

تطبيقات الإدارة الإلكترونية والتحول نحو المؤسسات الرقمية

د. قويدري كمال

جامعة علي لونيبي - البلدية 02 - الجزائر

مستخلص:

أصبحت المعرفة المحرك الرئيسي للإنتاج والنمو الاقتصادي في العالم، حيث زاد الاهتمام والاستفادة من التكنولوجيا في كافة مراحل الإنتاج حتى الوصول الى المستهلك النهائي، وان التحول الكبير في الاقتصاد من الاقتصاد التقليدي الى الاقتصاد المعاصر او الحديث الذي يعتمد على المعرفة أحدث ثورة كبيرة وانعكس إيجابا على الاقتصاديات التي استفادت منه في زيادة نسب النمو الاقتصادي، إن الاقتصاد القائم على المعرفة، بفلسفته وأهدافه إلى جانب أشكال التنظيمات التي يشجعها، يعطي الأولوية للتعاون والحكمة. ويعرف هذا الاقتصاد بأنه الاقتصاد الجديد الذي تزيد فيه الإنتاجية العالمية لعوامل الإنتاج، ليس بفضل رأس المال المادي وحده، ولكن بفضل ديناميكية خلق، معالجة ونشر المعارف، بالإضافة إلى ديناميكية تحول المؤسسات الاقتصادية الى مؤسسات رقمية تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة لكسب ميزة تنافسية. وبهذا يتبلور الاقتصاد القائم على المعرفة بصفته نموذجا أوليا للنمو والتنافسية للمؤسسات في شكله الحقيقي، ويؤكد على ضرورة التفكير والاستشارة بشكل منهجي لتحويل هذا الاقتصاد إلى قوة رافعة جديدة تزيد من سرعة تنفيذ النشاطات والاقتراب أكثر من الزبون.

وعلى أساس ما تقدم، سنحاول من خلال ورقتنا البحثية هذه التطرق للعناصر التالية:

- مفهوم الإدارة الإلكترونية.
- المصطلحات المرتبطة بالإدارة الإلكترونية.
- التحول نحو المؤسسات الرقمية.
- العمل عن بعد والمؤسسات الافتراضية.
- تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الافتراضية.

1- مفهوم الإدارة الإلكترونية

الإدارة الإلكترونية في معناها الحديث هي استخدام الوسائل والتقنيات الإلكترونية بكل ما تفضيه الممارسة او التنظيم.

عرفها Dale بانها إطار عام ومنظومة تقنية متكاملة تختلف عن الممارسات التقليدية للإدارة العادية، اذ انها تشمل تحولا كبيرا في العمل يشمل الأنشطة اليومية في الدولة من بشرية واجتماعية واقتصادية للتطوير الداخلي لها، ويهدف الى تقديم خدمات أفضل من تلك التي تؤديها الإدارة التقليدية أصلا.

- فهي بشكل عام عبارة عن منظومة الكترونية متكاملة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحويل العمل الإداري اليدوي الى اعمال تنفذ بواسطة التقنيات الرقمية الحديثة، والسعي لتخفيف حدة المشاكل الناجمة عن تعامل طلب المنتجات مع الافراد بما يساهم في تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء التنظيمي. فهي إدارة بلا ورق لأنها تستخدم الأرشيف الإلكتروني والأدلة والمفكرات الإلكترونية والرسائل الصوتية، وهي إدارة بلا مكان تعتمد أساسا على الهاتف المحمول، وهي إدارة بلا زمان تعمل 365/7/24 ، وهي إدارة بلا تنظيمات جامدة، فلمؤسسات الذكية تعتمد على عمال المعرفة وصناعات المعرفة.

هناك من الباحثين من لديه رؤية ادارية للإدارة الإلكترونية، من ابرز أنصارها Peter drucker وهو الاب الروحي للإدارة في القرن العشرين والذي يؤكد على ان الإدارة هي الأساس الذي عليه توجه وتدير الافراد والمؤسسات باستخدام التكنولوجيا كأداة مساعدة لها، ولهذا فان القلب النابض لأي دولة او اقتصاد ليست التكنولوجيا فحسب وانما المؤسسة المدارة.

