

واقع وتحديات الاقتصاد الجديد

د. بروش زين الدين

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
جامعة فرحات عباس، سطيف.

Résumé	ملخص
<p><i>Depuis quelques années, les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ont bouleversé l'activité, donnant lieu ainsi à ce qu'il est convenu d'appeler la "nouvelle économie". Cette dernière a ouvert de nouvelles perspectives aussi bien aux entreprises qu'au grand public. Elle ne cesse par ailleurs de poser des défis aux différents agents économiques.</i></p>	<p>عرفت السنوات الأخيرة نموا كبيرا للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، غيرت بصفة محسوسة من محددات النشاط الاقتصادي واستحدثت واقعا جديداً يسمى "بالاقتصاد الجديد" الذي فتح مجالات وتوجهات جديدة للمؤسسة ولجميع المستعملين على حد السواء، وفي نفس الوقت جاء بتحديات جديدة.</p>
<p><i>Quelle est la nature de cette nouvelle économie ? ses caractéristiques , ses impacts et ses horizons ?</i></p>	<p>- ما هي طبيعة هذا الاقتصاد الجديد؟ وفيما تكمن خصوصياته، وما هي تأثيراته و أفاقه؟ تلكم هي بعض الأسئلة التي نحاول تقديم عناصر إجابة لها في هذا</p>
<p><i>Telles sont les question aux quelles nous nous efforçons de fournir des éléments de réponse, tout en sachant que la pensée est actuellement en phase de soulever plus de questions qu'elle n'en donne de réponses.</i></p>	<p>المقال، مع العلم أن الفكر الاقتصادي يتواجد حالياً في مرحلة يطرح فيها أسئلة أكثر مما يقدم إجابات.</p>

مقدمة

يُعرف النشاط الاقتصادي منذ أكثر من عشرية ثورة تكنولوجية لا مثيل لها من قبل، غيرت الكثير من المعطيات وتعدى المجال الاقتصادي في مستوييه الكلي (تغيير البنية الاقتصادية) والجزئي (تغيير في استراتيجيات المؤسسات وفي سلوكيات المستهلكين) ليشمل مجالات مختلفة في حياة الإنسان الاجتماعية، الثقافية وحتى "الانترولوجية". إن أهم ميزة للنشاط الاقتصادي الجديد هو الإنتاج غير المادي (المعلومات) وخاصة النقل الأنّي لها مع تنامي دمج الأنشطة الاقتصادية في علاقات تقوم على أساس مادي وهو شبكة المعلومات وتكون شبكة المعلومات العالمية (Internet) من أبرز مظاهرها.

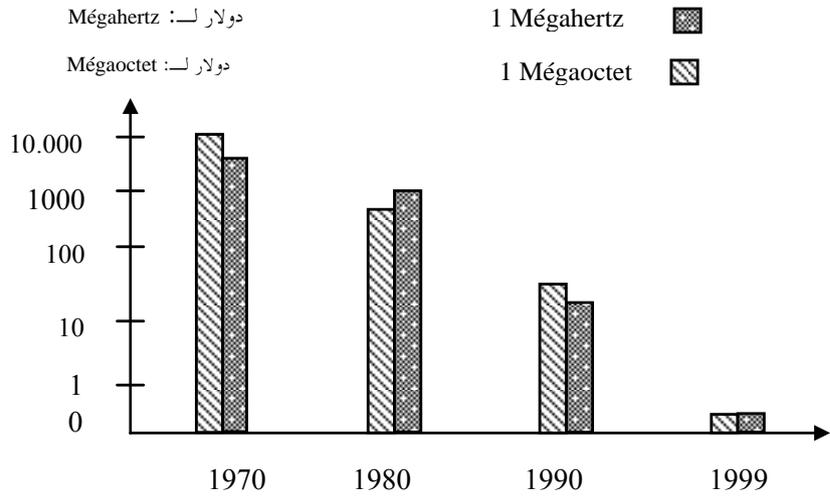
وكانت إحدى أهم النتائج الاقتصادية لهذا التطور معدلات النمو الهائلة التي عرفها الاقتصاد الأمريكي في منتصف التسعينيات. إنها بداية نشاط اقتصادي جديد يقوم على تنظيم جديد، على أشكال وأنماط تنافسية جديدة...

1. نشأة "الاقتصاد الجديد"

إن أساس بروز هذه الثورة التي "اندلعت" في الستينات يرجع إلى تضافر العوامل الأساسية التالية:

- العامل الأول يتعلق بالإبداعات التقنية في مجال الإنتاج التكنولوجي وخاصة الجزيئات الإلكترونية المركبة (Microprocesseurs) والتي بدأت في الستينات وظهرت نتائجها في بداية التسعينات ولعل الحاسوب الشخصي (Personal PC = Computer) أحسن تجسيد لهذه النتائج. فقد عرف هذا الأخير تطوراً مذهلاً من حيث السعر والجودة (سرعة الأداء، والقوة) وأن معظم الدراسات تبين في هذا الشأن أنه وعلى خلاف المنتجات "العادية"، فإن العتاد الإلكتروني يزيد جودة وينخفض سعراً بوتائر غير عادية كما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم (01): تطور سعر الحاسوب بالنسبة لعوامل السرعة والقوة



Source: Pierre Jacquet Nouvelle économie: du virtuel au réel in Ramses 2001. <www.ifri.org/publications/Ramses> P36

نستنتج من هذا الجدول أن جودة ثابتة فإن سعر الكمبيوتر اخفض بمقدار 10.000 مرة في الفترة ما بين 1970 إلى 1999 !

