

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
في تفعيل نشاط المؤسسات الاقتصادية

أ. / دادو مراد *

Abstract:

L'objet de cette recherche est de connaitre l'impact de la technologie de l'information et de la communication dans la motivation et le soutien de l'activité des entreprises, cela en définissant le concept de technologie et son rôle dans l'amélioration de la performance et de la productivité des entreprises, ainsi que la gestion des opérations, en tenant compte des changements globaux élaborés par la nouvelle économie celle du savoir et du numérique qui est devenue une nécessité afin de trouver les mécanismes appropriés à effectuer les opérations économiques.

Les mots clés: Technologie, Informations, Communications, Internet, Transactions économiques et électroniques.

ملخص:

في ظل المتغيرات العالمية الجديدة التي أفرزتها المعطيات الاقتصادية والثورة التكنولوجية الحديثة التي أصبحت حتمية ضرورية لإيجاد الآلية المناسبة لإتمام المعاملات الاقتصادية التقليدية والإلكترونية، يهدف هذا البحث إلى معرفة أثر تكنولوجيا الاتصالات وشبكة المعلومات الدولية في تفعيل ودعم نشاط المؤسسات الاقتصادية، وذلك من خلال إبراز مفهوم تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، بما فيها مفهوم شبكة الانترنت ودورها في تحسين أداء المؤسسات ونتاجيتها وكذا إدارة عملياتها.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا، المعلومات، الاتصالات، الانترنت، المعاملات الاقتصادية الإلكترونية.

مقدمة:

يشهد العالم اليوم دمجا متنوعا بين وسائل الاتصال، وتقنيات المعلومات وثورة تكنولوجيا هائلة لا تقل أثارها عن نتائج الثورة الصناعية إبان ظهورها، حيث اتسع حجم التقدم التكنولوجي ليشمل العديد من المجالات مثل الاقتصاد، الإنتاج والاتصالات، وساهم في زيادة حدة الترابط بين الأسواق والتأكيد على عالميتها، وأدى هذا إلى تعاضم درجة الاعتماد المتبادل بين دول العالم المختلفة في ظل بيئة تسودها منافسة شديدة على وسائل التكنولوجيا والمعلومات. ومما لا شك فيه فقد زادت أهمية هذه التكنولوجيا بشكل لا مثيل له في العقود التي أعقبت ظهور التلفزيون والأقمار الصناعية وكذا الاتصالات الرقمية، أين شهد العالم نموا وتكاملا وتعقيدا غير مسبوق في ميدان تكنولوجيا الاتصالات مما أدى إلى حدوث طفرة تكنولوجية هائلة في وسائل الاتصالات والمعلومات حتى أفرزت هذه الطفرة ما يسمى بالانترنت، الذي غير مفهوم التواصل وتبادل المعلومات التقليدي الذي اعتاد عليه الأفراد والمؤسسات ومدشنا بذلك أفقا جديدة لا حدود لها.

إن ظهور شبكة الانترنت من أهم مظاهر التطور التكنولوجي الذي أدى انتشارها وتوسعها الكبير إلى تحقيق دور رئيسي في نقل المعلومات، تخزينها وتبادلها للسلع إلكترونيا، فأصبحت شبكة المعلومات الدولية تشكل ركيزة أساسية في تفعيل التجارة الخارجية قبل المحلية خاصة في الدول المتقدمة باعتبارها وسيلة هامة في إنجاز اتفاقيات التسويق والتبادل التجاري. كما أن الاستخدام الصحيح لشبكة الانترنت تمكن المؤسسات من تحقيق قفزة كمية ونوعية في مختلف نشاطات أعمالها، إلا أن الكيفية والأسلوب اللذين يتم في ضوءهما استخدام تكنولوجيا شبكة الانترنت لدعم هذه النشاطات يعد واحدا من أبرز التحديات التي تواجهها المؤسسات الاقتصادية اليوم.

في ضوء الطرح السابق، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أثر تكنولوجيا الانترنت في تفعيل ودعم نشاط المؤسسات، هذا ما يجعلنا نطرح التساؤل الجوهرى الذي نحاول الإجابة عليه من خلال هذه الورقة البحثية كالتالى: ما هو أثر تكنولوجيا شبكة المعلومات الدولية في تفعيل نشاط المؤسسات الاقتصادية؟

1) تقديم تكنولوجيا الاتصالات الحديثة:

1-1) ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

✦ مفهوم التكنولوجيا:

تعد كلمة التكنولوجيا من أكثر الألفاظ شيوعا واستخداما في عصرنا الراهن نظرا للمرونة الكبيرة التي اكتسبها هذا المفهوم حتى من قبل الفرد الواحد. فالتكنولوجيا كلمة معربة ولا أصل لها في كتب وقواميس اللغة العربية، إذ يستخدمها البعض كمترادف للتقنية مادامت تعطي دلالة المعنى الذي عرفت به، في حين يرى آخرون اختلافا واضحا بينهما، فأصل التكنولوجيا يرجع لليونانية التي تتكون من مقطعين: الأول Techno الذي يعني التشغيل الصناعي، والثاني Logos الذي يعني العلم أو المنهج، فالتكنولوجيا بهذا المعنى هي علم التشغيل الصناعي¹. أي توظيف العلم لخدمة مختلف نواحي الحياة التطبيقية لأنها تنتمي إلى الميدان العلمي ميدان الفعل وبذل الجهد.

أما اصطلاحا، فتعرف التكنولوجيا على أنها عملية تحويل المواد الأولية إلى منتجات جاهزة من خلال الطرق والأساليب والأدوات والمعدات وكل ماله علاقة بهذا التحويل²، فالتكنولوجيا بهذا المعنى تعتبر متغير ظرفي أساسي في تصميم المنتجات نتيجة للاختراعات والاكتشافات الجديدة، وهذا ما يلزم المؤسسات للاستجابة لها بشكل أو بآخر كونها أحد المكونات التي تؤثر على متغيرات البيئة، فمثل هذه الاستجابة تمكن المؤسسات من تقديم ما هو جديد ومبتكر.

كما يمكن تعريف التكنولوجيا في ثلاث مفاهيم أساسية³:

1) التكنولوجيا عملية:

هو التطبيق المنظم للمحتوى العلمي أو المعلومات بغرض أداء محدد يؤدي في النهاية إلى حل مشكلة أو مشاكل معينة.

2) التكنولوجيا منتج:

تكون محصلة تطبيق الأساليب العلمية في المساعدة على إنتاج الآلات والخامات، فالرسائل الالكترونية مثلا كمادة خام وآلة العرض نفسها هما نتاج للتطبيق التكنولوجي للمفاهيم والأساليب العلمية.

