

عنوان المداخلة: تأثير استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسيير نظام المعلومات لدى المؤسسات الاقتصادية  
دراسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لتحسين الأداء

الاستاذ: عسلي نورالدين

استاذ بجامعة محمد بوضياف - المسيلة -

[asslinour1@gmail.com](mailto:asslinour1@gmail.com)

### Abstract

The aim of this study is to explain the applications of information and communication technology in its various components, and their impact on the organizational performance and marketing of companies. Through the introduction of several key entrances to determine the efficiency and effectiveness of the performance of companies in the evolution of the use of the Internet and the expansion of electronic business, and the growing number of users.

Social networking is one of the tools that has become increasingly important in the economic field, and companies have to compete by exploiting it as necessary and necessary.

**Key words:** information and communication technology, corporate, social networking.

### ملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على موضوع مهم و هو تطبيقات تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمختلف مكوناته على الأداء التنظيمي و التسويقي للمؤسسات الاقتصادية وذلك من خلال طرح عدة مداخل أساسية تحدد مدى كفاءة و فعالية أداء المؤسسات الاقتصادية في ظل تطور استعمال الانترنت وتوسع الأعمال الالكترونية، وتزايد عدد مستعمليها.

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي من الأدوات التي أصبحت تفرض نفسها في الميدان الاقتصادي ، مما يتوجب على المؤسسات تحقيق المنافسة باستغلالها وفق ما تقتضيه الضرورة والحاجة.

**الكلمات المفتاحية:** تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، المؤسسات الاقتصادية ، شبكات التواصل الاجتماعي.

### مقدمة

يشهد العالم اليوم تطوراً كبيراً في استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وهذا الوضع لا يترك المؤسسات الاقتصادية في منى عن مواكبة هذا التطور خاصة مع تزايد تاثر الافراد والمجتمع بهذه التكنولوجيا ، حيث بلغ عدد مستعملي الانترنت حول العالم 2.5 مليار والعدد في ازدياد ، ويبلغ عدد مستعملي شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من مليار مستخدم نشط شهرياً. لذلك فان استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في المؤسسات الاقتصادية يعد امرأ ضروريا وذو أهمية كبيرة لتحقيق الاستمرارية و الريادة في تحقيق أهدافها المسطرة، إن هذه الأهمية ترجع بالأساس إلى التغيير الذي تحدثه هذه التكنولوجيات على أحد أهم العناصر في سيورة إدارة المنشأة و نعني به المعلومات حيث أن للتغيرات المرتبطة بالمعلومات أثراً خارجياً تتجسد في علاقات إدارة المنشأة بمختلف الأسواق (الموردين ، الزبائن ، الشركاء ...). كما أن لها أثراً داخلياً من حيث العلاقات بين مختلف المصالح و الأقسام و الأعضاء المنتمين للمؤسسة.

### إشكالية الدراسة :

مما سبق يمكن إن نقدم الإشكالية الرئيسية للدراسة و هي:

- ما هو دور استخدام تكنولوجيا المعلومات للمساهمة في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية من خلال استغلال شبكات التواصل الاجتماعي ؟

و التي تتفرع بدورها إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هي المفاهيم الأساسية لتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة الاقتصادية ؟
- 2- ما هي تأثيرات تطبيق تكنولوجيا المعلومات على الأداء التنظيمي والتسويقي للمؤسسة الاقتصادية؟
- 3- كيف تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية أعمال المؤسسة الاقتصادية ؟

للإجابة عن هذه التساؤلات قمنا بتقسيم بحثنا إلى مبحثين التاليين:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات

### 1-1 مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

ترتبط تكنولوجيا المعلومات بظهور جهاز الإعلام الآلي ( الحاسوب) و منذ النصف الثاني من القرن 20 ، والذي احدث ثورة كبيرة في عالم المعرفة حيث أن مميزات هذا العصر توسع الإنسان في استعمال الآلة و زيادة سرعة تغير العالم في مختلف المجالات العلمية والاجتماعية و الاقتصادية، و مما زاد الأمر أهمية كبيرة هو ظهور الانترنت و التي جعلت العالم قرية صغيرة يستطيع كل المتعاملين معه نقل المعلومات و المعرفة بدون أي مشقة و بأقل تكلفة ، لذلك فان مصطلح تكنولوجيا المعلومات ظهر لتحديد هذا النسق الجديد في تلخيص ما يعيشه العالم في ثورة المعلومات و الاتصالات.