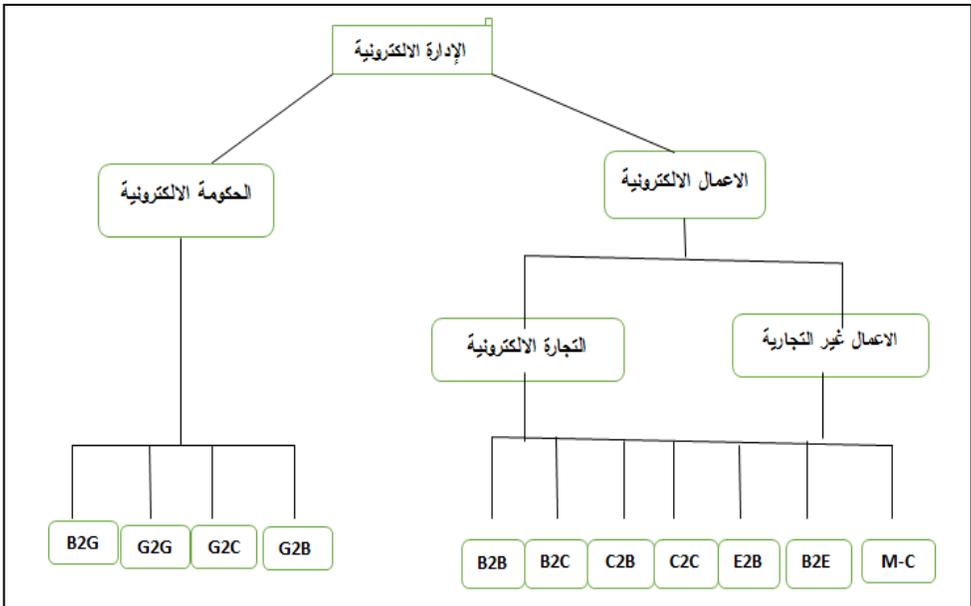
ومنهم من لديه رؤية تكنولوجية حيث تعكس هذه الرؤية الاعجاب بالتكنولوجيا بوصفها الأساس الذي يمنح القدرات ويوجه كل شيء بما فيها الإدارة، فالتكنولوجيا لم تعد مجرد أداة تحدد الإدارة اتجاهات تطويرها واستخدامها، وانما

تحدد خيارات تخصيص الموارد واتجاهات الإدارة وما ينبغي عليها عمله، فهي فكرة موجهة لتسبق الإدارة. وعليه فان دعاة هذه الفكرة يقللون من دور الإدارة. وعليه لابد من التفكير في كيفية الجمع بين الرؤيتين وتحقيق التوافق بينهما بالشكل الذي يخرج لنا توليفة علمية منهجية تضم كل الابعاد.

2- المصطلحات المرتبطة بالإدارة الإلكترونية

نتيجة للتطورات التكنولوجية وأنظمة الاتصالات في مؤسسات الاعمال رافقت الإدارة الإلكترونية مصطلحات تتداخل معها تارة وتترابط معها بعلاقات تارة أخرى. ما نلاحظه ان الإدارة الإلكترونية هي الإطار الشمولي الواسع تضم حلقتين أساسيتين، يقع الأول في مستوى المهام التي تمارسها الحكومة ومؤسساتها (القطاع العام)، ويقع الثاني في مستوى المهام والخدمات التي يمارسها المستثمرون (القطاع الخاص)، يمكننا القول بأن الإدارة الإلكترونية تشبه العملة ذات الوجهين فهي لن تحقق الغرض منها بكفاءة دون ان يتكامل فيها القطاعين العام والخاص. والشكل الموالي يوضح المصطلحات المرتبطة بالإدارة الإلكترونية.

الشكل 01 : المصطلحات ذات العلاقة بالإدارة الإلكترونية



وتصنف الاعمال الالكترونية الى فئتين:

