقع القائمة فعلا إلا نادرا، وحتى المشروع الحكومي لربط وزارات الدولة بشبكة داخلية والذي أطلق بكثير من الصخب في عام 2004، وضرب له موعد إنجاز كامل في 2006، وبالنسبة لكيهان هذا التأخر يفسر اعتماد الجزائر الكامل على الاقتناء الأجنبي لجميع احتياجاتها من المنتجات الالكترونية [4].

ونخلص مما سبق أن البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر لا تزال تعاني من بعض المعوقات التي تقف أمام اندماج المجتمع الجزائري في عصر المعلوماتية والتكنولوجيا، وأن ما تحوز عليه الجزائر من مقومات لا يؤهلها للاندماج، فضعف البنية التحتية لتقانة الاتصالات والمعلومات، والفقر الرقمي وتردي المستوى المعيشي ومستوى التعليم وضآلة الإنتاج العلمي، كلها عوامل تحد من فرص الدخول في عالم

¹ BESSALAH H., « Apport de la recherche scientifique nationale dans l'avènement de la société d'information et la création de l'économie du savoir », centre de développement des technologies avancées, Décembre 2002, Disponible sur : www.postelecom.dz.

². رئيس مركز الدراسات الاقتصادية بالرياض، المملكة العربية السعودية.

³ www.al-jazirah.com 05-10-2003.

⁴ <http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/features/2007/09/26/feature> 26 04 2011.

تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهذا على الرغم من وجود مبادرات وجهود تدخل في إطار السياسة الوطنية لتعميم هذه التكنولوجيات وبالعمليات المرتبطة بالتعليم عن بعد خاصة لفائدة المناطق البعيدة و كذا المكتبات الافتراضية والشبكة التي تربط مختلف الجامعات و إعداد البرامج المعلوماتية ، ونشر الثقافة المعلوماتية لزيادة الوعي التكنولوجي وتقليص الفجوة الرقمية ودخول الفضاء الرقمي.

2.3.1. سبل اندماج الجزائر في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال

مما لاشك فيه أن الآثار السلبية للسياسات الاقتصادية الغير كفئة والمرتبطة بالاختيارات المتناقضة أحياناً قد أفرزت أوضاع اقتصادية جعلت الاقتصاد الجزائري يتميز بخصائص سلبية تساهم في إضعاف كفاءته الاندماجية في الاقتصاد العالمي الجديد الذي يركز على المعلومات والمعرفة، بحيث أصبح الاقتصاد الجزائري اقتصاد ريعي يعتمد أساساً على الثروة البترولية، كما تطورت فيه آليات الفساد، وأضحت تؤثر على حركية النشاط الاقتصادي ومجالاته وتحد من كفاءة السياسات والمؤسسات الاقتصادية [1].

ومن خلال تشخيص وضعية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر في ظل الإصلاحات التي مرت بها والتي لم تحقق الأهداف المنتظرة، لم تجد الجزائر منفذاً سوى الانطلاقة في تدابير جديدة ومنه كان لازماً عليها مواصلة طريق الإصلاحات وتكملة المسيرة ، حيث أبدت الدولة الجزائرية اهتماما كبيرا بقطاع الاتصالات وقد اعتبر وزير البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بوجمعة هيشور أن هذا القطاع سيصبح أهم القطاعات التي تجذب المستثمرين بعد الثروة النفطية، وكدليل على هذا الاهتمام وضع الجزائر لإستراتيجية نحو الانتقال للحكومة الالكترونية.

وبالتالي فإن إستراتيجية الجزائر الالكترونية تدرج ضمن تحديد وتنفيذ رؤية مستقبلية ومقاربة عملية لجعل مجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي يؤثران في النمو الاقتصادي ويشكلان بديلا للموارد النفطية، وتهدف هذه الإستراتيجية التي تتضمن خطة عمل متماسكة وقوية، إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني والشركات والإدارة، كما أنها تسعى إلى تحسين قدرات التعليم والبحث والابتكار وإنشاء كوكبات صناعية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال [2].

1. صالح صالح، "الآثار المتوقعة لانضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة ودور الدولة في التأهيل الاقتصادي"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، عدد 01، 2001، ص ص. 50-52.

2. ملخص اللجنة الإلكترونية، الجزائر الالكترونية، ديسمبر 2008 ، ص 7.

وتحتاج الجزائر لتجاوز المعوقات السابقة إلى تنويع خياراتها فيما يتعلق بسبل الاندماج في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فالانتقال السريع والتحول الإيجابي في الميادين ذات الصلة بالاقتصاد الجديد والمجتمع المعلوماتي لن يتأتى إلا إذا ركز صناع القرار في الجزائر على المحاور التالية^[1]:

- إعطاء أهمية أكبر لرأس المال الفكري لضمان إدخال الجزائر بسرعة في عصر المعلومات ومواكبة التطورات العلمية العالمية الهائلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال،
- تطوير قاعدة مهارات محلية في مجال إنتاج البرامج المعلوماتية واستعمالها لخلق صناعة محلية لها مما يسمح بزيادة الصادرات وتعظيم منافذ النفاذ إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وخلق وظائف عمل جديدة^[2]،
- جذب وتشجيع الاستثمارات الأجنبية المباشرة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بعد أن عانت الجزائر كثيرا من عزلة دولية وحصار غير معلن في هذا المجال حرمتها من التفاعل الإيجابي مع هذه الاستثمارات النوعية،
- تحسين فرص النفاذ إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطويرها مما سوف يفجر القدرة الإبداعية والمعرفية لدى العاملين في المؤسسات الجزائرية ويخلق تغيرات إيجابية في محيط العمل وأساليب الإنتاج،
- تعميم استخدام الانترنت بتوسيع شبكاتها وإصلاح وتحديث الخطوط الهاتفية المتقادمة وتخفيض أسعارها لتكون في متناول الجميع، فلا يمكن الاندماج في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال دون توسيع دائرة المتعاملين بالانترنت في الجزائر على أوسع نطاق وبأقل التكاليف،
- زيادة الإنفاق العمومي المخصص للمعرفة عن طريق الاهتمام بكافة مستويات التعليم من الابتدائي إلى الجامعي، مع التركيز أكثر على مراكز البحث العلمي^[3]،

¹. سالمى جمال، مقال سابق، ص ص. 112-113.

². في الهند مثلا حقق قطاع إنتاج البرامج المعلوماتية نموا بنسبة 50 بالمائة خلال التسعينيات، وقد كشفت دراسة ميدانية أمريكية تمت في عام 1995 حول تأثير منتج برمجيات مايكروسوفت على الاقتصاد المحلي أن كل وظيفة فيها قد خلقت 6,7 فرصة عمل جديدة في ولاية واشنطن بينما خلقت كل وظيفة في بوينغ 3,8 فرصة.

³. أصبحت الحاجة إلى البحث العلمي في وقتنا الحاضر أشد منها في أي وقت مضى، حيث أصبح العالم في سباق محموم للوصول إلى أكبر قدر ممكن من المعرفة الدقيقة المثمرة، في حين نجد أنه هناك صعوبات و معوقات تعيق البحث العلمي في الدول العربية، من بينها عدم توفر التمويل المالي اللازم، إذ بلغ حجم الإنفاق على البحث العلمي نحو 1.9 بالمائة من الدخل القومي الإجمالي، وهذا يؤدي إلى عدم توفير البنية التحتية اللازمة للبحث العلمي في ظل بقاء الحكومات العربية وحدها تقريبا من يتبنى تمويل البحث العلمي، بينما تتجه دول العالم إلى ربط التمويل بالمؤسسات الإنتاجية العمومية والخاصة، فاليابان مثلا لا تساهم حكومتها في البحث العلمي سوى 18 بالمائة من الإنفاق فيما تتكفل الشركات والمؤسسات والخواص بنسبة 82 بالمائة من الإنفاق، وفي المقابل تنفق الحكومة الكندية 30.1 بالمائة مقابل 69.9 بالمائة مساهمات الشركات والخواص، أما الحكومة الأمريكية تنفق 35.5 بالمائة والباقي على عاتق الشركات والخواص. المصدر: محمد شبيحات "مخبرنا وثقافة البحث العلمي" جريدة المحرر، عدد 11 جويلية 2008، ص 12.

- تتمين دور التعليم النظامي لتحقيق مستويات ملائمة من التعليم ومواجهة عدم القدرة على استيعاب تكنولوجيا الإعلام والاتصال والإفادة من نتائجها،
- التخفيف من الفقر والحرمان وتأمين الحد الأدنى من العدالة الاجتماعية كسبيل سوسيو اقتصادي لربط تكنولوجيا الإعلام والاتصال بغاية إنسانية نبيلة استيقظ على وقعها العالم مند زمن قصير فأعلنها أول حرب عالمية على للقضاء على الفقر وتأمين العدالة الاجتماعية،
- ردم الهوة المعرفية بين الرجال والنساء والقضاء على أمية الحرف والفكر مع الاهتمام بالتعلم مدى الحياة فلا يمكن لبلد يعاني فيه حوالي 8 ملايين نسمة من أمية الحرف والفكر أن يجد له مكانة في عصر المعلومات،
- تحسين الأطر التشريعية لأنها تمثل الكيان الحاكم لكافة أوجه النشاط الاقتصادي حيث تلتزم كافة الأنشطة بالعمل في ظل قوانين حاكمة ومنظمة لسير هذه الأنشطة بما يعظم المنفعة ويضمن الحقوق،
- تحرير قطاع الاتصالات من الاحتكار والدخول في شركات عالمية،

وفي هذا المجال نشير إلى اتفاق الشراكة بين مؤسسة "أبياد" مع مؤسسة "تيليكوم الجزائر"، لتأهيل وتطوير وإعطاء دفع إضافي في مجال تكنولوجيا الاتصال عن طريق الشراكة، حيث كانت هذه الخطوة أول شراكة جزائرية جزائرية قبل تجسيد شراكة مع الأجانب حيث ستشرع مؤسسة التعليم المهني عن بعد (أبياد) في تركيب ثم صناعة أجهزة الحاسوب المحمولة من نوع "لاب توب" بعد تدشين وحدتها الإنتاجية التي يتم بناؤها حاليا بعناية، إذ ستقوم المؤسسة في البداية بتركيب أجهزة الحاسوب قبل التوجه تدريجيا نحو الاندماج" هذا وسطرت ذات المؤسسة من قبل صناعة مليون جهاز حاسوب محمول سنة 2008.

وتأتي هذه المبادرات بين المؤسسات الجزائرية لتحجب النقص الذي تركته المؤسسات الأجنبية التي اختفت من السوق، لأنها لم تدرك كيف تكيف وسائلها ولم تتحالف مع المؤسسات الأخرى للاستفادة من خبرتها، كما أن تجسيد الأهداف المرسومة يستلزم مقاربة جديدة مغايرة لتلك المتبعة حتى الآن، ومنها الوصول لتحقيق 10 نسب، 80% للكثافة الهاتفية و 40% في وصل الانترنت و 20% في نشر الحاسوب وهو ما يعد رهانا يفرض إيجاد حلول جديدة وإقامة شراكات جديدة ، وما ينتظر المتعاملين الاقتصاديين هو العمل لتمكين الجزائر من مواصلة قطع الأشواط المتبقية في مجال التكنولوجيا حتى تقترب من نظيراتها في العالم أجمع ، ولعل انخراط 70 مؤسسة صغيرة ومتوسطة جزائرية في القاعدة الإعلامية أوميديس التي اعتمدها الاتحاد الأوروبي لفائدة الشركات الصغيرة والمتوسطة للبحر المتوسط في إطار خلق مؤسسة معلوماتية متوسطة من بينها المؤسسات الجزائرية سيدعم هذا التوجه، حيث سيقوم الاتحاد الأوروبي بتمويل المشروع الذي يرمي إلى إقامة شبكة للشركات المتوسطة عبر الانترنت، والتي سيتم إيصالها بالشبكة الأوروبية لتبادل المعلومات.

ورغم كل هذه المعطيات التي تكشف مدى الاهتمام الحكومي والمؤسسي بمجال المعلوماتية، كشفت أحر الدراسات حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن وجود تأخر كبير في اكتساب هذه الوسائل في الجزائر مقارنة بالمغرب وتونس، فلا بد من العمل على تطوير البيئة التشريعية المناسبة للتعاملات الإلكترونية بمختلف أشكالها وأنواعها و تعديل ما يلزم من قوانين مثل قانون العمل قانون حماية المؤلف و قانون براءة الاختراع و غيرها، وتوفير البيئة المناسبة للمنافسة و ذلك لتشجيع انتشار الخدمة، و خفض الكلفة و تحسين النوعية، بالإضافة إلى العمل على وضع إطار إقليمي لموضوع تكنولوجيا الاتصالات و ذلك بالاستفادة من تجارب الدول الأخرى من خلال عقد الندوات والحوارات التي تقام خصيصا لهذا الغرض بحيث تتم فيها مشاركة الآخرين بتجاربههم و تبادل المعرفة معهم.

2. استعمالات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

المؤسسة الاقتصادية التي أخذت بالتقدم التكنولوجي تكون الأولى في تبني تطبيقات جديدة، ونظام جديد أقل تكلفة فهي تبحث دائما عن دعم إستراتيجياتها القاعدية حيث تصبح منتجة بتكاليف منخفضة، ففي بعض الأحيان يمكن أن نعتبر أن كل المؤسسات التي ليس لها تقدم تكنولوجي هي في حالة تأخر تكنولوجي بما فيها المؤسسات التي لا تعطي أهمية للتطورات التكنولوجية.

