الاسم الكامل: لحمر عباس

الرتبة: أستاذ مساعد أ.

مكان العمل: كلية الحقوق و العلوم التجارية قسم العلوم التجارية جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم الجزائر.

العنوان البريدي: ص ب 959 مستغانم 27000 الجزائر.

رقم الهاتف: 00213550536911-00213770192465

رقم الفاكس: 0021345339795

البريد الالكتروني:lahmarabbes@yahoo.fr

عنوان البحث: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل عمل الأفراد وتطوير أداء منظمات الأعمال المعاصرة.

المحور 4: رأس المال الفكري ونظم معلومات إدارة الموارد البشرية المساعدة على اتخاذ القرار بما فيها استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتعزيز اقتصاد المعرفة.

الملخص:

في ظل التوجه نحو العولمة وتسارع وثيرة الإبداعات، أصبحت المنظمات تواجه ضغوطا متزايدة تدفعها نحو إحداث التغيير و تبني طرق و أساليب جديدة في التسيير، فالتطورات الحاصلة أدت إلى الرغبة في التمايز و تحقيق وضع تنافسي أفضل في الوقت الذي احتلت فيه تكنولوجيا الإعلام و الاتصال مكانه هامة في الاقتصاد و لعبت دور هام في تطوير أداء منظمات الأعمال و تحسين خدماتها، وتماشيا مع هذه التغيرات و سعي المنظمات نحو مواكبه التطورات الحاصلة تظهر ضرورة تبني مفاهيم و أساليب العمل الجديدة و التركيز على دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية المنظمات الإنتاجية والخدماتية.

الكلمات المفتاح: تكنولوجيا الإعلام و الاتصال – الإبداع التكنولوجي - الانترنت – الانترانيت - الاكسترانيت- - منظمات الأعمال – العمل الجماعي.

Abstract:

In light of the trend towards globalization and innovations frequency, organizations have become facing an increasing pressure to bring change and the adoption methods of management. The developments taking place led to the desire of differentiation and achieving a better situation of competitiveness at a time the Information and communication technologies occupied an important place in the economy and played an important role in developing of business organizations performance and improving its services.

In line with these changes and organizations seeking to keep cope with developments, the necessity of concepts adoption and new working methods appear and the focus on the role of Information and communication technologies in the development of production of organizations (products and services).

مقـــدمـــة :

انسجاما مع التغيرات الحاصلة والتطورات التكنولوجيا أصبح هناك انتقال لأنماط الإنتاج الرأسمالي من عالمية دائرة التبادل و التوزيع إلى عالمية دائرة الإنتاج و علاقات الإنتاج و نشرها في كل مكان مناسب و ملائم خارج المركز الأصلي، وهذا بطبيعة الحال يمثل تهديد بالنسبة للمنظمات المتواجدة في مناطق أخرى والتي أصبحت تواجه ضغوطا متزايدة نحو إحداث التغيير والتطوير، في وقت أصبحت فيه طرق وأساليب الإنتاج والتنظيم متجددة، واحتلت المعرفة مكانة هامة في الاقتصاد، وقد واكب ذلك قفزات كبيرة في استخدام وتطبيق أدوات وتكنولوجيات مختلفة من أهمها تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي ساهمت في توجيه الاقتصاد والمجتمع الدولي إلى المزيد من التقارب، حيث أصبح من غير الممكن أن ينعزل اقتصاد بلد ما عما يجرى في العالم، فتيار التغير امتد ليشمل مختلف القطاعات خاصة منها الاقتصادية، وهذا ما دفع بمسيّري المؤسسات وأصحاب القرار إلى تبني توجهات إستراتيجية مستحدثة للتكيف مع ظروف الانفتاح و متطلبات الثورة المعلوماتية من خلال تبنى أساليب وممارسات متطورة تتركز حول تغيير بنية عمل المنظمات مع خلق مناخ مناسب لأهداف المنظمة بالاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتسخيرها لتطوير قدراتها، فتطبيق هذه التكنولوجيات له أثر كبير حيث تسمح بإيجاد منهج عمل سليم وواقعي يساعد على تحقيق الكفاءة والجودة وحسن التسيير واتحاد القرار بالإضافة إلى تسهيل عمل الأفراد، وإدارة الموارد البشرية ورصد مختلف التغيرات التي تحدث على مستوى الاقتصاد العالمي ومعرفة الأسواق العالمية لضمان البقاء والاستمرارية ومواجهة مختلف التحديات على الصعيدين الإقليمي والدولي.

تهدف هذه الورقة البحثية إلى محاولة فهم الدور الذي يمكن أن تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير أداء منظمات الأعمال المعاصرة وتسهيل القيام بالمهام والوظائف، فلقد أحدثت هده التكنولوجيا تغيرات جذرية وأثرت بشكل كبير على أداء المنظمة، وفجرت ثورة هائلة في نظم الاتصال والمعلومات، كما ساهمت في تقارب المجتمعات وظهور محيط اقتصادي جديد يرتكز على المعرفة والمعلوماتية.

وتتركز مشكلة البحث في التعرف على دواعي اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في منظمات الأعمال والآثار التي يمكن أن تترّكها، وباعتبار أن التساؤلات تتضمن التوجه إلى لب المشكلة وذلك عن طريق وضع ما تسعى إليه الدراسة بصيغ استفهامية واضحة، وعليه فإن هذه الدراسة تتوجه للإجابة على الإشكـــالية التـــالية:

? كيف يمكن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أن تساهم في تطوير أداء منظمات الأعمال المعاصرة وتسهيل عمل الأفراد ؟

وتأتي هذه الورقة البحثية للإجابة على الإشكالية المطروحة و لتسليط الضوء على دواعي اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالنسبة للمنظمات وتعزيز اندماجها في المحيط الاقتصادي الجديد، و يكون هذا من خلال المحاور الأساسية التالية:

المحور الأول: يتناول الدوافع الخارجية والداخلية التي تدفع المنظمات إلى إحداث التغيير.

المحور الثاني: دواعي اعتماد تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في المنظمة.

المحور الثالث: منظمات الأعمال بين الانترنت والانترانيت،

1. دوافع التغيير في منظمات الأعمال المعاصرة.

لقد أعطت التطورات الحالية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال إمكانيات هامة في تنمية وتحسين وظائف المنظمات، فتطور المبادلات الذي أصبح ممكن بفضل ثورة الاتصالات مهد الطريق لتغيرات جد عميقة وسريعة ساهمت في زيادة الفوارق بين المنظمات الناشطة والمنظمات الأخرى، كما أن هذه التغيرات العميقة يمكن ملاحظتها كذلك عن طريق التحولات التي تظهر من خلال التغيرات الهامة على مستوى الإستراتيجية ، هياكل التنظيم، الموارد البشرية، استعمال تكنولوجيا جديدة، أشكال جديدة للتوزيع والترويج...الخ.

إن المنظمات التي لا تعرف كيف تستغل إمكانياتها على المستوى الشامل تصادف مشكل عدم قدرتها على مسايرة وتيرة التغيير المفروضة، إذ أن الظواهر التي كانت في الماضي قليلة، أصبحت الآن منتشرة ولم تسلم منها أي منظمة، فالأمر يتعلق عموماً بالعناصر التي تحيط بها كالإبداعات التكنولوجية، وتغيير نماذج الحياة وهنا تظهر دوافع التغيير التي لا يمكن في أي حال من الأحوال أن ترتبط بدولة أو نموذج تسييـــر غير أنه في كلّ الحالات يجب على المسيرين وأصحاب القرارأن يحدثوا بكل نجاح تغيرات هامة حتى يكون هناك تماشي مع التطورات التكنولوجية والتكيف مع التغيرات التي يمكن تقسيم دوافعها إلى دوافع خارجية وأخرى داخلية.

