

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الجليلي ليااس - سيدي بلعباس
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية، وعلوم التسيير

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية
تخصص: علوم مالية

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسة الاقتصادية (دراسة نماذج بعض البلدان العربية)

من إعداد الطالبة: هني وسيلة
تحت إشراف: الأستاذ الدكتور. محمد بن سعيد

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ التعليم العالي جامعة سيدي بلعباس	أ.د. فيلالي بومدين
مشرفا ومقررا	أستاذ التعليم العالي جامعة سيدي بلعباس	أ.د. محمد بن سعيد
مناقشا	أستاذ محاضر - 1 - جامعة سيدي بلعباس	د. جميل عبد الجليل
مناقشا	أستاذ محاضر - 2 - مركز جامعي لعين تموشنت	د. سليمان زناقي
مناقشا	أستاذ محاضر - 1 - جامعة الشلف	د. فلاق محمد
مناقشا	أستاذ محاضر - 1 - جامعة الشلف	د. الساعد رضوان

2018-2017

اهداء

الى من كنت احدثي بدعائهما الخالصون انهما

" الى امي وابي " اطل الله في عمرهما

الى من زرع في قلبي روح التحدي والاجتهاد

" الى زوجي " ادامه الله لي

الى القلوب الطاهرة والنفوس البريئة

" الى ابنائي " حفظهم الله لي

الى من اقسامهم احزاني و افرحي

" الى اخواتي "

الى كل هؤلاء الاعزاء اهدي تمرة جهدي

وسيلة

كلمة شكر



لحمد الله ونثني عليه كما ينبغي لجلاله و عظيم سلطانه ان أنعم علينا
بنعمة العلم وهبنا الصبر و التدبير و نشكره عز وجل الذي مكننا من تخطي
المصاعب و انار لنا درب التوفيق و اعاننا على اتمام هذا العمل على احسن
حال.

اتقدم بالشكر والعرفان الى المشرف الاستاذ الدكتور " محمد بن سعيد"
بصفة خاصة لتفضله بالإشراف على هذه الاطروحة، وتخصيصه لجزء من
وقته و مجهود لإنجاح هذا العمل.

كما أشكر جميع الاساتذة الذين ساهموا في انجاز هذا العمل وأخص
بالذكر الاستاذ القدير " الدكتور عبد المجيد الزين" و الاستاذة القديرة "الدكتورة
فاطمة الزهراء كروشة" اللذان لم يبخلا علي بنصائحهما و توجيهاتهما.

نتقدم كذلك بجزيل الشكر و التقدير الى السادة الاساتذة أعضاء اللجنة
الموقرة على تفضلهم بقبول مناقشة هذا البحث المتواضع.



قائمة المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
	الإهداء	أ
	الشكر والتقدير	ب
	قائمة المحتويات	ت
	قائمة الجداول	ث
	قائمة الأشكال	ج
	قائمة الملاحق	ح
	ملخص الدراسة باللغة العربية	خ
	ملخص الدراسة باللغة الانجليزية	د
	ملخص الدراسة باللغة الفرنسية	ذ
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة		
1-1	المقدمة	
2-1	مشكلة الدراسة	
3-1	أهداف الدراسة	
4-1	أهمية الدراسة	
5-1	نطاق ومحددات الدراسة	
6-1	هيكلية الدراسة	
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة		
المبحث الأول: نظرة حول المؤسسة الاقتصادية		
1	مفاهيم عامة حول المؤسسة الاقتصادية	
1-1	تعريف عن المؤسسة الاقتصادية	
2-1	خصائص المؤسسة الاقتصادية	
3-1	أهداف المؤسسة الاقتصادية	

	تصنيفات المؤسسات	4-1
	حسب طبيعة الملكية	1-4-1
	حسب الحجم	2-4-1
	الأسباب المالية	2-3-1
	حسب القطاع الاقتصادي	3-4-1
	حسب الشكل القانوني	4-4-1
	الوظائف الأساسية في المؤسسة الاقتصادية	5-1
	وظيفة التسويق	1-5-1
	وظيفة الانتاج	2-5-1
	وظيفة التمويل	3-5-1
	وظيفة الموارد البشرية	4-5-1
	وظيفة المحاسب و المالية	5-5-1
	مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية	2
	المرحلة الاولى (ما قبل 1980)	1-2
	الفترة الاولى (1962-1970)	1-1-2
	الفترة الثانية (1971-1980)	2-1-2
	المرحلة الثانية : استقلالية المؤسسات (ما بعد 1980)	2-2
	اعادة الهيكلة العضوية	1-2-2
	اعادة الهيكلة المالية	2-2-2
	المرحلة الثالثة : الخصخصة	3-2
المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات: أصول، مفاهيم، و أدوات		
	أصول عنصر تكنولوجيا المعلومات	1
	لمحة تاريخية حول العصور الاقتصادية	1-1
	مرحلة العصر الزراعي	1-1-1
	مرحلة العصر الصناعي	2-1-1

	مرحلة عصر المعلومات	3-1-1
	مفهوم مجتمع المعلومات و خصائصه	2-1
	تعريف مجتمع المعلومات	1-2-1
	خصائص مجتمع المعلومات	2-2-1
	ايجابيات و سلبيات عصر المعلومات	3-1
	ايجابيات عصر المعلومات	1-3-1
	سلبيات عصر المعلومات	2-3-1
	تحديات عصر تكنولوجيا المعلومات	4-1
	التحديات الاقتصادية	1-4-1
	التحديات البشرية	2-4-1
	التحديات التكنولوجية	3-4-1
	نظام المعلومات و المعلومة	2
	تعريف المعلومة	1-2
	خصائص المعلومات	1-1-2
	دور المعلومات في المؤسسة	2-1-2
	العوامل المؤثرة على جودة المعلومات	3-1-2
	تعريف نظام المعلومات	2-2
	مكونات نظام المعلومات	1-2-2
	مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات	3
	تعريف تكنولوجيا المعلومات	1-3
	محفزات استعمال تكنولوجيا المعلومات	2-3
	البيئة التنظيمية الملائمة	1-2-3
	البيئة التشريعية المتوفرة	2-2-3
	الشراكة الفعالة لتحفيز نمو القطاع	3-2-3
	مفاهيم عامة حول الشبكة المعلوماتية	4

	تعريف الشبكات المعلوماتية	1-4
	أنواع الشبكات المعلوماتية	2-4
	الشبكة المحلية (LAN)	1-2-4
	الشبكة الجامعة (MAN)	2-2-4
	الشبكة الواسعة (NAN)	3-2-4
	مزايا استعمال الشبكات المعلوماتية	3-4
	تكنولوجيا الشبكات	4-4
	مفهوم شبكة الانترنت	1-4-4
	التطور التاريخي شبكة الانترنت	1-1-4-4
	طرق الإتصال بالانترنت	2-1-4-4
	خدمات الانترنت	3-1-4-4
	مفهوم شبكة الإكسترانت	2-4-4
	أنواع شبكة الإكسترانت	2-2-4-4
	أهمية شبكة الإكسترانت	3-2-4-4
	مفهوم شبكة الأنترانت	3-4-4
	أسباب إستعمال المؤسسات لشبكة الأنترانت	1-3-4-4
	المخاطر التي تواجه الشبكات المعلوماتية	5-4
	رسائل حرب المعلومات	1-5-4
	تحديات الشبكات المعلوماتية اتجاه حرب المعلومات	2-5-4
	الاجراءات الوقائية من الحروب المعلوماتية	3-5-4
	من التجارة التقليدية إلى الإلكترونية	5
	نبذة تاريخية على التجارة الإلكترونية	1-5
	تعريف التجارة الإلكترونية	2-5
	مميزات التجارة الإلكترونية	3-5
	أهمية التجارة الإلكترونية	4-5
	تحديات التجارة الإلكترونية	5-5

	الملاح الجديدة للمؤسسة عند إستعمالها للتجارة الإلكترونية	6-5
	المبادئ الواجب توفرها لنجاح التجارة الإلكترونية	7-5
	مستويات التجارة الرقمية	8-5
	من التسويق التقليدي إلى الإلكتروني	6
	مفهوم التسويق الإلكتروني	1-6
	المراحل الأساسية للتسويق الإلكتروني	2-6
	المزيج التسويقي الإلكتروني	3-6
	من الأعمال التقليدية الى الإلكترونية	7
	مفهوم الأعمال الإلكترونية	1-7
	مراحل التوجه الى الأعمال الإلكترونية	2-7
	تصنيف مؤسسات الأعمال الإلكترونية	3-7
	المؤسسات المدعومة بالأعمال الإلكترونية	1-3-7
	المؤسسات الممكنة بالأعمال الإلكترونية	2-3-7
	مؤسسات الأعمال الإلكترونية الشاملة	3-3-7
	البنوك من المجالات الاقتصادية الأكثر تأثر بتكنولوجيا المعلومات	8
	مفهوم البنوك الإلكترونية	1-8
	نبذة تاريخية على البنوك الإلكترونية	2-8
	انواع البنوك الإلكترونية	3-8
	البنية التحتية لتكريس عمل البنوك الإلكترونية	4-8
	اهمية البنوك الإلكترونية	5-8
	خدمات البنوك الإلكترونية	6-8
	مزايا المعاملات من خلال البنك الإلكتروني	7-8
	مخاطر البنوك الإلكترونية	8-8
	توجه البنوك التقليدية الى العمل الإلكتروني	9-8
	انشاء البنوك الإلكترونية	10-8

	شروط نجاح البنك الالكتروني	11-8
	التحديات التي تواجه البنوك الالكترونية	12-8
	تقييم البنوك الالكترونية	13-8
	سلبيات البنوك الالكترونية	14-8
	ايجابيات البنوك الالكترونية	15-8
	الادارة الالكترونية لمواكبة عمل المؤسسة الاقتصادية	9
	مفهوم الادارة الالكترونية	1-9
	اهمية الادارة الالكترونية	2-9
	اهداف الادارة الالكترونية	3-9
	اهمية الادارة الالكترونية في القطاع العام	4-9
	الفرق بين الادارة التقليدية و الالكترونية و الحكومة الالكترونية	5-9
	الفرق بين الادارة التقليدية و الادارة الالكترونية	1-5-9
	الفرق بين الادارة الالكترونية و الحكومة الالكترونية	2-5-9
	خصائص الادارة الالكترونية	6-9
	ملامح الادارة الالكترونية	7-9
	الدوافع التحول الى اسلوب الادارة الالكترونية	8-9
	عناصر و توجهات الادارة الالكترونية الحديثة	9-9
	متطلبات و مقومات مشروع الادارة الالكترونية	10-9
	التقنيات المستخدمة في مجال الادارة الالكترونية الحديثة	11-9
	مميزات نظم ادارة المحتويات	12-9
المبحث الثالث : مفاهيم اساسية حول الاداء في المؤسسة الاقتصادية		
	مفاهيم اساسية حول أداء المؤسسة الاقتصادية	1
	تعريف الاداء في المؤسسة	1-1
	خصائص الاداء	2-5
	أنواع الاداء	3-5

	حسب معيار المصدر	1-3-5
	حسب معيار الشمولية	2-3-5
	حسب معيار الوظيفي	3-3-5
	حسب معيار الطبيعة	4-3-5
	العوامل المؤثرة على الاداء	4-5
	الثقافة التنظيمية	1-4-5
	الرؤية	2-4-5
	الابتكار	3-4-5
	أبعاد الاداء	5-5
	الفعالية	1-5-5
	الكفاءة	2-5-5
	الانتاجية	3-5-5
	التنافسية	4-5-5
	المردودية	5-5-5
	الاداء المالي للمؤسسة الاقتصادية	2
	الاهداف المالية للمؤسسة	1-2
	السيولة	1-1-2
	التوازن المالي	2-1-2
	المردودية	3-1-2
	مصادر معلومات تقييم الاداء المالي	2-2
	المصادر الخارجية	1-2-2
	المصادر الداخلية	2-2-2
	معايير الاداء المالي	3-2
	أدوات التحليل المالي	4-2
	التحليل العمودي (الساكن)	1-4-2
	التحليل الافقي (المتغير)	2-4-2

	التحليل باستخدام النسب المالية	3-4-2
	انواع النسب المالية	1-3-4-2
المبحث الرابع : اثر تكنولوجيا المعلومات على اداء المؤسسة وواقع استعمالها		
	وجهة نظر الفكر الاقتصادي حول اثر تكنولوجيا المعلومات على المؤسسة	1-4
	نظرية تكاليف التعاملات	1-1-4
	نظرية الوكالة	2-1-4
	أهداف المؤسسة من استخدامها لتكنولوجيا المعلومات	2-4
	واقع استعمال تكنولوجيا المعلومات في العالم	3-4
	واقع ادماج تكنولوجيا المعلومات في البلدان العربية	4-4
	واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في الجزائر	5-4
الفصل الثالث: الدراسات السابقة والفرضيات		
	الدراسات العربية	1-3
	الدراسات الأجنبية	2-3
	ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة	3-3
	فرضيات الدراسة	4-3
الفصل الرابع: منهجية الدراسة		
	منهج الدراسة	1-4
	متغيرات الدراسة	2-4
	مصادر جمع البيانات	3-4
	مجتمع وعينة الدراسة	4-4
	خطوات الدراسة	5-4
	الأسلوب الإحصائي المستخدم في هذه الدراسة	6-4
الفصل الخامس: تحليل البيانات واختبار الفرضيات		
	الإحصاء الوصفي	1-5
	نتائج اختبار الفرضيات	2-5

	نموذج SMART PLS2	1-2-5
	سبب اختيار نموذج SMART PLS2	2-2-5
	تحليل البيانات باستخدام نموذج SMART PLS2	3-2-5
	النموذج القياسي للدراسة	1-3-2-5
	النموذج الهيكلي للدراسة	2-3-2-5
	الارتباط المتعدد	4-2-5
	احصائيات الارتباط المتعدد	5-2-5
	انحدار PLS	6-2-5
	نتائج النموذج بعد تطبيق انحدار PLS	7-2-5
الفصل السادس: النتائج والتوصيات		
	ملخص النتائج	1-6
	الإستنتاجات	2-6
	التوصيات	3-6
قائمة المراجع		
	المراجع العربية	1
	المراجع الأجنبية	2
	الملاحق	
	ملخص الدراسة باللغة الأجنبية	

فائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
	أنواع الشبكات	1
	عينة الدراسة حسب نشاط المؤسسة	2
	عينة الدراسة حسب موقع المؤسسة	3
	عينة الدراسة حسب الشكل القانوني	4
	عينة الدراسة حسب عدد العمال	5
	نتائج دراسة المصادقية والموثوقية	6
	إحصائيات الارتباط المتعدد	7
	إختيار جودة النموذج	8
	مؤشر VIP لمتغيرات الدراسة	9
	معامل الموحد لمتغيرات الدراسة	10
	ملخص التحليل الإحصائي للمعطيات	11
	ملخص نتائج الدراسة	12

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
	العلاقة بين البيانات، المعلومات والمعرفة	1
	خصائص المعلومة	2
	العلاقة بين الكفاءة، الأداء والفعالية	3
	أثر إدماج تكنولوجيا المعلومات على تكاليف التعاملات	4
	العلاقة بين تكاليف الوكالة وحجم المؤسسة	5
	عينة الدراسة حسب نشاط المؤسسة	6
	عينة الدراسة حسب موقع المؤسسة	7
	عينة الدراسة حسب الشكل القانوني	8
	عينة الدراسة حسب عدد العمال	9
	النموذج القياسي وهيكل قبل تطبيق خوارزمية PLS	10
	النموذج القياسي وهيكل بعد تطبيق خوارزمية PLS	11
	النموذج القياسي وهيكل بعد تطبيق انحدار PLS	12
	مؤشر VIP لمتغيرات الدراسة	13
	معامل الموحد لمتغيرات الدراسة	14

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
	استبيان الدراسة	1
	نتائج دراسة المصدقية والموثوقية	2
	النموذج القياسي وهيكل قبل تطبيق خوارزمية PLS	3
	النموذج القياسي وهيكل بعد تطبيق خوارزمية PLS	4
	النموذج القياسي وهيكل بعد تطبيق انحدار PLS	5
	إحصائيات الارتباط المتعدد	6
	اختبار جودة النموذج	7
	مؤشر VIP لمتغيرات الدراسة	8
	معامل الموحد لمتغيرات الدراسة	9

المُلخَص

وسيلة، هني "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية
رسالة الدكتوراة في العلوم المالية بجامعة جيلالي اليابس، 2017 بإشراف الأستاذ الدكتور
محمد بن سعيد.

هدفت هذه الدراسة إلى إيجاد أثر اعتماد تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي للمؤسسة
الاقتصادية الجزائرية لسنة 2016-2017. فمعرفة هذه العلاقة قد يشجع المؤسسات على
الاستثمار في أدوات تكنولوجيا المعلومات لتحسين أداءها المالي. لتحقيق ذلك تم احتساب نسب
مالية لعينة تتكون من 20 مؤسسة اقتصادية جزائرية تنتمي إلى قطاعات مختلفة، بينما تم توزيع
استبيان لتقييم مدى استعمال تكنولوجيا المعلومات اعتمادا على خمسة أبعاد المتمثلة في: برمجيات
، إنترنت، إنترانت، إكسترانت، صفحة الإنترنت.

لتحليل هذه العلاقة فقد تم الاعتماد على نموذج smart PLS 2 و نموذج انحدار PLS بعد
مواجهة الدراسة مشكلة الانحدار المتعدد.

لقد أكدت الدراسة وجود علاقة بين البعض من أدوات تكنولوجيا المعلومات والمتمثلة في
البرمجيات، الأنترانت، الإكسترانت والأداء المالي للمؤسسات.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، أهمها الإعلان والترويج على الخدمات
المتوفرة في ميدان تكنولوجيا المعلومات، تسهيل وصول المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات، تقديم
دورات تدريبية لمديري الأعمال ذوي مستوى تعليم منخفض

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، الاداء المالي، البرمجيات، الأنترانت،

الإكسترانت، الأنترنيت، صفحة الأنترنت، المؤسسة الاقتصادية.

Résumé

WASSILA, HENNI , l'impact de la technologie de l'information sur la performance de l'entreprise, thèse de doctorat en finance à l'université Djillali Al Yabes, 2017 encadrée par le professeur Mohamed BENSALD.

Cette étude vise à trouver l'impact de l'adoption de la technologie de l'information sur la performance financière de l'entreprise algérienne pour l'année 2016-2017. Car l'établissement de cette éventuelle relation peut encourager les entreprises à plus investir dans les outils de l'information de technologie afin d'améliorer leur performance financière.

Pour celle, quelques ratios financiers ont été calculés pour un échantillon de 20 entreprises algériennes appartenant à différents secteurs d'un côté, d'un autre côté un questionnaire a été distribué pour évaluer l'utilisation des technologies de l'information sur cinq dimensions suivantes : les logiciels ; l'internet ; l'intranet, l'extranet, et la page web.

Afin d'analyser les résultats, le modèle Smart PLS2 et le modèle de régression ont été adoptés après que l'étude ait rencontré le problème de régression multiples, l'étude a confirmé la relation entre certains des outils de la technologie de l'information représentés dans les logiciels, l'intranet, et l'extranet et la performance des entreprises.

L'étude a abouti à un ensemble de recommandations dont la plus importante est l'annonce et la promotion des services disponibles dans le domaine des technologies de l'information, la facilité de l'accès des entreprises à la fourniture des outils pour les cadres peu qualifiés.

Mots clé : technologie de l'information, performance, logiciels, internet, intranet, extranet, page web.

Abstract

HENNI,Wassila " The impact on Information TECHNOLOGY ON the Performance of firms". Doctorat thesis in Finance, Djillali EL YABES University, 2017 (Supervisor: Prof. BEN SAID Mohamed).

This study aimed to find a relationship between information technology and financial performance of Algerian firm for period of 2016-2017. Because knowing this relationship may encourage firms to invest in information technology tools to improve their financial performance. To achieve this goal, some financial ratios were calculated for a sample of 20 Algerian economic firms belonging to different sectors, while a questionnaire was distributed to assess the use of information technology based on five dimensions: software, Internet, intranet, extranet, web page.

To analyze this relationship, the SMART PLS 2 model and PLS regression model were adopted after the study encountered the problem of multicollinearity.

The study confirmed the relationship between some Information technology tools such as software, intranet, extranet and financial performance of enterprises.

The study concluded with a set of recommendations, the most important of which is the announcement and promotion of the services available in the field of information technology, the facilitation of the access of IT institutions, the provision of training courses for managers with low education level.

Words key: information technology, Financial Performance, Software, Intranet, Extranet, Internet, page web, Economic.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1.1. مقدمة:

يواجه عالم المال والأعمال اليوم تطورات كبيرة، اجبرته على متابعة التحولات الجذرية في طبيعتها والمنتسارعة في وتيرتها وابقاءها على كل المستويات سواء على الصعيد الاقتصادي، التجاري، التنظيمي والتكنولوجي.

ان هذه التطورات السريعة، انعكست بشكل واضح على المؤسسة الاقتصادية لكل دول العالم، وجعلتها في صراع دائم ومتواصل مع المحيط الذي تسوده روح المنافسة الحارة، ليس بالضرورة لتحقيق ازدهارها وانما كشرط لبقائها.

ان اهم ما يميز العصر الحالي هو ديناميكية المجال التكنولوجي، فبعد ان كانت تعتمد المؤسسة الاقتصادية في نشاطها على عوامل الانتاج التي اصبحت تقليدية حاليا والمتمثلة في راس مال، واليد العاملة ومواد الخام، برز عامل آخر والمتمثل في التكنولوجيا كعامل اساسي لنجاح واستمرار العملية الانتاجية خاصة التكنولوجيا المتعلقة بمعالجة المعلومات و بثها او ما اطلق عليه الاخصائيون اسم تكنولوجيا المعلومات. التي جعلت العالم كقرية صغيرة من رغم اتساع رقعته الجغرافية، لما يشير إليه مصطلح القرية من محدودية الزمان والمكان.

يتحتم على المؤسسة الاقتصادية في زمن التكنولوجيا بإعادة بناء نفسها باستمرار فلم يعد بإمكان اي مؤسسة اقتصادية بغض النظر على نشاطها، تأدية أعمالها على النحو التقليدي الذي اعتادت عليه في السابق فإن لم تستطع المؤسسة من تقديم المنتجات والخدمات كتلبية الطلب الحالي او تستطيع خلق طلب كلي منتجاتها وخدماتها فإن مستقبلها سيكون بالتأكيد محدود، لذلك امام اصحاب المؤسسات خيارين إما مواكبة عصر تكنولوجيا المعلومات، أو الاحتفاظ بالعوامل التقليدية و بذلك الحكم على نفسها بالاندثار، لذا اصبحت تكنولوجيا المعلومات جزء لا يتجزأ من نسيج الادارة في المؤسسة المعاصرة، ومورد أساسي في دعم القرارات و الاستغلال الافضل للمعلومة بما ينجم عنها من خلق منتوجات جديدة، رفع الحصة السوقية، سرعة في تأدية المهام وتخفيض التكلفة و بالتالي رفع كميات المنتجات و اخيرا تحسين مستوى الاداء.

ان المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على غرار المؤسسات في باقي البلدان العربية، لا يمكنها البقاء على الهامش دون ان تتأثر بالتغيرات، اذ هي مجبرة على التفاعل معها والاصغاء

لمحيطها من خلال اتخاذ خطوات مبتكرة واستعمال ادوات تكنولوجيا المعلومات من اجل الرفع من مستوى ادائها.

2.1. مشكلة الدراسة:

تظهر معالم الاشكالية التي نعالجها في التساؤل الجوهري التالي:

- ما هو اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الاداء المالي للمؤسسة الاقتصادية؟
- هل يوجد علاقة بين استعمال تكنولوجيا المعلومات واداء المؤسسة؟

ضمن الإطار العام لهذه الاشكالية، نطرح جملة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي مكونات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة؟
- ماذا نقصد تحديدا بأداء المؤسسة؟ و كيف نقوم بحسابها؟
- ما هو واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في البلدان العربية عامة و الجزائر خاصة؟
- هل تؤثر مكونات تكنولوجيا المعلومات على الأداء؟
 - ما هو أثر استخدام الانترنت على أداء المؤسسة الاقتصادية؟
 - ما هو أثر استخدام الانترنت على أداء المؤسسة الاقتصادية؟
 - ما هو أثر استخدام الاكسترنات على أداء المؤسسة الاقتصادية؟
 - ما هو أثر استخدام صفحة الأنترنت على أداء المؤسسة الاقتصادية؟
 - ما هو اثر استخدام ادوات تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسة الجزائرية؟

3.1. أهداف الدراسة:

يهدف البحث الى الاجابة على التساؤلات الفرعية و اختبار الفرضيات، الهدف الرئيسي للدراسة هو معرفة حقيقة امكانية وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات و أداء المؤسسات الاقتصادية، اضافة الى معرفة محددات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية، و أخيرا إعطاء صورة على واقع استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات في الجزائر لنمذجة العلاقة بين أدوات تكنولوجيا المعلومات و أداء المؤسسة الاقتصادية.

4.1. أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها أولاً من أهمية استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات في عصرنا الحالي وإمكانية تأثيرها على الأداء المالي للمؤسسة. و ثانياً من الفائدة التطبيقية التي من خلالها درسنا أثر استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والمتمثلة في البرمجيات، الأنترنت، الأنترنت، الإكسترنات و صفحة الأنترنت على الأداء المالي لعينة من المؤسسات الجزائرية، كما تبرز الدراسة إمكانية وجود علاقة بين استثمار المؤسسة الجزائرية اموالها في تتبع اخر تطورات تكنولوجيا المعلومات على ادائها المالي .

5.1. نطاق ومحددات الدراسة:

- أ. تقتصر هذه الدراسة التطبيقية على الفترة 2015-2016 و هي الفترة التي سيتم فيها حساب النسب المالية للمؤسسات الاقتصادية و تقسيم الاستبيان.
- ب. ان عدم تجاوب بعض المؤسسات خلال فترة الدراسة ادى الى عدم اخدها بعين الاعتبار و بالتالي تقليص حجم العينة.
- ج. اقتصر الدراسة التطبيقية على المؤسسات الاقتصادية في الجزائر فقط.

6.1. هيكلية الدراسة:

تتكون هذه الدراسة من ستة فصول، حيث يتناول الفصل الأول مقدمة الدراسة، مشكلة الدراسة، وأهدافها، وأهميتها، والمحددات التي واجهت الدراسة. أما الفصل الثاني فقد تطرق إلى الإطار النظري حيث قسمنا الفصل إلى ثلاثة مباحث فالأول تطرقنا فيه إلى إعطاء نظرة حول المؤسسة الاقتصادية، أما في الثاني فقد عالجنا فيه كل ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية، وتعرضنا في الثالث إلى أساسيات حول مفهوم الأداء في المؤسسة الاقتصادية وعلاقته بتكنولوجيا المعلومات. أما الفصل الثالث فيحتوي على أهم الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة، وفي الفصل الرابع يتطرق الباحث إلى بيان المنهجية المتبعة لتحقيق أهداف الدراسة من خلال عرض مجتمع وعينة الدراسة، والإشارة إلى مصادر البيانات ومتغيرات الدراسة بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة. ويتم في الفصل الخامس ابراز النتائج وأهم الاستنتاجات التي تم التوصل إليها. كما اشتمل الفصل السادس على الخلاصة وتقديم التوصيات اللازمة لتشجيع المؤسسات على إدماج ادوات تكنولوجيا المعلومات. وأخيراً تتضمن الرسالة المراجع والملاحق.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: نظرة حول المؤسسة الاقتصادية

يتضمن هذا المبحث المفاهيم المتعلقة بالمؤسسة والأهداف التي ترمي إليها مع ذكر الأصناف الموجودة والمعايير التي يعتمد عليها لتصنيفها، بعد ذلك سنتطرق إلى مختلف الوظائف التي قد نجدها في معظم المؤسسات. وفي الأخير فقد تعرضنا إلى المراحل الأساسية التي مر بها تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

1. مفاهيم عامة حول المؤسسة الاقتصادية:

تختلف المفاهيم حول المؤسسة باختلاف وجهات النظر، حيث يعتبرها البعض مكسب لأرباح وقد يعتبرها البعض الآخر مكسبا للرزق وقد ترى لبعض الأطراف كمصدر لازدياد ثروة الأمم. ومن خلال هذا المنظور تتحدد الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة.

1.1. تعاريف عن المؤسسة الاقتصادية:

يمكن إعطاء تعاريف مختلفة للمؤسسة.

- **التعريف (1):** " المؤسسة عبارة عن تجمع إنساني متدرج تستعمل وسائل فكرية، مادية ومالية لاستخراجه، تحويل، نقل وتوزيع السلع أو الخدمات طبقا لأهداف محددة من طرف المديرية بالاعتماد على حوافز الربح والمنفعة الاجتماعية بدرجات مختلفة" ¹.
- **التعريف (2) :** " المؤسسة هي منظمة تجمع بين أشخاص ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس الأموال و قدرات من أجل إنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى من تكلفته" ²

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج تعريف شامل للمؤسسة يتمثل في ذلك التنظيم الذي يجمع بين الوسائل المالية والمادية والبشرية بغية الوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة ³.

1 . الصخري، عمر، (2006) ، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4، ص 56
 2 . ماهر، احمد، (2000) ، السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، دار الجامعية، الاسكندرية، ص 18
 3 . عرباحي، اسماعيل، (1998) ، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، ص 20

2.1. خصائص المؤسسة الاقتصادية:

- من خلال سرد التعاريف السابقة للمؤسسة، يمكن استخلاص الخصائص التالية التي تتصف بها المؤسسة الاقتصادية¹.
- للمؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها لحقوق وصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها.
 - القدرة على الإنتاج وأداء الوظيفة التي وجدت من أجلها.
 - أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها تمويل كاف وظروف سياسية. مواتية و عمالة كافية، و قادرة على تكييف نفسها مع الظروف المتغيرة.
 - التحديد الواضح للأهداف والسياسة والبرامج وأساليب العمل فكل مؤسسة تضع أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها، أهداف كمية و نوعية بالنسبة للإنتاج، تحقيق رقم معين.
 - ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها، ويكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات، وإما عن طريق الإيرادات الكلية، أو عن طريق القروض، أو الجمع بين هذه العناصر كلها أو بعضها حسب الظروف.
 - لا بد أن تكون المؤسسة مواتية للبيئة التي وجدت فيها و تستجيب لهذه البيئة فالمؤسسة لا توجد منعزلة فإذا كانت ظروف البيئة مواتية فإنها تستطيع أداء مهمتها في أحسن الظروف، أما إذا كانت معاكسة فإنها يمكن أن تعرقل عملياتها المرجوة و تفسد أهدافها.
 - المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي، بالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج و نمو الدخل الوطني، فهي مصدر رزق الكثير من الأفراد.
 - يجب أن يشمل إصلاح المؤسسة بالضرورة فكرة زوال المؤسسة، إذا ضعف مبرر و جودها أو تضاءلت كفاءتها.

1 . عقل، مفلح محمد، (2002)، مقدمة في الإدارة المالية و التحليل المالي، دار المستقبل للنشر و التوزيع، ط2، عمان، ص 30

3.1. أهداف المؤسسة الاقتصادية:

تختلف أهداف المؤسسات حسب طبيعة النشاط الذي تقوم به، و حسب توجهات أصحابها وبالرغم من صعوبة حصرها، إلا أن أغلبية المؤسسات تسعى أساسا لتحقيق الأهداف الآتية 1:

- **الأهداف الاقتصادية:** وتتمثل في الربح، الاستجابة لرغبات المستهلكين وعقلنة الإنتاج.
- **الأهداف الاجتماعية:** تتعلق بضمان مستوى مقبول من الأجور، تحسين مستوى معيشة العمال إقامة أنماط استهلاكية معينة، الدعوة إلى تنظيم وتماسك العمال، توفير تأمينات ومرافق عامة.
- **أهداف ثقافية ورياضية:** كتوفير وسائل ترفيهية وثقافية، تدريب العمال المبتدئين، وتخصيص أوقات للرياضة.
- **الأهداف التكنولوجية:** كإنشاء هيئة للبحث والتطوير، استعمال وسائل إعلامية حديثة لربح الوقت وتقليل التكلفة، والحصول على معلومات دقيقة وموثوقة.

كما يمكن النظر إلى المؤسسة كمتعامل اقتصادي، تربطه التزامات داخلية و

خارجية اتجاه خمس ممثلي مجموعات يتم من خلالها تحديد أهداف المؤسسة²، و هي:

- **الملاك:** لا يقتصر هدف الملاك في تعظيم الربح بل يمتد ليشمل أهداف تتعلق بالمحيط و خدمة الصالح العام و تحسين الظروف المعيشية للعمال.
- **الزبائن:** من بين المجموعات التي تهتم بها المؤسسة هي الزبائن حيث يتم من خلالهم تحديد قيمة الإنتاج على أساس سعر البيع الذي يقبلونه أو يرفضونه، وتتحدد أهداف المؤسسة تجاه الزبائن عن طريق: النشاط، السعر، النوعية، آجال التسليم، والخدمات ما بعد البيع.
- **السلطات العمومية:** ويتعلق الأمر هنا ببعض الالتزامات التي يجب أن تخضع لها المؤسسة ، وتجعل تحقيق أهدافها مرهون بتطبيق هذه الالتزامات منها الإطار القانوني الذي يحكم المؤسسة سواء تعلق الأمر بالقوانين الوطنية أو الدولية ، احترام حقوق العمال وهذا طبقا لما جاءت به بعض المدارس التنظيمية التي تلت المدرسة الكلاسيكية ،

1 . بوتين، محمد ، (1992) ، المحاسبة العامة للمؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، ص 41
2 . بن حبيب، عبد الرزاق، (2000)، اقتصاد و تسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 26

والامتثال إلى بعض الضغوطات التي تنادي بها مجموعات المحيط خاصة بالنسبة للمؤسسات التي تنتج مواد كيميائية أو مواد سامة¹.

○ **العمال:** إن مستقبل المؤسسة وبلوغ أهدافها مرهون بمهارات عمالها، فالعامل الذي يكتسب خبرة طوال السنوات التي قضاها في المؤسسة لا يمكن استبداله بسهولة، خاصة في تلك التي تتمتع بتقنيات عالية في عملية الإنتاج، أو بصفة خاصة تلك التي تعتمد على فكر وذكاء العمال. فمعرفة العمال تكون ما يسمى برأس المال المعرفة الذي يصعب حقيقة تقييمه كباقي عناصر أصول المؤسسة، و لا يمكن الإحساس بفعاليتها إلا بفقدانه. و آل تصرف إيجابي تجاه العمال يؤدي إلى تخفيض التكاليف، احترام أجال التسليم، وتحسين النوعية، وذلك بجعل العامل يحس بأنه جزء لا يتجزأ من هذه المؤسسة.

○ **الموردون:** يشكل الموردون المصدر الخارجي لموارد المؤسسة، (سواء كانت موارد مادية، مالية، أو بشري). فالموارد المادية تتمثل في الاستثمارات والسلع التي يمكن للمؤسسة أن تحصل عليها دون أن تدفع ثمنها فورا، بالتالي يمكن لها استغلالها والحصول على عوائد تسمح بتسديد ثمنها وتحقيق ربح للمؤسسة. أما الموارد المالية فتتمثل في القروض الطويلة، المتوسطة وقصيرة الأجل التي يمكن للمؤسسة الحصول عليها؛ و أما بخصوص الموارد البشرية فالمقصود هنا المقولة من الباطن التي تمكن المؤسسة من رفع رقم أعمالها و بالتالي من أرباحها².

4.1. تصنيفات المؤسسات:

يمكن للمؤسسات أن تأخذ أشكالا متعددة و نظرا للامتيازات التي تتمتع بها والالتزامات التي تخضع لها دون سواها، فقد يكون من الضروري تصنيفها حسب معايير مختلفة. نذكر أهمها: ³

1.4.1. حسب طبيعة الملكية:

هناك ثلاثة أنواع من الملكيات:

◆ **الملكية الخاصة:** حيث تكون المؤسسة ملك لشخص واحد أو مجموعة من الأشخاص .

1 . بن حبيب، عبد الرزاق، (2000)، اقتصاد و تسيير المؤسسة نفس المرجع السابق، ص 27
2 . بن حبيب، عبد الرزاق، (2000)، اقتصاد و تسيير المؤسسة، (نفس المرجع السابق)، ص 28
3 . عدون، ناصر دادي، (1998) ، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية، الجزائر، ص 99

- ◆ الملكية العامة (العمومية): وهي المؤسسات التي تعود ملكيتها للدولة فلا يحق للمسؤولين عنها التصرف بها كيفما شاءوا ولا يحق لهم بيعها أو إغلاقها إلا إذا وافقت الدولة على ذلك. والأشخاص الذين ينوبون عن الحكومة في تسيير وإدارة المؤسسات العامة مسؤولون عن أعمالهم هذه اتجاه الدولة وفق القوانين للدولة.
- ◆ الملكية المختلطة: وهي مؤسسة يكون رأسمالها مشترك بين القطاع العام والقطاع الخاص.

2.4.1. حسب الحجم:

يرجع تصنيف المؤسسات حسب الحجم إلى أهمية المؤسسة ومكانتها في الاقتصاد، وقد اختلف في عدد المعايير التي تمكن من تصنيف المؤسسات حسب حجمها . فهناك من يأخذ بعين الاعتبار عدد العمال ورقم الأعمال كمعيارين أساسيين للتصنيف.

هناك من يضيف إلى ذلك قيمة ما يلاحظ في السنوات الأخيرة أن المؤسسات في علاقاتها مع مورديها بدأت تأخذ منحاً آخر يختلف تمام عن المعاملات الكلاسيكية ، ففي العادة عندما تريد المؤسسة الحصول على سعر شراء منخفض تقوم باختيار و انتقاء الموردين على أساس المناقصات بعدها تتعاقد مع الذي يوفر أرخص الأثمان طبقاً لمبدأ المنافسة، أما حالياً فهناك الكثير من المؤسسات التي أعادت النظر في علاقاتها مع مورديها بالدخول معهم في شركة ذات آجال طويلة حيث تتقاسم معها العوائد، و خير مثال على ذلك الجزائر التي أبرمت عدة اتفاقيات للشركة في مجال المحروقات و هي تعمل على توسيع هذا النوع من العلاقات إلى قطاعات اقتصادية أخرى لما توفره هذه الأخيرة من مزايا و إيجابيات تعود بالنفع على المؤسسات و على الاقتصاد الوطني ككل. الأصول والقيمة المضافة للتمكين من الفصل بين حجم المؤسسات، وهناك أيضا من يعتمد على الأموال الخاصة للمؤسسة¹.

إن الأغلبية تنفق على استعمال معيار العمال كأساس للتصنيف. وعليه فإن التصنيف الشائع على أساس معيار الحجم يقسم المؤسسات إلى نوعين هما² :

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهي أهم ركيزة تعتمد عليها اقتصاديات البلدان الأوروبية والأمريكية وكذا اليابانية، باعتبارها مؤسسات يمكن أن تنشأ من طرف شخص واحد، ولا تقتصر نشاط اقتصادي معين، هي مؤسسات تشغل عدد لا يتعدى 500 عامل ومقسمة كما يلي:

1 . عدون، ناصر دادى، (1998) ، اقتصاد المؤسسة، (نفس المرجع السابق) ،ص 101
 2 . السيسى، صلاح الدين حسن، (2000) ، نظم المحاسبة و الرقابة و تقسيم الاداء في المصارف و المؤسسات المالية، دار الوسام للطبع و النشر، لبنان

- المؤسسات الصغيرة جدا **T. P. E**: تشغل ما بين 1-9 عمال.
- المؤسسات الصغيرة **P. E**: تشغل ما بين 10-49 عامل.
- المؤسسات المتوسطة **M. E**: تشغل ما بين 50 و499 عامل.
- المؤسسات كبيرة الحجم: وهي المؤسسات التي تشغل أكثر من 500 عامل فتعتبر.

3.4.1. تصنيف المؤسسات حسب القطاع الاقتصادي:

من خلال هذا التصنيف يمكن التمييز بين ثلاثة قطاعات اقتصادية أساسية:

- القطاع الأولي، القطاع الثانوي، القطاع الثالث. كل من هذه القطاعات يتميز بنشاطات معينة هي:
 - القطاع الأولي: ويشمل مؤسسات إنتاج المواد الأولية الممثلة في الفلاحة، الصناعة الغابية المناجم، استخراج البترول وأنشطة الصيد البحري.
 - القطاع الثانوي: ويشمل المؤسسات التي تنتشط في تحويل المواد الطبيعية إلى منتجات قابلة للاستعمال أو الاستهلاك النهائي أو الوسيطي.
 - القطاع الثالث: ويشمل آل المؤسسات التي يعتمد نشاطها أساسا على تقديم الخدمات مثل النقل، البنوك والمؤسسات المالية، التجارة، الصحة والاتصال.

4.4.1. تصنيف المؤسسات حسب الشكل القانوني

تصنف المؤسسات حسب المعيار القانوني إلى صنفين أساسيين هما: ¹

- **المؤسسات الخاصة** : و بدورها يمكن أن تتخذ الأشكال الآتية:
 - المؤسسات الفردية: وهي مؤسسات يمتلكها شخص واحد و يؤسسها برأسمال شخصي، و تشمل عادة الوحدات الحرفية، المحلات التجارية، الفنادق...الخ.
 - مؤسسات الشركات: وهي مؤسسات يمتلكها أكثر من شخص و تخضع لشروط قانونية خاصة كتوفر الرضا بين الشركاء، و مساهمة آل شريك بجزء من رأسمال إما في شكل نقدي أو عيني أو حصة عمل، كشركات الأشخاص، شركات ذات مسؤولية محدودة، شركات المساهمة...الخ.
- **المؤسسات العمومية**: هي شركات تكون ملكيتها تابعة للدولة بصفة كاملة إما في شكل مؤسسات وطنية أو مؤسسات تابعة للجماعات المحلية، وقد تكون مؤسسات يشترك في رأسمالها القطاع العام والقطاع الخاص.

1. ماهر، احمد، (2000)، السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، دار الجامعية، الإسكندرية، ص 21

5.1. الوظائف الأساسية في المؤسسة الاقتصادية:

من خلال الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة يمكن تحديد الوظائف التي تتكون منها، و قد تختلف هذه الوظائف من حيث العدد من مؤسسة إلى أخرى لأسباب ترجع إما لحجم المؤسسة أو طبيعة نشاطها، ولكن المتفق عليه هو أن جل المؤسسات تتشابه في الوظائف الأساسية التي تعتمد عليها لبلوغ أهدافها و التي تتمثل فيما يلي:¹

1.5.1. وظيفة التسويق :

عبارة عن تطوير للوظيفة التجارية التي عرفت منذ القديم، و قد ظهرت هذه الفكرة لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية. تهدف هذه الوظيفة إلى دراسة و توقع احتياجات المستهلكين، إنشاء منتج أو خدمة لسوق خاص عرض المنتج أو الخدمة في المكان المناسب للإعلام بوجود منتج أو خدمة بمختلف خصائصها ، بيع المنتج أو الخدمة للمستهلك على أساس تقييم مالي مناسب ضمان متابعة تجارية للقيام بالتعديلات اللازمة اتجاه السوق .

2.5.1. وظيفة الإنتاج:

مع أن هذه الوظيفة هي من اختصاص المؤسسات الصناعية (الإنتاجية) إلا أنه يمكن الحديث عن إنتاج الخدمات، و يبقى مضمون هذه الوظيفة هو الوصول إلى تحقيق أكبر مردود من خلال نوعية المنتجات واحترام رغبات المستهلك. وقد تختلف خصائص الإنتاج حسب علاقة المؤسسة مع الزبائن، إذ يمكن تصنيفها إلى :إنتاج للتخزين إذا كان العرض يسبق الطلب، أو إنتاج حسب الطلبية إذا كان بين الخاصيتين الطلب يسبق العرض، أو إلى إنتاج ممزوج الأوليتين ويهدف تسيير الإنتاج إلى إيجاد توازن مقبول بين عدة أوامر متناقضة².

3.5.1. وظيفة التمويل :

في إطار دورة استغلال المؤسسة، يعتبر التمويل المرحلة الأولى التي تسبق الإنتاج و التسويق. ويقصد بالتمويل مجموع العمليات التي تضع تحت تصرف المؤسسة كل السلع و الخدمات الضرورية(مواد أولية...) المتلقاة من طرف الموردين ، في الشكل الأمثل الذي يحقق العلاقة :أمان -تكلفة -نوعية. هذه العمليات تتمثل في المشتريات وتسيير المخزونات.

1 . هندي، منير ابراهيم، (2000) ، الإدارة المالية، مدخل تحليلي معاصر، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية.ص 55

2 . نفسه، ص 57

✓ المشتريات: يمكن اعتبار المشتريات وظيفة مستقلة داخل المؤسسة تنظم على شكل أو موزعة بين عدة وظائف أخرى، توزع بين وظيفة الإنتاج والوظيفة التجارية و المالية، أو تقوم بها المديرية العامة مباشرة.

تعتمد مصالح المشتريات في سياستها على عدة عوامل تسمح لها بتحقيق الأهداف المرجوة منها وهي:

- سياسة المنتج: التوثيق، الاستكشاف والتطور التكنولوجي.
- سياسة المصدر: و يتعلق الأمر هنا بسياسة الموردين و كذا بدراسة شعب التمويل.
- سياسة الأسعار: تمر سياسة الأسعار بالمعرفة الجيدة لأسعار السوق، الشروط المالية المطبقة من طرف كل مورد و حتى بتحليل القيمة.
- سياسة الاتصال: يعمل المشتري على تحريض العرض عن طريق التظاهرات، أو باستعمال وسائل ترقية.

✓ تسيير المخزونات: إذا كان الاهتمام بالمشتريات يمكن أن يؤدي إلى تقليص التكاليف عن المؤسسة، عن طريق التفاوض الجيد في أسعار المواد و السلع واختيار أحسن نوعية لتفادي البقايا والنفايات في الإنتاج، فإن المخزونات لا تقل أهمية بما يمكن أن تقتصده المؤسسة من أموال سائلة يمكن توظيفها في مجالات أخرى تعود عليها بالفائدة أو الربح. ولقد ظهرت في السنوات الأخيرة فكرة صفر مخزون في الشركات اليابانية بهدف تفادي الأموال المجمدة على شكل سلع أو مواد تتناقص قيمتها عبر الزمن إما لعدم صلاحيتها أو لندرة الطلب عليها... وللمخزونات مزايا و عيوب تتمثل أساسا في:

- تأمين الاستهلاك المنظم لمنتجات المؤسسة؛
 - الاستفادة من تخفيضات عند شراء كميات كبيرة إذا كان بوسع المؤسسة تخزينها؛
 - تفادي انقطاع الإنتاج بسبب الوصول المتأخر للمواد وانعدامها لفترة معينة؛
 - إمكانية رفع الأسعار في حالة ندرة المنتجات في السوق؛
 - تفادي مصاريف النقل عند شراء كميات هائلة و تخزينها على مستوى المؤسسة.
- هذا بالنسبة لبعض المزايا، و لكن بالمقابل هناك عيوب تتعلق بالمخزونات تتمثل في:
- عدم إمكانية تخزين بعض المواد أو السلع لا آثر من الأجل المحددة لها للاستعمال؛
 - مخاطر عدم تمكن بيع بعض المنتجات مما يؤثر سلبا على خزينة المؤسسة؛

- كل انقطاع في المخزونات أو نقصها مقارنة بطلبات الموردين يؤدي حتما إلى فرض عقوبات التأخير أو فقدان بعض الزبائن أو حتى فرصة ضائعة نتيجة عدم الاستجابة لبعض الطلبات¹.

4.5.1. وظيفة الموارد البشرية:

- لقد تطورت هذه الوظيفة منذ القرن العشرين، حيث أصبح مجالها يشمل: التشغيل، التأجير، التكوين، الإعلام، الأمن و العلاقات الاجتماعية.
- يكمّن الدور الأساسي لوظيفة الموارد البشرية في تكييف العمال و الوظائف كميًا و نوعيًا في المؤسسة ، و لا يتم إلا على أساس معرفة:
- الرجال والنساء الذين يشكلون المؤسسة : من ناحية هرم الأعمال، الأقدمية ، هيكل التأهيلات التوزيع حسب الجنس و الجنسية.
- تطور عدد العمال (التشغيل و التسريح).
- التعريف الدقيق للمناصب.
- ولتفادي الدخول في الصراعات بين العمال والإدارة، تعمل وظيفة الموارد البشرية في البحث على الأجر العادل ، الذي يأخذ بعين الاعتبار التأهيل للمنصب والنتائج المرجوة من الأجير، و تعتمد المؤسسات في التوصل إلى هذا المطلب على طرق حديثة تمكن من تقييم المناصب وإعداد سلم للأجور مناسب لذلك.
- أما في ما يتعلق بالتطور البشري و الاجتماعي، فقد رأينا أن آل النظريات حول التنظيمات تدعو إلى احترام العامل لا كأداة إنتاج فقط و إنما كجزء لا يتجزأ من المؤسسة و هذا بإعطائه كامل الحقوق المنصوص عليها في التشريعات، بالإضافة إلى الأجر العادل ، التكوين الذي يتماشى مع التطورات التكنولوجية وسياسة اتصال تسمح بإشراك العمال والسماح لهم بالتوصل إلى المعلومات الخاصة بالمؤسسة وبإبداء آرائهم حولها.
- ولا يكفي الأجر و التكوين إذا لم يرفقا بضمان العمل و تهيئة الظروف اللازمة لذلك وقد يتوقف نجاح أي مؤسسة على توفر هاذين الشرطين الأخيرين².

1 . هندي، منير ابراهيم، (2000)، الإدارة المالية، مدخل تحليلي معاصر، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، ص 60
2 . نفسه، ص 62

5.5.1. وظيفة المحاسبة و المالية:

لا تخلو مؤسسة من هذه الوظيفة لما لها من أهمية تزويد المسؤولين بمعلومات تتعلق بالوضع المالي للمؤسسة، أما تسمح بتوحيد القرارات المستقبلية على أساس النتائج التي توصلت إليها هذه المهمة.

من المؤسسات من يصنف المحاسبة ضمن المهام الإدارية و الكثير منها من يعتبرها من مسؤولية الرجل المالي لما له من مؤهلات علمية و مهنية تسمح له بقراءة المعلومات والمعطيات بطريقة تختلف عن تلك التي يستعملها المسؤول الإداري.

إذا نظرنا إلى الواقع، فإننا نجد ارتباط وثيق بين وظيفتي المحاسبة و المالية و لا يكون من الخطأ اعتبارهما متكاملتان من خلال الوظائف التي تقوم بها كل منهما و هي تكمن المهمة الأساسية لوظيفة المحاسبة في¹.

- الاستجابة لمطلب قانوني: حيث أن المحاسبة في كل الدول ومنها الجزائر تعتبر قانونية و إلزامية فيما يتعلق بإمسك الدفاتر المحاسبية و إعداد الميزانية.
- المهمة الاقتصادية: أداء تسيير داخلية و نظام معلومات خارجية. وقد تطور مفهوم هذه الوظيفة لينتقل من إعطاء الصورة الوافية لذمة المؤسسة إلى إنشاء أدوات تسمح بتسييرها، و في هذا الإطار تقوم معظم المؤسسات بتجزئتها إلى مصلحتين:
- المحاسبة العامة: التي تعالج العمليات حسب الطرق القانونية، و المحاسبة التحليلية (أو محاسبة التسيير) ذات الاستعمال الداخلي، و التي تعطي معلومات تسمح بتوجيه قرارات التسيير.
- أما الوظيفة المالية فدورها يكمن في ضمان التوازن المالي للمؤسسة، و ذلك باختيار أحسن مصادر التمويل و بأحسن الشروط، و هذا باحترام أهداف الملاءة و المرودية².

¹ . حسين، عبد الرزاق، (2002)، اقتصاد و تسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 75
² . مزهودة، عبد الملوك، (2001)، مفهوم الاداء بين الكفاءة و الفعالية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة العدد 1، ص 80

2. مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية:

لقد اثبتت تجارب البلدان ان الطريق نحو التنمية الاقتصادية الدائمة، يمر حتما عبر المؤسسة الاقتصادية، لذلك استوجب الامر البحث عن أساليب حديثة في تسيير وظائفها لتحقيق الاستخدام الامثل للطاقات البشرية والمادية، لذلك فقد عرفت المؤسسة الجزائرية سلسلة من التعديلات الهيكلية التي دخلت حيز التنفيذ منذ بداية الثمانينات.

1.2. المرحلة الاولى (ما قبل 1980):

اعتمدت عملية البناء الاقتصادي في هذه المرحلة على ما يسمى بالربح النفطي الذي يعتبر الوريد الاساسي لتغذية الاقتصاد الوطني، يمكن تقسيم هذه المرحلة الى فترتين.

1.1.2. الفترة الاولى (1962-1970):

نميز مرحلتين :

• مرحلة التسيير الذاتي:

عقب الاستقلال مباشرة، امتدت الى سنة 1965، فباعتبار ان الاساليب المعتمدة لضمان التنمية الاقتصادية سادت عليها فكرة الاشتراكية، فقد أخذت المؤسسة الاقتصادية الجزائرية شكل " المؤسسة المسيرة ذاتيا"¹

• مرحلة التسيير البيروقراطي:

امتدت الى سنة 1970، أهم ما ميز هذه الفترة هو هيمنة الدولة على القطاع العام في ظل النظام الاشتراكي، كما تميزت هذه الفترة بتراكم التجارب و الاصلاحات للتنمية الاقتصادية المستدامة، بحيث بادرت الدولة آنذاك الى الارتباط بالفرنك الفرنسي قصد التقليل من التبعية الخارجية.

تميزت هذه الفترة بخصوصية المبادرة بمجموعة من التأميمات للمؤسسات الاجنبية العاملة بالجزائر آنذاك، حيث تم صياغة جملة من الاهداف ضمن استراتيجيات تنموية تهدف بالدرجة الاولى الى :

- العمل على استغلال الثروات الوطنية؛
- ازالة عائق التبعية الاقتصادية من خلال بعث قطاع صناعي قوي؛

1 . بختي، ابراهيم، (2006) ، مطبوعة مقرر مقياس تكنولوجيا و نظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، ص 09

• التكامل المنسجم بين القطاعات المشكلة للاقتصاد الوطني.

نتج على هذه المرحلة ما يلي :

- التوسيع في عمليات التأميم للاحتكارات الاجنبية و خاصة في المجال الصناعي؛
- بناء مؤسسات وطنية كبديل لمواكبة مخططات التنمية الوطنية؛
- اعتبار المؤسسة الوطنية الركيزة الاساسية للتنمية الاقتصادية؛
- تكريس اسلوب تقليدي في تنظيم و تسير المؤسسة الوطنية، ذلك لقلّة الاطارات المؤهلة¹

2.1.2. الفترة الثانية (1971-1980):

ان المشاركة العمالية في الجزائر هي نتيجة مباشرة للتسيير الاشتراكي للمؤسسات الذي ينظم وظيفتين رئيسيتين لمصلحة هؤلاء العاملين والمتمثلة في المساهمة في اتخاذ القرار من جهة، و الرقابة على سير المؤسسة من جهة أخرى.

لقد عرفت هذه الفترة عوائق عديدة على مستويين:

أ- على مستوى المحيط الداخلي للمؤسسة

ب- على مستوى المحيط الخارجي للمؤسسة

أ- المحيط الداخلي للمؤسسة :

يمكن تلخيص النقائص التي تميزت بها عملية تسيير المؤسسة الوطنية العمومية في ما يلي :

• تعدد مراكز اتخاذ القرار :

الشيء الذي أدى الى ظهور توترات في تسيير المؤسسات، يرجع ذلك أساسا الى

- جهل العامل لميادين التسيير و قلة ثقافته التقنية؛
- بروز علاقة تنافرية بين المسيرين و ممثلي العمال؛
- محاولة تطبيق نماذج تسيير مستوردة ، والسعي لتطبيقها دون الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات الاقتصاد الوطني².

1 . طرطار، احمد، (1993) ، الترشيد الاقتصادي للطاقت الانتاجية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ص 122
2 . بن أشنهو، عبد اللطيف، (1982) ، التجربة الجزائرية في التنمية و التخطيط (1962-1980)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 466

• تعدد المهام:

لقد حظت مشاكل الصحة و السكن و النقل و الرياضة، باهتمامات بالغة اثرت بشكل أو بآخر على سير الحسن للعمل الانتاجي للمؤسسة و انعكس ذلك على الانتاج و بتالي على أداء المؤسسة.

• ضخامة حجم المؤسسة

ان قيام المؤسسات العمومية بعدد كبير من المهام من التموين و التوزيع و الانتاج، أدى الى تضخما في جهازها الاداري و في هياكلها و وسائلها، هما سبب تذبذبا في الجهود، و تكرارا في العمل و تشابك المسؤوليات، مما أدى الى صعوبة التسيير.

• نقص تأطير الكفاءات و تهيمش الاطارات :

أي عدم التحكم في سير العمل الانتاجي بالصورة المطلوبة، و التهميش للإطارات الوطنية من طرف شركات اجنبية في هذه الفترة، مما حال دون الاندماج الفعلي للإطارات لا سيما في المجال التطبيقي.

ب- المحيط الخارجي للمؤسسة:

عرفت المؤسسة الجزائرية في هذه الفترة المركزية المفرطة للعلاقات، اعاققت اي مبادرة للنهوض بالنشاطات و تطويرها و من بين هذه الاجراءات ما يلي:¹

- اعتماد سياسة المراوغة و اخفاء الحقائق عند اعداد تقارير الاداء الموجهة لجهات رسمية؛
- التكاليف الحقيقي بالاحتياجات الاجتماعية، قصد تدارك النقص المسجل؛
- الرفع من مستوى الكفاءات الانتاجية للاستفادة من الطاقات المتاحة؛
- تحسين ظروف لادل لتوجيه النظام الانتاجي الوطني نحو الاستخدام الأمثل؛
- اعادة النظر الى الاطار التنظيمي لرفع القيود و المعوقات البيروقراطية؛

1 . بن أشنهو، عبد اللطيف، (1982) ، التجربة الجزائرية في التنمية و التخطيط (1962-1980) نفس المرجع ، ص 468

2.2. المرحلة الثانية: استقلالية المؤسسات (ما بعد 1980):

لقد أكد الميثاق الوطني لسنة 1986 على صنع المزيد من الاستقلالية الاقتصادية، قصد تحسين مساهمتها في التنمية الاقتصادية الشاملة، من خلال التحكم في معايير الانتاج والتحكم في قواعد التسيير.

مرت عملية استقلالية المؤسسات بإجراءين تمثلا فيما يلي:

1.2.2. اعادة الهيكلة العضوية:

كان الهدف منه هو تحويل مؤسسات القطاع العام الى مؤسسات صغيرة الحجم و أكثر تخصصا و كفاءة، و قد أسهم هذا الاجراء الى زيادة اجمالي الناتج الوطني¹.

2.2.2. اعادة الهيكلة المالية :

كان الغرض منها اعادة هيكلة ديون المؤسسة، كما يهدف هذا الاصلاح الى ما يلي:

- اعادة تنظيم المؤسسات الوطنية العمومية، وتجنبها نقائص المرحلة السابقة؛

- اعادة ترتيب اولويات المؤسسة في اطار التوجه الجديد

كما يركز هذا الاصلاح على ما يلي :

• الاستغلال الامثل للطاقات البشرية

السعي في توزيع الطاقات البشرية على مستوى الوحدات والفروع الانتاجية، عوض

تمركزها في مقراتها الرئيسية.

• كفاءة التسيير:

الأخذ بعين الاعتبار المعايير و المؤسسات الاقتصادية الكفيلة بتمكين المؤسسة من قياس

مدى فعاليتها و كفاءتها لبلوغ غايات المؤسسة المخططة.

• اللامركزية في التصرف:

بعث ميكانيزمات جديدة لتمكين المؤسسة من التصرف في مواردها المتاحة بسهولة و

بحكمة، و الغاء تمركز الاطارات البشرية بالمقرات الرئيسية.

• تفادي سلبيات المرحلة السابقة:

بإعادة النظر إلى:

- تعدد مهام و كثرة الوظائف الملحقة بالمهام الرئيسية للمؤسسة؛

1 . اوكيل، محمد سعيد ، (1994) ، استقلالية المؤسسة العمومية الاقتصادية، تسيير و اتخاذ القرارات في اطار المنظور النظامي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 65

- إعادة تقسيم العمل الى مجموعة الوحدات المشكلة للمؤسسة الواحدة؛
- ادماج التكنولوجيا، و تأهيل الاطارات الى استعمالها؛
- التوزيع الجغرافي و القطاعي للمشاريع بشكل عادل بين انحاء الوطن. ¹

3.2. المرحلة الثالثة: الخصخصة

زايد الاهتمام بالخصخصة في السنوات الاخيرة، و ذلك بعد انهيار الاقتصاديات المركزية في دول الكتلة الشرقية، لذلك فقد اصبح من الضروري البحث على البدائل، و اولى هذه البدائل التخلي على الملكية العامة لصالح الملكية الخاصة اي التحول الى اقتصاد السوق. غير ان هذا الانتقال لم يعط ثماره نظرا لطبيعة التنظيم الاقتصادي السائد و مدى فعاليته في توفير الشروط الضرورية و توفير المناخ الملائم للمؤسسة الجزائرية، اذ أن نجاح الخصخصة مرتبط بعدة عوامل منها :

- توفير المناخ الاقتصادي المحفز على الإيداع؛
 - تشجيع التعامل بالميكانيزمات الحقيقية لاقتصاد السوق؛
- لذلك تبقى هذه الاشكالية مطروحة لدى الباحثين في الجزائر حول النهج الاقتصادي المتبع خاصة بعد الازمة المالية العالمية 2007 و انخفاض اسعار البترول².

1 . اوكيل، محمد سعيد ، (1994) ، نفس المرجع ، ص 69

2 . طرطار، احمد، (1993) ، الترشيد الاقتصادي للطاقات الانتاجية في الجزائر، مرجع سابق، ص 128

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات أصول، مفاهيم وأدوات

تناولت الدراسة في هذا المبحث عموميات حول تكنولوجيا المعلومات، إذ أعطينا في البداية نبذة تاريخية حول أصول تكنولوجيا المعلومات، ثم عرفنا بنظام المعلومات و المعلومة

1. اصول عصر تكنولوجيا المعلومات :

في هذه النقطة سوف نقوم بإعطاء نبذة تاريخية عن المراحل التي مرت بها البشرية حتى وصلت الى عصر المعلومات، مع ابراز خصائص كل مرحلة، ثم بعد ذلك نعطي اهم المفاهيم التي اعطيت لمجتمع المعلومات.

1.1. لمحة تاريخية حول العصور الاقتصادية:

قبل ما يصل الانسان الى ما هو عليه الان من تحضر ورقي، مر هذا الاخير بعصور مختلفة، و هي ما ميزت الطابع الاقتصادي لكل الفترة.

1.1.1. مرحلة عصر الزراعة:

تعتبر هذه المرحلة أو مرحلة مرت بها البشرية، وذلك من خلال السعي المستمر لإشباع حاجيات معتمدا على جهده العضلي والموارد الطبيعية اساسا، لذلك فكانت ثروة الفرد تقاس بما يمتلكه من اراضي زراعية.

2.1.1. مرحلة عصر الصناعة:

حاول الانسان في هذه المرحلة تعويض الجهد العضلي بالجهد الميكانيكي في تنفيذ الأنشطة، و بهذا اصبحت التكنولوجيا هي الموضوع الرئيسي بداية من الثورة الصناعية، كما ان في هذه المرحلة، كان العمل التكنولوجي هو المسيطر على الاعمال و الاكتشافات، اي تطبيق العلم و المعرفة في اداء الاعمال 1.

3.1.1. مرحلة عصر المعلومات:

بدأت هذه المرحلة من النصف الثاني من القرن العشرين الى يومنا هذا، اذ ان عصر المعلومات هو احدث ما عاشته البشرية من تطور، فأصبح النجاح و الثروة يقاس بكفاءة استخدام والتحكم في تكنولوجيا المعلومات، نظر لما توفره من فرص لاكتساب و استغلال المعلومات

1 . محمود، منال طلعت ، (2002) ، مدخل الى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث

لتوليد المعرفة، حيث تسارعت التحولات والابداعات مستندة بالبحوث العلمية، التي مست كل مجالات الحياة.¹

لدرجة انه لم تصبح لا الارض و لا رأس المال هما قوامان المجتمع، وانما أصبحت المعلومات بمثابة قوام الحياة كما أصبح مقياس الثروة الامم الكم الذي تملكه من معلومات عوض المواد الخام و الموارد الصناعية و البشرية كما كانت عليه في مرحلة عصر الصناعة والزراعة. فمن خلال ادماج التكنولوجيا تغيرت ملامح عديدة في الاقتصاد نذكر منها:

- التحول بين انتاج كثيف العمالة الى انتاج كثيف المعرفة فقد عوض العمل اليدوي بالعمل المعرفي وهو ما يتطلب مستوى عال من الخبرات التي أصبحت تمثل قيمة كبيرة للمؤسسة نظرا لندرتها؛
- التحول من انتاج السلع الى انتاج الأفكار؛
- التحول أساليب العمل من زيادة الانتاج الى زيادة الإنتاجية؛
- التحول القوة من الشخص الذي يمتلك رأس المال لإنشاء المصانع الى الشخص الذي يسيطر على تكنولوجيا المعلومات.

فبشكل عام لقد انعكست ثورة المعلومات على اربعة مجالات اساسية :

- الوقت اذ أصبح من الممكن الانتاج في اي وقت مما يعني سرعة الاداء واختصار الزمن؛
- المكان اذ يمكن الانتاج في اي مكان وبالتالي فلم يصبح البعد المكاني عقبة؛
- المادة اذ ظهرت مواد بديلة رخيصة خفضت من اهمية وخطورة المواد الخام طبيعية؛
- التوزيع في مزايا الإنتاج؛

ساعدت على التمييز في التصميم في اعمال مبادئ الانتاج الكبير في ذات الوقت مما يعني

تحقيق انتاج كبير له مزايا الانتاج الغير النمطي²

2.1. مفهوم مجتمع المعلومات و خصائصه

مع بروز عصر تكنولوجيا المعلومات برزت مجموعة من المفاهيم الجديدة على الساحة السياسية و الاقتصادية فبعد مصطلح مجتمع الزراعة و مجتمع الصناعة ظهر مصطلح جديد هو مصطلح مجتمع المعلومات لمواكبة عصر تكنولوجيا.