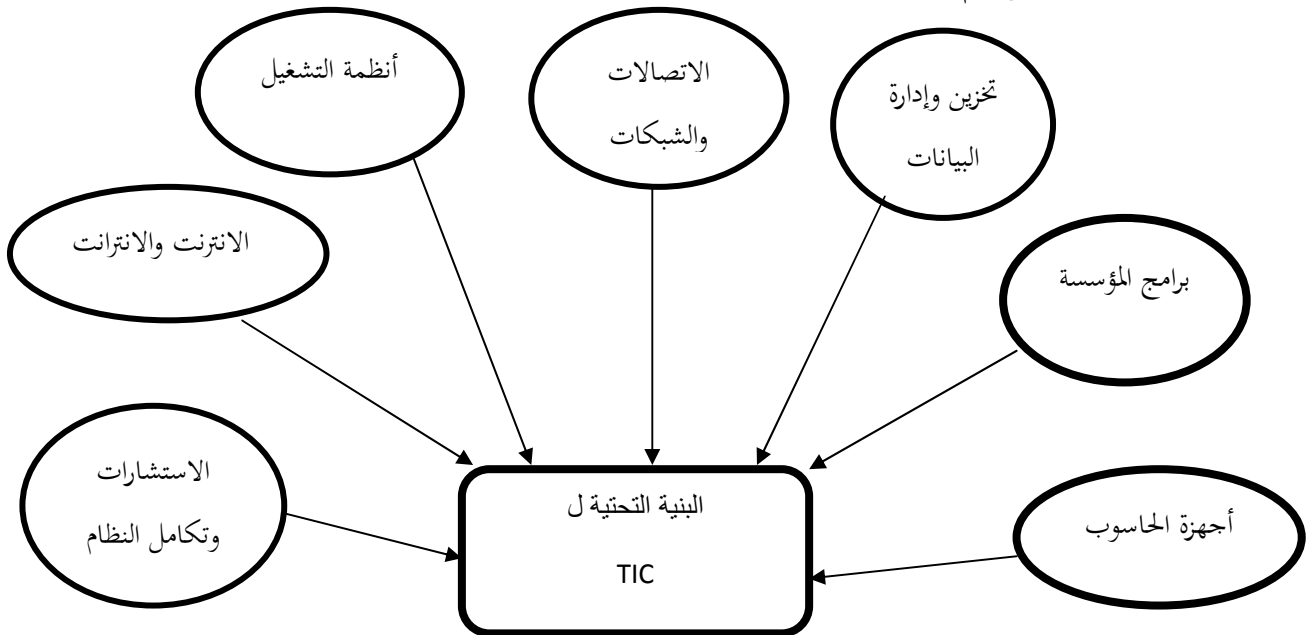
لقد حاول العلماء منذ البداية إعطاء تعريف شامل لتكنولوجيا المعلومات لكن وردت عدة تعاريف بحسب اختصاصات أصحابها وبحسب توجهاتهم و سوف نورد بعضها على سبيل المثال لا على سبيل الحصر:

- تعريف روفل و اخرون (Rofle , et autre): تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات هي تكنولوجيا المبنية على الالكترونيات والتي تستخدم في جمع و تخزين و معالجة ووضع هذه المعلومات في حزم متكاملة و من ثم الوصول إلى المعرفة.
- تعريف باترسون (Patterson): تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات يقصد بها تطبيق النظم التكنولوجية الحديثة في معالجة المعلومات ، و إرسالها، و تخزينها، و استرجاعها بسرعة و دقة و كفاءة ، و من أهم هذه النظم : تكنولوجيا توصيل البيانات ، تكنولوجيا الاتصالات عن بعد، تكنولوجيا الحاسبات الآلية و البرامج الجاهزة(01).

### 1-2 مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال

تتكون البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال من سبعة مكونات أساسية لا يمكن الغنى عنها و يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال



المصدر: كاوجة البشير ، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012\2013 ص 54.  
من الشكل السابق يتبين أن(02):

- أجهزة الإعلام الآلي (computer): وتشمل جميع أنواع الحواسيب الصغيرة و الكبيرة الثابتة والمتنقلة
- أنظمة التشغيل (operating systems): وهي الأنظمة المستعملة في تسيير أجهزة الحواسيب كالويندوز ولينكس وغيرها والتي اعتمد عليها كنظام وسيط يترجم أوامر المستخدم و يجسدها في شكل تطبيقات وبرامج.
- تطبيقات برامج المؤسسة (enterprise software application) : وتشمل جميع البرامج التطبيقية المستخدمة في المؤسسة كتطبيقات أو راكلا لقواعد البيانات و تطبيقات مايكروسوفت و غيرها.
- التخزين و إدارة البيانات (data management and storage): و تتضمن البرامج المستخدمة في إدارة قواعد البيانات و شبكات التخزين.
- الاتصالات و الشبكات (telecommunication and network): و تشمل كل الشبكات و الاتصالات من حيث الأجهزة المادية و البرمجيات التي تقوم بتوصيل أجهزة الكمبيوتر ببعضها البعض .
- الانترنت و الانترانت (internet and intranet): و يشمل كل المعدات المادية و البرمجية و الإدارية لدعم مواقع الويب للانترنت و الانترانت.
- الاستشارات و تكامل الأنظمة (consulting and system integration): و يتضمن كل الاستشارات المتعلقة بالتغيير و التطوير في العمليات و الإجراءات و التدريب و التعليم و تكامل البرمجيات.

### 1-3 أسباب التوجه نحو تبني تكنولوجيا المعلومات و الاتصال

هناك العديد الاعتبارات التي يمكن أن تمثل أسباب و دوافع تؤخذ بعين الاعتبار عندما ننظر إلى التأثيرات المتزايدة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات نذكر منها(03):