- الاعمال الالكترونية غير التجارية: والمقصود بها استخدام شبكات الاتصالات ولاسيما شبكات الانترنت والاكسترنانت، لأداء الأنشطة المتمثلة في إدارة العلاقات مع الزبائن، او إدارة سلاسل التجييز وتخطيط موارد المشروع، وإدارة التحويلات المالية الفورية، ولهذا تصنف الاعمال الالكترونية غير التجارية بحسب نمط التكنولوجيا المستخدمة او نوع النشاط الذي يجري اسناده وطبيعته.
- التجارة الالكترونية: هي مفهوم يشير الى عمليات البيع والشراء، كالعلاقات بين الموردين والمستثمرين عبر شبكة الانترنت وشبكات الاعمال الخاصة. فهي أحد جوانب الاعمال الالكترونية، وهي الشكل الأول للاستخدامات التجارية للأنترنترنت بعد تحوله من الاستخدام لأغراض عسكرية واكاديمية الى الاستخدام التجاري للأنترنترنت في منتصف التسعينات. فاستخدام الانترنت من طرف الجمهور منح فرصا جديدة امام المؤسسات متمثلتا في السوق الالكتروني من اجل عقد الصفقات، مما منح المجال لظهور تجارة الكترونية جديدة، وظهور اعمال الكترونية فيما بعد وصولا الى عصر الكتروني رقمي جديد، فالتجارة الالكترونية باختصار هي مجموعة المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشاريع ببعضها البعض، وبين المشاريع والافراد وبين المشاريع والإدارة. ومن بين المميزات التي تتميز بها التجارة الالكترونية نذكر:
 - الإعلان عن السلع والخدمات
 - توفير المعلومات عن السلع والخدمات
 - التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري
 - عقد صفقات وابرام عقود
 - سداد الالتزامات المالية ودفعها
 - عمليات توزيع السلع وتقديم الخدمات
 - تبادل البيانات الكترونيا

فالتجارة الإلكترونية هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالسلع والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية المشابهة. اما الأعمال الإلكترونية هو مجال أوسع من التجارة الإلكترونية فيتخذ نشاط الأعمال الإلكترونية الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدمية كافة، بينما يقتصر مجال التجارة الإلكترونية على مجال البيع والشراء للسلع والخدمات عبر الإنترنت.

2- 2. الحكومة الإلكترونية : Electronic Government – EG

إن الحكومة الالكترونية تمثل أسلوباً جديداً لتقديم الخدمات للمواطن بهدف رفع كفاءة الأداء الحكومي وخفض الاجراءات الروتينية التي يعاني منها المواطنون وتوفير المعلومات والبيانات بطريقة سهلة للاستفادة من الثورة الرقمية الهائلة، وهي بذلك تستبدل الصورة التقليدية للحكومة بواقع جديد تصاغ على ضوءه العلاقات التبادلية بين الأجهزة الحكومية من جهة وجمهور المستفيدين من خدماتها من جهة أخرى.

فالحكومة الالكترونية تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتغيير أسلوب العمل وأداء الخدمات سواء داخل المؤسسات الحكومية ذاتها أو في تعاملاتها مع المواطنين بما يمكن من تيسير اجراءات تقديم الخدمة بحيث تصبح أكثر كفاءة، بالإضافة الى تقديم كافة الاحتياجات من المعلومات للمواطنين عن الخدمات والقوانين واللوائح والتشريعات عبر الوسائل الالكترونية.

تقوم الحكومة الالكترونية على أربعة ركائز:

- تجميع كل الأنشطة والخدمات المعلوماتية والتفاعلية والتبادلية في موضع واحد هو موقع الحكومة الرسمي على شبكة الانترنت؛
- تحقيق حالة اتصال دائم بالجمهور مع القدرة على تأمين كافة الاحتياجات الاستعلامية والخدمية للمواطن؛

- تحقيق سرعة وفعالية الربط والتنسيق والأداء والانجاز بين دوائر الحكومة ذاتها ولكل منها على حدى.
- تحقيق وفرة في الانفاق لكافة العناصر بما فيها تحقيق عوائد أفضل من الأنشطة الحكومية ذات المحتوى التجاري.

3- التحول نحو المؤسسات الرقمية

تستخدم المؤسسة الرقمية تكنولوجيا الانترنت بشكل واسع لغرض التجارة الالكترونية والاعمال الالكترونية، لغرض تسيير وإدارة عملياتها الداخلية، وعلاقتها مع الزبائن والموردين والجهات الخارجية الأخرى. فهي كل مؤسسة تعمل في مجالات الاعمال او في قطاعات الخدمات العمومية او مؤسسات المجتمع المدني غير الهادفة للربح.

