

آثار التجارة الإلكترونية على هيكل الأسواق مع الإشارة إلى الدول النامية

د. رمضان محمد مقلد^(*)

د. السيد محمد أحمد السريتي^(**)

* الأستاذ المساعد بقسم الاقتصاد - كلية التجارة - جامعة الإسكندرية.

** المدرس بقسم الاقتصاد - كلية التجارة - جامعة الإسكندرية.

آثار التجارة الإلكترونية على هيكل الأسواق مع الإشارة إلى الدول النامية

مقدمة

يعد مصطلح التجارة الإلكترونية e-commerce من المصطلحات الجديدة التي دخلت حياتنا اليومية بقوة، وأصبحت تتداول في الاستخدام العادي لتعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المختلفة المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وأصبح المصطلح ومرادفاته المختلفة مثل الاقتصاد الشبكي والاقتصاد الرقمي واقتصاد الإنترنت وغيرها من الكلمات الطناناً Buz words التي يكثر تبادلها في مجتمع الباحثين خاصة هؤلاء من أبناء الشرق الذين أدهشتهم هذه الثورة التكنولوجية الهائلة، والتي ألقّت الضوء على فجوة التخلف التي تفصل بينهم وبين أهل الغرب خاصة وأن هذه الثورة جاءت مترامنة مع موجة العولمة Globalization التي اقتحمت علينا حدودنا الإقليمية والوطنية .

غير أن التجارة الإلكترونية ما هي إلا حلقة من حلقات التقدم التكنولوجي الهائل الذي يعتبر سمة رئيسية من سمات الرأسمالية الصناعية التي ضربت جذورها في الغرب من النصف الثاني من القرن الثامن عشر، وأصبح لها قوة دفع ذاتية تدفع بها دائماً وأبداً نحو التطور الكمي والكيفي المتسارع حتى تمكنت من الانتصار الساحق على النظم الاقتصادية الشمولية والاستراكية والتسلطية في العالم، وراحت تجتاح العالم اليوم من غربه إلى شرقه ومن شماله إلى جنوبه. فهذه الظاهرة لا تبدو غريبة أو حديثة لأهل الغرب لأنها نتاج تطور طبيعي لحضارتهم القائمة على التبادل الحر والمنافسة الكاملة، وعلى الاختراع والتجديد وتوسيع نطاق السوق للاستفادة من الوفورات الاقتصادية للأحجام الكبيرة Economies of scale التي تسمح بالمزيد من التخصص وتقسيم العمل وانخفاض النفقات وزيادة الأرباح. وعلى هذا الدرب جاءت التطورات الاقتصادية والنجاحات العملاقة التي أذهلت العالم حقبة بعد أخرى .

والتجارة الإلكترونية أداة واضحة لعولمة التجارة، وهي تعمل على خلق فرص وفوائد عظيمة لكل من يستطيع استخدامها بكفاءة وفاعلية كما حدث ذلك في العالم المتقدم. ومن هنا أدركت الدول النامية أهمية الدخول في عصر التجارة الإلكترونية تطلعاً إلى زيادة قدراتها التنافسية وللوصول إلى المستهلك العالمي أينما كان عن طريق التسويق الإلكتروني، غير أن التجارة الإلكترونية يحفها في نفس الوقت العديد من المخاطر والمشاكل. فالمعلومات المتداولة بين أطراف التعامل التجاري عرضة للتسرب، وسرية المعلومات والمداومات غير مضمونة، الأمر الذي يفتح أبواباً واسعة لأنماط عديدة من المنافسة والممارسات غير المشروعة.

وانطلاقاً من ذلك سنحاول في هذه الدراسة التعرف بدقة على ما تعنيه التجارة الإلكترونية ومدلولاتها الاقتصادية سواء الإيجابية أو السلبية، وما هو أثرها على هيكل أسواق السلع والخدمات وأسواق عناصر الإنتاج وبخاصة في الدول النامية. وكيف يمكن للدول النامية أن تستفيد من التجارة الإلكترونية في توسيع نطاق أسواقها، فضلاً عن تحديد أهم الآثار الناجمة عن ممارسة الدول النامية للتجارة الإلكترونية، وعرض أهم المشاكل التي تواجه هذه الدول عند ممارستها للتجارة الإلكترونية وخاصة في مجال توسيع نطاق أسواق منتجاتها وأسواق خدمات عناصر الإنتاج. وعلى ذلك فإن هذه الدراسة سوف تسير على النحو التالي، في القسم الأول سيتم التعريف بالتجارة الإلكترونية ومدلولاتها الاقتصادية، وفي القسم الثاني نعرض لهيكل الأسواق، وفي القسم الثالث سنلقي الضوء على أثر التجارة الإلكترونية على هيكل أسواق السلع والخدمات في الدول النامية، وفي القسم الرابع سنوضح أثر التجارة الإلكترونية على أسواق خدمات عناصر الإنتاج في الدول النامية، وفي القسم الخامس سنعرض لأهم المشاكل التي تواجه ممارسة التجارة الإلكترونية في الدول النامية، وفي القسم الأخير سيتم عرض نتائج البحث.

القسم الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية:

حتى يمكن دراسة وتحليل التجارة الإلكترونية ومعرفة آثارها على هيكل أسواق الدول النامية يجب أن نستعرض التعريفات المختلفة للتجارة الإلكترونية. والتي يميل بعضها

إلى التضييق وبعضها إلى التوسيع فيما يندرج تحت هذا المفهوم الاقتصادي مدلولاته وممارساته.

التعريف الأول: وهو تعريف ضيق يقصر التجارة الإلكترونية على "عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني". (معهد التخطيط القومي، ٢٠٠٢: ١٧) والمقصود بالوسيط الإلكتروني هو "الإنترنت" (وهي شبكة عالمية مفتوحة وعامة) ولكن الوسائط الإلكترونية يمكن أن تتسع في هذا التعريف لتشمل إلى جانب الإنترنت وسائط إلكترونية أخرى مثل الشبكات الخاصة المغلقة على متعاملين محددين مسبقاً كذلك التي تستخدمها شركات الطيران والبورصات وكذلك الشبكات التي تصل بين عميل معين، ومجموعة من الموردين لما يحتاجونه من بضائع، ومن أشهر أمثلتها الشبكات التي تربط بين شركات صناعة السيارات وموردي المكونات اللازمة لإنتاج السيارات.

التعريف الثاني: وهذا التعريف تأخذ به منظمة التجارة العالمية (WTO, 2000) وهو تعريف أوسع من التعريف السابق، حيث تشمل التجارة الإلكترونية أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية وتنقسم العمليات التجارية طبقاً لهذا التعريف إلى ثلاثة أنواع من العمليات هي:

أ- عمليات الإعلان عن المنتج والبحث عنه.

ب- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.

ج- عمليات تسليم المشتريات.

ويلاحظ أن معظم الاهتمام في الدول المتقدمة التي نشأت فيها ظاهرة التجارة الإلكترونية، وكذا على صعيد المنظمات الدولية يركز على نوعين من الأنشطة المرتبطة بهذا النوع من التجارة وهي:

- التعاملات فيما بين الشركات وبعضها البعض B2B= Business to business

- التعاملات فيما بين الشركات والمستهلكين B2C = business to consumer

وقد سارت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي في نفس الاتجاه الموسع عند وضعها للقانون النموذجي للتجارة الإلكترونية وتحديد الأنشطة التجارية بحيث يشمل المسائل الناتجة عن جميع العلاقات ذات الطابع التجاري.

التعريف الثالث: وهو أكثر اتساعاً من التعريفين السابقين وتأخذ به عدة جهات مثل منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والباسيفيكي Asia pacific Economic cooperation ويقرر هذا التعريف أن التجارة الإلكترونية مرادف لمفهوم الأعمال التجارية. أي إنجاز الأعمال عبر الشبكات (درويش، ١٩٨٨: ٣٠٧) وباستخدام أنظمة الكمبيوتر سواء كانت هذه الوظائف داخلية تختص بإنجاز الأعمال المختلفة داخل الشركة مثل إدارة الإنتاج والأفراد، أو وظائف خارجية تختص بإنجاز الأعمال بين الشركات وبعضها البعض أو بين الشركات والمستهلكين مثل أعمال البيع والتسويق والتمويل والتفاوض وتقديم خدمات ما بعد البيع.

ومع ذلك هناك من يري التمييز بين مفهوم التجارة الإلكترونية ومفهوم الأعمال الإلكترونية e-business (العيسوي، ٢٠٠١) حيث يري أن مفهوم الأعمال الإلكترونية أكثر اتساعاً من مفهوم التجارة الإلكترونية. لأن الأعمال الإلكترونية تعني استخدام تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال الإلكتروني في مجال الأعمال ليس فقط من أجل السرعة في إنجاز المعاملات وتبادلها ولكن من أجل أحداث تحول كفي في طريق أداء الأعمال، بل وفي مفهوم الأعمال ذاته في العصر الحديث الذي يطلق عليه عصر المعلومات والمعرفة.

ويلاحظ أن الشركات التي تدخل مجال التجارة الإلكترونية سرعان ما تكتشف أن الأمر ينطوي على ما هو أكثر من مجرد فتح قناة توزيع جديد على الإنترنت، إذ سرعان ما يتسع نطاق استخدام الشبكات ليشمل جوانب مختلفة من إدارة العمل ونظم التشغيل، فقد يتحول جانب من قوة العمل في الشركات من العمل في المكاتب إلى العمل في المنازل (درويش، ١٩٨٨: ٢٨١) مع الاتصال إلكترونياً بمقر الشركة. وقد يزداد الاعتماد على المعلومات التي تتيحها التجارة الإلكترونية عن العملاء في تصميم الحملات الإعلانية، وفي اقتراح سلع محددة توافق رغباتهم وأذواقهم

(Tailor - mode) كما ينطوي الأمر على التحول من نظام أسعار البيع المحددة مسبقاً إلى نظام البيع بالمزادات على الخط (on line).

