

تقدير الطلب الإستثماري في مجال تكنولوجيا وسائل الاعلام والاتصال و سبل تفعيله في الجزائر_دراسة قياسية اقتصادية اجتماعية.

د/ أحسن صليحة

دكتوراه اقتصاد كلي مطبق-جامعة الجزائر 03

المخلص:

أحدثت التغيرات المتسارعة التي مسّت القطاعات الاقتصادية، الاجتماعية والتقنية على المستوى الدولي تطورات والتي بدورها أثرت على النمو السريع لمجال وسائل الاعلام وتقنية المعلومات، ممّا أصبحت لها القدرة على تحريك الاقتصاد الرقمي وزيادة معدلات نموه، وخلقت تأثيرات مختلفة على أنماط الاستهلاك، الانتاج وكذا الاستثمار ثم عادت بآثارها على الخدمات الالكترونية المتنوعة في مختلف القطاعات تبعا للتوجهات العالمية. إن الانسجام مع وتيرة هذه التوجهات يتطلب توفير مناخ استثماري خاص يتلاءم مع هذا التكنولوجيا، لذا تجدر الإشارة لصعوبة تقدير هذا الطلب بسبب وتيرة النمو المتسارعة قصد التوسع و المنافسة محليا و دوليا. تحاول هذه الورقة علاج الإشكالية التالية: كيف يمكن قياس الطلب الاستثماري في مجال الاعلام أن يكون خيار استراتيجي لتحقيق الكفاءة والقدرة على المنافسة، و ماهي الإستراتيجية التي يجب أن تتبعها الجزائر لتفعيلها لتحقيق التطلعات المستقبلية؟

الكلمات المفتاحية:

الإستثمار في تكنولوجيا الاعلام والاتصال، قياس الطلب الاستثماري، النمو الاقتصادي، التقنيات، الخدمات.

محاوِر البحث: ستحاول هذه الورقة البحثية علاج المحاور التالية:

1. الوضع الراهن لقطاع الإعلام و الاتصال بالجزائر.
2. رؤية اقتصادية-اجتماعية لمناخ الاستثمار في مجال الإعلام و الاتصال بالجزائر.
3. متطلبات و مؤشرات اقتصادية قياسية للاستثمار في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.
4. تحليل اقتصادي اجتماعي لإستراتيجية استقطاب الاستثمار في مجال الإعلام والاتصال.
5. قياس الطلب الاستثماري في تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالجزائر.

Abstract:

Brought about rapid changes that touched the sectors of the economy, social and technical international developments, which in turn influenced the rapid growth of

the field of media and information technology, which now has the ability to move the digital economy and increase growth rates, and created different effects on consumption patterns, production and as well as investment and It returned to their impact on various electronic services in various sectors depending on global trends.

The harmony with the pace of these trends require the provision of a special investment climate in line with this technology, so it is worth noting the difficulty of estimating the demand due to the rapid pace of growth in order to expand and compete locally and internationally.

This paper attempts to treat the following problem: how to measure the investment demand in the field of media to be a strategic choice to achieve efficiency and competitiveness, and strategic What is to be followed by Algeria to activate them to achieve future aspirations?

key words: Investment in information and communication technology, measurement of investment demand, Economic growth ,technologies, services.

المقدمة:

يشهد العالم ثورة تكنولوجية حديثة التصاعد لمختلف تقنيات الاعلام والاتصال التي ساهمت في اندماج الأطراف العالمية ماليا، اعلاميا و تكنولوجيا و هذا ما يسمى بالذكاء الاصطناعي في مجال المعلوماتية وفعالية تكنولوجيتها في الاستعمال والتداول، بحيث تعالج مختلف الحاجات الاجتماعية و الشخصية للأفراد والمجتمعات. الجزائر لا تمتلك رؤية أو وسائل اللازمة للتعامل مع "الحضارة الرقمية" خاصة التوجه نحو العمل الانفرادي، مما يتطلب وضع منظور شامل وتعزيز للجهود المشتركة مابين رجال الأعمال والحكومة بمبادرات وكذا استراتيجيات الإستثمار الخاص في قطاع الاعلام و الاتصال.

1. الوضع الراهن لقطاع الاعلام و الاتصال في الجزائر - مقارنة:

لقد شهد قطاع الاعلام و الاتصال في الآونة الأخيرة استثمارات وفرت للجزائر مختلف التجهيزات و التقنيات، كما يجري تنفيذ توسعات ضخمة في البنية الأساسية للاتصالات، ولقد أصبحت تقنية المعلومات والاتصالات مصدراً ثابتاً للدخل، و تعد مكون فعال في تنمية القطاعات الأخرى كالتعليم والاتصالات والتجارة. ويتضح من خلال النظر إلى مؤشرات قطاع الاتصالات وكذا معدلات استخدام التقنيات إلى التأخر الذي يتطلب تدخلاً قويا لتطوير القطاع قصد تحقيق النمو المطلوب ويغطي السياسات، الإجراءات، التجهيزات، المحتوى والرغبة في التوجه نحو قطاع الأعمال والطاقة البشرية، وعلى المستوى الإطار المحلي جهود الجزائر معتبرة والتي تشير إلى التحرك بخطوات ثابتة للانتقال بقطاع وسائل الاعلام بما يمكنه من خلق مجتمع معلوماتي يساهم في التنمية.

