

# **عوائق تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر**

ورقة بحثية مقدمة من طرف:

د. عبد العزيز زايدى / جامعة المسيلة

د. محمد الطاهر عديلة / جامعة المسيلة

في إطار فعاليات الملتقى الدولي:

**"التجارة الإلكترونية وتكنولوجيات الاتصال:**

**الفرص والتحديات"**

من تنظيم:

كلية الحقوق والعلوم السياسية

بالتعاون مع مخبر العدالة السiberانية

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج

يوم: 05 و 06 مارس 2019.

بقاعة المحاضرات الكبرى - برج بوعريريج

## مقدمة

عرفت البشرية مع نهاية القرن العشرين ثورة تكنولوجية ومعلوماتية هائلة مست تقريراً جميع مناحي حياة الإنسان والمجتمعات والدول على حد سواء، وباختصار الإنترنت والتوسيع في استعمالها أصبحت العديد من الأنشطة والمعاملات الإنسانية وفي مقدمتها التجارية تتم بطريقة إلكترونية، خاصة في الدول المتقدمة التي توفر البيئة المناسبة لذلك من بُنى تحتية وأدوات ووسائل تكنولوجية ورقمية، وأطر شريعية وقانونية وتنظيمية ... إلخ. في منطقتنا العربية وفي الجزائر تحديداً، من الصعب جداً الحديث عن التجارة الإلكترونية كظاهرة وواقع اقتصادي وتجاري له تأثير على الاقتصاد الوطني ككل، بل لا تمثل التجارة الإلكترونية شيئاً يذكر من محمل النشاطات والمعاملات التجارية الداخلية، رغم الإنتشار الواسع لشبكة الإنترنت ولمستخدميها، سواء كانوا (أفراد أو مؤسسات خاصة) أو كمؤسسات وهيئات حكومية. ولا يخفى على المتبع للشؤون الداخلية رغبة الحكومة في المضي بعيداً في مجال الرقمنة والحكومة الإلكترونية وتعزيزها على كل القطاعات والنشاطات، إلا أن هناك عوائق كثيرة تقف حجر عثرة أمام تحقيق هذا الهدف، خاصة في مجال تنمية وتعزيز التجارة الإلكترونية على المستوى المحلي. سنجاول من خلال هذه المداخلة إبراز أهم هذه العوائق؟ وسبل تجاوزها؟

## 1- مفهوم التجارة الإلكترونية.

## ١-١-تعريف التجارة الإلكترونية:

ظهرت التجارة الإلكترونية في تسعينيات القرن العشرين، وهي نتاج طبيعي لتطور تكنولوجيا المعلومات والرقمنة والإستخدام الواسع لشبكات الإنترنت من طرف الأفراد والمؤسسات والحكومات على حد سواء. وعلى خلاف التجارة التقليدية، تعتمد التجارة الإلكترونية على نظام معلوماتي أدواته كلها إلكترونية، تتمثل أساساً في الحواسيب وشبكات الإنترنت، كما وتستعين بالهاتف والفاكس والتلكس وغيرها من الوسائل التقنية التي تلعب دوراً مؤثراً في نشاط التجارة بصفة عامة. حتى أن السداد

مقابل الوفاء في هذه التجارة فإنه يتم بطريقة إلكترونية، وذلك عن طريق التحويلات الإلكترونية للنقود أو التسوق ببطاقات الدفع والائتمان. وتشمل التجارة الإلكترونية كل المعاملات التجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات، وقد اعتبرت بمثابة المحرك الجديد "الموعود" للتنمية الاقتصادية، وذلك كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والمنتجات والخدمات وترويجها.

ولقد وردت تعاريف عديدة لمفهوم التجارة الإلكترونية، منها ما يلي<sup>1</sup>:

- إنها أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطرورة.
- إنها مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة.
- هي كل شكل من أشكال الاتصال، يستهدف تسويق بصورة مباشرة أو غير مباشرة بضائع أو خدمات أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهنة منظمة. بجانب المعلومات وبرامج إلكترونية وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية.
- هي عملية البيع والشراء عبر الشبكات الإلكترونية، على المستويين السلاعي والخدماتي.
- هي عبارة عن بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسطاء، استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب.