1 . نجم، عبود نجم، (2004) ، الإدارة الالكترونية و الوظائف، دار المريخ، المملكة العربية السعودية.
2 . الحسين، محمد عبد، (2004) ، المدخل الى نظم المعلومات الادارية، وائل للنشر، الأردن

1.2.1. تعريف مجتمع المعلومات:

- **التعريف (1) :** يعرف مجتمع المعلومات على أنه المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصورة أساسية على المعلومات و شبكات الاتصال والحواسيب أي أنه يعتمد على ما يسمه البعض "التقنية الفكرية" تلك التي تضم سلعا و خدمات جديدة مع التزايد المستمر في القوة العاملة المعلوماتية اي تعظيم " شأن الفكر" بالحواسيب و الاتصال و الذكاء الاصطناعي¹
- التعريف (2):** يعرف (Flowers) مجتمع المعلومات من خلال خمس نقاط:
 - التعريف التكنولوجي هو الذي يركز على الاكتشافات الفنية الحديثة و تلاحم كل من الاتصالات عن بعد مع الحاسبات الالية؛
 - التعريف الاقتصادي هو الذي يركز على دور المعلومات في الاقتصاد؛
 - التعريف الوظيفي يشير الى الوظائف والانشطة المعاصرة التي تركز اساسا على الانشطة المعرفة و المعلوماتية؛
 - التعريف الشبكي التركيز على الاماكن عن طريق تطوير الشبكات؛
 - التعريف الثقافي التركيز على مدى تأثير اساليب الاتصال و الاعلان على حياتنا اليومية وبالتالي فمجتمع المعلومات هو ذلك المجتمع الذي تقوم نشاطاته اساسا بالاعتماد على المعلومات و ذلك خلال توظيف تكنولوجيا جد عالية يطلق عليها اسم تكنولوجيا المعلومات للاستفادة منها في حل مشاكلهم²

2.2.1. خصائص مجتمع المعلومات:

- يمتاز مجتمع المعلومات بمجموعة من السمات التي يتميز بها على المجتمعين السابقين نذكر³ منها:
 - اغلب القوة العاملة النشيطة اقتصاديا في وقتنا الحالي هي من الأنشطة المعلوماتية مركزة اساسا على الجهود الفكرية المعرفية؛
 - دمج قطاع المعلومات كقطاع جديد ومهم في القطاعات الاقتصادية وهو يتميز بسرعة التطور مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى؛

1 . نصير، محمد طاهر، (2006) ، التسويق الالكتروني، دار الحامد، الاردن

2 . Rivard, Suzanne, (2006), Nouvelle économie , Nouvelle organisation et Technologie de l'information , Paris

3 . Lubbe Sam, Information Technology Investment in developing countries : An Assessment and practical Guidelive , Idea Group Publishing , London

- ان معلومات مورد اقتصادي اساسي لا يقل اهمية عن الموارد الاقتصادية الاخرى ينبغي حسن استغلاله من طرف المؤسسات الاقتصادية لكونه ميزة تنافسية بين المؤسسات التي تنتمي الى نفس القطاع؛
- اصبحت المعلومات عنصر لا غنى عنه في الحياة اليومية لأي فرد، وذلك نتيجة كثافة استعماله من طرف الجمهور في انشطتهم كمستهلكين مثلاً.

3.1. ايجابيات و سلبيات عصر تكنولوجيا المعلومات:

رغم مزايا عصر تكنولوجيا المعلومات، الا ان له جوانب سلبية تتجلى فيما يلي:

1.3.1. ايجابيات عصر المعلومات:

يمكن ذكرها في ما يلي¹ :

- شعور الفرد بالحرية من خلال الخدمات التي تقدمها شبكة الانترنت في التعليم التجارة، الطب، الاتصالات...؛
- تعزيز العمل الأكاديمي الجامعي، وفتح آفاق جديدة أمام البحث العلمي؛
- توفر المعلومات في مختلف مجالات الحياة كالهو والسفر والسياحة، اضافة الى منتديات الحوار التي تشجع التفاعل بين الافراد؛
- نمو التجارة الالكترونية ووفرت السلع والخدمات للجمهور الكبير، مع تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء؛
- نشر المعلومات والتواصل بين الشعوب بفضل الصحافة الالكترونية؛
- مساعدة المؤسسات على تحقيق قدر كبير من المرونة الانتاجية، والتقليل من النفقات، مع تقديم طرق جديدة لتصميم المؤسسات؛
- تحقيق تكامل عالمي لأسواق رأس المال، من خلال وضع اجراءات أكثر مرونة لضمان حركة راس المال على المستوى العالمي؛
- التدفق السريع والكثيف للمعلومات، مما يسمح للفرد بتنمية قدراته؛
- الانتقال من الاقتصاد المحلي الى الاقتصاد العالمي.

1 . Mc Lean , Turbaw, (2006), Information Technology for Management , John Wiley & Sons .INC , USA , 2nd ed , USA

2.3.1. سلبيات عصر المعلومات:

- من الملامح السلبية لهذا العصر ما يلي¹
- وجود فئات مهمتين من عالم ثروة المعلومات، إذ أصبحنا نسمع بفقراء واغنياء المعلومات؛
- ادخال في حياة البشر ما يسمى بالواقع الافتراضي، يسمح للمنتفعين لهذه الثورة التلاعب بالحقائق التاريخية؛
- تأثير شبكة الانترنت على الاطفال ونموهم، فالجلوس لساعات طويلة امام شبكة الانترنت بعيدين على العالم الواقعي الذين يعيشون فيه، مما يفرز ضغوطات نفسية؛
- خرق حرمة الافراد عن طريق الدخول في ملفاتهم الخاصة، هذه الاختراقات قد تمس في بعض الاحيان حتى الرؤساء والشخصيات المهمة؛
- تخلق في بعض الاحيان حروب معلوماتية، إذ ظهر نوع جديد من الجرائم هي الجرائم المعلوماتية التي تهدد الامن القومي للمجتمعات؛
- الموجات الكهرومغناطيسية التي تنشرها الشبكات ومالها من آثار سلبية على صحة الافراد، لذا يجب ان تلازم عملية استخدامها مع فترات رياضية؛
- تعويض اليد العاملة البشرية بالآلات الالكترونية وما ينشئ على ذلك من بطالة؛
- صعوبة مواجهة التحريض والعنف والعنصرية، إذ أن الانترنت قد تسمح لبعض المتشددين بنشر أفكارهم؛
- ان تكنولوجيا المعلومات تقلل الانسانية الموجودة بين الناس، كعلاقة الطبيب بالمريض أثناء الجراحة عن بعد؛
- تهديد السيادة الوطنية، نتيجة حرية تحرك المعلومات، الاموال السلع الى خارج الحدود الوطنية؛
- تهديد السيادة النقدية بسبب ظهور النقود الالكترونية؛

1.Lubbe, Sam, (1994),The effect of investing Ressources in Information Technology on the performance of an organization, Journal of Information Technology impact , Vol.8 , N°4

4.1. تحديات عصر تكنولوجيا المعلومات:

تواجه المؤسسة اليوم العديد من التحديات التي ينبغي التعامل معها، نقوم باختصارها في

ما يلي:

1.4.1. التحديات الاقتصادية:**• العولمة:**

ان تلاشي الحدود الجغرافية و السياسية بين اطراف التبادل، أدى بالمدرء اليوم الى العمل في بيئة شديدة المزاومة لا تعرف الحدود التقليدية (التشريعات، القوانين، المكان). فهو مدير بلا حدود يكون له القدرة على ادارة المشاريع خارج حدود الوطن، فالمدير اليوم مطالب بمعرفة المتغيرات العالمية كشرط اساسي لبلوغ كفاءة عالية لذا ينبغي على المدير في يومنا هذا ان يتسم بما يلي :

- احترام تعدد السلوكات، فعل المدير الناجح احترام الفروق الثقافية بين العاملين
- اتقان اكثر من لغة، حتى يتمكن المدير من الاتصال بالآخرين و التفاوض في العمل بطريقة سليمة.

• التكتلات الاقتصادية:

توحيد اسواق الدول في شكل سوق واحدة مما يساعد على حرية انتقال السلع والخدمات ورؤوس الاموال والعمالة، فالإدارة الناجحة لا تعرف العزلة، اذ العمل في شكل تكتلات يعطي ميزة اكبر للبقاء والنمو.

• سيطرة المستهلك:

التقرب الى المستهلك ومحاولة ارضائه هو الهم الاكبر لكل مؤسسة اقتصادية، فزيادة الطاقات الانتاجية الناشئة عن التطور التكنولوجي، وكثرة المنافسة، تجعل التنافس شديدا للحصول على تعامل المستهلك¹.

1 . Toufaily, Elissat , (2009), Adoption de la banque Electronique et son impact sur la performance Organisationnelle : Cas du secteur du marché du Liban, Dissertation presented in partial fulfillment or requirement for degree doctor in management, canada

2.4.1. التحديات البشرية:

• أهمية العنصر البشري:

يعتبر العنصر البشري مورد أساسي له مواهبه وقدراته تجعله مميزا عن باقي الموارد، إذ أصبح ينظر الى هذا المورد على انهم بشر لهم حاجياتهم النفسية والاجتماعية ينبغي مراعاتها وان قوة المؤسسة تقاس بنوعية الافراد الذين تملكهم هذا على المستوى الجزئي، اما على المستوى الكلي، فأصبح ينظر الى الموارد البشرية على انها وسيلة للتنمية.

• مراعاة التنوع البشري:

مع التسهيلات التي قدمتها تكنولوجيا المعلومات للأفراد للمشاركة في الاعمال من كل بقاع العالم فإن المؤسسة أصبحت تتعامل اليوم مع أفراد من ثقافات مختلفة، إذ أصبحت المؤسسة تقوم ببحوث عن منتجاتها في بلد ما، في حين تنتج اجزاء هذا المنتج في بلد اخر، ليتم تجميع اجزائه في بلد ثالث، وبيعه في بلد رابع، اما الارباح فتودع من بلد خامس.

• الدور الجديد للقوى العاملة:

رغم الصعوبات التي تواجهها الادارة في الحصول على الموارد اللازمة(اموال، تكنولوجيا متطورة...) فهناك مزيد من الصعوبات التي تواجهها، و المتمثلة في تغير تركيب القوى العاملة، وزيادة تطلعاتها نحو مستويات اعلى من الاجور¹.

3.4.1.التحديات التكنولوجية:

• التطور التكنولوجي:

لقد تميز ميدان تكنولوجيا المعلومات بـ:

- السرعة الكبيرة في التغيرات؛
- مدة حياة المنتج قصيرة؛
- المنافسة الدولية الحادة على مستوى الأسعار؛
- ندرة المواد الاولية في العالم؛
- مست كل ميادين الحياة، فلا يوجد ميدان الا واستعملت فيه؛

1 . علوطي، لمين، (2005)، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تأثيرها على تحسين الاداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر

ان عالم الادارة والاعمال من الميادين التي استفادت الاكثر من التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا، لذا أصبح لازما على المؤسسات الاقتصادية مواكبة هذه التطورات خاصة و انها اصبحت تمثل الميزة التنافسية لهذه المؤسسات 1.

● **الاهتمام بالمعلومات كمورد اساسي:** ينبغي على الادارة المعاصرة توفير المعلومات كمورد اساسي لكافة اعضاء التنظيم، واهم تحدي في هذا الصدد هو التحدي المعلوماتي، فعلى المدير في المؤسسات المعاصرة ان يتزود بنوعين من الثقافات للتعامل مع مورد المعلومات:

- **ثقافة الحاسوب:** اي معرفة نقاط القوة والضعف فيه وبرامج الحاسوب
- **ثقافة المعلومات:** معرفة كيفية استخدام المعلومات في كل مرحلة من مراحل صنع القرار.

- **الدراية بالاساليب الجديدة لتداول المعلومات:** اضطرار المؤسسة لتوجيه الجانب الاكبر من الاستثمارات نحو استيعاب التكنولوجيات الجديدة للحصول على المعلومات وتداولها وذلك حتى تستطيع المحافظة على المركز التنافسي.
- **حتمية التطور:** ان النقاط السابقة تفرض على الادارة التجديد المستمر والتنوع في الاساليب و المنتجات والاستثمارات في الطاقات الجديدة لضمان التفوق في خدمة العملاء²

1 . بدريسي، جميلة ، (2006)، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على تسيير الشغل، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر،

2 . الدليمي، عبد الرزاق، (2011)، مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ص 26

2. مفهوم نظام المعلومات والمعلومة:

سوف نتطرق في هذه النقطة إلى مفاهيم عامة حول المعلومة، ثم إلى التعريف بنظام المعلومات.

1.2. تعريف المعلومة:

لم ينفق المهتمون بهذا المجال على تعريف واحد فهي: البيانات التي تم معالجتها بحيث أصبحت ذات دلالة تأخذ بعين الاعتبار المستفيد، الوقت، المكان، الوظائف، المشاكل.

و هناك من يعرفها على انها مجموعة بيانات منظمة لإيصال رسالة غالبا ما تكون في شكل مصورا و مكتوب او شفوي، طريقة تنظيم هذه المعطيات تكون طبقا لرغبة المستقبل لها ¹

نلاحظ من التعاريف السابقة، انه أصبح من العادة ان يستعمل البعض المصطلحات التالية كمرادفات: المعلومة، البيانات، والمعرفة لكن بالرغم.

من العلاقة المتواجدة بينهما الا انه يوجد اختلاف بينها، فالبيانات، رمز ينتج من الملاحظة المباشرة للأحداث، فهي مادة اولية التي بعد معالجتها تصح معلومات.

اما المعرفة، فتختلف على البيانات والمعلومات، فهي مجموع البيانات المعالجة ومجموع البحوث والدراسات والخبراء والمهارات التي يتمتع بها الافراد فنستنتج مما سبق ان البيانات تتحول الى معلومات والتي تتحول بدورها إلى معرفة وتلخيص هذه العلاقة نقترح الشكل التالي ²



شكل 01: العلاقة بين البيانات، المعلومات والمعرفة

المصدر: النجار، 2005

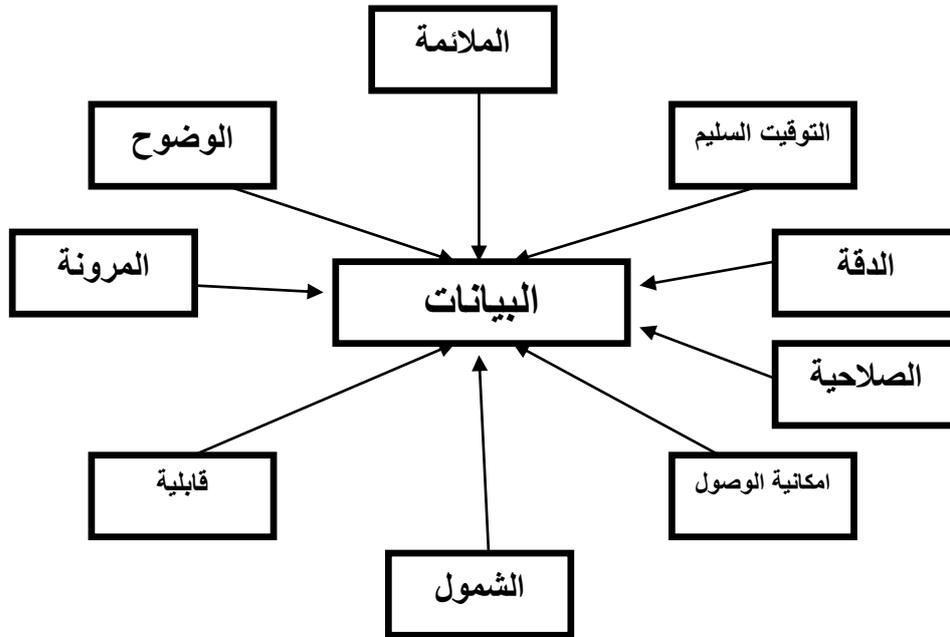
1 . عبد اللطيف، نصر نور الدين، (2007)، نظم المعلومات ومعالجة البيانات و البرامج الجاهزة، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص 30

2 . Sherif , Kamel , (2008), The use of information technology to transform the banking sector in developing nations, Information Technology for development, Vol.11 N°4

1.1.2. خصائص المعلومات:

للاستفادة من المعلومة بشكل كامل لابد من توفرها على الخصائص التالية:¹

- ✓ **الملائمة:** ان تكون المعلومة مناسبة مع الغرض الذي تستخدم لأجله، إذ يحكم على مدى الملائمة من خلال صحة القرار أو لا؛
- ✓ **التوقيت السليم:** ان تتحصل المؤسسة المستفيدة من تكنولوجيا المعلومات على المعلومة في الوقت المناسب لا بعد؛
- ✓ **السهولة والوضوح:** عدم احتواءها على رموز ومصطلحات غامضة وغير مفهومة، فكلما كانت واضحة كلما اشغلت المعلومة بشكل مناسب؛
- ✓ **الدقة:** ان تكون المعلومات صحيحة خالية من اخطاء التسجيل؛
- ✓ **الصلاحية:** اي ان تكون المعلومات ملائمة لاحتياجات المستفيد؛
- ✓ **المرونة:** قابلية تكييف المعلومات للاحتياجات المختلفة لجميع المستفيدين؛
- ✓ **قابلية المراجعة:** وهي درجة الاتفاق المكتسبة بين المستفيدين لمراجعة فحص نفس المعلومات.
- ✓ **امكانية الوصول:** سهولة وسرعة الوصول الى المعلومة؛
- ✓ **الشمول:** هو درجة التي يغطي بها نظام المعلومات احتياجات المستفيدين.



شكل 02: خصائص المعلومة

المصدر: من إعداد الطالبة

1 . ياسين، سعد غالب، (2009) ، الادارة الالكترونية و افاق تطبيقها العربية، مكتب الملك فهد الوطنية، الرياض

2.1.2. دور المعلومات داخل المؤسسة:

يمكن حصر أربعة استعمالات أساسية للمعلومات داخل المؤسسة¹.

أ. **المعلومة كأداة دعم لمسارات التسيير:** التسيير عبارة عن التوفيق بين مجموعة من الأنشطة والقرارات، قصد توليد نتائج مرغوب فيها من طرف المؤسسة، وبهذا فإن مسار التموين، تسيير طلبات الزبائن، مسار ترتيب عمليات الإنتاج كلها مسارات تسيير المؤسسة، فبقاء المؤسسة يتعلّق بمدى أدائها من خلال ضمان إمدادات معلوماتية كافية.

ب. **المعلومة كأداة اتصال داخل المؤسسة:** إذ أنها تضمن التنسيق بين مختلف الأطراف داخل المؤسسة، حيث أن المؤسسات الناجحة مبنية على حسن اتصال أعضائها فيما بينهم، مما يؤدي إلى البحث لتسيير الأفضل للمعلومات قصد تحقيق التفوق الاقتصادي وفي نفس الوقت تحسين تسيير المعلومة هنا يكمن دور الاتصال.

ج. **المعلومة كأداة لدعم الخبرات الفردية داخل المؤسسة:** تتمثل القدرة المعرفية للمؤسسة في قدرة الأفراد الذين تتكون منهم، بحيث تخلق المعرفة من النماذج المعرفية التي تجمع وتعالج المعلومات، كما تلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً هاماً في تخزين المعلومات النافعة مع إمكانية الرجوع إليها عند الحاجة.

د. **المعلومة أداة الربط مع المحيط:** يمكن اعتماد التكنولوجيا والمعلومات من أجل تقوية وتمتين قاعدة المركز التنافسي للمؤسسة من خلال تغيير علاقة جديدة " زبون-مورد" كاعتماد بعض الموردين وسائل اتصال لتسهيل الطلبات.

3.1.2. العوامل المؤثرة على جودة المعلومات:

يقصد بجودة المعلومات قدرتها على تحفيز الفرد على اتخاذ موقفاً معيناً ونجاحه في اتخاذ قرارات أكثر فعالية يوجد ثلاثة عوامل تحدد درجة جودة المعلومات متمثلة فيما يلي:

أ. **منفعة المعلومات:** تقيم أي معلومة حسب المنفعة المستمدة منها، هذه المنفعة تتمثل في عنصرين هما صحة المعلومة وسهولة استخدامها، حيث يوجد أربعة منافع للمعلومة.

1. عليان، ربحي والطوباسي، محمود، (2005)، الاتصال و العلاقات العامة، دار الصفاء، الطبعة الاولى، الاردن

✓ **منفعة شكلية:** تكون قيمة المعلومات عالية لما يطابق شكل هذه المعلومة مع متطلبات متخذ القرار.

✓ **منفعة زمنية:** يكون للمعلومات قيمة كبيرة إذا توفرت لدى متخذ القرار في الوقت الذي يحتاج فيه إليها.

✓ **منفعة مكانية:** يكون للمعلومة قيمة كبيرة إذا أمكن الوصول إليها بسهولة، لذا فإن طريقة الاتصال المباشر بالحاسوب تعظم المنفعة الزمنية والمكانية للمعلومات.

✓ **منفعة التملك:** إن اقتناء معلومة ليس له أهمية إلا في حالة ما إذا كانت قيمتها أكبر من تكلفتها، وقيمة المعلومة تتوقف على منفعتها.

تعتبر المعلومة ذات قيمة إذا سمحت بالتقليل من حالة عدم التأكد، والمساعدة على اتخاذ القرار، والتقليل من ارتكاب الأخطاء، فإذا كانت تكلفة إعداد المعلومة تتعدى الفائدة التي يمكن أن تحقق من خلال استخدام هذه المعلومات فإن ذلك يكون غير اقتصادي¹

تحدد قيمة المعلومة تبعاً لثلاثة معايير²:

- **ملائمة المعلومة:** إذا وفرت كل العناصر اللازمة للإجابة عن الأسئلة التي تطرحها المؤسسة أي تخفض حالة عدم التأكد؛
- **فعالية المعلومة:** إذا كانت دقيقة، كاملة، ومواكبة للزمن فهي تخفض حالة عدم التأكد؛
- **وفرة المعلومة:** إذا توفرت في الوقت والمكان المناسبين فهي تسمح بتخفيض حالة عدم التأكد، وبالتالي اتخاذ القرارات المناسبة).

ب. **درجة الرضا عن المعلومات:** إن البديل لقياس كفاءة المعلومة هو استخدام مقياس الرضا عن هذه المعلومة من قبل من يتخذ القرار، إذ أنه عادة من الصعب الحكم على القدر الذي ساهمت به المعلومة في تحسين القرار المتخذ.

¹ . بختي، ابراهيم، (2006)، مطبوعة مقرر مقياس تكنولوجيا و نظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة

² . الزعبي، هيثم محمد و السامراني، ايمان فاضل، (2004)، نظم المعلومات الادارية، دار الصفاء، الاردن

ج. الأخطاء والتحيز: إن جودة المعلومة أهم من كمها، ولاشك أن جودة المعلومات تتفاوت باختلاف الأخطاء والتحيز الموجود في هذه المعلومات، حيث إن التحيز يكون سببه محاولة الفرد أو الوحدة ممارستها لحق توزيع المعلومات داخل المؤسسة ويمكن التقليل من التحيز في المعلومات إذا تم إدراكه.

2.2. تعريف نظام المعلومات:

يعرف نظام المعلومات على أنه مجموعة الطرق و العمليات و المعطيات و البرامج المنظمة لمعالجة المعلومات (Laudon and Laudon, 1996).

هو الوسيلة التي تساهم في توصيل المعلومات عبر مصالح المؤسسة عند طلبها وهو كذلك نظام مستعمل لا نتاج المعلومة التي تساعد المؤسسة على اتخاذ القرار¹

فعموماً، هو مجموعة من التطبيقات العملية من المعلومات و الأشخاص و تكنولوجيا المعلومات من أجل تحقيق أهداف المؤسسة، فنظام المعلومات يتلقى مدخلاته التي تأخذ شكل بيانات و بعد معالجتها تأخذ شكل مخرجات في شكل معلومات².

3.2. مكونات نظام المعلومات:

يتكون نظام المعلومات من ما يلي:³

- ✓ البيانات: هي إعادة الأولوية للنظام؛
- ✓ الموارد البشرية: أي اليد العاملة التي تتلقى البيانات و تحولها الى معلومات؛
- ✓ الموارد المادية: الآلات ذات التقنية العالية التي تساعد في استقبال، المعالجة المعلومات تأخذ شكل : حوامل بيانات مثل الأوراق، الأقراص المغنطة ، المغناطيسية؛
- ✓ البرمجيات: تشمل على مجموعة الأوامر و التعليمات التي تستعمل لمعالجة البيانات و التي تسمى بالإجراءات أي مجموعة أدوات العمل و القواعد المتمثلة في النماذج الرياضية،

¹ . العاني، مزهر شعبان، (2008)، العملية الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، اثناء للنشر و التوزيع ، عمان

² . Achimugu, Philip and Oluwaranti, Adeniran, **Adoption of information technology in developing countries**, Journal of information technology impact, London, Vol.9

³ . Lai, Fujin and Xiande, (2007), **The impact of information technology on competitive of logistics firm in China**, Industrial management and data system, Vol.106

بحوث العمليات ، الخوارزميات، ملفات الأوامر، الإجراءات الإدارية، النصوص، البرامج المعلوماتية.

3. مفاهيم عامة حول تكنولوجيا المعلومات:

سوف نتطرق الدراسة في هذه النقطة إلى التعريف بتكنولوجيا المعلومات، ومحفزات استخدامها.

1.3. تعريف تكنولوجيا المعلومات:

وردت عدة تعاريف حول مصطلح تكنولوجيا المعلومات حيث :

تركز بعض الاخصائيين في تعريفهم على مكونات تكنولوجيا المعلومات اذ يعرف frenzel تكنولوجيا المعلومات على انها وصف لكل من الحاسبات الآلية بالمنظمة، والبنية الأساسية للاتصالات عن بعد و الوساطة المتبعة في الحين يرى ozet ان تكنولوجيا المعلومات هي المكونات المادية للحاسبات الآلية والبرامج الجاهزة و نظم الاتصال.¹

في الحين اخرين في تعريفهم للمصطلح على اجهزة تكنولوجيا المعلومات وانشطتها اذ يرى Lucas ان تكنولوجيا المعلومات هي كل اشكال التكنولوجيا المطبقة للمعالجة، التخزين وتوزيع المعلومات في شكل الكتروني ، اضافة الى المعدات المادية المستخدمة لهذا الغرض والمتمثلة في الحاسبات الآلية و معدات الاتصال و الشبكات ²

يرى Turban: ان تكنولوجيا المعلومات تتضمن جميع انظمة المعلومات المبنية على تكنولوجيا المعلومات و كذلك المستفيدين منها ³.

من التعاريف السابقة يمكن القول ان تكنولوجيا المعلومات هو المكونات المادية أي (مكونات الحاسوب) والبرامج الجاهزة (بالإضافة الى شبكات الاتصال اضافة الى اجهزة

¹. Shauket, Mohamad and Zafarullah, Mohamed , (2009), **Impact of information technology on organizational performance** *European Journal of Economies*, Financier and Administrative science (Available on line at [www. Eurojournals.com](http://www.Eurojournals.com))

² . Rivard, Suzanne, (2006), **Nouvelle économie , Nouvelle organisation et Technologie de l'information** , Paris

³. Indijikian, Rounen and Siegel, Donald, (2005), **the impact of investment on information technology on economic performance for developing countries**, development word, Vol.33. N°5

المعالجة، التخزين، التنظيم والعرض. ارسال واسترجاع المعلومات عند الحاجة اليها وذلك بتوفر الكفاءة (اليد العاملة المؤهلة لذلك).

تجدر الاشارة الى تكنولوجيا المعلومات و نظام المعلومات هما وجهان مصطلحان لعملية واحدة فمعظم التعاريف التي وجهت لكليهما متشابهة، لذا فهما مكونين لا ينفصلان عن بعضهما البعض.¹

2.3. محفزات استعمال تكنولوجيا المعلومات:

الاستخدام الامثل لأدوات تكنولوجيا المعلومات من طرف المؤسسة، يتطلب توفير بيئة تحفيزية لنموه و تطوره، و ذلك بمشاركة كل من القطاع العام و الخاص واستجابة العنصر المدني لاهم تطورات تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسة ما يلي:

اولا: البيئة التنظيمية الملائمة

ان دعم التطور التكنولوجي في بلد ما يتطلب وجود وزارات خاصة للاهتمام بشؤون قطاع تكنولوجيا المعلومات، ويتمثل الدور الاساسي لهذه الوزارات في وضع سياسات تهدف الى تشجيع المنافسة، تحرير الاسواق، تشجيع الاستثمارات في هذا المجال وذلك لزيادة نسبة مساهمة الانتاج المحلي من تكنولوجيا المعلومات في الدخل القومي، اضافة الى اعداد قوانين ضابطة لاستخدام و تطبيق تكنولوجيا المعلومات بأمان يضمن ثقة المواطنين.

ثانيا: البيئة التشريعية المتوفرة

تتجه دول العالم الى تشريع مجموعة من القوانين الداعمة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ادان تحرير القطاع و تشجيع المنافسة فيه يتطلب تكريس قوانين منظمة لخدمات الاتصالات، ومن جهة اخرى فان نمو أنشطة الابتكار و الابداع يستلزم وجود قوانين منظمة وحامية....الفكرية، اضافة الى قوانين حماية سرية البيانات، و مكافحة الجريمة الالكترونية².

¹ . Achimugu, Philip and Oluwaranti, Adenriran, **Adoption of information technology in developing countries**, Journal of information technology impact, London, Vol.9 P 48

² . نصير، محمد طاهر، (2006)، التسويق الالكتروني، دار الحامد، الاردن

ثالثاً: الشراكة الفعالة لتحفيز نمو القطاع

تبنى استراتيجيات تكنولوجيا المعلومات من أجل التنمية على أساس شراكات تتضمن مختلف الوكالات والوزارات و المجتمع المدني و القطاع الخاص و الجامعات و مراكز البحث و في اغلب الاحيان تكون مصادرها في البلدان النامية او المتقدمة، كما ان الاكتشافات تتطلب اموال كبيرة و تبالي مصادر التحويل لمشاريع واكتشافات تكنولوجيا المعلومات يأتي من الحكومات، القطاع الخاص، المنظمات الدولية.

رابعاً: توفير آليات محفزة للاستثمار و نمو المؤسسات الاقتصادية الجديدة

يبقى موضوع التمويل اهم عنصر عند الحديث على قطاع تكنولوجيا المعلومات، لأن غياب التمويل و نقصه يؤدي الى غياب القدرة على توليد المعرفة و بالتالي عدم القدرة على دعم البحوث و الاختراعات، مما يؤدي في اغلب الاحيان الى هجرة الادمغة و التبعية الكاملة الى الخبرات الاجنبية¹.

4. مفاهيم عامة حول الشبكة المعلوماتية:

كأداة عنصر تكنولوجيا المعلومات تعتبر الشبكات المعلوماتية اليوم عصب الحياة، المؤسسة الاقتصادية لذا فان اقامة هذه الشبكات و التحكم فيها أصبح يعتبر من اهم الامور التي يتحتم على المؤسسة التحكم فيها.

1.4. تعريف الشبكة المعلوماتية:

الشبكة هي عبارة عن مجموعة من التجهيزات (او المعدات) المرتبطة فيما بينها عن طريق قنوات الاتصال (موصلات) بحيث تسمح بمرور عناصر معينة فيما بينها، تتكون هذه الاخيرة من قسمين اساسيين هما : ناقل (le transporteur) و منقول (le transporté) فالقسم الناقل ضروري يتمثل في التجهيزات و القنوات اما المنقول و هو الشيء الذي من اجله اقيمت الشبكة² ، نميز عدة اصناف من الشبكات:

1 . البكري، سونبا محمد، (2001) ، نظم المعلومات الادارية، الدار الجامعية، الاسكندرية، ص 97
2 . العاني، مزهر شعبان، (2008) ، العملية الادارية و تكنولوجيا المعلومات، اثناء للنشر و التوزيع ، عمان

نوع الشبكة	الناقل	المنقول
شبكة الهاتف	اجهزة و محطات اتصال + موصلات	الذبذبات الصوتية
شبكة الكهرباء	اجهزة ومعدات كهربائية + موصلات	الامواج الكهربائية
شبكة الطرقات	وسائل النقل + طرقات	اشخاص، سلع، الحيوانات
شبكة الماء	اجهزة + قنوات	الماء
شبكة المعلومات	اجهزة حواسيب و معدات الاتصال + موصلات	المعلومات

المصدر: الدليمي، 2011

الجدول 01 : أنواع الشبكات

إذن فالشبكة المعلوماتية تعرف بانها حاسبين او اكثر مرتبطة مع بعضها عن طريق موصلات ناقلة قد تكون اسلاك نحاسية او الياف ضوئية او موصلات لاسلكية باستخدام الاشعة تحت الحمراء او موجات الراديو او اقمار صناعية بتنصيب اجهزة ارسال و استقبال فيما بينها¹

اما المفهوم الاوسع لشبكة المعلومات فنقصد به المصطلح مجموعة من مراكز ومؤسسات المعلومات التي تستخدم الحواسيب ووسائل الاتصال الحديثة، فهي مشروعات تعاونية توفر فرصا لكافة المشاركين للحصول على المعلومات من خلال وسائل الاتصال عن بعد لتبادل المعلومات بأنواعها²

2.4. أنواع الشبكات المعلوماتية

تقسم الشبكة المعلوماتية الى ثلاثة انواع هي :

- الشبكة المحلية LAN: Local Area Network
- الشبكة الجامعة MAN : Métropolitain Area Network
- الشبكة الواسعة WAN: Wide Area Network

¹ . بختي، ابراهيم، (2006) ، مطبوعة مقرر مقياس تكنولوجيا و نظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مرجع سبق ذكره ،
² . الحناوي، محمد صالح، (2004) ، الاعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للنشر و التوزيع و الطباعة، الاسكندرية

1.2.4. الشبكة المحلية LAN:

فيها يتم ربط ما بين عدة حواسيب ينتمون الى نفس المؤسسة و في نفس الوقت المبني عن طريق اجهزة الربط الشبكي، تتراوح سرعة تحويل البيانات من 10 ميغا بايت الى 100 ميغا بايت ، يصل عدد الحواسيب في الشبكة المحلية حتى 1000 حاسب¹

تستعمل هذا النوع من الشبكات في مختلف انواع المؤسسات بمختلف نشاطاتها بهدف توفير امكانيات تدفق المعلومات بين اجهزة موزعة في منطقة محدودة تتميز الشبكة المحلية بما يلي:

- سرعة نقل البيانات وسرعة الدخول الى الشبكة؛
- فعالية الرقابة على الدخول للشبكة؛
- تقليل تكاليف الافراد والتشغيل و الصيانة.

2.2.4. الشبكة الجامعة MAN

تربط شبكتين محليتين او اكثر متباعدتين جغرافيا عن طريق الخطوط الهاتفية، هذا النوع من الشبكات عادة ما يستخدم من طرف المؤسسات متعددة التواجد الجغرافي لربط وحداتها(شركات متعددة الجنسيات)

3.2.4. الشبكة الواسعة WAN

تستخدم لربط الشبكات المحلية المتباعدة جغرافيا بعدا كبيرا، تعويضا للشبكة الجامعة التي لا يمكنها المحافظة على نفس السرعة في نقل المعلومات، تستخدم هذا النوع من الشبكات الاجهزة الموجهة او المسيرة (Routeur) والخطوط المتخصصة في نقل البيانات رقميا، و لعل افضل مثال للشبكة الواسعة شبكة الانترنت².

¹ . Achimugu, Philip and Oluwaranti, Adenriran, **Adoption of information technology in developing countries**, Journal of information technology impact, London, Vol.9 P 40

² . Achimugu, Philip and Oluwaranti, Adenriran, **Adoption of information technology in developing countries**, OP-CIT P 45

3.4. مزايا استعمال الشبكات المعلوماتية:

تشكل الشبكات المعلوماتية من اهم اكتشافات، فهي توفر مزايا عديدة اهمها:

- تحسين مردودية زيادة انتاجية العمل عن بعد، مما يسمح باستغلال موارد الشبكة بالمؤسسة عن بعد وبالتالي ربح الوقت؛
- تسهيل العلاقة بين شركاء المؤسسة داخلها وخارجها بفضل البريد الالكتروني وبالتالي تقلل المؤسسة من تكاليف الطباعة و البريد؛
- اختصار المسافات الجغرافية، عن طريق امكانية التواصل عن بعد فاللقاءات عن بعد اصبحت ممكنة فأصبحت اللقاءات عن بعد ممكنة بين المستخدمين، اضافة الى التخاطب اللحظي عوض الاجتماعات التقليدية؛
- ربط الجامعات والمعاهد ومراكز البحث و التدريب مع سوق العمل، هي شبكة عملاقة تضم عشرات الآلاف من الشبكات والحواشيب المرتبطة مع بعضها في مئات الدول تستخدم بروتوكولات النقل و.....(TCP) وبروتوكول الانترنت (IP).

4.4. الشبكات المعلوماتية:

كثرت المصطلحات التي تشير الى معان متقاربة، فمصطلح الإنترنت (Internet) والإنترانت (Intranet) و (Extranet) كلها مصطلحات متشابهة وتعبر عن تكنولوجيا الشبكات تفصل بينها حدود دقيقة وديناميكية، ولهذا سوف نتطرق بالتفصيل في هذا المبحث لهاته الشبكات الثلاث مع التركيز على شبكة الانترنت أين بات استخدامها اليوم شيئا مهما بالنسبة للمؤسسة.

1.4.4. مفهوم شبكة الأنترنت:

إذ منح الفرصة للمؤسسات لتقديم المعلومات الخاصة بمنتجاتها و خدماتهم الى اكبر شريحة ممكنة تصل حتى الى زبائن و متعاملين على الصعيد العالمي، من ابرز هذه الخدمات الحصول على استفساراتهم في اقرب الاوقات، فأصبحت اعمال التجارة الالكترونية من اكثر النشاطات استعمال في فضاء الانترنت، اد ساهمت شبكة الانترنت في ظهور مؤسسات من نوع خاص تعتمد في استعمالها للأنترنت جزئيا او كلياً و هي:¹

¹ . حدو، رضا، (2006)، اثر تكنولوجيايات الحديثة للإعلام و الاتصال على المهنة المحاسبية ، مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، العدد 14

- **مؤسسات بنية الانترنت:** هي المؤسسات التي تستمد عوائدها كاملة او جزئيا عن طريق تقديم المنتجات منها بنية الانترنت، هذه المنتجات تأخذ شكل اجهزة، برمجيات، خدمات، معلومات.....
- **مؤسسات الاتصال:** تستمد جزءا من عوائدها او كله من خدمات الاتصال، علما ان تدفق بيانات الانترنت يتم عبر خطوط الاتصالات التابعة لهذه المؤسسات.
- **مؤسسات البيع عبر الانترنت:** هي المؤسسات التي تباع منتجاتها عبر شبكة الانترنت و هي نوعان:
 - مؤسسات تعتمد على الانترنت اعتمادا كليا في ادارة اعمالها و بالتالي تغيب عنها المخازن و المحلات.
 - الى وجود مخازنها و محلاتها.
- **مؤسسات الوساطة الالكترونية عبر الانترنت:** تحفز الاتصال بين البائع والمشتري.

1.1.4.4. التطور التاريخي للانترنت:

ظهرت الانترنت الى الوجود في نهاية الستينات كشبكة للبحوث والدفاع في الولايات المتحدة تحت اسم ARPANET، وكانت آنذاك تربط مراكز حساسة في الجيش بحواسيب مراكز البحوث و العلماء، و كانت هذه الشبكة قد أسست بطريقة آمنة حتى و لو انقطعت بعض خطوط الاتصالات عنها. وقد تم تحقيق ذلك من خلال تقسيم المعلومات والمذكرات ووضعها داخل أظرفة وارسالها عبر خطوط اتصال متغيرة، إلا ان جذور التقنيات الموجودة على الانترنت تمتد الى عام 1961 حين وضع Kleinrok Leonard نظرية البث بالحزم وقام بنشر بحثه حيث اعتمدها إدارة Arpanet وتقترح هذه النظرية نظاما يعمل على تقسيم المعطيات المعلوماتية الى حزم عند بثها و القيام بتجميعها عند استقبالها و بهذا كانت هذه أول طريقة لتبادل البيانات عبر الانترنت فتم تقسيم الرسالة الالكترونية و إرسالها بأجزاء و القيام بتجميعها عند استقبالها في الطرف الآخر " المستقبل"، و يعد Paul Baran هو الأول الذي قام بتجربة هذه التقنية على أرض الواقع.

بعد سبع سنوات قبلت Arpanet تمويل البرنامج و اقترحت اتصال لا مركزي بالحزم بوضع عقد مع شركة Rand corporation حيث تم وضع حلول لتقنية تسمح بوضع نظام لا يصلح البيانات على شكل شبكة، لكن و الى ذلك الحين لم تكن الانترنت مطبقة بالفعل الى أن

طورت في الجامعات الأمريكية الغربية حيث تم سنة 1969 تنصيب العقدة الاولى لوصول Arpanet بجامعة كولومبيا في نيويورك و بهذا تم تبادل البيانات بسرعة 50 kbits .

و بهذا فان الانترنت تعد ثمرة مميزة للتعاون العسكري الامريكي و ايداع الباحثين خلال الحرب الباردة حين بدأت شراسة البحوث و التطوير فظهرت التكنولوجيا المعلومات و الاتصال TIC، ومع مرور الزمن و انتشار صناعة الحواسيب بدأ اهتمام عامة الناس و المؤسسات بالانترنت فكل سنة يتزايد و يتضاعف العدد بسرعة كبيرة جدا حيث أصبحت تعتبر الانترنت في آن واحد قناة للإعلام، مكان للتبادل و خطوط للتوزيع، فهي تعد الأسرع في الانتشار على الصعيد العالمي فلا توجد تكنولوجيا تفاعلت أو انتشرت في أوساط الجمهور بهذه السرعة لتصل الى 30 مليون شخص بحيث لم تستغرق سوى 5 سنوات مقابل 40 سنة استغرقها قطاع السيارات لاختراق هذا العدد.

2.1.4.4. طرق الاتصال بالانترنت:

تعد طريقة الطلب الهاتفي (Dial Up) الطريقة الشائعة التي يستخدمها الافراد في الاتصال بمزود الخدمة في التسعينات، ولكن مع التطور التكنولوجي أصبحت هذه الوسيلة كلاسيكية نظرا لظهور تقنيات متطورة تمكن من الدخول الى الشبكة تتفاوت في الامكانيات والتكاليف، و منها تقنية DSL و التي توجه للأشخاص الفرديين و المؤسسات و مزودي الخدمة الصغار، بالإضافة لعدة طرق اتصال أخرى حديثة ظهرت مؤخرا كالويماكس (WIMAX). ويتوقع الكثيرون أن تصبح هذه الطرق هي الأكثر شيوعا و استخداما خلال السنوات القليلة القادمة. و فيما يلي نلقي نظرة على أهم هذه الطرق و إمكانياتها¹

هناك العديد من الوسائل و التقنيات للاتصال بالانترنت حيث تنقسم الى عدة طرق للاتصال بين المستخدم و مزود الخدمة و يتم إما بالهاتف العادي أو عن طريق الخط الرقمي RNIS أو من خلال تقنية الخط المشترك الرقمي DSL، وكذا الاتصال بواسطة الأقمار الصناعية Satellite أو عن طريق الخط المستأجر.

¹ . الدليمي، عبد الرزاق، (2011)، مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال، مرجع سبق ذكره ، ص 45

أ. الاتصال عبر الهاتف:

✓ طريقة الهاتف الثابت للإستخدام البسيط (Dial up)

ان استخدام وصلة انترنت عادية من خلال خط الهاتف الثابت بطريقة (Dial up) توفر الدخول الى البريد الالكتروني وتصفح المواقع الالكترونية، ويتم هذا باستخدام الانترنت من حين لآخر، و تمكن هذه التقنية من الاتصال مبدئيا بسرعة اتصال لغاية 56 كيلوبايت في الثانية ولاستخدام هذه الوصلة يجب توفر خط هاتف ثابت و مودم، و من سلبيات استخدام هذه الطريقة هو بطؤ السرعة، بالإضافة الى قطع الاتصال بالإنترنت إذا بالإنترنت في آن واحد.

في هذه الحالة للاتصال بالإنترنت يجب توفر مودم في جهاز الكمبيوتر يقوم بالتحويل من ارسال رقمي الى ارسال تماثلي عبر خط الهاتف و في الجهة الأخرى لدى مزود الخدمة تحدث العملية العكسية، حيث يتم تحويل الرسالة من تماثلية الى رقمية و هذا الاتصال يتميز بكونه اتصالا مؤقتا¹

✓ طريقة الخط الرقمي RNIS:

بالرغم من التوصل الطريقة RNIS خلال فترة الثمانينات، إلا أن انتشارها على نطاق واسع لم يتم إلا من فترة قريبة، كما انخفضت تكلفة استخدامها بدرجة ملحوظة و بالتالي شهدت الخدمة انتشارا معقولا في فترة قصيرة جدا و خدمة RNIS تعد خدمة الشبكة الرقمية المتكاملة، فهي تكنولوجيا متطورة للاتصال تضيف الأصوات و الفيديو وغيرها من التطبيقات الى خط الهاتف العادي، كل ذلك على خط هاتف واحد و هو ما يعني أن خط RNIS واحد يكون بديلا عن شراء عدة خطوط هاتفية عادية.

وترفع طريقة RNIS قدرات الهاتف، حيث تمكن من القيام بأكثر من عملية في الوقت نفسه و دون إهدار للوقت أو الجهد و بشكل أساسي عند الدخول الى عالم الإنترنت لن ينشغل خط الهاتف، ثم هناك فارق السرعة الواضح حيث تصل سرعة RNIS الى 128 kbps و بهذا تصل السرعة الى أربعة أضعاف السرعة العادية لمودم بسرعة 56 kbps، و مع هذه المميزات يمكن استخدام خط RNIS في ربط الشبكات المحلية معا و هو ما يعني إمكانية نقل الملفات بين الأجهزة في المؤسسة الواحدة أو فروعها المختلفة كما يمكن نقل الملفات من جهاز كمبيوتر لآخر

¹ . جمال محمد بوشنب(2011)، الإعلام الدولي والعولمة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة

دون المرور بشبكة الانترنت، وفي هذا الإطار يكون عقد مؤتمرات الفيديو أكثر نجاحا و توفيراً للوقت و المصاريف و الجهد¹.

ان استخدام المؤسسة لطريقة RNIS لتزويد شبكة من الأجهزة بخدمة الانترنت فسيلزم توفر موجه (ISDN Router)، و هو جهاز ذو مداخل و مخارج متعددة تسمح بدخول جميع أجهزة الشبكة على الانترنت، و بالطبع فان هذه الطريقة تعتبر طريقة مثالية لتوصيل مكاتب المؤسسة الصغيرة على الشبكة بأقل تكلفة ممكنة، كما يمكن بواسطتها أيضا تشفير أجهزة الاجتماع عن بعد، و هي أحدث الطرق المستخدمة لعقد الاجتماعات، فهي تمكن من الاجتماع مع شخص آخر أو مجموعة أشخاص في أي مكان من العالم كما تسمح إجراء مكالمة فيديو بنفس سهولة وكفاءة إجراء مكالمة هاتفية .

✓ خط المشترك الرقمي DSL:

تعد هذه الطريقة حديثة النشأة، حيث ظهرت في الولايات المتحدة سنة 1990 م ثم بدأت في الانتشار عالميا. وهذه الخدمة عبارة عن تقنية تستخدمها شركة الاتصالات لتقديمها للمستهلكين لديها و هي تعرف باسم خط المشترك الرقمي أو ما يعرف اختصارا باسم DSL، و هذه الطريقة يعتبرها الكثيرون الحل الأمثل لمشاكل الاتصال بالانترنت بتكلفة معقولة و سرعة كبيرة، خاصة لو كان هذا التوصيل سيتم لشبكة داخلية، وهناك العديد من التقنيات مشتقة من خطوط DSL الرقمية نذكر منها ADSL , VDSL , SDSL , HDSL حيث تختلف في مواصفاتها وإمكاناتها.

إن ما يميز هذه طريقة عن الطرق التقليدية الأخرى أن الاتصال بالانترنت يتم باستخدام نفس البنية التحتية المتوفرة حاليا في خطوط الهاتفية التقليدية مع إجراء مكالمات هاتفية عادية في نفس الوقت. و من أهم الميزات أن سرعة نقل البيانات بهذه الطريقة تعتبر عالية جدا و تصل الى حدود 24 Mbps، وهي سرعة تتجاوز بعشرات الأضعاف الطرق التقليدية المستخدمة حاليا².

لا تقتصر ميزات DSL على سرعة نقل البيانات العادية و انما تتجاوزها للتميز في التعامل مع تقنيات الفيديو التفاعلية Interactive vidéo، و التي تعتبر اتجاه المستقبل في طرق

1 . جودت أحمد سعادة (2007)، استخدام الحاسوب والإنترنت، ط2، دار الشرق للنشر والتوزيع، الأردن ص 18
2 . عبد الله عمر الفراء، (1999)، تكنولوجيا التعليم والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ط.4 ص 30

الاتصال عبر الانترنت، وهناك ميزة أخرى و هي أن أجور الاشتراك بهذه التقنية لا يعتمد على عدد الساعات التي تقضيها متصلا بالشبكة و إنما تتم عبر دفع مبلغ شهري ثابت نظير الاستفادة بالخدمة مع تقديم خط مفتوح على مدى الأربع و عشرين ساعة.

وبالرغم من هذه الميزات إلا أنه هناك بعض النقص مثل ضرورة وجود المستخدم قريبا من مكان مزود بالخدمة لأن سرعة نقل البيانات تتأثر كثيرا بالمسافة الجغرافية فباتساع المسافة بين المستخدم عن مقدم الخدمة فان سرعة نقل البيانات تنخفض .

تعتبر طريقة المشترك الرقمي غير المتناسق (Asymmetric DSL) أو باختصار DSL من احسن الطرق المستخدمة في المؤسسة الصغيرة و المتوسطة و في المنازل، وتعتمد فكرة عمل هذه الخطوط على مبدأ بسيط وهي أن خطوط الهاتف العادية لها القدرة على نقل حزمة واسعة من الترددات ويشغل الصوت عادة مساحة صغيرة للغاية من هذه الترددات، ما يقوم به DSL هو استغلال باقي النطاق الترددي غير المستخدم ويقوم بتوظيفها لنقل البيانات ضمن ترددات معينة دون التأثير على المكالمات الهاتفية، وبهذا تنقص التكاليف لأن الخط موجود فيتم استخدامه، لاستخدام مثل هذه الخدمة في المنازل يجب أن يتم تركيب جهاز مودم DSL وهو يربط جهاز المستخدم بخط الاتصال مع مزود الخدمة و غالبا ما يقوم هذا الربط عن طريق توصيلة USB أو Athernet و هي توصيلات الشبكات الداخلية الأكثر سعة و شيوعا.

رغم النقص التي ذكرناها تعتبر هذه التقنية سهلة التثبيت و التعامل، و تفوق سرعتها سرعة خدمات RNIS، و تتفوق بعدة مرات على الطريق التقليدية التي يقدمها المودم العادي، فهي ترسم مستقبل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بحيث تمكنها من الانطلاق في عالم الانترنت دون أي عوائق أو مشكلات مثل المشكلات الناتجة عن البطء الشديد في وسائل الاتصال الحالية بالإضافة الى التكلفة المنخفضة و التي هي في متناول هذه المؤسسات¹

ب - الاتصال عبر الأقمار الصناعية Satellite:

تعتبر من بين الطرق المستعملة رغم أن معظم الحديث اليوم ينصب حول طريقة DSL، غير أن طريقة الاتصال بالإنترنت عبر الأقمار الصناعية تعتبر الحل الوحيد في الكثير من

¹ . عبد الله عمر الفراء، (1999)، تكنولوجيا التعليم والاتصال ، مرجع سابق ،ص 33

الأماكن الجغرافية المعزولة أو التي يصعب الوصول إليها بأي طريقة أخرى حتى باستخدام الكابلات النحاسية في تقنية ADSL¹

قد يعتقد البعض أن الأقمار الصناعية لا تستخدم إلا في إرسال الإشارات التلفزيونية فقط بل إن العديد منها يستخدم في الاتصالات العسكرية و التجارية أيضا، وقد حاولت شركة (Eutelsat) الأوروبية صاحبة العديد من الأقمار الصناعية التجارية المعروفة (Hotbird) استثمار إمكانات هذه الأقمار في الانترنت و فيه تقوم الفكرة الأساسية على استخدام قنوات البث الرقمي للفيديو في نقل المعلومات بواسطة بروتوكول TCP/IP ، و هي طريقة نقل البيانات في الانترنت، أما عند التطبيق الفعلي فيجب الاستدراك مزود الخدمة لطلب المعلومات عبر شبكة الانترنت، أما عودة الطلب أو المعلومات فسوف تتم من خلال القمر الصناعي مباشرة، وبالنسبة للمعدات فبالإضافة لطبق الاستقبال الهوائي المعتاد يجب توفر بطاقة وصل قد تكون داخلية و قد تكون خارجية تقوم بدور الوسيط بين جهاز الكمبيوتر وطبق الاستقبال، وهذه التقنية تعتبر مرتفعة التكلفة مقابل تقنيات الاتصال الأخرى مثل ADSL بالنسبة للمؤسسات الصغيرة، و تعتبر سرعة نقل البيانات بهذه الطريقة من السرعات الكبيرة حيث تصل سرعة الاتصال بالانترنت الى 16 Mbits ، و يوجد العديد من مقدمي هذه الخدمة نذكر على سبيل المثال broadsat-arabia والتي تقدم الخدمة من خلال القمر الصناعي Eutelsat W3 بأسعار تنافسية، ويشتمل استخدام الانترنت عبر الأقمار الصناعية على تقنيتين²

✓ التقنية المكتملة:

وهي كثيرة الانتشار وتعرف أيضا بتقنية البث المسحوب وتقتصر على تضخيم استقبال المعلومات فقط دون ارسالها مما يتحتم استخدام احدى تقنيات الانترنت البسيطة مثل Xds1 أو RNIS للتمكن من ارسال المعلومات الى شبكة الانترنت و هي بالتالي مكتملة لهما فقط، و تتطلب اشتراكا سنويا لدى موزع خدمات انترنت عبر القمر الصناعي و زيادة على الاشتراك عند الموزع المحلي.

1 . عمر موفق بشير العباي (2007)، الإدماج والانترنت ،دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ،الأردن ط1 ،ص 44
2 . نفسه ،ص 49

✓ التقنية المستقلة:

تعتبر هذه التقنية أحسن من التقنية السابقة حيث أنها ثنائية الاتجاه أي تقوم باستقبال وارسال المعلومات دون اللجوء الى خط هاتفي أو خط متخصص او اشتراك عند موزع محلي وانما تتطلب اشتراكا عند موزع خدمات الانترنت عبر القمر الصناعي، و تصريح بالاستخدام من إدارة المواصلات و الجهات الوصية بالاتصالات اللاسلكية، و تتميز عن سابقتها بسرعة أكبر، إضافة لديمومة الاتصال 24/24 ساعة.

د - الاتصال عبر تكنولوجيا الاتصال اللاسلكي واي ماكس (WiMax):

تعتبر الـ WiMax امتدادا لتكنولوجيا الـ Wifi من حيث التطور في الخدمات اللاسلكية ذات الحيز الواسع، و تعتبر تكنولوجيا الـ WiMax من الشبكات الاقليمية اللاسلكية Wireless Metropolitan Area Network (WMAN) و تهدف الى تقديم مزايا جديدة تفوق مثيلاتها من الخطوط الرقمية (DSL)، ISDN، وخطوط الكابل الارضية، فتهدف الى امداد المواقع المستخدمة للـ Wifi بالانترنت لاسلكيا.

من مزايا الـ WiMax السرعات العالية التي تصل نظريا الى 70 Mb/s والتي تمد المؤسسات بخطوط لا سلكية شبيهة بخطوط Xdsl ولكن لا سلكيا، وتمتد الى مسافات تصل نظريا الى 50 كم، و تعمل في الحيز الترددي ما بين 10 و 66 جيجا هرتز، وقد نزلت مواصفة أخرى حديثا لتوصيف العمل في الحيز الترددي ما بين 2 و 11 جيجا هرتز، تمتد الى العديد من الكيلومترات عل حسب الموافقة من قبل الدولة.

تعتبر هذه الوسيلة من أهم طرق الاتصال في المؤسسة التي تعمل خارج نطاق تغطية أسلاك الهاتف للمتعاملين فيمكنها الحصول على الانترنت بمجرد وجود مجال بث (النقط الساخنة) لمزود الخدمة، بالإضافة الى أنها تساعد أصحاب الأعمال وتبقيهم متصلين بأعمالهم وهم في تنقل أو في سفر فأول وجود لهذه الخدمة تم تطبيقه في المطارات ومحطات النقل البرية لتوفير الانترنت لكل للأشخاص وخاصة أصحاب المؤسسات لتمكنهم من متابعة نشاطات المؤسسة ومراقبة سير العمل عن بعد.

هـ- الاتصال عبر الهاتف النقال:

يمكن الاتصال بالإنترنت من خلال العديد من أنواع الهواتف النقالة وهواتف الإنترنت، حيث أن بعض الهواتف النقالة تسمح بتصفح موافق الإنترنت و قراءة البريد الإلكتروني مباشرة باستخدام خاصية الواب(wap) ، وهذه التقنية تمكن بعض أنواع الهواتف النقالة وبعض كميوترات الجيب من الدخول الى أجزاء من الإنترنت.

كما أن بعض الهواتف النقالة يمكن استخدامها كمودم بحيث يمكن بواسطتها الاتصال بمزود خدمة الإنترنت، وهذا باستعمال خدمة (GPRS) الأسرع، حيث أن خدمة (GPRS) تعني خدمة اللاسلكي للحزمة العامة، وهي عبارة عن خدمة اتصال لا سلكي مبني على تقنية النقال (GSM) ،ومن خلالها يمكن الحصول على معدلات فعالة لتدفق البيانات تصل الى 50 كيلوبايت/ثا ووصلة مستمرة لخدمة المعطيات لمستخدمي الهواتف النقالة والكميوترات والتطبيقات، و التفاعل مع المواقع الإلكترونية للوسائط المتعددة و التطبيقات المشابهة باستخدام أجهزة النقال المحمولة و كذلك أجهزة الكمبيوتر المحمولة¹ .

و- الاتصال عن طريق الخط المخصص المستأجر LS:

الخط المخصص المستأجر LS هو الخط الذي يتيح الاتصال المستمر بالإنترنت دون انقطاع، فالخطوط المستأجرة هي عبارة عن حلول ربط مخصصة تكون فيها سعة النطاق مكرسة للاستعمال الخاص وبشكل حصري، و من أكثر الفئات التي تستفيد و تحتاج لخدمة الخط المستأجر بالعادة من قبل قطاع الاعمال، إذ تتطلب طبيعة عمل هذا القطاع نوعية عالية و اتصال ثابت على مدار الساعة دون انقطاع و تتميز الخطوط المستأجرة بـ:

- خط خاص و مباشر يربط بين موقع المشترك و مزود الخدمة؛
- اتصال سريع و ثابت؛
- متوفرة على مدار الساعة بسرعة تصل الى عدة ميغابايتات في الثانية و هو مخصص للاتصال الرقمي؛
- سهولة الاتصالات الداخلية عبر البريد الإلكتروني (للمؤسسات)؛

¹ . محمد محمود الحيلة(2007)، تكنولوجيا المعلومات بين النظرية والتطبيق، دار ميسرة للنشر والتوزيع، عمان ط1، ص 34

- يسمح بعقد المؤتمرات المرئية (الفيديو) و تطبيقات الصوت عبر الانترنت VoIP بجودة ممتازة.

وبهذا فان LS يوفر الربط الدائم التعامل مع الشبكة بشكل مستمر على مدار الاربعة والعشرين ساعة يوميا فيصبح الكمبيوتر الخاص بالمؤسسة جزء من شبكة الانترنت، لذلك غالبا ما تستخدم هذا النوع من الاتصال بشبكة الانترنت المؤسسات الكبرى والجامعات والمؤسسات الحكومية، أما الأشخاص أو المؤسسات الصغيرة لا تستطيع أن تختار هذا الأسلوب في الربط والذي يسمى أحيانا الخط الدائم، فأمامها خيارات أخرى اقل تكلفة و تفي أيضا بالغرض.

ى- الاتصال عن طريق الخطوط الكهربائية PLC:

تعتبر طريقة الاتصال عبر خطوط الكهرباء تقنية متطورة، إذ يعد نظاما للاتصال بين الحواسيب وهو مطابق للشبكة المحلية العادية (LAN)، و يستعمل أيضا للاتصال بالانترنت ومن خلال توصيل جهاز الحاسب الآلي الى المودم الموصل بالتيار الكهربائي في مكان التزويد بالخدمة، ليتم الدخول بسرعة عالية¹.

3.1.4.4. خدمات الانترنت:

توفر الانترنت العديد من الخدمات و أهمها:

- خدمة الشبكة العنكبوتية www ؛
- خدمة البريد الالكتروني E-mail ؛
- خدمة المحادثة الصوتية VoIP ؛
- خدمة مجموعات النقاش Forums؛
- خدمة المجموعة الاخبارية Newsgroups ؛
- خدمة الربط عن بعد Telnet ؛
- خدمة بروتوكول نقل الملفات FTP.

¹ . محمد محمود الحيلة(2007)، تكنولوجيا المعلومات بين النظرية والتطبيق، نفس المرجع ، ص 36

➤ خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية (www):

تعرف أيضا بخدمة الويب (web) و هي مجموعة من الخدم التي يمكن الاتصال بها و تعد هذه الخدمة من أهم خدمات الويب، فهي وسيلة من وسائل الدعاية حيث تتضمن إظهار النص المكتوب بألوان متعددة، كما يمكن أن تتضمن صفحات الويب مناظر و ملفات صوتية و عروض مرئية عن منتجات مؤسسة ما¹.

وتنصب أغلب المؤسسات التي ترغب في استخدام الشبكة العنكبوتية العالمية كأداة تسويق أو لمزاولة الأنشطة الكترونيا موقعا في الشبكة العنكبوتية (web sites)، فيعرف wesphalen الموقع الالكتروني على أنه" الفضاء الذي تضعه المؤسسة لتزويد الزبائن أو المتصفحين بالمعلومات وانشاء علاقة معهم، مهما كان نشاط المؤسسة، فيعد الموقع الالكتروني القاعدة الاولى والانطلاقه نحو المجموعة الافتراضية"، وتنقسم المواقع الى ثلاث أنواع أو أشكال هي : المواقع الاعلامية، المواقع الترويجية و مواقع المناقلة، وهذا لعرض منتجاتها و خصائصها بالإضافة الى مجموعة من المعلومات الخاصة بالمؤسسة تتوزع على العديد من الصفحات، وتكون مرتبطة بروابط تسهل عملية الانتقال بمجرد النقر عليه و حتى القيام بعمليات تسديد الفواتير وتوجد طرق جديدة للظهور على الشبكة تشبه مواقع الويب الخاصة لكنها مجانية وتعرف بالمدونات Blogs وبمجرد التسجيل المجاني يتحصل الشخص على مساحة جاهزة تمكنه من عرض الصور والمعلومات، وهي صالحة للأفراد وحتى للمؤسسات الحرفية أو الصغيرة، ولتنصيب موقع إلكتروني فعال يجب :

- وضع مخطط واضح للموقع؛
- وضع طريقة عمل واضحة مع فصول على حسب الاحتياجات؛
- توفير امكانية الرجوع الى الصفحة الرئيسية "home"؛
- تعدد اللغة المستخدمة في عرض الموقع بحيث تشتمل على لغتين على الأقل؛
- إيجاد التوازن بين (الصور/ الفيديو) وبين المدة الزمنية لتحميل الصفحة الرئيسية، وهذا مهم جدا بالنسبة للموقع؛
- توفر الموقع الالكتروني على محرك للبحث لتسهيل عملية البحث من طرف المتصفح.

¹ . عليان، ربحي والطوباسي، محمود، (2005) ، الاتصال و العلاقات العامة، دار الصفاء، الطبعة الاولى، الأردن ص 23-25

مع التطورات التكنولوجية و التقنية، أصبح تنصيب الموقع الالكتروني في بعض الأحيان، نتيجة إرادة المسير، وهذا رغبتا منه للظهور بصورة حسنة و الحداثة من دون التفكير في فعاليته الحقيقية، فالموقع الالكتروني ذو الطابع التجاري و التسويقي يتم تحديد وظائفه بدقة عند اتخاذ قرار الانشاء، و هذا وفقا للنشاط وأهمية الموقع، وفي الأغلب تكون معظم الوظائف مستغلة، فمن خلال دراسة قامت بها Benchmark Group سنة 1998 مست 1500 مؤسسة فرنسية، تدور حول أهداف امتلاكها للموقع الالكتروني فكانت الاجابات كالاتي : 70% من أجل وضع اتصال تأسيسي، 56% عرض معلومات عن المؤسسة للزبائن، 23 % لأهداف تسويقية، 9 % لإنهاء الصفقات. من خلال هذا فان أغلب المواقع تمر من الوظيفة التأسيسية أو وظيفة العرض الى البيع على الخط من خلال ما يعرف دورة حيات الموقع الالكتروني، لكن في الواقع فان الوظائف الأساسية للويب عادة ما تكون مرتبطة أو مكملة لبعضها البعض لا نستطيع التفرقة و رسم حدود بين وظيفة و اخرى، و من خلال هذا فان الوظائف الأساسية للويب تتمثل في¹

- الوظيفة التأسيسية؛
- وظيفة عرض المنتجات و الخدمات؛
- وظيفة المناقلة؛
- وظيفة خلق القيمة المضافة؛
- وظيفة دعم الزبون؛
- وظيفة خفض التكلفة؛
- وظيفة الانفتاح الدولي؛
- وظيفة جمع المعلومات؛
- وظيفة خلق المداخل الاشهارية.

