



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945



كلية العلوم الاقتصادية والنجارية وعلوم النسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم  
الاقتصادية

تخصص: إقتصاد وتسيير مؤسسات.

الموضوع البحث:

واقع انتقال المؤسسات الاقتصادية إلى الاقتصاد  
الرقمي ودوره في مواجهة التحديات العالمية  
دراسة استقصائية لعينة من المؤسسات الاقتصادية

إشراف الدكتور

بن جلول خالد.

إعداد الطلبة:

✓ شوالب إسلام.

✓ مزياني وائل عبد السلام.

الجنة الجامعية: 2021/2020

جامعة 8 ماي 1945 قالمة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر  
في العلوم الاقتصادية  
تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسات.

تحت عنوان:

**واقع انتقال المؤسسات الاقتصادية إلى الاقتصاد  
الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية  
دراسة استقصائية لهيئة من مؤسسات بولاية قالمة**

إشراف الدكتور:

بن جلول خالد.

إعداد الطلبة:

❖ شوالب إسلام.

❖ مزياني وائل عبد السلام.

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وتقدير

❖ قال الله تعالى: ((نِعْمَةٌ مِّنْ عِنْدِنَا، كَذَلِكَ نَجْزِي مَنْ شَكَرَ))

سورة القمر الآية 35.

الحمد والشكر لله رب العالمين الذي أنعم علينا بنعمة العلم، وسهل لنا في إنجاز هذا العمل، فالحمد  
والشكر لله دائما وأبدا.

❖ نتقدم بالشكر الجزيل والتقدير لاستاذنا القدير الدكتور "بن جلول خالد" المشرف على هذا العمل  
والذي لم يخل علينا بشيء من المساعدة وتقديم النصائح والمعلومات المهمة وذلك طيلة فترة إنجاز  
هذا العمل.

❖ كما نتقدم بالشكر الجزيل لوالدينا العزيمين اللذان قدما لنا الدعم والمساعدة الكامل لإنجاز هذا العمل  
المتواضع.

❖ كما نتقدم بالشكر الجزيل لجميع الأصدقاء والزملاء اللذين لم يخلوا علينا بشيء من المساعدة.

❖ كما نتقدم بالشكر لكفاءة الأساتذة بقسم العلوم الاقتصادية بجامعة قلمة.

فهرس

المدنویانف

الصفحة	العنوان
	شكرو وتقدير.
I	فهرس المحتويات.
III	قائمة الجداول والأشكال والملاحق.
أ	<b>المقدمة</b>
<b>الفصل الأول: الإطار النظري للإقتصاد الرقمي.</b>	
5	تمهيد الفصل الأول.
6	المبحث الأول: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
6	المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
8	المطلب الثاني: الأسباب التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
9	المطلب الثالث: الوظائف الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
12	المطلب الرابع: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
13	المبحث الثاني: أساسيات حول الاقتصاد الرقمي.
13	المطلب الأول: نشأة ومفهوم الإقتصاد الرقمي.
15	المطلب الثاني: خصائص ومكونات الاقتصاد الرقمي.
18	المطلب الثالث: متطلبات الاقتصاد الرقمي ومؤشراته.
20	المبحث الثالث: أساسيات حول الفجوة الرقمية.
20	المطلب الأول: نشأة ومفهوم الفجوة الرقمية.
22	المطلب الثاني: مستويات وأسباب الفجوة الرقمية.
25	المطلب الثالث: آثار الفجوة الرقمية وسبل التخفيف منها.
27	خلاصة الفصل الأول.
<b>الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المهتجدات العالمية</b>	
29	تمهيد الفصل الثاني.
30	المبحث الأول: تحول المؤسسة الى اقتصاد الرقمي.
30	المطلب الأول: تعريف التحول الرقمي.
31	المطلب الثاني: الخطوات ونماذج التحول الاقتصادي.
34	المطلب الثالث: أشكال التحول في الاقتصادي.
42	المبحث الثاني: المؤسسة الرقمية في مواجهة المتغيرات الخارجية.

42	المطلب الأول: تعريف المؤسسة الرقمية وأمثلة عنها.
43	المطلب الثاني: مدى مساهمة الاقتصاد الرقمي في إكساب الميزة التنافسية للمؤسسة.
45	المطلب الثالث: الاقتصاد الرقمي في ظل جائحة كوفيد-19.
49	المبحث الثالث: تجارب دولية في التحول الى الاقتصاد الرقمي.
49	المطلب الأول: التجربة الهندية.
51	المطلب الثاني: التجربة البحرينية.
54	المطلب الثالث: التجربة العمانية.
57	خلاصة الفصل الثاني.
<b>الفصل الثالث: دراهة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المتجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.</b>	
59	تمهيد الفصل الثالث.
60	المبحث الأول: منهجية تصميم الدراسة الميدانية.
60	المطلب الأول: وصف مجتمع وعينة الدراسة.
61	المطلب الثاني: أداة الدراسة وأساليب الإحصائية المستخدمة.
62	المطلب الثالث: قياس صدق وثبات الاستبيان.
66	المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة الميدانية.
66	المطلب الأول: تحليل نتائج الجزء الأول.
68	المطلب الثاني: عرض وتحليل آراء أفراد العينة.
73	المبحث الثالث: نتائج اختبار الفرضيات.
74	المطلب الأول: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى.
74	المطلب الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية.
75	المطلب الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة.
75	المطلب الرابع: اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة.
76	المطلب الخامس: اختبار الفرضية الرئيسية الخامسة.
78	خلاصة الفصل الثالث.
80	<b>الخاتمة</b>
83	<b>قائمة المراجع</b>
89	<b>الملاحق</b>

**قائمة**

**الجدول والأشكال**

**والملاحق**



## أولاً: قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	استخدام تكنولوجيا المعلومات في قطاع المال والاقتصاد والهدف منها.	11
2	إحصائيات الدول الأكثر إصابة بفيروس كورونا منذ ظهوره إلى غاية يوم 2021/07/18.	46
3	عدد الاستثمارات الموزعة والمستردة.	60
4	مقياس ليكارت الخماسي.	61
5	طول الخلايا.	61
6	معاملات الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة ودرجة الكلية لمحور الأول.	63
7	معاملات الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة ودرجة الكلية لمحور الثاني.	63
8	معاملات الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة ودرجة الكلية لمحور الثالث.	64
9	معامل الارتباط بيرسون لمحاور ودرجة الكلية للاستمارة.	65
10	ثبات الاستبيان حسب طريقة التجزئة النصفية.	65
11	توزيع الأفراد حسب الجنس.	66
12	توزيع الأفراد حسب العمر.	66
13	توزيع الأفراد حسب المستوى التعليمي.	67
14	توزيع الأفراد حسب المنصب الوظيفي.	67
15	توزيع الأفراد حسب سنوات الخبرة.	68
16	توزيع الأفراد حسب الدورات التدريبية.	68
17	أراء الأفراد في المحور الأول.	69
18	أراء الأفراد في المحور الثاني.	70
19	أراء الأفراد في المحور الثالث.	72
20	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي.	74
21	اختبار ستودنت لعينة واحدة المحور الأول.	74
22	اختبار ستودنت لعينة واحدة المحور الثاني.	75
23	نتائج اختبار علاقة الارتباط.	75
24	اختبار ستودنت للفرضية الرابعة.	76
25	نتائج اختبار التجانس.	76
26	اختبار وجود فروقات حسب متغير سنوات الخبرة.	77

## ثانياً: قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
22	الفجوة الرقمية (فجوة الفجوات).	1
38	سمات وخصائص التسويق الإلكتروني.	2
45	دور التسويق الإلكتروني في بناء ولاء الزبون وكسب الميزة التنافسية.	3

## ثالثاً: قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
86	إستبيان الدراسة.	1

# المقدمة

تشهد المؤسسات الاقتصادية اليوم تحديات كبيرة في مختلف الميادين وذلك نتيجة للتطور العلمي والتكنولوجي المتسارع، حيث تعد تقنية المعلومات والاتصالات وما تحذوه من خطأ متسارعة في التطور والانتشار في العالم من أهم النقلات في القرن الحادي والعشرين، إذ أصبحت التقنية اللغة الواحدة لألسن شعوب العالم، والقاعدة الأساسية التي تنطلق منها في تعاملاتها ورفع مستوياتها وتقدمها وتطورها. وقد ينتج عن هذه الثورة الرقمية فارق تقني كبير بين الدول المتقدمة والنامية أو ما يسمى بالفجوة الرقمية، وهي في الأصل فجوة تنموية قبل أن تكون فجوة تقنية وأن أساسها اقتصاد أخذ صيغة الرقمية.

حيث أن التحول للاقتصاد الرقمي أصبح من أهم التحديات والطموحات التي تسعى كل المنظمات والمؤسسات حول العالم للوصول إليها، لاسيما في الظروف الراهنة التي يشهدها العالم من تفشي باء فيروس كورونا (كوفيد-19) وما خلفه من أزمات على مختلف الأصعدة (اقتصاديا، اجتماعيا، سياسيا...)، حيث كان لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتحول الرقمي الفضل في تخفيف من حدة الوباء والأزمة التي يخلفها ولو قليلا وذلك من خلال ابتكار طرق تسيير جديدة تمكن المؤسسات من إنجاز مهامها بشكل عادي ومساعدتها على البقاء في تواصل دائم بين عملائها وزبائنهم وتقديم مختلف الخدمات لهم وذلك إلكترونيا، وبروز ثقافة التجارة الرقمية والتي ساهمت في زيادة مبيعات الشركات بشكل كبير.

تعتبر الجزائر من بين الدول التي تسعى إلى تطبيق التحول نحو رقمته الاقتصاد وأهم القطاعات الاستراتيجية فيه، حيث تبدل الدولة مجودات كبيرة من أجل وضع خطط واستراتيجيات تنموية في هذا الصدد وذلك رغم النقائص التي لا تزال تعاني منها الدولة الجزائرية في مجال البحث والتطوير واستخدام التكنولوجيات الحديثة والمتطورة في الإدارة والتسيير، حيث أن الاعتماد على هذه التكنولوجيات هو حكر فقط على بعض المؤسسات الخاصة وعلى عدد محدود من المؤسسات التابعة للدولة.

أولا: مشكلة الدراسة:

يعتبر التحول نحو الاقتصاد الرقمي ذو أهمية كبيرة في مواجهة مختلف المستجدات العالمية وخاصة الاقتصادية منها، حيث تعتبر الجزائر من بين الدول الذي تبدي اهتمامها بهذا الشأن. وعلى ضوء ما سبق يطرح لنا إشكال يمكن صياغته كما يلي:

## ما هو واقع انتقال المؤسسات الاقتصادية إلى اقتصاد رقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية؟

ثانيا: الأسئلة الفرعية:

ولإعطاء صورة أكثر وضوحا لإشكالية الدراسة تم تقسيمها إلى مجموعة الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما مدى تطبيق الاقتصاد الرقمي في وظائف المؤسسات الاقتصادية؟ وما مدى فاعلية؟
2. هل توجد علاقة ارتباط بين تطبيق التحول الرقمي والاستفادة من فعاليته في وظائف المؤسسة؟
3. هل يساهم التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية؟

ثالثا: فرضيات الدراسة:

لمعالجة الإشكالية المطروحة نضع مجموعة من الفرضيات كإجابات مؤقتة للسؤال المطروحة، لنقوم باختبارها

لاحقا.

الفرضية الأولى: تهتم المؤسسات بتطبيق الاقتصاد الرقمي في وظائفها.

- الفرضية الثانية: يساهم الاقتصاد الرقمي في زيادة فعالية أداء وظائف المؤسسة.
- الفرضية الثالثة: هناك علاقة ارتباط بين تطبيق التحول الرقمي والاستفادة من فعاليته في وظائف المؤسسة
- الفرضية الرابعة: يساهم التحول الرقمي في المؤسسة بشكل كبير في مواجهة مختلف المستجدات التي قد تواجه المؤسسة.
- الفرضية الخامسة: هناك فرق في آراء أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية.
- رابعا: أهمية الدراسة:
- تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال النقاط التالية:
- يعتبر موضوع الدراسة من بين المواضيع المستجدة وذات أهمية بالغة إلا أنها لم تلقى اهتمام واسع من قبل الباحثين.
- تحاول الدراسة تسليط الضوء على موضوع مهم ألا وهو واقع تبني التحول الرقمي من قبل المؤسسات الاقتصادية وخاصة الجزائرية منها، ومدى مساهمة هذا التحول في مواجهة مختلف المستجدات العالمية على مختلف أصعدتها.
- إن التحول الرقمي أصبح من بين أبرز الخطط والأهداف التي تسعى المؤسسات حول العالم بمختلف أنواعها وأحجامها الوصول إليها وتحقيقها وذلك لمسايرة التقدم العلمي والتكنولوجي وتقليص الفجوات بينها وبين المؤسسات الرائدة في المجال.
- تزداد أهمية هذه الدراسة من خلال العلاقة التي تجمع بين التحول الرقمي في المؤسسات ومواجهة المستجدات العالمية، حيث أن التحول الرقمي في المؤسسة الاقتصادية أصبح ضرورة حتمية في القرن الحادي والعشرين، أما المستجدات العالمية فتتغير باستمرار لذلك يجب على المؤسسة امتلاك طرق وأليات تمكنها من التكيف بمرونة مع مختلف متغيرات البيئة الخارجية. وهذا ما دفعنا لمحاولة دراسة الموضوع وذلك من أجل فهم العلاقة بين التحول الرقمي في المؤسسات الاقتصادية ومدى مساهمته في مواجهة مختلف المستجدات العالمية.
- خامسا: أهداف الدراسة
- تسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إجمالها في:
- التعرف على مدى انتقال المؤسسات الاقتصادية إلى الاقتصاد الرقمي من خلال القيام بدراسة ميدانية تشمل مجموعة من المؤسسات في ولاية قالمة.
- محاولة إيجاد العلاقة بين التحول الرقمي في المؤسسة الاقتصادية ومساهمته في مواجهة المستجدات العالمية.
- سادسا: أسباب اختيار الموضوع
- هناك العديد من الدوافع التي جعلتنا نختار هذا الموضوع، من أهمها:
- الوعي بضرورة تطبيق التحول الرقمي في المؤسسات الاقتصادية لأنه الحل الأنسب من أجل بناء قاعدة قوية تمكن المؤسسة من مواجهة مختلف المتغيرات الديناميكية في بيئتها الخارجية.
- يعبر موضوع التحول الرقمي من بين المواضيع الحديثة والتي لم يتم التطرق لها بشكل كبير من قبل الباحثين والمهتمين بمثل هذه المواضيع.
- الرغبة الذاتية للبحث في هذا الموضوع لأنه يعتبر من المواضيع الشيقة بالنسبة لنا.

سابعاً: منهج الدراسة:

من أجل إتمام الدراسة واختبار صحة الفرضيات والإجابة على التساؤل الرئيسي، اعتمدنا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الإحصائي لأنهما أكثر ملائمة لموضوع الدراسة.

▪ **المنهج الوصفي:** وذلك من خلال جمع البيانات والمعلومات من مختلف المراجع والمصادر باللغة العربية واللغات الأجنبية وذلك من أجل إعطاء صورة واضحة حول واقع انتقال المؤسسات الاقتصادية للتحويل الرقمي.

▪ **المنهج التحليلي الإحصائي:** من خلال استعمال أسلوب الاستبيان لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة وتحليلها بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) والحصول على النتائج لاختبار الفرضيات.

ثامناً: صعوبات الدراسة:

هناك العديد من الصعوبات التي واجهتنا خلال القيام بهذه الدراسة لعل أبرزها ما يلي:

◀ ندرة المراجع والدراسات التي تناولت هذا الموضوع، لعل السبب أنه من المواضيع الجديدة.  
 ▶ عدم تلقى المساعدة الكافية والتسهيلات من طرف المؤسسات التي تم إجراء الدراسة عليها، مما صعب من مهمة اتمام البحث.

◀ محدودية المؤسسات التجارية والصناعية في المنطقة، ولو وجدت فإن اعتمادا على الاقتصاد الرقمي جد محدود.  
 ▶ الظروف الراهنة التي تشهدها البلاد خاصة مع انتشار فيروس كورونا المستجد، حيث معظم المؤسسات قابلت طلبنا لإجراء الدراسة عليها بالرفض في إطار بروتوكول الحماية من المرض.

تاسعاً: هيكل الدراسة.

▪ **الفصل الأول:** تطرقنا من خلاله لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والاقتصاد الرقمي من الجانب النظري حيث قسما هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول تحت عنوان أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما المبحث الثاني كان بعنوان أساسيات حول الاقتصاد الرقمي، وأخيرا المبحث الثالث بعنوان الفجوة الرقمية.

▪ **الفصل الثاني:** تطرقنا فيه إلى التحول الرقمي في المؤسسة والمؤسسة الرقمية في ظل بعض المستجدات العالمية الراهنة وبعض تجارب الدول في الاقتصاد الرقمي بشكل نظري أيضا، حيث قسما هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول تحت عنوان انتقال المؤسسة إلى اقتصاد الرقمي، أما المبحث الثاني كان بعنوان المؤسسة الرقمية في مواجهة المتغيرات الخارجية، وأخيرا المبحث الثالث بعنوان بعض التجارب الدولية لتطبيق الاقتصاد الرقمي.

▪ **الفصل الثالث:** تطرقنا من خلال هذا الفصل للجانب التطبيقي للدراسة، حيث قمنا من خلاله دراسة الموضوع على بضعة مؤسسات اقتصادية بولاية قلمة، حيث تم من خلاله المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة التي تم الحصول عليها بالاعتماد على الاستمارة التي أعدت خصيصا لهذا الغرض.

**الفصل الأول:**

**الإطار النظري**

**للاقتصاد الرقمي**

### تمهيد الفصل الأول:

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال المحرك الأساسي لمختلف النشاطات الإقتصادية والمعرفية في وقتنا الحالي، حيث أصبح توفر نظم لجمع المعلومات في المؤسسة أمر ضروري وحتي، فبدونها لا يمكن للمؤسسة ممارسة نشاطها بالشكل المطلوب وتحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها، حيث أن توفير التكنولوجيات الجديدة والمتطورة من أجل التسيير والإنتاج يعتبر تحديا كبيرا أمام المؤسسات.

إن إقتصاد العصر الصناعي يتراجع بوتيرة متسارعة لصالح إقتصاد عصر التكنولوجيا والمعلومات الرقمية، وتاما مثلما أحدث التحول من العهد الزراعي إلى العصر الصناعي تغيرات جوهرية في أساليب تنظيم وإدارة النشاط الاقتصادي، فإن التحول إلى الإقتصاد الرقمي كفيل بتغيير وتحقيق أحداث جديدة تؤثر على المصالح الاقتصادية للدول. حيث تسعى كل دولة لاكتساب تكنولوجيات جديدة ومتطورة ومعارف تمكنها من تحقيق الريادة في جميع المجالات الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية... الخ، حيث باحتكار هذه الموارد يولد لنا ما يعرف بالفجوة المعرفية والفجوة الرقمية والتي تعاني منها بالخصوص الدولة النامية التي تستطيع مواكبة التطور الحاصل بشكل سريع والذي يمكنها من تقليص هذه الفجوة على الأقل.



المبحث الأول: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

مع التطور المتسارع في مجال نقل المعلومات والتكنولوجيات بين مختلف الاقتصاديات، أصبح من الضروري على المؤسسة الاقتصادية توفير الوسائل الأذمة من أجل مواكبة هذا التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وذلك بهدف تحسين أداءها العام والمحافظة على بقاءها واستمرارها.

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الفرع الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات: مر التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بعدة مراحل تاريخية وتتمثل هاته المراحل فيما يلي<sup>1</sup>:

◀ مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الأولى: تتمثل هذه المرحلة في اختراع الإنسان للكتابة ومعرفته لها، وقد عمل ظهور الكتابة على إنهاء عهد المعلومات الشفهية والتي تنتهي بوفاة الإنسان، أو ضعف قدراته الذهنية.

◀ مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الثانية: تشمل هذه المرحلة التاريخية ظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطورها، والتي ساعدت بشكل كبير على نشر المعلومات في شتى المجالات وإيصالها للجماهير المعنية عن طريق كثرة المطبوعات وزيادة نشرها.

◀ مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الثالثة: تتميز هذه المرحلة بظهور مختلف أنواع وأشكال مصادر المعلومات المسموعة والمرئية مثل (الراديو، التلفاز، الهاتف، الأقراص والأشرطة الصوتية، الفاكس).

◀ مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الرابعة: تتمثل في اختراع الحاسب وتطوره ومراحل أجياله المختلفة مع كافة مميزاته وفوائده وأثاره الإيجابية على حركة تنقل المعلومات عبر وسائل اتصال ارتبطت بالحواسيب.

◀ مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الخامسة: وتتمثل في التزاوج والترابط الهائل ما بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة، والاتجاهات التي حققت إمكانية تنقل كمية هائلة من المعلومات بسرعة فائقة بغض النظر عن المكان والوقت، وفي قمتها شبكة الأنترنت. وتجدر الإشارة لأن من الصعوبة دراسة التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال لأن الجمع بين التقدم التكنولوجي يعطينا توجه غير منتظم.

من خلال ما سبق يمكن القول إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد مرت في تطورها على العديد من المحطات التاريخية، ولعل أبرز هذه المحطات اكتشاف الحاسوب وتطوير معداته الأساسية وبرمجياته، وإطلاق الأقمار الصناعية الخاصة بالبيت التلفزيوني، وصولاً إلى اكتشاف الأنترنت.

الفرع الثاني: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال: قبل التطرق لمفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال لا بد أولاً من التطرق لتعريف كل من التكنولوجيا والمعلومات والاتصالات بشكل منفصل.

أولاً: تعريف التكنولوجيا: حيث هناك العديد من التعاريف المتداولة للتكنولوجيا يمكن إبراز أهمها<sup>2</sup>:

◀ تعرف التكنولوجيا على أنها: فرع من المعرفة يتعامل مع العلم والهندسة وتطبيقاتها في المجال الصناعي فهي بذلك تطبيق للعلم.

<sup>1</sup> - فاروق حريزي، دور التكنولوجيا الحديث للاتصالات في تحقيق أهداف استراتيجية التنمية البشرية المستدامة في الجزائر، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011، ص14-ص15.

<sup>2</sup> - عبد الحميد بهجت فايد، إدارة الإنتاج، مكتبة عين الشمس، القاهرة، مصر، 1997، ص80.

◀ كما يمكن تعريفها أيضا على أنها: مجموع التقنيات والمهارات والأساليب والعمليات المستخدمة في إنتاج البضائع أو الخدمات أو في تحقيق الأهداف.

ثانيا: تعريف المعلومات: يمكن التطرق لها فيما يلي:

◀ المعلومات هي ناتج معالجة البيانات من خلال إخضاعها لعمليات خاصة بذلك مثل التحليل والتركيب من أجل استخلاص ما تتضمنه البيانات من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وكليات وموازنات وغيرها، من خلال العمليات الحسابية المتعلقة بعلم الرياضيات والطرق الإحصائية، أو من خلال إقامة نماذج المحاكاة، فالمعلومات هي البيانات التي خضعت للمعالجة<sup>1</sup>.

◀ وتعرف أيضا على أنها: منتج موجه للاستهلاك قابل للتخزين، المعالجة والتحويل بحيث يشكل موردا هاما للمؤسسة<sup>2</sup>.

ثالثا: تعريف الاتصالات: يمكن إبراز أهم التعاريف للاتصالات فيما يلي:

◀ يعرف أرسطو الفيلسوف اليوناني الشهير (384 ق.م-322 ق.م)، الاتصال على أنه نشاط شفوي يحاول فيه المتحدث أن يقنع غيره وأن يحقق هدفه مع المستمع عن طريق صياغة قوية وماهرة للحجج التي يعرفها<sup>3</sup>.

◀ تعرف أيضا على أنها: عملية يتم فيها توصيل فكرة معينة أو نقل معرفة محددة، أو مفهوم، أو خبرة، أو اتجاه، أو نقل مهارة من فرد لآخر، أو لمجموعة من الأفراد أو بالعكس، وقد يحدث النقل من مجتمع لآخر، وتكون النتيجة مشاركة الأفكار، والخبرات، والمعلومات، والمهارات بين جميع الأفراد، والذي ينتج عنه تغير في سلوك الفرد والجماعات، وهذا التغير قد يكون مرغوب فيه، أو غير مرغوب، كل ذلك يحدث من خلال الاتصال المباشر أو غير المباشر بين الأفراد، وقد يكون الاتصال باستعمال أجهزة الاتصالات العديدة والمتنوعة؛ كالتلفاز والحاسب الآلي وغير ذلك<sup>4</sup>.

رابعا: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال: تعدد تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال كغيرها من المصطلحات الجديدة، حيث تعددت هذه التعاريف وتنوعت تبعا لرؤية كل واحد لها، ويمكن إبراز أهم هذه التعاريف فيما يلي:

◀ يرى (Patterson) المدير التنفيذي للإعلانات في شركة (جاي والتر تومبسون)، أن مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يقصد به تطبيق النظم التكنولوجية الحديثة في معالجة المعلومات، إرسالها، تخزينها واسترجاعها بسرعة ودقة كفاءة، ومن أهم هذه النظم: تكنولوجيا توصيل البيانات، تكنولوجيا الاتصالات عن بعد، تكنولوجيا الحاسبات الآلية والبرامج الجاهزة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - حسين العلمي، مرجع سبق ذكره، ص 20.

<sup>2</sup> - إسماعيل محمد السيد، نظم المعلومات لإتخاذ القرارات الإدارية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2014، ص 97.

<sup>3</sup> - ربيعي عليان وعدنان محمد الطوياس، الإتصال والعلاقات العامة، دارا الصفاء، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2005، ص 34.

<sup>4</sup> - محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الرابعة، 2000، ص 253.

<sup>5</sup> - حسين العلمي، مرجع سبق ذكره، ص 26.

◀ تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال أيضا على أنها: المكونات المادية للحاسبات والبرامج الجاهزة (سواء برامج نظم أو برامج تطبيقات) بالإضافة إلى شبكات الاتصالات وغيرها من الأجهزة المطلوبة للقيام بمعالجة، تخزين، تنظيم، عرض، إرسال، واسترجاع المعلومات وذلك بالكفاءة والسرعة والدقة المطلوبة<sup>1</sup>.

إذن مما سبق يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل عام على أنها: مجموع التقنيات والوسائل المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات بمختلف أنواعها (مسموعة، مكتوبة، مصورة، مرسومة... الخ) وذلك من خلال الحاسبات الالكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، واسترجاعها في الوقت المناسب عند الحاجة إليها.

### المطلب الثاني: الأسباب التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

مما لا شك فيه أن هناك مجموعة من الضغوط التي أثرت على منظمات الأعمال الأمر الذي أدى إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات بالنسبة لهذه المنظمات وهو ما انعكس بدوره على زيادة اهتمام تلك المنظمات بتكنولوجيا المعلومات. وهناك مجموعة من الضغوط التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات تتمثل فيما يلي<sup>2</sup>:

◀ **تعقد وتقلب بيئات الأعمال:** حيث أصبحت البيئة التي تدور المنظمات في فلكها وتعمل في ظلها أكثر تعقيدا وتقلبا، فالتقدم في الاتصال والنقل والتكنولوجيا يخلق العديد من التغيرات فضلا عن التغيرات الأخرى الناتجة عن العوامل السياسية والاقتصادية يجب على منظمات الأعمال أن تقوم بأداء الأنشطة التي تهدف إلى تحسين وحماية عملياتها في البيئة غير المستقرة والمعقدة. وهذه الأنشطة قد تشمل المسح البيئي الجيد، تحسين عملية التنبؤ، إعادة هندسة الإدارة، بناء تحالفات استراتيجية مع منظمات أخرى، واتخاذ القرارات الخلاقة. وفي ظل هذا الوضع يمكن النظر إلى تكنولوجيا المعلومات كما لو كانت أداة مدعمة لكل هذه الأنشطة التي تهدف إلى حماية المنظمات من تعقد وعدم استقرار بيئة الأعمال. فعلى سبيل المثال تستخدم المنظمات نظم المعلومات التنفيذية (Executive information system) كي توفر ملخص يومي أو كل ساعة للمبيعات. ومن ثم فإن أي مستوى غير منتظم من المبيعات يتم اكتشافه على الفور ويتم اتخاذ اجراءات لتصحيح الأنشطة قبل فوات الأوان.

◀ **المنافسة القوية والاقتصاد العالمي:** هناك العديد من الضغوط التي تمارسها المؤسسات الدولية على الشركات والمؤسسات المتنافسة في نفس القطاع، حيث أدت هاته الضغوطات إلى زيادة حدة المنافسة العالمية الكلية، وهذه المنافسة تكون قوية خاصة عندما تتدخل الحكومات باستخدام الدعم أو من خلال السياسات الضريبية وحوافز التصدير. والمنافسة العالمية لا تركز فقط على الأسعار بل تركز أيضا على الجودة ومستوى الخدمة، وسرعة التسليم، وخدمة ما بعد البيع، وتقديم منتجات وخدمات حسب طلب العميل. وفي هذا الصدد يمكن لتكنولوجيا المعلومات

أن تساعد المنظمات التي تنافس عالميا في الحصول على مزايا العوامة، فباستخدام تكنولوجيا المعلومات يتم تحسين الإنتاجية، ورفع مستوى الخدمة، وزيادة الربحية، وهذه العناصر تمثل مدخلا للتعامل مع العديد من مشاكل وفرص العوامة.

<sup>1</sup> - عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، ايتمارك للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص 24، ص 28.

<sup>2</sup> - عبد الله فرغلي علي موسى، مرجع سبق ذكره، ص 28-ص 32.

◀ توقعات المستهلكين: أصبح المستهلك في عالم اليوم أكثر دراية ومعرفة بالسلع والخدمات وجودتها، وهذا ما يؤدي بالمستهلك إلى طلب أفضل للمنتجات من السلع والخدمات، وكذلك تلك المنتجات التي تنتج حسب طلب المستهلك. فعلى سبيل المثال مشتري الحاسب الشخصي يطلب الحاسب الآلي الذي يحتوي على البرامج التي يريدتها، وغيرها من الخيارات الأخرى مثل السلعة التخزينية وسرعة المعالجة، ... إلخ. من ناحية أخرى فإن المستهلكين يطلبون أيضا معلومات أكثر تفصيلا عن السلع والخدمات التي يريدونها، فهم يرغبون في معرفة الضمانات التي يحصلون عليها ... إلخ. والمنظمات في حاجة إلى أن تصبح قادرة على توصيل المعلومات بسرعة لإشباع رغبات وحاجات المستهلكين. ومن هنا ظهر دور تكنولوجيا المعلومات في تمكين المنظمات من تحقيق ذلك.

◀ الطبيعة المتغيرة للقوى العاملة: أصبحت القوى العاملة متنوعة، كما أن تركيبها تتغير بسرعة، فهناك عدد متزايد من السيدات والأطفال في سوق العمل، فضلا عن المعاقين، وذلك في كل المواقع، وأيضا هناك العديد من العمال الذين يعملون سنوات أكبر من طاقتهم. وتكنولوجيا المعلومات تساعد في تحقيق التكامل بين مختلف العمال داخل العمل.

◀ الإختراعات والابتكارات التكنولوجية: في هذا الصدد نجد أن التكنولوجيا تلعب دورا متزايدا في التصنيع والخدمات، كما أن التكنولوجيا الجديدة والمتطورة أدت إلى خلق بدائل عديدة للمنتجات والخدمات، وإلى ارتفاع مستوى الجودة، ولذلك فإن التكنولوجيا تزيد من حدة المنافسة. وهناك تكنولوجيا عديدة تؤثر على المنظمة في مجالات تبدأ من تصنيع الأغذية إلى الهندسة الوراثية. والعامل الذي يحقق هذا التأثير الشامل هو تكنولوجيا المعلومات.

◀ تغيير هيكل الموارد: حيث يرى عالم الحاسوب ورائد الأعمال الأمريكي (Robert Morris) أن هذا العامل أدى إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات، ففي العصر الصناعي ساد الاعتقاد بأن هناك أربع موارد رئيسية متاحة لمنظمات الأعمال هي: الأفراد، الآلات والمعدات، المواد الخام، الأموال. أما الآن فيوجد عامل رئيسي خامس هو المعلومات، وهذا بالطبع يعني أن المنظمات في حاجة للبدء في معالجة المعلومات كمورد. وإذا كانت الموارد الأربعة التقليدية أصبحت الآن نادرة إلى حد ما، فإن المعلومات ليست نادرة على الإطلاق، فهي موجودة في كل مكان، بل إننا نواجه تحديا حقيقيا جديدا يتمثل في محاولة التوفيق بين هذا السيل من المعلومات ومعالجتها للاستفادة منها، ومن هنا ظهرت أهمية تكنولوجيا المعلومات للقيام بهذا الغرض في ظل الانفجار المعلوماتي الحالي.

◀ العولمة: تعتبر العولمة من أهم العوامل التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات، حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات بمثابة المحرك للمنظمات الأعمال تجاه العولمة من خلال استخدام الحاسبات الآلية وتكنولوجيا الاتصالات والثورة المعلوماتية كطاقة مولدة ومحركة للعولمة بكل ما تحمل من تقنيات جديدة وأساليب حديثة، وذلك عبر التجارة الإلكترونية والطب الإلكتروني والتعليم الإلكتروني.

المطلب الثالث: الوظائف الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال واستخداماتها.

الفرع الأول: الوظائف الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال: إن لتكنولوجيا المعلومات العديد من الوظائف

الرئيسية والمتمثلة فيما يلي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - خالد سحنون، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك دراسة حالة: مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2017، ص 49-ص 50.

◀ جمع المعلومات: حيث تعد هذه الوظيفة هي الأولى التي يمكن أن توفرها تكنولوجيا المعلومات من خلال تقديم المعلومات وتجميعها، التي سيتم التعامل معها لاحقا لأغراض معينة سواء للفرد أو للمنظمة.

◀ المعالجة: وبعد النشاط الأكثر ارتباطا مع الحاسوب، بحيث أن المعالجة عادة هي الغاية التي من أجلها يشتري الأفراد أو المنظمات الحواسيب، وأن وظيفة المعالجة تتضمن تحويل جميع أشكال البيانات أو المعلومات وتحليلها وحسابها وتركيبها. وتشمل المعالجة على عدة عمليات وهي كالآتي:

✓ معالجة المعلومات: وهي تحويل أي نوع من المعلومات إلى أشكال مختلفة أكثر تفصيلا وتنوعا ودقة، حيث تكون معلومة نهائية واضحة وهادفة.

✓ معالجة الكلمات والوثائق المستندة إلى النص: بما في ذلك التقارير والأخبار والمراسلات، حيث أن نظم معالجة الكلمات تتيح للأفراد إدخال البيانات والصور في الحاسوب وتحويلها إلى أشكال مفيدة وجذابة.

✓ معالجة الصورة: تحويل المعلومات البصرية المرئية والمنتجات والرسوم والصور إلى شكل يمكن إدارته، ضمن الحاسوب أو تحويله بين الأفراد والحواسيب الأخرى.

✓ معالجة الصوت: وهي نقل المعلومات الصوتية وتحويلها، إذ شهدت هذه المعالجة تطورا نوعيا فقد وجدت نظما تسمح للأفراد بالتحديات مباشرة إلى نظام الحاسوب التوجيه واتخاذ إجراءات محددة.

◀ توليد المعلومات: تستخدم تكنولوجيا المعلومات غالبا لتوليد المعلومات، من خلال المعالجة. إن توليد المعلومات يشير إلى تنظيم البيانات والمعلومات بشكل مفيد سواء كان ذلك بشكل الإعداد أو المنون أو الصوت أو الصورة المرئية وأحيانا إعادة توليد المعلومات بشكلها الأصلي. وفي أحيان أخرى يجري توليد شكل جديد.

◀ التخزين واستعادة المعلومات: تساعد الحواسيب على المحافظة على البيانات والمعلومات لاستخدامها في وقت لاحق. وتوضع في وسائط للخرن مثل الأقراص الممغنطة أو الأقراص المدمجة التي يستطيع الحاسوب قراءتها عند الحاجة إليها. ويقوم الحاسوب بتحويل البيانات والمعلومات إلى شكل يأخذ حيزا أصغر من المصدر الأصلي، فمثلا أن المعلومات الصوتية لا تخزن بشكلها الصوتي ولكن بصورة مشفرة إلكترونية تأخذ حيزا أقل.

