

المبحث الأول: الأنترنت والاقتصاد الجديد

المطلب الاول: شبكة الأنترنت

نشأة وتطور الأنترنت:

إن ثورة المعلومات التي يشهدها العالم أواخر القرن العشرين تمثلت في عدد من المظاهر والاختراعات والتطورات في مجال أجهزة الحاسوب وإنتاج المعلومات والمعارف والاتصال نتج عن ذلك إحتلال الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) الذروة في احدث التقنيات المعلوماتية في السنوات الاخيرة، وأصبح للإنترنت الأثر الكبير فسي كل القطاعات والمجالات.

.....شبكة الإنترنت أو كما تسمى شبكة المعلومات الدولية

[INTERNATIONAL-NETWORK] سنة 1969 وذلك في الولايات المتحدة

الأمريكية، عندما خشيت وزارة الدفاع الأمريكية الهجوم من طرف المعسكر الشرقي في حال نشوء الحرب إلى قطع الاتصال بين المراكز البحرية للمعلومات الخاصة بوزارة الدفاع، فتم وصل اجهزة الحاسوب من طرف شركة RAND الحكومية عن طريق شبكة تستخدم لأغراض عسكرية اطلق

عليها اسم الأريانت [ADVANCED RESEARCH PROJECT AGENCY – NET]

وتم ربط شبكة ARPA-NET أيضا بمعنى مراكز البحث والجامعات، ورغم أنه لم يحدث الهجوم المتوقع إلا أن نظام الأريانت أثبت نجاعته وفاعليته مما جعلهم يحافظون عليه، وظهرت خدمة البريد الإلكتروني (Email) من طرف شركة BBN، وفي سنة 1983 أدى الاستخدام الكثيف للأريانت إلى تقسيمها إلى شبكتين: شبكة خاصة بخدمة المواقع العسكرية (MIL-NET) واخرى خاصة بخدمة بالجمهور (ARPA-NET)، كما ان المؤسسة الوطنية للعلوم قامت بإنشاء شبكة مماثلة للأريانت سنة 1985 أطلق عليها اسم (NSF-NET) وقد ارتبط بهذه الشبكة الجديدة عدد كبير من الجامعات الأمريكية لكن تم الاستغناء عنها سنة 1987 واستبدالها بشبكات أخرى منها : (ANS-NET)، (PRINT-NET)، (NSI-NET)، وفي سنة 1990 أنشأت شبكة الأنترنت التي هي عبارة عن اتحاد شبكتي (MIL-NET) و (ARPA-NET)، وبنمو شبكة الإنترنت استطاعت قطاعات التجارة بالدخول والمشاركة في الشبكة مما جعلها تزداد انتشارا، وتتحدد استخداماتها في مختلف المجالات، كما انظم بعد ذلك عدد كبير من الشركات والأفراد خارج الولايات المتحدة، الأمر الذي جعلها تصبح شبكة عالمية (1).

ثانيا: تعريف الإنترنت

تعد شبكة الأنترنت أكبر شبكة للحواسيب، فهي تربط الملايين من أجهزة الكمبيوتر حيث قدر عدد الحواسيب المرتبطة بهذه الشبكة سنة 2000 ب 400 مليون، كما تربط عدة آلاف من الشبكاتومن أهمها شبكة ويب العالمية (www) (world wide web)، ويقدر عدد مستخدمي الإنترنت سنة 2000 ب 242 مليون مستخدم، ومن المتوقع أن يبلغ هذا العدد نحو 765 مليون مستخدم سنة 2005 "1".

وفيما يلي جدول يبين أكبر عشرة دول مستخدمة للإنترنت على المستوى العالمي سنة 2002

المصدر : رأفت عبدالعزيز غنيم، دور جامعة الدول العربية في تنمية وتسيير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية، الإنترنت ، موقع : www.POPLAS.org

يبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الولايات المتحدة ثلث عدد المستخدمين في العالم، ويقدر عدد المستخدمين في الجزائر ب 500.000 مستخدم سنة 2002، وتمثل نسبة مستخدمي الإنترنت في الدول العربية ب 0.6% بالنسبة للمستخدمين في العالم.