¹ . عليان، ربحي والطوباسي، محمود، (2005) ، الاتصال و العلاقات العامة، نفس المرجع ، ص 27

➤ البريد الإلكتروني E-MAIL

يعد البريد الإلكتروني من الخدمات الشائعة جدا لإرسال و استقبال الرسائل الإلكترونية، و قد توفرت هذه الخدمة على الإنترنت منذ أكثر من عشرين عاما، و في المؤسسات تكون برامج البريد الإلكتروني عادة جزء من مجموعة برمجيات، ويمكن للشركات الأصغر أو الأفراد ان يستخدموا برامج البريد المجانية أو منخفضة التكاليف و يعد استخدام مواقع الويب لتوفير تسهيلات البريد الإلكتروني المجاني ابتكارا حديثا ، وهذه المواقع لا تتطلب أية برمجيات خاصة، باستثناء مستعرض الويب مثل : Hotmail, Gmail, Yahoo Mail

يعتبر البريد الإلكتروني أداة للتواصل مع الزبائن وأحد أهم التطبيقات التجارية، بالإضافة الى أن البريد الإلكتروني يسهل عمليات الاتصال مع الموردين، و الشركاء و الموزعين و غيرهم، ويعد البريد الإلكتروني مهما للغاية لأنه يوفر للمؤسسات وسيلة اتصال خارجية، وخاصة لأعلام الزبائن بالمنتجات المختلفة و العروض الجديدة، الأمر الذي لا يتوفر باستخدام مواقع الويب، لأنها ذات آلية سحب تعتمد على زيارة الزبائن للموقع باستمرار، فالبريد الإلكتروني مهم بالنسبة للزبون الذي يقوم بإرسال بريد الكتروني الى أحد المؤسسات لطلب المزيد من المعلومات عن خدماتها أو أسعار منتجاتها، فيكفي أن يرسل الزبون بريدا الكترونيا الى عنوان المؤسسة الإلكتروني ليأتيه الرد يحوي ملخصا عن منتجات المؤسسة و بهذا أصبح البريد الإلكتروني أحد أهم وسائل الاتصال، لذا فمن أن يستخدم بشكل جيد، و أن يتم تدريب الموظفين على هذه الخدمة بالشكل الأمثل ليكونوا أكثر كفاءة¹.

➤ الصوت عبر بروتوكول الإنترنت (VoIP)

لقد أتاحت الابتكارات الحديثة الفرصة أمام الجميع لاستغلال مزايا الاتصال بالهاتف عبر الإنترنت الذي يعرف أيضا ببروتوكول الصوت عبر الإنترنت VoIP، ويمكن من خلال هذه الخدمة إجراء اتصالات هاتفية عبر الإنترنت من كمبيوتر الى كمبيوتر آخر أو من كمبيوتر الى هاتف ثابت أو محمول، علما بأن الاتصالات من كمبيوتر الى كمبيوتر تكون مجانية عادة، أما الاتصال من كمبيوتر الى هاتف ثابت أو محمول تكون بأسعار مخفضة عن المكالمات الهاتفية العادية.

1 . الصباغ عبد الوهاب (2006)، الإنترنت وآفاق النشر في العالم العربي، العدد 34 ص 12

يعد برنامج Skype من بين البرامج التي لاقت رواجاً كبيراً فلهذه تطبيقات عديدة منها المحادثة بالصوت و الصورة و الاتصال الهاتفي و نقل الملفات من جهاز الى جهاز، بالإضافة الى المحادثة الجماعية، و يتنوع هذا البرنامج على حسب نوع الاستعمال فهناك برنامج مخصص للاستعمال العام و آخر مخصص للمؤسسات "Skype for Business" و الذي يتميز بعدة خصائص منها إمكانية الاتصال الى هواتف نقالة مخصصة للعمل على هذا البرنامج و بتكلفة أقل بكثير من تكلفة الاتصال بالهاتف النقال مع إمكانية تعبئة رصيد تلك الهواتف، من خلال هاتمه الخصائص يمكن الاتصال عبر VoIP تخفيض تكاليف الاتصال¹

➤ خدمة مجموعات النقاش Forums

تعرف مجموعات النقاش على الانترنت بأنها أداة منخفضة التكاليف، تؤمن وسيلة اتصال في الزمن الحقيقي بين الأفراد في غرف خاصة حسب الاختيار، حيث كانت خدمة الدردشة في السابق تتطلب برمجيات خاصة كغيرها من الخدمات، إلا أنها انتقلت الى الويب، وهي إحدى أكثر الخدمات طلباً على الانترنت بسبب شعبيتها، لذا نجد العديد من المواقع تعلن عن وجود هذه الخدمة لديها.

تبدو هذه الخدمة كما لو أنها تستخدم كوسيلة ترفيهية أكثر منها تجارية، فمن وجهة نظرا تسويقية، فانه من غير الملائم للمؤسسة أو زبائنها أن يقوموا بالاتصال مع بعضهم البعض في الوقت نفسه، حيث أن الأشخاص المعنيين قد لا يكونوا متواجدين في اللحظة نفسها، لذا تعد أنظمة التواصل التزامنية، كالبريد الإلكتروني و منتديات النقاش أكثر فعالية، أما بالنسبة للمؤسسات التي ترغب بتأمين خدمات دعم للزبائن أو لدارسة الأسئلة الواردة من شركات أخرى، فتعد مجموعات الحوار أكثر فعالية.

➤ المجموعات الإخبارية Newsgroups

يمكن تعريف المجموعات الإخبارية على أنها لوحة إعلانية إلكترونية كبيرة حيث يمكن النظر الى هذه المجموعات كلوائح نشرات قراءتها محدودة بمجموعات مغلقة، يتم إرسال الأسئلة أو العبارات المختلفة من قبل أشخاص يبحثون عن معلومات إضافية حول أمر ما ، ويقوم الآخرون بالرد على هذه التساؤلات.

1 . الصباغ عبد الوهاب (2006)، الإنترنت وآفاق النشر في العالم العربي، نفس المرجع ، ص 14

عادة ما تتطلب التطبيقات التسويقية للمجموعات الإخبارية الحصول على نتائج أبحاث تسويقية على شكل تغذية عكسية من الزبائن، فمثلا يمكن للمؤسسة التي تصنع منتج معين أن تجد تعليقات تفيدها في المجموعة الإخبارية تتعلق بذلك المنتج، و قد تكون هذه التعليقات سلبية أو ايجابية حول الصنف الذي تنتجه، إلا أن الملاحظات ستكون مفيدة حتما¹

➤ خدمة Telnet

تستخدم خدمة Telnet للربط بالحاسوب عن بعد و نقل الملفات، كما تستخدم في كثير من الأحيان كوسيلة لنشر أنظمة معالجة ترتيب المبيعات عبر شبكات متباعدة جغرافيا، فمثلا إذا قام شخص بالحجز لسفريّة عمل بواسطة أحد فروع وكالة سفريات، يتم تخزين الحجز في أحد حواسيب المكتب الرئيسي باستخدام تقنية Telnet للدخول الى الحاسب المركزي، وليس لخدمة Telnet علاقة وطيدة بالتسويق على الانترنت لأنها في معظم الحالات غير عملية للقيام بعمليات التجارة الالكترونية².

➤ خدمة بروتوكول نقل الملفات FTP

قد يحتاج المستخدم الى الحصول على نسخ من البرمجيات أو ملفات المعطيات للاستخدام الشخصي بهدف المعالجة و في الحالة يمكننا اللجوء الى خدمة بروتوكول نقل الملفات الذي يحدد طريقة تحويل الملفات من حاسوب الى آخر، و بذلك يمكن تحويل نماذج مختلفة و عديدة من الملفات الى الحاسوب، و يمكن التسويق أن يستخدموا هذه الخدمة بطريقتين مختلفتين:

- تستخدم برامج خدمة بروتوكول لتحميل أو نقل الملفات، أو نقل صفحات الويب والرسومات المكتوبة بلغة HTML الى موقع الويب عند بناء أو تحديث الموقع، و تأتي العديد من هذه التسهيلات اليوم مدمجة مع برمجيات كتابة صفحات الويب.
- يمكن استخدام خدمة بروتوكول نقل الملفات أيضا كوسيلة للاتصال مع الزبائن حيث يمكن توزيع كميات كبيرة من المعلومات مثل قوائم الأسعار، قوائم المنتجات (الكتالوجات) أو معلومات الدعم الفني على مواقع الانترنت، ليقوم الزبائن أو الموردين بتنزيلها حسب حاجتهم³.

1 . ياسين، سعد غالب، (2009) ، الإدارة الإلكترونية و أفاق تطبيقها العربية، مكتب الملك فهد الوطنية، الرياض ص 20

2 . الدليمي، عبد الرزاق، (2011)، مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، ص 48

3 . ياسين، سعد غالب، (2009) ، الإدارة الإلكترونية و أفاق تطبيقها العربية المرجع نفسه ، ص 23

2.4.4. مفهوم شبكة الاكسترنانت:

على عكس شبكة الانترنت التي تقوم بتجهيز العاملين في داخل المؤسسة باحتياجاتهم من المعلومات، فان شبكة الاكسترنانت هي شبكة المؤسسة الخاصة التي صممت لتلبية احتياجات المستفيدين من خارج المؤسسة من المجهزين والزبائن و حملة الأسهم مثلا، و يحدد حجم الدخول على حسب نوع المعلومات و المستخدم فمثلا في البنوك نجد في الاكسترنانت خدمة لعامة الناس و جزء مخصص للزبائن للدخول و تصفح الى حساباتهم، او مع الذين تجمعهم مركزية التخطيط أو الشراكة و تؤمن لهم تبادل المعلومات و المشاركة فيها دون المساس خصوصية الأنترنت المحلية لكل مؤسسة، وبناء على التعريف السابق يمكن ان نجد أن نجد تطبيقات شبكة الاكسترنانت في المجالات التالية:

- نظم تدريب و تعليم العملاء؛
- نظم المشاركة في قواعد البيانات بين الجامعات و مراكز الأبحاث التابعة لحكومة ما أو لإدارة معينة؛
- شبكات مؤسسات الخدمات المالية و المصرفية؛
- نظم تسيير شؤون الموظفين و الموارد للشركات العالمية المتعددة المراكز والفروع..الخ¹

1.2.4.4. أنواع شبكات الاكسترنانت:

نشأت شبكات الاكسترنانت استجابة لما يتطلبه قطاع الأعمال من شراكات و تحالفات و ما يقتضيه من أمن على المعلومات المتبادلة عن طريق الشبكات، مع العناية الشديدة بالصلاحيات، اصطلاح على تسمية هذه الفعالية باسم تعاملات الشركات مع بعضها، ولهذا فإن تصنيف شبكات الاكسترنانت يعتمد على قطاع الأعمال الذي يقسمها الى الأنواع التالية:

¹ . الزبيدي ماجد (2005) شبكة الإنترنت واستخدامها في المكتبات ،ص 16

❖ شبكات اكسترنات التزويد أو التكميل:

تربط هذه الشبكات المخازن الفرعية والمخازن الرئيسية الخاصة بالبضائع فهي تقوم بالتوفيق بين المخازن الفرعية والمستودعات الرئيسية للتحكم في مستوى المخزن بنظام، و بالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز المخازن، و بالتالي بهذا المحافظة على كميات ثابتة من المخزون

❖ شبكات اكسترنات التوزيع (Distributor Extranets)

يقدم هذا النوع من الشبكات خدمة الطلب الالكتروني للعملاء من حجز و اشتراكات و تسوية الحسابات آليا و غيرها من الخدمات، في ظل خدمات النشر الفوري للتعديلات و التحديثات التي قد تحدث على هذه الخدمات من تغير الاسعار و المواصفات و يعد هذا النوع من الاكسترنات أكثر الأنواع تواجدا

❖ شبكات اكسترنات التنافسية (Peer Extranets)

تعزز هذا النوع من الإكسترنات الندية والتنافس في القطاعات الاقتصادية، إذ تمنح المؤسسات الكبيرة والصغيرة فرصة متكافئة في مجال البيع والشراء عن طريق ربط المؤسسات الصغيرة والكبيرة كي تنقل فيما بينها الأسعار، المنتجات والمواصفات التقنية الدقيقة وهذا للرفع من مستوى الخدمة في ذلك القطاع، وتعزيز جودة المنتجات والقضاء على الاحتكار.

2.2.4.4. فوائد شبكات الاكسترنات:

لقد تعددت فوائد شبكات الاكسترنات و نذكر فيما يلي بعض المجالات التي يمكن أن تستخدم فيها الاكسترنات لتحسين العمل ونقله خطوة للتوجه الى الأعمال الالكترونية¹

- **تسهيل عمليات الشراء في الشركات:** إذ يمكن أن تقوم مؤسسة ما بإرسال طلب شراء الى مؤسسة اخرى تقع على بعد عشرات الكيلومترات عبر الاكسترنات التي تربط بينهما، وتلغي الحاجة الى المراسلات بكل انواعها.

¹ . حشمت قاسم(2000)، الإنترنت ومستقبل خدمات المعلومات العدد 1 ص 56

- **متابعة الفواتير:** في حال الحاجة للتوقيع الجماعي تسهل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين في مناطق مختلفة، كما تسمح لهم بمتابعة إجراء الصرف أو القبض، ووضع العلامات التي تشير الى كل عملية تجري على الفاتورة أثناء تناقلها بين الفروع والاقسام.
- **خدمات التوظيف:** تقدم الاكسترنات خدمة الربط بين الجامعات والمعاهد ومع سوق العمل من أجل تزويدها بالموارد البشرية المؤهلة وهذا ما يسمح للطرفين بالاستفادة منه، فيجد الفرد المتخرج طلبات العمل و باستطاعته كذلك وضع طلب عمل حيث سيحول في شكل عروض الى المؤسسات و بهذا لا يضيع الوقت ولا تبقى الاماكن شاغرة لمدة طويلة، وبالتالي يتم تأمين الاحتياجات عن طريق الشبكة.
- **تواصل شبكات توزيع البضائع:** تمكن شبكة اكسترنات من ربط الموزعين المحليين بالمزود الرئيس لكي يتم الاسراع بعمليات الطلب و الشحن و تسوية الحسابات، كما يمكن أن تبنى التطبيقات المستندة الى مفهوم نقطة الطلب لتتمة كامل عمليات التوزيع و تسوية الحسابات المتعلقة بها.

من خلال هذا نستنتج أن الاكسترنات باتت من التقنيات الرائجة في هذه المرحلة من عصر المعلومات، و يتوقع الدارسون أن تحل محل الشبكات ذات الوظائف الخاصة القائمة حالياً، خاصة في قطاع الاعمال و التجارة الالكترونية، لما توفره من أموال ولتحل محل العمليات، الى جانب التسهيلات الكبيرة في العمليات التسييرية والتفاعل مع الزبائن، ومن التطبيقات العملية لشبكات الاكسترنات التي يمكن تسخيرها في الواقع العملي نذكر ما يلي:

- التعامل عن بعد؛
- الارتباط مع باقي فروع المؤسسة؛
- استخدام واجهة الويب في تطبيقات الأعمال؛
- تبادل المعلومات الكترونياً (EDI).

و يمكن استخدام تطبيقات هذه الشبكات على الويب، إذ أصبح من الممكن الدخول الى مواد وصفحات محددة من أحد المواقع عن طريق كلمة مرور (Password) واسم مستخدم محدد يتم الاتفاق عليه بشكل مسبق بين الطرفين، كما تتوفر الآن قوائم العرض الالكترونية (e-catalogs)، و التي تزود الزبائن ساعة بساعة بالعروض و الاسعار و أزمنة الشحن و التوصيل

و ما الى ذلك من المعلومات المطلوبة، ويتم الولوج الى المواقع و الخدمات السابقة بامتلاك حساب على الجهاز الموزع للموقع للوصول الى مجموعة معينة من الخدمات و المعلومات مما يسمح بدخول المؤسسات الى عالم المنافسة.

3.4.4. شبكة الانترنت:

الانترنت هي شبكة خاصة للمؤسسة وتطلق تسمية الانترنت على التطبيق العملي لاستخدام تقنيات الانترنت والويب في الشبكة الداخلية للمؤسسة، بغرض رفع كفاءة العمل الاداري و تحسين آليات تشارك الموارد و المعلومات و الاستفادة من تقنيات الحوسبة المشتركة، كما تقدم شبكة الانترنت خدمة الولوج الى الإنترنت، مع منع العكس (أي لا يمكن لغير المسجلين في شبكة الانترنت الولوج إليها عن طريق الإنترنت)، وبذلك تؤمن سورا منيعا- يطلق عليه اسم جدار النار (Fire walls)- حول محتوياتها مع المحافظة على حق وصول العاملين الى مصادر المعلومات الخارجية على الانترنت، ويعد البعض شبكة الانترنت نموذجا مطورا من نظام الخادم / الزبون (client/server) المعتمدة في الحوسبة، فشبكة الإنترنت تعد قاعدة الانطلاق الى الدخول لشبكة المؤسسة من الخارج (EXTRANET)، فشبكة الانترنت هي أساس اتصال المؤسسة في الداخل، بحيث تشكل بداية الانطلاقة للإدارة الالكترونية، فالاتصالات الالكترونية من خلال الادارة الالكترونية هي النظام العصبي للأعمال الجديدة¹.

يعد عامل سرعة النفاذ الى المعلومات عاملا مهما عند اختيار الحل الشبكي المناسب لمشروع أو مؤسسة ما، وفي حالة الإنترنت لا يمكن الجزم بأن الإنترنت أسرع أو أبطأ لأن ذلك يعتمد على الهيكل التي تعتمدها، ولذلك سنفصل مستويات السرعة استنادا الى الهيكل.

- في حال كون الإنترنت مبنية على شبكة محلية (LAN) فإن سرعتها تكون هي سرعة الشبكة المحلية تبدأ من عشرة ميغابايت في الثانية (Mbs) وتصل الى واحد جيجابايت في الثانية (1Gbs).
- أما في حال ما إذا كانت بعض العقد تتصل بالإنترنت عن طريق الإنترنت فإن سرعة الإنترنت ستعتمد على سرعة الإنترنت التي تنخفض في وقت الذروة و ترتفع في ساعات التشغيل العادي، و يجب أن يقاس سرعة النظام بسرعة أبطأ عناصره، وعليه

¹ . الزبيدي ماجد (2005) شبكة الإنترنت واستخدامها في المكتبات ص 63

فإن السرعة ستتراوح من 56 كيلو بايت في الثانية الى غاية 24 ميغابايت في الثانية وهذا يفرض أن الاتصال بالإنترنت مستند الى الخطوط الهاتفية.

- أما الحالة الأخيرة فهي وجود خدمة هاتفية مخصصة للإنترنت، وفي هذه الحالة تتحدد السرعة بناء على ما تمنحه شركة الاتصالات التي تقوم بتقديم الخدمة، وقد تصل السرعة الى العديد من الميغابايتات في الثانية.

1.3.4.4. أسباب توجه المؤسسات الى استخدام الانترنت:

تتجه المؤسسات الى استخدام الانترنت وهذا لاستغلال الفوائد التي توفرها من تقليص للتكاليف و توفير للوقت بإضافة الى تسخير خدمات الانترنت، وهذا ما سنتطرق إليه بالتفصيل.

✓ **تقليص التكاليف:** يعمل الجهاز الموزع في شبكة الإنترنت على تقليل الحاجة الى وجود نسخ متعددة من البرامج و قواعد البيانات، لأن هيكله موقع شبكة الإنترنت مطابقة تماما لبنيتها على الإنترنت، و تسمح هذه البنية بخدمة تنزيل الملفات و التطبيقات بسهولة، كما أن الوصول الى البيانات المشتركة يمكن أن ينفذ عن طريق قاعدة البيانات المشتركة و يتم الوصول إليها من المستخدمين كل تبعاً للصلاحيحة الممنوحة له.

كما يمكن للمؤسسة أن تستغني عن الكثير من المطبوعات و النماذج الورقية التي تقدم الإنترنت حلولاً إلكترونية لها مثل : دليل الهاتف و طلبات الصيانة و الخدمات الإدارية المتعددة، الى جانب ذلك يمكن اعتماد أجهزة متواضعة الإمكانيات للموظفين لأن الجهاز الموزع هو الذي سيقوم بجميع مهام التخزين و إدارة العمليات عن طريق الموقع الداخلي للمؤسسة، وسيكون برنامج استعراض الإنترنت (مستعرض الإنترنت) هو البرنامج الرئيسي، وقد يكون الوحيد، الذي يحتاجه الموظف لتأدية وظيفتها¹.

✓ **توفير الوقت:** يساهم استخدام الانترنت في التقليص من الوقت الضائع في الاتصال الداخلي بالمؤسسة، كما يعتبر وسيلة لضمان دقة سير الاتصالات و عدم تكرارها، فتنظيم تبادل المعلومات والخدمات الادارية يتم عن طريق نماذج معيارية متفق عليها، ولا يتم إرسالها عن طريق النظام البريدي الداخلي قبل استيفاء المعلومات المطلوبة بكاملها، ومن ثم يتم حفظها آلياً في الجهاز الموزع أو الجهاز خادم البريد الإلكتروني، و تظهر لدى

1 . الدركزلي شذى (2006)، الإنترنت ثورة المعلومات والثقافة والتعليم ، آفاق الثقافة والتراث، العدد 66 ص 43

الطرف الثاني بعد وقت قصير جدا، وبهذا تكون الانترنت قد جمعت بين الدقة و توفير الوقت، إضافة الى أن نشر المعلومات عن طريق الموقع الداخلي يتم في الزمن الحقيقي. ✓ **الاستقلالية و المرونة:** تربط الانترنت بين مختلف أجهزة كمبيوتر مثلها في ذلك ككل الشبكات الحديثة، أما الميزة التي تنفرد بها الانترنت فهي إمكانية النفاذ الى موارد المعلومات عن طريق الموقع الداخلي يتم في الزمن الحقيقي و لا يحتاج الى أي عمليات إعداد مسبقة 1

✓ **تسخير خدمات الانترنت:** تقدم شبكة الانترنت جميع خدمات الانترنت وتقنيات الويب لمستخدميها وبالتالي تسهل الارتباط بالانترنت إذا أرادت المؤسسة التزود بها، ونذكر من هذه الخدمات:

- البريد الإلكتروني (e-mail)؛
- خدمة الحوار في الزمن الحقيقي (chatting)؛
- تقنية الملفات الإلكترونية المحمولة؛
- خدمة نقل الاخبار؛
- خدمة مؤتمرات الفيديو (vidéo conférence).

لكن هناك عدة فروقات بين الانترنت و الانترنت، فهذه الاخيرة يمكن لأي شخص الوصول اليها من أي مكان فهي غير مملوكة لأحد، بينما الانترنت فهي ملك للمؤسسة المستضيفة و لا يمكن لأي شخص خارج المؤسسة الوصول اليه إلا من داخل المؤسسة، أما وجه الشبه بين الانترنت و الانترنت فهي :

- كل منهما يستخدمان صفحات لغة HTML؛
- كلاهما يستعمل برنامج التصفح لمشاهدة الصفحات؛
- كلاهما يستعمل نفس المعايير أو البروتوكولات في استقبال وارسال المعلومات عبر خطوط أو وسائل الاتصال بين أجهزة الكمبيوتر؛

1 . الدرکزلي شذی (2006)، الانترنت ثورة المعلومات والثقافة والتعليم ، نفس المرجع السابق، 44

و بهذا نكون قد توصلنا الى الفوائد العديدة و المزايا العديدة التي يجنيها لوجود شبكة انترانت في أي مؤسسة، حيث يمكن لهذه الشبكة أن توصل المعلومات بشكل أسرع بين الأفراد وتسهل عملية المشاركة في المعلومات و سرعة تبادلها بين مستخدميها¹

6.5. المخاطر التي تواجه الشبكات المعلوماتية: تقسم الى صنفين:

أولاً: التهديدات المقصودة

كصناعة الفيروسات الالكترونية، اختراقات الشبكة المعلوماتية من قبل اشخاص غير مصرح لهم ، تشويه السمعة، المضايقة، النصب، فهي أعمال يقوم بها المخترقون عمدا

ثانياً: التهديدات الغير المقصود

تكون نتيجة عدم اتخاذ التدابير الوقائية اللازمة، كالتهديدات الناتجة عن الكوارث الطبيعية عطب في أحد مكونات الشبكة، خطأ فني ناتج عن سوء تنفيذ أحد البرامج المشغلة... الخ²

1.6.5. رسائل حرب المعلومات:

يصنف المخترقون الى نوعين³

✓ أصحاب القبعة السوداء:

هم الذين يقومون بعملية الاختراق لأغراض إجرامية، مثل اختراق شبكات البنوك لسرقة الاموال.

✓ اصحاب القبعة البيضاء:

هم المخترقون الذين لا يعتمدون من وراء عملياتهم التخريب بالأمن المعلوماتي ويشمل هذا النوع الاختراق لغرض تطويري او تعليمي، كالتى تعلن عنها شركات أنظمة التشغيل.

حتى يتم المخترقون من تحقيق هدفهم، يتم استعمال مجموعة من الوسائل نذكر منها:

- الفيروسات : هي برامج تعمل على الاخلال بنسيج الشبكة، تستخدم لتعطيل البنية التحتية، لها القدرة على الاختفاء، الانتشار، التدمير.

- الديدان: تستخدم عادة في حروب المعلومات التي تستهدف الشبكات المالية للبنوك

والبورصات، فهي عبارة عن برنامج يتكاثر بنسخ نفسه عن طريق الشبكة⁴

1 . الدركزلي شذى (2006)،الإنترنت ثورة المعلومات والثقافة والتعليم ، نفس المرجع السابق ،ص 45

2 . الكري، الطاهر، (2005) ، تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات و علاقتها باداء المنظمات، مجلة الجدول، العدد 24

3 . خلادي، عبد القادرو سليمة، كويبي، (2010) ، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر: وضعية وفاق، اجتماع الخبراء الاقليمي حول معوقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الدول العربية

4 . الصرن، رعد حسن، (2005) ، اهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية- دراسة نظرية، مجلة

العلوم الانسانية، جامعة بسكرة العدد 8، ص 60

- **أحصنة طروادة:** هو عبارة عن جزء من الشفرة أو برنامج صغير موجود في برنامج كبير يعمل بطريقة إطلاق فيروس أو دودة، له القدرة في إخفاء وجوده بمسح آثاره يقوم بإرسال بيانات على الثغرات الموجودة.
 - **القنابل المنطقية:** هو برنامج صغير يزرعه المبرمج داخل النظام الذي يطوره حيث يقوم البرنامج في حالة وجود صراع بين الطرفين بإرسال اي ملف يحتوي على عبارات معينة او كلمات تكون حساسة لمنتج هذا البرنامج.
 - **الابواب الخلفية:** هي تغييرات تترك عمدا من مصمم النظام، قصد التسلل عليه عند الحاجة¹
 - **الماكنات و الميكروبات فائقة الصغر:** هي عبارة عن ربوت فائقة الصغر، تنتشر في مبنى نظام المعلومات حيث تنحصر في الردهات و المكاتب، حتى تجد جهازا تدخل فيه من خلال الفتحات و تقوم بإتلاف دوائره الالكترونية
 - **الاختراق المروري الالكتروني:** تقوم هذه الطريقة بسد قنوات الاتصال بحيث لا يمكن تبادل المعلومات، كما تقوم باستبدال المعلومات وهي في طريقها بين المرسل والمستقبل بمعلومات خاطئة كنتيجة للاستخدام الشديد لشبكات المعلومات، اصبحت مسألة الأمن المعلوماتي تشكل اهم التحديات التي تواجهها المؤسسات
- 2.6.5. تحديات الشبكات المعلوماتية اتجاه حرب المعلومات:**

باعتبار المعلومة العنصر الاساسي في عالمنا المعاصر، فإن حرب المعلومات هي التنافس من أجل التحكم في هذه المعلومة

تتمثل تحديات حرب المعلومات فيما يلي:²

- ✓ **حرب المعلومات الشخصية:** هو الهجوم على خصوصيات الأفراد كالبث بملفاتهم
- ✓ **حرب المعلومات بين المؤسسات:** تكون ضمن المنافسة الغير الشريفة بين المؤسسات
- ✓ **حرب المعلومات العالمية:** تكون بين الدول والقوى الاقتصادية فيما بينها

وتتمتاز حرب المعلومات بما يلي:

- **حدود حرب المعلوماتية هي الشكات، فلا وجود لحدود مادية فيها؛**

¹ . الصرن، رعد حسن، (2005) ، اهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية ، مرجع نفسه ، ص 65
² . رجب، مصطفى، (2009) ، الطريق الثالث امام العالم الثالث، مؤتمر المعلوماتية و قضايا التنمية العربية، المركز العربي للتعليم و التنمية

- قلة التكلفة؛
- تشويه المعلومات هو هدفها الأساسي؛
- صعوبة معرفة مصدر الهجوم؛
- قد تحدث خسائر مادية اقتصادية كارثية؛
- مدافع و قنابل: تدفع المدافع لغرض تعطيل أي هدف إلكتروني، وقد يتمثل الضرر بغلق شبكة الحاسب او اعادة تشغيل بشكل دوري فلا يمكن استغلاله، او بشكل لا يمكن بعده اصلاح الحاسب و الشبكة، اما القنابل لها أثر اوسع و ابعد من المدافع.

7.5. الاجراءات الوقائية من الحروب المعلوماتية:

- حتى تؤدي شبكات المعلوماتية دورها على أحسن صورة، لا يد من اتخاذ بعض الاجراءات التي تزيد من امن الشبكات كالتالي:¹
- التأكد من امن الادوات التكنولوجية، صعوبة وصول افراد غير مخولين لذلك؛
 - الاحتفاظ بالمعلومات ضد السرقة والحرائق في خزانة مؤمنة (كالأسطوانات)؛
 - اصلاح أجزاء الكابلات داخل المؤسسة، عرض اصلاحها خارج المؤسسة وبالتالي تعريض المعلومات للتسرب؛
 - عدم استخدام برامج مجهولة المصدر؛
 - التوعية المستمرة للمسؤولين المؤسسات بالمخاطر التي قد تعود على المؤسسة في حالة اهمال الاجراءات الوقائية؛
 - الحرص على عدم تغيير لمعلومات المخزنة في الاجهزة أو المنقولة عبر الشبكات الامن من طرف الافراد المرخص لهم؛
 - التأكد من هوية الاطراف المعنية بعملية التبادل، وذلك بمعرفة هوية الطرف الاخر لتفادي عملية الخداع، كاستعمال كلمة العبور، والامضاء الالكتروني؛
- ان درجة امن الشبكات يعتمد على مدى حساسية البيانات المتداولة عبر الشبكات.

¹ . السالمي، علاء و السالمي، حسين، (2005) ، شبكات الادارة الالكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الاردن

5. من التجارة التقليدية إلى الإلكترونية:

1.5. نبذة تاريخية على التجارة الإلكترونية:

يرجع مفهوم التجارة الإلكترونية إلى بداية السبعينات من القرن العشرين باستخدام شركات أمريكية شبكات خاصة تربطها بعملائها وشركات أعمالها، وفي أوائل السبعينات بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية للتحويلات الإلكترونية للأموال **Electronic Fund Transfers** لكن مدى التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض الشركات ، في نفس فترة السبعينات أتى مفهوم تبادل البيانات إلكترونياً **Electronic Data Interchange** الذي وسع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وإمتدت التقنية من مؤسسات مالية إلى مؤسسات أخرى .

بدأ إنتشار البريد الإلكتروني مع العمل الشبكي وزاد انتشاره في الأعمال منذ أوائل الثمانينات كبديل فعال وسريع للبريد التقليدي والفاكس ، ثم أصبح من أهم الأدوات التي يستخدمها رجال الأعمال والمؤسسات¹.

مع تحول الإنترنت إلى أداة مالية وربحية في تسعينات القرن العشرين وإنتشارها ونموها خرج مصطلح التجارة الإلكترونية ثم تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية بإنتشار شبكة الإنترنت ودخولها الخدمة العامة في النصف الأول من التسعينات ، ثم ظهور شبكة ويب خلال النصف الثاني من التسعينات بدأت الشركات تستخدم البريد الإلكتروني مع خدمات استعراض وإنشاء مواقع ويب لعرض أنشطتها ومنتجاتها ووسائل الاتصال بها وبينها نتيجة تطوير وتحسين صفحات شبكة ويب على الإنترنت وسرعة انتشارها وتزايد عدد المستخدمين وإدراك أهمية الإنترنت قامت الشركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطها فنشرت معلومات الأنشطة وإعلانات الوظائف الخالية وبيانات المنتجات بالرسوم والصور عبر شبكة ويب مع وصلات مرجعية للمنتجات وأقسام الإنتاج والدعم الفني والتراسل إلا أن الوصول إلى المعلومات كان يستغرق وقتاً وجهداً مع صعوبة في الوصول إلى المعلومات بالموقع .

¹ . احمد جويلي ،غالي حمزة ،عبدون حجلة (2005) الوحدة العربية الاقتصادية ،مصر

بدأ نمو تطبيقات التجارة الإلكترونية وتطور المعدات والشبكات والبرامج وازدياد حدة المنافسة بين الشركات وظهرت التطبيقات الكثيرة والإعلانات والمزادات وتجارب الوكلاء الافتراضيين والواقع الافتراضي¹ بتطوير النظم التفاعلية وأدوات البرمجة التي تتفاعل مع مستخدم الشبكة والمواقع انتقلت المواقع من مرحلة الإعلانات إلى البيع باختيار البضائع ومراسلة البائع الذي يقوم بإرسال البضائع وتحصيل قيمتها عند تسليمها نظراً لإفتقار الشبكة للتأمين والسرية ونفشي القرصنة وسرقة بطاقات الائتمان ومن أجل حماية معلومات المستخدم وإستخدام الشبكة بفاعلية أكبر في ترسيخ أنشطة التجارة الإلكترونية بدأت إجراءات تأمين وتوثيق مواقع الشبكة ووجود قواعد بيانات لحفظ معلومات العملاء وإستخدام هذه المعلومات في تحديث قواعد بيانات الموقع بتطور تقنيات الإتصالات الشبكية والوصول إلى أدوات تأمين أمكن إستخدام بطاقات الائتمان في دفع قيمة البضاعة عبر الإنترنت .

بدأت الأعمال الإلكترونية بين الشركات عبر الإنترنت لتنتقل إليها الصفقات التجارية بتفاصيلها وأعمالها الإدارية والوثائق التأمين وفواتير الشحن والعقود وأوامر التحويل البنكي وعروض الأسعار والإتمادات المستندية وغيرها إلكترونياً بمفاهيم مختلفة عن الطرق التقليدية . نشأت الأسواق الرقمية كمواقع تلاقٍ لشركات مختلفة إذ تربط مجموعة كبيرة من المصنعين والموزعين وتجار التجزئة وموردي مكونات الإنتاج في صناعة أو نشاط بشبكة معلومات واحدة تحتوي على بياناتهم وتديرها شركة مستقلة تقوم بإظهار مؤشرات المعلومات والتقارير للمشاركين لتبادل المعلومات التجارية وإستثمارها في عقد الصفقات بينهم .

ظهرت شركات التجارة (دوت كوم) **Dot Com** كمواقع مستقلة متخصصة في التجارة الإلكترونية ليست تابعاً لشركات الإنتاج أو شركات البيع تتخصص في عرض جميع منتجات منتجين ليقوم المستهلك بالتسوق والشراء من خلالها، وتحصل المواقع على نسبة من قيمة المبيعات التي تتم من خلالها.

كما ظهرت بطاقات الائتمان الذكية لتحل محل بطاقات الائتمان العادية وتتيح سرية للتعاملات المالية عبر الشبكة ، ويعتقد أن هذه البطاقة قد تصبح أهم مقومات التجارة الإلكترونية . أدركت المؤسسات التجارية أهمية الإنترنت ويمكن إدراك مدى أهمية الإنترنت بالنسبة للشركات التجارية من أن نسبة 76 % من عدد المشتركين الجدد في الإنترنت هي من نصيب الشركات والمؤسسات التجارية.

¹ . جمعي بن علي (2004) ، حبيش علي ، التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه ، جامعة بليدة ص - 66

في البداية واجه مجتمع الإنترنت الشركات التجارية بالعداء بسبب انتماء معظم المشتركين القدامى لطائفة الباحثين والعلماء ، لكن التطور شجع الشركات على الدخول في مجال البيع والتجارة والخدمات وسرعات ما تجاوزت معها قطاعات عريضة من المستخدمين¹ .

2.5. تعريف التجارة الإلكترونية:

تمثل التجارة الإلكترونية واحدا من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي/ التقني **Digital economy** حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين :- التجارة الإلكترونية و تقنية المعلومات **Information Technology- IT**، فتقنية المعلومات او صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وادارة النشاط التجاري² .

والتجارة الإلكترونية **E-commerce** هي تنفيذ و إدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالصناعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة ، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام الى ثلاثة أنواع من الأنشطة :- الأول ، خدمات ربط او دخول الإنترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت **Internet Services ISPs Providers** والثاني، التسليم او التزويد التقني للخدمات. والثالث استعمال الإنترنت كواسطة او وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي). وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الاعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية.

وفي الواقع التطبيقي، فان التجارة الإلكترونية تتخذ أنماطا عديدة ، كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيوع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية او غيرها من وسائل الدفع ، وإنشاء متاجر افتراضية او محال بيع على الإنترنت ، والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الإنترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها عبر الإنترنت.

¹ . جمعي بن علي (2004) ، حبيش علي ،التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي ،نفس المرجع السابق، ص 70

² . حديد نوفل (2002)، أثر تكنولوجيا المعلومات والتحول الى استخدام نظم و أساليب التجارة الإلكترونية ،جامعة الجزائر ص 22- 27

أ. في عالم الاتصالات : تُعرّف التجارة الإلكترونية بأنه وسيلة من أجل توصيل المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف ، أو عبر شبكات الكمبيوتر أو عبر أي وسيلة تقنية .

ب. في الأعمال التجارية: التجارة الإلكترونية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة¹.

ت. في الخدمات : التجارة الإلكترونية أداة من أجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمديرين في خفض تكاليف الخدمة ورفع كفاءتها والعمل على تسريع توصيل الخدمة .

ث. في الإنترنت : هي التجارة التي تفتح المجال من أجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت

وتأخذ منظمة التجارة العالمية بتعريف أوسع، حيث تشمل التجارة الإلكترونية أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية، وتشمل المعاملات التجارية طبقاً لهذا التعريف ثلاث أنواع من العمليات:

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- عمليات تسليم المشتريات²

3.5. مميزات التجارة الإلكترونية :

- **ايجاد وسائل اتجار توافق عصر المعلومات:** في عصر المعلومات والاتجاه نحو قضاء ساعات طويلة امام اجهزة الكمبيوتر ومواقع الانترنت، تعدو الحاجة ملحة الى توافق الانماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته، من هنا مكنت التجارة الإلكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري، كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية (**RETIL E- commerce**) والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال (**business-to- business E- commerce**) وفي كلا الميدانين أمكن أحداث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسوق³

1 . مدحت رمضان، الحماية الجبائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة، القاهرة 2001 ، ص 44

2 . مدحت رمضان، الحماية الجبائية للتجارة الإلكترونية، نفسه، ص 46

3 . رأفت رضوان (2010)، عالم التجارة الإلكترونية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ص 33

- **الدخول الى الاسواق العالمية وتحقيق عائد اعلى من الانشطة التقليدية:** إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع او المشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (جات ، جاتس ، تريبس) تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات ، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات توافق ومفاوضات، من هنا قيل إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهداً دولياً جماعياً لتنظيمها ابتداءً لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب ان لا تقيد بها أية قيود
 - **تلبية خيارات الزبون ببسر وسهولة:** تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع ، وهذا بذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى الزبائن لا تتيح وسائل التجارة التقليدية ، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار وميزات كل صنف والمفاضلة وتقييم المنتج موضوع الشراء من حيث مدى تلبية لرغبة وخيارات المشتري¹.
 - **تطوير الأداء التجاري والخدمي:** فالتجارة الإلكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات واتصال بالآخرين ، تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين ، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعاليتها بنيتها التحتية التقنية وبرامج التأهيل الإداري.
- كما أن نمو التجارة الإلكترونية يحفز الأبحاث على إيجاد أساليب جديدة ومحسنة لاستخدام القوائم والشيكات الإلكترونية، وفي هذه الأثناء، هناك أساليب أعمال جديدة تزدهر على الإنترنت والتي لم تكن ممكنة في العالم الواقعي. فعلى سبيل المثال، تتبع شركات عديدة متخصصة في التعامل مع الشركات فائض مخزونها عبر الشبكة بواسطة مزادات الإنترنت. وتتنبأ شركة "فورستر للأبحاث" أن المزادات بين الشركات عبر الإنترنت ستحقق مبيعات تتعدى 7.3 مليار دولار أميركي هذا العام فقط. والشيء الأكثر أهمية فيما يتعلق بمزادات الإنترنت هو تأثيرها على السعر المحدود، ففي بيئة المزايده،

¹ . رأفت رضوان (2010) ،عالم التجارة الإلكترونية ،منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية

لا يستطيع المنتج أو الموزع أن يحدد السعر بمفرده فسعر البضاعة أو الخدمة يتحدد فقط بحسب الطلب المسجل في السوق . وتؤكد الدراسات على ان " الحصول على الدعم لمفهوم التجارة الإلكترونية في جميع أقسام الشركة مسألة في غاية الأهمية. ويمكن الحصول على مثل هذا الدعم من خلال تثقيف الكادر الإداري ومدراء التسويق وتقنية المعلومات والمالية ومسؤولي المبيعات حتى يتسنى تمثيل جميع القطاعات في الشركة في القرارات التي تؤخذ بشأن التجارة الإلكترونية " .

هذه ابرز مزايا التجارة الالكترونية التي تضعنا امام فرصة استغلال هذا النمط من الاعمال لبلوغ اسواق قد لا تتيح التجارة التقليدية بلوغها ولإنشاء مشاريع برؤوس اموال صغيرة قد تناسب فرص الاستثمار في البيئة العربية¹

• **أهمية التجارة الإلكترونية للمجتمع:** التجارة الإلكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية وزيادة الصادرات بسهولة الوصول إلى مراكز الإستهلاك، وإمكانات تسويق السلع والخدمات عالمياً، وسرعة عقد وإنهاء الصفقات وتحليل الأسواق والإستجابة لتغيرات احتياجات ومتطلبات المستهلكين. تخلق التجارة الإلكترونية فرص العمل الحر والعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية، وتمثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية.

تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة عدد الأفراد الذين يعملون من داخل منازلهم ويقلل من الاحتياج للخروج من المنزل من أجل التسوق مما يؤدي إلى تقليل عدد السيارات على الطرق وبالتالي الحد من التلوث.

تمكن التجارة الإلكترونية لشعوب العالم الثالث والمناطق الريفية بالتمتع بالمنتجات والخدمات التي لم تكن متاحة لهم من قبل مثل فرصة تعلم مهنة والحصول على شهادة جامعية تسهل التجارة الإلكترونية وصول الخدمات العامة للأفراد مثل الرعاية الصحية والتعليمية وتوزيع الخدمات الاجتماعية الحكومية بتكلفة منخفضة وجودة أعلى² .

• **أهمية التجارة الإلكترونية للشركات:** تقديم خدمات التجارة الإلكترونية يتطلب الوقت والطاقة والتجديد والمبادرة، وإذا كانت الأدوات والبرامج لتنفيذ موقع وتشغيله

¹، ص 35 . إبراهيم محمد درويش(2002)، المعالجة الضريبية للصفقات الإلكترونية، ط5، جامعة اليرموك، ص 50
² . إبراهيم محمد درويش(2002)، المعالجة الضريبية للصفقات الإلكترونية، ط5، جامعة اليرموك ص 51

تتطور فإن هذا لا يصعب مهمة أصحاب مواقع التجارة الإلكترونية بل يزيد من إمكانات هذه المواقع بما توفره التقنيات الجديدة.

ويعد خفض التكلفة ميزة هامة من مزايا التجارة الإلكترونية حيث تتيح للشركات زيادة أرباحها مع خفض تكاليف التبادل من خلال التشغيل الإلكتروني للبيانات.

تقدم التجارة الإلكترونية مزايا تستفيد منها الشركات مثل:

- التسويق الأكثر فعالية والأرباح الأكثر، فاعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق يتيح عرض منتجاتها وخدماتها في العالم دون انقطاع مما يوفر فرصة أكبر لجني الأرباح إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن.
- ب- تخفيض التكاليف الإدارية وتكاليف الشحن والإعلان ومعلومات التصميم والتصنيع وتخفيض مصاريف الشركات.
- ت- القدرة على إنشاء شركات عالمية التخصص¹.

• أهمية التجارة الإلكترونية للمستهلكين:

- تسمح التجارة الإلكترونية للعملاء بالتسوق وإجراء المعاملات الأخرى على مدى 24 ساعة يومياً على مدار العام من أي مكان.
- تقدم التجارة الإلكترونية للعملاء باستمرار منتجات وخدمات أقل ثمناً وذلك بأن تسمح لهم بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة.
- تسمح التجارة الإلكترونية بالتسليم السريع في بعض الحالات وخاصةً بالنسبة للمنتجات الرقمية.
- تشجيع المنافسة يعني خفض الأسعار، تقليل التكاليف من شأنه أن يقلل أسعار المنتج، والمنافسة تعني تحسين مستوى المنتج وتوفير خدمات قبل وبعد البيع وتحسين جودة المنتج نتيجة التنافس.
- توفير معلومات المنتجات والأسواق، وسرعة تلبية احتياجات المستهلك، وفرص عمل جديدة وخدمات ومنتجات جديدة.

¹ . ذيب ناصيف (2006) ،التجارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق ،جامعة العلوم التطبيقية ،عمان ص 55-58

5.5. تحديات التجارة الإلكترونية:

التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية:

ان تحديد تحديات التجارة الإلكترونية القانونية، يستلزم تصور العملية من بدايتها وحتى نهايتها بشكل عام لا تفصيلي، ومن ثم توجيه مؤشر البحث نحو استخلاص عناوين التحديات ، ومن ثم بيان محتوى التحدي وما تقرر من حلول مقارنة لمواجهته.

التجارة الإلكترونية في صورتها العامة، طلبات بضاعة او خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير مكان المطلوب منه الخدمة او البضاعة، وتتم الاجابة بشأن توفر الخدمة او البضاعة على الخط وقد يكون الوضع - كما في المتاجر الافتراضية - ان تكون البضاعة او الخدمة معروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة او طلب الشراء من الزبون المتصفح للموقع، وعلى الخط ايضا، وبالتالي يمثل الموقع المعلوماتي على الشبكة، وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد وثمنه او بدله في حالة الخدمات على الخط (أي عبر شبكات المعلومات). وتثير هذه المرحلة (السابقة على التعاقد فعليا) مشكلات وتحديات عديدة، اولها، توثق المستخدم او الزبون من حقيقة وجود الموقع او البضاعة او الخدمة¹.

وثانيهما مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية موده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلات الملكية الفكرية). وثالثها تحديات حماية المستهلك من أنشطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية او المحتوى غير المشروع للخدمات والمنتجات المعروضة. ورابعها - الضرائب المقررة على عائدات التجارة الإلكترونية عبر الخط، ومعايير حسابها، ومدى اعتبارها قيذا مانعا وحادا من ازدهار التجارة الإلكترونية. وهذه التحديات ايضا ترافق المراحل التالية من خط نشاط التجارة الإلكترونية، فالموثوقية وحماية المستهلك تحديان يسيران بتواز مع سائر مراحل أنشطة التجارة الإلكترونية.

المرحلة التالية تتمثل في ابرام العقد، بحيث يتلاقى الايجاب والقبول على الخط ايضا، ويتم ذلك بصور عديدة بحسب محتوى النشاط التجاري ووسائل التعاقد المقررة على الموقع، اشهرها العقود الإلكترونية على الويب، والتعاقدات بالمراسلات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني، وبوجه عام، تتلاقى ارادة المزود او المنتج او البائع مع ارادة الزبون، ويبرم الاتفاق على الخط، وهنا تظهر مشكلتين رئيسيتين: اولهما توثق كل طرف من صفة وشخص

¹ . محمد الرميجي (2005)، الاقتصاد الرقمي في دول مجلس التعاون الخليجي ،جريدة العرب الدولية العدد2 ص 65-66

ووجود الطرف الاخر، بمعنى التوثق من سلامة صفة المتعاقد. وحيث ان من بين وسائل حل هذا التحدي ايجاد جهات محايدة تتوسط بين المتعاقدين (سلطات الشهادات الوسيطة) لجهة ضمان التوثق من وجود كل منهما وضمن ان المعلومات تتبادل بينهما حقيقية، وتمارس عملها على الخط من خلال ارسال رسائل التأكيد او شهادات التوثيق لكل طرف تؤكد فيها صفة الطرف الاخر. وثانيهما : حجية العقد الالكتروني او القوة القانونية الالزامية لوسيلة التعاقد، وهذه يضمنها في التجارة التقليدية توقيع الشخص على العقد المكتوب او على طلب البضاعة او نحوه او البيئة الشخصية (الشهادة) في حالة العقود غير المكتوبة لمن شهد الوقائع المادية المتصلة بالتعاقد إن في مجلس العقد او فيما يتصل بإفاد الاطراف للالتزامات بعد ابرام العقد، فكيف يتم التوقيع في هذا الفرض ، وما مدى حجيته ان تم بوسائل الكترونية ، ومدى مقبوليته بيئة في الاثبات ، وآليات تقديمه كبيئة ان كان مجرد وثائق وملفات مخزنة في النظام.

ان بيئة التجارة الالكترونية توجد وسائل تتفق وطبيعتها ومن هنا وجدت وسيلة التوقيع الرقمي (Digital Signature) لتحقيق وظيفة التوقيع العادي على نحو ما سنوضح فيما يأتي.

والمرحلة الثالثة تتمثل في انفاذ المتعاقدين لالتزاماتهما ، البائع او مورد الخدمة الملزم بتسليم المبيع او تنفيذ الخدمة ، والزبون الملزم بالوفاء بالثمن ، ولكل التزام منهما تحد خاص به ، فالالتزام بالتسليم يثير مشكلات التخلف عن التسليم او تأخره او تسليم محل تتخلف فيه مواصفات الاتفاق ، وهي تحديات مشابهة لتلك الحاصلة في ميدان الانشطة التجارية التقليدية ، أما دفع البدل او الثمن ، فانه يثير اشكالية وسائل الدفع التقنية كالدفع بموجب بطاقات الائتمان، او تزويد رقم البطاقة على الخط ، وهو تحد نشأ في بيئة التقنية ووليد لها ، اذ يثير اسلوب الدفع هذا مشكلة امن المعلومات المنقولة ، وشهادات الجهات التي تتوسط عملية الوفاء من الغير الخارج عن علاقة التعاقد اصلا ، الى جانب تحديات الانشطة الجرمية في ميدان اساءة استخدام بطاقات الائتمان وانشطة الاستيلاء على رقمها واعادة بناء البطاقة لغرض غير مشروع¹.

يضاف الى هذه التحديات ، تحديات يمكن وصفها بالتحديات العامة التي تتعلق بالنشاط ككل لا بمراحل تنفيذه كتحدي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين وخصوصية المعلومات المتداولة بينهما وتحدي حماية النشاط ككل من الانشطة الجرمية لمخترقي نظم الكمبيوتر

¹ . غسان عبد الهادي (2011)، لسوق عربية مشتركة ،حتى الإنترنت ص 44

والشبكات ، او ما يعرف عموماً بجرائم الكمبيوتر وتحدي مشكلات الاختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين اطراف العلاقة التعاقدية ، اذ في بيئة الانترنت ، تزول الحدود والفواصل الجغرافية ، وتزول معها الاختصاصات المكانية لجهات القضاء، فاي قضاء يحكم المنازعة واي قانون يطبق عليها عند اختلاف جنسية المتعاقدين، وهو الوضع الشائع في حقل التجارة الإلكترونية¹

✓ **تحديات اجتماعية:** بقدر ما يوفر التسويق الإلكتروني من فرص كبيرة ومتنوعة في ظل الاتجاه نحو العولمة والتحول إلى الاقتصاد الرقمي، إلا أنه يواجه بعض التحديات والصعوبات التي تحد من استخدامه والاستفادة منه، ويمكن تحديد أهم هذه التحديات فيما يلي :

✚ **التحديات التنظيمية:** إن تنمية الأعمال من خلال التسويق الإلكتروني تحتاج إلى أحداث تغييرات جوهرية في البنية التحتية في الهيكل والمسار والفلسفة التنظيمية للشركات ، فهناك حاجة ماسة إلى إعادة تنظيم هياكلها ودمج الأنشطة والفعاليات الاتصالية التسويقية الخاصة بالتسويق الإلكتروني باستراتيجيتها التقليدية مع تحديث إجراءات العمل بها بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتجددة .

أ. **ارتفاع تكاليف إقامة المواقع الإلكترونية:** إن إنشاء موقع إلكتروني على الإنترنت أشبه ما يكون بإنشاء وبناء موقع مادي ، حيث أن تصميم وإنشاء وتطوير المواقع الإلكترونية يحتاج إلى خبراء متخصصين وعلى درجة عالية من الكفاءة وكذلك الحاجة إلى دراسات تسويقية وفنية بحيث تكون تلك المواقع الإلكترونية جذابة ومصممة بشكل قادر على جذب انتباه العملاء وإثارة اهتمامهم ، كما يجب أن يكون الموقع مؤهلاً لتقديم قيمة إضافية للعميل بما يحقق للشركة ميزة تنافسية عن الآخرين²

ب. **تطور تكنولوجيا المواقع الإلكترونية:** إن سرعة التطورات التكنولوجية في مجال تصميم وتطوير المواقع الإلكترونية وتعزيز فعاليتها وقدرتها التنافسية

¹ . غسان عبد الهادي (2011)، لسوق عربية مشتركة ، نفس المرجع السابق ص 45
² . عبد الفتاح حجازي (2002)، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ص 32

يعد من أهم التحديات التي تواجه استمرارية هذه المواقع ونجاح التسويق الإلكتروني من خلالها .

ت. **عوائق اللغة والثقافة:** أن اللغة والثقافة من أهم التحديات التي تعوق التفاعل بين كثير من العملاء وبين العديد من المواقع الإلكترونية، لذا فهناك حاجة ملحة لتطوير برمجيات من شأنها إحداث نقلة نوعية في ترجمة النصوص إلى لغات يفهمها العملاء ، كذلك ضرورة مراعاة العوائق الثقافية والعادات والتقاليد والقيم بحيث لا تكون عائقاً نحو استخدام المواقع التجارية¹.

ث. **الخصوصية والأمن:** تعد السرية والخصوصية من التحديات التي تعوق وتؤثر على تقبل بعض العملاء لفكرة التسوق عبر الإنترنت وخاصة أن عملية التبادل الإلكتروني تحتاج إلى الحصول على بعض البيانات من العملاء مثل الاسم ، النوع ، الجنسية ، العنوان ، طريقة السداد ، وغيرها ، لذا فهناك ضرورة لاستخدام برمجيات خاصة للحفاظ على سرية وخصوصية التعاملات التجارية الإلكترونية مثل برنامج Cookies.

ج. **عدم الثقة في وسائل الدفع الإلكترونية:** إن أسلوب الدفع بواسطة بطاقات الائتمان عبر الإنترنت هو أكثر أشكال السداد ارتباطاً بالتسويق الإلكتروني ، و تعتبر عملية تحويل النقود في صلب أي معاملات تجارية عبر الإنترنت من أكثر التحديات التي تواجه التسويق الإلكتروني ، لذا أصبح هناك اتجاه نحو استخدام برمجيات خاصة لتأمين وسائل السداد الإلكتروني، وترسيخ ثقة العملاء بها مثل برنامج Secure Electronic Transactions².

🚩 **تحديات البلدان العربية إتجاه التجارة الإلكترونية:** تواجه البلدان العربية مجموعة من التحديات نذكر منها :

- غياب البنية التحتية الضرورية لهذا النوع من التجارة الحديثة؛
- عدم وضوح الرؤية المستقبلية للتسويق الإلكتروني لدى مدراء الشركات؛

¹ . غسان عبد الهادي (2011)، لسوق عربية مشتركة ، نفس المرجع السابق ص 46
² . إبراهيم محمد درويش(2002)، المعالجة الضريبية للصفقات الإلكترونية مرجع ذكر سابقا ، ص 45

- ارتفاع التكلفة المادية للتحويل إلى التسويق الإلكتروني؛
- عدم تقبل العملاء لفكرة الشراء عبر الإنترنت لإحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة السلع ورغبتهم في فحصها قبل الشراء؛
- عدم توافر أجهزة الكمبيوتر لدى نسبة كبيرة من المواطنين في الدول النامية؛
- عدم انتشار الإنترنت بصورة كبيرة في بعض الدول النامية؛
- بطء شبكة الإنترنت وصعوبة التنقل عبر المواقع الإلكترونية في بعض الدول النامية؛
- اختفاء إدارات التسويق بالمعنى التقليدي لتحل محلها برامج الكمبيوتر؛
- تداخل الأدوار بين الموردين والمصنعين والبائعين؛
- اختفاء دور رجل البيع التقليدي لتحل محله مواقع الإنترنت؛
- ظهور متاجر افتراضية لا تحتاج زيارة المحلات بل يمكن معاينة البضائع إلكترونياً وبالتالي أيضاً اختلاف طريقة التبضع؛
- قلة الحاجة إلى المباني الضخمة في الشركات؛
- التعامل مع أنواع متعددة من البضائع؛
- إختفاء مخازن الشركات بحيث توجه الطلبات لمراكز الإنتاج لتوصيلها؛
- آلية التعامل مع العميل والمورد والمنتج؛
- التحول في ميزان القوة التجارية بتزايد نفوذ الزبون؛
- إختلاف العلاقة بين المنتج والموزع والبائع والزبون؛
- التنظيم العالمي وتدخل الدول الكبرى لحماية مصالحها؛
- إتجاه نقل خدمات الإنترنت للمنازل يعزز من دور تجارة الإنترنت ووجود عدد من العملاء في منازلهم يمكنهم الوصول للمتاجر الإلكترونية؛
- سباق إمتلاك مواقع الإنترنت يعني أن نجاح الشركات أصبح مرهوناً بمواكبتها للتحويلات الطارئة والتغيرات المتعاقبة السريعة في الأسواق المالية والتكنولوجية وإتجاهات العملاء وفي مقدمتها شبكة الإنترنت.

كما أدت التغيرات التنظيمية التي أحدثتها التجارة الإلكترونية في الشركات إلى إحداث تأثيرات في هيكل السوق، فالسوق وفق مفهوم التجارة الإلكترونية هو سوق واحد في العالم يدعى السوق العالمي ويشمل العالم أجمع ، وقد خلق هذا التطور في برامج التسويق الإلكترونية تحديات

جديدة لمدرء التسويق تتمثل بظهور منافسين جدد لا ينتمون إلى القطاع التجاري أو الصناعي نفسه ، وظهور وسطاء غير معروفين على شكل مواقع تجارية على الإنترنت لبيع المستهلكين سلعاً تشتريها من الآخرين، وظهور تحالفات إستراتيجية بين الشركات لتوسيع منافستها في الأسواق العالمية ، والتغير في تكاليف الصفقات التجارية وهي السمة الجاذبة للتجارة الإلكترونية وتتمثل بالانخفاض الكبير في تكاليف الصفقات التجارية وهو من الأسباب التي عجلت بتطور التجارة الإلكترونية ، والتغير في طبيعة مهام عمل موظفي الشركات خاصةً وظائف العاملين في المبيعات والتسويق والإعلان، مما يقتضي إعداد برامج تدريب لإضافة مهارات جديدة إلى الموظفين العاملين في هذه المجالات .

6.5. الملامح الجديدة للمؤسسة عند إستعمالها للتجارة الإلكترونية :

ان التجارة الإلكترونية من الممكن ان تتواجد في بعض المجالات مثل تجارة التجزئة، البنوك والتمويل التوزيع، التصميمات الهندسية، التعاملات التجارية، النشر، خدمات متخصصة، التجارة الدولية

- **تجارة التجزئة:** مثال ذلك تجارة الكتب والمجالات ويتم فيها البحث عن اسم الكتاب او المحتوى ومعرفة السعر وتتم فيه عملية الدفع بطريقة الكترونية ويتم التسليم من خلال الناشر؛
- **البنوك والتمويل:** تقدم البنوك الخدمة الإلكترونية والتي ابسطها الاستعلام عن الحساب ومتابعه اسعار البورصات والشراء للأسهم؛
- **التوزيع:** مثال ذلك توزيع المنتجات الإلكترونية من برامج واجزه حاسب الي وتوزيع صور وافلام وشرائط موسيقية¹ ؛
- **التصميمات الهندسية:** من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعه عمل. ومن اشهر الأمثلة في هذا المجال يام شركه فورد للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد يعمل اعضاءه في 4 مواقع جغرافية؛
- **التعاملات التجارية:** من امثله ذلك نظام التبادل التجاري بين الشركات حيث تقوم بعرض كتالوجات الكترونيه للمنتجات والقيام بعملية التبادل بمراحلها المختلفة ودعم نظم الدفع

¹ . نهلة أحمد قنديل (2012)، التجارة الإلكترونية، دون دار للنشر، القاهرة. ص 18

- المختلفة وتبادل المستندات وتقديم خدمات ما قبل وما بعد البيع؛
- النشر: من أمثله ذلك قيام شركات النشر بإتاحة إصداراتها من الجرائد والمجلات بصوره الكترونيه؛
- خدمات متخصصة: مثل الاستشارات الطبية والقانونية والهندسية... الخ¹.

7.5. المبادئ الواجب توفرها لنجاح التجارة الإلكترونية:

حتى تنجح البلدان في عملية ادماجها للتجارة الالكترونية لابد من تكريس مجموعة من مبادئ نذكر منها :

- زيادة القطاع الخاص؛
- دور الحكومة كدافع ومحفز؛
- البيئة التشريعية والقانونية الملائمة؛
- إتاحة الفرص المتكافئة امام الجميع؛
- دعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة الحجم للمشاركة؛
- الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع وثقافته وهويته؛
- حماية الملكية الفكرية؛
- التوازن في تحقيق الخصوصية والسرية بين مقتضيات التجارة الإلكترونية وحمايه المجتمع؛
- التعاون الدولي؛

8.5. مستويات التجارة الرقمية

وضع Choi ثلاثة أصناف للتجارة الالكترونية من خلال العديد من الوضعيات معتمدين على مستوى الدرجة الرقمية لكل من المنتج المباع، والاجراءات و وكيل السليم (او الوسيط). من خلال النموذج الذي وضعه Choi و Al، نلاحظ أن المنتج قد يكون فيزيائيا أو رقميا، وقد تكون الاجراءات فيزيائية أو رقمية و الوكيل كذلك، و هذا يشكل بعدا ثلاثيا لثمانية مكعبات مشكلة للتجارة الالكترونية، أما في التجارة الالكترونية التقليدية تكون كل أبعاد المكعب حقيقية أو

¹ . نهلة أحمد قنديل (2012)، التجارة الإلكترونية، نفس المرجع . ص 20

فيزيائية و هذا يقابل المكعب العلوي في اليمين و تبقى كل المكعبات الأخرى متضمنة مزيجا من الأبعاد الفيزيائية أو الرقمية، فإذا كان هناك بعدا رقمية واحد على الأقل فإننا نعتبر أننا أمام حالة تجاره الالكترونية لكن غير صرفة و تستخدم التجارة الالكترونية مختلف التكنولوجيات الرقمية للقيام بنشاطاتها و بهذا تتشكل لنا ثلاث أشكال للتجارة الالكترونية¹.

6. من التسويق التقليدي إلى الإلكتروني:

يعد التسويق الوظيفة الأكثر زبائية بالمقارنة مع وظائف المؤسسة الأخرى كالإنتاج و المالية و غيرها و بما أن التسويق ساهم في نقل مركز الاهتمام من المدخل الانتاجي الذي يركز على النظام التشغيلي و مواصفات المنتج وفق " إنتاج أقصى ما يمكن إنتاجه" الى مركز الاهتمام بالمدخل التسويقي الذي يركز على الزبون و ملاءمة كل ما تقدمه المؤسسة لحاجاته و وفق شعار " إنتاج ما يمكن بيعه"²

1.6. مفهوم التسويق الإلكتروني:

يعود أصل كلمة " marketing " الى الانجليزية، حيث تتكون من حرفين و هما market و ing، فربط الكلمة أو الجزء الأول و هو market و الذي يعني السوق مع الجزء الذي يدل على التطور و الاستمرار " ing " فتتولد عنهما فكرة الديناميكية المرتبطة بالدراسة و الوصول الى الاسواق، حيث تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق بأنه " عمليات تخطيط و تطبيق التصور، التسعير، الترويج، و التوزيع لأفكار، سلع أو خدمات، لخلق تبادلات ترضى الافراد و تحقيق أهداف المؤسسات " بينما يرى KOTLER من خلال آخر كتاباته، أن التسويق ينقسم الى مفهومين هما المفهوم من جانب إدارة الأعمال (management) و المفهوم من الجانب الاجتماعي، فالمفهوم الإداري يتمثل في التعريف السابق للجمعية الأمريكية للتسويق بينما المفهوم الاجتماعي للتسويق و هو الدور الذي يلعبه التسويق في المجتمع و الذي يعرفه KOTLER بأنه " عملية اجتماعية تتم من خلال حصول الأفراد و الجماعات على ما يحتاجونه و ما يرغبون فيه من قيمة، و ذلك من خلال عرض و تبادل للسلع و الخدمات مع الطرف الاخر "(راضي، 2011)

¹ . منير الجنيهي(2005)، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية
² . الزبيدي ماجد (2005) شبكة الإنترنت واستخدامها في المكتبات

وهذا نجد أن التسويق يعتمد على القيام الأنشطة ضمن مجموعة من الإجراءات والوسائل المستخدمة من طرف المؤسسة لضمان انسياب السلع، الخدمات أو الأفكار الى المستهلك من أجل إشباع حاجياته.

