دور تكنولوجيا المعلومات الحديثة وتفعيل الاتصال الداخلي في عصرنة المؤسسات مقاربة نظرية تحليلية

د. بغداد باي عبد القادر
المركز الجامعي غليزان

ملخص:

إن النظرة المستقبلية الحديثة لمسيري المؤسسات الاقتصادية باتت تقتصر على إعادة النظر في سياساتها الداخلية قبل الخارجية خاصة تلك المتعلقة منها بتفعيل الاتصال المؤسساتي الداخلي وعصرنة المؤسسة وفق أدوات وتكنولوجيات معلوماتية حديثة تسمو وترقى بمردودية المؤسسة و تؤسس لتطورها. ولابد أن التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات يساهم حتما في تعزيز قدرة المشاريع الصناعية للمؤسسة على الابتكار عبر إدخال تحسينات أساسية على سير الأعمال و الاستراتيجيات الإدارية، كما من خلال الاستفادة من المعارف المتاحة و إدارتها لصالح المشاريع.

ولابد أن من بين الاستراتيجيات المؤسساتية الرابحة تلك التي تعطي الأحقية والفرصة للعاملين بها على الإبداع والابتكار وإطلاق العنان للطاقات والمؤهلات الخاصة بهدف التطوير والإنتاج، باعتبار الابتكار هو عامل أساسي من عوامل الإنتاج، شأنه في ذلك شأن رأسمال و اليد العاملة، لا بل أنه أهم منهما لأنه المحرك و المحفز الرئيسي للنمو النوعي المؤثر. و الواقع أن قدرة المؤسسات على الابتكار من خلال تحسين سياستها الداخلية والخارجية وتطوير الكفاءات ودعم الابداع تحدث تأثيرا مباشرا على قدرتها التنافسية و أدائها حيث تتميز المؤسسات الناجحة باستخدام التكنولوجيا و إنتاج المنتجات فريدة، و بقدرة داخلية على وضع خطط التطوير، و حيازة آلية فعالة لتلبية احتياجات الطلب.

فالفرضية الحالية ترى بأن الاقتصاد الجديد – الاقتصاد المبني على المعرفة-، المرتبط بإدخال التكنولوجيا المعلوماتية الحديثة وتفعيل الاتصال الداخلي من بين أهم ما يمكن أن يؤدي إلى نمو اقتصادي و إلى زيادة مستدامة في الإنتاجية، تعتمدان على الصفات خاصة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية التطرق لتكنولوجيا المعلومات كأداة جديدة في الاقتصاد، وآليات تحسين وتفعيل الاتصال المؤسساتي الداخلي من خلال تسليط الضوء على تأثيراتها على الإنتاجية في مختلف المستويات، و ما هي أثار تطبيقها على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: العصرنة، تكنولوجيا المعلومات، الاتصال الداخلي في المؤسسة، الابتكار، الاقتصاد الجديد، اقتصاد المعرفة.

Abstract:

The modern outlook for economic institutions is limited to reconsidering their internal policies before the external ones, especially those related to activating the internal institutional communication and modernizing the institution according to modern information tools and technologies that increase and improve the institution's profitability and establish its development. The rapid development of information technology inevitably contributes to enhancing the enterprise enterprise's ability to innovate by making fundamental improvements in business processes and strategies, and by leveraging and managing available knowledge for projects.

Among the winning institutional strategies must be those that give the opportunity and the opportunity for their employees to create and innovate and to unleash the capacities and special qualifications for the purpose of development and production, considering that innovation is a key factor of production, like capital and labor, and even more important because it The main engine and catalyst for qualitative growth. In fact, the ability of enterprises to innovate by improving their internal and external policies, developing competencies and supporting creativity has a direct impact on their competitiveness and performance. Successful enterprises are characterized by technology and product production, with an internal capacity to develop development plans, the demand.

The current view is that the new economy - the knowledge-based economy - associated with the introduction of modern information technology and the activation of internal communication is one of the most important factors that can lead to economic growth and a sustainable increase in productivity.

In this paper, we will attempt to address information technology as a new tool in the economy, and mechanisms to improve and activate internal institutional communication by highlighting its impact on productivity at various levels،

And what is the impact of their application on the Algerian economic institutions.

key words:Modernization, Information Technology, Interiors in Enterprise, Innovation, New Economy, Knowledge Economy.

مقدمة:

ظاهرة العولمة ، ظاهرة قد مست معظم دول العالم ليصبح عبارة عن قرية صغيرة موحدة خالية من الحدود، و السبب الرئيسي في ذلك يعود إلى التطور التكنولوجي، خصوصا في وسائل البث والإعلام ، هذا التطور قد أثر على كل أفراد المجتمع، وبالتالي على مختلف المؤسسات المجتمعية بما فيها الاقتصادية التي تمثل عصب الحياة وشريانها النابض

وتعتبر ديناميكية الاتصال التكنولوجي أهم ما يميز العصر الحالي في خضم التحولات التي تعيشها اليوم حيث ظهرت التكنولوجيا كعامل مؤثر في كافة الأنشطة والعمليات، خاصة ما تعلق منها بمعالجة المعلومات ونشرها أو ما يعرف بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي فجرت ثورة هائلة في نظم المعلومات وساهمت بذلك في إدماج مختلف الأطراف العالمية في منظومة مالية وإعلامية ومعلوماتية واحدة. وجعلت العالم رقعة جغرافية صغيرة بما توحي به كلمة القرية من علاقات قرابة وجوار ومحدودية في الزمان والمكان .