◀ نقل المعلومات وتخزينها: وهو إرسال البيانات والمعلومات من موقع إلى موقع آخر، حيث أن نظم الحواسيب تقوم بعمل نظام الهاتف نفسه عندما يقوم بنقل مكالمتنا من نقطة إلى نقطة أخرى، كذلك الحواسيب فهي تستخدم غالبا خطوط الهاتف وكذلك تستخدم الأقمار الصناعية والحزم الضوئية المنقولة عبر ألياف زجاجية أو بلاستيكية بصرية.

الفرع الثاني: استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال: لتكنولوجيا المعلومات والاتصال استخدامات في العديد من المجالات والميادين، وفيما يلي يمكن إبراز أهم هذه الاستخدامات<sup>1</sup>:

أولا: استخدام تكنولوجيا المعلومات في مجال التسيير: إن التدفق المتزايد للمعلومات والحاجات الماسة لمعالجتها داخل المنظمة من ناحية، وحجم مبادلة هذه المعلومات مع بقية المصالح من ناحية أخرى، دفعت بالمنظمة لتطوير تكنولوجيا المعلومات الخاصة بها، فكانت من بين الوسائل الناجعة والموجهة لحل مشاكل التسيير خاصة بالبلدان المتطورة، فمع تعقد المحيط وتطور تكنولوجيا المعلومات، احتل الحاسوب مكانة هامة في الإدارة وتوسعت مجالات استعماله خاصة في تسيير العمليات الروتينية مثل: تسيير الأجور والمحاسبة، تسيير المحزونات.... إلخ.

<sup>1</sup> - محمد الهزام، تسيير الموارد البشرية في ظل تكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016، ص 85-86.

ثانيا: استخدام تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي: في ظل التطور المتزايد لتكنولوجيا المعلومات وازدياد شدة المنافسة أمام التغيرات الكبيرة في المحيط، دفع بالمنظمات إلى استعمال واستخدام تقنيات جديدة لتكنولوجيا المعلومات حتى تحافظ على بقائها واستمرارها، ومنها:

1. الألية: لقد فكر الإنسان منذ القدم في الآلية التي تعوضه في مختلف الميادين خاصة المتعبة والخطيرة منها، وعمل الباحثون بجهد من اجل تحقيق هذا الحلم فكانت البداية مخففة لأنهم تمكنوا من تصميم الإنسان الآلي الحديدي الذي كان بعيد كل البعد عن السلوك الإنساني، فهو مجرد آلة لا يستطيع القيام ببعض الحركات البسيطة، ولكن مع التطور في التكنولوجيا ولإلكترونيك تمكن الباحثون من تطوير الرجل الآلي، الذي تكمن من القيام بالحركات المعقدة والسريعة للغاية يعجز الإنسان عن أدائها بنفس الكفاءة، ولقد أصبحت تستعمل في عمليات عدة منها: الحرب، التجارب الفضائية، الإنتاج، والتصميم.....إلخ.

2. برامج المعلوماتية: الذي يسمح بإنجاز نموذج أو مجسم صغير وبأقل التكاليف وأقل وقت ممكن ليعرض على شاشة ثلاثية الأبعاد، وهذا ما يسمى باقتصاديات التصميمات، ولقد أدخلت هذه التقنيات في عملية الإنتاج والمشاريع التي هي بصدد الإنجاز بحيث يمكن النموذج أو المجسم من أن تجرى عليه التعديلات بكل سهولة وبأقل التكاليف وذلك قبل تجسيده في الواقع.

3. الآلات الموجهة رقميا: وهي أجهزة حلت محل العامل في الإنتاج، وحتى تتمكن هذه الآلات من أداء مهامها فإنها تتلقى الأوامر بطريقة الكترونية من خلال أسلاك، سواء كانت مسيرة بطريقة مركزية أو غير مركزية، إلا أن ظهور المعالجة الصغيرة سمحت ببرمجة أو أمر كل آلة بشكل منفرد.

ثالثا: استخدام تكنولوجيا المعلومات في القطاع المالي والاقتصاد: يمكن توضيح استخدامات تكنولوجيا المعلومات لقطاع المال والاقتصاد من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (01): استخدام تكنولوجيا المعلومات في قطاع المال والاقتصاد والهدف منها.

الهدف	تطبيقات تكنولوجيا المعلومات
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ تحسين الخدمة.</li> <li>✓ سرعة ضبط الحسابات.</li> <li>✓ مساندة الرقابة المالية على البنوك.</li> </ul>	مساعدة أعمال البنوك
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ سرعة الخدمة.</li> <li>✓ تقليل العمل الورقي للعمليات بين البنوك.</li> </ul>	تحويل الأموال الكترونيا
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ تحليل النظم الاقتصادية وتقييم الاستراتيجيات.</li> </ul>	إقامة النماذج الاقتصادية
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ تعظيم العائد الاستثماري وتحليل المخاطر.</li> </ul>	إدارة الاستثمارات
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ فورية بث المعلومات للمتعاملين.</li> <li>✓ استخراج إحصائيات السلاسل الزمنية لتغيير أسعار الأسهم والسندات والمؤشرات الاقتصادية الأخرى.</li> </ul>	نظم المعلومات، أسواق الأوراق المالية
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ سرعة التعديل وتعدد تجارب التصميم وتوفير الجهد ما بعد التصميم من خلال قيام النظام الآلي بتحديد القوائم والمكونات والموارد الداخلة فيه.</li> </ul>	التصميم بمساعدة الكمبيوتر

المصدر: محمد الهزام، تسيير الموارد البشرية في ظل تكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، دفعة 2016، ص87.

من خلال الجدول أعلاه فإن الإعتماد على تكنولوجيا المعلومات في القطاع المالي والاقتصاد يمكن من تحقيق العديد من الأهداف لعل أبرزها فورية بث المعلومات للمتفاعلين، سرعة تقديم الخدمات للمتفاعلين وتحسينها وأضف لذلك تقليل العمل الورقي، والتقليل من الجهد والوقت المبذول في إنجاز المهام.

### المطلب الرابع: خصائص تكنولوجيا المعلومات والإتصال

تميزت تكنولوجيا المعلومات والإتصال بمجموعة من الخواص أهمها<sup>1</sup>:

1. تقليص الوقت: فالتكنولوجيا جعلت كل الأماكن إلكترونيا متجاورة.
2. تقليص المكان: تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بسهولة.
3. الذكاء الاصطناعي: أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
4. التفاعلية: أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت. فالمشاركين في عملية الإتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.
5. اللاتزامنية: وتعني إمكانية إستقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم. فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
6. اللامركزية: وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والإتصالات. فالإنترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم.
7. اللاجماهيرية: تعني إمكانية توجيه الرسالة الإتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة. وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك. كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة للإتصالات سواء من شخص واحد إلى شخص واحد، أو من جهة واحدة إلى مجموعات. أو من مجموعة إلى مجموعة.
8. العالمية: هو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونيا خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والإنتقال عبر الحدود الدولية.
9. قابلية التحويل: هي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر. كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة مع إمكانية التحكم في نظام الإتصال.
10. اقتسام المهام الفكرية مع الآلة: وذلك نتيجة للتفاعل بين الباحث والنظام.

<sup>1</sup> الميلود سحانين، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2017، ص35-ص36.

11. تكوين شبكات الإتصال: توجد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الإتصال. فهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين. وكذا منتجي الآلات ويسمح بتبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى.

المبحث الثاني: أساسيات حول الاقتصاد الرقمي.

إن تطورات اقتصادية أدت الى تقلص اقتصاد المعتمد على موارد الطبيعة وظهور اقتصاد يقوم على المعرفة والتكنولوجيات الجديدة وبرز مصطلح الاقتصاد الرقمي.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم اقتصاد الرقمي:

إن الاقتصاد الرقمي أصبح ضرورة حتمية في ظل التطورات الحاصلة وذلك لكل من يريد أن يواكب تطورات عصر الثروة.

الفرع الأول: نشأة الاقتصاد الرقمي: إن الانتشار السريع لوسائط تكنولوجيا المعلومات واستخدام هذه الوسائط الإلكترونية وما أحدثه من تغير في أساليب حياة الإنسان أدى بشكل مباشر إلى تغيير في طرق ووسائل تنفيذ الأنشطة الاقتصادية، وهو ما أدى إلى ظهور نوع جديد في الاقتصاد وهو ما يطلق عليه بالاقتصاد الرقمي، أو اقتصاد المعلومات، أو عصر الإنترنت الذي يعبر عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومات الركيزة الأساسية للاقتصاد. يعود ظهور هذا النوع من الاقتصاد إلى التطورات التي شهدتها الاقتصاد الجديد، وهو تعبير برز مؤخرًا ليفسر الظاهرة التي دخلت بالاقتصاد الأمريكي إلى دائرة الإنتاجية العالمية والنمو المتواصل، باعتبار هذا الاقتصاد أكبر اقتصاد في العالم، وتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المحرك الأساسي للاقتصاد الأمريكي الجديد والذي أصبح يشكل بشكل كبير اقتصاد رقمي تحكمه الاتصالات وشبكة الإنترنت، وقد شكلت عاملاً أساسياً في التحول الذي شهدته الاقتصاد الأمريكي خلال السنوات الأخيرة وحققت له عائدات ضخمة وساهمت في تحقيق زيادات معتبرة في الإنتاجية، وتجدر الإشارة هنا أن العوامل الهيكلية المصاحبة لظاهرة الاقتصاد الجديد والتي تأتي في قمته الثورة التقنية المعلوماتية والتي رغم أنها بدأت كظاهرة أمريكية إلا أنها انتقلت خلال فترة وجيزة وبدرجات متفاوتة إلى الدول المتقدمة الأخرى، ولكنها لم تتضح بعد في الاقتصاديات النامية والناشئة ومنها الاقتصاديات العربية<sup>1</sup>.

الفرع الثاني: مفهوم الاقتصاد الرقمي: من أجل الفهم الجيد لمصطلح الاقتصاد الرقمي وجب تسليط الضوء على بعض المصطلحات ذات العلاقة به ومنها:

علم الاقتصاد: يعرف علم الاقتصاد بكونه علم إدارة الموارد النادرة في مجتمع إنساني، ويدرس الأشكال التي تتخذها التصرفات الإنسانية وأنواع السلوك الاجتماعي الهيئة الوسط الخارجي عن طريق الإنفاق، ويدرس الأفعال التي ترمي إلى تخفيف التوتر الموجود بين الرغبات الاقتصادية غير المحدودة والوسائل الاقتصادية المحدودة<sup>2</sup>.

اقتصاد المعلومات: هو الاقتصاد الذي يعتمد في مختلف قطاعاته على المعلومات، وعلى قطاع المعلومات المتميز في سلعه وخدماته. وكذلك يعرف بأنه الاقتصاد الذي تزيد فيه نسبة قوة العمل المعلوماتية، عن قوة العمل العاملة في كل من قطاعات الزراعة والصناعة والخدمات، بالنسبة للدول المتقدمة. وتختلف نسبته بالنسبة للدول الأقل تقدماً<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2019، ص 11.

<sup>2</sup> الطاهر قانة، علم الاقتصاد، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 220، ص 21.

<sup>3</sup> ناريمان إسماعيل متولي، اقتصاديات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، الإسكندرية، مصر، 1995، ص 30.



اقتصاديات المعرفة: هو الاقتصاد الذي يدور حول الحصول على المعرفة، واستخدامها، وتوظيفها، وإبداعها وابتكارها، بهدف تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كافة، من أجل الاستفادة من التطبيقات التكنولوجية الاستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي. كما يمكن تعريفه على أنه هو ذلك الاقتصاد الذي ينشئ الثروة من خلال عمليات وخدمات المعرفة، بالإضافة إلى تحسين التعلم والتطبيق واستخدام المعرفة بأشكالها في القطاعات المختلفة بالاعتماد على الأصول البشرية غير الملموسة وفق خصائص وقواعد جديدة<sup>1</sup>.

الاقتصاد المعلوماتي: يعرف الاقتصاد المعلوماتي من قبل إدارة التجارة والصناعة البريطانية بأنه اقتصاد محكوم بالمعلومة والاستفادة من المعرفة وله دورا محوريا في خلق الثروة. وتعرفه منظمة التعاون والتنمية بأنه: الاقتصاد الذي يقوم بشكل مباشر على إنتاج وتوزيع واستخدام المعلومات والمعارف.

الاقتصاد الرقمي: بات واضحة أن محاولة تحديد المفاهيم والمصطلحات أعلاه جاءت من أجل فك حالة الالتباس والغموض التي تكتنف التسميات المتعددة والمختلفة المفهوم الاقتصاد الرقمي والتي تختلف وتتألف بعض الشيء عن بعضها البعض، أضف إلى ذلك فإن التسميات المتعددة والمتراصة مثل: (الاقتصاد الرقمي، الاقتصاد الشبكي، الاقتصاد القائم على الإنترنت والاقتصاد الإلكتروني)، وكذلك بعض التسميات التي وردت قبل مصطلح الاقتصاد الرقمي مثل اقتصاد المعلومات، اقتصاد المعرفة، فرضت على القارئ شيئا من عدم الوضوح<sup>2</sup>.

وقد تعددت الأنظار لإيجاد تعريف موحد، للاقتصاد الرقمي ومن أهمها نذكر ما يلي:

✓ يقصد بالاقتصاد الرقمي ذلك التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال من جهة، وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى، بما يحقق الشفافية والفورية لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما<sup>3</sup>.

✓ كما يعرف بأنه الاقتصاد القائم على مبدأ إنتاج ونشر واستعمال المعرفة، باعتبارها القوة الرئيسية الدافعة للنمو الاقتصادي وزيادة الثروة وتلعب فيه المعرفة والابداع والتجديد دوراً رئيسياً ومنتامياً في أحداث النمو واستدامته، وتعد المعرفة أهم عوامل النمو في الاقتصاد الرقمي بل انها تعد سلعة قائمة بحد ذاتها، هذا وان اقتصاد المعرفة يمثل مرحلة النضوج والتطور لاقتصاد المعلومات الذي يركز على معالجة البيانات وسرعة الاتصال<sup>4</sup>.

✓ ويمكن تعريفه بأنه تلك المضامين والمعطيات الجديدة للاقتصاد التي تركز على التطور الكبير في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وثورة المعلومات، وما أفرزته من تكنولوجيا متقدمة في الحاسوب والشبكات وبخاصة الانترنت، والتكنولوجيا الحيوية والهندسة الوراثية البيولوجية وتكنولوجيا الفضاء، وتكنولوجيا المواد، وتكنولوجيا الطاقة البديلة وغيرها، وما رافقته من استخدام مكثف لها وللمعرفة في الجوانب المختلفة لعمل الاقتصاد وأنشطته، بالشكل الذي يسهم في القيام بهذه الأنشطة وتوسعها ونموها، وما يرتبط بها<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - محمد عبد الله شاهين محمد، الاقتصاد المعرفي وأثره على التنمية الاقتصادية للدول العربية، دار حميترا للنشر والترجمة، القاهرة، مصر، 2018، ص 230.

<sup>2</sup> - جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية، عمان، الأردن، 2010، ص 24.

<sup>3</sup> - صالح عبد الحميد، العملات الرقمية، طيبة لنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2018، ص 8.

<sup>4</sup> - اخلاص باقر هشام النجار، الاقتصاد الرقمي والفتوة الرقمية في الوطن العربي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم الاقتصاد، جامعة البصرة، 2007، ص 21.

<sup>5</sup> - محمد الفاتح محمود بشير المغربي، إدارة المعرفة، دار المنهال، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2020، ص 145.

✓ ويمكن تعريف الإقتصاد الرقمي أيضا على أنه نمط اقتصادي متطور قائم على الاستخدام واسع النطاق للمعلوماتية وشبكة الانترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي وخاصة في التجارة الإلكترونية، مرتكزة بقوة على الإبداع والمعرفة والتطور التكنولوجي خاصة ما يتعلق بتكنولوجيات الإعلام والاتصال<sup>1</sup>.

✓ يمكن تعريف الإقتصاد الرقمي: بأنه ممارسة الأنشطة الاقتصادية في المجال الإلكتروني باستخدام وسائط الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات من خلال إيجاد روابط ما بين أطراف النشاط الاقتصادي. فالإقتصاد الرقمي أصبح عنصرا أساسيا في تحقيق التنمية، والاستقرار الاقتصادي؛ لأنه يقوم على التجارة الإلكترونية التي تؤدي إلى زيادة الإيرادات من النقود الرقمية بما لها من أثر كبير على السياسة النقدية، وارتفاع قيمة العملة المحلية، ولذلك فالإقتصاد الرقمي هو البديل الطبيعي عن الإقتصاد التقليدي<sup>2</sup>.

ومن خلال التعاريف السابقة نعرف الإقتصاد الرقمي على أنه: هو ذلك التفاعل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع الإقتصاد، ويكون قائما على مبدأ إنتاج ونشر المعرفة واستخدام واسع النطاق للمعلوماتية في مختلف أنشطة الاقتصادية، وهو الذي يعبر عن الإقتصاد الحديث الذي يركز على التطورات الحاصلة التي تدفع الإقتصاد نحو التقدم.

### المطلب الثاني: خصائص ومكونات الإقتصاد الرقمي

يتميز إقتصاد الرقمي بمجموعة من الخصائص التي تميزه عن باقي الإقتصاديات إضافة الى مجموعة من المكونات الداخلة في تكوينه.

#### الفرع الأول: خصائص الإقتصاد الرقمي.

يعمل الإقتصاد الرقمي على نشر مجتمع المعلومات والمعرفة، أو ما يطلق عليه إقتصاد المعرفة، أو المجتمع الشبكي. وفيما يلي أهم خصائص وسمات الإقتصاد الرقمي:

#### أولا: سهولة الوصول إلى مصادر المعلومات:

يعتمد نجاح ونمو الإقتصاد الرقمي على قدرة الأفراد والمؤسسات على المشاركة في شبكات المعلومات ومواقع الإنترنت المختلفة، ويتطلب الاشتراك الفعال في تلك الشبكات وفي الإقتصاد الرقمي ضرورة توفر البنية التحتية، مثل: شبكات الكهرباء، وشبكات الهواتف، وانخفاض تكلفة ورسوم تلك الخدمات، وتوفر الآلات والأجهزة والمعدات والمهارات والتعليم والتدريب وتوفير الموارد المالية واستخدام الأموال الإلكترونية والبلاستيكية مثل: بطاقات الائتمان والدائنة والمدينة<sup>3</sup>.

#### ثانيا: يلغي أهمية الموقع:

يسمح استخدام التقنية الملائمة خلق أسواق ومنشآت افتراضية تلغي فيها حدود المكان والزمان، ومثال ذلك التجارة الإلكترونية التي توفر الكثير من المزايا، منها تخفيض التكلفة، رفع الكفاءة والسرعة في انجاز المعاملات على مدار الساعة وعلى نطاق العالم. ونتيجة لذلك ينصب التركيز أولا على تطوير الأسواق والشراكة والتحالف الاستراتيجي مع أطراف خارجية قبل التركيز على تطوير المنتجات<sup>4</sup>.

#### ثالثا: الإقتصاد الرقمي يوفر المعلومات لاتخاذ القرارات:

<sup>1</sup> - مصطفى يوسف الكافي، اقتصاديات البيئة، دار رسلان لطباعة والنشر، سوريا، دمشق الطبعة الأولى، 2013، ص 295.

<sup>2</sup> - مصطفى حمدي محمود جمعة، النظام القانوني للوكالة بالعمولة الإلكترونية، منشأة المعارف، الاسكندرية، مصر، 2018، ص 25.

<sup>3</sup> - فريد النجار، الإقتصاد الرقمي، الدار الجامعية لنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2007، ص 25.

<sup>4</sup> - بطاهر بخته، توجهات الإقتصاد الرقمي في البلدان العربية في ظل رغبتها في تطبيقه، مجلة منتدى للدراسات والأبحاث العلمية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، العدد 02، 2020، ص 147.

يمكن التحكم في المعلومات باستخدام الفعال للمعلومات وتوظيفها لخدمة القرارات والسياسات الاقتصادية، وتساعد مهارات إدارة المعلومات في نجاح اتخاذ القرارات الاستثمارية بعيدة المدى بدقة، ويوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات عن طريق تعلم كيفية تحديد الاحتياجات المعلوماتية ثم اختيار المصادر المناسبة للمعلومات الأساسية والهامة أي إدارة الصادر والوارد من المعلومات بطريقة أكثر كفاءة وتكون هذه المعلومات إما<sup>1</sup>:

1. معلومات إلكترونية: وتشمل البريد الإلكتروني والإنترنت والمواد المسجلة على أشرطة الفيديو والمعلومات الموجودة على الأقراص الصلبة أو المرنة.

2. معلومات منطوقة: تتمثل في المكالمات الهاتفية والحوارات.

3. معلومات مطبوعة: مثل التقارير والفاكسات.

يوفر الاقتصاد الرقمي المعلومات المثالية من الحداثة والكفاءة والأهمية والدقة وإمكانية التحقق من صحتها. بالإضافة إلى الخصائص السابقة يمكن إضافة الخصائص التالية<sup>2</sup>:

✓ الاقتصاد الرقمي يسمى كذلك الاقتصاد الجديد: ليس له علاقة التي نعرفها، وإنما هو جديد لأن الأفكار والمناهج والوسائل والزبائن جدد، فالإقتصاد الجديد يبني على تخصيص المستهلكين الجانب الاجتماعي التطوير والمعرفة بالنسبة للمؤسسات القطب الاقتصادي، والقطب التكنولوجي المرتكز على تطوير الوسائل التكنولوجية الاتصالات، وسائل الإنتاج، البيع... الخ.

✓ اقتصاد مرتبط باليقظة: من اقتصاديات الحجم في سنوات الستينات إلى أول حاسوب في ثمانينات، والآن الاقتصاد الجديد الذي أصبح ينظم التجارة بين منشأة أعمال ز منشأة أعمال أخرى وأيضاً ساعد في تسهيل التجارة ما بين منشأة الأعمال والمستهلك. فأصبح اليوم قانون العرض والطلب هو السائد مما خلق اهتمام بسلوك الزبون حتى يضمن ولاءه كما يجب الاستجابة السريعة والفورية لأي تغيير في هذا السلوك.

✓ اقتصاد مضاعف بالإنترنت: إذ أنه اقتصاد لا يعترف بحدود الدول، يعرض منتجاته وخدماته في كل مكان في العالم.

✓ اقتصاد الأسواق الإقليمية: اقتصاد يتجسد حيث يقطن الزبون إذ يعتبر الاقتصاد الرقمي محصلة التفاعل بين اتجاهات تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين المنظومة الاقتصادية (الاقتصاد الكلي -الاقتصاد الجزئي واقتصاد القطاعات النوعية في الصناعة والزراعة والتجارة والبنوك والمال والصحة والتعليم والعلاقات الاقتصادية الدولية والسياسات النقدية والسياسات المالية وغيرها) ويساعد الاقتصاد الرقمي في معرفة أثر الاقتصاد على المجتمع وتشخيص المشكلات.

✓ يؤثر الاقتصاد الرقمي في فروع الاقتصاد المختلفة بالربط بين النماذج الاقتصادية والبرمجيات والإنترنت وذلك لتحقيق المثلية<sup>3</sup>.

الفرع الثاني: العناصر المكونة للاقتصاد الرقمي.

<sup>1</sup> - سعيد بن نبيدة، عامر بوعاكاز، سبل ووسائل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي، مجلة البناء الاقتصادي، جامعة الجلفة، الجزائر، العدد 01، 2018، ص69.

<sup>2</sup> متناوي محمد، الاقتصاد الرقمي وأشكاله التجارية الإلكترونية في الدول العربية، الملتقى الدولي الثاني حول المعرفة في ضل الاقتصاد الرقمي ومساهمتهما في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف، يومي 4-5 ديسمبر 2007، ص 4.

<sup>3</sup> صلاح عبد الحميد مرجع سبق ذكره، ص 13.

يشتمل الإقتصاد الرقمي كنظام جديد على مجموعة من العناصر المتفاعلة معا بشكل يجعل من هذا الأخير فعالا، وفيما يلي توصيف للعناصر المكونة لهذا النظام<sup>1</sup>:

**أولاً: المنتجات الرقمية:** تعتبر المنتجات الرقمية من أهم ما يميز الإقتصاد الرقمي عن التقليدي حتى تستطيع أن تكون محل مبادلة في السوق الرقمي، ولا تعني رقمية المنتجات *Digitalization and Connectivity* تلك البرامج الإلكترونية والموسيقى والفيديو فقط، وإنما تتعدى ذلك إلى العديد من المنتجات المادية الملموسة التي خضعت للرقمية. ومثال ذلك الكتب والمجلات والجرائد، وامكانية طباعة الصور، حجز تذاكر السفر، امكانية الدفع والسحب من خلال ظهور العملة الإلكترونية، ومن جهة أخرى نجد الخدمات الحكومية من خلال امكانية الحصول على الوثائق الرسمية كالرخص وغيرها، ودفع الفواتير وغيرها من الالتزامات عن طريق الأنترنت، بالإضافة إلى ارسال واستقبال الرسائل و الفاكسات، وكذا المزادات العلنية عبر الأنترنت، والتسجيل بالجامعات والمعاهد وحتى الدراسة عن بعد من خلال الأنترنت، فضلا عن امكانية التواصل عبرها مما أدى إلى ظهور المجتمعات الافتراضية، كما أن من أهم ما يميز المنتجات الرقمية عن غير الرقمية إمكانية انتاجها وفقا لرغبات العملاء وبشكل تفصيلي كما أن منحى تكاليف المنتجات الرقمية يختلف عن غيرها من المنتجات إذ أن أكبر جزء من تكاليفها يكمن في التكاليف الثابتة ومساهمة التكاليف المتغيرة تعتبر ضئيلة جدا مما يفيد في رفع الأرباح بشكل كبير بمجرد رفع المبيعات.

**ثانياً: المستهلكون:** إن ما يميز المستهلكين في عهد الإقتصاد الرقمي هو عددهم الكبير، إذ يعتبر كل من يدخل على شبكة الأنترنت عميلا محتملا للمؤسسات التي تنشط في السوق الإلكترونية. وبإمكانهم البحث والاختيار وحتى المساومة نظرا للعدد الكبير من المعروض السلعي والخدمي في هذا السوق، وكذلك للحجم الكبير من المعلومات المتوفرة على المواقع الإلكترونية مما يسهل على المستهلكين عمليات التبادل.

**ثالثاً: البائعون:** يتمثلون في كل المؤسسات الناشطة على الأنترنت سواء من خلال عرضها لمنتجاتها أو إعلانها عن منتجات مؤسسات أخرى، وتجدر الإشارة إلى أن هنالك بعض المؤسسات التي تنشط على مستوى السوق الإلكترونية فقط دون السوق الملموس، ولقد ساعدتها خصائص ومميزات الإقتصاد الرقمي على التواجد بشكل كبير على مستوى العالم ككل نظرا لانتفاء وجود الحدود الجغرافية مثال ذلك مؤسسة "ياهو وكذلك "أمزون دوت كوم" و"إي باي"، ونظرا لقلّة حواجز الدخول فإن عدد البائعين الذين يعملون في نظام الإقتصاد الرقمي في تزايد مضطرد ومعروضهم المباع في تزايد أيضا.

**رابعا: المؤسسات المسؤولة على الهياكل القاعدية:** وتمثل في تلك المؤسسات المسؤولة عن توفير البرامج والحاسبات الإلكترونية وكذلك الأجزاء المادية الأخرى المكونة لشبكات الاتصال من أجل ضمان الأداء الأمثل لنظام الإقتصاد الرقمي، كما تشتمل أيضا على الهيئات الاستشارية التي تساعد كل من يرغب في الدخول إلى هذا النظام عن طريق اعطائه الاستشارات اللازمة لذلك.

**خامسا: الوسطاء:** أيا كان نوعهم، فإنهم يعتبرون من أهم مكونات الإقتصاد الرقمي نظرا لكونهم هم المسؤولون عن جمع البيانات والمعلومات اللازمة وتوفيرها للعملاء والبائعين حتى يستطيعوا الجمع والمواءمة بينهم قصد إتمام المبادلات. وبهذا يمكن القول بأنهم هم المسؤولون عن خلق السوق الافتراضي، كما يقومون أحيانا بتقديم بعض الخدمات القاعدية لهذا السوق من خلال توفير المعلومات اللازمة لقيامه.

<sup>1</sup>جلالي بوزكري، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وأفاق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2016، ص 10-13.

سادسا: الخدمات الداعمة: تتعدد أشكالها من تقديم شهادات تضمن التعامل مع البائعين تعرف بشهادات الثقة والالتزام إلى توفير المعرفة اللازمة لأطراف هذا النظام، والتي تدعم قيامه واستمراره. كما يمكن أن يشتمل هذا المكون على الجوانب التشريعية والقانونية التي تحكم التعامل في ظل الاقتصاد الرقمي.

سابعا: المطورون للمحتوى: هم تلك المؤسسات المسؤولة عن تطوير المواقع الإلكترونية ومحتوياتها، سواء من حيث تعلق الأمر بهم أو بالآخرين ويعتبر هذا المكون من أهم مكونات الاقتصاد الرقمي.

المطلب الثالث: متطلبات الاقتصاد الرقمي ومؤشراته.

لقيام باقتصاد الرقمي فإنه يوجد مجموعة من المتطلبات، وهنالك مجموعة من المؤشرات التي تساعدنا في معرفة مدى تطبيقه.

### الفرع الأول: متطلبات الاقتصاد الرقمي

يحتاج الاقتصاد الرقمي إلى مجموعة متكاملة من المتطلبات من أهمها ما يلي:<sup>1</sup>

- ◀ وعي وثقافة جماهيرية بحيث يمكن من الوصول إلى المواقع الاقتصادية المختلفة.
- ◀ توفير البنية التحتية اللازمة من تقنية وشبكات اتصال، ونقل معلومات تساعد على اتخاذ القرارات الاقتصادية.
- ◀ بنية معلوماتية تساعد على تدفق المعلومات بسرعة ودقة بين فروع الاقتصاد، وسلسلة من النظم مترابطة تساعد صانع القرار على اتخاذ القرار الاقتصادي السليم.
- ◀ القوانين والتشريعات التي تلائم مع الاقتصاد الرقمي، بالإضافة إلى مناخ عام يضمن حرية وشفافية كاملة في تداول وتدوير المعلومات بلا عوائق.
- ◀ تحديث معلومات المواقع أنيا وتقديم الدعم المستمر لمستخدمي الاقتصاد الرقمي.
- ◀ المحافظة على الخصوصية في المعاملات، وذلك لضمان ثقة الاقتصاديين والجمهور والإقبال على الاقتصاد الرقمي.
- ◀ ضمان الحماية ضد غسيل الأموال وتوفير القوانين المالية التي تحقق الأمان في المعاملات.
- ◀ توفير متطلبات الاستثمار الإلكتروني من إعداد البرامج الخاصة بالاستثمار الإلكتروني.
- ◀ تطبيق آليات الحكومة الإلكترونية، وهي قدرة الحكومة على التبادل المعلومات وتقديم الخدمات فيما بينها وبين المواطن وبين قطاع الأعمال بسرعة ودقة عالية وبأقل تكلفة عبر شبكة الإنترنت.
- ◀ تطبيق آليات التجارة الإلكترونية، وهي تشمل على أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها من خلال الوسائط الإلكترونية.

### الفرع الثاني: مؤشرات الاقتصاد الرقمي.

توجد العديد من مؤشرات الخاصة بالاقتصاد الرقمي، حيث توجد 4 عناصر تحتوي على مجموعة من المؤشرات المطلوبة وهي كما يلي:

أولاً: البحث والتطوير: وهو يقيس مستوى البحث والتطوير التقني الذي يعكس القدرة على الابتكار وتطبيق التقنيات الجديدة، ويشمل المؤشرات التالية:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> إيمان صالح عبد الفاتح، التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الرقمية، إيبس. كوم للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، طبعة الأولى، 2007،

- ✓ تصدير التقنية العالية كنسبة من التصدير الصناعي.
- ✓ عدد العلماء والمهندسين العاملين في مجال البحث والتطوير.
- ✓ إجمالي العاملين في البحث والتطوير على المستوى الوطني كنسبة للسكان.
- ✓ إجمالي الإنفاق على البحث والتطوير كنسبة من الناتج الوطني الإجمالي
- ✓ المتوسط السنوي لأعداد براءات الاختراعات الممنوحة.
- ✓ ما يتم إنفاقه على البحث والتطوير من رجال الأعمال للفرد.

ثانياً: التعليم والتدريب: ويعد المدخل الأساسي للاقتصاد المبني على المعرفة، وهو يركز على الموارد البشرية، ويشمل

المؤشرات التالية:

- ✓ إجمالي الإنفاق على التعليم لكل فرد.
- ✓ معدل معرفة القراءة والكتابة.
- ✓ نسبة الطالب / المدرس في المرحلة الابتدائية.
- ✓ نسبة الطالب / المدرس في المرحلة الثانوية.
- ✓ التسجيل في المرحلة الثانوية.
- ✓ التسجيل في المرحلة الجامعية.

ثالثاً: البنية المعلوماتية: وهو عنصر يشمل كل ما يتعلق بالجوانب المتعلقة بنشر المعلومات عبر وسائل الاتصالات

والإعلام، ويشمل المؤشرات التالية:

- ✓ مقدار الاستثمار في وسائل الاتصالات.
- ✓ الهواتف العاملة المستخدمة لكل ألف من السكان.
- ✓ اشتراكات الهاتف المحمول لكل ألف من السكان.
- ✓ التلفونات العاملة لكل ألف من السكان.
- ✓ التلفزيون والراديو لكل ألف من السكان.
- ✓ أجهزة الفاكس لكل ألف من السكان.
- ✓ تكلفة المكالمات الدولية.

رابعاً: البنية الأساسية للحاسوب: ويعكس هذا العنصر مدى توافر الحاسوب بوصفه أداة لتقويم القاعدة

المعلوماتية، ويشمل المؤشرات التالية:

- ✓ نسبة المشاركة الدولية في الحاسوب.
- ✓ أعداد أجهزة الحاسوب لكل ألف من السكان.
- ✓ نسبة المشاركة الدولية في البنية الأساسية للحاسوب بالثانية.
- ✓ طاقة الحاسوب لكل فرد.

<sup>1</sup> - مراد علة، جاهزية الدول العربية للاندماج في اقتصاد المعرفة -دراسة نظرية تحليلية-، المؤتمر العالمي الثامن للاقتصاد والتمويل الإسلامي النمو المستدام والتنمية الاقتصادية الشاملة من المنظور الإسلامي، كلية الدراسات الإسلامية، الدوحة، قطر، 18- 20 ديسمبر 2011، ص 19.

✓ أعداد مستخدمي الإنترنت لكل ألف نسمة من السكان.

✓ مواقع الإنترنت لكل عشرة آلاف نسمة من السكان.

المبحث الثالث: أساسيات حول الفجوة الرقمية.

بعد انتشار الاقتصاد الرقمي في العالم ظهرت مشكلة الفجوة الرقمية، لتظهر مدى الفارق الرقمي الموجود بين دول العالم المتقدم والدول النامية التي تصارع لسد هاته الفجوة او التقليل منها.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم الفجوة الرقمية.

تعتبر الفجوة الرقمية مصطلح حديث برز مع تفاوت في قدرة استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وارتبط بمصطلح الفجوة الرقمية.

الفرع الأول: نشأة الفجوة الرقمية.

لقد ظهر مصطلح الفجوة الرقمية على مستوى محلي في بداية الأمر وذلك في الولايات المتحدة في العام 1995 حيث صدر تقرير وزارة التجارة الأمريكية -قسم المعلومات والاتصالات الوطنية والشهير بعنوان "السقوط من فتحات الشبكة Falling Through The Net" والذي لفت الأنظار إلى الفارق الكبير بين بعض فئات المجتمع الأمريكي في استخدام الكمبيوتر بشكل عام والإنترنت بشكل خاص. حيث أطلقت بعدها عدة تقارير تبحث في جوانب مختلفة لظاهرة الفجوة الرقمية، وقد وصفت بدورها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأنها أحد الحقوق المدنية المكفولة. وعلى الرغم من أن مفهوم الفجوة كان بسيطاً إلى حد ما في التقرير الأمريكي، حيث قصد به تسليط الضوء على من يملكون جهاز كمبيوتر ومن لا يملكونه، كذلك من يمتلكون أيضاً أجهزة للاتصال بالإنترنت، لكن سرعان ما اتسع المفهوم متجاوزاً النطاق المحلي لينتشر بذلك على نطاق أوسع محدثاً الكثير من الجدل العالمي.