و يضع KOTLER نظاما بسيطا للتسويق يتألف من طرفين أساسيين لقيام هذه العملية و هما المؤسسة و الاسواق، و قد تكون الاسواق مكانية أو افتراضية، إذ تقوم العلاقة من خلال قيام المؤسسة بتسويق منتجاتها سواء كانت سلعة، خدمة او فكرة الى أسواق مستهدفة و هذا للحصول على أموال تتولد من خلال المبيعات، و يتم هذا عبر قيام المؤسسة بعمليات الاتصال و هذا لإمداد الأسواق بالمعلومات الملائمة عن المؤسسة و المنتج و مستوى المنافع التي سوف يتحصل عليها من جراء استخدامه للمنتج وهذا من خلال وسائل الاتصال المتعددة وفي مقابل ذلك تحصل المؤسسة على معلومات تخص خصائص السوق و احتياجاته و تفضيلاته وأذواقه ومعلومات على درجة رضاه عن منتجات المؤسسة.

وبهذا فان البائعين والمشتريين متصلين مع بعضهم البعض وفق أربعة تدفقات، يقوم البائع بارسال السلع والخدمات والاتصالات الى السوق و في المقابل يستقبل النقود و المعلومة (موافق و معطيات على المبيعات)، و تظهر الحلقة الداخلية في تبادل النقود بالسلع و الخدمات، أما الحلقة الخارجي فتظهر بتبادل المعلومة، فنستنتج من خلال هذا النظام التسويقي البسيط أن المعلومة و وسائل الاتصال يلعبان دورا مهما في نجاح النظام التسويقي¹

وبعد ظهور الانترنت وانتشار الاستخدام التجاري لها ازدادت أهمية استخدام التسويق عبر الانترنت، وهذا لسهولة استخدامها و تكلفتها المنخفضة، و أصبح يعرف بالتسويق الالكتروني، وقد تم تداول عدة مصطلحات له نذكر منها: *internet marketing interactive* و *marketing* وتعني التسويق التفاعلي عبر الانترنت، بالإضافة الى مصطلح التسويق الافتراضي (*cybermarketing*)، فكل هذه المصطلحات تصب في مفهوم واحد و شامل ألا وهو التسويق الالكتروني، و من بين هذه التعاريف نذكر منها :

- **التعريف الأول:** "هو إدارة التفاعل بين المؤسسة و المستهلك في فضاء البيئة الافتراضية من أجل تحقيق المنافع المشتركة، و تعتمد البيئة الافتراضية للتسويق الالكتروني بصورة

1 . محمد محمود الحيلة(2007)، تكنولوجيا المعلومات بين النظرية والتطبيق، دار ميسرة للنشر والتوزيع، عمان ط1

- أساسية على تكنولوجيات 1الانترنت، و عملية التسويق الالكتروني لا تركز فقط على عمليات بيع المنتجات الى المستهلك، بل تركز أيضا على إدارة علاقات المؤسسة من جانب و المستهلك و عناصر البيئة الداخلية و الخارجية من جانب آخر¹
- **التعريف الثاني:** هو تطبيق لسلسلة واسعة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بهدف:
- ✓ إعادة تشكيل استراتيجيات التسويق، وذلك لزيادة المنافع التي يحصل عليها المستهلك من خلال التجزئة الفعالة للسوق، الاستهداف، التمييز واستراتيجيات تحديد الموقع؛
 - ✓ تخطيط أكثر فعالية لتنفيذ الأفكار، التوزيع، الترويج وتسعير السلع والخدمات
 - ✓ ابتكار تبادلات نفي بحاجيات المستهلكين الفردية وبأهداف المؤسسات المستهلكة
- .²

من خلال هذه التعاريف نجد أن التسويق الالكتروني مشابه للتسويق التقليدي، و النظر الى التسويق الالكتروني على أنه عبارة عن نتيجة لتطبيق تكنولوجيات المعلومات و الاتصال في التسويق التقليدي، و بالتالي فهما مكملان لبعضهما البعض، و لا يمكن الغاء أحدهما.

2.6. المراحل الأساسية للتسويق الإلكتروني:

يقترح Artur نموذجا للتسويق الالكتروني يعبر عن دورة تتكون من أربعة مراحل أساسية وهي :

◆ **مرحلة الإعداد:** تعتبر هذه المرحلة أهم المراحل فهي بمثابة القاعدة، والتي يتم فيها تحديد حاجات و رغبات المستهلك وتحديد الأسواق المستهدفة التي تكون مجدية و جذابة مع التعرف على طبيعة المنافسة، وهذا الأمر يتطلب السرعة في الحصول على البيانات و المعلومات اللازمة و لهذا الغرض قد تلجأ المؤسسة الى جمع البيانات و المعلومات عبر الانترنت باستخدام منهج بحوث التسويق وعن طريق الاستعانة بالمراكز المتخصصة في بحوث التسويق العاملة على الانترنت، كما تلجأ المؤسسة الى جمع البيانات و المعلومات باستخدام الوسائل التقليدية، فتحدد حاجات و رغبات المستهلك و حجم الأسواق الجذابة و

1 . هشام بن عبد الله عباس، (2001)، عصر الإنترنت تحديات ومواجهات مجلة العربية ،ط3
2 . منا محمد الكردي (2003)، المعلومات الإدارية المفاهيم الأساسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر

طبيعة المنافسة بشكل دقيق يساعد المؤسسة في تقديم المنتجات الملائمة عبر الانترنت و التي تحقق أهدافها¹.

♦ **مرحلة الاتصال:** يتم في هذه المرحلة تحقيق عملية الاتصال مع الزبون/ المستهلك من قبل المؤسسة للتعريف بالمنتجات الجديدة التي يجري طرحها في السوق الافتراضية وتندرج تحت هذه المرحلة أربعة مراحل فرعية هي:

أ- **مرحلة جذب الانتباه:** يتم استخدام وسائل متنوعة لجذب انتباه الزبون/ المستهلك، و من أهم هذه الأدوات و الوسائل نذكر الأشرطة الاعلانية و رسائل البريد الالكتروني.

ب- **مرحلة توفير المعلومات اللازمة:** حيث يتم في هذه المرحلة توفير البيانات والمعلومات التي يريدها الزبون بحيث تساعده و تجعله قادرا على تكوين رأي خاص به حول هذا المنتج الجديد.

ت- **مرحلة إثارة الرغبة:** يتم في هذه المرحلة التركيز على إثارة الرغبة في نفس الزبون بحث يجب أن تكون عملية العرض و التقديم عملية فاعلة. و يعتمد في هذا على استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة (Multimedia) و هذا لكي تنتج عملية إثارة الرغبة.

ث- **مرحلة الفعل و التصرف Action:** فبعد إتمام العمل على المراحل الثلاثة تأتي المرحلة الاخيرة و التي تكون عبارة عن نتيجة فإذا اقتنع الزبون/ المستهلك بالمنتج المعروض عبر الانترنت فانه يتخذ قرار الفعل الشرائي².

♦ **مرحلة التبادل:** تعبر هذه المرحلة عن عملية التبادل التي تتم بين البائع والمشتري فالمؤسسة (البائع) تقوم بتوفير المنتجات المطلوبة بالكميات المطلوبة و في الوقت المناسب في حين أن المشتري يدفع الثمن المطلوب وهنا تتعدد أساليب الدفع و من أهم هذه الأساليب، الدفع باستخدام البطاقات الائتمانية عبر الانترنت حيث يجب توفير نظم الدفع الآمنة في المتجر الالكتروني.

♦ **مرحلة ما بعد البيع:** في هذه المرحلة يجب محافظة المؤسسة على علاقات فاعلة مع المشتري و لا تكفي بإجراء عملية البيع فقط، ذلك أن العملية التسويقية لا تقف عند كسب و استقطاب زبائن جدد بل يجب المحافظة على هؤلاء الزبائن، بحيث تستخدم المؤسسة كل الوسائل الالكترونية التي تمكن من المحافظة على هؤلاء الزبائن و من هذه الوسائل:

1. محمد دياب مفتاح (2009)، المصطلحات نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار الجامعية للنشر، القاهرة، مصر
2. محمد العقاب (209)، الإنترنت وعصر ثورة المعلومات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1 ص 29

- المجتمعات الافتراضية وغرف المحادثة؛
- التواصل عبر البريد الإلكتروني وتزويد المشتري بكل جديد حول المنتج؛
- توفير قائمة الأسئلة المتكررة FAQ؛

ج- خدمات الدعم و التحديث¹

3.6. المزيج التسويقي الإلكتروني:

عند استخدام تكنولوجيايات الانترنت في عمليات التسويق تغير المزيج التقليدي حيث تم التحول من المكان السوقي الى الفضاء السوقي ومن المتاجر المادية الى المتاجر الافتراضية ومن الاعلان التقليدي الى الاعلان الالكتروني، وأصبح من المهم للباحثين إيجاد عناصر للمزيج التسويقي الالكتروني، فلم يتفق الباحثين على تقسيم موحد، فقد اقترح McIntyre وKalyanam نموذجا لمزيج التسويق الالكتروني يشمل على احد عشر عنصرا و تتمثل في²

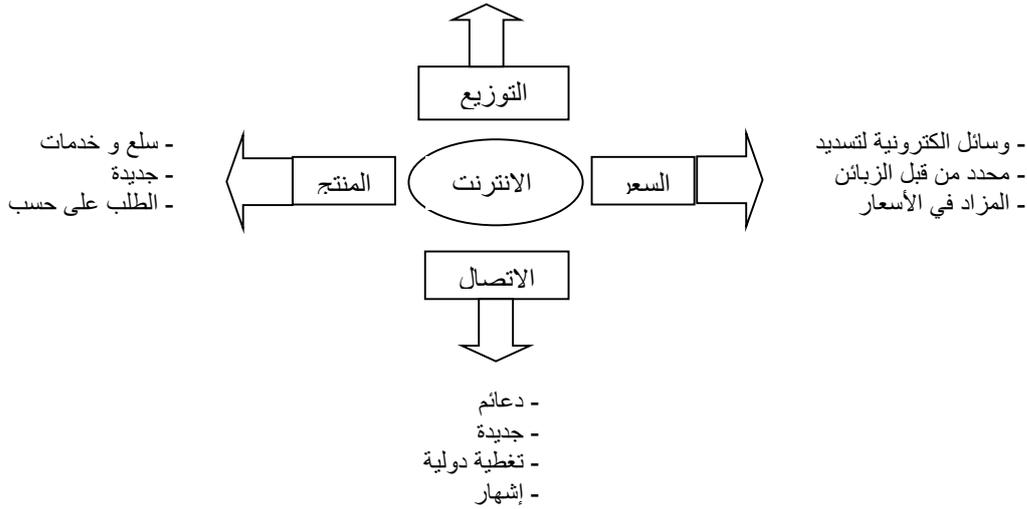
- تصميم موقع الويب؛
- خدمات الزبون؛
- المجتمعات الافتراضية؛
- المنتج وتصنيفه؛
- الترويج؛
- الأمن؛
- السعر؛
- الخصوصية؛
- التوزيع/المكان؛
- المجتمعات الافتراضية؛
- التخصيص؛

بينما يرى Arnod Dufour أن عناصر هذا المزيج تتكون من نفس العناصر التقليدية الأربعة و المتمثلة في (المنتج، السعر، الترويج، التوزيع) و المعروفة بـ 4P مع اختلافات في الممارسة و التطبيق، فيستوحي شكلا ينسجم مع خصائص المؤسسات الصغيرة المنطلقة حديثا

¹ محمد العقاب (209)، الإنترنت وعصر ثورة المعلومات، نفس مرجع سابق ص 30
² . غسان عبد الهادي (2011)، لسوق عربية مشتركة، حتى الإنترنت

(التي تعرف بـ start-up و التي تعتمد على تكنولوجيايات الانترنت في انطلاقها)، و يبين الشكل الأثر والدور الذي تلعبه تكنولوجيايات الانترنت على المكونات الأربعة للمزيج التسويقي¹.

الشكل رقم 3: اثر الانترنت على المزيج التسويقي



المصدر: بـختي (2005)

✓ **المنتج:** تهدف أي مؤسسة من خلال عملية تسويق منتجاتها الى إعلام زبائنها بالمنتجات في الوقت المحدد و بأقل التكاليف و بهذا فان الانترنت توفر للمؤسسات إمكانية شخصية المنتج لكل زبون أو مجموعة من الزبائن و الاجابة على طلباتهم واحتياجاتهم في الوقت الحقيقي و تبادل المعلومات التقنية خلال مدة زمنية قصيرة في أي مكان.

✓ **السعر:** يعتبر السعر من المكونات المهمة للمزيج التسويقي حيث تغير مع إدخال و استعمال الانترنت إذ أصبح التسديد يتم بأساليب متطورة وهذا عبر تحسين أنظمة المعالجة الالكترونية، ويذهب أيضا التغير الى انقلاب الأدوار في تحديد الأسعار، فبواسطة شبكة الانترنت يستطيع الزبون أن يقترح السعر أو يتوجه للبحث عن السعر الذي يناسبه و بهذا تزداد المنافسة السعرية و توجه بعض المؤسسات الافتراضية لوضع المزادات الالكترونية، و عرض مواقع بعض المؤسسات لأسعار السلع ومقارنتها بالأسعار

¹ . الحناوي، محمد صالح، (2004) ، الاعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للنشر و التوزيع و الطباعة، الإسكندرية ص 60

المقترحة من مؤسسات أخرى سواء كان لها وجود افتراضي أو تنشيط تقليديا وهذه الطريقة أصبحت منتشرة جدا¹.

✓ **التوزيع:** تسمح الانترنت بالتقليص من قنوات التوزيع التقليدية أو حذفها (اللاوساطة) واستفادة الزبون من القيمة الضائعة من خلال الوسطاء التقليديين، بالإضافة الى أن الانترنت تسمح باستغلالها كأداة للاتصال و الاعلام و التنشيط تماشيا مع شبكة التوزيع التقليدية و هذا يؤدي الى إضافة قناة أخرى للتوزيع في عالم افتراضي يسمح بالبقاء على اتصال دائم مع الزبائن.

✓ **الترويج (الاتصال):** يعتبر الاتصال من أهم مكونات المزيج التسويقي المتأثر بتكنولوجيات المعلومات و الاتصال و خصوصا الانترنت حيث يسمح للمؤسسات برسم صورة واضحة عن المؤسسة، و ترسيخ علامتها التجارية و ضمان توسيع الاتصال ليصبح عالميا، و لكي يتم إقامة اتصال فعال عبر الانترنت يجب أن يكون الموقع الالكتروني تفاعلي و يتميز بالولوج السهل للمعلومة و الشفافية، بالإضافة الى وجوب استخدام و التدعيم بإبداعات الانترنت وذلك باستخدام أدوات الاتصال الخاصة كـ(العروضات، البريد الالكتروني، المجموعات الإخبارية، منتديات...).

7. من الأعمال التقليدية الى الإلكترونية:

1.7. مفهوم الأعمال الالكترونية

استعمل مصطلح الأعمال الالكترونية e-business لأول مرة سنة 1997 من قبل شركة IBM في اطار سعيها المكثف لتمييز أنشطة الأعمال الالكترونية عن أنشطة التجارة الالكترونية، فالأعمال الالكترونية تستعين بتقنيات العمل بالإنترنت والشبكات في أنشطة الأعمال الحالية لتطويرها أو لخلق أنشطة أعمال افتراضية و ذلك باستغلال قدرات الحركة السريعة من خلال الاتصال بشبكة الانترنت والويب، وذلك بربطها مع الأطراف المستفيدة من زبائن، موردين، شركاء أو غيرهم²

و ليتبين لنا مفهوم الأعمال الالكترونية أكثر نورد بعض التعاريف:

1 . الحناوي، محمد صالح، (2004) ، الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للنشر و التوزيع و الطباعة، الإسكندرية ص 62
2 . علي محمد منصور (2002)، مبادئ الإدارة، أسس ومفاهيم، ط2، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر

- **التعريف الأول:** " هي مصطلح شامل يصف الأسلوب الذي تستخدمه المؤسسة في مواكبة ومزاولة أعمالها باستخدام الاتصالات الالكترونية المعتمدة على الانترنت مع المستخدمين وأصحاب المصالح الأساسيين من أجل تحقيق الأغراض والأهداف بكفاءة وفعالية".

- **التعريف الثاني:** " هي الإطار الشامل الذي يصف طريقة القيام بالأعمال باستخدام الصلات الالكترونية القائمة على الانترنت مع الأطراف الأخرى من عاملين، مديرين، زبائن وموردين بالإضافة الى الشراء بكفاءة وفعالية من اجل تحقيق أهدافها"¹

- **التعريف الثالث:** "الأعمال الالكترونية هي أي عملية من العمليات يقوم بها تنظيم المؤسسة من خلال الحاسوب المتصل بالوسائط أو الشبكات و تضم أعمال المؤسسة كل من المؤسسات التي تهدف الى تحقيق الربح أو المؤسسات الحكومية أو المؤسسات غير الربحية، بحيث أن عملياتها تهتم بالانتاج، الزبائن، التسيير الداخلي أو إدارة الأعمال الموجهة للأعمال و من الأمثلة على عمليات الأعمال الالكترونية :

- **التركيز على طرق عمليات الإنتاج:** وتعني المشتريات، تسيير الطلبات، إعادة التمويل الأوتوماتيكي، التسديد وباقي الروابط الالكترونية مع الموردين بالإضافة الى مراقبة التسيير.
- **العمليات مع الزبائن:** و تعني عمليات التسويق، البيع الالكتروني، معالجة طلبات الزبائن و تسيير و دعم العلاقة مع الزبون.
- **التسيير الداخلي:** تحتوي أتمته الخدمات المقدمة للزبائن، التكوين، تقاسم المعلومات، التوظيف... الخ².

من خلال هذه التعاريف نستنتج أن الأعمال الالكترونية تعتبر مفهوما أكثر شمولاً من التجارة الالكترونية فهو يحويه، بحيث أن الأعمال الالكترونية تستند على جميع تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المستعملة في أنشطة الأعمال، و بذلك تتمكن المؤسسة من تقديم و تنفيذ الخدمات الالكترونية فجزء مهم من هذه التكنولوجيا توجه للتجارة الالكترونية، و الجزء

¹ . كمال عبد الحميد زيتون (2002) ، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصال ،عالم الكتب ،القاهرة ،مصر
² . عبد الرحمن الهاشمي (2007)، المنهج والاقتصاد المعرفي، دار الميسرة، عمان ،الأردن ،ط1 ص 52

الأخر يوجه نحو تطبيقات المكاتب لتسيير أنشطة أخرى منها سلسلة التوريد، علاقات الزبائن و الشراء الإلكتروني.

2.7. مراحل التوجه الى أعمال الإلكترونية

تعد شركة IBM أول من وضع و حدد الخطوات التي تتبناها المؤسسة للتوجه الى الأعمال الإلكترونية و هذا بناء على أنها أول من استخدم مصطلح الأعمال الإلكترونية و بهذا صممت المراحل على ثلاث خطوات لتطوير المؤسسات لأعمالها الإلكترونية وهي¹:

- **الخطوة الأولى:** انشاء موقع الويب وبعد ذلك يتم استخدام الموقع لنشر المعلومات الكترونياً.
- **الخطوة الثانية:** يتم فيها الإعلان عن موقع الويب من أجل الخدمة الذاتية، و بذلك يستطيع الزبائن استخدامه للقيام ببعض الأعمال العامة كتدقيق حساباتهم أو تعقب المنتجات عند التوريد.
- **الخطوة الثالثة:** يتم فيها الإعلان اللاحق عن موقع الويب الذي يسمح بإبرام الصفقات من ضمنها الشراء و البيع و إدارة سلاسل توريد الموارد و توزيع المنتج.

إلا ان هناك من يرى أن تطور الأعمال الإلكترونية يتم عبر ثلاث مراحل وهي²:

- **المرحلة الأولى:** تشعر المؤسسة في هذه المرحلة بوجود التوجه نحو الانترنت فتعمل على استخدام الويب فتقدم من خلاله المعلومات للزبائن حيث تعرف هنا المؤسسة بالوعية الكترونياً.
- **المرحلة الثانية:** تبدأ المؤسسة في هذه المرحلة ببيع السلع على الانترنت واجراء التغييرات المهمة في عملية التوريد اللأورقية، حيث تصبح تميز بين فرص الأعمال والتجارة الإلكترونية، وتعرف هذه المرحلة بمرحلة الانطلاق الإلكتروني (e-lanch).
- **المرحلة الثالثة:** في هذه المرحلة تصبح التجارة الإلكترونية واضحة لكل العاملين بالمؤسسة وشركاء الاعمال، بحيث تتحذر الثقافة الريادية وتتفاسم المعرفة في كل المؤسسة ومستوياتها مدعومة بالشبكة الداخلية و الخارجية.

1 . عامر إبراهيم قنديلجي (2002)، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق، عمان، الأردن، ط1 ص 33

2 . عامر إبراهيم قنديلجي (2002)، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق، نفس المرجع ، ص 35

ويرى كالكوتا وروبينسن أن المؤسسات التي تقوم بالنشاط الإلكتروني من خلال استراتيجية الأعمال الإلكترونية، و التي تعرف أيضا بالنضج الإلكتروني فقد تمتد على نطاق واسع بدء بالحد الأدنى الإلكتروني و الذي يتمثل في استخدام صفحة أو خدمات موقع الويب لمؤسسة أخرى يكون مجرد إضافة لأعمال المؤسسة المادية، و الوصول الى الحد الأقصى الإلكتروني و المتمثل بالاستراتيجية الإلكترونية و تكاملها مع استراتيجية أعمال المؤسسة.

3.7. أصناف مؤسسات الأعمال الإلكترونية:

تصنف مؤسسات الأعمال الإلكترونية الى ثلاث أصناف هي:

1.3.7. المؤسسات المدعومة بالأعمال الإلكترونية:

هنا تعد وحدات الأعمال الإلكترونية ضمن المؤسسة التقليدية وبهذا فان المؤسسات التقليدية تقوم بدعم أعمالها، و ذلك ببناء قدرات الأعمال الإلكترونية مع المحافظة على هيكلها التقليدي، و غالبا ما تعرف بالتجارة الإلكترونية باستخدام الانترنت لدعم الأساليب التقليدية و ليس لاستبدالها، و يستعمل هذا المدخل من قبل العديد المؤسسات سواء الصغيرة أو الكبيرة، فتستعمل الانترنت كقوائم لمنتجات المؤسسة بما يساعد في تعزيز مبيعاتها¹ (الشافعي، 2009، ص 25).

2.3.7. المؤسسات الممكنة بالأعمال الإلكترونية :

ضمن هذا النوع من المؤسسات يتم استخدام الانترنت من أجل مواكبة وظائف المؤسسة التقليدية بصورة أحسن، مع أنه في هذا الشكل لا يكون هناك بيع أي شيء عبرها، فتعمل الانترنت هنا على تمكين أفراد المؤسسة من القيام بأعمالهم و وظائفهم بكفاءة و فعالية أكثر، حيث تقوم المؤسسات بانتهاج أسلوب الاتصال من خلال الروابط الإلكترونية مع العاملين، الزبائن و المجهزين، و دعمهم بالمعلومات اللازمة، فبعض المؤسسات تستخدم موقع الويب للاتصال و التفاعل مع الزبائن و تقوم بتزويدهم بأخر وأحدث المعلومات عن المؤسسة و منتجاتها، لكنها لا تباع من خلال الموقع، و من جهة أخرى تستخدم المؤسسة الانترنت إذ تعتبر نظام فعال للقيام باتصالات تنظيمية داخلية، و تستخدم تكنولوجيا الانترنت حيث يستطيع العاملون فقط في داخل المؤسسة باستعمالها، سواء كانوا متواجدين داخلها أو يتمركزون في دول أخرى، بالإضافة الى حلول الكيانات البرمجية التي تربط و تنسق بين جميع أجزاء و مستويات المؤسسة، وبهذا يصبح الحصول على البيانات و المعلومات الفنية من خلال الدخول الى مواقع الويب الداخلية المتخصصة أو العامة للمؤسسة في زمن قياسي يتمثل في ثواني او دقائق، في المقابل كان يتم

¹ . الشافعي منصور (2009)، مملكة العلم والتكنولوجيا، إيتاك للنشر، مصر ص25

الحصول عليها في المؤسسات التقليدية في ساعات طوال أو أيام، و بذلك تصبح المؤسسات ممكنة بالأعمال الكترونية و يؤدي بها هذا التغيير الى الحصول على قدرات تنافسية أفضل.

3.3.7. مؤسسات الأعمال الالكترونية الشاملة:

عندما يتم تبني الأعمال الالكترونية بصورة شاملة و كاملة من طرف المؤسسات و ذلك بالدخول الى الأسواق كمؤسسات أعمال الكترونية شاملة و من هذه المؤسسات Amazon، yahoo، e-Bay وغيرها، حيث أنها تتواجد هذه المؤسسات بصورة كاملة عبر الانترنت لتحري إدارتها بواسطتها، وقد لا تبدأ هذه الأعمال بصورة شاملة على الانترنت، فيمكن للمؤسسات أن تمزح ما بين الأعمال التقليدية والأعمال الالكترونية ثم تتحول الى الأعمال الالكترونية، و هذا التحول الشامل يتطلب:

- التغيير في الأساليب التي تمارس بها الأعمال؛
- إعادة تسعير منتجاتها الجوهرية؛
- إعادة تدريب العاملين؛
- إعادة صياغة و ترميم جميع النظم؛

يهدف توجه المؤسسات لتبني الأعمال الالكترونية الى تخفيض التكاليف من خلال منهج الأعمال الالكترونية حيث تؤدي الى تخفيض العمليات التشغيلية والعمليات المالية الى درجة تساعد هذه المؤسسات في تخفيض التكاليف، بالإضافة الى تحقيق كفاءة العمليات من خلال تمكين المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من القيام بعملياتها المختلفة بأفضل صورة وفي أقل وقت ممكن، وهذا من خلال تخفيض الوقت اللازم لإنجاز أية عملية تشغيلية، تسويقية، بيعية، مالية أو عملية تسليم، واتصال أفضل وأسرع بالشركاء من مستهلكين، زبائن و مستخدمين وغيرهم، مما يساهم في دعم و رفع خدمة الشركاء، و بالتالي فان توجه المؤسسات الى تبني منهج الأعمال الالكترونية سوف يؤدي بها الى تحقيق التميز من خلال عنصر الزمن و التكلفة.

الأنترنت، و بهذا عرف نشاط مقدمي خدمات الانترنت ISP مرحلة انفتاح، فابتداء من سنة 1998 تم اعتماد مقدمين خواص لخدمات الانترنت، رغم أن أغلبية المقدمين المعتمدين غير عمليين الى حد الآن، إلا أن تأثير التنافس على نقض تسعيرات الوصول الى الشبكة كان

واضحاً، شجع هذا على استخدام الانترنت بشكل واسع و خاصة من طرف المستهلك ذو الدخل البسيط.¹

8. البنك من المجالات الأكثر تأثر بتكنولوجيا المعلومات:

1.8. مفهوم البنوك الالكترونية:

يستخدم تعبير أو اصطلاح البنوك الإلكترونية (Banking Electronic) أو بنوك الإنترنت (Internet Banking) كتعبير منطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الالكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي (Banking Home) أو البنك على الخط (Online Banking) أو الخدمات المالية الذاتية (Self – Service Banking) ، فجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم، وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد العميل، ويعبر عنه بعبارة (الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان) ، وقد كان العميل عادة يتصل بحساباته لدى البنك ويتمكن من الدخول إليها وإجراء ما تتيحه له الخدمة عن طريق خط خاص، وتطور المفهوم هذا مع شيوع الانترنت إذ أمكن للعميل الدخول من خلال الاشتراك العام عبر الانترنت، لكن بقيت فكرة الخدمة المالية عن بعد تقوم على أساس وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام كمبيوتر العميل، بمعنى ان البنك يزود جهاز العميل (الكمبيوتر الشخصي PC) بحزمة البرمجيات – إما مجاناً أو لقاء رسوم مالية – وهذه تمكنه من تنفيذ عمليات معينة عن بعد (البنك المنزلي) ، أو كان العميل يحصل على حزمة البرمجيات اللازمة عبر شرائها من الجهات المزودة ، وعرفت هذه الحزم باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية (PFM Personal-Financial-management) مثل حزمة (Money Microsoft's) وحزمة (ntuits Quicken) وحزمة (Meca's Managing Your Money) وغيرها وهذا المفهوم للخدمات المالية عن بعد هو الذي يعبر عنه واقعياً ببنك الكمبيوتر الشخصي (PC banking) ، وهو مفهوم وشكل قائم ولا يزال الأكثر شيوعاً في عالم العمل المصرفي الإلكتروني²

1 . محمد عبد الدبس(2004)، وسائل الإتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، الأردن ص 33-34
2 . احمد ماهر (2002)، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الإتصال، دار الجامعة، مصر

2.8. نبذة تاريخية على البنوك الإلكترونية:

في ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحوسبة والاتصال التي حققت تبادلاً سريعاً وشاملاً للمعلومات ضمن سياسة وخطط الانسياب السلس للبيانات ومفهوم المعلومة على الخط، وترافق ذلك مع استثمار الانترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، ومع الاعتماد المتزايد على نظم الحوسبة في إدارة الأنشطة وازدياد القيمة الاقتصادية للمعلومات ككيان معنوي، أمسى هو المحدد الاستراتيجي للنجاح في قطاعات الأعمال والمال والاستثمار المالي، في ظل ذلك كله، تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط، لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص، ومن خلال برمجيات نظام كمبيوتر العميل، إلى بنك له وجود كامل على الشبكة ويحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، وفوق ذلك تطور مفهوم العمل المصرفي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات العميل إلى القيام بخدمات المال، والاستشارة المالية، وخدمات الاستثمار والتجارة، والإدارة المالية وغيرها¹.

ان البنوك الإلكترونية - وتعرف أيضاً ببنوك الانترنت أو بنوك (الويب) (Internet Banking أو Web Banking) ، برغم علاقتها بالكمبيوتر الشخصي ، فإنها لم تأخذ كافة سماتها ومحتواها من مفهوم بنك الكمبيوتر الشخصي المتقدم الإشارة إليه ، فالبرمجيات التي تشغل البنك الإلكتروني ليست موجودة في نظام كمبيوتر العميل ، والفائدة من ذلك كبيرة ، فالبنك أو مزود البرمجيات ليس ملزماً بإرسال الإصدارات الجديدة والمتطورة من البرمجيات للعميل كلما تم تطويرها ، ويمكن بفضل ذلك أيضاً ان يدخل العميل إلى حساباته والى موقع البنك وخدماته من أي نظام آخر في أي مكان ، أو أي وقت ، وليس فقط من خلال كمبيوتره الخاص كما هو الحال في فكرة البنك المنزلي ، أو البنك على الخط . كما ان تعلم استخدام البرمجيات لم يعد مطلباً كالترام على البنك ، فالموقع يتيح ذلك والعديد من مواقع البرمجيات الشبيهة تقدم مثل هذا التعريف ، وفوق ذلك كله فان البنك عبر الانترنت ، أو بنك الموقع ، يتيح مداخل للعميل باتجاه مواقع شبيهة أو مكملة لخدماته ، كمواقع إصدار وإدارة البطاقات المالية ، أو امن المعلومات المتبادلة ، أو مواقع مؤسسات شهادات التعاقد والتوثيق، أو مواقع تداول الأسهم أو أي

¹ . نهاد شاهين، (2000) ، شبكة الإنترنت ، العربية لعلوم الحاسب ، القاهرة ص 47

مواقع أخرى تقدم أي نمط أو نوع من الخدمات المالية أو الاستشارية عبر البنك المستضيف أو شركائه¹.

والبنوك الالكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب، بل موقعا ماليا تجارياً، إدارياً، استشارياً شاملاً، له وجود مستقل على الشبكة، فإذا عجز البنك نفسه عن أداء خدمة ما، فإن الحل قد يكون باللجوء إلى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك.

كما ان احد أهم تحديات المنافسة في ميدان البنوك الالكترونية ان مؤسسات مالية تقدم على الشبكة خدمات كانت حكرًا على البنوك بمعناها التقليدي أو بمعناها المقرر في تشريعات تنظيم العمل المصرفي، وليس غريباً ان نجد مؤسسات تجارية أو مؤسسات تسويقية تمارس أعمالاً مصرفية بحتة نتجت عن قدراتها المتميزة على إدارة موقع مالي على الشبكة، وأصبحت بنكا حقيقيا بالمعنى المعروف بعد ان كانت تعتمد - عبر خطوط مرتبطة بها - على البنوك القائمة، فبعض مواقع التسوق الالكتروني، كمتاجر بيع الكتب اعتمدت على بنوك تجارية قبلت أنفاذ عمليات الدفع النقدي وتحويل الحسابات، ووجدت هذه الشركات نفسها بعد حين تمتلك وسائل الدفع النقدي التقنية، وتستطيع إنشاء قواعد حسابات بنكية خاصة بعملائها، وتمنحهم ضمن سياساتها التسويقية تسهيلات في الوفاء بالتزاماتهم نحوها، ومن حيث لم تكن تريد أمست مؤسسات تمارس أعمالاً مصرفية، مثل، فتح الحساب، ومنح الاعتماد، وإدارة الدفع النقدي، ونقل الأموال وإصدار بطاقات الائتمان والوفاء الخاصة بزبائنها، وغيرها. وهذا - من جهة أخرى - خلق إمام المؤسسات التشريعية القائمة تحديا كبيرا حول مدى السماح للمؤسسات غير المصرفية القيام بأعمال مصرفية، وما إذا كانت قواعد الرقابة وإجراءاتها المناطة عادة بمؤسسات الرقابة المصرفية كالبنوك المركزية وغيرها، تنطبق على هذه المؤسسات، إلى جانب تحدي إلزام هذه المؤسسات بمراعاة المعايير والقواعد المقررة من جهات الإشراف المصرفي.

وعليه، ووفقا لما تقدم يمكن القول ان البنك الالكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى.

¹ . نهاد شاهين، (2000)، شبكة الإنترنت، نفس المرجع ص 49

3.8. أنواع البنوك لإلكتروني:

ليس كل موقع لبنك على شبكة الانترنت يعني بنكا الكترونيا.

فوفقا للدراسات العالمية وتحديدا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فان هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الالكترونية على الانترنت:

➤ **الموقع المعلوماتي (Informational):** وهو المستوى الأساسي للبنوك الالكترونية أو

ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الالكتروني المصرفي، ومن خلاله فان البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

➤ **الموقع التفاعلي أو الاتصالي (Communicative):** بحيث يسمح الموقع بنوع ما من

التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني، وتعبئة طلبات، أو نماذج على الخط، أو تعديل معلومات القيود والحسابات¹.

➤ **الموقع التبادلي (Transactional):** وهذا هو المستوى الذي يمكن القول فيه ان البنك

فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للعميل بالوصول إلى حساباته، وأدارتها، وأجراء الدفعات النقدية، والوفاء بقيمة الفواتير، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية، وأجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك، أو مع جهات خارجية.

إن غالبية البنوك في العالم قد انشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تعد من قبيل المواد الدعائية، واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي مع العميل، على عكس المواقع التبادلية، التي لا تزال اتجاهات البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة، فهذه المواقع تعني قدرة العميل على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الانترنت.

4.8. البنية التحتية لتكريس عمل البنوك الإلكترونية:

من فترة قصيرة مضت لم نكن نسمع أحدا يقر بأن شبكة الإنترنت بيئة آمنة، وربما لا يزال الوضع كذلك، ان تحقيق درجة مقبولة من الأمن على الشبكة أمسى أهم متطلبات القيام بأعمالها،

¹ . مغراوي شلبي (2008)، البنك المحمول والنقود الإلكترونية www.islamonline.net ص 55

وتصبح مشكلة امن المعلومات أكثر حدة بالنسبة لعمليات التحويل النقدي بأشكالها المختلفة. غير أن الاتجاه نحو قبول الانترنت كواسطة تبادل يزداد يوماً بعد يوم.

- بسبب شيوع الاهتمام بأمنها، وتحديداً عبر الإبداع المتزايد في ميدان وسائل امن التقنية وامن المعلومات.
- إلى جانب الاهتمام التشريعي والتنظيمي لتوفير الحماية لبيانات ومعلومات الانترنت.
- بسبب إن البنوك الفاعلة الكبرى دخلت المعركة وشيئا فشيئا تضيق فرص الاختيار بين العمل على الشبكة أو البقاء خارجها ، وتتجه عوامل السوق واستراتيجيات التسويق والإدارة نحو استثمار الانترنت بيئة للعمل، لأنها تحتل مكانا يتسع يوماً بعد يوم في ميدان النشاط التجاري والمالي¹.

إن المستخدمين تتزايد قناعتهم بتحقق مستوى من الأمن، لكن خياراتهم تتوقف على مدى فعالية إجراءات الأمن، ومن هنا كان التحدي الأول لصناع القرار هو امن المعلومات وتحسين مواقع العمل من الاختراقات الخارجية والداخلية، ولعل من أكثر العوامل مساهمة في الاتجاه نحو قبول التعامل المالي على الشبكة نشوء وجود بوليص تامين على مخاطر العمل عبر الشبكة، حيث انه بقدر توفر التأمين من الخطر تتلاشى الخشية من حصوله، لان المال مضمون، إن لم يكن بسبب ما تفرضه وتتطلبه شركات التأمين من إجراءات سلامة وامن، فبفضل وجود التعويض عند تحقق الخطر.

5.8. أهمية البنوك الالكترونية:

إن العميل بحاجة للحصول على حل لمشكلته وليس مشاهدة عرض يقدم له، هذه أول الحقائق التي يمثل إدراكها مبرر وجود البنك الالكتروني بل أساس نجاحه، لهذا كان موقع شركة E-Loan المتخصصة بالإقراض الالكتروني – على سبيل المثال - مميزاً بين سائر المواقع الشبيهة ويميزها عن جهات الإقراض غير الالكترونية، لأنه ليس مجرد موقع يعرض الإقراض بالوسائل التقنية، بل لأنه يساعد المستخدمين على تحديد وحساب احتياجاتهم، وخياراتهم المتطلبة لحل مشاكلهم، ثم يقدم حزمة من العروض والخدمات التي تتفق مع رغبة وطلب العميل²

¹ . بوقوم محمد،المعلوماتية والجهاز البنكي، مداخلة مقدمة الى ملتقى المنظومة المصرفية 2009 ص 56
² . طارق عبد العال حماد (2007) ، التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات ،الدار الجامعية الإسكندرية

إن البنوك غير الالكترونية، تقدم جزءا من الحلول لمشكلات العميل لكنها لا تقدم حولا شاملة أو تقدم حولا جزئية بكلف عالية، فإذا علمنا إن التنافس على أشده في سوق العمل المصرفي، وعنوانه الخدمة الشاملة والأسرع بالكلفة الأقل، فإن البنوك الالكترونية فرصة لتحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق، وببساطة، فإن الظن ان البنك الالكتروني مجرد إدارة لعمليات مصرفية وحسابات مالية ظن خاطئ، لان التقنية تتيح للعميل ذاته أن يدير مثل هذه الأعمال، أن وجود البنك الالكتروني مرهون بقدرته على التحول إلى موقع للمعلومة ومكان للحل المبني على المعلومة الصحيحة، انه مؤسسة للمشورة، ولفتح آفاق العمل، انه مكان لفرص الاستثمار وإدارتها ، مكان للخدمة المالية السريعة بأقل الكلف، مكان للإدارة المتميزة لاحتياجات العميل مهما اختلفت كموقع Intuit Quicken. Com إذ يلحظ المستخدم ان هذا الموقع يقدم خدمات مالية وضريبية واستشارية واستثمارية ويعرض حزما من الخدمات الشاملة تتلاقى مع متطلبات الزبائن لحل مشكلاتهم¹

كما أن الاتجاه نحو الدفع النقدي الالكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال الالكترونية يقدم مبررا لبناء البنوك الالكترونية، فشركات التامين، النفط ، الطيران، الفنادق... الخ تتجه بخطى واثقة نحو عمليات الدفع عبر الخط، أو الدفع الالكتروني، وهي عمليات تستلزم - إن لم يكن موقع الشركة يوفر وسائل الدفع النقدي - وجود حسابات بنكية أو حسابات تحويل أو نحوها ، وترك الساحة دون تواجد يعني دفع القطاعات المشار إليها إلى ممارسة أعمال مالية على الخط لسد احتياجاتها التي لا توفرها جهات العمل المصرفي المتخصصة²

إن البنوك الالكترونية توفر في التكاليف ، حيث إنها تحتاج إلى عدد اقل من الموظفين كما إنها توفر في تكاليف الوجود المادي ، إن هذا يوفر ليس بالضرورة إن تعود للبنك نفسه ، و إنما قد تستخدم في تقديم الخدمات بأسعار اقل³

6.8. خدمات البنوك الإلكترونية

من أهم هذه الخدمات⁴:

- تقديم الاستعلامات اللازمة للعملاء؛

1 . احمد ماهر (2002)، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الإتصال، الدار الجامعية ،مصر
 2 . علي محمد منصور (2002)، مبادئ الإدارة ،أسس ومفاهيم ،ط2، مجموعة النيل العربية ،القاهرة ،مصر
 3 . طارق عبد العال حماد (2007) ، التجارة الإلكترونية :المفاهيم ،التجارب، التحديات ،الدار الجامعية الإسكندرية
 4 . محمد كرباح (2010)، البنوك الإلكترونية ،دار النهضة العربية ،بيروت

- إتمام عمليات التحويل بين الحسابات الداخلية ومع بنوك وشركات أخرى؛
- الحصول على كشوف الحسابات أو غيرها من التقارير التي يحتاجها العميل؛
- سداد الأقساط المستحقة أو الفواتير الدورية؛
- تقديم الطلبات الشخصية قبل الحضور إلى البنك مثل طلبات الحصول على بطاقات ائتمانية.

7.8. مزايا المعاملات من خلال البنك الإلكتروني

- ✓ تنظيم عمليات الدفع الدوري: يعنى الاتفاق على وقت محدد لاستقطاع جزء محدد من الرصيد وتحويله إلى المستفيد بشكل دوري ومن دون أخطاء .
- ✓ السلامة والأمن: كان للتحويلات الالكترونية دور كبير في إزالة المخاوف من عمليات السرقة للنقود أو للشيكات .
- ✓ تحسين عمليات التدفق النقدي: وهي سرعة تنقل النقد بشكل كبير وبنقطة عالية .
- ✓ تقليل الاعتماد على الأعمال الورقية: وذلك لندرة احتياج الأعمال المصرفية للنماذج الورقية .
- ✓ زيادة رضا العملاء من خلال سرعة ودقة إنجاز معاملتهم.

8.8. مخاطر البنوك الإلكترونية:

لا احد يستطيع إنكار الكم الهائل من المزايا التي تقدمها البنوك الالكترونية، إلا أن ذلك لا يعني التعامل من خلال البنوك الالكترونية ليس له مخاطر وعيوب حيث نجد الخبراء الاقتصاديين يحذرون من عيوب محتملة الحدوث من نظام التعامل مع البنوك الالكترونية ومنها¹:

- ✓ ظهور فجوة في علاقة البنك بالعميل يمكن أن تتسبب في عمليات نصب تتعرض لها البنوك .
- ✓ صعوبة السيطرة على حجم السيولة في البنوك وذلك لأن العملاء يستطيعون تحويل أي مبلغ من خلال الكمبيوتر ومن دول أخرى، مما يؤثر تأثيراً سلبياً على اقتصاديات الدول أو التسبب في أزمات سيولة.

¹ . أحمد عبد الخالق(2006) ، التجارة الإلكترونية والعولمة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، ط1

9.8. توجه البنوك العالمية الى العمل الإلكتروني:

إن الدراسات التحليلية التي اجريت على مواقع البنوك الالكترونية إضافة إلى الدراسات البحثية الصادرة عن مؤسسات الأبحاث المختلفة، تظهر ما يلي: ¹

✚ غالبية مواقع البنوك على الانترنت مواقع تعريفية معلوماتية وليست مواقع خدمات مصرفية على الخط؛

✚ هناك اتجاه دولي للتواجد على الانترنت لكن وفق التقييم الاستراتيجي فان مجرد الوجود على الانترنت ليس هو الغرض المطلوب بقدر ما هو مطلوب استثمار هذه البيئة في نشاط فعال وباقتدار؛

✚ إن الكثير من مواقع الانترنت البحثية توفر مداخل شاملة لكافة مواقع البنوك على الانترنت، وهذا يعني قدرة المستخدم على التحرك بين هذه المواقع بسهولة للوصول إلى أفضل عروض متاحة، ومن هنا فان أهم استراتيجية في واقع البنوك على الانترنت هي أن يدرك القارئون عليها إن الكل يراك وما تظنه مميذا قد يكون عاديا بالنسبة للغير؛

✚ لا تزال الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول في حقل العمل المصرفي، ومع ذلك فان من بين 10 آلاف بنك ومؤسسة مالية ثمة ما يقارب 3500 موقع تتشارك في بعضها العديد من المؤسسات، وان محركات البحث الأوسع غير قادرة على جلب أكثر من 30 % تقريبا من هذه المواقع ، وفي محركات البحث يكاد يتكرر أسماء ما يقارب 20-30 موقعا للبنوك الكبرى وبعضها من البنوك الصغيرة، ويرجع ذلك لنجاح هذه البنوك في اعتماد آليات انتشار عبر محركات البحث العالمية تتيح لمختلف المستخدمين الوصول إليها أفضل من غيرها؛

✚ تشير خلاصات دراسات بحثية حول البنوك الالكترونية في أمريكا - التي تغطي الواقع الفعلي لهذه البنوك من عام 1997 وحتى نهاية عام 2000 إلى تنامي الاتجاه نحو بناء مواقع تبادلية الكترونية للبنوك.

10.8. انشاء البنوك الإلكترونية

تعتبر شبكة الإنترنت وسيط تفاعلي لبيئة الأعمال بوجه عام، فمن وجهة نظر المستخدم الفرد، بيئة ملائمة لإنجاز العمليات المصرفية مثل:- تدقيق وفحص الحسابات الشخصية، دفع

¹ . ميادة بلعياش (2014) ،مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر ،أبحاث اقتصادية وإدارية ،ط6

الفواتير الخ، وتوفر على المستخدم مجهود الانتقال وتعبئة النماذج وتساهم من التخلص من متطلبات ومجهود المقابلة (الفيزيائية) مع الموظف. إما من وجهة نظر المنشأة، فإنها وسيلة لتخفيض التكاليف التشغيلية، والتأسيسية للفروع وبالتالي زيادة الأرباح وخفض رسوم خدمة العملاء على العمليات المختلفة وزيادة فوائد الإيداع وخفض فوائد الإقراض، وابتكار برامج جديدة وتحفيز الخدمات وجذب الزبائن ودخول أسواق جديدة¹.

إن أول بنك افتراضي على شبكة الانترنت بنك (Net bank) نمت أعماله من عام 1995 حتى الآن.

والبنوك الإلكترونية ليست حكرا على المؤسسات المصرفية بل ربما تكون الريادة في مشروعاتها راجعة إلى تدخل جهات غير مصرفية لتلبية احتياجات التسويق الإلكتروني التي تمارسها عبر مواقعها، والمتتبع لوضع سوق الانترنت، يجد إن قطاعات غير بنكية قد دخلت بقوة سوق الاستثمار في البنوك الإلكترونية، إما عن طريق:

أ- الاستثمار المباشر: مثل :- شركة سوني , حيث أنشأت بنك افتراضي يقدم خدمات الإقراض والائتمان ، وشركة سوفت بنك التي تملك yahoo، وليس لها علاقة بالعمل البنكي الفعلي، وقد اشترت بنك ياباني مفلس.

ب - توفير منصات خدمات للتعاملات المصرفية: مثل أمريكا اون لاين التي أقامت بنك افتراضي منذ 1996 انضم إليه العديد من البنوك، وكذلك مثل بوابة لايكوس، حيث بدأت شراكة مع بنك الكتروني منتصف 1999 وتصدر بطاقة ائتمان إلكترونية، وتقدم قروض على الخط.

ج - تقديم خدمات بنكية بالنيابة:- مثل شركة بيع وتأجير السيارات، التي تقدم خدمة التمويل المجاني، ومقارنة أسعار الفائدة على القروض.

11.8. شروط نجاح البنك الإلكتروني

- البنية التحتية التقنية: يقف في مقدمة متطلبات البنوك الإلكترونية وبالعموم أية مشروعات تقنية ، البنية التحتية التقنية والبنى التحتية التقنية للبنوك الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف

¹ . كهيبة رشام (2010) ، بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر ،مجلة الاقتصاد الجديد، ط1 ص 66

القطاعات، ذلك لان البنوك الالكترونية تحيا في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية ، والمتطلب الرئيس لضمان أعمال الكترونية ناجحة، بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات، عصر اقتصاد المعرفة، يتمثل بالاتصالات، وبقدر كفاءة البنى التحتية، وسلامة سياسات السوق الاتصالي، وتحديد السياسات التسعيرية لمقابل خدمات الربط بالانترنت ، فلا تحيا الشبكة وأعمالها دون تزايد أعداد المشتركين الذي يلوجونها¹ كما إن فعالية وسلامة بنى الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثمائي، ودقة المعايير وتوائمها الدولي، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات، وبقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الالكترونية، بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات، وتوفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطراف العلاقة، و تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد اولويات الدعم وما يتعين إن يكون محلا للتشجيع الاستثمائي من قبل الدولة.

والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات، من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، ولم يعد المال وحده المتطلب الرئيس، بل استراتيجيات التوائم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعلة وضمان الاستخدام الامثل والسليم لوسائل التقنية.

وتوفر البنى التحتية العامة يبقى غير كاف دون مشاريع بناء بنى تحتية خاصة بالمنشآت المصرفية ، وهو اتجاه تعمل عليه البنوك بجدية، ونكتفي في هذا المقام بالقول إن عنصر التميز هو إدراك مستقبل تطور التقنية ، وتوفير بنى وحلول برمجية تتيح مواصلة التعامل مع الفتوح الجديدة، فتقنية حصرية تعني اداءً ضيقاً ، والمسألة ليست مسألة أموال، إنما خطط سليمة وكفاءات إدارة مميزة ترى المستقبل أكثر مما ترى الحاضر، ولا تشعر بالزهو فيما تنجزه بقدر ما تشعر بثقل مسؤولية البقاء ضمن المميزين²

¹ . رايح عرابة (2012)، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي ،مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية، ط8، ص 22

² . رايح عرابة (2012)، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي ،(نفسه) ص 24

- **الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية:** هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والاهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية، و المالية، والتسويقية، والقانونية، والاستشارية، والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الإلكتروني.
- **التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:** - والتفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط، أو مع البنى التقنية فقط، وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تجيء وليد تفكير إبداعي وليس وليد تفكير نمطي.
- **الرقابة التقييمية الحيادية:** إن واحدا من عناصر النجاح الارتكان للقادرين على التقييم الموضوعي، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك الإلكترونية جهات مشورة في تخصصات التقنية، والتسويق، والقانون، والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها. حيث إن عدد زائري الموقع ليس مؤشر على النجاح، إذ يسود فهم عام إن كثرة زيارة الموقع دليل نجاح الموقع، لكنه ليس كذلك دائماً، وأن كان مؤشراً حقيقياً على سلامة وضع الموقع على محركات البحث، وسلامة الخطط الدعائية والترويجية.

12.8. التحديات القانونية التي تواجهها البنوك الإلكترونية

أن تكون المؤسسة المصرفية ذات وجود فاعل على شبكة الانترنت، يعني أن تحقق الوصول إلى اكبر قدر من الزبائن، وان تحقق شمولية الخدمات المقدمة وتيسير قبولها وطلبها، وإن تحقق قدراً متيقناً من امن المعاملات وامن إدارة أموال المساهمين، وأخيراً إن تحقق قدراً مميزاً من كفاءة الخدمة المقدمة للعملاء وقدراً مقبولاً لحماية مصالح وأموال العملاء. هذه العناصر الأربعة - التي يستلزم كل واحد منها خطة أداء وتميز - تكشف عبر التحليل الموضوعي عن حزمة من التحديات القانونية، وبقدر سلامة التعامل مع هذه التحديات بقدر ما تتحقق سلامة مرتكزات خطط تحقيق هذه العناصر، وبقدر ما يصبح متاحاً بناء البنك الإلكتروني الحقيقي والمميز¹

¹ . شيروف فضيلة (2010)، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة ص 67

أما عن التحديات القانونية فهي تتمثل أولاً بتحدي قبول القانون للتعاقبات الالكترونية وتحدي حجبتها في الإثبات ، ومن ثم تحديات امن المعلومات، و تحديات وسائل الدفع، وتحديات الأعمال المرتبطة، وتحديات المعايير والإشرافية، والتحديات الضريبية.

➤ تحديات التعاقدات المصرفية الالكترونية ومشكلات الإثبات:

تثار مسألة انعقاد العقد بواسطة نظم الكمبيوتر وشبكات المعلومات وما يتصل بها من حيث موثوقية ، قبول الرسائل الإلكترونية، والبريد الالكتروني المتعلق بالعلاقات محل التعاقد، وتأثير الرسائل الالكترونية عبر شبكات المعلومات كالإنترنت، والرسائل المتبادلة عبر الشبكات الخاصة والبريد الالكتروني مشكلة عدم تحقيق وظائف الإثبات في ظل غياب المعايير، والمواصفات، والتنظيم القانوني الذي يتيح توفير الطبيعة التي تجيز قبولها في الإثبات .

والى حين كانت هذه المشكلات ليست ذات اثر إقليمي أو دولي إلا في حدود العقود التجارية الدولية التي جرى تنظيم الكثير من قواعدها ضمن اتفاقيات دولية أو عبر مؤسسة العقود النموذجية والقواعد الموحدة لعدد من العقود ، لكن شيوع التجارة الالكترونية بوجه عام ، واتصال هذه التجارة بمحتوى التعاقد من حيث أمسى من الشائع أن تكون الخدمات محله وليس البضائع التي تستلزم تسليماً مادياً يساهم في تخفيف إشكالات التعاقد الالكتروني بسبب ممارسة أنشطة التجارة الالكترونية ، إضافة إلى اعتماد التجارة الالكترونية على أنظمة الدفع الالكتروني عموماً (كبطاقات الائتمان على الخط أو عبر التفويض على الهاتف والحوالات المالية الرقمية ، وغيرها) وما أدى إليه ذلك من أتمتة العمليات والخدمات المصرفية وأتمتة التعاقد بشأنها ضمن مفهوم بنوك الويب أو البنوك الالكترونية أو البنوك على الخط أو البنوك الافتراضية المتقدم عرضه.

إذن، نحن أمام عملية تقييم لقواعد التعاقد في سائر التشريعات ذات العلاقة (المدني ، التجارة ، البنوك، ... الخ) لغايات تبين مدى تواءم النصوص القائمة مع ما أفرزته وسائل الاتصال الحديثة، وتحديداً شبكات المعلومات بأنواعها، باعتبار أن القواعد القائمة في نطاق التشريعات عموماً، وفي أكثر من فرع من فروع القانون ، تتعامل مع عناصر الكتابة والمحرم والمستند والتوقيع والصورة طبق الأصل و ... الخ من مفاهيم ذات مدلول مادي¹.

¹ . نهلة أحمد قنديل (2012)، التجارة الإلكترونية، دون دار للنشر، القاهرة

➤ أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الإلكترونية:

الحقيقة الأولى في حقل تحديات امن المعاملات المصرفية، هو إن امن البنوك الالكترونية، وكذلك التجارة الالكترونية جزء رئيس من امن المعلومات، ونظم التقنية العالية عموماً، و إن مستويات ومتطلبات الأمن الرئيسية في بيئة تقنية المعلومات تتمثل بما يلي :

- الوعي بمسائل الأمن لكافة مستويات الأداء الوظيفي، الحماية المادية للتجهيزات التقنية، الحماية الأدائية (استراتيجيات رقابة العمل والموظفين) الحماية التقنية الداخلية، والحماية التقنية من المخاطر الخارجية
- إذاً القاعدة الأولى في حقل امن المعلومات فهي إن الأمن الفاعل هو المرتكز على الاحتياجات المدروسة التي تضمن الملائمة، والموازنة بين محل الحماية، ومصدر الخطر، ونطاق الحماية، وأداء النظام والكلفة . وبالتالي فان استراتيجيات و برامج امن المعلومات تختلف من منشأة إلى أخرى ومن بيئة إلى أخرى تبعاً لطبيعة البناء التقني للنظام محل الحماية، وتبعاً للمعلومات محل الحماية وتبعاً للآليات التقنية للعمليات محل الحماية ، إلى جانب عناصر تكامل الأداء، واثر وسائل الأمن عليه، وعناصر الكلفة المالية، وغيرها أما القاعدة الثانية فهي انه لا تتكامل حلقات الحماية دون الحماية القانونية عبر النصوص القانونية التي تحمي من إساءة استخدام الحواسيب ، والشبكات فيما يعرف بجرائم الكمبيوتر ، والانترنت ، والاتصالات، والجرائم المالية الالكترونية ، وبالتالي تتكامل تشريعات البنوك والتجارة الالكترونية مع النصوص القانونية لحماية المعلومات ، وبدونها يظل جسم الحماية بجناح واحد¹.
- الاتجاهات الأمنية في حقل حماية البيانات في البيئة المصرفية ، والتي تتخذ أهمية بالغة بالنسبة للبنوك التي تمثل بياناتها في الحقيقة أموالاً رقمية ، وتمثل حقوقاً مالية ، وعناصر رئيسة في الائتمان ، نجد إن المطلوب هو وضع استراتيجيات شاملة لأمن المعلومات تتناول نظام البنك ، وموقعه الافتراضي، وتتناول نظم الحماية الداخلية من أنشطة إساءة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل المنشأة، وتحديدًا الجهات المعنية بالوصول إلى نظم التحكم، و المعالجة،

¹ . فريدة معارفي (2010)، البنوك الإلكترونية، منتدى موجه لإدارة الاعمال، بسكرة ص 23

والمبرمجين ، إلى جانب استراتيجية الحماية من الاختراقات الداخلية ، وهذه الاستراتيجيات يجب أن تمتد إلى عميل البنك لا للبنك وحده ، حتى نضمن نشاطاً واعياً للتعامل مع المعلومات وتقدير أهمية حمايتها ، ولكل استراتيجية أركانها ومتطلباتها ومخرجاتها . وتقييم كفاءة الاستراتيجية يقوم على مدى قدرتها على توفير مظلة امن شاملة لنظام البنك، و العميل، و النظم المرتبطة بهم.

➤ تحديات وسائل الدفع:

تتسارع وسائل الخدمة الالكترونية منذ سنوات دون ان يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها ، ان بطاقات الائتمان قد حققت رواجاً ومقبولة عالية ، إلا أنها تثير العديد من المسائل القانونية في حقل الحماية المدنية ، والجزائية ، ومسؤوليات أطراف العلاقة فيها، وإذا كان مقبولاً فيما سبق الارتكان للعقود المبرمة بين أطراف علاقات البطاقات الائتمانية لتنظيم مسألتها، فإنه ليس مقبولاً التعامل بذات الوسيلة مع تحديات المفهوم الجديد للمال ووسائل الوفاء به بعد ان بدا الاتجاه نحو المال الرقمي أو الالكتروني كبديل عن المال الورقي، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً، وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات اثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متوائمة مع مفاهيم المال الالكتروني ووسائله وقواعد، وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية، كما تظهر الأهمية إلى تهيئة بناء قانوني لإدارات البنوك القانونية يتيح لها إمكانية التعامل مع تحديات البنوك الالكترونية التي اختارت دخول هذا الميدان¹

➤ تحديات الأعمال المرتبطة والمعايير والإشرافية:

بمان البنوك الالكترونية ليست مجرد موقع بنك و عميل، إنها بيئة من العلاقات المتعددة جزء منها مرتبط بالعميل وجزء آخر مرتبط بجهات الأعمال، أما تلك التي يعتمد البنك عليها من خدمة البنوك الالكترونية أو، تعتمد هي عليه في خدمات ترتبط بنشاطها، و بالتالي فإنه ينشأ عن ذلك التزامات قانونية لتحديد مسؤوليات كل طرف من الأطراف المرتبطة، مثل وجود آليات قانونية لمواجهة أي منازعة محتملة.

¹ . عبد المنعم راضي (2011)، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية

كما وتثير مسائل الإشراف المصرفي تحديات قانونية جديدة، مثل تحدي المعايير التي تضع البنك ضمن بيئة التوافق مع تشريعات وتعليمات جهات الإشراف¹.

➤ التحديات الضريبية:

ان الأعمال الالكترونية تلغي فكرة الموقع , أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري ، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط. إضافة لما تثيره من مشاكل تحديد النظام القانوني المختص. كذلك فان الأعمال الالكترونية المتحركة من حيث خواتمها التقنية قد تهجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً، وهذا الأمر تنبعت له أمريكا، فقررت عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال و التجارة الالكترونية².

وفرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع، والاهم تعاوناً وتنسيقاً إقليمياً ودولياً.

وفيما يتعلق بالبنك الراغب في اقتحام عوالم البنوك الالكترونية، أو يسعى إلى توفير حماية فاعلة لنشاطه الذي بدأه في هذا الحقل، يتعين ان ينطلق في الاستراتيجيات القانونية من قاعدة ان الحماية القانونية لها ذات القدر من الأهمية التي تحظى بها الجاهزية التقنية وتحظى بها سياسات التسويق، وترجمة هذا الأساس إلى مهام وخطط يتعين تهيئة كادر قانوني عارف مدرك لطبيعة المخاطر المحتملة جاهز لمواجهةها، ولا يقصد بالكادر هنا المحامين، والمستشارين فقط، إنما عناصر البحث والتطوير القانوني المناط بها إدراك كل جديد، والتعامل مع كل خطر محتمل، وقد أظهرت الدراسات التحليلية ان نمط ووسائل أداء، وطبيعة معارف العاملين في حقل الحماية القانونية لمشاريع الأعمال الإلكترونية تتميز محتوى وشكلاً وتكتيكاً عن نمط ووسائل وأداء وطبيعة معارف غير العاملين في هذا الحقل. كما ان أهم عناصر استراتيجيات الأداء القانوني لمشاريع تقنية المعلومات عموماً، بناء قواعد المعلومات المتطورة على الدوام التي تكفل بقاء الإدارات القانونية على إطلاع على كل جديد لان ما يحدث لدى الغير أصبح على قدر كبير من الأهمية في ظل ما تثيره هذه الأعمال من مشكلات تنازع القوانين والاختصاص.

¹ احمد جويلي، غالي حمزة، عبدون حجلة (2005) الوحدة العربية الاقتصادية، مصر ص 18
² . محمد كرباح (2010)، البنوك الإلكترونية، دار النهضة العربية، بيروت ص 55

13.8. تقييم البنوك الالكترونية:

ان التقييم لمدى نجاح ومكانة البنك الالكتروني لا يقوم على ذات المعايير المعهودة، ذلك ان تقييم مواقع البنوك الالكترونية يخضع أيضاً لاعتبارات أخرى غير اعتبارات نطاق الخدمة وحجم البنك، والمعايير التقييمية التقليدية الأخرى، ومرد ذلك للطبيعة الخاصة لبنوك الانترنت، وحاجتها إلى استراتيجيات أمنية وتسويقية، وتصميمية تختلف عن البنوك العادية، لها أثر في مستوى نجاح البنك، ومستوى الموثوقية بخدماته، لهذا اعتمدت معايير مختلفة، منها على سبيل المثال المعايير

التالية: 1:

- نطاق تقديم البنك للخدمة، وشمولها خدمات إضافية لخدمات البنوك الالكترونية التفاعلية.
- مدة عمل البنك في البيئة الافتراضية.
- عدد وأنماط ونوعية الخدمات الالكترونية المقدمة.
- مستوى الأمن والموثوقية من خلال الوسائل المتبعة.
- آليات العمل والمعايير المتبعة.
- بساطة الإجراءات التقنية، وفعالية الوثيقة القانونية.
- حجم الروابط التي يوفرها موقع البنك الالكتروني، وجهات خدمة الدعم، و الخدمات الوسيطة أو الإضافية.
- مستويات النمو، و تطوير الأعمال مقاسة باتجاهات النماء في بيئة الانترنت.
- مقاربة المعايير المتقدمة مع حجم المؤسسة المصرفية، وسوقها البشري، والإئمائي، والفئة التي تصنف ضمنها.
- الإطار، و المحتوى المعلوماتي المقدم على موقع البنك.
- الإطار التفاعلي مع العميل .
- الوجود الإضافي، و الفعلي لموقع البنك على الأرض، وقدرة الوصول إلى مواقع خدماته الفعلية.

وبتدقيق هذه المعايير، وغيرها يلاحظ ان جهة التقييم لم تعد بالضرورة جهة مصرفية، بل ان غالبية هذه المعايير يقوم بها مستشارين تقنيين، أو امنيين أو قانونيين أو غير ذلك.

¹ . بوقوم محمد،المعلوماتية والجهاز البنكي، مداخلة مقدمة الى ملتقى المنظومة المصرفية 2009.

ان الخدمات و المنتجات المالية، و التجارة الالكترونية، تتطلب تحليلاً شاملاً، كمدخل لتحديد سمة البنوك الالكترونية، لذلك يجب قبل اقتحام عوالمها أن¹

- تحليل الاتجاهات الحديثة نحو الخدمات المالية المؤتمتة كماً ونوعاً.
- تحديد المخاطر المالية والإدارية المحتملة.
- تحديد الاحتياجات المادية و الفنية و المعرفية و البشرية و الاستشارية المطلوبة لهذا النمط المستجد من الأعمال، و بشكل خاص اعتماد معايير الأمن و الخصوصية.
- تحديد التحديات القانونية الناجمة في بيئة علاقات البنوك الالكترونية وحلولها.
- فحص و تقييم القواعد التنظيمية المتصلة بتجارة الانترنت عموماً و البنوك الالكترونية على وجه الخصوص.
- وضع خطط العمل المناسبة و الملائمة لتطبيق أنشطة العمل البنكي الالكتروني، و ضمان التغذية و التطوير و مواصلة التقييم و البحث للموائمة مع التطورات السريعة في هذا القطاع.