3) التكنولوجيا مزيج للأسلوب والمنتج:

أي أن عملية الاختراع تصاحبها عملية الإنتاج وبالتالي لا يمكن فصل التكنولوجيا كأسلوب عنها كمنتج، وأوضح مثال على ذلك هو الحاسوب الآلي، فنفس الجهاز يصاحبه دائما تطور وتوسع كبير في إنتاج البرامج. من جانب آخر يمكن النظر للتكنولوجيا بمفهوم ثلاثي الأبعاد متكونا من⁴:

1) الأجهزة والمعدات Hardware تحتوي على وسائل مادية ومنطقة مختلفة تعنى باختيار المعدات لتحقيق الأهداف والغايات؛

2) البرمجيات Software هي مجموعة قواعد وإجراءات تهتم باستخدام الأجهزة والمعدات؛

3) ونظم دعم الذكاء Brainware التي تساهم في أداء وتشغيل الأجهزة والبرمجيات.

إن هذا المفهوم يبين أن التكنولوجيا تستند على المعرفة كأساس لمكوناتها الثلاثة، إذ تتعلق الأجهزة والمعدات بالمعرفة المطلوبة لاستخدامها معرفة ماذا، وتخص البرمجيات بأسباب الاهتمام بالمعرفة (لماذا المعرفة؟)، بينما تهتم نظم دعم الذكاء بوسائل الحصول على المعرفة، وتشكل هذه المكونات جوهر التكنولوجيا المستخدمة في المؤسسات والتسويق الحديث.

✦ مفهوم المعلومات:

على الرغم من استخدام مصطلح المعلومات بشكل واسع في الحياة اليومية وفي النتائج الفكرية لمختلف العلوم، إلا أن هناك إجماع لدى الباحثين على صعوبة تحديد تعريف دقيق ومتفق عليه لهذا المصطلح، نتيجة لمشكلة أساسية تكمن في التمييز بين عدد من المفاهيم ذات الصلة بالمعلومات والتي يمكن ترتيب العلاقة المنطقية بينها على النحو:

✦ البيانات:

البيانات أو المعطيات هي جمع كلمة بيان المشتقة من كلمة "بين" أي ما بين الشيء من الدلالة وغيرها⁵. وهي ما يطلق عليه في اللغة اللاتينية datum حيث استخدمت كما هي في اللغة الإنجليزية، بينما تستخدم في اللغة الفرنسية كلمة donnée حيث تعبر عن إشارات أو رموز معنوية أو رياضية أو لغوية أو مجموعة منها تم التعارف على استخدامها لتمثيل الأفراد أو الأشياء أو الأحداث أو المفاهيم، وهي خالية من المعنى الظاهري، ولا قيمة لها بشكلها المجرد⁶. فالبيانات بصيغتها الاعتيادية لا تعني أي شيء فهي مجرد حقائق خام أو رسائل أو إشارات غير منظمة أو غير مفسرة، أي ليس لها معنى حقيقي ولا تؤثر في رد فعل أو سلوك من يستعملها.

✦ المعلومات:

هي كلمة مشتقة من كلمة علم وترجع إلى كلمة "معلم" أي الأثر الذي يستدل به على الطريق، أما أصلها في اللغة اللاتينية هي Information التي تعني شرح أو توضيح شيء ما. أما اصطلاحاً فيمكن تعريف المعلومات على أنها مجموعة من البيانات المنظمة والمنسقة بطريقة توليفية مناسبة، بحيث تعطي معناً خاصاً وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم، تمكن مستخدمها من الاستفادة منها للوصول إلى المعرفة واكتشافها⁸. إن المعلومات بهذا التعريف تركز على وجهة نظر المستخدم واحتياجاته التي قد تجعله يخصص أو لا يخصص قيمة معلوماتية للبيانات، فهي على هذا الأساس الشيء الذي يغير الحالة المعرفية للمستخدم في موضوع أو مجال ما. على هذا الأساس يمكن القول أن المعلومات عبارة عن ظاهرة علمية تتضمن دلالات أساسية للتعبير عن:

- بيانات جرت معالجتها فأخذت شكلاً مفهوماً يقود إلى المعرفة؛
- من المعرفة، بمعنى التحول من حالة ذهنية إلى أخرى؛
- عملية، بمعنى تحويل البيانات إلى وضع معرفي جديد؛
- البيئة، بمعنى تطور التفاعل بين المتغيرات والظروف المحيطة بإنتاجها واستخداماتها؛
- وسلعة، أي تمثيل العالم وما ينطوي عليه من أحداث وأشياء وحركات بصورة مادية يمكن توزيعها وتداولها والاستفادة منها.

✚ ومعلومات أخرى:

✓ المعرفة:

هي حصيلة أو رصيد معلومات، خبرة ودراسة طويلة لدى فرد معين، والتي تزيد من معرفته بمقدار زيادة تجربته، أي بمقدار زيادة كمية المعلومات التي يتلقاها⁹. أي أن المعرفة هي مرحلة الامتزاج الخفي للمعلومات والخبرة والحكمة، والتي تبدأ من حيث تنتهي المعلومات.

✓ الفهم:

هو نوع من المعرفة التحليلية والعملية التي تستطيع أن تتناول المعرفة وتولد معها معارف جديدة من المعرفة السابقة¹⁰. أي يختلف الفهم عن المعرفة كون الأفراد اللذين يملكون الفهم يستطيعون أداء أفعال مفيدة لأنهم يصنعون معرفة جديدة، أو في بعض الحالات معلومات جديدة مما سبق معرفته وتم فهمه، لهذا فإن الفهم يبني على أساس المعلومات والمعرفة التي تم الحصول عليها في الوقت الراهن، أو في حالات الحصول على معلومات جديدة.

✓ والحكمة:

هي الفهم المقيّم التي بواسطتها يستطيع الأفراد استشراف المستقبل بدلا من التطلع إلى الحاضر والمستقبل¹¹ بشكل استكمالي، غير حتمي ولا احتمالي، وتدعو جميع المستويات السابقة للوعي وبالتحديد على أنماط محددة من البرمجة الفردية وليس الآلية¹¹. أي أن الحكمة تعطي فهما عما كان غير مفهوم مسبقا، وفي أدائها فإنها تذهب إلى ما بعد المعرفة نفسها، وبخلافها عن البيانات، المعلومات والمعرفة والفهم التي تتصل بالماضي وبما هو كائن أو معروف فإن الحكمة تتعلق بالمستقبل كونها تشرك الرؤية والتعميم.

✚ مفهوم الاتصالات، تكنولوجيا المعلومات، وتكنولوجيا الاتصالات:

✚ مفهوم الاتصالات:

يعرف الاتصال على أنه العملية التي يتم من خلالها نقل وتبادل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الانطباعات بين طرفين أو أكثر سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، باستخدام وسيلة أو عدة وسائل، وذلك بهدف الإعلام أو الدعاية أو الإعلان أو الإقناع أو التأثير العقلي أو العاطفي أو الإيحاء بأفكار واتجاهات وأهداف معينة¹². نفهم من هذا أنه عن طريق الاتصال يمكن توحيد الفكر والاتفاق على المفاهيم، وتسهيل عملية إصدار القرارات، وبذلك تكون هذه العملية ضرورية طالما أن هناك تفاعل بين الفرد وغيره في أي مؤسسة أو موقف كان.