- 1- ظهور و تطور اقتصاد المعرفة: و يتمثل بظهور اقتصاديات أساسها المعلومات و المعرفة ، و تسارع موجات تولدها و تراكمها بحيث تعجز كل القدرات الإنسانية على ضبطها و الإلمام بها. و يعبر عن ثورة المعلومات و انفجار المعرفة النمو المستمر ي تكنولوجيا المعلومات و شبكات الاتصالات و تحولها المتزايد إلى الرقمنة ، التصغير ، السرعة، المرونة، و بعبارة أخرى فان المعرفة أصبحت أصول إستراتيجية أساسية منتجة.
- 2- تطور شبكة الانترنت المتلاحقة و تفاعلاتها التكنولوجية: لقد أدت الانترنت إلى خلق نوع من الانجاز الهائل في اهتمام الناس وأصحاب الأعمال ليس له نظير في مسار العلم و التكنولوجيا هذا الانفجار في استخدام شبكة الانترنت أدى إلى ظهور نماذج جديدة للأعمال لم تكن معروفة من قبل مثل نماذج أعمال الشركات مثل Google و Yahoo...
- 3- تعقد و تسارع التغيير في بيئة الأعمال: أصبح جليا أن التغيير في البنية التكنولوجية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية والسياسية للعالم هذا ما أدى إلى مزيد من التعقيد في كل المجالات، و نتيجة مما سبق يجب على منظمات الأعمال أن تقوم بأداء الأنشطة التي تهدف إلى تحسين و حماية عملياتها في البيئة غير المستقرة و المعقدة و هذه الأنشطة قد تشمل المسح البيئي الجيد، و تحسين عملية التنبؤ ، إعادة هندسة الإدارة ، بناء التحالفات الإستراتيجية مع المنظمات الأخرى .
- 4- المنافسة الشديدة و الاقتصاد العالمي(العولمي):تزداد اقتصاديات العالم اندمجا فيما بينها و تسرع دائرة الاعتماد المتبادل في أنشطة الأعمال الدولية و التجارة الدولية و تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ، لذلك أصبحت المنافسة العالمية تشكل ضغوطات كبيرة على كافة منظمات الأعمال الخاصة و العمومية ، و هذه المنافسة تكون قوية عندما تتدخل الحكومات و لا

ترتكز فقط على الأسعار بل تركز أيضا على الجودة و مستوى الخدمة ، سرعة التسليم ، و هنا تلعب تكنولوجيا المعلومات دورا مهما وحيويا في مساعدة منظمات الأعمال في الحصول على مزايا العولمة و تجنب سلبياتها.

5- التحولات في مشاريع الأعمال: أسهمت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في إمكانية القيام بالأعمال عبر حدود الشركة بنفس الكفاءة تقريبا في قيامها بالأعمال داخل الشركة و لم تعد تقتصر على الحدود التقليدية المتعارف عليها.

6- المسؤولية الاجتماعية ، أصبحت منظمات الأعمال اليوم تعي أهمية التفاعل بينها و بين المجتمع و تسعى إلى المساهمة في القيام بالخدمات الاجتماعية كالرقابة البيئية، الصحة و السلامة المهنية ، تكافؤ الفرص ، المزايا الاجتماعية للعاملين، مراعاة حقوق المستهلكين .

7- توقعات المستهلكين: أصبح المستهلك من الخدمة اليوم أكثر دراية و معرفة بالمتاح من السلع و الخدمات و جودتها مما يسمح له بطلب أفضلها.

#### 1-4 مزايا استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال:

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال مكن من تحسين جوانب كثيرة في حياة الأفراد و المنظمات حيث فتحت آفاق جديدة في الحياة الاجتماعية و الاقتصادية و غيرها و في مختلف مجالات الأعمال و يمكن أن نذكر أهم المزايا في ما يلي(04):

1- الحصول على مزايا تنافسية حيث أن المنظمات التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تحصل هذا على ميزة تنافسية من خلال تصميم برامج و تطبيقات مبتكرة تسمح بالمنافسة بصورة أكثر فعالية.

2- تخفيض التكاليف: و تعتبر من أهم مزايا استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال التي تحصل عليها المنظمات خصوصا أن تكنولوجيا المعلومات تعمل على إيجاد أسهل و ابسط الطرق لإتمام الأعمال.

3- تحسين الجودة: أن احد أهم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال هو تحسين جودة المخرجات و التصميم بمساعدة الحاسوب و شبكة الاتصالات ، كما يمكن تحسين الجودة فيما يعرف بالتبادل الالكتروني للبيانات و استغلال المعلومات الواردة من التغذية العكسية .

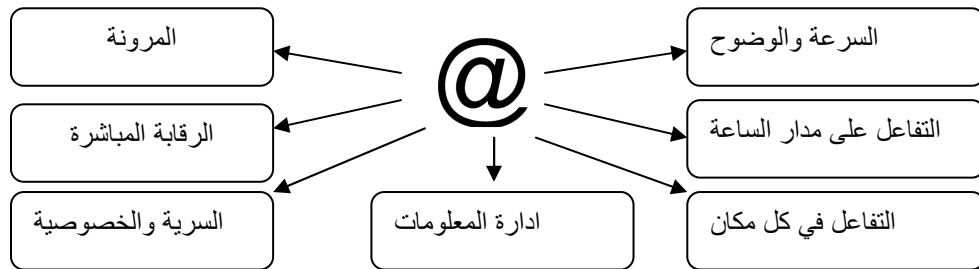
4- تحسين الإنتاجية و كفاءة العمليات التشغيلية.

5- زيادة القدر على الإبداع و الابتكار.

6- توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب.

8- ربح الوقت و تحسين صياغة و تنفيذ إستراتيجية المنظمة.

#### شكل رقم (02) خصائص الإدارة الالكترونية



المصدر: الحسن حسين ، الإدارة الالكترونية بين النظرية و التطبيق، ورقة عمل في المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية، الرياض،

2009.

إن التحول إلى الإدارة الالكترونية لأنشطة الأعمال يتم خلال إيجاد قاعدة تقنية معلوماتية لنقل أنشطة الأعمال التقليدية إلى أعمال الكترونية ، هذه العملية تتقدم باستمرار حتى تشمل جميع الأنشطة الموجهة للزبائن والعاملين و الموردین(05) .

الأعمال الالكترونية = التجارة الالكترونية + ادارة علاقات الزبون + ادارة سلسلة التوريد + تخطيط موارد المشروع.