1-1 : الدوافع الخارجية للتغييـــر

تتعلق الدوافع الخارجية للتغير بالتغيرات الناتجة عن عناصر خارجية والتي تخص وتربط بظواهر جد مختلفة، وهده الدوافع يمكن حصرها فيما يلي:

. **التطورات الحاصلة في الأسواق:** فالتطورات الحاصلة في الأسواق تدفع المشترين إلى التأقلم مع المنتجات الجديدة وطريقة توزيعها بالإضافة إلى الخدمات الممنوحة، وهذا له تأثير كبير على المنظمات التي تهدف إلى تلبية حاجيات ورغبات المشترين والحفاظ عليهم سواءً تعلق الأمر

بالأفراد، منظمات، إدارات، إن التطورات في الطلب تفرض على المنظمات إجراء تغيرات عميقة، فهناك تعديلات هامة تظهر في الأسواق، مع ظهور منتجات جديدة واختفاء منتجات أخرى كما هو الشأن بالنسبة للتلفاز الأسود والأبيض، والطرح المستمر لأجهزة الكمبيوتر ذات الجودة العالية، وهذه التطورات في مجال الطلب على السلع جعلت المستهلكين والزبائن أكثر قدرة على تحديد المنتجات ذات الفعالية خصوصًا على مستوى الجودة.

« فلقد أصبحت هناك إمكانيات واسعة للمستهلك للحصول على المعلومة، وبالتالي يظهر كمشتري متيقن وعقلاني، وهذا ما يدفع المنظمات إلى التفكير في العلاقة الموجودة مع الزبائن مع إعطاءها أبعاد تنافسية والبحث عن زيادة فعالية الوظائف الناتجة عن التطور التكنولوجي »[1].

. **نشاطات النافسة**: كما أن نشاطات المنافسة هي عامل آخر يقود المنظمة إلى التغيير، فحركات المنافسين يمكن أن تؤثر على موقع المنظمة، طرح منتجات جديدة، الاستعمال المتعدد لقناة التوزيع، تحسين طرق الإنتاج، وضع تكنولوجيا جديدة أو تغيير الأسعار هي عوامل تدفع المنظمات الأخرى إلى التحرك إذا اعتقدت أن هذه الإجراءات تقوى موقع المنظمة[2] فالعملاء لديهم اليوم القدرة على التسويق المباشر عبر الانترنت والحصول على كافة المعلومات، وهذا بطبيعة الحال يجبر المنظمات على مواجهة المنافسة وتغيير الإستراتيجية التسويقية« فالروح التجارية التي غزت الانترنت بشكل متزايد خلال سنوات التسعينات ترتكز على التطلعات الجديدة للبائعين أولها بلوغ الوصول إلى إرضاء الزبائن وهذا يعتبر من المزايا التنافسية»[3] فالمنافسة التجارية التي كانت قائمة قبل سنوات التسعينات بين المنظمات تختلف تماماً عن تلك المنافسة القائمة حالياً عبر شبكات الاتصالات المتقدمة وعلى رأسها الانترنت.

. **الإبداع التكنولوجي**: هو سبب آخر للتغيير الهام والمتزايد، فكلّ مرة تكون هناك مستجدات في الميدان التكنولوجي المتعلق بالحياة الاقتصادية خاصة في مجال الصناعة والإنتاج، وهذه الإبداعات تمنح إمكانيات هامة للمنظمات وتسمح بتطبيق طرق عمل لم تكن موجودة في الماضي وتجعل المنتجات أحسن من تلك التي كانت موجودة من قبل، فالتطورات الهامة في مجال الروبوتيك وفي الأدوات التي انتقلت من التكنولوجيا المرتكزة على الميكانيك إلى التكنولوجيا المرتكزة على الإلكترونيك أحدثت تغيراً كبيراً في طرق الإنتاج في العديد من المنظمات، كما أن تطور الحواسب قد أحدث ثورة في مجال العمل واستطاع الكمبيوتر المتطور أن يغير أسلوب تنظيم وإدارة العلاقات والاتصالات الداخلية والخارجية في المنظمة، بل وتدخل في كيفية أداء المهام وأساليب العمل وعقد الاتفاقيات.

لقد أصبح الإبداع التكنولوجي المقياس الحقيقي لنمو الاقتصاديات وازدهارها في حياة المنظمات الإنتاجية والصناعية والخدماتية، والمستقبل سيكون للذين يعرفون كيفية تنمية والتحكم في التكنولوجيات الجديدة، لذلك يمكن اعتبار الإبداع التكنولوجي كدافع من الدوافع الخارجية للتغيير، غير أنه في حالة المنظمة التي تقوم بالإبداع يكون دافع أو سبب داخلي.

. **تطور التشريعات والتنظيمات:** إن تطور التشريعات والتنظيمات يمكن أن تقود كذلك المنظمات إلى إحداث تغيرات، فتأثيرها يظهر من خلال تغيرات المحيط التنافسي، كما هو الشأن بالنسبة لخلق سوق مشتركة التي تسمح بالنفاد إلى الأسواق الوطنية وبالتالي تتزايد التناقضات التي تقع على بعض المنظمات، وكذلك التنظيمات التي تهدف إلى تغيير حصص الاستيراد مثل إلغاء اتفاقية النسيج والتي كانت الدول النامية تتمتع في ظلها بحصص صادرات اختيارية للدول المتقدمة، وكلّ هذه الإجراءات والتنظيمات يظهر تأثيرها مباشرة على المنظمات ويدفعها نحو التغيير وإلغاء القواعد التي كانت موجودة من قبل.

1-2 : الدوافـــع الداخلية للتغييـــر

يؤدي نمو المنظمة واتساع نشاطها إلى تغيرات عميقة، وخلق مشاكل جديدة لا يمكن حلها بشكل فعال من خلال الزيادة البسيطة للوسائل الموجودة، حيث أن الزيادة في حجم المنتجات والإنتاج والدعم الداخلي، وكذا طرق مراقبة الجودة وسياسة التمويل، كما أن استعمال نقاط جديدة للبيع أو قنوات أخرى للتوزيع يفرض تغييـــر النظام التجاري[4].

لقد كانت المنظمات في الماضي تعتمد على مجموعة ثابتة من إجراءات العمل والإنتاج، لكن الشكل الجديد للمنظمة يعتمد على ترتيبات عمل مرنة ومعلومات فورية لتوفير منتجات بالطلب على نطاق واسع لملائمة أسواق ومستهلكين محددين، وهذا ما يدفع إلى إحداث تغيير جدي لقوة العمل والإنتاج وتجديد الطاقات والوسائل التي تمتلكها لأن أي عملية داخلية تهدف إلى تنمية المنظمة بغرض غزو قطاعات جديدة أو أسواق جغرافية تتطلب القيام بتغيرات هامة.

نظرة المسيرين هي كذلك سبب من أسباب التغيير الذي له أهمية كبيرة بالنسبة للمنظمات الأخرى، فالمسير عندما يريد تغيير حالة موجودة من أجل تقوية منظمته يحول اللعبة التنافسية، فهو يرى أنه يجب طرح منتجات جديدة، تحسين الجودة، الحصول على مهارات جديدة أو التخلي عن بعض الأنشطة، فالمنظمة تقوم لوحدها بالتغيير انطلاقاً من إرادة مسيرها الذي يريد أن يجعلها أكثر فعالية[5] .

إن شمولية تنمية الأسواق تضع المنظمات في مجموعات منافسة جد كبيرة ومتعددة، تفرض عليها الرّد بسرعة وبصفة مستمرة من خلال تطوير منتجاتها وتحسين دعمها، فسرعة الرّد أصبحت مسألة جوهرية بالنسبة للمنظمات التي يجب عليها أن تتأقلم بشكل دائم، تتجدد، تقوم بهجوم مضاد في كلّ المجالات، الخدمات، شبكات التوزيع، حجم المنتجات، الموقع، الموارد البشرية، التكوين ...الخ)، وهذا لأجل مواجهة الضغوط الشديدة الناتجة عن التعقيد والسرعة والتغيرات المتلاحقة والمنافسة والعولمة الشرسة، التي سمحت بتكوين شكل جديد من المنظمات والأعمال الافتراضية تختلف تمامًا عن تلك الأعمال التقليدية أو حتى أشكال الاندماج والتحالف بين المنظمات، وهذا الشكل الجديد يتم بناءه على أساس حرية الوصول إلى قواعد البيانات وتطبيقات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

2 : اعتماد تكنولـــوجيا الإعـــلام والاتصال في منظمات الأعمال.