14.8. سلبيات البنوك الالكترونية:

يجب التسلح بالحذر عند التعامل مع البنوك الالكترونية، حيث ان هناك بعض البنوك الالكترونية التي تعد واجهة للجريمة المنظمة، و التي قد تكون موجهة من دول أخرى، لذا يجب فحص البنك الالكتروني بدقة عن طريق القيام بمايلي²:

- فحص الشركة من خلال الطرق التقليدية(وكالات التقييم)؛
- التحقق من وجوده من خلال زيارته أو الاتصال به؛
- التحقق من مزاعمها من خلال المشاركين المدرجين؛
- مراجعة الشركات داخل البنك؛
- ضمان ان الموقع غير محاكي لغيره؛

ان إدراك البنوك الالكترونية، نظاماً و استراتيجياً و منافع، يتطلب معرفة استراتيجيات التجارة الالكترونية و معرفة نطاقها و علاقتها بعمليات أتمتة الأعمال و أدارتها، والتميز بين أنماط و صور التجارة الإلكترونية و معرفة كيف يمكن ان تطبق التجارة الالكترونية و متطلباتها

¹ . مغراوي شلبي (2008)، البنك المحمول والنقود الإلكترونية www.islamonline.net
² . رأفت رضوان (2010)، عالم التجارة الإلكترونية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية

وتحدياتها، وبعد ذلك، يتعين إدراك تأثير خدمات الشبكة التكنولوجية على العمل البنكي . وإدراك مدى و كيفية تأثير التقنية على علاقة العميل بالخدمة المالية. و وصف المشكلات التي تخلفها التقنية في بيئة العمل البنكي، و وصف الطرق المستحدثة لتحقيق البنوك عوائد ربحية من خلال البنوك الالكترونية و تحديد العناصر المتصلة بالقواعد الجديدة للتنافس في بيئة العمل البنكي.

15.8. ايجابيات البنك الالكتروني

من الخطأ اعتبار البنك الالكتروني كإدارة للعمليات المصرفية والحسابات الشخصية. لأننا نستطيع إدارة هذه الأعمال من خلال الهواتف المصرفية أو أجهزة الصراف الآلي المنتشرة حاليا في كل مكان.

إذ لا بد أن يكون البنك الالكتروني أشبه بمركز للمعلوماتية يقدم حلولاً واقعية ومنطقية لمتطلبات العملاء بالإضافة إلى تقديم استشارات متميزة مبنية على الخبرة وان يفتح آفاقاً جديدة للأعمال الالكترونية وان يكون مركزاً لإدارة استثمار العملاء بكفاءة عالية وبرسوم وكلفة اقل. وان يتمتع بشكل كبير من المرونة لتلبية كل احتياجات العملاء. بمعنى أن يقوم البنك بتقديم خدمات مالية وضريبية واستشارية واستثمارية ويعرض حزمًا من الخدمات الشاملة تتناسب مع متطلبات العملاء وتدعمهم في حل مشكلاتهم.

9. الإدارة الإلكترونية لمواكبة عمل المؤسسة الاقتصادية

على الرغم من أن هدف الإدارة الإلكترونية واحد، إلا أن تناولها بالتعريف، والتعاطي مع مفهومها، تنوع بين المفكرين والمهتمين الذين تعرضوا لهذا المفهوم.

1.9. مفهوم الإدارة الإلكترونية

- **التعريف الأول** تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها موارد معلوماتية تعتمد على الانترنت وشبكات الأعمال تميل أكثر من أي وقت مضى إلى تجريد الأشياء وما يرتبط بها إلى الحد الذي أصبح رأس المال المعلوماتي المعرفي الفكري هو العامل الأكثر فاعلية في تحقيق أهدافها، والأكثر كفاية في استخدام مواردها¹

- **التعريف الثاني** بينما يركز آخرون على بعض المسائل الإجرائية التي تعتمد عليها الإدارات الإلكترونية، فعرفوا الإدارة الإلكترونية بأنها الجهود الإدارية التي تتضمن تبادل المعلومات وتقديم الخدمات للمواطنين وقطاع الأعمال بسرعة عالية وتكلفة منخفضة عبر أجهزة الحاسوب وشبكات الإنترنت مع ضمان سرية أمن المعلومات المتناقلة².

- **التعريف الثالث** ويذهب بعض الباحثين إلى أن الإدارة الإلكترونية منهج حديث يعتمد على تنفيذ كل الأعمال والمعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر من الأفراد أو المنظمات باستخدام كل الوسائل الإلكترونية، مثل البريد الإلكتروني Email والتحويلات الإلكترونية للأموال (Transfers Electronic Funds) والتبادل الإلكتروني للمستندات (Electric Data Interchange)

فالإدارة الإلكترونية "e-management" هي بكل بساطة الانتقال من إنجاز المعاملات وتقديم الخدمات العامة من الطريقة التقليدية اليدوية إلى الشكل الإلكتروني من أجل استخدام أمثل للوقت و المال و الجهد.

¹ . عبد الحميد متولي (1974)، القانون الدستوري والأنظمة السياسية، منشأة المعارف الإسكندرية

² . عصمت عبد الله الشيخ (2000)، دور ونظم وتكنولوجيا المعلومات في تسيير وفعالية العمل الإداري، القاهرة، دار النهضة

وبمعنى آخر "فالإدارة الإلكترونية" هي إنجاز المعاملات الإدارية و تقديم الخدمات العامة عبر شبكة الانترنت أو الانترنت بدون أن يضطر العملاء من الانتقال إلى الإدارات شخصيا لإنجاز معاملاتهم مع ما يترافق من إهدار للوقت و الجهد و الطاقات.

فالإدارة الإلكترونية تقوم على مفهوم جديد و متطور يتعدى المفهوم الحديث اتّصل و لا تنتقل و ينقله خطوة إلى الأمام بحيث يصبح ادخل على الخط و لا تدخل في الخط¹.

من كل هذه التعاريف نستنتج ان الإدارة الإلكترونية استراتيجية إدارية لعصر المعلومات، تعمل على تحقيق خدمات أفضل للمواطنين و المؤسسات و لربائنها مع استغلال أمثل لمصادر المعلومات المتاحة من خلال توظيف الموارد المادية و البشرية و المعنوية المتاحة في إطار الكتروني حديث من اجل استغلال أمثل للوقت و المال و الجهد و تحقيقا للمطالب المستهدفة وبال جودة المطلوبة، فالمفهوم الحقيقي للإدارة الإلكترونية الشائع في كثير من الدول هو التقنية في تحسين مستويات أداء الأجهزة الحكومية، ورفع كفاءتها، وتعزيز فعاليتها في تحقيق الأهداف المرجوة منها.

2.9. أهمية الإدارة الإلكترونية:

تعد الإدارة الإلكترونية عصب حياة المجتمعات ا لمدينة الحديثة، التي كانت مسيرة حياتها اليومية تواجه أزمات خانقة في ظل إدارتها التقليدية حتى استطاعت أن تخطو خطوات لافتة على سبيل تجاوز هذه الأزمات بفعل التقنية، بينما لا تزال مجتمعات أخرى تحبو في بداية الطريق الذي يتسابق الآخرون في مراحلها النهائية ويُنظر إلى الإدارة الإلكترونية على أنها بديل عصري يواكب التطور الذي اعترى حياة الإنسان على سطح الأرض، ويلبي مطالبه الإدارية، ويرضي طموحه في الحصول على قدرات أعلى²

3.9. أهداف الإدارة الإلكترونية:

ان الفلسفة الرئيسية للإدارة الإلكترونية هي نظرتها إلى الإدارة كمصدر للخدمات والمواطن و الشركات كزبائن، أو عملاء يرغبون في الاستفادة من هذه الخدمات، لذلك فان

1 . هيم الفلكاوي (2002)، الحكومة الإلكترونية، مجلة الحرس الوطني الكويتي ص 50

2 . محمود صدام جبر، الموجة الإلكترونية القادمة، مجلة الإداري، 2002 ص 21

للإدارة الالكترونية أهداف كثيرة تسعى إلى تحقيقها في إطار تعاملها مع العميل نذكر منها بغض النظر عن الأهمية والأولوية¹.

- تقليل كلفة الإجراءات (الإدارية) و ما يتعلق بها من عمليات.
- زيادة كفاءة عمل الإدارة من خلال تعاملها مع المواطنين و الشركات و المؤسسات
- استيعاب عدد أكبر من العملاء في وقت واحد إذ أنّ قدرة الإدارة التقليدية بالنسبة إلى تخليص معاملات العملاء تبقى محدودة و تضطرّهم في كثير من الأحيان إلى الانتظار في صفوف طويلة.
- إلغاء عامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة أو التخفيف منه إلى أقصى حد ممكن مما يؤدي إلى الحد من تأثير العلاقات الشخصية و النفوذ في إنهاء المعاملات المتعلقة بأحد العملاء.
- إلغاء نظام الأرشيف الوطني الورقي و استبداله بنظام أرشفة الكتروني مع ما يحمله من ليونة في التعامل مع الوثائق و المقدرة على تصحيح الأخطاء الحاصلة بسرعة و نشر الوثائق لأكثر من جهة في أقل وقت ممكن و الاستفادة منها في أي وقت كان.
- القضاء على البيروقراطية بمفهومها الجامد و تسهيل تقسيم العمل و التخصص به
- إلغاء عامل المكان, إذ أنّها تطمح إلى تحقيق تعيينات الموظفين و التخاطب معهم و إرسال الأوامر و التعليمات و الإشراف على الأداء و إقامة الندوات و المؤتمرات من خلال "الفيديو كونفرانس" و من خلال الشبكة الالكترونية للإدارة.
- إلغاء تأثير عامل الزمان, ففكرة الصيف و الشتاء لم تعد موجودة و فكرة أخذ العطل أو الإجازات لإنجاز بعض المعاملات الإدارية تمّ الحد منها إلى أقصى حد ممكن.

4.9. أهمية الإدارة الإلكترونية بالنسبة إلى القطاع العام

لا تقل حاجة القطاع العام إلى التقنية عن حاجة القطاع الخاص إليها، فلدى القطاع العام من المشكلات الإدارية ما يدفعه دائماً إلى البحث عن حلول لهذه المشكلات، وليس أنسب حلاً من تغيير نمط إدارته من الأسلوب التقليدي البيروقراطي الجامد إلى الأسلوب الإلكتروني المرن؛

¹ . عمار بوحوش، نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرون، دار الغرب الإسلامي، بيروت ص 182

للخروج من أزمات الإدارة الحكومية التقليدية، إضافة إلى أن كثيرًا من الإدارات الحكومية ليست إدارات خدمية فحسب، فهناك إدارة حكومية تدير مواقع إنتاج مصانع أو مزارع أو مشروعات تابعة للدولة، وهذه تسعى إلى المنافسة وتحتاج إلى ما تحتاج إليه إدارات القطاع الخاص من إمكانات الإدارة الإلكترونية وقدراتها ومزاياها لخوض منافساتها داخل الأسواق باقتدار. ويمكن استعراض أهم النقاط التي تؤكد حاجة القطاع الحكومي لتطبيق أسلوب الإدارة الإلكترونية من خلال الآتي¹:

- تردي مستوى خدمات كثير من تلك الإدارات وتعقيده إلى الدرجة التي تستدعي الحاجة إلى تبسيط إجراءاتها، وجعلها أكثر سلاسة ومرونة، وتسهيل تقديمها للمواطنين.
- حاجة الإدارة الحكومية إلى مزيد من الثقة المتبادلة بينها وبين المراجعين لها، ورغبتها في تهيئة أجواء من الشفافية في دوائر العمل الحكومي، مما يدعو تلك الإدارات إلى التوجه إلى الإدارة الإلكترونية بوصفها نمطًا جديدًا، فيه من الحياد والموضوعية والانضباط ما يعين على تغيير وجهة النظر السائدة لدى المواطن، وتعديل الصورة القديمة للإدارة الحكومية في عقله.
- حرص الجهات الحكومية على تنمية كوادرها الوطنية، وتأهيلها بعلوم التقنية الحديثة للاعتماد عليها في إدارة برامج التنمية وخططها المستقبلية للدولة التي ينبغي أن تقف على قدم المساواة مع خطط التنمية وبرامجها في دول العالم، ولن يتم ذلك إلا بتوفير البنية الأساسية التقنية لتلك الكوادر الوطنية من شبكات وقواعد معلومات، ودعم كل ما يدفع في خط الاستثمار في التقنية، مما يتيح الفرص أمام المشروعات التقنية التي ينبغي أن تكون بيئة تنشأ فيها تلك الكوادر (
- حاجة الاقتصاد الوطني إلى الدعم ومد يد العون إليه، وليس شيء أقدر من التقنية وتعميم تطبيقاتها على دوائر القطاع العام للإسهام بفعالية في حل كثير من الصعوبات التي تعترض حركة كثير من الصادات في الدولة، بما يتاح لها في ظل الإدارة الإلكترونية من فرص التواصل مع الأسواق العالمية ومعرفة احتياجاتهم في حال التصدير وأيضًا معرفة أهم وأجود منتجاتها في حال الاستيراد ، لذا تبقى الإدارة الإلكترونية خيارًا لا بديل عنه أمام الحكومات التي

¹ . خالد الزعبي، الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، مرجع ذكر سابقا ص 14

تسعى إلى حجز موطن قدم لها في الأسواق العالمية وكسر طوق العزلة المحلية والإقليمية، والاستفادة من وجودها بوصفها إحدى قوى السوق العالمية، حتى لا تتحول إلى سوق استهلاكية فقط تباع فيها بضائع الآخرين، ويروج فيها لمنتجاتهم المادية وإفرازاتهم الفكرية، دون أن تكون لها القدرة على الرفض أو الاختيار بسبب العزلة، وافتقاد القدرة على التمييز في المفاضلة في ظل سعي الإدارة الحكومية أخيراً إلى الحصول على منتجات الأسواق الخارجية بأسعار معقولة فإنها بحاجة إلى مساعدة التقنية التي تمنح تلك الإدارات القدرة على خوض تجربة التجارة عالمياً، والتعرف إلى معروضات الأسواق، واختيار الأفضل والأنسب من عروضها وأسعارها، بعيداً عن هيمنة الوسطاء ومشكلاتهم، وما قد يلحقونه بالمصلحة الوطنية من خسائر، إضافة إلى أن انفتاح الإدارة الوطنية على العالم سيقضي على الاحتكار، ويجعل الخيارات متاحة أمامها لتكون بديلاً إذا ما رفع أحد الموردين الأسعار عليها، وبخاصة في السلع ذات الحساسية التي تمس الاحتياجات اليومية للمواطنين كالسلع الاستهلاكية الضرورية¹.

- تحتاج الإدارات الحكومية إلى خوض تجربة الإدارة الإلكترونية لزيادة قدرة المشروعات الصغيرة والمتوسطة على المش اركة في حركة التجارة العالمية، لكون إدارات الدولة الإلكترونية نافذة تطل منها هذه المشروعات الصغيرة التي يصبح بإمكانها الالتقاء بعملائها في الخارج وتوقيع الاتفاقيات معهم عبر نافذة الدولة وأيضاً تكون الإدارة الحكومية في موقع معلوماتي مميز ولديها من العلاقات خارجياً ما يمكنها من عقد صفقات ناجحة في الأسواق العالمية لصغار المستثمرين كالزراع والصناعات لتقديم منتجات تقبلها السوق العالمية، بعد توفير الدولة مواصفاتها لأصحاب المشروعات الصغيرة، مما يفتح باب التصدير أمام تلك المشروعات ويرفع قدرتها على اختراق تلك الأسواق الدولية بكفاءة وفعالية، وتقلل من تكلفة عمليات التسويق والدعاية والإعلان، مما يزيد من نشاط تلك المشروعات ويسهم بدوره في تعزيز الاقتصاد الوطني، بوصف هذا كله في النهاية مكسباً يصب في خانة هذا الاقتصاد .

¹ . خالد الزعبي، الاعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، نفس المرجع ص 15

- تخفيف عبء إيجاد فرص جديدة للعمل عن كاهل الدولة، بفتح الباب أمام فرص العمل الحرفي الخارج، بتشجيع المشروعات الصغيرة وتسويق منتجاتها، ومدها باستمرار بالنصائح والمواصفات التي من شأنها تطوير منتجاتها، مما يلفت نظر قطاع الشباب وصغار المستثمرين إلى فائدة حوض مثل تلك التجارب الناجحة، والسعي إلى بناء أنفسهم وتنمية قدراتهم عبر تلك الأسواق، باستغلال الإمكانيات التي توفرها لهم الدولة، مما يخلق حالة من التطلع إلى العمل الحر الذي يمثل خياراً أفضل للشباب الذين يفضلونه على الأعمال الحكومية التي قد لا تكون مرغوبة بكثرة آنذاك، وهو هدف إستراتيجي تنموي سيدر على الدولة الكثير، كما سيرفع عن كاهلها الكثير، بفعل الإمكانيات التي توفرها الإدارة الإلكترونية والحلول التي تضعها في أيدي الدول لتجاوز كثير من عقباتها.
- تختصر الإدارة الإلكترونية وقت تنفيذ المعاملات الإدارية المختلفة، وتسهّل الاتصال بين إدارات الأجهزة الحكومية ومنظماتها، وتوفر الدقة والوضوح في العمليات الإدارية، وترشّد استخدام الأوراق في المعاملات، مما سيوفر بالتبعية المخازن اللازمة لتخزين هذه الأطنان من الأوراق وتجميع البيانات والمعلومات من مصادرها الأصلية، إضافة إلى دعم الثقافة التنظيمية لدى العاملين كافة وزيادة الترابط بين الإدارة العليا والوسطى والعاملين، وتوفير البيانات للمراجعين والمستفيدين عامة بصورة فورية، والحد من معوقات اتخاذ القرار¹.

5.9. الفرق بين الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية:

1.5.9. الفرق بين الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية :

يمكن الوقوف على أبرز الفوارق بين الإدارة التقليدية والإلكترونية من خلال النقاط الآتية:

- **الحفظ:** ففي حين كان كثير من المعاملات الورقية في النظام التقليدي يتعرض للتلغ مع مرور الوقت، أصبح الملف الإلكتروني الذي يضم المعاملة ضمن محتوياته محفوظاً في مأمن من التلغ والتقدم في الموضوع المخصص له على الشبكة الإلكترونية للمنظمة التي يوجد لديها

¹ . خالد الزعبي، الاعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، نفس المرجع السابق ص 17

الملف بالإضافة إلى تأمين كثير من المنظمات الإلكترونية محتوياتها باستخدام أكثر من وسيط تخزين إلكتروني، احترازًا من حدوث أي عارض للشبكة الأم.

• **الضياع:** يتعرض المتعاملون أو المراجعون للمنظمات التقليدية لمشكلة كبرى، تتركز في احتمال يحدث كثيرًا، وهو ضياع معاملاتهم بين أكداس المعاملات الأخرى، أو ضياعها بين كومة أوراق ألقبت في سلة النفايات بالخطأ، وكان من تبعات ذلك إلحاق الضرر أو خسائر جسيمة بصاحب المعاملة أو بالإدارة نفسها، وهو الأمر الذي لا يواجهه إطلاقًا مراجع الإدارات الإلكترونية نظرا إلى أنه لا سبيل إلى فقدان أي بيان أو معاملة أو ملف من الملفات التي تم حفظها على الشبكة الإلكترونية إلا في القليل النادر¹.

• **الاسترجاع:** إن الحصول على معلومة ما أو معاملة من أحد الملفات الورقية للنظام التقليدي أمر بالغ الصعوبة؛ نظرًا إلى تكدس الملفات والمعاملات، مما قد يحتاج إلى ساعات أو أيام، فالانتقال إلى الأرشيف للبحث عن ملف تائه بين مئات وربما آلاف الملفات، رحلة شاقة؛ في حين أن مثل هذا الأمر لا يكلف الباحث في أرشيف الشبكة الإلكترونية عن هذه المعاملة أو هذا الملف أكثر من الضغط على الزر المعني في لوحة المفاتيح ليخرج تاريخ معاملات المراجع كاملاً.

• **التكاليف:** يكبد الأسلوب الورقي الإدارة التقليدية تأسيساً على ضرورة احتفاظ الإدارة بهذا الركام من الملفات والأوراق الكثير من النفقات في سبيل سعيها لحفظ تلك الملفات والمعاملات، وصيانة المكان الأرشيف الذي تحفظ فيه، يحدث هذا في الوقت الذي لا يكلف الأمر فيه في ظل الإدارة الإلكترونية أكثر من ثمن وسائط التخزين أو الشبكة التي حملت البيانات أو المعلومات أو المعاملات عليها سلفاً، دون حمل عناء صيانة مبان أو حفظ أو تجديد وأيضا دون تكبد خسائر أو نفقات إضافية.

• **المكان:** يعد حفظ المعاملات الورقية وتخزين ملفاتها التي قد تتجاوز أعدادها أرقاماً تتخطى حاجز الأصفار الستة، من أكبر المشكلات التي تواجه الإدارات التقليدية، إذ إن ذلك سيضطر الإدارة إلى توفير مخازن ضخمة لتلك المعاملات فضلاً عن توفير طاقم عمالة وموظفين وغيرهم، مهمتهم فقط إدارة هذه المخازن والحصول على أحد الملفات حين طلبه، مما يرهق تلك الإدارات التقليدية، ويعطل مواردها، ويبتلع جهودها المهدرة في الحفظ والتخزين، أما

¹ . الحمادي عبد العزيز، مفاهيم ومتطلبات الحكومة الإلكترونية، معهد الإدارة العامة 2002 ص 32

الإدارات الإلكترونية فإن هذا الأمر ربما لا يدخل في حساباتها على الإطلاق، حيث تتسع شبكاتها لملايين بل مليارات الملفات، في حين قد لا يحتاج مجموع الأجهزة التي تحمل عليها تلك الشبكة حجم غرفة صغيرة.¹

- **الحماية:** من ميزات الإدارات الإلكترونية التي لا تتوافر للإدارات التقليدية تأمين الشبكات الإلكترونية ببرامج حماية تضمن عدم تمكن أحد من الدخول إليها والتلاعب في ملفاتها ومعاملاتها بالحذف أو الإضافة؛ فهذه كلها أمور أصبحت غير واردة في حساب المتعامل مع الإدارات الإلكترونية الذي يدرك أن واقع معاملته وبياناته المحمية المخزنة على شبكة الإدارة الإلكترونية لا سبيل لأحد في الوصول إليها، وأن البرنامج الحاسوبي الدقيق للشبكة سيمنحه فرصته بناء على بياناته، بعيداً عن التدخل البشري.
- **التوثيق والضبط:** تستطيع الإدارات الإلكترونية بكل يسر وبفعل برامج التقنية التي لا تتوقف عند جديد تسجيل أي إجراء يتم على الشبكة الإلكترونية للإدارة بالساعة والدقيقة والثانية التي تم فيها، مما يضمن لتلك الإدارات أعلى مستوى من الدقة والتوثيق لمدخلاتها ومخرجاتها ومعاملاتها التي تحكمها النظم والبرامج فائقة الدقة والحماية والأمان للإدارات الإلكترونية.
- **الإجراءات:** تكشف النظرة العميقة إلى طبيعة كل من أسلوب الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية، وإلى طبيعة الممارسات في كلتا الإدارتين؛ عن أوجه اختلاف جوهرية؛ منها أن إجراءات الإدارة الإلكترونية ليست بتلك المباشرة التي يعتمد عليها أسلوب الإدارة التقليدية، حيث لا يلتقي مراجع الإدارة الإلكترونية مسئولاً أو موظفًا على مكتبه أو موظف خطوط أمامية، مثلما يحدث في النظام التقليدي، فمراجع الإدارة الإلكترونية قد يتعاطى مع برنامج حاسوبي نظمت خلاله عمليات دقيقة محددة ينفذها المراجع عبر قائمة من الأوامر التي يقوم بتنفيذها على لوحة مفاتيح جهازه إن كانت المعاملات عبر الإنترنت أو عبر مكائن الإدارة الموجودة في الأماكن المخصصة لذلك الغرض، كالصرافات الآلية مثلاً.
- **طبيعة اللقاء:** في حال الإدارة الإلكترونية يختفي دور الوسائل المباشرة التي يلتقي خلالها طرفا العملية الإدارية المراجع وممثل الجهة كالتليفونات أو المراسلات أو الفاكسات، ويستبدل بها الوسيط الإلكتروني الذي يوفر هذا اللقاء الافتراضي الذي يقوم على إجراء معاملة بين طرفين لا يوجد أثناء إجراءاتها سوى أحدهما فقط، بينما يمثل الآخر البرنامج الحاسوبي أو

¹ . الحمادي عبد العزيز، مفاهيم ومتطلبات الحكومة الإلكترونية، معهد الإدارة العامة 2002 ص 33

بريده الإلكتروني الذي سيطلع عليه المسؤول لاحقًا، أو يؤدي البرنامج الخدمة بناء على بيانات ُ غُدِّي بها سلفًا تحدد قبول الأمر أو رفضه، إذا تبدلت وسائل التعامل أيضًا مما أتاح مزيدًا من البعد عن المعاملات الشخصية، وخضوعها أو عدم خضوعها للارتياح أو التعب أو الوساطة من قبل أحد الطرفين.

- **التفاعل:** تتميز الإدارات الإلكترونية بالتفاعل السريع؛ إذ يمكنها استقبال آلاف الطلبات أو الرسائل في وقت واحد، والرد عليها جميعًا بسرعة فائقة وفي وقت واحد بإعطاء أمر واحد لرسالة محددة للوصول إلى عدد هائل من الأفراد كأن ترسل إحدى الجهات الحكومية إشعارًا بالتعيين، أو منح الأراضي، أو تسليم الوحدات السكنية، أو رسائل التوعية لآلاف، بل ملايين المستلمين المحملة عناوينهم الإلكترونية على الشبكة، في لحظة واحدة وبالأمر نفسه¹.
- **السرعة:** تتفاعل الإدارات الإلكترونية بسرعة فائقة مع مراجعيها، مما يمنحها ميزة لم يكن من الممكن حتى تخيلها في عهود الإدارات التقليدية التي تعتمد على المكاتبات الورقية، أو حتى المكالمات الهاتفية مما قد يحتاج إلى أيام وربما أشهر لإنجاز مشروع ما من تلك المشروعات.
- **مدة الخدمة:** يضاف إلى ميزات الإدارة الإلكترونية ميزة أخرى، من الصعب وربما من المستحيل توافرها للإدارات التقليدية، هي محدودية ساعات الدوام للإدارات التقليدية التي لا يتسع وقت دوامها الرسمي لاستقبال مراجعيها إلا في عدد محدود من الساعات على مدى أيام محددة في الأسبوع قد لا تتجاوز الخمسة، في حين تتوافر خدمات الإدارات الإلكترونية أربعمائة وعشرين ساعة، إذ يمكن تنفيذ الأوامر على شبكاتها في أي وقت سواء من الأجهزة الخاصة في المنازل عبر الإنترنت، أو عبر الكبائن التي تتاح فيها أجهزتها ونوافذها الإلكترونية الخاصة ويمكن أيضًا على مدار اليوم تلقي المعاملات، حيث إن ذلك كله يُنفَّذ وفق برنامج معد سلفًا للرد بالسلب أو الإيجاب على الأوامر التي ترد إليه حسب مطابقته بياناتها أو مخالفته إياها.
- **المهام:** هناك إدارات ذات مهام خاصة كالإدارة المحلية، وإدارة الجوازات مثلًا لديها من الإجراءات الكثيرة المتداخلة، مما يصعب تحقيقه في ظل النظام التقليدي للإدارة. وفي ظل

¹ . الحمادي عبد العزيز، مفاهيم ومتطلبات الحكومة الإلكترونية، نفس المرجع ص 35-36

الإدارات الإلكترونية الحديثة أصبح هذا النوع من الإدارات يؤدي عملياته المتداخلة ببسر وسهولة من خلال تلك الإمكانيات الفارقة التي أتاحتها التقنية.

- **استثمار الموارد:** تتميز الإدارة الإلكترونية عن الإدارة التقليدية بأنها إدارة تقوم على استثمار الموارد المعلوماتية وتخزينها، ووضع البرامج التي تلائم الإدارة في التحكم في هذه المعلومات وإدارتها على النحو الذي يخدم خططها وأهدافها أو مشروعاتها الخدمية أو التنموية، معتمدة على الإنترنت والمعرفة بوصفها رأس مال تلك الإدارات الإلكترونية، يحدث ذلك بين أطراف التعامل بسرعة فائقة، وفي كل موقع.
- **التطور:** يرى كثير من المفكرين والباحثين أن الإدارة الإلكترونية في واقعها النظري تطور طبيعي للفكر الإداري والمدارس الفكرية الإدارية، فقبل أكثر من مئة عام من الزمان بدأ فكر المدرسة الكلاسيكية في الإدارة، وكان الفكر الكلاسيكي آنذاك طفرة ونقله حضارية ومدنية، تمثلت في النموذج البيروقراطي المثالي لماكس ويبر والإدارة العلمية لفرديريك تايلور ووظائف الإدارة لهنري فايول، ثم مدرسة العلاقات الإنسانية لإلتون مايو، ثم المدخل الكمي، ثم مدرسة النظم، ثم المدرسة الموقفية، ثم المنظمة المتعلمة، وأخيرًا الإدارة الإلكترونية¹

2.5.9. الفرق بين الإدارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية:

نظرا إلى انقسام الآراء انقساما كبيرا حول تعريف الإدارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية، فبعض المفكرين والمهتمين يرى أنها إدارة وليست حكومة، ولدى هؤلاء أسبابهم، وبعضهم الآخر يرى أنها حكومة وليست إدارة، ولدى هؤلاء أيضا أسبابهم، وثمة فريق ثالث يتعاطى مع المفهوم بخلط واضح دون تمييز حين يستخدم أحد المصطلحين أو كليهما.

واللافت في هذا الخلاف الذي اشتهر بين مفكري الإدارة والمهتمين بها: اتساع الهوة بين طرفي الخلاف إلى درجة كبيرة، فكل طرف من الطرفين يتناول الفرق بين مفهوم الإدارة الإلكترونية ومفهوم الحكومة الإلكترونية وكأنه يتحدث عن شيء مختلف تماما ومتناقض إلى أقصى درجة².

هناك من يرى أن الحكومة الإلكترونية جزء من تطبيقات الإدارة الإلكترونية وأن تعبير الإدارة الإلكترونية أكثر اتساعًا ورحابة من تعبير الحكومة الإلكترونية، وأن الإدارة الإلكترونية

¹ . الحمادي عبد العزيز، مفاهيم ومتطلبات الحكومة الإلكترونية، نفس المرجع ص 37
² . توفيق عبد الرحمن، الإدارة الإلكترونية، مركز الخبرات المهنية للإدارة، 2003 ص 95

بمثابة مظلة كبيرة تدخل تحتها تطبيقات مختلفة التجارة الالكترونية (E- commerce) والأعمال الإلكترونية (E- Business) والحكومة الإلكترونية (E- Gouvernement) ووجهة نظر هؤلاء أن تعبير الإدارة الإلكترونية هو الأصل الذي تنفرع منه بقية التعريفات وأنه أشمل وأعم، وحجة هذا الفريق أنه لا حكومة من دون إدارة، وعليه من وجهة نظرهم فلا حكومة إلكترونية من دون إدارة إلكترونية.

ويذهب فريق آخر من علماء الإدارة في تبني وجهة النظر السابقة نفسها إلى أبعد من ذلك، حيث يرون أن المسألة ليست فقط مسألة تفرقة بين تعبيرين إدارة وحكومة وإنما يرى هؤلاء أنه يفضل التزام تعبير الإدارة الإلكترونية والابتعاد عن استخدام تعبير الحكومة الإلكترونية نهائياً، ويحتج هؤلاء على صواب رأيهم بأنه عند ذكر اسم الحكومة الإلكترونية فإن أول ما يتبادر إلى ذهن المستمع البعد السياسي والوظيفة السياسية للحكومة، على الرغم من أن الحكومة ليست كياناً سياسياً صرفاً، وأن لها وظائف أخرى تتعلق بالشأن الإداري الداخلي، فيرى أصحاب هذا الرأي أن تلك التسمية لا تصيب المسمى الحكومة الإلكترونية كاملاً، بل تبقى مصبوغة بالصبغة السياسية، ما لا يتوافق مع شمولية المصطلح؛ لذا يرى أصحاب هذا الرأي أن من الأسلم والأدق والأكثر إصابة للمفهوم استخدام مصطلح الإدارة الإلكترونية وتجنب مصطلح الحكومة الإلكترونية¹.

6.9. خصائص الإدارة الإلكترونية:

تقدم الإدارة الإلكترونية وجهاً آخر مغايراً لوجه الإدارة التقليدية، نظراً لسلاسة أدائها وإيقاعها السريع، وقد أصبحت أداة فاعلة في أيدي الذين بادروا بتطبيق التقنية في دوائرهم الإدارية، وحلماً يتطلع إليه الإداريون الذين لم يحظوا بالانتقال إلى الإدارة الإلكترونية، أو طبقوها جزئياً في بعض أنشطتهم، ولم يبلغوا الدرجة الكافية لإطلاق اسم الإدارة الإلكترونية على تعاملاتهم

إن الأمل يحدو الكثير من أصحاب الأعمال والمستثمرين وكثيراً من منسوبي الإدارات، إلى أن تختفي أكوام الملفات الورقية التي تكتسب اللون الأصفر مع مرور الزمن، مما يشعر مراجعي

¹ . توفيق عبد الرحمن، الإدارة الإلكترونية، نفس المرجع ص 95-96

تلك الإدارات ومنسوبيها بخضوعهم لنظام قديم قدم أوراقه. ويمكن استعراض بعض خصائص الإدارة الإلكترونية في النقاط الآتية:

- **السرعة والوضوح:** إن كثيرا من المعوقات الإدارية والعقبات التي ترسخت وبقيت لسنوات على حواجز البيروقراطية يمكن أن تتلاشى وتصبح ماضيا بفعل التحول إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية التي تعطّل قوانينها وظروف أعمالها الورقية إنجاز المعاملات ففي ظل الإدارة الإلكترونية لن تجد تلك الأوراق التي يحتاج إنجازها إلى وقت طويل، ليس إنجازها فحسب، بل أيضا نسخها أكثر من نسخة إذا استلزم الأمر، وحفظها وإرسالها إلى الجهة التي ستبت في أمرها، ثم انتظار عودتها وإمكان تكرار ذلك مرات ومرات في حال وقوع خطأ ما، وربما بدء المشوار من جديد في حال ضياع تلك الأوراق، وهو أمر وارد، والاحتراز منه بنسبة 100% مستحيل، فضلا عن أن يكون هذا بفعل فاعل في حال الأوراق المهمة التي قد تختفي

بتوصية ممن قد يضر وجودها بمصالحهم. وهذه كلها أمور ليست من نسج الخيال بقدر ما هي واقع ومعاناة عاشتها المجتمعات البشرية طويلا في ظل الإدارات التقليدية التي كانت تقف دائما عاجزة عن تبديل شيء من هذا الواقع، وهي مشكلات أصبح في الإمكان الاحتراز منها كليا في ظل سيطرة الإدارة الإلكترونية التامة على معلوماتها ومعاملاتها، وأيضا ضمان سرعة إنجاز المعاملات الفائقة وإرسالها واستقباله.

- **عدم التقيد بالزمان والمكان:** من خصائص الإدارة الإلكترونية إذا ما تم تعميمها وانتشارها في مختلف الإدارات أنه بالإمكان مراجعتها طوال ساعات اليوم، فهي لا تقتيد في عملها بزمن معين، فمواقع هذه الإدارة متاحة عبر الإنترنت أو عبر أجهزتها المنتشرة في الشوارع، كما أن وصلات شبكاتها الداخلية أو وصلات شبكة الإنترنت ليست في حاجة إلى مبان ضخمة لاستيعاب موظفيها ومكاتبها ودواليبها الكثيرة المتخمة بالملفات والأوراق، وإنما مكان صغير محدود يكفي لاستيعاب بعض أجهزة الحاسوب ومتعلقاتها، ويصلح ليكون مقرًا لإدارة كبيرة كانت في الماضي يضيق بها مبنى ضخم يفوق مبنائها بعشرات المرات، فضلا عن أن المراجع للإدارة الإلكترونية يجد نفسه أمام قوائم وخيارات إلكترونية وليس أمام موظفين، حيث يتقلص عدد الأفراد من منسوبي الإدارة

بشكل كبير، ويحل الحاسوب محلهم، حيث يجيب عن أسئلة المراجع وأيضًا يتلقى منه معاملته بيسر عبر قائمة الخيارات والأوامر التي يتيحها لمراجع الإدارة الإلكترونية¹.

■ **إدارة المعلومات لا الاحتفاظ بها:** لا تقوم الإدارة الإلكترونية على ممارسات الأفراد من موظفيها وجهدهم اليدوي في إدارة معاملاتها، بقدر ما تقوم على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها في دوائرها حسب برامج معينة، ومن ضمن تلك البرامج ما يتيح للمراجع إنجاز معاملته عبر شاشاتها وأزرارها وتبسيطها له بدرجة أشبه بالتعليمية كما تهتم بإدارة الملفات وليس الاحتفاظ بها وتكديسها فوق بعضها على أرفف أرشيف الإدارة، ولا يعني هذا أن الإدارة الإلكترونية لا تحتفظ بالمعلومات والبيانات، بل تضمن لها وسائل الحفظ الآمنة، لكن تلك الملفات في ظل الإدارة الإلكترونية تتحول إلى معلومات تحتفظ بها الإدارة على شبكتها الإلكترونية، حيث يتم استدعاؤها حين يقوم صاحب تلك المعلومات بطلب معاملة ما، وبناء عليها يوافق البرنامج على منحه تلك المعاملة أو رفضها، وأيضًا تكون تلك المعلومات عن الأشخاص والأبنية والمشروعات وكثير من تفاصيل الحياة داخل المجتمع مرجعية معرفية تفيد الإدارة حين الرجوع إليها في حال طلب إحصاء ما أو بيانات عن شيء ما، وهذه كلها ممارسات ووسائل استغلال لتلك المعلومات التي تملكها الإدارة الإلكترونية تختلف من إدارة لأخرى حسب طبيعة عمل تلك الإدارة والمهمة المنوطة بها.

■ **المرونة:** الإدارة الإلكترونية إدارة مرنة يمكنها بفعل التقنية وبفعل إمكاناتها: الاستجابة السريعة للأحداث والتجاوب معها، متعددة بذلك حدود الزمان والمكان وصعوبة الاتصال، مما يعين الإدارة على تقديم كثير من الخدمات التي لم تكن متاحة أبدًا بفعل تلك العوائق في ظل الإدارات التقليدية.

■ **الرقابة المباشرة والصادقة:** من خصائص الإدارة الإلكترونية أيضًا أنه أصبح بإمكانها أن تتابع مواقع عملها المختلفة عبر الشاشات والكاميرات الرقمية التي في وسع الإدارة الإلكترونية أن تسلطها على كل بقعة من مواقعها الإدارية، وكذلك على منافذها وأجهزتها التي يتعامل معها الجمهور، وهكذا يصبح لدى الإدارة تلك الأداة المضمونة الصادقة التي تقم بها أنشطتها، وتتابع بها مواقعها باطمئنان، بعيدًا عن أسلوب المتابعة بالمذكرات والتقارير التي يرفعها الأفراد في الإدارات التقليدية، بما يعرف عنها من مشكلات يأتي في

¹ . بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، دار الفكر العربي 2003 ص 48

مقدمتها انعدام الشفافية في كثير من الحالات، فضلًا عن بطء هذا الأسلوب. ويمكن بوضوح كشف هذا الفارق حين نتصور إدارتين؛ إحداهما تجلس في انتظار مراقب أو مجموعة مراقبين أرسلتهم ليكتبوا لها تقريرًا عن موقع ما ويتابعوا سير العمل فيه، وأخرى تجلس في مكانها تشاهد حركة العمل في هذا الموقع مباشرة، وتسمع أيضًا كل ما يدور فيه¹

■ **السرية والخصوصية:** من خصائص الإدارة الإلكترونية السرية والخصوصية للمعلومات المهمة بما تملكه تلك الإدارة من برامج تمكّنها من حجب المعلومات والبيانات المهمة، وعدم إتاحتها إلا لذوي الصلاحية الذين يملكون كلمة المرور للنفوذ إلى تلك المعلومات، فعلى الرغم من الوضوح والشفافية اللذين تتمتع بهما الإدارات الإلكترونية إلا أن هذا لا ينطبق بطبيعة الحال على مختلف أنواع المعلومات، فهنا تتفوق الإدارة الإلكترونية على الإدارة التقليدية، إذ إن قدرتها على الإخفاء والسرية أعلى، ولديها أنظمة منع الاختراق، مما يجعل الوصول إلى أسرارها وملفاتها المحجوبة أمرًا بالغ الصعوبة.

7.9. ملامح الإدارة الإلكترونية

يمكن عرض أبرز ملامح الإدارة الإلكترونية الحديثة من خلال النقاط الآتية:²

- اعتماد تقنية المعلومات والاتصالات أداة رئيسة في يد إدارة التقنية.
- توظيف تلك التقنية في إنجاز مهام الجهاز الإداري ووظائفه.
- الاستفادة من تقنية المعلومات في تجويد خدمة الإدارة الحديثة، وربطها بكل جديد، ورفع فعالية أدائها.
- ميكنة جميع الأنشطة الإدارية، مع الحرص على تحديثها باستمرار، على أن يبسط استخدامها لجميع المتعاملين، بما يضمن الكفاءة والسرعة في إنجاز المعاملات.
- الاعتماد على برامج التقنية الحديثة في ترشيد الوقت والجهد، واختزالهما قدر الإمكان.
- إضافة عنصر السرعة إلى شرط الجودة في تقديم المُخرج النهائي للمنظومة الإدارية.

¹ . بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، نفس المرجع، ص 50-51
² . علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة الإلكترونية، مركز الدراسات العربية 2005 ص 93

وبهذا تصبح الإدارة الإلكترونية بإجراءاتها وعناصرها ومفاهيمها العميقة من وجهة نظر الباحث طوق نجاة لتلك المجتمعات التي أنفقت من عمرها عقودًا تنتظر انفراجة في ظل واقع ينوء بأحمال الإدارات التقليدية الروتينية التي أصبحت عبئًا على مجتمعاتها، وقد بدأت اليوم تتجاوز واقعها وتفك رموزه، بخوضها تجربة أسلوب الإدارة الإلكترونية.

8.9. الدوافع للتحويل إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية:

لم تكن احتياجات الإدارات والمؤسسات أو الحكومات هي الدوافع الوحيدة فقط وراء سعيها للتحويل إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية، بل إن تطلعات المجتمعات الحديثة إلى خوض تجربة التقنية، والاختلافات النوعية التي طرأت على طموح المجتمعات و سعيها إلى تحقيق مستوى أفضل من الخدمات الإدارية وحالة التذمر في أوساط الفئات المتعاملة مع الأساليب التقليدية في ظل وقوف هذه الأساليب عاجزة عن إرضاء مراجعيها وفئاتها المستهدفة¹.

هذا كله كان بمثابة إرهاصات بدأت منذ فترات زمنية مبكرة على سبيل التحويل إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية، منذ أن بدأت المجتمعات والنظم الإدارية تتحسس قدرات تلك التقنية العالية ويمكن توضيح أبرز دوافع التحويل فيما يأتي:

✓ **دافع الزمن:** كثيرًا ما كان الزمن عقبة كبرى أمام الشركات والمؤسسات التي تخوض مضمار المنافسة عالميًا أو محليًا بصدد تقديم منتجاتها، فتقديم منتج جيد ليس كل شيء في ظل تسابق المنافسين إلى تقديم منتج جيد أيضًا، فثمة عنصر آخر للمعادلة غالبًا ما حسم المنافسة لصالح إحدى الشركات والمؤسسات، ألا وهو الزمن، فإن توافرت فرضية أن الجميع وجدوا منتجاتهم، فإن من يصل بمنتجه أولاً هو الذي يحوز قصب السبق، لذا فكثير ما حدد عنصر الزمن حظوظ إدارة ما في القدرة على المنافسة والبقاء وعندما تسعى الإدارة إلى كسب سباق السرعة، وترجيح كفتها بعنصر الزمن، فإنها تجد نفسها أمام ضرورة الاستفادة من تطبيقات التقنية، بوصفها المطلب الأول لإلقاء أسباب بطء الحركة من روتين ومعاملات يدوية وراء ظهرها، والانطلاق إلى آفاق الإبداع التقني الذي يقدم لها كل يوم حلولاً جديدة لاختصار مزيد من الزمن، وتيسير اتخاذ قراراتها، وتعميمها بالسرعة المطلوبة، وإنجاز معاملاتها في الوقت الملائم لوضعها في دائرة المنافسة. فإن

¹ . عطا الله سامي، الحكومة الإلكترونية مكتب برنامج الأمم المتحدة، بيروت، 2000 ص 51

لم تكن الإدارة منافسة، كأن تكون إدارة خدمية حكومية، فإن الفائدة تكون أعظم، إذ إن المجتمع بأكمله سيكتسب ميزة اختصار الزمن، في ظل سباق مجتمعات العالم نحو التطور والبناء، إذًا ليس هناك إدارة يمكنها أن تتصور أن بإمكانها العمل بمعزل عن التقنية، حتى وإن كانت من تلك الإدارات التي يبدو عليها أنها ليست في دائرة تنافسية؛ فالنظرة العميقة الشاملة تؤكد أنه لا أحد خارج المنافسة، ولا أحد يمكنه التضحية بعنصر الزمن، إذ الخسائر حينها ستكون أعم¹.

✓ **تطور الحاسوب وتطبيقاته:** بقدر ما أدهش العالم ظهور الحاسوب في خمسينيات القرن الماضي، بقدر ما تلاشت تلك الدهشة سريعًا أمام التطورات السريعة والقفزات المتتالية التي قفزتها تلك التقنية، فلم يكن يمر عقد زمني إلا ويشهد جيلًا من أجيال الحاسوب، حتى شهدت الثمانينيات الميلادية من القرن الماضي ولادة الجيل الرابع مما جعل الحاسوب في متناول أيدي الأفراد، ولقد وقف المهتمون يتأملون هذا الازدياد المطرد للسعة التخزينية للحاسوب يومًا بعد يوم، ففي حين حقق الحاسوب للعالم حلم إمكانية تخزين ألف معلومة داخل ترانزستور الجيل الثاني من الحاسبات العملاقة، وصلت السعة التخزينية للقرص الصلب في حواسيب بداية القرن الحادي والعشرين إلى ما زاد على مئة جيجا بايت، فضلًا عن سرعة معلومات هذه الأجيال الجديدة وسير معالجاتها، إذ تفوقت سرعة هذه الحواسيب مئات المرات على حواسيب الجيل الرابع، وهو أمر لم يكن خاضعًا حتى للخيال في فترات ماضية، ثم بدأ سباق إنتاج الحاسوب الأصغر حجمًا والأخف وزنًا والأسرع والأكبر في سعته التخزينية.

لقد نجحت تطبيقات التقنية بالفعل في تحقيق إنجازات لم تكن متصورة من قبل، فأتاحت إمكانية التعلّم عن بعد، عبر اقتناء برامج ومناهج أرقى جامعات العالم، فضلًا عن إمكانية التقاء أساتذتها عبر قاعات الفيديو، أو بشكل شخصي عبر الإنترنت على شاشة الحواسيب الخاصة، دون أن يضطر أحد إلى مغادرة بلده لملاقاة الآخر ولقنت هذه التجربة الناجحة لتطبيقات التقنية وغيرها من التجارب إلى إمكانية الاستفادة منها ومن تطبيقاتها في مجال الإدارة، فالأمر لن يكلف سوى تحميل بعض القرارات والقوانين والملفات

¹ . موسى اللوزي، التنمية الإدارية، دار وائل للنشر 2000 ص 145

والمعاملات على شبكة معلوماتية، ثم وضع برنامج معين يسمح بتداول هذه المعلومات والدخول على الشبكة.

والتعاطي معها من قبل الأفراد عبر مجموعة من الأوامر التي يسجلها الفرد عبر لوحة المفاتيح الخاصة بحاسوبه الشخصي أو بحاسوب مركزي يتوجه إليه الأفراد في إحدى الأماكن العامة . ربما يبدو الأمر صعباً في البداية، لكنه لم يعد مستحيلاً مثلما كان يبدو للأجيال الماضية.

لقد انعكست تقنية الحاسوب على نظريات الإدارة والمفاهيم الإدارية التي بدت تتغير وتخرج من وضعها الاستاتيكي القديم، وتبذل بعضاً من الحراك والتقدم باتجاه هذه التقنية، فأصبحت الآلات تتخذ كثيراً من القرارات بناء على برامج إلكترونية تم تحميلها عليها، وبدأت تنوب عن الإنسان في كثير من مواقع العمل، إلى الدرجة التي جعلت عدداً من كتاب الإدارة ومفكرها والمهتمين بالشأن الإداري أمثال: هيربرت، وسايمون، ودرامر، وديفز وغيرهم يتوقعون أن نسبة الآلات سوف تغطي على نسبة العاملين في عصر المعلوماتية الذي سيبنى أنظمتها الإدارية على محورية دور الآلات والحواسيب ومن هنا فقد كان الحاسوب وتطبيقاته، و القفزات التطورية والفوائد المحسوسة التي حققها على مختلف الأصعدة، دافعاً مهماً للتحويل إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية¹.

✓ **تطور الاتصالات:** مرت الاتصالات الإلكترونية بطفرة هائلة، جعلت كل ما تحتاج إليه الإدارة سواء الحكومية منها أو الخاصة في متناول اليد، بأقل التكلفة وأقل الجهد عبر دول العالم، الأمر الذي كان يحتاج في وقت سابق إلى إنفاق تكاليف باهظة، فض لا عن الوقت الذي كان يستغرقه انتقال تلك المعلومات، مما يجعل بعضها عديم الفائدة في حال تجاوز وقت انتقاله سقفاً معيناً، فيذهب كل ما تكبدته الإدارة من نفقات ووقت أدراج الرياح، في حين أمكن - في ظل تطور الاتصالات الإلكترونية الحديثة الاحتراز من هذا كله، ليس ذلك فحسب، بل أمكن في ظل هذه السيطرة العنكبوتية لشبكة الإنترنت حول العالم أن تجد الإدارة نفسها في قلب الحدث العالمي، وعلى اتصال مباشر بأطرافه، مما يجعلها مطمئنة إلى صواب قراراتها

¹ . موسى اللوزي، التنمية الإدارية، نفس المرجع ص 147

وإجراءاتها، ويضعها على المحك مع القرار العالمي بخصوص ما تتخذه من قرارات، أو تنفذه من معاملات، لقد قدمت الاتصالات الإلكترونية فوائد جمة للمجتمع الإنساني وهياكله التنظيمية، فقد أمكن في ظل وجوده تجاوز عائق الروتين الذي وقف حجر عثرة دون إنجاز كثير من المعاملات وأداء كثير من الخدمات، بخلاف المشروعات الاستثمارية التي ضيعة على كثير من الدول، وحرمتها المليارات التي كان أصحابها ينوون استثمارها في إقامة المشروعات، ثم تسبب تشدد أنظمتها وبطء معاملاتها وكثرتها في إحجام رؤوس الأموال عن تلك الدول. ليس ذلك فحسب بل كثيرًا ما تسبب الروتين في هجرة رؤوس الأموال الوطنية إلى ميادين استثمار بعيدة في دول أخرى تحت إغراء التسهيلات التي تمنحها تلك الدول بفعل التقنية التي هيأت لحالة ارتياح عام تشعر المستثمر أنه أمام إدارات متفهمة قادرة على التطور والإنجاز، وتخطي ما قد يعرض من مشكلات¹ يضاف إلى ذلك من الفوائد فائدة السرعة في إنجاز المهام، وبخاصة القائمة على المعلوماتية التي يمكن بفعل التقنية توفير خدماتها بسرعات تنافسية فائقة من قِبَل الإدارة المعنية، كأن يطلب المراجع مثلاً دراسة جدوى عن أحد المشروعات، أو بيانًا بالتوزيع الجغرافي للمنافذ التسويقية الخاصة لسلعة معينة أو إحصاء تاريخيًا أو جغرافيًا أو سكانياً، فقد أصبح هذا كله متاحًا في ظل نشاط تقنية المعلومات، لأنه وفي زمن قياسي يفتح الطريق أمام طموح الباحثين والمستثمرين والمراجعين، وغيرهم، لخوض تجاربهم، استنادًا إلى الإمكانيات المعلوماتية العملاقة التي يمكنه أن يحصل عليها بشكل مباشر من الإدارة الحكومية المعنية، باعتبار حق إتاحة المعلومة على وجه السرعة حقًا جديدًا مميزًا من حقوق المواطنة يُضاف إلى حقوق مواطن مجتمعات التقنية².

وهناك فوائد أخرى غير مباشرة، لكنها تؤثر في أداء إدارات التقنية وحكوماتها على نحو إيجابي؛ إذ إن تلك السيطرة التي تمنحها التقنية للإدارة تجعل أداءها الرقابي على منسوبيها وإنجازاتها فعالاً، مما يجعل عين الإدارة يقظة على مواقع عملها، ويجعل في إمكانها تحسين مستوى خدماتها، والتنبه سريعاً إلى المواقع التي تعاني خلاً أو نقصاً في وصول الخدمة إليها، كما تكون الإدارة على اتصال مباشر مع المراجعين؛ مما يخلق

¹ . موسى اللوزي، التنمية الإدارية، ص 150

² . نائل العوامة، الحكومة الإلكترونية ومستقبل الإدارة العامة، مجلة الدراسات، عمان 2002 ص 152

حالة من الثقة بين المواطن والإدارة، كذلك تكون الإدارة، قادرة على الوقوف على أداء منسوبيها، مما يمكنها من مكافأة أحدهم وتحسين وضعه، أو لفت نظره إلى تقصيره في حال التقصير إن التقدم المذهل في شبكة الاتصالات والإنترنت يشكل دعماً قوياً لفكرة تحول الإدارات إلى تعميم تطبيقات التقنية، بما تقدمه الاتصالات من تواصل فعال وسريع يختصر الوقت والجهد والإمكانات المادية عبر شبكات الاتصالات الداخلية للإدارة، وأيضاً ما أتاحتها الشبكة العالمية للإنترنت من انفتاح للإدارات على آفاق التنمية العالمية، وما وفرته لها من تواصل، إذ رفدت شبكات الإنترنت تلك الإدارات بمد هائل من المعلومات فكانت لها مرجعية معرفية تعينها على بناء خططها ومشروعاتها وتصوراتها التي أصبحت ممكنة التنفيذ في ظل هذا الدعم المعلوماتي الذي تقدمه الإنترنت لإدارات التقنية التي بدأت تشعر بثقة كبيرة في اتخاذ قراراتها، بخلاف الإدارات التقليدية التي لم تكن تتمتع بالثقة نفسها في اتخاذ القرار، هذا فضلاً عن زهد تكلفة هذا المد من المعلومات الذي تستطيع الإدارة الإلكترونية جمعه عبر شبكة الإنترنت في زمن قياسي، الأمر الذي لم يكن متاحاً أبداً في ظل واقعها القديم، وكان يحتاج إلى نفقات طائلة ووقت طويل حتى تتمكن الإدارة من الحصول عليه، وربما لتباعد الفترات الزمنية ليصبح عديم الفائدة عند توافره بين أيدي الجهات الإدارية إضافة إلى تفادي الإدارة الجديدة سقوط بعض التفاصيل من ذاكرة الموظف أو المراجع، أو غيرها من احتمالات الخطأ التي يصعب تصور وجودها في ظل السيطرة الرقمية الجديدة على الوضع الكلية، وخضوع خزائن معلومات الإدارة لأوامر تقنية لا تعرف منطق النسيان ولا يمكن تبرير إحجام أي مجتمع عن الاستجابة لتطوير نظم الإدارة في ظل هذا الإقبال الكاسح على الحواسيب منذ تسعينيات القرن الماضي، إذ تجاوزت مبيعات الحاسب الآلي مليارات الدولارات، لكننا بعد مضي هذه الفترة من الزمن في حاجة إلى إجراء تحديث لهذا الرقم، ومن المؤكد أن الرقم الجديد لمبيعات الحواسيب على مستوى العالم سيكون رقمًا متجاوزًا كل الأسقف المتخيلة لأرقام مبيعات المنتجات الأخرى، مما يدفع في خط الرغبة العارمة من قِبَل المجتمعات إلى الاندماج في أجواء التقنية الرقمية وممارسة تطبيقاتها والاستفادة منها، وبخاصة في ظل المعاناة من المعاملات الورقية التي بات الجميع يمقتونها¹.

¹ . نائل العوامة، الحكومة الإلكترونية ومستقبل الإدارة العامة، نفس المرجع ص 154

✓ القرية الكونية: كان من يسمع هذا التعبير في الماضي يظنه جملة غير مكتملة، أو تعبيراً غير مقصود زل به لسان صاحبه، في حين أنه الآن أصبح من البديهيات، وأحد بدائل اصطلاح العولمة، وهي في مجملها تعبيرات تشير إلى حالة من اختزال المسافة والزمن وسرعة تبادل المعلومات والآراء وسهولة تبادلها عبر العالم، وكذلك عقد الاتفاقات، وإنجاز الصفقات، والترويج للبضائع، وبيعها وشرائها، فالعبارة بالأرقام، والدفع عبر البطاقات الإلكترونية.

إن هذا الواقع الجديد الذي لم يكن إلا خيالاً أو حلمًا في الماضي، وضع العالم أمام فكرة الهيمنة على جميع التفاصيل في كل مكان وفي الوقت نفسه دون بذل جهد يُذكر، فثمة نسخة أخرى طبق الأصل من العالم يمكن الاطلاع عليها والدخول إلى عالمها بكبسة زر أو نقرة على أحد المفاتيح من هنا بدأت تتأصل حزمة من الأفكار الجديدة التي أصبحت تمثل وعياً مغايراً للوعي القديم المحدود الذي طالما أقعد المجتمعات عن اللحاق بطموحاتها، ومن تلك الأفكار تحرر الأسواق والسلع والتجارة حول العالم وعبر الحدود، بل تحرر الأفكار نفسها وانتقالها؛ مما أتاح فرصة لتلاقح الآراء والثقافات والمقترحات وبرامج العمل، الأمر الذي استفادت منه الدول المتقدمة على النحو الأمثل، وبقيت دول العالم الثالث تتحسس موطئ قدمها منه¹.

لقد تجاوز الأمر انتقال الأفكار والمشروعات إلى انتقال رؤوس الأموال والأفراد والخدمات عبر العالم، مما اقتضى التراضي على قوائم مشتركة من المواصفات والمقاييس تطبيقاً عالمياً بشأن السلع والخدمات المتنوعة، فبدأت المنظمات العالمية تضع الأطر المشتركة والموحدة للتعاون وتوحيد المقاييس والمعايير والمواصفات؛ حتى يصبح الخطاب العالمي الجديد عبر شاشات الإنترنت بخصوص شيء محدد متعارف عليه لدى الجميع بالمقاييس والمواصفات نفسها، من أجل توفير جو من الشفافية التي يمكن في ضوئها تبادل المصالح بما يضمن تحقيق الفائدة للجميع، و يوفر حالة من التعايش العالمي وتبادل المنفعة المشتركة لمصلحة الدول والشعوب ولعل ظهور الاتفاقيات العالمية التي رعتها المنظمات بشأن توحيد مقاييس الجودة ومواصفاتها حول العالم بخصوص عدد من السلع والخدمات أحد إفرازات تلك الثقافة الجديدة والواقع الجديد، وبدأت تلك المنظمات تستبعد المنتجات غير الخاضعة لتلك

¹ . نائل العولمة، الحكومة الإلكترونية ومستقبل الإدارة العامة، نفس المرجع ص 155

المواصفات، حتى أنه أصبح من شروط الاعتراف بجودة سلعة ما عالمياً، وصلاحياتها للتداول والاتجار وتوقيع الاتفاقيات بشأنها أن تخضع لمقاييس الجودة وهذا يعكس في جانب منه ما وفره تعميم تطبيقات التقنية العالمية، كالحصول على شهادة الايزو¹

لقد أصبح من الصعب على إدارة معزولة عن التقنية أن تروج لأي منتج من منتجاتها عالمياً ما لم تحصل على شهادة الجودة التي ترشح هذا المنتج للتداول، وشهادة الجودة هذه يقتضي الوصول إليها أن تملك لك الإدارة التقنية التي تكسبها ثقافة العولمة والوصول بمنتجاتها إلى إرضاء الذوق العالمي وإكسابه القابلية حول العالم وليس فقط في محيطها الضيق، ومن الصعب إن لم يكن من المستحيل لذلك أن يتحقق على النحو المرجو وتلك الإدارة خارج دائرة التقنية العالمية، فإن اندمجت الإدارة فينبغي لها أن تكون بمثابة مرآة تعكس تجربتها العالمية لمراجعيها ومنسوبيها؛ مما يجعلهم جميعاً على محك مع مقاييس الجودة الشاملة حول العالم، حيث تضمن الإدارة أن مواطنها في قلب الحدث العالمي، وتضمن أيضاً أن نصائحها التي توجهها لمراجعيها ومنسوبيها من واقع خبرتها العالمية ليست مجرد صيحات في فلاة

✓ **أزمات القطاع العام:** إن اجتهاد القطاع الخاص في الاعتماد على أساليب الإدارة الحديثة عمق من الهوة الكبيرة والفارق الشاسع في الأداء بينه وبين القطاع العام، فقد بدا أداؤه نمطياً تقليدياً ليس على مستوى طموح المواطن، بل حتى طموح إدارات القطاع العام نفسها، فكانت الخصخصة خطوة أولى على سبيل سعي القطاع العام إلى التخفيف من الأعباء الإدارية على الحكومات، وغرس ثقافة الترشيح والمسؤولية عند المواطن، وإن بدت الخصخصة في ظاهرها عملية ترشيح للجهود المهذرة والوقت الضائع والأموال الطائلة التي تتسرب في ظل عدم قدرة جهة الإدارة على السيطرة على مواردها، أو الحصول على تلك الموارد أصلاً، بيد أن بعض الإدارات الخدمية التي لا يمكن خصصتها حتى الآن وجدت نفسها في مواجهة مباشرة

ومقارنة غير منصفة مع إدارات مؤسسات القطاع الخاص التي وضعت قدمها في أرض التقنية، واعتمدها سبيلاً لإحكام قبضتها على أعمالها والسيطرة على مواردها وضبط عجلة العمل بها، على النحو الذي يجعل الإدارة مطمئنة تماماً إلى أنها تسير في الطريق

¹ . زايري بلقاسم، طبيعة التجارة الإلكترونية، وتطبيقاتها المتعددة، المستقبل العربي، القاهرة 2003 ص 92-93

الصحيح، وأن خدماتها تصل إلى مراجعيها، وأن الهدر في إنفاقها تقلص حتى أصبح يقترب من النقطة صفر مما يمكن من إعطاء قرارات صحيحة لموارد الإدارة الفعلية¹.

و لم يعد أمام الإدارات الحكومية بد من خوض تجربة التقنية وتعميم تطبيقاتها على دوائرها الإدارية لترشيد جهودها ونفقاتها، ولسد الثغرات أمام إهدار الموارد، وبخاصة أمام شح الموارد الحكومية وازدياد الطلب على الخدمات في ظل النمو السكاني المتزايد؛ مما يضاعف من أعباء الحكومات، ويضعها أمام ضغوط مالية متزايدة، تحتاج إلى صرامة في تقنين مواردها، الأمر الذي يستدعي دائماً أن يبقى العمل تحت سيطرة الإدارة الدائمة، مما لا يمكن تنفيذه على النحو المرجو إلا في ظل إدارات إلكترونية متكامل فيما بينها لتشكل حكومة إلكترونية تساعد على تحديد مواضع الخلل، وتضع أيديها على الاحتياجات، وأيضاً فرص العمل التي يمكن إتاحتها، وما يمكن خصصته من مشروعات الدولة لزيادة مواردها واستغلالها في الجانب الخدمي، وإتاحة مزيد من فرص العمل للعمالة الفائضة، لقد أصبحت التقنية معادلاً موضوعياً للترشيد في ظل الفكر الإداري الحديث، سواء ترشيد النفقات، أو ترشيد الأيدي العاملة الزائدة، وتوجيهها إلى مواقع أخرى في حاجة إليها، سواء في وظائف حكومية، أو وظائف القطاع الخاص الذي أصبحت الخصخصة أحد أهم أسباب بقائه ونموه على النحو الذي يخدم مصالح الدول، وهذا كله يصعب تطبيقه على نحو صحيح في ظل غياب نظام إلكتروني عام، يعطي قراءات دقيقة للواقع، تمكن الإدارة من اتخاذ قراراتها في اطمئنان. كما أصبحت التقنية ملاذ تلك الإدارات للتخلص من مشهد صفوف المراجعين الطويلة التي لا تكفي ساعات الدوام اليومية لتلبية طلباتها، مما كان يضع تلك الإدارات ومنسوبيها في ضغط مستمر، وخرج كبير أمام الفئات المستهدفة، فكانت التقنية البديل الأمثل لتلك الإدارات التي قضت بالحل التقني على اقتراحات زيادة منافذها ومبانيها ومنسوبيها للوفاء بحاجات مراجعيها، الأمر الذي كان على وشك أن يكبد ميزانياتها ملايين وفقرتها الإدارة الإلكترونية على تلك الجهات.