3- 1. مميزات المؤسسات الرقمية

تتميز المؤسسات الرقمية بما يلي:

- تنظيم ديناميكي متطور ومتفاعل باستمرار مع المتغيرات الداخلية والخارجية؛
- تباشر المؤسسة الالكترونية اعمالها على مدار 24 ساعة يوميا بلا انقطاع؛
- تتسم عمليات المؤسسة الالكترونية بالسرعة والمرونة والقيمة المضافة الأعلى؛
- تستثمر المؤسسة الالكترونية تقنيات المعلومات والاتصال الى الحد الأقصى المتاح؛
- يتسع سوق المؤسسة الالكترونية ليشمل العالم كله ولا تنحصر في السوق المحلي؛
- تستخدم آليات جديدة لإنتاج القيمة؛
- تتميز بعمليات إدارية، تسويقية ونتاجية عالية الترابط؛
- تسعى لبناء درجة عالية من التكامل والأنية في التعامل مع الزبائن والموردين وغيرهم من عناصر المناخ المحيط ذوي العلاقة؛

- تستثمر الانترنت وتستخدمها في كافة معاملاتها مع العملاء والموردين، كما تستثمر منطق الانترنت في بناء شبكات داخلية Intranet للتعامل بين قطاعاتها المختلفة؛
- تستثمر في تكوين بنية معلوماتية وشبكات اتصالات متشابكة ومترابطة وفعالة على مدار الساعة؛
- تتمتع بنظم متطورة لاستثمار وتبادل المعرفة؛

3- 2. مراحل اكتساب المؤسسة صفة الرقمية

حتى تكتسب المؤسسة صفة الرقمية تمر حسب المتخصصين على ثلاث مراحل رئيسية:

أ- مرحلة المؤسسة الواعية الكترونيا

في هذه المرحلة تبدأ المؤسسة تستشعر حس الطوارئ حول الانترنت، فتعمل على استخدام موقع الويب وذلك لتقدم من خلاله معلومات لزيائن معينين.

ب- مرحلة الانطلاق الالكتروني

فيها تبدأ المؤسسة في بيع السلع والتعامل عبر الانترنت على سبيل المثال، واجراء التغييرات المهمة في عملية التوريد اللاورقية، فتبدأ بالتعرف وتميز الفرص المتاحة للأعمال ولعروض التجارة الالكترونية، وتطور بعض الاستراتيجيات الجديدة التي تتناسب والوضع الجديد لها.

د-مرحلة الاعمال الالكترونية

حيث تكون رؤية التسويق الالكتروني للمؤسسة واضحة لكل العاملين والشركاء، وهنا تتجذر الثقافة الالكترونية، ويتم تقاسم المعرفة بشكل حر في كل المؤسسة ومستوياتها مدعومة بالبيئة الداخلية والخارجية.

4- العمل عن بعد والمؤسسات الافتراضية

4- 1. العمل عن بعد

مع تصاعد العصر الشبكي والانترنت تصاعد عالم اخر جديد ولازال يتوسع باستمرار هو العالم الافتراضي، حيث انقسم العالم الى عالمين متنافسين وهما العالم المادي الملموس والعالم الافتراضي المصنوع من المعلومات، الذي ظهر فيه سوق الاعمال الافتراضي وهو عبارة عن معلومات محسوبة شبكيا.

أدى ذلك الة ظهور أسلوب للعمل يطلق عليه أسلوب العمل عن بعد، ويستخدم هذا الأسلوب مع الموظفين الذين لا يجمعهم المكان الواحد مع المدير والإدارة، مثل توزع الموظفين في أكثر من دولة او منطقة. كما ينتشر أسلوب العمل عن بعد بين الموظفين ذوي الدوام الجزئي ممن يمارسون أكثر من عمل واحد وبين الأمهات اللواتي يردن البقاء في بيوتهن وملازمة اطفالهن مع الاستمرار في العمل او الوظيفة بشكل جزئي. هذا ويمكن ان يكون عدم جمع كل الموظفين في مكان واحد وخاصة بالشركة او المؤسسة وتحت الاشراف المباشر للإدارة يعود الى أسباب تتعلق بالجدوى الاقتصادية وترشيد الانفاق ومانحو ذلك.

وتسعى البيئة التي يعمل بها هؤلاء الموظفون بالبيئة الإدارية الافتراضية او فضاء بيئة العمل البديلة، كما يطلق على العمال ضمن أسلوب العمل عن بعد اسم العمال الافتراضيين، وتسمى المؤسسة التي يعملون بها بالمؤسسة الافتراضية التي تقابل المؤسسة التقليدية.

4- 2. امثلة عن مواقع العمل عن بعد العربية:

أ- موقع نبش

انطلق الموقع عام 2015 ويعمل من خلاله أكثر من 75 ألف مستقل، ويعتبر نبش من أبرز مواقع العمل عن بعد من المنازل العربية. حيث يوفر سوق عمل عبر الإنترنت يربط بين أصحاب الأعمال والمواهب أو أصحاب المهارات، للعمل من خلال الموقع، ما

على المستقل إلا تسجيل بياناته كاملة والتي تشمل مهاراته وأمثلة على أعماله، وبعدها سينتقل إلى عملية المقابلة والتي يحاول "نبش" من خلالها ضمان وجود أفضل المواهب، وباجتياز المقابلة يصبح المستقل عضواً في الخدمة.

