

تأثير الاقتصاد الرقمي على تنافسية المؤسسات الناشئة.

The Impact of the digital economy

طيب ابراهيم ويس

- جامعة جيلالي ليابس -سيدي بلعباس ، الجزائر

tayebbrahimouis@yahoo.fr

مجاهد بشرى*

مخبر المرافق العمومية والتنمية، جامعة جيلالي ليابس،

سيدي بلعباس ، الجزائر

bochra.medjahed@univ-sba.dz

- تاريخ الإرسال: 2022/09/29 - تاريخ القبول: 2022/12/24 - تاريخ النشر: 2022/12/27

الملخص: تعتبر مسألة تنافسية المؤسسات الناشئة من المواضيع المستجدة في الساحة العلمية والاقتصادية نظرا لحدثة تنظيمها القانوني من جهة، ومن جهة أخرى باعتبارها شكلا جديدا للمؤسسات الاقتصادي في الجزائر، كما أن رقمنة النظام الاقتصادي أثرت بدورها على نشاط المؤسسات الناشئة وتنافسيتها لاسيما من حيث مدى ممارسة التجارة الالكترونية والصيرفة الالكترونية والاستثمار الالكتروني.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الناشئة، الاقتصاد الرقمي، التجارة الالكترونية، الصيرفة الالكترونية الاستثمار الالكتروني.

Abstract the competitiveness is considered one of the new topic in the scientific and economic field, due to the newness of its legal organization on the one hand and on the other hand as it is new format of economic enterprise in Algeria. The digitization of the economic system has in turn affected the activity and competitiveness of startups, especially in the term of practicing the e-commerce, electronic banking, and the e-investment.

Keywords: startups, digital economy, e-commerce, electronic banking, e-investment.

* المؤلف المرسِل: مجاهد بشرى.

مقدمة:

لقي موضوع المؤسسات الناشئة وريادة الأعمال اهتماما كبيرا من قبل السلطات الرسمية والهيئات العلمية خلال الآونة الأخيرة، نظرا للوعي المتزايد بأهميتها في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية، تماشيا مع التطورات الاقتصادية العالمية تحت تأثير الثورة المعلوماتية التي تعتبر الشركات الناشئة من أنجح النماذج الاقتصادية فيها، نظرا لانسجامها بخاصية الاستجابة السريعة للتغيرات الحاصلة في المجتمع .

فالشركات الناشئة هي كل مؤسسة فتية وديناميكية تركز على التكنولوجيا والابتكار، وحيث يعمل مؤسسوها على تطوير منتج أو خدمة غير معروفة من أجل إنشاء أسواق جديدة¹، لذلك كان من الضروري توفير مختلف الآليات والطرق والأساليب لزيادة فعالية هذه المؤسسات، وضمان استمراريتهما على المدى البعيد لاسيما من خلال مراعاة البيئة التسويقية التي تمارس فيها هذه المؤسسات نشاطها .

هذه البيئة التي تركز على المعرفة المتعمقة بمختلف مستوياتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها...، كما تركز على مختلف الفاعلين في نطاقها سواء الزبائن أو الموردين أو غيرهم، هذا الأخير يؤثر على الخطط التسويقية للشركات الناشئة سواء من حيث تحسين جودة المنتجات أو الخدمات، أو الحصول على حصص سوقية كبيرة أساسها رضا المستهلكين .

وتبرز أهمية المؤسسات الناشئة خصوصا في دورها الحاسم في تطوير النسيج الاقتصادي والاجتماعي والمرتبط أساسا بانخفاض تكاليف إنشائها، إضافة إلى انتشارها الواسع وتعدد الخدمات والسلع التي تقدمها لذلك يلاحظ سعي السلطات الجزائرية لتحفيز الشباب خاصة الجامعي منهم، على إنشاء مؤسساته الخاصة لاسيما من خلال توفير مختلف الحاضنات والمؤسسات المقاولاتية بالجامعات وضمان تمويلها .

ويلاحظ أن الحياة الاجتماعية قد عرفت تغيرات جمة ناتجة عن الثورة المعلوماتية، وامتدت هذه التغيرات بدورها للأنشطة الاقتصادية في أساليبها ووسائلها فلم يعد النظام الاقتصادي تقليديا بل ظهر ما يعرف بالاقتصاد الرقمي، الذي يركز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إجراء وإتمام مختلف المعاملات التجارية .

¹ - كتاب المؤسسات الناشئة، ص31.

وقد ترتب على ذلك اتساع نطاق المبادلات التجارية بين مختلف الدول في إطار سوق عالمية الكترونية شديدة المنافسة، وإن كانت تعد أداة فعالة للعديد من الدول لمضاعفة حجم تجارتها ورفع معدلات نمو اقتصادها .

وتكمن أهمية الدراسة في محاولة تأكيد مختلف تأثيرات الاقتصاد الرقمي على المؤسسات الناشئة في أعمالها ونشاطها وبالتالي على تنافسيتها ومدى استمرارها، باعتبار أن هذا الأخير أصبح واقعا حتميا فرضتها التطورات العلمية والرقمية المتسارعة، وانعكست آثاره على الوضع الاجتماعي والاقتصادي في الداخل خصوصا، مما يحتم على مختلف الهيئات والسلطات الفاعلة تبني إستراتيجية واضحة لتأطير عملية التحول الرقمي على النحو الذي يضمن عدم تهديد دورة حياة المؤسسات الناشئة .

