

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة البريد و تكنولوجيايات الإعلام والاتصال

ملخص لمداخلة السيد يونس قرار

عن وزارة البريد و تكنولوجيايات الإعلام والاتصال
بعنوان " تسريع استخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال في
المؤسسات الصغيرة و المتوسطة "

المدخل الرئيسي حول مشروع إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية":

لقد هيئت الجزائر حقا، في كنف تنفيذ السياسة القطاعية للبريد و الاتصالات منذ سنة 2000، محيطا قانونيا ومؤسساتيا محفزا لروح المنافسة و مساعدا على تحسين الاستفادة من خدمات الاتصالات، لاسيما في الهاتف النقال، لكنها، في المقابل، لم تنتهج إستراتيجية واضحة ومنسجمة من شأنها تجسيد مجتمع معلومات حقيقي و اقتصاد رقمي.

يتم قياس التقدم المحرز في تشييد مجتمع المعلومات و تقييم وضعية قطاع تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال عموما من خلال جملة من المؤشرات المقارنة تمكن من تحديد مكانة بلدنا على الساحة الدولية. و يتعلق الأمر بما يلي:

- مؤشر الجدوى الرقمية،
- مؤشر النفاذ الرقمي،
- مؤشر التحضير الإلكتروني (e-préparation)،
- مؤشر نشر تكنولوجيايات الإعلام والاتصال،
- مؤشر التحضير فيما يتعلق بالحكومة الإلكترونية.

يتضح من تحليل مكانة بلدنا من خلال هذه المؤشرات أن الجزائر ما زالت تعاني بعض التأخر، إذ تدرج ضمن البلدان ذات النتائج المتوسطة.

و لتحسين هذا الوضع، فإن بلدنا بحاجة إلى تنفيذ إستراتيجية ذات أهداف نوعية و كمية محددة بوضوح.

بالفعل ، أصبح من الضروري تحديد و تنفيذ رؤية مستقبلية و مقاربة عملية لجعل مجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي يؤثران في النمو الاقتصادي و يشكلان اقتصادا بديلا للموارد النفطية، على غرار ما هو معتمد في البلدان المذكورة أعلاه.

بالتالي، فإن إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية" تدرج ضمن هذه الرؤية الرامية إلى بروز مجتمع العلم والمعرفة الجزائري، مع الأخذ بعين الاعتبار التحولات العميقة والسريعة التي يعيشها العالم. و تهدف هذه الإستراتيجية، التي تتضمن خطة عمل متماسكة وقوية، إلى تعزيز أداء الاقتصاد الوطني والشركات والإدارة. كما أنها تسعى إلى تحسين قدرات التعليم والبحث والابتكار و إنشاء كوكبات صناعية في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال و رفع جاذبية البلد وتحسين حياة المواطنين من خلال تشجيع نشر واستخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال.

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 و ضبط قائمة الإجراءات اللازمة لتنفيذها.

المحور الرئيسي "أ": تسريع استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية.

سيحدث إدخال تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتعزيز استخدامها في الإدارة العمومية تحولا كبيرا في أساليب تنظيمها وعملها، مما سيجعلها تعيد النظر في كيفية سيرها وتنظيمها و تكييف الخدمة المقدمة للمواطنين بشكل أنسب، لاسيما من خلال وضع خدماتها المختلفة على شبكة الأنترنت.

بالفعل ، تسمح تكنولوجيات الإعلام والاتصال، لاسيما شبكة الأنترنت، بإنشاء "فضاء اتصال مستقل عن التوقع المادي" و يتيح توفر المعلومات في أي وقت وفي أي مكان. ولهذا ينبغي فك مركزية تسيير المعلومات أينما كان ذلك ممكنا و حيثما توفرت أفضل المعارف، من أجل تحسين نوعية عملية صنع القرار.

و في هذا السياق، تم وضع أهداف خاصة و أحيانا مشتركة، لكل دائرة وزارية. و هي تخص الجوانب التالية:

- استكمال البنى الأساسية المعلوماتية،
- وضع نظم إعلام مندمجة،
- نشر تطبيقات قطاعية متميزة،
- تنمية الكفاءات البشرية،
- تطوير الخدمات الالكترونية لفائدة المواطنين والشركات والعمال و الإدارات الأخرى.

المحور الرئيسي "ب": تسريع استعمال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في الشركات.