✚ مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

يشير مصطلح تكنولوجيا المعلومات إلى نطاق واسع من المواد والقدرات أو العناصر المتنوعة والمستخدمة في معالجة، خزن وتوزيع البيانات والمعلومات بالإضافة لدورها في خلق المعرفة، بمكوناتها الأساسية الثلاث المتمثلة في الحواسيب، شبكات الاتصال والمعرفة الفنية بالتكنولوجيا¹³. أي تتعامل تكنولوجيا المعلومات مع عناصر البيانات، المعلومات والمعرفة والذكاء بواسطة أنظمة إلكترونية (الحواسيب) وشبكات

اتصالية يتم توجيهها لمعالجة، خزن وعرض المعلومات لخلق معرفة جديدة. وعلى الرغم كون الحواسيب وشبكات الاتصالات من أركان تكنولوجيا المعلومات، فإن المعرفة الفنية لا تقل أهمية عن هذين الركنتين حيث تساعد في استخدام تكنولوجيا المعلومات لحل المشاكل والاستفادة من الفرص التي تخلفها التكنولوجيا.

✦ ومفهوم تكنولوجيا الاتصالات:

يشير مصطلح تكنولوجيا الاتصالات على فكرة تطوير التكنولوجيا لنقل وتداول المعلومات من حيث إنتاجها وحيازتها، تخزينها، معالجتها، استرجاعها، عرضها وتوزيعها بالطرق الآلية وبواسطة وسائط اتصالية متفوقة¹⁴. يتضح من هذا التعريف أن لتكنولوجيا الاتصال قسمين رئيسيين متكاملين وهما:

1. **تكنولوجيا التجهيزات الاتصالية:** التي تضم تكنولوجيا تجهيزات جمع، إنتاج، بث ونقل المعلومات الاتصالية؛

2. **وتكنولوجيا الوسائل الاتصالية:** التي تضم تكنولوجيا الوسائل المطبوعة ووسائل الاستقبال الصوتي أو المرئي والصوتي المرئي، وكذا تكنولوجيا شبكات الاتصال. من خلال هذين القسمين، نرى أنه من الصعب ملاحظة أوجه التشابه بين تكنولوجيا التجهيزات الاتصالية وتكنولوجيا الوسائل الاتصالية إذا استعرضناها بشكل ظاهري، ولكن إذا تحدثنا عن هذه التكنولوجيات من ناحية المفاهيم الأساسية للاتصال فإن العلاقة بينها تكون أكثر وضوحا، فكل هذه الأجهزة والوسائل تعد من أفضل الوسائط التكنولوجية التي تسهل وصول المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة لطلابها بسرعة وفعالية، وتيسر الحصول عليها من أجل إشباع رغبة مستخدميها والبحث عن معارف جديدة.

على ضوء مفهوم تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، يمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي مجموعة الأدوات والأجهزة التي توفر عملية تخزين المعلومات ومعالجتها ومن ثم استرجاعها، وكذلك توصيلها بعد ذلك عبر أجهزة الاتصالات المختلفة أو استقبالها من أي مكان في العالم. ولعل خير مثال لشرح هذا المفهوم هي تكنولوجيا شبكة الانترنت التي يشهدها عصرنا الحالي حيث جمعت من جهة بين تكنولوجيا المعلومات بمعداتها وبرمجياتها التي تسمح بالنفاذ، الاسترجاع، التخزين والمعالجة والعرض التقدمي للمعلومات بواسطة وسائل إلكترونية مثل قواعد البيانات والأقراص المضغوطة وغيرها، ومن جهة أخرى بين تكنولوجيا الاتصال بتجهيزاتها الاتصالية السلكية واللاسلكية المباشرة منها وغير المباشرة والتي يمكن من خلالها السعي إلى المعلومات والوصول إليها.

(2-1) تكنولوجيا شبكة الانترنت:

إن الحديث عن أهمية تكنولوجيا شبكة الانترنت وأثرها في الحياة اليومية والاقتصادية يقودنا في البداية إلى معرفة معنى الشبكة أي شبكة الحاسوب Network، فهو المفهوم الأساسي الذي تستند عليها الانترنت.

✦ تعريف الشبكة:

تعرف الشبكة على أنها مجموعة من أجهزة الحاسوب المرتبطة مع بعضها البعض بواسطة أجهزة طرفية تسمح بإجراء عمليات تبادل المعلومات فيما بينها كالأطباعات والمساحات¹⁵. نفهم من هذا التعريف أن ثورة الاتصالات والمعلومات أصبحت تحكمها

بالدرجة الأولى مجموعة من الحواسيب المرتبطة بعضها البعض في مختلف أنحاء العالم من خلال أسس، معايير وإجراءات ونماذج تكنولوجية جديدة، مكنت من تفعيل سرعة الاتصالات ونقل المعلومات بأنواعها النصية والصوتية والمرئية. وبناء على هذا يمكن التمييز بين نوعين من الشبكات كما يلي¹⁶:

✚ شبكات محلية النطاق:

تغطي مسافة محدودة، تتمثل عادة في مبنى واحد أو عدة مباني في مكان واحد، مثل المؤسسة أو مجموعة من المؤسسات حيث لا تتجاوز مسافتها عن بعضها مئات الأمتار.

✚ وشبكات واسعة النطاق:

تغطي مناطق جغرافية واسعة تتراوح ما بين عدة أميال، وقد تصل إلى تغطية القارات كلها في العالم، حيث يتم ربط اثنين أو أكثر من الشبكات بعضها البعض إما عن طريق أسلاك أو عن طريق خطوط الهاتف أو الأقمار الصناعية وغير ذلك من وسائل الاتصال.

✚ شبكة الإنترنت:

إن كلمة انترنت هي كلمة مشتقة من المصطلح الإنكليزي المركب من Interconnections/Networks ومعناها الشبكات المتصلة، وليس كما هو شائع على أنها شبكة عالمية مكونة من عدة شبكات متصلة مع بعضها البعض لنقل وتبادل المعلومات بمختلف أشكالها النصية، السمعية والمرئية، ضمن الملايين من شبكات المؤسسات والحكومات وحتى الشبكات الخاصة¹⁷. كما تعرف شبكة الانترنت من الناحية الوظيفية أيضا على أنها شبكة الشبكات التي تربط العالم بعضه البعض لنقل الفكر، التحركات والأموال، كونها القوة المجهولة التي تتحكم في الاقتصاد، الاجتماع، الثقافة والآداب وغيرها من أوجه الحياة الإنسانية بصورة تؤثر على نجاحها وفشلها¹⁸.