لقد أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال ثورة في المحيط الداخلي والخارجي للمنظمة، حيث غيّرت بشكل كبير طرق الإنتاج والتنظيم، وأعطت ثمارها في مجال الإنتاجية خاصة في الدول المتقدمة التي تبنت مؤسساتها الاقتصادية إدراج هذه التكنولوجيات في نشاطها، وانطلاقا مما أحدثته ثورة المعلومات والاتصالات وجدت المنظمات نفسها أمام تحديات كبرى وطرق مختلفة في التسيير تستدعي منها الاهتمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وكشف أبعادها والعمل على إيجاد سبل جديدة تساعد على استيعابها.

2-1: دواعي اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال

إن تأثير المحيط الخارجي للمنظمة على إستراتيجياتها هو مرتبط بشكل عادي وقوي بمميزاتها الهيكلية خاصة الحجم والانتماء القطاعي وبمناهج تنظيمها الداخلي، كما أن التنظيم المكاني مرتبط بشكل واسع بمناهج تنظيم الإنتاج ومناهج التنسيق الخارجي مع الشركاء، فتبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال يمكن أن يترجم إرادة المنظمة بالتسيير الفعال لهياكلها، والتي تظهر من خلال التفاعل بين التسيير الإقليمي والإستراتيجية الصناعية[6]فلقد جعلت هده التكنولوجيا الأساليب التقليدية المعمول بها تفقد أهميتها، ودفعت إلى البحث عن أساليب جديدة تسمح بالتأقلم مع المتغيرات المتسارعة.

ويمكن اعتبار تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أهم ما اعتمدته المنظمة نظرا للخصائص التي تتمتع بها والتي يمكن أن تساهم في دفع القدرة التنافسية، فقد أظهرت عدة دراسات أنه لا مفر من تبني هذه التكنولوجيات حيت يعد اعتمادها ضرورة حتمية كونها وسيلة للإنفراد والتميز عن

باقي المنافسين، ومن دواعي اعتمادها كذلك كونها تلعب دور كبير في تحديث وتطوير إدارة الأعمال وتؤدي إلى خلق مجالات عمل ونشاطات متنوعة، ويمكن ملاحظة هذا من خلال أنها:

- § تساعد على توفير قوة عمل فعلية داخل التنظيم مع زيادة قنوات الاتصال الإداري؛
- § تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية؛
- § تساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا والتفرغ لواجبات أكثر أهمية؛
- § تساعد على تقليص حجم التنظيمات الإدارية[7].
- § تساعد على جعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وأداء وأقل تكلفة؛
- § تساعد على توفير المعلومات الدقيقة والحديثة لدعم عملية اتخاذ القرار؛
- § تساعد على توفير إجراءات مبسطة لإدارة الموارد وبالتالي فعالية أكبر وأفضل.

وينظر إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال كأي جزء آخر من الأعمال كالتسويق والإنتاج وإدارة الموارد البشرية، وإذا تم إدارة هذه التكنولوجيات بصورة ذكية فإنها تعطي للمنظمة ميزة تنافسية إستراتيجية وفوائد عديدة خاصة في مجال رفع مستوى الأداء، دقة البيانات، تقليص الإجراءات، والاستخدام الأمثل للطاقات البشرية، ومن ثم تقليص العجز والركود وخلق الحركية والنشاط.

2-2 : أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء منظمات الأعمال.

لقد ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير الطرق التقليدية للإنتاج بزيادة القيمة المضافة في تصميم المنتوج، وفي يومنا الحالي يعتبر من الواضح أن التخطيط للمنتج هو أكثر ربحية بالإضافة إلى إعداد برنامج دعم في التصنيع ومراقبة الجودة وتسيير صورة العلامة، فلقد أعطت تكنولوجيا الإعلام والاتصال دفعة كبيرة لهذا النظام وتقلصت مدة التطوير حتى أصبحنا نتحدث اليوم عن هندسة متتالية، وهذه التحولات ظهرت بفضل تطور الشبكات[8] الأمر الذي سمح للمنظمات باكتساب نشاط أكبر يمهد لها الطريق للانفتاح على مختلف المستويات، حيث أصبحت تمتلك وسائل متطورة تمكنها من التحرر من قيد الزمان والمكان، وتسمح لها بخلق حلفاء وعلاقات شراكة من خلال الروابط الإلكترونية.

لقد كان لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أثر كبير على منظمات القرن الواحد والعشرين التي وجدت نفسها وجها لوجه أما حتمية التغيير فقد أدت هذه التكنولوجيات إلى ما يلي[9] :

- التحول من التخصص وتقسيم العمل كسمة أساسية للتنظيم في عصر الصناعة إلى نمط تنظيمي يقوم على التكامل والتعاون، فأساس إنتاج المعلومات هو التجميع وأساس الاستخدام هو المشاركة.
- اللامركزية وتعدد مراكز اتخاذ القرار وتقليص المستويات الرأسية؛
- توزيع المهام والاختصاصات أفقيا بين فرق ووحدات عمل تمتلك صلاحيات كاملة، بدلا من توزيع السلطة رأسيا.
- التحول من نظم الرقابة والضبط إلى نظم الضبط الذاتي.
- الاتجاه نحو المزيد من الاستقلالية للعمال حيث أصبحت المعلومات وسيلة تمكنهم من اتخاذ القرار المناسب إذا استدعى الأمر ذلك.
- زيادة أهمية العمالة وقيمتها خاصة بعد أن أصبحت المنظمة تعتمد في الأساس على المعطيات اللامادية –الرأس مال الفكري- أكثر من اعتمادها على المعطيات المادية.
- ظهور أدوات مهمة للتكوين الذاتي عن طريق الانترنت والانترانيت ومنه يستطيع العامل الاستمرار في تكوين نفسه كلما استدعي الأمر ذلك.

كما أدت هذه التكنولوجيات إلى توسيع النطاق الجغرافي للمنظمة وإنشاء المنظمات الافتراضية، وتقديم شكل جديد للعلاقات بين الرؤساء والمرؤوسين وغيّرت من طبيعة الأسواق، وقدمت أشكال جديدة للتسويق والإعلان وخفضت من تكاليف العمليات وقدمت نماذج جديدة للسيطرة في علاقات العميل/المورد[10] وبفضل تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبح من الممكن التنظيم على أساس محلي والعمل على أساس عالمي، فقد سهلت تطبيقات مثل البريد الإلكتروني والمؤتمرات عن بعد من قيام تنسيق دقيق بين فرق عمل متناثرة جغرافيا[11] كما أن تطور العمل عن بعد حطم الحدود بين الحياة المهنية والحياة الخاصة فهو يلغي في بعض الأحيان الحاجة إلى أماكن في المؤسسة بمضاعفة العمال المتحركين المرتبطين بالمنظمة من خلال حواسبهم النقالة،

لقد تحول الدعم والتموين في المنظمة تحولا عميقا بعد إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فتبادل المعطيات المعلوماتية وكلّ أشكال الشبكات قد غيّرت التسيير الزمني وفضاء أنظمة القرارات وكل الشركاء هم في علاقة دائمة مع المقررين أو متخذي القرار والأعوان الاقتصاديين، من أجل الممارسة والعمل الجماعي[12] فشبكات الاتصالات التي تربط المنظمات تجعلها أكثر قربا وارتباطا مع بعضها البعض الأمر الذي يسهل التسيير في الزمن الحقيقي والتخطيط المسبق للمحزونات التي تلعب دور هام في الإنتاج.