التعريف الرابع: يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بمفهوم أكثر اتساعاً عن التعريفات السابقة على أنها "استخدام الأساليب الإلكترونية الحديثة في إنجاز المعاملات التجارية" والأساليب الإلكترونية هي منظومة متكاملة من الوسائط الإلكترونية تعمل في تكامل مع بعضها البعض، وأهمها التليفون (عادي ومحمول) والكمبيوتر (شخصي أو عملاق) وشبكات الكمبيوتر المحلية والدولية، بحيث تمكن من التبادل والتواصل والوساطة بكافة أنواعها في أي وقت، وبين أي نقطتين في الفراغ الكروي أو الأرض Global Space الذي نعيش فيه وبتكلفة زهيدة نسبياً، وهذه المنظومة رتبت إمكانية التبادل والتعامل بكافة أنواعه سواء تبادل معرفي أو تبادل سلعي أو خدمي. ومكنت من إنجاز كثير من الأعمال الاقتصادية نذكر منها (توفيق وحناء، ٢٠٠٢: ٤٤):

Electronic Banking and trading	عمليات الصرافة والتجارة
Electronic Bank transfer	عمليات تحويل الأرصدة إلكترونياً
Electronic Data interchange	عمليات التبادل الإلكتروني للبيانات
Electronic mail	عمليات البريد الإلكتروني
Facsimile transfer	عمليات التحويل الفاكسميلي
Electronic catalogue	عمليات الكتالوج الإلكتروني
Video conferences	إجراء وتنفيذ المؤتمرات من خلال الفيديو
Multimedia Communication	الاتصالات متعددة الوسائط
Information Retrieval and Utilization	الحصول على المعلومات واستثمارها
Cost containment	الحد من النفقات
Marketing and sales	التسويق والمبيعات
Gaming competitive Advantages	الحصول على ميزات تنافسية

وعلى ذلك فإن الوسائط الإلكترونية قد مكنت من تنفيذ كل ما يتعلق بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر الشبكات الإلكترونية المختلفة التي تغطي العالم في شكل عنكبوتي إلكتروني بطريقة لحظية، وأصبح معها عنصر المسافة

قليل الأهمية إلى حد كبير في المعاملات التجارية والمعلوماتية. ويميل البعض إلى تصنيف المعاملات الإلكترونية وفق طبيعة الأطراف المتعاملة والتي يمكن تصنيفها إلى ثلاثة أطراف رئيسية هي: قطاع الأعمال والقطاع العائلي والقطاع الحكومي. وهذه القطاعات الثلاثة عند تعاملها مع بعضها البعض تخلق تسعة أنواع من التعاملات يمكن إجمالها في الجدول التالي (El-arabi, 2002, 76):

جدول (1)

التعاملات الإلكترونية بين قطاعات الاقتصاد القومي

القطاع القطاع	الأعمال B	الأفراد (العائلي) C	الحكومي G
الأعمال B	B2 B التبادل التجاري	C2 B التسوق الإلكتروني	G2 B تدفق المعلومات من الحكومة إلى قطاع الأعمال
الأفراد (العائلي) C	B2 C الإعلان التجاري وعرض الخدمات	C2 C تدفق المعلومات بين أفراد القطاع العائلي	G2 C تدفق المعلومات من الحكومة إلى الأفراد
الحكومي G	B2 G التوريدات الحكومية والمناقصات على الأعمال العامة ودفع الضرائب	C2 G إنجاز المصالح الحكومية ودفع الضرائب للقطاع العائلي	G2 G الحكومة الإلكترونية والتسيق بين الجهات المختلفة

ويتضح من خلايا الجدول السابق أن التعاملات الإلكترونية تتكون من تسعة أنواع من التعاملات هي:

1- التعاملات فيما بين الشركات وبعضها (B2 B) وتشمل هذه المعاملات التبادل التجاري بين شركات الأعمال مثل تقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير.

٢- التفاعلات فيما بين الشركات والمستهلكين (B2C) وتختص بالإعلان التجاري وعرض الخدمات من قبل الشركات المنتجة لتوصيلها إلى المستهلكين.

٣- التفاعلات بين الشركات والأجهزة الحكومية (B2G) وتغطي جميع التحويلات مثل: التوريدات الحكومية والمناقصات على الأعمال العامة ودفع الضرائب.

٤- التفاعلات بين المستهلكين والشركات (C2B) وتشمل معاملات التسوق الإلكتروني وتعني البحث عن أفضل المنتجات عن طريق تصفح مواقع الشركات المختلفة وكذلك الدخول في المزادات على الخط.

٥- التفاعلات بين المستهلكين أنفسهم (C2C) وتتضمن تدفق المعلومات بين أفراد القطاع العائلي حيث يمكن للمستهلكين تبادل عدد ضخم من السلع والخدمات فيما بينهم مباشرة عن طريق مواقع الإنترنت دون تدخل من الوسطاء، وكذلك مثل بيع العقارات السكنية والسيارات والإعلان عن الخدمات الشخصية.

٦- التفاعلات بين المستهلكين والحكومة (C2G) وتختص بقضاء أفراد القطاع العائلي مصالحهم لدى القطاع الحكومي مثل دفع الضرائب والحصول على الخدمات المتعلقة بكافة الخدمات الحكومية.

٧- التفاعلات بين القطاع الحكومي والشركات (G2B) وتشمل تدفق المعلومات من القطاع الحكومي إلى قطاع الأعمال.

٨- التفاعلات بين القطاع الحكومي والمستهلكين (G2C) وتتضمن تدفق المعلومات من القطاع الحكومي إلى أفراد القطاع العائلي مثل تقديم المعلومات الخاصة بالوظائف الحكومية ونماذج الخدمات المختلفة.

٩- التفاعلات فيما بين الأجهزة الحكومية وبعضها (G2G) وتختص هذه التفاعلات بتبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية، فيما يسمى بالحكومة الإلكترونية، ويمكن أن تشمل أعمالاً ذات طابع تجاري كإن توجر هيئة حكومية ممتلكات خاصة بها لوزارة أو هيئة حكومية أخرى.

يلاحظ أن التفاعلات الإلكترونية السابقة تتخلل كافة تعاملات القطاعات المختلفة للاقتصاد. فالأجهزة الحكومية أصبح بوسعها الآن أن تتبادل المعلومات مع بعضها البعض ومع مؤسسات الأعمال وأفراد القطاع العائلي بأقل قدر ممكن من

الروتين الحكومي خاصة فيما يتعلق بالتعاملات الضريبية والمقاولات والمناقصات الحكومية، وفيما يتعلق بالأعمال الإدارية الحكومية مع وحدات الجهاز الحكومي فيما بينها أو مع وحدات قطاع الأعمال والقطاع العائلي. ومما لا شك فيه أن التعامل الإلكتروني الحكومي مع باقي قطاعات المجتمع من شأنه كسر الأشرطة الحمراء للبيروقراطية الحكومية وتخفيض نسبة الفساد والرشوة والمحسوبية في الأداء الحكومي وذلك إذا ما توفرت الشفافية في المواقع الحكومية المختلفة.

ولم يظهر الجدول السابق القطاع الخارجي لأن القطاعات الواردة بالجدول لها الطابع الدولي وليس الطابع المحلي، فقطاع الأعمال يعني قطاع الأعمال الدولي والقطاع الحكومي يعني كافة الحكومات... وهكذا، لأن التجارة الإلكترونية لا تعرف المحلية، فهي ليست مقيدة بحدود إقليمية، وإنما هي نظام كوكبي Globalization على الأقل فيما يتعلق بتدفق المعلومات، بينما يظل تدفق السلع رهن الانفتاح الحدودي والجمركي، وهذه هي مسئولية المنظمات الدولية الحديثة، وعلى رأسها منظمة التجارة العالمية WTO.

وبعد استعراض التعريفات المختلفة للتجارة الإلكترونية وبعيداً عن التعاملات التي يظهرها جدول (١) يمكن القول بأن التجارة الإلكترونية باختصار شديد هي "تبادل السلع والخدمات والمعلومات ذات الأهمية التجارية أو القيمة الاقتصادية عبر الشبكات الإلكترونية" غير أنه يجب التنويه إلى أن السلع المادية مثل السيارات والمعدات تنتقل بطبيعة الحال عبر أنظمة الشحن والحدود الجمركية، أما السلع الرقمية مثل البرمجيات والمواد الترفيهية والخدمات الاستشارية ونحوها فيمكن نقلها مباشرة عبر الشبكة الإلكترونية. والمهم هو إنجاز الشكل التجاري والقانوني اللازم لنقل هذه السلع فيما بعد بالطرق التقليدية المتعارف عليها خارج نطاق الشبكة المعلوماتية. ولذلك فإن أهم ما يتم إنجازه عبر الشبكة المعلوماتية الإلكترونية هو (١) الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات من قبل بائعيها (جانب العرض). (٢) التعرف على السلع والبضائع والخدمات من قبل طالبيها (جانب الطلب). (٣) تقابل رغبات المشتريين مع رغبات البائعين وإنهاء إجراءات السداد اللازمة حتى يحصل المشتري على السلعة أو الخدمة المطلوبة (توازن السوق). كل ذلك يتم بطريقة إلكترونية يختفي فيها عنصر المكان

تماماً ويختزل فيها عنصر الوقت إلى الحد اللازم إلكترونياً لإنجاز الإجراءات القانونية والتجارية المتعلقة بالصفقة، وهو وقت قصير نسبياً لا يقارن بالوقت اللازم لعمليات التسويق ميدانياً.

وانطلاقاً من ذلك فإننا نستطيع أن نجمل مزايا التجارة الإلكترونية فيما يلي:

١- إن العالم كله أصبح سوقاً مفتوحاً للجميع، أو بلغة أدق لكل من يملك إمكانية الدخول على شبكة الإنترنت سواء كان بائعاً أو مشترياً، حيث يتوافر لكل طرف كم هائل من المعلومات والمواصفات والأسعار والأنواع مما يمكن المتعاملين من اختيار أجود المنتجات بأنسب الأسعار.

٢- إن هذا النوع من التجارة سوف يقلل إلى أدنى حد دور الوساطة التجارية مما يقلل بدوره من تكلفة المعاملات Transaction Cost بالإضافة إلى انخفاض تكلفة البنود الأخرى (الأعمال الورقية، خطابات الضمان، النقل بالبريد العادي ... الخ)

٣- إن هذه التجارة سوف تجعل تكلفة الدخول والخروج من الأسواق منخفضة جداً، فالبائع لن يتكلف أكثر من عمل موقع Web site على الشبكة الدولية يستطيع به أن يدخل كافة أسواق العالم دون أن يتكبد نفقات فتح الفروع التقليدية Brick and Mortar المكلفة، الأمر الذي يقلل من النفقات الثابتة ويقلل بالتالي من عنصر المخاطرة ويجعل الخروج من السوق لا يكلف شيئاً.