✓ **الإجماع على التقنية:** تتجه أعين أجيال اليوم على أجيال دول العالم المتطور، ولم تعد ترضى بأقل من أن تكون على قدم المساواة معها، وأن تعمم تطبيقات التقنية على كل تفاصيل الحياة حولها، وبخاصة ما يتعلق بجانب المعاملات. فلم تعد الأجيال الحديثة تتقبل على الإطلاق فكرة

¹ . عوجان عرفات، الحكومة الإلكترونية، شروط النجاح، مجلة الحاسوب 2000 ص 50-55

الاصطفاف بالأوراق والملفات بالآلاف أمام شباك موظف الإدارة المحلية للحصول على رخصة محل أو مزاولة عمل ما، أو الحصول على شروط التقديم لمناقصة تطرحها الإدارة، أو استرضاء موظفي الوزارة للتقديم على فرص العمل، أو أمام السفارات والمكاتب الطلابية لطلب منح الابتعاث، وما إلى ذلك من مواقف وجدت الأجيال الجديدة من الشباب نفسها في غنى عنها، في ظل اعتماد العالم على التقنية في أداء تلك المهام¹.

لقد شاعت الثقافة الإلكترونية وانتشرت بين الشباب، وتعمقت علاقتهم بالحاسوب والإنترنت سواء المتخصص منهم في هذا الحقل أو غير المتخصص إلى درجة باتت محرجة للحكومات، إن لم تتخذ خطوات عاجلة؛ لتشعر الأجيال الجديدة أنها على قدر طموحاتهم، إذ ليس من المنطق أن تسبق عقول الأجيال الجديدة حكوماتها، في حين أن الأصل أن تبادر الحكومات بما يرفع مستوى وعي شعوبها وثقافتها من خلال تزويدهم بالتطبيقات التقنية التي فرضت مفاهيمها الجديدة، وبثت ثقافتها في أجواء العالم. لقد أصبح الوقوف على كل قرار حكومي ومعرفة آلياته ودوافعه وتداعياته أمرًا متاحًا في ظل انتشار الحواسيب الشخصية، وتلك الثقة التي بدأ الأفراد العاديون يتعاملون بها مع المعلومات، ورغبة الأشخاص في الوصول إلى كل جديد من القرارات، مما سيكون له عظيم الأثر في بناء وعي جديد، يقوم على شعور المواطن بالمشاركة وتنمية شعوره بالمسؤولية ومواكبة الأحداث والقرارات، مما يضيف إلى إنجازات الحكومة إنجازًا عظيمًا يتمثل في التأصيل لحاسة المواطن، وتعميق الشعور بها في نفس مواطن مجتمع التقنية الذي سيبقى لديه اعتزاز بمجمعه الجديد، على اعتبار أنه مجتمع متميز يأخذ بأسباب التقدم، الأمر الذي سينعكس على أدائهم الوظيفي وانتمائهم الوطني في مواقعهم الوظيفية والاجتماعية.

✓ **الدوافع السياسية:** كانت التحولات الديمقراطية وما تبعها من متغيرات اجتماعية وتطلعات شعبية أحد العوامل الدافعة لكثير من الجهات الإدارية إلى تعميم تطبيقات التقنية على دوائرها، فقد ساهمت حركات التحرر العالمية التي تطالب بمزيد من الانفتاح والحرية والمشاركة واحترام حقوق الإنسان في توجيه أنظمة تلك الدول إلى إدخال تطبيقات التقنية إلى إداراتها، بوصفها مطالب تحققها هذه الأنظمة لشعوبها لكسب الثقة والتأييد من جراء إنجاز هذا الحلم لكل شعب. وقد رافق هذا التطور في البناء الاجتماعي والتوثب نحو كل جديد في تلك

¹ . العزام احمد، الحكومة الإلكترونية في الأردن، دار الفكر، 2004، ص 22-23

المجتمعات ارتفاع في المستوى الإداري ، وتولّد رؤية جديدة للقطاع العام بأبعاده كافة، مما دفعه إلى السعي لتحسين مستوى المشاركة الشعبية في القرار الحكومي، وترسيخ مبدأ الشفافية الذي يعطي الشعوب حق الرقابة على الجهات الحكومية ومحاسبتها ومساءلتها؛ تحقيقاً لقيم العدالة في تلك المجتمعات، مما جعل من أسلوب الإدارة الإلكترونية فرصة مميزة أمام تلك الأنظمة لتحقيق هذه الآمال لشعوبها¹.

✓ **الحوار والتواصل:** إن الرغبة الجمعية لدى المجتمعات المعاصرة في الالتقاء بالآخر، وإقامة حوار الحضارات على نحو اجتماعي، وإنشاء أواصر للصدقة مع شعوب العالم لدى كثير من فئات المجتمعات، شكلت عنصر دفع للجهات الإدارية في تلك المجتمعات إلى تعميم تطبيقات التقنية بوصفها تلك النافذة التي ستمكن مجتمعها من أن يطل على العالم ويتواصل معه إنسانياً، ومعلوماتياً، واقتصادياً، وإدرياً، وفي ظل غياب الثقافة التقنية العامة ستبقى قدرة هذه المجتمعات على التواصل منقوصة محدودة، لذا كان سعي الجهات الإدارية إلى تطبيق أسلوب الإدارة الإلكترونية من باب نشر ثقافة التقنية، وتعميق الخبرة الاجتماعية بقدراتها بوصفها أداة تواصل إلى جانب أنها أداة إنتاج.

9.9. عناصر وتوجيهات الإدارة الإلكترونية الحديثة:

تتمثل عناصر هذه الإدارة في الآتي:

- إدارة بدون ورق: وهو الرفض الكثيف للورق والتعويض بالأرشفة الإلكترونية وتطبيق المتابعة الآلية.
- إدارة بلا تنظيمات جامدة: يعنى بها الحديث عن المؤسسات الذكية التي تعتمد على العمل المعرفي وصناعة المعرفة.
- إدارة بلا مكان: تعتمد على المؤتمرات الإلكترونية والفيديو كونفرانس.
- إدارة بلا زمان: فالعالم اليوم يعمل 24 ساعة في اليوم ولذلك لا بد من خلق آليات للاتصال بالآخرين. ففكرة الصيف والشتاء لم تعد موجودة. ومن اهم التوجيهات التي تفرضها الإدارة الإلكترونية تتمثل في التالي:

¹ . محمد الطامنة ،الحكومة الإلكترونية وتطبيقاتها في الوطن العربي،القاهرة، منشورات المنظمة العربية 2004 ص 34-35

- كبسلة المعلومات والتي تعنى عرض التراث المعرفي للبشرية في شكل كبسولات.
- ادارة الملفات بدلاً من حفظها والتي تعنى كيفية الاستفادة منها بما يعود بالإضافة على التراكم المعرفي.
- الاحتفاظ بنمط معين من الملفات بحيث يمكن تغيير محتواه من أن لآخر طبقاً للتغييرات بدلاً من كتابته مره أخرى.
- اكتشاف المشاكل مسبقاً بدلاً من الإنتظار لحلها لاحقاً¹.

10.9. متطلبات ومقومات مشروع الادارة الالكترونية:

إن مشروع الإدارة الالكترونية شأنه شأن أي مشروع أو برنامج آخر يحتاج إلى تهيئة البيئة المناسبة و المواتية لطبيعة عمله كي يتمكن من تنفيذ ما هو مطلوب منه و بالتالي يحقق النجاح و التفوق و الأسيكون مصيره الفشل و سيسبب ذلك خسارة في الوقت و المال و الجهد و نعود عندها إلى نقطة الصفر، فالإدارة هي تؤثر و تتأثر بكافة عناصر البيئة المحيطة بها و تتفاعل مع كافة العناصر السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و التكنولوجية لذلك فان مشروع الإدارة الالكترونية يجب أن يراعي عدّة متطلبات منها :

أولاً: البنية التحتيّة، إذ إنّ الإدارة الالكترونية تتطلب وجود مستوى مناسب ان لم نقل عال من البنية التحتيّة التي تتضمن شبكة حديثة للاتصالات و البيانات و بنية تحتيّة متطورة للاتصالات السلكية و اللاسلكية تكون قادرة على تأمين التواصل و نقل المعلومات بين المؤسسات الإدارية نفسها من جهة و بين المؤسسات و المواطن من جهة أخرى.

ثانياً: توافر الوسائل الالكترونية اللازمة للاستفادة من الخدمات التي تقدمها الإدارة الالكترونية و التي نستطيع بواسطتها التواصل معها و منها أجهزة الكمبيوتر الشخصية و المحمولة و الهاتف الشبكي و غيرها من الأجهزة التي تمكنا من الاتصال بالشبكة العالمية أو الداخلية في البلد و بأسعار معقولة تتيح لمعظم الناس الحصول عليها.

¹ . عباس العلق، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، القاهرة، منشورات المنظمة العربية 2004 ص 104

ثالثاً: توافر عدد لا بأس به من مزودي الخدمة بالانترنت، و نشدد على أن تكون الأسعار معقولة قدر الإمكان من اجل فتح المجال لأكبر عدد ممكن من المواطنين للتفاعل مع الإدارة الالكترونية في أقل جهد و أقصر وقت و أقل كلفة ممكنة¹

رابعاً: التدريب وبناء القدرات وهو يشمل تدريب كافة الموظفين على طرق استعمال أجهزة الكمبيوتر وإدارة الشبكات وقواعد المعلومات والبيانات وكافة المعلومات اللازمة للعمل على إدارة و توجيه "الإدارة الالكترونية" بشكل سليم و يفضل أن يتم ذلك بواسطة معاهد أو مراكز تدريب متخصصة و تابعة للحكومة، أضف إلى هذا أنه يجب نشر ثقافة استخدام "الإدارة الالكترونية" وطرق و وسائل استخدامها للمواطنين أيضاً و بنفس الطريقة السابقة.

خامساً: توافر مستوى مناسب من التمويل بحيث يمكّن التمويل الحكومة من إجراء صيانة دورية و تدريب للكوادر والموظفين والحفاظ على مستوى عال من تقديم الخدمات ومواكبة أي تطور يحصل في إطار التكنولوجيا و "الإدارة الالكترونية" على مستوى العالم.

سادساً: توفر الإرادة السياسية بحيث يكون هناك مسؤول أو لجنة محددة تتولى تطبيق هذا المشروع و تعمل على تهيئة البيئة اللازمة والمناسبة للعمل وتتولى الإشراف على التطبيق وتقييم المستويات التي وصلت إليها في التنفيذ.

سابعاً: وجود التشريعات والنصوص القانونية التي تسهل عمل الإدارة الالكترونية و تضي عليها المشروعية و المصادقية و كافة النتائج القانونية المترتبة عليها².

ثامناً: توفير الأمن الالكتروني و السرية الالكترونية على مستوى عال لحماية المعلومات الوطنية و الشخصية و لصون الأرشيف الالكتروني من أي عبث و التركيز على هذه النقطة لما لها من أهمية و خطورة على الأمن القومي و الشخصي للدولة أو الأفراد.

تاسعاً: خطة تسويقية دعائية شاملة للترويج لاستخدام الإدارة الالكترونية وإبراز محاسنها وضرورة مشاركة جميع المواطنين فيها و التفاعل معها و يشارك في هذه الحملة جميع وسائل الإعلام الوطنية من إذاعة و تلفزيون و صحف و الحرص على الجانب الدعائي و إقامة الندوات

¹ . محمد نوبي ، منظومة الحكومة الإلكترونية، المعهد الوطني لإنماء المدن ،القاهرة، 2006 ص 41

² . محمد نوبي ، منظومة الحكومة الإلكترونية، نفس المرجع ص 42

و المؤتمرات و استضافة المسؤولين و الوزراء و الموظفين في حلقات نقاش حول الموضوع لتهيئة مناخ شعبي قادر على التعامل مع مفهوم الإدارة الالكترونية.

بالإضافة إلى هذه العناصر يجب توفير بعض العناصر الفنية و التقنية التي تساعد على تبسيط و تسهيل استخدام الإدارة الالكترونية بما يتناسب مع ثقافة جميع المواطنين و منها: توحيد أشكال المواقع الحكومية و الإدارية و توحيد طرق استخدامها و إنشاء موقع شامل كدليل لعناوين جميع المراكز الحكومية الإدارية في البلاد¹

11.9. التقنيات المستخدمة في مجال الادارة الالكترونية الحديثة:

أ- نظم المعلومات الإدارية:

ويقصد بها النظم التي صممت لأداء وظيفة او وظائف محددة وهي غالبا الأعمال الروتينية اليومية التي تقوم بها دائرة حكومية ما، مثل الاتصالات الإدارية (صادر - وارد)، إدارة الملفات الطبية في المستشفيات، نظم المحاسبة، نظم شئون الموظفين،..... وغيرها. وقد ظهر خلال السنوات الأخيرة ما يعرف بالنظم المتكاملة ويقصد بها النظم التي تتكون من عدة نظم فرعية تتكامل فيما بينها بحيث تكون في النهاية نظام شاملا لجميع وظائف الدائرة².

في الغالب لا تجد كثير من الدوائر نظم متكاملة تلبي احتياجاتها كما تريد، وبالتالي تلجا إلى تصميم نظم خاصة بها قد الإمكان. في هذه الحالة يجب على الدائرة مراعاة المعايير القياسية قدر الإمكان حتى تستطيع التكامل مع التقنيات الأخرى مثل الانترنت. وتجدر الإشارة هنا إلى أن تلك النظم سواء النظم الجاهزة او المطورة محليا يجب أن تكون سهلة الاستخدام ويكون انسياب العمل (workflow) سلسا ومنطقيا .

ب. تقنيات الأرشفة الالكترونية:

تستخدم المساحات الضوئية (السكانرز) لتحويل الوثائق الورقية إلى شكل رقمي يمكن تخزينه وتبادله عبر الشبكات المحلية او الانترنت. ويستخدم لهذا الغرض مساحات سريعة جدا تعادل سرعة آلات تصوير المستندات تقريبا. وتكون مرتبطة عادة بنظام للأرشفة الالكترونية

¹ . محمد نوبي ، منظومة الحكومة الإلكترونية، نفس المرجع ص 44

² . احمد خضر ، ماهية الحكومة الإلكترونية، مجلة العلوم والتكنولوجيا ، عمان 2009 ص 25

(مثل Laserfiche, Arabdox, Projectwise يقوم بتخزين الوثائق وفهرستها بطريقة تمكن من استرجاعها عند الحاجة لها.

ت. نظم إدارة المحتويات: (CMS) Content Management Systems

المقصود بنظم إدارة المحتويات: هي برامج تتركب في مواقع الانترنت لتسهل عملية إدارة المعلومات (المحتويات). وتستخدم تلك النظم قواعد بيانات لتخزين جميع المعلومات، إضافة إلى القوالب الجاهزة وذلك لإنتاج صفحات ويب ديناميكية تكون في النهاية موقعا متكاملًا . وعليه يمكن إضافة المحتويات إلى الموقع بسرعة وبواسطة أشخاص ليس لديهم خلفية عن تقنيات الويب، وتخرج تلك المحتويات في شكل متناسق واحترافي عندما تتصفح بواسطة برامج تصفح الانترنت .

المقصود بالمحتويات: هي جميع أشكال المعلومات التي يراد إتاحتها مثل: وثائق، نماذج، صور، ملفات صوتية، ملفات فيديو، أخبار، معلومات عامة ... الخ¹

1.11.9 مميزات نظم إدارة المحتويات:

- الميزة الأساسية في نظم إدارة المحتويات أنها تخزن جميع المحتويات (في شكل نصوص أو صور أو مواد سمع بصرية) في قاعدة بيانات وعندما تطلب الصفحة يقوم النظام بإنتاج صفحة حسب القالب المحدد مسبقًا ثم يضع النص به ويتم ذلك بسرعة جدا. (بعض النظم تضع نسخ مؤقتة لبعض الصفحات التي يكثر عليها الطلب في دليل مؤقت وتستدعيها عند الطلب وبذلك يكون الوصول إليها أسرع).
- كما أن تصميم الموقع يمكن أن يعدل في لحظات وذلك عن طريق تغيير القوالب.
- تحتوي تلك النظم على واجه استخدام تفاعلية سهلة، تمكن غير المتخصصين في تقنيات الويب من إدارة النظام وإضافة المحتويات².
- يمكن إدارة النظام عن طريق المتصفح وليس هناك حاجة لاستخدام برامج تطوير الويب (FrontPage) أو FTP أو أي برامج أخرى.

¹ . احمد خضر ، ماهية الحكومة الإلكترونية ،مجلة العلوم والتكنولوجيا ،عمان 2009 ص28
² . علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية ،دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2001 ص 35

- بشكل عام توفر تلك النظم إمكانية الإدارة والتحكم في الموقع بشكل شمولي وسهل التعديل في التصميم، توزيع الصلاحيات وتنظيم العمل، إضافة محتويات¹.
- **البوابات : Portals** هي مواقع تستخدم نظم او عدة نظم لإدارة كمية كبيرة من المحتويات بحيث تصبح أشبه ما تكون ببوابة تخيلية لتلك الدائرة يستطيع المراجع الدخول عن طريقها إلى اغلب الخدمات التي تقدمها مباشرة من بيته او مكتبة . مثال: حكومة دبي الالكترونية
- **النماذج الالكترونية e-Forms** هي نماذج الكترونية تفاعلية تتاح عبر الانترنت تتيح إدخال البيانات بشكل تفصيلي من قبل طرف (المواطن مثلا) ومن ثم إرسالها للطرف الثاني (الوزارة مثلا) لتدخل إلى نظام ما يقوم بمعالجتها الكترونيا. ويمكن تطبيق مفهوم النماذج الإلكترونية على العمليات النمطية بين الجهات الحكومية سواء كان ذلك على شكل نماذج مطبوعة بباركود يقرأ آلياً، أو ملفات إلكترونية ترسل بشكل آمن وتقرأ آلياً .
- **نظام الدفع الالكتروني e-payments** هناك طرق عديدة للدفع على الإنترنت مثل: بطاقات الائتمان، PayPal وغيرها، وفي مجال الحكومة الالكترونية يمكن توظيف تلك الطرق وتطويرها للتوافق مع احتياجات القطاعات الحكومية، وقد قامت مؤسسة النقد العربي السعودي بتطوير نظام سداد للمدفوعات لخدمة التعاملات المالية للحكومة الالكترونية²
- **محركات البحث . Search Engine** محركات البحث هي أدوات يمكن عن طريقها البحث في كامل الموقع واسترجاع المعلومات. وتعد محركات البحث من نماذج نظم الاسترجاع الحرة (غير المقيدة) والتي تعتمد على الكلمات المفتاحية للدلالة على موضوع البحث. ويمكن لمحركات البحث أن تشمل جميع النصوص التي يحتويها الموقع، مما يوسع نطاق البحث ويزيد من كفاءة الاسترجاع . وتختلف قدرات محركات البحث حيث تتدرج من البحث البسيط بالكلمات الدالة (المفتاحية) إلى البحث المتقدم بالروابط والمقيدات وغيرها من الخصائص. وتجدر الإشارة هنا إلى أن اغلب المستفيدين غير معادين على تلك التقنيات المتقدمة ولذلك لا يستخدمونها رغم أهميتها.

¹ . علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، نفس المرجع ص 37

² . نفسه، ص 38

- واجهات المستخدم التفاعلية وتصميم الموقع : يلعب تصميم الموقع وواجهة الاستخدام دورا كبيرا في نجاح الموقع. حيث تساعد المستفيد في الوصول المباشر والسريع إلى المعلومات المطلوبة. ومن أهم العوامل المتعلقة بتصميم الموقع وواجهة الاستخدام:
- المستفيدون: وهم الهدف الأساسي لإنشاء الموقع لذلك يجب أن يتوافق التصميم مع طبيعة المستفيدين الفئة العمرية، فئة محددة او مفتوح للجميع، المعرفة بتقنيات الويب، الصلاحيات.
- جودة وسهولة التصميم والاستخدام: التصميم هو أول ما يواجهه المستفيد ومنه يأخذ الانطباع الأول والذي عادة ما يؤثر وبشدة على تقبل الموقع بشكل عام. ويشمل ذلك استخدام الألوان والصور والمساحات والكتل وغيرها

تقنيات أخرى :

أ. التشفير :

- التشفير المتماثل (يكون هناك مفتاح تشفير واحد يستخدم لدى المرسل والمستقبل في نفس الوقت) وهو غير آمن تماما لأنه قد يقع في يد أحد آخر غير المرسل والمستقبل.
- التشفير غير المتماثل. ويعتمد على وجود مفتاحين أحدهما علني (عام) والآخر سري (خاص) يحتفظ الشخص دائما بالمفتاح السري له وحدة ولا يعطيه لأحد أبدا. أما المفتاح العلني فيعطيه لمن يريده أن يرسل له رسالة. المفتاح العلني له القدرة على التشفير فقط وليس له القدرة على فك الرسالة بعد إرسالها. وبذلك لا يستطيع فك الرسالة إلا المفتاح السري (الخاص) الذي لا يملكه إلا صاحبه فقط. ولعلي اضرب مثال واقعي يوضح المقصود: شخص يملك قفل ومفتاح ذلك القفل فيقوم بإرسال القفل فقط إلى شخص آخر ويحتفظ هو بالمفتاح. عند ذلك يقوم الشخص الآخر بوضع ما يريد إرساله إلى الشخص الأول (صاحب القفل) في صندوق ويقوم بوضع القفل عليه). في هذه الحالة المرسل يستطيع قفل القفل ولكن

لا يستطيع فتحه بعد ذلك) وعند وصول الصندوق إلى الشخص الأول يستخدم المفتاح الذي يملكه هو وحده لفتح الصندوق وإخراج ما به¹.

ب. التوقيع الإلكتروني

وهو ليس توقيع بالمعنى المعروف بل عملية مصادقة من قبل شخص أو هيئة ما ويتم من خلالها التأكد من شيئين:

- ضمان أن الرسالة (وثيقة بيع أو شراء مثلا) أرسلت من الشخص الحقيقي وليس شخص آخر غيره. وهذا يتم عبر التشفير غير المتماثل كما أسلفنا شرحه.
- ضمان أن الرسالة وصلت فعلا بنفس الشكل الذي أرسله بها المرسل وصادق عليه. ويتم ذلك بواسطة عملية رياضية (لوغارتم) تتم على الرسالة قبل الإرسال لتحديد جميع خواصها وتشمل كل صغيره وكبيرة في الرسالة بحيث لو تغير أي شيء في الرسالة تتغير نتيجة العملية. هذه النتيجة تسمى الرسالة المركزة أو التوقيع الإلكتروني، ويرفق هذا التوقيع مع الرسالة عند إرسالها. وعند وصول الرسالة إلى الطرف الآخر يتم التحقق من سلامة محتوى الرسالة وخلوه من التزوير بنفس العملية الرياضية وعند تطابق النتيجة مع البيانات المخزنة في التوقيع يعرف أن الرسالة وصلت بنفس الشكل الذي أرسلت به دون تغيير.

¹ . زحلان أنطوان، نقل الحسابات إلى الألفية الجديدة، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية 2004 ص 20-24

المبحث الثالث: اداء المؤسسة الاقتصادية

ان الهدف الاساسي للمؤسسة هي هدف الاستمرارية، أي البقاء في السوق رغم تيار المنافسة الحاسمة، لذلك فان المؤسسة تقوم بممارسة نشاطها الدوري والمتمثل في استغلال عوامل الانتاج للحصول على سلع وخدمات ملبية بذلك حاجات الافراد المادية و المعنوية.

و لكي تمكن المؤسسة من جهة اخرى على معرفة مدى قدرتها على تحقيق اهدافها في إطار وسائلها فإنها بحاجة الى تقييم ادائها.

و قد قمنا بتقسيم هذا المبحث الى:

1. مفاهيم اساسية حول اداء المؤسسة

سوف نتطرق في هذه النقطة الى مفاهيم اساسية حول اداء المؤسسة الاقتصادية اين سوف نسلط الضوء حول تعاريف التي تسمح بتوضيح معناه، خصائصه، انواعه، ابعاده، ثم يتم دراسة الاداء المالي.

1.1. تعريف الاداء في المؤسسة الاقتصادية:

من بين التعاريف التي وردت على الاخصائيين حول تعريف مصطلح الاداء ما يلي:

ان بعض الباحثين يرون ان الاداء هو ما يلي:

- الفعالية والانتاجية التي تبلغ بهما المؤسسة الاقتصادية الاهداف المسطرة، فالفعالية تحدد الى اي مستوى تتحقق فيه الاهداف اما الانتاجية فهي تقارن النتائج المحصل عليها بالوسائل المستخدمة.
- في هذا التعريف يرد الاخصائيين ان الاداء يتمثل في الفعالية و الانتاجية فالفعالية هي درجة بلوغ الهدف اي المقارنة بين الاهداف المسطرة و الاهداف المحققة، اما الانتاجية فهي المقارنة بين النتائج المحققة فعلا و الوسائل المستخدمة لتحقيقها¹
- ومن الباحثين من يرى الى الاداء على انه: علاقة الموارد المخصصة والنتائج المحققة، في هذا التعريف يحاول ربط نتائج المؤسسة بالموارد المستخدمة لتحقيقها.

¹ . Kosmidou , Kyriaki, (2008), Measurement of bank performance in greece, South Eastern Europe Journal of economy, (available online www.sciencedirect.com) P 41 -44

- ويرى البعض الآخر انه لا يمكن تعريف حصر الاداء بتعريف واحد، بل لابد الأخذ بعين الاعتبار الاستمرارية و التطور، فهو متعدد الابعاد.

2.1. خصائص الاداء

بعد ما تطرقنا الى مفهوم الاداء، يتبين ضرورة تحديد خصائصه¹:

أ. **الهدف** : و هو الوضعية المستقبلية التي تسهر المؤسسة الى الوصول اليها و التي تتميز

بدورها بالخصائص التالية:

- **الوضوح**: نقصد به وضوح الاهداف المراد الوصول اليها؛
- **قابلية قياس**: ان يكون في شكل رقمي اي قابل للقياس؛
- **الواقعية**: اي قابلية التحقيق؛
- **المرونة**: مرونة الهدف هو انه تأقلم المرونة مع التغيرات التي تواجه ساحة عالم المال و الاعمال؛
- **القصد** من الهدف اي التعمد في تحقيقه؛
- **تكامل** اهداف المؤسسة اي عدم تناقضها؛
- **ترتيب** و تسلسل اهداف المؤسسة.

ب. **الموارد**: و المتمثلة في الموارد البشرية، المالية و المادية و التي سبق لنا و ان تطرقنا

اليها فيما قبل.

3.1. انواع الاداء و العوامل المؤثرة فيه:

يمكن تقسيم الاداء انطلاقا من المعايير التالية:

- معيار مصدر الأداء؛
- معيار الطبيعة؛
- معيار الشمولية؛
- معيار الوظيفي.

¹ . Toufaily, Elissat , (2009), Adoption de la banque Electronique et son impact sur la performance Organisationnelle : Cas du secteur du marché du Liban, Dissertation presented in partial fulfillment or requivement for degree doctor in management, Canada P 40

1.3.1. حسب معيار المصدر:

يمكن تقسيم الاداء الى نوعان هما: الاداء الذاتي (الداخلي) و الاداء الخارجي

■ **الاداء الداخلي:**

ينتج اعتمادا على موارد المؤسسة و بالتالي فهو ينتج انطلاقا من :

- **الاداء البشري :** وهو اداء افراد و عمال المؤسسة الاقتصادية، الذين يعتبرون مورد حقيقي لتحقيق التنافسية من خلال مهاراتهم
- **الاداء التقني:** اي قدرة المؤسسة على استعمال استثماراتها بشكل فعال.
- **الاداء المالي:** اي فعالية استخدام الامكانيات المالية .

■ **الاداء الخارجي:** ناتج عن التغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة إذ يولد عن طريق المحيط الخارجي مثلا ارتفاع رقم الاعمال نتيجة ارتفاع سعر البيع والذي ينعكس على الاداء بالإيجاب او بالسلب او خروج احد المنافسين، ارتفاع القيمة المضافة مقارنة بالسنة الماضية نتيجة انخفاض اسعار المواد الأولية.

2.3.1. معيار الشمولية:

يقسم الاداء داخل المؤسسة الى اداء كلي واداء جزئي

- **الأداء الكلي:** الاداء الكلي للمؤسسة يعني مدى قدرة المؤسسة على تحقيق اهدافها الرئيسية بأدنى التكاليف الممكنة، و هن النتائج الذي وصلت اليها المؤسسة و التي ساهم فيها جميع عناصر المكونة للمؤسسة دون استثناء الربحية التي تصل اليها المؤسسة بمساهمة كل مصالح المؤسسة
- **الاداء الجزئي:** هو قدرة النظام على تحقيق اهدافه بأدنى التكاليف، فهو يسعى الى تحقيق اهدافه الخاصة به، لا اهداف الانظمة او المصالح الاخرى، وبالتالي اذا حقق كل مصلحة ادائها الجزئي يتحقق بذلك الاداء الكلي للمؤسسة.¹

¹ . بن حبيب، عبد الرزاق، (2000)، اقتصاد و تسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ص 30

3.3.1. حسب المعيار الوظيفي:

هذا المعيار مرتبط بالتنظيم، فهو الذي يحدد الوظائف و نشاطات المؤسسة اذن ينقسم الاداء حسب هذا المعيار حسب وظائف المؤسسة الى ما يلي: وظيفة المالية، وظيفة الانتاج، وظيفة الافراد، وظيفة التسويق، وظيفة التموين، ووظيفة البحث و التطوير ووظيفة العلاقات العمومية

- **اداء وظيفة التموين:** يتمثل هذا الاداء في القدرة على تحقيق درجة عالية من الاستقلالية على المورددين ، اي الحصول على مواد اولية بجودة عالية و في اقرب الآجال.
- **اداء وظيفة البحث و التطوير:** تحقق المؤسسة اداء البحث و التطوير اذا ما وفرت ما يلي:
 - جو ملائم للاختراع والابتكار؛
 - سرعة الاستفادة من الابتكارات داخل المؤسسة؛
 - قدرة المؤسسة على التنويع و تجديد المنتجات.
- **اداء وظيفة التسويق:**

هذا الاداء يمكن معرفته بمجموعة من المؤشرات هي :

- حصة السوق: يستعمل لمعرفة الوضعية التنافسية السلعة المنتجة
- حصة السوق : مبيعات منتج/المبيعات الاجمالية
- رضى العملاء: يحسب من خلا تقدير عدد الشكاوي العملاء
- السمعة تقاس بمدى تذكر الافراد لاسم المنتج او العلامة
- مردودية المنتج.

- **أداء الوظيفة المالية :** اي قدرة المؤسسة على بلوغ اهدافها المالية في اطار اقل تكاليف ممكنة و الذي ينعكس على تحقيق التوازن المالي، توفير السيولة اللازمة لتسديد ما عليها.
- **اداء وظيفة الانتاج:** يتحقق الاداء الانتاجي لما تحقق معدلات مرتفعة للإنتاجية مقارنة بالقطاع الذي تنتمي اليه المؤسسة، و الذي ينعكس على انتاج منتجات بجودة عالية بتكاليف منخفضة.
- **اداء وظيفة الافراد:** ان فعالية استخدام موارد المؤسسة لاسم الا عن طريق كفاءة العنصر البشري للمؤسسة، فلكي تضمن المؤسسة استمراريتها يجب ان توظف افراد ذوي مهارات عالية في ...

يتمثل اداء وظيفة الافراد انطلاقا من مجموعة من المؤشرات هي :

- عائد الافراد؛
- الاجراءات التأديبية التي كلما قل عددها دل على وظيفي جيد؛
- عدد غيابات العمل و التي كلما قل عددها دل ذلك على مواظبة عمال المؤسسة هذا ما ينعكس على اداء وظيفي عالي؛
- عدد الاضرابات الحاصلة داخل المؤسسة و التي تعكس علاقات اراء العمل و النقابات.¹
- اداء وظيفة العلاقات العمومية:

يتحقق عندما ما يتحصل المساهمين على عائد مرتفع للاسهم و الاستقرار في الارباح الموزعة، اما بالنسبة للموظفين فالأداء يتحقق بتوفر جو عمل ملائم اما بالنسبة للموردين فالأداء هو احترام المؤسسة لأجال التسديد.

4.3.1. حسب معيار الطبيعة:

- انطلاقا من هذا المعيار تقسم الاداء الى اداء اقتصادي، اجتماعي، تكنولوجي، سياسي
- **الاداء الاقتصادي:** تسعى المؤسسة الى بلوغه بتحقيق فوائض اقتصادية التي تجنيها المؤسسة من وراء تعظيم الانتاج، الربح، القيمة المضافة، رقم الاعمال، حصة السوق،... الخ في اطار الاستخدام الادنى لمواردها (رأسمال العمل، المواد الاولية، التكنولوجيا... الخ)
- **الاداء الاجتماعي:** ان الاهداف الاجتماعية التي ترسمها المؤسسة، يفرضها عليها عمال المؤسسة من جهة و افراد المجتمع من جهة اخرى.
- **الاداء التكنولوجي:** تشكل الاهداف التكنولوجية للمؤسسة اهداف استراتيجية عادة نظرا لأهمية التكنولوجيا، يتحقق الاداء التكنولوجي اذا ما حققت المؤسسة اهدافها التكنولوجية المرسومة.
- **الاداء السياسي:** و هو بلوغ المؤسسة اهدافها السياسية، فبتحقيق اهدافها السياسية تتحصل المؤسسة على مزايا التي تحقق بها اهدافها الاخرى مثلا تمويل المؤسسة لحملات الانتخابية

¹ . عدون، ناصر دادي، (1998)، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية، الجزائر، ص 105

من اجل اىصال حزب سياسي معين الى الحكم لاستغلالهم وجهات نظرهم و انتماءاتهم لخدمة مصالح المؤسسة¹.

4.1. العوامل المؤثرة على الأداء:

يتأثر اداء المؤسسة بمجموعة من المتغيرات منها ما هو داخلي يمكن للمؤسسة و لمسيريها التحكم فيه لتعظيم اثارها الإيجابية و تقليص اثارها السلبية و منها ما هو خارجي اي صادر من المحيط الخارجي يصعب التحكم فيه يمكن حصر هذه العوامل في:

1.4.1. الثقافة التنظيمية

ان المنظمات الاكثر نجاحا هي التي تمتلك ثقافات قوية تمكنها من الاستجابة و التأقلم مع تغيرات المحيط الخارجي و تحقق افضل النتائج من حيث المداخيل ، عدد العمال، الارباح....

على المؤسسة قبول كل الافكار المتعارضة للعمال حتى تتمكن من خلق التجديد، اضافة الى انفتاحها على ثقافات المؤسسات الاخرى للاستفادة من آرائهم²

2.4.1. الرؤية :

هي القيم، الطموحات، و الاهداف المستقبلية، يشترك في تحقيقها كل من المساهمين، الزبائن، العمال، الشركاء و المجتمع فاذا اتفق افراد المؤسسة حول المستقبل المراد الوصول اليه، اصبحت الرؤية عبارة عن طريق الذي تسير عليه المؤسسة، دستوراً تعمل به و قاعدة للعمل اليومي داخل المؤسسة، فبالرؤية وحدها تبعث روح الارادة و تخلق روح الابتكار في الافراد لحثهم على تحقيق اهداف المؤسسة³

3.4.1. الابتكار:

ان بقاء اي مؤسسة في السوق يتوقف اكثر فاكثر على الابداع الذي اصبح من اهم محركات اداء المنظمة.

¹ . الكرخي، مجيد،(2007)، تقويم الاداء، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان ص 54

² . محمد صالح الحناوي (2004)، نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في عصر التكنولوجيا ، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر

³ . عرباجي، اسماعيل،(1998) ، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2

و لأهمية هذه التكنولوجيات في عالم المال و الاعمال، اصبحت المؤسسات في البلدان المتقدمة تخصص اكثر استثماراتها في مجال المعلوماتية و هذا للأهمية الكبيرة التي تحضى بها تكنولوجيا المعلومات في هذا الميدان من بين هذه التكنولوجيات شبكة الانترنت التي اصبحت من اهم قنوات البيع¹

5.1. ابعاد الاداء:

سننظر في هذه النقطة الى بعض المصطلحات القريبة من معنى الاداء و المرتبطة بهن لكنها في الحقيقة لها مفهوم يختلف عن مفهوم الأداء.

1.5.1. الفعالية Effectiveness

تعرف الفعالية على انها القدرة على بلوغ الاهداف المنشودة مهما كانت الإمكانيات اما حسابيا فهي النسبة بين النتائج المحققة و الاهداف الموضوعة مسبقا و لهذا كلما كانت النتائج قريبة من الاهداف كانت المؤسسة فعالة و بالتالي فالفعالية هي:

$$\text{الفعالية} = \frac{\text{الاهداف المحققة}}{\text{الاهداف المسطرة}}$$

يرى البعض الآخر ان مفهوم الفعالية لا ينحصر في هـ العلاقة الكمية البسيطة، فالفعالية لها عدة ابعاد، فقد تشير الى قدرة المؤسسة على البقاء بتحقيق معدلات نمو والمردودية العالية، و هي كذلك مدى تحقيقها للأهداف و بالتالي فهي تتعلق بالأهداف طويلة، متوسطة و قصيرة الاجل.²

2.5.1. الكفاءة:

هي الوصول الى اكبر ربح ممكن ، مقابل تكلفة معطاة، يتضح من خلال التعريف ان الكفاءة تهتم بكمية الموارد المستخدمة لبلوغ الاهداف المحددة (عدد ساعات عمل الافراد، الاستهلاكات الوسيطة، عدد ساعات عمل الآلات....) يمكن التعبير على العلاقة في العلاقة التالية:

$$\text{الكفاءة} = \frac{\text{قيمة المخرجات}}{\text{قيمة المدخلات}}$$

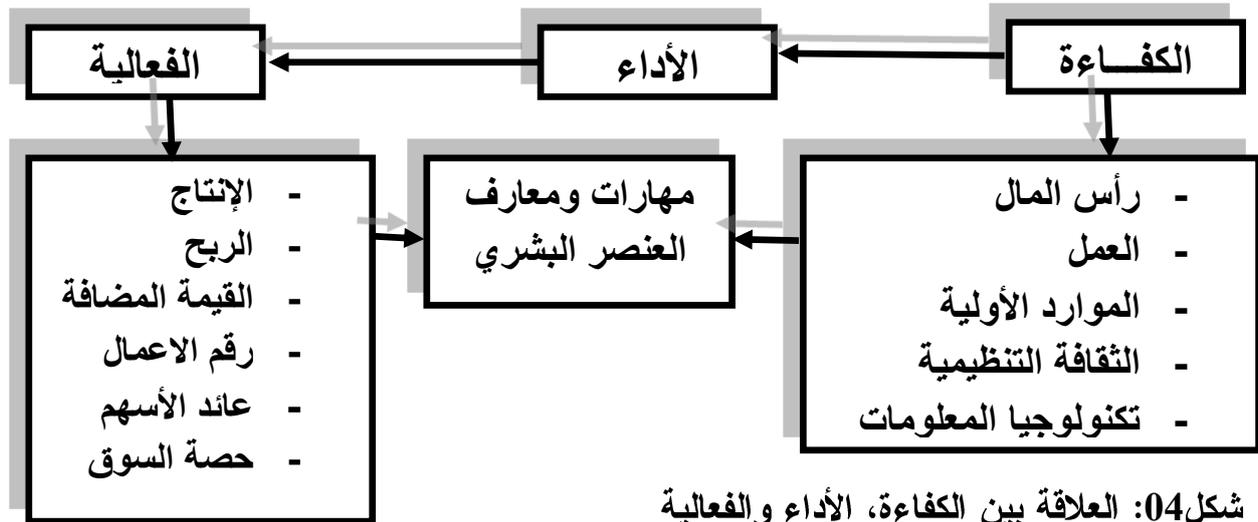
¹ . نصير، محمد طاهر، (2006) ، التسويق الالكتروني، دار الحامد، الأردن.

² . عقل، مفلح محمد، (2002)، مقدمة في الادارة المالية و التحليل المالي، دار المستقبل للنشر و التوزيع، ط2، عمان ص 48

يوجد فرق جوهري بين الفعالية و الكفاءة، إذ ان الفعالية هي درجة تحقيق الاهداف المسطرة من طرف المؤسسة، و بالتالي فان الفعالية اوسع من الكفاءة، بل انها تتضمن الكفاءة¹ فقد تتميز المنظمة بالفعالية في تحقيق اهدافها، لكن تغيب عنها الكفاءة في استخدام الموارد و العكس كذلك قد تتميز بالكفاءة و لكن لا تتميز بالفعالية، لكن من غير المعقول ان نتصور ان المؤسسة تحقق اهداف طويلة و متوسطة المدى اذا كانت تقوم بتبذير مواردها اما عن علاقة الاداء بكل من الفعالية و الكفاءة، فهو مرتبط بهما معا، اذ يمكننا الحديث عن الاداء حيثما وجدت الموارد المسخرة و الاهداف المسطرة.²

$$\text{الاداء} = \text{الفعالية} \times \text{الكفاءة}$$

يمكن تلخيص هذه العلاقة في الشكل الموالي:



شكل 04: العلاقة بين الكفاءة، الأداء والفعالية

المصدر: (بختي، 2005)

3.5.1. الإنتاجية:

هي العلاقة من مدخلات ومخرجات، نفقات وإيرادات، كمية الانتاج وعدد الآلات، او كمية الانتاج و عدد العمال... الخ فهي تعبر عن العلاقة الانتاج بمفردات العملية الإنتاجية.

¹ . عقل، مفلح محمد، (2002)، مقدمة في الادارة المالية و التحليل المالي، دار المستقبل للنشر و التوزيع، ط2، عمان ص 44
² . بوتين، محمد ، (1992) ، المحاسبة العامة للمؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2

تكون الانتاجية منخفضة عند انخفاض كلا من الكفاءة و الفعالية، تنخفض الانتاجية، وترتفع بارتفاعها اي بتحقيق الاهداف المسطرة بالاستخدام الامثل للموارد¹

4.5.1. التنافسية:

هي قدرة المؤسسة على توليد ثروة اكبر من منافسيها في الاسواق العالمية فهي القدرة على التصدير والاستخدام الامثل لعوامل الانتاج و زيادة الانتاجية، من هنا يتضح ان الاداء يرتبط ارتباطا وثيقا بالقدرة التنافسية و التمتع حاضرا ومستقبلا، و يعبر عن قدرة المؤسسة على الاستمرار بالشكل المرغوب في سوق تسوده المنافسة اي بتحقيق كفاءة و الفعالية في نفس الوقت.²

5.5.1. المردودية:

هي قدرة المؤسسة على تحقيق النتائج، المردودية من القيود الاساسية لكل منظمة تحتاج الى الاستمرار و التكيف و النمو مع المحيط التنافسي، اد ان المردودية تتوقف على حصة المؤسسة في السوق من خلال ما سبق يتضح ان الاداء هو مفهوم شامل، بينما المصطلحات الاخرى (الكفاءة، الفعالية، المردودية، التنافسية) فهي مصطلحات قريبة منه فهي تخص جزء منه فالتنافسية مثلا: تسعى الى التفوق في المجال التجاري اما المردودية فتخص التفوق في المجال المالي و بالتالي فهد المصطلحات مجرد ابعاد يجب توفرها حتى تحصى المؤسسة بمستوى اداء لائق.³

2. الاداء المالي للمؤسسة الاقتصادية:

بعد ما تعرضنا الى مفهوم الاداء المؤسسة بصفة عامة سوف نتطرق في هذه النقطة الى الاداء المالي لها كونه موضوع دراستنا.

و سوف نتطرق الى ما يلي : الاهداف المالية للمؤسسة الاقتصادية، معايير الاداء المالي، مؤشرات الأداء المالي و مصادر معلومات الاداء المالي

¹ . السيسي، صلاح الدين حسن، (2000) ، نظم المحاسبة و الرقابة و تقسيم الاداء في المصارف و المؤسسات المالية، دار الوسام للطبع و النشر، لبنان

² . بن ساسي، الياس، (2006) التسيير المالي و الادارية المالية، دار وائل للنشر و التوزيع الاردن

³ . حسين، عبد الرزاق، (2002) ، اقتصاد و تسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية.

1.2. الاهداف المالية للمؤسسة الاقتصادية:

تسعى المؤسسة الى تحقيق مجموعة من الاهداف المالية التالية:

1.1.2. السيولة:

تقاس سيولة المؤسسة في قدرتها على مواجهة الالتزامات القصيرة او قدرتها على تحويل الاصول المتداولة الى اموال متاحة، اد ان نقص السيولة يقود المؤسسة الى عدم المقدرة على الوفاء بالتزاماتها. ان نقص السيولة لدى المؤسسة ينعكس على المصالح التالية:

✓ **مصلحة المؤسسة:** تعتبر نقص السيولة عائق لتطور و نمو المؤسسة و ذلك لعدم

قدرتها على مواصلة نشاطها كسراء المواد الأولية

✓ **مصلحة اصحاب الحقوق:** يؤدي نقص السيولة الى تأخير تسديد الفوائد ودفع

مستحقات الاجراء و كذلك تسديد ديون الموردين.

✓ **عملاء المؤسسة:** تؤدي نقص السيولة في المؤسسة الى عجزها على مواجهة

تواريخ استحقاق ديونها الطويلة والمتوسطة الاجل.

2.1.2. التوازن المالي:

يعبر التوازن المالي على الاستقرار المالي للمؤسسة و يمثل التوازن المالي بين راس المال الثابت و الاموال الدائمة التي تسمح بالاحتفاظ به و لتحقيقه يستجيب التعادل بين استخدامات الاموال و مصادرها. وهذا يعني عدم اللجوء الى تحويل جزء من الاموال الدائمة الى سيولة لمواجهة الالتزامات المختلفة.

تهدف المؤسسة من خلال تحقيقها للتوازن المالي الاستقلال و الاستقرار المالي للمؤسسة.

3.1.2. المردودية:

المردودية هي مدى قدرة وسائل الانتاج على تحقيق نتيجة، تستعمل المؤسسة راس المال الاقتصادي الذي يعكس المردودية الاقتصادية والراس المال المالي وهذا يعكس المردودية المالية فحسب النتيجة و الوسائل المستخدمة يتحدد نوع المردودية¹

2.2. مصادر معلومات تقييم الاداء المالي:

ان نقطة الانطلاق لتقييم الاداء هو جمع المعلومات، فيشترط ان تكون صحيحة و موجودة في الوقت المناسب.

يمكن تقسيم مصادر المعلومات الى مصادر داخلية و خارجية كما يمكن تقسيمها كذلك الى مصادر نظم المعلومات العامة و المعلومات القطاعية و مصادر داخلية نظم المعلومات التي تتعلق بنشاط المؤسسة.

1.2.2. المصادر الخارجية:

تتصل عليها من محيطها الخارجي، و يمكن تصنيف هذه المعلومات الى نوعين هما²

- **المعلومات العامة:** تتعلق هذه المعلومات بالظروف الاقتصادية السائدة في فترة زمنية معينة، تأثر هذه المعلومات على نتائج المؤسسة مثال التضخم او الازمات المالية ، حيث تساعد هذه المعلومات على تفسير نتائج المؤسسة .
- **المعلومات القطاعية:** تتحصل المؤسسة على هذا النوع من المعلومات عموما من احدى الجهات التالية: النقابات المهنية، النشرات الاقتصادية، المجالات المتخصصة ن مواقع الكترونية رسمية، حيث تقوم هذه الجهات بجمع المعلومات الخاصة بالقطاع و نشرها حتى تستفيد به المؤسسات.

¹ . النجار، فايز جمعة صالح، (2005)، نظام المعلومات، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن

² . مزهودة، عبد الملوك ، (2001) ، مفهوم الاداء بين الكفاءة والفعالية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة العدد 1

2.2.2. المصادر الداخلية:

هذه المعلومات تتحصل عليها المؤسسة من مصلحة المحاسبة تتمثل هذه المعلومات في الميزانية، جدول حسابات النتائج، والملاحق.

❖ **الميزانية:** هي وسيلة كمية و قانونية تظهر التزامات المؤسسة من جهة و استعمالاتها من جهة أخرى يتحصل المسيرين المكلفين على وثيقة محاسبية ختامية و التي تعتبر وثيقة محاسبية ختامية و مجموعة من المعلومات التي تمكن من اعداد الميزانية المالية و التي تعتبر كمعلومات مالية مساعدة على تقييم الاداء.¹

تعتبر الميزانية عن مجموعة مصادر اموال المؤسسة (الخصوم) و اوجه الاستخدامات هذه الاموال (الاصول) بزمن معين، عادة ما يكون نهاية السنة.

ترتب الاصول تبعا لمدة استعمالها فنجد على راس عناصر الاصول الاستثمارات المعنوية و المالية ثم المخزونات (بضائع ، مواد أولية، منتجات تامة) و في الاسفل الاصول نجد الحقوق القابلة للتحقيق كالعلاء، اوراق القبض، سندات المساهمة و الاموال الجاهزة)

اما جانب الخصوم فترتب تنازليا حسب درجة استحقاقها، فنجد الديون الطويلة، المتوسطة ثم الديون قصيرة الاجل

❖ **جدول حسابات النتائج:**

هو وثيقة محاسبية نهائية تلخص نشاط المؤسسة فهو يعبر عن التدفقات المختلفة التي تتسبب في تكوين نتيجة المؤسسة خلال فترة زمنية معينة، فهو يعتبر وثيقة مهمة لدراسة وتحليل نشاط المؤسسة لقد قسم جدول حسابات النتائج الى المستويات التالية: ²

- ✓ **الهامش الإجمالي:** و هو الفرق بين مبيعات البضائع و تكلفة البضاعة المباعة
- ✓ **القيمة المضافة:** هو القيمة التي تم انتاجها بواسطة عوامل الانتاج المختلفة، فهي الفرق بين ما تم انتاجه و استهلاك الوسيط و هي كذلك مجموعة عوائد عوامل الانتاج من جهة أخرى يمكن حسابها بالعلاقة الرياضية التالية

¹ . مزهودة، عبد الملوك ، (2001) ، مفهوم الاداء بين الكفاءة والفعالية (نفس المرجع) ، ص 65
² . الحياي، وليد ناجي، (2007) ، التحليل المالي، منشورات اكاديمية

القيمة المضافة = الهامش الاجمالي + انتاج الدورة- (مواد و لوازم مستهلكة+ خدمات)

✓ نتيجة الاستغلال: هي الربح عن الاستغلال المؤسسة، يمكن حسابها بالعلاقة الرياضية التالية:

نتيجة الاستغلال = القيمة المضافة + نواتج مختلفة و تحويل تكاليف
الاستغلال - (مصاريف المستخدمين + ضرائب و رسوم + مصاريف مالية + مصاريف
مختلفة + مخصصات الاهلاكات و المؤونات)

✓ نتيجة خارج الاستغلال: هو الفرق بين نواتج خارج الاستغلال و مصاريف خارج
الاستغلال

✓ نتيجة الدورة: هي نتيجة الجمع بين نتيجة الاستغلال و نتيجة خارج الاستغلال.

❖ الملاحق: هو وثيقة شاملة تقوم المؤسسة بأعدادها كتكملة و توضيح فهم الميزانية و جدول حسابات النتائج، تقدم الملاحق نوعين من المعلومات: المعلومات الرقمية الموجهة لتكملة بعض عناصر الميزانية و جدول حسابات النتائج اما المعلومات الغير المرقمة فهي التعليقات الموجهة لتسهيل فهم المعلومات المرقمة¹

3.2. معايير الاداء المالي:

من اجل تحديد المعايير التي تعكس الاداء المالي الفعلي للمؤسسة، حاول الاخصائيون وضع طرق علمية تسمح بتحديدها، و التي يركز عليها في اغلب المرات و التي تتمثل في اتباع ثلاث مراحل اساسية :²

- المرحلة الاولى: تحديد الاهداف الأساسية
- المرحلة الثانية: تحديد عوامل النجاح التي يركز عليها المسؤولين من اجل الوصول الى اهدافهم.

¹ . بدريسي، جميلة ، (2006)، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على تسيير الشغل، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، ص

66

² . السبيسي، صلاح الدين حسن، (2000) ، نظم المحاسبة و الرقابة و تقسيم الاداء في المصارف و المؤسسات المالية، دار الوسام للطبع و النشر، لبنان

- المرحلة الثالثة: البحث عن المؤشرات التي تسمح بضبط و مراقبة عوامل النجاح.

كما سبق لنا وان ذكرنا فان الاهداف المالية للمؤسسة الاقتصادية السيولة، التوازن المالي و المردودية، اضافة الى توفر المال اللازم بأفضل تكلفة، و بذلك نميز بين المعايير التالية: معايير تقييم الاداء المالي: معيار التوازن المالي، معيار السيولة و التي نقصد به معيار تحكم و معيار المردودية اضافة الى قدرة المؤسسة على التمويل، بمعنى اخر فان دراسة التوازن المالي و السيولة يعني ضمنا دراسة نشاط التمويل لتستطيع المؤسسة البقاء في مزاوله نشاطها

ان الهدف المالي الاساسي بالنسبة للمؤسسة ان تكون متوازنة ماليا لتحقيق هدفها فهي تسعى الى تمويل الاستخدامات الطويلة الاجل بموارد دائمة، و تحقيق فائض موجب بين ما تحصل عليه من نقد و ما تدفعه نقدا.

ان عامل السيولة من الاهداف التي تسعى المؤسسات الاقتصادية جاهدة الى تحقيقها بقدر كاف، لان غيابها او نقصها يؤدي حتما الى افلاسها، و لبلوغ هدفها لابد للمؤسسة من تحقيق مستوى كاف من السيولة لمواجهة الالتزامات الطويلة الاجل، و لمعرفة مدى تحكم المؤسسة على السيولة هي المقارنة بين الاصول السائلة و الالتزامات قصيرة الاجل و المقارنة بين التدفقات النقدية و الالتزامات طويلة الاجل.

ان المعايير التي تكن من قياس المردودية هي تلك التي تقارن بين النتيجة و الوسائل المستخدمة¹

4.2. ادوات التحليل المالي

ان نجاح تسيير المؤسسة في تحقيق الاهداف المسطرة، يتوقف الى حد كبير على مهاراته في اختيار الاساليب التي يعتمد عليها في تنفيذ عملية التحليل، هذه الاساليب تتمثل في فيما يلي:

- التحليل العمودي (الراسي)

- التحليل الافقي

¹ . حدو، رضا، (2006)، اثر تكنولوجيايات الحديثة للإعلام و الاتصال على المهنة المحاسبية ، مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، العدد 14

- التحليل باستخدام النسب المالية.

1.4.2. التحليل العمودي (الساكن)

هو تحليل كل قائمة مالية على حدى اي شكل مستقل على غيرها، كما يتم بطريقة عمودية لعناصر القائمة المالية موضوع التحليل، حيث ينسب كل عنصر من عناصرها الى المجموع الاجمالي لهذه العناصر، يمتاز هنا التحليل بالسكون يتم في نفس الفترة الزمنية (ثابتة)

2.4.2. التحليل الأفقي (المتغير)

هو دراسة سلوك كل عنصر من عناصر الميزانية المالية في زمن متغير اي متابعة حركة كل عنصر زيادة او نقصا عبر فترات زمنية مختلفة، يتميز بالحركية على عكس التحليل العمودي الذي يتميز بالثبات بوضع التغيرات التي حدثت خلال فترة زمنية محددة .

3.4.2. التحليل باستخدام النسب المالية:

ان التحليل باستخدام النسب المالية من اساليب التحليل المالي الاكثر شيوعا، يمنح عدد كبير من المؤشرات المالية التي يمكن الاستفادة منها في تقييم اداء مؤسسة اقتصادية.

ان النسب المالية تعطي الاجابة لكثير من التساؤلات المتعلقة بمجالات الربحية والسيولة والاداء و بالتالي اخذ قرارات الاستثمار

1.3.4.2. مفهوم النسب المالية:

هي علاقة بين البسط و المقام، تأخذ هذه القيم من البيانات و الارقام المحاسبية الموجودة في الميزانية العامة و جدول نتائج المؤسسة بشرط ان تكون العلاقة معبرة عن جزء ومرتبطة به، ان النتائج المحصل عليها في شكل نسب مالية لا يمكن فهمها الا بمقارنة بعض المعايير القياسية.

2.3.4.2. انواع النسب المالية:

تتاح امام المؤسسة المئات من النسب المالية لتقييم الاداء يمكن تقسيمها على النحو التالي:

❖ نسب السيولة: liquidity ratios

تقيس هذه النسب قدرة المؤسسة على تسديد الالتزامات المالية قصيرة الاجل، اي مدى تغطية متطلبات المؤسسة بموجوداتها ، ان نقص السيولة لدى المؤسسة يعني وجود خطر تمويلي .

من اهم نسب السيولة ما يلي:

- نسبة التداول: و هي حاصل قسمة الموجودات المتداولة على المطلوبات المتداولة.
 - النسبة السريعة: و هو نتيجة طرح المخزون من الموجودات المتداولة ثم قسمة النتيجة على المطلوبات المتداولة.
- تكن اهمية هذه النسبة في حقيقة قدرة المؤسسة على سداد الالتزامات القصيرة دون اللجوء الى بيع المخزون.

❖ نسب الرافعة المالية finance leverage

و هي مدى قدرة المؤسسة على سداد كافة الديون عند وقت استحقاقها من اهم هذه النسب ما يلي:¹

- نسبة الديون الى اجمالي الموجودات: وهي حاصل قسمة اجمالي الديون (القصيرة والطويلة الاجل) على اجمالي الموجودات (المتداولة والثابتة) يدل انخفاض هذه النسبة على انخفاض الابعاء الثابتة التي تتحملها المؤسسة و بالتالي المخاطر التي يتعرض لها الدائنون، اما ارتفاعها يدل على ارتفاع العائد للمالكين
- نسبة الديون الى حقوق الملكية: هي حاصل قسمة اجمالي الديون (القصيرة والطويلة الاجل) على حقوق الملكية (راس المال والاحتياطيات والارباح المحتجزة) يدل ارتفاع هذه النسبة عن زيادة احتمالات عدم قدرة المؤسسة على خدمة دينها الذي قد يؤدي الى افلاسها، اما انخفاضها فقد يعبر عن وجود قدرة كامنة على الاقتراض.

¹ . الحياي، وليد ناجي، (2007) ، التحليل المالي مرجع ذكر سابقا

- نسبة هيكل راس المال: يتم حسابها عن طريق قسمة مجموع الديون طويلة الاجل على مصادر التمويل طويلة الاجل(الديون طويلة الاجل و حقوق الملكية)، تعتبر هذه النسبة مؤشرا للحكم على المخاطر المالية.
- معدل اكتساب الفائدة(نسبة التغطية): هي مدى قدرة المؤسسة على دفع فوائد القروض من الارباح المحققة و هي حاصل قسمة الدخل قبل الفوائد و الضرائب على الفوائد السنوية المدفوعة، ان ارتفاع هذه النسبة يعبر على ان هناك ثقة اكبر في قدرة المؤسسة على الوفاء بفوائد قروضها.

❖ نسب الربحية (profitability ratios):

- تعبّر هذه النسب على مدى قدرة المؤسسة على توليد الارباح من المبيعات، الموجودات و حقوق الملكية من أهمها: ¹
- نسبة هامش الربح الاجمالي: تدل على كفاءة الادرة في توليد المبيعات والسيطرة والتحكم في التكاليف و هي حاصل قسمة الربح الإجمالي (المبيعات- كلفة البضاعة المتاحة للبيع) على صافي المبيعات، كلما زادت النسبة كلما كان هذا احسن.
- نسبة هامش الربح التشغيلي: هي الكفاءة التشغيلية الشاملة للمؤسسة وهي حاصل قسمة الربح التشغيلي على صافي المبيعات، كلما زادت هذه النسبة كلما كان ذلك أحسن والعكس صحيح.
- نسبة صافي الدخل: هي قدرة المبيعات على توليد الدخل، وهي حاصل قسمة صافي الدخل على صافي المبيعات، كلما زادت النسبة كلما كان هذا احسن للمؤسسة و العكس بالعكس.
- معدل العائد على الاستثمار (الموجودات): تعبّر هذه النسبة على الكفاءة الكلية للمؤسسة على تحقيق ارباح من مجمل استثماراتها، و هي حاصل قسمة صافي الدخل على مجموع الموجودات (المتداولة والثابتة) كلما زادت هذه النسبة كلما كان ذلك افضل للمؤسسة و العكس بالعكس.

¹ . السالمي، علاء و السالمي، حسين، (2005) ، شبكات الادارة الالكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الاردن

○ معدل العائد على حق الملكية: و هي حاصل قسمة صافي الدخل على حق الملكية، ارتفاع هذه النسبة يعبر على كفاءة المؤسسة.

❖ نسب النشاط Activity of Assetsmanagement ratios

تقيس هذه النسب مدى قدرة إدارة المؤسسة على توزيع مواردها المالية توزيعاً مناسباً على الأصول المختلفة.

تفترض هذه النسب وجود توازن مناسب من مبيعات الشركة وأصولها ومجموع الموجودات، تعمل على الكشف عن أي خلل قد يطرأ على التوازن ومن أهم نسب هذه المجموعة ما يلي: ¹

○ دوران الحسابات المدينة: وهو عدد مرات تحصيل الحسابات المدينة خلال السنة، وهو حاصل قسمة صافي المبيعات على الحسابات المدينة، فإن انخفاض النسب قياساً بالمعيار الصناعي يدل على السياسة المتساهلة للشركة في منح الائتمان وتحصيل الديون والعكس بالعكس.

○ معدل فترة التحصيل: الهدف هو تحديد عدد الأيام التي تقع بين البضاعة على الحساب وتحصيل قيمتها، تستخدم لتقييم سياسة الائتمان والتحصيل للمؤسسة، وطول مدة التحصيل مقارنة بشروط الائتمان يشير إلى عدم كفاءة المؤسسة في تحصيل حساباتها المدينة أو التساهل في عملية الإقراض لعملاء غير قادرين على السداد، أما قصر المدة فيشير إلى سياسة إئتمانية متشددة تحسب هذه النسبة بقسمة 360 يوماً على دوران الحسابات المدينة.

○ دوران المـخزـون: تقيس كفاءة المؤسسة في إدارة موجوداتها من المخزون، وفي قدرتها على إبقاء هذه الموجودات ضمن الحد المثالي المتناسب، تنفيذ في حساب عدد الأيام التي نحتاجها المؤسسة لبيع ما يوجد لديها من بضائع، أي عدد الأيام التي تبقى فيه البضاعة في مستودعات الشركة قبل بيعها. يحسب دوران المخزون بقسمة كلفة البضاعة المباعة على المخزون أو على متوسطه.

¹ . الكري، الطاهر، (2005)، تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات و علاقتها بإداء المنظمات، مجلة الجنول، العدد 24 الزعبي

- دوران الموجودات الثابتة: يقيس هذا المؤشر كفاءة الإدارة في استخدام موجوداتها الثابتة لأجل تحقيق مبيعات أي شدة استغلال المنشأة لأصولها الثابتة، أما انخفاضه فيدل على عدم استغلال الأصول الثابتة بكفاءة، وبالتالي فالمؤسسة تعاني من طاقة إنتاجية فائضة، وهو حاصل قسمة صافي المبيعات على صافي الموجودات الثابتة.
- دوران مجموع الموجودات: تقيس مدى قدرة الإدارة على إدارة إجمالي الموجودات لتوليد المبيعات فارتفاع النسبة يدل على الإستخدام الكفء للموجات لتوليد المبيعات ، أما انخفاض النسب فيدل على ان المؤسسة لا تنتج حجم مبيعات كافي بالمقارنة مع حجم الإستثمار، وبالتالي فلا بد من البحث على طرق لزيادة المبيعات ، وهو حاصل قسمة صافي المبيعات على مجموع الموجودات.

المبحث الرابع: أثر استعمال تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسة، وواقع إستعمالها

أصبحت أدوات تكنولوجيا المعلومات العمود الفقري لكل مؤسسة اقتصادية معاصرة أزالت تلك العلاقات السائدة في ظل الاقتصاد التقليدي لتترك المكان ال علاقات أقل وضوحا ولكن اكثر كفاءة ، سوف نتطرق في هذا المبحث الى:

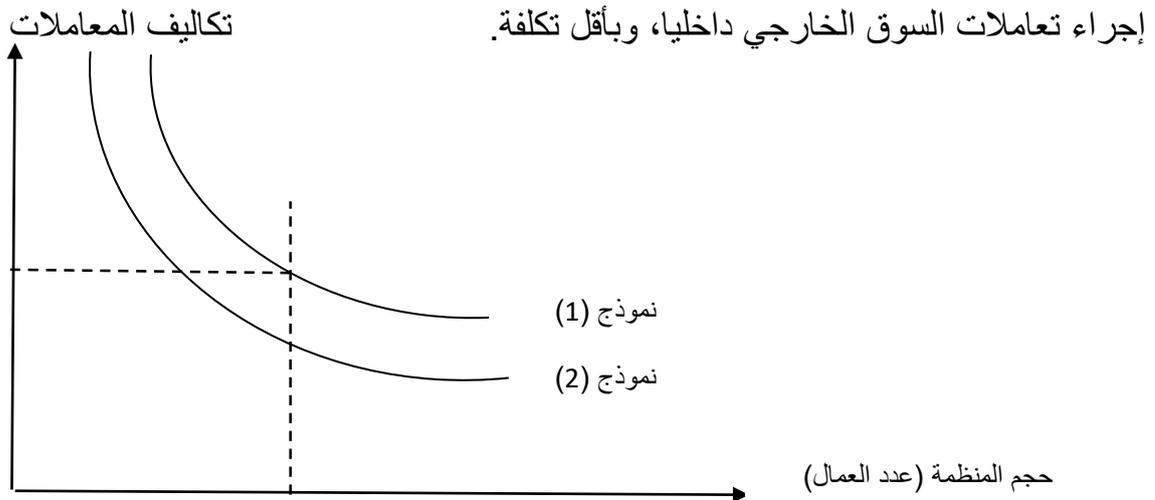
1. وجهة نظر الفكر الاقتصادي حول أثر تكنولوجيا المعلومات على المؤسسة

أصبحت تكاليف تكنولوجيا المعلومات عامل من عوامل الإنتاج.

