التجارة الإلكترونية كمظهر من مظاهر الإقتصاد الرقمي

أ/ايت قاسي عزو رضوان، طالب دكتوراه، جامعة عبد الحميد ابن باديس- مستغانم.

د.بن زيدان الحاج جامعة عبد الحميد ابن باديس -مستغانم-

redouane7282@yahoo.fr

ملخص : في ظل التغيرات الجديدة التي شهدها العالم في شتى المجالات ، وما أحدثته ثورة التكنولوجيا والمعلومات من تطور سريع وواسع النطاق ، أصبحت فيه القدرة على الإنتاج والتقدم تعتمد على القدرة على الإبداع والابتكار ، وتحويل المعلومات إلى معرفة إن اقتصاد المعرفه في الأساس يقصد به أن تكون المعرفة هي المحرك الرئيسى للنمو الاقتصادي و اقتصادات المعرفه تعتمد على توافر تكنولوجيات المعلومات والاتصال واستخدام الابتكار و الرقمنه وعلى العكس من الاقتصاد المبني على الإنتاج ، حيث تلعب المعرفة دورا أقل ، وحيث يكون النمو مدفوعا بعوامل الإنتاج التقليدية ، فإن الموارد البشرية المؤهلة وذات المهارات العالية ، أو رأس المال البشري ، هي أكثر الأصول قيمة في الاقتصاد الجديد ، المبني على المعرفة.وفي الاقتصاد المبني على المعرفة ترتفع المساهمة النسبية للصناعات المبنية على المعرفة.

الكلمات المفتاحية : المعرفة –إقتصاد المعرفة –التجارة الإلكترونية– المعاملات-الحماية

التصنيف JEL: L81

Abstract:

Under the new changes in the world in various fields, and the information technology revolution of rapid evolution and widespread, when production capability and progress depend on creativity and innovation, transforming information into knowledge that the knowledge economy is basically intended to Knowledge is the main engine of economic growth. And knowledge economies depend on the availability of information and communication technologies and the use of innovation and digitization in contrast to production-based economy, where knowledge played less, so growth will be driven by the traditional factors of production, skilled human resources and high-skilled, Or human capital, are the most valuable assets in the new knowledge-based economy and knowledge-based economy goes up relative contribution to knowledge-based industries

key words :Knowledge- Knowledge economy -Electronic commerce – Transactions- Protection

Jel Classification codes:L81

مقدمة :

عد اقتصاد المعرفة فرعاً جديداً من فروع العلوم الاقتصادية ظهر في الآونة الأخيرة ، يقوم على فهم أكثر عمقًا لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطور الاقتصاد وتقدم المجتمع. وهناك سمتان رئيسيتان يعرفان الفترة الحالية وهما العولمة والاقتصاد المعرفي، حيث أصبحت المعرفة محرك الإنتاج والنمو الاقتصادي، كما أصبح مبدأ التركيز على المعلومات والتكنولوجيا أحد العوامل الأساسية في الاقتصاد، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وفرص العمل المتاحة ، ويؤثر هذا التحول الاجتماعي الاقتصادي السياسي التقني الثقافي على الأفراد و الاقتصادات، ويخلق مجموعة من الفرص والتحديات

و سوف نتناول موضوع التجارة الإلكترونية باعتبارها مرتبطة باقتصاد المعرفة .
و من هما يتم طرح التساءل التالي : **كيف تجسد التجارة الإلكترونية الإقتصاد الرقمي ؟**

و للإجابة على هذا التساءل تناولنا النقاط التالية :

أساسيات حول إقتصاد المعرفة

يتجه العالم نحو اقتصاد المعرفة الذي تزداد فيه نسبة القيمة المضافة المعرفية بشكل كبير، والذي أصبحت فيه السلع المعرفية أو سلع المعلومات من السلع الهامة جداً

أولا / مفهوم إقتصاد المعرفة :

يرى البعض أن الاقتصاد المعرفي هو إحداث مجموعة من التغييرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي و تنظيمه ليصبح أكثر استجابة و انسجاما مع تحديات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعالمية المعرفة والتنمية المستدامة بمفهومها الشمولي التكاملي .

1-يمكن أن نعرف اقتصاد المعرفة في سياق المفهوم الواسع للمعرفة المتضمن المعرفة الصريحة التي تشتمل على قواعد البيانات والمعلومات والبرمجيات و غيرها ، والمعرفة الضمنية التي يمثلها الأفراد بخبراتهم وعلاقاتهم وتفاعلاتهم السياقية على أنه «**الاقتصاد الذي ينشئ الثروة من خلال عمليات و خدمات المعرفة الإنشاء و التحسيس ،التقاسم ،التعلم ، التطبيق و الاستخدام للمعرفة بأشكالها في القطاعات المختلفة بالاعتماد على الأصول البشرية و اللاملموسة ووفق خصائص وقواعد جد** »[1]

2- يعرف على أنه «**ذلك الاقتصاد الذي ينتج عن تقدم المعلومات بعد العصر الصناعي . وهو فرع جديد من فروع العلوم الاقتصادية يقوم على فهم جديد لدور المعرفة وراس المال البشري في تطوير الاقتصاد و تقدم المجتمع.**» [2]

3- « **وهو الاقتصاد الذي تحقق فيه المعرفة الجزء الأعظم من القيمة المضافة ، أما الاقتصاد المبني على المعرفة ، فهو الاقتصاد الذي تلعب فيه المعرفة دورا في خلق الثروة .**» [3]

4- كما عرفه Dominique Foray على أنه : « **تخصص فرعي من الاقتصاد يهتم أساسا بالمعرفة من جهة و من جهة أخرى يعتبر ظاهرة اقتصادية حديثة تتميز بتغير سير الاقتصاديات من حيث النمو و تنظيم النشاطات الاقتصادية .**» [4]

ثانيا : دور البنك الدولي في مساعدة البلدان في وضع إستراتيجيات بهدف التحول إلى إقتصاد المعرفة:

- ✓ إقامة نظام اقتصادي ومؤسساتي يوفر السبل المحفزة من اجل كفاءة استخدام ا لمعرفة الموجود ة والجيدة وازدهارها بالعمل الحر و يقصد به دور الحكومات في توفير الإطار الاقتصادي و الحوافز لمجتمع الأعمال و غيرها من الشروط التي تعمل على رفع اقتصاد المعرفة بالإضافة إلى الأداء الفعلي للاقتصاد.
- ✓ توافر السكان المتعلمين والمهرة من اجل خلق واستخدام و التشارك في المعرفة بشكل جيد حيث أن التعليم و التدريب المستمر و المعتمد على التكنولوجيا من أهم خصائص بيئة اقتصاد المعرفة.
- ✓ توافر بنية تحتية ديناميكية للمعلومات لتسهيل الاتصال الفعال ومعالجة المعلومات و يقصد بها البنية الأساسية في مجال الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات و إلى أي حد هي متقدمة و منتشرة و متاحة.
- ✓ توافر منظومة ابتكار تتمتع بكفاءة عالية وذلك للشركات ومراكز البحوث والجامعات و المستشارين والمنظمات الأخرى من اجل الدخول إلى المخزون العالمي المتنامي للمعرفة واستيعاب هذه الابتكارات وتكييفها مع الحاجات المحلية وخلق تكنولوجيا جديدة.

ثالثا : أهمية إقتصاد المعرفة : و يتمثل في عنصرين اساسين هما :

1-إنتاج المعرفة :

إن القدرة على إنتاج المعرفة وعلى استخدامها قد أصبحت عاملا رئيسيا في عملية التنمية ، كما أصبحت حاسمة الأهمية لتحقيق ميزة تنافسية و تشتمل عملية إنتاج المعرفة على ابتكار واكتساب ونشر واستعمال وتخزين المعرفة .و يتطلب اقتصاد المعرفة تعزيز فعالية المقدرة على إنتاج المعرفة بما يضمن قيام نسق للابتكار يقوم على الإدارة الكفؤة لنقل التكنولوجيا و استيعابها المجتمعي ،و تنشيط إنتاجها المؤدي إلى توليد تكنولوجيات جديدة بما يحقق غايات الكفاءة الإنتاجية و التنمية الشاملة .

و تعد المؤشرات المتعلقة بالأبحاث و التنمية ، و براءات الاختراع ، و المنشورات العلمية ، و الإنفاق عليها و إعداد العاملين في إنتاج المعرفة و العاملين في البحث و التطوير على قدر كبير من الأهمية بالنسبة لأهم عنصر في اقتصاد المعرفة لأنها تعد الركيزة المهمة في تطوره و نجاحه.

2-صناعة المعرفة :

إن التربية والتدريب والاستشارات والمؤتمرات والمطبوعات والكتابة والبحث والتطوير هي أمثلة عن الأنشطة التي تركز عليها الصناعات المعرفية .

بحيث أن العامل الأولي للنمو الاقتصادي هو ابتكار واكتساب ونشر المعرفة الحالية وإنتاج ونشر المعارف الجديدة وهذا ما يؤكد عليه الاقتصادي **Robert Solow** في قوله [5] **"إن % 34 من النمو الاقتصادي يعزى إلى نمو معارف جديدة . إضافة إلى أن % 16 من النمو الاقتصادي هو ناتج عن الاستثمار في رأس المال الإنساني من خلال التعليم .وبناءا عليه فإن % 50 من النمو الاقتصادي متعلق بالمعرفة."**

رابعا : موقع إقتصاد المعرفة بالنسبة للإقتصاد المبني على المعرفة و الإقتصاد الرقمي :

1-اقتصاد المعرفة و الاقتصاد الرقمي :

إن الرقمنة هي نتاج المعرفة العلمية الرياضية و الفيزيائية ، و هاته الأخيرة هي مرحلة لاحقة بعد المعرفة إذ يجب أن نعرف ثم نتحول إلى نظام رقمي.

فكلا المفهومين في الجوهر واحد لأنهما يقومان على المعلومات و المعرفة إلا أن اقتصاد المعرفة مفهوم أوسع و اشمل و اعم من الاقتصاد الرقمي حيث يمكن اعتبار الاقتصاد الرقمي هو التطبيق العملي للاقتصاد المعرفي على أجهزة الحاسوب و شبكات الاتصالات عن طريق تحويل معارف و معلومات ذلك الاقتصاد إلى مقابلات رقمية له أي أن الاقتصاد الرقمي هو تكنولوجيا الاقتصاد المعرفي. [6]

2-اقتصاد المعرفة و الاقتصاد المبني على المعرفة :

يمكن أن نفرق بين المفهومين

-فالاقتصاد المبني على المعرفة

هو ذلك المنهج الذي يستخلص من إدراك مكانة المعرفة وتقنياتها والعمل على تطبيقها في الأنشطة الإنتاجية المختلفة ، إي انه يعتمد على تطبيق أساليب الاقتصاد المعرفي وقواعده في مختلف الأنشطة الإنتاجية الاقتصادية والاجتماعية في مجتمع يمكن إن نطلق عليه المجتمع المعلوماتيInformation Society

"و هو الذي تلعب فيه المعرفة **دورا في خلق الثروة** ، وهذا دور قديم ظلت وهذا دور قديم ظلت المعرفة تلعبه في الاقتصاد لكن الجديد هو حجم المساحة التي تحتلها المعرفة في هذا الاقتصاد حيث أصبحت أكبر وأكثر عمقاً مما كانت عليه من قبل"[7]

أما إقتصاد المعرقة :

" هو ذلك الفرع من علم الاقتصاد الذي يهتم بعوامل تحقيق الرفاهية العامة من خلال مساهمته في إعداد دراسة نظم تصميم وإنتاج المعرفة ثم تطبيق الإجراءات اللازم لتطويرها وتحديثها " [8]

و منه نستنتج أن :

الاقتصاد المعرفي يبدأ من مدخل عملية إنتاج وصناعة المعرفة ويستمر نحو التطوير المرتكز على البحث العلمي منطوياً تحت أهداف إستراتيجية يسعى لتحقيقها من اجل تنمية شاملة ومستدامة .