٤- إن التجارة الإلكترونية تساعد على تحقيق الكفاءة Efficiency والفاعلية Effectiveness والكفاءة تعني تحسين آلية تبادل المعلومات داخل المؤسسات والتغلب على العقبات المنطقية التي تعوق جمع ونشر المعلومات في التوقيت المناسب. أمام الفاعلية فهي تعني الأثر أو الفائدة التنظيمية التي تعود من تحسين التعاون والترابط بين أجزاء المؤسسة وأثر ذلك على آلية اتخاذ القرار، وبالتبعية تزيد كفاءة وفاعلية التجارة الإلكترونية.

القسم الثاني: هيكل الأسواق:

ينسب علماء الاقتصاد درجة أداء الاقتصاد المعين Market Performance بالممارسات السوقية على جانبي الطلب والعرض Market-conduct والتي تحدد بدورها هيكل السوق Market structure (Shepherd, 1979). والأسواق كما نعلم هي الجهاز العصبي للاقتصاديات الحرة الحديثة، فهي المنوط بها حل جوانب المشكلة الاقتصادية (أ) ماذا ننتج؟ (ب) كيف ننتج؟ (ج) لمن ننتج؟ (د) ما هي التوقعات المستقبلية للإنتاج وإمكانيات النمو الاقتصادي المتواصل. وكثير من الناس يفكرون في الأسواق على أنها تلك الأماكن التقليدية للتسوق والتي يتقابل فيها البائعون والمشترون لعقد الصفقات التجارية، ويكثر فيه اللغط والتفاوض والمكر واستخدام الحيلة لتحقيق أعلى ربح ممكن حتى لو كان ذلك على حساب خسارة الآخرين. إلا إن هذه النظرة التقليدية للأسواق اختلفت الآن باختلاف شكل السوق والدور المطلوب منه، وسوف نلقي في هذا القسم من الدراسة الضوء على الدور الاقتصادي للسوق بمفهومه الحديث، ثم نرى بعد ذلك في القسم الثالث كيف اقتربت التجارة الإلكترونية بالأسواق من شكلها النموذجي.

أ- تعريف السوق: السوق الحديثة هي أي عملية منظمة يتمكن من خلالها البائعون والمشترون من تبادل السلع والخدمات باستخدام أي وسيلة ملائمة للدفع، والسوق بهذا المفهوم تخرج عن حيز المكان الذي ارتبط به تقليدياً وكلما تحرر السوق من قيد المكان كلما كان ذلك أفضل لما يسمح به ذلك من ازدياد حجم السوق، فكلما انتقل السوق من المحلية إلى الإقليمية إلى العالمية كلما كان ذلك أفضل، حيث يتيح درجة أعلى من المنافسة. والمنافسة كما نعلم صفة حميدة في الأسواق تتجه بها نحو تقديم الأفضل من السلع والخدمات بتكلفة أقل.

ب- أهمية السوق: لا تقتصر أهمية السوق الحديثة على أنها مكان للتبادل التجاري، ولكن أصبح للسوق في المجتمع الرأسمالي الحر دور رئيسي مؤسسي Institutional (Greer, 1984) حيث يجسد السوق مبادئ الديمقراطية والحرية التي تعتبر قيم أساسية في المجتمع الرأسمالي المعاصر، ولذلك فالسوق الحديثة لها طابعان، طابع

قيمي Value aspect وطابع وظيفي Functional aspect فالطابع الوظيفي التقليدي للأسواق هو ذلك الذي يتعلق بالتعامل مع المشكلة الاقتصادية (مشكلة ندرة الموارد الاقتصادية) وهذا الطابع الوظيفي أشرنا إليه سابقاً، ويتلخص في أن السوق تقدم آلية غير مركزية أو غير مرئية للتنسيق بين القرارات الاقتصادية المختلفة بطريقة تلقائية بحيث تجيب عن الأسئلة المختلفة المذكورة في بداية هذا القسم من البحث، وحتى يؤدي السوق هذه الوظيفة نحتاج أن يقرر في المجتمع مبدأ حرية التملك وحرية التعاقد حتى يخلق السوق بطريقة آلية حافظاً للسعي وحدوداً قانونية لهذا السعي بما يقضي على التعارض بين مصالح المتعاملين.

أما الطابع القيمي للأسواق فيتمثل في أنه يجسد قيم الحرية واللامركزية والديموقراطية التي تقوم عليها الديموقراطيات الحديثة، فالسوق تقدم أفضل الحلول الممكنة بأقل قدر من التدخل الحكومي وبطريقة أكثر استمالة لرضى المتعاملين Appealing فحرية الاختيار وحرية التعاقد وحرية دخول الأسواق والاستثمار تجسد حرية الأفراد أو قيمة الحرية Freedom التي تمجدها المجتمعات الحديثة، ذلك لأن التشغيل الحر للأسواق يطلق للأفراد حرية التعبير عن قراراتهم الاستهلاكية والإنتاجية، ويتيح إنتاج السلع التي تشبع اختيارات الأفراد، وعلى ذلك فنظام السوق يطلق عليه سيادة المستهلك Consumer Sovereignty وكلما خلت الأسواق من القيود والنزعات الاحتكارية والتدخلات الحكومية كلما جسدت وأكدت بصورة أكثر وضوحاً قيمة الحرية. وبالإضافة إلى قيمة الحرية فإن السوق يجسد أيضاً فكرة المساواة Equality فلكل فرد فرصة متساوية في الكسب والإبداع وتأكيد قدراته كما أن حق المساواة متاح للجميع والقدرات الاقتصادية للأفراد يتحدد بمقدار ما في يد كل منهم من قوة شرائية فكل دولار يدفع في السلعة هو بمثابة صوت Vote انتخابي في صالح إنتاج هذه السلعة. فالمساواة في ظل نظام السوق الحر تتلخص في تساوي القوة التفاوضية للأفراد Equal bargaining power وتساوي الفرص Equal opportunity.

أما العدالة Justice والنزاهة Fairres في ظل نظام السوق تتمثل في الالتزام بقيم الأمانة والابتعاد عن الغش والخداع والغرر والجهالة في التعاملات الاقتصادية. فنحن نعلم أن حافز تعظيم الربح قد يجبر الأفراد إلى بعض الممارسات غير الأخلاقية Unfair ولكن كلما مالت السوق إلى المنافسة والكمال كلما وضعت قيوداً تلقائية على هذه الممارسات غير الأخلاقية التي تنشأ عادة من عدم كمال الأسواق ونقص المعلومات على أحد جانبي المعاملة أو المبادلة المعينة Asymmetric information كذلك فإن من القيم التي تمجدها المجتمعات الرأسمالية الحرة التقدم الاقتصادي والرفاهية الاقتصادية للأفراد والتقدم الفني، وهي الغايات التي يجب أن تحققها الأسواق، ولا تتحقق هذه الغايات إلا إذا كانت الأسواق كفيلة بتحقيق الكفاءة الفنية والتخصيصية للموارد، وعلى درجة عالية من المرونة لتفادي الأزمات الاقتصادية والأسواق الحرة لها من المقومات ما يؤهلها لتحقيق هذه الغايات خاصة كلما اقتربت الأسواق من المنافسة الكاملة.

ففي سوق المنافسة الكاملة كما نعلم تتساوى أسعار السلع (التقييم الحدي لهذه الأسعار من قبل جمهور المستهلكين) مع التكلفة الحدية لإنتاجها (التقييم الاجتماعي للموارد الموجهة لإنتاج السلعة المعينة) وهذا بالضبط هو شرط التخصيص الأمثل أو الكفاءة التخصيصية للموارد Allocative efficiency كما تميل تكلفة الإنتاج إلى أدنى مستوى لها بفعل قوى المنافسة والرغبة في تحقيق أقصى ربح ممكن وتلافي الخسارة، فإن كل مشروع سيعمل في الأجل الطويل عند الحد الأدنى للتكلفة المتوسطة، وهنا تتحقق الكفاءة الإنتاجية productive efficiency. وفي ظل سوق المنافسة الكاملة سيعمل كل منتج على تطبيق أفضل الأساليب الفنية المتاحة لتدنية تكاليفه والمحافظة على نصيبه السوقي، الأمر الذي يخلق دائماً الحافز للبحث والابتكار والتقدم الفني.

جدول (٢)

القيم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وكيفية
تحقيقها في ظل نظام السوق

القيمة	كيف تتحقق
الحرية	١- الاختيار الحر في الاستهلاك ٢- حرية الدخول والخروج من الأسواق ٣- محدودية التدخل الحكومي والحرية السياسية والأمن القومي
المساواة	١- تشتت القوة الاقتصادية والسياسية ٢- تساوي القوة التفاوضية للأفراد مشتريين وباعين ٣- تقليل الفوارق بين الدخول
العدالة والنزاهة	١- منع الممارسات غير النزاهة ٢- معايير الجودة ٣- الأمانة ٤- الشفافية
الرفاهية الاقتصادية	١- الكفاءة الفنية والتخصيصية. ٢- العمالة الكاملة ٣- استقرار الأسعار ٤- مراعاة الجوانب البيئية والصحية.
التقدم الاقتصادي	١- التقدم الفني ٢- زيادة متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي.

Source: Green, D. F.: "Industrial organization and Public policy", (2ed) Macmillan publishing co, 1984, CH.1.