وقد كان لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأثر الكبير في إعادة تشكيل الكثير من طرق الحياة الاعتيادية للأفراد والمنظمات، وبناء علاقات تشابك ، علاقات اقل وضوحا وأكثر تعقيدا ولكن بدون شك أكثر كفاءة واقل تكلفة، هكذا أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جزء لا يتجزأ من نسيج الإدارة في المنظمة المعاصرة ومورد أساسيا تعتمد عليه في تفعيل العملية الإدارية وتدعيم القرارات والاستغلال الأفضل للموارد، مما ينجر عنه سرعة تأدية المهام، تخفيض تكلفة الإنتاج ، خلق منتوجات جديدة ، زيادة الحصة السوقية، تحسين مستوى الجودة وبالتالي تحسين مستوى الأداء العام للمؤسسة.

أمام تلك التحديات أضحت الإدارة التقليدية بعملياتها ووسائلها عاجزة عن جعل المؤسسة قادرة على المنافسة، الأمر الذي يحتم على هذه المنظمات استخدام كل ما يتاح لها من أساليب إدارية معاصرة تمكنها من ذلك، و في خضم التطورات العلمية والتقنية التي يشهدها عصر البشرية اليوم ، أصبح لزاما على المؤسسات أن تبادر بوضع الخطط وترسيم السياسات اللازمة لتطوير نظم المعلومات والاتصالات، وترتبط بشبكات المعلومات العالمية والاهتمام بإعداد وتدريب الكوادر الفنية المتخصصة في مجال المعلومات وشبكات ونظم الاتصالات، لتأمين الحصول على مواطئ قدم لها في هذه الثورة التكنولوجية وتامين خدمات معلوماتية سريعة ومتطورة لمنتسبيها . ومن هنا كان لابد من العزوف على فكرة الإدارة التقليدية والبحث عن البديل الذي يستخدم لرفع مستوى الأداء والكفاءة في الإدارات، وهذا ما أدى إلى الاتجاه إلى ما يعرف بالإدارة الالكترونية.

أردنا من خلال دراستنا هذه كذلك في شقها الثاني تسليط الضوء على أهمية الاتصال الداخلي في المؤسسات الاقتصادية كون الاتصال بالآخرين يقع في جوهر نشاط كل مؤسسة ، لأنه يمثل أحد الأدوات الأساسية لضمان التسيير الجيد ، فبدون اتصال لا يعرف الموظفون ماذا يعمل زملائهم و لا تستطيع الإدارة أن تتسلم المعلومات عن المدخلات التي تحتاجها ، و لا يستطيع المشرفون إصدار التوجيهات والتعليمات و الإرشادات اللازمة، و بدون اتصال يصبح التنسيق بين الأعمال و الوحدات والأفراد مستحيلا ولا يمكن تحقيق التعاون فيما بينهم.

إشكالية الدراسة:

تبعا للأهمية المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكذا تفعيل بوادر وأسس الاتصال المؤسساتي الداخلي والآثار التي أفرزتها تطبيقات هاتين الإستراتيجيتين على الإدارة ، تظهر معالم الإشكالية، التي نعالجها في التساؤل الجوهري التالي :

ما هي أدوار وآثار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وميكانيزمات الاتصال الداخلي على عصرنة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ؟

مفاهيم الدراسة:

- تكنولوجيا الاتصال: ظهر مفهوم التكنولوجيا في القرن الماضي نتيجة التقدم الصناعي والتقني في المجالات المختلفة ، ليعرفها حلبيريث: بأنها التطبيق النظامي للمعرفة العلمية أو أية معرفة منظمة من أجل أغراض علمية .

أما المفهوم الحديث للتكنولوجيا فيشمل الإبداع والخلق بالإضافة إلى الاقتباس والاستيعاب، فالتكنولوجيا عبارة عن جميع الاختراعات و الإبداعات اللازمة لعملية التطور الاقتصادي والاجتماعي . والتي تتم من خلال مراحل النمو المختلفة.

فيما يخص الاتصال يعني تأسيس جماعة أو مشاركة ويعني في العربية إيصال فكرة أو رأي إلى عدد من الأفراد وربطهم لبعضهم البعض .كما يعتبر العملية أو الطريقة التي تتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لآخر حتى تصبح مشاعا بينهما، وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، بذألك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات ،واتجاه نسير فيه ، وهدف نسعى إلى تحقيقه ومجال تعمل فيه ويؤثر فينا .

- التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال: تظهر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال من خلال الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة والصور الساكنة ومتحركة بين الاتصالات سلكية ولا سلكية أرضية أو فضائية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها و إتاحتها بالشكل المرغوب في الوقت المناسب والسرعة اللازمة. ويعرفها معالي فهمي حيدربأن " التكنولوجيات الجديدة

للإعلام والاتصال تشير إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني ، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية، ووسائل الاتصالات وشيكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصال"

- ممارسات الاتصال الداخلي: هي مجموعة المعارف النظرية التي تترجم إلى مهارات من خلال الممارسة العملية أو كافة الممارسات الاتصالية الفعلية ذات العلاقة بتنفيذ جميع الأنشطة والمهام والمسؤوليات بالأساليب والوسائل والطرق والأنواع المناسبة لها لتحقيق الأهداف المسطرة .
- المستخدمون : هم المكلفون بالتنسيق والمشاركون في تسيير المؤسسة ، وموظفو التنفيذ الدائمون ، وأيضا والمسؤولون السامون ، ومستخدمو الإدارة التقنية .
- المؤسسة : هي كل تنظيم إداري رياضي مستقل ماليا في إطار قانوني واجتماعي وهي منظومة بشرية وتكنولوجية قائمة على أسس قانونية بين المسؤول والموظف من أجل تبادل قيم موزونة ، هدفه دمج عوامل الإنتاج من اجل: إنتاج وتبادل خدمات مع أعون وإداريين آخرين بغرض تحقيق نتيجة ملائمة، وهذا ضمن شروط قانونية تختلف باختلاف الحيز الزماني والمكاني الذي يوجد فيه ، وتبعا لحجم ونوع نشاطه.
- ماهية الاتصال الداخلي

تعريف خليل الشماع : " وسيلة رئيسية من الوسائل التي تستخدم لتحقيق أهداف المؤسسة بشكل عام ، حيث يتم من خلاله نقل المعلومات والبيانات والآراء والأفكار بين الأفراد بغرض تحقيق الأداء المستهدف للمؤسسة.