وللتعرف على واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستعمالاتها في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، قمنا بإعداد استبيان^[1] يتكون من مجموعة من الأسئلة تخص استخدام هذه التكنولوجيا في مؤسساتنا الاقتصادية، ولصعوبة إجراء هذه الدراسة الميدانية على جميع المؤسسات المتواجدة عبر القطر الوطني قمنا بالتركيز فقط على بعض المؤسسات المتواجدة بالمناطق الصناعية في كل من ولايات سدي بلعباس، وهران، عين تموشنت، مستغانم، حيث اقتصرنا العينة على 60 مؤسسة، والتي قلصت إلى 53 مؤسسة بعد استبعاد الاستبيانات الغير صالحة، وعدم تمكننا من استرجاع بعض الاستبيانات.

ونشير كذلك إلى أن عملية توزيع واسترجاع الاستبيانات تمت خلال الفترة الممتدة ما بين شهر جانفي 2011 إلى غاية جوان 2011، وقد قمنا بالاعتماد في معالجة بيانات الاستبيان على برمجية Microsoft Exel XP، وه ذا ما ساعدنا على تحليل النتائج ومعالجة الاستبيان، خصوصا بعد تركيزنا على التكرارات وعلى النسب المئوية المتعلقة بإجابات المؤسسات المستجوبة.

¹. لأكثر معلومات حول ما يحتويه هذا الاستبيان، راجع الاستبيان باللغة العربية واللغة الفرنسية بالملحق رقم 1.

المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وقد شملت الحصة 60 مؤسسة من مختلف القطاعات ومختلف الأحجام والأشكال القانونية.

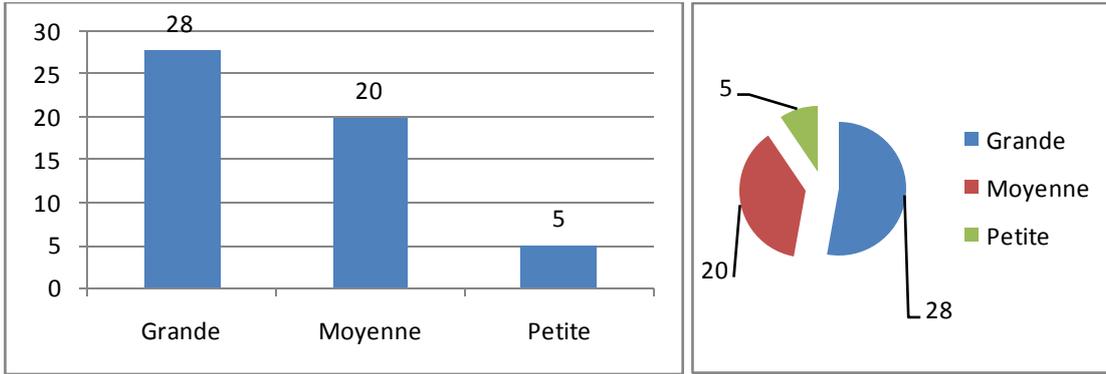
وبشكل عام فإن هذا الاختيار الذي تم فيه التركيز على العينة بالحصة ويرجع أساساً إلى ضعف قاعدة صبر الآراء وضعف الإحصاءات التي تحدد مجموع المؤسسات الاقتصادية المتواجدة، وهناك كذلك أسباب موضوعية أخرى أدت إلى هذا الاختيار منه الوقت المحدد، كما أن هذا الاختيار يسمح لنا بالاستغلال الجيد للموارد المالية ويسهل عملنا في تحديد المؤسسات الاقتصادية المختارة.

إن طريقة عملنا كانت من خلال التقرب مباشرة من المجتمع المعني بالدراسة عن طريق المقابلة الشخصية والتي كانت تدوم عادة ما بين 15 إلى 20 دقيقة، وه ذا بطبيعة الحال بعد أن يتم توجيهنا من طرف مسؤولي المؤسسة المستجوبة، في الغالب قسم الموارد البشرية وهذا بعد إطلاعهم على محتوى الاستبيان وموضوعه، وكنا في أغلب الأحيان نوجه مباشرة إلى قسم الإعلام الآلي، أو إلى المدير العام للمؤسسة، وقد قمنا كذلك بمراسلة العديد من المؤسسات عبر البريد الإلكتروني، غير أن هذه العملية لم تسمح لنا بالحصول على إجابات رغم مراسلتنا لأكثر من 20 مؤسسة، ولتفعيل عملية الاستقصاء قمنا بتوزيع وجمع الاستمارة بأنفسنا، كما حضرنا ملقى هذه الاستمارة، وكنا نتبنى دائما موقع بعيد ومستقل، ما عدا التدخل في بعض الأحيان لشرح الأسئلة وتبسيطها لمستقبلينا، وقد واجهتنا عدّة مشاكل في هذه الدراسة الميدانية منها رفض بعض المؤسسات استقبالنا، وهذا الرفض لم يكن مفاجئاً لعلمنا بحساسية مؤسساتنا الاقتصادية ونقص ثقافة الإعلام والاتصال لديها، ومقاومتها لكل ما هو خارجي وغريب عن المؤسسة.

أما فيما يتعلق بالاستمارة التي قمنا بإعدادها تنقسم إلى مجموعة من الأسئلة المهيكلة والمفتوحة، وقبل الدخول مباشرة في الأسئلة تم تقديم رسالة.

والأسئلة المعدة تم تقسيمها إلى ثلاثة أجزاء مختلفة، الجزء الأول يتعلق بالتعريف بالمؤسسة المستجوبة، حجمها، نشاطها، والطبيعة القانونية للمؤسسة، ويتضمن الجزء الثاني مختلف استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ونخص بالذكر الانترنت، الانترنت، الاكستراييت، البريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية... إلخ، وقد خصصنا الجزء الثالث والأخير من الأسئلة للأسباب التي تبرر عزوف المؤسسات عن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطبيقات التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى محاولتنا التعرف على الإستراتيجية المتبعة من قبل المؤسسات الجزائرية ومستقبلها أمام استحداث أساليب عمل جديدة.

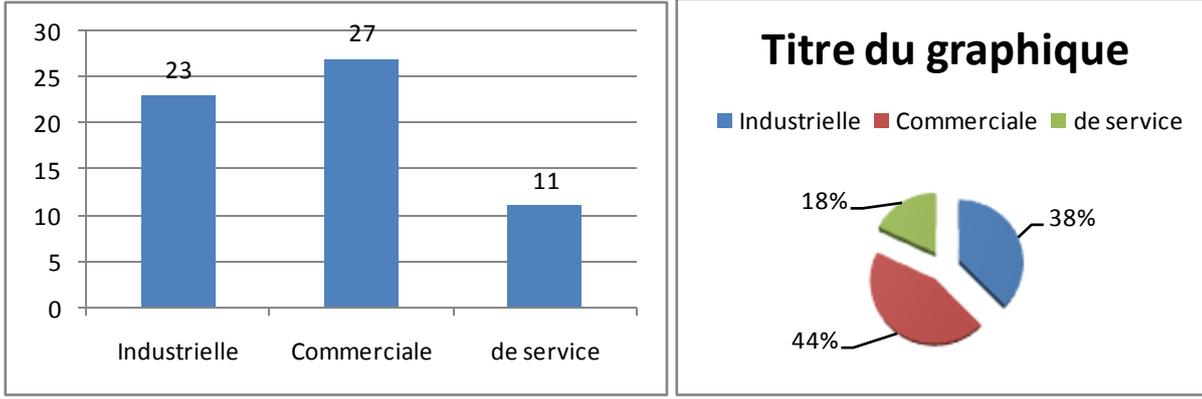
الشكل رقم VI-2: حجم المؤسسة (النسب)



● النشاط الرئيسي للمؤسسة

بالاعتماد على الشكل البياني رقم VI-2 نلاحظ أن نسبة 51% من المؤسسات المشاركة في الدراسة هي مؤسسات تجارية، وبأن 43% من المؤسسات هي مؤسسات صناعية، أما فيما يخص المؤسسات الخدمية فقد شكلت نسبة 21% من مجموع المؤسسات، وهذا يعني أن أكثر من نصف المؤسسات الاقتصادية المشاركة في الدراسة هي مؤسسات ذات نشاط إنتاجي وصناعي، وفي بعض الأحيان نجد هناك مؤسسات اقتصادية تجمع بين النشاط الصناعي والتجاري في نفس الوقت.

الشكل رقم VI-3: النشاط الرئيسي للمؤسسة (النسب)



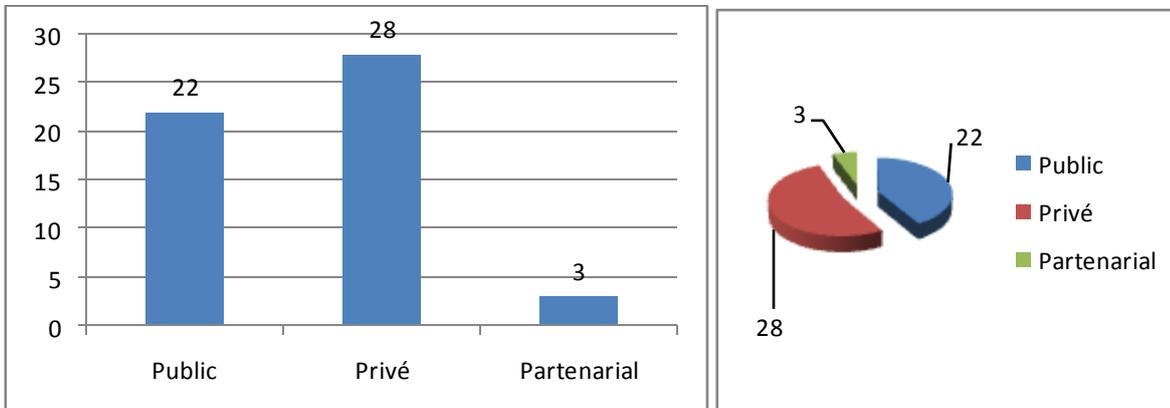
● الطبيعة القانونية للمؤسسة

من خلال استعراض نتائج معالجة الاستبيان وتحليله، لاحظنا أن نسبة 41% من المؤسسات المستجوبة هي مؤسسات عمومية، و 53% مؤسسات خاصة، والنسبة المتبقية والتي تمثل 6% هي عبارة عن مؤسسات مختلطة.

الجدول رقم VI-4: الطبيعة القانونية للمؤسسة (عدد الإجابات).

التكرار	الطبيعة القانونية للمؤسسة
22	مؤسسة عمومية
28	مؤسسة خاصة
03	مؤسسة مختلطة
53	المجموع

الشكل رقم VI-4: الطبيعة القانونية للمؤسسة (النسب)



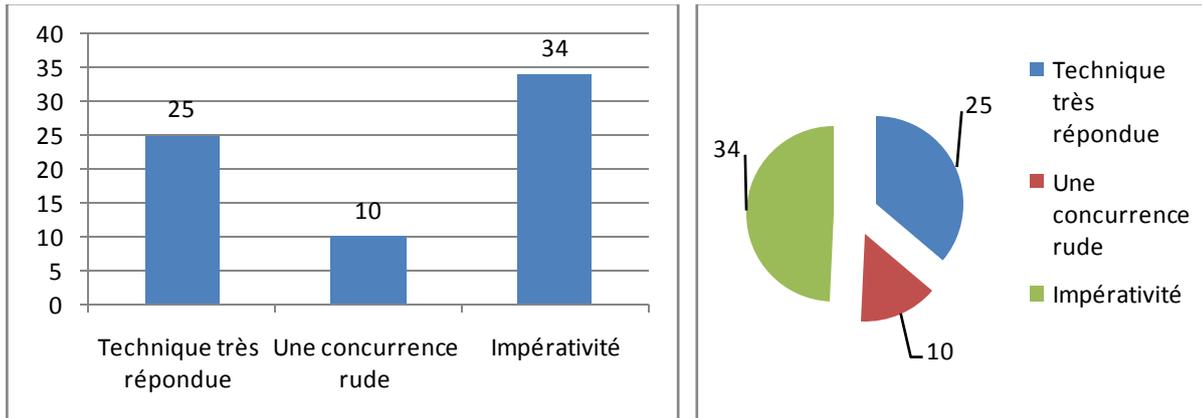
المعلوماتي الذي توسع بشكل سريع ليشمل كل النشاطات، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال نالت نصيبها من هذا التطور سواءً ما تعلق بالتطورات الداخلية في المؤسسة أو بعلاقتها مع محيطها الخارجي ^[1] الأمر الذي دفع بالمؤسسات الاقتصادية إلى تبني هذه التكنولوجيات والاعتماد عليها

وقد أظهرت الدراسة التي قمنا بها، والتي جاء فيها سؤال حول حقيقة الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أن إجابات المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المستجوبة كانت متفاوتة، غير أن غالبية المؤسسات أشارت إلى أن الحقيقة التي تدفع إلى تبني هذه التكنولوجيا هي الضرورة وقد كانت النسبة 81,13%، بالإضافة إلى الدوافع الأخرى التي تشمل المنافسة الحادة، و الانتشار الواسع لهذه التكنولوجيا، وهذا ما يوضحه الجدول رقم VI-5، والشكل رقم VI-4 أدناه.