وعرفتها منظمة التجارة العالمية بأنها "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسييقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية"<sup>2</sup>. وعرفت

<sup>1</sup> حمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، 2010، ص 167.

<sup>2</sup> صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص استراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2013-2014، ص 5.

منظمة الإقتصاد والتعاون والتنمية (OCDE) التجارة الإلكترونية بأنها تشمل "جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية"<sup>3</sup>.

## 1-2- خصائص التجارة الإلكترونية:

تتسم التجارة الإلكترونية بعدة خصائص، تتمثل في<sup>4</sup>:

- يكون التلاقي بين طرفي العملية التجارية عن بعد، حيث تنعدم العلاقة التقليدية المباشرة بينهما، لأن التلاقي يتم من خلال شبكة الاتصالات.
- يتم الاعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات، حيث أن كافة العمليات تتم بين طرفي المعاملة إلكترونياً، دون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات.
- التفاعل المتوازي في آن واحد بين أطراف المعاملات، حيث يمكن أن يجتمع عدد كبير من المشتركيين في آن واحد، وعلى موقع واحد، أو إرسال شخص واحد نفس الرسالة أو الإعلان أو الطلب إلى عدة مستقبليين في آن واحد .
- إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية، بما فيها تسليم السلع غير المادية على الشبكة، عكس وسائل الاتصال الأخرى التي تعجز عن التسليم.
- إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحاسوبات بالشركة من خلال ما يسمى التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق، مما يحقق انتساب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية دون تدخل بشري وبأقل تكلفة.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص5.

<sup>4</sup> حمد عبد الله العوضي، مرجع سابق، ص169.

ويمكن الحديث عن خصائص أخرى، تتمثل في<sup>٥</sup>:

- اعتمادها على الوسائل الإلكترونية.
- تجارة عابرة للحدود.
- تطوير منشآت الأعمال وتحسين أدائها.
- السرعة.
- التطور السريع.
- التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين.
- الحساسية السعرية.

### ١-٣-٣ وسائل وأنظمة الدفع والسداد في التجارة الإلكترونية

من البديهي أن طبيعة وخصائص التجارة الإلكترونية تختلف عن التجارة التقليدية، لذلك تطلب الأمر إيجاد وسائل وأنظمة مناسبة للدفع مقابل السلع والخدمات، وتم بالفعل استحداث وسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات هذه التجارة بما يشمله مفهومها من إجراءات وأنواع المعاملات التجارية، تتمثل هذه الوسائل والأنظمة فيما يلي<sup>٦</sup>:

- أ - النقود البلاستيكية: وهي البطاقات البلاستيكية والمغناطيسية (مثل الكروت الشخصية) التي يستطيع حاملها شراء احتياجاته وأداء مقابل ما يحصل عليها من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة . وتنقسم هذه النقود إلى ثلاثة أقسام:
  - بطاقة الدفع: تعتمد هذه البطاقات على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمواجهة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة، وميزتها أنها توفر الوقت والجهد للعملاء وتزيد إيرادات البنك المصدر لها.

<sup>5</sup> بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة مع الإشارة إلى العالم العربي، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية، تخصص مناجمنت المؤسسة، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أم البوابي، 2008، ص 59.

<sup>6</sup> حمد عبد الله العوضي، مرجع سابق، ص 168.

- بطاقات الائتمان: هي بطاقات تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، وتستخدم كأداة ضمان، وتميز بتوفير الوقت والجهد لحامليها، وتزيد من إيرادات البنك المصدر لها.

- بطاقات الدفع الشهري: تختلف هذه البطاقات عن بطاقات الائتمان في أن السداد يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب.

ب- البطاقة الذكية: تحتوى هذه البطاقات على معلومات صاحبها، ويمكنها التخزين بسعة كبيرة تفوق البطاقات السابقة الذكر، حيث تحمل كل المعلومات والتفاصيل والبيانات . ويختارها العميل للتعامل بما لديها من ميزات، كميزة الدفع الفوري وإمكانية تحويلها لحافظة نقود إلكترونية تماماً وتفرغ، أو تحويلها إلى بطاقة تعريف أو بطاقة صحية أو تذكرة تنقل .

