

رحال سليمان

أستاذ محاضر

قسم علوم الإعلام و الاتصال

جامعة-عنابة

دور الشبكة المعرفية للمؤسسة

في التسيير

المخلص:

يهدف هذا المقال إلى محاولة إبراز مدى فعالية الشبكة المعرفية للمؤسسة في عملية التسيير. فالتكنولوجيا المتقدمة لا تكفي لوحدها لإنتاج المعارف، التي هي، نشاط إنساني بالدرجة الأولى، حيث ترتبط عملية الإنتاج والتبادل والاستهلاك للمعلومات والمعارف بالإرادة الحرة للأفراد.

إن هذا الارتباط الوثيق بين المورد البشري وعملية إنتاج المعارف داخل المؤسسة يحتم ضرورة اعتماد إستراتيجية جديدة تنمي الشبكة المعرفية ذاتها للمؤسسة، باعتبارها أداة لتحقيق النجاح والانسجام الداخلي من جهة، والتكيف الخارجي مع متغيرات البيئة من جهة أخرى. والاعتماد على هذه الديناميكية تتمكن المؤسسة من مواجهة التحديات وتفادي الأخطار ومعالجة الأزمات وانتهاز فرص الاقتصاد الجديد القائم على صناعة المعلومات والمعارف.

Résumé :

Cet article est un essai d'analyse de l'efficacité du réseau cognitif de l'entreprise dans le processus de gestion. La technologie de l'information ne suffit pas à elle seule de produire des connaissances. Cette dernière est aussi, et avant tout, une activité humaine. La production, l'échange et la consommation des informations et des connaissances dépendent de la volonté des individus.

Cette relation étroite entre la ressource humaine et l'activité de production des connaissances nécessite l'adoption d'une nouvelle stratégie en vue du développement du réseau cognitif de l'entreprise. C'est ce dernier qui permettra la cohésion interne, d'une part, et l'adaptation aux mutations externes, d'autre part. En initiant une telle dynamique, l'entreprise pourra faire face aux menaces, gérer les crises et tirer profit des opportunités de la nouvelle économie.

مقدمة:

يندرج موضوع هذه المقالة في إطار مشروع بحث موسع يدرس نظم المعلومات وتسيير عملية تدفقها باستمرار، وي طرح في أحد محاوره الأساسية، فكرة تطوير الشبكة المعرفية للمؤسسة قصد مواجهة التحديات والأزمات الناتجة عن تداخل جملة من التحولات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي أحدثت نقلة نوعية، من مجتمع إعادة الإنتاج إلى مجتمع الخلق والإبداع الذي تغيرت بموجبه العديد من المفاهيم التنظيمية والتسويقية، وظهرت مفاهيم جديدة مرتبطة بما يعرف بالعالم الافتراضي، السوق الافتراضي، المنظمات الافتراضية والمجموعات الافتراضية بكل ما يترتب عن ذلك من انعكاسات -إيجابية أو سلبية- على المستويين التنظيمي والاجتماعي.

وفي خضم هذا التحول المتسارع اعتقدت الكثير من المؤسسات - ومنها الجزائرية - أن مواجهة التحديات السابقة ورفع قدراتها التنافسية في الأسواق هو الدخول في عملية حوسبة (Informatisation) عملياتها. غير أن الشواهد تبين بوضوح أن اعتماد ذلك يرتبط بجملة من الخيارات الصعبة والمعقدة⁽¹⁾، التي تستوجب إجابات دقيقة عن الأهداف والوسائل، ومسؤولية كل فرد في التنظيم. فجوهر المشكل قبل كل شيء هو إشكالية تسيير الأفراد أكثر منها تسيير معلومات وتكنولوجيا، وضرورة تجاوز فكرة الاحتفاظ أو تشكيل ذاكرة للعمليات إلى دعم القاعدة التي تنهض عليها هذه الذاكرة داخل المؤسسة، والتي هي من طبيعة معرفية محضّة، وإبراز وتطوير ما أستخدم على تسميته بالشبكة المعرفية وهذا الطرح يتموقع إستومولوجيا في إطار النموذج البنائي⁽²⁾ Le

Paradigme Constructiviste الإطار الأكثر ملاءمة للعديد من الدراسات في العلوم الاجتماعية وعلوم التسيير بشكل خاص، حيث يعتبر أن الواقع هو من بناء الفكر، أي نتاج بناء فكري (LE MOIGNE, 1995, p 108)، وعلى هذا الأساس يمكن اعتبار الشبكة المعرفية⁽³⁾ موضوعا للتحليل وشكلا جديدا لتنظيم عملية إنتاج وترجمة المعارف داخل التنظيمات.