### 1-5 مجالات استخدام الانترنت في المؤسسات الاقتصادية

لقد أجرى walter Abell (06) دراسة تطبيقية شملت 114 مؤسسة صغيرة و متوسطة في نيوزلندا تهدف إلى تحديد مستوى استخدام الانترنت وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج الموضحة في الجدول أدناه

الجدول رقم (01) مجالات استخدام الانترنت في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

النسبة %	مجال الاستخدام
90	إجراء الاتصالات الداخلية والخارجية
66	جمع المعلومات عن الموردين
52	تقديم المعلومات للزبائن
52	البحث والتطوير وتبادل البرامج المعلومات
41	إجراء بحوث التسويق والمنتجات
35	إرسال الطلبات إلى الموردين
29	استقبال طلبات الزبائن

المصدر ,Business use of the internet in New Zealand : an exploratory study, **Abell walter**  
[https://www.researchgate.net/publication/27814932\\_Business\\_use\\_of\\_the\\_internet\\_in\\_New\\_Zealand\\_an\\_exploratory\\_study](https://www.researchgate.net/publication/27814932_Business_use_of_the_internet_in_New_Zealand_an_exploratory_study).12/09/2017.

### 1-6-6 التأثيرات الأساسية لتكنولوجيات المعلومات و الاتصال على الأداء

وردت في العديد من الدراسات التأثيرات لتكنولوجيات المعلومات على الأداء من عدة نواحي ولكن أهمها (07):

1-6-1 - الأداء الاقتصادي:

لقد بينت بعض الدراسات الميدانية أن هنالك تأثيراً إيجابياً لتكنولوجيات المعلومات والاتصالات على الناحية الاقتصادية من خلال إسهامها في زيادة إنتاجية العاملين ، و التحكم في التكاليف و وقت إنجاز المهام و ذلك بالاستناد إلى مقارنة الإنتاجية المتعددة العوامل (PMF :Productivité multi-Facteurs) من أو الإنتاجية الكلية لعوامل الإنتاج (PTF : Productivité Totale des Facteurs)

### 1-6-2-2 الأداء التنظيمي :

إن الآثار المرتبة على تعميم الاتصالات الإلكترونية ، وتوسّع انتشار الإنترنت (Intranets) ، وتعدّد البرامج المعلوماتية المتعلقة بالإدارة (التسيير) المنسجمة على التنسيق ، من جهة ، وتدفق المعلومات من جهة أخرى ، مهمّة للغاية ؛ حيث بيّنت بعض الدراسات أن هنالك تحسناً كبيراً في المعلومات من خلال استخدامات الإنترنت (Intranet) ، والعمل التعاوني (Groupware) ، و تدفق العمل (Workflow) . وهذا ما أكدته العديد من الدراسات.

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يتطلب القيام بالأعمال بطريقة ديناميكية ومن خلال مراكز قرار متعددة لا تتلاءم مع خصائص التنظيم التقليدي القائم على الهيكل التنظيمي والمركزية في اتخاذ القرار الهرمية والرسمية وغيرها ويمكن تلخيص تأثير الانترنت على وظيفة التنظيم .

### الجدول رقم (02) تأثير استخدام الانترنت ذات العلاقة على وظيفة التنظيم

المكونات	من	إلى
الهيكل التنظيمي	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ التنظيم العمودي</li> <li>▪ الهيكل القائم على الوحدات الثابتة</li> <li>▪ التنظيم أعلى أسفل</li> <li>▪ هيكل تنظيمي محدد</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ التنظيم المصفوفي او المشروع</li> <li>▪ الهياكل القائمة على الفرق الوحدات المصغرة.</li> <li>▪ مخطط افقي.</li> <li>▪ عدم وجود هيكل تنظيمي محدد.</li> </ul>
التقسيم الاداري	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ على اساس الاقسام والوحدات</li> <li>▪ اتباع اسلوب تقليدي</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ على اساس الفرق.</li> <li>▪ التنظيم الخلوي القائم على التحالفات داخلية والخارجية.</li> </ul>
سلسلة الاوامر	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ سلسلة الاوامر الخطية</li> <li>▪ الرئيس المباشر</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ السلطة استشارية.</li> <li>▪ الفرق مستقلة ومدارة ذاتيا.</li> </ul>
الرسمية	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ لوائح تفصيلية</li> <li>▪ القواعد والاجراءات المحددة</li> <li>▪ جداول العمل القياسية والمجدولة مسبقا</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ السياسات المرنة.</li> <li>▪ الفريق مدار ذاتيا.</li> <li>▪ جدول العمل مرن.</li> </ul>
المركزية واللامركزية	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ المركزية: السلطة في القمة.</li> <li>▪ اللامركزية السلطة موزعة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ تعدد مراكز السلطة.</li> <li>▪ الوحدات مستقلة مدارة ذاتيا.</li> </ul>
المعيارية	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ تقسيم عمل كثيف.</li> <li>▪ قواعد واجراءات أداء محددة.</li> <li>▪ سلوكيات موحدة في أداء المهام.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ التنوع في المهام.</li> <li>▪ توسيع العمل واثرائه.</li> <li>▪ التمكين الاداري.</li> </ul>

المصدر نجم عبود، الإدارة والمعرفة الالكترونية، دار اليازوري، عمان، الاردن، 2009 ص 311.