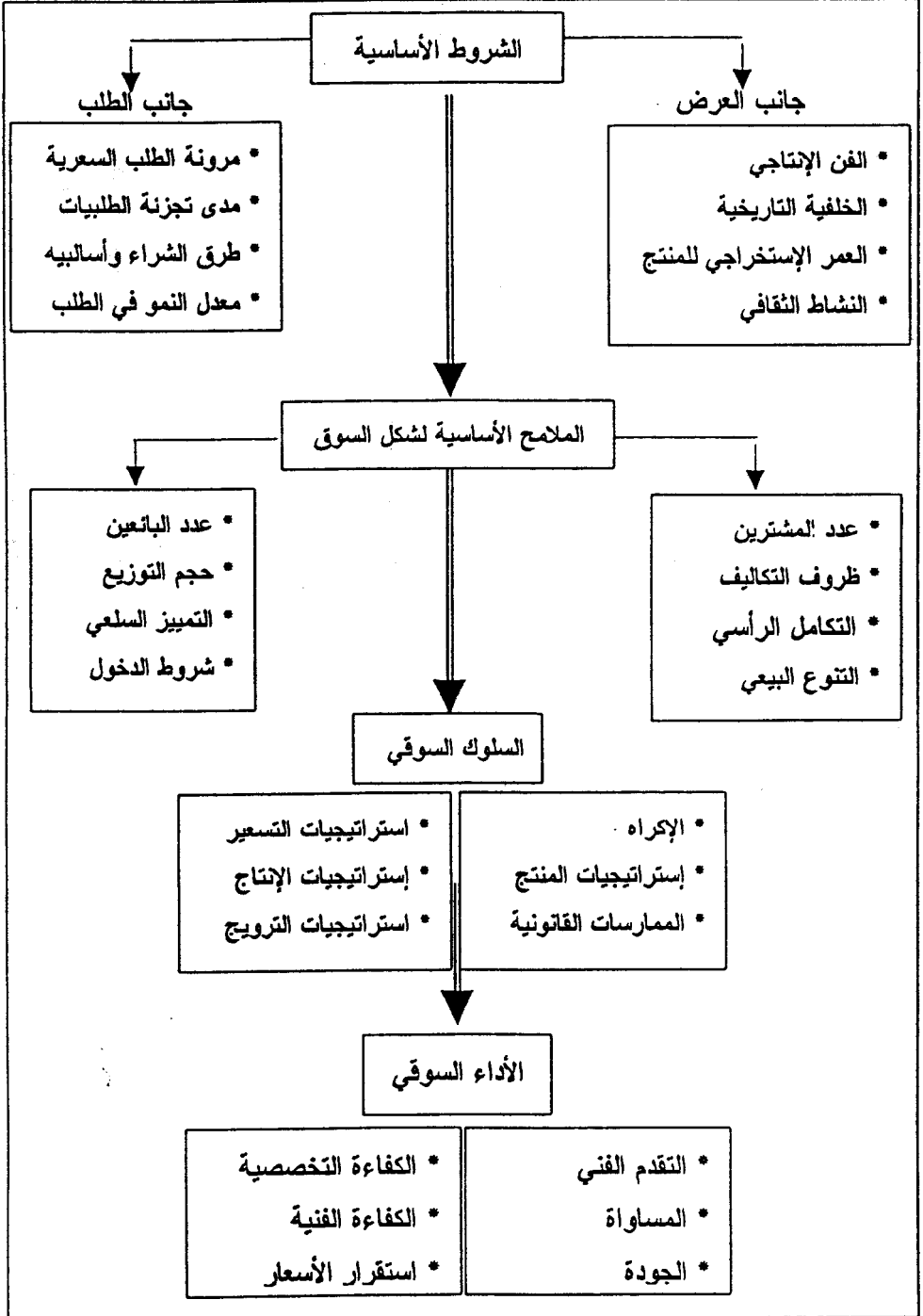
جـ- درجة كمال الأسواق وأداء المهام الوظيفية: تقرر النظرية الاقتصادية أن هناك شروطاً أساسية تحدد شكل السوق، والتي بدورها تحدد الممارسات السوقية للمتعاملين في الأسواق، وهذه الأخيرة تحدد إلى حد ما درجة الأداء السوقي.

هيكل السوق: هناك بعض الشروط الأولية التي تتدخل إلى حد كبير في تحديد الملامح الأساسية لسوق منتج معين. وأهم هذه الشروط الأولية: مرونة الطلب السعرية، وقابلية الطلب على المنتج للتجزئة، وأساليب الشراء، ومعدل النمو في الطلب على المنتج، ومستوى التكنولوجيا، والخلفية التاريخية لسوق المنتج المعين، والعمر الاستخراجي للمنتج، ومستوى العمل النقابي، وقوة الغرف التجارية، النشاط الحكومي في الأسواق ... وخلافه. وهذه الشروط الأساسية تحدد إلى حد بعيد كما ذكرنا الملامح الأساسية لهيكل السوق وأهمها: عدد المشترين والبائعين في السوق، والنصيب السوقي لكل بائع، وإمكانيات التمييز السعوي، وسهولة الدخول إلى السوق وتكلفة الخروج منه، ودالة التكاليف، ودرجة التكامل الرأسي، والتنوع البيعي.

وهذه الملامح هي التي تعطي للسوق شكله الاقتصادي من حيث درجة المنافسة والاحتكار، وتتراوح الأسواق في ذلك بين أربعة أشكال رئيسية: ١- المنافسة الكاملة. ٢- المنافسة الاحتكارية. ٣- منافسة القلة. ٤- الاحتكار. ولكل شكل سوقي من هذه الأشكال أنماط معينة من السلوكيات سواء على جانب البائع أو المشتري، وأهم هذه السلوكيات ما يتعلق باستراتيجيات التسعير. والجدولان (٣)، (٤) يوضحان على التوالي العلاقة الافتراضية بين شكل السوق وسلوكه وأدائه ثم بعد ذلك الخصائص الأساسية لكل شكل سوقي.

جدول (٣)

العلاقة المثلية للأسواق



Source: Greer, D.F, Ibid, Ch.1.

جدول (٤)

هيكل الأسواق وخصائصها

الأداء السوقي			السلوك السوقي			الخصائص الأساسية			نوع السوق
درجة التقدم	الكفاءة الفنية	الأرباح	سياسات الترويج	سياسات الإنتاج	سياسات الأسعار	نوع المنتج	شروط الدخول	عدد المنشآت	
فقير	جيد مرتفع	عادية	جماعي	مستقل	لا يوجد	متجانس	سهل	كبير جداً	المنافسة الكاملة
مقبول	جيد	عادية	مستقل بالمنشأة	تداخل غير معترف به		يمكن تمييزه	سهل	كبير	المنافسة الاحتكارية
جيد	ربما ضعيف	غير عادية إلى حد ما	قد يكون جماعي أو مستقل أو هيكل	تداخل معترف به		قد يكون متجانس أو غير متجانس	معوق	قليل	منافسة القلة
ضعيف	ضعيف	غير عادية عالية	منفرد مؤسس سياسي	مستقل	مستقل	كامل التمييز	مغلق	واحد	الاحتكار

Source: Greer, D.F, Ibid, Ch.1.

وواضح من الجدول السابق أن سوقي المنافسة الكاملة والمنافسة الاحتكارية هما أفضل شكلين من أشكال السوق من حيث أنهما يقتربان من تحقيق الكفاءة الفنية (المنافسة الكاملة) كما أنهما يحققان درجة عالية من التقدم الفني من خلال المنافسة على التجديد والتحديث والتطوير (خاصة المنافسة الاحتكارية). ولا يحققان إلا الأرباح العادية مما لا يخلق تفاوتاً في الثروات وتوزيع الدخول. ولذلك فإن أي اقتراب لأسواق الدول النامية من سوق المنافسة الكاملة سوف يترتب عليه الارتقاء بمستوى الأداء السوقي حيث يزيد الإنتاج حتى يغطي الطلب عند أدنى نقطة للتكلفة المتوسطة فتتحقق الكفاءة الفنية في الإنتاج، وتوزيع الموارد الاقتصادية أفضل توزيع ممكن بما يسمح بتحقيق التخصيص الأمثل للموارد، بالإضافة إلى عدم قدرة المنتجين في الأجل الطويل على تحقيق أرباح غير عادية مما يعطي نمطاً أفضل لتوزيع الدخل والثروات، ويمكن

من تحقيق العدالة الاجتماعية. وكذلك فإنه في ظل سيادة سوق المنافسة الكاملة يلتزم كل طرف من المتعاملين بالأمانة في الأداء، ومما يؤدي إلى تحقيق الشفافية حتى لا يفقد المنتج أو البائع عملائه وخاصة في ظل سوق المنافسة الاحتكارية.

مما سبق يتضح، أننا تعرضنا في هذا القسم من الدراسة لهيكل الأسواق وأهم الاختلافات بينها، وسوف نوضح في القسم التالي أثر التجارة الإلكترونية على هيكل الأسواق في الدول النامية.

القسم الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على هيكل أسواق السلع والخدمات في الدول النامية:

رغم تعدد آثار التجارة الإلكترونية على الدول النامية إلى أننا سوف نركز في هذه الدراسة على آثارها على هيكل أسواق السلع والخدمات وأسواق خدمات عناصر الإنتاج في الدول النامية، على أن يخصص هذا القسم من الدراسة لبيان أثر التجارة الإلكترونية على هيكل أسواق السلع والخدمات في الدول النامية، ويخصص القسم التالي من الدراسة لتوضيح أثرها على أسواق خدمات عناصر الإنتاج في الدول النامية.

فالنمو الاقتصادي لم يعد يعتمد فقط على عرض عوامل الإنتاج والتقدم التكنولوجي، ولكن يعتمد على حد كبير على مدى الاستفادة من هذه العوامل مع بعضها البعض ووضعها المناسب الذي تعطي فيه أعلى عائد خاص واجتماعي ممكن. ويتوقف ذلك على شكل السوق الذي يلعب دوراً حاسماً في تحقيق التخصيص الأمثل للموارد، فكلما اقترب شكل السوق من المنافسة الكاملة كلما أمكن تحقيق التخصيص الأمثل للموارد المتاحة في المجتمع، وربما لجأ الاقتصاديون إلى تفسير الاختلافات في مستويات النمو الاقتصادي إلى الاختلافات في درجة كفاءة أسلوب التنظيم والإدارة. وأهم عنصر يلزم المنظم أو المنتج والمستهلك لتحقيق الكفاءة في استخدام الموارد هو درجة المنافسة في السوق، ودرجة الكفاءة في الأداء الحكومي والمؤسسات العامة التي تمارس دوراً كبيراً في تخصيص الموارد وتوجيه الأسواق.