التحديات الجديدة

إن نجاح التنظيمات اليوم في انتهاز فرص الاقتصاد الجديد القائم على المعرفة والمعلومات وتجاوز ومعالجة حالات عدم التأكد يمر عبر القيمة المضافة التي يحققها التحكم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال⁽⁴⁾، فضغوطات المنافسة والمتطلبات المتزايدة للخدمة والفعالية تحتم على المؤسسات تعبئة الخيال والذكاء وإرادة أفرادها، فمجتمع الإبداع وتحديد اقتصاديات المعرفة تتطلب كفاءات جديدة تترجم المعرفة وتعمل الخيال وتفتح التعلم أسلوبا لتحقيق الميزة التنافسية والتوقع الشامل على مستوى السوق العالمية. وعليه؛ تبدو مراقبة المحيط أكثر من ضرورة لمواجهة العملية المعقدة والمتسارعة وهي، إنتاج المعرفة. لذلك دخلت المؤسسات الرائدة في ميدان الأعمال في صيحات مراجعة تعدت أحيانا تشكيل بنياتها التنظيمية وحتى سلوكها التنظيمي ويأتي على رأس هذه المراجعة نظم معلوماتها، حيث يمكن تلخيص أهداف هذه المراجعة في ثلاثة محاور:

- الأول؛ تبسيط وتسهيل التعاملات في البنية الهرمية للمتفاعلين اجتماعيا واقتصاديا اعتماد عمل المجموعة وإعادة صياغة ومراجعة طرق اتخاذ القرارات (Business Process Reengineering) والتوجه إلى كموناتها الداخلية - مواردها البشرية - لأنها المصدر الرئيس لإنتاج الثروة، إذ أصبح هناك ارتباط وثيق بين إنتاج المعرفة وإبداع منتجات وخدمات جديدة، حيث بدأ اعتبار المعارف بصفقتها أصولا أساسية تزيح عوامل الإنتاج الأخرى. وهو ما أكدته (BROOKINGS A., 1996, p 376) حيث كتبت، شكل الأصول البشرية أهم فئة في الرأسمال المعرفي⁽⁵⁾.

- الثاني؛ بناء خطة شبكات المؤسسة باعتماد نماذج تنظيمية داخلية وأخرى خارجية وبالتعاون الوثيق مع كافة شركاء المؤسسة لتقاسم المسؤوليات والأخطار وتوسيع حقل امتدادها عبر التحكم في إدارة سلسلة الإمدادات (Supply Chain Management) .

- الثالث؛ التوجه نحو المستهلك وبذل محاولات جادة لبناء علاقات جديدة تستدعي النظر في طرق التوزيع باعتباره عملية تحويل للمنتجات من حالتها الإنتاجية إلى حالتها

الاستهلاكية، من خلال تجديد البنيات الوسيطة لتفعيل عملية اقتسام المنافع بين المؤسسة والمستهلك.

هذه المراجعة جاءت رد فعل منطقي على جملة التحديات المطروحة، بحيث ركزت على ثلاث فئات أساسية، وهي الزبون والتنظيم والفرد. فضلا عن ذلك فأنها (أي المراجعة) تهدف إلى تمكين الفرد من تأدية دور فاعل في عملية إنتاج المعارف وطرق استهلاكها داخل المؤسسة. وهذه هي الطريقة الأنجع للتقرب أكثر من المستهلك والتعرف على حاجاته وإشباعها بكيفية نوعية.

II. المؤسسة وإنتاج المعارف

غيرت الاتصالات الرقمية ديناميكية المؤسسات وميكانيزمات ضبط الصناعة (سعر، منافسة تمويل، تشريع) وكيفية التعرف على فرص الاقتصاد الجديد، فدخلت بذلك المؤسسات في عملية إنفاق واسعة النطاق لحوسبة عملياتها ومصالحتها بقناعة اقتناء الفعالية من خلال التكنولوجيا، متجاهلة في ذلك أن اقتناء الوسائل والتقنيات يدخل في عملية تجديد متسارعة، دون أن يكون هناك تقييم للمردودية النوعية لتكنولوجيا المعارف، وغياب التركيز على تجديد وتطوير المادة التي تنقلها هذه التقنيات أو التكنولوجيا⁽⁶⁾ وأعني بها المعلومات والمعارف. وبلغة أكثر دقة؛ يبدو أن الاهتمام والسعي وراء اقتناء الأحدث فالأحدث حجب قيمة أساسية وجوهرية وهي أهمية ودور المورد البشري لأنه المصدر الأساس لعملية إنتاج المعارف واستهلاكها، التي هي ليست بالضرورة ثمار التكنولوجيا المتقدمة. فضلا عن ذلك عدم التساؤل فيما إذا كانت التكنولوجيا تستجيب لحاجيات المؤسسة أو كونها تقدم أفضل المعلومات والمعارف؟