لقد أتاحت هذه التكنولوجيات إعادة صياغة أداء العملية التسييرية في المنظمات ، حيث وقّرت إمكانيات جديدة لمساعدة المديرين على التخطيط و التنظيم و القيادة و الرقابة ، و سهّلت من الحصول على المعلومات المتعلقة بالأداء التنظيمي في أي مستوى إداري و في أي لحظة. حيث تستخدم حاليا الكثير من المنظمات نظام تخطيط موارد المشروع (ERP: Enterprise Resource Planning) ، و الذي يعتبر أحد الأنظمة التي تحقق الاندماج والتكامل بين جميع الأنشطة اللازمة لممارسة الأعمال من تخطيط ، و تمويل ، و تصنيع ، و بيع ، و من ثم يمكن تحقيق درجة أعلى من التنسيق بين هذه الأنشطة من خلال المشاركة في المعلومات باستخدام شبكات الربط المعلوماتية(08).

إضافة إلى ذلك فقد تم بفضل هذه التكنولوجيات تقليص حجم عدد كبير من المنظمات من خلال ما يعرف ب تخفيض عدد المستويات التنظيمية (Downsizing) حيث يتم تخفيض عدد العاملين فيها و عدد المستويات الإدارية التي يشتمل عليها هيكلها التنظيمي . وهذه التطبيقات أدّت إلى توسيع نطاق الإشراف و إلى السماح للمديرين في المستويات العليا من الإشراف و الرقابة على عدد

أكثر من العاملين المنتشرين في مواقع جغرافية متباعدة ، لقد استطاعت تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال أن تحقق تقدما ملحوظا و مؤثرا في مجال استبدال إجراءات العمل اليدوية بأخرى إلكترونية ، و تدفقات العمليات اللازمة للعمل إلكترونيا ، و التي نتج عنها تخفيض ملحوظ في تكاليف التشغيل في العديد من المنظمات.

### 1-6-3- الأداء الديناميكي (التفاعل مع التغيرات المحيطة):

إن تكنولوجيايات المعلومات و الاتصال تمكّن من تحسين القدرات التنبؤية (التوقعية) و الاستباقية للمقررين (المديرين) ، لأنها تسمح بتحسين عمل نظام اليقظة ، و تعميم الاستعلام و البحث عن المعلومات عبر شبكة الإنترنت (internet) من طرف الطاقم المسير. أما على الصعيد العملي (التشغيلي) فإن هذه التكنولوجيايات تمكّن من مضاعفة و تحسين قدرات الابتكار، من خلال تنمية و تسريع العمليات الداخلية والعمل وفق المنطق التعاوني .

### 1-6-4-تأثير الانترنت على سلاسل التوريد

حيث توصلت العديد من المؤسسات إلى أن الخطوة الأولى في تلك العملية تتمثل في دعم سلسلة التوريد بالاعتماد على تكنولوجيايات المعلومات و الاتصال . فعملية إدارة سلسلة التوريد (SCM) (Supply Chain Management) تمثل عملية تهيئة للممارسات الداخلية المتعلقة بالحصول على الموارد الخاصة بمكونات العمل علاوة على المعاملات التي تتم مع الموردين و الزبائن من أجل طرح منتجات في الأسواق بصورة أكثر نجاعة و فاعلية . كما أنها تعمل على خفض التكلفة الكلية للعمل من خلال خفض تكلفة الإنتاج مما يكون له بالغ الأثر على المحصلة النهائية ، حيث يفوق الحصول على مصادر دخل جديدة.

### 1-6-5- تأثير الانترنت على ادارة العلاقة مع الزبون CRM

تتضمن إدارة علاقات الزبائن العديد من العمليات التي تهدف إلى خلق تعاون بين الأنشطة الخدمية الخاصة بالمبيعات و التسويق و الزبائن داخل المنشأة بغية جذب الزبائن و المحافظة عليهم . و قد أدى إدماج تكنولوجيايات المعلومات و الاتصال إلى بروز ما يسمى "الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن" (e-CRM) (electronic Customer Relationship Management) التي تعمل على خلق علاقات الفريق بين المبيعات و التسويق و الدعم ، و بين هذا الفريق و الزبائن ، من جهة أخرى . إضافة إلى ذلك فإن (e-CRM) تقرب من الصورة المثالية لخدمة الزبائن من الواقع بدرجة كبيرة إذ يؤكد أغلب مستخدمي الإدارة الإلكترونية لشؤون الزبائن أنهم لم يتوقعوا قيمة التقارير التي يتلقونها ، والتي يمكن استغلالها في شكل رسومات بيانية تمثل أولئك الذين قاموا بالاستجابة لحملات الترويج ، و كيفية قلب حجم الاتصال خلال شهر أو تغطية منطقة من المناطق . فتلك التقارير تشكّل حجر الزاوية في اتخاذ القرارات و بالتالي العمل(09).

المبحث الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على أداء المؤسسة الاقتصادية

### 2-1- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي

هي عبارة عن مواقع الكترونية على الانترنت توفر لمستخدميها والمشاركين بها انشاء صفحات خاصة بهم يشتركون من خلالها مع افراد او منظمات اخرى، فهي تتيح التواصل المرئي والصوتي ونشر رسائل قصيرة وغيرها ، وهي تسمح بانشاء حساب خاص لكل مشترك ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم اهتمامات مشتركة ، ومن أهم شبكات التواصل الاجتماعية فيسبوك face book بلغ عدد مستخدميه 1.79 مليار سنة 2016 و تويتر twitter وقد بلغ عدد مستخدميه 284 مليون سنة 2015 و يوتيوب youtube وبلغ عدد مستخدميه 1 مليار سنة 2016 .