الجدول رقم VI-5 : دوافع الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال (عدد الإجابات)

التكرار	دوافع الاعتماد
25	انتشارها الواسع
10	المنافسة الحادة
34	الضرورة

الشكل رقم VI-5 : دوافع الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال (النسب)



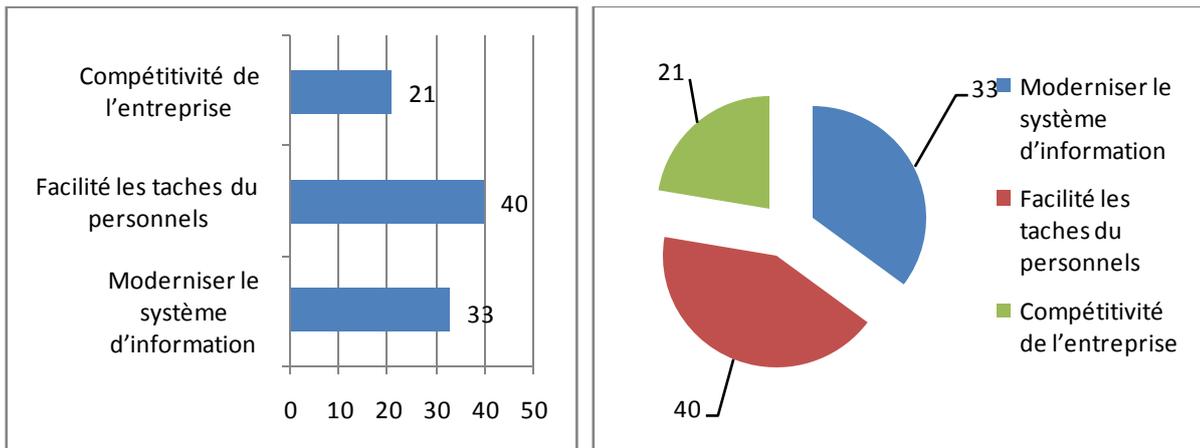
¹. AZEDDINE A, Le cyber parc de sidi Abdallah effets attendus sur le système d'information de l'entreprise Algérienne, in DJEFLAT A., op. cit., PP. 190-191.

وقد أظهرت الدراسة أن 75,47% من مجموع المؤسسات أقرت بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تسهل من عمل الأفراد، مقابل 62,26% أجابت بأنها تطور النظام المعلوماتي الخاص بالمؤسسة، وأن 39,62% فقط من المؤسسات ترى بأنها تحسن من تنافسية المؤسسة، وتظهر الإجابات المختلفة للمؤسسات من خلال الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم VI-6: الآثار المترتبة عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال (عدد الإجابات)

الآثار المترتبة	التكرار
تطوير نظام المعلومات	33
تسهيل عمل الأفراد	40
تحسين تنافسية المؤسسة	21
غير ذلك	00

الشكل رقم VI-6: الآثار المترتبة عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال (عدد النسب)



يتبين من خلال الجدول أعلاه أنه هناك تقارب في اختيار غالبية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية فيما يتعلق بالآثار الإيجابية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا بين تطوير نظام المعلومات، و تسهيل عمل الأفراد. فالمؤسسة الاقتصادية هي في حاجة إلى الاستناد على نظام معلوماتي فعال من أجل تطوير قدرتها التنافسية، هذه الفعالية تتعلق أساساً بجودة البيانات ودرجة إدماجها، وسرعة تدفقات المعلوماتية، فالمعلومة هي مركز التساؤلات الإستراتيجية للمؤسسات الحديثة، إذ أنه من المعروف أن خلق وتسيير مؤسسة يحدث اليوم في وسط جد حساس لأجل تحويل المعلومة، وأن المؤسسات التي عرفت نجاحاً في العالم هي تلك القادرة على الحصول في أي وقت أو في أي مكان على المعلومة الإستراتيجية التي هي في حاجة إليها حيث أن إحدى

الإجابات على هذه المتطلبات تكمن في الحصول على تكنولوجيا الإعلام والاتصال^[1] وهذا في ظل التحديات الجديدة التي أصبح فيها الاتجاه نحو مفاهيم جديدة في ضوء التطورات التكنولوجية التي أدخلت تطبيقات و إجراءات جديدة في أنشطة المؤسسات.

وفي المقابل فإن نسبة 75,47% التي ترى بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال سهلت من عمل الأفراد، وهذا يظهر من خلال تسيير الموارد البشرية مثلاً ، فإن المعلوماتية قد أدت إلى تغيير العمل اليومي على مستوى إدارات الموارد البشرية فقد أصبحت هذه الإدارات تمتلك أنظمة في التسيير معالجة معلوماتيا تمكن المعنيين من تسجيل المعلومات عند مصادرها وتخزينها وإخضاعها لإجراءات المعالجة واسترجاع المعلومات المسجلة أو المنتجة ذات العلاقة بأي فرد في الوقت المناسب وبالشكل الملائم وفي المكان المناسب^[2]، واستخدام هذه الأنظمة من شأنها أن تسهل عمل الأفراد وتحررهم من الإجراءات الإدارية المتكررة، وهذا ما يعطي مساحة واسعة للتفرغ إلى مهام أخرى.

ومن جهة أخرى فإن بعض المؤسسات الاقتصادية المستجوبة ترى بأن الآثار الإيجابية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تظهر من خلال:

- إفتراض فعالية في العمل؛
- المساعدة في اتخاذ القرارات؛
- اتصال دائم مع العالم.

بالإضافة إلى ذلك فإن أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال تظهر في زيادة نسبة النمو والإنتاجية فقد تطرق العديد من الباحثين إلى هذا الموضوع ، والذين تعددت دراساتهم الميدانية والاقتصادية القياسية الكلية والجزئية، حيث رأى روبرت سولو أنه بالرغم من الانتشار المتزايد للحواسيب منذ ظهورها إلا أنها لم تسهم في الرفع من مكاسب الإنتاجية وتحسين معدلات النمو الاقتصادي في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة الممتدة من 1973 إلى 1987 وامتدت بعدها إلى غاية سنة 1995.

نفس الإجابة أدلى بها غوردن سنة 2001، حيث أرجع في الأول سبب الانتعاش الاقتصادي الذي مرت به الولايات المتحدة الأمريكية إلى عوامل ظرفية تتمثل في انخفاض معدلات الفائدة والبطالة وانتهى به الأمر إلى التراجع عن ذلك التفسير سنة 2003^[3].

¹. AZEDDINE A., op. cit., PP. 191-192.

². عبد الفتاح بوحخم، "دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل تسيير الموارد البشرية"، ملتقى وطني حول التكنولوجيات الراهنة، جامعة جيجل، 15/14 مارس 2006، ص ص. 29-30.

³. سعيد عمير، مقال سابق، ص 87.

وقد استندت رؤى هؤلاء الباحثين على حجج لتبرير عدم إنتاجية الحواسيب نذكر منها كثرة التكاليف المرتبطة بالتحكم في هذه الأداة، واستخدامها في أغلب الأحيان لتحقيق أغراض شخصية وترفيهية، ولكن سرعان ما تم دحر هذه الحجج الضعيفة من خلال دراسات اقتصادية قياسية جزئية ثم إجراءها في كل من فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 2001 خلصت إلى أن المنشأة التي تتوفر على أكبر معدل من التجهيز بالإعلام الآلي تحقق أكبر إنتاجية ظاهرة في العمل.

فقد كانت تكنولوجيا الإعلام والاتصال حتى سنة 2000 إحدى أهم محركات النمو الاقتصادي الحالي من خلال خلق القيمة، مناصب الشغل، استثمارات، أرباح الإنتاجية^[1] وقد أظهرت الدراسة التي قمنا بها أن كل المؤسسات المستجوبة ترى بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال لها تأثير إيجابي على المؤسسة وأهمية كبيرة في زيادة الإنتاجية وتحقيق النمو الاقتصادي، فلقد استعاد النمو الاقتصادي العالمي انتعاشه منذ بداية فترة التسعينات وهذا يرجع إلى استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي ساهمت بشكل كبير في انخفاض الأسعار وتدعيم أنشطة المؤسسات الاقتصادية التي تستخدم التكنولوجيات.

3.2. واقع الانترنت والانترانيت في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية

سعت الجزائر إلى الاستفادة من خدمات الانترنت والتقنيات المرتبطة بها، وهذا من خلال المهام التي يقوم بها مركز البحث والإعلام العلمي والتقني، والتي تندرج ضمن العمل على ترقية شبكات الاتصالات ووضع برامج لإنجاز مصاريف وشبكات إعلامية على المستوى الوطني، وإيصالها بشبكات أخرى ومن بينها الانترنت التي عرفت إقبالا كبيرا من طرف المواطنين والمؤسسات الاقتصادية والهيئات العمومية، وهذا ما يؤكد الاهتمام والوعي الذي توليه المؤسسات من مختلف القطاعات للتواجد في هذا الفضاء العالمي خاصة بالنسبة للمؤسسات التي تزاوّل الأنشطة الاقتصادية والتي تستطيع من خلال شبكة الانترنت مساندة التغيرات التي تظهر من خلال عولمة العلاقات والتبادلات.

1.3.2. استعمال الانترنت في المؤسسات

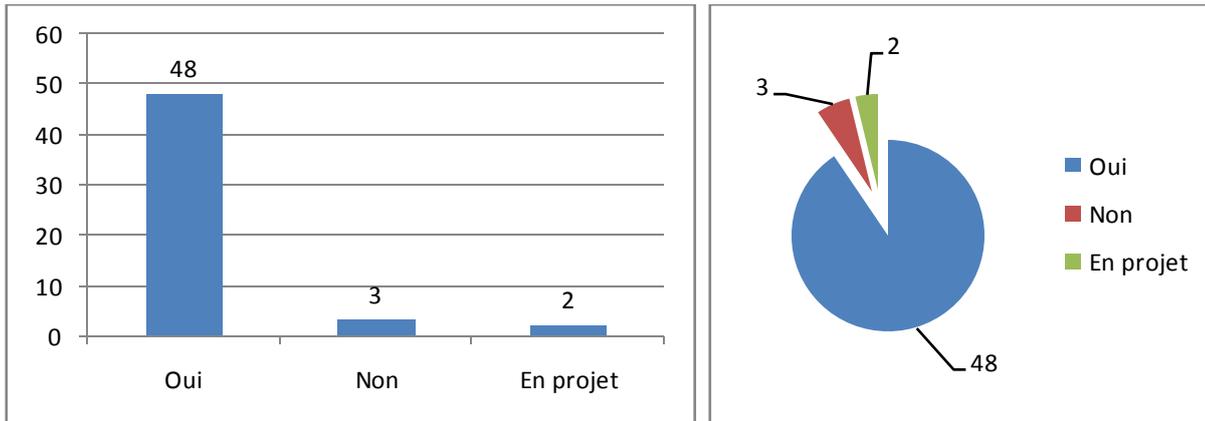
لقد أظهرت الدراسة الإحصائية أن نسبة المؤسسات الاقتصادية المرتبطة بشبكة الانترنت قدرت بـ 90,56% مقابل 5,66% لا ترتبط بهذه الشبكة كما قدرت نسبة المؤسسات التي وضعت في برنامجها الارتباط بالانترنت بـ 3,77%.

¹. JEAN B., op. cit., P. 166.

الجدول رقم VI-7: الارتباط بشبكة الانترنت (عدد الإجابات)

الارتباط بالانترنت	التكرار
مرتبطة	48
غير مرتبطة	03
ميرمج	02
المجموع	53

الشكل رقم VI-7: توزيع الارتباط بشبكة الانترنت (عدد النسب)



فالانترنت هي محل إقبال معظم المؤسسات الاقتصادية الجزائرية والتي تستطيع من خلال هذه الشبكة القيام بما يلي [1]:

- ✓ تتميز الهياكل الصناعية والإنتاجية بالتعريف بها أكثر؛
- ✓ إشهار فرص الاستثمار؛
- ✓ تمكين المتعاملين الوطنيين من الاتصال بمصادر المعلومات في الخارج المتعلقة بتثمين الهياكل الصناعية والإنتاجية بالتعريف بها أكثر؛
- ✓ التعريف بفرص الأعمال وأسعار المنتوجات والمواد الأولية؛
- ✓ إشهار المنتوجات والخدمات المقدمة من قبل المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين.