بينت معظم الدراسات في هذا السياق⁽⁷⁾ أنه من الصعب إيجاد علاقات ذات دلالة بين الاستثمار في المعلوماتية والإنتاجية والربح والنمو ورقم الأعمال والطرق الأخرى لقياس الفوائد المالية، كما أن المسيرين يقرون بعدم تحسن المعلومات التي كانت بحوزتهم من قبل (DAVENPORT T., 2002, p58). في هذا السياق طرح (Straussman. P) وهو أكاديمي أمريكي (تكنولوجيا المعلومات واقتصاد المؤسسة) أن خرافة هذا العصر هي

اعتبار التكنولوجيا حلاً لكل المشاكل لأنه من السهل اقتناء الأجهزة لكن تحويل المعطيات إلى شيء مفيد يتطلب قدراً كبيراً من ذكاء وتركيز للمورد البشري. وحتى النظم التي وضعت لذلك مثل (Data Warehouse) أو (Data Mining)، لا تبدو هي الأخرى لحد الآن قادرة على توفير مستوى عال من المعلومات والمعارف (PRUSAK L., 2002, p208) وهذا أحد أوجه الارتباط بين المعارف والمورد البشري. ولتوضيح ذلك يمكن فهم تعريف لثلاثة مفاهيم يكثر استخدامها وهي المعطيات والمعلومات والمعارف.

المعطيات: ذلك المؤشر عن الأهداف والأنشطة الإنسانية الاعتيادية. كما تتميز المعطيات كونها تحمل قيمة نسبية يسهل التعامل معها وتخزينها على أجهزة الحاسوب.

المعلومات: هي ما تصبح عليه المعطيات حين يترجمها الإنسان ويضعها في سياق معين، وهي في ذات الوقت الدعيمة التي تستخدم في التعبير وإيصال المعارف داخل المؤسسة حول النشاطات اليومية. وللمعلومات قيمة أكبر مقارنة بالمعطيات، كما تتسم بدرجة من الغموض حسب ما يصرح به الكثير من المسيرين (DAVENPORT T., 2002, p58) حول ما تعنيه الكثير من العبارات مثل زبون، طلبه في المؤسسة نفسها.

المعارف: هي المعلومات المتضمنة أو الموجودة في ذهن الإنسان، فلا معارف دون عقل واضح. فقيمة المعارف جد عالية لأنه بواسطتها يحصل الإنسان على أفكار جديدة، حسنات وتفسيرات جديدة يوظفها في استخدام المعلومات واتخاذ القرارات.

في الممارسة الميدانية يصعب تمييز الحدود الفاصلة أو الحالة التي تتحول فيها المعطيات إلى معلومات والمعلومات إلى معارف، ويبدو أنه من المفيد عدم التقيّد بمحاولة قسمة فصل بين المفاهيم بقدر العمل على تطوير تقنية التعلم والنشر والمشاركة، لأن الحديث عن تسيير المعارف أمر في غاية الصعوبة والتعقيد، فالمعارف ترتبط بالبنيات التحتية، وهي غير مرئية واستخراجها واقتسامها يخضع للإرادة الحرة لمالكها. فجوهر التساؤل هنا هو حول مدى فعالية الديناميكية الداخلية للمؤسسة، لأن تحقيق ما سبق يمر عبر الأخذ بعين الاعتبار تصورات مختلف الفاعلين، لأنها تعبر عن بنى منطقية متباينة. تلك فإن إستراتيجية تطوير الشبكة المعرفية للمؤسسة هو تسيير لمختلف هذه البنى قصد توحيد الخلق والإبداع باتجاه تحقيق أهداف المؤسسة. وتسيير مختلف هذه البنى المنطقية

يكون من خلال تحديد واضح لحاجيات المؤسسة وتحديد الوسائل الكفيلة بإشباع تلك الحاجات.