ج - **الأساليب البنكية الحديثة في الدفع والسداد:** بتطور النقود وظهورها في شكل جديد مستحدث في صورة وسائل الكترونية، تطلب إنشاء هيكل يداول من خلالها تتمثل في:

- الهاتف المصرفي: وذلك لتمكين العميل من الاستفسار عن رصيده دون اللجوء إلى الطوابير الطويلة.

- أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية وخدمات المقاصة الإلكترونية(BACS) : وهي من إحدى وسائل الدفع في تاريخ محمد وشخص محمد بناء على طلب العميل، يتم من خلالها تحويل النقود من حساب العملاء إلى حساب أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع لأي فرع مصرفي في الدولة، والآن أصبحت تتم خدمات مقاصة الدفع الإلكتروني للتسوية الإلكترونية في المدفوعات.

**د- النقود الإلكترونية الرقمية والصكوك (الشيكات الإلكترونية):** وتشمل:

- النقود الرقمية: عندما يقوم العميل بشراء عملات إلكترونية من البنك المصدر لها يتم تحميل هذه العملات على الحساب الخاص بالمشترى وتكون في صورة

وحدات عملات صغيرة القيمة، ولكل علامة رقم خاصة من البنك المصدر. وتحل هذه العملات محل العملات العادي وتسمى (TOKENS).

- الشيكات الإلكترونية: أصدرت البنوك والمؤسسات المالية والمصرفية الشيئ الإلكتروني لاستخدامه في تسديد المعاملات في التجارة الإلكترونية، وهو مكافئ للشيكات الورقية التقليدية المعاد التعامل بها. وهي رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيئ ويقوم ب مهمته كوثيقة تعهد بالدفع يحمل توقيعا رقميا يمكن التأكد من صحته.

## 2- واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

لا يمكن الحديث عن واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بمعزل عن البنية التحتية والإمكانات التكنولوجية والموارد البشرية في هذا المجال (الحواسيب، شبكات الإنترنت وموزعاتها، مقاهي الإنترنت، شبكات الهاتف الثابت والنقل، .. الخ)؛ وكذلك بمعزل عن الإطار التشريعي القانوني والتنظيمي (مدى وضع وتطوير تشريعات قانونية وتنظيمية تضبط قواعد التجارة الإلكترونية وتضمن سيرها، وتケف حلول المشاكل التي قد تنجم عن ممارستها)؛ وبمعزل عن الثقافة الاقتصادية والتجارية السائدة لدى أفراد المجتمع، وقدرتهم (المادية والفنية) على ولوج عالم التجارة الإلكترونية. وبمعزل عن واقع الاقتصاد الوطني بشكل عام.

لم تكن الجزائر في طليعة الدول التي اقتحمت عالم التجارة الإلكترونية، ولا حتى في المستوى الثاني أو الثالث من الدول، ومن المعلوم أن الدول التي كان لها مجال السبق في اعتماد التجارة الإلكترونية هي تلك الدول التي كانت تملأ بنية تحتية ولوجستيكية وفنية تؤهلها لذلك. عرفت الجزائر عالم تكنولوجيا المعلوماتية وشبكات الإنترنت وشبكات الهاتف النقال بداية من العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، لكن بمؤشرات ضعيفة مقارنة بالمؤشرات العالمية، ثم عرفت تحسنا ملحوظا بعد ذلك، إذ ارتفع عدد مستعملين الشبكة العنبوتية من ستين ألفا سنة 1999 إلى أربعة ملايين وسبعمائة ألف سنة 2009. وعدد مزودي الإنترنت من 10

سنة 2000 إلى 75 سنة 2008. وعدد الهواتف من 180 ألف سنة 1999 إلى أكثر من 470 ألف سنة 2008<sup>7</sup>. وعرفت استخدام الهاتف المحمولة انتشاراً كبيراً وسط الجزائريين، إذ أصبحت وسيلة التواصل الأولى بين الجزائريين، سواء من خلال المكالمات الهاتفية، أو التواصل عن طريق الوسائل الاجتماعية التي توفرها خدمات الإنترنت في الهواتف المحمولة. حيث بلغ عدد مشتركي الهاتف النقال قرابة 50 مليون في سنة 2017<sup>8</sup>. أما بالنسبة لمستخدمي شبكة الإنترنت فقد بلغ قرابة 38 مليون مشترك<sup>9</sup>.