من هنا تتزايد أهمية البحث في هذا الموضوع لاسيما من خلال حصر مختلف المفاهيم ذات الصلة والتطرق لمختلف التأثيرات، فكيف يمكن تفسير تنافسية المؤسسات الناشئة في الجزائر؟ وما هي أهم جوانب الاقتصاد الرقمي التي من شأنها التأثير على تنافسية هذه المؤسسات؟، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي عند التطرق لمفهوم التنافسية ومفهوم الاقتصاد الرقمي، إضافة إلى المنهج التحليلي لدراسة مدى رقمنة نشاط المؤسسات الناشئة وتأثير ذلك على المنافسة بينها .

وعيه فقد تمت دراسة هذا الموضوع من خلال محورين أساسيين تناولنا في المحور الأول تنافسية المؤسسات الناشئة في الجزائر، وفي المحور الثاني الاقتصاد الرقمي كأحد تحديات المؤسسات الناشئة .

المبحث الأول: متطلبات تنمية القدرة التنافسية لدى المؤسسات الناشئة

إن المؤسسات الناشئة وخاصة الصناعية منها أمام تحديات معقدة تفرض عليها إيجاد طرق وأساليب جديدة، تؤدي بها إلى تطوير سياساتها واستراتيجياتها لتكسب قدرات تنافسية وتكون قادرة على المنافسة، فنجاح أية مؤسسة صغيرة أو كبيرة ناتج عن قدرتها على المنافسة في الأسواق المحلية أو العالمية؛ وفي ظل الانفتاح الذي تستهدفه معظم الدول وخاصة منها الجزائر التي أصبحت تسعى جاهدة إلى تطوير مؤسساتها الصغيرة والمتوسطة بغية الرفع من قدرتها التنافسية.

المطلب الأول: مفهوم التنافسية

لقد شغل مفهوم التنافسية حيزا ومكانة هامة وعلى الرغم من عدم اتفاق الفقه حول تعريف موحد لمضمونها، إلا أنهم اتفقوا جميعا على أنها تمثل العنصر الاستراتيجي الذي يمنح فرصة جوهرية للتقدم وتحقيق ربحية أكبر².

اختلف مفهوم التنافسية حسب الفئة المعنية به فالمنافسة الدولية حسب (Laura D'Andréa Tysan) تشير إلى قدرة دولة ما على إنتاج سلع وخدمات تلبي احتياجات الأسواق العالمية وتساعد في نفس الوقت على تحقيق ارتفاع في متوسط تصيب الفرد من الداخل القومي لرعايا دولة المعنية والعمل على الحفاظ عليه واستمرارية هذا الارتفاع، والتنافسية لدى الدول المتقدمة تعني قدرتها على الحفاظ على موقعها الريادي و الاقتصاد العالمي من خلال الابتكار بعد أن وصلت إلى مستويات مرتفعة من الإنتاجية ولم يتبقى أمامها في تحقيق النمو المستدام الاعتماد على الابتكار³.

والتنافسية حسب الدول النامية تعني قدرتها على النمو والحصول على حصة سوقية في المجالات التي تتوفر فيها فرصة لتحويل الميزات النسبية التي تمتلكها إلى مزايا تنافسية بالإضافة إلى إيجاد المزيد من المزايا التنافسية عبر تبني مجموعة من الإصلاحات الهيكلية والسياسيات الاقتصادية المناسبة⁴.

أصبحت عبارة تنافس أو تنافسية ذات وقع متزايد الأهمية حاليا إلى أنه من الصعب تتبع الأصول التاريخية لهذا المصطلح وبالرجوع إلى الكتابات المتعلقة بالتنافسية يمكن ملاحظة إن هذا المفهوم ارتبط بأمرين: الأول أن ظهور مفهوم التنافسية الدولية برز مع تفجر قضية العجز الكبير في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية للفترة 1981...1987 وزيادة المديونية الخارجية أما الأمر الثاني فلأنه ظهر كنتيجة لما أطلق عليه نظام الاقتصاد العالمي الجديد في بداية التسعينات⁵.

وقد عرف (Laura D'Andréa Tysan) التنافسية الدولية على أنها القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اختيار المنافسة الدولية بشكل يتمتع فيه سكان الدولة بمستوى مستدام، بينما تتمثل تنافسية المؤسسات في قدرتها على مواجهة المنافسة سواء في الأسواق الداخلية أو الخارجية، وعليه

² - سليمة غدير أحمد، بهدي عيسى، تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل الانفتاح الاقتصادي الجديد، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 3، ديسمبر 2015، ص 16.

³ - المرجع نفسه، ص 18.

⁴ - المرجع نفسه، ص 18.

⁵ - حجاج عبد الرؤوف، الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية مصادرها ودور الإبداع التكنولوجي في تنميتها دراسة ميدانية في شركة روائح الورود لصناعة العطور بالوادي، مذكرة ماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، كلية التسيير والعلوم الاقتصادية، جامعة 20 أوت سكيكدة، 2006/2007، ص 6.

يتضح من خلال هذا التعريف أن هناك تنافسية على مستوى الدول وعلى مستوى المؤسسات الأخرى وعلى مستوى القطاعات⁶.

ويقصد بالميزة التنافسية قدرة المؤسسة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمؤسسات الأخرى العاملة في نفس النشاط، ويمكن تقسيم الميزة التنافسية إلى نوعين أساسيين وهما:

1- الميزة التنافسية الخارجية: وتركز المؤسسة في هذا النوع ، على تمييزها للمنتج من خلال عناصر تعطي إضافة للمشتري، بالتقليل من تكلفة الاستعمال أو رفع كفاءته، وعليه نستنتج أن الميزة التنافسية الخارجية تكسب المؤسسة قوة المساومة في السوق، وتجعل المستهلك يقتني المنتجات بأسعار مرتفعة بفعل التمايز الذي أظهره هذا المنتج مقارنة بمنتجات المنافسين، واقتناع المستهلك بأن جودة هذا المنتج أحسن وأفضل من المنتجات المنافسة من كل الجوانب، وعليه فإن المؤسسة في هذه الحالة بإمكانها تقديم منتج متميز وفريد وله قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك⁷.