ثالثا: الخدمات التي تقدمها الإنترنت

1- البريد الإلكتروني (Email)

يُمحَالبريد الإلكتروني الذي تقدمه غالبية المواقع مجاناً، بأن يقومالمشترك بإرسال وتبادل الخطابات ونقل الملفات بين الأفراد والشركات ويمكن للمستخدم قراءة ومتابعة بريده الإلكتروني في أسي مكان في العالم.

2- النسيج الإلكتروني: (web):\د\

النسيج الإلكتروني أو ما يطلق عليه اسم الويب هو الشبكة العنكبوتية العالمية، والويب تعني من الناحية التقنية مجموعة من الأجهزة المتصلة بعضها مع بعض والمدجة في شبكة الإنترنت، مستخدمة من اجل ذلك بروتوكولا (نظام) خاصا بها يدعى (Hyper Text Transfer (http Protocol) ، ويعتمد هذا الأسلوب على النص الفائق (hypertext) ويتيح هذا الأسلوب البحث في الوثائق المعقدة داخل شبكة الإنترنت وتساعد روابط النص الفائق في تتبعالأفكار والموضوعات بين المواقع (web site) والصفحات.

3-بروتوكول نقل الملفات (FTP):

يتم نقل الملفات المتوفرة على شبكة الإنترنت من حاسوب إلى آخر بتاستخدام بروتوكول نقل الملفات (FTP) (File Transfer Protocol) وتكون في الغالب دون مقابل للجمهور، وتكمن أهمية هذه الخدمة عند نقل الملفات الكبيرة التي يعجز البريد الإلكتروني عن نقلها، فهذا البروتوكول يمكن له أن يتعامل مع أي نوع من الملفات.

المطلب الثاني : الاقتصاد الجديد:

يعرف النشاط الاقتصادي منذ أكثر من عشرية ثورة تكنولوجية في الإعلام والاتصال لا مثيل لها من قبل، غيرت الكثير من المعطيات وتتعدى المجال الاقتصادي في مستوييه الكلي [تغيير البنية الاقتصادية] والجزئي [تغيير في استراتيجيات المؤسسات وفي سلوكات المستهلكين] ليشمل مجالات مختلفة في حياة الإنسان، إن أهم ميزة للنشاط الاقتصادي الجديد هو الإنتاج غير المادي (المعلومات) وخاصة النقل الآني لها مع تنامي دمج الأنشطة الاقتصادية في علاقات تقوم على أساس مادي وهو شبكة المعلومات وتكون شبكة المعلومات العالمية (Internet) في أبرز مظاهرها.

أولاً: نشأة الاقتصاد الجديد

إن أساس هذه الثورة التي اندلعت في الستينات يرجع إلى توافر العوامل الأساسية التالية:

- العامل الاول يتعلق بالإبداعات التقنية في مجال الإنتاج وخاصة الجزئيات الإلكترونية المركبة (Microprocesseur)، وظهرت نتائجها في بداية التسعينات ولعل الحاسوب الشخصي (PC) أحسن تجسيد لهذه النتائج، فقد تطور هذا الأخير تطوراً مذهلاً من حيث

السعر والجودة (سرعة الاداء والقوة)، وبينت معظم الدراسات في هذا الشأن أنه وعلى خلاف المنتجات العادية، فإن العتاد الإلكتروني يزيد جودة وينخفض سعرا بوتائر غير عادية.

- العامل الثاني الذي ساهم في بلورة ونشر هذه الإبداعات التكنولوجية (Hardware) هو مجموعة البرامج (Software) التي ساهمت في تبسيط أعمال الحاسوب الشخصي لدى العام والخاص.

- أماالعنصر الثالث والمهم فهو اعتماد هذه التكنولوجيات الجديدة على الشبكة (Reseau-net) كهيكل مادي لنشاط غير مادي، تتكون أهم منتجاته وخدماته في الغالب من معلومات.

