استخدام الإنترنت في إدارة المعرفة

◄تتألف شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت) من مجموعة من المكونات، مثل: البريد الالكتروني، وقواعد البيانات، وتوثيق النصوص، ومؤتمرات الصوت والصورة، ومجموعات المناقشة، والمحادثة، ومجموعات الأخبار.

والإنترنت هو وسيلة، وأكبر وقع لها هو السرعة، إذ تقدم سرعة في التداول والتشاور، وعقد الصفقات، والحصول على المعلومات وتبادلها. وتعتبر الدول التي تمتلك بنى تحتية متقدمة في مجال الاتصالات هي الأوفر حظاً بامتلاك قدرة أسرع وموثوقية أكثر للوصول إلى الإنترنت.

إنّ الكثير من المنظمات تعتقد أنّ إدارة المعرفة تتطلب صرف مبالغ باهظة على تكنولوجيا المعلومات، واستخدام متخصصين في إدارة المعرفة. لكن هذا الاعتقاد ليس هو القضية. فالتكنولوجيا هي عامل مساعد وممكن، وبائعو نظم إدارة المعلومات يعملون في بيع برامج لتسهيل خزن ونقل المعلومات وإدارتها.

وإدارة المعلومات هي إدارة الأفراد العاملين لديك من أجل استخدام المعلومات المتعلقة بالزبائن، والمنتجات، والعمليات، والشركاء بهدف توليد معرفة للمنظمة. ومن أجل أن تصبح منظمة تحركها المعرفة، فإنّ الأمر يتطلب وجود طريقة جديدة في التفكير، ووجود سلسلة أو منظومة عقلية جديدة تقفز فوق كافة الحدود الفاصلة بين المنظمات الربحية وغير الربحية وبين مختلف أحجام المنظمات.

ولقد ساعدت التكنولوجيا منظمات كثيرة على اكتساب وإدارة مثل هذه المعلومات.

فوائد الإنترنت:

إنّ شبكة الإنترنت:

- تعمل على تسهيل انتشار المعلومات.
- تعمل على إيجاد سوق حيث يلتقي الباعة والمشترون معاً.
- تعمل على تسهيل التفاعل الإنساني، وبذلك تساعد على نقل المعلومات وتوليد المعرفة.
- لا تميز بين الشركات العالمية والمشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- تمكن الشركات من تجديد نفسها.
- تقدم فرص سوق هامة للمشاريع جديدة الانطلاقة.
- تستخدم لمعالجة قضية المخزون بفعالية كبيرة.
- تمكن القدرات والموارد المنظمية من التمدد استراتيجياً.
- تقدم للمستهلكين معلومات من الأسعار.
- تخفض الوقت والتكاليف في سلسلة التوريد. فهي تولد الإبداع في البرمجيات، وتكنولوجيا الاتصالات، والطريقة التي تتعامل بها المنظمات مع الموردين، والمصنعين، والزبائن.
- تتيح إمكانية التسويق على الصعيد العالمي.
- تساعد على تسهيل توليد المعرفة الفعّالة وتوليد الشبكات.
- تمكن من التسوق وفق مبدأ One -to – One.

بناء موقع على شبكات الإنترنت:

إذا كنت تنوي بناء موقع لمنظمتك على شبكة الإنترنت، يجب عليك أن تأخذ الأمور الآتية بعين الاعتبار:

- هل الموقع سريع ويمكن استخدامه من الأصدقاء؟
- هل يضيف الموقع قيمة إلى زبائنك؟
- هل يتم تحديث المعلومات الموجدة في الموقع بشكل دوري؟
- هل طريقة استخدام الموقع معقدة كثيراً؟

الانترانت والاكسترانت Extranets and Intranets:

الانترانت هي بنية تحتية تكنولوجية تستخدم بروتوكولات وقواعد نظم الإنترنت المفتوحة لتنفيذ شبكة تكون خاصة بشركة ما. وتستخدم المنظمات الانترانت لتوزيع المعلومات والبيانات بين مكاتبها بسرعة عالية.

وتتم ممارسة نشاطات الانترانت عادة خلف ستار من الأمن والحماية والسرية يسمى الجدران النارية Fire Walls بحيث لا يسمح للوصول إليها بالوصول إلى منظمات من العديد وتستخدم الأعمال أعمالها لتحول الإنترنت إلى mortar and -Click وفي بعض الحالات إلى business Click فقط. كذلك، فإنّ 40% من الشركات ترى أنّ للأعمال الإلكترونية أثراً حقيقياً في كافة أوجه المنظمة، وانّ 17% فقط أشارات إلى وجود أثر محدود.