والتجارة الإلكترونية تقربنا كثيراً من سوق المنافسة الكاملة أو على الأقل سوق المنافسة الاحتكارية وهما نموذجان ظلا حتى وقت قريب مجرد نماذج نظرية تدرس فقط في قاعات البحث، ولكن من المتوقع في ظل التجارة الإلكترونية أن تقترب أسواق السلع والخدمات في الدول النامية أكثر وأكثر من نموذج سوق المنافسة الكاملة إن لم يكن في شكله النموذجي النظري فإنها تقربنا من شكل عملي *Workable Version* من الشكل المثالي للأسواق. ولكن كيف يتحقق ذلك؟ من خلال تحقيق الافتراضات الأساسية للمنافسة الكاملة في واقع الدول النامية وذلك على النحو التالي:

١- الافتراض الأول: أن سوق المنافسة الكاملة يتطلب وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين بحيث يقل نصيب كل وحدة إنتاجية أو استهلاكية من السوق ومن ثم لا تستطيع أن تؤثر على مجريات الأمور في السوق وخاصة فيما يتعلق بالأسعار. فكما نعلم في ظل سوق المنافسة الكاملة يكون المنتج أو البائع قابلاً للسعر *Price taker* ولا يستطيع أن يؤثر فيه أو يغالى فيه وإلا فقد كل عملائه.

ولا شك أن التجارة الإلكترونية ستوسع من نطاق السوق وسوف تجعل عدد البائعين والمشتريين أكبر ما يمكن، لأن من خصائص التجارة الإلكترونية خفض الحواجز المعلوماتية إلى أدنى حد ممكن، فالعالم كله يصبح تحت أصابع أي متعامل مع شبكة التجارة الإلكترونية، وقد بلغ عدد الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت على المستوى العالمي ٥٨٠ مليون شخص (IT.U, 2002) وهؤلاء يمثلون عدد المستهلكين المحتملين لكافة أنواع السلع والخدمات التي يتم عرضها عبر الشبكة المعلوماتية، وهذا يعني أن عدد المشتريين أصبح بالملايين أي عدد كبير جداً. ومن ناحية أخرى فقد بلغ عدد البائعين الذين يستخدمون الشبكة المعلوماتية لتسويق منتجاتهم ملايين البائعين (IT.U, 2002) وهؤلاء يمثلون عدد المنتجين الذين يقومون بعرض إنتاجهم من السلع والخدمات عبر الشبكة المعلوماتية، وهذا يعني أن عدد البائعين أصبح كبيراً جداً. فالمشتري سوف يكون في متناوله وبمقدوره التسوق بين آلاف المواقع المنتجة للسلعة دون التقيد بالموزعين المحليين اتقاء لتكاليف التسوق والبحث. وكذلك فإن كل منتج سوف يتاح له التعامل مع شرائح

عريضة من المستهلكين دون التقييد بظروف عملائه المحليين أو الإقليميين. وكل ذلك سوف ينعكس في حدوث زيادة كبيرة جداً في عدد البائعين والمشتريين في السوق المحلية أو الإقليمية أو العالمية، ومن ثم يتحقق الافتراض الأول لسوق المنافسة الكاملة.

٢- الافتراض الثاني: أن سوق المنافسة الكاملة يتطلب ضرورة تجانس وحدات السلعة المنتجة من حيث الشكل واللون والجودة. والتجارة الإلكترونية ستقل إلى حد كبير التمييز السلعي الذي يحاول المنتجين من خلاله إيهام المستهلكين بالتميز والتفرد السلعي وذلك لأن التجارة الإلكترونية ستؤدي إلى وجود درجة من تمييط المنتجات ووضع الخصائص الفنية للسلع حتى يسهل تنفيذ طلبات الشراء عن بعد (On line) وخاصة فيما يتعلق بالسلع ذات الخصائص الفنية التي تهم المستهلك دون خصائصها الشكائية، وبالتالي تقترب المنتجات من أن تكون بدائل لبعضها البعض وتقل درجة التمييز السلعي. ومن أمثلة ذلك أجهزة الحواسيب وآلات التصوير الرقمية والبرمجيات والكتب والمواد العلمية.

وهذا يعني أن التجارة الإلكترونية أدت وساعدت على تحقيق التجانس بين وحدات السلعة المنتجة من خلال تمييط المنتجات، ومن ثم يمكن تحقيق التجانس إلى حد كبير بين وحدات السلع المنتجة ومن ثم تساعد التجارة الإلكترونية على تحقيق الافتراض الثاني لسوق المنافسة الكاملة.

٣- الافتراض الثالث: أن سوق المنافسة الكاملة يتطلب ضرورة توافر حرية الدخول والخروج من وإلى السوق بالنسبة لكل بائع أو مشتري. فالتجارة الإلكترونية سوف تجعل تكلفة الدخول والخروج من الأسواق منخفضة جداً، فالبائع لن يتكلف أكثر من عمل موقع Web site على الشبكة الدولية وما يتطلبه ذلك من خطط ترويج وتسويق حتى يستطيع من خلاله أن يدخل كافة أسواق العالم دون أن يتكبد نفقات فتح الفروع التقليدية Brick and Mortar المكلفة، الأمر الذي يقلل من النفقات الثابتة، ويقلل بالتالي من عنصر المخاطرة ويجعل الخروج من السوق أو الدخول إليه لا يتكلف كثيراً. أما المشتري فلا يتكلف شيئاً على الإطلاق فيما يتعلق بعملية التسوق إلا ما

يتطلبه إجراء مكالمة هاتفية محلية داخل المدينة خلال فترة التسوق أي أنه لا توجد هناك أي قيود أو موانع على الدخول أو الخروج من السوق.

مما سبق، يتضح أن التجارة الإلكترونية تزيد من قدرة منشآت الأعمال على المنافسة حيث أن تصميم موقع للمنشأة على شبكة الإنترنت يمكن المنشأة من منافسة غيرها من المنشآت العاملة في مجال النشاط محلياً وإقليمياً وعالمياً، فالإنترنت يمكن منشآت الأعمال من الدخول في أسواق جديدة ومن ثم زيادة أرقام مبيعاتها في العديد من الأسواق محلياً وعالمياً وهكذا يتحقق الافتراض الثالث لسوق المنافسة الكاملة.

٤- الافتراض الرابع: أن سوق المنافسة الكاملة يتطلب ضرورة المعرفة التامة بأحوال السوق بالنسبة لكل بائع أو مشتري وهذا يعني أن سوق المنافسة الكاملة تحتاج إلى كم هائل من المعلومات عن جانبي الطلب والعرض. ولا شك أن شبكة التجارة الإلكترونية هي بالدرجة الأولى شبكة معلوماتية سوف توفر كمية هائلة من المعلومات عن السلع المتاحة، وبدائلها ومصادر السلع المتكاملة معها الأمر الذي يزيد من مرونة الطلب السعرية ويقلل من قدرة المنتج على ممارسة سياسات سعرية احتكارية. كذلك فإن أسلوب التعامل الإلكتروني وانفتاحه على كافة الأسواق سوف يلزم البائعين بالالتزام بالمعايير والمواصفات الدولية من حيث المواصفات والأوزان والأسعار وتتميط الكميات والإفصاح عن المحتوى وتاريخ الصلاحية وشهادة الضمان وطريقة الاستعلام وسوف يتبعون في ذلك أساليب موحدة وبمبسطة حتى يجعلون منتجاتهم أسهل في المقارنة وأكثر تنافسية، وسوف يصبح المستهلك في وضع تفاوض Bargaining أفضل لإمامه بظروف السوق. وسوف تقل الممارسات السوقية التقليدية مثل الإعلان التحريضي الذي يركز على الشكل لا الجودة، مثل التمييز السعري الذي يستغل جهل المستهلك بظروف السوق وغيرها الممارسات (الغرر والجهالة) وكل ذلك يعني أن التجارة الإلكترونية سوف توفر كم هائلاً من المعلومات والبيانات الكافية بالنسبة للبائعين والمشتريين عن أحوال وظروف السوق، ومن ثم تتوافر المعرفة التامة والكاملة بأحوال السوق، وبذلك يتحقق الافتراض الرابع لسوق المنافسة الكاملة.

ونظراً للوفرة الهائلة للمعلومات من المنتجات المختلفة والعدد الكبير للبائعين المتنافسين تقوم بعض المواقع المتخصصة بعمل مقارنة تفصيلية وتصفية المواقع الأقل سعراً والأجود من حيث خدمات ما بعد البيع ومثال ذلك Mysimon.com.

مما سبق، يتضح أن التجارة الإلكترونية ساعدت على تحقيق الافتراضات الأساسية لسوق المنافسة الكاملة، وهذا يعني أن التجارة الإلكترونية حولت شكل السوق النظري إلى حالة عملية من المنافسة الكاملة أو المنافسة الاحتكارية.

القسم الرابع: أثر التجارة الإلكترونية على أسواق خدمات عناصر الإنتاج:
لا يتوقف تأثير التجارة الإلكترونية على أسواق السلع والخدمات بل يمتد أثرها على أسواق خدمات عناصر الإنتاج. وسوف نركز في هذا القسم على تأثير التجارة الإلكترونية على سوقي العمل ورأس المال.

أ- أثر التجارة الإلكترونية على سوق العمل:

كما ذكرنا سابقاً فإن التجارة الإلكترونية سوف تعمل على اقتراب أسواق السلع والخدمات في الدول النامية من سوق المنافسة الكاملة، وكذلك فإن أول تأثير للتجارة الإلكترونية على أسواق خدمات عناصر الإنتاج في هذه الدول هو الاقتراب بها من نموذج الأسواق الكاملة. وهذا لا شك أثر إيجابي سوف يؤدي بدوره إلى زيادة كفاءة سوق العمل في هذه الدول من ناحية، وتطوير كفاءة عنصر العمل من ناحية أخرى. كما يتضح ذلك مما يلي:

١- زيادة كفاءة أسواق العمل في الدول النامية: من المعروف أن أسواق العمل في الدول النامية تتسم بنقص المعلومات وعدم تنظيمها فلا يمكن لأصحاب الأعمال أن يفحصوا كل طلبات العمل المعروضة عليهم ويتفاوضوا مع هذه العمالة، كما لا يتوافر لدى الباحثين عن عمل معلومات كافية عما هو متاح من مواصفات للوظائف الشاغرة. مما لا شك فيه أن التجارة الإلكترونية سوف تفتح قنوات لتحسين الاتصال بين أصحاب الأعمال والعمال في الدول النامية مما يؤدي إلى حدوث مكاسب اجتماعية، ولكن يبدو أن هذه المكاسب لن يستفيد بها الجميع، بل يرجح أن يسود عدم العدالة في توزيعها. وطبقاً لنظرية سوق العمل من المفترض أن انخفاض تكلفة البحث عن وظيفة

سيؤدي إلى زيادة الإنتاجية، لأن كل من العمال وأصحاب الأعمال سيمكنهم من القيام بالتشغيل بشكل أسرع وأكثر ملائمة للعامل والوظيفة، ومن ثم يتحقق التخصيص الأمثل للعمالة في الوظائف المختلفة وستزيد كل من الإنتاجية الكلية والأجور. كما أن زيادة ارتباط العامل بالوظيفة سيؤدي إلى زيادة حجم الإنتاج وبالتالي مستوى الأرباح والأجور.