ويقف الإنترنت شاهدا على أبرز أوجه تظافرالعناصر سالفة الذكر حيث استطاعت شبكة الإنترنت أن تجمع في مكان واحد حصيلة التطورات المنجزة في قطاعات الحاسوب وإنتاج المعلومات والمعارف والاتصال، وتربط فيما بينها بشكل تفاعلي والذي حفز على زيادة الطلب على منتجات وخدمات الاتصال والمعلومات في مجال الإنتاج والاستهلاك على حد سواء.

وقد ظهر "الاقتصاد الجديد" في أواخر التسعينات ويرجع الفضل في إدراجه ونشره في الادبيات الاقتصادية لصحفي هو Kelvin Kelley رئيس مجلة متخصصة في التكنولوجيات الجديدة، وينفرد الاقتصاد الجديد حسب رأيه بثلاث سمات أساسية هي :

- الطابع الشمولي العالمي.
 - طابع الاتصال أو الشبكة.
 - كونه يعتمد على المعلومات كمنتجات غير مادية.
- وهو يركز على قاعدة مادية متمثلة في شبكات الاتصال ويقدم منتجات وخدمات ذات محتوى غير مادي.

ثانيا : خصائص الاقتصاد الجديد

1- طابع اللامحدود لاقتصاديات الحجم :

إن المعلومات في معناها الواسع (معلومات متنوعة ، أفلام ، موسيقى ، برامج معلوماتية ...) تعتبر سلعة من نوع خاص لأنها فضلا على أنها ير مادية، فإن تكاليف إنجازها مرتفعة جدا في حين أن عملية بثها أو نشرها لا تكاد تكلف شيئا، إن كل الجهودات (الأعباء، التكاليف) تنفق قبل الإنتاج [إنجاز البرامج] ولهذا يمكن اعتبارها من جهة أنها ثابتة ومن جهة أخرى غير مسترجعة، لكن الإنتاج الإضافي يحمل المؤسسة تكلفة جد بسيطة (شبه انعدام التكلفة الحدية لإعادة إنتاج

المعلومات)، فهي تقترب من الصفر بسبب ضالة التكاليف المتغيرة: تكلفة إنجاز نسخة إضافية من برنامج معين في قرص جد منخفضة وكلما زاد الطلب على المنتج كلما تم امتصاص التكاليف الثابتة الأولية، إنه مجال غير محدود لاقتصاد الحجم وللإشارة فإن المؤسسة قد تستفيد من نوعين من غرق اقتصاد الحجم :

- غرق اقتصاد الحجم المعروف والمتعلق بالإنتاج في الاقتصاد التقليدي عند المؤسسات كبيرة الحجم [انخفاض التكاليف المتوسطة بانخفاض الإنتاج] .
 - فققتصاد الحجم المتعلق بالطلب والذي يعتبر احد خصائص " الاقتصاد الجديد " بالشيء المميز لهذا النوع من اقتصاد الحجم وكون التكلفة الحدية تقارب الصفر عند إعادة إنتاج (أو بالاحرى نسخ) المعلومات، يعني ذلك كلما زادت المبيعات كلما خفضت المؤسسة في سعر البيع مما يغذي زيادة المبيعات، فتتحقق المؤسسة بالتالي على الدوام أرباحا وإن اقتربت من الصفر، لأن تكاليف الإنتاج تكاد تكون معدومة ويبدو واضحا انه لا حدود لاقتصاد الحجم المتعلق بالطلب في الاقتصاد الجديد عكس الاقتصاد التقليدي.
- طابع الهيمنة على السوق:

إنه كلما تم استخدام الشبكة من طرف مستعمل جديد كلما زاد ذلك إلى زيادة منفعة المستعملين الآخرين [مثلا البريد الإلكتروني Email]، هذه الخاصية تسمى بالآثار الإيجابية للشبكة والتي انعكست على اقتصاد السكولوجيات الحديثة والمعلومات وهكذا فالنجاح الذي تطمح إليه المؤسسة يتحقق اعتبارا لعدد مستعملي منتوجها وعند وصول هذا العدد عتبة معينة يتحول إلى نجاح لا محدود لأن أي مستعمل إضافي للخدمة أو المنتج 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 لمستهلك بالطابع الاستثنائي للمنتوج، فيقع المستهلك (قد تكون مؤسسة منتجة) في قيد يمكن ارتفاع تكلفة تغيير المنتج أو تعويض المورد وتتضمن هذه التكلفة أساسا تكاليف التكوين التي يتطلبها استعمال المنتج الجديد [برامج...] ، إضافة إلى تكلفة العتاد بالإضافة إلى الانعزال الذي يترتب عن اقتناء البرنامج الجديد فيقع الزبون فيما يسمى بالانسداد، إذ تمارس المؤسسة المنتجة على المستهلكين تأثيرات بحيث تجعل منهم أوفياء لها في مثل هذا الوضع نقول أن المؤسسة جعلت من منتوجها معيارا، كمثال لذلك منتج windows لمؤسسة microsoft وهو عبارة عن نظام للتشغيل و ليس الوحيد في السوق (على عكس ما يعتقد بعض مستعملي الإعلام الألي) بل توجد أنظمة أخرى فقد تكون أكثر

جودة و أقل ثمننا (قد تعرض مجاناً مثل منتج linux) لكن لا فائدة من إقتنائها عندما نعرف أن عدد مستعمليها ضئيل و أن إقتنائها يؤدي إلى الانعزال عن المجموعة، و مما يدعم مفهوم المنتج المعيار هو ميل المنتجين نحو إنتاج منتجات و خدمات و هم كلهم حرص على ملائمتها مع ذلك المنتج لتفادي مشكل عدم التلائم إنهما.... غير موجودة في الإقتصاد التقليدي، أنه تطور لا محدود للنجاح و الهيمنة على السوق(احتكار مطائق) بل يصعب بل يستحيل على المنافسين الجدد دخول السوق في المدى القصير و المتوسط).

لذلك يصبح من السهل فهم عدم جدية شركة Microsoft في الحد من القرصنة التي تتم حول منتجاتها والتي تمنح لها فرصاً معتبرة للربح لأن الخسارة المالية تعوض زيادة في مستعملي المنتج وتعزيز ال.....والمكانة السوقية التي تبحث عنها كل مؤسسة من أجل البقاء إن هذا الشكل من السوق له توابع سلبية..

أ- على المستهلك : لأنه يجرمه من منتجات وخدمات المنافسين فهو يصبح ضحية سلوك احتكاري مثل زيادة السعر أو تدهور جودة المنتج.

ب- على المنتجين: إن المنتجين للسلع البديلة مقيدون يصعب عليهم اختراق السوق أما منتجي السلع المكتملة فهم مضطرون لتطوير بالأخذ بعين الاعتبار المنتج المعياري .

المبحث الثاني : التجارة الإلكترونية

المطلب الأول : مفهوم التجارة الإلكترونية

بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في أوائل السبعينات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية للأموال (EFT) لكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض الشركات المتوسطة وبداها يأتي التبادل الإلكتروني للوثائق (EDI) والذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى والذي سبب في ازدياد الشركة المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي تجزئة ومؤسسات خدماتية.

ومع النمو والانتشار البديهي شهدته الإنترنت فإن مصطلح "التجارة الإلكترونية" بدأ بالظهور ومن ثم تم تطوير تطبيقات هذه الأخيرة بصورة كبيرة خاصة مع ازدياد المنافسة بين الشركات -11- ليصل حجم معاملات التجارة الإلكترونية إلى 08 مليار دولار سنة 1998 لينتقل إلى 40 مليار دولار سنة 2000 ويتجاوز 80 مليار دولار سنة 2002 ، وكانت أعلى نسبة لصالح مشتريات

برامج الكمبيوتر وتجهيزاته ب 32 % ، تذاكر السفر 24 % الهدايا والزهور 10 % ملابس 05 % (2)

تعريف التجارة الإلكترونية :

يتشكل مصطلحج التجارة الإلكترونية من مقطعين:

الأول: التجارة "cimmerce" : ويعبر عن نشاط تجاري واقتصادي معروف يتمثل في تناول السلع والخدمات وفقا لقواعد ونظم متبعة ومتفق عليها.