على هذا الأساس يتضح مما سبق أنه من الضروري أن يتجه التفكير داخل المؤسسات إلى إيجاد السبل الكفيلة بتحقيق التبادل النوعي والكمي للمعارف. في هذا السياق ينحو بعض المسيرين باتجاه التعامل مع هذه الخصوصيات بالتركيز على الاكتفاء باقتسام المعارف خلال المحادثات والتفاعلات المباشرة. وهي أبسط الطرق وأقلها إلزاماً للمسيرين، لأن الاستخدام الفعلي لتلك المعارف والمعلومات في اتخاذ القرارات والأفعال داخل المؤسسة يبقى رهن قناعة المسيرين وحدهم وهو ما يحد من فعالية هذه الطريقة، لأن الكيفية أو الطريقة التي يفضلها الأفراد العاملون في التنظيم للحصول على المعلومات والمعارف تعد أساسية فيما يتعلق بإدماجهم ودفعهم إلى اقتسام معارفهم ومشاركة الآخرين. بتعبير أدق؛ يجب أن ينصب اهتمام المسيرين على معرفة وتحديد العادات الإعلامية للجمهور الداخلي من حيث مصادر المعلومات والقنوات والدعائم وطرق التفاعل والتبادل قبل توصيف طرق الممارسة الفعلية والعملية التالية:

* نماذج الخرائط والبطاقات

* المعلومات الصحفية

* النماذج المقننة أو النمطية

هذا بالإضافة إلى بعض الممارسات التي أثبتت فعاليتها في دعم عملية إنتاج المعارف حيث مكنت ملاحظة الاتصالات بواسطة البريد الإلكتروني وجود مجموعات افتراضية على المستوى الكوني وعلى مستوى المؤسسات، وغداً ممكناً معرفة عدد الأفراد وقياس درجة المشاركة في اقتسام المعارف وحتى كمية المعلومات داخل الشبكة (MARCHAND D., 2000, p128) الأمر الذي دفع بعض المؤسسات الرائدة في ميدان الأعمال إلى دعم المجموعات الافتراضية حيث توجد لدى مؤسسة (Ford) لصناعة السيارات مثلاً مجموعات افتراضية مكونة من مئات العاملين تركز على تطوير واكتساب تكنولوجيا جديدة لنظام المكابح. كما توجد لدى مؤسسة (I.B.M) ثمانى مجموعات متميزة معنية بمختلف طرق تسيير المعارف في حد ذاتها والتي أثبتت قدرتها وفعاليتها

الطول المتوصل إليها (WEILL P., BROADBENT M., 2000, p169) وتفيد الشواهد الواقعية بشكل عام أن اعتماد أسلوب تقديم المعلومات بشكل دوري ومنظم يحفز العاملين على البحث وتوظيف المعلومات وإنتاج المعارف.

III. العلاقة بين المعارف والموارد البشرية

تشكل المعلومات موردا أساسيا في المجتمع المعاصر، فحالة المجتمع الإعلامي هذا يعتمد فيه الاقتصاد بشكل واضح على الخلق والإبداع وتسيير وتوزيع الموارد المعلوماتية. فالمجتمع الحديث لم يعد مكونا من عمال الزراعة والمصانع بل من عمال المعلومات أو ما يسمى أيضا مترجمو المعرفة Les Traducteurs du Savoir ، أي الأفراد الذين ينتجون ويوزعون ويستخدمون المعلومات⁽⁸⁾، لذلك فنظم المعلومات عليها أن تجد الحلول الفعالة وذات مردودية مقبولة اجتماعيا لاستخدام الموارد المادية والطاوقية المحدودة. وبما أن معظم نظم معلومات المؤسسات مرتبطة (موصلة) بشبكات الاتصالات المحلية والوطنية والدولية ، فعمال المعلومات يمكنهم الوصول إلى هذه المعلومات وتوزيعها وتسييرها لموارد العالم بأسره، وهذا هو الدور الجوهرى لنظم المعلومات في الاقتصاد العالمي.

نظام المعلومات هو مجموعة من الأفراد والإجراءات والموارد التي تجمع المعلومات وتحولها وتوزعها داخل التنظيم (SHAPIRO C., VARIAN N.R., 1999, p281)، وعليه؛ يمكن حصر مكونات نظام المعلومات في ثلاثة عناصر:

1. الأفراد : هم الأشخاص مصدر المعلومات، فهم الذين يعملون على نشرها ومعالجتها واستخدامها، سواء بالحصول عليها من خلال الثلاثية (اختيار القيمة ، إنتاج القيمة ، نشر وتوزيع القيمة) أو من خلال مصادر أخرى أو إنتاجها داخل المؤسسة ، وبالتالي لا يوجد أفراد يمكن إقصاؤهم من نظام المعلومات، فالكل معنيون باستخدام ونشر معلومات تكون ذات جدوى بالنسبة للمؤسسة التي يشتركون جميعا في العمل على تحقيق أهدافها .