يمكن اختصار وضع قطاع الاعلام و الاتصال في النقاط التالية:

- ضعف القطاع في استقطاب استثمارات خاصة ضخمة،
- البيروقراطية الملازمة في الإجراءات،
- ضعف تطبيق الحكومة الإلكترونية و مختلف خدماتها،
- ضعف مواقع العمل الالكترونية عكس سلبا على الانتاجية و التسويق،
- ضعف خدمة النقل و الربط بين مختلف المناطق الحضرية،
- قلة اليد العاملة المؤهلة في مجال تكنولوجيا الاعلام و الاتصال.¹

1.1 مفهوم تكنولوجيا الاعلام و الاتصال:

تعمل تكنولوجيا الاعلام والاتصال على إعادة تشكيل طرق الحياة الاعتيادية للأفراد والأعمال وعلى بناء عدة علاقات أكثر وضوحا بكفاءة وأقل تكلفة، ونظرا للتطور السريع تعددت المفاهيم تلخص في الجدول التالي:

الجدول 1: يوضح مختلف مفاهيم المتعددة لتكنولوجيا الاعلام والاتصال:

البيان	مفهوم تكنولوجيا الاعلام و الاتصال
المجموعة الأولى: المفاهيم التي تركز على الأجهزة التي تشملها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	✓ يعرف Palvia: تشمل الجوانب المتعلقة بالحاسبات الآلية و مختلف برامجها. ✓ يعرف التقرير الاقتصادي الدولي أنها تشمل الحاسبات الآلية والبرامج ومعدات الاتصال عن بعد. ✓ أما Ozer يرى أنها المكونات المادية للحاسبات الآلية، البرامج الجاهزة ونظم الاتصال. ✓ يرى Steven & Judith بأنها تشير إلى الأجهزة، البرامج، القاعدة البيانات و تكنولوجيا توصيل البيانات.
المجموعة الثانية:	✓ يرى البعض أن مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يتمثل في معالجة، تخزين، إرسال، عرض، إدارة، تنظيم واسترجاع المعلومات.
المجموعة الثالثة:	✓ يرى Rofle أنها مبنية على الإلكترونيات والتي يمكن أن تستخدم في جمع، تخزين، معالجة ووضع هذه المعلومات في حزم متكاملة ومن ثم الوصول إلى المعرفة.
المجموعة الرابعة:	✓ يرى Turban أنها تتضمن جميع أنظمة المعلومات المبنية على تكنولوجيا وجميع المستخدمين.

المصدر : عبد الله علي وفرغلي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني،

الطبعة الأولى، مصر: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع 2007، ص 24-28.

¹: حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2012-2013، ص 33-35.

■ 2 المنطلقات الأساسية لبناء قاعدة تكنولوجية لقطاع الاعلام و الاتصال:

- توفير الخصوصية و الأمن،
 - الموثوقية في التعامل مابين الأطراف الاقتصادية،
 - دقة، صلاحية، مرونة، توقيت وامكانية وصول المعلومات من وسيط لآخر،
- تساعد هذه المنطلقات في تنويع القاعدة الأساسية لقطاع الاعلام و الاتصال، تسريع النمو، تحسين التنمية الاجتماعية وتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تبني تقنية المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية.

2. رؤية اقتصادية-اجتماعية لمناخ الاستثمار في مجال الاعلام والاتصال بالجزائر:

تظل الجزائر من الوجهات الصعبة حسب التقارير السلبية المختلفة من مصادر البنك العالمية والتقارير الأمريكية لمختلف الباحثين لسنة 2015 للمناخ العام للاستثمار وكذا الاعمال بالجزائر خاصة منها مايتعلق بالقوانين والتشريعات، بالنظر إلى إجراءاتها المعقدة والطابع المركزي والبيروقراطي للإدارة، فضلا عن عدم فعالية بعض الهيئات والمؤسسات التي تساهم في كثرة وتعدد الإجراءات والتدابير والمطالبة بالعديد من الوثائق للقيام بأي مشروع.

لكي يتسنى للجزائر السير قدماً في اتجاه التوسع في انتشار الإنترنت والتعامل الرقمي لابد من:

- في القدرة المادية - تخصيص مبالغ معتبرة من ميزانية التسيير،
 - الإلمام - المعلومات و المنافسة،
 - الاستقطاب للمشاريع المحلية و الأجنبية الضخمة.²
- بحيث لا يمكن أن تعالج من قبل قوى السوق وحدها بل من خلال الشراكة بين الحكومة والقطاع الخاص للتقليل من الحواجز التنموية حالياً بعبارة أخرى تحتاج الحكومة لتحديد دورها في سياق انتشار واستخدام الإنترنت.
- ففي بعض البلدان مثل فنلندا والسويد والولايات المتحدة تفوق معدلات انتشار الإنترنت 90% من مجموع السكان، بالإضافة لذلك فإن الفجوة الرقمية في هذا الخصوص قد توضحت في أربعة أبعاد هي الوضعية الاجتماعية والدخل والجنس والعمر والمستوى التعليم.

البلدان التي ينتشر فيها استخدام الإنترنت تتسم بوجود حكومات لم تقتنع فقط بترك بروز اقتصاد المعرفة لقوى السوق وحدها بل قامت باختيار دورها حيث تركز على خلق المناخ المناسب لنهوض صناعات تكنولوجيا الاتصال، وقد أدى ذلك المناخ إلى انتشار واستخدام التكنولوجيا الجديدة وقيام المشروعات الجديدة

² فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، مصر، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2010، ص. 10.