وفيما يتعلق باستعمالات الانترنت أظهرت الإحصائيات المدونة في الجدول رقم VI-8، والشكل

البياني رقم VI-7، أن نسبة 58,49% من المؤسسات تستخدم الشبكة في البحث عن المعلومات، في المقابل نجد أن نسبة 45,28% من هذه المؤسسات تستعمل خدمة النفوذ إلى خوادم FTP، في حين نجد أن نسبة استعمال خدمات البريد الإلكتروني من طرف المؤسسات المستجوبة شكلت أعلى نسبة بـ 84,90%،

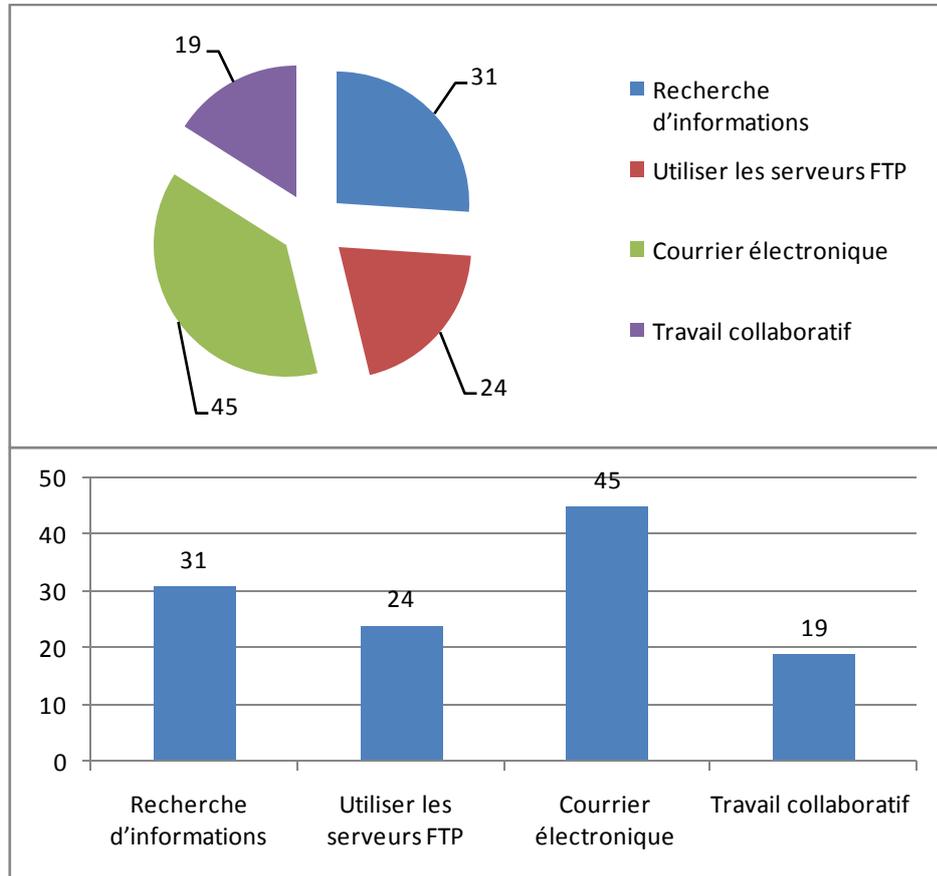
¹ م. بن حمادي، "مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني"، واقع اليوم الإعلامي حول واقع وأفاق البحث العلمي في الجزائر، الأكاديمية الجامعية بقسنطينة، دائرة الدراسات العليا والبحث العلمي، أفريل 1996، ص 16.

و35,84% فقط تستعمل الانترنت في مجال العمل التعاوني، هذه النسب تعكس بصورة واضحة عدم إدراك المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لأهمية العمل التعاوني والجماعي وكذلك خدمة النفوذ إلى خوادم FTP.

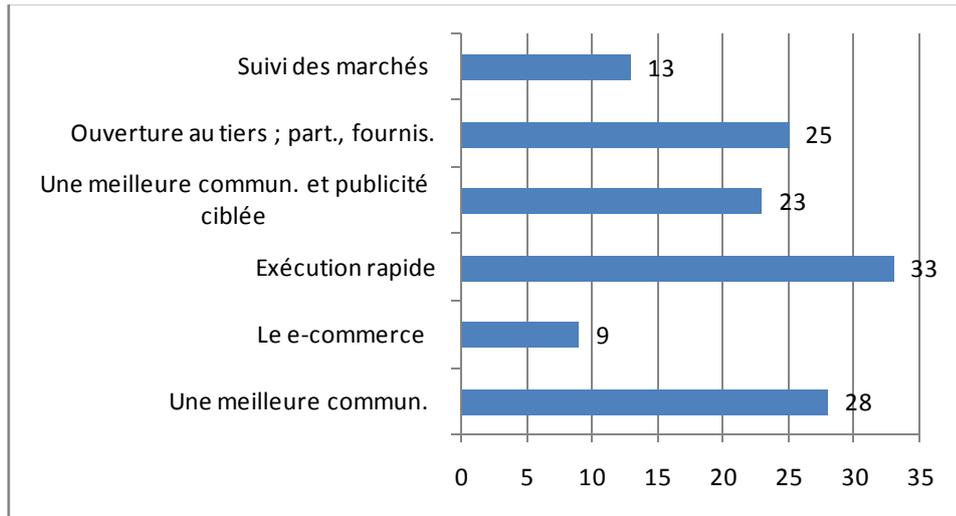
الجدول رقم VI - 8: مجالات استعمال الانترنت (عدد الإجابات)

التكرار	استعمالات الانترنت
31	البحث عن المعلومات
24	استعمال خوادم FTP
45	البريد الالكتروني
19	العمل التعاوني

الشكل رقم VI - 8: توزيع مجالات استعمال الانترنت.



وهناك عدة مزايا وفوائد تمنحها شبكة الانترنت للمؤسسات الاقتصادية، وبالاعتماد على الجدول رقم 9 - VI والشكل البياني رقم 8 - VI أذناه، نلاحظ أن نسبة 52,83% من المؤسسات المشاركة في الدراسة ترى أنه من بين الفوائد التي تتحصل عليها المؤسسة من خلال استخدام الانترنت الاتصال الداخلي الجيد ، وأن

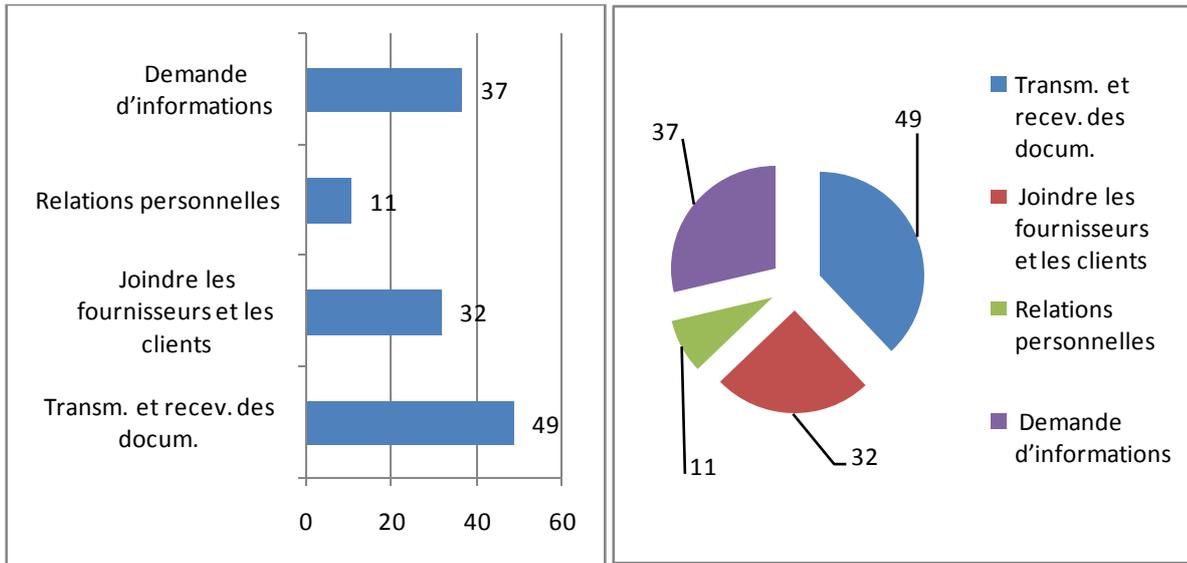


ومن خلال شبكة الانترنت تستطيع المؤسسات الاقتصادية كذلك الحصول على عنوان إلكتروني خاص بها تستعمله في عدة مجالات، حيث أظهرت الدراسة أن كل المؤسسات المستجوبة لديها عنوان إلكتروني بما في ذلك المؤسسات الغير مرتبطة بشبكة الانترنت، وتظهر استعمالات البريد الإلكتروني في عدة مجالات أهمها نقل واستقبال الوثائق التجارية، حيث نجد أن نسبة 92,45% من المؤسسات تستخدم البريد في هذا المجال، مقابل 60,37% لغرض جذب الموردين و الزبائن، وأظهرت الدراسة أن هناك نسبة تقدر ب 20,75% من المؤسسات التي تستعمل خدمات البريد الإلكتروني في ربط علاقات شخصية، وأن نسبة 69,81% بغرض طلب معلومات.

الجدول رقم VI-10: استعمالات البريد الإلكتروني (عدد الإجابات)

التكرار	استعمالات البريد الإلكتروني
49	نقل واستقبال الملفات
32	جذب الموردين والزبائن
11	علاقات شخصية
37	طلب معلومات
00	غير ذلك

الشكل رقم VI-10: توزيع استعمالات البريد الإلكتروني



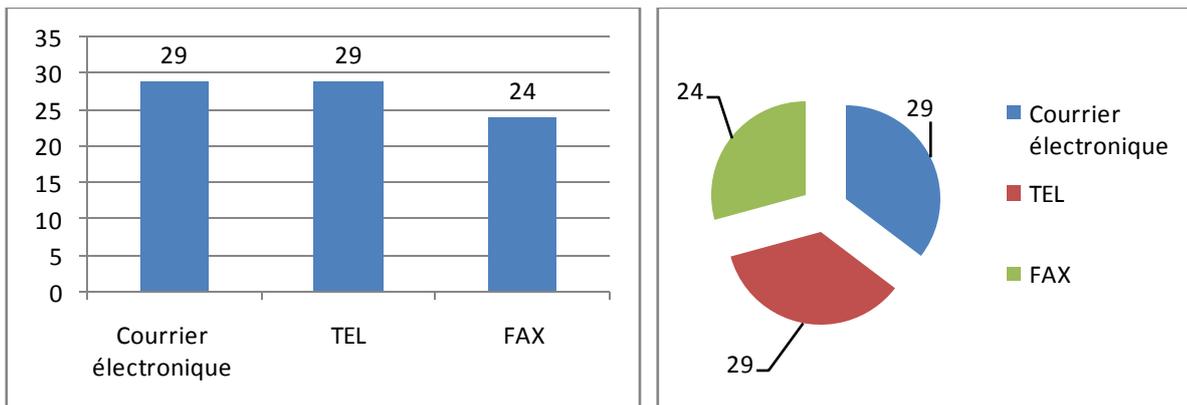
وباعتبار أنه هناك وسائل اتصالية متعددة بالإضافة إلى البريد الإلكتروني، فقد شملت الدراسة الميدانية كذلك معرفة أفضل وسيلة اتصالية تلجأ إليها المؤسسات الاقتصادية وكانت النتائج المتحصل عليها كما يلي:

54,71% من المؤسسات تفضل البريد الإلكتروني.

54,71% تفضل الهاتف.

45,28% تفضل الفاكس.

الشكل رقم VI-11: توزيع أفضل وسيلة اتصالية



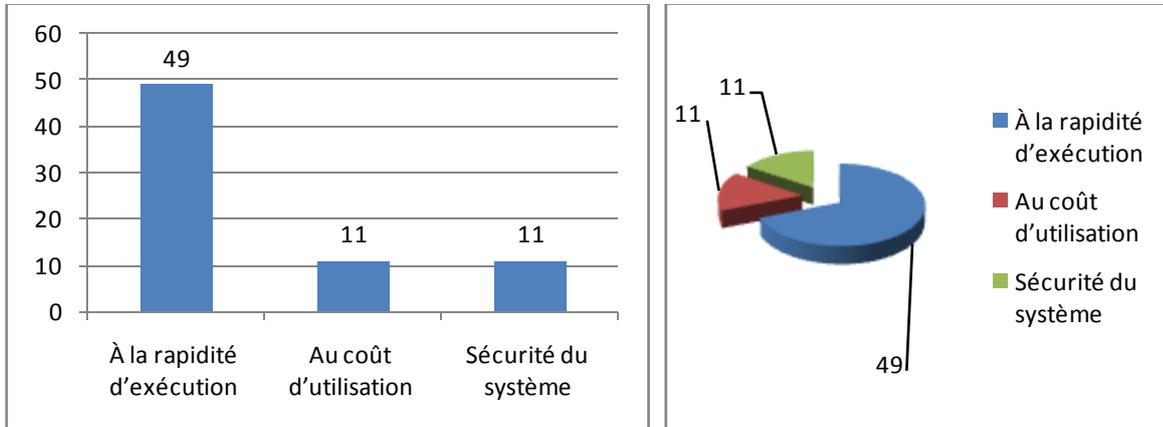
وهذه النسب تعكس بوضوح وجود عدد كبير من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي تفضل استعمال البريد الإلكتروني، وهذا راجع أساساً إلى زيادة الوعي بأهمية هذه الأداة الإلكترونية، مقارنة بالأدوات الاتصالية الأخرى كالهاتف والفاكس التي تعودت عليها المؤسسات في السابق قبل تطور وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ولمعرفة دوافع هذه الاختيارات جاء في الاستبيان سؤال خاص يتعلق بالأسباب التي تركز عليها المفاضلة ما بين الهاتف، الفاكس، والبريد الإلكتروني، وقد كان أمام المؤسسات المستجوبة عدة دوافع منها سرعة الاتصالات، تكلفة الاتصالات، وأمن الاتصالات، وقد أظهرت الدراسة أن هناك نسبة تقدر بـ 92,45% من المؤسسات ترجع أسباب هذا الاختيار إلى سرعة الاتصالات، ومن ثم فهي تهتم بعض الشيء بخدمات البريد الإلكتروني والهاتف، وأظهرت كذلك أن 20,75% من المؤسسات ترجع ذلك إلى تكلفة الاتصالات، مقابل نفس النسبة ترى في أمن الاتصالات كمعيار للمفاضلة ما بين هذه الوسائل الاتصالية.