تمثل اليوم وسائل التسيير و الإدارة المطورة حول تكنولوجيات الإعلام و الاتصال الضمان الوحيد لبقاء شركاتنا في ظل العولمة. فبفضل الأنترنت، أصبحت السوق عالمية في اقتصاد يعتمد على المعرفة كقيمة أساسية.

فاستخدام تكنولوجيات الإعلام و الاتصال أضحى أمرا ضروريا من أجل تحسين الأداء و رفع القدرة التنافسية لدى الشركات و تمكينها، بالتالي، من الاستفادة من الفرص التي تتيحها سوق أوسع و فائقة النشاط. كما أن ذلك يوفر مصادر دخل جديدة و يمكن من تحسين العلاقات مع الزبائن و الشركاء و يساعد، بشكل عام، على تحقيق فاعلية أكبر بفضل استخدام نظم تسيير المعارف.

و لهذا، تم تحديد الهدف الأساسي المتمثل في إدماج تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في القطاع الاقتصادي و دعم تملك تكنولوجيات الإعلام و الاتصال من قبل الشركات. و تترتب عن ذلك الأهداف الخاصة الثلاثة التالية:

- دعم تملك تكنولوجيات الإعلام و الاتصال من قبل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة،
- تطوير تطبيقات لتحسين أداء الشركات،
- تطوير عرض خدمات إلكترونية من طرف الشركات.

المحور الرئيسي "ج": تطوير الآليات و الإجراءات التحفيزية الكفيلة بتمكين المواطنين من الاستفادة من تجهيزات و شبكات تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال.

من الضروري مواصلة عملية تعميم النفاذ إلى الأنترنت، إذ يجب أولاً توسيع هذا النفاذ من أجل السماح لكل مواطن، أينما وجد عبر التراب الوطني، بالاستفادة من الخدمات العمومية الإلكترونية و من قاعدة المعارف و العلم الهائلة المتمثلة في الأنترنت.

و من الضروري إرفاق البرامج التجهيز و تطوير التوصيلات ذات الدفق السريع و المضامين المتعددة الوسائط ببرامج تكوين من أجل تسريع عملية تعميم استعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال.

بالتالي، تشكل عملية تعميم النفاذ إلى الأنترنت هدفا رئيسيا يتفرع بدوره إلى ثلاثة أهداف خاصة، هي:

- إعادة بعث عملية "أسرتك" عن طريق توفير حواسيب شخصية و خطوط توصيل ذات الدفق السريع مع توفير التكوين و مضامين متميزة لفائدة كل فئة من فئات المجتمع،
- الزيادة بقدر معتبر في عدد الفضاءات العمومية الجماعية و محلات الأنترنت و المنصات المتعددة الوسائط و الحظائر المعلوماتية و دور العلم و دور الثقافة، الخ.
- توسيع الخدمة العامة لتشمل النفاذ إلى الأنترنت.

المحور الرئيسي "د": دفع تطوير الاقتصاد الرقمي.

يتمحور الاقتصاد الرقمي حول ثلاث مكونات أساسية: البرمجية، الخدمات و التجهيز.

هناك عدد من الحوافز التي من شأنها تشجيع إنشاء الشركات في مجال إنتاج المضامين المحلية بصفقتها محركا للابتكار، رغم ما يعانيه هذا المجال من نقائص. فمن الممكن تفعيل خبرات و مهارات المؤسسات الجزائرية العاملة في ميدان تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وتصديرها نحو أسواق أخرى. في هذا السياق، يتمثل الهدف الرئيسي المسطر ضمن هذا المحور في تهيئة الظروف المناسبة لتطوير صناعة تكنولوجيايات الإعلام والاتصال تطويرا مكثفا.

و يمكن تقريع هذا الهدف الرئيسي إلى أربعة أهداف خاصة كبرى، هي:

- مواصلة الحوار الوطني بين الحكومة و الشركات و الذي تمت مباشرته في إطار إعداد إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية"،
- توفير كل الظروف الملائمة لتنمية الكفاءات العلمية والتقنية الوطنية في مجال إنتاج البرمجيات و توفير الخدمات والتجهيز،
- وضع إجراءات تحفيزية لإنتاج المضمون،
- توجيه النشاط الاقتصادي في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال نحو التصدير.

المحور الرئيسي "ه": تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات الدفق السريع و الفائق السرعة.