إلا أن البعض يرجع ظهور مصطلح "الفجوة الرقمية" إلى ما قبل ذلك، ففي السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين برزت ظاهرة عدم المساواة في النفاذ إلى المعلومات عندما صيغت نظريات "فجوة المعرفة Knowledge Gap"؛ حيث ظهرت في ذلك الوقت وبشكل مكثف عدة دراسات تبحث في تأثير وسائل الإعلام على التوزيع غير العادل للمعلومات أو فجوة المعلومات Information Gap. ومن ذلك أنه في أواخر الثمانينيات عندما برزت الإنترنت إلى الوجود بعد التزاوج بين تقنية الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال، والاتساع النسبي لنطاق استخدامها، ثم الانتباه إلى التوزيع غير العادل لتقنية الإنترنت الجديدة خاصة في ظل فاعليتها الملموسة، وقد تحولت الأنظار في العام 1989 نحو ما اصطلح على تسميته "الفجوة الرقمية" كرد فعل لمقال نشر في Journal of Communication حول "فجوة المعلومات" أشار إلى علاقتها بظهور الإنترنت كوسيط معلوماتي جديد لذا فالحديث عن الفجوة الرقمية أصبح ظاهرة عالمية خلال عقد التسعينيات من القرن المنصرم، بيد أنها أصبحت تحظى في الوقت الحالي باهتمام اقتصادي وتكنولوجي وإعلامي هائل، كما تبوأَتْ لاحقاً موقعا بارزا في القمتين العالميتين لمجتمع المعلومات واللغات عقدتا بجنيف في ديسمبر من العام 2003، وفي تونس في نوفمبر من العام 2005.<sup>1</sup>

الفرع الثاني: تعريف الفجوة الرقمية.

بالرغم من الجهود المبذولة من قبل المنظمات والهيئات الدولية في سبيل تحديد مفهوم واضح وشامل لفجوة الرقمية إلا أنه لا يزال يكتنفه كثير من الغموض وسنحاول أن نعرض أهم التعريفات المقدمة للفجوة الرقمية فيما يلي:

<sup>1</sup>رامي عبود، المحتوى الرقمي العربي على الإنترنت، دار العربي بنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى 2013، ص 37-ص 38.

◀ الفجوة الرقمية هي الفارق بين الدول المتقدمة والدول النامية في إمكانيات السيطرة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تساعد على الإسراع بتحويل مجتمعاتها إلى مجتمع المعرفة وتطوير الاقتصاد<sup>1</sup>.

◀ الفجوة الرقمية هي المسافة بين حالة انتشار استخدام الشبكة العنكبوتية في الدول المتقدمة بما ينطوي عليه ذلك من تغيير انماط التفاعل في مجالات التجارة والعلاقات الإنسانية وعلاقات العمل وبين انتشار الشبكة في الدول النامية<sup>2</sup>.

◀ ويقصد بالفجوة الرقمية تلك المسافة التي تفصل بين من يملك المعرفة وأدوات تطبيقها وتوظيفها في مجالات الاقتصاد وبين من لا يملك ذلك<sup>3</sup>.

◀ هي نوع من جديد من الفجوة الفكرية أو الفجوة المعرفية التي ظهرت مع نشأة البشرية؛ فكانت الفجوة الزراعية بين الحضر والبدو، والفجوة الصناعية بين الدول الغربية وبلدان إفريقيا وبعض البلدان الآسيوية، والآن الفجوة المعلوماتية والتي تمثل فجوة فكرية أو معرفية<sup>4</sup>.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الفجوة الرقمية على أنها: المسافة المعرفية والفكرية التي تفصل دول العالم المتقدم عن الدول النامية، والتي تمنح حكر التقدم المعلوماتي المستخدم لتطوير الاقتصاد لدول المتقدمة وتكون كحاجز يمنع التطور الاقتصادي لدول النامية.

وعليه فإن الفجوة الرقمية لكونها فجوة معرفية فإن تعريفها يتعلق بالدورة الكاملة لاكتساب المعرفة والتي تشمل المهام الأربع التالية<sup>5</sup>:

- ✓ النفاذ إلى مصادر المعرفة.
- ✓ استيعاب المعرفة.
- ✓ توظيف المعرفة القائمة.
- ✓ تولد المعرفة الجديدة.

من منظور التنمية الشاملة تبرز الفجوة الرقمية كفجوة مركبة (فجوة الفجوات) تطفو كما هو موضح الشكل رقم (01) فوق طبقات متراكمة من فجوات عدم المساواة تصب فيها بصورة أو بأخرى، والتي تشمل<sup>6</sup>:

- ✓ الفجوة العلمية والتكنولوجية؛
- ✓ الفجوة التنظيمية والتشريعية؛
- ✓ فجوات الفقر: فجوات الدخل والغذاء والمأوى والرعاية الصحية والتعليم والعمل؛
- ✓ فجوات البنى التحتية بسبب غياب السياسات، وعدم توافر شبكات الاتصالات، والقصور في تأهيل

القوى البشرية؛

<sup>1</sup> خالد أحمد علي محمود، اقتصاديات المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الاقتصادية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2019، ص 264.

<sup>2</sup> اخلاص باقر، مرجع سبق ذكره، ص 125.

<sup>3</sup> بورقيبة كدير واخرون، الفجوة الرقمية في الاقتصاد وسبل سدها، مجلة المغاربية لإدارة الاعمال، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2020، ص 8.

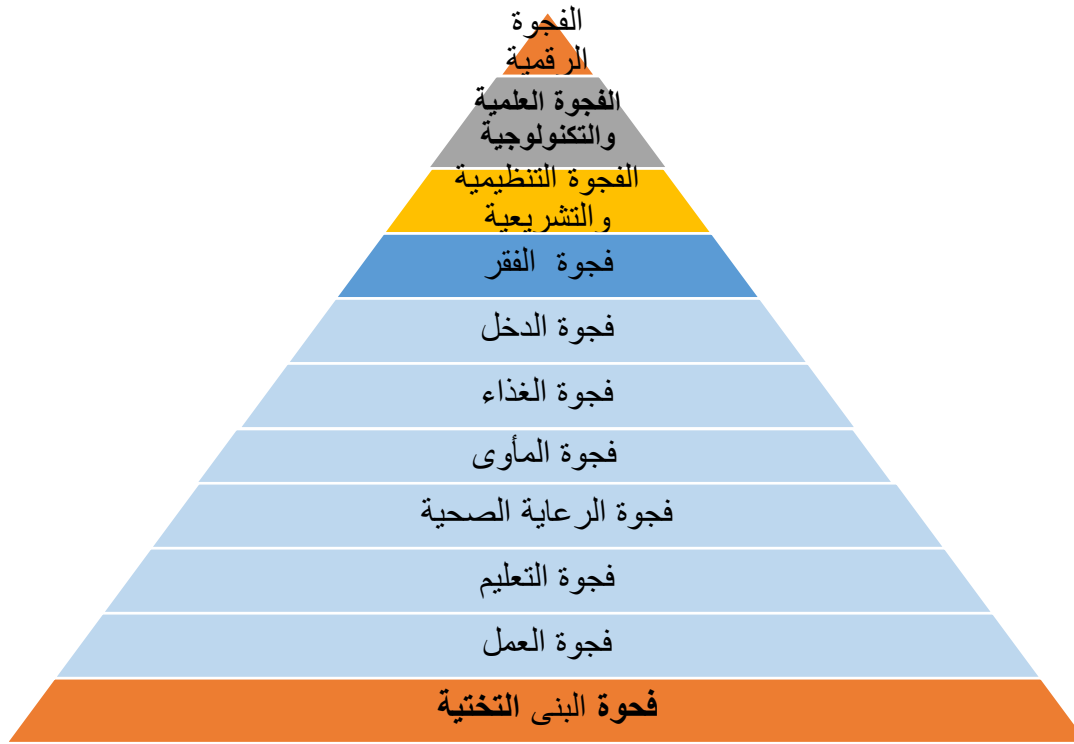
<sup>4</sup> جلال بوزكري، مرجع سبق ذكره، ص 18.

<sup>5</sup> نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية- رؤية عربية بمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، منشورات المجلس الوطني للثقافة والفنون والادب الكويت، 2005، ص 13.

<sup>6</sup> بورقيبة كدير، مرجع سبق ذكره، ص 8.



الشكل رقم (01): الفجوة الرقمية (فجوة الفجوات)



المصدر: نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية-رؤية عربية بمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2005، ص13.

#### المطلب الثاني: مستويات وأسباب الفجوة الرقمية

رغم اختلاف مستويات الفجوة الرقمية إلا أن أسباب ظهورها تبقى نفسها، وعلى دول النامية تداركها.

#### الفرع الأول: مستويات الفجوة الرقمية.

تتعدد وتختلف مستويات الفجوة الرقمية وفيما يلي عرض لأهم هذه المستويات:<sup>1</sup>

أولاً: الفجوة الرقمية بين الدول: ما انفكت الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والدول النامية تزداد اتساعاً هذا من جهة وبين الدول المتقدمة نفسها من جهة أخرى، وكذلك فيما بين الدول النامية، وليس من سبيل لتجاوز هذه الفجوة إلا بتضافر الجهود من أجل تحقيق نمو لقطاع الاتصالات والمعلومات يشمل كافة دول العالم، غير أن نمو هذا القطاع يبقى دون شك رهين النمو الاقتصادي لهذه البلدان.

ثانياً: الفجوة الرقمية بين الأجيال: إن التقدم العلمي والتكنولوجي الذي شهده القرن العشرون، لا سيما في علوم الأحياء والكيمياء والطب، كانت من نتائجه زيادة متوسط عمر الإنسان في جميع أنحاء العالم. إذ يسكن العالم اليوم أناس تختلف أعمارهم اختلافاً كبيراً، وتشكل فئة المسنين (فوق سن الستين) في هرم الأعمار حيزاً كبيراً بل ويزيد باستمرار.

كان هؤلاء السكان من الطبقات العاملة بالأمس، وكانوا يستخدمون في حياتهم الاجتماعية والإنتاجية تكنولوجيا توصلوا إلى تصميمها وإجادة استعمالها واعتبروها عصرية في ذلك الوقت. ثم مضى الوقت، وتقدم العمر لهؤلاء السكان، فهرموا كما هرمت التكنولوجيا التي يستعملونها والتي انتهى بها المطاف بأن جرفها تيار التنمية.

وبدأت الأجيال الأكبر سناً تشعر بالحنين إلى الماضي وبالغربة وسط التكنولوجيا الجديدة. وبدأ في الظهور انقسام رقمي بين جيلين: جيل أصغر سناً من المولعين بالتكنولوجيا الجديدة والخدمات المصاحبة لها، يستوعبونها جيداً

<sup>1</sup> جلال بوزكري، مرجع سبق ذكره، ص18-ص20.

ويستعملونها بحماس، وجيل أكبر سنا من الذين يشعرون بالحنين إلى الماضي ويشاهدون بفتور العالم الرقمي يدور من حولهم.

وهذه الفجوة الرقمية بين الأجيال هي واقع ملموس في البلدان المتقدمة والبلدان النامية على حد سواء.

ثالثاً: الفجوة الرقمية بين الجهات: لما كانت تكنولوجيات المعلومات والاتصال معتمدة إلى حد كبير على وجود بنية تحتية جيدة، فإن الاختلال القائم بين المدن والأرياف يهدد في صورة وجوده بإحداث فجوة رقمية داخلية، بحيث توزع البنى التحتية للاتصالات توزيعاً غير متكافئ بين المدينة والريف. فيلاحظ أن وفرة وسائل الاتصالات في المناطق الحضرية (مثل توفر الخطوط الهاتفية الثابتة والمتنقلة، ومقاهي الإنترنت، وأجهزة الحاسوب، والهاتف العمومي، وآلات التصوير ... الخ) بالمقارنة مع الحرمان شبه الكامل الذي تعانيه المناطق الريفية، قد أدت إلى ثغرة رقمية تسعى الإدارات المسؤولة في الاتصالات وهيئات التنمية جاهدة إلى رآها.

ويوصي بإدخال مراكز الاتصالات الجماعية لمختلف أنظمة الاتصالات لتضييق الثغرة الرقمية بين سكان المناطق الحضرية وسكان المناطق الريفية. إلا أن تكاليف إقامة البنى التحتية وتكاليف الاتصالات والأجهزة ما زالت تشكل عقبة من العقبان الرئيسية أمام تحقيق الانفتاح في الأوساط الريفية والحد من الفجوة الرقمية بين المدينة والريف.

### الفرع الثاني: أسباب الفجوة الرقمية.

تختلف أسباب الفجوة الرقمية اختلافاً شاسعاً مع اختلاف وجهات النظر في شأنها، واختلاف مستوى تناولها عالمياً أو إقليمياً أو محلياً، وكذلك اختلاف الوحدة الاجتماعية المستهدفة أفراداً، وجماعات ومؤسسات، ناهيك عن اختلاف ظروف كل بلد وإقليم من حيث موقعه على سلم التقدم الاجتماعي، ومدى توافر الموارد البشرية والطبيعية والمادية، وربما يفسر ذلك المبادرات التي أطلقت لعلاج الفجوة الرقمية من قبل المنظمات الدولية والإقليمية مثل الاتحاد الأوروبي والبنك العالمي وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومنتدى دافوس، ولا يمكن أن نعفي أصحاب هذه المبادرات من بعض الفوضى التي تعاني منها الدول النامية نتيجة تداخلها وعدم التنسيق بينها، وعلى الرغم من اتساع نطاق الاختلاف تظل هناك مجموعة من الأسباب وراء الفجوة الرقمية نورد هنا تحت العناوين الرئيسية التالية:<sup>1</sup>

### أولاً: أسباب تكنولوجية:

1. سرعة التطور التكنولوجي: تتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمعدلات متسارعة، عتادا واتصالات وبرمجيات، مما يزيد من صعوبة اللحاق بها من قبل الدول النامية من دون متابعة دقيقة للتوجهات الرئيسية لهذا التطور الذي ينقسم إلى: سرعة تطور العتاد، سرعة تطور الاتصالات، سرعة تطور البرمجيات.
2. شدة الاندماج المعرفي: تتسم منتجات المعلوماتية بشدة الاندماج المعرفي، ويرجع ذلك إلى الطبيعة الخاصة لتكنولوجيا المعلومات وتعاضل دورها كقاسم مشترك بين المجالات العلمية والتكنولوجية المختلفة.
3. تفاقم الانغلاق التكنولوجي: مع تنامي النزعة الاحتكارية، مصحوبة بشدة الاندماج المعرفي السالفة الذكر، تفاقمت حدة الانغلاق التكنولوجي وحماية السر المعرفي.

### ثانياً: أسباب اقتصادية:

1. ارتفاع تكلفة توطين تكنولوجيا المعلومات: على الرغم من الانخفاض الكبير في أسعار تكنولوجيا المعلومات والاتصال الخاصة بالمستخدم النهائي فإن كلفة توطينها محلياً في ارتفاع مستمر نظراً إلى الأسباب التالية:

<sup>1</sup> نبيل علي، نادبة حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 31-ص 43.

- ارتفاع كلفة إنشاء البنى التحتية خاصة في إقامة شبكات اتصالات النطاق العريض ذات السعة العالية لتبادل البيانات باستخدام الألياف الضوئية وما يكافئها.

- ارتفاع كلفة تطوير محتوى عالي الجودة خاصة فيما يتعلق بالمحتوى الإعلامي ومحتوى تطبيقات الوسائط المتعددة.

- على الرغم من انخفاض سعر الكمبيوتر الشخصي والمعدات الشخصية الأخرى لتكنولوجيا المعلومات كالهواتف وأجهزة الفاكس وآلات نسخ الصور وما شابه، إلا أن سرعة الإهلاك غير الفني تقل كثيرا من هذه الميزة الاقتصادية.

- زيادة ميزانية التعليم نتيجة للتوسع في إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مستويات التعليم المختلفة.

2. **تكتل الكبار والضغط على الصغار:** حيث تشهد حاليا صناعة المعلومات حركة نشطة للتكتل من قبل

الكبار، مما يضيق الخناق على الصغار في الكثير من المجالات إلى حد الاستبعاد الكامل من حلبة المنافسة، ومن أبرز ملامح هذا التكتل:

- تكتل اقتصادي على مستوى المؤسسات من خلال التكامل الأفقي والرأسي، وتكثيف رأس المال.

- تواصل اقتصادي كبير بين الدول المتقدمة عن طريق التجارة الإلكترونية مؤسسات نشاط الأعمال بها من خلال

طور التعامل وهو التواصل الذي ينمو بمعدلات متزايدة، مما يضعف بشدة الموقف التنافسي المؤسسات الدول النامية، وذلك بالطبع علاوة على التكتلات الاقتصادية ما بين الدول المتقدمة، التي تؤدي بصورة مباشرة، وغير مباشرة، إلى تفتيت الدول النامية إلى كيانات صغيرة تدور في فلك هذه التكتلات العملاقة.

3. **التهام الشركات المتعددة الجنسيات للأسواق المحلية:** تقوم استراتيجية التسويق للشركات المتعددة

الجنسيات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال عموما، وشركات تطوير البرمجيات بصفة خاصة، على توزيع منتجاتها وخدماتها خارج حدودها، شاملة السوق العالمية على اتساعها، وذلك من خلال ما يعرف بأسلوب التطوع لمطالب الأسواق المحلية، تاركة الفئات لشركات التطوير المحلية تضمير تدريجيا مع تآكل أسواقها.

4. **كلفة الملكية الفكرية:** ستضيف الملكية الفكرية أعباء ثقيلة على فاتورة التنمية المعلوماتية، خاصة في

ظل الاتفاقيات والتشريعات الملزمة لمنظمة التجارة العالمية، التي يسعى من لهم السلطة عليها إلى توسيع نطاق حماية الملكية الفكرية ليشمل الاكتشافات العلمية أيضا (اكتشاف الجينات المسببة للأمراض الوراثية على سبيل المثال)، وهو ما تكافحه منظمات المجتمع المدني بكل ما وسعها من جهد لكي تظل المعرفة متاحة للجميع، فقد ساهمت أجيال البشر جميعا في صنعها، انحياز تكنولوجيا المعلومات اقتصاديا لمصلحة القوي على حساب الضعيف

- تحايي التكنولوجيا عادة لأكثر تقدما والأكثر استخداما لها على حساب الأقل تقدما والأقل استخداما، ومن أمثلة ذلك تتناسب كلفة الاتصالات عكسيا مع مستوى الدخل، فكلفتها في بنغلاديش على سبيل المثال أضعاف كلفتها في الولايات المتحدة.

- وعادة ما يحرم مستخدمو تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الدول النامية من شراء معدات مستخدمة بأسعار

زهيدة إذا ما قورنت بالجديدة، كما يحدث كثيرا في الدول المتقدمة، وذلك لعدم توافر وسائل الصيانة اللازمة، وتعذر الحصول على قطع الغيار.

ثالثا: أسباب سياسية: ونجد من بينها:

1. **صعوبة وضع سياسات التنمية المعلوماتية:** تتسم عملية وضع سياسات التنمية المعلوماتية في البلدان

النامية بالتعقد الشديد، حيث أن وضع هذه السياسات يحتاج إلى قدر كبير من الإبداع، ودرجة عالية من الوعي.

2. سيطرة الولايات المتحدة الأمريكية عالميا على المحيط الجيو معلوماتي: كون أمريكا هي القطب الأوحده، سياسيا واقتصاديا وعسكريا ومعلوماتيا، يحكم قبضتها على المحيط الجيو معلوماتي، خاصة فيما يتعلق بالإنترنت، بصورة تنعكس آثارها على الجميع الدول.

3. سيطرة حكومات الدول النامية على الوضع المعلوماتي محليا: تحت دعوى حماية الأمن القومي دأبت حكومات الدول النامية أن تفرض سيطرتها على منافذ المعلومات، خاصة في مجال الإعلام.

رابعا: أسباب اجتماعية:

لقد نفذت تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى مستويات عميقة من عقل الإنسان ووجدانه ومجتمعه، وهي تحمل مع انتقالها من البلدان المصدرة لها قدرا كبيرا من ثقافة هذه البلدان، ونمط اقتصادها ومنظومة قيمها وهيكلية القوي الاجتماعية التي توجه مسارها، وهو الأمر الذي ينشأ عنه العديد من أوجه الصدام مع واقع البلدان المستوردة لتلك التكنولوجيا الوافدة إليها من بيئة اجتماعية مغايرة، وقد تنامي دور العوامل الاجتماعية والثقافية للتنمية المعلوماتية، خاصة مع توجهاتها الحديثة، لتتعدد بالتالي الأسباب الاجتماعية الثقافية للفجوة الرقمية والتي من أبرزها:

← تدني التعليم وعدم توافر فرص التعلم.

← الأمية.

← الفجوة اللغوية

← الجمود المجتمعي.

← الجمود التنظيمي والتشريعي.

← غياب الثقافة العلمية والتكنولوجية.

المطلب الثالث: آثار الفجوة الرقمية وسبل التخفيف منها.

تعكس ظاهرة الفجوة الرقمية عدة آثار سلبية على الجانب الاقتصادي والسياسي والاجتماعي... إلخ، ولكن يمكن تجنبها وتخفيف منها.

الفرع الأول: آثار الفجوة الرقمية: تتعدد آثار الفجوة الرقمية خاصة على المستوى الاقتصادي والاجتماعي نذكر

منها<sup>1</sup>:

← عدم إمكانية تكيف الاقتصاد النامي مع الاتفاقيات الدولية.

← جمود الاقتصادي وعدم إمكان التحول إلى اقتصاد السوق أو الاقتصاد التنافسي.

← انخفاض المستوى العلمي وانعزال الفكر في الدول النامية.

← انخفاض الوعي التكنولوجي والتواصل مع العالم.

← تزايد حدة الفقر الاقتصادي والمعلوماتي.

← زيادة الفكر المتطرف من خلال عدم التفاعل مع الفكر العالمي وتوالد الأحقاد ضد الدول المتقدمة.

← غياب القنوات العصرية لتبادل المعلومات بين صناعات القرار في الدول النامي

← غياب الشفافية المعلوماتية في الدول.

<sup>1</sup> يوسف كودية، الفجوة الرقمية وإشكالية سيرورة المنظمة العالمية للتجارة دراسة تحليلية مع الاهتمام بحالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارة وعلوم التسيير (غير منشورة)، جامعة قاصدي مبراح ورقلة، 2019، ص 22.

- ◀ غياب صور التواصل الإنساني بين الحضارات المختلفة يحولها لفجوة حضارية.
- الفرع الثاني: سبل التخفيف من الفجوة الرقمية: تتضافر العديد من العوامل التي تساعد على تخطي الفجوة الرقمية وتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>
  - ◀ تطور المناهج الدراسية بحيث تركز المناهج على الجانب التقني.
  - ◀ الاهتمام بتعليم المتعلمين كيفية استخدام تقنيات المعلومات والاستفادة منها.
  - ◀ الاهتمام بالتدريب التقني للعاملين.
  - ◀ توفير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمن يحتاج لها لغير القادرين عليها كسكان الريف والقرى ولكن لا بد الإشارة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وحدها لا تكفي فنجاحها مرتبط بخطة متكاملة للتنمية الاجتماعية، فتكنولوجيا المعلومات لا تولد التغيير بل تعمل فقط على توفير البيئة التي تمكن من حدوثه.
  - ◀ تنمية البنية التحتية (الشبكة الكهربائية، شبكات الاتصالات) ولكي يتم التغلب على الفجوة الرقمية يجب أن تكون البنية التحتية قوية.
  - ◀ نشر ثقافة التكنولوجيا والمعلومات لمحاربة الفقر المعلوماتي.
  - ◀ تصميم برامج عربية ومحركات بحث باللغة العربية.
  - ◀ تعريب البرمجيات الحرة ذات المصدر المفتوح وتطويرها بما يخدم البيئة العربية.
  - ◀ إعطاء جزء من الميزانية العامة لتشجيع الباحثين والعلماء ماديا ومعنويا لضمان عدم هجرة العقول إلى الخارج.
  - ◀ الشفافية في نشر المعلومات في جميع القطاعات.
  - ◀ تعاون الدول النامية مع بعضها من أجل التغلب على الفجوة.
  - ◀ إشراك كل من قطاع العام والخاص في تنمية قطاع الاتصال وتنمية المهارات البشرية.
  - ◀ وضع تشريعات وتنظيمات قانونية تشجع الاستثمار وتدعم الاقتصاد الرقمي.
  - ◀ إنشاء هيئة مخصصة لتتولى التخطيط لبناء مجتمع المعلومات.

<sup>1</sup> مرجع نفسه، ص 23.

### خلاصة الفصل الأول:

إذن مما سبق يمكن القول إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي كان لها العديد من التعاريف وذلك حسب العديد من الباحثين قد مرت في تطورها على العديد من المحطات التاريخية حتى وصلت للشكل الذي نعرفه اليوم، فمن طبيعة الإنسان أن يطور كل ما يمتلكه من وسائل تساعد في إنجاز أعماله ومهامه، ومن أهم الأسباب التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية لعل أبرزها تعقد وتقلب بيئات الأعمال، المنافسة القوية في الاقتصاد العالمي الذي أصبح اقتصادا رقميا مبني على المعرفة ونقل المعلومات بين مختلف الأطراف.

إن التطورات الاقتصادية المتسارعة الأخيرة أدت إلى تقلص الاقتصاد المعتمد على موارد الطبيعة وظهور اقتصاد يقوم على المعرفة ونقل التكنولوجيات الجديدة وبروز ما يعرف بالاقتصاد الرقمي. وهو ذلك التفاعل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع الاقتصاد، والذي يكون قائما على مبدأ إنتاج ونشر المعرفة واستخدام واسع النطاق للمعلوماتية في مختلف أنشطة الاقتصادية. إن هذا المبدأ القائم على إنتاج ونشر المعرفة المعلوماتية والرقمية بين مختلف الاقتصاديات وشكل غير متساوي ولد مفهوم جديد ألا وهو الفجوة الرقمية والتي تقيس مدى الفرق بين التقنيات التكنولوجية لمملكة بين الدول، حيث عدم العدالة في نشر هذه المعرفة المعلوماتية الرقمية يكون راجع للعديد من الأسباب ولعل أبرزها: أسباب تكنولوجية كسرعة التطور التكنولوجي وشدة الاندماج المعرفي، وأسباب اقتصادية كارتفاع كلفة توطين تكنولوجيا المعلومات، وتكتل الشركات العملاقة، وأسباب سياسية ناتجة عن سياسة الدول المعتمدة. حيث تعمل الدول والمنظمات العالمية على تقليل من هذه الفجوة الرقمية والحد من أضرارها السلبية، حتى لا ينعكس ذلك سلبا على الاقتصاد العالمي ككل.

# الفصل الثاني:

واقع تحول الى الاقتصاد

الرقمي ودوره في

مواجهة المسئجات

العالمية

### تمهيد الفصل الثاني:

من بين أبرز الأهداف والخطط الاستراتيجية التي تسعى معظم المؤسسات الاقتصادية ومنظمات الأعمال إلى تحقيقها في الوقت الحالي التحول نحو الإعتماد على تكنولوجيا المعلومات والإتصال بشكل كلي في أنشطتها ووظائفها الإدارية المختلفة، لاسيما مع مستجدات الاقتصاد العالمي في ظل انتشار فيروس كورونا (Covid19) والذي شل أنشطة معظم المؤسسات بشتى أنواعها، مما دفعها للتخلي على العمل بمقر المؤسسة والاعتماد بشكل كبير على الأنترنت ومختلف وسائل الإتصال الحديثة من أجل إنجاز الأعمال. حيث ظهرت العديد من أشكال التحول للإقتصاد الرقمي منذ فترة ليست ببعيدة لكن مع الظروف الراهنة برزت هذه التحولات بشكل كبير لعل أبرزها ما يعرف بالتجارة الإلكترونية والاستثمارات الإلكترونية.

من جهة أخرى هناك العديد من التجارب الدولية في مجال التحول للإقتصاد الرقمي، حيث لكل تجربة مزايا تميزها عن التجارب الأخرى.



### المبحث الأول: تحول المؤسسة الى اقتصاد الرقمي.

ان التغيرات الاقتصادية الذي فرضت على المؤسسات أدت بها الى ضرورة تبني التحول الرقمي واتباع أشكاله وذلك لزيادة قدرة المؤسسة على تجنب المخاطر وزيادة أرباحها.

#### المطلب الأول: تعريف التحول الرقمي.

قبل التطرق لتحول الرقمي لمؤسسة ينبغي علينا معرفة المؤسسة الاقتصادية، وعليه فإن المؤسسة الاقتصادية عبارة عن:

✓ وحدة اقتصادية تحتوي على موارد مادية، وبشرية تساعد في دعم العملية الإنتاجية، من خلال توزيع المسؤوليات والمهام بين الأفراد في بيئة العمل.<sup>1</sup>

ومن هنا نتطرق الى تعريف التحول الرقمي الذي يعمل على تغيير مفهوم المؤسسة وبسبب اختلاف في تعريفه نذكر مجموعة من تعريفات والمتمثلة فيما يلي:

✓ يعرف التحول الرقمي على انه عملية انتقال الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات وتوفير قنوات جديدة من العائدات التي تزيد من قيمة منتجاتها عبر بناء استراتيجية رقمية.<sup>2</sup>

✓ التحول الرقمي هو التحول في طريقة العمل بالمؤسسات، بحيث يقل العمل الرتيب ويزيد وقت التفكير بالتطوير، وهو تسريع طريقة العمل اليومية، بحيث يتم استغلال تطور التكنولوجيا الكبير الحاصل لخدمة الزبائن بشكل أسرع وأفضل.<sup>3</sup>

✓ هو جهد شمولي مخطط يهدف إلى تغيير وتطوير العاملين عن طريق التأثير في قيمهم ومهاراتهم وأنماط سلوكهم وعن طريق تغيير التكنولوجيا المستعملة وكذلك العمليات والهياكل التنظيمية وذلك سبيلا الى تطوير الموارد البشرية والمادية وتحقيق الأهداف التنظيمية.<sup>4</sup>

✓ كما يعرف التحول الرقمي بأنه إحداث تغييرات في كيفية إدراك وتفكير وتصرفات الأفراد في العمل، والسعي إلى تحسين بيئة العمل من خلال التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.<sup>5</sup>

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن تعريف التحول الرقمي على أنه:

هو الثورة الرقمية في المؤسسة، حيث تسعى من خلالها الى تطوير العاملين وتبني تقنيات الرقمية وذلك من خلال الاستعمال المكثف والكبير لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

<sup>1</sup>-سيد عبد النبي محمد، إعادة ابتكار المؤسسات للوصول للتميز، وكالة الصحافة العربية ناشرون، جيزة، مصر، 2019، ص 28.

<sup>2</sup>-علي سعدي عبد الزهرة جبير، التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، جامعة النهرين، العراق، العدد 01، 2021، ص 20.

<sup>3</sup>-إلهام يحيوي، سارة قرابصي، التسويق الرقمي كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق، مجلة التنمية الاقتصادية، جامعة الواد، الجزائر، العدد 02، 2018، ص 135.

<sup>4</sup>علاء فرج طاهر، إدارة التحول والقيادة الفعالة، دار الراجحة لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص 114.

<sup>5</sup>محمد أحمد الغيري، عبد الرحمان حسن محمد، واقع التحول الرقمي للمملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الواد، الجزائر، العدد 03، 2020، ص 15.

المطلب الثاني: الخطوات ونماذج التحول الاقتصادي.

الفرع الأول: خطوات التحول الرقمي.

بما أن التحول الرقمي يعرف بأنه عملية انتقال القطاعات الحكومية أو الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات وتوفير قنوات جديدة من العائدات التي تزيد من قيمة منتجاتها، ومن هنا نتساءل كيف يتم بناء استراتيجية فعالة تهدف إلى تحول رقمي ناجح، وفيما تتمثل دوافعه، وهذا ما سنتناوله من خلال خطوات التحول الرقمي، وفي هذا الصدد نجد شركة أمازون ويب سيرفيسز AWS الرائدة في مجال الحوسبة السحابية بتقديم قائمة مرجعية لبناء استراتيجيات تتيح حرية الابتكار وتطوير طريقة العمل للوصول إلى التحول الرقمي الناجح وذلك وفق ما يلي<sup>1</sup>:

#### 1. تحول الرؤية:

إن تقنية التحول الرقمي تتطلب رؤية واضحة لنقطة انطلاق نحو هذا التحول، إذ يتعلق الأمر بإعادة التفكير في المنهج وكيف يمكن للتكنولوجيا الجديدة أن تساعد على تحقيقه، وفي هذا الصدد نجد الجزائر أطلقت مشروع الجزائر الالكترونية 2013 الذي أعلنت فيه الجزائر عن رؤيتها للتحول الرقمي، تجسدت رؤيتها في البداية إلى تطوير الخدمات الحكومية من خلال عصرنه مختلف القطاعات، ومؤخرا أصدرت مجموعة من القوانين التي تعزز من الناحية القانونية هذا التحول كقانون التجارة الالكترونية والقانون المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال المعالجة الآلية للمعطيات وإن كانت هذه القوانين جاءت كخطوة متأخرة مقارنة مع الدول العربية بصفة عامة.

#### 2. اعتماد ثقافة التغيير:

يقصد بها تحويل الهيكل التنظيمي من التسلسل الهرمي التقليدي إلى فرق تنظيمية صغيرة تكون مخول لها اتخاذ القرارات حيث يمكن ترجمة التعاون بين موظفي التطوير والتكنولوجيا المعلومات والوحدات الاستراتيجية إلى خدمات محسنة. ومن ثمة يحدث التحول في ثقافة المؤسسة وبيئة العمل في المرحلة الأولى من التحول كخطوة ايجابية تساهم في تنفيذ ونجاح التحول الرقمي.

#### (أ) العامل البشري يحدث الفرق:

تعتبر نظم المعلومات عاملا للتماسك والانتشار لهذه الثقافة الرقمية وباعتبارها بناء اجتماعي للشركة فإن الثقافة تؤثر على الأفراد ومستوى أدائهم وابتكاراتهم، كما نرى أن المنظمات ذات الثقافة المؤسسية أكثر كفاءة نسبيا من غيرها خاصة في المجال الرقمي، وعليه إن العامل البشري عنصر مهم في عملية التحول الرقمي ورفع معدل الذكاء الرقمي للمؤسسة. لذا يجب على القائمين بالإدارة تمكين الموظفين داخل المؤسسة التي تمر بمرحلة التحول الرقمي بتطوير مهاراتهم الفردية. ومن ثمة إن نقص الكفاءات والقدرات المتمكنة يعد من أهم العوائق التي تحول دون تنفيذ ناجح لبرنامج التحول وتحقيق أهداف المرجوة.

#### (ب) المؤسسة العضوية بدلا من التسلسل الهرمي:

من حيث أساليب التشغيل توجد إمكانيات غير عادية مع التطوير الميسر للاستقلالية على مستوى الجهات الفاعلة، وترغب في العمل أكثر في المشاريع العضوية من المؤسسات الهرمية. وبهذا فإن فكرة التسلسل الهرمي تعد بمثابة الروتين المعوق لعملية التحول الرقمي، خاصة أنها تؤدي إلى صعوبة تطبيق فكرة روح الفريق الواحد.

#### (ج) الإدارة بالمعنى والقيم:

<sup>1</sup> جميلو سلايمي، يوسف البوشي، التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الواد، الجزائر، العدد 02، 2019، ص 952-ص 953.

## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

يتطلب تعقيد المنظمات نماذج تنظيمية جديدة وقادة جدد لاسيما في أوقات الأزمات وفي مواجهة متطلبات الإنتاج المفرط ومتطلبات الأداء على جميع المستويات، ومن ثم تعد الهياكل الهرمية من الأعلى إلى الأسفل قادرة على تحديد وتنفيذ استراتيجية ناجحة في البيئة الاقتصادية العالمية والمتنوعة والمتعددة الأوجه اليوم، وعليه من إحدى الطرق الممكنة هي تطوير المنظمات المفتوحة التي تسمح للفرق المستقلة بالنجاح من خلال مشاركة نظام محدد من القيم، وتبرز أهمية الإدارة بالقيم في مجال التحول الرقمي في أنها تهتم بتوظيف الطاقات الكامنة في العامل البشري للوصول إلى درجة عالية من جودة الأداء والتي أساسها العلم، والضمير، والأخلاق العالية مما يؤدي إلى تقليل الفساد الاختلاس والرشوة والمحسوبية... الخ.