والتوسع في اقتناء المهارات التكنولوجية والمعرفة، كما أن هذه الحكومات قامت ببعض المهام التي تعزز من مشاركتها في الاقتصاد الإلكتروني مثل وضع الأطر القانونية وإنجاز الخدمات الحكومية إلكترونياً مجاناً بالإضافة إلى المبادرات في مجال التعليم والتدريب³.

التعامل الإلكتروني يشمل خدمات شبكات الجيل القادم والصلة الرقمية لتوسع على كافة القطاعات مما يتطلب تعزيز الشراكات الاقتصادية للدولة ومع باقي دول العالم، أما المتطلبات التقنية فتتمثل في مقابلة التحديات الناتجة عن أهمية إيجاد شبكات الجيل القادم والتي من شأنها دعم خدمات الصوت، والبيانات والفيديو من خلال توفير موجات ذات النطاق الضيق والعريض، أكد التقرير الأمريكي لسنة 2015 حسب الأرقام على اهتمام الجزائر بارساء مفاهيم الشراكة والتعاون في هذا قطاع الاتصال وذلك من خلال التخفيف من حدة الاجراءات المعقدة و تفعيل خدمة الاللكترونية.

3. مفهوم ومؤشرات اقتصادية قياسية للاستثمار في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال:

تبعاً للتباين في النظر الاقتصادية و المالية على اعتبار أن الاستثمار في هذا المجال يعتبر ثروة، و يعتمد على تطبيق معايير موحدة في النظم المالية و الاللكترونية:

3.1 مفهوم الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال:

يعتبر الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال توظيف الأموال في الاصول الثابتة و المتداولة أو الايرادات المؤجلة بقصد تحقيق منافع مادية على شكل عائدات مالية، تتمثل بالموفورات في تكاليف جمع البيانات و تحديثها لتقديم أفضل الخدمات لتعزيز رضا مختلف الأطراف الاقتصادية.⁴

في ضوء هذا التعريف يمكن شمل مقومات بالاستثمار في قطاع الاعلام و الاتصال في:

- ✓ امتلاك معدات، برمجيات ومختلف التكنولوجيات الرقمية للاتصال،
- ✓ توفير مصادر التمويل للاستثمار: القروض، السندات، الأسهم، المدخرات،
- ✓ مختلف الأصول الثابتة: (البنية التحتية والتجهيزات)، والأصول المتداولة: (النظم و البرمجيات و و التسهيلات).

³: برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، تقرير المعرفة العربي للعام نحو تواصل مجتمع معرفي منتج، 2012، ص188-190.

⁴: شريف كامب شاهين، البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساساً لبناء مجتمع المعلومات، الاستثمار في بنية المعلومات والمعرفة، مصر، الإمارات: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2009، ص 17.

إن الانسجام مع هذه التوجهات العالمية يتطلب توفير مناخ استثماري خاص يتلاءم مع عصر التجارة الإلكترونية وإيجاد منظومة متكاملة تعمل لتحقيق مكاسب حضارية واقتصادية وثقافية نتيجة لتوظيف تقنية المعلومات والاتصالات في مجال وسائل الاعلام وتوفير بيئة منافسة والتوسع في استخدام الإنترنت.

هناك ثلاث موجهات رئيسية للاقتصاد الجزائري وتتمثل في:

- القوانين و التشريعات: التي تمس هذا المجال،
 - الموارد المالية: سواء محلية أو أجنبية،
 - نمو السوق: دراسات و احصائيات حول السوق و معدلات النمو..إلخ.
- وبناء على معدلات النمو لهذه الموجهات فإن من المتوقع أن يكون هناك طلب عالٍ على الاستثمار في مجال الاعلام و الاتصال مستقبلا.
- أما فيما يتعلق بنمو السوق الجزائرية فإن هناك عوامل ينبغي أخذها في الاعتبار وهي :
- التوجه نحو تحرير سوق الاتصالات في الجزائر،
 - انضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية و التوجه نحو سياق العولمة،
 - اتحاد قطاع الأعمال على مستوى المنطقة البحر المتوسط و الشراكة الأروبية واندماج خدمات الاعلام.

2.3 مؤشرات قياس الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال:

تختلف مؤشرات قياس تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باختلاف الجهة وطريقة القياس المعتمدة وتمثل

أهمها في:

- مؤشرات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD): تعتمد **OECD** على 15 مؤشرا نذكر منها:

- العدد الإجمالي لخطوط ومسارات التوصيل / لكل 100 نسمة؛
- العدد الإجمالي للمشاركين في الهاتف المحمول/لكل 100 نسمة؛
- العدد الإجمالي للمشاركين في الإنترنت؛
- عدد المشاركين في الشبكة ذات النطاق العريض/لكل 100 نسمة ووجود خطوط للاشتراك الرقمي (DSL)،

- العدد الإجمالي للمشاركين في خطوط التلفزيون (Câble TV).⁵

- مؤشرات البنك الدولي (WB): يعتمد البنك الدولي 11 مؤشرا نذكر منها:

⁵ : World Bank (2007) *Building knowledge economies: advanced strategies for development* , Washington,