يجب أن تكون شبكة الاتصالات ذات الدفق السريع و الفائق السرعة قادرة على توفير القدرات الضرورية عبر كامل أرجاء الوطن بنوعية و أمان يستجيبان للمقاييس الدولية، إذ أن هذه الشبكة تمثل الأرضية التي تقوم عليها كل العمليات الرامية إلى اقتراح خدمات إلكترونية للمواطنين و الشركات و الإدارات.

في هذا الصدد، فإن الهدف الرئيسي المقرر لهذا المحور يتمثل في: إنجاز بنية تحتية للاتصالات ذات الدفق السريع و الفائق السرعة، تكون مؤمنة و ذات خدمات عالية الجودة.

و يتفرع هذا الهدف الرئيسي إلى أربعة أهداف خاصة، هي:

➤ تأهيل البنية التحتية الوطنية للاتصالات،

➤ تأمين الشبكات،

➤ نوعية خدمات الشبكات،

➤ التسيير الفعال لاسم نطاق « .dz »،

المحور الرئيسي "و": تطوير الكفاءات البشرية.

يجب إرفاق تعزيز البنى التحتية و تعميم النفاذ إلى تكنولوجيات الإعلام و الاتصال بإجراءات ملموسة في مجال التكوين و تطوير الكفاءات البشرية من أجل تعميم استعمال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال و ضمان تملكها على جميع المستويات.

و لتحقيق هذا الهدف الرئيسي، تم تحديد هدفين خاصين، هما:

➤ إعادة النظر في برامج التعليم العالي و التكوين المهني في مجال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال.

➤ تلقين تكنولوجيات الإعلام و الاتصال لجميع الفئات الاجتماعية.

المحور الرئيسي "ز": تدعيم البحث – التطوير و الابتكار.

يستلزم الاقتصاد القائم على المعرفة تفاعلا قويا بين البحث – التطوير و عالم الاقتصاد، إذ أن الابتكار هو الذي يضمن تطوير المنتجات و الخدمات ذات القيمة المضافة في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال.

لهذا الغرض، يخص الهدف الرئيسي لهذا المحور تطوير المنتجات و الخدمات ذات القيمة المضافة في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال، عن طريق تعزيز نشاط البحث –التطوير و الابتكار.

و تشمل الأهداف الخاصة في هذا الصدد:

التنظيم و البرمجة و تامين نتائج البحث و حشد الكفاءات و تنظيم نقل التكنولوجيا و المهارات.

المحور الرئيسي "ح": ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني.

يستنتج من دراسة جميع الترتيبات التشريعية القائمة أن الترسانة القانونية الجزائرية لا تغطي كل المسائل القانونية المترتبة عن استخدام وتطوير تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال و تشييد مجتمع المعلومات. و عليه، لا بد من ضبط مستوى الإطار القانوني تماشيا مع الممارسات الدولية ومتطلبات مجتمع المعلومات و مع الأخذ بعين الاعتبار التجربة المعاشة و كل النقائص الملاحظة والصعوبات المسجلة.

و بالتالي، فإن الهدف الرئيسي يتمثل في تهيئة مناخ من الثقة يشجع على إقامة الحكومة الإلكترونية و هذا الهدف الرئيسي يستلزم بدوره هدفا خاصا يتعلق بتحديد إطار تشريعي وتنظيمي ملائم.

المحور الرئيسي "ط": الإعلام و الاتصال.

يضطلع الإعلام و الاتصال بدور هام و متنام في الاقتصاد القائم على المعرفة، حيث يشكل الإعلام قيمة أساسية تتحول عند تحصيلها إلى معرفة يضيف عليها الاتصال ثراء و أهمية أكبر.

فقد شهدت الصحافة المتخصصة في تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال تطورا حقيقيا، إذ بعد أن كانت العناوين منعقدة في هذا المجال سنة 2000، تجاوزت 15 في سنة 2008.

و يتعلق الهدف الرئيسي لهذا المحور بالتحسيس بدور تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال في تحسين معيشة المواطن و التنمية الاجتماعية و الاقتصادية للبلد.

في هذا السياق، قد تم تحديد الأهداف الخاصة التالية:

➤ إعداد و تنفيذ مخطط اتصال حول مجتمع المعلومات في الجزائر،

➤ إقامة نسيج جمعي كامتداد للمجهود الحكومي.

المحور الرئيسي "ي": تثمين التعاون الدولي.

يتصف التعاون الدولي مع البلدان الأخرى في مجال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال بعدد هائل من المشاريع المبعثرة، لاسيما مع الاتحاد الأوروبي في إطار مشروع MEDA II.

