

شهد العالم منذ أواخر القرن العشرين تقدماً في مجال التكنولوجيا بصفة عامة حيث تنمو بخطوة سريعة وواسعة، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تشمل على الانترنت، وتكنولوجيا أقمار المواصلات والهواتف النقالة والحواسيب السريعة، بالإضافة إلى تطور استخدام الإعلام الآلي والحاسبات التي غزت كل مجالات النشاط الإنساني، إلى غير ذلك من تقنيات الاتصال المختلفة والتي جعلت العالم بالرغم من اتساع رقعته الجغرافية يعيش وكأنه قرية صغيرة. بما توحى به كلمة القرية من علاقات قرابة وجوار ومحدودية في المكان والزمان، وكما هو الحال في القرية الصغيرة فإن كل ما يحصل في بقعة ينتشر خبره في البقعة المجاورة، وكل ما يحدث في جزء ينتشر أثره في الجزء الآخر، ومن خلال كل هذا تظهر لنا ملامح العولمة بتحدياتها المعروفة والتي تلعب ببراعة على حبلين، حبل التقدم التكنولوجي وتعاضم دور المعلوماتية من جهة، وحبل الفشل الذريع للاشترابية من جهة أخرى.

وسط هذه التحولات شهد العالم تطورات كبيرة في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي فجرت ثورة هائلة في نظم الاتصال والمعلومات، وساهمت بذلك في اندماج وارتباط مختلف الأطراف العالمية في منظومة مالية وإعلامية ومعلوماتية واحدة، ولقد ساعد على هذا الارتباط ظهور الذكاء الاصطناعي، وما رافقه من التطور الكبير في مجال المعلوماتية وفعالية تكنولوجياتها خاصة بالنسبة للدول المتطورة التي استطاعت من خلال هذا التفوق التكنولوجي الدخول في دورة اقتصادية تمنح لها إمكانيات جديدة لتحقيق التراكم الرأسمالي وبالتالي التأثير على أنماط الاستهلاك والاستثمار والإنتاج مما يؤدي إلى تغيير واضح في أساليب وطرق ممارسة الأعمال.

ولقد غيرت التطورات التكنولوجية أسس النمو، وأحدثت انقلاباً حقيقياً في النشاط الاقتصادي وأدخلت البشرية في عصر جديد هو عصر المعلومات والمعرفة، عصر التلاحم بين الحاسبات والعقل البشري، وستؤدي هذه الثورة الرقمية إلى اختفاء الكثير من المصطلحات مثل السلطة والمسؤولية ووحدة التوجيه، فالعالم يتغير باتجاه المعلوماتية والتكنولوجية والتحديث، وستزداد إمكانيات الارتباط بشبكات عالمية وأقمار صناعية وستتجه أبعاد الأداء البشري إلى العقل البشري وسيفرض العلم نفسه ليكون قوة أساسية من قوى الإنتاج.

ومن هذا المنطق أصبح الاستثمار في مجال المعرفة يتجاوز بكثير نظيره في المجال المادي بفعل التركيز المكثف على الجانب اللامادي للموارد المخصصة للاستثمار في مجال البحث والتطوير والتعليم، وكذا في تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبحت تزداد باستمرار، باعتبار أن هذا الاستثمار يساهم في إنتاج ونشر المعارف التي لها دور هام في تحسين الأداء وزيادة الإنتاجية، فتكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحريك النمو الاقتصادي في الدول المتقدمة، فهي وسيلة بقاء وأداء لا يمكن الاستغناء عنها في ظل تحديات اقتصادية

متعددة ومتنوعة، ومتغيرات تكنولوجية سياسية، اجتماعية وثقافية تتابع وتتسارع تلو بعضها البعض منذ نهاية فترة الثمانينات وبداية ظهور ما يعرف بالاقتصاد الجديد الذي يتميز بعالم مفتوح يعتمد القدرة التنافسية كمعيار للتقدم.