أما محمد مزيان فيرى أن الاتصال الداخلي " يركز على تبادل المعلومات والإشارات بين أعضاء المؤسسة وبالنسبة للبعض الاتصال هو التفاعل

تعريف الطنوبي : الاتصال الداخلي هو تبادل للمعلومات بين الأفراد على كل المستويات الإدارية،بغرض تحقيق التفاعل في معناه الواسع .

وبالتالي تحقيق ديناميكية الجماعة وفي تعريف آخر : " الاتصال الداخلي هو عملية تتضمن النقل والتردد الدقيق للأفكار بغرض اختيار التصرفات التي تحقق أهداف الشركة بفاعلية ،حيث أن الاتصال الداخلي يرتبط أساسا بالناس ، فينبغي ايجاد درجة عالية من الفهم عن طريق الترديد الدقيق للأفكار.

نلاحظ أن التعريفين الأول والثاني تناولا الاتصال من جانبه الوظيفي ، أي الدور الذي يؤديه في عمل الأفراد والوظائف داخل المؤسسة ، بينما ركزت التعريفات الأخرى على الاتصال بإعتباره عملية تبادل وبالتالي تحدثت عن محتواها ، وكذا التفاعل الناتج عنها .

إن الاتصال الداخلي هو اتصال يحدث داخل المؤسسة ، والمؤسسة هي كيان اقتصادي هادف ، أي له أهداف ، والإدارة هي المكلفة بتحقيق هذه الأهداف تقوم بالاتصال كنشاط يمهد – أو يصاحب ويتبع – لأداء أنشطتها التسييرية الأخرى (اتخاذ القرار ، التنسيق ، التوجيه ، الرقابة) . بالإضافة إلى انه ينشأ عن وجود علاقات اجتماعية دخلها ، يكون الاتصال (كعملية تبادل وتفاعل) قاعدة تشكلها واستمرارها ، وتنبع من كون الهام التي يكلف بها كل عضو لا تحقق إلا العمل المشترك .

ومنه يمكن وضع التعريف التالي للاتصال الداخلي " هو مجموعة الإجراءات التي قوم إدارة المؤسسة بوضعها من اجل تدعيم التبادل والتفاعل بين أعضائها لتسهيل العمل المشترك "

ماهية التكنولوجيا:

يرجع أصل كلمة التكنولوجيا إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما TECHNO تعني التشغيل الصناعي والثاني LOGOS أي العلم و المنهج و عليه فهي تعني علم التشغيل الصناعي

.و يعرف معجم WEBSTER التكنولوجيا بأنها اللغة التقنية و العلم التطبيقي و الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي فضلا عن كونها مجموعة من الوسائل المستعملة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس و رفاهيتهم " و تمتزج التكنولوجيا بمفهوم العلم لتفاعلها في الميادين التطبيقية فالتكنولوجيا عبارة عن " معرفة الكيف أو الوسيلة بين ما يميل العلم لمعرفة الأسباب إذ يأتي بالنظريات و القوانين العامة و تحولها التكنولوجيا إلى أساليب و تطبيقات في مختلف النشاطات و يعد العلم مصدر للمعرفة الأساسية و مرتكز أساسيا للتكنولوجيا.

عرفت التكنولوجيا كذلك من قبل المهتمين بنظرية المنظمة " بأنها الفن و العلم المستخدم في إنتاج و توزيع السلع و الخدمات و تخفيض تكاليف الإنتاج و تطور أساليب العمل أي أنها العمليات و التقنيات. و المكائن و الأعمال المستخدمة لتحويل المدخلات (المواد والمعلومات و الأفكار إلى) مخرجات (منتجات و خدمات).

علما بان وجود التكنولوجيا داخل المنظمات يكون على مستويات ثلاث هي :

1 - المستوى الفردي: حيث يقصد بالتكنولوجيا هنا المهارات الشخصية والمعرفة التي يمتلكها الفرد في التنظيم .

2 - المستوى الوظيفي: يقصد بالتكنولوجيا الإجراءات والأساليب التي تستخدمها الوحدات والأقسام في أدائها لأعمالها .

3 - المستوى التنظيمي: وتتمثل في الطريقة التي يحول التنظيم بها المدخلات إلى مخرجات .

تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تعددت التعاريف التي تناولت مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويمكن تصنيف مرتكزاتها على النحو التالي:

1 - أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ترتكز وبشكل محوري على استخدام تقنيات وبرمجيات الحاسب الآلي .

2- إن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تشمل جملة من المراحل، تبدأ أولا بالحصول على البيانات الضرورية من مصادرها المختلفة ثم معالجتها وبعد ذلك إرسال النتائج المترتبة على عمليات المعالجة إلى الجهات المعينة للاستفادة منها .

3- حتى تستطيع أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تحقق الاستفادة العظمى من عملياتها، فيجب توفير مخرجاتها للمستفيدين في الوقت والشكل المناسبين .