و على الرغم من تشابه المشاريع و تكرارها، لم يتم التوصل إلى تراكم في المعارف، يكون كفيلا بضمان استمرارية المشاريع و انتشارها.

يتمثل الهدف الرئيسي للتعاون الدولي في تملك التكنولوجيات و المهارات و كذا إشعاع صورة البلد.

و يتفرع هذا الهدف الرئيسي إلى هدفين خاصين، هما:

- ◀ المشاركة الفعالة في الحوار و المبادرات الدولية،
- ◀ إقامة شراكات إستراتيجية بهدف تملك التكنولوجيات و المهارات.

المحور الرئيسي "ك": آليات التقييم و المتابعة.

تشكل موثوقية و فعالية تقييم عملية تشييد مجتمع المعلومات و الاقتصاد القائم على المعرفة ضمانات لجدوى و نجاعة المخطط الإستراتيجي، حيث يواكب هذا التقييم كل مراحل عملية إعداد و تنفيذ و تحقيق العمليات التي من شأنها السماح بتجسيد أهداف إستراتيجية "الجزائر الالكترونية".

يتمثل الهدف الرئيسي لهذا المحور في تحديد نظام مؤشرات متابعة و تقييم تسمح بقياس مدى تأثير تكنولوجيات الإعلام و الاتصال على التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، من جهة، و بإجراء تقييم دوري لتنفيذ المخطط الإستراتيجي "الجزائر الالكترونية"، من جهة أخرى.

يتشكل هذا الهدف الرئيسي من الهدفين الخاصين التاليين:

- ◀ إعداد الإطار التصوري لنظام مؤشرات نوعية،
- ◀ إعداد قائمة مؤشرات ملائمة.

المحور الرئيسي "ل": إجراءات تنظيمية.

يستلزم تنفيذ إستراتيجية تطوير مجتمع المعلومات دعما مؤسساتيا هاما، يأخذ بعين الاعتبار الطابع المتعدد الأبعاد لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال.

و لقد وضع بلدنا، في إطار إصلاحات قطاع الاتصالات، هياكل دعم لسياسته في مجال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال. و ترتب عن هذه الإصلاحات تحويل وزارة البريد و المواصلات سابقا إلى وزارة البريد و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، إلى جانب إنشاء شركتين منفصلتين "اتصالات الجزائر" و "بريد الجزائر" و إقامة سلطة ضبط (سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية)، مما سمح بالفصل بين الاستغلال و الضبط و رسم السياسة القطاعية.

إضافة إلى ذلك، و في إطار تحضير السياسة الموجهة لترقية مجتمع المعلومات و الاقتصاد الرقمي، تم تشكيل لجنة وزارية تدعى "اللجنة الإلكترونية"، يرأسها السيد رئيس الحكومة و تضم الوزراء المعنيين بهذا المجال. كما تم تشكيل لجنة تقنية لتوفير الدعم التقني لهذه اللجنة الإلكترونية.

يتمثل الهدف الرئيسي لهذا المحور في وضع تنظيم مؤسساتي متناسق، يتمحور حول ثلاثة مستويات: التوجيه و التنسيق بين القطاعات و التنفيذ. و سيضمن هذا التنظيم التنفيذ الفعلي للمخطط الإستراتيجي الطموح "الجزائر الإلكترونية " بفضل تأطير فعال و متابعة دائمة و تنسيق منسجم بين مختلف الفاعلين المعنيين.

في هذا الصدد، تتمثل الأهداف الخاصة الواجب تحقيقها في:

- ◀ تدعيم الانسجام و التنسيق وطنيا و بين القطاعات،
- ◀ تدعيم قدرات التدخل على مستوى القطاعات و الهيئات المتخصصة.

المحور "م": الموارد المالية

يستلزم تنفيذ إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية " موارد مالية معتبرة يستحيل توفيرها من مصدر واحد. و بالتالي، لا بد من استغلال جميع مصادر التمويل المتاحة استغلالا جيدا. كما أنه يجب أن تكون الإجراءات، التشريعية أو التنظيمية أو المادية، مقرونة بتقييم مالي دقيق إلى أبعد حد ممكن. و يستلزم الأمر أيضا ترتيب هذه الإجراءات حسب تأثيرها على التنمية الاقتصادية و الاجتماعية.