وقد جاء الاقتصاد الجديد كمولود للنظام الاقتصادي العالمي الجديد الذي تشكل تحت تأثير عوامل مختلفة نذكر منها سياسة التحرير التجاري وظهور التكتلات الاقتصادية، وحرية حركة رؤوس الأموال وتعاضم دور الشركات المتعددة الجنسيات، والتقدم التقني والتكنولوجي حيث كان لظهور الذكاء الاصطناعي وما صاحبه من خدمات معلوماتية متطورة تعتمد بشكل جوهري على نظم الخبرة التي لها أثر في تطوير فعالية تكنولوجيا المعلومات في المجتمعات المتقدمة، وهذا ما ساهم في ظهور الفجوة الرقمية بين الدول المتقدمة والمتخلفة نتيجة لضعف القدرة التكنولوجية لهذه الأخيرة وغياب المنظومة المتكاملة والمتوافقة مع نفسها ومع ما يحيط بها دولياً وعالمياً، وهذا يمثل عنصر ضغط وتحدي في مواجهة هذا العالم الجديد الذي يسير نحو المزيد من التغيرات التكنولوجية التي أصبحت تمثل أحد أهم المتغيرات العالمية المؤثرة وبشدة على الاقتصاد والمؤسسات.

فعلى مستوى الاقتصاد الكلي أصبح الاهتمام منصباً حول نمو إنتاجية العمل والأفضلية التنافسية بين المناطق والبلدان، وتأهيل الاقتصاد والتنمية القطاعية الهادفة إلى تحقيق تنمية مستدامة والتطور البشري وهذه كلها نتائج لا يمكن فصلها عن البعد المعرفي والتكنولوجي، أما على مستوى الاقتصاد الجزئي يركز الاهتمام على التنظيم وطبيعة المؤسسات ونوع التأهيل المطلوب في سوق العمل وأهمية إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي تمثل تحديات كبرى تفرض على كل مؤسسة تصميم إستراتيجيات شاملة تتعلق بالبحث والتطوير من أجل الحصول على منتجات جديدة، تطوير المنتجات القائمة، تحسين الجودة، خفض في التكلفة وهذا يرتبط أساساً بالمؤسسات التي تطمح إلى تحسين فعاليتها وامتلاك أسباب التفوق في المستقبل، وغالبية هذه المؤسسات يمثل العنصر البشري محور اهتمامها والذي من خلاله يمكن التحكم في المعرفة والخبرة وحسن التسيير.

وبلا شك فإن المعرفة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال ستشكلان الأسس القوية والرئيسية لتحسين الإنتاج، ليس فقط لأنها تستحدث أدوات جديدة في العملية الإنتاجية، بل لأنها تعمل على زيادة كفاءة وفعالية أداء الأفراد والمؤسسات، وتسعى تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تحقيق هذه المهمة من خلال التوسع في استخدام تطبيقات الأعمال الإلكترونية والتقنيات المتطورة، وعلى ضوء هذه المتغيرات الجديدة التي أفرزتها الثورة التكنولوجية أصبحت المعرفة تحل محل المال من حيث القدرة على تحريك الاقتصاد ولهذا يميل عدد كبير من الباحثين والاقتصاديين إلى معالجة المعرفة باعتبارها أحد أهم عناصر الإنتاج بالإضافة إلى العمل والتنظيم

ورأس المال، كما أصبحت تعامل على أنها أحد أهم مكونات رأس المال البشري الذي يعتبر العنصر الخالق للابتكارات والتجديد.