ومن ناحية أخرى فإن التجارة الإلكترونية نتيجة للتحرر من قيود المكان فإنها ستوسع أسواق العمل فيما بين الدول النامية بعضها البعض وبين دول العالم كله، مثلما ستوسع من أسواق السلع والخدمات فيحدث التكامل الجغرافي، ويعاد توزيع العمل وفقا للفروق الأجرية مما يقلل من تكاليف الأجور، ويزداد التقارب في أجور المهارات المتماثلة في مختلف الأماكن، وهذا من شأنه أن يرفع من كفاءة أسواق العمل في تخصيص عنصر العمل بين الاستخدامات المختلفة.

٢- تطوير كفاءة عنصر العمل: أن استخدام تكنولوجيا التجارة الإلكترونية وما يترتب عليها من إفصاح عن خصائص الوظائف الشاغرة، سوف يدفع العمال بصفة مستمرة إلى تطوير مهارتهم الإنتاجية، واتجاههم للتخصص في الوظائف ذات العائد الأعلى مما يترتب عليه استمرارية التدريب والتعليم بين فئات العمال المختلفة. فمثلا في ظل الأسواق التقليدية قد يحافظ أصحاب الأعمال على ما لديهم من عمالة حتى لو كان مستوى أدائها أقل من المطلوب تفاديا لتكاليف البحث عن عمالة جديدة، ولكن مع ارتفاع الأداء في أسواق العمل بفعل الوسائل الإلكترونية الحديثة فإن أصحاب الأعمال يستطيعون دائما الوصول إلى العمالة ذات المواصفات المطلوبة دون تكاليف تذكر، وبالتالي فإن ذلك يضع عبئا مستمرا على العامل لتطوير نفسه والارتقاء بمستوى مهارته، وعليه فإن وسائط التجارة الإلكترونية تحسن من مستوى أداء أسواق العمل في الدول النامية وترفع درجة المنافسة فيها، الأمر الذي يؤدي إلى إعادة تخصيص العمال بصفة مستمرة وفقا للمهارات النسبية المختلفة. وهذا كله ينعكس في حدوث تطوير مستمر في كفاءة عنصر العمل من خلال التعليم والتدريب والتأهيل.

ب- أثر التجارة الإلكترونية على سوق رأس المال:

لعل من أهم آثار التجارة الإلكترونية على الأسواق هو تأثيرها على سوق رأس المال نظرا لحساسية هذا السوق للتقدم التكنولوجي في شبكة المعلومات. ويعرف سوق رأس المال بأنه السوق الذي يتم فيه تبادل رؤوس الأموال النقدية من الوحدات ذات الفائض (المدخرين) والوحدات ذات العجز (المستثمرين)، ويتم ذلك من خلال إصدارات الأسهم والسندات طويلة الأجل. وهذا السوق على درجة عالية من الأهمية لتنشيط الاستثمار ومن ثم النمو الاقتصادي. ومن أهم مشاكل أسواق رأس المال في الدول النامية هو نقص المعلومات على جانب الوحدات ذات الفائض (المدخرين) حيث تزيد درجة المخاطرة في هذه الأسواق نتيجة نقص المعلومات والبيانات عن طبيعة الاستثمار والقائمين به وعوائد الاستثمار المختلفة، وعادة ما ينشأ عن نقص المعلومات ما يسمى بالاختيار الخاطئ Adverse selection حيث إما أن تقع الاستثمارات في أيدي غير آمنة أو غير واعية يحرم منها ذوي الاستثمارات الجادة والذين يكونون أكثر تحفظا في طلب رؤوس الأموال، ولذلك نجد أن من أهم سمات أسواق المال في الدول النامية هو ضيق حجم هذه الأسواق رغم وجود مدخرات كافية، والسبب في ذلك هو إجهام المدخرين عن الاستثمار في بلادهم نتيجة ارتفاع المخاطر الأخلاقية Moral Hazards والتي تتمثل في عدم وجود متابعة دقيقة للمستثمرين والذين قد يسيئون استخدام الأموال في مجالات عالية المخاطرة وتعرض مصالح المدخرين للخطر ولذلك يفضل المدخرون في الدول النامية استثمار أموالهم في الخارج حيث تقل بدرجة كبيرة مثل هذه المخاطر نتيجة لتوافر المعلومات وسهولة المتابعة والتدقيق.

ولذا فإن الوسائط الإلكترونية تمكن إلى حد كبير من تقليل المخاطر الأخلاقية والاختيارات الخاطئة وذلك لما تقدمه من معلومات سهلة ورخيصة عن أسواق رأس المال، وتدني إلى حد كبير تدخل العنصر البشري في الوساطة المعلوماتية، والتي قد يشوبها كثير من التحيز وعدم الدقة، الأمر الذي يزيد من الثقة في التعاملات في أسواق رأس المال بين المتعاملين من داخل الدول النامية أو من خارجها ويعيد إلى أسواق الدول النامية قدرا هائلا من الأموال المهاجرة إلى الخارج، ويمكن إجمال الآثار المترتبة على أسواق رأس المال من جراء التجارة الإلكترونية فيما يلي:

١- زيادة فاعلية بورصات الأوراق المالية في الدول النامية: أصبحت عمليات البورصة أحد تطبيقات التجارة الإلكترونية، حيث يتم من خلالها إبرام عمليات الشراء والبيع للأوراق المالية المتداولة في البورصة. كما تساعد التجارة الإلكترونية على إمكانية الحصول على المعلومات عن الأوراق المالية المتداولة في البورصة وإصدار أوامر البيع والشراء للسماسرة والوسطاء وقبض أو سداد ثمنها إلكترونياً، ونشر البيانات المتعلقة بصناديق الاستثمار من خلال مواقع Websites تخصص لهذا الغرض. كما تقدم الشبكة معلومات تفصيلية عن الأوراق المالية المعروضة في البورصة وتطور أسعارها. وكذلك توفر التجارة الإلكترونية معلومات مالية واقتصادية عن الشركات التي تصدر هذه الأوراق المالية والقوائم المالية المتعلقة بها. وهذا يعني أن التجارة الإلكترونية تعطي مرونة كبيرة من خلال ما توفره من تعاقدات وأوامر بيع وشراء من خلال البريد الإلكتروني وتوفير معلومات لا يستطيع السماسرة في أغلب الأحيان توفيرها عن الأوراق المالية التي يرغب فيها المستثمرين.

وقد أدى ظهور التجارة الإلكترونية وشبكة الإنترنت واستخداماتها في معاملات البورصة إلى ظهور التقرير المالي الإلكتروني كأداة للعرض والإفصاح مكملاً أو ملحقاً للعرض والإفصاح التقليدي وهو وسيلة نشر تقارير فورية أقل تكلفة، وسيلة اتصال بعدد كبير من المستخدمين وتوفر الوقت الذي يستغرقه مستخدموا المعلومات ويستفيد من كل تقدم في مجال تكنولوجيا الإنترنت والبرمجيات، ولما يتيح فرصة دمج أقسام عديدة من التقارير المنشورة على الشبكة مع العديد من المعلومات الأخرى المتعلقة بها في مواقع أخرى، ومن ثم إجراء المقارنات ودعم القرارات. والتقرير الإلكتروني أكثر قدرة على الوصول لقطاعات واسعة من المستخدمين لم يكن في المقدور الوصول إليهم من قبل وهذا التقرير أكثر قدرة على توسيع نطاق مضمون الإفصاح بشكل كبير عن ذي قبل.

ويتضح مما سبق أن التجارة الإلكترونية ساهمت في زيادة دور بورصات الأوراق المالية في الدول النامية بما وفرته من معلومات وبيانات وتقارير عن الأوراق المالية المتداولة في هذه الأسواق.

٢- اتساع نطاق أسواق الأوراق المالية في الدول النامية: تقدم التجارة الإلكترونية وشبكة الإنترنت كم هائل من المعلومات وتنوع كبير في البيانات المعروضة تعكس آخر التطورات في الأسواق العالمية مثل شبكة داو جونز التي تقدم المعلومات في مجال البورصات وأسواق المال (مرقص، ١٩٨٨: ١١) وتقدم بشكل تحليلي ١٨٠٠ نشرة على الخط المباشر. وعرض البيانات من خلال الشبكة يحقق المنافسة ويزيد من رشد المستثمرين من خلال البيانات والمعلومات التي توفرها الشبكة وكل ذلك يساعد على اتساع نطاق أسواق الأوراق المالية في الدول النامية ويحد من عمليات المقامرة في البورصة (مرقص، ١٩٩٩: ١٤). كما أن ربط بورصات الأوراق المالية للدول النامية بشبكة الإنترنت سوف يحقق لها الاستقرار خاصة إذا انخفضت الاستثمارات الأجنبية فيها كما يحدث في بعض الأحيان، وسوف يسهم ذلك إنشاء الشركات العربية المشتركة ويجذب الفوائض والاستثمارات العربية إلى هذه البورصات، مما يحقق في النهاية اتساع نطاق أسواق الأوراق المالية، فضلاً عن زيادة الثقة في الأوراق المالية المتداولة في هذه الأسواق مما يساعد على تداولها في البورصات العالمية بشكل أكبر (مرقص، ٢٠٠٢: ١٤).