يحدد برنامج ميزانية إستراتيجية الجزائر الإلكترونية وفق المراحل التنفيذية المرتقبة؛ و سيتم عرضه سنويا إلى غاية استكماله مع تدقيقه بصفة شاملة على مدى فترة 2010 – 2014.

المنهجية المطبقة لإعداد إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية "

لقد تم إعداد الوثائق المتضمنة تقييما للوضع الراهن و المحددة للأهداف والأعمال الواجب تنفيذها، بالتشاور مع جميع الهيئات و الدوائر الوزارية، فضلا عن المتعاملين العموميين و الخواص الناشطين في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال.

تم، كذلك، إشراك الأوساط العلمية والأسرة الجامعية في إثراء الأفكار وتوضيح رؤى مختلف الجهات المشاركة في تنفيذ الخطة المتعددة القطاعات لتطوير تكنولوجيايات الإعلام والاتصال.

تسريع استخدام تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

يمنح اليوم مسار التنمية الاقتصادية و الاجتماعية مكانة متنامية لقطاع تكنولوجيات الإعلام و الاتصال والمعرفة.

بالفعل، يشكل هذان العنصران عاملين حاسمين في لتحول السريع للنماذج الاقتصادية والاجتماعية نظرا لتأثيرهما الأفقي على مختلف قطاعات الصناعة والخدمات و لقدرتهما على تسريع وتيرة تداول المعلومات و نظرا، كذلك، للقيمة المضافة المترتبة الناتجة عن العامل الجديد اللامادي المتمثل في المعرفة.

فأقوى أمم العالم شهدت نموا نشطا بفضل الأولوية الممنوحة لهذين العاملين اللذين يعتبران مصدرا أساسيا لخلق الثروات و تحسين القدرة التنافسية.

في الواقع، تشكل المعركة الرقمية و تدعيم الرأسمال البشري أساسا للرهانات التي تطرحها التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و عاملا رئيسيا لتحضير البلاد لمواجهة تحديات العولمة، حيث أنه من غير الممكن تصور إمكانية عصنة الاقتصاد دون التحكم السريع في النظام الرقمي من طرف مختلف الفاعلين الاقتصاديين والاجتماعيين (الإدارات و الشركات و المواطنين) و دون تبني مقاربة ناجعة وفعالة لتنمية الرأسمال الفكري الذي تكمن قوامه الرئيسية في الاستثمار في البحث - التطوير و الابتكار و في التربية - التكوين.

انعكاسات تشبيد مجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي على التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول

الآثار على التنمية الاقتصادية: يعتبر مجتمع المعلومات مجتمعا شبكيا بفضل التقارب بين الاتصالات والمعلوماتية. كما أن مرونة هذا النوع من التنظيم تشكل ورقة رابحة في الاقتصاد المفتوح و العالمي. و نظرا لكون البنية التحتية للإعلام و الاتصال أحد الدعائم الأساسية لمجتمع المعلومات، فقد تبنت بعض الدول سياسات وطنية لتطوير البنيات التحتية لتكنولوجيات الإعلام و الاتصال، مركزة في ذلك على النفاذ إلى الأنترنت ذي الدفع السريع، من جهة، و توفير خدمات متكيفة مع متطلبات الاقتصاد الجديد، من جهة أخرى. فحسب دراسة أجرتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية في الدول الأعضاء فيها في شهر جوان 2008، بلغت نسبة النفاذ إلى الأنترنت ذي الدفع السريع 21,3 %، أي ما يمثل زيادة قدرها 20 % مقارنة مع سنة 2007.

تأتي في مقدمة القائمة كل من كوريا الجنوبية و الدنمارك و هولندا و النرويج و سويسرا و أيسلندا و السويد و فنلندا بمعدل يفوق 30 %. أما من حيث الحجم، فإن عدد الاشتراكات في الأنترنت ذي التدفق السريع يفوق في الولايات المتحدة الأمريكية 75 مليون منفذ.

إن عصر المعلومات قائم على تطوير النظم اللامركزية المنسقة بفضل تحويل المعلومات عبر شبكة عالمية. فالمؤسسات الاقتصادية تعمل عبر الشبكة و تتبنى أكثر فأكثر الاستعانة بإخراج بعض أنشطتها نحو المناولين. و بذلك يتم إنشاء مهن و خدمات جديدة حول هذه النشاطات.