2. **التنظيم** : كل ما يتعلق بتنظيم العمل داخل المؤسسة ، حيث يشير إلى شكل توزيع المهام وخصائصها ومتطلبات الرقابة وطرق البرمجة وثقافة المؤسسة وقواعد وإجراءات التسيير ومركزية ولا مركزية القرارات وغيرها .

3. **التكنولوجيا** : هي متعددة ومتنوعة وتخص الحصول على المعلومات والاتصال والتخزين واستغلال المعلومات.

هذه العناصر مرتبطة فيما بينها ومتفاعلة بشكل معقد ، ولهذا فعند حدوث أي خلل في أي عنصر من هذه العناصر تتضرر فعالية النظام ويؤكد مدى عرضانية (أفقية) المعلومات. في حين يرى البعض الآخر أن نظام المعلومات هو حقل من حقول المعرفة (BARTOLI A., LE MOIGNE, 1996, p56)، فهو يستخدم العديد من الموارد والأجهزة والبرامج والأفراد لتحقيق العديد من الأنشطة، المدخلات، المعالجة المخرجات، التخزين والمراقبة التي تحول المعطيات إلى معلومات (منتجات) التي تتمظهر تحت عدة أشكال: تقارير، ملصقات، نشاطات مرئية، رسائل غرافية، سمعية وغيرها. كما يمكن حصر طبيعة المعلومات في ثلاثة عناصر أساسية :

* خصائص نشاطات المؤسسة ودرجة تعقد مهامها

* درجة اليقين فيما يتعلق بالمحيط

* درجة ارتباط واستقلالية وحداتها

باختصار؛ لا قيمة للمعلومات والمعارف إذا لم تطبق في قرارات وأفعال في سياق اقتصادي ملائم فكثيرة هي المؤسسات التي عملت على جمع كم هائل من المعلومات أو من المعلومات حول المعارف ولكنها لم تعط أهمية للطريقة أو الكيفية التي يضع بها الأفراد العاملين بالتنظيم هذه المعلومات والمعارف حيز التطبيق، وهذا لغياب ديناميكية داخلية حقيقية تعمل على تغذية نظام المعلومات وتدمج التدفقات الواردة من المحيط ، وتردد هذه الأهمية على وجه الخصوص في حالة الأزمات التي يمكن أن تتعرض لها المؤسسات.

IV. أهمية المعارف في حالة الأزمة

لقد ازدادت الأخطار بشكل متجدد فأصبحت التنظيمات والمؤسسات باختلاف قطاع نشاطها ومهما كانت مكانتها في السوق معرضة في أي وقت لحالة أزمة (أخطار تكنولوجية ، حوادث إنتاج ، أخطاء تسييرية مخططات اجتماعية ، متاعب مالية ، عرقيل المنافسة) ففي هذه الحالات تجد المؤسسة نفسها مجبرة على التعامل بشكل يحلي مع مختلف المنطقيات-المتباينة والمتعارضة أحيانا- بتحديد وتوضيح مسؤولياتها وقراراتها وتطمين الضحايا وإمداد الشركاء بالمعلومات الضرورية وتتوير الرأي العام. ويكن إبراز العلاقة الإرتباطية المتعدية من حيث كفيات التدخل عبر أربعة مراحل أساسية :

1. المرحلة الإستباقية : تتضمن القيام بالعمليات التالية :

- تحديد الأخطار والتهديدات بشكل منتظم ومستمر .
- تقييم الآثار الاحتمالية المترتبة على مختلف المستويات ومدى تأثيرها على الجماهير المستهدفة .
- تقدير مدى احتمالية حدوثها .
- مقاطعة جملة هذه القيم تمكن من تحديد المواقع الخطيرة .

2. مرحلة التحضير: يتم خلالها صيانة العلاقات في الحالات الاعتيادية سواء على

ستوى المحيط الداخلي أو مع المحيط الخارجي من عمال، شركاء، ممولين، وسائل إعلام، الرأي العام والسلطات العامة .