1.1. نظرية تكاليف التعاملات:

لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات منذ إدماجها في المؤسسة على تحسين جودة المعلومات إذ أصبحت تلعب دورا اقتصاديا هاما، فقد مكنت المؤسسات من تقليص حجمها بسبب إمكانياتها في تعويض بعض الأفراد، وتقليص من مراحل عملية الى حد أدنى، وبالتالي تقليص المعاملات، مما ينعكس مباشرة على السعر، ذلك ان فتحت الآفاق أمام المنظمات للبحث عن مصادر تجهيز متنوعة.

فنظرية تكاليف التعاملات، نظرية اقتصادية نشرت عام 1937 من طرف Ronald coase و Olivex williamson فالنظرية توضح أن تكنولوجيا المعلومات تمكن المؤسسة من إجراء تعاملات السوق الخارجي داخليا، وبأقل تكلفة.



شكل 05: أثر إدماج تكنولوجيا المعلومات على تكاليف التعاملات

يوضح النموذج (1) في الشكل رقم 07 المؤسسة التقليدية، والنموذج (2) يمثل المؤسسة بعد تطبيق تكنولوجيا المعلومات، كما يتضح من الشكل أن المنحنى قد اندفع الى الأسفل (النموذج (2) ،بسبب إدماج تكنولوجيا المعلومات ،مما يدل على تقلص حجم المؤسسة الذي انعكس بدوره على حجم تكاليف المعاملات ويلاحظ أنه إذا قلت تكاليف المعاملات فإن ذلك ينعكس على أسعار السلع او خدماتها مما يعطيها ميزة تنافسية.¹

2.1. نظرية الوكالة:

هي نظرية اقتصادية يعود ظهورها الى عام 1932 من طرف Berl setMeans تعرف على انها تفسر علاقة بموجبها يلجأ شخص الرئيس (صاحب رأس المال) لخدمات شخص آخر (العامل) لكي يقوم بدله ببعض المهام ،هذه المهمة تستوجب نيابته في السلطة ،فنظرية الوكالة تركز على التقابل بين الطرفين:

مالك وسائل الإنتاج => الرئيس

الوكيل => يستخدم وسائل الإنتاج تحت طلب الرئيس

حسب فرضيات هذه النظرية، فإن اختلاف الطبيعة السلوكية والتكوينية وكذلك اهداف الطرفين ،يؤدي الى خلق صراع بينهما في البداية لتتعداه فيما بعد لباقي الأطراف الأخرى، فرغم الرضا المتبادل هناك صراع في المصالح ،فالوكيل حسب هذه النظرية يلجأ الى التجذر حيث يشغل نفوذه وشبكة العلاقات بالموردين والعملاء ،وكذلك المعلومات لوضع استراتيجيات تحميه وتحفظ له حقوقه ،محققا بذلك أهدافه الشخصية قبل مصالح المؤسسة، فصراعات الوكالة سببها عدم تماثل المعلومات تحت ظرف عدم التأكد والعقلانية المحدودة، فعدم تماثل المعلومات هو عدم إلمام احد اطراف الصفقة بالمعلومات الكافية عن الطرف الآخر لهذه الصفقة ،مما لا يمكنه من اتخاذ القرار السليم²

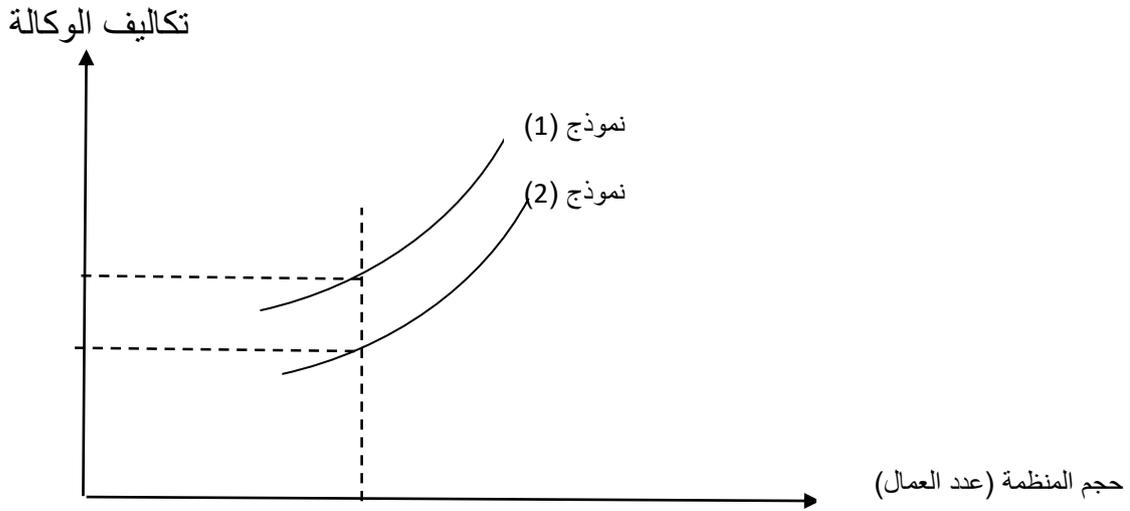
فمشكلة ذاتية العمال تنعكس على عوامل الإنتاج الأخرى، مما يتطلب تكاليف مرتبطة بمراقبة الوكيل (مثل مجلس الإدارة) لكي يتبنى المسير سلوك متماشي مع مصالح المساهمين للحد

¹ . علوطي، لمين، (2005)، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تأثيرها على تحسين الاداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر
² . بدريسي، جميلة، (2006)، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على تسيير الشغل، مرجع ذكر سابقا، ص 66

من المشكل عدم تماثل المعلومة لابد ممن إقامة علاقة بين الوكيل والرئيس من خلال الاتصال الدائم، ولقد ساهمت الهياكل البنكية بأنواعها لمساعدة المؤسسة على تماثل المعلومات.

فحسب M.C Jensen et W.H Meckling في سنة 1976 فإن الشبكة هي التوازن التنظيمي الذي يسمح بتقليص الى أقصى حد تكاليف الوكالة.

وحسب Williason سنة 1975 فإن الشبكة تظهر كوسيط بين السوق وتسلسل السلطات في المؤسسة، وبهذا تقلص حجم التكاليف المرتبطة بعدم تماثل المعلومات¹.



شكل رقم 06: العلاقة بين تكاليف الوكالة وحجم المؤسسة

يتضح من خلال الشكل رقم 5، أن النموذج (1) هو المؤسسة التقليدية، بينما النموذج (2) فهو المؤسسة بعد إدماج تكنولوجيا المعلومات، حيث أن المنحنى (2) قد اندفع الى اليمين بعد تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة، فبتخفيض التكاليف الإدارية الكلية فإن تكنولوجيا المعلومات تساعد المؤسسات على زيادة أرباحها وذلك باستخدام تكنولوجيا المعلومات بدلا من الإطارات الوظيفية.

¹. بدريسي، جميلة، (2006)، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على تسيير الشغل، مرجع ذكر سابقا، ص 68

3.1. أهداف المؤسسة الاقتصادية من استخدامها لتكنولوجيا المعلومات:

تسهر المؤسسات الاقتصادية في عصرنا الحالي الى التفوق على التصميم الأفضل لنظم المعلومات إضافة الى حيازة و إمتلاك أحدث الأدوات والبرمجيات لما تساهم به وتقوم به من أدوار، بهدف تقليل حجم العمالة وتحسين جودة الخدمات المقدم في ميادين المحاسبة ، إدارة المبيعات. الخ، حيث تتسمح تكنولوجيا المعلومات ب: ¹

✓ تخزين الملايين من المعلومات بواسطة قواعد البيانات والذاكرات الثانوية في أسرع الآجال وبأقل التكاليف؛

✓ يعتبر نظام المعلومات أداة استراتيجية لدى المؤسسة، تسمح لها بالإبداع الدائم من خلال الإتصال الدائم بالزبائن، فعن طريق نظم المعلومات تنتقل أفكار الزبائن وآرائهم الى الأفراد المبدعين وترجمتها في شكل منتجات جديدة تتماشى مع متطلبات الزبائن واحتياجاتهم؛

✓ جودة وسرعة القرارات المتخذة ذلك من خلال نقل قدر هائل من المعلومات في وقت قصير؛

✓ تسهيل أداء العمليات داخل المؤسسة من خلال إعادة التشكيل الجذري للعمليات والإجراءات (إعادة الهندسة) والتي تعتمد الى حد كبير على استخدام تكنولوجيا المعلومات وتتماشى مع التطورات الحاصبة فيها، ومن ثم الوصول الى أوضاع تنافسية غير مسبوقه؛

✓ تشجيع روح المبادرة والابتكار الذاتي والجماعي وخلق فريق عمل متألق يعمل بشكل متكامل حتى تتمكن المؤسسة من الاستخدام الأمثل والانجح للتكنولوجيا المعلومات لابد من مراعاة ما يلي:

○ القبول: اقتناع العاملين بفعالية نظام المعلومات؛

○ المرونة: أي أن نظام المعلومات متغير على حسب الظروف المحيطة به؛

○ البساطة: سهل الاستعمال؛

○ الاقتصاد: العائد من استعماله اكبر من تكاليف استعماله؛

¹ . الهوش، ابوبكر محمد، (2007)، دراسات في نظم وشبكات المعلومات، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية. ص 50

○ الاستمرارية: يزود المؤسسة بصفة مستمرة.

4.1. واقع تكنولوجيا المعلومات في العالم

تأتي الوم.أ تليها الاتحاد الأوروبي في مقدمة الدول المتجهة نحو مجتمع المعلومات، كون البيئة الملائمة لتشجيع الابتكار والدعم المتواصل لقطاع تكنولوجيا المعلومات. حيث أقر المجلس الأوروبي منذ سنوات على خطة إدماج تكنولوجيا المعلومات في ميدان العمل من خلال:¹

- ✓ تحسين بيئة العمل من خلال انتهاج التجارة الإلكترونية
- ✓ إدماج تكنولوجيا المعلومات من خلال الإستثمار في اعمال دراسية
- ✓ وضع قواعد عالمية كعنصر أساسي لمجتمع المعلومات؛
- ✓ اعتبار شبكة الإنترنت محور النمو الاقتصادي.

أما في قارة آسيا فبدأت الجهود في هذا المجال من سنة 1972 عند وضع اليابان خطة وطنية للمعلومات تحت عنوان خطة مجتمع المعلومات وهي خطة وطنية تسعى من خلالها الى استيعاب عالم الغد في نفس الوقت وضعت ماليزيا جدول اعمال بحلول عام 2020 حيث طمحت على أن تصبح دولة غنية بالمعلمات، أما الهند فقد وجهت مجهوداتها في هذا المجال تحت شعار "تكنولوجيا المعلومات للجميع"

بدأت مجهودات الدول الإفريقية في مجال تكنولوجيا المعلومات في 1993 حين أصدرت منظمة الوحدة الإفريقية بإثيوبيا إعلان بدعم تأسيس وإنشاء البنيات الأساسية تحت عنوان "بناء طريق المعلومات الأفريقي" والذي كان عبارة عن برامج تربصية لإدماج تكنولوجيا المعلومات²

5.1. واقع إدماج تكنولوجيا المعلومات في البلدان العربية :

رغم المجهودات الجبارة المبذولة من طرف البلدان العربية لتطوير بنيتها التحتية في مجال تكنولوجيا المعلومات، والتي أصبحت خطوة لا بد منها لمواكبة الاختراعات المتواصلة والمتسارعة، إذ أصبحت نسبة كبيرة من شبكات الإتصال تعمل بالطرق الرقمية، إلا انها تبقى دون المستوى العالمي.

¹ . الهوش، ابوبكر محمد، (2007)، دراسات في نظم وشبكات المعلومات، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية.ص 55
² . عبد الونيس، احمد و مدحت، ايوب، (2006) ، اقتصاد المعرفة، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، القاهرة ص 132

إذ أظهرت التقارير أعدتها دراسات الاقتصاد الرقمي بالإمارات العربية ان معدل استخدام جهاز الكمبيوتر في المنطقة العربية ارتفع الى 110 مليون مستخدم عام 2010

في الوقت الذي يعتبر البريد الإلكتروني كأكثر طريقة للإتصال في المؤسسات ، فإن الإحصائيات العالمية تؤكد محدودية استعماله في البلدان العربية مقارنة بباقي اعالم، إضافة الى قلة حضور اللغة العربية على الشبكات بالمقارنة مع غيرها من اللغات ، رغم ان بعض الدول العربية ارتبطت بالشبكات منذ وقت مبكر، إذ تتأني تونس مثلاً في مقدمة الدول إذ انها ارتبطت بالشبكة منذ سنة 1991 ، اليها الكويت عام 1992، ثم الإمارات و مصر منذ 1993 ، ولبنان والمغرب سنة 1994 ، قطر وسوريا عام 1996 ، والمملكة العربية السعودية منذ 1999 ، والعراق في 2000 ، ثم أخذت خدمة الأنترنت تنتشر بشكل واسع فارتبطت الشبكة بباقي البلدان العربية حيث تتزايد الاستخدام أضعافاً عدة¹

والجدير بالذكر ان أكثر الدول العربية استخداماً لأدوات تكنولوجيا المعلومات هي منطقة الخليج العربي، كون الكثير من دول الخليج والتي تمثل 11% من تعداد سكان العالم العربي تواكب اكتشافات تكنولوجيا المعلومات بشكل مستمر وتنقوم بتطوير البنية التحتية للأنترنت.

في نفس الوقت تواجه باقي البلدان العربية مجموعة من العوائق التي تؤثر سلباً على تقدمها في هذا المجال، أحيانا حتى تراجعها، من بين هذه العوائق نذكر ما يلي:

- ✓ عدم الاستقرار الاقتصادي، ضعف دور الحكومة أغلبية هذه البلدان تعاني من الفقر غياب ثقة المستهلكين في التسويق الإلكتروني؛
- ✓ غياب الخلفية القانونية لحماية الملكية الخاصة؛
- ✓ عدم الثقة في وسائل الدفع الإلكتروني؛
- ✓ ضعف درجة تحريري قطاع الإتصالات؛
- ✓ كية لدعم الشبكة الدولية للمعلومات والتجارة الإلكترونية،
- ✓ غياب المبادرات الحكومية الذكية لدعم الشبكة الدولية للمعلومات والتجارة الإلكترونية؛
- ✓ غلاء تكاليف شراء الأجهزة والبرمجيات واشتراك الأنترنت.

¹ . عبد الونيس، احمد و مدحت، ايوب، (2006) ، اقتصاد المعرفة، نفس المرجع ص 135

لقد أصدر المنتدى الإقتصادي العالمي في 2017 دراسة حول تصنيف البلدان العربية حول سرعة تدفق الأنترنت و الذي صنف البلدان العربية كالأتي: الإمارات العربية في المرتبة 7 في العالم، قطر، 22، سلطنة عمان 45، لبنان 61، المغرب 66، تونس 81، الأردن 84، ليبيا 103، مصر 108، سوريا 114، و الجزائر في المرتبة 117

6.1. واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في الجزائر

بذلت الجزائر مجهودات جبارة لتقليص الفجوة في مجال تكنولوجيا المعلومات بينها وبين بقية دول العالم من خلال: ¹

- ✓ تطوير الطاقات البشرية بما يتلاءم على الاختراعات.
- ✓ تنمية الطاقات المادية بما يتماشى مع أحدث الأدوات .
- ✓ وضع إطارات قانونية ملائمة.
- ✓ تطوير المحتوى الإلكتروني.

لقد حققت الجزائر مجموعة من الإنجازات في هذا المجال نذكر منها ما يلي:

- منذ سنة 2004 تربط بين الجزائر وروسيا اتفاقية التعاون في مجال التكنولوجيا الفضائية وتطبيقها، إذ تم إطلاق القمر **ALSAT1** وتم نقله الى مداره الصاروخ الروسي.
- اندماج 70 مؤسسة صغيرة ومتوسطة جزائرية في القاعدة الإعلامية "أوميديس" التي أنشأها الاتحاد الاوروبي لفائدة الشركات الصغيرة والمتوسطة في منطقة البحر المتوسط لهدف خلق مؤسسة معلوماتية متوسطة، من خلال إنشاء شبكة للمؤسسات المتوسطة عبر الإنترنت لتبادل المعلومات.
- تهيئة مناخ تشريعي ملائم من خلال تجربة الحظيرة المعلوماتية سيدي عبد الله سنة 2006، كتنظيم تقني واقتصادي مستقبلي متخصص في مجال تكنولوجيا المعلومات، ينعكس هذا على التغيرات التي عرفها قطاع البريد والمواصلات، ساهم في تمويله بشراكة الجزائر مع أمريكا، فرنسا وكوريا.

¹ . بوشول، فائزة و قطاف، ليلي، (2010) ، واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، مجلة الباحث، عدد 5

- إدماج قطاع التكوين المهني شبكة الأنترنت الذي يربط كل مؤسسات القطاع في برنامج واحد هدفه بناء قاعدة معطيات متعلقة بالجانب الإداري والتجهيزات والموارد البشرية والمالية من جهة والمعلومات المتعلقة بالجانب البيداغوجي والتسيير وهندسة التكوين من جهة أخرى¹.
- إبرام اتفاقيتين من طرف مجموعة ORACLE الأمريكية الرائدة في مجال البرمجيات، فالاتفاقية الأولى مع المدرسة الوطنية للبريد والمواصلات من خلال تنظيم برامج التكوين في مجال في مجال تكنولوجيا المعلومات في 12 جامعة، أما الاتفاقية الثانية مع مركز لمؤسسة سوناطراك حيثي أتيحت له شهادة مطابقة، حيث أصبح مؤهلا لتقديم خدمات تكوينية معتمدة من ORACLE في مجال المنتجات الإلكترونية.
- **وصلة الألياف البصرية: الجزائر - عين قزام** تعتبر وصلة الألياف البصرية. الجزائر - عين قزام، و التي تصل إلى غاية حدود النيجر، جزءا لا يتجزأ من وصلة الألياف البصرية الجزائرية العاصمة (الجزائر) - زيندر. (النيجر) - أبوجا (نيجيريا). تم إطلاق هذا المشروع في إطار الشراكة الجديدة لتنمية افريقيا، موجه لوضع هذه البنية التحتية تحت تصرف سكان الدول الثلاث وكذا الدول المجاورة و لضمان الإتصال مع الدول الأوروبية عبر نقاط التواصل الموجودة في الجزائر عن طريق الكابلات البحرية للألياف البصرية. سيتم تعزيز هذه الوصلة وتأمينها من خلال إنجاز خطيين لضمان استمرارية الخدمات في حالة الإختلالات.
- **وصلة الألياف البصرية البحرية: وهران - فالنسيا** :إن إنجاز وصلة الألياف البصرية البحرية (اورفال)، و التي تربط مدينة وهران بمدينة فالنسيا بقدرة تدفق تصل إلى 100 جيغابيت و بطول يبلغ 563 كلم، تمثل استثمار استراتيجي أتى لتعزيز الولوج لخدمات شبكة ذات جودة عالية، و هذا على شاكلة الكابلات الموجودين وهما SMW4 والذي يربط مدينة عنابة بمدينة مرسيليا، وAlpal2 الذي يربط مدينة الجزائر العاصمة بمدينة بالما.

¹ . سالمى، جمال، (2009) ، سبل اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة، مجلة العلوم الانسانية العدد08، الجزائر ص 54

• **الهاتف النقال** : فيما يخص الهاتف النقال، إن هذا المجال في أوج التوسع من خلال المنافسة الحادة لثلاث متعاملين في السوق الجزائرية. حيث بلغ عدد المشتركين حوالي 45 مليون مشترك مع توفير عروض متنوعة و بأسعار تنافسية.

إن خدمة الهاتف النقال بالجزائر عرفت إستعمال تكنولوجيا الجيل الثالث G3 منذ عام 2014 و التي تم تعميمها تدريجيا في جميع أنحاء الوطن، و مع دخول عام 2016، تم إطلاق تكنولوجيا الجيل الرابع G4 ذات التدفق العالي و التي سمحت بتسهيل الحياة الرقمية للمؤسسات و المواطنين.

• **الإتصالات عبر الأقمار الصناعية** : استكمالا للشبكات الأرضية والبحرية، تم اتخاذ العديد من إجراءات وإطلاق أخرى في طور الإنجاز في مجال الإتصال عبر الساتل من أجل إنشاء مجموعة أروضيات توفر للمستخدمين عدة حلول في مجال الإتصال و الخدمات عبر القمر الصناعي (IP phone،VSAT، المؤتمرات عن طريق الفيديو، تحديد الموقع الجغرافي).

ما فيما يخص الاتصالات الفضائية :

بالإضافة إلى الثلاث الأقمار الصناعية، والتي دخلت حيز الخدمة، سوف تطلق الجزائر في عام 2018 القمر الصناعي Alcomsat-1، والذي يسمح بالولوج إلى شبكة الأنترنت من جميع أنحاء الوطن بما في ذلك المناطق النائية. حيث سيقوم هذا القمر الصناعي بضمان استمرارية التواصل عبر شبكة الأنترنت في حالة حدوث اضطرابات على مستوى الألياف البصرية وبتكاليف منخفضة.

مجالات أخرى تستدعي المساهمة من أجل تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

- تطوير الاقتصاد الرقمي ؛
- الحضائر التكنولوجية (الإبتكار، البحث و التطوير، صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
- الخدمات المصرفية الإلكترونية ؛
- إدخال خدمات التعليم عن بعد و الأرضيات الإلكترونية للخدمات اللوجستية؛
- تكنولوجيا التطبيق عن بعد؛
- البنية التحتية الفضائية ؛ هوائيات والأقمار الصناعية ؛
- التصديق الإلكتروني ؛

- أنظمة أمن بنوك المعلومات؛
- تحديث خدمات البريد؛ الخبرة والتكوين؛
- استخدام تكنولوجيات الإعلام و الإتصال بالمرفق العمومي (الإدارة الرقمية) .

رغم كل الجهود المبذولة تبقى الجزائر متأخرة في مجال تكنولوجيا المعلومات يعود ذلك حسب الخبراء الى الاستخدام المتأخر لشبكة الانترنت، حيث تبقى الجزائر بعيدة على الدول العربية الأخرى في مجال إدماج تكنولوجيا المعلومات في الاقتصاد.

يعود غياب ثقافة تنشر تكنولوجيا المعلومات الى عدم الإقبال على الأنترنت إلا عند الضرورة أوو في الأوقات الحرجة، إضافة الى نقص الطرق العلمية التي تساعد على نشر ثقافة الأنترنت، وما يزيد من تعقيد الموضوع هو ضعف تأهيل مدراء المؤسسات في هذا المجال، رغم جهود الحكومة وبعض المؤسسات الاقتصادية الكبيرة للدخول الى عالم التكنولوجيا¹.

¹ . سالمى، جمال، (2009) ، سبل اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة، مجلة العلوم الانسانية العدد08، الجزائر ص 55

الفصل الثالث

الدراسات السابقة والفرضيات

وردت العديد من الدراسات في معظم دول العالم العربية منها والأجنبية موضوع تكنولوجيا المعلومات، حيث حاولت العديد من الدراسات دراسة مدى تأثير هذا المتغير على الأداء المالي.

يحتوي هذا الفصل على دراسات عربية وأجنبية حول موضوع الدراسة، سوف يتم استعراضها حسب التسلسل الزمني لها.

1. الدراسات الأجنبية:

1.1. دراسة Blaton (1988)

تطرقت الدراسة الى مسألة التشكيل التنظيمي لأسام تكنولوجيا المعلومات بنكين، وتأثير تشكيلة دان البنكان على نوعية دعم تكنولوجيا المعلومات

حيث ان البنكان (أ) و (ب) لهما نفس الحجم، لكن تنظيم قسم تكنولوجيا المعلومات في كل بنك يختلف عن الآخر إذ أنه في البنك (أ) يضم مجموعة العمليات أربعة أقسام أين يتم توزيع تكنولوجيا الإعلام وفق نوعية الدعم المقدم، بينما في البنك (ب) تقسم قسم تكنولوجيا المعلومات الى ثلاثة أجزاء، قسم نظام الإعلام، العمليات البنكية والخدمات العامة.

تمت هذه الدراسة في مرحلتين مرحلة تحليل الشكل التنظيمي، ومرحلة تحليل نوعية تكنولوجيا المعلومات المطبقة في الدراسة.

توصلت الدراسة الى ان البنك (أ) كان مؤثرة عاليا مقارنة بالبنك (ب) مما يدل الى أن التشكيل التنظيمي لقسم تكنولوجيا المعلومات له أثر على نوعية الخدمات التكنولوجية المقدمة.

2.1. دراسة Weil (1992)

قام الباحث بدراسة العلاقة بين الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات ومردودية مؤسسات متخصصة في مجال تصنيع الصمامات، على مدار ستة سنوات، إذ تم جمع بيانات حول تكاليف المنفقة على الإستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات في 33 مؤسسة متخصصة في تصنيع الصمامات.

خلال هذه الفترة التي شملت مدة الدراسة تم التوصل الى ان الاستعمال المكثف لتكنولوجيا المعلومات في التعاملات البنكية والاستثمار بانتظام فيها يؤدي الى زيادة إنتاجية فعالية هذه المؤسسات كما ان الاعتماد المبكر لتكنولوجيا المعلومات له نتائج مبهرة خاصة حين تعمم تكنولوجيا المعلومات وتضمحل الميزة التنافسية.

3.1 دراسة Lubbe (1994)

قام بدراسة أثر استثمار في تكنولوجيا المعلومات على أداء المنظمات إذ قام باختبار عينة تتكون من 48 منظمة من بينها (مؤسسات اقتصادية، مدارس، بنوك ، في الفترة 1990-1992 ، وقام بتطوير نماذج مثل نسبة الكفاءة ،نسبة كفاءة تكنولوجيا المعلومات ،نسبة كفاءة تكلفة العمليات كانت نتيجة الأساسية للدراسة هو ان انخفاض أرباح منظمات محل الدراسة مرتبط لحد كبير بانخفاض مستوى تركيز رأسمال تكنولوجيا المعلومات.

4.1 دراسة Kaplan and Norton (1994)

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح كيفية استخدام بطاقة العلامات المتوازنة كنظام للإدارة الاستراتيجية، فهذا النظام يمكن الإدارة العليا من الاستخدام الأفضل للأصول غير الملموسة ، وكيفية قياس أدائها، وذلك من خلال محور التعلم والنمو، والربائين، والعمليات الداخلية، كما يمكن الإدارة العليا من ربط المؤشرات المستقبلية المتعلقة بالاستراتيجية بالمؤشرات الحالية المتعلقة بهذه المحاور.

طبقت هذه الدراسة على أكثر من 100 شركة أمريكية تعمل في مختلف القطاعات الاقتصادية حيث تم أخذ آراء المدراء التنفيذيين حول بطاقة العلامات المتوازنة لقياس الأداء من حيث تطبيق الإدارة الإستراتيجية، وقد خلصت الدراسة إلى أن نظام بطاقة العلامات المتوازنة يزود الإدارة في الإطار المفاهيمي لتطبيق إستراتيجية المنظمة، كما يمكن إستراتيجية المنظمة من التكيف مع التغيرات البيئة والتكنولوجية والتنافسية، والأسواق ، وقد حدد الباحثان أربع عمليات لتحقيق ذلك هي:

- ترجمة رؤية ورسالة المنظمة، وربطها بمجموعة من الأهداف.

- ربط الاستراتيجية بجميع دوائر المنظمة وموظفيها وإجراء عملية الاتصال المستمر بينهما، ويتم ذلك من خلال تحقيق هدف الانسجام بين استراتيجية المنظمة ودوائرها، وموظفيها، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات والمكافآت والحوافز.
- تخطيط الأعمال، وذلك من خلال الربط الفعال بين التخطيط الاستراتيجي والموازنات التقديرية بما يتوافق مع أهداف المنظمة واستراتيجياتها.
- التغذية العكسية والتعلم، وذلك من خلال المراقبة والمراجعة المستمرة لإستراتيجية المنظمة وآلية تطبيقها، وبما توفره بطاقة العلامات المتوازنة من مؤشرات ومقاييس للمستقبل، وليس للماضي والحاضر فقط.

5.1. دراسة BOUDJEBOUR (2002)

تعرض الباحث في مقاله الى سرد نظري لأهمية ادماج أدوات تكنولوجيا المعلومات على الأداء داخل لمؤسسة، أكد الباحث في الأخير على أن استعمال هذه الأدوات داخل المؤسسة قد يحسن من أداءها من خلال تقليص الوقت لأداء المهام و تكاليف الانتاج من جهة أخرى ، إضافة الى التقليص من القيود الهرمية

6.1. دراسة Tippins and Sohi (2003)

قام الباحثان بدراسة كفاءة تكنولوجيا المعلومات والأداء المالي من منظوم التعليم التنظيمي، اقترحنا في دراستهما منظومة التعليم تلعب دورا مهما في تحديد نتائج تكنولوجيا المعلومات، حيث استخدمنا عينة من المنشآت الصناعية تتكون من 36 مؤسسة متخصصة في الإلكترونيات وغيرها من المعدات الصناعية الكهربائية وبعد تقسيم حوالي 524 استبيان على مسؤولي عينة الدراسة وبعد استخدام نموذج المعادلات الهيكلية توصلت الدراسة الى ان التنظيم التعليمي يلعب دورا هاما في إدماج تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات.

7.1. دراسة Boudjebour (2002)

تعرض الباحث في مقاله الى سرد نظري لأهمية ادماج أدوات تكنولوجيا المعلومات على الأداء داخل لمؤسسة، أكد الباحث في الأخير على أن استعمال هذه الأدوات داخل المؤسسة قد

يحسن من أداءها من خلال تقليص الوقت لأداء المهام و تكاليف الانتاج من جهة أخرى ، إضافة الى التقليص من القيود الهرمية

8.1 دراسة (2004) Namchul

درس الباحث أثر تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسات المتنوعة من اجل تحقيق هذا الهدف ثم جمع بيانات حول التكاليف المنفقة على أدوات تكنولوجيا المعلومات لمدة ثلاثة سنوات (2000-2003) ،بينما تم تقييم الأداء المالي للمؤسسات بحساب نسبتان ماليتان العائد على الأصول والعائد على الملكية وبعد تطبيق طريقة PIS ،لدراسة العلاقة بين المتغيرين ،أكدت الدراسة على أهمية إستثمار المؤسسات المتنوعة في ميدان تكنولوجيا المعلومات إذ كلما زادت تكاليف تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات كلما زادت العوائد المالية لها.

9.1 دراسة (2004) King

تطرق الباحث في دراسته الى أثر تكنولوجيا المعلومات على المؤسسة الاقتصادية في كوريا، لتحقيق هدفه فقد تم تقسيم استبيان على المؤسسات المدرجة على البورصة الكورية، مع توفير البيانات المتعلقة باليد العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات و رأس المال المنفق على هذا المجال لقد تطرق الباحث في الاستبيان لتقييم تكنولوجيا المعلومات الى مجموعة من الابعاد المتمثلة في الأجهزة (أجهزة الحاسوب الشخصية و أجهزة الحاسوب المركزية)، البرمجيات، مرافق الشبكات (الاكسترانت، الانترنت و الانترنت).

إذ قيم الباحث تكنولوجيا المعلومات على أنها عدد الموظفين في قسم تكنولوجيا المعلومات و نفقات العمل في هذا المجال، بينما تم حساب الأداء بحساب مجموعة من النسب المالية، بعد مجموعة من الاختبارات الاحصائية توصل الباحث على وجود علاقة بين الاكسترانت والانترانت على الأداء المالي للمؤسسات الكورية

10.1 دراسة (2007) Lai et al

قام الباحثون بدراسة أثر تكنولوجيا المعلومات على الميزة التنافسية لمؤسسات برمجة في الصين، لتحقيق الهدف تم تقسيم حوالي 760 استبيان، وتم استخدام طريقة الانحدارات لدراسة

العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والميزة التنافسية، توصلت الدراسة الى انه كلما ظهر منتج جديد في ميدان تكنولوجيا المعلومات كلما تميزت المؤسسات على بعضها في البداية الى ان يعمم المنتج ويصبح سائدا في جل السوق مما ينعكس مباشرة على العوائد المالية لمؤسسات محل الدراسة.

11.1. دراسة Zehir et al (2010)

درس الباحثون العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي لمؤسسات محلية ومتعددة الجنسيات في تركيا لتحقيق الهدف، تم تقسيم استبيان على 81 مؤسسة اقتصادية ، استنتج الباحث ضرورة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات لتحسين الأداء المالي للمؤسسات.

12.1. دراسة Baghri et al (2012)

درس الباحثون العلاقة بين الإبداع في مجال تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي لمؤسسات اقتصادية إيرانية، لتحقيق الهدف قام الباحثون بتقسيم 300 استبيان على مؤسسات اقتصادية في إيران، تم تحليل البيانات باستخدام نموذجان وساطة الانحدار وهرمية الانحدار الخطي Hierarchical lineaux régression توصلت الدراسة استخدام تكنولوجيا المعلومات من الإبداع والذي بدوره يحسن من الأداء المالي والتنظيمي للمؤسسة.

13.1. دراسة Lethlais , Deltour (2014)

انطلاقا من الفكرة أن الابتكار و مواردها المخصصة لتكنولوجيا المعلومات كميزة تنافسية للمؤسسات، حاول الباحثان دراسة مدى هذان المصدران على الاداء المالي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، لتحقيق الهدف تم تقسيم 1086 استبيان على عينة من المؤسسات صغيرة و متوسطة في بريطانيا، كما تم جمع بقية المعلومات المتعلقة بالأداء المالي من المواقع الالكترونية الخاص المؤسسات، فبعد استخدام نموذج Cubb-Dougla ، أكدت الدراسة على أنه كلما زادت الموارد المخصصة لتكنولوجيا المعلومات تحسن الأداء المالي للمؤسسات محل الدراسة.

14.1. دراسة (Karaoui 2015)

درست الباحثة أقر إدماج تكنولوجيا المعلومات على محددات الأداء المالي لـ 30 مؤسسة اقتصادية في تونس، لتحقيق الهدف تم تطبيق طريقة المعادلات الهيكلية بعجد تقسيم 211 استبيان على عمال بمؤسسات مختلفة توصلت الدراسة الى ان الإدماج الاستراتيجي والهيكلية لتكنولوجيا المعلومات يعتبر من محددات الأداء المالي للمؤسسة.

15.1. دراسة (Gnansounou 2016)

درس الباحث أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي لمؤسسات في السينغال، لتحقيق الهدف ثم تقسيم 440 استبيان على مؤسسات محلية في مختلف القطاعات، توصلت الدراسة الى ان المؤسسات التجارية تستخدم أدوات تكنولوجيا المعلومات أكثر من المؤسسات الصناعية في السينغال.

2. الدراسات العربية:**1.2. دراسة شينار (2003):**

قام الباحث بدراسة أثر ال إستثمار في تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي لبنوك أردنية، حيث شملت الدراسة 14 بنكا أردنيا لمدة 05 سنوات (1997-2001) بينما تم تقييم الأداء المالي للبنوك بحساب بعض النسب المالية وبعد تطبيق مجموعة من الاختيارات للنموذج، توصلت الدراسة الى أنه لا يوجد أي علاقة بين رأس المال المتراكم وأرباح البنوك في السنة التي تم فيها الإستثمار في تكنولوجيا المعلومات.

2.2. دراسة علوطي (2004):

درس الباحث التطبيقات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات في عالم الاعمال وكيفية مساهمتها في تحسين الأداء المالي، اكتفت الدراسة بالسرد النظري وتعرض لبعض الدراسات والتجارب العالمية ولم يركز على الجانب التقني.

3.2. دراسة بن رمضان (2005):

درس أثر تكنولوجيا المعلومات على أنشطة البنوك في تونس، كانت الأهداف الرئيسية ذا البحث هو دراسة التغيرات التي يشهدها القطاع المصرفي في تونس وكذلك قياس الكفاءة التكنولوجية للبنوك التجارية في الفترة الممتدة بين 1998-2000، تم اختيار عينة تتكون من 13 بنكا تجاريا تونسيا توصلت الدراسة الى ان البنوك التجارية التونسية تستثمر أموال هائلة لتطوير تكنولوجيا المعلومات، كما أنه تم التوصل الى ان الشبكات هي الوسيلة الأولى والأكثر استعمالا للدفع في تونس تتبعها بطاقة السحب من الصراف الآلي ATM.

4.2. دراسة المحاسنة (2005)

حيث سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر كفاءة نظم المعلومات في فاعلية اتخاذ القرارات في دائرة الجمارك، وذلك بمعرفة اتجاهات المبحوثين في دائرة الجمارك إزاء كفاءة نظم المعلومات وفاعلية اتخاذ القرارات و تحليل أثر كفاءة نظم المعلومات في فاعلية اتخاذ القرارات، وقد توصل الباحث إلى أن نظم المعلومات الإدارية في دائرة الجمارك ذات جودة وكفاءة مرتفعة، و أن عملية اتخاذ القرارات ذات فعالية مرتفعة أيضا، وأن هناك ارتباطا هاما ذا دلالة إحصائية بين المتغير المستقل (كفاءة نظم المعلومات) وبين المتغير التابع (فاعلية عملية اتخاذ القرارات).

5.2. دراسة قراقيش ودحماش (2005)

درسا دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين فعالية أنظمة المراقبة الداخلية لمؤسسات صناعية أردنية، قام الباحثان بتغطية شاملة لكل الشركات الصناعية الأردنية، وبعد استخدام نماذج تحليل إحصائي وكذلك دراسة ميدانية للشركات تم التوصل الى ان أنظمة المراقبة الداخلية تواجه العديد من التحديات في استعمال تكنولوجيا المعلومات هذه التحديات تتمثل في غياب التوثيق لغالبية عمليات نظام الإعلام المحاسبي، كما ان تكنولوجيا المعلومات يزيد من فاعلية أنظمة المراقبة الداخلية وتزيد من الثقة في مردود نظام الإعلام المحاسبي.

6.2. دراسة الكري (2005)

سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى وجود علاقة بين تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات المحاسبية ومتطلباتها وأداء البنوك التجارية في الأردن، وبصورة أكثر تحديداً قام الباحث باختبار العلاقة بين معدل العائد الاستثمار وتكاليف الاستثمار في أنظمة المعلومات المحاسبية، واختبار العلاقة بين معدل العائد الملكية وتكاليف الاستثمار في أنظمة المعلومات المحاسبية، باعتبار أن هذه المتغيرات لها علاقة بقياس الأداء. وقد توصل الباحث إلى أن معدل العائد على الملكية هو مقياس أكثر ملائمة للتعبير عن الأداء لأنه يرتبط مباشرة لما ينظر إليه المالكين من تعظيم الثروة، وأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات ومتطلباتها ومعدل العائد على الملكية و العائد على الاستثمار في البنوك، وأن العلاقات السالبة بين أداء البنوك وتكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات ربما ترجع إلى أن هذه الاستثمارات رأسمالية تتصف بخصائص كبر حجمها وكثرة مخاطرها، وعائدها لم ينعكس في المدى القصير.

7.2. دراسة بختي (2005)

حيث عمد الباحث في دراسته على تبين علاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتنمية وتطوير الأداء في المؤسسات، وقد توصل إلى أن تكنولوجيا المعلومات تعد قاسماً مشتركاً في أغلب المؤسسات، فالتكنولوجيا لها العديد من المميزات التي تتمتع بها على رأسها تقليل نسبة التدخل البشري في العمليات المتكررة، وتحسين صورة مخرجات وأداء المؤسسات وتسريع عمليات تبادل المعلومات عبر الشبكات. ويحدث تطبيق تكنولوجيا المعلومات تغييرات أساسية في الإدارة ويساعد بشكل خاص في اتخاذ القرار المناسب والسريع المبني على الحقائق والمعلومات، كما يحدث تحولاً تدريجياً من الإدارة المكتبية التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية.

8.2. دراسة الزعبي (2007)

قام بدراسة أثر استعمال تكنولوجيا المعلومات على تحسين الأداء من حيث الجودة، السرعة، الثقة والقدرة على الإلمام بالعمل.

هذا البحث قام بإلقاء الضوء على المستويات المختلفة لاستعمال تكنولوجيا المعلومات حسب الاختلافات المواصفات من حيث الجنس، السن، المستوى التعليمي وكذلك سنوات

الخبرة ذلك بتقسيم 353 استبيان على موظفين في مديرية الضرائب بمنطقة عمان (الأردن) ،وبعد إجراء مجموعة من الاختبارات كحساب النسب ،معدلات التكرار ،تحليل الانحدارات وتحليل المتغيرات ANOVA توصلت الدراسة الى أنه تكنولوجيا المعلومات تؤثر على الأداء العملي للموظفين مهما اختلفت مواصفاتهم.

9.2. دراسة مشهور وزعاهرة (2008)

طور نظام لتقييم فعالية نظام المعلومات في البنوك الأردنية، حيث قاما بقياس العوامل التي تحدد مدى فعالية أنظمة المعلومات في هذه البنوك كان هدف البحث دراسة ال استثمار في نظام المعلومات داخل البنوك وتقييم مساهمة نظام المعلومات في فعالية الخدمات البنكية المقدمة، ام تطبيق المنهج الوصفي حيث قسم استبيان على مدراء البنوك توصلت الدراسة الى ان تكنولوجيا المعلومات توفر مزايا تنافسية في القطاع البنكي، وكفاءة نظم المعلومات يؤثر إيجابيا على البنوك الأردنية.

10.2. دراسة الظاهر (2009)

درس مدى تأثير استعمال تكنولوجيا المعلومات (بطاقة الأداء المتوازن IT-BSC على الأداء المالي للبنوك الأردنية).

أجريت الدراسة على عينة تتكون من 19 بنك أردني، من خلالها تم تطوير نموذج موحد درس أربعة أبعاد لتكنولوجيا المعلومات المالية، عمليات تجارية دولية، الاستراتيجية التنافسية، إرساد الزبائن.

توصلت الدراسة الى انه يوجد علاقة إيجابية بين استعمال تكنولوجيا المعلومات والعمليات التجارية الداخلية، الآفاق التنافسية إضافة الى عدم وجود علاقة مهمة مع إرضاء الزبائن.

11.2. دراسة شنيني (2010)

حاول الباحث في المقال تسليط الضوء على واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في كل من الجزائر، مصر و الامارات كعينة من الدول العربية مركزا بذلك في تحليله على عدد

السكان الدول الثلاثة لسنة 2010، خطوط الهاتف الثابت، مستخدمون الإنترنت، اشتراكات الإنترنت الثابتة، الاشتراكات الخلوية المتنقلة (الهاتف النقال) و التجارة الالكترونية، فبعد تحليل الاحصائيات تم الوصول الى أن دولة الامارات العربية المتحدة تحتل المرتبة الرابع وعشرين، تليها قطر المركز الخامس و عشرين، ثم دول البحرين في المركز الثلاثين، مصر المركز الرابع و ستعين بينما تأتي الجزائر متأخرة في المرتبة السابعة عشر ما بعد المائة، تسبقها بذلك كل من تونس و المغرب

12.2. دراسة فيجي (2012)

هدف البحث الى دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات على رضا زبائن المؤسسة المصرفية حيث تم اسقاط الإشكالية على ثلاثة بنوك في ولاية ورقلة، فمن أجل التأكد من استخدام البنوك محل الدراسة لتكنولوجيا المعلومات ومدى تأثيرها على رضا الزبائن، قام الباحث بتوزيع استبيان يتناول بعد أن، فالبعد الأول يتناول أسئلة حول تكنولوجيا المعلومات المستخدمة والخدمات الإلكترونية المقدمة، أما البعد الثاني فتناول أسئلة حول دور التكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة وتأثيرها على رضا الزبائن.

توصلت الدراسة الى ان مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات يختلف من بنك لآخر، كما يختلف معه مستوى الرضا نتيجة استخدام هذه الأخيرة.

13.2. دراسة علمي (2013)

درس الباحث دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق التنمية المستدامة، للوصول الى الهدف ركز الباحث دراسة بالمقارنة بين ماليزيا، تونس والجزائر. توصلت الدراسة الى ان الجزائر مازال أمامها الكثير الكثير لتحقيقاته حتى تلتحق بماليزيا، تونس في مجال تكنولوجيا المعلومات إذ انهما يحتلان المرتبة 29 و 501 على التوالي من حيث مؤشر الجاهزية بينما الجزائر تحتل المرتبة 118 حسب سنة 2012.

14.2. دراسة بلحاج (2014):

تعرض الباحث الى دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات على الأداء التنظيمي داخل المؤسسة، لتحقيق هدفه تم تقسيم استبيان متطرقا بذلك الى ستة أبعاد : نوعية النظام، نوعية المعلومات، استعمال الأدوات، رضا المستعملين، التأثير الشخصي للمستعملين، و التأثير التنظيمي (الأداء التنظيمي)، توصلت الدراسة الى أن لتكنولوجيا أثر ايجابي على الاستخدام الشخصي للأدوات المستخدمة

15.2. دراسة رايس (2006)

حيث عمدت هذه الدراسة إلى إبراز أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة، وقد توصلت إلى أن تكنولوجيا المعلومات ساعدت على رفع الأداء البشري وذلك بالسرعة والدقة في أداء الأعمال، والتقليل من التكاليف، والقضاء على ضغوطات العمل وتفادي بعض المشاكل والصعوبات المترتبة عن النظام الكلاسيكي ككثرة الورق والإجراءات البيروقراطية والغموض في تأدية بعض المهام وضيق المكان بسبب كثرة الرفوف. كما بين الباحث أن العمل عبر الشبكات أدى إلى تقليل حركة الأفراد داخل التنظيم وأداء أعمالهم في وقت قصير دون الحاجة إلى التنقل.

كما توصل الباحث إلى أن المزايا الجليلة التي منحتها لنا تكنولوجيا المعلومات في تأدية الأعمال هذا لا يعني أنها لا تنطوي على سلبيات، لكن هذه السلبيات لا تعود لتكنولوجيا المعلومات في حد ذاتها بقدر ما تعود لقصور في معارف الأفراد تجاه التكنولوجيا واستخداماتها أو قصور في تصميم بعض البرامج المعلوماتية والتي في غالب الأحيان تكون بسبب عدم استشارة العمال في خصوصيات العمل.

3. ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة :

جاءت دراستنا هذه لمحاولة تكملة ولو بعض من النقائص التي لم تتعرض لها هذه الدراسات كالتأكيد على المستوى الجزئي مع إسقاط الدراسة العملية على واقع المؤسسة الجزائرية.

إذ اهتم هذا البحث بدراسة الأداء المالي لمجموعة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية باستخدام تحليل النسب المالية لفترة (2016-2017) فيما يتعلق تكنولوجيا المعلومات فأغلبية الدراسات السابقة حاولت تقييم هذا المتغير حسب المبالغ المالية المستثمرة في تكنولوجيا، لكن هذه الدراسة فقد ركزت على مدى استعمال أدوات تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسة الجزائرية.

4. فرضيات الدراسة :

انطلاقا من مشكلة الدراسة وتحقيق لهدفها فقد تم وضع الفرضيات خمس التي سيتم اختبارها.

- ✓ الفرضية الأولى : البرمجيات لها أثر على الأداء المالي للمؤسسة.
- ✓ الفرضية الثانية : الإنترنت له أثر على الأداء المالي للمؤسسة.
- ✓ الفرضية الثالثة : الأنترنت له أثر على الأداء المالي للمؤسسة.
- ✓ الفرضية الرابعة : الإكسترنانت له أثر على الأداء المالي للمؤسسة.
- ✓ الفرضية الخامسة :صفحة الويب لها أثر على الأداء المالي للمؤسسة.

الفصل الرابع

منهجية الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرض لمنهجية الدراسة من خلال استعراض جميع المراحل التي تم إتباعها من أجل تحقيق أهداف الدراسة.

فيتناول هذا الفصل معلومات عن مجتمع وعينة الدراسة، متغيراتها المستقلة والتابعة، كما يتضمن أيضا مصادر جمع البيانات وكذلك الفترة الزمنية المعتمدة لأغراض الدراسة، بالإضافة إلى الأسلوب الإحصائي المتبع في تحليل البيانات.

1. منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي للوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية حول مشكلة البحث ولتحقيق الفهم الأفضل للظاهرة المتعلقة بها بالإضافة إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلات موضوع البحث لتفسيرها والوصول إلى دلالاتها.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي في عرض الجانب النظري للدراسة، أما المنهج التحليلي فقد استخدم في الجانب العملي من هذه الدراسة من خلال تحليل البيانات المالية المستخدمة من القوائم المالية للمؤسسات الاقتصادية، ومن ثم إيجاد العلاقات بين المتغيرات من خلال التحليل الكمي.

2. متغيرات الدراسة:

لابد من التمييز بين نوعين من المتغيرات التي تستخدم في هذه الدراسة:

- **المتغيرات المستقلة (المتغيرات التمييزية):** هي المتغيرات التي تمثل الخصائص المميزة لكل مجموعة من المجموعتين الداخليتين في التحليل، فالمتغيرات المستقلة في هذه الدراسة هي تكنولوجيا المعلومات فانطلاقا من دراسة (Gnansounou 2016)، اعتمد الباحث على خمسة أبعاد لتقييم استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية هي: البرمجيات، الإنترنت، الإنترنت، الإكسترنات، الإكسترنات، و صفحة الإنترنت. كل هذه المعايير تم تقييمها بإعداد الاستبيان بسلم ليكرت Likert 1.5 (الملحق 1)
- **المتغيرات التابعة (المتغيرات النوعية):** هي التي تتأثر بالمتغيرات المستقلة ويتغير وفقا لتغيراتها، فالمتغيرات التابعة في هذه الدراسة هي الأداء المالي، فانطلاقا من دراسات سابقة تم الاعتماد على سبعة نسب مالية للدلالة على الأداء المالي: معدل الهامش

التجاري، معدل القيمة المضافة، صافي الربح، معدل الاستقلال المالي، معدل دوران الأصول، العائد على الأصول، العائد على حقوق المساهمين.

3. مصادر جمع البيانات

تم استخراج بيانات الدراسة من مصدرين هما:

- المصدر الأول: يعتمد هذا المصدر على البيانات المالية المستخرجة من القوائم المالية لعينة الدراسة لسنة 2016-2017 المحصل عليها من الإنترنت و بمساهمة المؤسسة محل الدراسة اعتمدنا على برنامج Excel لحساب النسب المالية التي تعبر على الأداء المالي للمؤسسات واستخدام برنامج متخصص في التحليل لإيجاد العلاقة بين المتغيرات.
- المصدر الثاني: يعتمد هذا المصدر على الكتب والدوريات والمقالات والأبحاث المنشورة والغير منشورة التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات والأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية.

4. مجتمع وعينة الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من جميع المؤسسات الاقتصادية في جميع القطاعات خلال سنة 2016-2017. أما عينة الدراسة فتتكون من 20 مؤسسة اقتصادية جزائرية.

5. خطوات الدراسة:

- تم جمع الميزانيات والقوائم المالية للمؤسسات الاقتصادية محل الدراسة لسنة -2017 2016 التي تم تحصيلها من المؤسسات.
- تم استخراج سبعة نسب مالية معتمدة لتقييم الأداء المالي لـ 20 مؤسسة عبر برنامج Excel.
- من جانب آخر لتقييم مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات، تم إعداد استبيان سلم ليكرت Likert Scale 1.5 ببرنامج SPHINX الجزء الأول من الأسئلة يخص صفات المؤسسة والجزء الثاني يخص مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات لدى المؤسسة.

- تم تفرغ كل البيانات وتحليلها لاختيار الفرضيات وتحليل النتائج عبر نمذجة المعادلة الهيكلية بواسطة برنامج Smart PLS2 لتفسير العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والأداء المالي للمؤسسات.

6. الأسلوب الإحصائي المستعمل :

بعد إعداد وتحكيم الاستبيان، ثم تطبيق مجموعة من الاختبارات الإحصائية لدراسة موثوقية وصلاحية الاستبيان، بحساب AVE و CR وبعد التأكد من ذلك تم تفرغ البيانات في برنامج إحصائي Smart PLS2.

فهي طريقة إحصائية لنمذجة العلاقات المعقدة بين المتغيرات المرئية والمتغيرات الكامنة، والتي أصبحت منذ بضعة سنوات الطريقة الأكثر شيوعا واستعمالا في المجتمع العلمي نظرا لمصداقيتها ودقتها التحليلية.

وبرنامج انحدار المتعدد بطريقة PLS لعلاج مشكلة الارتباط المتعدد (multicolineatité) التي وقعت فيها الدراسة.

الفصل الخامس

دراسة البيانات واختبار الفرضيات

يتناول هذا الفصل عرضاً لتحليل بيانات الدراسة ونتائج اختبار الفرضيات حيث قام الباحث باستخدام النموذج الإحصائي Smart PLS2 لإيجاد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والأداء المالي للمؤسسة.

1. الإحصاء الوصفي

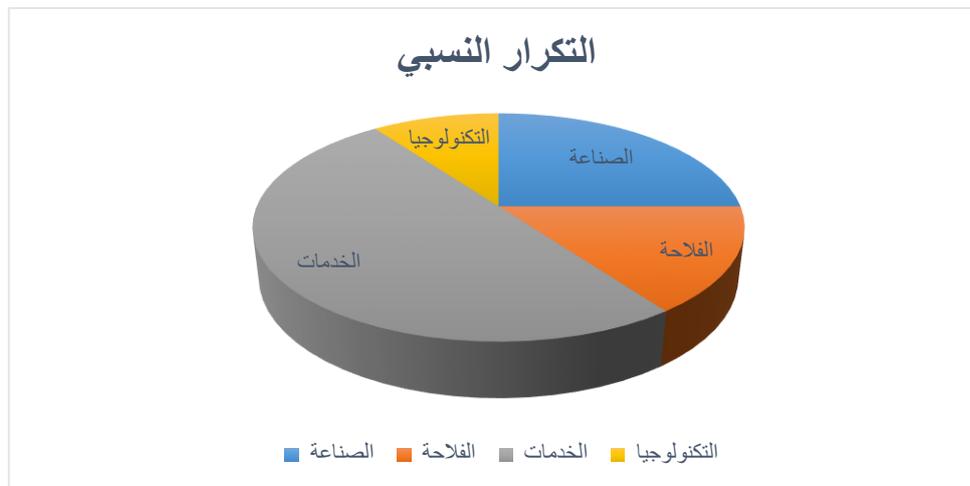
تشير الجداول التالية إلى الإحصائيات الوصفية لعينة الدراسة والبالغ عددها 20 مؤسسة اقتصادية تنتمي إلى قطاعات مختلفة لسنة 2016-2017.

1.1. حسب نشاط المؤسسة

حسب الجدول رقم 02 فإن 50% من مؤسسات العينة تنتمي إلى قطاع الخدمات، بينما 25% تمارس نشاط صناعي، 15% إلى القطاع الفلاحي وبينما 10% تنتمي إلى قطاع تكنولوجي.

نشاط المؤسسة	التكرار	التكرار النسبي
الصناعة	5	25%
الفلاحة	3	15%
الخدمات	10	50%
التكنولوجيا	2	10%
المجموع	20	100%

الجدول 02: عينة الدراسة حسب نشاط المؤسسة



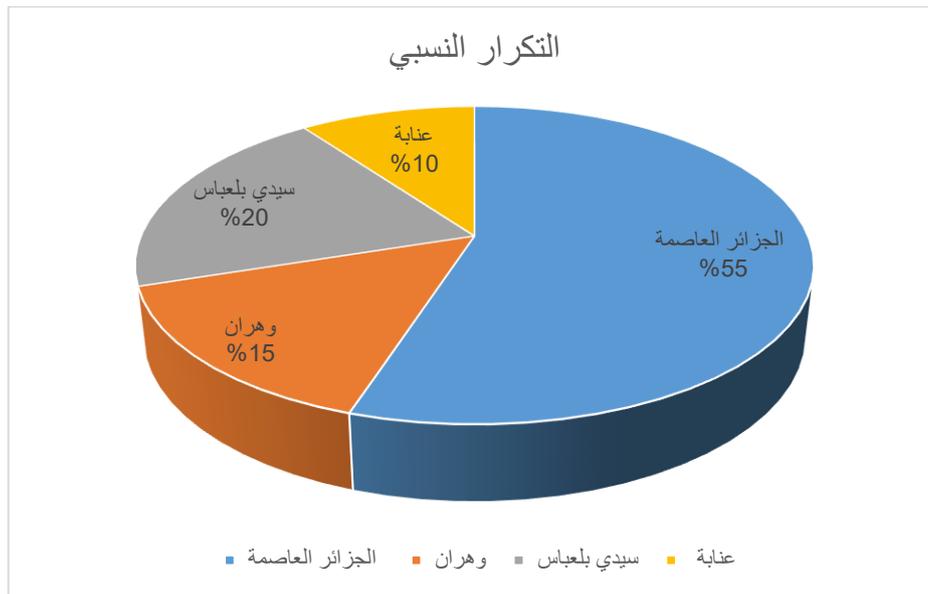
الشكل 7: عينة الدراسة حسب نشاط المؤسسة

2.1. حسب موقع المؤسسة

يشير الجدول رقم 03 إلى أن 55% من المؤسسات محل الدراسة موقعها الجزائر العاصمة، 20% مقرها سيدي بلعباس و 15% وهران ، و 10% مقرها عنابة.

موقع المؤسسة	التكرار	التكرار النسبي
الجزائر العاصمة	11	55%
وهران	3	15%
سيدي بلعباس	4	20%
عنابة	2	10%
المجموع	20	100%

الجدول 03: عينة الدراسة حسب موقع المؤسسة



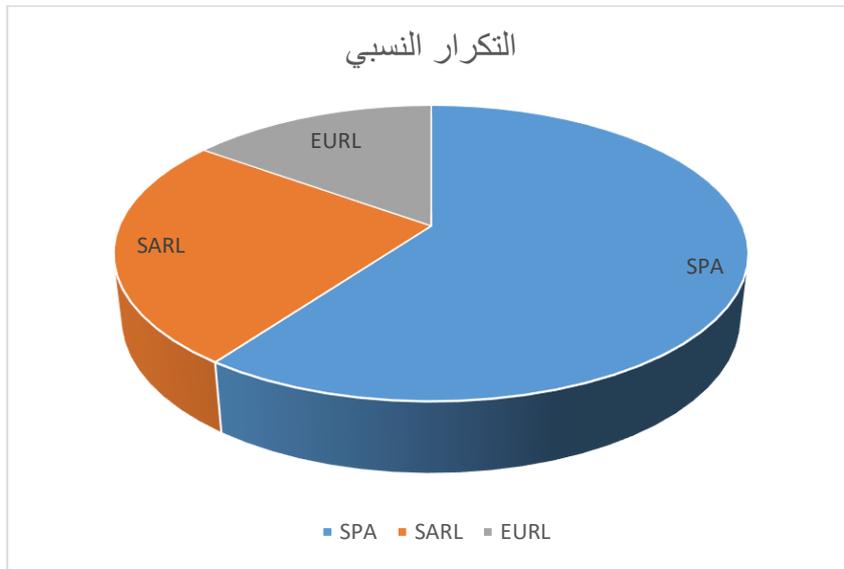
الشكل 08: عينة الدراسة حسب موقع المؤسسة

3.1. حسب شكل المؤسسة

يشير الجدول رقم 08 ان 60% من عينة الدراسة شركة ذات أسهم SPA و 25% شركات ذات مسؤوليات محدودة SARL و 15% من المؤسسات شركات الرجل الواحد EURL .

الشكل القانوني	التكرار	التكرار النسبي
SPA	12	60%
SARL	5	25%
EURL	3	15%
المجموع	20	100%

الجدول 04: الشكل القانوني



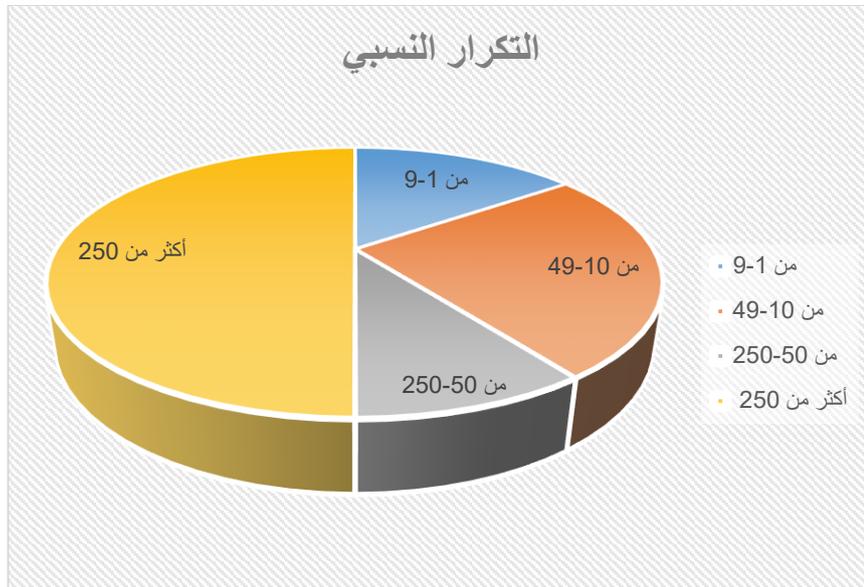
الشكل 09: الشكل القانوني

4.1. حسب عدد العمال

يشير الجدول رقم 09 أن 50% من المؤسسات لها أكثر من 250 عامل و 25% من المؤسسات لها ما بين 10-49 عامل و 15% لها بين 1-9 عمال، بينما 10% لها ما بين 50-250 عامل.

عدد العمال	التكرار	التكرار النسبي
9-1	3	15%
49-10	5	25%
250-50	2	10%
أكثر من 250	10	50%
المجموع	20	100%

الجدول 05: عدد العمال



الشكل 10: عدد العمال

5.1. نتائج اختبار الفرضيات

لاختبار الفرضيات الخمسة للدراسة، قمنا باستخدام في الاول نموذج smart PLS2، ثم نموذج الانحدار بطريقة PLS.

1.5.1. نموذج Smart PLS2

هو نموذج إحصائي يسمح بدراسة العلاقات بين كتل من المتغيرات على نفس المتغير، تم تصنيفه من طرف الأخصائيين في إطار نمذجة العلاقات الهيكلية على المتغيرات الكامنة.

يستند هذا النموذج على مبادئ الانحدارات المتكررة (régression itérative) تربط بين المتغيرات الكامنة (variables latentes) مع قياساتها المتغيرات الظاهرة (variables manifestes).

يستوعب هذا النموذج عدد كبير من المتغيرات التفسيرية، كما أنه يقيم العلاقة السببية بين مجموعة المتغيرات.

1.5.2. سبب اختبار نموذج Smart PLS2

حسب بعض الأخصائيين **Hulland** و **Bookstein** فإن نموذج Smart PLS2 يسمح بشرح ما يلي (Cheriet, 2009):

- الفرضيات والعلاقة بين المتغيرات؛
- تحقيق التعاريف وتفعيل البنيات؛
- تمثيل أكثر تعقيد و أكمل للمتغيرات؛
- بناء إطار رسمي لاختبار العلاقات بين المتغيرات؛
- ينتمي نموذج smart PLS2 إلى أسرة نماذج المعادلة الهيكلية يختلف عن باقي النماذج من نفس النوع كونه يقلل من أخطاء القياسية؛
- يتم استعماله في حالة العينات الصغيرة؛

لهذه الأسباب تم اختيار نموذج Smart PLS2 للدراسة.

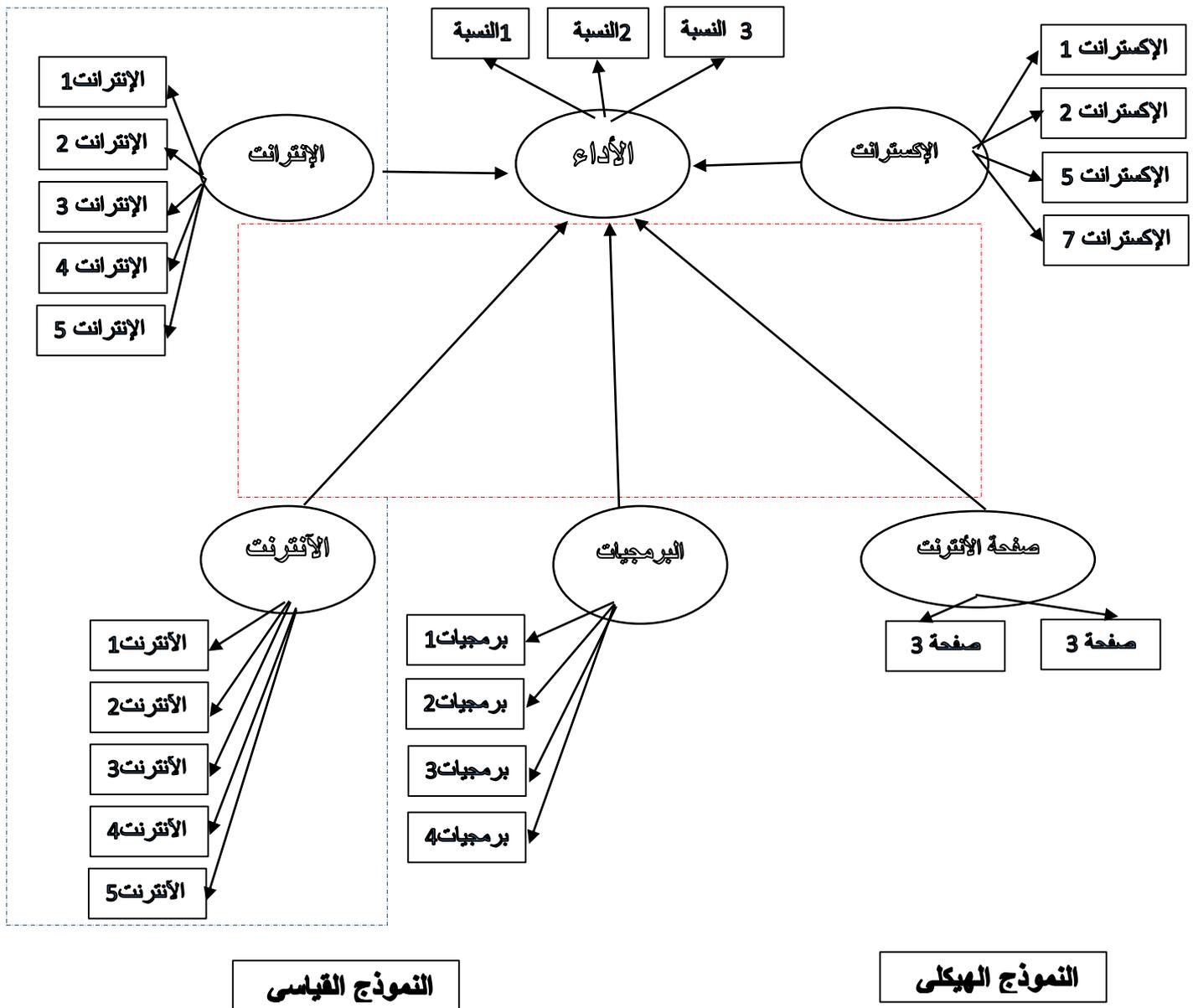
1.5.3. تحليل البيانات باستخدام نموذج smart PLS2:

يمر تحليل النموذج العام المستخدم في الدراسة بمرحلتين:

أ. نموذج قياسي (نموذج خارجي) **le Modèle de mesure**: يحدد العلاقات بين المتغيرات التابعة والمستقلة (تكنولوجيا المعلومات و الأداء).