الثاني: الإلكترونية "Electronic" : والمقصود بها هو أداء النشاط باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت.

مما سبق يمكن تعريف التجارة الإلكترونية "Commerce électronique" بأنها عمليات الإعلان والتعريف بالبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال (الإنترنت) .

المطلب الثاني: مميزات وفوائد التجارة الإلكترونية

أولا: مميزات التجارة الإلكترونية

- عدم وجود علاقة مباشرة بين العملية التجارية حيث يتم التلاقي بينهما من خلال شبكة الاتصالات، وبالرغم من أن هذا المنتج ليس جديدا حيث شهدت التجارة الاستخدام المكثف لوسائل الاتصال (الهاتف، المراسلات)، إلا أن مايميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من الفاعلية.

- تعتبر الرسالة الإلكترونية القانوني الوحيد المتوفر لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما، نظرا لعدم وجود أي وثائق ورقية في إجراء وتنفيذ المعاملات حيث أن كافة عمليات التفاعل بين طرفي المعاملة تتم إلكترونيا دون استخدام أي أوراق للاستخدام القانوني..

- إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية على الشبكة وذلك بخلاف أي من وسائل الاتصال السابقة والتي كانت تقف عاجزة عن التسليم، وتقوم بالتسليم الجزئي (استخدام الفاكس في إرسال التقارير المكتوبة) في صورة نسخ غير أصلية أو غير واضحة.

- التجارة الإلكترونية تتعدى الحدود الزمانية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية.

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

ثانيا: فوائد التجارة الإلكترونية

- أ- بالنسبة للمؤسسات:
- التجارة الإلكترونية تسمح بتخفيض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب ففي هذا النظام العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوقي المناسب [تطبيق نظام الوقت المحدد].
 - عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقا لمتطلبات الزبون وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها.
 - التجارة الإلكترونية تخفض تكاليف الاتصال والتكاليف الإدارية للشراء.
 - التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق.
- ب- بالنسبة للمستهلكين:
- التجارة الإلكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق في أي وقت وفي أي مكان.
 - التجارة الإلكترونية تمكن المستهلك من الحصول على المعلومات المناسبة حول البضاعة خلال ثوان.
 - التجارة الإلكترونية تشجع المنافسة مما يعني خفض الأسعار.

- التجارة الإلكترونية تيسر توسيع الخدمات العامة مثل التعليم بسعر منخفض وكفاءة أعلى.

المطلب 3: مراحل تنفيذ المعاملات في التجارة الإلكترونية

لإبرام صفقة إلكترونية يجب على الزبون المرور بالمراحل التالية 1:

إن موقع الويب الخاص بالمؤسسة يعطيها إمكانية عرض كاتالوك لمنتجاتها والذي يمكن أي زائر للموقع البحث عنه إلكترونياً وهناك ثلاث أساليب للبحث عن السلع أو الخدمات هي :

1- البحث الهجائي (أي حسب الترتيب الهجائي لاسم المنتج):

يعرض في الموقع أسماء المنتجات مرتبة حسب الترتيب الهجائي لاسم المنتج.

2- البحث بالاعتماد على الصور :

في هذه الحالة يعتمد الزبون على الصور المقدمة عن المنتج بالضغط على أي صورة ، يتحمل المستخدم على صفحة أخرى يعرض فيها صور عديدة لنفس المنتج والاختلاف بينها يكون إما في الألوان أو الأحجام.

3- البحث بالاعتماد على عائلة المنتج :

البحث في هذه الحالة لا يتم على مستوى المنتج في حد ذاته، بل يتم على مستوى عائلة المنتج.