2- الميزة التنافسية الداخلية: في هذه الحالة تركز المؤسسة في تفوقها وتميزها على المنافسين، على تحكمها في تكاليف الصنع، الإدارة أو تسيير المنتج، والتي تضيف قيمة إليه بإعطائه سعر تكلفة منخفض عن المنافس الأولي، حيث تلجأ المؤسسة إلى انتهاز إستراتيجية السيطرة بالتكاليف وتحسين الإنتاجية التي تسمح لها بتحقيق مردود أحسن، وعوائد أكبر، ومنه الوصول إلى أفضل قوة للمساومة، حتى في حالة انخفاض الأسعار أو الدخول في حرب الأسعار، لأن المؤسسة تتحكم في تكاليفها إلى درجة كبيرة، وبحوزتها معرفة تنظيمية وتكنولوجية عالية⁸.

وقد حاولت العديد من الأبحاث والدراسات تطوير مؤشرات جديدة لقياس التنافسية، وبما أنه لم يتم التوصل إلى تعريف موحد، فقد تباينت الآراء أيضا حول إيجاد مؤشرات متفق عليها، خاصة وأنها تخضع للعديد من المتغيرات والعوامل الكمية والنوعية، ويمكن حصر أهم مؤشرات قياس التنافسية على مستوى المؤسسة في:

*الربحية: تشكل الربحية مؤشرا كافيا على التنافسية، فهي تتعلق بالقيمة الحالية لأرباح المؤسسة بالقيمة السوقية لها، ويمكن أن تكون المؤسسة تنافسية في سوق تتجه نحو التراجع، وبذلك فإن هذه التنافسية الحالية لا تضمن للمؤسسة ربحيتها المستقبلية، وتعتبر الربحية قياسا للعائد في صورة الأرباح

⁶ - حجاج عبد الرؤوف، المرجع السابق، ص6.

⁷ - المرجع نفسه، ص6، 10، 20.

⁸ - المرجع نفسه، ص20.

التي يحصل عليها المساهمون لاستثماراتهم في المؤسسة، وهي مفتوحة في شكل نسبتيين: عائد حقوق الملكية والذي يوضح ربحية المؤسسة فيما يتعلق برأسمال الذي يقدمه المساهمون، وعائد لرأسمال والذي يساهم في تقديم معلومات عن أداء المؤسسة بالتركيز على الكفاءة⁹.

*تكلفة الصنع: تكون المؤسسة غير تنافسية حسب النموذج النظري للمنافسة النزيهة، إذا كانت تكلفة الصنع المتوسطة تتجاوز سعر منتجاتها في السوق، ويرجع ذلك إما لانخفاض إنتاجيتها، أو أن عوامل الإنتاج مكلفة كثيرا، أو للسببين السابقين معا.

*الإنتاجية الكلية للعوامل: هو المؤشر الذي يقيس الفاعلية التي تحول المؤسسة فيها مجموعة عوامل الإنتاج إلى منتجات¹⁰.

*الحصة من السوق: يمكن أن يكون المنتج مربحا ويستحوذ على حصة سوقية أكبر في السوق المحلية دون أن يكون منافسا في السوق الدولية، ويحدث هذا عندما تكون السوق الداخلية محمية، ولهذا وجب مقارنة تكاليف المنتج المحلي مع تكاليف المنتجات الدولية المنافسة¹¹.

المطلب الثاني: شروط نجاح المؤسسة الناشئة

إن نجاح أي مؤسسة ناشئة يتطلب توافر جملة من الشروط وتتمثل أساسا في الثقافة المقاولاتية، مناخ أعمال ملائم وتنوع مصادر التمويل وسهولة الحصول عليها .

الفرع الأول: الثقافة المقاولاتية

إن الثقافة المقاولاتية هي المفهوم الذي يدل على انتشار اتجاه اجتماعي نحو المغامرة ويدعم النشاط الريادي، ويكتسب الأفراد هذه القيم من مختلف مؤسسات المجتمع وبيئة الأعمال، وكلما سادت هذه الثقافة كلما ظهر أفراد مقاولون أكثر بما فيهم الشركات الناشئة، ويعتبر المقاول الفاعل الأساسي في نجاح الشركة الناشئة، لما ينبغي أن يتميز به من صفات شخصية خاصة كالحاجة إلى الانجاز، المخاطرة المبادرة، والابتكار، هذه السمات يجب أن يعززها بمختلف المهارات اللازمة لقيادة شركته، منها المهارات الإدارية، الاجتماعية، الشخصية، أو مهارات مقاولاتية بحتة¹².

⁹ - حجاج عبد الرؤوف، المرجع السابق، ص20، 21.

¹⁰ - المرجع نفسه، ص21.

¹¹ - المرجع نفسه، ص21.

¹² - مجموعة باحثين، كتاب جماعي بعنوان المؤسسات الناشئة ودورها في الإنعاش الاقتصادي في الجزائر، مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التطوير المحلي -حالة منطقة البويرة-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، دون ذكر سنة، ص25.

الفرع الثاني: مناخ الأعمال

إن نجاح الشركات الناشئة يعتمد على توفير بيئة ملائمة تدعم وتشجع الأفراد الذين يملكون أفكارا إبداعية واستعدادات وقدرات لتجسيدها على أرض الواقع¹³، ويشمل مناخ الأعمال جميع العوامل التي تؤثر في جذب المستثمرين للعمل في دولة ما أو قطاع معين دون غيره، وهو يرتبط بسهولة ممارسة الأعمال أو حرية الاستثمار، وعليه فإن مناخ الأعمال الإيجابي يلعب دورا هاما في جذب المستثمرين الأجانب، ويساعد على تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات المحلية¹⁴.