خامسا : خصائص و مميزات إقتصاد المعرفة :

أ-الخصائص :

المعرفة هي أحدث عوامل الإنتاج والأكثر أهمية بين عوامل الإنتاج التقليدية الأخرى وهي العمال والمواد الأولية ورأس المال وهذا ما يؤكد أن رأس المال الفكري أو المعرفي هو أكثر أهمية من رأس المال المادي وان عمال المعرفة هم الرأسماليون الجدد الذين يملكون أغنى واثمن عوامل الثروة وعلى رأي المفكر الاقتصادي دراكر أنه في القرن الماضي كانت مساهمة الإدارة تتمثل في زيادة إنتاجية
العامل اليدوي ، لكن الأكثر أهمية زيادة إنتاجية العمل المعرفي و من بين أهم خصائص إقتصاد المعرفة ما يلي :[9]

-العنصر الرئيسي في الإنتاج هو المعرفة خلاف ما كان عليه في الفترات السابقة حيث كانت الأرض في الاقتصاد الزراعي وراس المال في الاقتصاد الصناعي.

- يركز على اللاملموسات بدلا من الملموسات (المخرجات= هيمنة الخدمات على السلع ومن حيث المدخلات فان الأصول الرئيسية هي اللاملموسات كالأفكار والعلامات التجارية بدلا من الأرض والآلات ...) .
- **رقمي** : حيث أن رقمنة المعلومات له تأثير كبير على سعة نقل وخزن ومعالجة المعلومات.
- **افتراضي** :فمع الرقمنة و شبكة الانترنت كان العمل الافتراضي حقيقة واقعة.
- **شبكي** :حيث أن التشبيك البيني وسع إمكانية التشارك ليس ضمن الشركة بل وأيضا بين الشركات وكان من نتائج ذلك تدهور دور التنظيمات الرسمية و هياكلها الهرمية.

– ظهور أسواق جديدة وهي الأسواق الالكترونية و التي تمتاز بسرعة تدفق المعلومات عن المنتجات وخاصة الأسعار.

ب-المميزات : ندكر منها :

-يتمتع بمرونة و قدرة فائقة على التكيف مع المتغيرات والمستجدات.

-يملك القدرة الفائقة على التجديد والتطوير والتواصل الكامل مع غيره من الاقتصاديات التي أصبحت تحبد الاندماج فيه.

-يملك اقتصاد المعرفة القدرة على الابتكار و إيجاد و توليد منتجات فكرية معرفية وغير معرفية.

-مجالات خلق القيمة المضافة في اقتصاد المعرفة متعددة ومتنوعة ومتجددة.

-لا توجد حواجز للدخول إلى اقتصاد المعرفة بل هو اقتصاد مفتوح ، ولذلك لا توجد فواصل زمنية أو عقبات مكانية أمام من

يرغب في التعامل معه وفيه .

- ارتباطه بالذكاء وبالقدرة الابتكارية وبالخيال وبالوعي الإدراكي بأهمية الاختراع والمبادرة.[10]

سادسا : الإندماج في إقتصاد المعرفة

هناك عدة عوامل تساهم في عملية الاندماج في اقتصاد المعرفة اهمها :

أ-البحث :

"و يقصد به متابعة لنقلة تكنولوجية رئيسية في ميدان حديث ،فالبحث هو" تعمق في المعرفة"[11]

و هو يمثل مجموعة من الأنشطة التي تعتمد المعارف والخبرات كمدخلات ، وتكون مخرجاتها معرفة جديدة ، أو توسيع لمعرفة قائمة ويعد استقصاءا منهجيا في سبيل زيادة المعرفة

اما **البحث العلمي**:هو عبارة عن الأنشطة الهادفة إلى زيادة ذخيرة المعرفة العلمية وتطبيقاتها على الواقع العملي وهو ينقسم إلى:

***البحث الأساسي:** وهو الجهود المبذولة بهدف الحصول على المعرفة العلمية المحددة وغير الموجهة بالضرورة إلى هدف محدد أو تطبيقات محددة ولا يكون القصد منها الربح التجاري

***البحث التطبيقي:** فيكون الغرض منه زيادة المعرفة لغرض إشباع حاجات ملموسة عن طريق إيجاد حلول لمسائل محددة سواء كان استنباط طرق إنتاج جديدة أو ابتكار سلع وخدمات جديدة.

ب-التطوير :

"وهو أي نشاط منهجي يعتمد على المعارف العلمية الموجودة والتي يتم التوصل إليها عن طريق البحث أو الخبرة العلمية والذي يكون الهدف منه هو إنتاج مواد جديدة أو منتجات وآلات تستعمل في عمليات جديدة أو إدخال التحسينات المطلوبة على المنتجات والآلات والأنظمة المستعملة" .[12]

ج-الإبداع:

"هو الهدف الأخير لنظام البحث والتطوير حيث يتم تدفق الإبداعات و قياسها ، إما بالجرد للإبداعات الأساسية التي تتحقق وإما بقياس الفوائد أو الأرباح أو بقياس المهارة ، الكفاءة والفعالية التي يحققها الإبداع"[12]

و تجدر الإشارة إلا أن الدخول في اقتصاد المعرفة يقتضي توجيه اهتمام مركز للبحث العلمي و رفع نسبة الإنفاق على مشاريع البحث و التطوير إذ تعتبر هذه النسبة كمؤشر ضمن مجموعة مؤشرات اقتصاد المعرفة.

د-تكنولوجيا المعلومات و الإتصال :

التكنولوجيا تمثل مجموع المعارف و الخبرات و المهارات اللازمة لتصميم و لتصنيع منتج أوعدة منتجات و إنشاء مشروع لهذا الغرض [13]

المعلومات هي البيانات التي تم إعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعا للفرد المستقبل لها و التي لها قيمة مدركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع في القرارات التي يتم اتخاذها .