كل هذه البنية التحتية وفرت البيئة الملائمة لتشجيع انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر، ومع أن ظهور هذه التجارة كان سنة 1997 من خلال انطلاق نشاط مزودي خدمات الإنترنت كشكل من أشكال التجارة الإلكترونية، إلا أن تطبيق هذه التجارة كان متواضعاً جداً في البداية إذ لم يبلغ عدد موقع التجارة الإلكترونية سنة 2009 إلا حوالي 60 موقعًا لشركات و إدارات وخواص يبيعون منتجاتهم الإلكترونية. وقد اعتبر الخبراء أنها بداية مشجعة وبادرة خير على الاقتصاد الإلكتروني . وغالبية هذه المواقع التي توفر قنوات التجارة الإلكترونية لتسهيل عمليات البيع والشراء عبر الإنترنيت في الجزائر تعمل في تسويق منتجات مثل: برامج الكمبيوتر، المنتجات الثقافية كالكتب والمجلات والتي تعتبر منتجات رقمية قابلة للتسليم المباشر على شبكة الإنترنيت، بالإضافة إلى إيصال وجبات المطاعم للمنازل، عمليات الحجز عن بعد للتذاكر السفر في شركات الطيران وحجوزات الفنادق، كراء السيارات

<sup>7</sup> فلاق شبرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج ماستر أكاديمي، علوم تجارية، جامعة مستغانم، 2018، ص.ص: 33-35.

<sup>8</sup> معمرى أسامة، عمورة جمال، واقع ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر بين التأثير القانوني وتحديات التطبيق-دراسة تحليلية، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 14، العدد 1، جوان 2019، ص122.

<sup>9</sup> المرجع نفسه، ص126.

الإنترنت لتضم تقريرا كل السلع التي يتم تبادلها بالطريقة التجارية التقليدية.<sup>10</sup> ثم توسيع فيما بعد قائمة الخدمات والسلع التي يمكن تبادلها عبر شبكة

### 3- أسباب ضعف التجارة الإلكترونية في الجزائر.

هناك أسباب عديدة تجعل من التجارة الإلكترونية في الجزائر ضعيفة ودون مستوى التقدم المحقق في الدول المتقدمة، بل وحتى في كثير من الدول المتقاربة اقتصاديا مع الجزائر. من هذه الأسباب<sup>11</sup>:

#### 3-1- أسباب تتعلق بالبنية التحتية الرقمية:

- قلة المؤسسات الرسمية ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات والإتصال وضعف البنية المؤسسية الحكومية، حيث يوجد في الجزائر فقط "اتصالات الجزائر"، سلطة ضبط البريد والإتصالات الإلكترونية، واللجنة الإلكترونية.
- غياب النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات والإتصالات في المناطق الداخلية والجنوبية وقلة الاهتمام الحكومي بهذه المناطق.
- ضعف تدفق شبكة الإتصالات.
- ضعف البنية التحتية للدفع الإلكتروني واستبدالها بالدفع المباشر عند التسليم.
- القصور في تجديد معدات الكمبيوتر بالنسبة للإدارات، بالإضافة إلى ارتفاع تكلفة تراخيص البرامج الجاهزة.
- ضعف القدرة الشرائية للمواطنين، وبالتالي عجزهم عن اقتناء التجهيزات اللازمة للنفاذ إلى الشبكة العنكبوتية التي تعتبر المحرك الأساسي لتنشيط التجارة الإلكترونية.

<sup>10</sup> كامش محمد ياسين، خلادي محمد الأمين، التجارة الإلكترونية: دراسة حالة الجزائر، مذكرة تخرج ماستر، علوم اقتصادية، المركز الجامعي مغنية، 2016، ص 79.