- العامل الثاني الذي ساهم في بلورة ونشر هذه الإبداعات التكنولوجية (Hardware) هو مجموع البرامج (وهي منتجات غير مادية) (Software) ساهمت في تبسيط استعمال الحاسوب الشخصي لدى العام والخاص.

- أما العنصر الثالث والمهم فهو اعتماد هذه التكنولوجيات الجديدة على الشبكة (Réseau, Net) كهيكل مادي لنشاط اقتصادي غير مادي، تتكون أهم منتجاته وخدماته في الغالب من معلومات (information).

ويقف الإنترنت شاهداً على أبرز أوجه تضافر العناصر السالفة الذكر حيث استطاعت شبكة الإنترنت أن تجمع في مكان واحد حصيلة التطورات المنجزة في قطاعات الحاسوب وإنتاج المعلومات والمعارف والاتصال وترتبط فيما بينها بشكل تفاعلي، إن هذا حفز على زيادة الطلب على منتجات وخدمات الاتصال والمعلومات في مجال الإنتاج والاستهلاك على حد سواء مرتكزة على هذه القنوات والأطر التي لم تكن متوفرة في السابق. وهكذا أدت هذه التطورات مجتمعة إلى الحديث عن بداية تشكل ما يسمى بالاقتصاد الجديد.

2. تعدد المصطلحات

مما سبق يمكن اعتبار التطور المذهل الذي عرفه قطاع المعلومات والاتصال (TIC = Technologies de l'information et de la communication) ظاهرة أثارت حولها اهتمام الفكر مما يوضح أنه وفي مدة زمنية قصيرة تم إصدار حجم كبير من المنشورات المختلفة المصادر (دراسات حكومية، جمعيات، مؤسسات، وسائل الإعلام المتخصصة، وطبعاً علماء الاقتصاد) حملت معها اختلافاً ليس في المفاهيم والأطروحات فحسب بل أيضاً في المصطلحات. ومن أجل الإيضاح نورد أهم ما هو متداول من مفردات مع التنبيه أن كل اصطلاح قد يخفي لدى من يتبناه وجهة نظر أو أطروحة معينة: الاقتصاد الجديد (الحديث) ؛ اقتصاد الشبكات ؛ اقتصاد المعلومات ؛ اقتصاد التكنولوجيات الحديثة ؛ الاقتصاد الإلكتروني ؛ الاقتصاد الرقمي ؛ الاقتصاد الافتراضي...¹

ونحن نفضل استخدام مصطلح "الاقتصاد الجديد" لأنه الأكثر تداولاً في الأدبيات الاقتصادية.

ظهر مصطلح "الاقتصاد الجديد" في أواخر التسعينيات وكالعادة يرجع الفضل في إدراجه ونشره في الأدبيات الاقتصادية لصحفي هو Kelvin Kelly رئيس تحرير مجلة متخصصة في التكنولوجيات الجديدة. ينفرد "الاقتصاد الجديد" حسب رأيه بثلاث سمات أساسية هي:

- الطابع الشمولي، العالمي (Aspect global)،

- طابع الاتصال أو الشبكة (Réseau)،
- كونه يركز على المعلومات كمنتجات غير مادية.

3. أسس "الاقتصاد الجديد"

غالبًا ما يتم اللجوء إلى مقارنة "الثورة الرقمية" (لذلك يتم استخدام مصطلح "الاقتصاد الرقمي") الحالية والحاملة "للاقتصاد الجديد" إلى المرحلة الأولى لظهور السكة الحديدية في نهاية القرن التاسع عشر. فكان آنذاك الاستثمار (في معنى الإنفاق المالي) في الهياكل القاعدية (Infrastructure) والتجهيزات مكلفا جدا ولكن عند الاستعمال تبين أن هذه النفقات المذهلة ولدت وضعا اقتصاديا جديدا يتجسد في كون مجال النقل بالسكة الحديدية أضحى يمتاز بانخفاض محسوس في تكلفة ومدة النقل مما كانت له آثارا اقتصادية وتنموية على المناطق المحاذية لعبوره، في حين أظهرت المدن غير المربوطة بالشبكة بوادر للكساد.

انطلاقًا من هذا التشابه يمكن استخلاص الأسس التي يقوم عليها "الاقتصاد الجديد":

1.3. الهياكل القاعدية (Infrastructure matérielle)

وجود شبكة اتصالات (réseau de communication) حاليًا (شبكة حديدية في السابق) تكون تكلفة إرسائها باهظة في حين تكون تكلفة الاستعمال منخفضة. فالتكلفة الخاصة بعملية نقل بضاعة إضافية (حدية) أو مكالمة هاتفية تكاد تنعدم.

2.3. حدة المنافسة حول المنتج أو الخدمة المقدمة. فخدمة النقل بالسكة الحديدية سابقًا أو الخدمات المعلوماتية (Logiciels...) حاليًا هي محل منافسة كبيرة بين المؤسسات بحيث يؤدي ذلك إلى انهيار الكثير منها². (لقد واكب ظهور قطاع النقل بالسكة الحديدية سلسلة من إفلاس الشركات المتخصصة فيه آنذاك) وهو أيضًا ما يحدث حاليًا في مجال التكنولوجيات الجديدة.