4 - تتمثل مخرجات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ظهور العديد من مجالات التطوير، كظهور البرمجيات المتطورة والتي تتضمن النظم الخبيرة، الذكاء الاصطناعي،قواعد البيانات أتمتة المكاتب ،الانترنيت، الانترانت، البريد الالكتروني و تكنولوجيا الاتصالات عن بعد .

إشراك المؤسسات في بناء مجتمع المعرفة والمعلوماتية:

توجد المعلومات في صلب الإدارة الحديثة للمنظمات، خاصة تلك التي دخلت في العولمة، أصبحت مطالبة أكثر من ذي قبل بالاستثمار في الرأسمال المعرفة للحفاظ عليه وتنميته، وكذلك بالإدارة المحكمة لرصيدها المعلوماتي، و يعد هذا الاستثمار في الإدارة الحديثة للمعلومات شرطا أساسيا للمنافسة الدائمة بين المؤسسات، إلا أن المعلومات لا يمكن استخدامها والتحكم فيها بسهولة على غرار ما يحدث بالنسبة للممتلكات المادية ، وهذا ما يفسر كثرة الإخفاق في إدارة المعلومات رغم الاستخدام الواسع بالإنترنت والتكنولوجيا الرقمية وتعدد الوسائل .

وهكذا أصبح الاستثمار في المعلومات أحد عوامل الإنتاج، فهو يزيد في الإنتاجية، كما يزيد من توفير فرص العمل، حيث أن توفير المعرفة وتحويلها إلى معلومات رقمية يجعلها تتحول إلى سلعة ويعتمد ذلك على مراحل: توليد المعرفة، نقلها ونشرها، استثمارها.

وفي هذا يعتمد اقتصاد المعرفة اعتمادا كبيرا على فعالية المؤسسات في جمع المعرفة واستعمالها لرفع الإنتاجية وتوليد السلع وخدمات جديدة توزع عبر شبكات المعرفة التي تتغير فيها المعلومات بمعدلات سريعة.

إن العلاقة بين التنمية وبين المعلومات واستخدامها أصبحت واضحة، وبالتالي أصبح الاستثمار في المعلومات والانترنيت بشكل مصدر جديدا للإحداث الوفرات في التكلفة ورفع الكفاءة الإنتاجية – حيث وفرت الانترنيت المعلومات وبأقل التكاليف – كما أن التجارة الإلكترونية تزايد استعمالها على صعيد المنافسة العالمية.

لا يمكن الآن الاستغناء على المعرفة في المؤسسة التي تريد أن تنجح في الاقتصاد العالمي الجديد فالنجاح في المستقبل سيتوقف على الإدارة الإستراتيجية للمعرفة، وعليه فإن تطوير وإدارة مصادر المعرفة ستشكلان المحك الأساسي في احتفاظ المؤسسة بعافيتها الاقتصادية وقوتها في السوق .

تعريف اقتصاد المعرفة:

- يعرف اقتصاد المعرفة على أنه " الاقتصاد الذي يتسم بالاستخدام الكثيف للمعرفة في القيام بالنشاطات الاقتصادية وفي توسعها وتطورها ونموها وأن مضامين هذا الاقتصاد تتمثل في ثورة المعلومات والاتصالات والاستخدام الواسع للمعرفة والعلم"

- كما يعرف أنه"منظومة تفاعلية شاملة ومتكاملة وفي إطار هذه النظم ستنشأ منظومة معلومات تكون مهمتها الأساسية أن تجمع البيانات وتستخرج منها المعلومات، وتولد من استخدامها المعرفة وتحقق بذلك القوة والنفوذ وتصنع القدرة والتأثير ثم تتجه إلى إيجاد معارف جديدة ليصبح الابتكار والخلق أداة توليد لأشكال غير مسبوقة من المعرفة تشكل اقتصاد متجدد دائما".

يعرف كذلك "الاقتصاد الذي تتجاوز فيه نسبة العاملين في الصناعات القائمة على المعارف نسبة العاملين في قطاعات الاقتصاد المادي".

إذن فالاقتصاد المعرفي الذي تسعى المجتمعات نحوه، يدور حول كيفية حصول هذه الأخيرة على المعرفة وطريقة استخدامها وتوظيفها وابتكارها، بغية تحسين نوعية الحياة بمجالاتها من خلال الاستفادة من خدمة معلوماتية ثرية وتطبيقات تكنولوجية متطورة واستخدام العقل البشري كرأس مال وكذا توظيف البحث العلمي لإحداث مجموعة من

التغيرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي وتنظيمه، ليصبح أكثر استجابة وانسجاما مع تحديدات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتنمية المستدامة، بمفهومها الشمولي التكاملي .

التحول من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد المعرفة:

لابد أن هناك العديد من المميزات التي تميز اقتصاد المعرفة وتجعله يختلف عن الاقتصاد التقليدي فهو يعتمد بصفة أساسية على استخدام الأفكار بدلا م ن استخدام القدرات المادية، وعلى تطبيق التكنولوجيا بدلا من تحويل المواد الخام واستخدام العمالة الرخيصة، كما أن دورة الإنتاج أقصر والحاجة إلى الابتكار أكبر، و تميز بالوفرة وليس بالندرة و تتناقص فيه أهمية المكان وتتعاظم فيه قيمة المنتجات ذات المكون المعرفي الأعلى وتتوافر فيه المعلومات بسهولة ويسر ويرتبط فيه العمال بشكل مباشر أو غير مباشر بأنشطة لها صلة بالمعلومات والاتصالات.

كما يعتبر العنصر البشري فيه هو المكون الرئيسي في قيمة السلعة، كذلك فإنه في ظل اقتصاد المعرفة يزداد الاهتمام ببناء القدرات وتنمية المهارات ويضع التعليم سواء من خلال الفعل أو من خلال الاستخدام أو من خلال التفاعل على رأس أولوياته .