الجدول رقم VI-11: دوافع المفاضلة ما بين الوسائل الاتصالية الثلاثة (عدد الإجابات)

التكرار	دوافع المفاضلة
49	سرعة الاتصالات
11	تكلفة الاتصالات
11	أمن النظام
00	غير ذلك

الشكل رقم VI-12: توزيع دوافع المفاضلة ما بين الوسائل الاتصالية الثلاث



وباعتبار أن البريد الإلكتروني منفعة من المنافع التي تقدمها شبكة الانترنت والتي لديها مزايا عديدة ومتنوعة فهي تشكل كذلك إطاراً للتعاون وتطبيق التجارة الإلكترونية والتعاقد عبر الخط الذي لا يزال في بداياته الأولى خاصة في الوطن العربي، فالتشريعات القانونية العربية لم تدخل في نصوصها وتشريعاتها النصوص المتعلقة بهذا النوع من التعاقد^[1] والذي سوف يشهد تطوراً كبيراً في السنوات القادمة وهذا مع تزايد حجم التجارة الإلكترونية خاصة بين المؤسسات الاقتصادية في الدول المتقدمة.

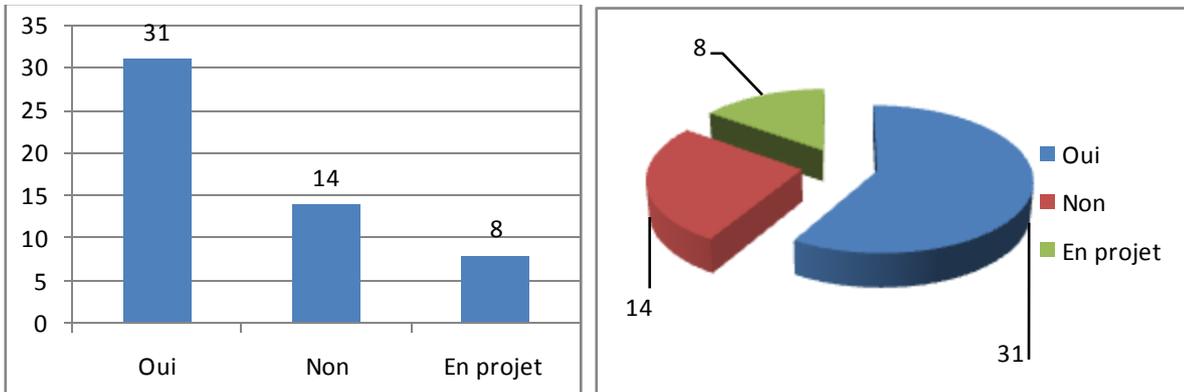
¹ أحمد خالد العجلوني، التعاقد عن طريق الانترنت، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص. 19.

فيما يتعلق بامتلاك المؤسسة لموقع إلكتروني خاص بها أو عدم إنشائها لموقع، أجابت 26,41% بالنفي، بمعنى أنها لا تمتلك موقع إلكتروني، في حين أجابت 15,09% من المؤسسات أنها بصدد إنشاء موقع إلكتروني خاص بها وقد سطرت برنامجها في هذا المجال، كما أظهرت الدراسة أن نسبة المؤسسات التي تمتلك موقع إلكتروني قدرت بـ 58,49%، وهذا ما يوضح أن ظاهرة امتلاك المواقع الإلكترونية من قبل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية أصبحت ظاهرة عامة مست القطاع العام والخاص على السواء وبدأت تأخذ مفهوم أوسع في ظل الانفتاح الاقتصادي وتطور قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر والذي أصبح قطاعا مهما في الحياة الاقتصادية، ويبين الجدول رقم VI-12، والشكل رقم VI-12، إجابات المؤسسات التي مستها الدراسة على السؤال المتعلق بامتلاك موقع إلكتروني.

الجدول رقم VI-12: امتلاك المؤسسة لموقع إلكتروني (عدد الإجابات)

إمتلاك موقع إلكتروني	التكرار
نعم	31
لا	14
مبرمج	08
المجموع	53

الشكل رقم VI-13: توزيع امتلاك المؤسسة لموقع إلكتروني



فالمؤسسات التي تمتلك موقع إلكتروني ربما أدركت أهمية تواجدها على الشبكة، وقد رد كل من (PIGNEUR.Y et BLOCH .M 1997) دواعي هذا التواجد إلى ثلاثة أهداف رئيسية وهي^[1]:

- ① تقليل التكاليف، تكاليف الترويج والدعاية والإعلان مما قد يرفع من حصة الربح ويقلل تكلفة اقتناء المنتجات أو الخدمات للمستهلك (على أساس إعادة الفارق في خدمة ما بعد البيع) خصوصا عند حالة لا وساطة.
- ② الرفع من جودة المنتجات أو الخدمات لتمكين المؤسسة من التسويق أكثر بالاستناد على آراء الزبائن وانتقاداتهم.
- ③ زيادة حجم رقم الأعمال عن طريق التوسع للحصول على أسواق جديدة أو عن طريق كسب حصة جديدة في السوق القائم، نتيجة المنافسة ونعبر عن ذلك بزيادة القيمة المضافة.

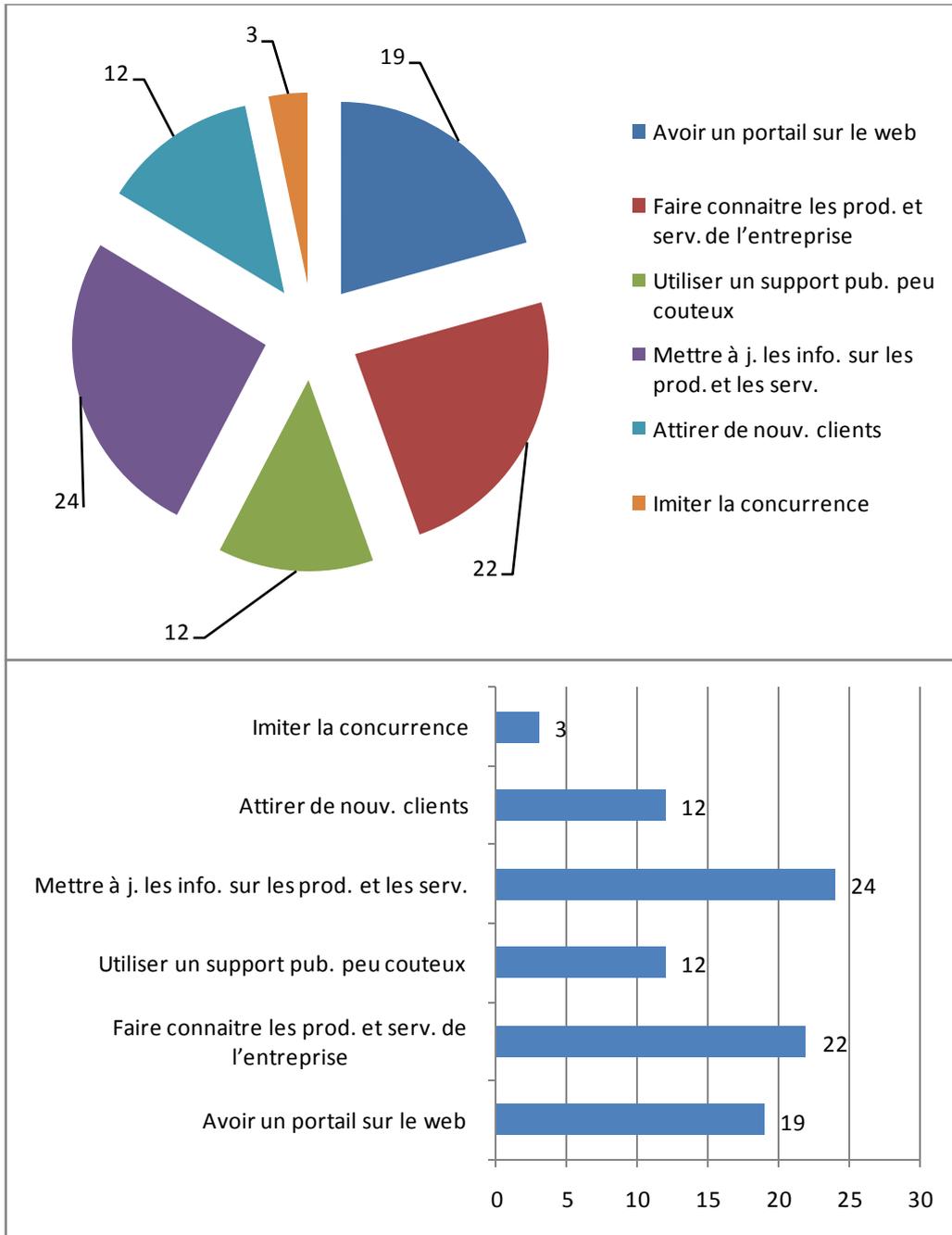
وفي هذا المجال ترجع المؤسسات التي شملتها الدراسة امتلاكها لموقع إلكتروني إلى عدة اعتبارات، وبالاعتماد على الجدول رقم والشكل رقم نلاحظ أن نسبة 35,84% تنظر إلى موقعها الإلكتروني كبوابة للانفتاح على العالم من خلال الشبكة حيث تصبح مرئية إلكترونية، وبأن 41,50% تستغل موقعها للتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، في حين نجد أن نسبة 22,64% من المؤسسات المستجوبة تستعمل الموقع كوسيلة إشهار غير مكلفة، أما نسبة 45,28% لتحديث المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات، ونلاحظ كذلك أن نسبة 05,66% من المؤسسات تستخدم الموقع الإلكتروني لأجل تقليد المنافسة.

الجدول رقم VI - 13: استعمالات الموقع الإلكتروني (عدد الإجابات)

التكرار	استعمالات الموقع
19	لتصبح المؤسسة مرئية إلكترونية
22	للتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها
12	استعمال كوسيلة إشهار غير مكلفة
24	تحديث المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات
12	جذب زبائن جدد
03	تقليد المنافسة
00	غير ذلك

¹. إبراهيم بخي، مرجع سابق، ص. 144.

الشكل رقم VI-14: توزيع استعمالات الموقع الإلكتروني



كما أن وجود مواقع إلكترونية للمؤسسات الاقتصادية الجزائرية على شبكة الانترنت يسمح كذلك بـ^[1]:

- وصف للشركة ومنتجاتها سواء بشكل نص مكتوب أو بشكل صور.
- كتاب مصور عن الشركة يصف صور المنتجات ومزاياها وإمكانية توفيرها وأسعارها.

¹. محسن فتحي عبد الصبور، مرجع سابق، ص ص. 85-86.

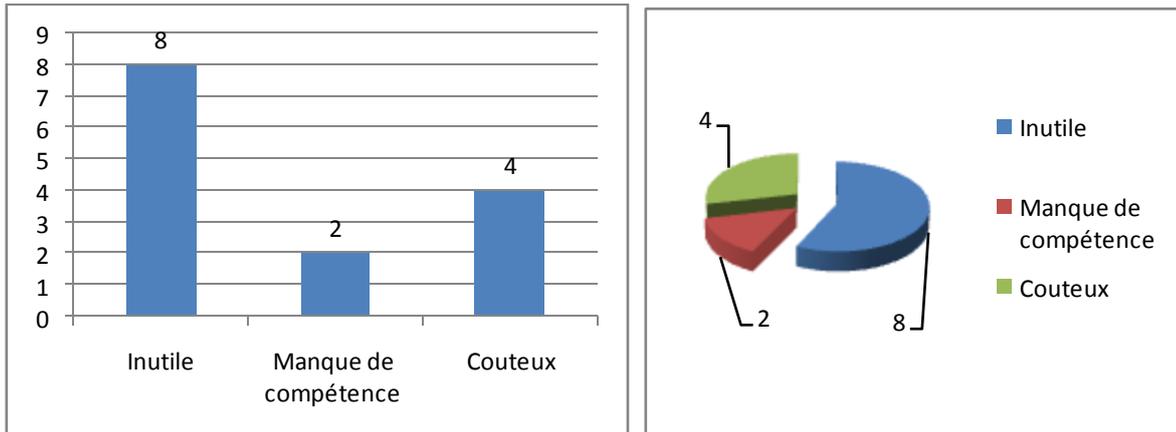
- أخبار الشركة بما في ذلك التقارير عن النتائج المالية والأحداث الجارية والمنتجات الجديدة.
- المعلومات الفنية عن المنتج.
- معلومات عن فرص التوظيف بالشركة.
- فرص التحدث إلى أحد العاملين بالشركة.

وبالاعتماد على الجدول رقم VI-14 والشكل رقم VI-14، يتضح لنا أن المؤسسات المشاركة في الدراسة والتي لم تنشئ موقع إلكتروني خاص بها ترى بأن الموقع غير نافع بالنسبة لها ، وقدرت نسبة المؤسسات التي تسيير في هذا الاتجاه بـ 15,09%، أما المؤسسات التي تنظر إلى نقص العمالة المؤهلة لاستخدام وصيانة الموقع كعائق أمام إنشاء موقع إلكتروني قدرت 03,77%، في حين نجد أن نسبة 07,54% ترى بأن تكلفة كل من التجهيزات والصيانة هي سبب عدم إنشاء الموقع.