3.3. تغيير عميق في أنماط إنتاج واستهلاك المجتمعات. فإذا كان النقل بالسكة الحديدية قد أتاح فرصة تحسين التموين (نوعًا، كمًا وخاصة من حيث التكلفة) بالمواد الأولية، فإنه في نفس الوقت ساهم في تخفيض تكلفة الإنتاج بالنسبة للمؤسسة المنتجة من جهة وأتاح للمستهلك منتجات لم يكن باستطاعته اقتناءها أو حتى التعرف عليها من قبل من جهة أخرى. وهكذا يمكن تقسيم المؤسسات على أساس درجة ومجال تدخلها في "الاقتصاد الجديد" إلى نوعين:

- المؤسسات التي تنتج المنتجات والخدمات المعلوماتية والتي نشأت مع بروز "الاقتصاد الجديد" والإنترنت والمتعارف عليها بـ "دوت كوم" (.com)

-المؤسسات التقليدية التي أدركت الوضع الجديد والتي تعمل على التأقلم معه من خلال إدراج تغييرات في تنظيمها وفي علاقاتها بالمؤسسات الأخرى.

فالمحيط الجديد الذي استحدثه "الاقتصاد الجديد" لم يغير فقط في سلوكيات وطبيعة العلاقة بين المؤسسات (يسمى هذا المجال B to B = Business to Business) بل ساهم أيضاً في تغيير نمط استهلاك المستهلك (مثل ذلك استخدام أجهزة متعددة الإعلام (Multimédia)، وظهور التجارة الإلكترونية (e-commerce) كنمط جديد في مجال التعامل بين المؤسسة والمستهلك (B to C = Business to Consumers).

إذن "الاقتصاد الجديد" يظهر بمستويات مختلفة ومتداخلة تُكون شبكة الإنترنت أبرز أوجهها. فهو يركز على قاعدة مادية (infrastructure) متمثلة في شبكات الاتصال ويقدم منتجات وخدمات ذات محتوى غير مادي (أخبار ومعلومات، موسيقى، أفلام...)، وقد يُقدّم جزء منها مجاناً.

4. مجال نشاط "الاقتصاد الجديد"

إن الانتشار الواسع النطاق للتكنولوجيات الحديثة سلك مسلكان أساسيان: الإنترنت والهاتف النقال، وإمكانية دمجها معاً (مثل نظام WAP = Wireless Application Protocole) وشمل أعداداً كبيرة من أفراد المجتمع حيث تفيد الإحصاءات على أن أكثر من 140 مليون فرد مستعمل للإنترنت في العالم في سنة 1998³ وتتقدم الطبيعة دول الشمال بنسب عالية من المستعملين، وتبقى دول العالم الثالث خارج نطاق هذه الظاهرة.⁴

إن انخفاض تكلفة الحاسوب وانتشار استعماله الواسع ساعد على بروز عدد هائل من المؤسسات تُدعى Start-ups تعرض خدمات متنوعة على الشبكة والتي يمكن تصنيفها إلى أربع أنواع اعتباراً لطريقة تحصيل مواردها المالية:

1.4. المواقع (Sites Web) التي تقدم خدمات مختلفة ويمكن الإطلاع عليها مجاناً (Accès Libre)، إذ تضمن هذه المؤسسات مواردها المالية الضرورية لتوازنها مما تعرضه من فضاءات للإعلان لفائدة مؤسسات أخرى (B to B) أو باختصار (B2B). يمكن مقارنة هذا النوع بمؤسسات البث التلفزيوني المجانية التي تباع جزءاً من زمن البث لفائدة الفائزين بالإعلان (publicitaires). تمتاز هذه المواقع بالتخصص⁵ مما يسهل جلب وكالات الإشهار من أجل استهداف المستعملين الكامنين (potentiels) للمنتوج، وهدفها استقطاب أكبر عدد ممكن من "الزوار" للموقع من أجل فرض نفسها كمتعامل قوي في مجال الترويج للمنتوج رغم أن هذا المجال لم يكن مجال نشاطها الأصلي.

2.4. المواقع التي تقدم معلومات غير مجانية (Accès payant) وتبعاً للمقارنة الأنفة فهي تشبه حالة مؤسسات البث التلفزيوني المشفر. فشرط تعظيم مداخيلها يكمن في أن يُقدم أكبر عدد ممكن من المستعملين لاشتراك والسبيل إلى ذلك هو تقديم منتج أو خدمة ذات قيمة مضافة عالية (دقة المعلومة، ندرتها...)

3.4. المواقع التي توزع منتجاتها (خدماتها) مجاناً لكن تصحب ذلك بمنتجات وخدمات مكملة مدفوعة الثمن (خدمة ما بعد البيع، توثيق، تحديث للمنتوج - actualisation ou mise à jour...- كمثال المؤسسة التي تعرض كتاباً للقراءة المباشرة على الشبكة (On line) مجاناً، أملة في أن ينال الإرهاق القراء على الشاشة ويتوجهون لشراء نسخة مطبوعة منه.

4.4. التجارة الإلكترونية (e-commerce). إنه النشاط الأكثر رؤية ويُكون في الواقع امتداداً للتجارة عن طريق المراسلة.

إن هذا النوع من التجارة لا يستحوذ إلا على جزء بسيط من التجارة الكلية ولكن لا بد من الإشارة إلى أنه مكمل لها. فإذا كان بيع السلع يتم في غالبية الأحيان بصفة ملموسة فإن المستهلك يلجأ أكثر فأكثر إلى تحصيل معلومات ومعطيات حول المنتج (جودة، مقارنة الأسعار...) على شبكة الإنترنت قبل الشروع في الشراء.