ويتضح مما سبق أن انتشار التجارة الإلكترونية في الدول النامية ساعد على اتساع نطاق أسواقها المالية وزادت كفاءتها وفعاليتها في جذب رؤوس الأموال الأجنبية، ويترتب على ذلك العديد من المزايا لهذه الأسواق أهمها:

١- سرعة إبرام المعاملات من خلال الشبكة وهي سمة يتطلبها التعامل في أسواق رأس المال، وذلك من خلال إجراءات أقل وأكثر بساطة من الأساليب التقليدية وكذلك الوفرة في التكلفة.

٢- سهولة الحصول على البيانات والمعلومات عن الأوراق المالية المتداولة في البورصة بما يمكن من اتخاذ قرار الاستثمار المناسب.

٣- توفير قدر كبير من الشفافية التي يجب أن تتوفر في أسواق رأس المال.

٤- إمكانية نشر ثقافة البورصة ومفاهيمها وقواعد التعامل بها وتشجيع الاستثمار فيها من خلال الشبكة المعلوماتية، وكذلك عرض الاتجاهات الاقتصادية والتنبؤات

المالية العامة والخاصة التي تؤثر في مستقبل الأنظمة المالية وأسعارها وهذا الأمر لا يتوافر في الأساليب.

٥- وضع حد للمقامرات والحد من التلاعب في الأسعار أو السيطرة عليها بواسطة فرد أو مجموعة نظراً للتوسع الذي تكلفه الشبكة للأسواق والإعلان الملائم مما يجعل أسعار الأوراق المالية تعبر عن قيمتها الحقيقية بدقة.

القسم الخامس: أهم المشاكل التي تواجه التجارة الإلكترونية في الدول النامية:

أدرجت الدول النامية أهمية الدخول إلى عصر التجارة الإلكترونية وزيادة قدرتها التنافسية والوصول إلى المستهلك العالمي أينما كان عن طريق التجارة الإلكترونية ووضع الضوابط الفنية والتشريعية والاقتصادية والمعلوماتية اللازمة، وتوفير الحماية اللازمة للمعلومات المتبادلة إلكترونياً من خلال شبكة الإنترنت حتى يمكن تدفق المعلومات بين الدول النامية بعضها وبين دول العالم المتقدم ولكي تستفيد الدول النامية من التجارة الإلكترونية بكفاءة يجب التعرف على المشاكل والمعوقات التي قد تقابلها حتى تستطيع تحديد المتطلبات الفنية لمحاولة حلها وتذليل أي عقبات جديدة محتملة على مستوى الدول النامية، وفيما يلي عرض لأهم المشاكل المرتبطة بالتجارة الإلكترونية للدول النامية.

أ- المشاكل الفنية التكنولوجية للممارسة التجارة الإلكترونية: وتتمثل في:

١- المخاطر التي يتعرض لها العميل: وتشمل النصب والاحتيال والسطو على المعلومات الخاصة بالعميل، فهناك إمكانية السطو على المعلومات المتعلقة ببطاقة الائتمان الخاصة بالعميل والاستيلاء على أمواله، فقد لا يكون من السهل على الكثيرين من العملاء أن يتبينوا سرقة بطاقاتهم أو على الأقل قد لا يكتشفوا ذلك بالسرعة المطلوبة كما أن إجراءات تصحيح الحساب الائتماني لدى البنك وقد تأخذ وقتاً ليس بالقصير، وقد يتحمل صاحب البطاقة خلاله قدراً لا بأس به من المعاناة (Coates and Ponorrise, 1988: 22-25) وقد يصل النصب الاحتيال لأصحاب الدماء

الإلكتروني لسرقة التوقيع الإلكتروني للعميل واستخدامه لأغراضهم الشخصية في تزيف المراسلات والمكاتبات والتعاملات المالية، وكذلك من المخاطر التي يتعرض لها العميل إفشاء المعلومات الخاصة به.

٢- المخاطر التي قد يتعرض لها صاحب الموقع على الإنترنت: تواجه الشركات التي تمارس الأعمال التجارية وعقد الصفقات إلكترونياً عن طريق الإنترنت مشكلات عديدة مثل تعرض البيانات للتخريب والتدخل والتشويش على الموقع وتحويل واستبدال البيانات. وبالإضافة إلى ذلك قد يتعرض مواقع الشركات لفيروس يعمل على تخريب الأجهزة بجانب تخريب البيانات والبرامج واختراق الخطر على بعض المعلومات أو إنزالها من الموقع بطريقة غير مرخص بها. وكذا اختراق طرف ثالث للاتصال بين طرفين، إما للسطو على المعلومات أو تغييرها أو إتلافها أو لتخريب الجهاز من خلال بث فيروسات (MC Guire and Roser, 2000).

٣- مشاكل الفقر المعلوماتي والمعرفي والتعامل بلغات مختلفة: وتعد هذه المشاكل من أهم وأخطر المشاكل الفنية، وقد نتجت عن التباين الكبير في مستوى الدول المتقدمة والنامية مما أدى إلى ظهور نوع جديد من الفقر بالإضافة إلى الفقر المادي مما يثير مشكلات اجتماعية يجب دراستها ومحاولة إيجاد حلول ملائمة لها، ونخص هنا مشكلات عدم الإلمام باللغات المختلفة مما يثير صعوبة في التعامل مع برامج التجارة الإلكترونية الموجودة على الوسيط الإلكتروني.

٤- مشكلة التأكد من صحة البيانات والمعلومات في التجارة الإلكترونية: تحظى هذه المشكلة باهتمام كبير في الوقت الحالي، ويتم تسجيل أنشطة الأفراد عن طريق بطاقات الائتمان وغيرها من أنظمة متابعة نشاط الأفراد. وبالطبع يجب ألا تتعارض التشريعات المرتبطة بالخصوصية مع مقتضيات الأمن القومي والعالمي. كما يجب أن تكون هناك بعض الضوابط على المعلومات والمعارف التي تتاح على شبكة الإنترنت وقد حاولت بعض الدول إصدار التشريعات الخاصة بوضع ضوابط على ما يتاح على شبكة الإنترنت مثل قانون الاتصالات المهدبة في الولايات المتحدة الأمريكية، ولذا

يجب على الدول النامية أن تبدأ في دراسة التعاليم والسلوكيات العلمية والتكنولوجية التي تتسارع بشكل كبير في الوقت الحالي (معهد التخطيط القومي، ٢٠٠٢: ٤٦).

٥- مشكلة غياب المستندات الورقية في التجارة الإلكترونية: حيث يمكن إتتمام أي صفقة تجارية كاملة بدءاً من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونياً دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق في حالة السلع القابلة للتزقيم مما يثير مشكلة إثبات صحة التوقيعات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية والوفاء بالنقود الإلكترونية وذلك لضمان كل من أطراف المعاملات لحقوقه وعدم تعرضه للغش والتدليس (العيسوي، ٢٠٠١: ٢٢)، إلا أنه توجد مبادرة للأمم المتحدة لاعتماد المستندات الإلكترونية وقبول التوقيع الإلكتروني وحجبه قانونياً وقضائياً، واقترحت نموذجاً لقانون التجارة الإلكترونية واستفادت منه بعض الدول، إما بتطبيقه مباشرة أو تطوير تشريعاتها القائمة للاستفادة من الصيغة التي اقترحتها النظم الدولية.

ب- المشاكل الاقتصادية والاجتماعية لممارسة الإلكترونية: وتتضمن:

١- مشكلة الأمية وانخفاض مستويات الدخل: فمما لا شك فيه أن البلاد النامية تعاني من ارتفاع نسبة الأمية وانتشار الجهل والتخلف، ويرجع ذلك بصفة أساسية إلى انخفاض مستويات الدخل، الأمر الذي ينعكس في انخفاض مستوى التعليم وارتفاع نسبة التسرب من التعليم الأساسي، وكل هذه العوامل تعد أهم المسئولة عن تأخر التنمية وتخلفها في الاستخدام الأمثل للتجارة الإلكترونية الإنترنت.

٢- مشكلة عدم العدالة الاجتماعية: أفرزت التجارة الإلكترونية منتجات وخدمات عديدة وفي غاية الأهمية حتى الآن، ولكن هناك العديد من الأفراد في بعض الدول النامية لا يستطيعون الوصول إلى هذه المنتجات والخدمات وذلك بسبب الفقر، وهذا يعنى أن التجارة الإلكترونية سوف تعمل على توسيع الفجوة بين الأغنياء والفقراء مادياً ومعلوماتياً.

٣- مشاكل التعاملات الضريبية والجمركية: توجد العديد من المشاكل الضريبية والجمركية بين الدول النامية التي يتم بينها إتتمام الصفقات الإلكترونية. والأمر الذي

آثار أي منهما أحق في فرض الضريبة، كذلك من أهم المشاكل المترتبة على ممارسة التجارة الإلكترونية أنها تجعل مهمة الحكومات في تحصيل الضرائب أصعب بكثير عن ذي قبل (معهد التخطيط القومي، ٢٠٠٢: ٤٨). ومن أهم هذه الصعوبات ما يلي:

أ- الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية يحرم نظم الضرائب من الأساس الجغرافي الذي قامت عليه حيث يقترن دفع الضرائب بالحدود الجغرافية للدولة. وتوجد صعوبة في تحديد النطاق الجغرافي الذي تخضع له المعاملة ضريبياً فقد يشتري العميل في دولة (أ) سلعة عبر الإنترنت من شركة موجودة في دولة (ب) وتسلم السلعة إلى فرع تابع للعميل في الدولة (ج) فأى ضريبة تنطبق في هذه الحالة.

ب- تتيح التجارة الإلكترونية حرية التنقل للشركات والأفراد من بلد إلى آخر ذات معدلات ضريبية أقل أوتعفي التعاملات الإلكترونية من الضرائب.

ج- صعوبة حصر التعاملات والتعاقدات الإلكترونية وإثباتها.

٤- المشاكل المتعلقة بالتعاملات المصرفية للتجارة الإلكترونية: عندما تتسوق عبر الإنترنت تدفع ثمن مشترياتك بأحد وسيلتين وهما:

١- الوسيلة التقليدية: التي تتمثل في استخدام بطاقة الائتمان لسداد ثمن المشتريات وظهرت لهذه الوسيلة مشكلة سطو اللصوص على بياناتها والتعرض لسرقة أموالهم سداداً لمشتريات لم يقوموا بها أصلاً.