من خلال كلّ هذا يظهر كيف أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبحت أمرا واقعا من خلال إدماجها في المحيط الداخلي والخارجي للمنظمة، فالمنظمات الممكنة تكنولوجيا يرتفع لديها مستوى الإنتاجية وهذا على الرغم من وجود بعض التأثيرات على تنظيم العمل مثل مشكل الشعور بالانتماء للمنظمة نتيجة العمل عن بعد، بالإضافة إلى مشكل التجهيزات التكنولوجية المتطورة التي تسمح بالمتابعة الدقيقة للمستخدمين في تنقلاتهم، حيث يذكر تقرير المنظمة العالمية للعمل« أنه هناك مراقبة متزايدة مطبقة من طرف المنظمات على الأجراء، وهناك عدة أدوات تقنية تعتبر أنها تمس بحرية المستخدمين، مثل كميرات المراقبة، مراقبة الهواتف، الحواسب على الشبكات، البطاقة الممغنطة، ويذكر التقرير أنّ هذه الممارسات تمس 80% من الأجراء في الولايات المتحدة الأمريكية»[13].

ومع ذلك فإن تكنولوجيا الإعلام والاتصال أثبتت أهميتها وقدرتها الكبيرة في دعم الإنتاج والنّمو وعملية اتخاذ القرارات، وكشفت عن إمكانية استغلالها في خدمة المنظمة، واستحداث طرق وأساليب عمل جديدة تمكنها من الحفاظ على نشاطها وقوتها، ومن القيام بوظائف مختلفة وعالية الجودة، وهذا يعبر عن الحاجة إلى الاندماج في الاقتصاد الجديد وإلى خلق تماسك وترابط يسمح بتوحيد كلّ العناصر الكيفية للمنظمة بما فيها المفاهيم، الأهداف، العلاقات الوظيفية، الأنشطة، العمليات، التفاعلات، البرامج، المشروعات، وهذا يكون بالاعتماد على شبكة الانترنت والانترانيت.

3 : منظمات الأعمال المعاصرة بين الانترنت والانترانيت

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال قاعدة الاقتصاد الجديد وهذا ما يجعلها مورد متزايد الأهمية في المنظمات المعاصرة التي يمكنها الاستفادة من مزايا التبادل الإلكتروني للبيانات عن طريق الانترنت التي تسمح بتقليل الأخطاء وتخفيض التكاليف وزيادة كفاءة العمليات، كما أنها تساهم في تحسين العلاقات مع العملاء والموردين والشركاء خارج المنظمة، والتكنولوجيا التي أفرزتها الانترنت تسمح بتطبيق الانترانيت التي تلعب دور هام في ربط مختلف الوحدات مع خلق وسط عمل جماعي قائم على التكامل والترابط.

3-1: تكنولوجيا الانترنت ومنظمات الأعمال

أدت التطورات السريعة في الانترنت والتكنولوجيا المساندة لها إلى حدوث ثورة في أسلوب عمل المنظمات، وإلى ظهور تغيرات في طريقة مساندة تكنولوجيا المعلومات لعمليات المنظمة وأنشطتها وقد تحولت المنظمات الحديثة اليوم إلى منظمات أعمال إلكترونية قائمة على الانترنت التي تعتبر البنية الأساسية التي تقوم عليها تكنولوجيا المعلومات في المنظمات[14]وقد استخدمت على

نطاق واسع في الأغراض التجارية وفتحت مجالا للمنظمات لتقديم المعلومات الخاصة بمنتجاتها وخدماتها لشرائح عريضة من الزبائن والمتعاملين، ومن أبرز هذه الخدمات حصول الزبائن على ردود فورية على استفساراتهم وملاحظاتهم ورفعت هذه الخدمات مجتمعة من نسبة بيع البضائع وشرائها، بل أصبحت أعمال التجارة الإلكترونية من أكثر النشاطات شيوعا في فضاء الانترنت، وسمح ذلك لعدد أكبر من المنظمات في أن تزيد من سرعة وصولها إلى الأسواق العالمية[15].

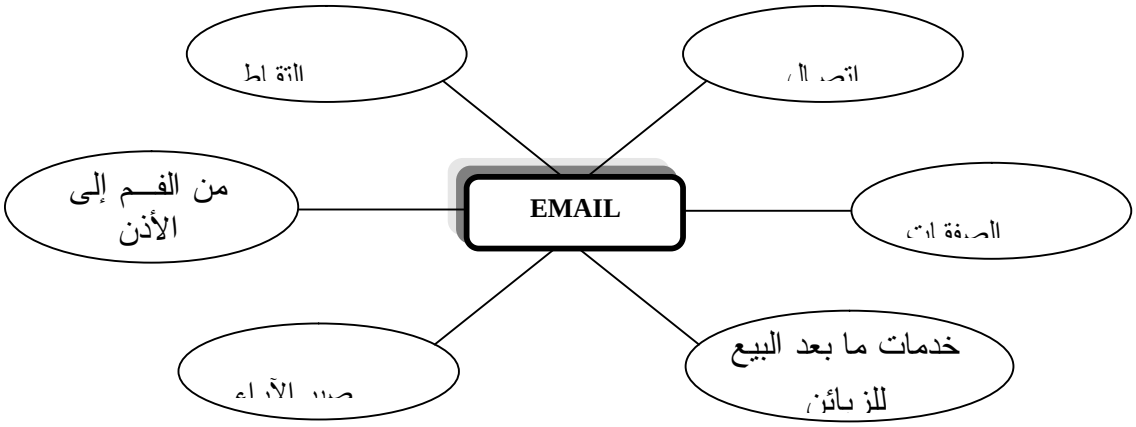
إنّ التغيير الأول المحدث من طرف تكنولوجيا الإعلام والاتصال حول طريقة تسيير المنظمة هو انفتاحها على العالم بسبب شبكة الانترنت، وهذه الانفتاحية لا تسمح بالتطور إلاّ إذا أصبحت المنظمة هي نفسها تنظيم في الشبكة، ومن بين المفكرين في هذا المجال الأمريكي James Martin الذي يربط بشكل موسع تكنولوجيا الإعلام والاتصال والأشكال الجديدة للتنظيم حيث اكتشف خلال سنة 2000 مفهوم « Cyberentreprise » ويربطه بين التطور التكنولوجي المعلوماتي والاقتصاد العالمي، وحسبه يعتبر من الضروري خلق تنظيمات جديدة[16]فالمنظمة التي تستخدم شبكة الانترنت تعتبر وليدة التنظيم الجديد، إذ يجب أن تطور منتجاتها وخدماتها بالنّظر إلى الإمكانيات المقدمة من خلال التجارة الإلكترونية، ومن جهة أخرى يجب عليها أن تغير مناهجها التنظيمية بالاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لأن شرط بقاء المنظمات لمواجهة المنافسة تتمثل في المرونة والليونة والتنشيط، ويمكن القول أن الكثير منها قد فهمت أن هدفها هو البيع أي تمركز أنظمتها انطلاقا من زبائنها لذلك بدأت تعد بسببهم وسائل اتصالات ومنها شبكة الانترنت التي تسمح للمنظمات بما يلـــي:[17]

- توسيع نظامها المعلوماتي إلى الشركاء والزبائن بمنحهم مجال اتصال مرتبط بالمنظمة؛
- خلق وعرض المعلومة بطريقة بسيطة وسريعة على الصعيد العالمي فالمعطيات المحصلة انطلاقا من زبون أو مستعمل يمكن أن تشكل مورد معلومات وخدمات كبيرة؛
- من خلال موزع الويب يمكن للمنظمة مثلها مثل الأفراد أن تنفتح على العالم وتصبح مرئية إلكترونيا؛
- بساطة استعمال الانترنت وتفاعلاتها قد خلقت جدول اتصال مفضل للمنظمات؛
- من خلال الانترنت أنشأت الشركات صفحة خاصة بها على الشبكة تسمى Home page بحيث تستعمل كواجهة عرض تقدم للمستهلكين معلومات متنوعة عن الشركة ومنتجاتها[18].