وتتسم شبكات التواصل الاجتماعي بالعديد من المزايا نذكر منها التفاعل والمشاركة بحيث يمكن تبادل الآراء والأفكار و المعلومات وكتابة التعليقات وكذلك توفير البيانات حيث تتيح هذه الشبكات فرصة توفير بيانات خاصة عن المستخدم بالإضافة أعداد البوم الصور وغيرها من خصوصيات المستخدم ،

## 2-2 أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في الأعمال التجارية

إن «المؤسسات المالية والصناعية والشركات بأنواعها المختلفة يمكن أن تستفيد من شبكات التواصل الاجتماعي، لتعريف العالم بمنتجاتها وخدماتها، مع الوصول إلى فئات المجتمع كافة، من حيث مستوى الدخل والعمر وغير ذلك من التصنيفات.» وأضاف أن «بعض مواقع التواصل الاجتماعي مثل (فيس بوك) و(تويتر) تتيح للشركات ترويج منتجاتها على الشريحة المستهدفة من المتعاملين بدقة، بمعنى أن تكون الرسالة الترويجية موجهة للشخص المناسب، الذي يهتم فعلياً بالمنتج.» وأشار إلى أن «الشركات يمكنها كذلك استغلال تلك المواقع لاستطلاع آراء المتعاملين حول منتجاتها وخدماتها، وتلقي مقترحات التطوير والشكاوى، للعمل على تطوير استراتيجياتها»، لافتاً إلى أن «المناطق الحرة المختلفة تستفيد أيضاً من صفحاتها على تلك المواقع من خلال توصيل رسالتها والترويج لنفسها لدى أكبر الشركات والمؤسسات والشخصيات العالمية.» من ناحيته، قال الشريك والمدير الإداري لمجموعة بوسطن للاستشارات، سبن أولاف فاتحي، إن «أهمية وسائل الإعلام الاجتماعية تكمن في أنها تثبت حضورها كقناة تواصل تحقق منافع كبيرة للشركات عموماً، وشركات التأمين خصوصاً»، مضيفاً أن «الشبكات الاجتماعية تعزز التوصيات في الأعمال، كما أن المستهلكين يتجهون للتواصل مع الشركات من خلالها، وعندما يفعلون ذلك فإنهم يظهرون قدراً متنامياً من الارتياح والرغبة في الشراء(10).

## 2-3 أهمية الشبكات الاجتماعية في التسويق الإلكتروني

وأشارت دراسة أجرتها "يونيفيرسال ماكان"، وهي شركة عالمية متخصصة في مجال تقديم الاستشارات الإعلامية والتسويقية، أن حوالي 57% من مستخدمي الشبكات الاجتماعية قاموا بزيارة المواقع الرسمية للعلامات التجارية التي يفضلونها، وأن 26% من إجمالي المستخدمين انضموا إلى إحدى الصفحات الخاصة بالتواصل مع مستخدمين آخرين مهتمين بعلامات تجارية معينة. ومن بين هؤلاء، أشار 73% عن شعورهم بالمزيد من الولاء لتلك الشركات، بينما أفاد 63% منهم أنهم أوصوا معارفهم بالانضمام إلى تلك المجموعات. تعني هذه الاحصاءات أنه أصبح من الضروري أن تقوم شركات التسويق عبر الانترنت بفهم كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية في العالم العربي من أجل مساعدة الشركات على زيادة ولاء العملاء لعلاماتها التجارية. كما يجب على الشركات ذات العلامات التجارية الشهيرة أن تفهم أسباب قيام مستخدمي شبكات الاجتماعية بالانضمام إلى مجموعات معينة. ولا يقتصر الأمر على تحديد أفضل الشبكات الاجتماعية التي يجب استخدامها لجذب العملاء، ولكن يجب أيضاً معرفة الأسباب التي تدفع المستخدمين إلى الانضمام إلى تلك المجموعات. وبعد دراسة هذه الأسباب، يمكن للشركات تنظيم حملات مفضلة حسب الجمهور المستهدف وتوجيه رسائل محددة وإنشاء مجموعات جذابة تشجع العملاء على الانضمام إليها، بحيث تجذب عدداً أكبر من المستهلكين بشكل أكثر فعالية من مجرد شراء المساحات الإعلانية في الشبكات الاجتماعية(11).

## 2-4 المؤسسات الاقتصادية التي تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي



**المؤسسات التي تعتمد الاتصال الداخلي - تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة غير رسمية، حيث يستخدمونها من أجل التواصل والتنسيق داخل المكتب.**



**المؤسسات التي تعتمد الترويج - تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي بشكل رئيسي للإعلانات والتواصل حول المنتجات الجديدة.**



**المؤسسات المتخصصة - تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ضمن بيئة مهنية، حيث تقوم بالإعلان والمراقبة وتتبع المحادثات على وسائل التواصل الاجتماعي كما هو مطلوب بالنسبة للعمل.**

المصدر تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، دبي ، 2015، ص 60.

## 2-5 سلبيات وإيجابيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المؤسسات الاقتصادية

في دراسة قام بها فريق بحث بدولة الامارات العربية المتحدة حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي فقد تم

تحديد ايجابيات وسلبيات هذه المواقع على المؤسسة تتمثل في ما يلي:

السلبيات	الايجابيات	التاثير على المشاريع التجارية و المؤسسات الاقتصادية
خطر تشويه الاسم التجاري للمؤسسات. تشكل وسائل التواصل الاجتماعي تهديد لوسائل الاعلام التقليدية . خطر اختراق حساب المؤسسة. غياب التواصل المباشر بين الموظفين مع انشغالهم بالتواصل مع الاخرين.	تعزيز النمو والتوسع في الاعمال التجارية بشكل اسرع توليد مصدر دخل مباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي. تحسين صورة المؤسسة . منصة للتسويق والاعلانات. البحث عن المواهب. تشجيع الشفافية والتركيز على المتعاملين.	