وتتوقع 90% من الشركات أن يكون للأعمال الإلكترونية بعض الأثر خلال السنتين إلى الثلاث سنوات القادمة.

إنّ نشوء وسقوط الـ coms dot يمكن أن يكون قد سيطر على الموجة الأولى. لكن من المتوقع أنّ الموجة الثانية التي تقودها الآن المنظمات التقليدية في مختلف أنحاء المملكة المتحدة ولمختلف الأحجام وفي كلّ ِ القطاعات، ومع كلّ الشركات، يتوقع أن تزيد هذه الموجة الثانية من نشاط الأعمال الإلكترونية خلال السنتين إلى ثلاث سنوات القادمة.

وحسب مجلة الإيكونومست، فإنّ بعض القيادات في الصناعات التقليدية المقاومة للتكنولوجيا ما يزالون يعتقدون أنّ الإنترنت ليس مفيداً لهم، ولكن عدد هؤلاء آخذ بالتضاؤل بسرعة.

استخدام الإنترنت في إدارة المعرفة:

باستطاعة الإنترنت أن تساعد في تنفيذ النشاطات الأساسية المختلفة والضرورية لتوليد المعرفة، ونقلها والتشارك فيها. وهذه النشاطات هي:

- الحصول على البيانات والمعلومات.
- رسم خرائط شبكات الخبراء.
- التشارك في المعرفة والممارسة الأفضل.
- تسجيل الخبرات.
- دمج المعرفة في المنتجات والعمليات والأفراد.

وهناك الكثير من أدوات المعرفة المتاحة في السوق مثل: Conferencing Video و Data Electronic Interchange، وقواعد البيانات المشتركة، وغير ذلك من النظم المستندة إلى المعرفة. وتركز الاهتمام على أنّ الإنترنت كعامل مساعد على توليد المعرفة ونقلها.

تعتبر الإنترنت ذات قيمة كبيرة في عملية الحصول على المعلومات من مختلف الخبراء ومن أجل إجراء البحوث. وتساعد وظائف الإنترنت مثل (FTP) و(WWW) على سهولة الوصول إلى المعلومات، والتي يمكن

أيضاً الحصول عليها من خلال Discussion وGroups News.

وتتيح الإنترنت أيضاً سرعة الوصول إلى المعلومات المنشورة عن مختلف الشركات والقطاعات الصناعية.

علاوة على ذلك، فإنّ الإنترنت تلعب دوراً هاماً في تسهيل التفاعل بين الزبائن. وهي تساعد منظمات الأعمال على الحصول على بيانات قيمة، يمكن بناؤها بعد ذلك بطريقة هادفة لتوليد معلومات عن الزبائن.

انّ علاقة One – to – One يمكن إقامتها من خلال إرسال رسائل إلكترونية دورية تتعلق بأوضاع الطلبيات وتقديم معلومات عن المنتجات الأخرى.

كذلك، يمكن إجراء المسوحات عبر الإنترنت، ويمكن للمنظمة تحليل الاستجابات، وبناء بنك جيد من المعلومات عن الزبائن.

ومن أجل فهم محيط المعلومات فإنك بحاجة إلى القيام بعملية Making Sense وتتضمن هذه العملية خمس عمليات فرعية أساسية، هي: جمع المعلومات، والتحليل، والتركيب، والتشارك، وإعادة الاستخدام.

- تصوية:

جمع المعلومات:

- اجمع معلومات عن الشخص الذي يقوم بالعمل، وكيف، وأين يقوم به. ثمّ حدد اللاعبين والخبراء الأساسيين ذوي العلاقة بالمشروعات التي تخطط للقيام بها.
- اتصل مع الأفراد كي "يقدحوا زناد عقولهم" واستخرج المعرفة الضمنية الكامنة لديهم قدر ما تستطيع.
- دون المعلومات كلها.

التحليل:

- إعرف ماذا يوجد بحوزتك، وكيف ستنصف المعلومات التي جمعتها.
- صنف المعلومات وفقاً لاحتياجات مشروعك.
- حلل المعلومات من خلال النظر إلى نوع المعلومات التي تمتلكها وأهميتها.
- خذ بعين الاعتبار ما إذا كنت بحاجة إلى القيام بأي عمل من أعمال المتابعة.

التركيب:

- حدد نتائج التحليل الذي قمت به.

- دون النتائج.
- تشارك بها مع الآخرين. ►

المصدر: كتاب إدارة المعرفة.. مدخل تطبيقي