### 3. تغيير نموذج التكلفة:

يمكن للميزانيات المصغرة دفع عجلة الابتكار لأن الفرق ستتخذ خطوات خلاقة لابتكار عمليات جديدة تساعد على معالجة التحديات، ويمكن للخدمات السحابية أن تؤثر بشكل إيجابي في التكلفة بسبب قدرتها على تحديث البنى التحتية من دون استثمارات رأسمالية كبيرة، كما أن تفادي عمليات الشراء الطويلة والدفع المقدم يسمح بتنفيذ مزيد من المشاريع من خلال الوصول الفوري إلى موارد الحوسبة في أي وقت وأي مكان وعبر أي جهاز.

### 4. بدء الأعمال في سحابة:

هناك البعض من المؤسسات والشركات تفضل القيام بنقل التراخيص والمشاريع الفردية إلى السحابة، وهناك من يفضل بدء الأعمال في السحابة مباشرة. فنجد في هذا الصدد نظام (Devos) الذي يتيح للشركات تقديم تحديثات البرامج والأمن على الصعيد الداخلي وللعلاء، والهدف النهائي من ذلك هو طرح المنتجات في السوق، وتقديم تحديثات البرامج، والأمن بشكل أسرع وجعل العملية كلها أكثر موثوقية.

### 5. تتبع عملية التقدم:

عندما تتم عملية التحول الرقمي الكامل للنشاط التجاري بشكل متقن وباحترام خطوات التحول سيساهم بتحسين ورفع الأرباح للشركة التجارية، حيث تم إنشاء مقاييس لتتبع وقياس عملية التقدم المحرز.

من خلال ما سبق يتضح أن عملية التحول الرقمي للشركات التجارية والمؤسسات الحكومية تتم عبر خطوات عامة مقترحة لاستراتيجيات الخاصة بمشروع التحول الرقمي يمكن الاعتماد عليها والاسترشاد بها. وبهذا يعتبر التحول الرقمي مشروع ضخم يجذب معظم الشركات التجارية والمؤسسات الحكومية في دول العالم والدول العربية منها الجزائر خاصة في الآونة الأخيرة، وعليه إذا تم وفق خطوات صحيحة ومدروسة سيؤدي إلى نجاحه، إضافة إلى إنتاج أعمال تتماشى مع متطلبات العملاء والمواطنين في المستقبل الرقمي سريعة الحركة.

### الفرع الثاني: نماذج التحول الرقمي.

تشير أدبيات الإدارة إلى تعدد نماذج التحول من المنظمة التقليدية إلى المنظمة الرقمية، وفيما يلي توضيح لأهم النماذج المطبقة للتحويل الرقمي للمنظمات:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الرحمان محمد سليمان رشوان، زينب عبد الحفيظ أحمد قاسم، دور التحول الرقمي في رفع كفاءة أداء البنوك وجذب الاستثمارات، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الدولي الأول في تكنولوجيا المعلومات والأعمال، جامعة غزة، فلسطين، كلية العلوم الإدارية والمالية، يومي 13 و14 جويلية 2020، ص 9-10.

- ◀ النموذج الفني: يتم من خلاله تحويل المنظمات التقليدية إلى منظمات رقمية باستخدام بحوث العمليات وعلوم الحاسب وعلم الإدارة دون التركيز على الجوانب السلوكية للمنظمة، ويؤدي ذلك إلى ارتفاع نسبة المقاومة ورفض التطبيقات الالكترونية في اتخاذ القرارات.
- ◀ النموذج السلوكي: يركز على المتغيرات السلوكية الفردية، التنظيمية والبيئية بدرجة أكبر من المتغيرات الفنية وخاصة في تطوير البرمجيات، ومن ثم تقل أهمية الأمتلية والنماذج في اتخاذ القرارات رقمية.
- ◀ النموذج الفني الاجتماعي: يهتم بالتفاعل بين المتغيرات الفنية الحاسبات والبرامج والمتغيرات السلوكية والتنظيمية عند تنفيذ عمليات التحويل.
- ◀ نموذج الشراكة في المعلومات: يعتمد في التحول الرقمي على الاشتراك في أحد شبكات المعلومات المحلية أو الدولية لفترة لحين إتمام التحول، أو الاعتماد على أحد شركات المعلومات في توفير الخدمة بالشراكة.
- ◀ نموذج تحليل القوي التنافسية: يعتمد على بناء نظم معلومات لدعم التحليل الرباعي، الذي يسعى إلى تعظيم نقاط القوة التنظيمية وتقليل نقاط الضعف، وذلك لسيطرة على الفرص البيئية ومواجهة التحديات العالمية والمحلية، ويعتمد هذا النموذج على التخطيط الاستراتيجي للمنظمة وبناء نظم معلومات متكاملة ومساندة لذلك.
- ◀ نموذج إدارة الأصول الرقمية: يعتمد على مجموعة من شركات المعلومات والاتصالات بدلا من شركة واحدة في إدارة الملفات الرقمية (التخزين الدخول للمعلومات التصفح-تبادل المعلومات واسترجاعها).
- ◀ نموذج التحول التدريجي: يعتمد على القدرات المالية للمؤسسات للتحول من النموذج الورقي إلى النموذج الرقمي، ومن ثم يتم التمويل على مراحل في ضوء المركز المالي وحجم أعمال المنظمة، ولا يعتمد على دراسات قياس الاحتياجات الرقمية مسبقا.
- ◀ نموذج التحول الاستراتيجي: يفترض هذا النموذج أن المعلومات والاتصالات عبارة عن أصول رأسمالية للمنظمة، كما يتحدد مركز المنظمة في القطاع أو النشاط الذي تنتمي إليه وفق قيمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تمتلكها المنظمة.
- ◀ نموذج التحول الديناميكي: يعتمد هذا النموذج في التحول على درجات التفاعل السريع بين المنظمة والمتغيرات البيئية، والعلاقة بينهم، وكذلك على التقدم المستمر في تكنولوجيا المعلومات.
- ◀ نموذج التكلفة والعائد: يعتمد هذا النموذج على مقارنة تكاليف التحول لمنظمة رقمية بالمكاسب المتوقعة من اقتناء تكنولوجيا المعلومات.
- ◀ نموذج التحويل المتكامل: يقوم هذا النموذج على فلسفة المنظومات والرغبة في التحويل المتكامل لجميع الإدارات والمستويات التنظيمية لبناء المنظمة الرقمية، ومن ثم تسعى إدارة تكنولوجيا المعلومات إلى الربط بين التغيير في منظومة الأعمال والتحديث في منظومة الإدارة الالكترونية، ويظهر ذلك من خلال تبني إطارا متكامل للتحول يشمل الحاسبات والبرمجيات والشبكات وقاعدة البيانات ونظم المعلومات والانترنت.
- ◀ نموذج التحويل الاستنجاز: يتم التحويل من خلاله عن طريق استنجاز الحاسبات وإنجاز الأعمال لدي الغير، وتعتمد فلسفة التحويل على أن خبرة الشركات المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحليل النظم والبرامج أوسع بكثير من خبرة المستخدم لتلك التكنولوجيا.

المطلب الثالث: أشكال التحول في الاقتصادي.

الفرع الأول: التجارة الإلكترونية:

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية.

هناك العديد من التعاريف للتجارة الإلكترونية، يمكن إبراز أهم هذه التعاريف كما يلي:

✓ هي مزيج من التكنولوجيا والخدمات للإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية لتبادل المعلومات داخل الشركة وبين الشركة والشركات الأخرى المماثلة من جهة وبين الشركة والعملاء من جهة ثانية<sup>1</sup>.

✓ كما تعرف التجارة الإلكترونية على أنها نوع من تبادل الأعمال حيث يتعامل أطرافه بطريقة أو وسيلة إلكترونية عوضاً عن استخدامهم لوسائط مادية أخرى بما في ذلك الاتصال المباشر<sup>2</sup>.

✓ عملية تستخدم فيها التقنية الحديثة بمختلف صورها من أجل إجراء مختلف العمليات التجارية بين جميع الأطراف المتعاملة والتي تشمل إنتاج وبيع وتسليم السلع من قبل البائع إلى المستهلك بالإضافة إلى الخدمات وذلك من أجل تسهيل عمليات التبادل التجاري<sup>3</sup>.

ومن خلال التعرف السابقة تعرف التجارة الإلكترونية على أنها: عبارة عن مختلف العمليات التجارية التي تتم بطريقة إلكترونية من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغية تسهيل عمليات التبادل التجاري.

ثانياً: خصائص التجارة الإلكترونية.

تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص نذكر أهمها<sup>4</sup>:

◀ أداء العمليات التجارية بين الشركات وبعضها البعض، الشركات وعملائها الشركات والحكومات الإدارة المحلية، وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في أداء تلك العمليات.

◀ أداء العمليات التجارية باستخدام تكنولوجيا المعلومات بهدف رفع الكفاءة والفاعلية.

◀ تعتبر التجارة الإلكترونية، مفهوم شامل لا يقتصر فقط على التبادل التجاري بشكل إلكتروني، ولكنه يمتد ليشمل كل من عملية التصنيع والإنتاج من خلال تقليل وقت سلسلة الأعمال.

◀ تتيح التجارة الإلكترونية استجابة سريعة لطلبات السوق من خلال التفاعل مع العملاء.

◀ تعمل التجارة الإلكترونية على تبسيط الإجراءات العمل ووضوحها.

ثالثاً: أهداف التجارة الإلكترونية.

تهدف التجارة الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها ما يأتي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، دار ألفا للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2017، ص 94.

<sup>2</sup> - خيري مصطفى كنانة، التجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 50.

<sup>3</sup> - محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى،

2013، ص 51.

<sup>4</sup> - هبة مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره، ص 98.

زيادة نطاق السوق وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع والخدمات والمعلومات.

- ◀ زيادة معدلات الوصول إلى العملاء وبناء علاقات قوية فيما بينهم.
- ◀ تخفيض وتقليل تكاليف الإنتاج والتسويق والتوزيع.
- ◀ تحقيق السرعة والكفاءة في أداء الأعمال.
- ◀ البحث عن عملاء جدد والوصول إليهم وحثهم أو ترغيبهم للشراء. و. القيام بعمليات التسويق والبيع والشراء عبر الإنترنت.

◀ تقديم وتحسين الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة.

رابعاً: مزايا التجارة الإلكترونية.

1. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للدولة:

تحقق التجارة الإلكترونية للاقتصاد الوطني لأي دولة كانت مجموعة من المزايا التي تساعد بشكل أو بآخر على النهوض باقتصاد هذه الدولة والرقى به، ويمكننا إجمالاً أن نذكر أهم المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية للدولة فيما يلي:<sup>2</sup>

- ◀ تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع نطاق السوق المحلي إلى نطاق دولي وعالمي.
- ◀ زيادة الصادرات الوطنية، وهذه الزيادة ترجع إلى مجموعة من الأسباب أهمها:
  - سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية.
  - إمكانية تسويق السلع والخدمات عالمية بتكلفة محدودة.
  - سهولة وسرعة عقد وإتمام الصفقات من خلال التجارة الإلكترونية.
  - القدرة على تحليل الأسواق، ومن ثم الاستجابة السريعة للمتطلبات المستهلكين.
- ◀ تعمل التجارة الإلكترونية على مساعدة المشروعات الصغيرة والمتوسطة والتي تمثل أساس التنمية الاقتصادية ذلك لأن هذه المشروعات تعاني في الغالب من نقص الموارد الاقتصادية اللازمة لوصولها إلى الأسواق العالمية وهو الأمر الذي توفره لها التجارة الإلكترونية، كما أنها تعمل على جعل هذه المشروعات تشارك في حركة التجارة العالمية بفاعلية وكفاءة بما تقدمه من خفض في تكاليف التسويق والدعاية والإعلان ووفرة في الوقت والمكان اللذين لأداء المعاملات التجارية.

◀ تمكن التجارة الإلكترونية من خلق فرص جديدة للعمل الحر وذلك من خلال إتاحتها لفرصة إقامة المشاريع التجارية الصغيرة والمتوسطة والتي يتم اتصالها بالأسواق العالمية بأقل تكلفة ممكنة.

2. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسة:

تعمل التجارة الإلكترونية على تحقيق مجموعة من المزايا التي تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها، ومن بين المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية نذكر:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - خيرى مصطفى كنانة، مرجع سبق ذكره، ص 57.

<sup>2</sup> - محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره، ص 77-ص 81.

<sup>3</sup> - مجدي أحمد السيد الجمري، وليد ناجي العيالي، الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، دار مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2016، ص 30.

## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

السريعة: حيث يتم إنشاء موقع، ثم الإعلان عن هذا الموقع، ثم شراء المنتجات وعرضها، ثم إتمام عمليات البيع دون الحاجة لعقارات وديكورات وخلافه.

توسيع نطاق البحث: حيث يستطيع العميل التجول عبر الإنترنت في مواقع كثيرة حول العالم، والتعرف على المنتجات والخصائص والأسعار وطريقة الشراء.

إمكانية عمل برنامج تسويقي ناجح: وذلك من خلال التسويق والبيع عبر الإنترنت دون توقف، وبالتالي الوصول إلى أكبر عدد من العملاء بسهولة.

تخفيض التكلفة: فعملية إنشاء موقع إلكتروني أقل تكلفة من إنشاء المواقع الفعلية التقليدية كما يتم الإعلان عن البضائع بموجب رسائل إلكترونية وبالتالي يتم تخفيض تكاليف الإعلان.

### 1. سلبيات تطبيق التجارة الإلكترونية:

ارتبط سلبيات تطبيق التجارة الإلكترونية بمجموعة من الممارسات التي شهدتها عمليات التطبيق، والتي وجدها الباحثون في حالة معينة أو مكان معين. وقد تكون هذه السلبيات مرتبطة بظروف التطبيق غير المناسبة لها، أو أنها كانت بسبب ضعف البنية التحتية التي تطلبها عملية إقامة تطبيق نظام التجارة الإلكترونية. وعلى كل حال فإن بعض السلبيات هي<sup>1</sup>:

قد تتعرض العمليات البنكية للقرصنة الإلكترونية.

عند حصول أي خلل في تغذية الحواسيب وملحقاتها للطاقة الكهربائية قد يحدث إرباك وتأخير في تنفيذ العمليات البنكية، ويحرج البنك أمام الزبائن.

كثيرا ما تتعرض الأنشطة الاستثمارية إلى تراجع في عوائدها أثناء الأزمات والمفاجآت. وهذا قد يجعل من استخدام الوسائل الإلكترونية المتقدمة عبئا تتحمله البنوك الإلكترونية كما حصل في أزمة البورصات المالية العالمية 2008.

كثيرا ما تواجه البنوك الإلكترونية مشكلة تعطل السيرفرات ومزودي خدمة الإنترنت مما يؤدي إلى تراجع ثقة الزبون بهذه الخدمة، وهذا ما زاد من أزمة البورصات المالية العالمية 2008.

الفرع الثاني: التسويق الإلكتروني.

أولا: تعريف التسويق الإلكتروني.

من بين التعاريف المتداولة للتسويق الإلكتروني نذكر:

✓ يعرف بأنه عملية استخدام الوسائل التكنولوجية، وشبكات الانترنت لتحقيق الأهداف التسويقية للشركات وتدعيم المفهوم التسويقي عن منتجاتهم وشركاتهم بسهولة، وحرية فائقة مقارنة بالتسويق التقليدي<sup>2</sup>.

✓ ويمكن تعريف التسويق الإلكتروني أيضا بأنه استخدام الوسائل الإلكترونية في إجراء العمليات الترويجية لتجارة التبادلية بين الأطراف المعنية<sup>3</sup>.

✓ الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية، بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصالات لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات إلى العملاء وذوي المصلحة في المنظمة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - خيري مصطفى كنانة، مرجع سبق ذكره، ص 76.

<sup>2</sup> - سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الإلكتروني، دار الفكر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2012، ص 57.

<sup>3</sup> - سمر توفيق صبرة، التسويق الإلكتروني، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010، ص 44.

✓ يعني توصيل الموقع الإلكتروني الخاص بالشركة (web site) لأكبر نسبة من العملاء المرتقبين للشركة والمستخدمين لشبكة الإنترنت على المستوى العالمي والمحلي، وهو عبارة عن تسويق المنتجات عن طريق شبكة الإنترنت أي يتم عرض منتجات الشركات في الإنترنت وتتم عملية البيع والشراء عن طريق الإنترنت<sup>2</sup>.  
ومن خلال التعريفات السابقة يعرف التسويق الرقمي على أنه: استخدام الوسائل الإلكترونية بغية الترويج لمختلف عمليات التي تقوم بها المؤسسة، وزيادة عدد زبائنها.

ثانياً: خصائص التسويق الإلكتروني:

يتميز التسويق الإلكتروني بخصائص أهمها<sup>3</sup>:

- ◀ الخدمة الواسعة: التسويق الإلكتروني يتميز بأنه يقدم خدمة واسعة ويمكن للعملاء المتعاملين مع الموقع التسويقي التعامل معه في أي وقت ودون أن تعرف الشركة صاحبة الموقع من قرأ رسالتها الإلكترونية إلا إذا اتصل العميل.
  - ◀ عالمية التسويق الإلكتروني: أن الوسائط المستخدمة في التسويق الإلكتروني لا تعرف الحدود الجغرافية، بحيث يمكن التسوق من أي مكان يتواجد فيه العميل من خلال حاسبه الشخصي على الموقع المخصص للشركة.
  - ◀ أهمية الإعلان عبر الشبكة الدولية: يجب استخدام عنصر الإثارة وانتباه المستخدم للرسائل الإلكترونية، كما هو الحال في الإعلانات التلفزيونية نظراً لتعدد الشركات التي تطرح رسائلها الإلكترونية.
  - ◀ تضيق المسافة بين الشركات: التسويق الإلكتروني يضيق المسافات بين الشركات العملاقة والصغيرة من حيث الإنتاج والتوزيع والكفاءات البشرية، بحيث يمكن للشركات الصغيرة الوصول عبر الإنترنت إلى السوق الدولية بدون أن تكون لها البنية التحتية للشركات الضخمة المتعددة الجنسية وتجعلها تقف على قدم المساواة مع هذه الشركات في المنافسة. وذلك يعود إلى استخدام نفس الأسلوب في تنفيذ عمليات البيع والشراء وتقديم مختلف أنواع الخدمات الإلكترونية.
  - ◀ تقبل وسائل الترويج عبر شبكة: مع الطبيعة الدولية للتسويق الإلكتروني، تلعب الاختلافات الحضارية والحساسيات الثقافية دوراً مهماً في ذلك، وخصوصاً بالنسبة للطرق المتبعة بالترويج.
  - ◀ غياب المستندات الورقية: في التسويق الإلكتروني تنفذ الصفقات إلكترونياً دون حاجة لاستخدام الورق وخصوصاً المنتجات التي تقبل التقييم وذلك من عملية التفاوض حتى تسليم البضاعة حتى قبض الثمن. وهذا ما أثار مسألة إثبات العقود وصحة التواقيع الرقمية.
- كما يتميز التسويق الإلكتروني بعدة خصائص أخرى مثل المساوات وحرية العروض المتاحة والسرعة وسهولة التعامل وغيرها من الخصائص وهو ما يبينه الشكل الموالي:

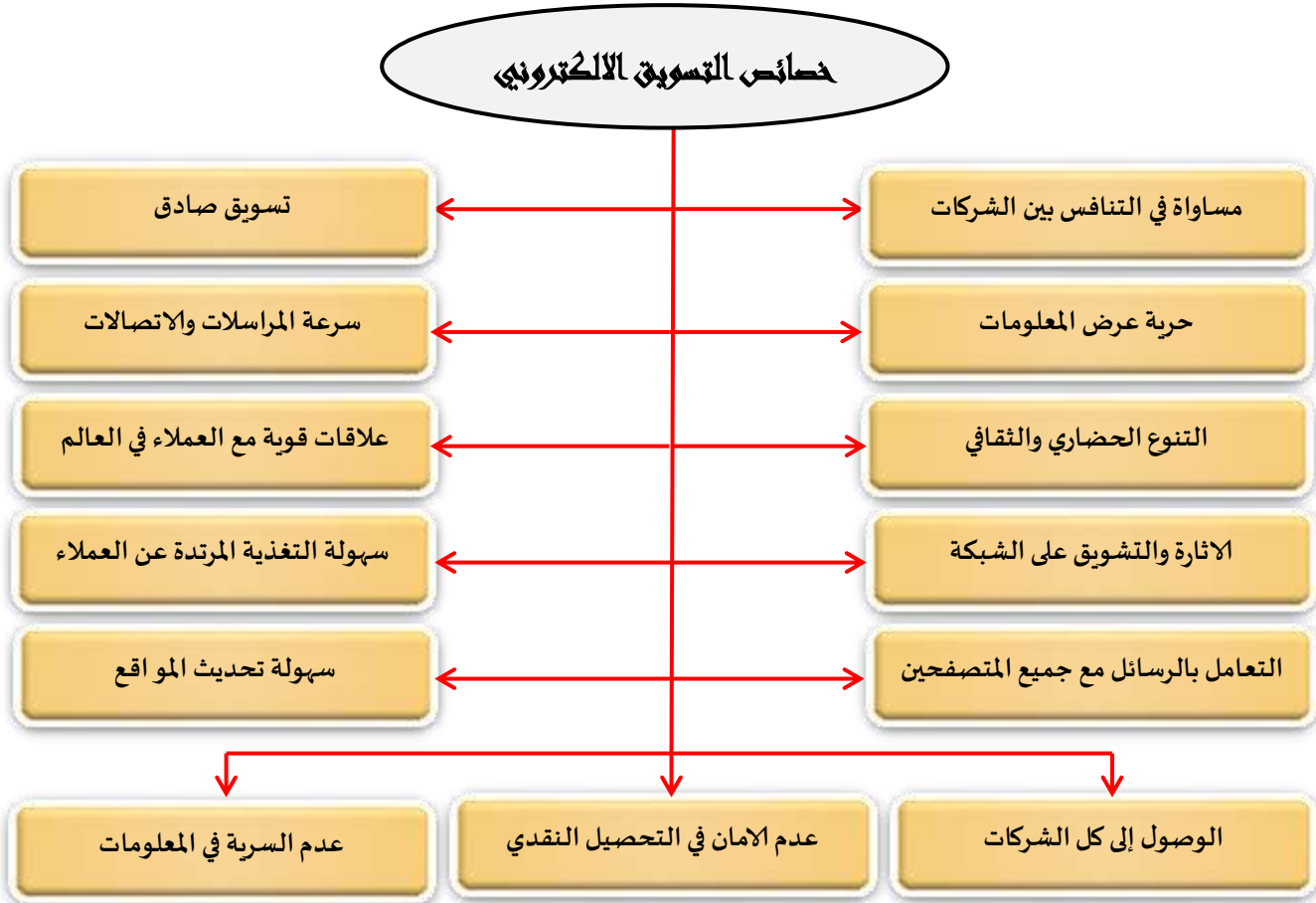
<sup>1</sup> - بشير علاق، التسويق الإلكتروني، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2014، ص 17.

<sup>2</sup> - مصطفى يوسف الكافي، التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية الحاصلة، دار رسلان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دمشق، سوريا، 2009، ص 83.

<sup>3</sup> - رائد محمد عبد ربه، التسويق الإلكتروني، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013، ص ص 10-12.



الشكل رقم 02: سمات وخصائص التسويق الإلكتروني.



المصدر: سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الإلكتروني، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص 65.

ثانياً: أهداف التسويق الإلكتروني.

إن معظم خطط التسويق الإلكتروني تهدف إلى تحقيق أهداف متعددة والتي من بينها<sup>1</sup>:

- زيادة الحصة السوقية: حيث يعمل التسويق الرقمي على زيادة حصة السوقية لمؤسسة عن طريق الإعلانات التي تروج بشكل مستمر وتستفيد من عدم وجود قيود على كمية المعلومات المعروضة.
- زيادة عائدات المبيعات: حيث يمكن من الوصول الى عدد ضخم من العملاء على نطاق واسع في وقت قصير.
- تقليل التكاليف: يكون التسويق الإلكتروني أقل تكلفة من التسوق العادي ويكون له مردود أقوى.
- تحقيق أهداف العلامة التجارية: ان الهدف الأساسي من التسويق الإلكتروني هو تحقيق أهداف التي تسعى لها المؤسسة وخصوصاً تحسين سمعة العلامة التجارية لها.

<sup>1</sup> - مصطفى يوسف الكافي، إدارة الأعمال الدولية، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2017، ص 488.

وتتحقق هاته الأهداف من خلال:<sup>1</sup>

التعريف بالشركة ومنتجاتها والتواصل مع العميل حيث يجب تذكير العميل بوجودك وبناء علاقات صداقة مع العميل كما يجب عرض كل ما هو جديد من منتجات المؤسسة.

ثالثا: مميزات التسويق الإلكتروني.

هنالك العديد من المميزات نذكر منها:<sup>2</sup>

- تقديم خدمات واسعة.
- استخدام عنصر الإثارة لجذب انتباه مستخدم الرسائل الإلكترونية.
- عدم وجود قيود باستثناء قيود التكاليف على كمية المعلومات المعروضة على الإنترنت.
- إمكانية وصول الإنترنت لأكثر قدر من الزبائن ولذلك يتميز التسويق عبر الإنترنت بالمصداقية.
- الاتصالات الإلكترونية التفاعلية والتبادلية مما أدى لبناء علاقات قوية مع العملاء في كافة أرجاء العالم.
- الاهتمام بتحديث المعلومات المعروضة من خلال المواقع لحث الزبائن على زيارة هذه المواقع مرات عديدة مما يؤدي لتكرار عمليات الشراء.
- يمكن للشركات الصغيرة الوصول للسوق الدولية وتقف على قدم المساواة مع المنظمات والشركات متعددة الجنسيات مع الطبيعة الدولية لتسوق عبر الإنترنت تلعب الاختلافات الحضارية والحساسيات الثقافية دورا هاما.

رابعا: سلبيات التسويق الإلكتروني.

إن أهم السلبيات التي ترافق التسويق الإلكتروني هي كما يلي:<sup>3</sup>

- انخفاض مستوى الثقة: الناس ينظرون إلى الإنترنت كوسيلة ثانوية للشراء، ولا يزال الكثير من منظمات الأعمال تفضل التعامل مع قنوات التسويق التقليدية في مشترياتهم، ويتخوف عدد من المستهلكين من التسوق عبر الإنترنت. ومع ذلك فإنه من المتوقع أن المخاوف ستقلص في المستقبل مع الاستعمال والانتشار الكبير للإنترنت.
- إن مستخدمي الإنترنت لا يمثلون كافة الناس: بعض الفئات بالكاد يمكنهم الوصول إلى وسائل التكنولوجيا المختلفة، وهنالك مجموعة هامة من العملاء المستهدفين من كبار السن، ومعظمهم ليس لديهم ثقافة الإنترنت أو رغبة في التعامل مع الإنترنت.
- ضعف في التسويق على المستوى المحلي: هناك العديد من المفارقات في عالم الإنترنت، منها أنه في بعض الأحيان من السهل أن تحقق منظمة ما النجاح في الأسواق العالمية من خلال التسويق الإلكتروني، وبنفس الوقت لا تستطيع أن تحقق نجاحا مثيلا في سوقها المحلي وجذب العملاء المحليين.

الفرع الثالث: الإدارة الإلكترونية.

<sup>1</sup> علي فلاح مفلح الزعبي، أحمد صالح الناصر، التسويق الإلكتروني في القرن الحادي والعشرين، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2020، ص 32.

<sup>2</sup> سمر توفيق صبرة، مرجع سبق ذكره، ص 49.

<sup>3</sup> راكز الزعابري، غسان الطالب، الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني لمنظمات الأعمال المعاصرة، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2018، ص 70.

ساهمت الثورة التكنولوجية في ظهور العديد من المفاهيم الحديثة التي كان لها تأثير كبير على الفكر الإداري، تعتبر الإدارة الإلكترونية أحد أهم هذه المفاهيم لما لها من اثاره كبيرة وجوهريه على وظائف المؤسسة واستراتيجياتها.

أولاً: تعريف الإدارة الإلكترونية.

قدمت العديد من التعاريف للإدارة الإلكترونية واختلفت من باحث الى آخر نذكر منها:

- ✓ تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها هي عملية مكننة جميع مهمات ونشاطات المؤسسة الإدارية، بالاعتماد على تقنيات المعلومات الضرورية كافة وصولاً الى تحقيق أهداف الإدارة الجديدة في تقليل استخدام الورق، وتبسيط الإجراءات، والقضاء على الروتين البطيء، وتحقيق الإنجاز السريع والدقيق للمهمات والمعاملات<sup>1</sup>.
  - ✓ كما تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها عبارة عن استخدام نظم تكنولوجيا المعلومات المتطورة لتعزيز دور الإدارة الاستراتيجية للمنشأة ورفع مستوى الأداء<sup>2</sup>.
  - ✓ وتعرف أيضاً بأنها العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للأنترنت وشبكات الأعمال في تخطيط وتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للشركة والآخرين بدون حدود من أجل تحقيق أهداف الشركة<sup>3</sup>.
  - ومن خلال التعريفات السابقة تعرف الإدارة الإلكترونية على أنها: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل القيام بأعمال إدارية وذلك لتطوير إدارة المؤسسة ورفع من مستوى أدائها بغية تحقيق أهدافها.
- ثانياً: أهداف الإدارة الإلكترونية.

يرى العديد من الباحثين أن أهداف الإدارة الإلكترونية متعددة ويمكن تصنيف أهم هذه الأهداف فيما يلي<sup>4</sup>:

1. أهداف تتعلق بفائدة المستفيدين وأصحاب المصالح الداخليين والخارجيين للمنظمة:
    - التقليل من التعقيدات الإدارية؛
    - تحديد الإفادة القصوى لأصحاب المصالح في المنظمة؛
    - تحقيق الكفاءة والفاعلية في تقديم الخدمات للمستفيدين والاستغلال الأمثل للموارد؛
    - توظيف تكنولوجيا المعلومات في دعم وبناء ثقافة مؤسسية ايجابية لدى كافة العاملين؛
    - التعلم المستمر وبناء المعرفة؛
  2. أهداف تتعلق بزيادة كفاءة وفاعلية وترشيد اتخاذ القرارات الإدارية:
    - المساعدة على التقليل من الأخطاء المرتبطة بالعامل الإنساني؛
    - توفير المعلومات والبيانات بصورة فورية للمستفيد؛
    - توفير المعلومات والبيانات بصورة فورية لمتخذي القرار؛
    - تقليل معوقات اتخاذ القرار؛
- بالإضافة الى الأهداف السابقة يمكن اضافة ما يلي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> نبراس محمد جاسم الأحبابي، أثر الإدارة الإلكترونية في ادارة المرافق العامة دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص17.

<sup>2</sup> محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 44.

<sup>3</sup> عبد الرحمن توفيق، الإدارة الإلكترونية في الشؤون الإدارية، مركز الخبراء المهنية للإدارة بميك، الجيزة، مصر، الطبعة الثانية، 2007، ص، 41.

<sup>4</sup> أحمد فتحي محمد الحيث، أثر تطبيق وظائف الإدارة الإلكترونية في تعزيز فاعلية البنوك وكفاءتها، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2017، ص 30.

- ◀ تقليل كلفة الاجراءات الادارية وما يتعلق بها من عمليات
  - ◀ القضاء على البيروقراطية بمفهومها الجامد وتسهيل تقسيم العمل والتخصص به؛
  - ◀ استيعاب أكبر عدد ممكن من العملاء في وقت واحد؛ حيث أن قدرة الادارة التقليدية في تخلص معاملات العملاء تبقى محدودة وتضطرهم في الكثير من الأحيان الى الانتظار في صفوف طويلة.
- ثالثا: مزايا وعيوب الادارة الإلكترونية.

### 1. مزايا الإدارة الإلكترونية: تكمن الآثار الايجابية التي تحققها الإدارة الإلكترونية فيما يلي<sup>2</sup>:

- ◀ سرعة أداء الخدمات للعملاء مع الحفاظ على جودتها.
- ◀ نقل الوثائق الكترونيا بشكل أكثر فعالية.
- ◀ تقليل التكلفة نتيجة تبسيط الإجراءات وتقليل المعاملات وتخفيض وقت الأداء.
- ◀ تقليل الحاجة الى العاملين القائمين بأداء الخدمة وخاصة ما يتعلق بالمعاملات الورقية.
- ◀ تخفيض الأخطاء الى أقل ما يمكن فالنظام الإلكتروني أقل عرضة للأخطاء.
- ◀ تقليل تأثير العلاقات الشخصية.
- ◀ تقليص المخالفات نظرا لسهولة ويسر النظام ودقته.

### 2. عيوب الإدارة الإلكترونية:

بالرغم من الايجابيات العديدة لتطبيق الادارة الالكترونية الا أنه هناك بعض السلبيات المحتملة التي قد تنجم عن هذا التطبيق نذكر منها<sup>3</sup>:

- ✓ انتشار البطالة: نتيجة ميكنة جميع الوظائف وبالتالي عدم الحاجة الى تعيين موظفين؛
  - ✓ المساس بالحقوق في الخصوصية: حيث أن التعامل الإلكتروني قد يمكن بعض الأفراد من معرفة خصوصيات الآخرين؛
  - ✓ فقدان الأمان: حيث أن التعامل يؤدي الى فقدان الأمان في الكثير من التعاملات من أهمها التحويلات الإلكترونية وبطاقات الائتمان؛
  - ✓ التكلفة العالية: حيث يكلف تطبيق مشروع الادارة الإلكترونية بعض المنظمات نفقات عالية تؤثر على أولويات تطوير الأداء وتقديم خدمات بكفاءة وفعالية
- كذلك من بين السلبيات التي تؤخذ على تطبيق الإدارة الإلكترونية ما يلي<sup>4</sup>:

<sup>1</sup> - خالد ممدوح ابراهيم، الادارة الإلكترونية، الدار الجامعية للنشر، مصر الطبعة الأولى، 2010، ص 51

<sup>2</sup> - ايمان صالح عبد الفتاح، التخطيط الاستراتيجي في المنظمات، ابيس كوم للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 67.

<sup>3</sup> - سمير عمري، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي دراسة حالة مجموعة من الجامعات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير (رسالة غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2018

<sup>4</sup> حسين محمد الحسن، الإدارة الإلكترونية المفاهيم، الخصائص، المتطلبات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010، ص 176-

❖ التجسس الإلكتروني: في ظل الأرشفة الإلكترونية لمعلومات الدول في دوائرها الإلكترونية، ستصبح محاولات اختراق الشبكات أمراً قائماً، بهدف الوصول الى ما في أرشيفاتها من وثائق لكشفها ونقلها، ومن الممكن ائتلافها لذلك تبقى الملفات في خطر دائم امام محاولات التجسس الإلكترونية.

❖ زيادة التبعية للخارج في ظل استيراد التقنية واستهلاكها دون انتاجها أو تصديرها.

❖ شلل الإدارة: نتيجة عدم وضع الضوابط اللازمة لنجاح عملية التحول من النظام التقليدي الى النظام الإلكتروني وعدم مراعاة الترتيب المنطقي لإجراءات التحول، ما يؤدي الى شلل في وظائف تلك الإدارة.

المبحث الثاني: المؤسسة الرقمية في مواجهة المتغيرات الخارجية.

تعتبر المؤسسة الرقمية وليدة العصر الحديث، واستطاعة فرض سيطرتها على العديد من المجالات، وسنقدم في هذا المبحث المؤسسة الرقمية وأمثلة عنها ومدى قدرتها في اكتساب الميزة التنافسية، وكيفية تعاملها في مواجهة كورونا.

المطلب الأول: تعريف المؤسسة الرقمية وأمثلة عنها.

الفرع الأول: تعريف المؤسسة الرقمية.

تُستخدم المؤسسة الرقمية على نطاق واسع، ولكنها تعني أشياء مختلفة لأناس مختلفين، ولا توجد تعريفات عالمية متفق عليها، يمكن النظر إليها من منظور الأعمال، مع التركيز على رقمته المعاملات التجارية وتدفقات العمل. كما يمكن فحصها من منظور الخدمة، وتبسيط الضوء على استخدام التكنولوجيا لخفض تكاليف الخدمة مع تحسين الجودة وسرعة الخدمة. يمكن أيضاً مناقشتها من وجهات نظر أخرى، مثل التعلم، والتعاون، والمجتمع، وما إلى ذلك، وتعرف بأنها<sup>1</sup>:

✓ "المؤسسات التي تستخدم التقنيات والشبكات الرقمية في أنشطة شراء وبيع السلع والخدمات، وخدمة العملاء، والتعاون مع شركاء الأعمال، وإجراء الاتصالات والمعاملات داخل المؤسسة".  
ولتبسيط أكثر لمفهومها فالمؤسسة الرقمية:

✓ هي المنظمة التي تستخدم تكنولوجيات شبكة الإنترنت العالية لتحسين أداء مهامها وعملياتها المختلفة ونقلها لمن يحتاج إليها في داخلها أو خارجها، وتعي معظم منظمات الأعمال هذا المفهوم جيداً وقد بدأت بالفعل في التحول من الأداء التقليدي إلى استخدام التكنولوجيا الرقمية<sup>2</sup>.