الفرع الثالث: تنوع مصادر التمويل وسهولة الحصول عليها

يتطلب النمو الكبير والسريع للشركات الناشئة تمويلا معتبرا بشكل مستمر ومن مصادر متعددة حتى تستطيع تغطية نفقاتها، وتتمثل هذه المصادر عموما فيما يلي:

* رأسمال المخاطر: هو عبارة عن أسلوب أو تقنية لتمويل المشاريع الاستثمارية بواسطة شركات رأسمال المخاطر وذلك على أساس المشاركة، حيث يقوم المشارك بتمويل المؤسسات دون ضمان العائد ولا مبلغه، فهو يخاطر بأمواله، لذلك فإن هذه التقنية تساعد أكثر المؤسسات الناشئة التي تواجه صعوبات في هذا المجال¹⁵.

* ملائكة الأعمال: هو مصطلح يطلق على رجال المال والأعمال وأصحاب الثروات الذين يقومون بتمويل المشاريع الصغيرة التي لازالت ناشئة وتسعى إلى التطور وذلك من أرصدتهم الخاصة، مقابل الحصول على حصة معينة من المشاريع الممولة، وتكون تلك الحصة مبنية على قيمة التمويل ومدى إسهام الممول في تطوير وإنجاح المشروعات، وما يميز المستثمرين الملائكة أنه من خلال الاعتماد عليهم في مرحلة ما بعد إطلاق الشركات الناشئة، ستحصل الشركة على التمويل الضروري للعمليات التشغيلية فيها، ولتبني إستراتيجية تسويق قوية تستطيع من خلالها الوصول إلى جمهورها المستهدف خاصة أن المستثمرين الملائكة يقدمون عادة تمويلا ضخما للشركات الناشئة¹⁶.

¹³ - مجموعة باحثين، المرجع السابق، ص 38.

¹⁴ - حجاب عيسى، عيشاوي وهيب، دور المستثمرين الملائكة في تمويل المشاريع المقاولاتية دراسة حالة أوروبا خلال الفترة 2013-2016، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 4، العدد 2، ديسمبر 2019، ص 319-326.

¹⁵ - دراجيكريمو، شركات رأسمال المخاطر كآلية لتمويل المؤسسات دراسة حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 9، سبتمبر 2013، ص 346.

¹⁶ - حجاب عيسى، عيشاوي وهيب، المرجع السابق، ص 26-27.

*أجهزة الاستثمار المدعومة من الحكومات: هي عبارة عن صناديق استثمارية تنشئها الحكومات من أجل دعم الشركات الناشئة التي لا تستطيع الاستفادة من تمويل المصادر الأخرى، التي عادة ما تكون ملكيتها تابعة للقطاع الخاص¹⁷.

*سوق الأوراق المالية العامة: يقصد بهذا الأسلوب تحول المؤسسات من ثقافة التمويل التقليدي عن طريق البنوك إلى ثقافة التمويل المباشر عن طريق البورصة، غير أنه ظهر إشكال بهذا الخصوص باعتبار أن المؤسسات المرشحة لدخول البورصة قليلة جدا، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها شروط الإدراج والقبول في البورصة والتي لا تسمح للمؤسسات الناشئة -سواء فيما يتعلق بشكلها القانوني أو شروط رأس المال التجاري- بالقبول بتسعيرة البورصة، وهذا ما دفع العديد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، إلى البحث عن آليات جديدة لتكييف البورصة مع واقع هذه المؤسسات، حيث تم استحداث أسواق متخصصة لقيد وتداول الأوراق المالية للشركات الناشئة، كمدخل لجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية¹⁸.

المبحث الثاني: الاقتصاد الرقمي كأحد تحديات المؤسسات الناشئة

يعتبر الاقتصاد الرقمي البديل الطبيعي للاقتصاد التقليدي، فهو ممارسة الأنشطة الاقتصادية في المجال الإلكتروني باستخدام تقنيات ووسائط الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.

المطلب الأول: الاقتصاد الرقمي في الجزائر

عرفت الجزائر منذ بداية الألفية الثالثة انفتاحا رقميا تمثل أساسا في تطوير شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية وهو ما ساهم في تطوير النظام الاقتصادي في الجزائر الذي عرف تحولا رقميا شمل مختلف المعاملات والمبادلات الاقتصادية

الفرع الأول: مفهوم الاقتصاد الرقمي

يقصد بالاقتصاد الرقمي التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة، وبين الاقتصاد القطاعي والوطني والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية والفورية والإتاحة لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في

¹⁷ - مجموعة باحثين، المرجع السابق، ص 39.

¹⁸ - مداحي محمد، محاضرات في الأسواق المالية، موجهة لطلبة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ألكلي محند أولحاج، البويرة، 2018/2017، تم التحميل من موقع: <https://fecg.univ-bouira.dz> ، بتاريخ 20 جوان 2021، ص 17-18.

الدولة خلال فترة محددة، وهو يستند على ركيزتين أساسيتين هما التجارة الالكترونية وتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات¹⁹.

فصناعة المعلومات هي التي أنشأت الوجود الفعلي للتجارة الالكترونية باعتبار أنها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية، أما التجارة الالكترونية فهي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية من خلال المعطيات عبر الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة²⁰.

ويتسم الاقتصاد الرقمي بخاصيتين أساسيتين هما الجانب المعلوماتي وعالمية الاتصال، فبالنسبة للخاصية الأولى يمكن القول أن نظام الاقتصاد الجديد يتسم بالتركيز على الجانب المعلوماتي، وهو ما يصطلح عليه بالثورة العلمية في المعلومات والاتصالات وكذا المواصلات، والاستثمار في تطوير التكنولوجيا الحديثة الداخلة في العملية الاقتصادية بجميع مراحلها²¹.