- تصميم مخططات اتصال الأزمة واختبارها دوريا عن طريق المحاكاة والتمثيل .
- تعيين مكونات خلايا الأزمة وتحديد تموقعها وكفيات استغلالها وأنماط توظيفها للمعلومات والمعارف .

3. مرحلة رد الفعل : ربط مختلف خلايا الأزمة بصفة مباشرة ومستمرة لاقتصاد الوقت

- وتسهيل عمليات التبادل .
- إطلاق عملية إعلام واسعة النطاق باتجاه مختلف الجماهير المستهدفة مع المحافظة على وحدة المضمون وصيانة المنطق الإتصالي والحيلولة دون تفاقم

أثر الأزمة على المستوى الداخلي وتفادي أي تحريف أو تزيف للمعلومات على المستوى الخارجي .

4 . مرحلة الحل : وفيها يتم جمع وتصنيف كل الوثائق والمعطيات ذات الصلة بموضوع الأزمة لتدعيم سلوك التعلم وزيادة الرصيد الإستراتيجي باستخلاص النتائج وتوجيه التطلعات نحو آفاق جديدة مستقبلا.

V. كيفية تفعيل الشبكة المعرفية

تطوير الشبكة المعرفية للمؤسسة⁽⁹⁾ يهدف إلى خلق ديناميكية داخلية لإنتاج المعارف واستهلاكها. وعليه يمكن تلخيص أهم المقترحات في النقاط التالية:

1. إعتقاد مبدأً بأفضلية المورد البشري على التكنولوجيا ، أي أن اختيار التكنولوجيا يجب أن يتحدد من خلال نوع المعارف التي تود المؤسسة الحصول عليها أو تطويرها وليس التكنولوجيا في حد ذاتها.

2. فحص محتوى التكوين الذي تشتريه المؤسسة لمستخدميها يمكن من معرفة معارف المسيرين حول المعارف التي يرغبون أن يتوافر عليها المستخدمون.

3. العمل على جعل المعارف أكثر بروزا داخل المؤسسة من خلال تحديد ثلاثة مظاهر على الأقل:

* النشاطات التي تتطلب معارف محددة

* النتائج المبنية على أساس معارف معينة

* حجم الاستثمار في مجال إنتاج المعارف

هذه المظاهر تبرز الدور الوسيط للمعارف وتسمح بإقامة مقارنات داخلية بين الأفراد والمصالح وبين المؤسسات الأخرى من خلال العديد من الأرقام (عدد العمال، التكاليف، الوقت ،...) التي تمكن من تخصيص جملة من القياسات تجعل قياس المجهودات فيما يتعلق بإنتاج المعارف ممكنا .

4. إذا ما أصبحت المعارف بارزة يغدو قياس إنتاجها ممكنا داخل المؤسسة كلما أمكن تأمين مجهودات المورد البشري بطريقة منصفة تصبح معها المؤسسة المجال الحيوي الحقيقي للاعتراف بالكفاءات.

5. تنشيط عملية إنتاج المعارف بدعم المجموعات الافتراضية من خلال تحديد أولويات المؤسسة حول مواضيع محددة أو برامج أو تقنيات معينة أو تطوير منتجات وخدمات جديدة.

6. تطوير إرادة الاشتراك والاقتسام للمعارف بتقديم المعلومات بشكل دوري ومنظم يحفز العاملين على البحث و التوظيف والإنتاج.

خاتمة:

هناك ارتباط وثيق بين تسيير المعلومات والمعارف وتسيير الموارد البشرية، نجاح التنظيمات مرهون باعتمادها التطوير والتجديد كإستراتيجية أساسية لتجاوز وتسيير الأزمات. هذا التوجه يستوجب البحث المستمر على المعلومات الجديدة وترجمة وإنتاج المعارف والعودة إلى المكونات الداخلية لخلق ديناميكية نوعية تركز على الموارد البشرية لتطوير الشبكة المعرفية.

فمن خلال شبكة معرفية موسعة مرنة، تصبح فيها عملية إنتاج المعارف مهمة الصنيع، يزول معها منطق التدرجية الهرمية وظاهرة المركزية والاحتكار، وتكون بمثابة الذكرة الجماعية، تتمكن المؤسسة من مواجهة الأزمات والتحديات التي أوجدها المحيط العالمي الجديد، وتساعد على تحسين أدائها وتحقيق لها الصورة والتموقع الشامل، لأن السوق من منظور اقتصاد المعرفة يمكن اعتباره سيرورة إنتاج وترجمة المعارف، والمؤسسة هي نتاج بناء فعل جماعي.