- إجمالي الهواتف لكل 1000 نسمة؛
 - إجمالي الخطوط الهاتفية الأرضية لكل 1000 نسمة؛
 - مستخدمي الهواتف النقالة لكل 1000 نسمة؛
 - الإنترنت الدولية (الشبكة عريضة النطاق) (bits/ لكل نسمة)،
 - مستخدمي الإنترنت لكل 1000 نسمة؛
 - سلة الأسعار لاستخدام الإنترنت (مقدرة بالدولار الأمريكي الشهري)؛
 - مدى توفر خدمات الحكومة الإلكترونية؛
 - مدى استخدام الإنترنت في الأعمال والتجارة.⁶
- **مؤشرات الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU)** : أصدر تقريراً لسنة 2015 بمساهمة من العديد من المنظمات والهيئات الدولية تحت عنوان: (Coré ICT Indicateurs) أهم المؤشرات في التقرير كالتالي:

القِطاع	مؤشر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال
البنية التحتية و النفاذ	<ul style="list-style-type: none"> ■ خطوط الهاتف الثابت لكل 100 ساكن. ■ إجمالي الهاتف المحمول لكل 100 ساكن. ■ الاشتراك الثابت بشبكة الإنترنت لكل 100 ساكن. ■ الاشتراك الثابت بشبكة الإنترنت عريضة النطاق لكل 100 ساكن. ■ الاشتراك بشبكة الهاتف المحمول لكل 100 ساكن.
العائلات و الأفراد	<ul style="list-style-type: none"> ■ نسبة العائلات التي تمتلك مذياع. ■ نسبة العائلات التي تمتلك جهاز تلفزيون. ■ نسبة العائلات التي لديها خط هاتفي: ■ نسبة العائلات التي تمتلك جهاز كمبيوتر. ■ نسبة الأفراد الذين استخدموا الكمبيوتر في الاثني عشر (12) شهرا الأخيرة. ■ نسبة العائلات ذات التوصيل بالإنترنت.
قطاع الأعمال	<ul style="list-style-type: none"> ■ نسبة استخدام الحاسوب في منظمات الأعمال. ■ نسبة الأفراد الموظفين الذين يستخدمون الحاسوب بصفة روتينية. ■ نسبة منظمات الأعمال التي تستخدم الإنترنت. ■ نسبة الأفراد الموظفين الذين يستخدمون الإنترنت بصفة روتينية. ■ نسبة حضور أو تواجد منظمات الأعمال على مواقع الإنترنت وصفحات الويب.

⁶: OECD (2012) *OECD Key ICT Indicators* , available at: www.oecd.org/sti/ICTindicators, 16-09-2016,

<ul style="list-style-type: none"> ■ نسبة منظمات الأعمال ذات شبكات الإنترنت. ■ نسبة منظمات الأعمال التي تستقبل الطلبات عن طريق الإنترنت. ■ نسبة منظمات الأعمال التي ترسل طلبيا عن طريق الانترنت. ■ نسبة منظمات الأعمال التي تستخدم الإنترنت ذات التوصيل عن طريق مختلف الشبكات. ■ نسبة منظمات الأعمال ذات شبكات الاتصال المحلية LAN . 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ نسبة القوة العاملة في قطاع تكنولوجيا المعلومات من إجمالي القوة العاملة في قطاع الأعمال. ■ حصّة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من إجمالي القيمة المضافة. 	القطاع الانتاجي
<ul style="list-style-type: none"> ■ الواردات من منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كنسبة من إجمالي الواردات. ■ الصادرات من منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كنسبة من إجمالي الصادرات. 	التجارة الدولية
<ul style="list-style-type: none"> ■ نسبة طلبة المسجلين لما بعد الثانوية في مجال ذات علاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال. ■ نسبة استخدام أجهزة الراديو في المدارس للأغراض التعليمية. ■ نسبة استخدام أجهزة التلفزيون في المدارس للأغراض التعليمية. 	التربية والتعليم

Source: Sheridan Roberts (2015) *Partnership on Measuring ICT for Development; Core ICT*

Indicators , International Telecommunication Union, Switzerland, Geneva, p p: 5-8, Available at:

<http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/index.html>, 10-09-2016, 21:54:02

2.3 الرقم القياسي لتطور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال-(ICT Développement Index (IDI):

يشكل الرقم القياسي لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة قيمة لقياس المعايير للتحويل

إلى مجتمع معلومات وهو مؤشر مكون من إحدى عشر مؤشرا تغطي النفاذ إلى التكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و استخدام المهارات المتعلقة بها.