أما **الإتصال :**

"فهو عملية تتضمن نقل أفكار أو وجهة نظر أو معلومات من طرف آخر، تتطلب المرسل و المرسل إليه و الرسالة من خلال وسائل الاتصال أو هو ":عملية مستمرة تتضمن قيام احد الأطراف بتحويل أفكار و معلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة تنقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الآخر " [14]

- ✓ وبذلك فإن تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ما هي إلا مجموعة من التقنيات و الوسائل المساعدة على نقل و انتشار المعلومات بشكل فعال و ذلك بالاستفادة من تكنولوجيا الحوسبة.

إن التغيرات التكنولوجية و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أقامت صرح الاقتصاد الجديد الذي يعتمد على التنافس المستند إلى أساس التقدم العلمي و التكنولوجي ، و يحتاج إلى تغيرات جذرية و هيكلية في البنية الاقتصادية .إن تشييد بنى تحتية تكنولوجية في إطار اقتصاد المعرفة يكون أساسا بالاستثمار في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال كصناعة البرمجيات و صناعة معدات الإعلام الآلي.

هـ-التعليم :

إذ تعتمد قدرة بلد ما على الاستفادة من اقتصاد المعرفة على مدى السرعة التي يمكن من خلالها أن يتحول إلى اقتصاد تعليمي ، حيث يكون الأفراد و الشركات قادرين على إنتاج الثروة بحسب قدرتهم على التعلم و المشاركة في الإبداع و يتطلب اقتصاد المعرفة جهودا اكبر في مجالات التعليم و التدريب كما يتطلب نوعا جديدا من التعليم و التدريب فعدد العاملين في مجال المعلومات يزداد و هذا يتطلب تكوين العلميين و العاملين في هذا المجال و في مجالات تكنولوجيا المعلومات ، فالأمية التكنولوجية أصبحت من الظواهر المعيقة للتقدم و في ظل اقتصاد المعرفة أين يتجه الاهتمام صوب النشاط كثيف المعرفة يخص جانب التعليم بدوره الجوهري باعتباره النطاق الذي تبنى فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات اقتصاد المعرفة .

و في الواقع هناك علاقة بين التعليم و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال حيث إن مهمة الدول إعداد عمال المعرفة الذين يعهد إليهم تطوير هذه التكنولوجيات ، من جهتها تقوم هذه الأخيرة بتيسير ظروف التعلم و جعله أكثر فعالية من خلال تزويد قطاعي التعليم النظامي و غير النظامي بما تنتجه صناعة تكنولوجيا المعلومات و الاتصال مثل الانترنت و غيرها

2- تعريف التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية هي الشكل الأول للاستخدامات التجارية للانترنت بعد تحوله من الاستخدام
لإغراض عسكرية و أكاديمية إلى الاستخدام التجاري في منتصف التسعينات.

يدل مصطلح التجارة الالكترونية عامة على جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنظمات معتمدة على المعالجة و النقل الالكتروني للمحيطات خاصة النصوص ، الأصوات الصور ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الالكتروني للمعلومات التجارية في المؤسسات والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنظمات ،والمفاوضات التجارية والعقود الأطر القانونية والتنظيمات ،التسويات فيما يخص التسديدات والجباية كأمثلة بسيطة) [15]

و هناك عدة تعريفات للتجارة الالكترونية منها:

1-التجارة الالكترونية تشمل جميع المبادلات الالكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية فهي تعني تلك العلاقات بين المؤسسات، العلاقات بين المؤسسات والإدارات، والمبادلات بين المؤسسات والمستهلكين [16]

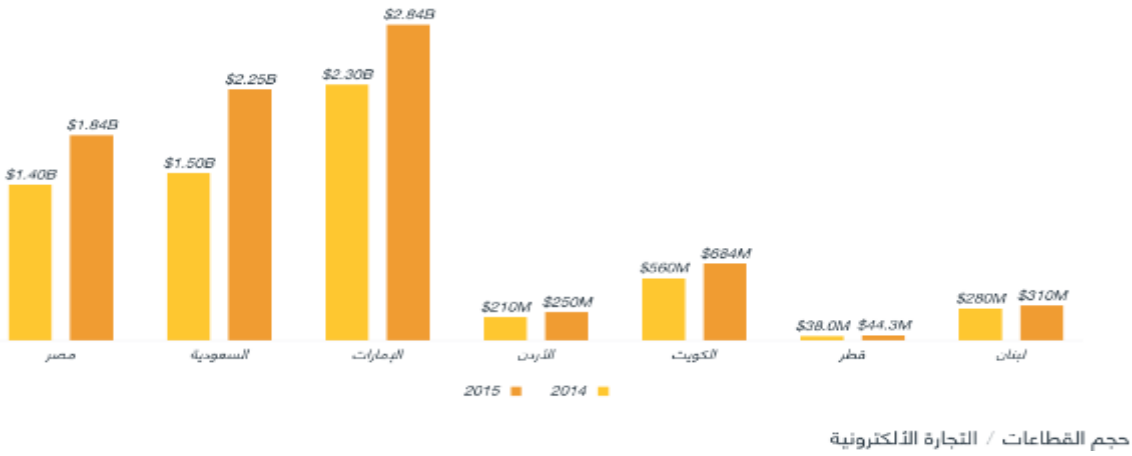
2- كما تعرف على أنها :عملية البيع والشراء للسلع والخدمات الكترونية وإتمام صفقات الأعمال

المحسوبة باستخدام الانترنت والشيكات والتكنولوجيا الرقمية الأخرى[17]

3-وتعرف منظمة التجارة العالمية OMC [18] التجارة الالكترونية على أنها: أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية.