وحتى تحصل عن عمل من خلال "نبش"، يقوم أصحاب الأعمال بعرض مشروعاتهم وبناءا عليها يقترح فريق عمل الموقع 5 أشخاص لكي يقوموا بتنفيذ المشروع، على الخمسة أشخاص إرسال عروضهم ليختار منها صاحب العمل، إذا تم الاختيار، يحدد المستقل مع العميل خطوات المشروع ويستلم أمواله مباشرة من خلال نبش خلال 15 يوما من الانتهاء من تنفيذ المشروع، وتحصل نبش على 15% من أرباح المستقل، أما عن مجالات العمل فتشمل تطوير وتصميم المواقع وتصميم بطاقات العمل والمطبوعات وصيانة المواقع والتسويق الإلكتروني وكتابة المحتوى والبيانات الصحفية والترجمة بالإضافة لعدد كبير جدا من الخدمات التي يمكن تقديمها من خلال المنصة.

ب- موقع مستقل

يتيح موقع "مستقل" لأصحاب المشروعات التواصل مع مستقلين أو متخصصين يقومون بالعمل على مشروعاتهم، كما يتيح مستقل للمتخصصين عرض مهاراتهم بحيث يحصلون على عروض من أصحاب المشروعات لتنفيذها.

ويمكن للمستقلين العمل عن بعد من المنزل من خلال استعراض المشروعات عبر موقع "مستقل" وتقديم عرضهم لأصحاب الأعمال، ويضمن الموقع حقوق المستقل وصاحب العمل، ويستلم المستقل أرباحه مباشرة من الموقع مع خصم نسبة تتراوح بين 7% إلى 20% وفقا لتكلفة المشروع، وتشمل المجالات المقدمة من خلال الموقع، التصميم والتسويق وتطوير المواقع والتطبيقات وإنشاء المحتوى والترجمة إلى جانب مجالات أخرى.

ج-موقع خمسات

يوفر "خمسات" للمستقلين إمكانية تقديم خدمات مصغرة مقابل 5 دولار، يحصل منها المستخدم على 4 دولارات ويحصل خمسات على 1 دولار، ويمكن للمستخدم تقديم خدمات بسعر أعلى، أما عن الخدمات التي يمكن تقديمها من خلال خمسات والربح من خلالها، فيمكن تقديم خدمات فتشمل، كتابة أو ترجمة مقال أو تصميم غلاف لصفحة فيسبوك أو تصميم لوجو بسيط أو تسجيل مقطع صوتي، وكانت خمسات قد أعلنت في عام 2014 أن مستخدمي موقع خمسات قد قدموا خدمات بقيمة مليون دولار خلال عام 2013.

د-موقع بيكاليكا

يعتبر بيكاليكا متجرا يتيح للمصممين المحترفين بيع أعمالهم سواء تصاميم ويب أو قوالب أو شعارات او مطبوعات أو أيقونات، يعرض المصمم أعماله من خلال الموقع للشراء وعند شرائها يحصل على أرباحه من خلال "بيكاليكا" لكن الموقع يقتطع 40 في المئة من الأرباح مع السماح للمصمم ببيع أعماله من خلال أي موقع آخر.

هـ- موقع سانديل

إذا كنت تملك صوتا قويا جذابا يمكنك العمل عن البعد من المنزل من خلال موقع Soundeals الذي يعتبر منصة تجمع أصحاب الأصوات الجميلة والموهوبة مع أصحاب المشاريع الباحثين عن صوت مؤثر يوصل الرسالة المطلوبة، يمكنك تقديم خدمات للتعليق الصوتي على مقاطع الفيديو التسويقية أو تسجيل كتيبات أو كتب وغيرها من الخدمات من خلال الموقع بالمقابل الذي تريد كما يمكنك الاطلاع على المشروعات التي طرحها أصحاب الأعمال وتقديم عرضك لتنفيذ مشروعاتهم.

وتتم جميع المعاملات المالية داخل الموقع ويحصل Soundeals على عمولة قدرها 30% من عائد بيع الخدمات وتنفيذ المشروعات.