٢- النقود الإلكترونية: وهي مصممة لأغراض مخصصة وأنها ذات استخدامات محدودة نسبياً، فضلاً عن أنها لا تتمتع بصفة القبول العام وهي الخاصية المميزة للنقود التقليدية.

ج- المشاكل القانونية والتنظيمية لممارسة التجارة الإلكترونية:

إن توفير بيئة قانونية وتنظيمية أمر ضروري للتجارة الإلكترونية واستقرار المعاملات فيها، وشيوع الثقة بين الأطراف الداخلة فيها وإعادة تخطيط أعمالها وزيادة القدرة التنافسية. ومن أهم المشاكل القانونية والتنظيمية ما يلي:

١- مشكلة حقوق الملكية الفكرية: وتحظى مشكلة الملكية الفكرية والحماية القانونية لمحتويات قواعد البيانات ومشكلة العقود الإلكترونية باهتمام كبير في الوقت الحالي نظراً للطبيعة الخاصة بكل ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في إطار مجتمع المعلومات. ويسري البعض ضرورة وجود توازن بين مصلحة منتجي ومستهلكي المعلومات وضرورة الاهتمام بموضوع حقوق المستخدمين في الوصول إلى المعلومات العامة المتاحة على الشبكات والوسائط الإلكترونية الأخرى .

٢- مشكلة خصوصية المعلومات: ازدادت مشكلة الخصوصية والأمان بعد انتشار الحاسبات وشبكة الإنترنت وتعددت استخداماتها المختلفة فهناك بيانات كثيرة عن الأفراد في قواعد البيانات المختلفة ، ويتم تسجيل أنشطة الأفراد عن طريق بطاقات الائتمان وغيرها من أنظمة متابعة الأفراد مثل الوكيل الذكي (معهد التخطيط القومي، ٢٠٠٢: ٥٠) بالطبع يجب أن لا تتعارض التشريعات المرتبطة بالخصوصية مع مقتضيات الأمن القومي والعالمي .

٣- مشكلة مصداقية المعلومات: من المشاكل التي تواجه سير التجارة الإلكترونية واستقرار المعاملات فيها مصداقية المعلومات أو ما يسمى بتكنولوجيا الإقناع (www. Captology. Org) وتعمل بعض تطبيقات الحاسبات على التأثير على مواقف الأشخاص أو تغيير سلوكياتهم بشكل محدد مسبقاً ، ويجب أن تراعي تطبيقات تكنولوجيا الإقناع الجوانب الأخلاقية سواء من ناحية الدوافع أو القيم المستخدمة. ويرتبط ذلك بضرورة التأكد من مصداقية ما يتاح على الشبكات من معلومات، حيث أن هناك أشكالاً مختلفة للمصداقية المفترضة (مصداقية أهل الثقة) أو مصداقية السمعة أو المصداقية السطحية أو مصداقية أهل الخبرة (غنيمي ، ٢٠٠١: ١٨٧) .

القسم السادس: نتائج البحث:

تناولت هذه الدراسة التجارة الإلكترونية وأثارها على هيكل أسواق الدول النامية وذلك باستعراض مفهوم التجارة الإلكترونية وهيكل السوق، ثم تلا ذلك توضيح أثر التجارة الإلكترونية على أسواق السلع والخدمات في الدول النامية وأسواق خدمات عناصر الإنتاج. ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة ما يلي:

١- تتباين مفاهيم التجارة الإلكترونية من وجهة نظر الخبراء، حيث لا يوجد مفهوم عام متفق عليه ، ولكننا نرى أن أنسب المفاهيم للاستخدام في الدول النامية هو أنها " استخدام الأساليب الإلكترونية الحديثة في إنجاز المعاملات التجارية، وهي منظومة متكاملة من الوسائط الإلكترونية تعمل في تكامل مع بعضها البعض". وممارسة الدول النامية للتجارة الإلكترونية وفقا لهذا المفهوم يمكننا من فتح قنوات اتصال مباشرة بينها وبين العالم باستخدام وسائل الاتصال الإلكتروني، فضلا عن حصولها على المعلومات من أفضل الأسواق بما يساعد على زيادة قدراتها الإنتاجية .

٢- المفهوم الحديث للسوق يتمثل في أنه عملية منظمة يتكّن من خلالها البائعون المشتريين من تبادل السلع والخدمات باستخدام أي وسيلة للدفع. والسوق بهذا المفهوم يخرج عن حيز المكان الذي ارتبط به تقليديا، مما انعكس في انتقال السوق من المحلية إلى الإقليمية إلى العالمية. وزاد دور السوق في المجتمع الرأسمالي الحر في تجسيد الطابع القيمي والوظيفي .

٣- يعد سوقي المنافسة الكاملة والمنافسة الاحتكارية أفضل شكلين للأسواق من حيث أنهما يقتربان من تحقيق الكفاءة الفنية (المنافسة لكاملة) ويحققان درجة عالية من التقدم الفني من خلال المنافسة على التجديد والتطوير والتحديث ، ولذلك فإن أي اقتراب لأسواق الدول النامية من هذين الشكلين سيعترب عليه الارتقاء بمستوى الأداء السوقي حيث يزيد الإنتاج حتى أدنى نقطة للتكلفة المتوسطة فتتحقق الكفاءة الفنية في الإنتاج ، وتتوزع الموارد أفضل توزيع ممكن بما يحقق التخصيص الأمثل للموارد .

٤- من أهم آثار التجارة الإلكترونية على أسواق الدول النامية أنها تقربها من سوق المنافسة الكاملة أو على الأقل من سوق المنافسة الاحتكارية وأن لم يكن في صورتها النموذجية فإنها تقربنا من شكل عملي من الشكل المثالي للأسواق ، وذلك بتحقيق الافتراضات الأساسية للمنافسة الكاملة في بيئة اقتصاديات الدول النامية، والتي من أهم مشاكلها نقص المعلومات والبيانات .

٥- لا يتوقف تأثير التجارة الإلكترونية على أسواق السلع والخدمات بل يمتد تأثيرها إلى أسواق خدمات عناصر الإنتاج فتؤثر على أسواق العمل في الدول النامية بما يؤدي إلى اتساعها فيما بين بعضها البعض وبين العالم كله ، فضلا عن زيادة كفاءة

سوق العمل مما ينعكس في زيادة فاعلية ومرونة أسواق العمل في هذه الدول فضلاً عن تطوير كفاءة عنصر العمل من خلال عمليات التعليم والتدريب والتأهيل المستمرة.

٦- وتؤثر التجارة الإلكترونية على أسواق رأس المال في الدول النامية في زيادة دور بورصات الأوراق المالية بما وفرت من معلومات وبيانات وتقارير عن الأوراق المالية المتداولة في هذه الأسواق مما يساعد على مزيد من تعبئة من مدخراتها، ورفع معدل الادخار الذي تقتقر إليه الدول النامية وإزالة المخاطر الأخلاقية ومشاكل الاختيار العكسي، وكل ذلك يسهم في اتساع نطاق أسواق رأس المال في الدول النامية ويزيد من كفاءتها في جذب رؤوس الأموال الأجنبية .

٧- أن ممارسة الدول النامية للتجارة الإلكترونية يثير العديد من المشاكل المتباينة الفنية والتكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية والتنظيمية والتي تفتح أبواباً واسعة لأنماط من الأنشطة غير المشروعة ، الأمر الذي يستلزم ضرورة وضع مجموعة من الضوابط الفنية والتشريعية والاقتصادية والمعلوماتية لتوفير الحماية والأمن اللازمين للممارسة الفعالة لهذه التجارة بكفاءة وسهولة ويسر من جهة، ولتطوير البيئة الأساسية للتجارة الإلكترونية في البلاد النامية من جهة أخرى .

المراجع

المراجع الأجنبية

- 1- Coates, v. and Steven, "Digital Money: Electronic cash May Make" *The Futurist*, Vol. 32, No. b, 1998.
- 2- El-Arabi, N.S "Analyzing the Economic Effects of the internet use in business with an Application to services sector", Alexandria University, 2002.
- 3- Greer, D.F, "Industrial Organization and public policy," (2ed), Macmillan Publishing Co, 1984.
- 4- Mc Guire, B. L. and Roser, S. N, "Wath your Business should know About internet security" *Strategic Finance*, Nov. 2000.
- 5- Sheherd, W. G, "The Economics of Industrial organization", Prentice-Hall, Inc, 1979.
- 6- WTO, Annual your book, 2000.
- 7- WWW.Captology.Org.

- 8- WWW.C4arab.com.
- 9- WWW.infosys.sy.com.
- 10- WWW.itu.int.
- 11- WWW.WTO.Org.

المراجع العربية

- ١- إبراهيم العيسوي: التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ٢٠٠١.
- ٢- أيمن سيد درويش: المرجع الكامل لخدمات الإنترنت، دار شعاع للنشر والعلوم، حلب - سوريا، ١٩٨٨.
- ٣- سمير سعد مرقص: الإنترنت مستقبل البورصة، البورصة المصرية، العدد ١٢٨، أكتوبر ١٩٩٩.
- ٤- سمير سعد مرقص: البورصة على الإنترنت، البورصة المصرية، العدد ٧٢، سبتمبر ١٩٩٨.
- ٥- سمير سعد مرقص: دور التجارة الإلكترونية في زيادة كفاءة وفاعلية أسواق رأس المال، بحث مقدم لمؤتمر: التجارة الإلكترونية: الآفاق والتحديات، المجلد الأول، الإسكندرية، ٢٥-٢٧ يوليو ٢٠٠٢.
- ٦- محمد أديب غنيمي: مستقبل الحاسبات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ٢٠٠١.
- ٧- محمد شريف توفيق، نعيم فهم حنا: تنفيذ علميات التجارة الإلكترونية والتحاسب الضريبي عنها، بحث مقدم لمؤتمر: التجارة الإلكترونية: الآفاق والتحديات، المجلد الأول، الإسكندرية، ٢٥-٢٧ القاهرة، يوليو ٢٠٠٢.
- ٨- معهد التخطيط القومي: نحو استراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم ١٥٣، القاهرة، يوليو ٢٠٠٢.