وقد أصبحت ثورة المعلومات تمثل أساس الاقتصاد الجديد من التقدم التكنولوجي واعتماد أحدث التقنيات في نشاط المؤسسات الاقتصادية بمختلف أنواعها، من جهة أخرى يتميز الاقتصاد الرقمي بعالمية الاتصال والتي تعتبر نتيجة حتمية لتفعيل الاقتصاد الرقمي، وبمقتضاها يتم إلغاء جميع الحواجز واختصار المسافات أمام المتعاملين الاقتصاديين²².

الفرع الثاني: مؤشرات الاقتصاد الرقمي

يقوم الاقتصاد الرقمي على جملة من المؤشرات تتمثل أساسا في البحث والتطوير، التعليم والتدريب البيئة المعلوماتية، البنية الأساسية للحاسوب.

*البحث والتطوير: هو مقياس لمستوى البحث والتطوير التقني الذي يعكس القدرة على الابتكار وتطبيق التقنيات الجديدة، ويعتمد على عدة عناصر هي: تصدير التقنية العالية كنسبة من التصدير الصناعي عدد العلماء والمهندسين العاملين في مجال البحث والتطوير، إجمالي العاملين في البحث

¹⁹ - بورقيبة قويدر، رحمة مجددة حسابية، الفجوة الرقمية في الاقتصاد الرقمي وسبل سدها، المجلة المغاربية لإدارة المؤسسات، المجلد 5، العدد 1، 2020، ص 3.

²⁰ - المرجع نفسه، ص 3.

²¹ - مسعد جلال، مداخلة بعنوان أثر الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تنافسيتها، ملتقى وطني حول في ظل مستجدات القانون الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 28 نوفمبر 2019، ص 923.

²² - مسعد جلال، المرجع السابق، ص 923 - 934.

والتطوير على المستوى الوطني كنسبة من السكان، إجمالي الإنفاق على البحث والتطوير كنسبة من الناتج الوطني الإجمالي، المتوسط السنوي لأعداد براءات الاختراع الممنوحة²³؛

*التعليم والتدريب: يعد المدخل الأساسي للاقتصاد الرقمي، وهو يركز على الموارد البشرية ويمكن قياسه من خلال عدة عناصر أهمها: إجمالي الإنفاق على التعليم لكل فرد، معدل معرفة القراءة والكتابة، نسبة الطلاب من مجموع فئة السكان، التسجيل في المرحلة الثانوية والجامعية؛

*البنية المعلوماتية: يشمل هذا العنصر كل الجوانب المتعلقة بنشر المعلومات عبر وسائل الاتصال والإعلام، ويمكن قياسه من خلال مقدار الاستثمار في وسائل الاتصالات، اشتراكات الهاتف المحمول لكل ألف من السكان، وتكلفة المكالمات الدولية وغيرها؛

*البنية الأساسية للحاسوب: يعكس هذا المؤشر مدى توفر الحواسيب باعتبارها أداة لتقويم القاعدة المعلوماتية، ويمكن قياسه من خلال نسبة المشاركة الدولية في البنية الأساسية للحاسوب، عدد مستخدمي الانترنت لكل ألف نسمة من السكان، ومواقع الانترنت لكل عشرة آلاف نسمة من السكان²⁴.

الفرع الثالث: البنية التحتية للاقتصاد الرقمي في الجزائر

يتسم الاقتصاد العالمي الحالي بالاعتماد على المعرفة كقيمة أساسية، الأمر الذي فرض على الجزائر ضرورة البحث عن إستراتيجية إلكترونية من خلال الاهتمام باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال كدعامة لتحسين الأداء ورفع القدرة على التنافسية لدى المؤسسات وتمكينها، وتماشيا مع هذه الأولوية سعت الجزائر إلى إدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاعات الاقتصادية، ودعم تملك هذه التكنولوجيا من قبل المؤسسات الناشئة وتطوير عرض خدمات إلكترونية من طرفها²⁵.

ثم إن تطوير الاقتصاد الرقمي هو محور رئيسي يحتوي على جملة من الأهداف الخاصة بمواصلة الحوار الوطني بين الحكومة والشركات، وتوفير الظروف الملائمة لتنشيط الكفاءات العلمية والتقنية الوطنية في مجال إنتاج البرمجيات وتوفير الخدمات، على أن الاقتصاد الرقمي قد بدأ في الجزائر مع ظهور

²³ - بورقية قويدر، رحمة مجدة حسابية، المرجع السابق، ص6.

²⁴ - المرجع نفسه، ص6، 7.

²⁵ - بواديمصطفى، صناعة بيئة رقمية في ظل عصريّة المرفق العام وتحسين الخدمة العمومية في الجزائر الصعوبات والآفاق، مجلة دفاتر السياسة والقانون، مجلد9، عدد17، 2017، ص263.

التعاملات الخاصة ببطاقة السحب الالكتروني، إلا أن هذه البطاقة ورغم أنها تشكل بادرة التحول نحو الاقتصاد الرقمي، إلا أنها لم تحقق إلا حد الآن واقعا ملموساً²⁶.

وبالرجوع إلى واقع استعمال النقود الالكترونية في الجزائر، يلاحظ تسجيل تأخر واضح في هذا المجال خاصة بالمقارنة مع الوضع في الولايات المتحدة الأمريكية أين تتركز الخدمات الالكترونية في المجالات ذات الطلب الكثيف، وعليه يمكن القول أن الاقتصاد الجزائري لازال في حاجة إلى اقتصاد رقمي، خاصة في ظل تحديات البيئة العالمية الأمر الذي يفرض على الحكومة الجزائرية الدخول في شراكة أجنبية بهدف تطوير البنية التحتية والاستثمار في مجال الاقتصاد الرقمي²⁷.