إذا كنت تملك مهارات تمكّنك من تقديم خدمات لأصحاب الأعمال، عليك تجربة البدء في الريح منها من خلال أحد مواقع العمل الحر، لكن عليك أن تعزز تواجدك على الإنترنت وأن تكون صبورا وأن تدير وقتك جيدا.

3-4. المؤسسة الافتراضية

هي عبارة عن وحدة بلا حدود من حيث المكان والتنظيم والقدرات، تعمل على أساس شبكي لتقاسم المعلومات بما يمكن من تحقيق ميزة تنافسية، بمعنى هي وحدة مكونة من عمال موزعين جغرافيا يتقاسمون العمل ويتصلون برسائل الكترونية، فهي مؤسسة بدون حدود تنظيمية ولا تحتاج الى تجميع العمال في مكان واحد.

وهي شبكة يتم من خلالها تقاسم المعلومات بين العمال فيها داخليا ومع الموردين والزبائن خارجيا، تتميز بميزة تنافسية كبيرة جدا وهي متجر افتراضي على الانترنت ورؤية جديدة للأعمال والإدارة.

الا ان لاستخدام فرق العمل الافتراضية في المؤسسات بعض التحديات التي نورد بعضها في ما يلي:

- ماهي الإمكانيات المتاحة للتحكم في مستوى الجودة المقدمة؟
- ما هو شكل الالتزام القانوني الذي يمكن ان يحمي المنظمة وينظم العلاقة بين الافراد؟
- ماهي ضمانات حماية سرية البيانات الخاصة بالمؤسسة؟

ورغم وجود هذه التحديات الا ان الفرق الافتراضية تتنامى بسرعة، لكنها لن تحل محل فرق العمل العادية التي تقوم بالعبء الأكبر في تشغيل المؤسسات. لكن مع زيادة التحول الى المؤسسات الافتراضية يقل الاعتماد على الفرق العادية التي تعتمد على الاتصال المباشر بين الافراد.

كما نشير الى ان نظام المؤسسة الافتراضية لا يصلح لجميع المؤسسات سواء كانت في مجال الصناعة او الخدمات وانما المزج بين الاسلوبين في الأنشطة المختلفة للمؤسسة هو الاصلح في الغالب الاعم، حيث تعتمد هذه المؤسسات على محفظة مادية افتراضية وهذا هو أكثر اشكال المؤسسات السائدة في ظل البيئة العامة للقرن 21، وأول الممارسات التي تقوم بها هذه المؤسسات تتمثل في انشاء مواقع لها على شبكة الانترنت والبدء بالتعاملات التجارية في إطار ما يسمى بالتجارة الالكترونية.

5- تطبيق التجارة الالكترونية في المؤسسات الافتراضية

تستجيب المؤسسات الافتراضية بشكل مثالي لحالات الدعم والاسناد التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فانتشار نشاطات وعمليات المؤسسات الافتراضية عبر مناطق وفضاءات جغرافية متناثرة تشمل العديد من الشركاء والزبائن من مختلف القطاعات يخلق مشاكل تنسيقية لا مجال لمواجهتها الا من خلال تقنيات راقية مثل أساليب الرقابة المتكاملة والتجارة الالكترونية والانترنت.

غالبا ما يستند قرار استخدام التجارة الالكترونية كقناة توزيع بديلة او إضافية لتصريف السلع والخدمات الى اعتبارات الكفاءة. فمزايا او مساوي العرض الالكتروني سواء من خلال الانترنت او بدونه للسلع والخدمات تقارن مع مزايا او مساوي قنوان التوزيع القائمة أصلا. ونرى ان اختيار المؤسسات الافتراضية المستقرة يقع بالدرجة الأولى على هذه الوظيفة التي تضطلع بها التجارة الالكترونية. فالسعي من اجل تحقيق الكفاءة غالبا ما يكون السبب الكامن وراء وجود مؤسسة كهذه، وعليه فان الكفاءة تلعب دورا أساسيا في عملية اختيار قناة التوزيع. وبما ان ادامة العلاقات بين الأطراف المختلفة غالبا ما تتحقق من خلال أساليب الرقابة المتكاملة، فانه من الممكن اختيار التجارة الالكترونية لتوفير قناة توزيعية تتمكن المؤسسة الافتراضية من خلالها تصريف منتجاتها او خدماتها. فالمؤسسات الافتراضية التي تعتمد على الويب (Web-based Vos) مثل (BOL) او (Amazon.com) تعتبر مثالا رائعا على ذلك، حيث ان جميع العلاقات بين الأطراف المعنية (العملاء والمشاركون في المؤسسة