الهوامش:

(1). تبرز أهمية المقاربات التكنولوجية بوجه خاص في عصر المعلومات. فالاختيار بين جملة المقاربات يجب أن يندرج في سيرورة تجديد مستمرة تتوافق وأهداف المؤسسة، ومدى قدرته على التعلم. أنظر:

AFUAH Allan, Les Approches Technologiques à l'Ere de l'Information, Stratégie et Technologie, In, L'Art de la Stratégie, Village Mondial, Paris, 2000.

(2). بنظر أصحاب هذا النموذج، يقوم الأفراد بخلق محيطهم من خلال تفكيرهم وسلوكياتهم الموجهة بغاياتهم. ففي هذا العالم الذي تغيب فيه الحتمية ويستطيع الفرد أن يختار (Le Moigne, 1994) تكون المعرفة المنتجة ذاتية وسياقية، وبالتالي يساهم الباحث مع بقية الفاعلين في بناء الواقع. وبما أن الموضوع هذا يدخل في إطار أوسع وهو نظم المعلومات والاتصال بشكل عام في المؤسسة، فإن هذا النموذج البنائي يدرس الاتصال على أنه سيرورة تفاعل بنائي للمعنى

(Processus d'interaction constitutif de la signification). وفق هذا التصور ينشئ الاتصال بواسطة الفاعلين بالنظر لقدراتهم المعرفية (Cognitives) والحسية (Affectives) والإستراتيجية (Stratégiques). ويبرز هذا الاختيار بالنسبة للموضوع من حيث النظر للشبكة المعرفية للمؤسسة على أنها مشروع معرفي متكامل يرتبط بالموارد البشري وليس موضوع معرفي يمكن فصله وتحليله بمعزل عن منتجه: للمزيد راجع:

THIETART R.A, et coll., Méthodes de Recherche en Management, Dunod, Paris, 1999, P22.

(3). يشير مفهوم الشبكة إلى شكل تنظيمي، وإلى علاقات تعاون سلمية، بمعنى علاقات أكثر ارتباطية ومندمجة أكثر منها علاقات سلطة تراتبية. وبغياب الضوابط الكلاسيكية تطرح إشكالية محكومية (Gouvernance) هذه الشبكة. الأمر الذي سيبرز عند تناول الكيفية التي تتم بها عملية تفعيل الشبكة المعرفية للمؤسسة. أنظر:

ROOS.J, Réussir grâce à la Gestion des Connaissances, IN, L'Art du Management, Village Mondial, Paris, 2002.

(4). التحكم الجيد في تكنولوجيا المعلومات يمكن أن يحقق قيمة مضافة، إذا تمكنت المؤسسة - من خلال استخدامها للتكنولوجيا - من تخفيض التكاليف ورفع قدرتها في الاستجابة على مستوى الأسواق مقابل زيادة في الحصة السوقية. في الواقع تبدو المؤسسات غير قادرة على تقديم إجابات واضحة حول هذه القضية، وتتحوا إلى تقديم إجابات حدسية بالنظر إلى المرونة المحققة.

من أن المستوى النسبي للمرونة يحقق قيمة مضافة، ولكن عادة ما لا يربط ذلك بحجم
المستقل والتبعات الإدارية الأخرى. أنظر:

VINCENT Alain, Manager le Système d'Information de votre Entreprise,
Réduire les Coûts et Créer la Valeur, Editions d'Organisation, Paris, 2000.

تختصر BROOKINGS, A الرأسمال المعرفي في أربع فئات:

* أصول بشرية، وهي الكفاءات، القدرات والقيادة.

* أصول فكرية، مثل المهارات المعرفية، شهادات الملكية وحقوق الاختراع.

* أصول البنية القاعدية، وتتمثل في التكنولوجيا ومنهجية العمل.

* أصول تجارية، مثل صورة العلامة والسيطرة على السوق.

عملية التجديد للمعارف تتحقق من خلال إتباع منهجية عملية محددة قوامها، الجمع،
التحليل، المعالجة والنشر أو التوزيع، ويعد هذا العنصر الأخير بمثابة التغذية المرتدة للنظام.

CHARPENTIER. P, Organisation et Gestion de l'Entreprise, Nathan,
Paris, 1997.

DEREK .A, Aller au-delà des Résultats Economiques, In, L'Art de
l'Entreprise Globale, Les Echos, Village Mondial, Paris, 1999.

تتبع عملية متابعة النتائج قضية في غاية اليسر إذا ما اعتمد على قياس تواتر استخدام نظم
المعارف، والنظر للنتائج المحققة في شكل مبيعات أو في شكل الحلول المطورة.