و تعتبر الانترنت وسيلة تفاعلية بين المنظمات من جهة وبينها وبين زبائنها الحاليين والمرتقبين من جهة أخرى، وتسمح بترسيخ الثقة بين كل الأطراف مع تحقيق الأهداف الموجودة[19]وفي الواقع فإن استخدام المنظمات للانترنت يساعد على إكسابها خبرة في هذا المجال، وقد أدرك عديد من الشركات أن مستقبل التسويق والمبيعات يكمن في الانترنت لذلك سارعت إلى الاستثمار في تكنولوجيا الانترنت والمنظمة التي اختارت هذا المنهج تمتلك إمكانيات حقيقية بالمقارنة مع منافسيها الذين لم يقوموا بنفس المسيرة، فالخدمات عبر الانترنت هي وسيلة جيدة في خدمة الإستراتيجية التسويقية فهي تسمح بوضع شكل جديد للاتصالات مع الزبائن والإجابة على تساؤلاتهم ومنحهم معلومات وبالتالي تحقيق المبيعات.

وفي هذا المجال يجب على المنظمات أن تكثف مجهوداتها مع المتعاونين والمستثمرين، وأن تستفيد من مزايا التسويق الإلكتروني بإعطاء الإمكانية لمصلحة التسويق والمعرفة الدقيقة للزبائن، وبناء قاعدة بيانات وتحقيق مبيعات عبر الخط واستعمال البريد الإلكتروني في تداول الرسائل التحفيزية[20] والترويج للمنظمة ومنتجاتها من خلال الحملات الإعلانية، مستفيدة في ذلك من خدمات البريد الإلكتروني التي تتميز بالسرعة وقلة التكلفة، وشعبيتها الكبيرة، حيث غالبا ما تكون استعمالاتها موجهة لأغراض تجارية.

الشكل1: البريـــد الإلكتروني في مركز إشكاليات المنظمة



Source : Claude palanque et autres, **L'e-mail marketing**, maxima, Paris, 2003, p. 26.

وفي الواقع فإن شبكة الانترنت أتاحت للمنظمات إمكانية الترويج لمنتجاتها من خلال الحملات الإعلانية و الإعلان على الانترنت له خمسة مزايا هي.[21]

إمكانية استخدامه من جانب المنظمات الكبيرة والصغيرة على حد السواء.

لا توجد حدود قصوى لمساحة الإعلان بالمقارنة بوسائل الإعلام الأخرى؛

الوصول للمعلومات والتعامل معها سريع جدا مقارنة بالبريد السريع أو حتى الفاكس؛

التسويق يتم بخصوصية شديدة وراحة تامة للشركة؛

انخفاض تكلفة الإعلان مقارنة بوسائل الإعلام؛

و من هنا يظهر كيف أن الانترنت سمحت للمنظمات بإيجاد سوق عظيمة افتراضية على المستوى العالمي تعمل بصورة مستمرة و تدفع إلى إيجاد منهج عمل سليم يسمح باتخاذ أحسن القرارات وتحقيق الجودة الشاملة، و التكنولوجيات التي أفرزتها الانترنت تسمح بتطبيق الانترنيت التي تلعب دور هام في ربط مختلف وحدات المنظمة مع خلق وسط عمل جماعي قائم على التكامل و الترابط يسمح للموظفين بالعمل مع بعضهم البعض بروح الفريق في سبيل تحقيق الجودة والتميز في الأداء التنظيمي،

3-2: تطبيقات الانترنيت والاكسترانيت في منظمات الأعمال.

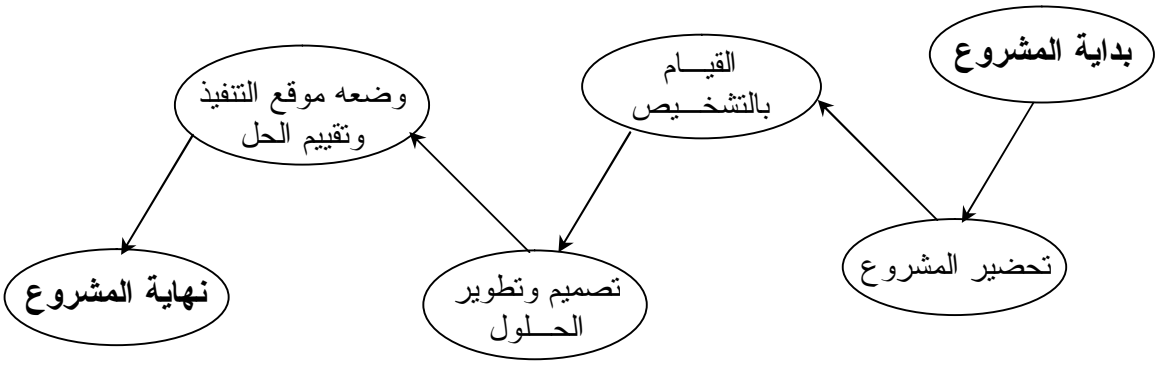
تأخذ شبكة الانترنيت معنى مختلف بالنسبة للأشخاص الذين ينتمون إلى المنظمة والذين يجمعهم هدف مشترك، فهي عبارة عن شبكة معلوماتية محلية خاصة بمنظمة معينة تستعمل البروتوكالات والقواعد التي يبنى عليها الانترنت وذلك كي يمكن للأفراد والعاملين من الاتصال يبعضهم البعض والوصول إلى المعلومات بطريقة أسرع وأفضل وأكثر كفاءة وأقل تكلفة من الأساليب التقليدية المعتادة.[22]

فالمكتسبات الأساسية للانترانيت تظهر في تكاليفها المنخفضة وعملها في الشبكة وقدرتها على الإجابة على المتطلبات المتعددة للمنظمة والتطبيقات السريعة للمعلومة[23] حيث تسمح بتبادل المعطيات المعلوماتية وتقاسم الوثائق والعمل بالتعاون على المشاريع والوصول إلى قاعدة البيانات ولوائح القيادة والاجتماعية الافتراضية والبريد الإلكتروني، وبالتالي تشجع الشفافية وسهولة الاتصالات الداخلية والعمل الجماعي[24]والعمل الجماعي يحصل من خلاله الأجراء على أرضية تعاون إلكتروني جد مهيكلة (الشكل2)، تشجع تقاسم المعلومة بين المجموعة بصفة واضحة ودقيقة وهذا يدل على حل كامل في خدمة تنظيم جيد للعمل الجماعي[25] والذي يعبر عن نظام يحتوي على الأدوات البرامجية لتشغيله وهذا ما يأخذ في الحسبان الأبعاد البشرية من جهة، والأبعاد التكنولوجية من جهة أخرى[26] ويرى (Notes) مخترع أداة البريد الإلكتروني:« أن العمل الجماعي هو التكنولوجيا

التي تضم مجموع الوظائف التي تسمح بالتحويل المعلوماتي لأنظمة العمل للعاملين بالمؤسسة»[27] والعمل الجماعي يقترح تطبيقات متخصصة من طرف مختلف الأشخاص الذين يريدون العمل مع بعضهم البعض، فهو يسمح بمتابعة وتسيير وتقاسم مشروع محدد انطلاقا من تنظيم المهمة وتجزئة الأدوار وصولا إلى المتابعة المنهجية لمراحل تقدم المشروع، وهذا البرنامج يتطلب استعمال ما يلـــي:

- × تبادل الرسائل الإلكترونية مع مختلف الأشخاص.
- × وضع مذكرة لمختلف الأشخاص المتصلين مع كل نظام تقريري الذي يحيط بـــ (تحديد الاجتماعات المشتركة - برمجة الاجتماعات بتكوين فرق المشاريع - تسيير الإمكانيات).
- × إدارة الاجتماعات المشتركة عن بعد، وفي نفس الموقع ولكن في أماكن متعددة.