الافتراضية) في هذا النوع من المؤسسات الافتراضية تنظم عبر الانترنت. اما النوع الثاني من المؤسسة الافتراضية فهو موجه نحو الابتكارية والمرونة، وهذا ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول 01 : العلاقة بين المؤسسة الافتراضية والتجارة الالكترونية

نوع المؤسسة الافتراضية	التركيز على	الوظيفة الأساسية للتجارة الالكترونية
مستقرة	الكفاءة	قناة توزيع
ديناميكية	المرونة والابتكار	فضاء سوقي

في المؤسسة الافتراضية الديناميكية يتقاسم الفاعلين فيها معارفهم ومهاراتهم لتلبية طلبا ما لعميل او تطوير سلعة او خدمة يتطلب لإنتاجها او تقديمها توفر معارف وخبرات غير متوفرة ضمن المؤسسة، حيث تقوم المؤسسة بطرح هذه السلعة او الخدمة في السوق. ويكون الاهتمام في هذا النوع من المؤسسة الافتراضية منصبا بشكل أكبر على التجارة الالكترونية كفضاء سوقي. وعليه فان أفكار وآراء الزبائن يمكن قياسها او تحديدها من خلال مجتمعات افتراضية، حيث يمنح المشاركون الفرصة لتبادل المشورة والنصح مع بعضهم البعض من خلال الانترنت، وتتم عملية تطوير المنتجات والخدمات من قبل الأطراف المعنية بشكل الكتروني. وتعتبر عملية تطوير نظام التشغيل المعروف باسم(Linux) بمثابة مثال جديد على هذا النوع من المنظمة الافتراضية الديناميكية (التي تعني احتمال ان تكون قائمة او ممكن ان تكون قائمة) الموجهة صوب المرونة الابتكارية. والواقع ان مساهمات الآلاف من الخبراء الطوعيين من خلال الانترنت قد ساهمت بشكل كبير في دعم وتعزيز هذا النوع من المؤسسات الافتراضية والارتقاء بها الى مصاف المؤسسات النوعية والرفيعة. ومما لا شك فيه ان وظيفة التجارة الالكترونية (كفضاء سوقي وكأداة لحشد الاطراف المعنية

كافة في بوتقة واحدة) قد ساهمت هي الاخرة في تفعيل هذا النوع من المنظمة الافتراضية وعززت ديناميكيتها وقدرتها على التواصل في بيئة دائمة التغير والتحول.

والجدير بالذكر ان العديد من الدراسات والأبحاث تبين ان اهتمامات الانسان العادي في المتوسط تنحصر بين 3-5 مجالات محددة، وهي المجالات التي يكون فيها هذا الانسان مستعدا لبذل المال والجهد علميا. ويطلق على هذه المجالات تسمية (عناقيد الحاجة). ومن خلال الاستثمار الأمثل لإمكانيات التجارة الالكترونية كفضاء سوقي يمكن اشباع هذه الحاجات بأفضل أسلوب متاح حتى الآن. فالتواصل وتقاسم الخبرات مع أناس من خلفيات متشابهة ومتوافقة يعتبر عنصرا مهما في هذا المجال بالذات. فتجربة الميدان والخبرة تشير الى استحالة قيام شركة واحدة بمفردها تلبية عناقيد الحاجة بشكل كافي وواف، الامر الذي يستدعي تعاوض جهود العديد من الشركات المختلفة التي تمتلك معارف متنوعة ومتباينة بحيث يصبح من الممكن تلبية واشباع هذه العناقيد بالشكل الذي يحقق رضا الزبون وبالتالي اهداف الفعالية المتعاضدة. وتعتبر المؤسسة الافتراضية الديناميكية المرشح الاوفر حظا لتبوأ ولعب هذا الدور الريادي في اشباع عناقيد الحاجة بشكل متكامل.