إن المفاهيم السابقة توضح أن شبكة الانترنت هي الوسيلة الأكثر شمولا وتقدما في عالم شبكات الاتصالات والمعلومات في وقتنا الراهن، حيث تملك القدرة على تحقيق اتصال داخلي وخارجي متعدد الوسائط، كما تجتمع فيه ثلاثية الصوت، الصورة والنص مع القدرة الكاملة على تحقيق التفاعلية بين أطراف الاتصال في آن واحد، وذلك لاجتماع كافة التكنولوجيات الاتصالية والمعلوماتية وحتى التجارية في خدمة واحدة. ومع ذلك لا تزال الانترنت إلى حد اليوم تشهد نموا سريعا وارتفاعا في عدد مستخدميها يوما بعد يوم، وهذا ما أقره تقرير حديث للإتحاد الدولي للاتصالات حيث كشف أن مستخدمي الانترنت تجاوز المليارين نسمة سنة 2010، ليقتررب بذلك من ثلث سكان العالم، مشيراً أن الدول النامية تحتاج إلى توسيع إمكانات الوصول إلى هذه الأداة الحيوية من أجل التنمية الاقتصادية.

كما أوضح الاتحاد أنه من بين 226 مليون مستخدم جديد للانترنت سيكون هناك 162 مليوناً من الدول النامية حيث معدلات النمو أعلى الآن، كما أنه بحلول نهاية سنة 2010 تمكن 71% من سكان الدول المتقدمة من استخدام هذه الشبكة مقارنة مع 21% من سكان الدول النامية، وفي السياق نفسه يشير الاتحاد إلى أن استخدام شبكة الانترنت يختلف من منطقة إلى أخرى في العالم، حيث تبلغ نسبة استخدامها في أوروبا 65% بينما تبلغ نسبة 55% في كل من أمريكا الشمالية والجنوبية بالمقارنة مع 9,6% فقط في القارة

الإفريقية، و21,9% في قارة آسيا والمحيط الهادي¹⁹. وزيادة على هذه الإحصائيات فإن الجدول التالي يوضح الدول العشرين الأكثر استخداما للانترنت في العالم حسب إحصائيات عالم الانترنت المؤرخ في 23 أكتوبر من سنة 2010.

الجدول: الدول العشرين الأكثر استخداما للانترنت في العالم حسب إحصائيات أكتوبر 2010

الدول	عدد السكان لسنة 2010	عدد السكان المستخدمين للانترنت	النسبة المئوية للسكان للمستخدمين للانترنت	نسبة النمو ما بين 2010 و2000
1 الصين	1330141295	420000000	%31,6	%1766,7
2 الولايات المتحدة الأمريكية	310232863	239893600	%77,3	%151,6
3 اليابان	126804433	99143700	%78,2	%110,6
4 الهند	1173108018	81000000	%6,9	%1520,0
5 البرازيل	201103330	75943600	%37,8	%1418,9
6 ألمانيا	82282988	65123800	%79,1	%171,3
7 روسيا	139390205	59700000	%42,8	%1825,8
8 بريطانيا	62348477	51442100	%82,5	%234,0
9 فرنسا	64768389	44625300	%86,9	%425,0
10 نيجيريا	152217341	43982200	%28,9	%21891,1
11 كوريا الجنوبية	48636068	39440000	%81,1	%107,1
12 تركيا	77804122	35000000	%45,0	%1650,0
13 إيران	76923300	33200000	%43,2	%13180,0
14 المكسيك	112468855	30600000	%27,2	%1028,2
15 إيطاليا	58090681	30026400	%51,7	%127,5
16 أندونيسيا	242968342	30000000	%12,3	%1400,0
17 الفلبين	99900177	29700000	%29,7	%1385,0
18 إسبانيا	46505963	29093984	%62,6	%440,0
19 الأرجنتين	41343201	26614813	%64,4	%964,6
20 كندا	33759742	26224900	%77,7	%106,5
مجموع الدول العشرين	4480797760	1490754397	%33,3	%417,8
باقي دول العالم	2364812200	475760419	%20,1	%551,2
مجموع دول العالم	6845609960	1966514816	%28,7	%444,8

المصدر: إحصائيات للدول العشرين الأكثر استخداما للانترنت في العالم، 2010/11/01،

<http://www.kazdar.com/2010/uncategorized>

انطلاقاً من الجدول أعلاه الذي يلخص الدول العشر الأولى من حيث استخدام الإنترنت، يتضح غياب الدول العربية فيه، وفي المقابل سيطرة الدول المتقدمة مع الفرق الشاسع بين الصين والولايات المتحدة الأمريكية نظراً للفارق بعدد السكان، إذ تحتل الصين المرتبة الأولى من حيث مستخدمي الإنترنت في العالم 420 مليون شخص يشكلون نسبة 31,6% من عدد السكان، لتليها الولايات المتحدة الأمريكية بفارق شاسع 239 مليون و 893 ألف و 600 شخص أي بنسبة 77,3% ثم اليابان 99 مليون و 143 ألفاً و 700 شخص بنسبة 78,2% من عدد السكان، ثم تليها باقي دول آسيا وأمريكا وأوروبا بنسب متفاوتة، وتبقى نيجيريا البلد الإفريقي الوحيد بنسبة 28,9% من عدد السكان.

✦ التطبيقات والتقنيات الالكترونية:

بناءً على الإحصائيات المعطاة في الجدول، يمكن القول أن السبب الرئيسي وراء انتشار شبكة الإنترنت والتسارع على التشابك معها، هو كثرة وتنوع المعلومات والمعرفة التي تقدمها وتوفرها عن طريق العديد من التطبيقات والتقنيات الالكترونية أهمها:

✦ البريد الإلكتروني E-MAIL:

هو عبارة عن نظام يستخدم الحاسوب لتلقي، تخزين وتوجيه والتحكم في الرسائل الالكترونية لتصل إلى الأفراد والمؤسسات المراد التخاطب معهم في أي مكان وزمان²⁰. فهو يعد من أهم الخدمات التي تقدمها الإنترنت، حيث يمكن بواسطته إرسال واستقبال الرسائل الالكترونية من أي فرد أو مؤسسة وفي أي وقت وبأي مكان في العالم، وذلك بمجرد معرفة عنوان البريد الإلكتروني للطرف المتصل به، ولقد لاق هذا الاستخدام انتشاراً واسعاً نتيجة تكلفته المنخفضة إضافة إلى كونه يسمح بإرسال واستقبال كل أنواع الرسائل المقروءة منها والمرئية بسرعة عالية، غير أنه يعاب عليه عدم توفيره الحماية اللازمة للمعلومات المرسلة بين الأطراف.