الفرع الثاني: أمثلة عن الشركات الرقمية.

يوجد العديد من المؤسسات الرقمية لكننا سنركز على 2 من أكبر الشركات في العالم:

• شركة أمازون:

الأمازون مؤسسة أمريكية للتجارة الإلكترونية، بدأت ببيع الكتب ثم توسعت منتجاتها، لتحدث ثورة في عالم التسويق والمتاجر الإلكترونية. فتحت مؤسسة الأمازون أبوابها الافتراضية على شبكة الويب العالمية في جولية 1995 بولاية واشنطن على يد جيف بيزوس الذي بدأ بتأسيس شركة خاصة للبيع عبر الإنترنت، كان هدفه بأن يكون له أكبر متجر في العالم،

<sup>1</sup> Jun xu, *managing digital enterprise ten essential topic*, Atlantis press, Australia, 2014, p 5.

<sup>2</sup> عمر أحمد أبو هشام الشريف وآخرون، الإدارة الإلكترونية مدخل إلى الإدارة التعليمية الحديثة، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2013، ص 67.

تألفت مؤسسة أمازون وتم طرح أسهم المؤسسة للاكتتاب العام، وأصبحت المؤسسة في غضون سنوات أكبر مكتبة على سطح الأرض وزاد عدد موظفيها حيث أصبح عدد عمالها أكثر من 566 ألف موظف سنة 2018، ارتفعت أسهم أمازون بنسبة 40 % واستطاعت تحقيق أرباح جيدة، بفضل خفض تكاليف توصيل الطلبات للمستهلكين وزيادة العروض<sup>1</sup>.

### • شركة علي بابا

هي شركة صينية في حوزة القطاع الخاص الصيني تكسب جل إيراداتها من أنشطتها التجارية عبر شبكة الإنترنت بما في ذلك محرك بحث للتسوق وخدمات الحوسبة السحابية وخدمات الدفع عبر الإنترنت وتجارة الجملة والتجزئة، إضافة إلى سوق عام يهدف لتسهيل التجارة بين الشركات والأفراد والتجار، حسب إحصاءات سنة 2014 توظف مجموعة علي بابا والشركات التابعة لها أكثر من 22.000 شخص في أكثر من 70 مدينة ومنطقة، في عام 2012، قدرت قيمة مبيعات موقعين تابعين للمجموعة ب 1.1 تريليون يوان (170 مليار دولار) بمعدل أكثر من موقعي المنافسين إيباي وأمازون مجتمعة وفي مارس 2013 قدرت المجلة الاقتصادية ذي إيكونومست القيمة ما بين 55 مليار دولار لأكثر من 120 مليار دولار<sup>2</sup>.

المطلب الثاني: مدى مساهمة الاقتصاد الرقمي في إكساب الميزة التنافسية للمؤسسة

الفرع الأول: الميزة التنافسية.

أولاً: تعريف الميزة التنافسية.

هي أن يكون لدى المؤسسة ما يميزها عن غيرها ويساعد على جذب العملاء إليها وسرقة أضواء النجومية في قطاع الأعمال، والميزة التنافسية قد تستمر لوقت قصير أو لسنوات عدة، فقد تتمكن المؤسسة من خلق ميزة تنافسية ولكن سرعان ما يقلدها المنافسون وبالتالي تزول هذه الميزة أي أن هدف المؤسسات الاقتصادية الحديثة هو الحصول على ميزة تنافسية متواصلة في السوق الذي تنشط فيه<sup>3</sup>.

ثانياً: أهمية الاقتصاد الرقمي لميزة التنافسية.

فرضت مظاهر الاقتصاد الرقمي على الشركات، إغارة أهمية كبيرة للمزايا التنافسية وضرورة تحديثها، وأصبحت الأساس لكل من لديه الرغبة في الاستمرار والبقاء في عالم الأعمال الحالي القائم في ظل المستجدات العالمية على التميز والتفوق؛ حيث تعد الميزة التنافسية بمثابة السلاح لمواجهة تحديات السوق والمنافسين، ومعياراً مهماً في تقييم النجاح الشركات، ومؤشراً على ارتفاع الحصص السوقية لشركة مقارنة بمنافسيها مما يمثل رضا وولاء لها من العملاء يخفف عنها هجمات المنافسين من جهة وزيادة حجم المبيعات والأرباح من جهة أخرى<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> حليلة خنوس، وآخرون، استراتيجية المؤسسات الافتراضية دراسة حالة مؤسسة أمازون، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة ورقلة، العدد 15، 2019، ص 92.

<sup>2</sup> م دينة بخوش، دور الإبداع التكنولوجي في استدامة الميزة التنافسية تجربة شركة علي بابا الصينية في أزمة كورونا، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة لعربي تبسي تبسة، الجزائر، المجلد الثالث، العدد 05، جوان 2020، ص 11.

<sup>3</sup> العياشي زرزار، كريمة غياد، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم ميزة التنافسية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2016، ص 164.

<sup>4</sup> حنان عبد السلام العبادي، مدى مساهمة الاقتصاد الرقمي في تحقيق ميزة تنافسية للمصارف العاملة في الأردن، مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة العلوم الإسلامية العالمية عمان، الأردن، المجلد السادس، العدد 01، جوان 2020، ص 80.

يؤدي الاقتصاد الرقمي دورا استراتيجيا كبيرا في المنظمات الحديثة حيث يمكن استخدامه في تحقيق الأهداف الاستراتيجية ويتمثل هذا الدور الاستراتيجي فيما يلي<sup>1</sup>:

◀ يساعد استخدام في تحقيق كفاءة عمليات وأنشطة المنظمة وتخفيض تكاليفها وذلك من خلال تحسين الخدمات المقدمة للعميل نتيجة للاستخدام الأمثل للمعلومات مما يسمح بتوفير منتجات وخدمات تتمتع بطابع متعدد البدائل يسهل عملية الاختيار.

◀ يساعد في تحسين عملية التخطيط الاستراتيجي من خلال التخطيط المعتمد على الحاسب ومن خلال تطوير نظم دعم وتحليل سياسات المنظمة مما يؤدي إلى تغيير أرضية المنافسة من خلال تغيير قواعد اللعبة التنافسية.

◀ يؤدي في كثير من الأحيان إلى تغيير التوازن بين الموردين والمنظمة لصالح هذه الأخيرة من خلال زيادة قوة المفاوضات للمؤسسة مع الموردين.

◀ يساعد في خلق التكامل بين جميع موارد المنظمة.

الفرع الثاني: الميزة التنافسية في اقتصاد الرقمي.

لقد حققت الكثير من منظمات الأعمال التي تخصصت في مجال الأعمال الإلكترونية نجاحا وشهرة كبيرين، ومن الجدير بالذكر بأن هنالك أيضا مواقع الشركات عربية بدأت تأخذ انتشارا واسعا مثل السوق المفتوح، ولقد بين بأن الإنترنت والثورة المعلوماتية غيرت طبيعة التنافسية بين الشركات بطريقة جذرية من خلال<sup>2</sup>:

◀ التأثير على كيفية طرح المنتج والخدمة في الأسواق.

◀ التأثير الكبير على تكاليف المنتج والعمليات التشغيلية والتسويقية.

◀ الحد من عدد القنوات التي يمر بها المنتج من المصنع وحتى يصل إلى المستخدم النهائي.

وأهم ميزات لاقتصاد الرقمي:

■ **ثراء المعلومات المعروضة إلكترونيا:** ويشير ذلك إلى كمية وعمق التفاصيل عن المعلومات المقدمة للمستهلك عن طريق الإنترنت، ويلعب ذلك دورا مهما في بناء علاقة مستمرة مع العميل وليس فقط مجرد الوصول إليه، وعلى الشركات أن تقارن بين القدرة على الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين وبين توفير معلومات ثرية أو غنية عن المنتجات لهؤلاء العملاء لأن ذلك يعد عملية مكلفة للغاية. ويتحقق هذا البعد الخاص بثراء وجودة المعلومات من ناحيتين<sup>3</sup>:

■ **إثراء المعلومات عن المستهلك نفسه:** على سبيل المثال فإن شركة للزهور يمكن أن يكون لديها معلومات عن تواريخ الميلاد والزواج وكل الأحداث والمناسبات التي يمر بها المستهلكون، ويمكنها من خلال الإنترنت أن تنبه عملائها للمواعيد والمناسبات وتقتراح عليهم عروض مناسبة من منتجاتها بتكلفة معقولة، وبالتالي يمكن للشركات من خلال هذه المعلومات عن المستهلكين بناء علاقات قوية مع العملاء وتحقيق ميزة تنافسية.

■ **إثراء المعلومات عن المنتج نفسه:** وهي ميزة لدى المنتجين، حيث ليس لديهم ميزة القرب من العملاء مثل تجار التجزئة على سبيل المثال، فإن شركات في صناعة الموسيقى مثل شركات Sony و Universal يقدمون الآن ما يعرف بمعلومات عن السيرة

<sup>1</sup> هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016، ص 174.

<sup>2</sup> راكنز الزعاري، غسان الطالب، مرجع سبق ذكره، ص 151.

<sup>3</sup> مسعود كسرى، خليدة محمد بلخير، إشكالية الاستمرار وتطوير الميزة التنافسية للتجارة الإلكترونية في البيئة العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة خميس مليانة، الجزائر، العدد 01، ديسمبر 2009، ص 184.

## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

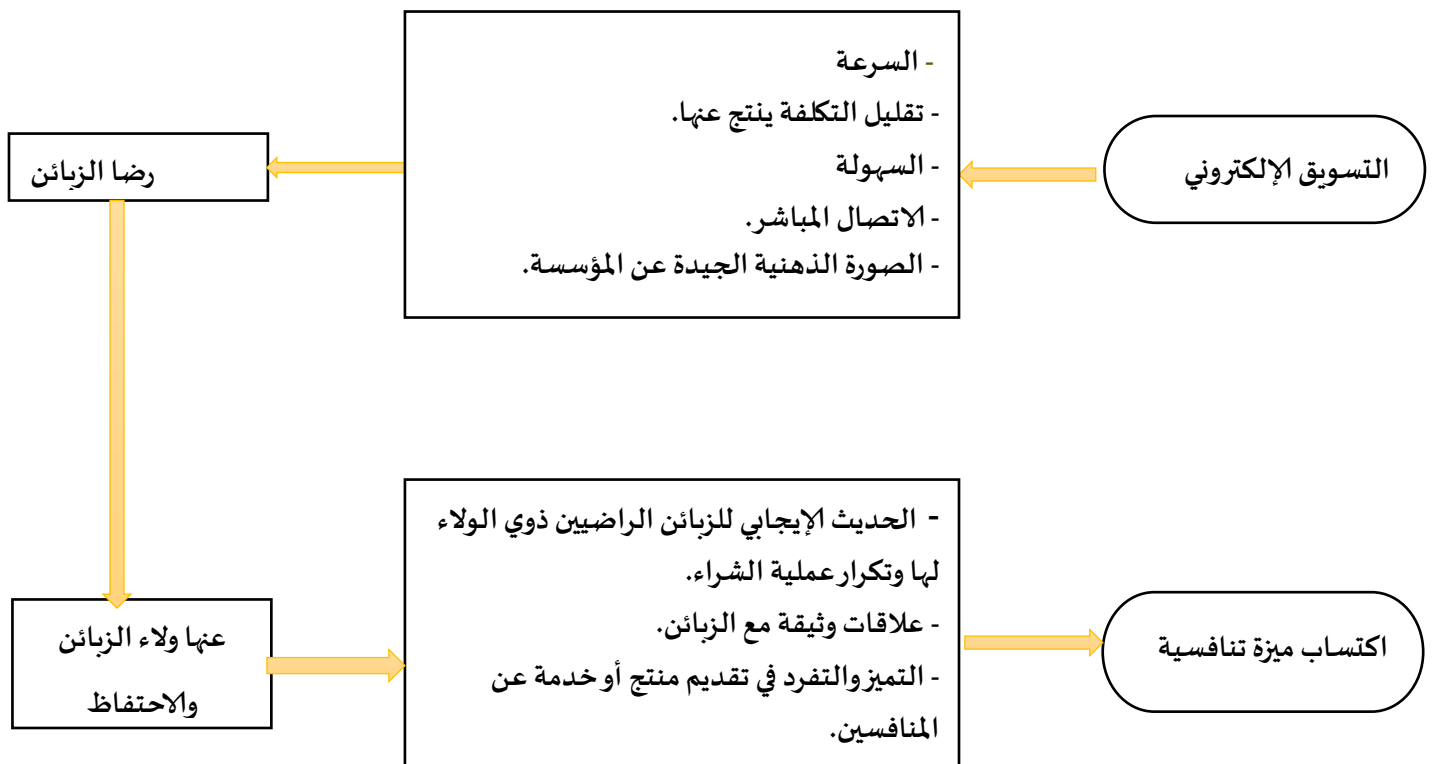
الذاتية للفنانين وتاريخهم الفني وغرف الدردشة، وذلك لعدة أغراض منها: وجود مواقع خاصة على الإنترنت مجرد التواجد، وتقديم معلومات التغذية ومساعدة تجار التجزئة الإلكترونية وتطوير وتحسين الأقراص المضغوطة لتباع مباشرة إلى المستهلك. ويستهدف ذلك في الواقع بيع منتجات إضافية.

كما يبين لنا الشكل رقم 03 الدور الذي يلعبه التسويق الإلكتروني في بناء ولاء الزبون للمؤسسة وبالتالي إكسابها ميزة تنافسية

حيث أن التسهيلات التي يقوم بها الجانب الرقمي من سرعة وسهولة في تعامل تعطي الزبون نوع من الثقة والرضا على المؤسسة

والتي تعود على المؤسسة باكتساب سمعة حسنة وولاء من طرف زبائنها.

الشكل رقم 03: دور التسويق الإلكتروني في بناء ولاء الزبون وكسب الميزة التنافسية.



المصدر: بن نامة نورية، التسويق الإلكتروني كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، الجزائر، 2013، ص 83.

المطلب الثالث: الاقتصاد الرقمي في ظل جائحة كوفيد-19.

إن المتتبع للأحداث الاقتصادية في الآونة الأخيرة، وفي الثلث الأول من عام 2020 خاصة، يرى حجم الصدمة التي حققتها جائحة فيروس كورونا على الاقتصاد العالمي بشكل عام، إذ يراها بعض الخبراء والمتابعين للحياة الاقتصادية أنها أكثر حدة من أزمة 2008، وهناك من ذهب أبعد من ذلك، وقال سيكون الوضع أسوأ مما كان عليه أثناء فترة الكساد الكبير. ونتيجة لهذه الجائحة من المتوقع أن يشهد الاقتصاد العالمي انكماشاً حاداً، فالإجراءات وتدابير الاحتواء واسعة النطاق والتي تم تطبيقها في معظم دول العالم بالتزامن، جعلت عجلة النمو الاقتصادي العالمي وكأنها تتوقف فجأة، كما أن قنوات التأثير متعددة ومتشابكة تستدعي دراسات مفصلة لعلها تحمل في طياتها سبل الخروج من الأزمة الاقتصادية العالمية بأقل التكاليف نحو الانتعاش مجدداً.



## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

الفرع الأول: تعريف فيروس كورونا (كوفيد-19): هناك العديد من التعاريف التي تم تقديمها لفيروس كورونا، وفيما يلي سنستعرض أهم هذه التعاريف:

✓ فيروسات كورونا فصيلة واسعة الانتشار معروفة بأنها تسبب أمراضاً تتراوح من نزلات البرد الشائعة إلى الاعتلالات الأشد وطأة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) ومتلازمة الالتهاب الرئوي الحاد الوخيم (السارس). وقد اكتشفت المنظمة هذا الفيروس المُستجد لأول مرة في 31 ديسمبر 2019، بعد الإبلاغ عن مجموعة من حالات الالتهاب الرئوي الفيروسي في يوهان بجمهورية الصين الشعبية.<sup>1</sup>

أما الاسم الإنجليزي للمرض مشتق كالتالي: (CO) هما أول حرفين من كلمة كورونا (CORONA) أما حرف ال (VI) فهما اشتقاق لول حرفين من كلمة فيروس (Virus)، وحرف ال (D) هو أول حرف من كلمة مرض بالإنجليزية (dis)، أما 19 لأنه ظهر سنة 2019م.<sup>2</sup>

حيث عرف هذا الوباء انتشار واسع في العديد من دول العالم، وفيما يلي جدول يوضح الدول الأكثر إصابة بفيروس كورونا حسب آخر إحصائيات الهيئة العامة للاستعلامات:

الجدول رقم (2): يوضح إحصائيات الدول الأكثر إصابة بفيروس كورونا منذ ظهوره إلى غاية يوم 2021/07/18.

البلد	المرتبة	إصابات	وفيات	معافي
أمريكا	1	34,953,937	624,715	29,369,181
الهند	2	31,115,789	413,804	30,271,568
البرازيل	3	19,342,448	541,323	17,983,275
روسيا	4	5,958,133	148,419	5,341,231
فرنسا	5	5,855,198	111,467	5,658,554
تركيا	6	5,522,039	50,488	5,380,752
بريطانيا	7	5,386,340	128,683	4,390,942
الأرجنتين	8	4,749,443	101,434	4,379,169
كولومبيا	9	4,621,260	115,831	4,372,434
إيطاليا	10	4,284,332	127,864	4,112,977
إسبانيا	11	4,100,222	81,096	3,660,683
ألمانيا	12	3,751,234	91,894	3,639,300
إيران	13	3,523,263	87,161	3,135,060
بولندا	14	2,881,424	75,215	2,652,984
إندونيسيا	15	2,877,476	73,582	2,261,658
المكسيك	16	2,654,699	236,240	2,080,483
جنوب أفريقيا	17	2,283,880	66,676	2,028,881

<sup>1</sup> - منظمة الصحة العالمية، مرض فيروس كورونا (كوفيد-19)، تم الاطلاع في 2021/07/25 على الساعة 22:50.

<https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19#>

<sup>2</sup> - كاتبة بوروبه، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لجائحة كورونا: الإجراءات المتخذة والتدابير المقترحة، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة سطيف 1، الجزائر، العدد 01، 2020، ص197-ص198.

## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

2,181,198	52,726	2,244,495	18	أوكرانيا
N/A	195,047	2,092,125	19	بيرو
1,659,821	17,776	1,798,570	20	هولندا
129,555	4,984	191,171	86	الجزائر

المصدر: الهيئة العامة للاستعلامات، احصائيات فيروس كورونا في العالم، تم الاطلاع في 2021/07/25 على الساعة

<https://www.sis.gov.eg/Story/208943/?lang=ar>، 23:30

من خلال الجدول أعلاه: نلاحظ أن منذ ظهوره فيروس كورونا قد خلف خسائر بشرية تقدر بمئات الملايين، حيث تحتل الولايات المتحدة الأمريكية صدارة الترتيب بين أكثر الدول تعرضا للإصابة بفيروس كورونا حيث سجلت 34,953,937 إصابة منذ ظهور المرض مقابل 624,715 حالة وفات و 29,369,181 شخص تعافى من هذا الوباء القاتل. وهذا يؤكد أن مهما كان هناك وعي لدى المواطنين بخطورة الوضع ومهما كان تطور الدولة، إلا أن هذا الوباء ينتشر بسرعة بين الناس وذلك بسبب عدم احترام إجراءات الوقاية.

كما نلاحظ أيضا أن الجزائر تحتل الرتبة 86 عالميا من بين ترتيب الدول، وهي رتبة متوسطة عموما، وذلك راجع للإجراءات الصارمة التي فرضتها الدولة من أجل مواجهة الوباء والتقليل من حدوث الإصابات بين الأفراد مثل: فرض الحجر المنزلي، القيام بحملات إعلامية من أجل توعية المواطنين بخطورة المرض والوضع الذي تعيشه البلاد، تقييد نشاطات بعض المؤسسات والمحلات التجارية.

### الفرع الثاني: الآثار الاقتصادية على المستوى الكلي لفيروس كورونا (كوفيد-19):

أحدثت جائحة فيروس كورونا كوفيد-19 اضطرابا شديدا في الاقتصاد العالمي على كل المستويات، فاشتدت الأوضاع المالية بصورة حادة في مختلف أنحاء العالم، وشهدت الأسواق الصاعدة تدفقات رؤوس أموال خارجة غير مسبوقه من حيث الحجم والسرعة (رقم قياسي بلغ 100 مليار دولار أمريكي)، وتجمد نشاط الأسواق فعليا في بعض الحالات، وأنشأ هذا طلبا هائلا على السيولة، مع نقص حاد في السيولة لدى الأسواق الصاعدة<sup>1</sup>.

وأدت الأجواء العامة التي سادت في هذه الأزمة إلى الضبابية والاضطراب والقلق الشديد خاصة إزاء ما يمكن أن يسفر عنه الوضع في ظل حالة عدم التأكد بالغة التعقيد مما اضطر البعض إلى إعادة النظر في توقعاتهم بين فترة وأخرى. ووصف صندوق النقد الدولي ما يجري بأنه أزمة عالمية منقطعة النظير تستدعي استجابة عالمية منقطعة النظير، متوقعة أن يتراجع النشاط الاقتصادي العالمي بدرجة لم نشهدها منذ سنوات الكساد الكبير، فالجوائح لا تبالى للحدود بين البلدان، ولا ما تسببه من صدمات اقتصادية فلم يكن أحد يتصور أن يصل العالم إلى حالة من الإغلاق العام والشامل في الأسواق كما حدث في أزمة كورونا، وفيما يأتي استعراض عام لأهم الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا:

#### أولا: خسائر كبيرة للمصانع والشركات:

توقفت كثير من المصانع كليا أو جزئيا عن العمل نتيجة حظر التجول بسبب جائحة كورونا، فتكدت كثير من القطاعات الإنتاجية خسائر فادحة نتيجة توقف أعمالها وأنشطتها الاقتصادية؛ فعملية التوريد أصبحت متقطعة نتيجة حالة

<sup>1</sup> - أحمد فايز الهرش، أزمة الإغلاق الكبير: الآثار الاقتصادية لفيروس كورونا كوفيد-19، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، العدد 2، 2020، ص 121.

## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

الإغلاق العام، كما أن إغلاق المحلات التجارية والأسواق الكبرى التي تقوم بتصريف البضائع للمستهلكين أدى إلى توقف عمل بعض المصانع أو تخفيض إنتاجها نظرا لعدم قدرة الطلب على مجاراة المعروض منها.

ومع استثناء المصانع في كثير من الدول من عمليات الإغلاق إلا أن مشكلة تصريف المنتجات داخليا وخارجيا قد واجهت مشاكل جمة متعلقة بنقص الطلب أو عدم توافر قنوات تصريف أو عدم توفر وسائل لنقل البضائع أو توقف سلاسل التوريد. وبانخفاض إيرادات المصانع مع بقاء الكلف التشغيلية عليها فقد تكبدت خسائر كبيرة مما حداها بالاستغناء عن العمالة.<sup>1</sup>

ثانيا: زيادة معدلات البطالة وفقدان الوظائف:

تسببت الجائحة ومن خلال تأثر مختلف قطاعات الاقتصاد العالمي في أزمة بطالة عالمية وتصريح العديد من العمال وفي بداية شهر أبريل من سنة 2020، وحسب تقديرات منظمة العمل الدولية فإن ما يمثل نسبة 81% من العمالة العالمية تعيش في بلدان مستها الجائحة وطلتها إجراءات وتدابير الوقاية منها، لتتخفف هذه النسبة بحلول 22 أبريل إلى ما يقارب 68% بعد رفع الإغلاق عن أماكن العمل في الصين.<sup>2</sup>

ثالثا: انخفاض مؤشرات الأسواق المالية:

تأثرت قطاعات كثيرة في الدول نتيجة أزمة فيروس كورونا، وسن القطاعات التي تأثرت بشكل سلبي القطاع المالي حيث انخفضت مؤشرات الأسواق المالية العالمية بشكل كبير مع صدمة الإغلاق الكبير للأسواق التجارية وتأثر أعمال الشركات الكبرى المدرجة في الأسواق المالية، وشوهت المؤشرات الحمراء في أغلب الأسواق العالمية مع تصاعد أعداد المصابين والوفيات، ومع تفاقم الأزمة قامت دول بإغلاق أسواقها المالية مؤقتا لأيام أو لأشهر للسيطرة على أجواء الريبة والخوف خاصة مع قلة الطلب على الشراء وبل رغبة عدد كبير من المتعاملين بالهروب من هذه الأسواق، وقامت دول أخرى بتقييد التداول خشية الانخفاضات الحادة، وقامت دول أخرى بضخ أموال لإنعاش الأسواق أو سمحت للبيع على المكشوف بنسب مرتفعة لتنشيط التداول بها ودعمها.

رابعا: انحسار الطلب العام:

انخفض الطلب العام بشقيه من طلب استثماري أو طلب استهلاكي بسبب حالة الأسواق إبان أزمة كورونا، فقد انخفض الطالب الاستهلاكي على من السلع والخدمات خاصة الكمالية منها حيث توجه جل اهتمام الناس تأمين السلع الأساسية وبعض المستلزمات الطبية والمطهرات والمعقمات كحاجات ملحة، كما قلة ارتياد الناس للأسواق والخوف من المجهول أدى إلى اتخاذ الناس إجراءات تحفظية كما أنهم قفوا أي انفاق ترفيهي، وما زاد من انكماش الطلب الإجراءات التقشفية التي قامت الشركات والمصانع والقطاعات التجارية والاقتصادية نتيجة توقف النشاط الاقتصادي بشكل كامل، حيث قامت هذه القطاعات بتخفيض الإنتاج أو وقفه وتسريح للعمالة وتخفيض للأجور وتقليل للإنفاق على التسويق التجاري والبنى التحتية والتطوير والإعلان والمكافآت، مما أدى إلى فقدان لشريحة كبيرة من العالة لخولها وبالتالي انخفاض استهلاكها وبالتالي أدى ذلك إلى ضعف على السلع والخدمات.<sup>3</sup>

الفرع الثالث: المؤسسات الرقمية في ظل جائحة كورونا (كوفيد-19):

<sup>1</sup> - أحمد فايز الهرش، مرجع سبق ذكره، ص 124-125.

<sup>2</sup> - أحمد غوبلي، الطاهر توابتية، دراسة تحليلية وفق نظرة شاملة لأهم آثار جائحة كورونا (كوفيد-19) على الاقتصاد العالمي، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف1، الجزائر، العدد الخاص، ص 139.

<sup>3</sup> - أحمد فايز الهرش، مرجع سبق ذكره، ص 124-125.

أدى انتشار كورونا في معظم أرجاء العالم إلى تزايد الاهتمام بأنماط العمل والتواصل عن بعد، في وقت تعاضمت فيه أهمية الرقمنة التي تمكن الأفراد والمؤسسات من الاستمرار في حياتهم وممارسة نشاطاتهم عن طريق الانترنت، حيث أدى تطبيق الحجر الصحي الى تعجيل مسار رقمنة الادارة وعدة قطاعات نشاط أخرى، فبدأ العمل عن بعد عن طريق عقد ندوات بتقنية التواصل المرئي عبر منصات رقمية وتطبيقات مبتكرة، والتي شهدت انتعاشا كان من الصعب توقعه قبل ظهور الوباء كون أغلبية الهيئات والمؤسسات الاقتصادية لم تكن مهيأة لذلك<sup>1</sup>.

وفي ظل هذه الجائحة تماشيا والحجر الصحي المفروض للحد من مخاطر الإصابة بالعدوى أصبح طلب المنتجات عبر الإنترنت عادة شائعة بين المستهلكين، حيث زادت أرباح بعض الشركات المختصة في بيع المنتجات عبر الأنترنت وعلى رأسها شركة أمازون الأمريكية، التي حققت أرباحا تقدر بمليارات الدولارات مع حلول جائحة كورونا وفي الأشهر الأولى من تفشي هذا المرض. حيث ارتفع صافي مبيعات الشركة بنسبة 26٪ إلى 75.5 مليار دولار أمريكي في الربع الأول، مقارنة بـ 59.7 مليار دولار أمريكي في الربع الأول من عام 2019 وباستثناء التأثير السلبي البالغ 387 مليون دولار من التغيرات السنوية في أسعار صرف العملات الأجنبية على مدار الربع، بينما ارتفع صافي المبيعات في الربع الثاني لسنة 2020 م بنسبة 40٪ إلى 88.9 مليار دولار أمريكي مقارنة بـ 63.4 مليار دولار أمريكي في الربع الثاني من عام 2019م. فيما ارتفع صافي المبيعات بنسبة 37٪ إلى 96.1 مليار دولار أمريكي في الربع الثالث من 2020 ، مقارنة بـ 70.0 مليار دولار أمريكي في الربع الثالث من عام 2019م<sup>2</sup>.

بشكل عام فإن جائحة كورونا (كوفيد-19) رغم أثرها البالغ على الاقتصاد ككل من تسريح عمال وقلة السيولة وإغلاق العديد من المصانع والشركات وتثبيط نشاطها، إلا أن كان لها أثر إيجابي بالنسبة للشركات المختصة في البيع عبر الأنترنت، وكذلك ساهمت في ابتكار طرق تسيير ونواصل جديدة بين العمال والإدارة من بينها المنصات الرقمية والتطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي.

### المبحث الثالث: تجارب دولية في التحول للإقتصاد الرقمي.

إن الإستثمار في تقنية المعلومات والاتصالات يتطلب بنية تحتية فائقة التقنية نظراً لتطور صناعة المعلوماتية ووسائل الاتصالات، وهذا يتطلب بدوره إمكانيات مالية وإقتصادية كبيرة تتلاءم ومتطلبات الإقتصاد الرقمي وتطبيقه بصورة فعالة في الدولة، حيث هناك العديد من التجارب الدولية التي يمكن الاستفادة منها في هذا الصدد، وخلال هذا المبحث سنتعرف على بعض هذه التجارب وتبيان أهم مميزات وأسباب نجاحها.

#### المطلب الأول: التجربة الهندية.

إن أحد عوامل نجاح الهند في مجال تقنية المعلومات يعود إلى تطوير حلول برمجية متقدمة، وتشمل هذه التجارب حلول التجارة الالكترونية، وحلول قواعد البيانات بكل أنواعها، وحلول محاسبية وحلول للنشر الالكترونية، مما يسهل على الشركات الأجنبية الاعتماد الكامل على الشركات الهندية لاستعمال مثل هذه الحلول. فالإقتصاد الهندي هو عامل آخر مشجع، فهو

<sup>1</sup> - سامية خواترة، التحول الرقمي خلال جائحة كورونا وما بعدها، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، العدد 02، السنة 2020، ص 113-114.

<sup>2</sup> - ميلود بن خيرة، أداء شركات التجارة الالكترونية في ظل انتشار فيروس كورونا بين الواقع والتحديات -شركة أمازون كنموذج-، مجلة أفاق للبحوث والدراسات، جامعة حسيبة بن بوعلي، مخر LSFBPM، الشلف، الجزائر، العدد 01، لسنة 2020م، ص 156-157.

## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

يحقق نموا مستمرا، حيث يشهد قطاع تصدير البرمجيات نموا سنويا يتراوح ما بين 40 إلى 50 في المئة، إلى الدرجة التي جعلت الهند تتبوأ المكانة الثانية في العالم في تصدير البرمجيات.<sup>1</sup>

في عام 1948م تم تشكيل وزارة للبحث العلمي بالهند، وكان التقليد أن يكون رئيس الوزراء هو المسؤول عن منظومة العلم والتقنية، وفي عام 1954 تشكلت مؤسسة الطاقة الذرية ومن خلال ذلك تم إنشاء سلسلة من مراكز الابتكار والالتزام بالبحث العلمي، وأنه من خلال ذلك يمكن تأمين التنمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية لدولة الهند.<sup>2</sup>

❖ عوامل نجاح التجربة الهندية: تتمثل عوامل نجاح التجربة الهندية في مجال تطبيق مفهوم الاقتصاد الرقمي في النقاط التالية:

✓ القوى البشرية: إن تنامي هذه الصناعة في الهند، وانتشار الخبراء الهنود حول العالم، أصبح يشكل تهديدا للسوق العمل لأخصائي تكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة، الأمر الذي دفع ممثل ولاية نيوجرسي في مجلس الشيوخ، لاقتراح تشريع يمنع على غير مواطني الولايات المتحدة<sup>3</sup>، وهذا يدل على القدر الكبير من القوى العاملة لدى الهند حتى أصبحت تشكل تهديدا لأكثر الدول تقدما في العالم.

✓ ميزة الموقع الجغرافي: استطاعت الهند أن تستفيد من موقعها الجغرافي، ذلك أن التوقيت الهندي يختلف عن توقيت الولايات المتحدة بـ (12) ساعة، ومن المعروف أن الولايات المتحدة الأمريكية أكبر سوق عالمي للبرمجيات، وقد سمحت هذه الميزة للشركات الأمريكية بتأسيس فروع لها في الهند أو بإبرام عقود مع شركات هندية، مما ساهم في جعل مشروعاتها البرمجية تعمل على مدار الساعة، إن فرق (12) ساعة في التوقيت ميزة كبيرة سمحت بعمل مستمر في المشروعات البرمجية.

✓ الكلفة المنخفضة: ينسب النمو الهندي القوي في صناعة البرمجيات إلى الكلفة المنخفضة للمبرمجين الهنود، فقد كانوا يتقاضون ما يعادل من (15 - 20%) مما يتقاضاه نظراؤهم في الدول المتقدمة مما دعا الشركات الهندية إلى تحديد مستوى منخفض لتسعير المشروعات البرمجية، وان ميزة الكلفة المنخفضة تعرضت للتلاشي ابان المدة من (1990م - 2000م)، وقد أصبح عدداً متزايداً من المبرمجين الهنود يحصلون على أجور عالية تكافئ المعايير العالمية، وبالرغم من ذلك فإن الهند لا تزال توفر فرصة جيدة وقيمة حقيقية مهمة للمال المستثمر في مجال البرمجيات.

✓ طيف واسع من الخدمات: تستطيع الهند أن تقدم طيفاً واسعاً من خدمات البرمجيات، بدءاً من الدعم الفني ومعالجة المعطيات وحتى أكثر أنظمة البرمجيات تطوراً وتعقيداً، ونظراً للكلفة المنخفضة لعمل شركات البرمجيات وتوافر قوة عاملة خبيرة على كافة الصعد، فإن الشركات الهندية تستطيع أن تعرض خدمات عمل مكثف لتنفيذ أعمال برمجية كبيرة.

✓ عدم ترك التقنية القديمة: كان من حسن حظ الهند أنها دخلت إلى عالم صناعة البرمجيات في وقت متأخر نسبياً (أواسط الثمانينات)، فعلى عكس الدول الأوروبية واليابان التي اضطرت إلى تجديد شامل لتجهيزاتها وبرمجياتها، لم تتحمل الهند كلفة مثل هذا التجديد وأن عدداً قليلاً جداً من الشركات الهندية اضطرت إلى الإستثمار في جيل ثانٍ من التجهيزات ، ذلك لأنها بدأت بالاستثمار بشكل جاد في منتصف الثمانينات، وقد ترافقت هذه المدة مع بداية انتشار

<sup>1</sup> - عبد القادر شارف، هلا رمضاني، دعائم النموذج الهندي في إقامة اقتصاد معرفي تنافسي -صناعة البرمجيات نموذجاً-، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، العدد 12، جوان 2017، ص 239.

<sup>2</sup> - إخلص باقر هاشم النجار، مرجع سبق ذكره، ص 64.

<sup>3</sup> - عبد القادر شارف، هلا رمضاني، مرجع سبق ذكره، ص 243.