<sup>11</sup> كتاف شافية، لطرش ذهبية، بولمرج وحيدة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 18، العدد 1، 2020، ص. 286-287.

- ضعف تجهيز المؤسسات والإدارات بالتجهيزات التكنولوجية الازمة ودم إدماج التكنولوجيات الحديثة فيها.
- ضعف البنية التحتية للشبكة الهاتفية الثابتة في الجزائر، بحيث يحكر المتعامل "اتصالات الجزائر" تقديم الخدمات السلكية واللاسلكية.
- الإرتفاع الكبير لتكلفة استخدام الإنترن特 في الجزائر، وذلك راجع لغياب المنافسة في قطاع الإتصال عن طريق الإنترن特 واحتقاره من قبل الدولة.
- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني لدى أفراد المجتمع، وجهل فئة مهمة من المجتمع الجزائري بمزايا التكنولوجيا الرقمية الحديثة.

### 2-3- أسباب تتعلق بالمنظومة القانونية:

رغم أن الجزائر قد أفرجت عن قانون التجارة الإلكترونية إلا أنها في الوقت الحالي تعاني من قلة التشريعات القانونية المنظمة لعمل التجارة الإلكترونية، وغياب هذه التشريعات القانونية يعني غياب الحماية القانونية لأطراف التعامل، مما ينقص الثقة في استخدام الشبكة لغرض التجارة الإلكترونية.

### 3-3- أسباب تتعلق بالمورد البشري:

- عدم كفاية الموارد البشرية من حيث الكمية والنوعية.
- عدم كفاية التدريب على مستوى عال بالإضافة إلى تكلفته العالية، وانحصر أنشطة تنمية الموارد البشرية في عملية التدريب بشكله التقليدي والذي يفتقد معظم أساسيات التدريب الفعال.
- نقص في الإستراتيجيات والسياسات الواضحة وقلة المراجع والمناهج العلمية والترويجية التي تساعده على نشر ثقافة التكنولوجيات الحديثة.
- غياب تخصصات جامعية في مجال التجارة الإلكترونية، ونقص كبير في نسبة الشهادات في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصالات.

#### **4-3- أسباب تتعلق بالجانب المالي والمصرفي:**

- غياب الوعي والثقافة المصرفية في المجتمع، لأنعدام الثقة اتجاه النظام الحديث للإعلام الآلي والإتصال، وذلك بسبب ضعف المستوى التعليمي والثقافي، وضعف التحكم في الوسائل الإلكترونية.
- ضعف كفاءة المورد البشري على مستوى البنوك وعدم قدرته على استخدام الأساليب والأدوات المتطرورة في ظل عدم وجود برامج جادة للتدريب والتطوير، وعدم تكوين تقني عميق.
- كثرة الأعطال التي يواجهها المواطنون عند قيامهم بالسحب الآلي للنقد.
- ارتفاع نسبة البطالة يمثل عائقاً أمام تطور وسائل الدفع الإلكترونية، فبعض البطاقات مثل CIB و GOLD لا تمنح إلا لأصحاب الدخول الثابتة.
- قلة استخدام بطاقات الإئتمان بسبب تفضيل أغلب الجزائريين استخدام وسائل الدفع التقليدية وغياب ثقافة التعامل الإلكتروني لدى أفراد المجتمع.

#### **3-5- أسباب تتعلق بالجانب الاقتصادي:**

تتمثل في نقص خبرة المؤسسات الجزائرية في الإلمام بشروط ومتطلبات التسويق والمنافسة الخارجيين، بالإضافة إلى الخوف من اقتحام التجارة الإلكترونية، خاصة في ظل وجود شركات وكتكلات عملاقة في السوق الدولية.

#### **3-6- أسباب تتعلق بالجانب الضريبي:**

تمثل في قصور التشريع الضريبي، ذلك أن الطبيعة الخاصة لمعاملات التجارة الإلكترونية تثير الكثير من العارقين والصعوبات للنظام الضريبي حول كيفية تحديد المعاملة الضريبية للتعاملات التي تتم عن طريق التجارة الإلكترونية، وكيفية تحديد الدخل الناتج من هذه المعاملات.