فالوضع الجديد سيفرض على المؤسسات الاقتصادية تبني توجهات إستراتيجية مستحدثة تسمح بالانفتاح وستعاب المتغيرات العالمية، وتبني أساليب متطورة تتلاءم والثورة المعلوماتية، فاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات قد صاحبها تغيير واضح في طرق ممارسة الأعمال وفي أساليب تخطيط ومراقبة الإنتاج، فلقد أصبحت هناك مفاهيم جديدة ودخلت العديد من الشركات في مجال التجارة الإلكترونية التي تتطلب ضرورة وجود أنظمة فعالة تلي الاحتياجات المعلوماتية، فالمعلومات إذا أحسن استغلالها تعد سلاحاً إستراتيجياً يساعد المؤسسات على البقاء والاستمرارية والاتصاف. بميزة تنافسية قوية بعدما كان دورها في الماضي محدود بالمقارنة مع المواد المادية الأخرى، كما أن المهارات والمعارف والتقنيات الجديدة أصبحت اليوم بمثابة مرجعيات لهوية المؤسسة، والرجوع إليها يسمح بتحديد نقاط القوة والضعف ويتيح للمؤسسة إمكانية النظر بأكثر شمولية لقدراتها، ويسمح لها كذلك برفع أداءها وزيادة تنافسيتها سواء على المستوى المحلي الإقليمي أو العالمي.

هذه التطورات الحاصلة جعلت المؤسسة الاقتصادية الجزائرية تواجه تحديات كبيرة، فالحاجة إلى الاندماج في الاقتصاد الجديد تتطلب تغيرات ديناميكية في جميع نواحي المؤسسة وتفرض ضرورة اعتماد المعرفة كعنصر إنتاج محوري جديد، مع تحسين فرص النفاذ إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطويرها بغرض خلق تغيرات ايجابية في محيط العمل و أساليب الإنتاج و تسهيل ممارسة الأنشطة و الوظائف، فلقد أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تحكم كافة مناحي الحياة و أسلوب أداء الأعمال، وتزايدت نسبة المؤسسات والشركات التي تؤسس يوميا لممارسة أعمالها عبر الشبكات ، وهذا في ظل ظهور أدبيات جديدة في مجال الاقتصاد والتسيير تتسم بالدقة والشمولية مثال اقتصاد المعرفة والاقتصاد الرقمي الذي يركز على المعلومات وعلى الإنتاج الفكري، ويتطلب ضرورة الاعتماد على الإبداع والابتكار والتطوير التكنولوجي.

في ظل التطور السريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وما يحمله المناخ الاقتصادي العالمي الجديد في طياته من بروز مفهوم العولمة الاقتصادية والمالية، واتجاه العديد من الدول نحو التقارب والاندماج وتشكيل كتلتا اقتصادية إقليمية ودولية، مع ظهور التحالفات الإستراتيجية بين المؤسسات الاقتصادية، ومع هذه التغيرات الجديدة والتي تشكل تحديات ينبغي على الدول النامية مواجهتها بأساليب مدروسة وخطط واعية، وباعتبار الجزائر من هذه الدول لا يمكنها البقاء بمعزل عن هذه التحولات الكبرى، حيث عرف الاقتصاد الجزائري قفزه نوعية في مجال الإصلاحات والانفتاح على الاقتصاد العالمي، وهذا من خلال اتفاقيات الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة واتفاقيات الشراكة الأور و متوسطة.

وعليه فإن المؤسسة الجزائرية وفي ظل هذا الانفتاح الذي عرفه الاقتصاد الجزائري، فهي مجبرة على التأقلم والتكيف مع هذه المستجدات والتحويلات التي عرفها الاقتصاد العالمي، وهي مجبرة كذلك على رسم سياسات واستراتيجيات واضحة لتأهيلها واندماجها في الحركة الاقتصادية الجديدة التي تسير وفق مبدأ الميزة التنافسية وغزو الأسواق العالمية، وتتطلب توافر شروط ملائمة لخصائص المؤسسة العصرية الحديثة.