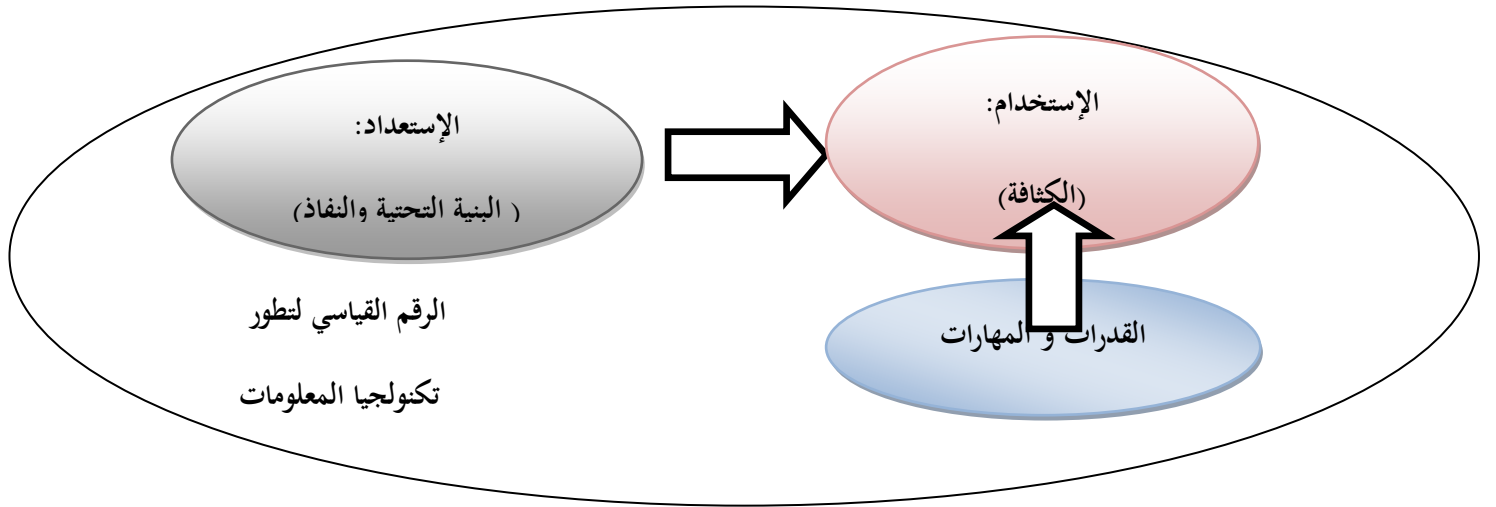
يمكن توضيح عملية تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المراحل التالية:

➤ الاستعداد والتحفز لتكنولوجيا الاتصال-**ICT Readiness** : مدى توفر البنية التحتية و الشبكات و التسهيلات،

➤ كثافة و شدة تكنولوجيا الاتصال-**ICT Intensite**: تعكس مستوى كثافة التكنولوجيا في المجتمع،

➤ أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال**ICT Impact**: تعكس نتائج و مخرجات الاستعمال الفعال للتكنولوجيا

الشكل 01/03: المراحل الثلاثة للتحوّل نحو مجتمع المعلومات:



Source: *Measuring the Information Society*, ITU, p: 8.

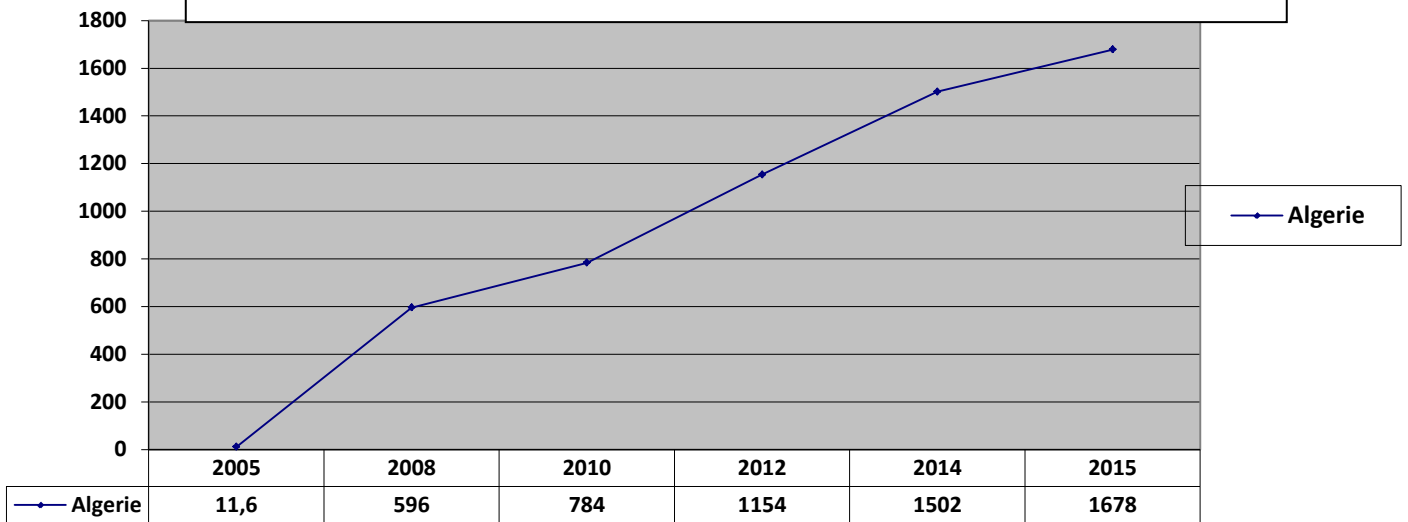
غير أن الوصول إلى المرحلة الثالثة وتعظيم أثر مجتمع المعلومات يعتمد بدرجة كبيرة على المركب الثالث للرقم القياسي (IDI) و هو مهارات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. يوضح الشكل التالي مؤشر (IDI) ومؤشراته الفرعية:

	%	القيمة	النفاد
ID	02	60	- إجمالي الهواتف الثابتة لكل 100 ساكن؛
	20	180	- إجمالي الهواتف المحمولة لكل 100 ساكن؛
	20	377~28	- عرض نطاق الإنترنت الدولية) بت/ثا (لكل مستخدم)؛
	02	0	- نسبة العائلات التي لديها جهاز كمبيوتر؛
	02	100	- نسبة العائلات ذات التوصيل بالإنترنت.
	%	القيمة	الاستخدام
40	33	100	- نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت؛
	33	60	- الاشتراك في شبكة الإنترنت الأرضية لكل 100 ساكن؛
	33	100	- الاشتراك في شبكة الهاتف المحمول لكل 100 ساكن.