ب. نموذج هيكلية (نموذج داخلي) **Le modèle de structure**: يحدد العلاقة بين المتغيرات الكامنة فيما بينها.

الشكل رقم 11: النموذج الهيكلي والقياسي قبل تطبيق خوارزمية Smart PLS2



يوضح الشكل أعلاه النموذج الهيكلي والقياسي، حيثي ان النموذج القياسي (بالأحمر) يقدر العلاقات بين المتغيرات الكامنة وروابطها، بينما النموذج الهيكلي (بالأزرق) بين العلاقة بين المتغيرات الكامنة فيما بينها (باطنية وخارجية).

1.5.3.1. النموذج القياسي للدراسة

يسمح بدراسة درجة الموثوقية مصداقية النموذج وذلك بحساب CR لتقييم المصداقية

ومتوسط التباين AVE

6	5	4	3	2	1	التباين	مصداقية المكونات	المكونات
					0.8205	0.6733	0.8913	1 الإكسترنانت
				0.8819	0.6530	0.7777	0.8744	2 الأنترنت
			0.8667	0.6708	0.9006	0.7512	0.9378	3 الأنترنت
		1	-0.6861	0.5557-	0.6321-	1.0000	1.0000	4 البرمجيات
	0.8384	0.5718-	0.40290	0.3257	0.4515	0.7029	1.7117	5 الأداء
0.8049	0.3785-	0.1998	0.0796-	0.0428	0.0582-	0.6478	0.7844	6 صفحة الأنترنت

جدول 06: نتائج دراسة المصداقية والموثوقية

• مصداقية المكونات CR:

كلها أكبر من 0.7 هذا يدل على مدى دقة وجوده ومصداقية الدراسة والفرضيات، أي ان تصميم عبارات الاستبيان كان جيد

• متوسط التباين المشترك AVE

أ. الإكسترنانت Extranet: متوسط التباين المشترك الخاص بالإكسترنانت 0.6733 ، جذره التربيعي 0.8205 هذه القيمة أكبر من قيمة ارتباطه مع الأنترنت، الأنترنت، البرمجيات، الاداء المالي وصفحة الانترنت أي 0.6530 ، 0.9006 ، -0.632 ، 0.4515 و -0.0582 على الترتيب.

ب. الأنترنت Internet: متوسط التباين المشترك الخاص بالإنترنت 0.7777 ، جذره التربيعي 0.8819 هذه القيمة أكبر من قيمة ارتباطه مع الأنترنت 0.6708 ، البرمجيات

-0.5557 ، الاداء المالي 0.3237 و صفحة الانترنت أي 0.0428 ، والإكسترنانت 0.6530.

ت. الإنترنت Intranet : متوسط التباين المشترك الخاص بالإنترنت 0.7512 ، جذره التربيعي 0.8667 هذه القيمة أكبر من قيمة ارتباطه مع الإنترنت 0.6708 ، البرمجيات -0.6861 ، الاداء المالي 0.4029 و صفحة الانترنت أي -0.0796 ،

ث. البرمجيات **logiciels** : متوسط التباين المشترك هو 1 ، جذره التربيعي 1 معدلات ارتباطه كما يلي: الإنترنت -0.5557 ، الإنترنت -0.6861 ، الإكسترنانت -0.6321 و صفحة الإنترنت 0.8049 ، الأداء المالي 0.8384

ج. الأداء المالي: متوسط التباين المشترك 0.7029 ، جذره التربيعي 0.8384 معدل ارتباطه بالمتغيرات كالاتي: الانترنت 0.3237 ، الإنترنت -0.4029 و الإكسترنانت 0.4515 ، صفحة الإنترنت -0.3785 ، البرمجيات -0.5715

ح. صفحة الإنترنت: متوسط التباين المشترك 0.6478 ، جذره التربيعي 0.8049 معدل ارتباطه أكبر من قيمة ارتباطه بالإنترنت 0.0428 ، الانترنت -0.0796 ، الإكسترنانت -0.0582 ، الأداء المالي -0.3785 و البرمجيات أي 0.1998

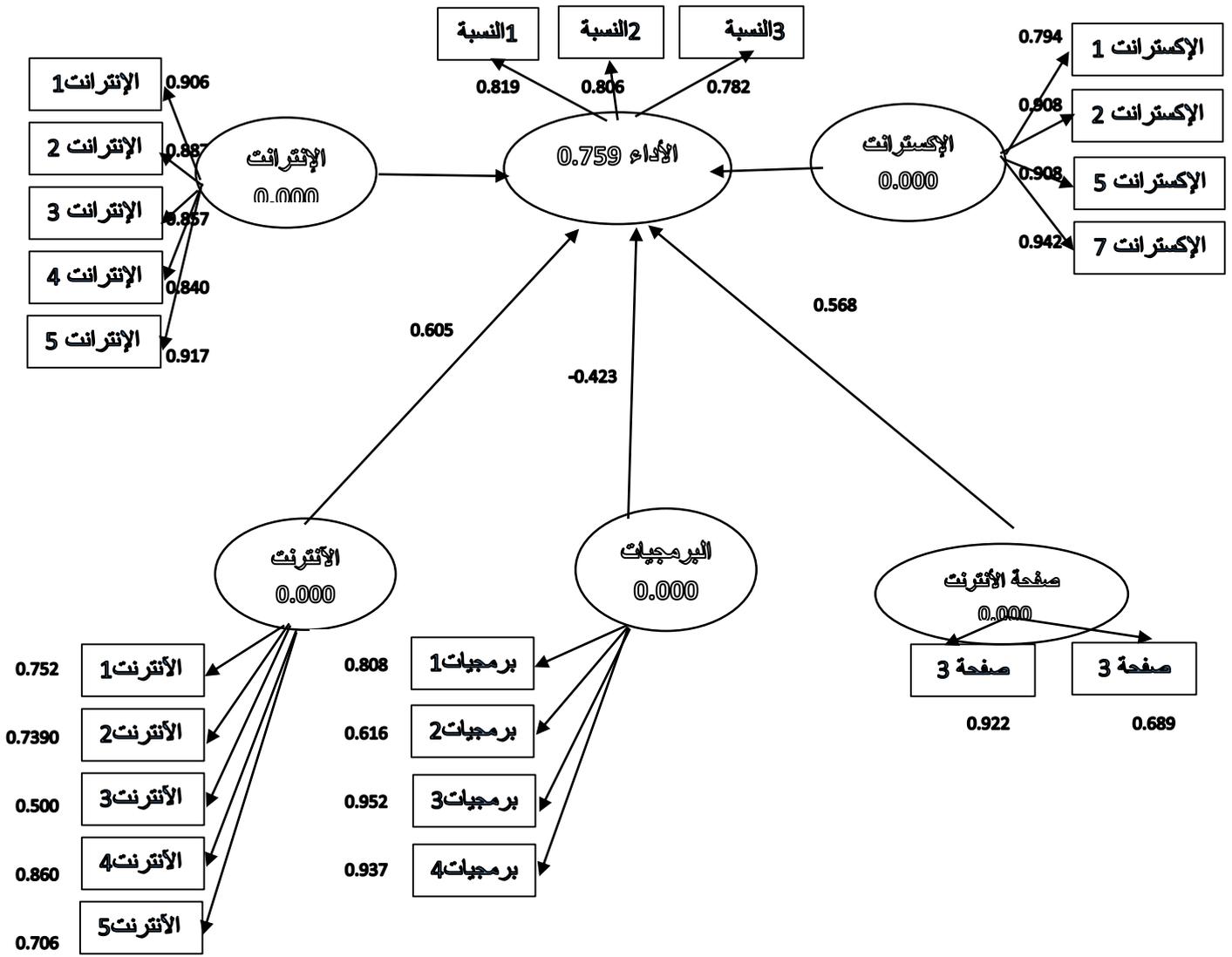
من خلال هذه الأرقام حول التباين والارتباطات بين المتغيرات فيما بينها (الكامنة والظاهرة) نستنتج ان عبارات الاستبيان درست المتغير الكامن فقط الذي خصصت لدراسته و ان العبارات كانت دقيقة وليس لها ارتباط كامن آخر.

2.5.3.1. النموذج الهيكلي للدراسة

بعدما تم تقييم النموذج القياسي بين المتغيرات، يمكن لنا ان نمر الى المرحلة الثانية التي هي النموذج الهيكلي للدراسة.

يسمح النموذج الهيكلي بتقدير العلاقة بين المتغيرات الكامنة وذلك بحساب معاملات الإنحدار للمتغيرات الكامنة الخارجية exogène على المتغيرات الكامنة الباطنية estrogène بتطبيق مجموعة من الاختبارات الإحصائية ،نتمكن من التأكد من الصحة التفسيرية للمتغيرات المختارة.

الشكل رقم 12: النموذج الهيكلي والقياسي بعد تطبيق خوارزمية Smart PLS2



4.1. الارتباط المتعدد Multicolinéarité

قدم نموذج smart PLS2 مجموعة من الإيجابيات مقارنة بباقي نماذج المعادلات الهيكلية، حيث يتلاءم مع العينات الصغيرة، لكن في نفس الوقت فإن هذا النموذج قد يؤدي كذلك الى تقلبات في النتائج والى أرقام ليس لها دلالة إحصائية معبر عنها بمشكل الارتباط المتعدد (Cheriet, 2009).

قمنا بحساب معاملات المتغيرات الكامنة بـ Smart PLS2، ثم استخدمنا هذه المعاملات لتحقيق انحدار متعدد ببرنامج WLSTAT.

5.1. إحصائيات الارتباط المتعدد

لدينا خمسة متغيرات مستقلة

بما ان $R^2 > 0.5$ تواجه الدراسة مشكل الارتباط المتعدد لانحدار متعدد

$VIF < 5$ والقبول > 0.2 لبعض المتغيرات (إكسترنانت ، إنترانت)

صفحة الأنترنت	البرمجيات	الأنترانت	الأنترنت	الإكسترنانت	
0.9260	0.4822	0.1589	0.5413	0.1848	القبول
1.0799	2.0740	6.2950	1.8474	5.4118	مؤشر VIF

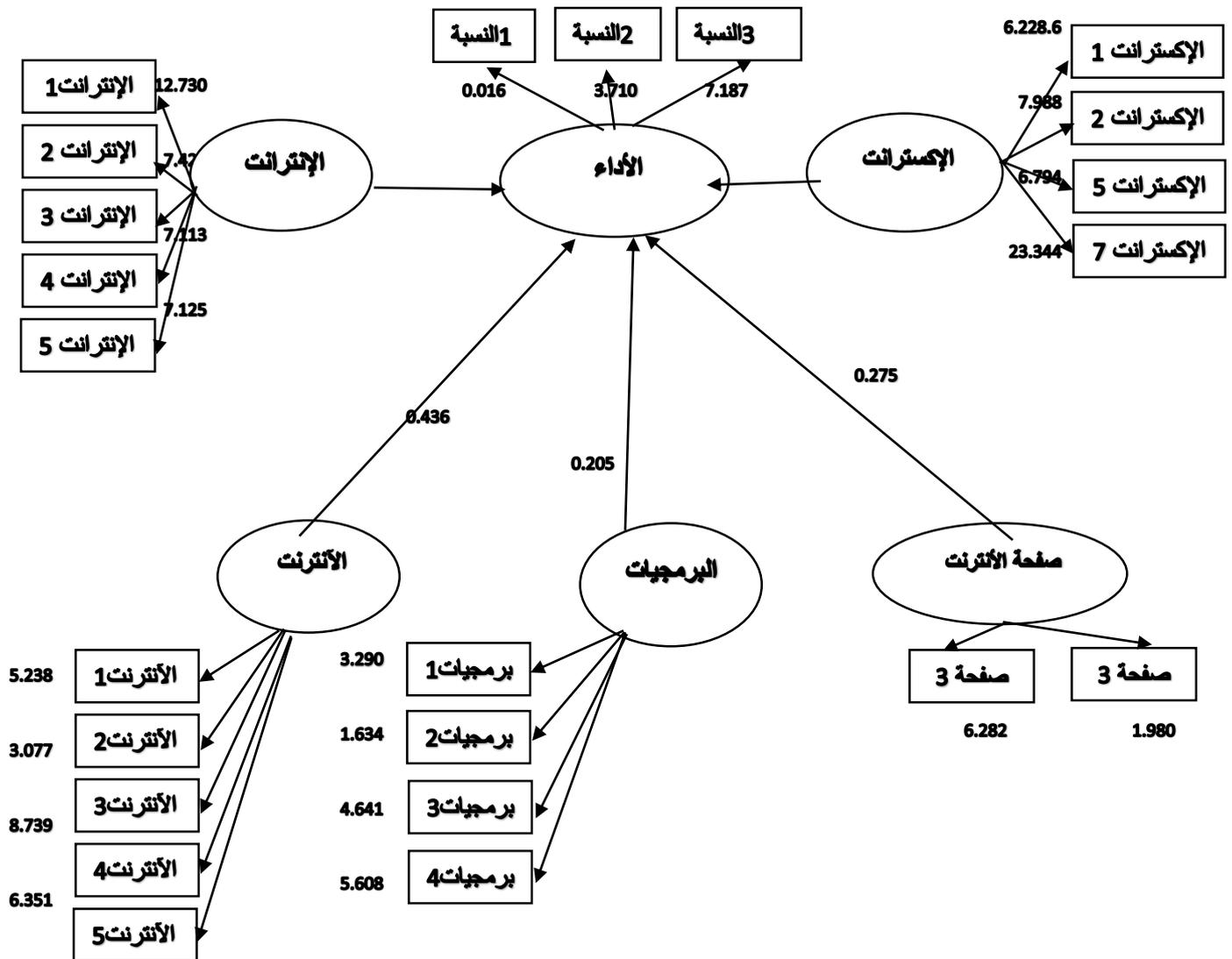
الجدول 07: إحصائيات الارتباط المتعدد

للخروج من المشكلة يبقى الارتباط PLS ببرنامج XLSTAT أحسن طريقة

6.1. انحدار PLS

يتم معالجة مشكلة الارتباط المتعدد باستخدام الانحدار بطريقة PLS فهو نموذج إحصائي، تستعمل تقديرات المتغيرات الكامنة والمتحصل عليها في المرحلة الأولى عند تحليل البيانات، وتجري عليها انحدار بعد إعادة قسيمها، يسمح انحدار PLS باختبار العلاقات بين كتل المتغيرات التابعة المستقلة الغير المرئية مباشرة.

الشكل رقم 13: النموذج الهيكلي والقياسي بعد تطبيق إنحدار PLS2



يتم تقييم صحة ودلالة النموذج بعد تطبيق انحدار PLS بحساب مجموعة من المؤشرات الإحصائية التالية:

- ✓ **Q²Cum**: مقياس عام لجودة التعديل لإيجاد النموذج الأكثر ثبات للدراسة.
- ✓ **R²XCum** و **R²YCum** : مجموع معاملات التحديد بين المتغيرات المستقلة، مقياس للقوة التفسيرية للمكونات الأولى للمتغيرات المستقلة للنموذج.
- ✓ مؤشر **VIP (Variable Importance in Projection)** تقيس أهمية متغير لبناء عدد من المكونات المقبولة.
- ✓ مؤشر **coefficient normalisé**: تسمح بمقارنة الوزن النسبي للمتغيرات النموذج، فكلما كانت القيمة المطلقة لمتغير مرتفعة كان وزن المتغير المناسب أهم، عندما مجال الثقة حول معاملات الموحدة يتضمن قيمة 0 (ما هو مرئي بسهولة في الرسم البياني للمعاملات الموحدة)، يكون المتغير ليس له معنى.

7.1. نتائج النموذج بعد تطبيق انحدار PLS

تم تقييم نتائج انحدار PLS بحساب مؤشرات جودة النموذج Q²Cum و R²XCum و R²YCum وكذلك دلالة معدلات الانحدار ومؤشر VIP.

أ. إختبار جودة النموذج

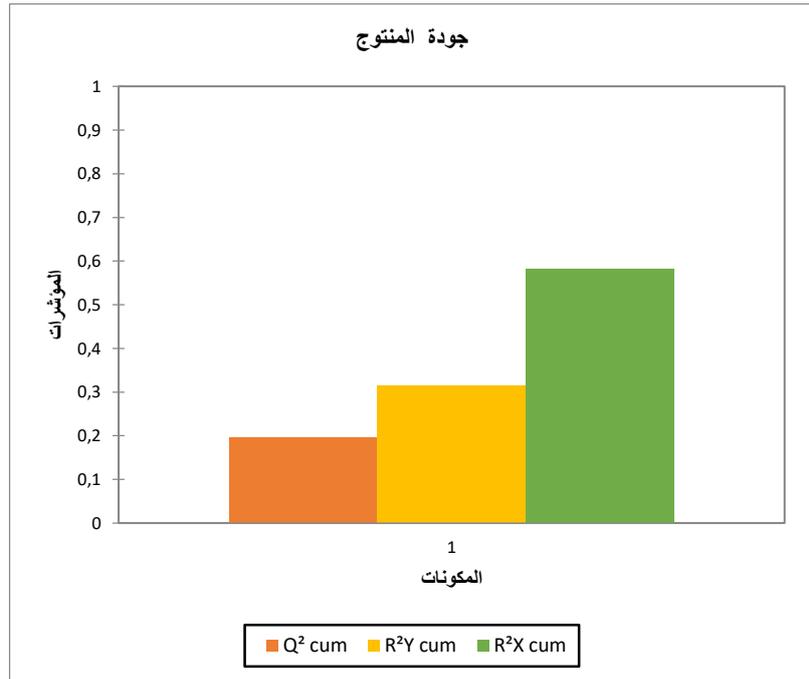
يبين الشكل أعلاه نتائج جودة النموذج المعبر عنها بمؤشرات Q²Cum و R²XCum و R²YCum

التي تعكس جودة واستقرار النموذج المستعمل بما ان المؤشرات في حدود 0.5

علما أن المتغير التابع هو الأداء فإن نتائج جودة النموذج كما يلي:

المؤشر	المكون 1
Q ² Cum	0.1954
R ² YCum	0.3135
R ² XCum	0.5830

جدول رقم: 08: مؤشر جودة المنتج



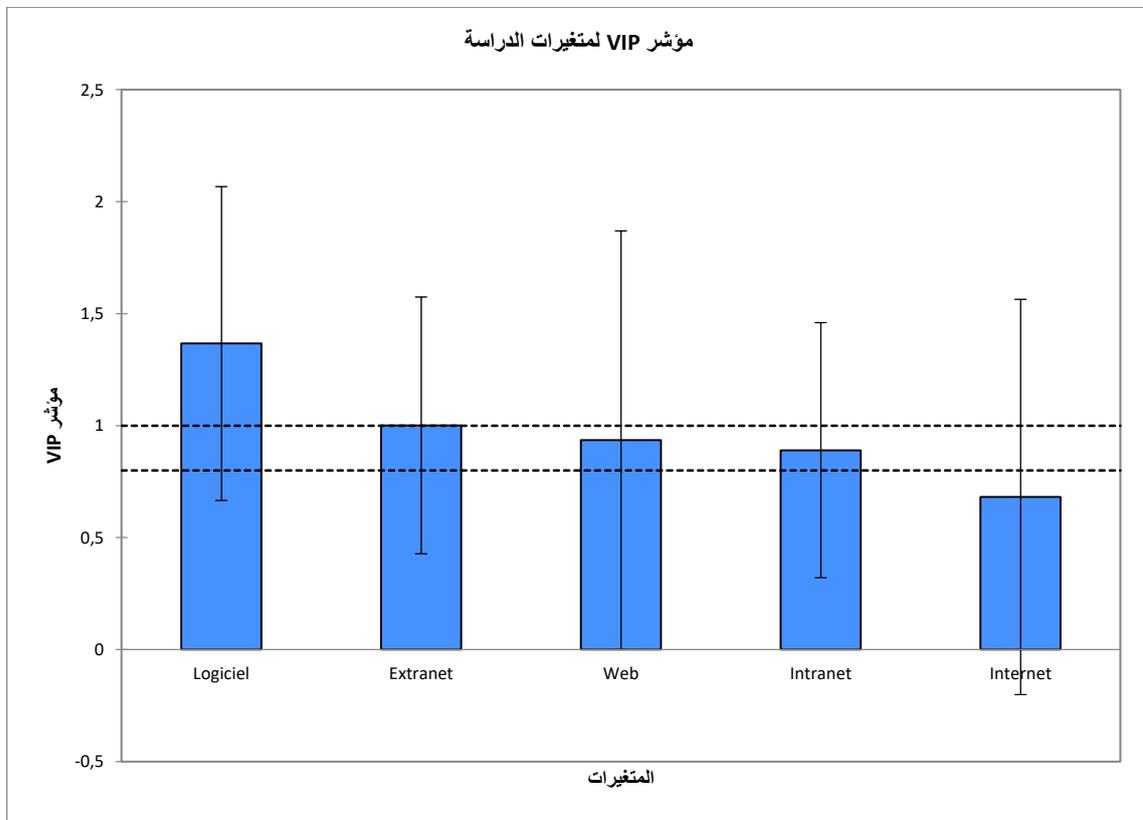
الشكل رقم 14: جودة المنتج

ب. مؤشر Variable Importance in Projection VIP

يبين الشكل و الجدول ادناه ان البرمجيات، الإكسترانت، صفحة الويب والإنترنت التي مؤشر VIP بها 1.3667 ، 1.0009 ، 0.9347 و 0.8900 على الترتيب تعبر على العلاقة بما أن معاملتها اكبر من 0.8

المتغيرات	مؤشر VIP	التباين	الحد الأدنى %95	الحد الأقصى %95
البرمجيات	1.3667	0.3575	0.6660	-2.0674
الإكسترنانت	1.0009	0.2921	0.4283	1.5735
صفحة الأنترنت	0.9347	0.4771	-0.0003	1.8697
الأنترانت	0.8900	0.2905	0.3206	1.4593
الأنترنت	0.6817	0.4504	-0.2011	1.5645

الجدول رقم 09: مؤشر VIP لمتغيرات الدراسة



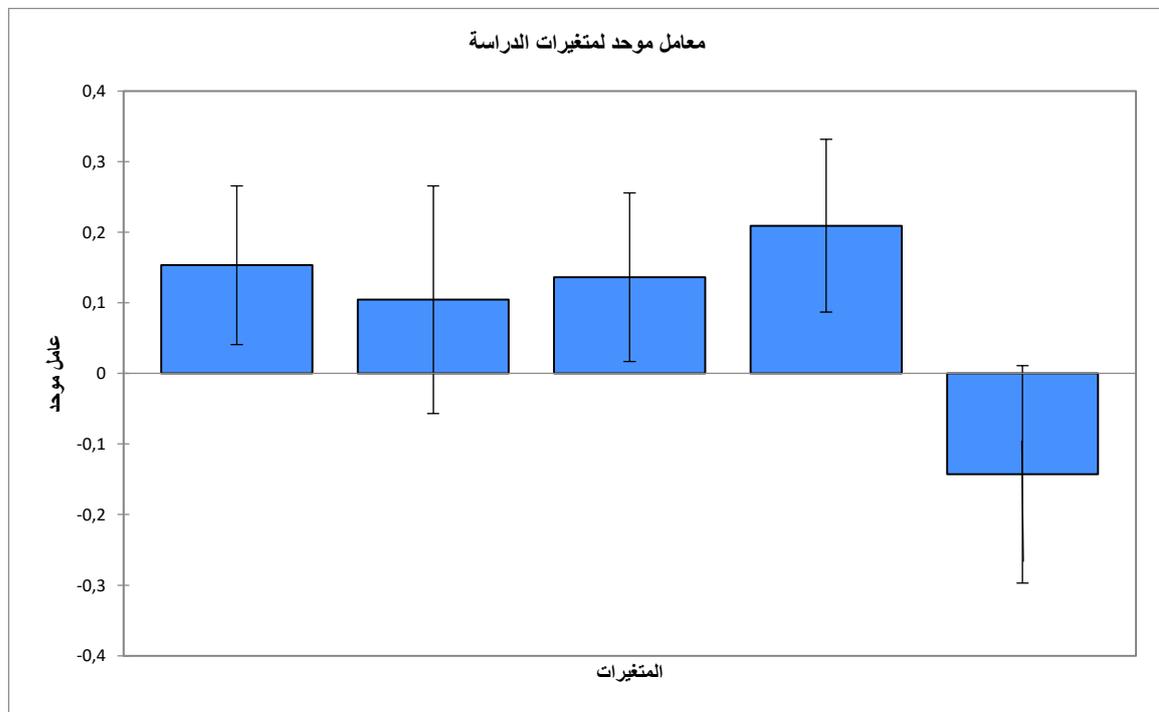
الشكل 15: مؤشر VIP لمتغيرات الدراسة

معامل موحد $\text{coefficient normalisé}$

يبين الشكل ادناه أن المتغيرات الإكسترنات والإنترانت والبرمجيات التي مجالاتها لا تمر بالصفير هي الأكثر دلالة لتفسير العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والأداء المالي.

الحد الأقصى 95%	الحد الأدنى 95%	التباين	معامل موحد	المتغيرات
0.02656	0.0407	0.0574	0.1532	الإكسترنات
0.2654	0.0568-	0.0822	0.1043	الأنترنت
0.2555	0.0169	0.0609	0.1362	الأنترانت
0.3314	0.0868	0.0624	0.2091	البرمجيات
0.0108	0.2969-	0.0785	0.1430-	صفحة الأنترنت

الجدول رقم 10: معامل الموحد لمتغيرات الدراسة



الشكل 16: معامل الموحد لمتغيرات الدراسة

إندار PLS	Smart PLS2	
	نموذج هيكلية	نموذج قياسي
دلالة المعايير: R ² y Cum R ² x Cum Q ² Cum VIP	R ² دلالة معاملات الانحدار	المصدقية الثبات
عينة الدراسة: 20 مؤسسة اقتصادية		

الجدول 11: ملخص التحليل الإحصائي للمعطيات

صحة الفرضية	نص الفرضية	الفرضية
مقبولة	استعمال البرمجيات يؤثر على أداء المالي للمؤسسة الاقتصادية	ف1
مرفوضة	استعمال الأنترنت يؤثر على أداء المالي للمؤسسة الاقتصادية	ف2
مقبولة	استعمال الإنترنت يؤثر على أداء المالي للمؤسسة الاقتصادية	ف3
مقبولة	استعمال الإكسترنانت يؤثر على أداء المالي للمؤسسة الاقتصادية	ف4
مرفوضة	استعمال صفحة الإنترنت يؤثر على أداء المالي للمؤسسة الاقتصادية	ف5

الجدول 12: ملخص نتائج الدراسة

الفصل السادس

الاقتراحات والتوصيات

نستعرض في هذا الفصل ملخص لأهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي ومعالجة البيانات وأهم التوصيات التي جاءت بها الدراسة.

1. ملخص النتائج:

بعد دمج أدوات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية، أثرت إشكالية أثر استعمالها على الأداء المالي للمؤسسة جدل في الدراسات والأدبيات، حيث وصفت الدراسات الأولى هذه العلاقة بـ " مفارقة الأداء " "The performance paradoxe" وذلك لأنها لم تجد أي علاقة بين الأداء و تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسة الاقتصادية Pilax2004 بينما بينت الدراسات الحديثة أن استعمال أدوات تكنولوجيا المعلومات له أثر إيجابي على الأداء المالي للمؤسسة، من بين هذه الدراسات الدراسة الحالية التي أكدت هذه العلاقة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

من خصوصيات هذه الدراسة هي تحديدها للعوامل الميدانية التفسيرية لأدوات تكنولوجيا المعلومات داخل المؤسسة، فبعد دراسة التقنيات المستعملة، تم تقسيم هذه الأدوات إلى برمجيات، أنترنت، إنترانت، إكسترانت، و صفحة الإنترنت.

أكدت الدراسة الحالية نتائج الدراسات الحديثة، من خلال وجود أثر استعمال البرمجيات، الأنترانت والإكسترانت على الأداء المالي بينما نفت وجود علاقة بين استعمال الأنترنت و صفحة الإنترنت على الأداء المالي للمؤسسة.

2. الاستنتاجات:

- بينت للنتائج وجود علاقة بين استعمال البرمجيات، الأنترانت و الإكسترانت على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية، هذا ما يتوافق مع دراسة GNANSOUNDY 2016 التي توصلت الى وجود نفس العلاقة بين أدوات تكنولوجيا المعلومات والأداء المالي للمؤسسات التجارية في السنغال بينما نفت أي علاقة في المؤسسات الصناعية.
- إن استعمال النسب المالية من الطرق الشائعة لقياس الأداء المالي إلا انه تم حذف البعض منها لقلّة دلالتها الإحصائية، لنحتفظ في الأخير بثلاثة نسب مالية فقط وهذا ما يتوافق مع

دراسة 2004 NANCHUL الذي استخدم نسبتان ماليتان لتقييم الأداء المالي، كما يمكن استخدام طرق أخرى للتقسيم (دراسة بن رمضان 2005).

- لقد تم استعمال الاستبيان لتقييم مدى استعمال تكنولوجيا المعلومات، باعتباره متغير نوعي، وهي الطريقة الأكثر استعمالا في أغلبية الدراسات (شـينار 2003) KARAOUI (ZEHIT et Al 2010) 2015.

3. التوصيات :

انطلاقا من النتائج المتحصل عليها نوصي بما يلي:

- الإعلان والترويج على الخدمات المتوفرة في ميدان تكنولوجيا المعلومات: على مشغلي الاتصالات (مثل إتصالات الجزائر) Algeria Télécome، الإعلان على النية التحتية المتاحة، الإكتشافات الحديثة، والخدمات المقدمة في ميدان تكنولوجيا المعلومات، إذ غالبا لا يكون في علم المساهمين والمديرين المعلومات المفيدة في ميدان تكنولوجيا المعلومات، خاصة إذا لم يكن لهم اهتماما خاصا بهذا الميدان.
- خطر نقص المعلومات يكون أكبر في المناطق النائية: فخطوة أولى لابد من دمج أدوات وبنيات تحتية لتكنولوجيا المعلومات في المدن الصغرى، ثم قيام السلطات المكلفة (وزارة الإعلام والاتصال، واتصالات الجزائر) بالتزويد العادل للشبكات والأدوات على كل مناطق الوطن بنفس البنية التحتية.
- تسهيل وصول المؤسسات لتكنولوجيا المعلومات: بعد تطبيق السياسة السابقة فيما يخص الإيصال العادل لأدوات تكنولوجيا المعلومات لكل المناطق الجغرافية، لابد من تحفيز المؤسسات من إستعمالها لأنها تشكل تكلفة مالية على المؤسسة مما يمكن ان يعرقل استعمالها، فتخفيض هذه التكاليف قد يحفز المؤسسة لاستعمالها.
- إجراءات خاصة لتحفيز الإستثمار في مجال تعويض وصيانة معدات وأدوات تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة: كاتخاذ إجراءات جبائية ملائمة لتحفيز المؤسسات على الإستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات، إذ بهذه الطريقة يمكن ان يرفع من مستوى إستعمال أدوات تكنولوجيا المعلومات.

- تقديم دورات تدريبية لمديري الأعمال ذوي مستوى تعليم منخفض أو مستوى معرفة محدود في ميدان تكنولوجيا المعلومات.
- تنظيم أنشطة لتشجيع استعمال تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الخاصة بما فيه لمناطق النائية التي تعاني من نقص في تغطية الشبكات للترويج بإيجابيات دمج تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة كربح الوقت.

انطلاقاً من محددات الدراسة نوصي الدراسات المقبلة بما يلي:

- توسيع عينة الدراسة باعتبار أن دراسة الحالة واجهت إشكالية عدم استجابة الكثير من المؤسسات لمتطلبات الدراسة باعتبارها المعلومات المطلوبة منها سرية.
- استعمال طرق أخرى لتقييم الأداء المالي داخل المؤسسة غير طريقة النسب المالية.



قائمة المراجع والمصادر

المراجع العربية:

1. إبراهيم محمد درويش(2002)، المعالجة الضريبية للصفقات الإلكترونية، ط5، جامعة اليرموك.
2. احمد جويلي ،غالي حمزة ،عبدون حجلة (2005) الوحدة العربية الاقتصادية ،مصر ،مصر .
3. أحمد عبد الخالق(2006) ، التجارة الإلكترونية والعولمة ،المنظمة العربية للتنمية الإدارية ،ط1.
4. احمد ماهر (2002)،كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الإتصال ،الدار الجامعية ،مصر.
5. آسيا تميم (2011) ،التكنولوجيا الحديثة ،دار المعرفة للنشر والتوزيع ،الجزائر ،ط10.
6. اوكيل، محمد سعيد (1994) ، استقلالية المؤسسة العمومية الاقتصادية، تسيير واتخاذ القرارات في اطار المنظور النظامي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
7. بختي، ابراهيم، (2006) ، مطبوعة مقرر مقياس تكنولوجيا و نظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
8. بدريسي، جميلة ، (2006)، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على تسيير الشغل، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، ، ص69،68،66 بن ساسي، الياس،(2006) التسيير المالي و الادارية المالية، دار وائل للنشر و التوزيع الأردن.
9. البكري، سونبا محمد، (2001) ، نظم المعلومات الادارية، الدار الجامعية، الإسكندرية.
10. بن أشنهو، عبد اللطيف، (1982) ، التجربة الجزائرية في التنمية و التخطيط (1962-1980)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
11. بن حبيب، عبد الرزاق، (2000)، اقتصاد و تسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
12. بن ساسي، الياس،(2006) التسيير المالي و الادارية المالية، دار وائل للنشر والتوزيع الاردن

13. بوتين، محمد ، (1992) ، المحاسبة العامة للمؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2.
14. بوقوم محمد،المعلوماتية والجهاز البنكي، مداخلة مقدمة الى ملتقى المنظومة المصرفية 2009.
15. بوكلي، محمد الصغير، (1982)، تنظيم القطاع العام في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
16. بيومي حجازي،(2003) النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية ،دار الفكر العربي .
17. توفيق عبد الرحمن (2003) ،الإدارة الإلكترونية ،مركز الخبرات المهنية للإدارة .
18. جمال محمد بوشنب(2011) ،الإعلام الدولي والعولمة ،دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة .
19. جودت أحمد سعادة (2007) ، استخدام الحاسوب والإنترنت ،ط12 ،دار الشرق للنشر والتوزيع ،الأردن.
20. حافظ محمد (2000) ، نظريات المرفق العامة ،دار النهضة العربية .
21. حديد نوفل (2002) ، أثر تكنولوجيا المعلومات والتحول الى استخدام نظم و أساليب التجارة الإلكترونية ،جامعة الجزائر.
22. حسين شنيني، (2011) واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في كل من الجزائر، مصر و الامارات خلال الفترة 2000-2010 دراسة مقارنة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير.
23. حسين، عبد الرزاق، (2002) ، اقتصاد و تسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية.
24. الحسين، محمد عبد، (2004) ، المدخل الى نظم المعلومات الادارية، وائل للنشر، الأردن.
25. الحمادي عبد العزيز (2002) ،مفاهيم ومتطلبات الحكومة الإلكترونية ،معهد الإدارة العامة .

26. الحناوي، محمد صالح، (2004) ، الاعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للنشر و التوزيع و الطباعة، الإسكندرية.
27. الحياي، وليد ناجي،(2007) ، التحليل المالي، منشورات اكااديمية.
28. خلادي، عبد القادرو سليمة، كويسي، (2010) ، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر: وضعية وفاق، اجتماع الخبراء الاقليمي حول معوقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الدول العربية.
29. الدليمي، عبد الرزاق، (2011)، مدخل الى وسائل الاعلام و الاتصال، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان.
30. ذيب ناصيف (2006) ،التجارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق ،جامعة العلوم التطبيقية، عمان .
31. رأفت رضوان (2010) ،عالم التجارة الإلكترونية ،منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية .
32. رجب، مصطفى، (2009) ، الطريق الثالث امام العالم الثالث، مؤتمر المعلوماتية وقضايا التنمية العربية، المركز العربي للتعليم و التنمية.
33. زايري بلقاسم (2003)، طبيعة التجارة الإلكترونية ،وتطبيقاتها المتعددة ،المستقبل العربي، القاهرة .
34. الزبيدي ماجد (2005) ،شبكة الإنترنت واستخدامها في المكتبات.
35. الزعبي، هيثم محمد و السامراني، ايمان فاضل، (2004) ، نظم المعلومات الادارية، دار الصفاء، الاردن .
36. السالمي، علاء و السالمي، حسين، (2005) ، شبكات الادارة الالكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الاردن.
37. السيسي، صلاح الدين حسن، (2000) ، نظم المحاسبة و الرقابة و تقسيم الاداء في المصارف و المؤسسات المالية، دار الوسام للطبع و النشر، لبنان.
38. الشافعي منصور (2009)، مملكة العلم والتكنولوجيا، إيتاك للنشر ،مصر .
39. الصخري، عمر، (2006) ، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط4.

40. طارق عبد العال حماد (2007) ، التجارة الإلكترونية : المفاهيم ،التجارب، التحديات ،الدار الجامعية الإسكندرية .
41. طرطار، احمد، (1993) ، الترشيد الاقتصادي للطاقات الانتاجية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
42. عامر إبراهيم قنديلجي (2002)، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق، عمان ،الأردن ،ط1 .
43. العاني، مزهر شعبان، (2008) ، العملية الادارية و تكنولوجيا المعلومات، اثراء للنشر و التوزيع ، عمان.
44. عباس العلاق (2004)،الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق ،القاهرة ،منشورات المنظمة العربية .
45. عبد الحميد متولي (1974)، القانون الدستوري والأنظمة السياسية، منشأة المعارف الإسكندرية.
46. عبد الرحمن الهاشمي (2007)، المنهج والاقتصاد المعرفي، دار الميسرة، عمان ،الأردن ،ط1 .
47. عبد الفتاح حجازي (2002)، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية .
48. عبد اللطيف، نصر نور الدين، (2007)، نظم المعلومات ومعالجة البيانات و البرامج الجاهزة، الدار الجامعية، الإسكندرية.
49. عبد الله عمر الفراء، (1999)، تكنولوجيا التعليم والاتصال ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان ط.4.
50. عبد المنعم راضي (2011)، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية .
51. عبد الونيس، احمد و مدحت، ايوب، (2006) ، اقتصاد المعرفة، مركز دراسات وبحوث الدول النامية، القاهرة.
52. عبد الوهاب، عماد،2004، نظم المعلومات، دار الثقافة، الاردن

53. عدون، ناصر دادي، (1998) ، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية، الجزائر.
54. عرباحي، اسماعيل، (1998) ، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2.
55. العزام احمد (2004)،الحكومة الإلكترونية في الأردن، دار الفكر .
56. عصمت عبد الله الشيخ (2000)، دور ونظم وتكنولوجيا المعلومات في تسيير وفعالية العمل الإداري، القاهرة، دار النهضة العربية
57. عطا الله سامي (2000)، الحكومة الإلكترونية مكتب برنامج الأمم المتحدة، بيروت
58. عقل، مفلح محمد، (2002)، مقدمة في الادارة المالية و التحليل المالي، دار المستقبل للنشر و التوزيع، ط2، عمان.
59. علي السلمي (2001)، إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
60. علي محمد رحومة(2005) ،الإنترنت والمنظومة الإلكترونية، مركز الدراسات العربية .
61. علي محمد منصور (2002)،مبادئ الإدارة ،أسس ومفاهيم ،ط2 ،مجموعة النيل العربية، القاهرة ،مصر .
62. عليان، ربحي والطوباسي، محمود، (2005) ، الاتصال و العلاقات العامة، دار الصفاء، الطبعة الاولى، الاردن .
63. عمار بوحوش (2006)، نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرون، دار الغرب الإسلامي، بيروت .
64. عمر موفق بشير العباجي (2007)،الإدماج والانترنت ،دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ،الأردن ط1،
65. غسان عبد الهادي (2011)، لسوق عربية مشتركة ،حتى الإنترنت
66. فاروق حسي (2001)،الإنترنت الشبكة الدولية للمعلومات ،الدار العربية للعلوم ،ط1، بيروت
67. فريدة معارفي (2010)، البنوك الإلكترونية، منتدى موجه لإدارة الاعمال، بسكرة،

68. فهمي زيد (2008)، الوسيط في القانون الإداري، دار المطبوعات الجامعية الإسكندرية .
69. الكرخي، مجيد، (2007)، تقويم الاداء، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان
70. كمال عبد الحميد زيتون (2002) ، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصال ،عالم الكتب ،القاهرة ،مصر.
71. ماهر، احمد، (2000) ، السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، دار الجامعية، الاسكندرية .
72. محمد الطعمنة (2004) ،الحكومة الإلكترونية وتطبيقاتها في الوطن العربي، القاهرة، منشورات المنظمة العربية.
73. محمد العقاب (209)، الإنترنت وعصر ثورة المعلومات، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1
74. محمد دياب مفتاح (2009)، المصطلحات نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، الدار الجامعية للنشر، القاهرة، مصر
75. محمد صالح الحناوي (2004)، نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في عصر التكنولوجيا ، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر
76. محمد عبد الدبس(2004)، وسائل الإتصال وتكنولوجيا التعليم ،دار الصفاء،الأردن
77. محمد فتحي عبد الوهاب(2005)، المعلومات والتكنولوجيا المعلومات على اعتبار القرن الجديد، مكتبة، دار العربية للكتاب القاهرة.
78. محمد كرباح (2010)،البنوك الإلكترونية، دار النهضة العربية ،بيروت.
79. محمد محمود الحيلة(2007)، تكنولوجيا المعلومات بين النظرية والتطبيق، دار ميسرة للنشر والتوزيع ،عمان ط1
80. محمد نوبي(2006) ، منظومة الحكومة الإلكترونية ،المعهد الوطني لإنماء المدن ،القاهرة.
81. محمود السقا (2008)، دراسة في علم المنطق القانوني، دار النهضة العربية، القاهرة
82. محمود، منال طلعت ، (2002) ، مدخل الى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث

83. مدحت رمضان، الحماية الجبائية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة، القاهرة 2001
84. مغراوي شلبي (2008) ،البنك المحمول والنقود الإلكترونية
www.islamonline.net
85. منا محمد الكردي (2003)، المعلومات الإدارية المفاهيم الأساسية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر .
86. منير الجنيهي(2005)، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية .
87. موسى اللوزي (2000)، التنمية الإدارية ،دار وائل للنشر.
88. ميادة بلعياش (2014) ،مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر ،أبحاث اقتصادية وإدارية ،ط6.
89. النجار، فايز جمعة صالح، (2005)، نظام العلومات، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن.
90. نجم، عبود نجم، (2004) ، الادارة الالكترونية و الوظائف، دار المريخ، المملكة العربية السعودية.
91. نصير، محمد طاهر،(2006) ، التسويق الالكتروني، دار الحامد، الأردن.
92. نهاد شاهين، (2000) ، شبكة الإنترنت ،العربية لعلوم الحاسب ،القاهرة .
93. نهلة أحمد قنديل (2012)، التجارة الإلكترونية، دون دار للنشر، القاهرة.
94. هندي، منير ابراهيم، (2000)، الادارة المالية، مدخل تحليلي معاصر، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية.
95. الهوش، ابوبكر محمد، (2007)، دراسات في نظم وشبكات المعلومات، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية.
96. وليد دياب (2009)، التجارة والاعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية.
97. ياسين، سعد غالب، (2009) ،الادارة الالكترونية و افاق تطبيقها العربية، مكتب الملك فهد الوطنية، الرياض.

الجرائد والمجلات:

1. احمد خضر(2009) ،ماهية الحكومة الإلكترونية ،مجلة العلوم والتكنولوجيا ،عمان
2. بوشول، فائزة و قطاف، ليلي، (2010) ، واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، مجلة الباحث، عدد 5.
3. حدو، رضا، (2006) ، اثر تكنولوجيايات الحديثة للإعلام و الاتصال على المهنة المحاسبية ، مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، العدد 14
4. حشمت قاسم(2000)، الإنترنت ومستقبل خدمات المعلومات العدد 1 .
5. خالد الزعبي (2000)، الاعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، مجلة الحاسوب
6. الدركلي شذى (2006)،الإنترنت ثورة المعلومات والثقافة والتعليم ، آفاق الثقافة والتراث ،العدد 66
7. رابح عرابية (2012)، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي ،مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية ،ط8
8. ربحي مصطفى عليان ومنال القيمي (2013) ،استخدام شبكة الإنترنت ،عدد4 ،النشرة العالمية لليونيسف.
9. زحلان أنطوان '2004)، نقل الحسابات الى الألفية الجديدة ،مجلة المستقبل العربي ،مركز دراسات الوحدة العربية
10. سالمى، جمال، (2009) ، سبل اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة، مجلة العلوم الانسانية العدد08، الجزائر.
11. الصباغ عبد الوهاب (2006)،الإنترنت وآفاق النشر في العالم العربي ،العدد 34
12. الصرن، رعد حسن، (2005) ، اهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية- دراسة نظرية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة بسكرة العدد 8،
13. عوجان عرفات (2000)، الحكومة الإلكترونية ،شروط النجاح ،مجلة الحاسوب
14. الكري، الطاهر، (2005) ، تكلفة الاستثمار في أنظمة المعلومات و علاقتها باداء المنظمات، مجلة الجندول، العدد 24 الزعبي، حسن، (2005) ، أثر استعمال تكنولوجيا المعلومات على اداء العمل، البصائر، العدد1

15. كمال رزيق (2009) ،توجه الأقطار العربية نحو اقتصاد المعرفة ،مجلة البحوث العربية ،ط 48
16. كهينة رشام (2010) ،بطاقة الإئتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر ،مجلة الاقتصاد الجديد،ط1
17. محمد الرميحي (2005)، الاقتصاد الرقمي في دول مجلس التعاون الخليجي ،جريدة العرب الدولية العدد2
18. محمود صدام جبر (2002)،الموجة الإلكترونية القادمة ،مجلة الإداري
19. مزهودة، عبد الملوك ، (2001) ، مفهوم الاداء بين الكفاءة والفعالية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة العدد1
20. نائل العوالمه (2002)، الحكومة الإلكترونية ومستقبل الإدارة العامة ،مجلة الدراسات عمان،
21. هشام بن عبد الله عباس، (2001)، عصر الإنترنت وتحديات ومواجهات مجلة العربية ،ط3،
22. هيم الفلكاوي (2002)، الحكومة الإلكترونية، مجلة الحرس الوطني الكويتي

مذكرات التخرج والرسائل:

1. جمعي بن عليا (2004) ، حبيش علي ،التجارة الإلكترونية والتهرب الضريبي ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه ،جامعة بليدة
2. رحيم حسن(2014) ، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مداخلة مقدمة الى ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف
3. شيروف فضيلة (2010)، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة
4. شينار، محمد، (2003) ، أثر تكنولوجيا المعلومات على اداء البنوك الاردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم الادارية، جامعة اليرموك، الاردن.

5. الظهير، أحلام، (2009) ، قياس اثر تطبيق تكنولوجيا المعلومات بطاقة الاداء المتوازن على النظام قياس الاداء المالي: دراسة تجريبية على البنوك الاردنية، رسالة ماجستير غي منشورة، كلية الاقتصاد و العلوم الادارية، جامعة اليرموك، الاردن.
6. العلمي، حسين، (2013) ، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة، ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة سطييف
7. علوطي، لمين، (2005)، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و تأثيرها على تحسين الاداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

قائمة المراجع الأجنبية:

1. Achimugu, Philip and Oluwaranti, Adenriran, **Adoption of information technology in developing countries**, Journal of information technology impact, London, Vol.9,
2. Baghri , MM, (2012), **Relationship among Information Technology Investment , Firm Performance , Innovation and Firm Growth Case Study : Largest Iranian Manufacturers** , International Journal of Fundamental Psychology & Social Sciences, N°.3 ,
3. Bashir, Abdel Hameed, **Risk and profitability measurement in Islamic Bank : The case of two sudanes banks**, Islamic Economics studies, Vol 6, N°2 ,
4. Ben Romdhane, Syrine, (2005), **Impact de la technologie sur les activités bancaires Tunisiennes**, Revue du financier Vol.6, N°2,
5. Blaton, Ellis, **Organizing information technology in today's Retail Banking Environement** , Journal of Retail banking Vo.10, N°4,
6. Brilman, Jean, (2000), **les meilleurs pratiques du management au cœur des entreprises**, Edition d'organisation, 3^{ed}Paris,
7. DELTOUR François , LETHIAIS virginie ; (2014) ; **L'innovation en PME et son accompagnement par les TIC quels effets sur la performance ? 2014** , vol 19, n°4 ; system d'information et management
8. Gnansounou, Sosthème ulrich , (2016), **Utilisation des technologies de l'information et de la communication dans les entreprises Sénégalaises : niveau d'adoption et effets sur la performance** , Journal of management and Business Research, Vol.10, N°5.
9. Guilherm, L.Lunardi, **The impact of information technology investments on banking Industry Performance and evidence from a gross-country analysis for Brazil, USA, Argentina and Uruguay** (Available online at: www.Sciencedirect.com)
10. Indijikian, Rounen and Siegel, Donald, (2005), **the impact of investment on information technology on economic performance for developing countries**, development word, Vol.33. N°5,
11. Jong- Il King, **Information technolog and firm performance in Korea**, vo13; n°5, Growth and productivity in East Asia.
12. Karakish, Jihed and Dahmash, Naim , **the role of information technology in enchanting the efficiency of Internal control systems at the Jordanian manufacturing companies**, Information system research vol.2, N°1, pp67-111.
13. Karaoui ,Chedia,(2012), **Alignement des Technologies de l'information Determinant de la performance (cas des entreprises Tunisiennes)**, Global journal of Management and Business research ,Vol.12, N°.1
14. Kosmidou , Kyriaki, (2008), **Measurement of bank performance in greece**, South Eastern Europe Journal of economy, (available online www.sciencedirect.com) .

15. Lai, Fujin and Xiande, (2007), **The impact of information technology on competitive of logistics firm in China**, Industrial management and data system, Vol.106,
16. Landon, Kenneth and Landon, Jane, **management information systems, organization and technology**, 4^{ed} Prentice Hall, USA.
17. Lubbe Sam, **Information Technology Investment in developing countries : An Assessment and practical Guidelive** , Idea Group Publishing , London .
18. Lubbe, Sam, (1994),**The effect of investing Ressources in Information Technology on the performance of an organization**, Journal of Information Technology impact , Vol.8 , N°4 ,
19. Mashhout, Ahmed and Zaatresh, Zakaria , (2010),**The Framework for Evaluating the Effectiveness of Information system at Jordan an Banks : Emperical study** , Journal of Internal Banking and commerce , Vol.13 , N°.1 ,
20. Mc Lean , Turbaw, (2006), **Information Technology for Management** , John Wiley & Sons .INC , USA , 2nd ed , USA .
21. M.S BOUDJEBOUR ; **Les projets NT IC: sont ce de performance de l'entreprise** ; vo 12, n°01, 2002, Division system d'information.
22. Moez BELL AJ, (2010), **Technologies de l'information et performance organisationnelle : différente approche de l'évaluation**, HAL, vol.8, N°4.
23. Rivard, Suzanne, (2006), **Nouvelle économie , Nouvelle organisation et Technologie de l'information** , Paris,
24. Shauket, Mohamad and Zafarullah, Mohamed , (2009), **Impact of information technology on organizational performance** **European Journal of Economies**, Financier and Administrative science (Available on line at www.Eurojournals.com)
25. Sherif , Kamel , (2008), **The use of information technology to transform the banking sector in developing nations**, Information Technology for development, Vol.11 N°4,
26. Shim, Namchul, (2004), **The Impact of information thechnology on the performance of divers field firms**, the impact of information technology, Vol.08, N°07.
27. Tippins, Michael and Rovipreat ,Sohi, (2003), **The competence and firm performance : is organisationel learning a missing link**, strategic management journal, Vol.24, N°8,
28. Toufaily, Elissat , (2009), **Adoption de la banque Electronique et son impact sur la performance Organisationnelle : Cas du secteur du marché du Liban**, Dissertation presented in partial fulfillment or requivement for degree doctor in management, canada,
29. Weil, Peter, **The relation between investment in inforation technology and firm performance : A study of valves manufacturing sector**, information system research, vol.3, N°4,.

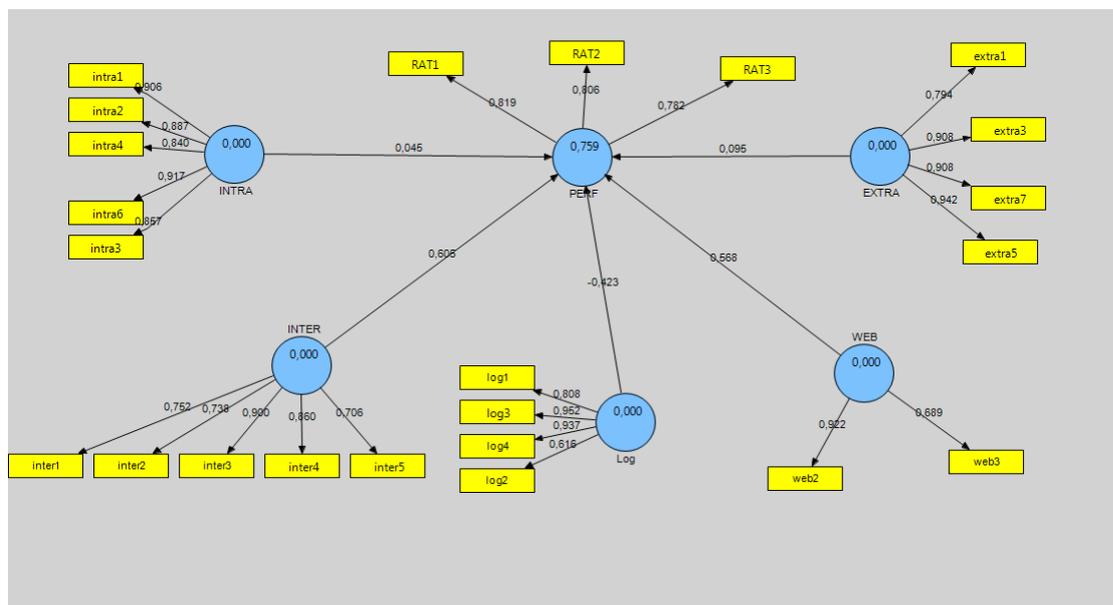
30. Zehit, Cemal and Muceldili, Busra and Celep, Ali, (2010), **The impact of information technology investment on firm performance in national and multinational companies**, Journal of Global strategic management, Vol.10, N°7

قائمة الملاحق

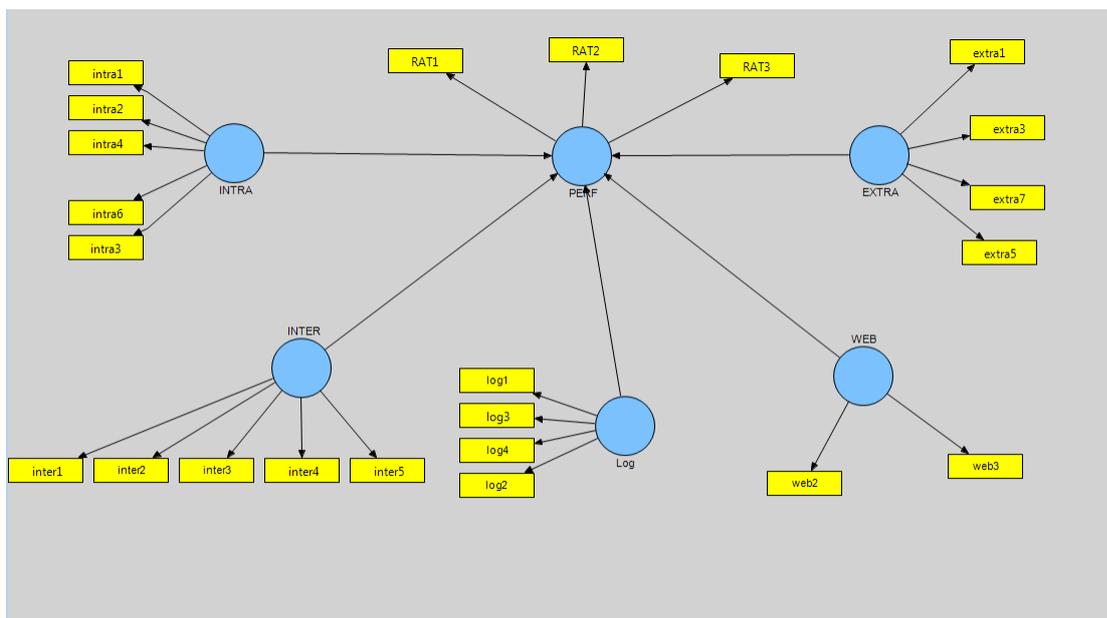
ملحق رقم: 01

Construit	Fiabilité de construits	Variance moyenne	Corrélation							
			CR	AVE	1	2	3	4	5	6
1 EXTRA	0,8913	0,6733	,8205	0,9006						
2 INTER	0,8744	0,7777		,8819						
3 INTRA	0,9378	0,7512			,8667					
4 Log	1,0000	1,0000	-	-	-0,6861	1				
5 PERF	0,7117	0,7029			0,4029	-	,8384			
6 WEB	0,7844	0,6478	-		-0,0796		-	,8049		

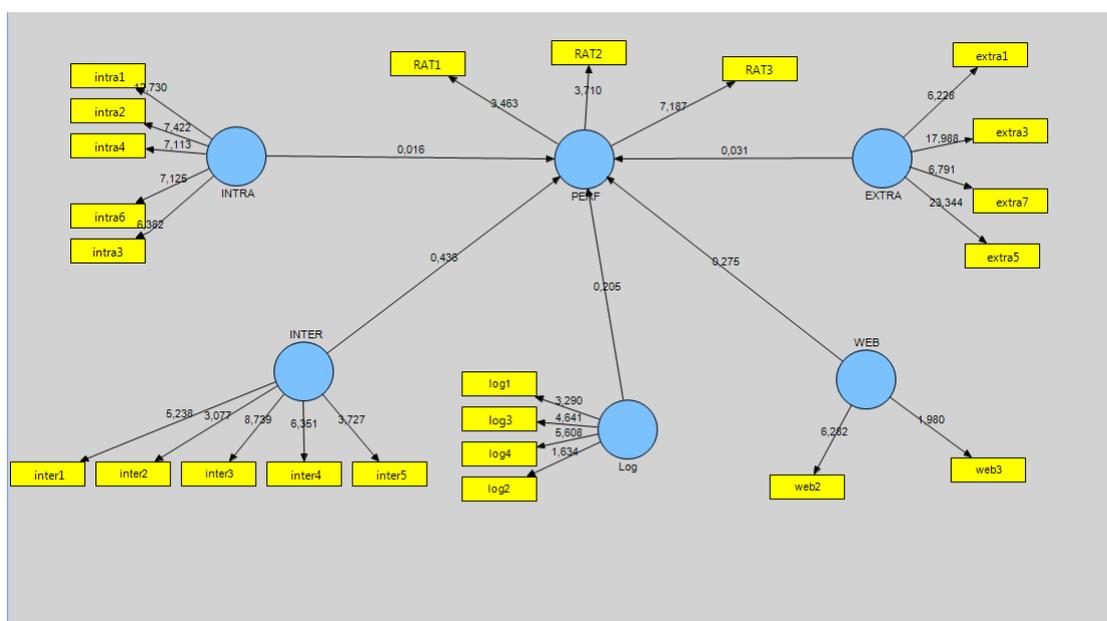
Tableau : Résultats pour étude de Fiabilité et Validité



ملحق رقم: 04



ملحق رقم: 05



ملحق رقم: 06

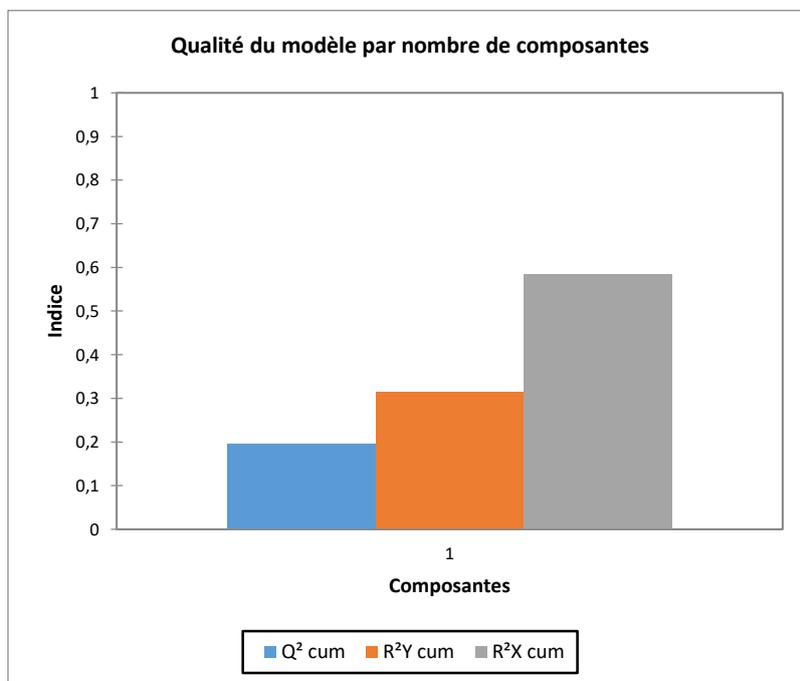
Statistiques de multicollinéarité :

Statistique	Extranet	Internet	Intranet	Logiciel	Web
Tolérance	0,1848	0,5413	0,1589	0,4822	0,9260
VIF	5,4118	1,8474	6,2950	2,0740	1,0799

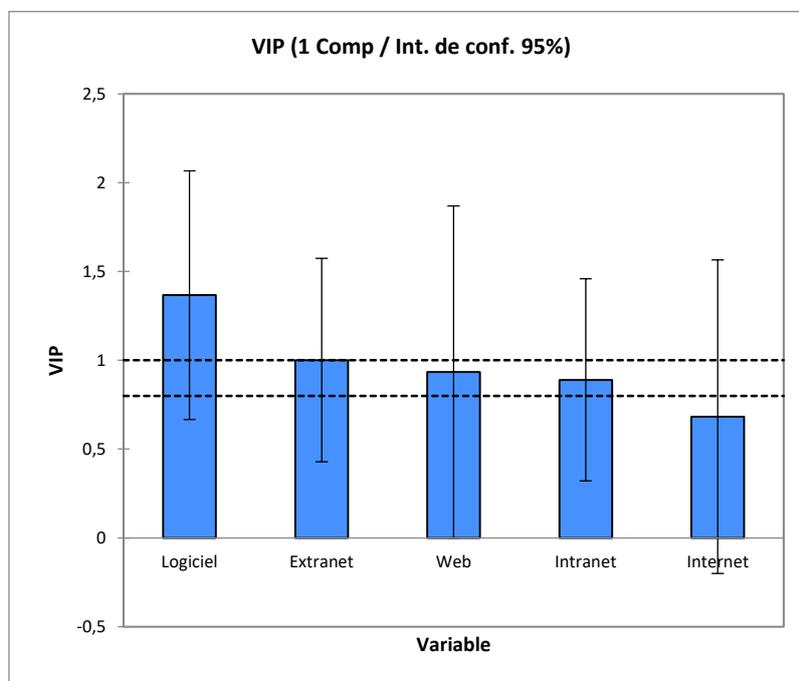
la variable dépendante est : Performance

Qualité du modèle :

Indice	Comp1
Q ² cum	0,1954
R ² Y cum	0,3135
R ² X cum	0,5830



Variable	VIP	Ecart-type	Borne	
			inférieure(95%)	supérieure(95%)
Logiciel	1,3667	0,3575	0,6660	2,0674
Extranet	1,0009	0,2921	0,4283	1,5735
Web	0,9347	0,4771	-0,0003	1,8697
Intranet	0,8900	0,2905	0,3206	1,4593
Internet	0,6817	0,4504	-0,2011	1,5645



Equation du modèle :

$$\text{Performance} = 9,44168\text{E-}6 + 0,15316 * \text{Extranet} + 0,10431 * \text{Internet} + 0,13619 * \text{Intranet} + 0,20913 * \text{Logiciel} - 0,14303 * \text{Web}$$

Coefficients d'ajustement (Variable Performance) :

Observations	20,0000
Somme des poids	20,0000
DDL	18,0000
R ²	0,3135
Ecart-type	0,8734
MCE	0,6865
RMCE	0,8285

Coefficients normalisés (Variable Performance) :

Variable	Coefficient	Ecart-type	Borne inférieure (95%)	Borne supérieure (95%)
Extranet	0,1532	0,0574	0,0407	0,2656
Internet	0,1043	0,0822	-0,0568	0,2654
Intranet	0,1362	0,0609	0,0169	0,2555
Logiciel	0,2091	0,0624	0,0868	0,3314
Web	-0,1430	0,0785	-0,2969	0,0108