وباعتبار أن استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال تعتبر خاصية من خصائص المؤسسة العصرية، كونها تسمح بإعطاء إمكانيات هامة للمؤسسات في تأدية أعمالها، فإن مشكلة الدراسة تتركز في التعرف على أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى دواعي اعتمادها وواقعها في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وباعتبار أن تساؤلات الدراسة تتضمن التوجه إلى لب المشكلة وذلك عن طريق وضع ما تسعى إليه الدراسة بصيغ استفهامية واضحة، وعليه فإن هذه الدراسة تتوجه للإجابة على الإشكالية التالية:

كـ ما هي وضعية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ؟ وما هي معوقات استخدامها ؟

وللإجابة على هذه الإشكالية بشكل مفصل كان لابد من طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

كـ ما هي طبيعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخصائصها ؟

كـ ما هي التغيرات التي طرأت على المؤسسة الاقتصادية في ظل المناخ الاقتصادي الدولي الجديد ؟

كـ ما هو أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة الاقتصادية ؟

كـ ما هو واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر ؟ وما هي دواعي اعتمادها في المؤسسة

الاقتصادية ؟

فرضيات الدراسة

وبغية الوقوف على وضعية تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودواعي اعتمادها في المؤسسات الاقتصادية

الجزائرية، والإجابة على الإشكالية المطروحة، استوجب اختيار واقتراح بعض الفرضيات التالية:

- تسمح تكنولوجيا الإعلام والاتصال للمؤسسة الاقتصادية بإيجاد منهج عمل سليم، و طرق جديدة لأداء الأعمال.
- المؤسسة الاقتصادية الجزائرية تستبعد في الوقت الحالي الاندماج في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى محاولة فهم طبيعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أحدثت تغيرات جذرية، وأثرت بشكل كبير على أداء المؤسسة الاقتصادية، وفجرت ثورة هائلة في نظم الاتصال والمعلومات، وعليه يمكن حصر الأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى تحقيقها في النقاط التالية:
- معرفة طبيعة وخصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومختلف خدماتها.
 - الكشف عن كيفية مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في توجيه الاقتصاد وتقارب المجتمع الدولي، وظهور محيط اقتصادي جديد يركز على المعرفة والمعلومات،
 - التعرف على المناخ الاقتصادي العالمي الجديد الذي تتواجد فيه المؤسسة الاقتصادية.
 - التعرف على كيفية تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة الاقتصادية، والمنافع التي تتحصل عليها هذه الأخيرة من وراء استخدام وتبني هذه التكنولوجيا .
 - التعرف على مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وهذا من خلال تحليل نتائج الاستبيان الذي تم إعداده للقيام بالدراسة الميدانية.

أهمية الدراسة

تنبثق أهمية الدراسة من أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي يمنحها اليوم مسار التنمية الاقتصادية والاجتماعية مكانة متمامية، حيث يشكل قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال عاملا حاسما في التحول السريع للنماذج الاقتصادية والاجتماعية نظرا لتأثيره الأفقي على مختلف القطاعات والأنشطة، ولقدرته على تسريع وتيرة تداول المعلومات، فالدول المتقدمة شهدت نموا نشطا بفضل الأولوية الممنوحة لهذا العامل الذي يعتبر مصدرا أساسيا لخلق الثروات وتحسين القدرة التنافسية إلى جانب المعرفة، وفي الواقع فإن المعركة الرقمية وتدعيم الرأسمال البشري تشكل أساسا للرهانات التي تطرحها سياسات التنمية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي، وعاملا رئيسيا لتحضير البلاد لمواجهة تحديات العولمة والدخول في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث أنه من غير الممكن تصور إمكانية عصنة الاقتصاد دون التحكم السريع في النظام الرقمي من طرف مختلف الفاعلين الاقتصاديين والاجتماعيين- الإدارات- المؤسسات - المواطنين، وخصوصا بالنسبة للمؤسسات الاقتصادية كون هذه الدراسة تستمد أهميتها باعتبار أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ستسمح بتقديم حلولاً تمكن المؤسسات من إدارة أنشطتها وتسيير أعمالها في ظروف ملائمة.