و مع إدخال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، أضحت تسارع ارتفاع الإنتاجية ملموسا، بعد فترة استيعاب ضرورية لاعتماد وإدماج هذه الأدوات الافتراضية.

اقتناعا منها بفعالية تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في تحسين أداء الشركات، حقق رواد الصناعة استثمارات كبيرة في مجالات المعلوماتية والاتصالات والبرمجيات.

هكذا، تبين الدراسة التي أجرتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بين عامي 2000 و 2002، أن مساهمة تكنولوجيات الإعلام والاتصال في النمو الاقتصادي قد ارتفعت من نطاق 0.1 إلى 0.3 نقطة في الفترة ما بين 1980 و 1997 إلى نطاق 0.3 نقطة (في فرنسا وألمانيا وإيطاليا) إلى 0.9 نقطة (في الولايات المتحدة الأمريكية) في الفترة ما بين 1997 و 2002. أما نسبة الناتج الداخلي الخام في مخزون رأسمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، فقد بلغت 6% عام 2003 في فرنسا و 7 % في المملكة المتحدة و 8 % في ألمانيا و 9 % في هولندا بينما وصلت إلى 13 % في الولايات المتحدة الأمريكية.

من جهة أخرى، أظهرت دراسة أجرتها الحكومة الفرنسية و نشرت في عام 2006، أن 93% من الشركات الصغيرة والمتوسطة، التي تشغل من 6 إلى 200 عامل، قد تم ربطها بالأنترنت في عام 2005، مقابل 40% فقط في عام 1998، علما أن معظم هذه التوصيلات ذات دفق سريع. ومن بين هذه الشركات الصغيرة والمتوسطة فقط 52% قامت بتطوير مواقع الكترونية، في حين أن 85 % من الشركات الصغيرة جدا كانت مجهزة بالعتاد المعلوماتي و 71 % منها كانت موصولة بالأنترنت في عام 2005.

و حسب دراسة أجراها البنك الفرنسي (BNP-Paribas) في جانفي 2004، يشكل البريد الإلكتروني الاستخدام الأكثر شيوعا (84 %) متبوعا بالبحث عن المعلومات (68%)، ثم تلي العلاقات بين الزبائن والمومنين (60 %) وحجز غرف الفنادق عبر الأنترنت و تذاكر السفر (55 %). و تبين هذه الدراسة أن نسبة توصيل الشركات بالأنترنت تتراوح في معظم البلدان الأوروبية بين 90 و 100% (السويد 98 % - ألمانيا 97 % - إيطاليا 94 % -- فرنسا 92 % -- المملكة المتحدة وإسبانيا 91%).

تشير هذه البيانات إلى أن توصيل الشركات بالإنترنت قد بلغ تقريبا حد التشبع في جميع البلدان الأوروبية، وأن هذا التقارب قد تم تحقيقه في ظرف أربع سنوات، في حين أن وتيرة نشر مواقع الإنترنت بطيئة. ففي أواخر عام 2002 ، أكثر من 80 % من الشركات المختلفة الحجم كان لها موقع على شبكة الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية واليابان وألمانيا والمملكة المتحدة والبلدان الاسكندنافية، في حين لم تتجاوز نسبتها 58 % في إيطاليا و 56 % في فرنسا (52 % فيما يتعلق بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة). أما انتشار الحواسيب في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بفرنسا وألمانيا فهو مستقر منذ عام 2001 بما يقارب حاسوب واحد لكل موظفين بالنسبة للمؤسسات الصغيرة التي تشغل من 6 إلى 9 موظفين، و حاسوب واحد لكل أربعة موظفين بالنسبة لتلك التي تشغل من 10 إلى 200 موظف.

لقد أدى الإنترنت، في مرحلته الناضجة، إلى عولمة لم يسبق لها مثيل في المبادلات المالية. كما تمت زعزعة أسلوب العمل داخل الشركات بتقريب الأسلوب الخاص بالإطارات من الأسلوب المعتمد فيما يتعلق بالفئات المهنية و الاجتماعية الأخرى. كما أدركت الشركات أن الابتكار أصبح وظيفة أساسية في الاقتصاد القائم على المعرفة، كنتاج للتزواج بين البحث – الابتكار و تأسيس الشركات.

تساهم تكنولوجيات الإعلام و الاتصال كذلك في عمليات التوظيف، حيث تنشأ مواقع على شبكة الإنترنت لجمع طلبات وعروض العمل. فقد تمكن موقع، يربط بين مواقع 50 بلدا مختلفا، من عرض أكثر من 30 مليون سيرة ذاتية و 300 000 عرض عمل في سنة 2003.