الشكل2: مراحل برنامج العمل الجماعي.



Source : Melissa Saadoun, op.cit, p. 59.

وتوجد هناك تطبيقات أخرى لتقنيات الإنترانيت بالإضافة إلى التنظيم الجيد للعمل الجماعي وهده التطبيقات تزيد من تطور دور الشبكات المحلية وتوسع من نشاطات المنظمة كما هو الشأن بالنسبة للتسيير الإلكتروني للوثائق، وغيرها من التطبيقات التي نلخصها فيما يلـــي:

أولا: برامج تدفق العمل *(Workflow)*

تعتبر برامج تدفق العمل من بين التطبيقات المعلوماتية لتسيير تدفق المعلومات و التي تُمكن من حفظ وتسهيل حركة الوثائق الإلكترونية[28]، حيث يرتبط مفهوم برنامج تدفق العمل بمفهوم التسيير الإلكتروني للملفات، وهو يعمل على تعديل التدفق الإلكتروني للملفات داخل المنظمة، و بالتالي يمكن تعريف برنامج تدفق العمل بأنه مجموعة الإجراءات التقنية التي تسمح بتعريف،

تسيير، قيادة، و تنفيذ تدفق المعلومات داخل مجموعة العمل، بهدف تحقيق توزيع أفضل للعمل مابين المسيرين.[29]

ثانيا: برامج التسيير المندمج *(ERP : Enterprise Resource Planning)*

وهي مجموعة متكاملة من البرامج الموحدة والمستعملة مباشرة في إدارة المنظمة[30]، حيث يمكن تعريف برامج التسيير المندمج على أنها مجموعة التطبيقات المعتمدة على قواعد البيانات والتي يمكن أن توضع بطريقة منعزلة، أو تكون مرتبطة بعضها ببعض، أو لها صلة بحلول خارجية أخرى، حيث تهدف إلى الربط المباشر لكل المعلومات و الوظائف داخل نفس قاعدة البيانات وأتمتة بعض العمليات اليدوية والإدارية، بالإضافة إلى إمكانية إدخال المعلومة مرة واحدة فقط وبثها مباشرة عبر كل مستويات المنظمة.[31]

ثالثا:التسيير الإلكتـــروني للوثائـــق Gestion Electronique Documentaries

التسيير القديم للملفات كان يرتكز على تقسيم العمل، والتعاون بين المكاتب الخاصة في معالجة الوثائق والملفات، كما أن الاتصالات الخارجية كانت تتم عن طريق الرسائل (فواتير، طلبيات) وهذا يتطلب حجم كبير من الوثائق، ومع دخول مرحلة التسيير الإلكتروني للوثائق سمحت هذه الأخيرة بتسهيل عملية معالجة الوثائق وتخزينها ونقلها من نقطة عمل إلى أخرى"[32].

وقد بدأ التسيير الإلكتروني للوثائق في التطور على شبكة الإنترانيت بسبب بسيط ألا وهو تحديث أنظمة العمل التي تمس عدد متزايد من المستعملين داخل المنظمة، ويشكل هذا النظام قدرات كبيرة بدون تدخل بشري، ومن خلاله تستطيع المنظمة القيام بتحديث أنظمتها للعمل حتى تكون هناك مراقبة جيدة لمواعيد الإنجاز وتوزيع المهام، وإرسال الرسائل الإلكترونية للتذكير في حالة التأخر، والعمل على التنسيق وتداول المهمات، التي تتطلب تدخل عدد كبير من العمال في مستويات إنجاز مختلفة[33] وأرباح التسيير الإلكتـــروني للوثائق تأتي من خلال التحكم في الملفات والأرشيف والتداول بين المصالح[34].

- **الأربـــاح المباشـــرة** : انخفاض حجم الأرشيف، وبالتالي التكاليف المتعلقة بأماكن التخزين، وتكاليف الترتيب والطبع، و10% من تكلفة الورق، وثلثي الوثائق الورقية المحفوظة، هي وثائق مستخرجة من طرف المنظمة حيث أن 1 كلغ من الورق يحفظ في 3MT .
- **الأربـــاح المدمجـــة** : انخفاض مدة الحصول على الوثائق حيث أن الإجراءات يمكن أن تسير بسرعة، وهذا يرتبط كثيرا بالطريقة التي من خلالها تنظم الإجراءات.

- **التأثيـــرات المدمجـــة:** تدخل ضمن الوصول إلى الأرشيف المشترك، فالأشخاص من خلال التسيير الإلكتروني للوثائق يستعملون أقل أرشيف فردي وبالتالي تخفيض نسخ الأرشيف.

فالتسيير الإلكتروني للوثائق قد منح الفعالية للطرق المعلوماتية المسيرة من طرف المنظمة، وحسب التقرير المعد من طرف Strategy patners المتعلق بالمؤتمر العالمي لإدارة المعلومة أن أسباب تبني التسيير الإلكتروني للوثائق هي من أجل 73% تحسين خدمة الزبون، 52% تخفيض التكاليف، 48% تكامل المقاييس، 42% تخفيض زمن الوضع في السوق، 33% إمكانية بناء اقتصاديات فعّالة[35].

رابعا: مخازن المعطيات (Datamining, Datawarehouse, SIAD)

تشكل المعطيات المجمعة من طرف المنظمة في مختلف التطبيقات المعلوماتية وخلال مدة طويلة من سنوات العمل (أرشيف، قواعد المعطيات) مورد غير مستغل بطريقة جيدة، وتعتمد (Datawarehouse) على استغلال كل المعطيات الآتية من مختلف التطبيقات في وقت معين، كما أن (Data mining) هي استغلال المعطيات التاريخية وحفظها في الأرشيف، وفي الحقيقة فإن القيام بهذه العملية بصفة متتالية يرجع إلى تشابه التقنيات فالهدف من (Data warehouse) هو المساعدة في اتخاذ القرارات من طرف المسئولين فهي تعبر عن معلومة قراريه مثل SIAD.

فالمعطيات تأتي من تطبيقات متعددة بما فيها الخارجية حيث أن كلّ واحد يستعمل شكل معين لمعطيات خاصة به، وحتى نتمكن من دمجها في نفس قاعدة المعطيات يجب وضعها في ارتباط مع نماذج المفاهيم العامة أو الشاملة، ومخزن المعلومات يعتبر قاعدة كبرى للمعطيات، ومرجع المعطيات يعبر عن معاني هذه المعطيات، ويضيف إليها كذلك أصلها ومصدرها وأنظمة حساب المعطيات الثانوية[36].

إن هذا المفهوم لمخازن المعطيات يعبر دائما عن الموضوع الموجه وهو في ارتباط مع البرمجة التي تعني أن كل اهتمام هو مرتكز على معاني المعطيات وعناصر العالم الحقيقي الموصوف، وبعد التصميم يجب أن يكون هناك التأمين لمخازن المعلومات فهي أنظمة تقريرية، ووصف هذه الأنظمة قد تمّ منذ بداية الإعلام الآلي للتسيير تحت اسم الأنظمة التفاعلية المساعدة في اتخاذ القرار (SIAD)، ومهما يكن المجال التقريري فإننا نجد نفس وظائف الاستجواب لقواعد المعطيات التي تمثل الماضي وأدوات التصميم لبناء مستقبل لتجسيد القرار[37].

فتطبيقات (Data warehouse) يمكن أن ترتبط بالنشاط اليومي فهي تمد بالتحاليل لكل المعطيات المجمعة مثلا حول الزبائن، حتّى يتمكن المسير من معالجة الطلبات وفي هذا الإطار فإن استجواب الملفات الماضية للزبائن تسمح بتجنب مثلا[38]:

- أخذ طلبية زبون هو في حالة تأخر عن تسديد مستحقات الطلبية السابقة.

- إعطاء قرض شخصي لزبون يسير منظمة هي في حالة إفلاس.