المطلب الثاني: فعالية المؤسسات الناشئة في الاقتصاد الرقمي

ترتبط فعالية المؤسسات الناشئة في الاقتصاد الرقمي بقياس نسبة نشاطها في مجال التجارة الالكترونية وفي مجال الصيرفة الالكترونية والاستثمار الالكتروني .

الفرع الأول: ممارسة المؤسسات الناشئة للتجارة الالكترونية

ظهرت التجارة الالكترونية منذ ثلاثة عقود ثم تطور مفهومها خلال السنوات الأخيرة بتطور الأجهزة الالكترونية، والحقيقة أنه ليس هناك تعريف موحد لها، ونعرض أهمها فيما يلي:

- أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا المعلومات المتطورة؛
- مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات فيما بينها، وبين المشروعات والأفراد، وبين المشروعات والإدارة²⁸؛
- وهي أيضا إجراء العمليات التجارية بمختلف أشكالها بين المتعاملين الاقتصاديين عن طريق تقنية الاتصال الحديثة، بما تتضمنه من فعالية وسرعة في الأداء²⁹.

وعلى الرغم مما حققته الدول من تقدم في مجال الانترنت سواء من حيث عدد المستعملين أو نوعية تقنيات الربط والبث، إلا أنه لم يواكب تطبيقات التجارة الالكترونية فعلى الرغم من المحاولات التي قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، ومركز البحث في الإعلام العلمي والتقني في تهيئة

²⁶ - بوادي مصطفى، المرجع السابق، ص263.

²⁷ - المرجع نفسه، ص263، 264.

²⁸ - أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد6، 2010، ص166، 167.

²⁹ - بوعافية رشيد، بدو محمد، التجارة الالكترونية والاستثمار عبر شبكة الانترنت الإطار النظري والتطبيقي، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد1، العدد18، 2018، ص155.

جزء من البنى التحتية والبرمجيات وبناء المواقع التجارية، فإن شركة (Kompass) أحصت وجود 36 مؤسسة جزائرية على الويب، وهي في الحقيقة مواقع إعلامية تعريفية غالبيتها في مجال الصيدلة³⁰.

وحسب الدراسة الميدانية التي قام بها الدكتور بختي إبراهيم والدكتور نوفل حديد، تبين أن التجارة الالكترونية لازالت في مستويات أولية وهي غير كافية على الإطلاق للحاق بالتطورات العالمية في مجال التجارة الالكترونية، والتي تفتح المجال للمؤسسات الناشئة لدخول الأسواق العالمية، ويرجع ذلك لأسباب الآتية:

- قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية؛

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية،

- محدودية حجم التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها، أو بين مورديها المحليين، أو حتى بينها وبين المستهلكين³¹؛

- ضعف الاستثمارات الوطنية في مجال الانترنت والخدمات الرقمية، الشيء الذي يزيد من احتكار المؤسسات القليلة العاملة في هذا المجال في الجزائر، وبالتالي تبقى الأسعار مرتفعة نظرا لقلّة المنافسة؛

- أشارت إحدى الدراسات التطبيقية حول مدى توفر بيئة الاستعداد الإلكتروني لدى الدول، أن جميع الدول العربية لا تزال في مرحلة الخطر في مجال البيئة القانونية للتجارة الإلكترونية؛

- النظام البنكي الجزائري يعرف تأخرا مهما فيما يتعلق بالتكنولوجيا الجديدة للمعلومات، وبالتالي التقنية الجديدة للنظام البنكي E.Banking لم يستعمل في الجزائر³².

الفرع الثاني: مدى ممارسة المؤسسات الناشئة للاستثمار الإلكتروني

لقد تأثرت الأسواق المالية الدولية والمحلية بالتجارة الالكترونية كبقية الهيئات الأخرى، وظهرت أساليب جديدة للاستثمار في الأسواق المالية ومنها ما يسمى بالاستثمار عن بعد، وقد تطور هذا الأخير

³⁰- بوالقول هرون، التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 3، العدد 1، 2009، ص 121، 122.

³¹- المرجع نفسه، ص 122.

³²- بوالقول هرون، المرجع السابق، ص 122.

مع تطور الشبكة العالمية التي مهدت لظهور سماسرة أعمال الانترنت، وأتاحت الفرصة للحصول على مقدار هائل من المعلومات، مما ساعد على الاستثمار دون الحاجة للحصول على نصائح واستشارات سماسرة الأسواق المالية³³.

وقد تطورت شركات السمسرة لاسيما في الدول المتقدمة التي اتخذت من الانترنت مقرا لها، بعد الاستفادة من الثورة المعلوماتية التي طورت الخدمات المالية الالكترونية، حيث قدمت هذه الشركات فرصة التفاعل مع المستثمرين من خلال الوسائط الرقمية، وهذا ما أثر على نوعية الخدمة وتكلفتها، كما يمكن للمستثمر الالكتروني الدخول إلى صناديق الاستثمار عبر الشبكة، والحصول على العائد والخدمة منها³⁴.