✦ خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية WWW:

أو ما يعرف بخدمة الويب، وهي عبارة عن نظام فرعي من الإنترنت، الذي يجمع كافة الموارد المتعددة التي تحتوي عليها الإنترنت للبحث عن كل ما في الشبكات المختلفة وإحضارها بالنص والصوت والصورة²¹. وهي الميزة التي جعلت الويب وسيلة إعلانية لها، للقدرة على جذب وإقناع الزبائن، وكذا تمتعها بميزة الانتشار والشهرة في جميع أنحاء العالم للدرجة التي أصبحت فيها مرادفة للإنترنت.

✦ بروتوكول نقل الملفات FTP:

هي أحد التطبيقات الشائعة الاستخدام، حيث تسمح بنقل الملفات سواء كانت وثائق أو أحاديث مسموعة أو برامج وبدون دفع أي تكلفة²². فهي تساعد المستفيدين من الإنترنت الوصول إلى الحواسيب الموجودة في أي بقعة من العالم والقيام إما بنقل ملفات منها إلى حواسيبهم الشخصية أو تحميل ملفات من حواسيبهم على الحواسيب الأخرى، ونظراً لوجود عالم من المعلومات على الإنترنت بمختلف أشكالها سواء نصية أو صوتية أو برمجيات أو صور فإن الكثير منها يمكن الحصول عليها مجاناً.

✚ خدمة الدخول عن بعد Telnet:

هو عبارة عن نظام يسمح للمستخدمين بالاتصال بحاسوب بعيد لتشغيل برنامج ما أو تحديد موقع ملف ما، وذلك من خلال الحاسوب المحلي الخاص بهم²³. فخدمة الدخول عن بعد تسمح للمستخدمين للانترنت الدخول مباشرة إلى الحواسيب الأخرى المرتبطة بالشبكة والاستفادة من الخدمات والعمليات المتاحة لهم على الانترنت، مثل تشغيل البرامج أو الاطلاع على الملفات أو البحث في قواعد البيانات والذي يستخدمه غالبية العاملين بالمكتبات عند عدم توفر أحد الوثائق بالمكتبة، حيث يقومون بالبحث مباشرة بواسطة Telnet عن الوثيقة المطلوبة في قواعد المكتبات الأخرى.

✚ نظام المحادثة Chat:

هي عبارة عن وسيلة للحوار عبر الانترنت، تتم بواسطة الكتابة أو الصوت والصورة مع طرف آخر بشكل مباشر وأيا كان موقعه في العالم، وذلك باستخدام إحدى البرامج الموجودة على الانترنت²⁴.

✚ مجموعات الأخبار News groups:

التي تعرف باسم Usenet، وهي عبارة عن خدمة توفر للمستخدمين للانترنت الاطلاع على المناقشات المتعلقة بمختلف الموضوعات أو المنتديات العامة للمناقشة، وذلك بغرض جمع معلومات تتعلق بتشكيلة عريضة من الموضوعات²⁵. فمن خلال هذه الخدمة يستطيع أي مستخدم أن يعلن عن منتجات سواء كانت أفكارا أو سلعا أو خدمات أو حتى أسئلة، ليقوم مستخدمون آخرون بقراءة ما تم الإعلان عنه والاستجابة بشكل مباشر لصاحبها عن طريق البريد الإلكتروني أو عن طريق نشر الرد في نفس المجموعات الإخبارية أو المنتديات لتكون متاحة للقراءة لأي فرد مطلع على شبكة الانترنت. من خلال ما سبق، نخلص إلى أن الإمكانيات التي تقدمها هذه الخدمات جعلت الانترنت قوة موجهة لحياة الأفراد والمؤسسات، حيث أصبحت أدوات عمل حيوية تساعد في التنمية وتحسين الإنتاج على حد سواء، فبواسطتها يمكن لأي مستخدم للشبكة أن يرسل ويتواصل خلال ثوان مع عدة أطراف في العالم الموجودة على الشبكة، كما يمكن لأي مؤسسة إذا استغلت هذه الخدمات بشكل جيد أن تسوق منتجاتها في أي بقعة من العالم وتجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الخاصة بعملائها ومنافسيها لمعرفة ردود أفعالهم المباشرة حول هذه المنتجات والمشكلات التي تواجههم لاقتنائها. وكنتيجة لتنامي استخدام الأفراد والمؤسسات الاقتصادية لشبكة الانترنت من خلال خدماتها وتقنياتها المتطورة، ظهرت أنواع جديدة للشبكات أقل تشابكا وتعقيدا من شبكة الانترنت وهي ما تعرف بالإنترانت والإكسترانت.

✚ الإنترنت:

هي عبارة عن مجموعة من أنظمة توزيع للمعلومات، تقوم بتطبيق تكنولوجيا الانترنت والمعايير الخاصة بها عبر شبكة محلية داخل المؤسسة²⁶. فهي بذلك شبكة اتصال داخل المؤسسة توفر بموجبها بيئة معلوماتية ووسائط لنقل البيانات والمعلومات فيما بين إدارات وأقسام ووحدات المؤسسة، بحيث لا يحق لأطراف خارجية عن المؤسسة الدخول إلى تلك الشبكة بأي حال من الأحوال، فالإنترانت إذن ما هو إلا مشروع للاتصالات الداخلية بين الموظفين في المؤسسة الواحدة وفي مختلف أقسامها من خلال استخدام معايير وتقنيات الانترنت كالبريد الإلكتروني.

✚ والإكسترنانت:

هي شبكة داخلية تسمح لبعض شركاء العمل الخارجي بالدخول لها لأسباب إستراتيجية، وعادة ما يكون الوصول للمعلومة فيها جزئيا²⁷. فهي بذلك تمثل نوعا متوسطا بين الإنترنت والإنترانت، حيث تتسم بالخصوصية والعمومية في آن واحد وهذا لاستخدامها داخليا من طرف موظفو المؤسسة وفي الوقت نفسه تتيح لبعض الأطراف الخارجية الولوج عبر الإنترنت على بعض المواقع في الشبكة الداخلية. فالبنوك مثلا لديها شبكتها الداخلية الخاصة بها، إلا أنها تتيح لعملائها الدخول عبر الإنترنت إلى حساباتهم الشخصية من خلال اسم مستخدم ورقم سري وإجراء عمليات معينة كتحويل مبالغ إلى حسابات أخرى، أو مثل دخول مندوبي مؤسسات السياحة والسفر إلى نظام حجز تذاكر السفر على رحلات مؤسسات الطيران المحلية والدولية، فالإكسترنانت إذن ما هي إلا استخدام تقنية الإنترنت لربط أكثر من شبكة إنترانت معا.

2) تكنولوجيا الاتصالات والمعلوماتية والمؤسسة الاقتصادية:

1-2) دور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في المؤسسة:

استنادا للمفاهيم السابقة والخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات عموما والانترنت خاصة، تبرز أهمية تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في المؤسسات الاقتصادية من خلال أدوار عدة.