5. اقتصاد جديد، أدوات تحليل قديمة

لا شك أن "الاقتصاد الجديد" استحدث واقعا جديداً أصبح يُكون موضوعاً خصباً للمعابنة وللتحليل الاقتصادي. والسؤال المطروح: هل يقتضي الأمر استحضار "اقتصاد سياسي" جديد يختلف عن المعارف التقليدية ليوافق الواقع الجديد؟ أي هل يتطلب "الاقتصاد الجديد" وسائل وأدوات تحليل جديدة؟

لا يوجد اتفاق تام حول هذه الإشكالية بحث يعتبر البعض أن الاقتصاد الرقمي الجديد توصل إلى درجة كبيرة من تغيير الأسس والسلوكيات الاقتصادية القديمة بما يجعل وسائل التحليل التقليدية غير قادرة على استيعاب مستجدات هذا الاقتصاد (يقوم على خلق الثروة غير المادية، مجانية المنتجات، هياكل جديدة للأسواق، بنية جديدة في تكاليف الإنتاج، علاقة جديدة بين راس المال والعمل...) ⁶.

من وجهة نظر اقتصادية فإن التغيير الذي أحدثته التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال كانت على مستوى عالٍ من الأهمية، الشيء الذي أدى إلى تقسيم الاقتصاد إلى قطبين: فإلى جانب اقتصاد قائم على السلعة يظهر اقتصاد مبني على محتواها المعلوماتي (informationnel). وبالرغم من التكامل القائم بينهما، فإنهما يختلفان عن بعضهما البعض من حيث أنماط تداول السلعة ومن خلال مجالات عمل القوانين الاقتصادية.

على الرغم من هذا الاختلاف فإن أكثر الاقتصاديين يعتبرون أن "الاقتصاد الجديد" يتم تحليله ودراسته باستعمال المنهجية والطرق العلمية القديمة وأنه يخضع للقوانين الاقتصادية التقليدية. فالمفاهيم التقليدية المتعارف عليها (قوانين وأشكال السوق، اقتصاد الحجم، التحليل الحدي، ربحية المشروع، البورصة وقيمة الأسهم...) كافية من أجل استيعاب خبايا هذه الظاهرة الجديدة ولن يُولد "الاقتصاد الجديد" مجال دراسة يستدعي معالجة خاصة بأدوات جديدة كما يتخوف منه البعض. فيسود الاعتقاد⁷ بأن هذه الظاهرة ما هي إلا وجه آخر يظهر به النظام الرأسمالي مثل ما عودنا على ذلك منذ الثورة الصناعية.⁸

إن النقاش الذي يدور حالياً حول طبيعة ومصير "الاقتصاد الجديد" يمكن صياغته في الإشكالية التالية: هل يتمكن "الاقتصاد الجديد" من الانفصال وإحداث القطيعة مع الاقتصاد التقليدي المادي أو أن "الاقتصاد الجديد" ما هو إلا نمو مذهل عرفته بعض فروع وقطاعات الاقتصاد التقليدي (المعلومات والتكنولوجيات الجديدة) فيكون بذلك مظهر جديد لواقع تمتد جذوره إلى الماضي القديم؟

6. خصائص "الاقتصاد الجديد"

انطلاقاً مما سبق نعرض فيما يأتي وبصفة مختصرة أهم ما يميز الاقتصاد الحديث خاصة في مجالي الإنتاج والتسويق:

1.6. الطابع اللامحدود لاقتصاديات الوفرة أو الحجم *économies d'échelle*

إن "الاقتصاد الجديد" أو اقتصاد المعلومات ذو طبيعة تجعل منه مجالاً خصياً لعمل بعض القوانين الاقتصادية ومنها قانون المردود المتزايد والذي يتجسد في ما يسمى حالياً اقتصاد الحجم. في المقابل فإن هذا القانون يعمل في الاقتصاد الحديث بدون قيد مما يبعد مجال المقارنة بينه وبين الاقتصاد التقليدي.

إن المعلومات (l'information) في معناها الواسع (معلومات متنوعة، أفلام، موسيقى، برامج معلوماتية...) تعتبر سلعة من نوع خاص لأنها فضلاً على أنها غير مادية، فإن تكاليف إنجازها مرتفعة جداً في حين أن عملية بثها أو نشرها تكاد لا تكلف شيئاً. إن كل المجهودات (الأعباء، التكاليف) تنفق قبل الإنتاج (تحصيل المعلومات، إنجاز فيلم أو برنامج (logiciel)...) ولهذا يمكن اعتبارها من جهة أنها ثابتة ومن جهة أخرى غير مسترجعة⁹ (irrécupérables) لكن الإنتاج الإضافي يُحمل المؤسسة تكلفة جد بسيطة، تقترب من الصفر بسبب ضالة التكاليف المتغيرة: تكلفة إنجاز نسخة إضافية من برنامج معين في قرص (CD-ROM) جد منخفضة. وكلما زاد الطلب على المنتج كلما تم امتصاص التكاليف الثابتة الأولية، إنه مجال غير محدود لاقتصاد الحجم. وهنا لا بد من الإشارة أن المؤسسة قد تستفيد من نوعين من اقتصاد الحجم:

-اقتصاد الحجم المعروف والمتعلق بالإنتاج في الاقتصاد التقليدي عند المؤسسات كبيرة الحجم (انخفاض التكاليف المتوسطة بزيادة كميات الإنتاج).