الحاسوب الشخصي في الغرب، ومنذ ذلك الحين أصبحت تجهيزات الحواسيب الشخصية وبرمجياتها القطاع الأسرع تطوراً على المستوى العالمي.<sup>1</sup>

✓ **مهارات في إدارة المشاريع:** تتمتع الشركات الهندية بخبرة غنية في العمل مع شركات برمجيات عالمية ضخمة، وقد حققت رقماً قياسياً في عدد وحجم عقود إنجاز مشاريع مشكلة في عام 2000م، مما منحها خبرة أساسية في إلزام وتنفيذ مشاريع برمجية ضخمة، وقد اكتسبت بذلك مصداقية عالية على دول أوروبا والولايات المتحدة، وإن الزيادة التدريجية المستمرة لحجوم العقود لتنفيذ المشاريع البرمجية تعكس الثقة، كما أن مهارات الشركات الهندية في إدارة مثل هذه المشروعات، تسمح لها بتخفيض الزمن اللازم لتنفيذ أي مشروع، وبالتالي تخفيض كلفته في الوقت نفسه.<sup>2</sup>

✓ **اللغة الإنجليزية:** يوجد على الأقل 70 مليون فرد يتكلمون الإنجليزية لهم المستوى المهني في الهند، وتلك حقيقة تعتبر ميزة حاسمة لنمو الهند، ويتجلى ذلك العامل الحاسم خلال مرحلة نشوء صناعة تكنولوجيا المعلومات.<sup>3</sup>

✓ **تسهيلات للبنية التحتية:** تستفيد الشركات البرمجية الهندية من (500) وصلة معطيات تجارية عالية السرعة، وتستعمل الشركات هذه الوصلات للتبادل مع زبائنها في الخارج، وقد تم توفير معظم خدمات الاتصالات والبنى التحتية من خلال حقائق تقنية البرمجيات الهندية، وتتضمن هذه التسهيلات (فاكس، وصلة إنترنت، ومؤتمرات فيديو، وطاقعة مدعومة ... الخ.)، إذ تضع تحت تصرفها شبكة خدمات استقبال (Receivers) ووصلات الموجات الراديوية والميكروية.<sup>4</sup>

ومما سبق يمكن القول ان التجربة الهندية من أهم تجارب الدول التي شاركت في بناء الإقتصاد الرقمي، وقد استفادت الهند في تجربتها من تجارب الدول الأخرى، حرصاً منها على اختصار مراحل زمنية تمهيدية والاستفادة مما تم إنجازه قبلها، وقد بدأت بالصناعات الاستهلاكية ثم الوسيطة ثم الصناعات الثقيلة، وهو النهج المخالف للنموذج التقليدي في بناء مجتمع المعلومات والإقتصاد الرقمي.

### المطلب الثاني: التجربة البحرينية.

تعتبر البحرين إحدى الدول الرائدة في العالم والتي أدركت أهمية توظيف التطورات التقنية من أجل خدمة المجتمع من مواطنين ومقيمين وأصحاب الأعمال والشركات. حيث اتخذت حكومة المملكة خطوات بارزة لضمان تعزيز التحول الرقمي في القطاع العام والتركيز على الأساليب والتوجهات التشغيلية المرتكزة على تطوير الخدمات، حيث تتطلب المتغيرات السريعة للتحول الرقمي تحول نوعي في مستوى التفاعل والتواصل بين المواطنين وقطاع الأعمال والحكومة. كما تبنت البحرين العديد من الاستراتيجيات المتوالية الهادفة إلى دعم التحول الرقمي بدء من عام 2007م والمتمثلة في:

1. تأسيس برنامج الحكومة الإلكترونية (الاستراتيجية الأولى لبرنامج الحكومة الإلكترونية) 2007م -2010م:

تميزت هذه المرحلة بوضع ملامح وتنفيذ "الاستراتيجية الوطنية للحكومة الإلكترونية 2007م -2020م" التي تم تحديدها بدقة، ووضع الأهداف ومؤشرات الأداء الرئيسة لها بدعم من الجهود المشتركة لأعضاء اللجنة العليا لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهيئة الحكومة الإلكترونية وبمشاركة جميع مكونات المجتمع المدني. حيث ركزت الاستراتيجية على ضمان تقديم الخدمات الإلكترونية لجميع العملاء (المواطنين والمقيمين) بشكل فعال وكفاءة عالية تحت شعار "تقديم قيمة

<sup>1</sup> - إخلص باقر هاشم النجار، مرجع سبق ذكره، ص 65-67.

<sup>2</sup> - عبد القادر شارف، نهلا رمضاني، مرجع سبق ذكره، ص 245.

<sup>3</sup> - مصطفى بلمقدم، العوامل الموقعية لاستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر -صناعة البرمجيات الهندية نموذجاً-، جامعة تلمسان، الجزائر، ص 28.

<sup>4</sup> - إخلص باقر هاشم النجار، مرجع سبق ذكره، ص 68.

مضافة للعملاء من خلال حكومة متعاونة". وقد قامت الهيئات الحكومية، خلال هذه الفترة، بإعادة النظر في خدماتها العامة لتعزيز الكفاءة والفعالية، كما بادرت بإعادة هندسة الإجراءات للعديد من خدماتها والتي نتج عنها تنفيذ 200 خدمة إلكترونية وإدخال أربع قنوات رئيسة لتقديم الخدمات ومنصات الخدمة الذاتية إلى جانب توفير مراكز الخدمات الإلكترونية. بالإضافة إلى ذلك، تم تصور وتنفيذ العديد من المشاريع والمبادرات الاستراتيجية لتحقيق الأهداف الرئيسية التي تشمل، على سبيل المثال لا الحصر، مشاريع الربط مع الحكومة الإلكترونية الوطنية مثل إطار البنى المؤسسية، ونظام زاجل المتكامل لإدارة سير العمل، والبنية التحتية الوطنية، والنظام الوطني للتحقق من الهوية، والمستثمر الإلكتروني وغيرها من المشاريع.

علاوة على ذلك، تم إطلاق وإعادة هندسة العديد من المشاريع والخدمات الإلكترونية وتحسين جودتها وضمن أمن المعلومات، مثل مشروع البنية التحتية لبوابة الحكومة الإلكترونية، ومشروع تحسين المنصات الإلكترونية (eKiosk)، ومشروع النظام الوطني للمدفوعات، ومشروع تنفيذ شهادة الأيزو (ISO 27001) لأمن المعلومات ومعايير ضمان الجودة. كما تم إطلاق مشروع لتقييم مستوى أمن المعلومات لخدمات ومواقع الحكومة الإلكترونية للحد من التعرض للاختراقات الأمنية خلال هذه الفترة.

إضافة إلى ذلك، أولت الحكومة اهتماما بارزا ببرامج التوعية والتسويق أثناء تنفيذ الاستراتيجية، مما كان له الأثر الكبير في زيادة الوعي بأنشطة وخدمات الحكومة الإلكترونية من نسبة 25 في المائة إلى أكثر من 77 في المائة بين الأفراد، وبنسبة 96 في المائة بين الشركات، وبنسبة 100 في المائة في القطاعات الحكومية. في الوقت ذاته، ارتفع معدل استخدام الخدمات الإلكترونية من 7 في المائة إلى 47 في المائة بين الأفراد، و85 في المائة على مستوى الأعمال، و92 في المائة في القطاعات الحكومية.

يُعزى هذا النمو أيضا إلى حملات التوعية الواسعة التي تستخدم مزيجا من الوسائط التقليدية والحديثة لإشراك المواطنين والمقيمين. وقد كان نجاح الإستراتيجية الوطنية للحكومة الإلكترونية نتيجة استراتيجية مدروسة ورؤية واضحة من القيادة السياسية والإدارية بالإضافة إلى جهود فريق العمل وتعاون جميع الجهات الحكومية لتحقيق أهداف البرنامج<sup>1</sup>.

2. خلق شراكات استراتيجية لترسيخ المكتسبات الاستراتيجية الوطنية للحكومة الإلكترونية (2011م - 2016م): من أجل الحفاظ على الزخم والمضي قدما في الإنجاز وتحقيق مستويات أعلى في مجال الحكومة الإلكترونية، صاغت مملكة البحرين "الاستراتيجية الوطنية للحكومة الإلكترونية (2011م - 2016م)" بهدف المزيد من تطوير برامج الحكومة الإلكترونية. تركز هذه الاستراتيجية على خدمة المواطنين والمقيمين بمملكة البحرين، وذلك في ظل المكتسبات التي حققتها المملكة في البنية التحتية المتطورة. حيث ركزت الاستراتيجية على تحقيق رؤية طموحة للحكومة الإلكترونية لتحقيق التميز الحكومي للجيل القادم من خلال تقديم خدمات عالية الجودة وعلى نحو فعال وتقييم الكفاءة وتشجيع المشاركة الفعالة للعملاء واحتضان ريادة الأعمال والتعاون مع جميع الجهات المعنية وتشجيع الابتكار. تتجلى مهمة الحكومة الإلكترونية في الرؤية الجديدة تحديد وإدارة تنفيذ الاستراتيجيات المناسبة ووضع ورصد مستوى الامتثال للسياسات والمعايير وتسهيل التحول الإلكتروني للخدمات ودعم احتضان مفاهيم الجيل الجديد من خلال تعاون وثيق مع الجهات الحكومية والشراكة الفعالة مع القطاع الخاص. يتمثل جوهر الاستراتيجية في التأثير على ثلاث أطراف رئيسة للعملاء داخل المملكة بما يشمل الأفراد والشركات والحكومة، وتشمل استراتيجية (2011م - 2016م) العديد من مبادرات الحكومة الإلكترونية والتي تتضمن على سبيل المثال:

<sup>1</sup> - سفيان قعلول، الوليد طلحة، صندوق النقد العربي، الاقتصاد الرقمي في الدول العربية: الواقع والتحديات، أكتوبر 2020، ص32.

- وضع التشريعات واللوائح اللازمة للحفاظ على بيئة إلكترونية آمنة.
  - تطوير البنية التحتية المتقدمة والمهارات والقدرات التقنية اللازمة في جميع الجهات الحكومية.
  - تعزيز إجراءات تقديم الخدمات من خلال مركز موحد للخدمات.
  - إطلاق قنوات اتصال جديدة مثل شبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع المواطنين.
  - إنشاء منصات البيانات المفتوحة لتعزيز الابتكار وريادة الأعمال.
  - تطوير عدد من التطبيقات والخدمات الجديدة.
- تشمل بعض الإنجازات الرئيسية في إطار الاستراتيجية المشار إليها ما يلي:
- ✓ تنفيذ النظام الوطني للمقترحات والشكاوى "تواصل".
  - ✓ تعزيز قنوات تقديم الخدمات الإلكترونية الوطنية وخاصة بوابة الحكومة الإلكترونية الوطنية.
  - ✓ ومنتج تطبيقات الحكومة الإلكترونية.
  - ✓ تطوير تطبيقات الأجهزة الذكية المختلفة بناء على منصة البيانات المفتوحة.
3. الدمج والتكامل لتحقيق مبادئ الحكومة الواحدة (تحديث الاستراتيجية الوطنية للحكومة الإلكترونية) (2017م-2018م):
- خلال هذه المرحلة تم دمج هيئة الحكومة الإلكترونية المسماة سابقا (eGA) والجهاز المركزي للمعلومات (CIO) من أجل تكوين هيئة المعلومات والحكومة الإلكترونية (iGA) بغرض توحيد الجهود وتسهيل متابعة تنفيذ الاستراتيجية الوطنية للحكومة الإلكترونية (2017م – 2018م)، بحيث استهدف تحديث الإستراتيجية تحقيق الأهداف التالية:
- ✓ دعم المشاركة الفعالة وانخراط جميع مكونات الدولة في عملية التحول الرقمي.
  - ✓ تقديم خدمات عالية الجودة مخصصة لتقديم تجربة سلسة للمستخدم، مع التركيز على تقنية الأجهزة الذكية.
  - ✓ وضع خدمة خاصة بالابتكار من خلال الاستفادة من البيانات الحكومية.
  - ✓ ضمان أمن وخصوصية المواطنين.
  - ✓ التركيز على الخدمات المقدمة من الحكومة إلى العميل (G2C) والتي تتمحور حول الفرد وتمكين العناصر الأساسية.
  - ✓ دعم الأولويات الوطنية وتسهيل اتخاذ القرارات من قبل القيادات الحكومية.
- لقد ساعد تنفيذ الإستراتيجية على رفع الوعي بين جميع المواطنين حول الحكومة الإلكترونية وتحسين استثمارات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع العام، وإنشاء بنية تحتية متطورة لتقنيات المعلومات والاتصالات لتوفير بيئة اقتصادية تجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية وتعزز قنوات الاتصال بين القطاعين العام والخاص. وشهد التركيز المستمر على الحكومة الإلكترونية نموا مذهلا، فعلى سبيل المثال ارتفع نسبة معاملات الدفع الإلكتروني بنسبة 43 في المائة، وتم تطوير وتنفيذ الاستراتيجية الوطنية للأمن السيبراني بتدريب 3.5 ألف موظف في هذا المجال، وتفاعل 95 في المائة من الجهات الحكومية مع الأفراد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

4. استراتيجية الحكومة الرقمية (2019م – 2022م)



ركزت استراتيجية الحكومة الرقمية على ضرورة التزام الحكومة بتحويل خدماتها بشكل استباقي باستخدام التقنيات الرقمية وتمكين تعزيز التقدم المحرز في تمكين البيئة الرقمية والاستعداد الرقمي والاستخدام الرقمي في البحرين. من خلال استراتيجية الحكومة الرقمية (2019م - 2022م)، تسعى حكومة البحرين إلى تعزيز استخدام التقنيات الناشئة والمتطورة لتمكين الجهات الحكومية لتكون أكثر انفتاحاً واستجابة وفعالية. وتطمح الحكومة إلى تطوير خدمات مصممة وفقاً لاحتياجات المواطنين والتغير المستمر في تجربة المستخدم. تم في هذا الصدد إنشاء ودعم آلية متابعة فعالة يُشرف عليها اللجنة العليا لتقنية المعلومات والاتصالات بدعم من اللجنة الوطنية لحكومة تقنية المعلومات، التي تراقب تنسيق وتنفيذ المبادرات الرقمية الاستراتيجية في جميع أنحاء المملكة. وقد تم وضع تصور لمبادرات استراتيجية مختلفة لقيادة التحول الرقمي المُرتكز على المواطن بناء على مجالات التركيز الأساسية.

❖ ومن خلال ما سبق يمكن القول أن مملكة البحرين سعت بشكل كبير من أجل تطبيق الاقتصاد الرقمي في مختلف قطاعات الدولة سواء في القطاع العام أو الخاص، حيث قامت بوضع العديد من الخطط والاستراتيجيات في هذا الصدد مع وضع معايير كثيرة من أجل مراقبة تقدم هذه الخطط وضمان تنفيذها بشكل جيد، حيث واجهت البحرين تحديات قبل عملية التحول الرقمي تمثلت في محدودية الشفافية في المعاملات الحكومية، ومحدودية رضا العملاء عن الخدمات الحكومية، ومشاركة محدودة للمواطنين في تطوير العمل الحكومي، ومحدودية الثقافة الرقمية لدى المواطنين والمقيمين، ومقاومة التغيير لدى الجهات الحكومية ووجود البيروقراطية في بعض العمليات الإدارية، والمركزية والخوف من اتخاذ القرارات<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: التجربة العمانية.

#### الفرع الأول: أساسيات حول التجربة العمانية للتحول الرقمي وأهم الأهداف لها:

تم تبني استراتيجية عُمان الرقمية منذ عام (2003م)، حيث تم تصنيف التوجهات الاستراتيجية لعُمان الرقمية إلى ستة محاور استراتيجية تتكامل معاً لتنفيذ رؤية عُمان الرقمية من خلال مجموعة من الأهداف الرئيسية تتضمن المبادرات والمشاريع اللازمة لدعم مسيرة البلاد نحو تحقيق اقتصاد قائم على المعرفة.

حيث بدأ برنامج التحول الرقمي في (أكتوبر 2012م) بموافقه مجلس الوزراء وعليه تم عقد العديد من الندوات وورش العمل للتعريف بتفاصيل برنامج التحول الرقمي. كما تم تشكيل فرق التحول للحكومة الالكترونية وفرق إدارة التغيير داخل كل مؤسسة برئاسة الوزير أو وكيل الوزارة لمتابعة برامج التحول الرقمي بمؤسساتهم<sup>2</sup>.

تقدم وزارة التقنية والاتصالات بمهام التحول الرقمي في السلطنة، حيث أنشئت الوزارة بموجب مرسوم سلطاني في (أكتوبر 2019م)، فيما كانت تعرف سابقاً بـهيئة تقنية المعلومات (ماي 2006م) تقوم رؤية الوزارة على تحويل السلطنة إلى مجتمع معرفي مستدام بتفعيل تقنيات المعلومات والاتصال لتعزيز الخدمات الحكومية واثراء قطاع الاعمال وتمكين الافراد من التعامل الرقمي. تقود الوزارة خطط تنفيذ "مبادرة عُمان الرقمية" التي تتضمن مجموعة من المشاريع والآليات التي صُممت وأعدت لرفع مستوى كفاءة وفاعلية الخدمات الحكومية، وتعزيز قطاع الاعمال، وتزويد المواطنين بالمهارات والمعرفة اللازمة

<sup>1</sup> - سفيان قعلول، الوليد طلحة، مرجع سبق ذكره، ص33-38.

<sup>2</sup> - سلطنة عمان، وزارة التقنية والاتصالات، استطلاع حول قياس النفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصال في قطاع الأسر والأفراد، 2020.

## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

للتفاعل مع الخدمات الالكترونية، وذلك لخدمة وتلبية حاجات المجتمع وتطلعاته، وسعيا لدعم توجهات السلطنة نحو اقتصاد مستدام مبني على المعرفة<sup>1</sup>.

قامت وزارة التقنية والاتصالات بصياغة خطة التحول إلى الحكومة الالكترونية التي تمت الموافقة عليها من قبل مجلس الوزراء في عام (2012م)، كما تم تعميمها على كافة المؤسسات الحكومية للبدء في تنفيذ أهدافها وتطبيق ضوابطها. تعتبر خطة التحول إلى الحكومة الالكترونية خطة تنفيذية تهدف إلى تحقيق الأهداف الاستراتيجية المتعلقة بالمحور الثاني من "استراتيجية عُمان الرقمية" الذي يتعلق بزيادة معدل الاستفادة من الخدمات الحكومية الالكترونية وتكاملها بالإضافة إلى جودتها وتوجيها للمواطنين والمقيمين والمؤسسات التجارية.

بناء على خطة التحول للحكومة الالكترونية، قامت الحكومة بإعداد خطط تنفيذية للقطاعات الرئيسية الداعمة لتحقيق رؤية السلطنة طويلة المدى والعمل على رقمته هذه القطاعات وهي التجارة والصناعة والسياحة واللوجستيات والبيئة والطاقة بالإضافة إلى القطاعات الداعمة لها كالقوى العاملة والتعليم والصحة والتنمية الاجتماعية والإسكان والقضاء. شملت خطط التحول الرقمي لهذه القطاعات مجموعة من الأنشطة الرئيسية والأساسية لتحقيق أهداف التحول الرقمي من أهمها ما يلي:

- ◀ إعداد خطة عمل شاملة للتحول الرقمي تتضمن مراجعة الوضع الراهن وتحديد الفجوات بالإضافة إلى مراجعة نماذج العمل ووضع التصورات المستقبلية لها.
- ◀ تحسين وتطوير وإعادة هندسة العمليات والإجراءات.
- ◀ إتمام الإجراءات وبناء قنوات رقمية لتقديم الخدمات.
- ◀ تحسين البنية الأساسية اللازمة وتطوير التطبيقات والأنظمة الرقمية، وتوظيف التقنيات الحديثة.
- ◀ إدارة التغيير ووضع الخطط التسويقية لضمان قبول التغيير.

الفرع الثاني: مبادرات ومشاريع التحول الرقمي في القطاعات الاستراتيجية على مستوى سلطنة عمان: حيث عرفت سلطنة عمان العديد من المبادرات والمشاريع والتي سعت من خلالها إلى التحول الرقمي، ولعل أهم هذه المبادرات والمشاريع ما يلي:

2

أولاً: التجارة والصناعة: تم تطوير توظيف النهج الحكومي التكاملية وأتمت منظومة الأعمال التجارية من خلال تطوير منظومة استثمار بسهولة "التي تعتبر نموذجاً لأفضل الممارسات العالمية والمعايير لتطوير بيئة الأعمال، وهي عبارة عن مجموعة شاملة من الخدمات الالكترونية تهدف إلى تزويد مجتمع الأعمال التجارية بنافذة واحدة لتفاعلهم مع الحكومة ابتداء من إنشاء شركة جديدة إلى ترخيص الأنشطة مروراً بتقديم التقارير المالية السنوية. تستند فكرة المشروع إلى خطة الحكومة الوطنية للتحول الإلكتروني ويستند التنفيذ إلى النهج الحكومي التكاملية.

ثانياً: القطاع التعليمي: تطوير البوابة التعليمية كمنصة رقمية تفاعلية وبيئة رقمية تربط عناصر العملية التعليمية إلكترونياً (الطالب، المعلم، ولي الأمر، المدرسة، الوزارة) من خلال مجموعة من البرامج والأنظمة المحوسبة بهدف تسهيل العملية التعليمية وتقديمها في شكل أكثر فاعلية، كما أنها تساعد على تنظيم ومتابعة الأعمال الإدارية بجعلها أكثر إحكاماً وتنظيماً من خلال نظام المراسلات والإرشاف الإلكترونية. تهدف البوابة إلى توفير التعليم خارج نطاق الفصل المدرسي عن طريق استخدام

<sup>1</sup> - سفيان قعلول، الوليد طلحة، مرجع سبق ذكره، ص 41.

<sup>2</sup> - سلطنة عمان، وزارة التقنية والاتصالات، مرجع سبق ذكره، ص 12-13.

## الفصل الثاني: واقع تحول الى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية.....

التقنيات الحديثة التي تشكل جزء من البوابة التعليمية وتأسيس عملية التعليم عن بعد، والتعليم الذاتي، وتوفير غرف الدراسة الافتراضية، والتعليم الجماعي.

ثالثا: القطاع الصحي: وذلك من خلال تطوير عدة نظم خاصة بالقطاع الصحي من أهمها:

- ✓ تطوير "نظام الشفاء" الذي يُعنى بإدارة السجلات الطبية بالمؤسسات الصحية.
- ✓ تطوير النظام الوطني للملف الصحي الإلكتروني أو ما يُعرف بـ "نهر الشفاء" والذي يُعنى بربط كافة المؤسسات الصحية العامة والخاصة بملف صحي إلكتروني وأحد ركيزته المعرفية هو الرقم المدني، وينبثق منه الملف الخاص بالشخص المريض، ونظام "نبض الشفاء" الذي يعتبر بمثابة مستودع مركزي وطني للمعلومات الصحية من خلال إنشاء شاشات تفاعلية واستصدار التقارير الوطنية والاحصائيات المختلفة باستخدام برامج ذكاء الاعمال والتحويل الإلكتروني للمرضى من مؤسسة لأخرى إلكترونيا والتبليغ الإلكتروني الذي يقوم بالإبلاغ عن الحالات الطبية المختلفة.
- ✓ تطوير "أجيال" الذي يُعنى بتسجيل المواليد والوفيات وربطه مع الأحوال المدنية وبرنامج فحوصات الحجاج الذي تم ربطه مع وزارة الأوقاف والشئون الدينية وغيرها من الأنظمة البرامج.

رابعا: المنظومة البيئية: تطوير منظومة رقمية وأتمته كافة الإجراءات والخدمات ذات العلاقة بتوفير حماية البيئة وصون مواردها الطبيعية وتقديم خدمات بجودة عالية للمتعاملين من أجل تحقيق التنمية المستدامة.

خامسا: القطاع اللوجستي: تطوير منظومة الإدارة الجمركية "بيان" وهي منظومة متكاملة تشمل جميع الإجراءات والعمليات الجمركية، ويتيح إنهاء جميع المعاملات الجمركية إلكترونيا بهدف تعزيز الرقابة الأمنية والصحية والبيئية على الصادرات والواردات والبضائع العابرة والمعاد تصديرها، بالإضافة إلى ربط جميع جهات القطاع العام والخاص مع سلطة الجمارك، العمانية وتبادل المعلومات إلكترونيا من خلال نظام النافذة الواحدة الإلكتروني، لحوسبة جميع الإجراءات الجمركية والعمليات المالية والمصرفية، والتقليل من تكاليف عمليات الاستيراد والتصدير، وتشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية، وتقديم إحصاءات وتحليلات دقيقة للتجارة الدولية لتمكين المستثمرين اصطحاب المشاريع التجارية من إعداد دراسات واقعية للجدوى الاقتصادية.

❖ بالإضافة إلى ذلك، هناك "المنصة الوطنية الرقمية لخدمات النقل" التي تهدف إلى تطوير منظومة قطاع النقل البري بالسلطنة عبر تبسيط إجراءات العمل وسرعة تقديم الخدمات للمستفيدين وإعداد قاعدة بيانات متكاملة عن العاملين في قطاع النقل البري والحافلات والمنشآت والشاحنات ومركبات الأجرة إلى جانب متابعة الالتزام بقوانين النقل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - سفيان قعلول والوليد طلحة، مرجع سبق ذكره، ص 39.

### خلاصة الفصل الثاني:

أن التحول من الاقتصاد الصناعي للإقتصاد الرقمي أصبح يشكل اهتماما كبير من قبل الشركات والمؤسسات العالمية، وهذا راجع لسبب واحد وهو مواكبة مختلف التطورات الحاصلة في الاقتصاد العالمي والذي أصبح اقتصاد مبني على المعرفة ونقل المعلومات والتكنولوجيات المتطورة، حيث في ظل الظروف الراهنة وفي ظل تفشي وباء فيروس كورونا (كوفيد-19) أصبح التحول للإقتصاد الرقمي ضرورة حتمية لا بد منها، وذلك للأثار السلبية التي خلفها هذا الوباء على نطاق الاقتصاد العالمي ككل، حيث توجهت العديد الشركات إلى تبني منهج التجارة والتسويق عبر الأنترنت أو ما يعرف بالتسويق والتجارة الإلكترونية وذلك من أجل التخفيف من حدة الأزمة.

والتحول الرقمي ليس وليد اليوم بل هناك العديد من المحاولات والتجارب الدولية في هذا المجال، حيث أبدت هذه الدول اهتماما كبيرا بالتحول الرقمي في قطاعاتها الاستراتيجية، وخير مثال على ذلك تجربة سلطنة عمان والتي بدأ إهتمامها بالتحول نحو الاقتصاد الرقمي منذ أكتوبر 2012م، والجدير بالإشارة أنه يجب الاتفاق بشكل كبير على البحث والتطوير والإستثمار في تكنولوجيا المعلومات والإتصال كما هو الحال في التجربة الهندية وذلك من أجل الحصول على أفضل النتائج.

# الفصل الثالث:

دراسة تطبيقية لأثر النحول  
الرقمي في مواجهة  
المسجدات العالمية لعينة  
من المؤسسات الاقتصادية

**تمهيد الفصل الثالث:**

بعد تطرقنا للجانب النظري وللمفاهيم الخاصة بالدراسة والمتعلقة بتطبيق التحول نحو الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية. سيتم في هذا الفصل إسقاط ذلك على عينة من المؤسسات الاقتصادية والمتمثلة في أربع شركات اتصالات ناشطة بولاية قالمة: شركة اتصالات الجزائر فرع قالمة. شركة اتصالات الجزائر فرع وادي الزناتي. شركة اتصالات موبيليس فرع قالمة وشركة اتصالات اوريدو فرع قالمة وذلك من خلال دراسة التحول الرقمي الذي تعتمد هاته المؤسسات من أجل رفع فاعلية وظائفها ومدى منحها قدرة على مواجهة مختلف المستجدات العالمية التي قد تواجه هاته للمؤسسات، ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على إعداد الاستبيان وتوزيعه على الموظفين العاملين بهاته المؤسسات وذلك ومن أجل الحصول على المعلومات والبيانات من خلال أراء العينة المختارة في هاته الدراسة بهدف معرفة آراءهم حول قدرة التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية.

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

### المبحث الأول: منهجية تصميم الدراسة الميدانية

لمعرفة واقع التحول نحو الاقتصاد الرقمي على المؤسسة ودوره في دعمها لمواجهة المستجدات العالمية، اعتمدنا على مجموعة من الوسائل والأدوات، وسيتم توضيحها من خلال هذا المبحث.

#### المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

##### 1. مجتمع الدراسة:

نظرا لكون الموضوع من المواضيع الحديثة وغير متطرق لها بكثرة فقد حاولنا إيجاد مؤسسة لديها واقع رقمي، حتى يمكننا من إجراء الدراسة عليها، وقد اختارنا بعض المؤسسات والمتمثلة في:

- شركة اتصالات الجز ائرفرع قالمة.
- شركة اتصالات موبيليس فرع قالمة.
- شركة اتصالات اوريدو فرع قالمة.
- شركة اتصالات الجز ائرفرع وادي الزناتي.

ان سبب التركيز على شركات الاتصال كونهم أكبر الشركات ملائمة لدراسة موضوع البحث، وكانت هاته المؤسسات هي التي تعبر عن مجتمع الدراسة والذي نقصد به جميع الأفراد العاملين في هاته المؤسسات محل الدراسة.

##### 2. عينة الدراسة:

يقصد بعينة الدراسة مجموعة جزئية تسحب من مجتمع الدراسة، والتي تعبر عنه وتكون ممثلة له، وذلك من أجل الوصول إلى أدق النتائج، ولقد تم استخدام الاستقصاء بالمعاينة والتركيز على عينة من المجتمع والبالغ عددها 60 عاملا مقسمة إلى ذكور وإناث، وفي مختلف المستويات ومختلف الأعمار إضافة إلى اختلاف خبرتهم، وقد تم توزيع 60 استمارة على 4 شركات وتم استرداد 57 استمارة كما هو موضح في الجدول.

الجدول رقم 03: عدد الاستمارات الموزعة والمستردة.

نسبة الاستجابة	عدد الاستمارات المسترجعة	عدد الاستمارات الموزعة	الاستمارات المؤسسات
100%	20	20	اتصالات الجز ائرفرع قالمة
100%	10	10	شركة اتصالات موبيليس فرع قالمة
100%	10	10	شركة الاتصالات أوريدو فرع قالمة
85%	17	20	اتصالات الجز ائرفرع وادي الزناتي
95%	57	60	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين.

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

المطلب الثاني: أداة الدراسة وأساليب الإحصائية المستخدمة.

### 1.أداة الدراسة:

بغية اتمام البحث والحصول على النتائج المرجوة، تم الاستعانة باستمارة أعدت لتحقيق أهداف البحث، وقد تم إعداد هذه الاستمارة من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات، لقد تم تقسيم الاستمارة الى: القسم الأول: وهو خاص بالبيانات الشخصية، ويشمل مجموعة من الأسئلة المرتبطة بالنوع، العمر، المستوى التعليمي، المنصب الوظيفي، الخبرة المهنية، الاستفادة من دورة تدريبية. القسم الثاني: ويتضمن المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة، متضمنة مجموعة من العبارات متمثلة في 34 عبارة مقسمة لثالث محاور والمتمثلة في:

● **المحور الأول:** "تطبيق التحول الرقمي في وظائف المؤسسة"، وكان الهدف من هذا المحور معرفة مدى التزام المؤسسة بتطبيق التحول الرقمي في وظائفها وقد تضمن هذا المحور 9 عبارات صيغة بطريقة تسمح لنا بمعرفة مدى تطابق المحور مع المؤسسة محل الدراسة.

● **المحور الثاني:** "فاعلية الاقتصاد الرقمي في المؤسسة"، وكان الهدف من هذا المحور معرفة مدى فاعلية التحول الرقمي في المؤسسة، وقد تضمن هذا المحور 11 عبارات لمعرفة مدى تطابق المحور مع المؤسسة محل الدراسة.

● **المحور الثالث:** "قدرة التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية"، يعتبر هذا المحور هو لب الموضوع حيث يدرس قدرة الاقتصاد الرقمي على مواجهة المستجدات العالمية التي قد تواجهها المؤسسة محل الدراسة، وقد تضمن هذا المحور 14 عبارة تدرس بعض المستجدات التي واجهتها المؤسسة، وقد صيغت العبارات بطريقة تسمح لنا بمعرفة مساهمة التحول الرقمي في مواجهة مختلف المستجدات العالمية. وقد كانت الإجابة على محتوى العبارات مكونة من 5 إجابات، وذلك وفق مقياس ليكارت الخماسي كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم 04: مقياس ليكارت الخماسي.

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من اعداد الطالبين.

ولتحديد طول فئة مقياس ليكارت الخماسي أي الحدود الدنيا والعليا، تم حساب المدى من خلال طرح أكبر قيمة من أصغر قيمة (5-1=4)، ثم تم تقسيمها على عدد الفترات المقياس المقدره بخمسة، وذلك لحصول على طول الفقرة أي (0.8=5/4)، بعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أي بداية المقياس، وهي واحد صحيح)، وذلك لتحديد الحد الأعلى للفترة الأولى، وتحديد طول الفترات وهو موضح في جدول التالي:

الجدول رقم 05: طول الخلايا.

الدرجة	المتوسط المرجح	اتجاه الإجابة
1	1.80-01	غير موافق بشدة



## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

غير موافق	2.61-1.81	2
محايد	3.42-2.62	3
موافق	4.43-3.43	4
موافق بشدة	5-4.43	5

المصدر: من اعداد الطالبين.

### 2. أساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق هذه الدراسة وتحليل البيانات، تم استخدام البرنامج الإحصائي spss.20، وذلك لتوفره على العديد من الأساليب الإحصائية لتحليل، وتم افتراض مستوى معنوية يبلغ (0.05)، وتم الاعتماد في هاته الدراسة على مجموعة من الاختبارات والأساليب المتمثلة في:

- ✓ معامل الارتباط سيرمان براون ومعامل غاثمان: لقياس صدق أداة الدراسة.
- ✓ معامل الفا دوكرونياخ: لقياس ثبات الاستبيان.
- ✓ التكرارات والنسب المئوية: لوصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة.
- ✓ المتوسط الحسابي والانحراف المعياري: لتحديد تشتت أفراد عينة الدراسة واتجاه عبارات الدراسة.
- ✓ اختبار كلومغروف سمر نوف: لاختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة.
- ✓ اختبار ستودنت لعينة واحدة: لدراسة الفروق بين المتوسطات.
- ✓ اختبار معامل الارتباط سبرمان: لدراسة علاقة الارتباط بين محاور الدراسة، ولتحديد قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة.

✓ اختبار ليفين: لاختبار تجانس الاستبيان.

✓ تحليل التباين الأحادي: لمعرفة الفروق بين آراء أفراد العينة.

المطلب الثالث: قياس صدق وثبات الاستبيان.

### 1. قياس صدق الاستبيان:

ويقصد به قدرة الاستبيان على قياس ما أعد لقياسه، ويتم التأكد من صدق الاستبيان من خلال:

#### • صدق المحكمين:

بعد إعداد الاستمارة تم عرضها على المحكمين وذلك لتأكد من صحة محتواها وقدرتها على تغطية الموضوع، وتم تعديلها وفق ملاحظاتهم، حيث عدلت بعض العبارات وتم حذف البعض الآخر، كما أضيفت بعض العبارات لكي تعطي الاستمارة طابع الشمولية، كما أعيد صياغة التعبير لتصبح أكثر وضوحاً، وتعطي مصداقية أكبر.

#### • صدق الاتساق الداخلي:

ويقصد به مدى ملائمة كل عبارة لمحور التي تنتمي إليه، وتم حسابه عن طريق حساب معامل سيرمان للارتباط،

معرفة درجة ارتباط كل عبارة بالمحور التي تنتمي إليه، ونرى ذلك من خلال:

✓ قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول "تطبيق التحول الرقمي في وظائف المؤسسة":

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

نقوم بقياس الصدق الاتساق الداخلي لمحور الأول من خلال اختبار معامل الارتباط سيرمان وهذا ما يوضحه

الجدول الموالي:

الجدول رقم 06: معاملات الارتباط سيرمان بين درجة كل عبارة ودرجة الكلية لمحور الأول.

رقم العبارة	عبارات المحور الأول	معامل الارتباط بالمحور	القيمة الاحتمالية Sig
1	تتيح المؤسسة عمليات الدفع إلكترونيا في أي وقت.	0,603	0.00
2	تعتمد المؤسسة على إعلان عبر مواقع الكترونية.	0,683	0.00
3	تعتمد المؤسسة على المعلومات المخزنة في قواعد البيانات من أجل اتخاذ القرار.	0,382	0,00
4	تعتمد المؤسسة على تطبيق الكتروني خاص بها ليوفر جميع عروضها لزيائنها.	0,463	0.00
5	تعتمد المؤسسة على تدريب عمالها الكترونيا (عن بعد).	0,737	0.00
6	تتيح المؤسسة تبادل البيانات الكترونيا بين مختلف الوحدات.	0,530	0,00
7	يتم الاتصال بالزيائنها عن طريق البريد الإلكتروني.	0,530	0.00
8	يتم الاتصال بالزيائنها عن طريق الهاتف.	0,453	0.00
9	تعتمد المؤسسة على شبكة الأنترنت في انجاز معاملتها.	0,500	0.00

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن القيمة الاحتمالية Sig لكل عبارات المحور أقل من مستوى المعنوية المفروض (مستوى المعنوية=0.05)، وذلك بالنسبة لكل عبارات المحور وكما نلاحظ أن معامل الارتباط سيرمان موجب في كامل عبارات، مما يشير الى وجود اتساق بين كل عبارة ودرجة الكلية لمحور التي تنتهي اليه، وهو ما يؤكد وجود صدق داخلي في المحور الأول.