✦ دور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في تحسين إنتاجية المؤسسة:

يعود الفضل في التحسينات الإنتاجية التي طرأت في مختلف جوانب أعمال المؤسسة، إلى الاستخدام الصحيح والمبرمج ل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث تساهم هذه التكنولوجيا في تحسين إنتاجية المؤسسة بطرق مختلفة. فهي تقلص التكاليف المترتبة على تقديم خدمة معينة للزبائن وتجعلها أكثر ملائمة وقبولا واستحسانا لديهم. كما تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورا أساسيا في تقليص الطلب على الخدمة المستندة للأفراد من خلال إلغاء بعض الحلقات المترتبة على تقديم الخدمة، بحيث تصبح العلاقة بين مقدم الخدمة والمنتفع بها أكثر مباشرة من ذي قبل.

في مؤسسة مثل FedEx للبريد السريع، يستطيع الزبائن استخدام شبكة الانترنت لاقتناء أثر طرودهم ومتابعة مسيرها خطوة بخطوة ويثوان معدودة دون الحاجة للاتصال بممثل المؤسسة أو الاستفسار عن أوضاع طرودهم. وفي مؤسسة مثل (3M) اعتاد الزبائن لسنوات طويلة على انتقاء مشترياتهم من خلال كتالوج ضخم وتقبل يضم بين صفحاته أكثر من 60000 سلعة من السلع التي تنتجها هذه المؤسسة، وكان هذا الكتالوج يشكل عبئا عليها حيث كانت تتفق أموالا طائلة على طباعته وتوزيعه، ناهيك عن التغييرات التي قد تحصل على طبيعة وأسعار السلع المدرجة فيه، والتي كان يصعب على المؤسسة إبلاغ الزبائن بها. ولإستبدال هذا الكتالوج، قامت المؤسسة بتطوير CD-ROM تكلفة إنتاجه 1.50 دولار لا غير، وعلاوة على استغناء العبء الورقي المكلف لإنتاج وتوزيع الكتالوج، أصبح الزبائن يستخدمون هذه الأقراص المضغوطة في عملية الشراء والاستفسار، كما أصبحت المؤسسة تزود عملائها بمعلومات فورية عن السلع المتوفرة والتعديلات التي قد تحصل في الأسعار والأصناف وغير ذلك، وصار الزبائن يتفاعلون مع المؤسسة من خلال الانترنت.

✦ دور تكنولوجيا المعلومات ودعم وتفعيل مدخل إدارة العلاقة مع الزبائن:

عندما يتعلق الأمر بالكيفية التي ينبغي فيها تنفيذ مفهوم إدارة العلاقة مع الزبون فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تلعب دورا حيويا في تمكين المؤسسات من تحقيق أقصى ربحية ممكنة من خلال الاستهداف الأدق للقطاعات السوقية والقطاعات الفرعية الجزئية ضمن هذه القطاعات. فنحن نعيش اليوم في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي، حيث أصبحت التقنيات فيه بمثابة الدواء الشافي لأوجاع المؤسسات الاقتصادية والسر الكامن وراء نجاحات الكثير منها. وفي عالم التسويق ما أكثر الأمثلة الشاخصة اليوم على الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز وتفعيل العلاقات مع كل أطراف التعاملات بما في ذلك العلاقات مع الزبائن بالدرجة الأولى.

إن المداخل التكنولوجية الجديدة الفعالة التي تنطوي على استخدام قواعد البيانات، قواعد المتاجرة ومستودعات البيانات والتقيب عنها والتسويق وجها لوجه أو بين طرف واحد وآخر بال مباشر، تقوم في الواقع اليوم بمساعدة المؤسسات على زيادة ما تقدمه للزبون وربحيته في أن واحد.

كما أن للتكنولوجيا دور فعال في تمكين المؤسسات من إدارة البيانات المطلوبة لفهم الزبائن ومن ثم صياغة استراتيجيات فعالة في مجال إدارة العلاقة مع الزبون. علاوة على ذلك، فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تمكن المؤسسات من تجميع وتبويب وفرز البيانات اللازمة لتحديد اقتصاديات جذب الزبائن والاحتفاظ بهم وتقديم قيمة دائمة مضافة لهم.

ومن أمثلة المؤسسات التي أصبحت تتبنى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم وتفعيل علاقاتها بالزبائن وإدارة هذه العلاقات وفق أرقى المستويات نجد: Yahoo, Procter & Gamble, Ford, General Electric, Rolls Royce, Sheraton, Gillette, McDonnell-Douglas, Nestlé Microsoft, Xerox Corp., British Airways, Tesco, Gerber Food, American Online الشهرير Citibank مثلا قد استحدث منذ عدة سنوات نظاما متطورا مستندا على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يستهدف تطوير جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها لعملائه وبما يضمن تعزيز إدراك وقناعة هؤلاء بجودة ما يقدم لهم من خدمات مصرفية ويحقق رضاهم عن تلك الخدمات. ويشمل هذا النظام المتطور والمدعم بتقنيات راقية، على أنظمة فرعية متداخلة ومتكاملة معنية بقضايا كثيرة في مقدمتها طريقة تعامل المصرف مع الزبائن وتحسين الخدمات المقدمة لهم مع معالجة شكاويهم وقت وقوعها مع الاحتفاظ بهم كمشركاء في المصرف.

وتشير نتائج الأبحاث في هذا المجال أن زيادة قدرها 50% في نقاط الاحتفاظ بالزبون تولد ربحا مقاسا بالقيمة الحالية الصافية، يتراوح ما بين 20% و 25%، ورغم معرفة العديد من المديرين بهذه النتائج إلا أن نسبة ضئيلة جدا منهم يعرفون مدى تأثير الاحتفاظ بالزبائن على الربحية في مؤسساتهم.²⁹

بشكل عام، سواء كانت المؤسسات تتعامل في العالم الواقعي أو الافتراضي عبر الشبكة، عليها أن تحدد الإستراتيجية الملائمة لإدارة الزبون، ومن ثم تطوير قاعدة ملائمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تستجيب وتتوافق مع متطلباتها الخاصة في الوقت الراهن وفي المستقبل. وهذا ما قد يستدعي مزيجا مبتكرا مؤلفا من بنى تحتية خاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تبدأ بقواعد البيانات ومن ثم تتصاعد باتجاه قواعد المتاجرة ومستودعات البيانات والحلول المتكاملة المتضمنة في إدارة العلاقة بالزبون باستخدام التجارة الإلكترونية ومداخل التقيب عن البيانات والتسويق المدفوع بالحدث وقنوات التوزيع الفعالة.