الجدول رقم VI-14: أسباب عدم إنشاء موقع إلكتروني (عدد الإجابات)

التكرار	الأسباب
08	غير نافع
02	غياب الكفاءات
04	التكلفة
00	غير ذلك

الشكل رقم VI-15: توزيع أسباب عدم إنشاء موقع إلكتروني



2.3.2. المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بين الانترانيت والاكسترنيت

لقد أحدثت الانترانيت ثورة داخلية في المنشأة من حيث كيفية حركة المعلومات، والتي أصبحت أفقية بعدما كانت عمودية، ففي دراسة أجريت في أواخر سنة 1999 للبحث في واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالمنشأة الصناعية الطاقية الفرنسية وبخصوص الانترانيت توصلت الدراسة إلى أنه هناك تزايد في

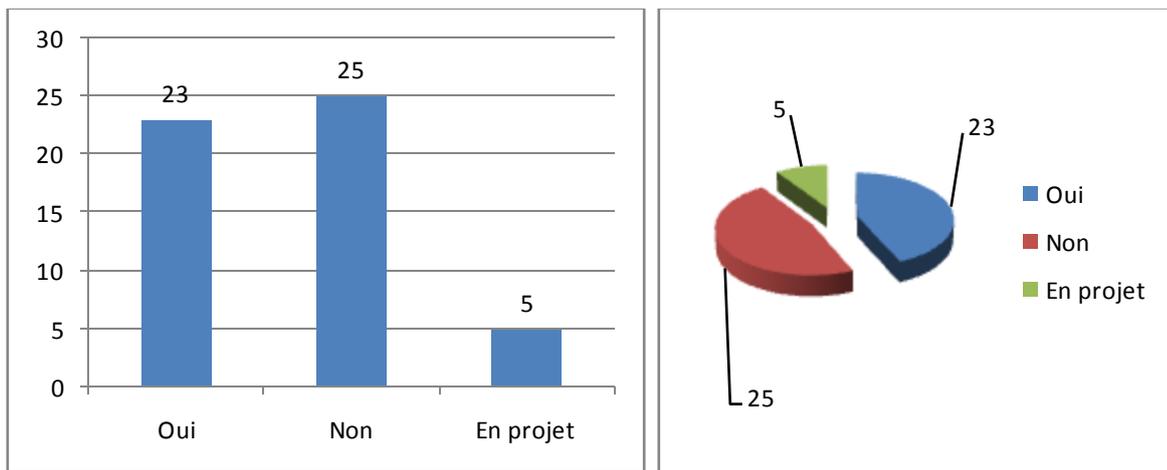
استخدام هذه التقنية باختلاف أحجام المنشأة إذ تحتل المنشآت الكبيرة المستجوبة المرتبة الأولى من حيث الاستخدام بـ 73% وهو ما يدل على الإسهام الفاعل لهذه الأداة الاتصالية في تنمية الكفاءات الداخلية للمنشأة^[1].

وفيما يتعلق بواقع شبكة الانترنت في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية فقد أظهرت الدراسة أن نسبة 43,39% من المؤسسات تمتلك هذه الشبكة الداخلية مقابل 47,16% لا تمتلك، في حين نجد نسبة 9,43% من المؤسسات التي وضعت في برنامجها الارتباط لاحقا بالانترانيت، هذه المعطيات تعكس بصورة واضحة أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لا تزال بعيدة نوعا ما عن التطبيقات المختلفة التي جاءت بها تكنولوجيا الإعلام والاتصال ولاسيما شبكة الانترنت.

الجدول رقم VI-15: الارتباط بشبكة الانترنت (عدد الإجابات)

الارتباط بالانترانيت	التكرار
ترتبط	23
لا ترتبط	25
ميرمج	05
المجموع	53

الشكل رقم VI-16: توزيع الارتباط بشبكة الانترنت



¹. سعيد عمير، "إشكالية إنتاجية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المنشآت"، ملتقى وطني حول التكنولوجيات الراهنة، جامعة جيجل، 15/14 مارس 2006، ص. 81.

كما أن شبكة الاكسترا نت تساعد على توفير معلومات تمم المتعاملين مع المؤسسة، وهذا يساهم في رفع رقم أعمالها وتحقيق المزيد من الأرباح، ففي إحدى المنشآت الفرنسية مثلاً (منشأة أبلوود Applewood) تمكنت هذه المنشأة بواسطة الاكسترا نت الذي بدأت في تشغيله منذ 2001 من اختصار حجم عملها المعروض على زبائنها إلى ثلاثين دقيقة بدلاً من شهر، وهذا ما سمح لها برفع رقم أعمالها ليصبح 3,8 مليون أورو في سنة 2001 بعدما كان 1,8 مليون أورو في سنة 2000^[1].

لقد أعطت الشبكات للمؤسسات الاقتصادية فرصة كبيرة للوصول إل الزبائن والتعامل مع الموردين، بالإضافة إلى تخطيط موارد المؤسسة ERP، حيث ظهر بسبب التطور في وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال العديد من البرامج التسييرية، وأصبح هناك الحديث عن الإدارة الالكترونية للعلاقة مع الزبون E-CRM، والإدارة الالكترونية لسلسلة التوريد E-SCM، وغيرها من البرامج التسييرية الأخرى والبرامج المساعدة على عملية اتخاذ القرارات.

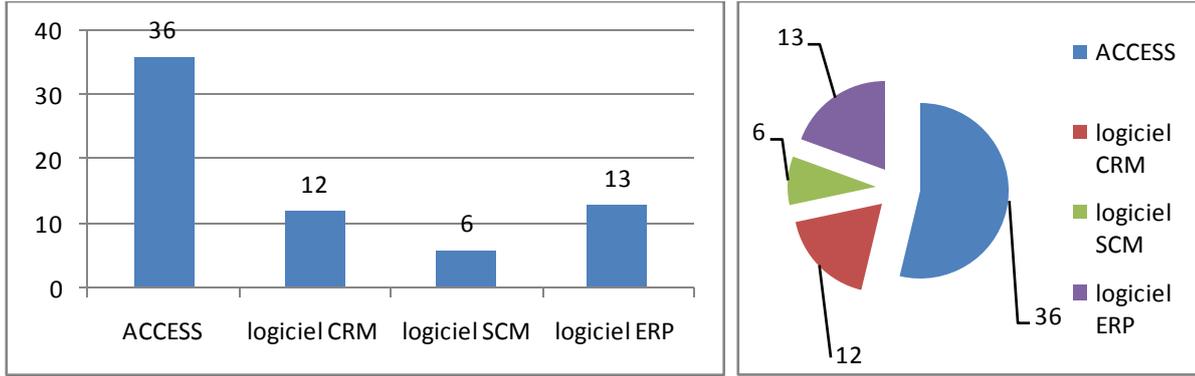
وقد أظهرت الدراسة أن أغلبية المؤسسات المشاركة 67,92% تستخدم برمجيات تسيير قواعد البيانات، وهي برمجيات تسيير تقليدية بسيطة، وأن 22,64% من المؤسسات تستخدم برمجية إدارة العلاقة مع الزبون التي تعمل على جذب أحسن الزبائن وإرضائهم والحفاظ على ولائهم، وبأن نسبة 11,32% من هذه المؤسسات تستخدم برمجية إدارة سلسلة التوريد، كما قدرت نسبة المؤسسات المستجوبة والتي تستخدم برمجية تخطيط موارد المؤسسة ب 24,52%.

الجدول رقم VI - 17: برمجيات التسيير المستخدمة (عدد الإجابات)

التكرار	برمجيات التسيير المستخدمة من طرف المؤسسات
36	برمجية تسيير قواعد البيانات
12	برمجية إدارة العلاقة مع الزبون CRM
06	برمجية إدارة سلسلة التوريد SCM
13	برمجية تخطيط موارد المؤسسة ERP
00	غير ذلك

¹. سعيد عمير، مرجع سابق، ص. 83.

الشكل رقم VI-18 : توزيع استخدام برمجيات التسيير



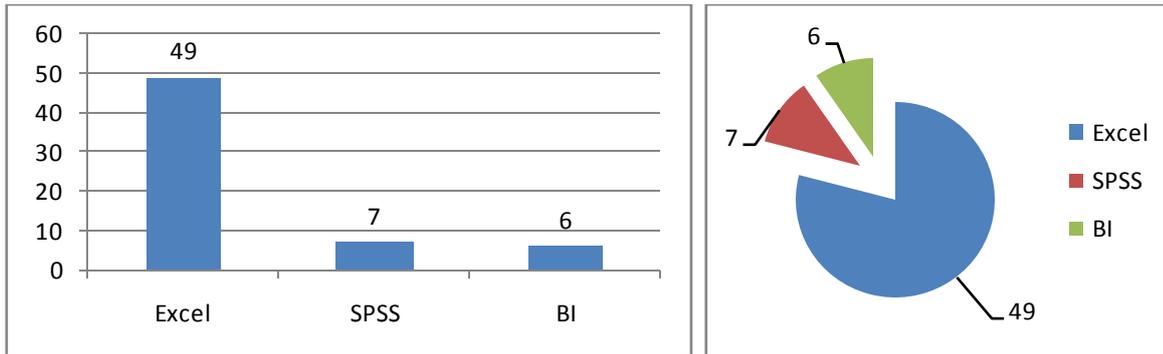
هذه النسب تعكس بصورة واضحة تخلف المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في مجال التطبيقات المختلفة للبرامج التسييرية الحديثة، خصوصا فيما يتعلق ببرمجية إدارة العلاقة مع الزبون التي بإمكانها توفير حلول تكنولوجية متكاملة، حيث تلعب دور هام في التفاعلية مع الزبائن، وتغطية وظيفة البيع والتسويق، خاصة بعد التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام والاتصال وظهور مفهوم التسويق الإلكتروني، أما فيما يتعلق ببرمجية إدارة سلسلة التوريد فقد أظهرت الدراسة أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية غير مستعد في الوقت الراهن على التسيير الإلكتروني الفعال لعلاقتها مع الموردين، وهذه البرمجية لها أهميتها في تحسين وظيفة التموين وجلب المواد الأولية وتقليص مدة تسليم الطلبات، وهذا بدوره يسرع من العملية الإنتاجية وسياسة التوزيع.

فيما يتعلق بالبرمجيات المساعدة على اتخاذ القرار وبالاعتماد على الجدول رقم والشكل رقم أذناه نلاحظ أن أغلبية المؤسسات المشاركة في الدراسة تستعين ببرمجية معالجة البيانات Excel بنسبة 92,45%، وأن 13,29% تستخدم برمجية تحليل البيانات الإحصائية SPSS، وهناك نسبة قليلة جدا من المؤسسات المستجوبة 11,32% تستخدم أدوات ذكاء الأعمال.

الجدول رقم VI-18 : برمجيات التسيير المساعدة على اتخاذ القرار (عدد الإجابات).

البرمجيات المساعدة على اتخاذ القرار	التكرار
برمجية معالجة البيانات Excel	49
برمجية تحليل البيانات الإحصائية SPSS	07
أدوات ذكاء الأعمال IB	06

الشكل رقم VI-19: توزيع استعمال برمجيات التسيير المساعدة على اتخاذ القرار



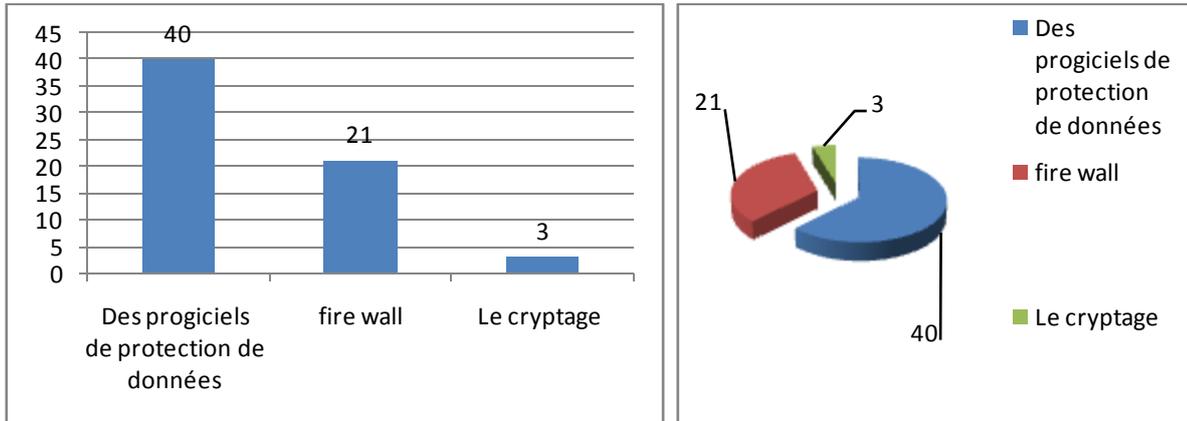
إن المؤسسات الاقتصادية مجبرة على أن تولي أهمية كبيرة لقراراتها في مجالات التسيير، لغرض تحقيق أهدافها حاضرا ومستقبلا، وكسب الميزة التنافسية محليا ودوليا، وهنا تظهر أهمية عملية اتخاذ القرار والتي تعتمد على جودة المعلومات، وباعتبار أن أدوات ذكاء الأعمال تتضمن البحث الذكي عن المعلومات، ونظاما إلكترونيا لتحليل البيانات وهذا ما يسمح للمؤسسات بالاستفادة من المعلومات المتوفرة واختيار القرار المناسب، ومن خلال دراستنا نستنتج أن مؤسساتنا الاقتصادية لا تزال بعيدة عن هذه التطبيقات المختلفة وعن الأدوات المساعد على ترشيد قراراتها، وهذا ما يصعب من مهمتها في رصد التغيرات البيئية وعملية اتخاذ القرار التي أصبحت أكثر تعقيدا مع التطور الكبير الذي عرفته الحياة الاقتصادية، وظهور أساليب تسييرية جد متطورة.