و فيما يلي حجم التجارة الإلكترونية لمجموعة من الدول العربية

شكل1 : يوضح حجم التجارة الإلكترونية لمجموعة من الدول العربية خلال سنتي 2014-2015 الوحدة(مليون دولار)

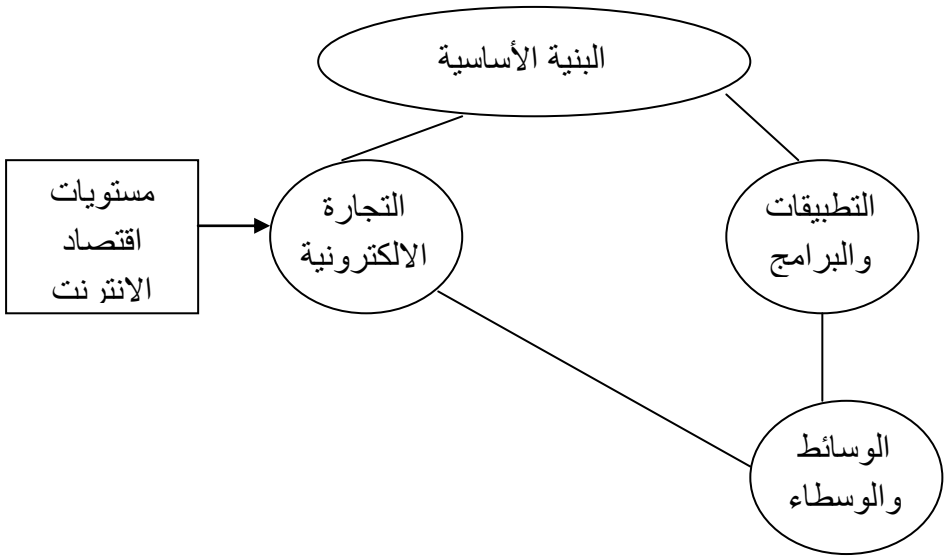


المصدر: الموقع الإلكتروني https://stateofpayments.payfort.com تاريخ الإطلاع 25-01-2018

في عام 2015 وصل حجم قطاع التجارة الإلكترونية في الدول جمهورية مصر العربية والمملكة العربية السعودية الإمارات العربية المتحدة والأردن والكويت وقطر ولبنان إلى 8.22 مليار دولار. ليظهر ارتفاع بنسبة 30.7% عن العام الماضي.

يتكون إقتصاد الأنترنت من عدة مستويات و هي موضحة في الشكل التالي:

شكل 2: مستويات إقتصاد الأنترنت



المصدر: محسن أحمد الخضري، العولمة الاجتياحية، مجموعة النيل العربية، القاهرة 2000، ص 111

-تصنيفات التجارة الالكترونية: هنالك عدة تصنيفات للتجارة الإلكترونية أهمها

أ - شركة إلى شركة

في هذا النوع من التجارة الالكترونية يكون كل المشاركين في التجارة هم من نوع شركات تجارية أو مؤسسات خاصة و يمثل هذا النوع من التجارة الالكترونية أكثر من 85 % من حجم التجارة الالكترونية [19]

ب - شركة إلى مستهلك

هي عمليات لبيع وشراء المنتجات والخدمات التي تتم بين المنظمات أو الشركات – البائعين -والأفراد الذين يمثلون المشترين ومثالها متاجر التجزئة الالكترونية وشركة أمازون وبيعها للكتب

و فيما يلي ترتيب لـ 10 دول الأولى على مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية

جدول 1: البلدان العشرة الأولى على مؤشر الأونكتاد للتجارة الإلكترونية بين المؤسسة التجارية والمستهلك، لعام 2014 ، بحسب المنطقة

الإقتصاديات الإنتقالية	امريكا اللتينية و الكاريبي	اسيا و اقيانيا	إفريقيا	الإقتصاديات النائمة	العالم
مقدونيا	شيلي	جمهورية كوريا	موريشيوس	جمهورية كوريا	لكسمبورغ
صربيا	اورغواي	هونغ كونغ	جنوب إفريقيا	هونغ كونغ	النرويج
الإتحاد الروسي	ترينيداد دوباغو	سنغاقورة	مصر	سنغاقورة	فلندا
البوسنة و الهرسك	البرازيل	البحرين	تونس	البحرين	كندا
البانيا	الأرجنتين	تركيا	المغرب	تركيا	السويد
جورجيا	كوستاريكا	ماليزيا	سيراليون	شيلي	استراليا
اكرانيا	الدومينيك	لبنان	زمبيا	اورغواي	الدنمارك
ارمينيا	المكسيك	الصين	مدغشقر	ترينيداد توباغو	جمهورية كوريا
بيلاروسيا	فنزويلا	الإمارت العربي	زيمبابوي	ماليزيا	المملكة المتحدة
جمهورية ملدوفا	كولومبيا	ايران	مالي	البرازيل	إسرائيل

المصدر :http://unctad.org/press تقرير 2015 ص 4 .

ج- مستهلك إلى شركة

هي نوع من أنواع التجارة الالكترونية التي تسمح للأفراد عبر الانترنت ببيع السلع أو الحصول على الخدمات التي يحتاجونها من مؤسسات الأعمال والمنظمات بصورة مباشرة أو استخدام هذه المنظمات لتبحث لهم عن موارد لطلباتهم[20]

د - من مستهلك إلى مستهلك

في هذا النوع من التجارة يتم بيع المنتجات من فرد أو مستهلك إلى فرد آخر أو مستهلك آخر بصورة مباشرة فمثلا يقوم الفرد بوضع إعلانات في موقعه على الانترنت من اجل بيع الأغراض الشخصية أو الخبرات.

هـ- من شركة إلى العاملين– الموظفين :

في هذا الصنف تسعى المنظمات إلى استخدام التجارة الالكترونية لتحسين عملياتها وتقديم التسهيلات للعاملين فيها و تحفيزهم . وعليه تكون المنظمات هي البائع والعاملون هم المشترون .