و في إطار برنامج i2010 ، خصص الاتحاد الأوروبي للفترة ما بين 2007 و 2013، ميزانية قدرها 3,6 مليار أورو كمساعدات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل الابتكار و تحسين القدرة التنافسية، منها 730 مليون أورو لدعم إستراتيجية تكنولوجيات الإعلام و الاتصال.

أما بالنسبة للاستخدامات الأكثر شيوعا للإنترنت، فهي تتعلق بتنمية المعارف (66 %) و بالتواصل (56 %) والعمل في المنزل (54 %)، في حين أن 25 % منها فقط تخص عمليات الشراء بالرغم من كون المعلومات عن المنتجات أو الخدمات تشكل أيضا قسما هاما من استخدامات الإنترنت (55 %) (دراسة أجراها المجلس الأعلى للسمعي البصري بفرنسا سنة 2003).

المحور الرئيسي "ب" ضمن إستراتيجية "الجزائر الإلكترونية": تسريع استعمال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال في الشركات.

تمثل اليوم وسائل التسيير و الإدارة المطورة حول تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال الضمان الوحيد لبقاء شركاتنا في ظل العولمة. فبفضل الأنترنت، أصبحت السوق عالمية في اقتصاد يعتمد على المعرفة كقيمة أساسية.

فاستخدام تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال أضحي أمرا ضروريا من أجل تحسين الأداء و رفع القدرة التنافسية لدى الشركات و تمكينها، بالتالي، من الاستفادة من الفرص التي تتيحها سوق أوسع و فائقة النشاط. كما أن ذلك يوفر مصادر دخل جديدة و يمكن من تحسين العلاقات مع الزبائن و الشركاء و يساعد، بشكل عام، على تحقيق فاعلية أكبر بفضل استخدام نظم تسيير المعارف.

و لهذا، تم تحديد الهدف الأساسي المتمثل في إدماج تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال في القطاع الاقتصادي و دعم تملك تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال من قبل الشركات. و تترتب عن ذلك الأهداف الخاصة الثلاثة التالية:

- ◀ دعم تملك تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال من قبل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة،
- ◀ تطوير تطبيقات لتحسين أداء الشركات،
- ◀ تطوير عرض خدمات إلكترونية من طرف الشركات.

لقد غيرت تماما تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال صيغ عمل الشركات، سواء في أدائها الداخلي أو في علاقاتها مع الزبائن و العمال و الشركاء و المُمَوَّنِينَ.

إن المصرفة الإلكترونية (e-banking) و الأعمال الإلكترونية (e-business) ثم التجارة الإلكترونية (e-commerce) في البلدان المتقدمة كانت وراء الانتشار المذهل لاستخدام تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال. أما في الجزائر، فباستثناء بطاقات سحب الأموال و الإطلاع على الحساب البريدي الجاري، لا توجد أية خدمة أخرى، لاسيما في المعاملات التجارية.

فضعف معدل التوصيل بالعالم الخارجي أدى إلى عزلة شركاتنا : فهي غير ظاهرة في الأسواق الخارجية و لا تؤثر في السوق المحلية.

إن إمكانات تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال في تحسين القدرة التنافسية لا تزال غير معروفة لدى معظم رؤساء شركاتنا.

الهدف الرئيسي : دعم القطاع الاقتصادي بإدماج تكنولوجيات الإعلام و الاتصال.

إن أدوات التسيير و الحوكمة المطورة حول تكنولوجيات الإعلام و الاتصال هي اليوم الضمانة الوحيدة لبقاء شركاتنا في ظل العولمة، حيث يضيفي الأنترنت بعدا عالميا على السوق.

و لذلك، من المهم للغاية الإسراع في تنفيذ عمليات ملموسة كفيلة بتعزيز القطاع الاقتصادي بإدماج تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في شركاتنا و دعمها في تملك هذه التكنولوجيات.

وهذا هو الهدف الرئيسي المسطر للشركة الإلكترونية (e-entreprise).

الهدف الخاص 1. تطوير عرض الخدمات الإلكترونية تجاه الشركات ذات النشاطات الرئيسية و الفرعية.