المصدر تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، دبي ، 2015، ص 06. بتصرف

## 2-6 الدوافع الرئيسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات

ويمكن تلخيص الدوافع الرئيسية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات في ما يلي(12):

- نمو الاعمال التجارية: تحفيز الاعمال و المبيعات وينظر الى وسائل التواصل الاجتماعي على انها تساعد على تسريع وتيرة العمل.
- تحسين صورة المؤسسة حيث اصبحت خدمة المتعاملين اكثر سهولة وسرعة و تفاعلية .
- وسائل التواصل الاجتماعي كاداة للتسويق حيث الاعلانات غير مكلفة مع استهداف المتعاملين المناسبين وسرعة اوصول الرسالة الاعلانية .
- فرص العمل والبحث عن المواهب مع زيادة فرص التوظيف وعروض العمل .
- التركيز اكثر على العملاء.

- تدريب الموظفين وذلك بالسماح لهم بالاطلاع على نظرائهم في المؤسسات المتطورة الاخرى و تبادل المعلومات المفيدة والخبرات.
- تحسين العلاقات داخل المكتب من خلال اتاحة المجال للتواصل الداخلي بين الزملاء لتحقيق مستوى تعلم افضل.
- تحسين العمليات المتعلقة بالخدمة من خلال توفير طريقة جديدة لتوفير الخدمة للمتعاملين .
- تحفيز ريادة الاعمال والابتكار و الابداع.

## 2-7 إدارة شبكات التواصل الاجتماعي

لم يكن الأمر بهذه الصعوبة في السابق فيما يخص إدارة حسابات الشركات أو الأعمال على شبكات التواصل الاجتماعي ، لكن المراقبة اللصيقة من قبل المستخدم أو العميل لهذه الحسابات هي ما اضطر الكثير من المؤسسات والشركات إلى البحث عن فريق عمل متميز يمكنه إضافة محتوى جيد ومساعدة العملاء بصورة محترفة بالإضافة إلى تسويق المنتجات والمساعدة في جلب المزيد من المتابعين لحسابات هذه الشركة أو المؤسسة مما يرفع قيمة هذه الحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي ، ولا بد أن ندرك هنا أن إدارة شبكات التواصل الاجتماعي تختلف من مؤسسة إلى أخرى حيث تختلف إدارة حسابات المؤسسات الصغيرة والمشاريع المنزلية عن الشركات الكبرى من حيث المسؤوليات والمتطلبات لنجاحها في هذا المجال وقد يقتصر الأمر في إدارة حسابات شبكات التواصل للمشاريع المنزلية على إدارة صاحب المشروع بنفسه لهذه الحسابات ، يمكننا القول أن الشركات أو المؤسسات المتوسطة لا تختلف كثيرا عن المشاريع المنزلية من حيث حجم فريق العمل لإدارة حسابات التواصل ولكن أحيانا تحتاج إلى فريق وربما يتكون من شخص واحد متفرغ لهذا العمل باعتبار أن وظيفته تقتصر على إدارة حسابات شبكات التواصل الاجتماعي لهذه المؤسسة أو قد يحتاج الأمر أحيانا من 2 إلى 3 أشخاص حسب نوع العمل و حجمه ، التحدي لهذه الفئة يتمثل في إيجاد مردود ونتائج مرضية لهذه الشركة أو المؤسسة من شبكات التواصل الاجتماعي كزيادة قيمة هذه الحسابات وإرضاء العميل وجذب المزيد من العملاء وهو ما يشكل عائدا ماديا لهذه الشركة(13).

ولكن ينبغي أن يكون لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التأكد من أن المحتوى ذو قيمة وفائدة. كذلك تقع على مسؤولي المواقع الالكترونية مسؤولية دراسة ومراقبة آثار البحث الاجتماعي والبحث عن أفضل الطرق لتعزيز وقع المؤسسة ضمن مواقع مثل غوغل أو بينغ. إذاً لأي فريق عمل يحتاج لمواكبة سرعة التطور والاستفادة من مكتسبات المواقع مثل فايسبوك الذي يمثل مصدراً هاماً للفائدة وكذلك موقع تويتر، ولكن على القائمين على صفحات تلك المواقع الحفاظ على وتيرة الفعالية والقوة قدر الإمكان(14).

## 2-8 واقع المؤسسات الاقتصادية الجزائرية مع شبكات التواصل الاجتماعي

تعرف البيئة الاقتصادية الجزائرية منذ بضع سنوات ثورة رقمية سببها تطور تكنولوجيا الإنترنت، حيث أن تعميم الاتصال بالإنترنت من خلال أكثر من 18 مليون مستخدم جزائري واستعمال شبكات التواصل الاجتماعية بتعداد 16 مليون جزائري نشط في شبكات التواصل الاجتماعي، حوّل الساحة الاجتماعية والاقتصادية للبلد بماكبته هذه التكنولوجيا، وتأتي الجزائر في المرتبة الرابعة من حيث تعداد مستخدمي فيسبوك في إفريقيا ومقدر 16 مليون مستخدم أي بنسبة 43 % منهم 64 % ذكور .

ورغم التطور الحاصل في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال والتكنولوجيا الرقمية، لا تكاد نسبة استغلال المؤسسات الاقتصادية في الجزائر لهذه التكنولوجيا تتعدى 10 في المائة، خاصة أن 94 بالمائة من النسيج المؤسساتي الوطني هو عبارة عن مؤسسات صغيرة متوسطة، هذه الأخيرة التي تفتقر لشبكة رقمية “حقيقية”، لو استغلتهما سترفع من إنتاجيتها بأكثر من 30 في المائة.