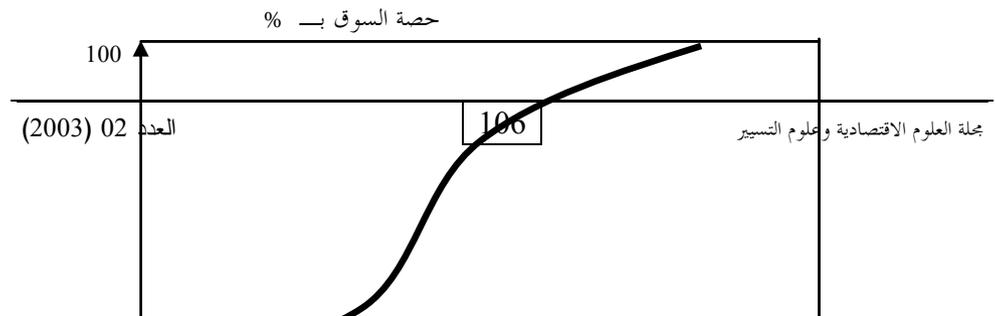
-اقتصاد الحجم المتعلق بالطلب والذي يعتبر أحد خصائص "الاقتصاد الجديد"، فالشيء المميز لهذا النوع من اقتصاد الوفرة هو كون التكلفة الحدية تقارب الصفر عند إعادة إنتاج (أو بالأحرى نسخ) (reproduction de l'information) المعلومات ونشرها. يعني ذلك أنه كلما زادت المبيعات كلما خففت المؤسسة من سعر البيع مما يغذي زيادة المبيعات وهكذا... فتحقق المؤسسة بالتالي على الدوام أرباحاً حتى وأن اقتربت من الصفر لأن تكاليف الإنتاج تكاد تكون منعدمة. ويبدو واضحاً أن لا حدود لاقتصاد الحجم المتعلق بالطلب في الاقتصاد الجديد على عكس الاقتصاد التقليدي.

2.6. الآثار الإيجابية (أو مكاسب) للشبكة Externalité positive du réseau

إضافة للخاصية الأولى (شبه انعدام التكلفة الحدية لإعادة إنتاج المعلومات)، يلاحظ سيطرة ما يسمى بالآثار الإيجابية للشبكة ويعني ذلك أنه كلما تم استخدام الشبكة من طرف مستعمل جديد كلما أدى ذلك إلى زيادة منفعة المستعملين الآخرين بدون أي مقابل مالي. مثال: كلما ارتفع عدد مستعملي خدمة أو منتج معين (مثلاً الهاتف أو البريد الإلكتروني (e-mail) كلما أصبح مفيداً استعمال هذه الخدمة لأي شخص).

إن هذه الخاصية ولدت تغذية عكسية إيجابية (feed-back positif) على اقتصاد التكنولوجيات الحديثة والمعلومات. وهكذا فالنجاح الذي تطمح إليه المؤسسة يتحقق اعتباراً لعدد مستعملي منتجها، وعند وصول هذا العدد عتبة معينة (لاحظ الشكل رقم 02) يتحول إلى نجاح لا محدود لأن أي مستعمل إضافي للخدمة أو للمنتج سوف يهدف إلى الاستفادة من ميزات الشبكة، وليس من الأمر الغريب أن تتوصل المؤسسة إلى السيطرة على السوق بصفة 100%. فنلاحظ بأن المؤسسة تقضي على مرونة الطلب على المنتج بحيث يقتنع المستهلك بالطابع الاستثنائي للمنتج. فيقع المستهلك (قد تكون مؤسسة منتجة) في قيد يكمن في ارتفاع تكلفة تغيير المنتج أو تعويض المورد (Coût de sortie ; switching cost) وتتضمن هذه التكلفة أساساً تكلفة التكوين التي يتطلبها استعمال المنتج الجديد (برامج....) إضافة إلى تكلفة العناد بالإضافة إلى الانعزال الذي يترتب عن اقتناء البرنامج الجديد، فيقع الزبون فيما يسمى بالانسداد (Lock-in)، إذ تمارس المؤسسة المنتجة على المستهلكين تأثيرات بحيث تجعل منهم أو فياء لها. (fidélisation du client)

الشكل رقم 02: منحني نشر المنتج (في شكل S)



في مثل هذا الوضع نقول أن المؤسسة جعلت من منتجها "معياري" (Standard)، كمثال منتج Windows لمؤسسة Microsoft. منتج "النوافذ" هو عبارة نظام تشغيل الحاسوب وهو ليس الوحيد في السوق (على عكس ما يعتقد بعض مستعملي الإعلام الآلي) بل توجد أنظمة أخرى قد تكون أكثر جودة وأقل ثمنًا (قد تُعرض مجانًا مثل منتج (Linux)) ولكن لا فائدة من اقتنائها عندما نعرف أن عدد مستعمليها ضئيلًا وأن اقتنائها يؤدي إلى الانعزال عن المجموعة أي عدم الاستفادة من مزايا اقتصاد الشبكة. ومما يدعم أكثر مفهوم المنتج المعياري هو ميل المنتجين نحو إنتاج منتجات وخدمات وهم كلهم حرص على ملاءمتها مع ذلك المنتج لتفادي مشاكل عدم التلائم (Problèmes liés à la compatibilité). إنها ظاهرة غير موجودة في الاقتصاد التقليدي، إنه تطور لا محدود للنجاح والهيمنة على السوق (احتكار مطلق) بحيث يصعب بل يستحيل على المنافسين الجدد دخول السوق في المدى القصير والمتوسط. ونفس الوضع يعيشه منتج أقراص Zip لـ: Iomega الذي ظل لمدة طويلة بدون منافس. وهذا عكس ما يدعي به التيار المهيم حاليًا والحامل لراية الحرية الاقتصادية (Ultra libéralisme).