و- د-التجارة عبر الهاتف المحمول

يتم القيام بأنشطة و تطبيقات التجارة الالكترونية بواسطة الأجهزة اللاسلكية مثل الهاتف المحمول حيث يمكن للمستخدم إجراء عملياته البنكية عبر هذا الجهاز

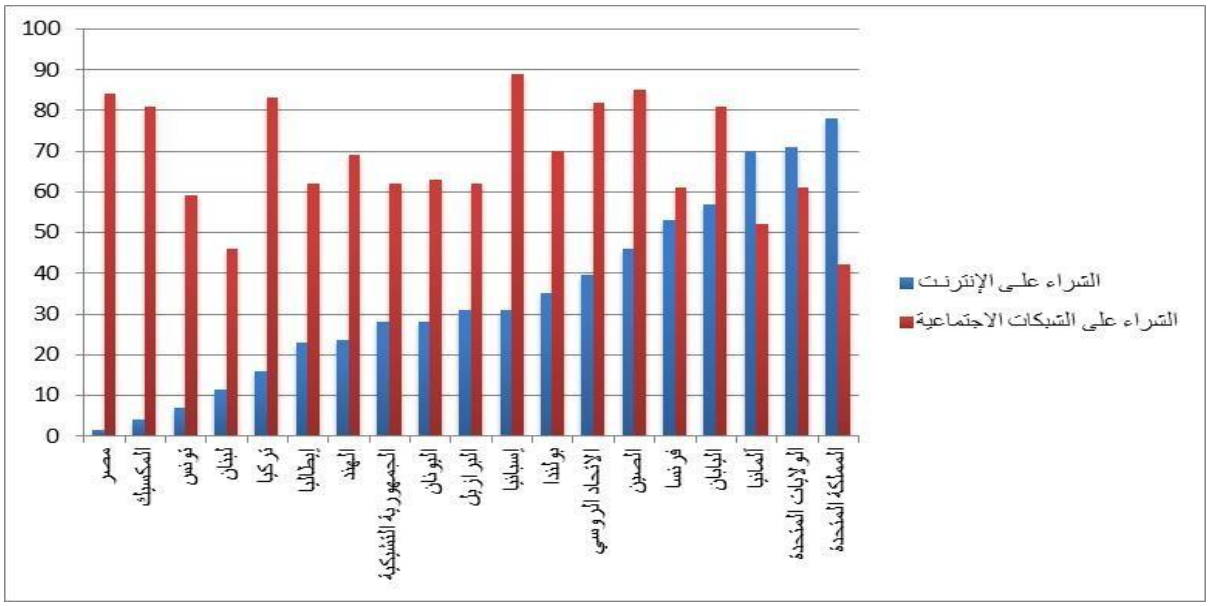
ي-التجارة بين الشركات والحكومة

اضحى هدا النوع من التجارة ينال تركيزا واهتماما متزايدا من قبل مختلف الحكومات حيث يحرص الكثير منها على إجراء و تطوير وتحديث في أداء دوائر الأعمال المختلفة التابعة لها من خلال زيادة الاعتماد على الوسائل الالكترونية في الحصول على السلع .

فيما يلي شكل لنصيب مستعملي الأنترنت القائمين بالتسوق :

شكل 3 : **نصيب مستعمِلي الإنترنت القائمين بالتسوق على الإنترنت والشبكات الاجتماعية، بلدان مختارةللفترة 2012-2013**

المصدر :تقرير الأونكتاد ص www. UNCTAD/PRESS/PR/2015/3



معوقات التجارة الإلكترونية : و تنقسم إلى

معوقات قانونية:

عدم مرونة او وجود القوانين واللوائح المنظمة للتجارة في الدولة وعدم ملاءمتها لممارسة التجارة الالكترونية فتعديل القوانين يرتبط أساسا بإرادة الدولة في عزمها لتبني حلول التجارة الالكترونية [21]

معوقات تقنية:

-ما زالت المواصفات المعيارية لمفهوم الجودة والسرية غير محددة بصورة واضحة.

-شبكات الاتصالات مازالت غير كفؤة خاصة في مجالات شبكات الهواتف المحمولة.

-ما زالت هناك صعوبات في برمجيات التجارة الالكترونية وتكاملها مع شبكة الانترنت حيث توجد حاجة مستمرة لتطوير مقدمي خدمات الانترنت بالإضافة لتطوير الشبكات مما يؤدي أحيانا لزيادة التكلفة

معوقات اقتصادية ندكر منها :

-نقص خبرة المؤسسة في الإلمام بشروط ومتطلبات التسويق الخارجي و المنافسة الخارجية.

-عدم مطابقة جودة منتجاتها للمواصفات العالمية.

-عدم مراعاة متطلبات الأمان للعمليات التجارية للمؤسسة عبر الانترنت.

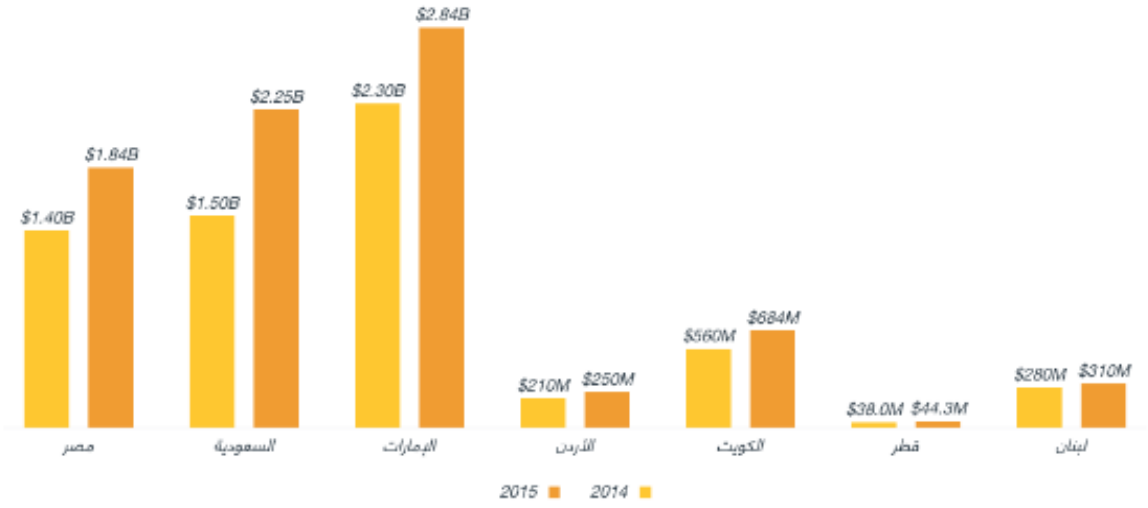
-عدم التنبه للمشاكل الخارجية التي لا تعود للمؤسسة و يمكن أن تصادفها في مجال التجارة الالكترونية مثل :مخالفة البضاعة للمواصفات ورفع الأسعار عن المتفق عليه خاصة في أوقات الأزمات ، و تدخل وسطاء غير أمناء، و استغلال الطرف الخارجي لثغرات في الاتفاق أو تهربه من بعض التزاماته