إذ تعاني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من قصور في استغلال هذه التقنيات والوسائل الحديثة للتكنولوجيا والتي أدرجتها خارج حساباتها وأهميتها.

وعموما فانه وفي الآونة الأخير اهتمت العديد من المؤسسات الاقتصادية الجزائري بشبكات التواصل الاجتماعي من خلال فتح حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي و إيجاد قنوات اتصال مع المتعاملين والجدول الموالي يوضح بعض أهم المؤسسات وعدد متبعيها على صفحة موقع التواصل فيسبوك. face book.

الجدول رقم (03) إحصائيات حول عدد متبعي لصفحات بعض المؤسسات على الفيسبوك

القطاع السوقي	أهم المؤسسات العاملة به	عدد متبعي صفحات المؤسسة على الفيس بوك
الالكترونيات	<b>LG Algeria</b>	526426
	<b>Condor</b>	772490
	<b>OPPO</b>	315509
المشروبات الغازية	<b>rouiba jus</b>	1474046
	<b>N'GAOUS Conserves</b>	117006
	<b>Hamoud Boualem</b>	43440
الهاتف النقال	<b>Mobilis</b>	2525093
	<b>Djezzy</b>	4038482
	<b>Ooredoo Algérie</b>	4866556
السيارات	<b>Renault Algérie</b>	1125577
	<b>Peugeot</b>	10795552
	<b>Toyota Algérie</b>	20367
	<b>Hyundai Motor Algérie</b>	26691

من اعداد الباحث بالاعتماد على عدة مصادر

الخاتمة

من خلال هذا العرض الموجز لدور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وتأثيرها في أداء المؤسسة الاقتصادية و اسهامات شبكات التواصل الاجتماعية في نمو الاعمال التجارية و الاقتصادية وقد توصلنا إلى انه ادت استخدامات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المتعددة وخاصة منها الانترنت دورا في إعادة تصميم وتشكيل المنظمات ، و تحويل هياكلها التقليدية ، و توسيع نطاق اعمالها و عملياتها ، و تغيير اساليب ادارتها وبناء استراتيجيتها، كما أحدثت هذه التكنولوجيا تغييرات جذرية على ممارساتها ، و على تدفق المعلومات ، و على أساليب تصميم المنتجات و تقديم الخدمات.

كما إن شبكات التواصل الاجتماعي اصبح لها وزن كبير في تعديل اطراف معادلة المنافسة بين المؤسسات الامر الذي يتطلب من المؤسسات الاهتمام بها وولوج عالم التواصل الاجتماعي للحفاظ على بقائها و تطوير امكانياتها التنظيمية و التسويقية وبتعين عليها ايضا ما يلي:

- تسهم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال بمختلف وسائلها في احداث التغيير المطلوب في الأداء التنظيمي والتسويقي للمؤسسة الاقتصادية .
- يجب على المؤسسة تبني فكرة الاتصال والتواصل مع الاطراف الداخلية والخارجية عبر شبكات التواصل الاجتماعي من اجل تحقيق اهدافها الكلية لكفاءة و فعالية و خاصة التسويقية منها.
- أهمية ادراك المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بضرورة اقتحام شبكات التواصل الاجتماعي واستغلالها واعطائها الاولوية الكاملة من خلال تخصيص فريق عمل لتسيير حسابات المؤسسة في مواقع التواصل الاجتماعي.
- إجراء المزيد من الدراسات المسحية و الاستطلاعية توضيح واكتشاف المقاربات التي تمثل المدخل الفاعل للاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة المؤسسة الاقتصادية.

#### قائمة المراجع

- 1- حسين العلمي ، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف1، الجزائر، 2012\2013 ص 26.
- 2- كاوجة البشير ، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012\2013 ص 54.
- 3- بلقيدوم صباح، اثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية ، قسنطينة2، الجزائر، 2006، ص 136.
- 4- نفس المرجع، ص 135.
- 5- الحسن حسين ، الإدارة الالكترونية بين النظرية و التطبيق، ورقة عمل في المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية، الرياض، 2009.

6- **Abell walter** ,Business use of the internet in New Zealand : an exploratory study,

[https://www.researchgate.net/publication/27814932\\_Business\\_use\\_of\\_the\\_internet\\_in\\_New\\_Zealand\\_an\\_exploratory\\_study.12/09/2017](https://www.researchgate.net/publication/27814932_Business_use_of_the_internet_in_New_Zealand_an_exploratory_study.12/09/2017).

7- الهادي بوقلقول بومدين بلكبير الأداء التنظيمي المتميز في ظل تطور تكنولوجيات المعلومات كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة باجي مختار ،عنابة . الجزائر. [www.kantakji.com/media/8905/2.doc](http://www.kantakji.com/media/8905/2.doc) بتاريخ 2017/09/14

8- المرجع نفسه، ص ص 8-10.

9- المرجع نفسه، ص 11.

10- <http://www.emaratalyoum.com/business/local/2011-07-12-1.409206>  
الاطلاع عليه بتاريخ 2017/09/05

11- <http://ar.extradigital.co.uk/articles/social-networks.html>  
الاطلاع عليه بتاريخ 2017/09/05

12- تقرير وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، دبي ، 2015، ص 60.

- 13- <sup>1</sup> <http://ziid.net/business/business-and-social-media/> تم الاطلاع بتاريخ 2017/09/12
- 14- <sup>1</sup> <http://www.ra2ed.com> تم الاطلاع بتاريخ 2017/09/12