#### **4- آفاق وفرص تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر.**

لا جدال في أن الجزائر تملك آفاقاً وفرصاً كبيرة جداً في تنمية قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر، لكن يحتاج ذلك إلى مجموعة من الخطوات والإستراتيجيات

الواجب اتباعها في عدد من المجالات التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية في حد ذاتها، منها<sup>12</sup>:

1- تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة: إن عصرنة قطاع الإدارة سوف يؤدي إلى معالجة أكبر للملفات بشكل أفضل وفعالية أكبر وسرعة فائقة، مما سيوفر مناخاً إدارياً ملائماً ويقضي على البيروقراطية. كما أن إدخال عنصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال الإدارة سينعكس إيجاباً على المواطنين خاصة وأن وضع خدمات هذه الإدارة على شبكة الإنترنيت سوف يحسن من نوعيتها ويوسّع نطاقها ويزيد مزاياها.

2- تسريع استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الشركات: في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، فإن بقاء المؤسسات الجزائرية في وضع المتفرج سيحررها من العديد من المزايا والفرص، ولهذا تسعى هذه الإستراتيجية إلى تشجيع إدماج تكنولوجيا الإعلام في القطاع الاقتصادي، ودعم تملك تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل هذه المؤسسات. وتفرع عن هذا المحور الأهداف الخاصة الثلاثة التالية:

- تطوير عرض الخدمات الإلكترونية تجاه مختلف الشركات.
- التركيز على تحسين أداء الشركات المنتمية للمجالات التي لا تستعمل كثيراً تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كالزراعة.
- دعم تملك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال عن طريق إعداد تحليل مستمر لاحتياجات هذه المؤسسات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومنحها للحوافز المالية لتسهيل اعتماد هذه التكنولوجيات.

3- تطوير آليات وحوافز تسمح باستفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: وذلك بالعمل على تحقيق النفاذ الشامل

---

<sup>12</sup> كامش محمد ياسين، خلادي محمد الأمين، مرجع سابق، ص.ص: 97-101.

للمواطنين لخدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بحيث تكون شبكة الإنترنيت متاحة لجميع المواطنين في أي وقت وفي كافة التراب الوطني. وتحقق هذه الغاية عن طريق زيادة انتشار نقاط النفاذ العمومية ودور الثقافة والحظائر المعلوماتية، نوادي الإنترنيت ... إلخ.

4- دفع تطوير الاقتصاد الرقمي المتمحور حول البرمجيات الخدمات والتجهيز: بغية تحقيق الاكتفاء الذاتي من الكفاءات العملية والتقنية والموارد البشرية المختصة في ميدان البحث والتطوير والابتكارات، وذلك عن طريق خلق شبكة وطنية للبحث والتطوير وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتسريع استغلال الحظائر التكنولوجية، ومحاولة الانتقال بعمليات البحث والابتكار إلى الصناعة من خلال تعزيز احتضان الشركات الناشئة المختصة في صناعة المضامين والبرمجيات في محضنة الحظيرة المعلوماتية وإنشاء مناطق صناعية لهذا النشاط، كما يجب وضع إجراءات تحفيزية للصناعة كتخفيض الضرائب وتقديم التمويل المالي اللازم عن طريق القروض ذات الشروط الملائمة، ووضع قانون خاص بهذا النوع من المؤسسات وتعزيز وسائل حماية الملكية الفكرية، ولابد من عدم الاقتصار على السوق المحلي بل التوجه إلى التصدير من خلال تنظيم التظاهرات المحلية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والمشاركة في التظاهرات العالمية.

5- تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع: إن الهدف الرئيسي المقرر لهذا المحور يتمثل في إنجاز بنية تحتية للاتصالات ذات التدفق السريع، تكون مؤمنة وذات خدمات عالية الجودة. ولتجسيد هذا الهدف تم وضع أهداف خاصة تخص الجوانب التالية:

- استكمال البنى الأساسية المعلوماتية من خلال اقتناء التجهيزات، وانجاز شبكات الربط بالألياف البصرية، وشبكات الربط المحلي اللاسلكي (WLL)
- تأمين الشبكات من خلال وضع الإطار القانوني لحماية منشآت تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتدعم الكفاءات التقنية المختصة في مجال الحماية.
- تحسين نوعية الخدمات.