إن هذا الشكل الجديد من السوق المولد لريع كبير يتحقق كما ذكر بتبني أكبر عدد ممكن من المستعملين فيصبح مقصيًا لأي منتج منافس، لذلك يصبح من السهل فهم عدم جدية شركة Microsoft في الحد من القرصنة التي تتم حول منتجها والتي تضيق لها فرص معتبرة للربح (manque à gagner) لأن الخسارة المالية تعوض بزيادة في مستعملي المنتج وتعزيز الحصانة والمكانة السوقية التي تبحث عنها كل مؤسسة من أجل البقاء.

يمكن تبيان مسار المنتج الناجح الذي يتحول إلى "معياري" في الشكل رقم 02.

إن هذا الوضع أو الشكل من السوق له توابع سلبية:

- على المستهلك لأنه يحرم من منتجات وخدمات المنافسين. فهو بذلك مقيد وقد يصبح ضحية لسلوك احتكاري مثل زيادة السعر أو تدهور جودة المنتج.

- على المنتجين لآبد من التمييز بين منتجين لنفس السلعة (السلع البديلة) فهم منافسين مقيدين يصعب عليهم اختراق السوق ولو كان ذلك بمجهودات استثمارية ضخمة. أما منتجي السلع المكملة (برامج...) فهم مضطرون لتطوير منتجاتهم بالأخذ في الاعتبار المنتج المعياري وقد لا تكون مهمة سهلة لأنه ليس بحوزتهم كل مفاتيح تشغيل المنتج المعياري المحتكر من قبل مؤسسة واحدة.¹⁰

وأدى هذا إلى اهتمام وتفطن الدول من أجل التقليل من مخاطر هذه الأوضاع باللجوء لتطبيق صارم للقوانين المنظمة للأسواق مثل قانون مكافحة التكتلات (lois anti-trust).

7. مجال تأثير "الاقتصاد الجديد" وتحدياته

لا أحد ينكر التأثير الذي يمارسه الاقتصاد الجديد على إستراتيجيات وسلوك المتعاملين الاقتصاديين. سوف نتناول بصفة مختصرة تأثير الاقتصاد الحديث على أهم الأعراف (Agents) الاقتصاديين وهم المؤسسة، الدولة والمستهلك.

1.7. على مستوى المؤسسة

في البداية يتعين أن نميز بين المؤسسات التقليدية والتي من الخطأ اعتبارها خارج نطاق تأثير "الاقتصاد الجديد" والمؤسسات التي يُكون مجال نشاطها الاقتصاد الجديد وتتكون من:

- المؤسسات التي تستعمل شبكة الإنترنت ك مجال لنشاطها مثل Amazon و Yahoo...
- المؤسسات التي تنتج المعلومات والبرامج (Software) مثل Microsoft
- المؤسسات العارضة لخدمات الشبكة (Providers) مثل AOL
- مؤسسات الاتصال مثل شركات الاتصال Telecoms.

وتشمل آثار "الاقتصاد الجديد" جوانب كثيرة من نشاط المؤسسة إلى حد أن بعض علماء التسيير هم يصدد البحث في مجال ما يسمى بالإدارة الإلكترونية (e-management)¹¹، وسوف نكتفي بذكر بعض منها:

أ- **المجال المالي:** لوحظ استقطاب "الاقتصاد الجديد" ل موارد المستثمرين بصفة "هستيرية" مما أدى إلى ظهور أعداد لا تحصى من المؤسسات المتدخلة في شبكة الإنترنت تعرض خدمات متنوعة وتسمى بـ (Start ups) وعرف ظهور ونمو هذا

النوع من المؤسسات اتجاهاً متصاعداً من سنة 1995 إلى غاية نهاية 2000 قبل أن ينهار مفعولها ويعرف معظمها الإفلاس.

ب- تنظيم العمل: انتشر مع "الاقتصاد الجديد" نمط جديد لتنظيم العمل يتصف بالمرونة العالية في التنظيم ويخضع أكثر للتنسيق الأفقي بدلاً من العمودي ويقترن ذلك مع طبيعة ونوعية الموارد البشرية وضرورة التركيز على الإبداع (البحث والتطوير) كمنشآت أساسية للمؤسسة وشرط لبقائها. ويتساءل المختصون عن ضرورة إعادة النظر في علاقة العمل إلى جانب تغيير طبيعة وبنية الموارد البشرية وكذا سوق العمل.

ج- إستراتيجيات التسويق: إن أهم ميزة للاقتصاد الحديث كما هو موضح سابقاً هو هيكل التكلفة وأشكال السوق الجديدة، مما يستدعي تبني المؤسسة أنماطاً تسويقية مناسبة للمعطيات الجديدة تكون مبنية على استراتيجيات تحالف تجاه المنافسة وأخرى أكثر ملاءمة مع السلوك الجديد للمستهلك الذي أتيحت أمامه أفضل الطرق من أجل أن يطالب بأكثر جودة وبأقل سعر.¹²

2.7. دور الدولة

سُرّع "الاقتصاد الجديد" من تقليص دور الدولة في المجال الاقتصادي لأسباب عديدة منها:

- أن المنتجات والخدمات أصبحت ذات طابع دولي (transnational).