وعليه يختلف الاقتصاد الصناعي عن اقتصاد المعرفة في عدة جوانب منها

- على خلاف النظرية الكلاسيكية الحديثة فإن المعرفة هي الشكل الأساسي في رأس المال ، والنمو الاقتصادي مشتق من المعرفة المتجمعة.
- بينما تعتبر النظرية الكلاسيكية الحديثة أن التقدم في المعرفة يعتبر مفاجئ وعشوائي فإن المهتين بمجال المعرفة يعتبرون أن التطور التكنولوجي يمكن جمعه في برنامج فني يمثل خطة تساعد على حدو ث ابتكارات وتطويرات أكثر تقدما وأن هذه الخطة الفنية تعتبر محركا رئيسيا للنمو الاقتصادي .
- تشير النظرية الكلاسيكية الحديثة إلى وجود قانون تناقص الغلة على الاستثمار بينما تشير المعرفة إلى العكس من ذلك، حيث يوجد زيادة في العائد على الاستثمار وليس تناقض.
- يجب على المنظمة في اقتصاد المعرفة العمل على زيادة الاستثمار في مجال البحوث والتطوير من أجل رفع وتيرة الابتكار التكنولوجي.

المظاهر الجديدة للاقتصاد المعرفي:

إن الانتقال إلى الاقتصاد الجديد أحدث تغيرات هيكلية عميقة في كافة مجريات الحياة خاصة الاقتصادية منها باعتبار أن التأثيرات الهامة لعصر المعلومات تكمن في الاقتصاد لأنه محرك المجتمعات.

وعليه سيقوم الاقتصاد الجديد على نسق البنى السياسية والاجتماعية والاقتصادية خاصة وبناء وإقامة مجتمع معرفي جديد تشكل المعرفة فيه أهم مكوناته وأساس تكوين الثر وة حيث يتسم هذا الأخير بصفات

ومظاهر جديدة ومختلفة عما ألفناه في الاقتصاد التقليدي نذكر من بينها ما يلي:

1 - من المحلية إلى العولمة:

الاقتصاد المبني على المعرفة هو اتجاه نحو آفاق التكامل العالمي و وحسب بعض الدراسات ستخضع 90 % من قوة العمل العالمية لقوانين اقتصاد عالمي مفتوح، وطبعا لم يكن هذا الاقتصاد ممكنا لولا ثورة المعلومات والاتصالات فعند

الحديث عن العالم كقرية صغيرة أو ربما كمدينة كونية فإن ذلك يعني بالدرجة الأولى تقصير المسافات من خلال شبكة الأنترنت ولكن التجارة كانت أول المستفيدين من خدمات الأنترنت للتعزيز الاتصال وإبرام الصفقات ، الإعلان ، الترويج ، التسويق والحصول على المعلومات في الزمن الحقيقي عن اقتصاد العالم وعن المنافسة وعقد شراكات وتقيم العمل الدولي؛ إذن العولمة كنظام اقتصادي قبل أن تكون نظام سياسي تعتمد أساسا على ثورة المعلومات والاتصالات.

2 - من التركز إلى التبعثر:

أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حق الاطلاع للجميع -بعدما كانت الأموال والتكنولوجيا وحتى المعلومات محتكرة في يد الشركات الكبرى –وبدأت سلطة الشركات الصناعية الكبرى تتهاوى لصالح شركات التجزئة التي اعتمدت على قوة المعلومات التي تعالجها في قواعد المعطيات الضخمة ، مما جعلها تفرض شروطه في النهاية على الشركات الاحتكارية، ونستطيع أن نقول أن الاتجاه الذي كان سائدا في الثورة الصناعية نحو الاحتكار تحول إلى اتجاه جديد في عصر المعلومات نحو التبعثر والتنوع.

3 - من النمطية إلى التنوع:

كانت الاحتكارات الضخمة في بدايات منتصف القرن العشرين تنتج أعداد هائلة من المنتجات ذات نموذج موحد وكان توزيع هذه المنتجات يتم عبر شركات توزيع ضخمة وقوية وعبر أقسام التوزيع في الشركات الاحتكارية نفسها مما كان يفرض هذه النماذج على الأسواق القومية والعالمية.

إلا أن هذا الاتجاه انقلب تماما وأخذ مسارا معاكسا للإنتاج الضخم ويمكن أن نؤكد على أن التحول الذي فرضه مجتمع المعلومات هو الانتقال من الإنتاج الضخم الموحد إلى الإنتاج المحدود المتنوع والمشخص إذ أن تقنيات الصناعة المدعومة بالحاسوب تتيح إنتاج كميات قليلة من أشياء مشخصة تتميز بأنها ذات قيمة مضافة كبيرة، بتعبير آخر فإن منتجات تكنولوجيا المعلومات تسجيل تغيرات وتبدلات جوهرية كل ستة أشهر وأحيانا كل ثلاثة أشهر .

4 - من الانغلاق نحو الانفتاح:

كانت شركات الستينات والسبعينات من القرن العشرين تسعى نحو الانغلاق أي نحو إنتاج كل شيء ضمن أقسام الشركة بما في ذلك توزيع المنتج وتسويقه، في حين يتميز اقتصاد العالم اليوم بقدرته على صنع السيارة أو الحاسوب أو أية آلة أخرى في أربعة بلدان مختلفة ثم يمكن أن تجمع أجزاؤها في بلد خامس، حيث أن المنتج النهائي سيكون نتاج تعاون خمس شركات أو أكثر ضمن إطار شراكة تتخطى الحدود وتتخطى العقلية المركزية الضيقة،وهذه الطريقة تمنح فرصة الحصول على أعلى قيمة مضافة ممكنة مما يتيح الحصول على ربح معقول مقابل إنتاج غير مكثف وغير نمطي.