وتستمد هذه الدراسة أهميتها كذلك من كونها من أوائل الدراسات التي تهتم بواقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، والتي تعطي أهمية كبيرة للتطورات التقنية والوسائل والأدوات التكنولوجية المستخدمة والمطبقة في المؤسسات على المستوى العالمي.

دوافع اختيار الموضوع

نظراً لأهمية هذا الموضوع فقد كانت لنا دوافع عديدة ومتنوعة في اختياره، وأبرز هذه الدوافع أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي جعلت السرعة من أهم الأسس المعتمد في أداء الأعمال، وساهمت في عالمية التنافس، حيث أصبحت الأنشطة لا تقتصر على المجال المحلي، وإنما اكتسبت الطابع العالمي والكوني، كما أن هذه التكنولوجيات قلصت من دور الأساليب التقليدية في الحصول على المعلومات واستحدثت مفاهيم وأساليب عمل جديدة تفرض على المؤسسات التركيز على القدرة التنافسية والجودة العالية.

الدراسات السابقة

إن موضوعنا هذا الذي يخص وضعية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية لم يتطرق إليه الطلبة والباحثين بشكل مفصل، وإنما تم تناوله من جوانب أخرى، حيث كانت هناك عدة دراسات محلية ودولية تناولت تكنولوجيا الإعلام والاتصال بصفة عامة، كما تطرق بعض الباحثين الى موضوع التجارة الالكترونية والانترنت كمظهر من مظاهر تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

وقد ربط البعض هذا الموضوع بتنمية الكفاءات والموارد البشرية وهذا خلال الملتقيات المنظمة أو في المقالات التي نجدها في المجالات التي تصدرها الجامعات وبالخصوص المجالات المتخصصة في الاقتصاد والمناجحت، هذا على المستوى الوطني، أما على المستوى الدولي فيركز الخبراء والباحثين كثيرا على موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتنمية الاقتصادية، وعموما يمكن ذكر الدراسة الميدانية التي قام بها المرشح إبراهيم بنحي من جامعة الجزائر من خلال أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية سنة 2002 بعنوان " دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق: حالة الجزائر "، حيث ركز بشكل واسع على المفاهيم المرتبطة بخدمات الانترنت والتجارة الالكترونية، وخلص إلى أن هذا النوع من الممارسات التجارية عبر الشبكات من طرف مؤسساتنا الاقتصادية لا يزال بعيدا، وهذا لعدة أسباب ذكر منها ضعف البنية التحتية الضرورية لهذا النوع من التجارة في بلادنا.

كما قامت بومعيل سعاد رفقة فارس بوباكور بدراسة نشرت بمجلة الاقتصاد والمناجحت عدد 03 مارس 2004 تصدرها جامعة تلمسان، تحت عنوان " أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية "، وقد خلصت هذه الدراسة إلى أن التحول إلى عصر المعلومات كشف عن متغيرات اقتصادية هامة مست مختلف

المستويات، خاصة فيما يتعلق بالعنصر البشري الذي زادت كفاءته بظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال واحتلال إدارة المعرفة أهمية كبرى في هذا العصر.

والدراسة الميدانية التي قام المرشح نوفل حديد من جامعة الجزائر سنة 2007 في مجال إعداد أطروحة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، والمعونة ب " تكنولوجيا الانترنت وتأهيل المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي "، حيث أعطى صورة رائعة عن مختلف استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ولاسيما تكنولوجيا الانترنت في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وخلص إلى أن المؤسسة الجزائرية غير مستعدة للاندماج في الاقتصاد العالمي، فهي مجبرة على التخلي عن الأنماط التسييرية القديمة والتقليدية وتعويضها بمبادئ المناهج والأساليب الحديثة التي تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

وهناك دراسات أخرى قامت بها مؤسسات ومنظمات دولية ومنها الدراسة التي كانت على مستوى منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والتي قامت بها مديرية العلم والتكنولوجيا، والتي نشرت سنة 2003 في كتاب تحت عنوان " تكنولوجيا الإعلام والاتصال والنمو الاقتصادي "، حيث أبرزت هذه الدراسة الدور الكبير الذي تلعبه هذه التكنولوجيا في تسريع التنمية بالنسبة للبلدان التي تستثمر فيها، بالإضافة إلى أهميتها في تطوير أنشطة المؤسسة والرفع من تنافسيتها.