إنّ هذه التقنيات تشكل مرحلة في تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المنظمات المعاصرة، فهي تسمح بتسريع المعلومة التقريرية، ومميزاتها الأساسية تعتمد على استخراج حجم كبير من المعلومة المسيرة من طرف مختلف التطبيقات في شبكة المنظمة (العناصر الضرورية لاتخاذ القرار)، وبلا شك فإن تطبيقات (Data mining, Data warehouse) في المرحلة الحالية للمعارف تتعلق بدرجة تطور هذه التقنيات.

إن التحفيز الكبير الذي تضعه تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومنها تطبيقات الانترانيت يسمح بتحسين تنظيم العمل وتسيير المشاريع الموزعة في ظلّ وجود وانخراط المقررين بسبب الفعالية المتزايدة لإجراءات التبادل، وإذا كانت شبكة الإنترانيت معدة بشكل جيد فإنها تسمح ببناء منظمة ذكية تستطيع اتخاذ قرارات دقيقة ومناسبة عن طريق استغلال التدفق الهائل والسريع للمعلومات في تحقيق متطلبات الجودة وهذا بالإضافة إلى مزايا أخرى نذكر منها: [39]

التحكم في المعلومة الغير مهيكلة وتطبيقات العمل الجماعي والتعاوني؛

تسيير يتمحور حول مشاريع على حسب أهداف المهن المعرفة؛

طرق جديدة في التنظيم تتأقلم مع آفاق المنافسة؛ وأحسن موزع للزبائن وتعبئة قصوى للكفاءات؛

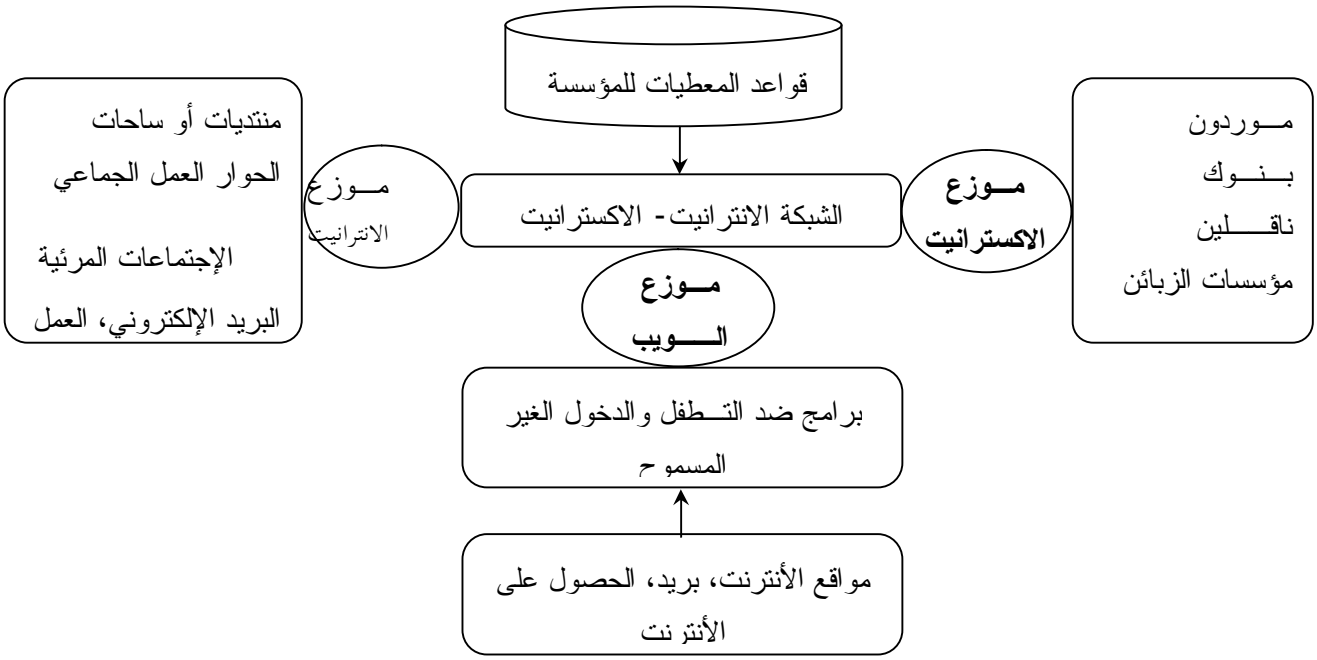
لقد كان للإنترانيت تأثيرات معتبرة في عمل المنظمة بتسهيل تقاطع الهياكل وإعادة التنشيط المتزايد، حيث أعطت قدرة في عرض واستثمار المعلومة ومعالجة الأعمال جماعيا من أجل صنع القرار الذي يسمح بالوصول إلى تحقق أهداف المنظمة، وعلى الرغم من مزايا الانترانيت فقد عاب البعض عن استقلالية نظامها وبعده عن الأطراف الخارجية لأن نجاح أي مشروع يتطلب الاتصال الدائم مع كلّ من تربطه علاقة بهذا المشروع سواء كانوا عملاء أو موزعين، ولذلك اتسعت شبكة الانترانيت وأصبحت مفتوحة على المحيط الذي تتعامل معه المنظمة وهذا ما ساعد على الانفتاح الخارجي ودعم الاتصالات بين الانترانيت الخاص بمنظمتين، وهذا الهيكل الجديد للتبادل سمح بظهور فضاء افتراضي مشترك يسمى الاكسترانيت (Extra net)

وتعد الاكسترانيت نتاج لتزاوج كلا من الإنترنت والانترانيت فهي شبكة إنترانيت مفتوحة على المحيط الخارجي بالنسبة للمنظمات المتعاونة معها والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها، بحيث تسمح لشركاء أعمال المنظمة بالمرور عبر الجدران النارية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المنظمة (أو على الأقل جزء منها) وقد يكون هؤلاء شركاء الأعمال موردين أو موزعين، أو

شركاء أو عملاء، أو مراكز أبحاث تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد ...الخ، فإذا كان الاتصال بين المنظمة وشركاء أعمالها مضمون بواسطة خطوط متخصصة تدعى الشبكة باكسترانيت حقيقية، أما إذا كان الاتصال بينهما مضمون بواسطة شبكة الإنترنت العمومية تدعى الشبكة باكسترانيت وهمية[40] ويسمح الاكسترانيت بـــ :

- الخدمة الجيدة للزبائن أو الشركاء؛ بالإضافة إلى اقتراح معلومات فردية دائمة؛
- الحصول على معطيات ديناميكية (مساعدة تقنية، معالجة المشاكل في الوقت المحدد عن بعد)؛
- تحقيق اقتصاديات (بأقل طبع للوثائق على شكل أوراق)؛
- الاتصال بمختلف المتعاملين مع المنظمة؛ وكدا تخطيط العمل وتسيير المخزونات؛
- السماح للأجراء بالمحافظة على الاتصال والعمل مع منظماتهم و القيام بنشاطات التكوين؛
- عدم الأخذ بعين الاعتبار البعد الذي يفصل بين مختلف أعوان المنظمة.

الشكل3: التنظيم العام لشبكة الانترانيت والاكسترانيت



Source: Gilles Bressy, christion konkuyt, op.cit, p. 120

ويمكن القول بأن الاكسترانيت هو ذلك الجزء من الانترانيت والذي امتد للمستخدمين من خارج المنظمة وحواجز الشبكات لخدمة الأعمال، ويبقى الهدف المشترك بينهما هو إدارة وتسهيل عملية الاتصال وسريان المعلومات داخل وخارج المنظمة التي يرتكز تطورها على وجود الشبكات التي تساعد قوتها على ممارسة الأنشطة والخدمات بقدر كبير من الكفاءة، كما أن مشروع الشبكة ينبغي أن يكون مؤسس حسب الحاجيات والتقييم الضروري للحاجيات هو ضروري حتى تشكل الشبكة أداة حقيقية في العمل على التحسين التدريجي المستمر للسلعة أو الخدمة عن طريق استثمار الخبرات والبحوث المختلفة المنشورة على الشبكات والتي تستعمل من أجل تخفيض تكلفة إدارة المشروع وتنسيق وتصميم المنتجات بالإضافة إلى تقديم التدريب والتعليم لكل شخص في المنظمة بالاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أتاحت فرصة كبيرة للتعلم عن بعد خصوصا وأن عملية إدارة الجودة الشاملة في المنظمات تتطلب ضرورة التعليم والتدريب لكل الأفراد من أجل التحسين المستمر.