معوقات ثقافية:

الاستهلاك الافتراضي أو التسوق الالكتروني غير منغرس في عادات المجتمع فالمستهلك من طبعه يرغب في معاينة البضائع و الخدمات عن قرب وخروجه إلى التسوق يعد بمثابة نزهة له، ضف إلى ذلك تخوفهم من استلام منتجات غير مطابقة لطلباتهم أو عدم الاستلام الكلي

و فيما يلي منحنى بياني لحجم التجارة في مجموعة من الدول العربية

شكل 04 : **حجم التجارة الإلكترونية خلال سنتي(2014-2015) لمجموعة من الدول العربية الوحدة(مليون دولار)**



حجم القطاعات / التجارة الألكترونية

الموقع الإلكتروني https://stateofpayments.payfort.com تاريخ الإطلاع 25-01-2018

تعريف النقد الالكتروني:

يشمل مصطلح النقود الالكترونية على مجموعة متنوعة من المنتجات المصممة لتزويد المستهلكين ببدائل لطرق الدفع التقليدية، وإزاء تنوع هذه المنتجات والتطور المتلاحق فيها فإنه من الصعب التوصل إلى تعريف جامع مانع يتضمن كافة نظم النقود الالكترونية على نحو يميزها بدقة من النواحي القانونية والنقدية والاقتصادية، وفي ضوء ما سبق يكاد يتفق الخبراء على عدم جدوى تقديم تعريف دقيق للنقود الالكترونية في المرحلة الحالية من تطورها، ورغم ذلك فإنه لا يوجد خلاف بين هؤلاء الخبراء على أن مصطلح النقد الالكتروني يشتمل على وجه الخصوص على صورتين:

الصورة الأولى:

هي البطاقات السابقة الدفع المعدة للإستخدام في أغراض متعددة ، ويطلق عليها أيضا تعبير البطاقات مختزنة القيمة Stord Valuecards أو محفظة النقود الالكترونية.

الصورة الثانية:

هي آليات الدفع مختزنة القيمة أو سابقة الدفع التي تمكن من إجراء مدفوعات من خلال استخدام شبكات الحاسب الآلي المفتوحة خاصة الانترنت، والتي يطلق عليها أحيانا نقود الشبكة أو النقود السائلة الرقمية.

وسائل الدفع الإلكتروني :

إن وسائل الدفع الالكتروني عديدة وسريعة التطور أهمها :[22]

أ-التحويل الالكتروني:

تتمثل هذه الطريقة في القيام بتحويل مبلغ معين من حساب المدين إلى حساب الدائن ويتولى ذلك الجهة التي تقوم على إدارة الدفع الالكتروني وهي غالبا البنك.

ب-البطاقات البنكية:

وهي البطاقات البلاستيكية والمغناطيسية التي تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها كالكارت الشخصي أو الفيزا (Visa) و الماستركارد (Master card) و(American Express) بدلا من حمل النقود التي تعرض للسرقة والتلف

أمن معلومات التجارة الإلكترونية :

الانترنت ليست بطبيعتها وسيط أمن للاتصالات، فالاتصالات الالكترونية يمكن نسخها وتسجيلها في وحدة تخزين الحاسب في أي نقطة تخزين الحاسب يمكن أن تمر خلالها الرسالة الالكترونية بين المرسل والمستقبل، فالتكنولوجيا التي تجعل التجارة الالكترونية ممكنة يمكن أن تستخرج وتعالج وتحلل وتنقل المعلومات بطرق لم يتصورها أحد من قبل، كل هذا يثير الاهتمام بموضوع الخصوصية الشخصية.[23]

إن التجارة الالكترونية عبر الشبكة المفتوحة تتطلب آليات فعالة وموثوقة لضمان أعلى درجات الخصوصية والأمن، ويجب أن تنهض هذه الآليات بمسؤوليات الأمن والخصوصية وإثبات أصالة الشئ أو صحة نسبه إلى صاحبه وعدم الإنكار، وبما أن آليات الخصوصية والأمن تحتاج إلى شهادة وضمانة طرف ثالث موثوق به (مثل جهة حكومية)

تشفير البيانات :

أظهرت المعاملات المالية على الانترنت الحاجة لتوفير حماية للمعاملات الالكترونية والبيانات الاسمية وذلك عن طريق ما يسمى بالتشفير وهو من وسائل حفظ سرية المعلومات لا سيما في التجارة الالكترونية.