يفتقر عمل الكاتالوك الإلكتروني على إبداء مواصفات السلع فحسب، بل يمكن للمؤسسة الحصول على معلومات وإحصائيات خاصة بخدمات التسويق والبيع مما يجعلها قادرة على سوقها بشكل أفضل.

ثانياً : الطلب والتسديد

لكي يطلب الزبون سلعة ما يملأ استمارات إلكترونية تماثل وتشبه وصولات الطلب التقليدية، وقبل أن يقوم البائع بطلب ثمن السلعة، فإنه أولاً يقوم بإعداد فاتورة باسم الزبون، ويكتفي فيها المبلغ المستحق له، وهذه المرحلة تسمى مرحلة الفوترة سواء في العمليات التقليدية أو باستعمال التجارة الإلكترونية والفرق بينهما يتمثل في أن الثانية تتم إلكترونياً وبغد ذلك يتم التسديد، وسائل الدمغ الإلكتروني التي يمكن أن يستخدمها المستهلكون هي :

بطاقة الائتمان، الشيك الإلكتروني، النقود الإلكترونية أو " الميكرو كاش " الذي يعتمد عليه عندما يكون الإجمالي المستحق زهيدا.

- عند الاعتماد على بطاقة الائتمان كوسيلة للدفع فإن الفاتورة تكون شاملة لاسم الزبون ورقم البطاقة الائتمانية وقيمة البضائع المشتراة، ويتم بعد ذلك نقل هذه البيانات باستخدام الحاسب الآلي ومنها رقم بطاقة الائتمان الذي يتعامل معه الزبون ويقوم البنك بالتحقق من صحة رقم البطاقة وقيمة البضائع ثم خصم قيمة البضائع المشتراة من حساب المشتري ثم إضافتها إلى حساب البائع إذا كان له حساب في نفس البنك، فإن لم يكن له حساب وكان له حساب في بنك آخر يقوم بالاتصال بالبنك الآخر ويحول القيمة إليه من حساب المشتري في البنك الأول إلى حساب البائع في البنك الثاني.

وتعتبر الشيكات الإلكترونية من أهم وسائل الدفع، حيث ينتقل الشيك بالبريد الإلكتروني إلى المستفيد بعد توقيعه إلكترونياً فيحصل عليه المستفيد ويوقعه إلكترونياً ويرسله بالبريد الإلكتروني مصحوباً بإشعار إيداع إلكتروني في حسابه بالبنك.

أما بالنسبة إلى النقود الإلكترونية فإن البنك يقوم بإصدارها لعملائه وتكون غير متداولة في التعاملات التقليدية، ويحتفظ بها العميل في محفظة إلكترونية يتم حفظها على القرص الصلب للحاسب الآلي أو يتم التحفظ عليها في البطاقات الذكية وهي بطاقات تحتوي على رقاقات إلكترونية فيها ذاكرة لتخزين المعلومات وهي تحل الآن محل بطاقات الائتمان العادية.

ثالثاً: التوزيع

إذا كانت المنتجات غير المادية يمكن نقلها عبر الإنترنت فإن إيصال السلع وتوزيعها عبر الإنترنت مستحيل، لذا تقوم المؤسسات التي تبيع سلعة معينة باستخدام أسلوب التبادل الإلكتروني للوثائق (EDI) من أجل تحويل توجيهاتها المباشرة إلى مؤسسات التوزيع لتقوم بدورها بتوزيع السلع، كما يمكن تسوية مشاكل الأجل باستخدام البريد الإلكتروني للاتصال بالعمومين الموزعين، ومن بين مؤسسات التوزيع توجد مؤسسة (UPS) ل: فيديرال أكسپريس و " وأمريكا بريزن لاينز " وهاتين المؤسستين يمكنهما مراقبة حالة التوزيع انطلاقاً من الويب.

المبحث الثالث : شبكة الأنترانيت

المطلب الأول: تعريف الأنترانيت وخدماته

يقوم مبدأ شبكة إنترنت Internet على توفير المعلومات وتسهيل تبادلها على مستوى العالم، أي للجميع في شتى العالم . فإنترنت هي شبكة شبكات المعلومات التي تجمع شتى أنواع الشبكات، من بحثية وحكومية وتجارية وغيرها، في إطار شبكة واحدة يستفيد منها الجميع في الحصول على المعلومات في شتى المجالات، وفي تبادل المعلومات فيما بينهم.