لقد اتفق الباحثون على أن الاستثمار عبر الانترنت يشير في الواقع إلى مفهوم أكثر اتساعا من مجرد تداول الأوراق المالية عبر الانترنت، حيث أن الاستثمار الرقمي قد لا ينطوي على قيمة بيع وشراء فورية وإنما يشمل المجالات الآتية:

- الاستفادة من خدمات سماسرة الانترنت حيث يمكن الدخول في عمليات التداول عن طريق الأجهزة الرقمية وشبكة الانترنت طيلة الوقت، هذا بالإضافة إلى انخفاض تكلفة التعاملات؛

- الاستفادة من المعلومات والدراسات والأبحاث المرتبطة بالاستثمار والمتاحة عبر الانترنت، حيث يستطيع المستثمرون الحصول على التقارير السنوية للشركات، والتقارير المحفوظة لدى هيئة الأسواق والأوراق المالية على مدار الساعة، بالإضافة إلى المعلومات الأخرى عن كل قطاع، وتوقعات الإيرادات وتوصيات الخبراء، والمساعدة الخاصة بإدارة المحفظة الاستثمارية عبر الانترنت³⁵.

وبالرجوع إلى قانون ترقية الاستثمار رقم 09/16 لاسيما المادة 3 منه التي جاء فيها: تنجز الاستثمارات المذكورة في أحام هذا القانون في ظل احترام القوانين والتنظيمات المعمول بها، لاسيما تلك المتعلقة بحماية البيئة والنشاطات والمهن المقننة، وبصفة عامة بممارسة الأنشطة الاقتصادية، وعليه ففي هذا النص لا نلمس إشارة من قريب أو بعيد تدل على رغبة المشرع الجزائري لتبني الأنماط الالكترونية في ممارسة النشاطات الاستثمارية رغم أهميتها، باعتبارها من أهم دعائم الاقتصاد الرقمي³⁶.

³³- بوعافية رشيد، يدو محمد، المرجع السابق، ص167، 168.

³⁴- المرجع نفسه، ص168.

³⁵- بوعافية رشيد، يدو محمد، المرجع السابق، ص169.

³⁶- القانون رقم 09/16، الصادر بتاريخ 3 غشت 2016، في الجريدة الرسمية عدد46، الصادرة بتاريخ 3 غشت 2016، المتعلق بترقية الاستثمار.

وعليه يتضح أن ممارسة المؤسسات الناشئة للاستثمار الالكتروني يمكن أن تكون منعقدة، نظرا لغياب إطار قانوني يكرس حمايتها وتنظيم سبل ممارسة هذا النوع من الاستثمار، مما يؤثر حتما على مردودية هذه المؤسسات وتنافسيته في ظل التوجه الجديد نحو رقمنة مختلف جوانب الاقتصاد.

الفرع الثالث: ممارسة المؤسسات الناشئة للصيرفة الالكترونية

أجمع الباحثون على أن الخدمة الالكترونية هي الخدمة المصرفية التقليدية مقدمة عبر شبكة الانترنت أو هي تقديم الخدمات المصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال الانترنت والموزعات الآلية والهاتف النقال، لتتيح الخدمة المصرفية عن بعد وعلى مدار 24 ساعة، وبسرعة فائقة وبتكلفة أقل ودون النقاء مادي بين العميل والمصرف³⁷.

يعد التوجه نحو الاقتصاد الرقمي من أهم العوامل التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي نحو الاستفادة أكثر من إرث تقنيات المعلومات وتطويرها بكفاءة وفعالية، بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية إلى العميل بدقة وسهولة، وعليه يقصد بالخدمات المصرفية الالكترونية جميع الخدمات المعروضة والمقدمة اعتمادا على وسائط الكترونية، مثل استخدام بطاقة الائتمان وتبادل المعلومات بين المصرف وعملائه عبر البريد الالكتروني أو الفاكس...³⁸.

وبالنسبة للمؤسسات الناشئة في الجزائر، يمكن القول أن اعتمادها على خدمات الصيرفة الالكترونية يرتبط بشكل كبير بواقع هذه الخدمة في الجزائر، وما تعانيه من تحديات وعراقيل، وسعيها منها لمجارات التطورات التي مست وسائل تقديم الخدمة المصرفية، عملت البنوك الجزائرية على ترقية القطاع المالي والمصرفي بغية تجديد أساليب تقديم خدماتها، وإدخال منتجات مصرفية جديدة اعتمادا على التقنيات الرقمية³⁹.

وقد انخرطت البنوك والمؤسسات المالية في هذا المسعى وأصبح لها مواقع مالية، تجارية، واستشارية شاملة على الانترنت تؤدي خدمات مصرفية كثيرة لزبائنها عن بعد، ولازال تطوير الصيرفة الالكترونية في الجزائر يتطلب توافر جملة من العوامل المرتبطة بإقامة أنظمة رقمية واعتماد بطاقة

³⁷ - أبو عزوم اللافي أبوجدرية، أدوات الصيرفة الالكترونية وأثرها على جودة الخدمات المصرفية في ليبيا دراسة حالة للمصارف التجارية العاملة بمدينة سبها، مجلة العلوم البحتة والتطبيقية، المجلد 7، عدد 2، 2018، ص 259.

³⁸ - مولوج كمال، محمد طلحة، مداخلة بعنوان الصيرفة الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، 13 أكتوبر 2021، ص 2.

³⁹ - خداوي عبد القادر مصطفى، زروقي نسرين، مداخلة بعنوان حاجة الاقتصاد الرقمي للصيرفة الالكترونية، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، 23/24 أبريل 2018، ص 11.

الائتمان وتطوير شبكة الاتصالات والبريد في الجزائر، وإذا ما استثنينا النجاح الكبير الذي حصل في سوق الهاتف النقال بواسطة عدة شركات، فإن الهاتف الثابت ظل ضعيفا في تغطيته بالرغم من ارتفاع أسعار اشتراكاته خلال فترة قصيرة، مما أثر سلبا على انتشار خدمة الانترنت ناهيك عن بطء التدفق والأعطال الكثيرة لشبكته⁴⁰.