- يرتكز "الاقتصاد الجديد" على المنافسة الحادة بين المؤسسات وأن طبيعة وبنية التكاليف تؤدي إلى استراتيجيات تكثف وتكوين احتكارات. إن هذه الوضعية تجعل من بعض التشريعات السارية في معظم الدول المتقدمة قديمة (obsoletes).

-تمتاز أنشطة "الاقتصاد الجديد" بالطابع الشبكي، غير المادي والعالمي (يتيح "الاقتصاد الجديد" بطبيعته الشمولية مجالاً واسعاً لتكريس العولمة) مما يقلص في وسائل ومجال تدخل الدولة من أجل مراقبة مختلف الأنشطة والقيام بمهامها المعهودة مثل تحصيل الضرائب، تطبيق سياسات اقتصادية كتوجيه الاستثمار...

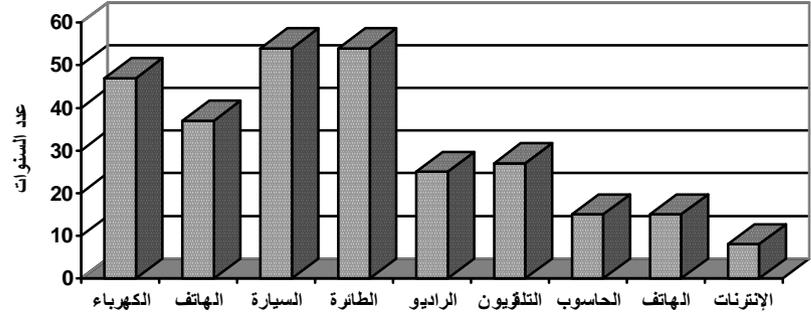
3.7. سلوك المستهلك

إن التطور التكنولوجي للعشرية السابقة تحول فعلاً إلى تطور اجتماعي سريع (أنظر الشكل رقم 03) ويقف المستهلك كأكثر مستفيد من هذا المنعرج الذي يعرفه تطور العلم والتكنولوجيا، إذ يستفيد من سلع وخدمات تحمل قيمة استعمالية عالية غيرت من مجريات الحياة اليومية للإنسان. فإذا اختصرنا الكلام حول مجال المعلومات، نلاحظ أن المستهلك يستفيد من معلومات متعددة (Multimédia) بطريقة أسرع وبدقة عالية دون

قيود المكان إضافة إلى كونها أقل تكلفة (قد تكون مجانية). إن مجال الإبداع في السنوات القادمة مُركز على ما يسمى بالسلع "الذكية".

يتماشى هذا التطور مع تغير في سلوك المستهلك الذي يصبح يستعمل العدد الهائل المتاح من المعلومات للتعرف أكثر على المنتج ومقارنة أسعار عارضيه... إنه تحدي آخر تواجهه المؤسسة. وفي هذا الإطار، فالاقتصاديون المتفائلون بقدرة "الاقتصاد الجديد" يتكلمون عن "الإنسان الرقمي" (Homo-numéricus) الذي سوف يحل محل "الإنسان الاقتصادي" (Homo-économicus) ذوالسلوك العقلاني كما يريده الفكر النيوكلاسيكي.

الشكل رقم 03: سرعة انتشار بعض التكنولوجيات
عدد السنوات قبل بلوغ المنتج 25 % من الإقبال عليه في الولايات المتحدة



Source: W. Sterling & S. Waite "le choc du future financier" in Perspectives juin 2000
<www.cifunds.com>

8. آفاق "الاقتصاد الجديد"

بالنظر لحجم المعلومات التي تتدفق في شبكة الإنترنت (صفحات HTML) فهو نسبياً ضئيل (توجد أكثر من مليار صفحة وعددها في تزايد) إذا ما قورن بما هو متاح من كتب، فالمكتبة الوطنية الفرنسية تملك 6 أضعاف ما هو منشور في الإنترنت، لكن لا بد من الإشارة أن الأمر أو مجال الاختلاف يكمن في نوعية المعلومة وليس في حجمها. ونعني بالنوعية كون المعلومة رقمية (Information numérisée) وبالتالي فإنها قابلة للبحث والنشر الآني (transmission instantanée) وهكذا تم القضاء نهائياً على قيد المكان والزمان (يصبح العالم بمثابة قرية).

ومنذ سنتين يمر "الاقتصاد الجديد" بأزمة أثارت الكثير من الجدل حول آفاقه ومصيره، إذ يعتبر البعض أن هذه الأزمة ضرورية من أجل الحد من النمو المذهل وغير العادي "للاقتصاد الجديد" وبالتالي فهي وضعت في مستويات من النشاط والنمو من شأنها أن تضمن له الاستقرار الدائم على عكس ما يُعتقد أنها تُكون خطراً كبيراً على وجوده ومستقبله. بينما يسرع البعض الآخر إلى التأكيد على بداية نهاية هذا النوع من الاقتصاد الدخيل.

وعوض الخوض في هذا النقاش غير المحدود النتائج من الأفضل في البداية التعرف ولو بإيجاز على طبيعة هذه الأزمة التي مست بالاقتصاد الحديث والتي نوردها من خلال مظهرين أساسيين:

- أزمة الأسواق المالية.