ويمكن تعريف التشفير كما يلي[24] لقد جاء في قانون التجارة الالكترونية المصري بأنه تغيير في شكل البيانات عن طريق تحويلها إلى رموز أو إشارات لحماية هذه البيانات من تعديلها. ويمكن تعريفه أيضا بأنه عملية تحويل المعلومات أو الرسائل عن طريق رموز غير مفهومة لكي لا يستطيع قراءتها من لا يعرف المفتاح الخاص بها ينقسم التشفير إلى نوعان:

1-التشفير المتماثل(المفتاح السري):

هنا يستخدم كل من المرسل والمستقبل المفتاح السري ذاته في تشفير الرسالة وفك تشفيرها ،ويتفق الطرفان في البداية على عبارة المرور (كلمات مرور طويلة) التي سيتم استخدامها وعبارة المرور يمكن أن تحتوي عبارات كبيرة وصغيرة أو رموز أخرى وبعد ذلك تحول البرمجيات التشفير (عبارة المرور)إلى عدد ثنائي ويتم إضافة رموز أخرى لزيادة طولها ويشكل العدد الثنائي الناتج مفتاح تشفير الرسالة ،وبعد استقبال الرسالة المشفرة يقوم المستقبل بفك تشفيرها باستخدام عبارة المرور نفسها .

إن الثغرة الكبيرة في هذا النوع من التشفير هو تبادل المفتاح السري دون أمان مما أدى إلى تراجع استخدام هذا النوع ويصبح شيئا من الماضي.

2-**التشفير اللامتماثل(المفتاح العام):**

وجاء حلا لمشكلة التوزيع غير الأمن للمفاتيح في التشفير المتماثل ويستخدم في هذا التشفير نوعين من المفاتيح مفتاح خاص ومفتاح عام عوض استخدام مفتاح واحد ،والمفتاح الخاص يكون معروفا لدى جهة واحدة فقط والمستقبلً ويستعمل لفك الشفرة، على عكس المفتاح العام الذي يكون معروف لدى أكثر من جهة والذي يستخدم في عملية تشفير الرسالة

خلاصة :

ان اقتصاد المعرفة في الأساس يقصد به أن تكون المعرفة هي المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي إذ تعتمد إقتصاديات المعرفة على توافر تكنولوجيات المعلومات والاتصال واستخدام الابتكار و الرقمنة فإن الموارد البشرية المؤهلة وذات المهارات العالية ، هي أكثر الأصول قيمة في الاقتصاد الجديد، المبني على المعرفة حيث ترتفع المساهمة النسبية للصناعات المبنية على المعرفة أو تمكينها ، كالتجارة الإلكترونية وخدمات الأعمال و هذا ما يتطلب:

- توافر مجتمع معرفي قادر على استيعاب التطورات الجديدة المصاحبة له.
- بنية تكنولوجية متطورة تسمح بكل التعاملات الالكترونية.

المراجع والهوامش

1. **نجم عبود نجم ، إدارة المعرفة –المفاهيم والاستراتيجيات- ،** الوراق للنشر والتوزيع ،عمان ،الأردن، الطبعة الثانية، 2008 ص187

2. **ربحي مصطفى عليان إدارة المعرفة ،** دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 ، ص278

3. **نجم عبود نجم ، إدارة المعرفة –المفاهيم والاستراتيجيات** مرجع سابق ، ص 186

4. بوطالب قويدر، بوطيبة فيصل، **الاندماج في اقتصاد المعرفة الفرص و التحديات**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول التنمية البشرية و الفرص مارس - 2004 الاندماج في اقتصاد المعرفة و الكفاءات البشرية،جامعة ورقلة،

5. **محمد خضري، متطلبات التحول نحو الاقتصاد المعرفي، مداخلة للمؤتمر العلمي الرابع،" إدارة المعرفة في العالم العربي**"، الأردن، 2004

6. **نعيم إبراهيم الظاهر ، إدارة المعرفة**، عالم الكتاب الحديث و دار جدار للكتاب العالمي، الأردن، 2009 ، ص281

7. **د.موسى رحماني، نحو توظيف إنساني لمنتوج المعرفة ، الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة**، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة ص.6

8. **د.موسى رحماني، نحو توظيف إنساني لمنتوج المعرفة ،**نفس المرجع ص 7 .

9. **نجم عبود نجم، إدارة المعرفة –المفاهيم والاستراتيجيات** مرجع سابق، ص192 -193 .

10. **ربحي مصطفى عليان إدارة المعرفة ،** مرجع سابق، ص385 .

11. **بوطالب قويدر وبوطيبة فيصل، الاندماج في اقتصاد المعرفة الفرص و التحديات، مرجع سابق** ص257.

12. **كمال منصوري ، خليفي عيسى ،اندماج اقتصاديات البلدان العربية في اقتصاديات المعرفة ،المقومات والعوائق** ،مرجع سابق، ص56

13. **جمال داود سليمان , اقتصاد المعرفة** , الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009 , ص69.

14-عبد الله قلش, تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و اقتصاد المعرفة ، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية , مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية جامعة الشلف 2007 ص11

15-**بختي إبراهيم , التجارة الالكترونية ,** ديوان المطبوعات الجامعية , الجزائر , 2008 , ص40

16- بختي إبراهيم، مرجع سابق، ص39

17-**عادل حرحوش المفرجي و آخرون , الإدارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية** ، بحوث و دراسات ، القاهرة، 2007 ، ص19

18- **إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية**، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2003 ص11-12.

19- **خضر مصباح الطيطي ، التجارة الالكترونية و الأعمال الالكترونية**، دار الحامد للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 ، ص44

20- **محمد نور صالح الجدابة ، سناء جودت خلف ، تجارة الكترونية** ، دار الحامد للنشر ، عمان، 2009 ، ، ص 27

21- .**بختي إبراهيم، التجارة الالكترونية**، مرجع سابق، ص57

22- **محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص 124

23- **طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية**، الدار الجامعية، جامعة عين شمس،2003، ص 671

24-**عبد الفتاح البيومي حجازي، عبد الفتاح بيومي حجازي ، الحكومة الالكترونية بين الواقع و الطموح** ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ،2008 ،ص204.

مواقع الأنترنت :

1-الموقع الإلكتروني https://stateofpayments.payfort.com

2- الموقع الرسمي الأنكتاد https//:WWW. UNCTAD.ORG