ويختلف مبدأ شبكات INTRANET عن مبدأ شبكة الأنترنت في توجهه إلى المستوى الخاص، وليس إلى المستوى العام، ويعني ذلك أن المعلومات في الإنترانيت هي معلومات خاصة لا يسمح باستخدامها أو تبادلها إلا من قبل مجموعة من المستخدمين. ولئن كان الأنترنت هي شبكة عامة وواحدة، فإنه يكون هناك شبكات عديدة تعمل على مبدأ إنترنت لكل منها خصوصيتها في طبيعة المعلومات، وفي تحديد المستخدمين المسموح لهم باستخدامها.

هذا من حيث الاختلاف بين الأنترنت والإنترانيت أما من حيث الاتفاق فيما بينهما يكمن في أسلوب العمل وطبيعة الخدمات المقدمة. فهما يعملان طبقا لذات المعايير التقنية، ويقدمان ذات الخدمات، ولكن كل ضمن مستواه: العام للإنترنت والخاص للإنترانيت، ويمكن لمستخدم معين للإنترنت يحمل طبيعة المستخدم العام أن يكون أيضا مستخدما لإنترانيت معينة إذا كان يحمل خصوصيتها كمستخدم خاص حصل على حق التعامل الخاص مع المعلومات فيها.

وقد تعمل الإنترانيت على مدى جغرافي محلي ضمن شبكة محلية، أو قد تعمل على مدى جغرافي واسع كشبكة خاصة، وفي هذا الإطار قد يكون في الحالتين طابع ظاهري virtual. كما يمكن أن تكون موصلة إلى إنترنت دون أن تسمح لأحد باختراق خصوصيتها عن طريق أنظمة أمن مثلما يعرف بجدار الوقاية المنيع (Fire walls).

وعلى أساس ما سبق القول: إن "إنترنت" هي علميا "إنترانيت" ولكن ضمن إطار خاص، سواء على مدى جغرافي محلي أو على مدى جغرافي واسع، وإضافة إلى ذلك فإن إنترانيت لا تحرم مستخدميها من التوصيل مع إنترنت والاستفادة من خدمات المستوى العام، وسوف نتعرض فيما يلي خدمات وفوائد إنترانيت:

تنقسم خدمات إنترانيت إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

- خدمات الاتصال ونقل المعلومات.
- خدمات التعرف على الموارد المعلوماتية المتوفرة في الشبكة.
- خدمات البحث عن معلومات والتعامل معها.

خدمات الاتصال:

تشمل هذه الخدمات أساسا البريد الإلكتروني، والذي يشمل تبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر ويتضمن:

- أ- القوائم البريدية، وتتضمن نقل المعلومات من شخص واحد إلى مجموعة أشخاص مشتركين في هذه القوائم.

ب- الأخبار، وتشمل مشاركة مجموعة من المستخدمين في الحصول على المعلومات على هيئة نشرات إخبارية، تعميم، توجيهات... إلخ.

ت- موشرات مشتركة، ويمكن فتحها لموضوع معين ومحدد يشترك فيها مجموعة محددة من المشتركين لتبادل الآراء وتنسيق العمل فيما بينهم والتي ربما تكون ضرورية لاتخاذ القرار.

2- خدمات البحث عن المعلومات والتعامل معها:

وهذه الخدمات الأكثر أهمية في الوقت الحاضر ، فهي تهدف إلى البحث عن الموارد المعلوماتية في الشبكة وتحديد مواقعها، وكذلك استخدامها، من خلال تطبيق واحد يسهل على المستخدم تحقيق الفوائد الموجودة بسرعة وفاعلية وتشتمل هذه التطبيقات المعروفة باسم غوفر **GOPHER** وكذلك التطبيق المعروف باسم النسيج **WEB** وهو التطبيق الأكثر أهمية في الوقت الحاضر.