خـــاتمـــــة

يعد من الضروري في يومنا هذا بالنسبة للمنظمات أن تتابع جميع التغيرات والأحداث، وأن تواكب التقدم الذي يحصل وتطلع على ما يستحدث من فكر وإبداع وهذا حتى تستطيع مسايرة المستجدات وتتماشى مع دوافع التغيير التي تسمح بالتكيف مع هدا المحيط الجديد الذي يشهد تطورات هامة ومتسارعة في مختلف المجالات، وباعتبار أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال شكلت محيطًا جديدًا للاتصالات ومنحت المنظمات إمكانيات هامة كي تصبح أكثر فعالية، الأمر الذي يتطلب ضرورة تبني هذه التكنولوجيات، ومحاولة الاستفادة من تطبيقاتها، فهي وسيلة هامة من وسائل المعرفة الحديثة تسهم بفعالية لا مثيل لها في اتخاذ القرار الصحيح، كما تساعد في هندسة العمليات، وإعادة تنظيم الهياكل، وتحسن القدرة على الاتصال لعدم وجود حواجز مكانية أو زمنية، إلى جانب النهوض بمستوى الأداء وإتاحة مرونة أكثر في التعامل مع المعلومات والبيانات، فالمنظمات التي توظف هذه التكنولوجيات بأفضل طريقة ستكون الأحسن قدرة على البقاء والاستمرارية في ظل المنافسة الموجودة حاليًا في سوق الخدمات والسلع.

وعمومًا فإن تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المنظمة يجب أن تتماشى ومتطلباتها المحددة، فهي وسيلة وليست غاية، وقبل التفكير في هذه التكنولوجيا ينبغي دراسة الحاجات الحقيقية

وأن تكون إستراتيجية المنظمة وثقافتها مستعدة للتطور ولروح التغيير التكنولوجي مع إعطاء بعد للموارد اللامادية من معلومات ومعارف التي تعد موردًا أساسيًا لخلق القيمة المضافة، وأسلوب إداري متطور أثبت كفاءته، فقيمة المنظمات اليوم تكمن في موجوداتها اللامادية المتمثلة في المعرفة والمعلومات التي يجب استغلالها بشكل جيد وفعال حيث أصبحت تشكل مرحلة جديدة في التحول الضروري للمنظمات في مواجهة محيط تنافسي يتسم بالجودة والإبداع.

الهوامش:

[1] Marie Christine, Monnoyer Longé, "L'e-commerce entre virtuel et réel", **Revue sciences humains**, n° 32, Mars 2001, P. 19

[2] Benoit Grouasd, Francis Meston, **L'entreprise en mouvement**, 3éme édition Dunod, Paris, 1998, P. 14.

[3] Frank Morean, **L'entreprise élargie de nouvelles formes d'organisation**, Insep consulting, Paris, 2003, P. 135.

[4] Benoit Grouasd, Francis Meston, op.cit, P. 17.

[5] Idem, P. 17.

[6] Danielle galliano, pascale roux, "Les inégalités spatiales dans l'adoption des TIC", **Journées d'étude organisées par le centre d'études de l'emploi,** Toulous, p.07.

[7] سناء عبد الكريم الخناق، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عمليات إدارة المعرفة"، ملتقى **دولي حول المعرفة**، جامعة بسكرة، 13/12 نوفمبر 2005، ص. 247.

[8] Brahm Prakash," Les Tic dans les pays d'Asie en développement ", **Revue problèmes économiques**, N° 2, 832, novembre 2003, PP. 22-23.

[9] سعاد بومعيل ، فارس بوباكور،"أثـــر تكنولوجيا الإعـــلام والاتصال في المؤسسة الإقتصادية"، **مجلـــة الإقتصاد والمناجمنت**، جامعة تلمسان، عدد 03 مارس 2004، ص ص. 210-211.

[10] معالي فهمي حيدر، **نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية**، الدار الجامعية، إسكندرية، 2002، ص. 260.

[11] منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العبد، **نظم المعلومـــات الإداريـــة**، الدار الجامعية، الإسكندرية، بدون تاريخ، ص. 18.

[12] Jean-luc charron, Sabine, sépari, **Organisation et gestion de l'entreprise**, 2eme édition, Dunod, Paris, 2001, P. 22.

[13] Frank Séruslat, "Le Monde du travail bousculé", **Revue problèmes économique**, n° 2, 464-2.465, Mars 1996, P. 56.

[14] منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العبد، مرجـــع ســـابق، ص. 35.

[15] إبراهيم بختي، **التجارة الإلكترونية مفاهيم وإستراتيجيات التطبـــيق في المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2005، ص ص. 25-26.

[16] Andrée Muller, **L'informatique dans l'entreprise**, 2eme édition refondue, Paris, 1998, P. 106.

[17] Solange Chernaouti- Hélie, **Sécurité Internet stratégie et technologie**, Dunod, paris 2000, P.17.

[18] محسن فتحي عبد الصبور، **أسرار الترويج في عصر العولمة**، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2000، ص. 87.

[19] بغـــداد كربالي، "الأنترنت وتسيير علاقة الزبون"، **الملتقى الدولي حول إقتصاد المعرفة**، جامعة بسكرة، 12،13/11/ 2005، ص. 188.

[20] Claire Breeds, **Marketing direct sur Internet**, 2eme édition, vuibert, Paris, 2001, P. 21.

[21] محسن فتحي عبد الصبور، مرجع سابـــق، ص. 88.

[22] إبراهيم بختي، مرجـــع ســـابق، 2005، ص. 35.

[23] Michel germain, **L'intranet**, Economica, Paris, 1998, P. 22

[24] Gilles Bressy, Christian Konkuyt, **économie d'entreprise**, édition Dalloz, Paris 2000, P. 119.

[25] Rodolphe Helderlé, William Romieux, **Intranet information et pouvoir partagés**, édition liaisons Rueil-Malmaison, 1998 , P. 55.

[26] Melissa Saadoun, technologies de l information et management , hermès sciences publication, paris, 2000 , P. 45.

[27] Michel Germain, op.cit, P. 44.

[28] الهادي بوقلقول، رضوان سوامس، الأداء التنظيمي المتميز في ظل الإدارة الإلكترونية كوسيلة لتأهيل المؤسسات الجزائرية، **المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات**، جامعة ورقلة، 08 -09 مارس،2005، ص 295.

[29] Nadège Gunia, **La fonction ressources humaines face aux transformations organisationnelles des entreprises, impact des NTIC**, thèse de Doctorat en sciences de gestion, université toulouse, 2002, p 112.

[30] الهادي بوقلقول، رضوان سوامس، مرجع سابق، ص 295.

[31] Nadège Gunia, Op.Cit, pp 114, 115.

[32] Ait Ali, **Les systèmes d'informations**, l'Abeille, Tizi ouzou, 2003, PP. 69-70.

[33] Rodolphe Helderlé, William Romieux, op.cit, P. 55.

[34] Jean-louis Peaucelle, **Systèmes d'information le points de vue des gestionnaires**, Economica, Paris, 1999, P. 191.

[35] Michel Germain, op.cit, P. 47.

[36] Ait Ali, op.cit, P. 70.

[37] Idem, P. 71.

[38] Jean-louis Peaucelle, op.cit, P. 192 .

[39] Solange Chernaouti- Hélie, op.cit, P. 22

[40] إبراهيم بختي، مرجـــع ســـابق، ص. 38.