5 - التوسع المتنامي للصناعات القائمة على المعرفة:

ونعني بذلك زيادة حصة مشاركة النشاطات والأعمال المكثفة بالمعارف وصناعة المعلومات في الناتج الوطني الخام للدول على حساب الصناعات التقليدية فعلى سبيل المثال انتقلت نسبة مشاركة صناعات المعلومات في (أ.م.و) من نسبة 29% سنة 1958 إلى نسبة 34% سنة 1980 وقد أثبتت الدراسات الإحصائية هذا الاتجاه أي التوسع المتنامي للصناعات القائمة على المعرفة فأصبحت بذلك المحرك الأساسي لعملية النمو الاقتصادي.

الاتصال الداخلي وبيئة العمل داخل المؤسسة:

إن العلاقة الاجتماعية للعمال و الاتصال المؤسساتي في هذا العصر (عصر التكنولوجيا و المعلومات و الاتصال المؤسساتي) لهي الشغل الشاغل لكثير من المسيرين ، لقدرته على خلق جو من الانسجام و الثقة بين مختلف الأطراف المكونة للمؤسسة ، و كذا تحسين صورتها مع متعامليها و زبائنها ، وتزايدت هذه الأهمية نظرا لإزدياد دور شركات القطاع الخاص في النشاط الإقتصادي وإشراك جميع الأطراف في المؤسسة الواحدة في عملية إتخاذ القرار وتوفير المعلومات لجميع هذه الأطراف بشفافية ووضوح وتحديد عمل جميع المسؤولين في الشركة لتجنب حدوث حالات الفساد الإقتصادي لتصبح رقابة ومتابعة آداء الشركات ، والتي تصل بآدائها إلى أفضل مستوى ممكن

ويعد الاتصال الداخلي في نظر علماء الاعلام والاتصال وقطاع الصحافة نوعا من أنواع العملية الاتصالية يتجسد في مختلف هياكل ومصالح المؤسسة وأفراده وهو جزء لايتجزء من عملية تسيير المؤسسات لاسيما الاقتصادية ، تظهر أهميته في هذه الأخيرة نظرا لتعدد الأسلاك ،مدير ، نائب مدير ، رئيس مصلحة ، مستخدم ، ملحق فشبكة الاتصال الداخلي هنا تعد واسعة ومتعددة الأطراف .

ولابد أن للاتصال أهمية كبيرة في المؤسسات الكبرى ، كلما زادت المسافة بين الإدارة العليا والإدارة التنفيذية حيث تكون مواقع الاتصال بعيدة عن مواقع التنفيذ ، فهذه المسافة بين الإدارات تتطلب توصيل وتبادل المعلومات بين جميع المستويات وهذا لايتحقق الامن خلال الاتصال ، فهو يعتبر بذلك في مجال ادارة الموارد البشرية كشرايين جسم الإنسان المتصلة ببعضها ، إذ انه يعمل على استمرارية وبقاء المؤسسة من خلال التفاعل الذي ينشأ بين مختلف العاملين بها والمتعاملين معها.

كما أن ما شهدته وسائل الاتصال وطرقه على مستوى المؤسسات ، وكذا الدور الذي أخذته المعلومات والإعلام في العملية الاقتصادية زاد من دور الاتصال في حياة المؤسسة ، وجعل المهتمين بالاتصال بين الكائنات البشرية يتجهون إلى دراسة هذا الموضوع فيها وذلك بالارتكاز على المورد البشري وضرورة تطوير سلوكه ، اتجاهه خصائصه وتحويله إلى عنصر فعال مدرب ومحفز يتمتع بمختلف المهارات التي تحرز له المشاركة والمساهمة بآرائه ، ومقترحاته وإبداء رغباته وتطلعاته وتحمل المسؤوليات الموكلة إليه الشيء الذي يؤدي إلى رفع الروح المعنوية للعنصر البشري ويشعره بالأهمية وتخلق لديه الولاء والانتماء اتجاه المؤسسة التي يعمل فيها مما يؤدي إلى تنسيق الجهود والمثابرة من أجل تحقيق الأهداف المشتركة .

إذ يحتل العنصر البشري في "المؤسسات "مكانة مركزية ويستأثر باهتمام خاص ، وهو محور كل السياسات والطرق المتبعة فبعد انفتاح الأسواق واشتداد المنافسة حول الأسواق والموارد وجدت المؤسسات نفسها في وضع يحتم عليها تبني مداخل جديدة في التعامل مع عناصرها بعيدا عن أنماط التسيير الميكانيكية لما هو بشري"لأنه في الكثير من الأحيان يعزى الخلل في الوظائف المؤسساتية وفي الواقع الاجتماعي كل إلى عوائق الاتصال وغياب الأسس المرجعية في الاستقبال والتعبير "

لهذا بدا الاهتمام بالعنصر البشري الذي يعتبر كمحرك أساسي لأي تنظيم ، إذ أصبحت المؤسسة تتعامل معه وذلك بتوجيهه مراقبته ، تقييمه ومتابعة نشاطه من خلال العملية الاتصالية .