Source: *Measuring the Information Society*, ITU, p: 10.

- **النفاد-Access**: يرصد الاستعداد لتكنولوجيا الاتصال و المعلومات والبنية التحتية،
- **الاستخدام-Use**: يرصد كثافة التكنولوجيا الاتصال،
- **المهارات-Skills**: يرصد هذا المؤشر المهارات اللازمة لاستخدام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال.

Parc Clients Internet 2005-2015 En Milliers



Parc Global Des Abonnés Aux Réseaux Mobiles GSM & 3G Par Opérateur :

	2013	2014	2015
Algérie Télécom Mobile	12 538 475	13 022 295	13 978 456
Optimum Télécom Algérie	17 585 327	18 612 148	19 013 567
Wataniya Télécom Algérie	9 506 545	11 663 731	12 345 102
Total des abonnés GSM & 3G	39 630 347	43 298 174	45 376 243

(Source ARPT)

نجد أن نسبة التغطية الهاتفية الإجمالية (الثابت والنقال) في الجزائر في السنوات 2001، 2002، 2003 كانت 6.4 % ثم 7.7 % ثم 12.5 % (سلطة الضبط للبريد والمواصلات، 2004، 1)؛ بينما في تونس يمثل ما يقرب من النسبة الأخيرة (بالضبط 12 %) نسبة التغطية بالهاتف الثابت لوحده لنفس السنة (عبد اللطيف عبد الجواد، 2003، 3). أما نسبة رقم أعمال قطاع الاتصالات إلى إجمالي الناتج القومي فتطورت من 1.01 % في 2002 إلى 1.57 % في 2003 (سلطة الضبط للبريد والمواصلات، 2004، 2) أي ما يقرب من الضعف.

4. تحليل اقتصادي اجتماعي لاستراتيجية استقطاب الاستثمار في مجال الاعلام والاتصال:

1.4 استراتيجية المسطرة لاستقطاب الاستثمار في مجال الاعلام و الاتصال:

يسهر القطاع حاليا بكافة اطاراته على تطبيق مختلف الاستراتيجيات كل على نطاق تخصصه لأجل تحقيق مايلي:

- تعديل الدولة للبيئة التنظيمية والإطار القانوني يسمح بتشجيع و تطوير الاستثمار،
- تحسين فرص التكامل بين القطاعين الحكومي والخاص،
- وضع معايير للمقارنة و قياس الأداء و كذا الانتشار،
- توفير التمويل الحكومي لاحتضان أنشطة الاقتصاد الجديد وتهيئة السبل للمستثمرين،.
- توفير بيئة متماسكة، متكاملة العناصر، متفتحة وآمنة لازدهار الأعمال الإلكترونية،
- تشجيع الحكومة الإلكترونية بتدرج وكفاءة مع خدمات حكومية إلكترونية متاحة،
- تزويد القطاع بقدرات تنافسية و تحقيق الانتاجية يساهم في بروز اقتصاد المعرفة،
- تمويل الخدمة الشاملة من خلال وفتح أسواق جديدة وخفض التكلفة والوقت،

- إقامة الندوات والملتقيات ونشر التوعية الوطنية،
- توفير القوى العاملة المؤهلة من خلال نظم تعليمية رفيعة المستوى.

في سنة 2008 تم قياس انتشار الإنترنت في الجزائر بـ (3.5%) من مجموع السكان و (6.7%) من مجموع الأسر، وتقود نتائج المسح الذي أجري في السوق في نوفمبر 2010 بالإضافة إلى رصد حركة الإنترنت إلى تقدير انتشار الإنترنت بنسبة (7.3%) من مجموع السكان و(16.25%) من مجموع الأسر، وعلى الرغم من هذا التقدم الملحوظ فإن انتشار الإنترنت في الجزائر لا يزال منخفضاً مقارنة بالصعيدين الإقليمي والعالمي.

بوضع هذه الخطة تمكن اقتصاد الجزائر بحلول عام 2020 من أن يقاس انتشار الإنترنت بمعدل 80% بين الأفراد و75% بين العائلات وهذا هدف طموح ولكنه من الممكن تحقيقه إذا ما وضعت الاستراتيجيات الصحيحة.