ويقدم تطبيق النسيج إمكانيات جديدة في النفاذ إلى معلومات تبدأ بما يعرف بـ: "صفحة النسيج **WEB PAGE**" وي معلومات قد تشمل صوتا وصورة إلى جانب النصوص، تعطي لوصف عنصر معين، قد يكون شخصا أو هيئة أو شركة، أو ربما دولة، ومن هذه الصفحة يمكن الانتقال إلى صفحات أخرى تاربط بها معلوماتيا، وتختلف من حيث مكان وجودها، فقد تكون في مراكز متباعدة جغرافيا ، ولكنها ترتبط جميعا بالشبكة.

المطلب الثالث: فوائد شبكة إنترانيت

في دراسة أجريت في الولايات المتحدة سنة 1995 ، على 170 شركة ، اتضح أن 11 % من هذه الشركة نفذت إنترانيت بالفعل وأن 12 % تقوم بالتنفيذ، والباقي قيد الدراسة واتخاذ القرار . وقد لخصت الشركات التي نفذت الشركة الفوائد التي جنتها من استخداماتها بما يلي:

أ- سهب وجود إنترانيت الاتصال بين المستخدمين والتعامل فيما بينهم لأداء العمل بكفاءة وفاعلية.

ب- حسن وجود إنترانيت مستوى الرضى الذي يشعر به المستخدمون اتجاه عملهم من خلال التطبيقات المختلفة التي تبيح لكل منهم إبراز دوره في الشركة من جهة، وتعاونه مع الآخرين من جهة أخرى.

ت- كانت حصيلة وجود إنترانيت تحقيق توفير في النفقات، مع زيادة إنتاجية العمل كما ونوعا.

وتسير إحصائيات حديثة صدرت عام 1997، إلى معظم المؤسسات الأمريكية باتت تمتلك أو تقوم بإنشاء إنترانيت خاصة بها، إضافة إلى اتصالها مع إنترانيت.

- إن وجود إنترانيت يؤمن على المستوى الخاص خدمات الاتصال وخدمات الموارد المعلوماتية وخدمات البحث والتعامل مع المعلومات طبقا لما سبق، ويحقق ذلك إنتاجية كفاءة وإنتاجية في العمل من جهة، كما يرضي العاملين ويحسن مناخ العمل من جهة أخرى، ويعزز ذلك قدرات المؤسسة التي تقنتيها، ويدعم إمكاناتها.
- إن النفاذ إلى إنترانيت، يوسع دائرة خدمات المعلومات، وينتقل بها من الخاص إلى العام، وطبقا لذلك تبقى خدمات وفوائد الإنترانيت الخاصة، وتضاف إليها فوائد جديدة توفرها الإنترنت على المستوى العام.
- إن وجود إنترانيت، إضافة إلى التعامل مع إنترنت في وقت واحد يعطي فائدتين هائلتين: أولهما فائدة مباشرة للمؤسسة صاحبة العلاقة، وثانيهما للموظف المستخدم، وبالتالي بشكل غير مباشر للمؤسسة المذكورة، وكلا الفائدتين ناتج عن عامل واحد هو اشتراك إنترنت وإنترانيت في تقنية واحدة. على أساس ما سبق نجد أنه في بناء الشبكة الاجتماعية الخاصة لأي منشأة من الأفضل الاعتماد على تقنيات إنترانيت التي تؤمن مختلف خدمات المعلومات الهامة على المستوى الخاص بالمنشأة والتي تسمح بسهولة الانتقال إلى المستوى العام والاستفادة من خدمات إنترنت. وتجدد الإشارة إلى تعميم وجود إنترانيت خاصة في المؤسسات المختلفة، لا يسهل فقط توصيلها إلى إنترنت، بل يسهل أيضا التوصيل فيما بينها في إطار : بين إنترانيت INTER-INTRANET مثل التوصيل بين INTRANET مؤسسة حكومية أخرى.

C:\CNNArabic_com business.htm