وتجدر الإشارة إلى أن التقدم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال انعكس إيجابا على المؤسسات الاقتصادية، غير أنه ساعد كذلك على ظهور الفيروسات والجرائم الالكترونية، وجعل المؤسسة الاقتصادية عرضة لمجموعة من المخاطر كالاكتفاءات الإلكترونية المختلفة، وهذا بدوره ساهم في ظهور مجموعة من الوسائل الحديثة في الحماية، وقد أظهرت الدراسة الميدانية أن أغلب المؤسسات 75,47% تستخدم البرمجيات المضادة للاعتداءات الالكترونية كوسيلة من وسائل أمن الأعمال الالكترونية، وبأن 39,62% من المؤسسات تستخدم الجدران النارية، وهناك نسبة قليلة من هذه المؤسسات 05,66% تستخدم التشفير كوسيلة من وسائل أمن المعلومات.

الجدول رقم VI-19: وسائل أمن المعلومات المستعملة (عدد الإجابات).

التكرار	وسائل أمن المعلومات المستخدمة
40	البرمجيات المضادة للاعتداءات الالكترونية
21	الجدران النارية
03	التشفير

الشكل رقم VI-20: توزيع وسائل أمن المعلومات المستعملة.



هذه النسب تبين أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تستخدم وسائل الأمن البسيطة ، وهذا يرجع أساسا إلى كون أن المؤسسة الجزائرية لم تدخل بعد في مجال الممارسة الحقيقية للأعمال الالكترونية، وخصوصا التطبيقات المختلفة للتجارة الالكترونية، وأبجديات العمل الالكتروني الذي يحتاج إلى ضرورة توافر وسائل أمن أكثر تطورا تسمح بتوفير الحماية اللازمة لأمن الأعمال الالكترونية.

3. معوقات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال

أصبح اليوم بالنسبة للعديد من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية البحث عن الإستراتيجية اللازمة التي تسمح لها بتحقيق البقاء والاستمرارية ، والتأقلم مع استعمالات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومع أساليب التسيير الجديدة، وهذا في ظل المنافسة الشديدة من طرف المؤسسات الأجنبية التي تمتلك كل مقومات التكنولوجيا الحديثة، الأمر الذي يفرض على المسيرين ضرورة إعادة النظر في مكانة الموارد البشرية وفي أساليب التسيير الممارسة باعتبارهما عاملان أساسيان في العمليات التنظيمية.

فكفاءة وفعالية المؤسسة تكون من خلال نظرتهما وتصورها للأبعاد الجديدة للتسيير والعمل على تنمية كفاءة أفرادها وإعادة تأهيلهم، وهذا يرتبط بالقدرة على التنفيذ والعمل والبحث عن الوجود والتطور.

1.3. أسباب عزوف المؤسسة الاقتصادية الجزائرية عن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال

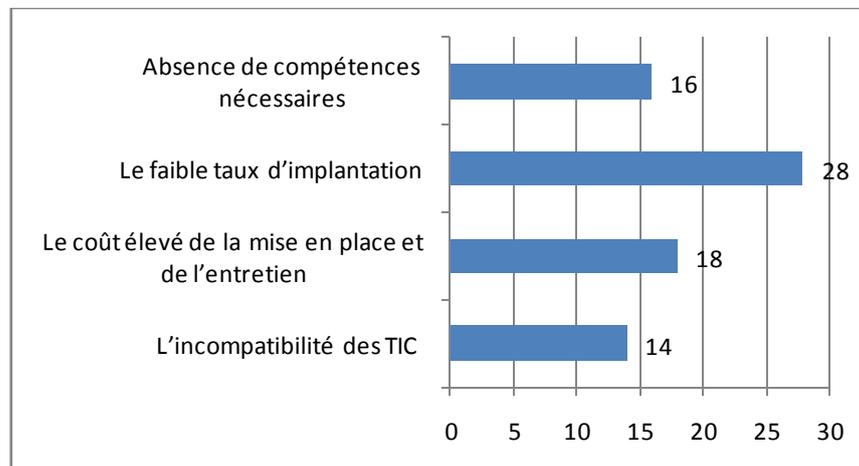
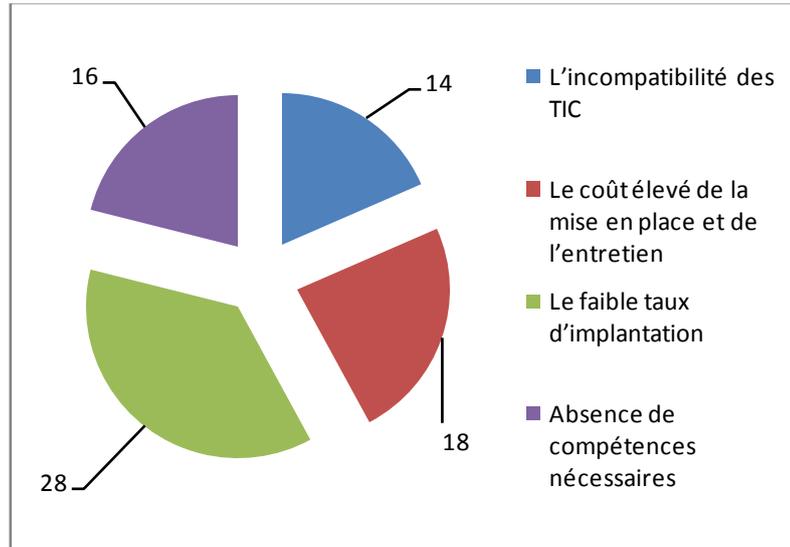
بالاعتماد على الجدول رقم VI-20 والشكل رقم VI-20 أدناه نلاحظ أن نسبة 26,41% من المؤسسات المشاركة في الدراسة ترجع الأسباب التي تبرر عزوف المؤسسات عن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى عدم توافق هذه التكنولوجيا مع نشاط بعضها، وبأن 33,96% من المؤسسات ترجع ذلك إلى ارتفاع تكاليف الصيانة والتجهيز وتطوير نظام المعلومات الخاص بالمؤسسة ، كما أظهرت الدراسة أن نسبة

52,83% ترى في ضعف البنية التحتية للاتصالات على المستوى الوطني وعدم تماشيها مع التطورات الحاصلة كعامل من العوامل التي تدفع المؤسسات إلى الابتعاد عن استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وأن نسبة 30,18% ترجع ذلك إلى ضعف الكفاءات البشرية .

الجدول رقم VI-20: أسباب عزوف المؤسسات عن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال (عدد الإجابات)

التكرار	أسباب العزوف
14	عدم توافق هذه التكنولوجيا مع نشاط بعض المؤسسات
18	ارتفاع تكلفة الصيانة وتطوير نظام المعلومات الخاص بالمؤسسة
28	ضعف البنية التحتية للاتصالات على المستوى الوطني وعدم تماشيها مع التطورات الحاصلة
16	ضعف الكفاءات البشرية
00	غير ذلك

الشكل رقم VI-21: توزيع أسباب العزوف عن استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.



ونستنتج من هذه النسب أن أغلبية المؤسسات المشاركة في الدراسة تنظر إلى أن ضعف البنية التحتية للاتصالات على المستوى الوطني وعدم تماشيها مع التطورات الحاصلة ي تعتبر كسبب رئيسي يدفع المؤسسات الاقتصادية إلى عدم تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهذا بطبيعة الحال يرجع إلى ضعف البنية التحتية لهذا القطاع في الجزائر، وكما أشرنا سابقا بأنه هناك بعض التأخر، ومن خلال المؤشرات فإن الجزائر تدرج ضمن البلدان ذات النتائج المتوسطة، حيث لازال تحرير قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مراحله الأولى، وهناك توجه واضح من قبل الدولة الجزائرية نحو تحسين هذا الوضع، وبالتالي فإن إستراتيجية الجزائر الالكترونية تدرج ضمن هذه الرؤية الرامية إلى بروز مجتمع العلم والمعرفة الجزائري، مع الأخذ بعين الاعتبار التحولات التي يعيشها العالم، وتهدف هذه الإستراتيجية والتي تتضمن خطة عمل^[1] متماسكة وقوية إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني والمؤسسات والإدارات.

2.3. المعوقات المتداولة في أدبيات تطبيقات التجارة الالكترونية

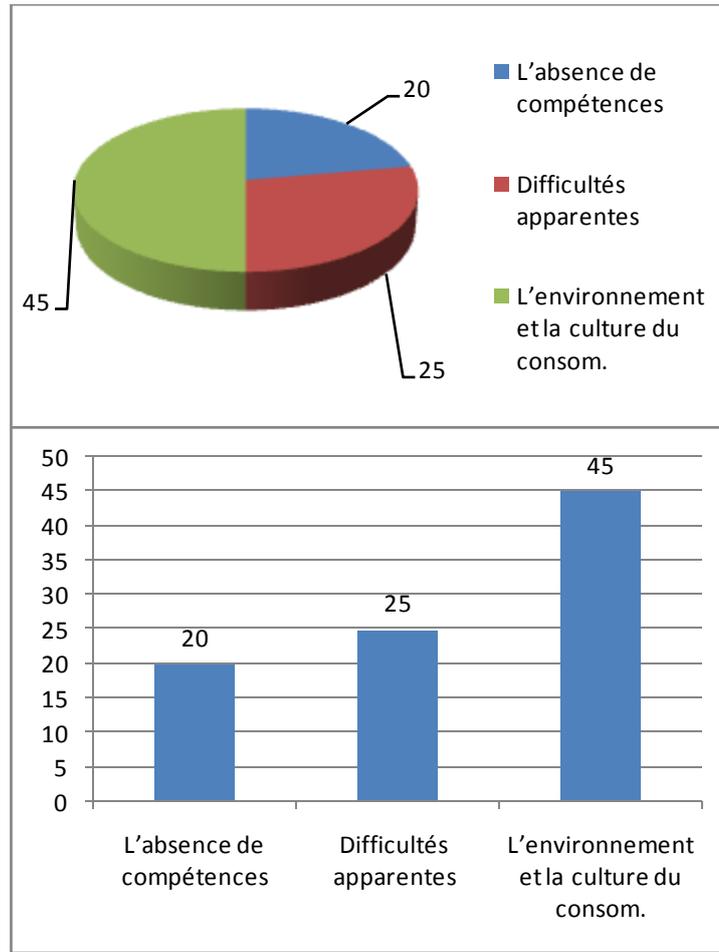
فيما يتعلق بالعوائق التي تقف أمام تطور التجارة الالكترونية في الجزائر أجابت نسبة 37,73% من المؤسسات أن عدم توافر القدرات التدريبية والخبرات الفنية للتعامل مع هذا النوع من الأعمال التجارية يعيق تقدم التجارة الالكترونية، في حين نجد أن نسبة 47,16% من المؤسسات ترى في الصعوبات ودرجة التعقيد في الأعمال الالكترونية كعامل آخر، ونشير كذلك إلى أن نسبة 84,90% من المؤسسات المشاركة أجابت بأن البيئة وثقافة المستهلك يعتبران كعامل من العوامل التي تعرقل تطور هذا النوع من الممارسات التجارية، ويبين الجدول رقم والشكل رقم أدناه إجابات المؤسسات المشاركة في الدراسة.

الجدول رقم VI - 21: معوقات تطور التجارة الالكترونية (عدد الإجابات)

المعوقات	التكرار
عدم توافر القدرات التدريبية والخبرات الفنية للتعامل مع هذا النوع من الأعمال الالكترونية	20
درجة التعقيد في الأعمال الالكترونية	25
بيئة الأفراد و المستهلكين	45
غير ذلك	00

¹ تتمحور خطة العمل هذه حول ثلاثة عشر محاور رئيسية، حيث تم إعداد قائمة جرد للوضع بالنسبة لكل محور من هذه المحاور الرئيسية مع تحديد الأهداف الرئيسية والأهداف الخاصة المزمع تحقيقها على مدى السنوات الخمس المقبلة وضبط قائمة الإجراءات اللازمة لتنفيذها، ومن بين المحاور الرئيسية نجد المحور الرئيسي ب والذي يتمثل في تسريع استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الشركات.

الشكل رقم VI - 22: توزيع معوقات تطور التجارة الالكترونية



ونستنتج من هذه النسب أن بيئة وثقافة المجتمع الجزائري والمؤسسة الاقتصادية الجزائرية غير مستعدين حاليا لتطوير التجارة الالكترونية ، ورغم النمو السريع لشبكة الانترنت في الجزائر إلى أن استخدامها تتوقف على المراسلات الشخصية وبعض الاهتمامات العلمية في مجال البحث الأكاديمي، أما فيما يتعلق بممارسة التجارة عبر الخط فأغلبية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تبقى بعيدة عن هذا النوع من التجارة.

إن هذا الضعف في تطبيق التجارة الالكترونية يرتبط أساساً بمستوى التطور الاقتصادي والتقني والتقاليد السائدة خاصة في الدول النامية التي مازالت تعاني من اتساع الفجوة الرقمية بينها وبين الدول المتقدمة، كما أن أهم العوامل التي يمكن أن تعيق استخدام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية للانترنت بغرض إبرام عقود بيع وتطبيق التجارة الإلكترونية نجد ما يلي:

- ✓ التقاليد الاجتماعية السائدة التي لا تتقبل فكرة الشراء عبر الخط؛
- ✓ ضعف البنية التحتية للاتصالات وعدم الانتشار الواسع للانترنت؛
- ✓ عدم توفر شروط الأمن في الدفع الإلكتروني وتخلف النظام المصرفي الجزائري؛

- ✓ ارتفاع تكلفة إنشاء المواقع الإلكترونية؛
- ✓ غياب الإطار القانوني والتشريعي الذي يساعد على تشجيع التعاملات الإلكترونية، وهذا بدوره ساهم في نقص اهتمام المؤسسات الجزائرية بالتقنيات التجارية الحديثة.