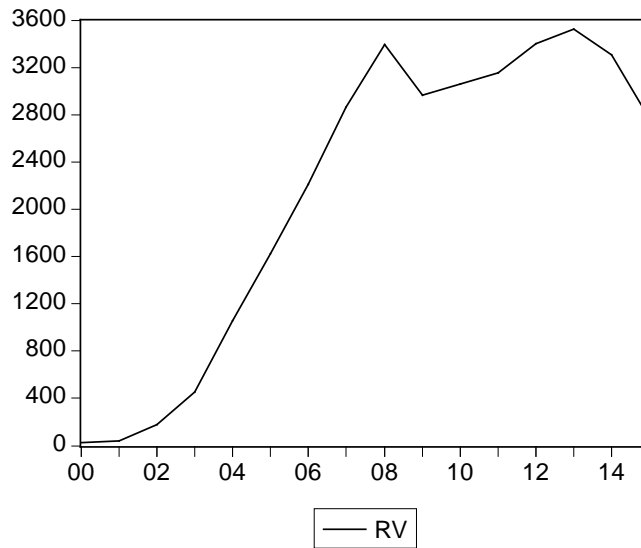
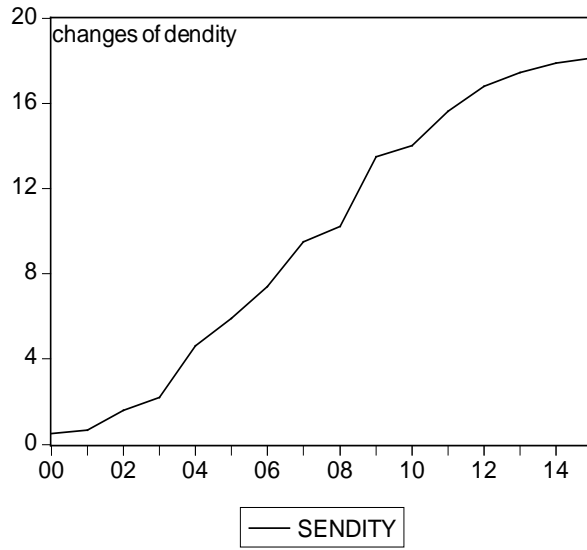
2.4 المعوقات الحالية بالجزائر للاستثمار في قطاع الاعلام والاتصال:

للدولة الدور القيادي في بذل الجهود المعتبرة للحد من المعوقات الحالية في وجه الاستثمار في القطاع بالجزائر:

- ❖ غياب عنصر الثقة، الأمن، الخصوصية و مختلف دراسات السوق توضح كافة أجزائها،
 - ❖ البيروقراطية وكذا التباعد ما بين المراكز الحضرية و مختلف التجمعات السكانية.
4. تقدير الطلب الاستثماري لقطاع وسائل الاعلام و الاتصال في الجزائر:

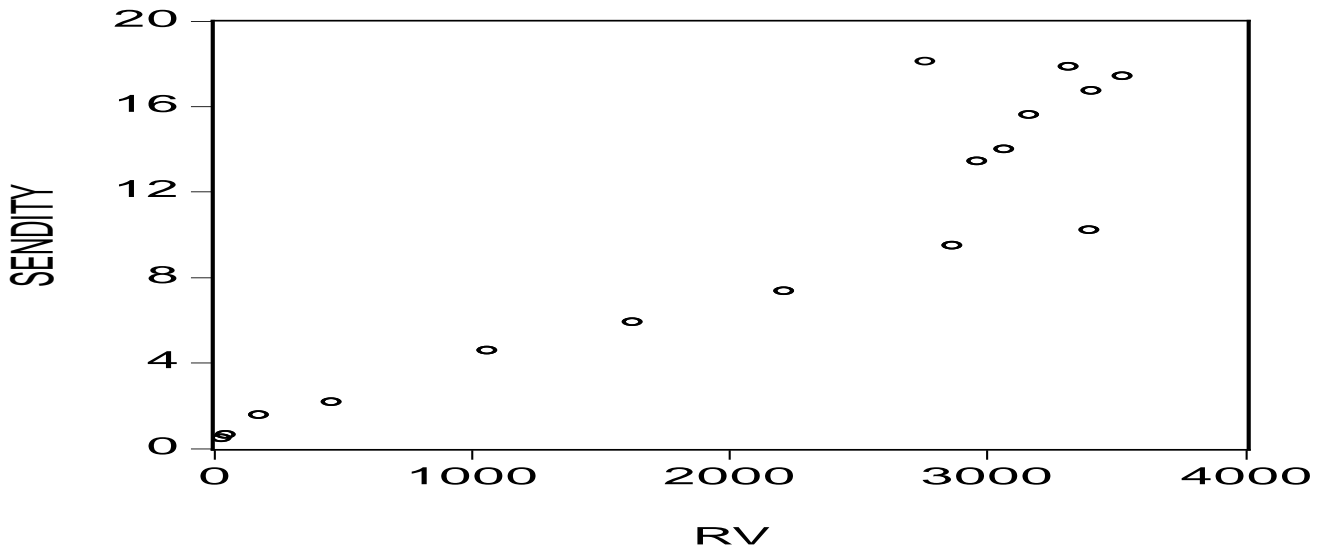
لدينا المتغيرات التالية التي تتطور خلال سنوات الدراسة (2000-2015) كالتالي:

- SENDITY: تطور كثافة مستخدمي الانترنت عبر سنوات الدراسة، و هي متغيرة مستقلة.
 - RV: تطور أرباح الاستثمار في مجال تكنولوجيا الاعلام و الاتصال، و هو المتغير التابع.
- الشكل (01-05): يوضح تطور كل من: SENDITY , RV عبر سنوات الدراسة:



المصدر: من إعداد الطالبة-04-Eviews

الشكل البياني التالي يوضح العلاقة الخطية البيانية ما بين متغيرات الدراسة:



المصدر: من إعداد الطالبة-04-Eviews .