✓ قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني "فاعلية الاقتصاد الرقمي في المؤسسة":

نقوم بقياس الصدق الاتساق الداخلي لمحور الثاني من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم 07: معاملات الارتباط سيرمان بين درجة كل عبارة ودرجة الكلية لمحور الثاني.

رقم	عبارات المحور الثاني	معامل الارتباط بالمحور	القيمة الاحتمالية Sig
1	تولي المؤسسة اهتماما كبيرا لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	0,620	0,000
2	تعتمد المؤسسة على شبكة الأنترنت في التواصل بين فروعها.	0,445	0,001
3	تحرص المؤسسة على استعمال برمجيات حديثة من أجل القيام بأعمالها.	0,390	0,003
4	الموقع الإلكتروني للمؤسسة يتميز بالفاعلية التي تتيح من خلاله معرفة تفاصيل عنها وتتفاعل مع عملائها من خلاله.	0,441	0,001
5	قاعدة البيانات الإلكترونية للمؤسسة تسمح لها بمعرفة تفاصيل عن موظفيها وعملائها.	0,536	0,000
6	التطبيق الإلكتروني الخاص بالمؤسسة يتيح التعامل مع زبائنها بشكل مباشر.	0,549	0,000
7	تولي المؤسسة اهتماما ببرامج الكترونية تسمح لها بالرقابة والتقييم العمال أثناء أداء مهامهم.	0,561	0,000

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

0,005	0,364	تتبني المؤسسة عمليات الدفع إلكتروني بصورة فعالة.	8
0,000	0,802	تولي المؤسسة اهتماما كبيرا لقوى العاملة التي تجيد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	9
0,000	0,726	تستخدم المؤسسة مصممين للبرمجيات من أجل تطوير.	10
0,000	0,848	تقدم المؤسسة خدمات إلكترونية فعالة لعملائها.	11

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن القيمة الاحتمالية sig في جميع العبارات أقل من مستوى المعنوية المفروض، حيث بلغت القيمة الاحتمالية قيم بين 0.00 و 0.005، أما بالنسبة لمعمل الارتباط سيبرمان فكان بين (0.390-0.848) وبما أنها قيم موجبة فهي تدل على وجود اتساق داخلي بين كل عبارة والمحور وهو ما يؤكد وجود اتساق داخلي في المحور الثاني.

✓ قياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث " قدرة التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية".

نقوم بقياس الصدق الاتساق الداخلي لمحور الثالث من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم 08: معاملات الارتباط سيبرمان بين درجة كل عبارة ودرجة الكلية لمحور الثالث.

رقم	عبارات المحور الثالث	معامل الارتباط بالمحور	القيمة الاحتمالية Sig
1	تساهم قاعدة البيانات التي تمتلكها المؤسسة من اتخاذ القرارات بشكل فوري وفعال في ظل حدوث أي أزمة مفاجئة.	0,677	0,000
2	تمتلك المؤسسة نظام رقمي متكامل ومرن قادر على مواجهة مختلف التغيرات الحاصلة.	0,731	0,000
3	ساهمت قاعدة البيانات التي تمتلكها المؤسسة في تطبيق الإجراءات الوقائية التي فرضتها جائحة كورونا. (تواصل بين العمال عن بعد والقيام بالأعمال الإدارية).	0,623	0,000
4	ساهمت عمليات التواصل مع العمال والعملاء إلكترونيا من الحد من أثار جائحة كورونا.	0,722	0,000
5	ساهم التطبيق الإلكتروني الخاص بالمؤسسة في زيادة قدرة المؤسسة على التواصل مع زبائنها وحد من أثار جائحة كورونا.	0,672	0,000
6	ساهم التحول الرقمي بابتكار طرق تواصل جديدة بين مختلف المتعاملين مع المؤسسة لحد جائحة كورونا.	0,721	0,000
7	لم تؤثر جائحة كورونا بشكل كبير على المؤسسة في ظل وجود الموقع الإلكتروني وخدمات الدفع الإلكتروني.	0,360	0,006
8	ساهمت عروض الدفع الإلكتروني في المؤسسة في الحد من أزمة السيولة.	0,538	0,000
9	ساعد التحول الرقمي في تطوير أداء المؤسسة وكفاءتها مما يزيد من قدرتها على تكيف مع مختلف التغيرات.	0,577	0,000
10	يساعد التحول الرقمي على وضع خطط استراتيجية تسمح للمؤسسة بمواجهة المستجدات العالمية.	0,693	0,000
11	تعتمد المؤسسة على الإدارة الإلكترونية من أجل الرفع من فاعليتها ومواجهة المستجدات بسرعة.	0,651	0,000
12	ساهم التحول الرقمي في رفع قدرة المؤسسة على كسب ولاء عملائها.	0,663	0,000
13	ساهم التحول الرقمي في المؤسسة الى بناء المعرفة وتعلم المستمر لدى موظفيها.	0,681	0,000
14	ساهم التحول الرقمي في الانفتاح على العالم الخارجي.	0,670	0,000

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من خلال الجدول أن أكبر قيمة احتمالية sig في العبارات كانت تساوي 0.006 وهي أقل من مستوى المعنوية المفروض كما نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط سيبرمان في جميع العبارات كانت بين (0.360-0.721) وهي قيم موجبة، ومنه نستنتج وجود اتساق داخلي بين هاته العبارات والمحور الثالث.

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

### • صدق البنائي:

وهو يعبر عن متوسط درجة ارتباط كل محور من محاور الدراسة ومتوسط الدرجة الكلية للاستمارة وذلك عن طريق معامل الارتباط بيرسون، وهذا ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 09: معامل الارتباط بيرسون لمحاور ودرجة الكلية للاستمارة.

المحاور	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية Sig
المحور الأول: تطبيق التحول الرقمي في وظائف المؤسسة.	0,793	0,000
المحور الثاني: فاعلية الاقتصاد الرقمي في المؤسسة.	0,861	0,000
المحور الثالث: قدرة التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية.	0,826	0,000

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن القيمة الاحتمالية sig كانت تساوي 0.00 في جميع المحاور أي أنها أقل من مستوى المعنوية المفروض كما نلاحظ ان معاملات الارتباط موجبة، وهي كتالي المحور الأول كانت قيمته 0,793، أما المحور الثاني فإن قيمته كانت 0,861، وبالنسبة لمحور الثالث كانت قيمته 0,826، وهذا يدل على وجود ارتباط بين المحاور والاستبيان ككل مما يؤكد على وجود صدق البنائي لهذا الاستبيان.

### 2. قياس ثبات الاستبيان:

وهو ثبات أداة الدراسة، أي قدرة الاستبيان على إعطاء نفس النتائج، إذ كررنا نفس الدراسة على نفس العينة، ويتم حسابه بطريقة التجزئة النصفية:

### • طريقة التجزئة النصفية:

وهي طريقة تعتمد على قسمة عبارات الاستبيان الى جزئين وحساب قيمة معامل الارتباط بينهما باستخدام كل من معامل سيرمان ومعامل غوتمان، وهذا ما سنراه في الجدول الموالي:

الجدول رقم 10: ثبات الاستبيان حسب طريقة التجزئة النصفية

معامل	النصف الأول للعبارات	ألفا دو كرنباخ النصف الأول
معامل الفادو كرنباخ	النصف الثاني للعبارات	0.787
	عدد العبارات	17
معامل سيرمان براون	الارتباط بين النصف الأول والثاني	0.924
	تساوي عدد العبارات بين النصفين	17
معامل غاتمان	عدم تساوي عدد العبارات بين النصفين	0,725
	تساوي عدد العبارات بين النصفين	0,841
	عدم تساوي عدد العبارات بين النصفين	0,841
	تساوي عدد العبارات بين النصفين	0,810

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss .

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسّسات الاقتصادية.....

نلاحظ من خلال الجدول أن كل من معامل الارتباط سيبرمان براون ومعامل غاتمان كانت تساوي 0.841 و0.810 على التوالي وبما أن القيمتين أكبر من 0.6 هذا يدل على وجود ارتباط قوي، وعليه وجود ثبات في الاستبيان. بعد دراسة صدق وثبات الاستبيان، أظهرت النتائج أن الاستبيان لديه درجة كبيرة من الصدق والثبات، وبالتالي يمكن الاعتماد عليه في تطبيق الميداني لدراسة.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة الميدانية.

سوف نتطرق في هذا المبحث الى عرض البيانات المتحصل من طرف الاستمارة الموزعة على الموظفين كما نقوم بتحليلها.

المطلب الأول: تحليل نتائج الجزء الأول.

بغية تحليل نتائج الجزء الأول المتعلق بالبيانات الشخصية والوظيفية، تم الاعتماد على التكرار والنسب المئوية.

1.الجنس:

الجدول رقم 11: توزيع الأفراد حسب الجنس.

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	35	61.4%
	أنثى	22	38.6%
	المجموع	57	100%

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss.

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد الذكور أكبر من الاناث في هاته العينة، حيث بلغ عدد الاناث 22 بنسبة بلغت 38.6%، بينما كان عدد ذكور 35 بنسبة بلغت 61.4%.

2.العمر:

الجدول رقم 12: توزيع الأفراد حسب العمر.

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
العمر	أقل من 25 سنة	11	19.3%
	من 26 إلى 35 سنة	18	31.6%
	من 36 إلى 45 سنة	22	36.6%
	أكبر من 45 سنة	6	10.5%
	المجموع	57	100%

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج spss.

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة موزعين على أربع فئات عمرية، حيث أن الفئة الثالثة (من 36 إلى 45 سنة) هي أكبر فئة بعدد 22 بنسبة 36.6%، بينما تأتي الفئة الثانية (من 26 إلى 35 سنة) في مرتبة الثانية بعدد 18 بنسبة تبلغ 31.6%، وتأتي الفئة الأولى (أقل من 25 سنة) في المرتبة الثالثة بعدد 11 بنسبة بلغت 19.3%، وحيث كانت الفئة الرابعة (أكبر من 45 سنة) في المرتبة الأخيرة بعدد 6 عمال بنسبة بلغت 10.5%، حسب نتائج الجدول نلاحظ أن أغلبية العمال في هاته

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

العينة تتراوح بين الشباب و كهول كما نرى ان الشباب أقل من 20 يمثلون فئة معتبرة وهذا راجع لسياسات التوظيف ينما كانت نسبة العمال الأكبر من 45 سنة صغيرة راجع لتقاعد العمال.

### 3.المستوى التعليمي:

الجدول رقم 13: توزيع الأفراد حسب المستوى التعليمي.

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
المستوى التعليمي	ثانوي	9	15.8%
	ليسانس	21	36.8%
	ماستر	17	29.8%
	مهندس دولة	4	7.1%
	شهادات أخرى	6	10.5%
	المجموع	57	%100

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول ان مستوى التعليمي لأفراد العينة كان موزع على 5 مستويات وكان عدد المتحصلين على شهادات ليسانس أكبر أفراد العينة حيث بلغ عددهم 21 بنسبة تبلغ 36.8%، تلمها المتحصلين على شهادة ماستر بعدد 17 وكانت بنسبة تبلغ 29.8%، ثم يأتي أصحاب مستوى ثانوي بعدد 9 بنسبة تبلغ 15.8%، ثم أصحاب الشهادات الأخرى بعدد 6 وبنسبة تبلغ 10.5%، ليكون المتحصلين على شهادة مهندس دولة هي أقل عدد في العينة حيث كان عددها 4 وبنسبة بلغت 7.1%، يرجح سبب ارتفاع أصحاب شهادات ليسانس في هاته العينة راجع لطبيعة النشاط.

### 4. المنصب الوظيفي:

الجدول رقم 14: توزيع الأفراد حسب المستوى التعليمي.

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
المنصب الوظيفي	مدير	2	3.6%
	رئيس مصلحة	13	22.8%
	إطار	11	19.3%
	إداري	18	31.6%
	منصب آخر	13	22.8%
	المجموع	57	%100

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج spss .

من خلال الجدول نلاحظ أن أفراد العينة يتوزعون حسب المنصب الوظيفي إلى 5 مناصب، حيث كانت أغلب مناصب العينة عبارة عن إداريين حيث بلغ عددهم 18 بنسبة بلغت 31.6%، ثم يأتي كل من مناصب أخرى ورئيس مصلحة في المرتبة الثانية بعدد 13 عامل لكلا المنصبين وبنسبة بلغت 22.8%، يليهم منصب إطار بعدد 11 وبنسبة بلغت 19.3%، ليأتي منصب

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

المدير في مرتبة الأخيرة بعدد 2 وبنسبة بلغت 3.6%، ان انقسام المناصب الوظيفية في هاته العينة حسب هذا الترتيب، أمر منطقي وذلك حسب شهادات العينة وكذلك أعمارهم.

5. عدد سنوات الخبرة:

الجدول رقم 15: توزيع الأفراد حسب المستوى التعليمي.

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
عدد سنوات الخبرة	أقل من 6 سنوات	20	35.1%
	من 6 إلى 10 سنة	18	31.6%
	من 11 إلى 15 سنوات	14	24.5%
	أكثر من 15 سنة	5	8.8%
	المجموع	57	100%

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول ان عدد سنوات الخبرة لأفراد العينة كان موزع على 4 مستويات وكان عدد الفئة الأولى (أقل من 6 سنوات)، هم أكبر أفراد العينة حيث بلغ عددهم 20 بنسبة تبلغ 35.1%، تليها الفئة الثانية (من 6 إلى 10 سنة) بعدد 18 وكانت بنسبة 31.6%، ثم تليها الفئة الثالثة (من 11 إلى 15 سنوات) بعدد 14 وبنسبة تبلغ 24.5%، وتأتي في المرتبة الأخيرة الفئة الرابعة (أكثر من 15 سنة) بعدد 5 وبنسبة 8.8%.

6. الدورات التدريبية:

الجدول رقم 16: توزيع الأفراد حسب المستوى التعليمي.

المتغير	البيان	العدد	النسبة المئوية
الدورات التدريبية	الحصول على دورة تدريبية	49	86%
	عدم الحصول على دورة تدريبية	8	14%
	المجموع	57	100%

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة قد حصل على دورة تدريبية في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث بلغ عدد الحاصلين عليها 49 فرد من العينة بنسبة قدرت 86%، بينما قدر عدد غير المتحصلين عليها ب 8 وبنسبة وبلغت نسبة 14%، يرجع سبب ذلك الى طبيعة نشاط المؤسسة قيد الدراسة وضرورة الحصول العمال على دورات تدريبية في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

المطلب الثاني: عرض وتحليل آراء أفراد العينة.

يتم ذلك عن طريق عرض آراء العينة حول العبارات ومحاور باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ومعرفة اتجاه الإجابة عن العبارات والمحاور، حيث يتم عرض كل محور على حدى.

1. عرض وتحليل آراء أفراد العينة في المحور الأول "تطبيق التحول الرقمي في وظائف المؤسسة".

وسيتم ذلك من خلال الجدول الموالي:

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

الجدول رقم 17: آراء الأفراد في المحور الأول.

رقم العبارة	عبارات المحور الأول	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الاجابة
1	تتيح المؤسسة عمليات الدفع إلكترونيا في أي وقت.	4,456	0,708	موافق بشدة
2	تعتمد المؤسسة على إعلان عبر مواقع الكترونية.	4,473	0,538	موافق بشدة
3	تعتمد المؤسسة على المعلومات المخزنة في قواعد البيانات من أجل اتخاذ القرار.	4,333	0,607	موافق بشدة
4	تعتمد المؤسسة على تطبيق الكتروني خاص بها ليوفر جميع عروضها لزيائين.	4,350	0,550	موافق بشدة
5	تعتمد المؤسسة على تدريب عمالها الكترونيا (عن بعد).	3,321	1,207	محايد
6	تتيح المؤسسة تبادل البيانات الكترونيا بين مختلف الوحدات.	4,298	0,680	موافق
7	يتم الاتصال بالزيائين عن طريق البريد الإلكتروني.	3,789	1,097	موافق
8	يتم الاتصال بالزيائين عن طريق الهاتف.	4,192	0,666	موافق
9	تعتمد المؤسسة على شبكة الأنترنت في انجاز معاملتها.	4,245	0,662	موافق
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للمحور الأول	4,241	0,727	موافق

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss.

نلاحظ من خلال الجدول، أن عبارات المحور الأول متجه نحو الاتجاه موافق بشدة حيث كانت أربع عبارات متجهة نحو موافق بشدة ووجود أربع عبارات متجهة نحو موافق وعبارة وحيدة متجهة نحو محايد، وعليه كان متوسط الحسابي لعبارات بين (3.321-4.473) والمتوسط الحسابي لمحور الأول بلغ 4.241، بينما كان الانحراف المعياري في معظم العبارات في قيم منخفضة وهي أقل من 1 وهذا يدل على عدم وجود تشتت في آراء المحور الأول، وهذا ما أكده الانحراف المعياري لمحور الأول حيث بلغ قيمة 0.727 وعليه لا يوجد تشتت في آراء وهذا يدفعنا لاستنتاج أن المؤسسة قيد الدراسة تعطي أهمية التحول الرقمي في قيام بالوظائف وهذا ما عبرت عليه عبارات المحور الأول، وقد تم ترتيب العبارات حسب المتوسط الحسابي كالتالي:

- العبارة رقم 02 والتي كانت في اتجاه موافق بشدة تحمل أكبر قيمة لمتوسط الحسابي حيث بلغ قيمة 4.473 مع أصغر قيمة لانحراف المعياري حيث بلغت 0.538 مما يدل على عدم تشتت آراء العينة في هاته العبارة وهذا يؤكد على اعتماد المؤسسة في قيام بعمليات الإعلان على المواقع الإلكترونية، وقد تم ترتيب العبارات حسب متوسط الحسابي كما يلي:

- العبارة رقم 01 والتي كانت في اتجاه موافق بشدة بمتوسط حسابي قدر ب 0.456 وانحراف معياري 0.708 وهذا يدل على عدم تشتت في آراء وهذا يؤكد على أن المؤسسة تتيح عمليات الدفع الإلكتروني.

- العبارة رقم 04 والتي كانت في اتجاه موافق بشدة بمتوسط حسابي قدر ب 4.350 وانحراف معياري 0.550 وهي قيمة صغيرة تدل على عدم تشتت آراء ومن خلال نتائج العبارة 04 نستنتج أن المؤسسة تقوم باعتماد على تطبيق الكتروني خاص بها من أجل توفير عروضها لزيائين.



## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

- العبارة رقم 03 والتي كانت في اتجاه موافق بشدة بمتوسط حسابي قدر ب 4.333 وانحراف معياري 0.607 تدل نتائج هاته العبارة على أن المؤسسة من أجل اتخاذ القرارات تقوم باعتماد على المعلومات المخزنة في قاعدة بيانات الخاصة بها.

- العبارة رقم 06 والتي كانت في اتجاه موافق بمتوسط حسابي قدر ب 4.298 وانحراف معياري مقدر ب 0.680 من خلال نتائج هاته العبارة نستنتج أن المؤسسة توفر عمليات تبادل المعلومات عبر مختلف الوحدات بطريقة الكترونية.

- العبارة رقم 09 والتي كانت في اتجاه موافق بمتوسط حسابي قدر ب 4.245 وانحراف المعياري قدر 0.662 مما يدل على عدم تشتت آراء من خلال نتائج هاته العبارة نستنتج أن المؤسسة تقوم باستغلال شبكة الأنترنت في قيام بمعاملاتها.

- العبارة رقم 08 والتي كانت في اتجاه موافق بمتوسط حسابي قدر ب 4.192 وانحراف معياري قدر ب 0.666 من خلال آراء العينة حول هاته العبارة يتبين لنا أن المؤسسة تتصل بالزبائن عن طريق الهاتف.

العبارة رقم 07 والتي كانت في الاتجاه موافق بمتوسط حسابي قدر ب 3.789 وانحراف معياري قدر ب 1.097 الذي يعتبر مرتفع نوعا ما مما يدل على وجود بعض التشتت في آراء حول هاته العبارة ومن خلال هذا يتبين لنا أن المؤسسة موفرة لخدمة الاتصال بالزبائن عن طريق البريد الالكتروني لكن بصفة قليلة وهذا راجع لما تبين في العبارة رقم 08 حيث أن المؤسسة تفضل الاتصال بزبائن عن طريق الهاتف عوضا عن البريد الالكتروني.

- العبارة رقم 03 التي كانت في الاتجاه المحايد بمتوسط حسابي قدر ب 3.321 وكان الانحراف معياري قدر ب 1.207 وهو ما يعبر على بعض تشتت آراء أفراد العينة ان نتائج هاته العبارة تبين أن المؤسسة لا تولي اهتمام كبير بعملية تدريب عمالها عن بعد.

### 2. عرض وتحليل آراء أفراد العينة في المحور الثاني " فاعلية الاقتصاد الرقمي في المؤسسة":

وسيتم ذلك من خلال استعراض الجدول الموالي:

الجدول رقم 18: آراء الأفراد في المحور الثاني.

رقم العبارة	عبارات المحور الثاني	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
1	تولي المؤسسة اهتماما كبيرا لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	4,456	0,569	موافق بشدة
2	تعتمد المؤسسة على شبكة الأنترنت في التواصل بين فروعها.	4,280	0,647	موافق بشدة
3	تحرص المؤسسة على استعمال برمجيات حديثة من أجل القيام بأعمالها.	4,438	0,535	موافق بشدة
4	الموقع الإلكتروني للمؤسسة يتميز بالفعالية التي تتيح من خلاله معرفة تفاصيل عنها وتتفاعل مع عملائها من خلاله.	4,245	0,714	موافق بشدة
5	قاعدة البيانات الإلكترونية للمؤسسة تسمح لها بمعرفة تفاصيل عن موظفيها وعمالها.	4,140	0,833	موافق
6	التطبيق الإلكتروني الخاص بالمؤسسة يتيح التعامل مع زبائن بشكل مباشر.	4,017	0,876	موافق
7	تولي المؤسسة اهتماما ببرامج الكترونية تسمح لها بالرقابة والتقييم العمال أثناء أداء مهامهم.	3,842	0,940	موافق
8	تتبنى المؤسسة عمليات الدفع الإلكتروني بصورة فعالة.	4,140	0,548	موافق

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

9	تولي المؤسسة اهتماما كبير لقوى العاملة التي تجيد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	4,00	0,981	موافق
10	تستخدم المؤسسة مصممين للبرمجيات من أجل تطوير.	4,00	1,017	موافق
11	تقدم المؤسسة خدمات إلكترونية فعالة لعملائها.	4,298	0,865	موافق بشدة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للمحور الثاني.	4,169	0,460	موافق

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول أن المتوسط الحسابي لعبارات المحور الثاني كانت بين (3.842-4.56) وكان الانحراف المعياري في قيم صغيرة وعليه لم يكن هنالك تشتت في آراء وذلك بالنسبة لمعظم العبارات وكان اتجاه عبارات المحور الثاني بين موافق وموافق بشدة، حيث بلغت عدد العبارات في اتجاه موافق 6 عبارات بينما عدد العبارات في اتجاه موافق بشدة بلغت 5 عبارات، وعليه كان المحور الثاني متجه نحو موافق حيث بلغ المتوسط الحسابي لمحور الثاني 4.169 وكان انحراف المعياري لمحور 0.460، ومنه يتبين لنا أن المؤسسة تدرك فاعلية للاقتصاد الرقمي فيها وهذا يتبين لنا من خلال العبارات والتي رتب حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

- العبارة رقم 01 والتي كانت في اتجاه موافق بشدة وكانت تحمل أكبر متوسط حسابي حيث قدر ب 4.456 بينما كان الانحراف المعياري يقدر ب 0.569 وهو يدل على عدم تشتت آراء العينة وتدل نتائج هاته العبارة على أن المؤسسة تركز على توفير تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحرص على استخدامها.

- العبارة رقم 03 والتي كانت في اتجاه موافق بشدة بمتوسط حسابي قدر ب 4.438 وبلغ انحرافه المعياري 0.535 والذي يدل على عدم تشتت آراء العينة من خلال نتائج هاته العبارة يتبين لنا أن المؤسسة تحرص على استغلال برمجيات الحديثة.

- العبارة رقم 11 والتي كانت في اتجاه موافق بشدة بمتوسط حسابي قدر ب 4.298 وبلغ انحرافه المعياري 0.865 والذي يدل على عدم تشتت آراء العينة وتدل نتائج هاته العبارة على أن الخدمات الالكترونية التي توفرها المؤسسة فعالة.

- العبارة رقم 04 والتي كانت في اتجاه موافق بشدة بمتوسط حسابي 4.245 وانحراف معياري 0.714 من خلال نتائج هاته العبارة يتبين لنا أن لموقع الالكتروني لمؤسسة أهمية كبيرة يسمح لها بتفاعل مع زبائنها.

- كانت العبارتين 05 و08 تحمل نفس المتوسط الحسابي حيث قدر ب 4.140 وعليه كانت في اتجاه موافق وقد بلغ انحراف معياري لعبارتين 0.833 و0.548 على التوالي وهو ما يدل على عدم وجود تشتت في آراء العينة وتدل نتائج هاتين العبارتين تدل على أن المؤسسة تستغل قاعدة البيانات الالكترونية بفاعلية كما هو الوضع بنسبة لتني الدفع الالكتروني.

- العبارة رقم 06 والتي كانت في الاتجاه موافق بمتوسط حسابي قدر ب 4.017 وانحراف المعياري قدر ب 0.876 والذي يدل على عدم وجود تشتت في آراء العينة ومن خلال نتائج هاته العبارة يتبين لنا أن التطبيق الالكتروني الخاص بالمؤسسة يتيح لها التواصل مع زبائنها.

- كانت العبارتين 09 و10 تحملان نفس المتوسط الحسابي حيث بلغ 4.00 وعليه كانت اتجاه العبارتين موافق وكانت تحملان انحراف معياري 0.981 و1.017 يعتبر هذا الانحراف مرتفع نوعا ما ويدل على وجود بعض التشتت في آراء ومن خلال

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

نتائج العبارتين يتبين لنا أن المؤسسة تولي اهتمام لقوى العاملة التي تجيد استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال كما تستعين المؤسسة بمصممين ومبرمجين من أجل التطور.

- العبارة رقم 07 والتي كانت في اتجاه موافق بمتوسط حسابي 3.842 وانحراف معياري 0.940 من خلال نتائج هاته العبارة يتبين لنا أن المؤسسة تستعين ببرامج الكترونية تسمح لها بمراقبة وقيام بعمليات التقييم.

3. عرض وتحليل آراء أفراد العينة في المحور الثالث "قدرة التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية".

.ويتم ذلك من خلال الجدول الموالي :

الجدول رقم 19: آراء الأفراد في المحور الثالث.

رقم العبارة	عبارات المحور الثالث	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الإجابة
1	تساهم قاعدة البيانات التي تمتلكها المؤسسة من اتخاذ القرارات بشكل فوري وفعال في ظل حدوث أي أزمة مفاجئة.	4,035	0,755	موافق
2	تمتلك المؤسسة نظام رقمي متكامل ومرن قادر على مواجهة مختلف التغيرات الحاصلة.	4,035	0,844	موافق
3	ساهمت قاعدة البيانات التي تمتلكها المؤسسة في تطبيق الإجراءات الوقائية التي فرضتها جائحة كورونا. (تواصل بين العمال عن بعد والقيام بالأعمال الإدارية).	4,175	0,734	موافق
4	ساهمت عمليات التواصل مع العمال والعملاء إلكترونياً من الحد من أثار جائحة كورونا.	4,035	0,706	موافق
5	ساهم التطبيق الإلكتروني الخاص بالمؤسسة في زيادة قدرة المؤسسة على التواصل مع زبائنها وحد من أثار جائحة كورونا.	4,017	0,855	موافق
6	ساهم التحول الرقمي بابتكار طرق تواصل جديدة بين مختلف المتعاملين مع المؤسسة لحد جائحة كورونا.	3,929	0,775	موافق
7	لم تؤثر جائحة كورونا بشكل كبير على المؤسسة في ظل وجود الموقع الإلكتروني وخدمات الدفع الإلكتروني.	4,035	0,778	موافق
8	ساهمت عروض الدفع الإلكتروني في المؤسسة في الحد من أزمة السيولة.	4,00	0,906	موافق
9	ساعد التحول الرقمي في تطوير أداء المؤسسة وكفاءتها مما يزيد من قدرتها على تكيف مع مختلف التغيرات.	3,929	0,775	موافق
10	يساعد التحول الرقمي على وضع خطط استراتيجية تسمح للمؤسسة بمواجهة المستجدات العالمية.	3,982	0,876	موافق
11	تعتمد المؤسسة على الإدارة الإلكترونية من أجل الرفع من فاعليتها ومواجهة المستجدات بسرعة.	3,982	0,876	موافق
12	ساهم التحول الرقمي في رفع قدرة المؤسسة على كسب ولاء عملائها.	4,157	0,750	موافق
13	ساهم التحول الرقمي في المؤسسة الى بناء المعرفة وتعلم المستمر لدى موظفيها.	4,035	0,653	موافق
14	ساهم التحول الرقمي في الانفتاح على العالم الخارجي.	4,00	0,845	موافق
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعام للمحور الثالث.	4,025	0,772	موافق

المصدر: من اعداد الطالبين اعتماداً على نتائج spss.

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

نلاحظ من خلال الجدول أن كل العبارات متجهة نحو موافق، حيث كان المتوسط الحسابي لعبارات يتراوح بين (3.90-4.175)، وكان الانحراف المعياري يسجل قيم صغيرة حيث كانت قيمة الانحراف المعياري يتراوح بين (0.653-0.906)، مما يدل على عدم وجود تشتت في آراء العينة، وكان متوسط الحسابي لمحور الثالث 4.025 متجهة نحو موافق وبالنسبة لانحراف المعياري لمحور الثالث كان 0.772، من هذا نستنتج، المؤسسة مهتمة بتحول الرقمي لمواجهة مختلف المستجدات التي قد تواجهها وهذا ما عبرت عليه عبارات المحور الثالث، وقد تم ترتيب العبارات حسب المتوسط الحسابي كالتالي:

- العبارة رقم 3 كانت تحمل أكبر قيمة لمتوسط حسابي قدر ب 4.175 وانحراف معياري 0.734، ان هذا يؤكد استغلال قاعدة البيانات لمواجهة جائحة كورونا.

- العبارة رقم 12 بمتوسط حسابي قدر ب 4.157 وانحراف معياري 0.750، وهذا ما يؤكد على اكتساب ولاء عمال عن طريق التحول الرقمي المطبق في المؤسسة.

- كانت تحمل 5 عبارات المتمثلة في عبارة (13.7،4.2،1) اللذين يحملون متوسط حسابي قدر ب 4.035، وكان الانحراف المعياري (0.755، 0.844، 0.706، 0.778، 0.635) على التوالي، مما يعبر على توافق لدى الموظفين حول استغلال قاعدة بيانات المؤسسة لاتخاذ القرارات وهذا ما احتوته العبارة رقم 1، وكذلك توافق حول النظام الرقمي المرن التي تحمله المؤسسة وقدرته على مواجهة التغيرات المحتملة وهذا ما احتوته العبارة رقم 2، وكذلك توافق في قدرة التحول الرقمي في بناء المعرفة لدى الموظفين وهذا ما احتوته العبارة رقم 13، أما العبارتين 4 و 7 كانت تحمل توافق في آراء حول مساهمة عمليات الدفع الالكتروني وعمليات التواصل مع العميل الالكتروني في مواجهة جائحة كورونا وتقليل من أثار أزمتهما على المؤسسة.

- العبارة رقم 5 بمتوسط حسابي قدر ب 4.017 وانحراف معياري قدر ب 0.855 ان اتجاه هاته العبارة الى موافق يؤكد على استفادة العملاء من تطبيق الخاص بالمؤسسة في جائحة كورونا.

- وتشمل عبارتين والمتمثلة في العبارة 8 والعبارة 14 بمتوسط حسابي 4.00 وانحراف معياري قدره 0.906 و 0.845 على التوالي، حيث بينت مدى مساهمة الدفع الالكتروني في حد من مشكل نقص السيولة وهذا ما تضمنته العبارة رقم 8، وبين دور الاقتصاد الرقمي في انفتاح على العالم الخارجي وهذا ما تضمنته العبارة رقم 14.

- وتشمل عبارتين العبارة رقم 10 والعبارة رقم 11 بمتوسط حسابي 3.982 وانحراف معياري قدر ب 0.876، وهو ما أبدى رضى العمال حول وضع الخطط الاستراتيجية وفق التحول الرقمي وهذا مضمون العبارة 10، وموافقهم حول مدى مساهمة الإدارة الرقمية لاستجابة لمتغيرات الحاصلة بسرعة وفاعلية وهذا مضمون العبارة رقم 11.

- وكانت تشمل عبارتين العبارة 6 والعبارة 9 بمتوسط حسابي 3,929 وانحراف معياري نفسه قدر ب 0.775، حيث أكدت العبارتين أن التحول الرقمي قد ابتكر طرق جديدة لحد من الجائحة وهذا ما شملته العبارة 6، وتم التأكد من مساهمة هذا التحول من رفع أداء المؤسسة وهذا ما تضمنته العبارة 9.

### المبحث الثالث: نتائج اختبار الفرضيات

ان الهدف من هاته الدراسة هي معرفة قدرة التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية، وكذلك معرفة مدى تطبيقه في وظائف المؤسسة، ومدى فاعليته، ولغرض هذا قمنا بإجراء باستخدام مجموعة من الاختبارات المعلمية والتي تشترط التوزيع الطبيعي، وعليه سنقوم من التأكد من أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي وذلك عن طريق اختبار غلمنغروف سيمينوف واختبار شابيرويلك للمطابقة.

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

ولقيام بإجراء هذا الاختبار نقوم بصياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الصفرية H0: البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

الفرضية البديلة H1: البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

الجدول رقم 20: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي.

شايبرويك	غلمنغروف سيمينوف	
0.000	0.000	المحور الأول
0.027	0.025	المحور الثاني
0.040	0.018	المحور الثالث

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج spss .

من خلال الجدول نلاحظ أن القيم الاحتمالية sig في كل المحاور أقل من مستوى المعنوية المفروض (0.05)، وذلك في كلا الاختبارين حيث كانت في اختبار غلمنغروف سيمينوف تتراوح بين 0.00 و 0.025، بينما كانت في اختبار شايبرويك تتراوح بين 0.00 و 0.040، وعليه فإننا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، أي ان البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي. ولكن بما أن أفراد العينة أكبر من 30، وحسب نظرية النهايات المركزية فإن بيانات الدراسة تؤول إلى التوزيع الطبيعي. المطلوب الأول: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى.

لاختبار الفرضية الأولى المتمثلة في "تهتم المؤسسات بتطبيق الاقتصاد الرقمي في وظائفها"، نقوم باستخدام اختبار ستودنت لعينة الواحدة، وعليه قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الصفرية H0: لا تهتم المؤسسات بتطبيق الاقتصاد الرقمي في وظائفها.

الفرضية البديلة H1: تهتم المؤسسات بتطبيق الاقتصاد الرقمي في وظائفها.

الجدول رقم 21: نتائج اختبار ستودنت لعينة واحدة المحور الأول.

المحور الأول	قيمة t المحسوبة	قيمة t المجدولة	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية sig
تهتم المؤسسات بتطبيق الاقتصاد الرقمي في وظائفها.	12.887	1.671	56	0.00

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول أن القيمة الاحتمالية sig متمثلة في قيمة 0.00 وهي أقل من مستوى المعنوية المفروض (0.05)، كما نلاحظ عند مقارنة قيمة t المحسوبة مع القيمة المجدولة، أن قيمة t المحسوبة أكبر من المجدولة  $12.887 > 1.671$ ، وعليه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 والتي تنص على "تهتم المؤسسات بتطبيق الاقتصاد الرقمي وظائفها".

المطلب الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية.

تتمثل الفرضية الثانية في "يساهم الاقتصاد الرقمي في زيادة فعالية أداء وظائف المؤسسة"، تهدف هذه الفرضية الى معرفة فاعلية الاقتصاد الرقمي في قيام بالوظائف ومن أجل دراسة هذه الفرضية نقوم باختبار ستودنت لعينة الواحدة وذلك لبيانات المحور الثاني وعليه قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

◀ الفرضية الصفرية H0: لا يساهم الاقتصاد الرقمي في زيادة فعالية أداء وظائف المؤسسة.

