**محاضرة 1: تكنولوجيا الإعلام والاتصال واقتصاد المعرفة:**

1. **مفهوم اقتصاد المعرفة:**

اقتصاد المعرفة أو الاقتصاد الكمبيوتري أو الاقتصاد الرقمي أو الاقتصاد العقلي أو الاقتصاد الجديد أو اقتصاد الانترنت أو الاقتصاد الافتراضي أو اقتصاد الدوت كوم. وهو الاقتصاد الذي حل محل اقتصاد الآلة والعمل والأرض كمصدر للثروة.

ويمكن تعريف إقتصاد المعرفة على أنه: نظام اقتصادي يمثل فيه العلم الكيفي والنوعي عنصر الإنتاج الأساسي والقوة الدافعة الرئيسية لتكوين الثروة. وعلى هذا الأساس يختلف هذا الاقتصاد عن بقية أنواع الاقتصاد في عدة جوانب أهمها:

-على عكس عناصر الإنتاج الأخرى، لا يمكن نقل ملكية المعرفة.

-يتسم اقتصاد المعرفة بأنه اقتصاد وفرة أكثر من كونه اقتصاد ندرة، فعلى عكس الموارد الأخرى التي تنفذ من جراء الاستهلاك، تزداد المعرفة بالممارسة والاستخدام وتنتشر بالمشاركة.

-يسمح استخدام التقنيات المناسبة بخلق الأسواق ومنشآت افتراضية تلغي قيود المكان والزمان من خلال التجارة الالكترونية التي توفر الكثير من المزايا من حيث تخفيض التكلفة ورفع الكفاءة والسرعة في إنجاز المعاملات.

-من الصعوبة في اقتصاد المعرفة تطبيق القوانين والضرائب، فطالما أن المعرفة متاحة في أي مكان في العالم، فإن ذلك يعني أن اقتصادا عالميا يهيمن على الاقتصاد الوطني.

-بروز قطاع المعلومات: كما أوجد العصر الزراعي قطاع الزراعة وعصر الصناعة قطاع الصناعة، أوجد كذلك عصر المعلومات قطاعا آخر هو قطاع المعلومات، وهو: "القطاع الذي يشمل كل الأنشطة المعلوماتية في الاقتصاد، فضلا عن السلع المطلوبة للقيام بهذه الأنشطة." وعليه، فإن قطاع المعلومات يشمل كل الأنشطة التي تهتم بإنتاج المعلومات وتداولها، كما يشمل كذلك كل الوسائل والمعدات والمنتجين لها والذين يقومون بتسهيل عملية إنتاج وإستهلاك المعلومات داخل المجتمع والاقتصاد ككل.

**وبما أن المعرفة هي خليط من التعلم والخبرة المتراكمة وتعتمد على الفهم والإدراك البشري، فإن مجرد وجود معلومات مشتتة لا يشكل إضافة حقيقية للاقتصاد، على اعتبار أن المعلومات لا تكون ذات قيمة ما لم يتم تحليلها ووضعها في إطار مفهوم، ومن هذا المنطلق فإن تطبيقات المعرفة أصبحت عاملا حاسما في تحديد الوضع التنافسي والميزة التنافسية لكل بلد وصناعة ومؤسسة.**

1. **التأثيرات الكبرى لاقتصاد المعرفة والمعلومات في الجانب الاقتصادي:** تتنوع تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتتعدد في جميع الميادين لكننا نركز هنا على أهم التأثيرات العامة أو الكبرى على الاقتصاد بمفهومه الشامل وعلى المؤسسة ومحيطها الداخلي والخارجي:

-عالمية التنافس حيث أن نشاط المؤسسة أصبح لا يقتصر على المجال المحلي أو الاقليمي فقط إنما اكتسب طبيعة كونية، من خلال تدويل الأنشطة المالية عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات التي ساهمت في تنشيط العولمة الاقتصادية.

-سمحت تكنولوجيا الاتصال والإعلام بالعمل في الوقت الحقيقي للمؤسسات، حيث أصبحت السرعة من أهم الأسس المعتمدة في أداء العمل التنافسي.

-إن ثورة المعلومات سمحت بظهور التكوين الذاتي الذي يسمح بتنمية الفرد لقدراته من خلال الاستفادة من القدر الهائل للمعلومات

-انتهاج سياسات إقتصاد السوق من قبل المتنافسين بحيث أصبح التنافس خاضعا لاتفاقية التجارة الحرة (انفتاح اقتصادي أكبر).

-التحول من الاعتماد على الثروة المادية ذات التوزيع المتباين، إلى الاعتماد على الثروة الفكرية التي تتزايد قيمتها عند مختلف الشعوب.

-تحقيق قدر كبير من المرونة الانتاجية، والتقليل من النفقات مع تقديم طرق جديدة وهياكل تنظيمية جديدة لتصميم المنظمات.

-في المقابل قد تجعل التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال العلاقات بين المتعاملين أقل إنسانية كعلاقة الطبيب بالمريض في الجراحة عن بعد.

-يرى البعض أن السيادة الوطنية أصبحت مهددة نظرا لحرية تحرك المعلومات والاتصالات والأموال عبر الحدود الوطنية. كما أن ظهور النقود الالكترونية والتي تمثل تهديدا للسيادة النقدية.

1. **استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات والأعمال:**

تزايد الاهتمام باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات ومجال الأعمال في السنوات الأخيرة، حيث تستمر التكنولوجيا في لعب أدوار كبيرة في حياتنا اليومية، وفيما يلي أهم الأغراض لاستخدام هذه التكنولوجيات في الأعمال والمؤسسات:

**التواصل:**

جعلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال التواصل مع العملاء والموظفين أمرا أسهل كثيرا للشركات والمؤسسات، حيث يتم استخدام البريد الالكتروني والرسائل الفورية وأدوات مؤتمرات الفيديو بشكل شائع للتواصل مع الآخرين في الوقت الحقيقي.

**التعاون:**

تسمح أدوات تكنولوجيا الاتصال والإعلام مثل الحوسبة السحابية وبرمجيات إدارة المشاريع ومساحات العمل المشتركة عبر الانترنت من السهل على الفرق التعاون والعمل معا على المشاريع في الوقت الحقيقي.

**التسويق والإعلان:**

فتحت هذه التكنولوجيا قنوات جديدة للشركات للوصول إلى جمهورها المستهدف من خلال وسائل التواصل الاجتماعي والإعلان عبر الانترنت وغيرها من قنوات التسويق الرقمي.

**المبيعات والتجارة الالكترونية:**

أصبحت المبيعات عبر الانترنت ومنصات التجارة الالكترونية مهمة بشكل متزايد للشركات، مما يتيح لها الوصول إلى جمهور أوسع وبيع المنتجات أو الخدمات على مدار الساعة.

**تحليل البيانات:**

تجعل أدوات وبرامج تكنولوجيا الإعلام والاتصال من السهل على الشركات جمع وتحليل البيانات حول عملائها وعملياتها، مما يتيح لها اتخاذ قرارات مستنيرة ويمكنها من تحسين أدائها.

**التشغيل والكفاءة:** تحويل بعض المهام الروتينية كمعالجة الفواتير إلى مهمة آلية يتكفل بها جهاز الكمبيوتر وبالتالي ربح الوقت والكفاءة في انجاز هذا النوع من المهمات