نلاحظ من خلال الشكل العلاقة الخطية ما بين المتغيرات و التي نفسرها ببناء نموذج انحدار خطي بسيط اعتمادا على طريقة المربعات الصغرى العادية:

Dependent Variable: RV				
Method: Least Squares				
/16 Time: 17:499Date: 10/0				
Sample: 2000 2015				
Included observations: 16				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
SENDITY	188.0139	20.69565	9.084704	0.0000
C	292.9935	241.0139	1.215670	0.2442
R-squared	0.854970	Mean dependent var		2124.954
Adjusted R-squared	0.844611	S.D. dependent var		1339.428
S.E. of regression	527.9950	Akaike info criterion		15.49252
Sum squared resid	3902902.	Schwarz criterion		15.58909
Log likelihood	-121.9402	F-statistic		82.53185
Durbin-Watson stat	0.525369	Prob(F-statistic)		0.000000

المصدر: من إعداد الطالبة-04-Eviews .

اختبار الفرضيات و معنوية المعالم:

• نستخلص المعادلة التالية من التقدير:

$$RT=188.01 \text{ SENDITY}+292.99$$

0.000 0.244 (1.0)

نلاحظ أن المتغيرة المستقلة معنوية احصائيا في حين أن الثابت غير معنوي احصائيا.

معامل الارتباط:

تدل قيمته الموجبة على العلاقة الطردية القوية الموجبة ما بين المتغيرات الدراسة: $R^2 = + 0.854$.
معامل الارتباط المصحح بعلاقته الرياضية يهدف للقضاء على بعض الاخطاء التي يمكن أن تحدث أثناء القياس ما بين المتغيرات.

أما عن معامل الارتباط المصحح بقيمته ايضا موجبة و هي بحوالي: $R^2 = + 0.844$.
النموذج حسب الجدول القياس معنوي:

F-statistic) 82.531(

Prob(F-statistic)) 0.0000(

بما أن قيمة Prob(F-statistic) أقل من 0.005 فهو معنوي و بذلك النموذج له قوة رياضية اقتصادية احصائية حسب التفسير المقدم.

اختبار دربن واتسن-Durbin-Watson Test :

Durbin-Watson) .525(0

من الجدول نلاحظ:

:stat

التحليل الاحصائي:

4	D2	2	4-D2	4-D1	D1	0
---	----	---	------	------	----	---

● $DW=0.525$ وهي تقع في مجال الذي ينتمي إليه (0-D1) أي وجود مشكلة الارتباط الذاتي

للأخطاء التقدير.

الخاتمة:

اعتمادا على المقاربات النظرية والميدانية تم استخلاص آفاق الاستثمار في التكنولوجيا الاعلام على صعيد:
➤ **التعليم (Tel-Éducation)** : حيث يعد قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من العوامل التي تساهم في تطوير نوعية التعليم، وتوفير التعليم عن بعد، وزيادة عدد المؤسسات التعليمية، وزيادة عدد الطلاب من مجال العلوم والتقنية وزيادة النفقات الحكومية في مجال التعليم.

- **الصحة (Télémédecine)**: يمكن أن يساهم قطاع تقنية المعلومات والاتصالات في تنمية قطاع الصحة وذلك من خلال ربط الخدمات بالمراكز الطبية الرئيسية والمتخصصة، كما يساهم قطاع تقنية المعلومات والاتصالات في تبادل المعرفة في مجال الطب عبر العالم،
- **إندماج الاتصالات والحاسب الآلي (Télé-Commute)**: إن اندماج الحاسب الآلي وخدمات الاتصالات يتيح إنجاز الأعمال خارج المكاتب سواء على الطريق أو في المنزل أو مكتب العمل، خاصة مع تكيف البيئة التنظيمية و القانونية مع هذه التغيرات،
- **التسوق الإلكتروني (Téléshopping)**: أصبح أكثر شعبية ويزداد بقوة بجانب سهولة التعامل وقلة الجهد المبذول فهو كذلك يوفر نوعاً من الخصوصية،
- **السياحة والنقل**: إن البرامج المنتهجة و المتبناة في ماليزيا قد أعطى دفعا كبيرا لمساهمة قطاع الاعلام في التنمية السياحة، كما يساهم قطاع في زيادة الطلب على خدمات النقل من خلال ميكنة هذا النشاط، والربط بين وسائل النقل المختلفة وتقليل التكلفة.

➤ قائمة الراجع:

1. المراجع باللغة العربية:

1. عبد الله علي وفرغلي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، الطبعة الأولى، مصر: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع-2007.
2. فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، مصر، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 2010.
3. شريف كامب شاهين، البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساسا لبناء مجتمع المعلومات، الاستثمار في بنية المعلومات والمعرفة، مصر، الإمارات: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2009.
4. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، تقرير المعرفة العربي للعام ننحو تواصل مجتمع معرفي منتج، 2012.
5. حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2012-2013.

2. المراجع باللغة الأجنبية:

1. International Telecommunication Union (2011) Measuring the Information Society , Switzerland, Geneva, p: 7-10, Available at: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/index.html>.

2. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
 3. OECD (2012) OECD Key ICT Indicators , available at: www.oecd.org/sti/ICTindicators .
 4. Sheridan Roberts (2015) Partnership on Measuring ICT for Development; Core ICT Indicateurs, International Télécommunication Union, Switzerland, Geneva, p p: 5-8, Available at: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/index.html> .
 5. World Bank (2007) ;Building knowledge economies: advanced strategies for development, Washington.
-