3.3. مستقبل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية أمام تحديات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

من المهم جداً أن نعلم أن سرعة انتشار واستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمزايا التي تترتب عنها تجعلها ضمن أولى اهتمامات كل مؤسسة اقتصادية تبحث عن مستقبلها ضمن التحولات والتغيرات المستمرة، وزيادة وتيرة الإبداعات، وبالتالي فهناك تفكير يفرض نفسه على كل مؤسسة أن تضع الإستراتيجية التي تراها أكثر ملائمة، وفي هذا الصدد تجد المؤسسة الاقتصادية الجزائرية نفسها أمام الاختيار ما بين إستراتيجية الهجوم والدخول في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال أو التريث والانتظار.

1.3.3. المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بين الإستراتيجية الهجومية وإستراتيجية الانتظار

تعتبر الإستراتيجية الهجومية، الإستراتيجية الأكثر ملائمة لكل مؤسسة تريد أن تلعب دور حيوي ومحرك، وتعمل على تحسين صورتها، وقد أظهرت الدراسة التي قمنا بها أن نسبة المؤسسات التي اختارت الهجوم والدخول مباشرة والتأقلم مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال كأداة من الأدوات الحديثة في التسيير قدرت بـ 60,37% وهذه النسبة تعكس بوضوح وجود عدد معتبر من المؤسسات التي أدركت أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي سوف تسمح بتحسين الإنتاجية والتنظيم، وجودة الخدمات المقدمة، الأمر الذي يسهل من الاندماج في المنافسة والاقتصاد الجديد.

وتطبيق الإستراتيجية الهجومية يرتبط أساساً بذهنية المسير الذي يجب أن يكون له سلوك حركي،

متحمس لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، يريد التعلم وتحسين معارفه، وهذا ما نجده في مؤسسات الدول المتقدمة التي يرتبط عدد كبير منها بشبكة الانترنت، ولها مواقع إلكترونية تسمح لها باكتساب مجموعة كبيرة من الزبائن في هذا المحيط التنافسي الشرس.

إن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية التي أخذت المبادرة في إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال سوف

تأخذ بعداً كبيراً وتحصل على خبرات إضافية وتمهينية تسمح لها بمسيرة المستجندات والتغيرات الحاصلة، فمسألة تبني الإستراتيجية الهجومية في تحصيل تكنولوجيا الإعلام والاتصال ليست فقط مسألة اختيارية ولكنها إجبارية في الوقت الراهن الذي تسعى فيه معظم المؤسسات إلى الحصول على المعلومات والمعارف بهدف رسم إستراتيجيتها وهذا باستعمال كل الوسائل التكنولوجية التي تلعب دور هام في الربط بين مختلف وظائف المؤسسة بالإضافة إلى تنسيق تدفقات المعلومات الداخلية والخارجية لتسيير التدفقات المادية بطرق مثلى.

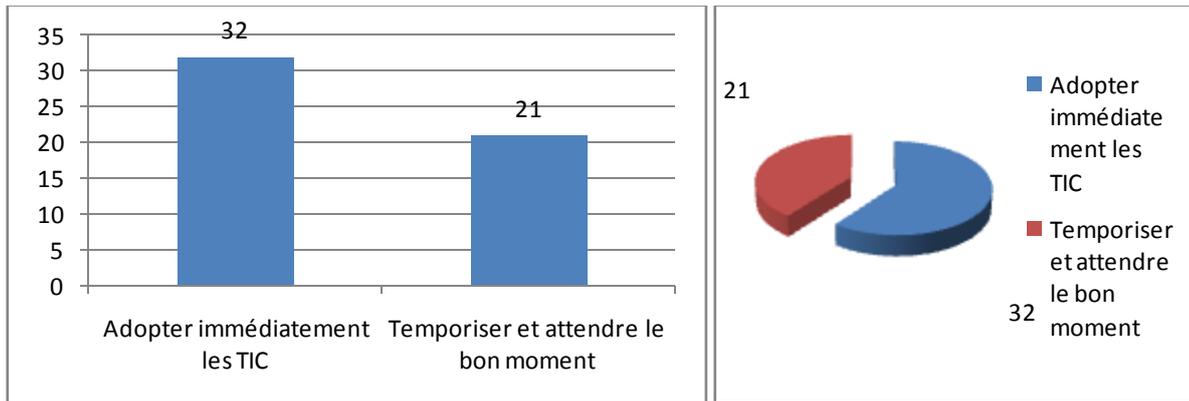
وأظهرت الدراسة كذلك أن نسبة اختيار المؤسسات لسياسة الانتظار والتريث وعدم المغامرة والدخول في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال قدرت بـ 39,62%، وهذه النسبة هي أقل من نسبة اختيار الإستراتيجية الهجومية والتي كانت 60,37%، إن المؤسسات التي تتبع هذه الإستراتيجية والتي تعرف بإستراتيجية الانتظار تصنف على أساس أنها قليلة الحساسية اتجاه التغيرات التي يمكن أن تحدثها تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطبيقاتها المختلفة والتي تشمل بالخصوص الانترنت، الانترانيت، الاكسترانيت ...

فمسيري هذه المؤسسات لا يؤمنون بضرورة دخول عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الأقل ليس في الوقت الحاضر، وتبرير هذا الاختيار والتوجه ربما يرجع إلى كون هذه الأدوات التكنولوجية لا تتماشى مع العمل الجاد، فهي لا تمثل هدف أولي بالنسبة للمؤسسة، والاستثمار في هذه الأدوات يكلف كثيراً بالنظر إلى النتائج الضئيلة، وربما ينطبق هذا على المؤسسة الاقتصادية الجزائرية التي تعيش في ظل ظروف خارجية صعبة .

الجدول رقم VI - 22: مستقبل المؤسسة الاقتصادية بالنسبة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال (عدد الاجابات)

التكرار	مستقبل المؤسسة الاقتصادية
32	الهجوم والدخول في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال
21	التريث والانتظار
53	المجموع

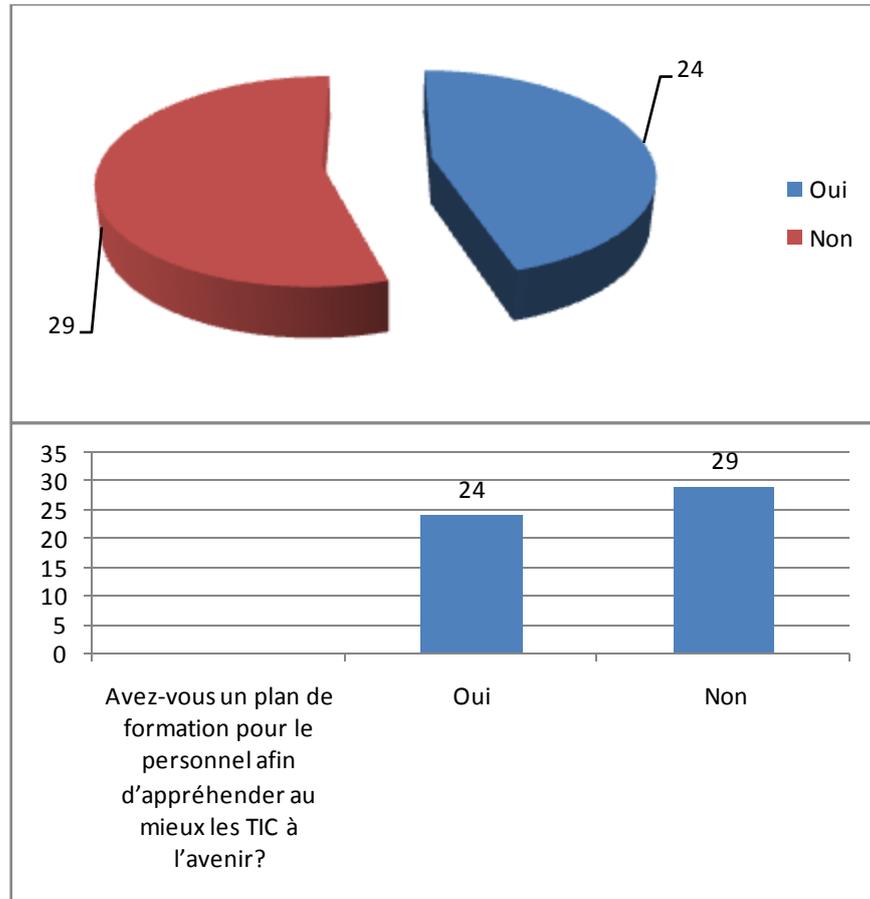
الشكل رقم VI - 23: توزيع مستقبل المؤسسة الاقتصادية بالنسبة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال



إن أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال ستدفع مسيري المؤسسات إلى التفاعل معها، ولكن هذا التفاعل يمكن أن يكون متأخر، خاصة فيما يتعلق بالتحكم في هذه التقنيات، وتأثير الخبرة في التمهين التي تعتبر ظواهر رئيسية في المنافسة، وفي هذا المجال يرى VAN LIEFLAND « أن الناس الذين لا ينجذبون للتغيير سيأتون فيما بعد بسبب الرغبة في انخراطهم في المجتمع حتى لو أنهم لم يكونوا يرغبون في التحكم التكنولوجي» [1].

¹. BOUHENA A., art. op. cit., P. 69

الشكل رقم VI - 24: توزيع وجود المخطط التكويني



إن المؤسسات التي لا تعطي أهمية للبرامج التكوينية والتدريبية سوف تجد صعوبة كبيرة عندما تنجذب نحو التغيير، وترغب في دخول عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أن تنمية المهارات للتفاعل مع كل ما هو جديد تأخذ في الحسبان وجود مخطط لتكوين أفراد المؤسسة للتحكم في الاستخدام وعليه فإنه من الضروري:

- إتباع تعديلات تنظيمية غايتها التحول من أساليب تسيير تقليدية إلى أساليب تدعو إلى مستوى عال من المشاركة.
- طرح بشكل ملح مسألة التكوين الدائم للعمال، وتحويل محيط العمل إلى محيط تعليمي، والمشاركة تتطلب أساساً تنمية المهارات لدى العمال ذات العلاقة بالتسيير وتكنولوجيا الإعلام والاتصال [1].

¹. لنسدة رقم، "مشاركة العمال في تسيير المؤسسة الوطنية واقع وتحديات"، مجلة العلوم الإنسانية، جوان 2002، ص. 137.

كما يمكن كذلك للمؤسسات الاقتصادية الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال التكوين والتعلم، فالمعرفة والمعلومة هي في تزايد أسي والتكوين أصبح يقترب اليوم أكثر فأكثر من مفاهيم المعلومة التقانة واليقظة المهنية.

فالنشاط الاقتصادي يتطور اليوم في إطار شبكة واسعة من التبادلات ومفهوم المؤسسة نفسه اتسع ليشمل متخذي القرار ومجموعة واسعة من الشركاء، وفي هذا المفهوم فإن إجراءات التكوين الجامدة يجب أن يعاد النظر فيها وفي هذا الإطار تمثل تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحدي جدهام حيث ستسمح بفتح آفاق جديدة والحصول على وسائل أخرى وتجاوز الإطار الخاص بالاحتياجات والوسائل، وهنا يقترح التكوين المفتوح وعن بعد حلول وتطبيقات كثيرة ومرنة [1].

ويمثل التعلم عن بعد أحد الأسس المدعمة للسياسات الحديثة في التكوين التي تتبناها منشأة الألفية الثالثة هذه الأخيرة ارتبطت بالتعلم من خلال الحلول التكنولوجية التي أتاحتها الثورة المعلوماتية حيث أن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التعلم غير رسمي وفرا العديد من المزايا الزمكانية والاقتصادية [2] وفتح آفاق واسعة أمام ما يعرف بالمنظمات المتعلمة التي تكتسب المعلومات والمعارف من خلال التعلم الإلكتروني، فبالاعتماد على النظم الآلية يظهر دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجهزة حاسبات وميكرو فيلم ومعدات عرض ونظم اتصالات ونظم شبكات حديثة في خدمة النظام التعليمي الذي يساهم في تحصيل الكفاءات.

خلاصة الفصل الرابع

كخلاصة لهذا الفصل، لقد حاولنا تفصي واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر وكذا مكانتها في مؤسساتنا الاقتصادية وهذا من خلال إحصائيات مستخلصة من إجابات مسيري المؤسسات على استمارة الأسئلة التي تم تحضيرها للقيام بالدراسة الميدانية.

لقد هيئت الجزائر حقا في كنف تنفيذ السياسة القطاعية للبريد والاتصالات منذ سنة 2000، محيطا قانونيا ومؤسساتيا محفزا لروح المنافسة ومساعدة على تحسين الاستفادة من خدمات الاتصالات، حيث عرف قطاع الاتصالات إصلاحات عميقة كان الغرض منها تسهيل الحصول على الاتصالات والتوسع في عرض الخدمات وتنمية الشبكة عبر مختلف مناطق الوطن بالإضافة إلى تحسين الجودة وتنويع العرض لاسيما في الهاتف

¹ J. JAQUES B., Nouveaux besoins de compétences, nouveaux enjeux de formation, nouvelles technologies et nouveaux système de formation., in FERFERA M Y, mondialisation modernisation des entreprises enjeux et trajectoires, Casbah, Éditions, Alger, 2001, PP. 15-16.

² سعيد عيمر، مقال سابق، ص. 84.