والواقع ان هذا الوضع يفسر حقيقة الإحباط الذي يصيب الكثير من المؤسسات تجاه الانترنت، فهذه المؤسسات تمتلك مواقع على الشبكة وتحاول من خلال هذه المواقع اشباع حاجات عامة لأناس مجهولي الهوية يتجولون عبر مواقع الشبكة من دون ان تكثر هذه المؤسسات بالتعرف عليهم شخصيا وتحاورهم وتعاون معهم بشكل طبيعي ومنتقن. ويبدو ان انشاء مواقع على الشبكة لا يضمن للمؤسسة النجاح المنشود، ولا يشكل وحده أداة فعالة لتأسيس علاقات متينة مع الزبائن والمحافظة عليهم. وها هي المؤسسات الافتراضية الديناميكية تستثمر اليوم جهودها ومعارفها المشتركة بالإضافة الى الأدوات والتقنيات الجديدة التي اتاحتها تكنولوجيا المعلومات لمعرفة المزيد عن زبائنها ومورديها وشركائها واستخدام كل ذلك لتعزيز ولاء الزبائن. ومن المتوقع ان يشهد المستقبل القريب تنامي عدد المؤسسات الافتراضية الديناميكية وكذلك قوتها على الساحة الالكترونية.

خلاصة

غيرت الثورة الرقمية المتمثلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال العديد من المفاهيم الإدارية، حيث أصبحت المعلومات أحد الموارد الاستراتيجية في أي مؤسسة، وأصبح الاعتماد على نظم المعلومات أكثر فأكثر في العمل بإدخال هذه التقنية في المؤسسات الخاصة والعمومية، خاصة بعدما اتضحت التأثيرات التي يمكن ان تحدثها في جميع ميادين التنمية من خلال استخداماتها المختلفة، كما سمحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالفصل المادي لعملية تقديم سلعتها او خدماتها عن الزبائن، فالعديد من المؤسسات صارت تستثمر في هذه التكنولوجيا لتمكن زبائنها من القيام بتعاملاتها من منازلهم او من خلال حواسيب مكاتبهم عن طريق استخدام شبكة الانترنت.

ويبدو ان جليا اهمية وجود مؤسسات افتراضية في اقتصاد معرفي متطور، فلم تعد الأساليب التقليدية في الإدارة والتنظيم قادرة على الاستجابة لمتطلبات المرحلة الجديدة وجملة التطورات التي تشهدها بيئة الاعمال. على هذا الأساس يتطلب بذل المزيد من تبادل الخبرات والمعارف بين المؤسسات بهدف تكوين وتصميم مؤسسات تستجيب للمنافسة وطلبات الزبائن. فهناك علاقة جدلية بين التطور الحاصل في مجال التجارة الالكترونية وتطبيقاتها والاتجاهات الحالية لبلورة وظهور المؤسسات الافتراضية على الصعيد الإقليمي والعالمي، والذي يؤكد هذا هو الاتجاه الى تكوين تحالفات استراتيجية بين مؤسسات كانت بينها منافسة شديدة للحصول على حصص سوقية ضمن المنظور الكلاسيكي للعمل.

قائمة المراجع:

- 1- عصام نورالدين، إدارة المعرفة والتكنولوجيا الحديثة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
- 2- نعيم إبراهيم الظاهر، إدارة المعرفة، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، اربد، الأردن، 2009.
- 3- جمال يوسف بدير، اتجاهات حديثة في إدارة المعرفة والمعلومات، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 4- سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة-المفاهيم-النظم-التقنيات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- 5- عبد الحسن الحسيني، التنمية البشرية وبناء مجتمع المعرفة، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2008.
- 6- إسماعيل الزبيري، طاهر كنعان، نادر فرجاني، آفاق التنمية في الوطن العربي، دار الطليعة، بيروت، لبنان، 2006.
- 7- ياسمين محمود، افضل مواقع العمل الحر في الوطن العربي، [على الخط www.almrsal.com/post/318939]
- 8- محمد السيد، مواقع العمل عن بعد العربية، [على الخط www.tech-echo.com/2016/08]
- 9- [Jean-Claude Boillat et François-Xavier Amherdt, Les nouvelles technologies de l'information et de la communication \(NTIC\) et la transmission de la foi 29 août 2013.\[en ligne\] www.amazon.fr/Web-pastorale-technologies-linformation-communication/dp/2940461961.](http://www.amazon.fr/Web-pastorale-technologies-linformation-communication/dp/2940461961)
- 10- S.bellier et H.issac et E.jesserand et M.kalika et L.leroy, le e-management : vers l'entreprise virtuelle, éditions liaisons, 2002.
- 11- Sourice Frédéric. *L'entreprise virtuelle : ou les Nouveaux Modes de Travail* (Denis Ettighoffer). In: *Flux*, n°13-14, 1993. pp. 88-93.
www.persee.fr/doc/flux_1154-2721_1993_num_9_13_1657