وتتوقف الحالة المعنوية للأفراد في مختلف المستويات التنظيمية وكذلك إنتاجيتهم على مدى فعالية وكفاءة الاتصال في التنظيم ، حيث يحقق بصفة أساسية تبيان الواجبات والأعباء الخاصة بالعمل للفرد والطريقة الملائمة لإنجازه لأن من المهم للفرد معرفة لماذا يقوم بالعمل والأسلوب النسب لأدائه وعكس ذلك يؤدي إلى انخفاض وتدهور معنوياته وتأثر إنجازه "وهذا يعني أنه

بالرغم من الرغم من توفر الوسائل المادية والقدرات البشرية المعتبرة إلا أن المؤسسة الجزائرية تعرف صراعا مؤلما وأحيانا منذرا بالخطر ، وهذا لضعف الاتصال ووسائل التسيير والتنظيم والعلاقات " ويعد المدخل النفسي أو السيكولوجي ، من المقاربات الأساسية لدراسة الظاهرة الاتصالية ، التي تعتمد أساسا على محاولة تفسير التأثيرات التي تحدثها مضامين وسائل الاتصال على الأفراد ، فهي تنطلق من دراسة الظواهر التي تنتجها هذه التأثيرات ، والتي تترجم إلى مواقف ونماذج إدراكية .....وتحكم هذا المنظور قاعدة الدافع و الميل والاستجابة ، إذ لا يوجد سلوك بدون دافع فالمرسل له دافع والمستقبل له دافع أيضا لاستقبال الرسالة ، وبالتالي فإن هذه الدوافع تجعل المرسل ينتقي أفضل الرسائل لتحقيق أهدافه ، ويستجيب المستقبل استجابة مناسبة لطبيعة الشحنة الانفعالية التي حققتها الرسالة .

دور الاتصال الداخلي في الإبداع و تفعيل المعرفة:

يقوم الاتصال الداخلي بتوفير الأرضية المناسبة لتبادل الآراء و الأفكار و التوجيه عن طريق المعلومات التي يهيئها فهو يهدف إلى تحقيق التكامل في العناصر الداخلية للمؤسسة ، فنجاح الاتصال الخارجي متوقف على مدى تحقيقه على المستوى الداخلي الذي يؤثر مباشرة على صياغة إستراتجية ، أهداف و قرارات المنظمة ، و بما أن هدف المنظمة هو الوصول إلى درجة التفوق و التميز التنافسي المستمر ، عليها الاهتمام بتفعيل آلياتها الداخلية لخدمة ما تطمح إليه.

إن العمل بطريقة أكثر فعّالية و نجاعة تقوم على آليات التعاون و التكامل في إطار علاقات التأثير المتبادل بين مختلف الكفاءات في المؤسسة و يبرز دور الاتصال الداخلي في ذلك ، حيث يمكن رصد مختلف المعارف و المهارات بين الأفراد و تحقيق التكامل فيما بينهم لا سيما فيما يخص المعرفة الذاتية التي يكونها الفرد بنفسه و بقدراته الفكرية و الذهنية أو التجارب التي يمر بها، فوجود الاتصال الداخلي يخلق نوع من التواصل بين هذه المعارف التي تختلف من فرد لآخر و بالتالي الاحتكاك بينهم يساعد على خلق الانسجام و الاندماج لخدمة الأهداف المشتركة ، فيمكن أن تنبثق فكرة إبداعية جيدة من مصدر وحيد. لكن تنفيذها و تجسيدها على ارض الواقع بحاجة لمساعدة الآخرين عبر مختلف مستويات المؤسسة ،وهذا لن يكون في غياب الاتصال الداخلي الذي يسمح بفهم و استيعاب الفكرة المراد تحقيقها، و بذلك تتلاقى المعارف و الأفكار مما يتيح العديد من البدائل المعرفية للاختيار.

فالمناخ الذي تسوده الثقة بين الأفراد والتي هي أساس تنمية الاتصال المفتوح الذي يساعد بدوره على تدفق المعلومات و حل المشكلات من شأنه أن يؤثر على السلوك الإبداعي في المؤسسة عن طريق تشجيع التعبير عن الأفكار الجديدة و تطويرها ، حمايتها و تقديرها ، لقد بينت الدراسات أن الممارسات الاتصالية في المؤسسات تساعد على تنمية الإبداع التنظيمي .

- تشجيع العاملين على طرح الأفكار النقاش الحر و العمل على الاهتمام بآراء الآخرين و الاعتراف بمساهمتهم في الإنجاز.
- إيجاد قنوات اتصال فعّالة تسمح بتبادل المعلومات بين الأفراد و التعبير عن الأفكار و مناقشتها.
- تشجيع التنافس بين العاملين لدفعهم نحو التوصل إلى أفكار إبداعية جديدة.

و بصفة عامة يعد الاتصال الداخلي من المتطلبات اللازمة و الضرورية للإبداع التنظيمي .

أهداف الاتصال الداخلي : تختلف أهداف عملية الاتصال الداخلي تبعا لطبيعة المنظمة وأهدافها الرئيسية إلا أن هناك أهداف أساسية في اغلب عمليات الاتصال وهي :

1 - تزويد العاملين بما يحتاجون إليه من معلومات عن الإجراءات ولممارسات الخاصة بالعمل للقيام بمهام أعمالهم على أكمل وجه .

2 – وضع كافة المعلومات والبيانات الدقيقة أمام متخذي القرارات في مواقع التنفيذ والقيادات المختلفة حتى يتمكنوا من صنع قرارات سليمة .

3 - مساعدة الإدارة على القيام بأعمالها الرئيسية في رسم سياسات المنظمة ووضع خططها واتخاذ قراراتها .

4 – تمكين متخذي القرارات في المنظمة من إيصال توجيهاتها وأفكارها ونصائحها للعاملين وفي الوقت نفسه تمكين العاملين من إيصال مقترحاتهم وآرائهم ووجهات نظرهم إلى القادة .