والدراسة التي قام بها HERVE C et Autres والتي نشرت سنة 2004 في كتاب بعنوان " تسيير اندماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المنظمات "، والتي خلص فيها على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال كموارد أساسية في المؤسسة يمكن أن تكون مصدر ميزة تنافسية، حيث أن تحصيل مصدر هذه الميزة من طرف المنافسين للمؤسسة يمكن أن تأخذ وقت معين يمكن للمؤسسة خلاله أن تعد تكنولوجيات جديدة مستغلة فرص تفوقها.

صعوبات إنجاز الدراسة

لقد واجهتنا مشاكل و صعوبات عديدة عند إنجاز هذا البحث ففيما يخص الجانب النظري انحصرت المشاكل في قلة المراجع و المصادر باللغة العربية و المتعلقة بجوهر الموضوع ، أما فيما يتعلق بالدراسة الميدانية فقد وجدنا صعوبة في التعامل والدخول إلى بعض المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وهذا راجع إلى حساسية مؤسساتنا ومقاومتها لكل ما هو خارجي و غريب عن المؤسسة، غير أننا لا ننفي حفاوة و حسن الاستقبال التي وجدناها لدى بعض المؤسسات سواء مؤسسات عامة أو خاصة والتي أبدت اهتمامها بالموضوع وطلب منا مسئولوها تزويدهم بنسخة من هذا العمل بعد إنجاز ه.

المنهج المتبع في الدراسة

يغلب على هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى توضيح أهم النتائج التي أفرزتها تكنولوجيايات الإعلام والاتصال والآثار المترتبة عنها، مع دراسة المعطيات المرتبطة بها، وهذه تعتبر خطوة نحو فهم هذه التكنولوجيايات، والدراسات الوصفية لا تقتصر على جمع المعلومات وإنما تعتمد على تصنيف البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج منها بحيث يمكن إصدار تعميمات بشأن هذه الدراسة، كما تم الاعتماد كذلك في هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي من خلال مراجعات الأدبيات العربية والأجنبية به دف جمع الحقائق عن ظاهرة معينة ومحاولة تفسيرها بغرض الوصول إلى إصدار تعميمات بشأنها وإبداء الاقتراحات والتوصيات.

ولتحقيق منهجية الدراسة هذه تم الاستناد إلى مجموعة من الأدوات المساعدة على البحث، من أهمها المسح المكتبي، حيث قمنا بالاطلاع على مختلف المراجع المرتبطة بالموضوع والمتواجدة على مستوى المكتبات الجامعية لكل من جامعة تلمسان، وهران، الجزائر، سيدي بلعباس، مستغانم، وتجدد الإشارة كذلك إلى أنه من خلال التربص قصيرة المدى الذي قمنا به سنة 2010، 2011 بجامعة بروكسل ببلجيكا^[1]، وسنة 2011 بجامعة باريس^[2]، حيث تمكنا من الوقوف على مجموعة من الكتب والمقالات والرسائل التي لها علاقة بموضوع بحثنا هذا، كما تم الاستناد كذلك إلى أسلوب الاستبيان بتطبيقات ميدانية لاختبار فروض البحث من خلال استفتاء الاستقصاء لعينة من المؤسسات الجزائرية، حيث تم توزيع 64 استبيان على مجموعة من المؤسسات لغرض قياس فعالية ومدى استخدام هذه المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، استرجع منها 60 استبانة بنسبة استرجاع 93,75 بالمائة، وقد تم استبعاد 7 استبيانات لعدم صلاحيتها للتحليل، وعليه فقد خضعت للتحليل 53 استبانة تشكل 88,33 بالمائة من الاستبيانات المسترجعة، وقد ساهمت هذه الطريقة في بناء إطار عملي للدراسة.