من أجل حمل الشركات على استخدام تكنولوجيات الإعلام و الاتصال، من المهم أن يوفر لها شركاؤها (المصارف و الهيئات العمومية و الخاصة وغيرها) خدمات إلكترونية. و في هذا السياق، سيتم تنفيذ العمليات التالية:

العملية 1. المصرفة الإلكترونية (e-Banking): في إطار تعميم العملة الإلكترونية، من الضرورة بمكان الإسراع في إقامة و تشغيل نظام حديث للخدمات المصرفية الإلكترونية، يسمح للمصارف توفير خدمات إلكترونية لزبائنهم، لاسيما المؤسسات، إضافة إلى إمكانية المتاحة لهذه البنوك لإجراء المعاملات الإلكترونية فيما بينها.

العملية 2. الاستثمار الإلكتروني (e-Investissement): من الضروري إنشاء بوابة وحيدة خاصة بإنشاء الشركات الأعمال التجارية وجلب الاستثمار الخارجي.

العملية 3. الأعمال الإلكترونية (e-Business): من المهم تقديم الدعم لتطوير تطبيقات تكنولوجيات الإعلام و الاتصال لدى الشركات مع تهيئة محيط تنظيمي ملائم و تقديم حوافز مالية في هذا الشأن.

العملية 4. التموين الإلكتروني (e-Procurement): يتعلق الأمر بتطوير نظام لإبرام الصفقات العمومية للمشتريات مع وضع إجراء مُحَوَّسَب موحد للإدارة المركزية و المحلية و للهيئات العمومية.

العملية 5. السجل التجاري الإلكتروني (e-Registre de Commerce): تتمثل هذه العملية، الرامية إلى رفع نجاعة النشاط الاقتصادي، في إنشاء قاعدة بيانات آلية و إلكترونية لجميع الشركات.

العملية 6. التجارة الإلكترونية (e-Commerce): تشمل هذه العملية استخدام الوسيلة الإلكترونية في العلاقة التجارية بين شركة و أخرى أو بين الشركات و الأفراد.

العملية 7. ترحيل النشاطات (Outsourcing): يتعلق الأمر بتعزيز إدماج تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بترحيل بعض الخدمات الإدارية التي ليست من الوظائف الأساسية للإدارة العمومية.

الهدف الخاص 2. تطوير تطبيقات من أجل تحسين أداء المؤسسات الصغيرة جدا و المصغرة.

بالإضافة إلى الأعمال الإلكترونية بشكل عام، ينبغي وضع تطبيقات خاصة في المجالات ذات الأولوية بالنسبة لبلدنا و التي لم تشهد تطورا حقيقيا من حيث استخدام لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال (الزراعة و السياحة، الخ). وفي هذا الصدد، يتعين تنفيذ العمليات الأربعة التالية:

العملية 1. تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في المستثمرات الزراعية. يتعلق الأمر باستخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال كأداة لرفع الإنتاجية و تحسين جودة المنتجات.

العملية 2. تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الصناعات الصغيرة جدا و المتوسطة TPMI. يمكن أن تضطلع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بدور رئيسي في القطاع الصناعي الثانوي من خلال إدخال نظم التسيير المَحَوَّسَب و إقامة شبكات بين مختلف الشركاء.

العملية 3. تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الوكالات السياحية. تشمل هذه العملية إنشاء مواقع إلكترونية لنشر معلومات حول المناطق و الأماكن السياحية و المنشآت الأساسية ذات الصلة (الفنادق، المطاعم، الخ).

العملية 4. الإمداد الإلكتروني (e-Logistique) و التصنيع الإلكتروني (e-productique). يعتمد هذان المجالان على الإمكانيات التي توفرها نظم المعلومات و أدوات التعقب و التتبع (tracing and tracking)، نظام RFID مثلا.

الهدف الخاص 3. دعم تملك تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال من طرف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

يتبين من خلال تقييم الوضع الراهن للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، لاسيما الصغيرة جدا التي تمثل الغالبية العظمى منها، لا تستخدم تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال في سلسلة الإنتاج. و لذلك يستلزم تجسيد هذا الهدف تنفيذ العمليات التالية:

العملية 1. إجراء تحليل شامل ودائم ودوري لاحتياجات الشركات الصغيرة والمتوسطة في مجال تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال.

ينبغي القيام بتشخيص شامل ودائم ودوري في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تدارك النقص الحالي في المعلومات المتصلة بمدى تملك تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال.

العملية 2. منح حوافز مالية لاعتماد تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال في إطار تأهيل مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.