◀ الفرضية البديلة H1: يساهم الاقتصاد الرقمي في زيادة فعالية أداء وظائف المؤسسة"

الجدول رقم 22: نتائج اختبار ستودنت لعينة واحدة المحور الثاني.

المحور الثاني	قيمة t المحسوبة	قيمة t المجدولة	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية sig
يساهم الاقتصاد الرقمي في زيادة فعالية أداء وظائف المؤسسة	19,166	1.671	56	0.00

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول أن القيمة الاحتمالية sig أقل من مستوى المعنوية المفروض حيث كانت قيمة sig 0.00 كما

نلاحظ قيمة t المحسوبة تساوي 19.166 بينما كانت القيمة المجدولة 1.671، حيث أن قيمة t المحسوبة أكبر من المجدولة

(1.671 > 19,166)، وباعتماد على الناتجتين السابقتين فإننا نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة

H1 المتمثلة في تهتم المؤسسات بتطبيق الاقتصاد الرقمي وظائفها.

المطلب الثالث: اختبار الفرضية الثالث.

لاختبار الفرضية الثالثة والمتمثلة في " هناك علاقة ارتباط بين تطبيق التحول الرقمي والاستفادة من فعاليته في

وظائف المؤسسة"، قمنا بالاعتماد على اختبار الارتباط الخطي عن طريق معامل سيبرمان وذلك من أجل معرفة مدى ارتباط

بين المحور الأول والثاني وكان الهدف من هاته الفرضية معرفة فاعلية وظائف المؤسسة عند تطبيق التحول الرقمي فيما

وعليه قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

✓ الفرضية الصفرية H0: ليس هناك علاقة ارتباط بين تطبيق التحول الرقمي والاستفادة من فعاليته

في وظائف المؤسسة.

✓ الفرضية البديلة H1: هناك علاقة ارتباط بين تطبيق التحول الرقمي والاستفادة من فعاليته في

وظائف المؤسسة.

الجدول رقم 23: نتائج اختبار علاقة الارتباط.

معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية sig	حجم العينة
0,613	0,00	57

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول أن القيمة الاحتمالية sig، متمثلة في 0.00 وهي أقل من مستوى المعنوية المفروض (0.05)

وعليه فإننا نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 التي تنص على أن هناك علاقة ارتباط بين تطبيق

التحول الرقمي والاستفادة من فعاليته في وظائف المؤسسة.

وبما أن معامل الارتباط سيبرمان موجب حيث بلغه قيمته 0.614، فإن هنالك علاقة طردية قوية.

المطلب الرابع: اختبار الفرضية الرابعة.

تهدف الفرضية الرابعة المتمثلة في " يساهم التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية" في

معرفة الدور الذي يقوم به التحول الرقمي في اكساب المؤسسة القدرة على مواجهة مختلف المستجدات العالمية ومن

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

أجل دراسة هاته الفرضية نقوم باختبار ستيودنت لعينة الواحدة كونه مناسب لهاته الفرضية وسيكون هذا الاختبار لبيانات المحور الثالث وعليه نقوم بصياغة الفرضيات التالية:

- ✓ الفرضية الصفرية H0: لا يساهم التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية.
- ✓ الفرضية البديلة H1: يساهم التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية.

الجدول رقم 24: نتائج اختبار ستودنت للفرضية الرابعة.

المحور الثاني	قيمة t المحسوبة	قيمة t المجدولة	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية sig
يساهم الاقتصاد الرقمي في زيادة فعالية أداء وظائف المؤسسة.	14,664	1.671	56	0,000

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول أن القيمة الاحتمالية sig متمثلة في قيمة 0.00 وهي أقل من مستوى المعنوية المفروض (0.05) كما نلاحظ أن قيمة t المحسوبة أكبر من قيمة t المجدولة (1.671 > 14,664)، وعليه نرفض الفرضية الصفرية H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 التي تنص هناك علاقة ارتباط بين تطبيق التحول الرقمي والاستفادة من فعاليته في وظائف المؤسسة.

من خلال هذا الاختبار تم تأكيد صحة الفرضية الرابعة وتأكيد مساهمة التحول الرقمي في اكساب المؤسسة قدرة على تعامل مع مختلف المستجدات العالمية التي قد تواجهها.

المطلب الخامس: اختبار الفرضية الخامسة.

تنص هذه الفرضية على "هناك فرق في آراء بين أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية" من خلال خصائصهم الديمغرافية" لدراسة صحة هاته الفرضية قمنا باختبار التحليل الأحادي الذي يحدد إذ كانت هنالك فروق والذي بدوره يعتمد على اختبار فيشر، في حال وجود فروق فإننا نعمل على تحديد اتجاه تلك الفروق، وأي العينات الجزئية التي يوجد بها هذا الفرق وذلك عن طريق اختبار شفبه وتوكي وحيد البعد.

ان اختبار التحليل الأحادي يشترط تجانس بيانات الاستبيان، وعليه سنقوم باختبار ليفين لمعرفة ان كانت البيانات متجانسة وعليه نقوم بدراسة التجانس:

### • دراسة تجانس:

باعتماد على اختبار ليفين سنقوم بدراسة تجانس البيانات وعليه نقوم بصياغة الفرضيات التالية:

- الفرضية الصفرية H0: التباين متجانس بالنسبة لبيانات الدراسة وفقا للمتغيرات الديمغرافية.
- الفرضية البديلة H1: التباين غير متجانس بالنسبة لبيانات الدراسة وفقا للمتغيرات الديمغرافية.

الجدول رقم 25: نتائج اختبار التجانس.

العامل	العمر	المستوى التعليمي	المنصب الوظيفي	عدد سنوات الخبرة	الدورات التدريبية
--------	-------	------------------	----------------	------------------	-------------------

## الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لأثر التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية لعينة من المؤسسات الاقتصادية.....

إحصائية ليفن	2,458	1,211	2,037	1,088	5,464
القيمة الاحتمالية sig	0,014	0,009	0,041	0,400	0,00

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول أن القيمة الاحتمالية sig أصغر من مستوى المعنوية المفروض (0.05)، وعليه نقبل الفرضية الصفرية والتي تنص على أن التباين ليس متجانس، وذلك بالنسبة لبيانات الدراسة لتغيرات الديمغرافية المعنية باختبار، ما عدا عدد سنوات الخبرة التي كانت مستوى الدلالة فيها بلغ 0.40 وهو أكبر من مستوى المعنوية المفروض (0.05) وعليه فإن التباين متجانس مع عدد سنوات الخبرة،

### • دراسة الفروقات:

بما ان البيان متجانس مع سنوات الخبرة، سنقوم باختبار التحليل أحادي لمعرفة اذ يوجد فروقات حسب سنوات الخبرة وعليه نضع الفرضيات التالية:

◀ الفرضية الصفرية H0: ليس هناك فرق في الآراء بين أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة

التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية.

◀ الفرضية البديلة H1: هناك فرق في الآراء بين أفراد عينة الدراسة حول مدى مساهمة

التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية.

اختبار وجود فروقات حسب متغير سنوات الخبرة.

الجدول رقم 26: نتائج اختبار وجود فروقات حسب متغير سنوات الخبرة.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	القيمة الاحتمالية sig
قدرة التحول الرقمي في مواجهة المستجدات العالمية.	بين المجموعات	0,330260	3	0,110	0,382	0,766
	داخل المجموعات	15,266	53	0,288		
	المجموع	15,596	56			

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على نتائج spss .

نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى الدلالة sig يساوي 0.176 وهو أكبر من مستوى المعنوية المفروض (0.05)، وعليه نقبل الفرضية الصفرية ونرفض الفرضية البديلة، أي انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابة مفردات الدراسة تجاه المحور الثالث " قدرة التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية".



**خلاصة الفصل الثالث:**

من خلال هذا الفصل تم إسقاط الجانب النظري على الدراسة الميدانية بالمؤسسات قيد الدراسة تبين لنا أن هاته المؤسسات عملت على مواجهة مختلف المستجدات العالمية من خلال القيام بتحول الرقمي، وهذا نابع من وعي هذه المؤسسات بمدى أهمية تطبيق التحول الرقمي وما يقدمه من فاعلية في أداء الوظائف حيث تطبق هذه المؤسسات التحول الرقمي في عديد من الأنشطة على غرار التسويق الإلكتروني للمنتجات والخدمات وتقديم الخدمات الإلكترونية للزبائن مثل الدفع والشراء عبر الأنترنت بصورة فعالة وهذا ما مكنها من مواجهة العديد من الأزمات والمستجدات العالمية، وخصوصا أن الدراسة تزامنت مع بعض المستجدات الراهنة التي تعيشها البلاد مثل فيروس كورونا وأزمة السيولة، وقد كانت لتطبيق التحول الرقمي فاعلية منحت لهاته المؤسسات مرونة في مواجهة التغيرات ولا يمكن تحقيق هذا إلا بالعمل بتطبيق التحول الرقمي بصورة فعالة الذي يتيح لهاته المؤسسات التعامل بصورة الكترونية لإنجاز بعض الأعمال، وهذا ما يسمح بخلق ميزة لهاته المؤسسات.

وهذا ما تبين من خلال دراستنا الميدانية، حيث وجدنا أن المؤسسات محل الدراسة تدرك جيدا أهمية التحول الرقمي، من أجل رفع من فاعلية أداء أعمالها ومنحها قدرة على مواجهة مختلف المستجدات العالمية.

الخطانمة

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوقت الراهن من بين أهم وأبرز الأسباب التي أدت إلى التغيير الجذري في طرق وأليات العمل داخل المؤسسات الاقتصادية بمختلف أحجامها وأشكالها، فوجود نظم معلومات بالمؤسسة أصبح ضرورة حتمية لا بد منها. ومع الانتشار السريع في وسائط تكنولوجيا المعلومات واستخدام الوسائط الإلكترونية وما أحدثه من تغير بشكل مباشر في طرق ووسائل تنفيذ الأنشطة الاقتصادية، أدى ذلك إلى ظهور نوع جديد في الاقتصاد وهو ما يطلق عليه بالاقتصاد الرقمي.

وفي الوقت الراهن ومع ظهور العديد من المستجدات العالمية وبالخصوص انتشار فيروس كورونا (كوفيد-19) وما خلفه من آثار سلبية على الصعيد العالمي، أصبحت العديد من المؤسسات والدول تبذل مجهودا كبيرا للحد من الأزمة الذي خلفها هذا الوباء، حيث اتجهت بعض المؤسسات نحو الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستثمار فيها (الاقتصاد الرقمي، التحول الرقمي) وذلك من أجل القدرة على التسيير الجيد والفعال للمؤسسة في ظل القواعد والقوانين التي فرضتها الدول للحد من انتشار الفيروس المستجد، لكن هذا الاهتمام بالتحول الرقمي لم يكن مع ظهور هذا الوباء بل كان منذ عقد من الزمن والدليل على ذلك مختلف التجارب الدولية في هذا المجال.

وعليه فإن دراستنا كانت تحت عنوان "" واقع انتقال المؤسسات الاقتصادية الى اقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية "" والتي تمحورت إشكالياتها في التساؤل الجوهرية التالي: ما هو واقع انتقال المؤسسات الاقتصادية إلى اقتصاد رقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية، ومن خلال دراستنا النظرية والتطبيقية لواقع انتقال المؤسسات الاقتصادية إلى الاقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية، توصلنا للنتائج التالية:

#### أولا: نتائج الجانب النظري:

- ✓ إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد مرت في تطورها على العديد من المحطات التاريخية، ولعل أبرز هذه المحطات اكتشاف الحاسوب وتطوير معادته الأساسية وبرمجياته، وصولا إلى اكتشاف الأنترنت.
- ✓ من أبرز الأسباب التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة تتمثل في تعقد وتقلب بيئات الأعمال، المنافسة القوية بين المؤسسات.
- ✓ الاقتصاد الرقمي هو التطور الحاصل لاقتصاد التقليدي وذلك باستخدام المعرفة والاستغلال الجيد لتكنولوجيا المعلومات وذلك بغية تحقيق التنمية والاستقرار الاقتصادي.
- ✓ لكي يتم التغلب على الفجوة الرقمية يجب أن تكون البنية التحتية للدولة قوية.
- ✓ يعتبر ارتفاع كلفة توطين تكنولوجيا المعلومات من بين أبرز الأسباب الاقتصادية التي تساهم في زيادة الفجوة الرقمية بين الدول.
- ✓ التحول الرقمي في المؤسسة هو الثورة الرقمية التي تسعى من خلالها الى تطوير العاملين وتبني تقنيات الرقمية وذلك من خلال استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- ✓ أبرز اشكال التحول الرقمي في المؤسسة تتمثل في: الإدارة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، التسويق الإلكتروني.
- ✓ كان للتحول الرقمي للمؤسسة دور جد فعال في ظل المستجدات العالمية ومع انتشار فيروس كورونا، حيث اعتمدت بعض المؤسسات على التجارة والتسويق الإلكترونيين من التخفيف من حدة الأزمة ولاقت هذه التجربة نجاحا كبيرا، وخير مثال شركة أمازون وعلي بابا.

✓ هناك العديد من التجارب الدولية بخصوص التحول الرقمي، لكن ما تجتمع فيه هذه التجارب أن التحول نحو رقمته قطاعات الدولة والاقتصاد لا يأتي من عدم بل يجب بذل العديد من الجهود ووضع خطط وبرامج واستراتيجيات مدروسة وذلك لضمان أفضل النتائج.

#### ثانيا: نتائج الجانب التطبيقي:

من خلال دراستنا التطبيقية على عينة من المؤسسات بولاية قالمة، توصلنا للنتائج التالية:

✓ تمتلك المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة لأفراد ذو كفاءة وخبرة تمكنها من إنجاز مهامها وأنشطتها بشكل فعال وبكفاءة عالية.

✓ تعتمد المؤسسات محل الدراسة على التكنولوجيات والوسائل الحديثة من أجل إنجاز أنشطتها ووظائفها الروتينية داخل المؤسسة، ولتقديم أفضل الخدمات لزيائنها والمستهلكين لمنتجاتها.

✓ يعتبر التحول الرقمي في المؤسسات الاقتصادية التي قمنا بالدراسة عليها جيد لحد ما لكن لا يواكب أبسط المؤسسات الاقتصادية العالمية الرائدة في مجال الاتصالات.

✓ لم تسلم المؤسسات الاقتصادية محل الدراسة من الأثار التي خلفها فيروس كورونا (كوفيد-19)، وذلك ما دفعها للاعتماد الكلي أساليب وطرق ترويج جديدة لمنتجاتها ولعل أبرزها الاعتماد على الأنترنت والمواقع الإلكترونية.

✓ الانتقال للاقتصاد الرقمي من بين أهم الأهداف التي تسعى معظم المؤسسات للوصول إليها، وتوظيف أساليب وتقنيات حديثة من أجل إنجاز أعمالها، حيث هذا التحول أو الانتقال للاقتصاد الرقمي له أثر إيجابي على الأداء الكلي للمؤسسة ويمكنها من مواجهة مختلف المستجدات العالمية.

#### ثالثا: المقترحات:

من خلال دراستنا والنتائج المتواصل إليها، يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

✓ في ظل العولمة التقنية والتكنولوجية التي يشهدها العالم، لا بد من أن تعمل جميع المؤسسات الناشطة في الجزائر على تبني مفهوم التحول الرقمي وتطبيقه في جميع أنشطتها ووظائفها حتى تتمكن من زيادة كفاءتها ومواكبة المؤسسات العالمية.

✓ رغم محدودية الأنشطة التي تعتمد على البرمجيات والتكنولوجيات المتطورة في المؤسسة، لكن ننصح المؤسسات الاقتصادية التي أجرينا عليها الدراسة بضرورة تعميم ذلك على جميع أنشطة المؤسسة.

✓ ضرورة تطوير الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المؤسسات محل الدراسة حتى تسهل على الزبائن الاستفادة من خدمات المؤسسة بشكل أسهل وأسرع، وتشجع المؤسسات الأخرى على تقليدها.

✓ ضرورة وضع خطط واستراتيجيات وطنية مدروسة بعناية والتي تهدف إلى دعوة وتشجيع المؤسسات الاقتصادية الوطنية نحو التحول الرقمي.

# قائمة المراجع

## أولاً: المراجع باللغة العربية:

## I. الكتب

1. أحمد فتحي محمد الحيث، أثر تطبيق وظائف الإدارة الإلكترونية في تعزيز فاعلية البنوك وكفاءتها، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2017.
2. أسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، عمان، 2019.
3. إسماعيل محمد السيد، نظم المعلومات لاتخاذ القرارات الإدارية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2014.
4. ايمان صالح عبد الفاتح، التخطيط الاستراتيجي في المنظمات الرقمية، إيبيس. كوم للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2007.
5. بشير علاق، التسويق الإلكتروني، دار اليازوري العلمية لنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2014.
6. جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية، عمان، الأردن، 2010.
7. حسين محمد الحسن، الإدارة الإلكترونية المفاهيم، الخصائص، المتطلبات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
8. خالد أحمد علي محمود، اقتصاديات المعرفة وإدارة الازمات المالية في إطار المؤسسات الاقتصادية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2019.
9. خالد ممدوح ابراهيم، الادارة الإلكترونية، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2010.
10. خيرى مصطفى كتنانه، التجارة الالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.
11. راكز الزعراير، غسان الطالب، الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني لمنظمات الأعمال المعاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2018.
12. رامي عبود، المحتوى الرقمي العربي على الانترنت، دار العربي بنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2013.
13. رائد محمد عبد ربه، التسويق الإلكتروني، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2013.
14. ربجي عليان وعدنان محمد الطوياس، الاتصال والعلاقات العامة، دارا الصفاء، الأردن، الطبعة الأولى، 2005.
15. سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الإلكتروني، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الأردن، 2012.
16. سمر توفيق صبرة، التسويق الإلكتروني، دار الإعصار العلمي لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
17. سيد عبد النبي محمد، إعادة ابتكار المؤسسات للوصول للتميز، وكالة الصحافة العربية ناشرون، جيزة، مصر، 2019.
18. صالح عبد الحميد، العملات الرقمية، طبعة لنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، الطبعة الأولى، 2018.
19. الطاهر قانة، علم الاقتصاد، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2002.
20. عبد الحميد بهجت فايد، إدارة الإنتاج، مكتبة عين الشمس، مصر، 1997.
21. عبد الرحمن توفيق، الإدارة الإلكترونية في الشؤون الإدارية، مركز الخبراء المهنية للإدارة بميك، الطبعة الثانية، 2007.
22. عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي، والإلكتروني، ايتمرار للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2007.
23. عبد الهادي مسعود، الأعمال المصرفية الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2015.
24. علاء فرج طاهر، إدارة التحول والقيادة الفعالة، دار الراية للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2010.

25. علي فلاح مفلح الزعبي، أحمد صالح النصر، التسويق الإلكتروني في قرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2020.
26. عمر أحمد أبو هشام الشريف، أسامة محمد عبد العليم، هشام محمد بيومي، الإدارة الإلكترونية مدخل إلى الإدارة التعليمية الحديثة، دار المناهج لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2013.
27. العياشي زرزار، كريمة غياد، استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم ميزة التنافسية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2016.
28. فريد النجار، الاقتصاد الرقمي، الدار الجامعية لنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2007.
29. مجدي أحمد السيد الجمبري، وليد ناجي العيالي، الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، دار مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، عملن، الأردن، الطبعة الأولى، 2016.
30. محمد إبراهيم عبيدات، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الرابعة، 2000.
31. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، إدارة المعرفة، المنهل، الأردن، الطبعة الأولى، 2020.
32. محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.
33. محمد عبد الله شاهين محمد، الاقتصاد المعرفي وأثره على التنمية الاقتصادية للدول العربية، دار حميترا للنشر والترجمة، القاهرة مصر، 2018.
34. محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
35. مصطفى حمدي محمود جمعة، النظام القانوني للوكالة بالعمولة الكترونية، القاهرة، مصر، 2018.
36. مصطفى يوسف الكافي، إدارة الأعمال الدولية، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2017.
37. مصطفى يوسف الكافي، اقتصاديات البيئة، دار رسلان لطباعة والنشر، سوريا، دمشق، الطبعة الأولى، 2013.
38. مصطفى يوسف الكافي، التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية الحاصلة، دار رسلان للنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، الطبعة الأولى، 2009.
39. ناريمان إسماعيل متولي، اقتصاديات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، الإسكندرية، مصر، 1995.
40. نبراس محمد جاسم الأحبابي، أثر الإدارة الإلكترونية في إدارة المرافق العامة دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
41. نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية-رؤية عربية بمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 2005.
42. هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، دار ألفا للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، الطبعة الأولى، 2017.

## II. المذكرات والأطروحات:

1. إخلص باقر هاشم النجار، الاقتصاد الرقمي والفجوة الرقمية في الوطن العربي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، قسم الاقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة، العراق، 2007.
2. جلال بوزكري، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وأفاق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، قسم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2016.
3. حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة -دراسة مقارنة بين ماليزيا، تونس والجزائر-مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير (غير منشورة)، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، دفعة 2013.

4. خالد سحنون، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم تسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2016.
  5. سمير عماري، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي دراسة حالة مجموعة من الجامعات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2018.
  6. فاروق حريزي، دور التكنولوجيا الحديث للاتصالات في تحقيق أهداف استراتيجية التنمية البشرية المستدامة في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011.
  7. محمد الهزام، تسيير الموارد البشرية في ظل تكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2016.
  8. الميلود سحانين، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والإتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2017.
  9. هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016.
  10. يوسف كودية، الفجوة الرقمية وإشكالية سيرورة المنظمة العالمية للتجارة دراسة تحليلية مع الاهتمام بحالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه (غير منشورة)، قسم علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارة وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2019.
- ### III. المقالات والمجلات العلمية:
1. أحمد غبولي، الطاهر توابتية، دراسة تحليلية وفق نظرة شاملة لأهم أثار جائحة كورونا (كوفيد-19) على الاقتصاد العالمي، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 1، الجزائر، العدد الخاص.
  2. أحمد فايز الهرش، أزمة الإغلاق الكبير: الأثار الاقتصادية لفيروس كورونا كوفيد-19، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، جامعة أنقرة للعلوم الاجتماعية، تركيا، العدد 2، السنة 2020.
  3. احنان عبد السلام العبادي، مدى مساهمة الاقتصاد الرقمي في تحقيق ميزة تنافسية للمصارف العاملة في الأردن، مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد السادس، العدد 01، 2020.
  4. إلهام يحيوي، سارة قرابصي، التسويق الرقمي كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق، مجلة التنمية الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، العدد 04، 27 أكتوبر 2018.
  5. بطاهر بختة، توجهات الاقتصاد الرقمي في البلدان العربية في ظل رغبتها في تطبيقه، مجلة منتدى للدراسات والأبحاث العلمية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، العدد 02، 2020.
  6. بورقيبة كدير واخرون، الفجوة الرقمية في الاقتصاد وسبل سدها. مجلة المغربية لإدارة الأعمال، 17 جويلية 2020.



7. جميلة سلايمي، يوسف البوشي، التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 02، جامعة تيارت، الجزائر، 28 سبتمبر 2019.
8. حليلة خنوس، إبراهيم بختي، زينب شطبية، استراتيجيات المؤسسات الافتراضية دراسة حالة مؤسسة أمازون، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 15، 2019.
9. سامية خواترة، التحول الرقمي خلال جائحة كورونا وما بعدها، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، العدد 02، 2020.
10. سعيد بن دنيذة، عامر بوعاكا، سبل ووسائل حماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر الاقتصاد الرقمي، مجلة البناء الاقتصادي، جامعة الجلفة، الجزائر، العدد 01، 2018.
11. عبد القادر شارف، نهلا رمضاني، دعائم النموذج الهندي في إقامة اقتصاد معرفي تنافسي -صناعة البرمجيات نموذجاً-، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، العدد 12، 2017.
12. علي سعدي، عبد الزهرة جبير، التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، العدد 01، جامعة النهريين، العراق، 2021.
13. محمد أحمد الغيري، عبد الرحمان حسن حسن محمد، واقع التحول الرقمي للمملكة العربية السعودية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة الواد، الجزائر، العدد 03، 2020.
14. مديحة بخوش، دور الإبداع التكنولوجي في استدامة الميزة التنافسية تجربة شركة علي بابا الصينية في أزمة كورونا، المجلد 03، العدد 05، 2020.
15. مسعود كسرى، خليفة محمد بلكبير، إشكالية الاستمرار وتطوير الميزة التنافسية للتجارة الإلكترونية في البيئة العربية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 01، 2009.
16. ميلود بن خيرة، أداء شركات التجارة الإلكترونية في ظل انتشار فيروس كورونا بين الواقع والتحديات -شركة أمازون كنموذج-، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، جامعة حسيبة بن بوعلي، مخر LSF BPM، الشلف، الجزائر، العدد 01، 2020.

#### IV. الملتقيات والتقارير.

1. سفيان قعلول، الوليد طلحة، صندوق النقد العربي، "الاقتصاد الرقمي في الدول العربية: الواقع والتحديات"، أكتوبر 2020.
2. سلطنة عمان، وزارة التقنية والاتصالات، استطلاع حول قياس النفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصال في قطاع الأسر والأفراد، 2020.
3. عبد الرحمان محمد سليمان رشوان، زينب عبد الحفيظ أحمد قاسم، دور التحول الرقمي في رفع كفاءة أداء البنوك وجذب الاستثمارات، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الدولي الأول في تكنولوجيا المعلومات والأعمال، جامعة غزة، فلسطين، كلية العلوم الإدارية والمالية، يومي 13 و14 جولية 2020.
4. متناوي محمد، الاقتصاد الرقمي وإشكالية التجارة الإلكترونية في الدول العربية، ملتقى المعرفة في ضل الاقتصاد الرقمي ومساهمتهما في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بو علي بالشلف، يومي 4-5 ديسمبر 2007، الملتقى الدولي الثاني.

5. مراد علة، جاهزية الدول العربية للاندماج في اقتصاد المعرفة -دراسة نظرية تحليلية-، المؤتمر العالمي الثامن للاقتصاد والتمويل الإسلامي النمو المستدام والتنمية الاقتصادية الشاملة من المنظور الإسلامي، كلية الدراسات الإسلامية، الدوحة، قطر، 18-20 ديسمبر 2011،

**.V. مواقع الأنترنت:**

1. [www.asjp.cerist.dz/-en/downArticle/593/1/-2/89360](http://www.asjp.cerist.dz/-en/downArticle/593/1/-2/89360)
2. <https://www.who.int/ar/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19#>

**ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:**

1. Jun xu, managing digital enterprise ten essential topic, Atlantis press, Australia, 2014

الملاحق

## الملحق 01: استبيان الدراسة.



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 8 ماي 1945 – قالمة –  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم: العلوم الاقتصادية



السنة الثانية ماستر: تخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

## استبيان الدراسة

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي صمم لجمع المعلومات اللازمة لإعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، بعنوان:

## واقع انتقال المؤسسات الاقتصادية الى اقتصاد الرقمي ودوره في مواجهة المستجدات العالمية

نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان بدقة وذلك لإنجاح بحثنا والتكرم لنا بخبرتكم ومعلوماتكم حول الموضوع ويرجى قراءة فقرات الاستبانة المرفقة واختيار الإجابة بكل موضوعية والتي تعكس الواقع الفعلي للمؤسسة، حيث أن مشاركتكم ضرورية ورأيكم عنصر أساسي من عناصر نجاحها، كما نحيطكم علما أن إجاباتكم سرية وسيتم استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط.

وتقبلوا منا فائق التقدير والاحترام

إشراف الأستاذ:

د. بن جلول خالد

إعداد الطالبين:

- مزياني وائل عبد السلام.
- شوالب إسلام.

السنة الجامعية: 2021/2020

## أ- المعلومات الشخصية:

الرجاء وضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة:

أ) الجنس:

 ذكر  أنثى

ب) العمر:

 أقل من 25 سنة  من 26 إلى 35 سنة  
 من 36 إلى 45 سنة  أكبر من 45 سنة

ج) المستوى التعليمي:

 ثانوي  ليسانس  
 ماجستير  مهندس دولة  
 شهادات أخرى

د) المنصب الوظيفي:

 مدير  رئيس مصلحة  
 اطار  اداري  
 منصب أخرى

هـ) عدد سنوات الخبرة:

 أقل من 6 سنوات  من 6 إلى 10 سنة  
 من 11 إلى 15 سنوات  أكثر من 15 سنة

و) الدورات التدريبية:

 لم احصل على دورة تدريبية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال  
 حصلت على دورة تدريبية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

## ب- محاور الاستمارة:

## ❖ المحور الأول: تطبيق التحول الرقمي في وظائف المؤسسة.

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تتيح المؤسسة عمليات الدفع إلكترونياً في أي وقت.					
2	تعتمد المؤسسة على إعلان عبر مواقع الكترونية.					
3	تعتمد المؤسسة على المعلومات المخزنة في قواعد البيانات من أجل اتخاذ القرار.					

					تعتمد المؤسسة على تطبيق الكتروني خاص بها ليوافر جميع عروضها لزيائن.	4
					تعتمد المؤسسة على تدريب عمالها الكترونيا (عن بعد).	5
					تتيح المؤسسة تبادل البيانات الكترونيا بين مختلف الوحدات.	6
					يتم الاتصال بالزيائن عن طريق البريد الإلكتروني.	7
					يتم الاتصال بالزيائن عن طريق الهاتف.	8
					تعتمد المؤسسة على شبكة الأنترنت في انجاز معاملتها.	9

### ❖ المحور الثاني: فاعلية الاقتصاد الرقمي في المؤسسة.

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تولي المؤسسة اهتماما كبيرا لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.					
2	تعتمد المؤسسة على شبكة الأنترنت في التواصل بين فروعها.					
3	تحرص المؤسسة على استعمال برمجيات حديثة من أجل القيام بأعمالها.					
4	الموقع الإلكتروني للمؤسسة يتميز بالفعالية التي تتيح من خلاله معرفة تفاصيل عنها وتتفاعل مع عملائها من خلاله.					
5	قاعدة البيانات الإلكترونية لمؤسسة تسمح لها بمعرفة تفاصيل عن موظفيها وعمالها.					
6	التطبيق الإلكتروني الخاص بالمؤسسة يتيح التعامل مع زبائن بشكل مباشر.					
7	تولي المؤسسة اهتماما ببرامج الكترونية تسمح لها بالرقابة والتقييم العمال أثناء أداء مهامهم.					
8	تتبنى المؤسسة عمليات الدفع الإلكتروني بصورة فعالة.					
9	تولي المؤسسة اهتماما كبيرا لقوى العاملة التي تجيد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.					
10	تستخدم المؤسسة مصممين للبرمجيات من أجل تطوير.					
11	تقدم المؤسسة خدمات إلكترونية فعالة لعمالها.					

### ❖ المحور الثالث: قدرة التحول الرقمي في المؤسسة على مواجهة المستجدات العالمية.

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	تساهم قاعدة البيانات التي تمتلكها المؤسسة من اتخاذ القرارات بشكل فوري وفعال في ظل حدوث أي أزمة مفاجئة.					

					تمتلك المؤسسة نظام رقمي متكامل ومرن قادر على مواجهة مختلف التغيرات الحاصلة.	2
					ساهمت قاعدة البيانات التي تمتلكها المؤسسة في تطبيق الإجراءات الوقائية التي فرضتها جائحة كورونا. (تواصل بين العمال عن بعد والقيام بالأعمال الإدارية).	3
					ساهمت عمليات التواصل مع العمال والعملاء إلكترونياً من الحد من أثار جائحة كورونا.	4
					ساهم التطبيق الإلكتروني الخاص بالمؤسسة في زيادة قدرة المؤسسة على التواصل مع زبائننا وحد من أثار جائحة كورونا.	6
					ساهم التحول الرقمي بابتكار طرق تواصل جديدة بين مختلف المتعاملين مع المؤسسة لحد جائحة كورونا.	7
					لم تؤثر جائحة كورونا بشكل كبير على المؤسسة في ظل وجود الموقع الإلكتروني وخدمات الدفع الإلكتروني.	8
					ساهمت عروض الدفع الإلكتروني في المؤسسة في الحد من أزمة السيولة.	9
					ساعد التحول الرقمي في تطوير أداء المؤسسة وكفاءتها مما يزيد من قدرتها على تكيف مع مختلف التغيرات.	10
					يساعد التحول الرقمي على وضع خطط استراتيجية تسمح للمؤسسة بمواجهة المستجدات العالمية.	11
					تعتمد المؤسسة على الإدارة الإلكترونية من أجل الرفع من فاعليتها ومواجهة المستجدات بسرعة.	12
					ساهم التحول الرقمي في رفع قدرة المؤسسة على كسب ولاء عملائها.	13
					ساهم التحول الرقمي في المؤسسة الى بناء المعرفة وتعلم المستمر لدى موظفيها.	14
					ساهم التحول الرقمي في الانفتاح على العالم الخارجي.	15

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع انتقال المؤسسات الاقتصادية للاقتصاد الرقمي مدى مساهمته في مواجهة المستجدات العالمية، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة قمنا بإجراء اختبار على عينة عشوائية مكونة من أربع مؤسسات اقتصادية تعمل على مستوى ولاية قالمة، حيث تم إعداد استمارة خاصة لقياس متغيرات الدراسة وزعت على 60 موظف يعملون في هذه المؤسسات الأربعة، واعتمدنا على البرنامج الإحصائي (SPSS) من أجل المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة وتم من خلال ذلك اختبار مدى صحة الفرضيات التي انطلقت من هذه الدراسة، حيث توصلت الدراسة في الأخير أن التحول للاقتصاد الرقمي له دور كبير في مواجهة مختلف المستجدات العالمية لاسيما وأن الدراسة تزامنت مع انتشار وباء فيروس كورونا في العالم حيث أعطى للدراسة واقعية أكثر، ومن بين النتائج المهمة أيضا التي توصلت إليها الدراسة لها أن رغم اهتمام المؤسسات الاقتصادية العالمية بالتحول الرقمي واعتماده في جميع وظائف المؤسسة والقطاعات الاستراتيجية في الدولة ككل، إلا أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية لا تزال تعاني من بعض النقائص في هذا المجال رغم أهميته البالغة والاعتماد على الأساليب التقليدية في معاملاتها.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الرقمي، التحول الرقمي، الفجوة الرقمية، التجارة الإلكترونية، التسويق الإلكتروني، الإدارة الإلكترونية، المؤسسة الرقمية، مستجدات عالمية.

## Résumé:

*L'objectif de cette étude était de déterminer la réalité de la transition des établissements économiques vers l'économie numérique aux développements mondiaux. Afin d'atteindre les objectifs de l'étude, nous avons testé sur un échantillon aléatoire de quatre établissements économiques opérant dans l'État de Guelma, où un formulaire spécial pour mesurer les variables de l'étude a été élaboré et distribué à 60 membres du personnel de ces quatre établissements, et nous avons utilisé le programme statistique (SPSS), Afin de traiter statistiquement les données de l'étude, la validité des hypothèses qui ont émergé de l'étude a été testée. L'étude a révélé au final que la transition vers l'économie numérique a joué un rôle majeur face aux différents développements mondiaux, d'autant plus que l'étude a coïncidé avec l'épidémie mondiale de coronavirus, ce qui a donné plus de réalisme à l'étude. Un résultat important de l'étude est que, malgré l'intérêt des établissements économiques mondiaux pour la transformation numérique et son adoption dans toutes ses fonctions, il y a encore un manque de conscience de l'importance de l'économie numérique .*

**Mots clés :** économie numérique, transformation numérique, fracture numérique, e-marketing, e-gouvernance, entreprise numérique, mises à jour mondiales

## Summary:

*The objective of this study was to determine the reality of the transition of economic establishments to the digital economy to global developments. In order to achieve the objectives of the study, we tested on a random sample of four economic establishments operating in the state of Guelma, where a special form to measure the variables of the study was developed and distributed to 60 staff members of these four establishments, and we used the statistical program (SPSS). The study ultimately revealed that the transition to the digital economy has played a major role in the face of various global developments, especially as the study coincided with the global Coronavirus epidemic, which gave the study more realism. An important finding of the study is that, despite the interest of global economic establishments in digital transformation and its adoption in all its functions, there is still a lack of awareness of the importance of the digital economy .*

**Keywords :** digital economy, digital transformation, digital divide, economy marketing, economy governance, digital enterprise Global update.