الخطة المتبعة في الدراسة

عن معالجتنا لهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى جانبين نظري وتطبيقي، الجانب النظري مقسم إلى ثلاثة فصول والجانب التطبيقي إلى فصل واحد.

- الفصل الأول: تم التطرق في هذا الفصل إلى المفاهيم المرتبطة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول يتناول مفاهيم ومرتكزات أساسية حول الإعلام، الاتصال، التكنولوجيا... الخ، وكرس المبحث الثاني لدراسة طبيعة ومميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، من

¹. Université Libre De Bruxelles, Université D'Europe, Avenue F D Roosevelt 50, CP 180, B. 1050 Bruxelles. <http://www.bib.ulb.ac.be>

². Université Paris Dauphine Place du Maréchal de Lattre de Tassigny 75 775 Paris Cedex 16 www.bu.dauphine.fr

خلال إبراز الدور الذي تلعبه في دعم الأنشطة الاقتصادية، أما المبحث الثالث فيتناول ملامح المجتمع المعلوماتي ومفهوم مصطلح الفجوة الرقمية التي أحدثتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

■ الفصل الثاني: فيما يخص الفصل الثاني فيشمل السمات الرئيسية للمناخ الاقتصادي العالمي الجديد وتحديات المؤسسة الاقتصادية، وبناء على ذلك تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول المناخ الاقتصادي العالمي الجديد الذي تظهر صوره في التكتلات الاقتصادية وتعاضم دور الشركات المتعددة الجنسيات بالإضافة إلى التقدم التقني والتكنولوجي، أما المبحث الثاني فيتطرق إلى ظاهرة العولمة وظهور مفهوم الاقتصاد الجديد المبني على المعلومات والمعرفة، ويتناول المبحث الثالث المؤسسة الاقتصادية في ظل البيئة التنافسية الحديثة، ومواجهة التغيرات والتحديات الجديدة نتيجة المستجدات الاقتصادية المتسارعة.

■ الفصل الثالث: كرس الفصل الثالث لعرض أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة الاقتصادية، وقد تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، يتطرق المبحث الأول إلى دراسة نظام المعلومات والشبكات في المؤسسة الاقتصادية، والمخاطر الإلكترونية المحدقة بها، ويتناول المبحث الثاني مؤشرات تطور الأعمال الإلكترونية من خلال إبراز دواعي اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثير استخدامها على المؤسسة الاقتصادية، وكذا تطور التجارة الإلكترونية وأنظمة الدفع الإلكترونية، وتم تخصيص المبحث الثالث لمستقبل المؤسسة الاقتصادية أمام استحداث أساليب عمل جديدة من خلال التركيز على إدارة المعرفة والموارد البشرية في مركز ديناميكية تنمية المؤسسة.

■ الفصل الرابع: فيما يتعلق الفصل الرابع خصص لعرض واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وبناء على ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول واقع قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر، ومكانته في الخدمات الاقتصادية، والمبحث الثاني يتناول تحليل بيانات الاستبيان ومعالجتها فيما يخص واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الجزائرية ولاسيما الشبكات، أما المبحث الثالث فيتضمن تحليل نظرة المؤسسات إلى عوائق تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال والإستراتيجية المتبعة في ظل هذا التطور التقني واتساع رقعة ممارسة الأعمال الإلكترونية.

وفي الأخير قمنا بتقديم بعض النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا لموضوع وضعية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وقد ساعدتنا هذه النتائج على إبداء بعض التوصيات ، ونرجو أن نكون قد وفقنا في معالجة هذا الموضوع الحديث، فإن أصبنا فمن الله وإن أخطئنا فمن أنفسنا ومن الشيطان.