وقد تم إحصاء إصدار 5 ملايين بطاقة بريدية تخص خدمة الدفع الالكتروني، تضاف إلى 1.5 مليون بطاقة بنكية موجودة في الوقت الحالي، وفي هذا السياق أشار رئيس الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات أن العمليات المالية الالكترونية التي تتم في الوقت الحالي تقتصر على فئة قليلة من المؤسسات، منها شركات الكهرباء والغاز وشركات المياه، إضافة إلى متعاملي الهاتف النقال، وبعض شركات التأمين⁴¹.

وتتوفر بالجزائر حاليا خدمة الدفع الالكتروني لشركات الخدمات الكبرى فقط مثل دفع فواتير استهلاك المياه والطاقة، وفواتير الهاتف الثابت والمحمول والتأمين، والنقل الجوي وبعض الإدارات الأخرى مثل إدارات الضرائب⁴².

الخاتمة:

إن إشكالية تحديد آثار رقمنة الاقتصاد على مختلف أشكال المنافسة بين الشركات الناشئة، يتمثل أساسا في الوقوف على مدى تنافسية هذه المؤسسات والتعرض إلى أهم جوانب الاقتصاد الرقمي ومدى تحكم المؤسسات الناشئة في طرق ممارستها .

وإن من نتائج هذه الإشكالية أن التنافسية كمفهوم عام تتفرع إلى عدة أنواع، فهناك تنافسية على مستوى الدول وعلى مستوى القطاعات وعلى مستوى المؤسسات، وهذه الأخيرة تعني قدرة المؤسسات بما فيها المؤسسات الناشئة على مواجهة المنافسة في الأسواق الداخلية والخارجية .

وإن نجاح المؤسسات الناشئة وقدرتها على المنافسة يرتبط بشكل كبير بوجود مناخ أعمال ملائم، وتنوع مصادر تمويلها سواء فيما تعلق برأس المال المخاطر أو أجهزة الدعم الحكومية أو غيرها، بالإضافة إلى سهولة الحصول على هذه المصادر التمويلية .

⁴⁰ - خداوي عبد القادر مصطفى، نسرين زروقي، المرجع السابق، ص11، 12.

⁴¹ - المرجع نفسه، ص14.

⁴² - العياطيجيدة، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الالكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية تحليل إحصائي حديث لواقع وآفاق تطور الصيرفة الالكترونية في الجزائر، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، المجلد2، العدد3، 2016، ص11.

غير أنه من خلال هذه الدراسة البحثية توصلنا إلى أن التنافسية الحالية للمؤسسات الناشئة لا تضمن ربحيتها المستقبلية، وذلك راجع إلى صعوبة تحقق الشروط السابقة ولأن الربحية تعتبر قياسا للعائد في صورة الأرباح التي يحصل عليها المساهمون من استثماراتهم في المؤسسة .

من جهة أخرى وباعتبار الاقتصاد الرقمي هو الشكل الجديد الذي اتخذه الاقتصاد اعتمادا على الوسائط الرقمية، فإنه يتسم بخاصية المعلوماتية وعالمية الاتصال ومن مؤشرات البحث والتطوير، التعليم والتدريب والبنية الرقمية .

والحقيقة أن معرفة مدى فعالية المؤسسات الناشئة في الاقتصاد الرقمي يرتبط أساسا بتحديد فعاليتها في مجال التجارة الالكترونية والاستثمار الالكتروني والصيرفة الالكترونية، فبالرجوع للتجارة الالكترونية يتضح أن ممارسات المؤسسات الناشئة في هذا المجال لا زالت في مستويات أولية وغير كافية للحاق بالتطورات العالمية، والتي تفتح المجال لهذه المؤسسات لدخول الأسواق الدولية بسبب قصور الكوادر البشرية المؤهلة وضعف الاستثمارات الوطنية في مجال الانترنت والخدمات الرقمية، إضافة إلى تأخر النظام البنكي في مجال تكنولوجيا المعلومات .

وبالنسبة لنشاط المؤسسات الناشئة في مجال الاستثمار الرقمي يلاحظ عدم وجود ممارسة فعلية، نظرا لغياب إطار قانوني يكرس حماية هذا النشاط وتنظيم سبل ممارسته، أما عن ميدان الصيرفة الالكترونية فإن نشاط المؤسسات الناشئة يرتبط أساسا بواقع هذه الخدمة في الجزائر .

فعلى الرغم من توجه البنوك والمؤسسات المالية في الجزائر لتبني أساليب الخدمات الرقمية في تعاملاتها، إلا أن تطوير خدمة الصيرفة الالكترونية لازال يتطلب توافر جملة من العوامل المرتبطة بإقامة أنظمة رقمية واعتماد بطاقة الائتمان وتطوير شبكة الاتصالات والبريد، وهو ما سينعكس إيجابا على مردودية المؤسسات الناشئة داخل الدولة وخارجها .

وتتبعي الإشارة إلى أن التنظيم القانوني للشركات الناشئة لازال مقتصر على المراسيم التنظيمية رغم أهمية هذه المؤسسات في النهوض بالاقتصاد الوطني ودفع عجلة التنمية، لذلك أصبح من الضروري إصدار قوانين تنظم إنشائها وسبل ممارسة نشاطاتها، فضلا عن تكريس المزيد من الامتيازات الضريبية والمالية لتعزيز الاستثمار في هذا المجال.

وإن قصور التشريعات الوطنية عن تنظيم ممارسة الشركات الناشئة للتجارة الالكترونية أصبح يفرض تبني تعديلات جديدة تسمح بمواكبة التطورات الحاصلة في هذا الميدان بما يضمن تحقيق الأمن في المعاملات فضلا عن تعزيز النظام المصرفي بالآليات المتبعة في التشريعات المقارنة على غرار البطاقات الائتمانية إضافة إلى تنظيم سبل ممارسة الاستثمار الالكتروني باعتباره واقعا حتميا.