2-2) عرض أدوار الانترنت لتفعيل وتغيير الممارسات في المؤسسة:

استكمالا لأدوار السابقة التي تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كوسيلة جديدة للتأثير على المؤسسات الاقتصادية، يمكن اعتبار الانترنت أهم وكيل تكنولوجي واتصالي لتفعيل نشاط هذه المؤسسات وتغيير خططها الإستراتيجية. وهذا ما يجعلنا نتساءل عن كيفية الأدوار التي يؤديها الانترنت لتفعيل وتغيير الممارسات الاقتصادية والتسويقية في هذه المؤسسات؟ إن الإجابة عن هذا السؤال تتلخص في النقاط التالية:³⁰

- تشجيع المؤسسات على تبني فلسفة التسويق على المستهلك الفردي:

يقوم هذا المفهوم على ضرورة تقييم احتياجات كل مستهلك بصورة فردية ثم ترجمة وخدمة تلك الاحتياجات الفردية من خلال تقديم عروض يتم تفصيلها أو تمييطها لكل مستهلك على حدة. ويمكن الحصول في هذه الحالة على ثلاث مزايا جراء استخدام هذا المفهوم والتي تتلخص في: تكنولوجيا إنتاج متميز، تكنولوجيا توزيع متميز، وتكنولوجيا تسهيلات متميزة، حيث تنطوي على تفاعل كل من المسوقين والمستهلكين في تصميم، إنتاج واستهلاك المنتج أو الخدمة على الانترنت.

- زيادة الاهتمام بصورة أكبر بالتكاليف الثابتة:

كانت النشاطات الاقتصادية والتسويقية في المؤسسات سابقا تركز بصورة أكبر على التكاليف المتغيرة في جميع معاملاتها، وقد كان ذلك هو الدافع للاستفادة من وفورات الحجم الكبير، حيث كانت المؤسسات تحاول توزيع تكاليفها الثابتة على حجم أكبر من الإنتاج بغرض تخفيض متوسط التكاليف. ولكن يمكن القول أن عصر الانترنت والتجارة الالكترونية سوف يكون عصر معرفة المستهلك، حيث تسود وتسيطر فيها التكاليف الثابتة في المعاملات الاقتصادية، ولقد ظهرت العديد من المنتجات التي يمكن تسميتها بمنتجات المعرفة مثل الحاسوب والبرمجيات وغير ذلك، وبالتالي فإن عصر الانترنت والتجارة الالكترونية سوف يكون عصر تكثيف الاستثمار في التكنولوجيا وفي التكاليف الثابتة والذي سيساعد بدوره على تقليل تكاليف المعاملات والتكاليف المتغيرة وتقليل تكاليف الحصول على مستهلك جديد أو تكاليف خدمة المستهلك الحالي.

- التنافس التعاوني:

إن تزايد الحاجة للأصول التي يمكن استخدامها لتقليل التكاليف المتغيرة، والتي تؤدي في نفس الوقت إلى ارتفاع التكاليف الثابتة المرتبطة بالبناء التكنولوجي، ومع ظهور حاجات المستهلكين الخاصة بشراء خدمة أو تشكيلة معينة من المنتجات، فإن ذلك أدى إلى اتجاه المؤسسات نحو التنافس التعاوني، الذي سهل من تحقيق الشراكة في استخدام الموارد بدلا من ازدواجية هذا الاستخدام. فمعظم المؤسسات التي تعتمد على الانترنت في ممارسة أعمالها تستخدم نفس الخدمات الجديدة، وخدمات الضيافة، والوكالات الاعلانية، وبالإضافة لذلك نجد أن بعض المؤسسات التي تمثل بوابة لدخول الانترنت مثل Yahoo تقوم باستخدام محركات بحث لمؤسسات أخرى مثل Google وذلك للبحث عن نفس المستهلك، كما هناك مؤسسات طيران مثل orbitz.Com ومؤسسات خاصة بالسيارات مثل Covisint.Com تقوم بالتعاون مثلا بالنسبة لبوابات الدخول عليها من الانترنت. إن التحرك الخاص بالتعاون والمنافسة يعني محاولة زيادة الحصة السوقية نحو تحقيق نمو للسوق بالتكامل، ويعني أيضا تحولا من الإستراتيجيات التنافسية التقليدية إلى إستراتيجيات تعاونية غير تقليدية، وتحولا من التكامل الراسي إلى التكامل الافتراضي Virtual Integration .

بناء على ما سبق، يمكن القول أن ممارسة النشاطات الاقتصادية باستخدام الانترنت تنطوي على العديد من المنافع والإسهامات سواء على مستوى المؤسسة أو على مستوى المستهلكين الذين يقومون بالفعل بالتسوق الإلكتروني عبر شبكة الانترنت، حيث أصبحت بعض المؤسسات تستخدم الانترنت لاستقاء قوائم الاستقصاء التي تمكنها من تجميع البيانات والمعلومات اللازمة لإجراء بحوث التسويق ودراسة السوق خاصة عند تقديم منتجات جديدة، كما أصبحت تتنافس فيما بينها في تقديم المنتجات والخدمات لتحقيق الزيادة في المبيعات، وذلك عن طريق خلق التمايز والتفضيل لمنتجاتهم وخدماتهم بين المستهلكين وبواسطة مداخل تكنولوجية حديثة مثل التسوق الإلكتروني على الويب Web Shopping، والذي أصبح يمثل أحد الأدوات الهامة لتحقيق التمايز في الأنشطة البيعية والتسويقية للمؤسسة، وهذا كله من جهة، ومن جهة أخرى فقد استفاد المستهلكين أيضا من عملية التسوق عبر شبكة الانترنت بعدة منافع من بينها:

- تدني أسعار المنتجات التي يتم تسويقها على الويب مقارنة بالمنتجات الأخرى المباعة من خلال الكتالوجات المرسله بالبريد أو المباعه من خلال المتاجر التقليدية، وما يفسر ذلك عدم حاجة التجارة الإلكترونية إلى وجود متجر مادي للدخول إليه وهذا ما يؤدي إلى اختفاء بعض التكاليف مثل الإيجار والكهرباء وأجور بعض الموظفين، وبالتالي منح فرصة بيع المنتجات والخدمات بأسعار تنافسية مميزة؛
- منح فرصة للمستهلكين لإجراء مقارنة بين أسعار المنتجات قبل شرائها بشكل أفضل وأسرع؛
- منح المستهلكين مرونة كبيرة في عملية الشراء، حيث تعمل مراكز التسوق الإلكتروني على مدار 24 ساعة في اليوم، كما أنها تقدم نفس المدى الواسع والتشكيلة الكبيرة من المنتجات التي تقدمها وتتيحها مراكز التسوق التقليدية؛
- تحقيق الاكتفاء الذاتي للمستخدم، حيث يجب أن تهدف المواقع التجارية الإلكترونية لمؤسسة إلى إمداد المستهلك وتمكينه من أدوات الإبحار والبحث التي يحتاجها لممارسة معاملات ناجحة على الموقع الإلكتروني بنفسه.