- التسيير الفعال لاسم نطاق (dz) من خلال إنشاء وكالة مختصة لتسخير النطاق وتشجيع الانضمام إلى هذا النطاق.
- 6- تطوير الكفاءات البشرية: تتم عملية التطوير من خلال إدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في كافة المناهج التعليمية، سواء في التكوين المهني والمنظومة التربوية، أو التعليم العالي، بالإضافة إلى إنشاء مؤسسة دولية للتكوين العالي في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 7- تدعيم البحث، التطوير والابتكار: تشكل عملية البحث والابتكار العمود الفقري للاقتصاد المعرفي، ولهذا فإن الرغبة في تطوير منتجات وخدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال تستدعي ضرورة تطوير أنشطة البحث والتطوير والابتكار من خلال إعداد برامج وطنية وشبكات بحث وابتكار، وتسريع عملية بناء مركز الدراسات والأبحاث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال (CERTIC) ودعم كفاءات البحث من خلال تنظيم الصالونات واللقاءات الدولية ودورات تكوينية ومنح الجوائز التشجيعية، وتطوير الشراكات مع الجامعات ومراعز البحث الأجنبية، هذا فضلا عن تنظيم نقل التكنولوجيا والمهارات عن طريق وضع إجراءات تشجيعية لجلب الشركات الإنتاجية العالمية للاستثمار في الجزائر.
- 8- ضبط الإطار القانوني: يستنتج من دراسة جميع الترتيبات التشريعية القائمة أن الترسانة القانونية الجزائرية لا تغطي كل المسائل القانونية المترتبة عن استخدام وتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتشييد مجتمع المعلومات، وعليه لابد من ضبط مستوى الإطار القانوني تماشيا مع الممارسات الدولية ومتطلبات مجتمع المعلومات مع الأخذ بعين الاعتبار التجربة المعاشرة وكل النقائص الملاحظة والصعوبات المسجلة، وبالتالي فإن الهدف الرئيسي يتمثل في تهيئة مناخ من الثقة يشجع على إقامة الحكومة الإلكترونية، وهذا الهدف الرئيسي يستلزم بدوره هدفا خاصا يتعلق بتحديد إطار تشريعي وتنظيمي ملائم.
- 9- الإعلام والاتصال: وذلك بغرض توعية المواطنين والمؤسسات بأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التنمية الاقتصادية، وتحسين المستوى

المعيشي للأفراد. وتنتمي هذه التوعية عن طريق تنفيذ مخطط اتصال حول مجتمع المعلومات في الجزائر، إنشاء أو تمويل جمعيات نشاطها الأساسي هو التحسيس بأهمية مجتمع المعلومات.

**10- الموارد المالية:** إن تحسين برنامج الجزائر الإلكترونية يتطلب رصد أغلفة مالية معتبرة لإقناع وتشجيع الأفراد والمؤسسات على تملك تكنولوجيا الإعلام والاتصال والاستفادة من خدماتها وبالتالي التحول إلى الاقتصاد الرقمي، ولهذا لابد من التقييم الدقيق لمختلف الوسائل الضرورية لتحقيق هذا التحول، وتحديد مختلف مصادر وأجهزة التمويل، على غرار صناديق دعم التنمية الاقتصادية. وقد تم وضع جدول زمني لتنفيذ مختلف عمليات هذه الإستراتيجية يكون مرتفعا بضم متواصل للتمويل في كل سنة وفق الميزانية العامة للسنوات.

**11- تثمين التعاون الدولي:** تحتاج الجزائر إلى طلب المساعدة من الدول التي قطعت أشواطا كبيرة في هذا الميدان، ولهذا تسعى الجزائر إلى تملك التكنولوجيا والمهارات من خلال إقامة شراكات إستراتيجية والمشاركة الفعالة في الحوار والمبادرات الدولية.