لوحظ منذ منتصف سنة 2000 انهيار لا مثيل له في قيم أسهم الشركات المنتمية لمجال التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال أو ما يسمى بالقيم التكنولوجية والتي تتخصص فيها بورصة Nasdaq بنيويورك.

- أزمة التجارة الإلكترونية.

من المسلم به أن التعاملات التجارية على شبكة الإنترنت (التجارة الإلكترونية) في تزايد مستمر فلقد انتقل من 8 مليار دولار في سنة 1998 إلى 40 مليار سنة 2000 ليتجاوز 80 مليار في سنة 2002.¹³

لكن مقارنة بحجم التجارة التقليدية وإن ذلك لا يمثل إلا نسبة قليلة، ويُعزى هذا الإسهام الضئيل إلى "أزمة ثقة" في وسائل وطرق الدفع. ويُرتقب حدوث اتساع كبير في رقعة استعمال التجارة الإلكترونية مع تنامي برامج تأمين وحماية استعمال بطاقات الدفع وفسح المجال بالتالي لاستعمال ما يسمى بالنقود الإلكترونية.

في النهاية ومهما يقال حول الاقتصاد الافتراضي بفشله السريع فإنه إضافة إلى كونه يساهم بـ 8 % في الناتج المحلي الأمريكي وخالق لثلث نمو الاقتصاد الأمريكي، فإنه حقق مكاسب لا يمكن إنكارها ولا الاستغناء عنها، إذ لا ينكر أحد مساهمته في نشر مكاسب إنتاجية العمل (gains de productivité) على مختلف قطاعات الاقتصاد الحقيقي والتي تظهر في انخفاض تكاليف الإنتاج بالإضافة إلى مساعدة المستهلك في الإطلاع على أنواع المنتجات وأسعارها.

الخاتمة

من الصعب في الطرف الزمني القصير-أي أقل من عشرية من ظهور الاقتصاد الجديد- احتواء واستيعاب التحديات التي يطرحها هذا الاقتصاد بالنسبة للمؤسسات والسلطات العمومية، إلا أن الفكر الاقتصادي باشر في التكفل بالظاهرة الجديدة وبالرغم من كثافة الأبحاث الفكرية والدراسات الميدانية إلا أنه يمكن اعتبار تراكم المعرفة في هذا المجال ما يزال في مرحلة طرح الإشكاليات في انتظار ما سيؤول إليه التطور اللاحق لهذا النشاط الاقتصادي الجديد حتى تتم الإجابة على أحد الإشكاليات المطروحة: "هل هذه الظاهرة حاملة لثورة أو هي مجرد تطور عادي لنشاط اقتصادي (évolution ou révolution)؟"

الهوامش

- ¹ *La nouvelle économie, la Net économie, l'économie des réseaux, l'économie de l'information, l'économie des NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de Communication), l'économie virtuelle, e-économie, économie numérique...*
- ² امتازت السنوات الأخيرة (منذ بداية 2001) باهتبار كبير لأسهم الشركات المتدخلة في "الاقتصاد الجديد"، فلقد عرف مؤشر Nasdaq البورصة المتخصصة في استثمارات التكنولوجيات الحديثة انخفاضا خطيرا بعد ما حقق وتائر نمو عالية قبل سنوات.
- ³ Gnacio Ramonet: Nouvelle Economie in: le Monde diplomatique Avril 2000
- ⁴ يمكن الإطلاع على حالة "الاقتصاد الجديد" في الدول العربية من خلال مقال: *ناتلة حماد* " الاستثمار في تقنية المعلومات" مجلة العمرة العربي العدد 53 أيلول / تشرين الأول 2001 ص 33 إلى 40.
- أما في الجزائر فيمكن تقدير عدد المنخرطين في شبكة الانترنت ب 50.000 أما عدد المستعملين فيقدر بـ: 500.000 (El Watan du 23.06.2002).
- ⁵ لا بد من التذكير أن الأمر يتعلق بالمواقع التجارية و ليس الصفحات الخاصة بالأفراد أو الجمعيات....
- ⁶ إن أشهر المنشورات التي تناو لت موضوع "الاقتصاد الجديد" هو مؤلف Shapiro & Variant تحت عنوان Information Rules أين يتم عرض أهم خصوصيات و مستجدات و قوانين (Rules) اقتصاد المعلومات.
- ⁷ Michel Husson "Nouvelle Economie": capitaliste toujours ! in <<http://husonnet.free.fr>>
- ⁸ من أجل أكثر تفاصيل، طالع كتاب: Jean Gadrey Nouvelle économie, nouveau mythe ? ed. Flammarion Paris 2000
- ⁹ نعي بالتكاليف غير المستردة (irrécupérables) التكاليف التي تتولد عند الإنتاج و قبل النشر فإذا لم يلقى المنتج أو الخدمة (فيلم مثلاً) النجاح التجاري سوف يستحيل تحصيل أو استرجاع التكاليف المنفقة في إنجازه.
- ¹⁰ لقد أثار ذلك نزاع حاد بين شركة Microsoft و بعض المؤسسات المطورة للبرامج حين صعب عليها تصميم منتجها في غياب معطيات (مفاتيح) تشغيل وندوز مما أدى لتدخل العدالة.
- ¹¹ Michel Kalinka: "l'émergence du e-management" in CREPA cahier de recherche N° 57
- ¹² Pascal Petit: "les NTIC et l'entreprise: une lente évolution des formes de concurrence" in <<http://www.upmf-grenoble.fr/irepd/regulation/forum2001>>
- ¹³ Gnacio Ramonet ... Op.Cit ...