- والعامل الزمني والمكاني:

يعمل الانترنت على زيادة نمو التفاعلات غير الزمنية، أي التي لا تعتمد على الوقت أو الزمن. كما أن الاستخدام الأمثل للانترنت، يمكن المؤسسات من تعريف نفسها للمستهلكين والاتصال بهم، وإجراء المعاملات معهم، وإمدادهم بالخدمة دون امتلاك مكان مادي أو موقع جغرافي محدد، وعدم الاعتماد بالضرورة على قوى بيعيه في أماكن أو مواقع جغرافية مختلفة.

خاتمة:

يرتبط نجاح المؤسسات الاقتصادية في عصرنا الحالي بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي مكنتها من تحقيق الميزة التنافسية في الأسواق المحلية والعالمية، حيث عمدت على تطوير وتكييف أحدث الأساليب والوسائل التكنولوجية لذلك. كما يعتبر تبني المؤسسات لشبكة الإنترنت اليوم عاملا هاما لتغيير وتفعيل النشاطات الاقتصادية بينها وبين مختلف المؤسسات أو بينها وبين عملائها. وهذا ما يجعلنا نخرج بمجموعة من النتائج المتمثلة في:

- غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عامة والانترنت خاصة في طبيعة الممارسات الاقتصادية، الأمر الذي أدى بالمؤسسات إلى استخدام أساليب وتقنيات جديدة تختلف عما هو مستخدم في الممارسات التقليدية؛
- بداية هيمنة الأسواق الإلكترونية المستندة لشبكة الانترنت على الأسواق التقليدية ذي الحدود الجغرافية والزمنية؛
- ضرورة النمو والبقاء تحتم على المؤسسات التكيف مع التكنولوجيات الحديثة وليس التخلي عن السوق ومغادرته؛
- على الرغم من انتشار الانترنت، فإن الأمر لا يخلو من تحديد متطلبات حسن التسيير ضمن رؤية إستراتيجية واضحة؛
- وضرورة عمل شبكة الانترنت على زيادة قدرة المؤسسات لاكتساب العديد من المزايا، ولتعزيز مركزها التنافسي وتحسين أدائها الاستراتيجي وبالتالي زيادة حصتها السوقية.

- بناء على نتائج التحليل، نخرج بمجموعة من التوصيات التي يمكن أن يأخذ بها:
- ضرورة عمل المؤسسات على توفير البنية التحتية المعلوماتية الملائمة من حيث التقنيات التكنولوجية والخدمات الاتصالية والانترنت، فضلا عن تطوير المستمر للبرمجيات والآليات لأداء النشاطات الاقتصادية بشكل فعال؛
 - ضرورة تهيئة القواعد والإجراءات اللازمة لضمان الحماية، الأمان والسرية للمؤسسات الراغبة في ممارسة نشاطاتها الاقتصادية عبر شبكة الانترنت؛
 - وضع سياسات وإستراتيجيات مناسبة تسعى إلى استقطاب أكبر قدر ممكن من الزبائن على شبكة الانترنت، مع الحرص على تلبية احتياجاتهم ورغباتهم من المنتجات في الوقت والمكان المناسب؛
 - ضرورة إيجاد الآلية المناسبة لإتمام المعاملات الاقتصادية الإلكترونية إلى غاية تسليمها للزبائن المستهدفين بالعملية؛
 - وجوب سعي المؤسسات لتأسيس مواقع خاصة بها على شبكة الانترنت، تشمل على كافة المعلومات الخاصة بمنتجاتها وخدماتها ومبوبة ومقسمة وفقا لأسس واضحة، تسهل على الزبائن الاطلاع عليها، مع معرفة خصائصها، أسعارها وطرق توزيعها وكل ما يتعلق بها،
 - وضرورة الاهتمام بمسألة الزمن خصوصا في سرعة توفير المعلومات المتعلقة بالأسواق والمنتجات والمؤسسات المنافسة والزبائن الحاليين والمحتملين.

الهوامش والمراجع:

- 1 غسان قاسم اللامي، «إدارة التكنولوجيا (مفاهيم ومداخل تقنيات وتطبيقات عملية)»، ط. دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 22.
- 2 مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، «العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات»، ط. إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 78.
- 3 عبد الباسط محمد عبد الوهاب، «استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني»، ط. المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005، ص 82.
- 4 غسان قاسم اللامي، مرجع سابق، ص 25.
- 5 محمود علم الدين، «تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة»، ط. دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 11.
- 6 ثابت عبد الرحمن إدريس، «نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصر»، ط. الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 68.
- 7 عبد الله فرغلي علي موسى، «تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني»، ط. إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 16.
- 8 عامر إبراهيم قنديلجي & علاء الدين عبد القادر الجنابي، «نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات»، ط. دار المسيرة للنشر والتوزيع (الطبعة الثانية)، عمان، 2007، ص 30.
- 9 عبد الله فرغلي علي موسى، مرجع سابق، ص 23.
- 10 مزهر شعبان العاني، «نظم المعلومات الإدارية»، ط. دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 65.
- 11 محمود علم الدين مرجع سابق، ص 17.
- 12 غريب عبد السميع، «الاتصال والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر»، ط. مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص 13.
- 13 عماد عبد الوهاب الصباغ، «علم المعلومات»، ط. دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 174.
- 14 عبد المالك ردمان الدناني، «تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات»، ط. المكتب الجامعي الجديد، الإسكندرية، 2005، ص 15.
- 15 محمد عقوني، «مفهوم الانترنت»، 2009/08/18،

<http://www.educt.maktoobblog.com>

16 TAUDON Kenneth, TAUDON Jane & FIMBEL Eric, «Management des systems d'information», ed. Pearson education (9° edition), Paris, 2006, pp. 275-277.

17 محمد محمود الخالدي، «التكنولوجية الالكترونية»، ط. دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 149.

18 فريد النجار وآخرون، «التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة»، ط. الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 33.

19 مقال، «إحصائيات 2010 للدول العشرة الأكثر استخداما للانترنت في العالم»، 2010/11/01، <http://www.kazdar.com/2010/uncategorized>

20 عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 185.

21 فريد النجار وآخرون، مرجع سابق، ص 51.

22 علاء عبد الرزاق السالمي، «تكنولوجيا المعلومات»، ط. دار المناهج للنشر والتوزيع (الطبعة الثانية)، عمان، 2007، ص 447.

23 ثابت عبد الرحمن إدريس، مرجع سابق، ص 494.

-
- 24 محمد سمير أحمد، «التسويق الإلكتروني»، ط. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 129.
- 25 علاء عبد الرزاق السالمي، مرجع سابق، ص 446.
- 26 خضر مصباح الطبعي، «التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري»، ط. دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 57.
- 27 محمد محمود الخالدي، مرجع سابق، ص 150.
- 28 بشير عباس العلق، «تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال»، ط. الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 49.
- 29 بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 83-84.
- 30 محمد عبد العظيم أبو النجا، «إدارة التسويق (مدخل معاصر)»، ط. الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 494-495.