تخصص مؤسسة "BUCKNAN LABS" مثلاً (3.75%) من أرباحها لنظام تحويل المعارف.

مع هذا يصرح مسيروها بأنه لا توجد قواعد واضحة مطلقة يمكن اعتمادها في عملية التقييم،
وأن ما يفعلونه هو الاكتفاء بتعظيم احتمالية النجاح لا غير. وكذلك هو الحال بالنسبة للعديد من
المؤسسات الأخرى مثل: (Adventure holding inc) المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات،

والمجموعة العالمية المتخصصة في علوم الحياة (Novartis AG) ، و Price water house
coopers LLP الذي يعد من أكبر المجموعات العالمية في مجال الخدمات المتخصصة (Cité

coopers LLP). أنظر: dans fast company, juin 1996.

DAUPHINAIS .W, et Autres, La Science du PDG, Les Editions Village
Mondial, Paris, 2000.

(8) إن الغاية من نظام معلومات مرن وموسع هو تمرير صور الواقع لأفراد التنظيم ولنظم
معلومات أخرى أو حتى مؤسسات. أنظر:

PEAUCELLE.J.L, Les Systèmes d'Informations, La Représentation, PUF, Paris, 1981, P160.

على حد تعبير (9). يشير مفهوم التطوير هنا إلى عملية الانتقال نحو علاقات اجتماعية أخرى

Sainsaulieu : développement est un passage vers d'autres rapports sociaux)

(أنظر : Le.

SAINSAULIEU Renaud, Sociologie de l'Entreprise, Organisation, Culture et Développement, 2^{ème} édition, Presses de Sciences PO et Dalloz, Paris, 1997, P306.

المراجع:

1. AFUAH Allan, Les Approches Technologiques à l'Ere de l'Information, Stratégie et Technologie, In, L'Art de la Stratégie, Village Mondial, Paris, 2000.
2. BARTOLIA et LE MOIGNE.J.L, Organisation et Système d'Information Stratégique, Economica, Paris, 1996.
3. BROOKINGS. A, In, DAUPHINAIS. W, et Autres, La Science du PDG, Les Editions Village Mondial, Paris, 2000.
4. CHARPENTIER. P, Organisation et Gestion de l'Entreprise, Nathan, Paris, 1997.
5. DAVENPORT. T, Privilégier l'Information sur la Technologie, In, l'Art du Management de l'Information, les Editions Village Mondial, Paris, 2002.
6. DEREK .A, Aller au-delà des Résultats Economiques, In, L'Art de l'Entreprise Globale, Les Echos, Village Mondial, Paris, 1999.
7. LE MOIGNE.J.L, Le Constructivisme, ESP éditeur, Paris, 1994.
8. MARCHAND. D, De l'Information à la Connaissance, In, l'Art de l'Entreprise Globale, Les Edition d'Organisation, Paris, 2000 .
9. PANSARD. J, Réussir son Projet Système d'Information, Les Editions d'Organisation, Paris, 2000.
10. PEAUCELLE.J.L, Les Systèmes d'Informations, La Représentation, PUF, Paris, 1981.
11. PRUSAK Larry, Expliciter les Connaissances pour les rendre visibles, In, Les Echos, Management de l'Information, Les Edition Village Mondial, Paris, 2002.
12. RIGAUD Louis, La mise en place des Systèmes d'Information, Dunod, Paris, 1998.
13. ROOS.J, Réussir grâce à la Gestion des Connaissances, IN, L'Art du Management, Village Mondial, Paris, 2002.
14. SAINSAULIEU Renaud, Sociologie de l'Entreprise, Organisation, Culture et Développement, 2^{ème} édition, Presses de Sciences PO et Dalloz, Paris, 1997.
15. SHAPIRO.C et VARIAN.H.R, Economie de l'Information, Guide Stratégique de l'Economie des Réseaux, Traduction MAZEROLLE Fabrice, De Boeck Université, Paris, 1999.
16. THIETART R.A, et coll., Méthodes de Recherche en Management, Dunod, Paris, 1999.

17. VINCENT Alain, Manager le Système d'Information de votre Entreprise, Réduire les Coûts et Créer la Valeur, Editions d'Organisation, Paris, 2000.

18. WEILL. P et BROADBENT. M, Un Système d'Information pour être compétitif, In, Guide de la Mondialisation, Les Editions Village Mondial, Paris, 2000.