5 – توفير المناخ الايجابي الذي يحفز العاملين على الانجاز وينظم قيادة وتوجيه الموارد البشرية و الفنية والمالية

من خلال ما تقدم يتضح أن ارتباط أهداف الاتصالات الداخلية بجميع مراحل ووظائف المنظمات وخططها وأهدافها، لذا كان لزاما على المنظمات باختلاف أنواعها وأحجامها أن تهتم بمقومات ومتطلبات الاتصالات الداخلية، و لكي يحقق الاتصال أهدافه في تلك المنظمات وتحقق المنظمات أهدافها.

وسائل الاتصال الداخلي التقنية :

تتعدد وسائل الاتصال الداخلي التقنية وتتنوع من أهمها:

- اليومية الإلكترونية

عبارة عن لوحة إلكترونية مضاءة تمر فيها المعلومات بطريقة مستمرة، تثير انتباه الجمهور والعمال، وهي وسيلة اقتصادية وسريعة إذ يكفي للمسئول عنها أن يدون المعلومة بواسطة الحاسب الآلي لتنشر بصفة آنية في جميع الأقسام المتواجدة فيها اللوحة.

- وكالة الإعلام:

ظهرت في المؤسسات التي تملك فروعا عديدة في بلدان مختلفة، فيقوم صحفي داخلي بالمؤسسة بجمع المعلومات وتدوينها وإرسالها إلى الجهات المعنية عن طريق الفاكس وهو بمثابة بنك معلومات داخلي خاص بالمؤسسة يمكن من التبادل والتحاور، هو بمثابة شبكة داخلية للإعلام الآلي هذه الوسيلة تمكن من نقل و إرسال بريد إلكتروني إلى فرد أو مجموعة أفراد، وقد عوض صندوق الاقتراحات المستعمل سابقا.

-الوسائل السمعية البصرية :

كاستخدام الهاتف للاتصال بين وحدات المؤسسة، أو للاتصال بين المرؤوسين والرؤساء. أو استخدام الفيديو لعرض أفلام حول المؤسسة للتعريف بها أو شرح مشروع معين تود المؤسسة الخوض فيه.

خاتمة:

إن التأثير الذي أحدثته طفرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا زال يتدفق باستمرار وبمعدلات عالية مما يصعب معه تحديد آثاره الحالية والمستقبلية نظرا لان استخدام النظم الالكترونية والرقمية، أدى إلى إحداث تغيرات كبيرة على العديد من المفاهيم الإدارية التي كانت سائدة من قبل، لذا أصبح التنافس العالمي يمس كل المنظمات الاقتصادية والاجتماعية والإدارية، نظرا للانتشار السريع للتطور التكنولوجي خاصة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وعليه أصبح مهما جدا

التركيز على التسيير الاستراتيجي ذال ي من شأنه تحقيق مزايا تنافسية للمؤسسات الاقتصادية مع ضرورة تغيير الأساليب الإدارية التقليدية في المؤسسات الجزائرية، لضمان بقائها واستمراريتها . وإن تفعيل الاتصالات الداخلية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بات هو الآخر عاملا مهما من عوامل نجاح مردودية المؤسسة وتطورها.

قائمة المراجع:

1. أحمد ذبيان عزاوي، الأسس النفسية لتكنولوجيا التعليم،عمان، 2000، ص35.
2. عدى قصور، مشكلات التنمية ومعوقات التكامل الاقتصادي العربي، دار الطباعة والنشر بيروت1984، ط01، ص35.
3. علاء الدين أحمد كافي،صالح بن موسى الصبيان، وآخرون ،مهارات الاتصال و التفاعل في عمليتي التعليم والتعلم ، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، عمان ،2003، ط01، ص60.
4. ربحى مصطفى عليان ، محمد عبد الريس،وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان،2003، ط02، 22-21.
5. معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات ، مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية ،2002، ص253.
6. خليل الشماع و خيضر حمود ، "نظرية المنظمة "،دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .الطبعة الثانية ، عمان ،2005 ، ص 29.
7. علي عباس: أساسيات علم الإدارة ، الطبعة الاولى ،دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان 2004، ص54.
8. Encyclopedia,INC, William and Halen Heming Way Beton, U.S.A, 1975,vol 18, p :21
9. Webster Illustrated Contemporary Dictionary on Encyclopedic, edition, Firguson Publishing vo U.S.A, 1982,p: 755
10. محمد الصيرفي: إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009 ، ص ص: 13 .14-
11. محمد مرياتي " الصناعة العربية المعلوماتية والاقتصادية المبني على المعرفة " ، مجلة التنمية الصناعية العربية، المغرب، 1998، ص 47
12. لبيلاوي حسن وسلامة حسن: إدارة المعرفة في التعليم، ط2، دار الوفاء للنشر والتوزيع ، مصر، 2007، ص ص: 89 .95-
13. http//www.med.gov.tnz:. World Development Report 1999 , consulté, le : 23.11.2015, à :11 :59
14. .www.arabin.net/arabia all/2-2001, consulté, le:23-.02-2017 à:09:03
15. محمد حسن يوسف ، محددات الحوكمة ومعاييرها .. مع إشارة لنمط تطبيقها في مصر يونيو 2007.
16. Mourad merdaci : paradigmes psychique de la communication humaine, communication on présenté en la conférence internationale « la psychologie de la communication et les relations humaines»,université de Ouargla,2005,p50.
17. Mohamed meslem : la communication , les relations et développement des ressources humaines, communication présenté en la conférence international « la psychologie de la communication et les relation humaines»,université de Ouargla,2005. ،
18. Meziane (G), la communication et les nouvelles techniques de l'information, éditions EL-AYEM,Alger.
19. رابح كشاد: دور الإعلام و الاتصال في الوقاية من الأزمات التنظيمية، مجلة آفاق الاقتصادية ، جامعة البليدة العدد 06 أفريل 2006