

المحاضرة الرابعة عشر (تابع)

اقترح (Alter, 2002)¹ شبكة تحليل لنظم المعلومات للمؤسسة الرقمية، أكد من خلالها على ضرورة توافق منتج او خدمة المؤسسة وانتظارات الزبائن، بإستغلال السيروورات الرقمية والتي بدورها تتطلب إدارة فعالة للمجال التكنولوجي؛ والذي لا يمكنه أن يتحقق سوى بتقديم الوسائل اللازمة للموظفين والعمل على تحفيزهم في الأعمال الرقمية. وعليه، يتيح انتهاج هذا المسار خلق علاقة إيجابية من خلال التوافق مابين الثنائيات التالية:

(منتوج/زبون) (سيروورة العمل/ التكنولوجيا) (سيروورة العمل/ المشاركين)، والذي من شأنه أن يتيح للمنظمة تحقيق الفعالية في استغلالها لنظم معلوماتها وبخلقها القيمة للزبون.

وعليه، نلاحظ ان مسألة انتهاج الطرق الملائمة لانجاح مشروع رقمي لايمكنه ان يتحقق سوى بانتهاج تفكير استراتيجي لادماج تكنولوجيا المعلومات وعلى كل المستويات التنظيمية، وعليه اقترح (Venkatraman, 2000)² نموذجا خاصا بتطوير استراتيجية رقمية من خلال الاعتماد على طرح الأسئلة التالية أثناء التخطيط لمشروع الأعمال الالكترونية:

- ماهي النظرة الاستراتيجية للمشروع الرقمي للمؤسسة؟ يجب ان بطرح هذا السؤال على مسير المؤسسة وان يكون بدراية تامة للأسباب التي تم على أساسها انتهاج مشروع اعمال الكتروني، سواء كان بغرض تخفيض التكاليف او التمييز في العروض من خلال الويب او خلق أنشطة جديدة.
- ما هو الأسلوب الإداري المعمول به؟ يساعد هذا السؤال في الإجابة عن طريقة إدارة الاعمال التجارية الالكترونية وذلك بالبحث في خيارات تخص فصل أو دمج الأنشطة التي تخص الانترنت،

¹Alter S., **Information systems : Foundation of E-Business**, Prentice Hall, USA, 2002, pp: 129-135.

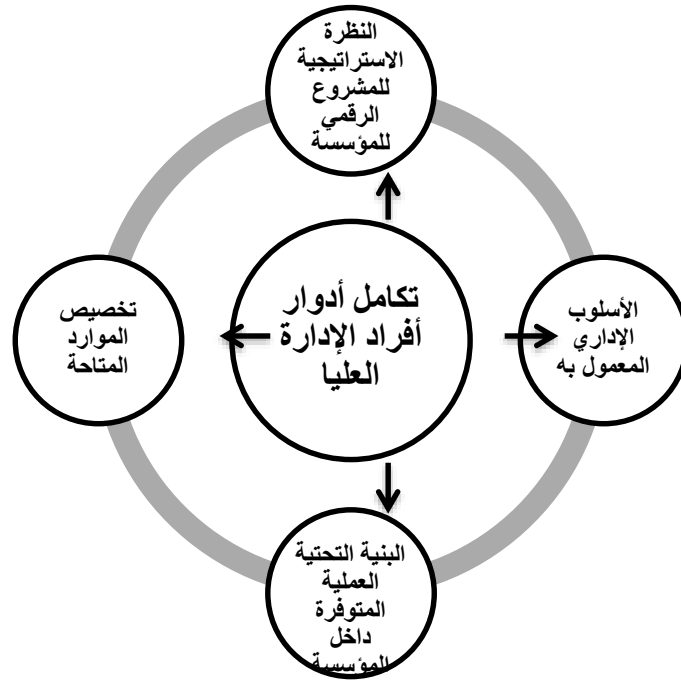
²Venkatraman N., **Five steps to a dot-comstrategy : How to findyour footing on the web**, MIT Sloan management Review, 2000, pp : 15-22.

وعليه يجب ان تكون كل البدائل والخيارات المعمول بها مدروسة بعناية ومبررة حسب السياق العام للمؤسسة.

■ ماهي البنية التحتية العملية المتوفرة داخل المؤسسة؟ يحتم هذا السؤال تفحص البنى التحتية العملية لنشاط الأنترنت، حيث يجب ان تكون وظائف هذه الأخيرة متفوقة عمليا مقارنة مع المنافسين، بتقديم اتصال مباشر يوفر تفاعلا شخسيا وبتوفير نظم لانجاز المعاملات تكون مبسطة الاستخدام وتضمن أمن البيانات الشخصية للزبائن.

■ كيف تم تخصيص الموارد المتاحة؟ ان مسألة تخصيص الموارد اللازمة (البشرية والتكنولوجية والمالية) لنشاط الانترنت تحت على التدقيق في عدد من الخيارات اما باكتساب وتطوير الموارد على المستوى الداخلي او الاعتماد على الشراكة او الاستعانة بمصادر خارجية لتحقيق نشاط الانترنت.

■ ما مدى تكامل أدوار أفراد الإدارة العليا؟ تسمح لنا الإجابة عن هذا السؤال الى التعرف على مدى تعبئة المسؤولين ودرجة تأهيلهم لتسيير ومراقبة نشاط المؤسسة الالكتروني، وعليه يتطلب إنجاز المشروع الرقمي تحديد أدوار ومسؤوليات كل فرد بالمؤسسة وبتوافق هذه الأخيرة والأهداف المسطرة.



رسم بياني يوضح التخطيط الاستراتيجي للبرنامج الرقمي للمؤسسة

منذ التسعينات بدأ العديد من الباحثين بتشخيص وتصنيف الاستخدامات التي تتيحها تكنولوجيا الانترنت، حيث كان (Applegate et al.,1996)³ من السباقين في اقتراح التصنيفات الخاصة بمجال التطبيقات التالية: من الزبون الى المؤسسة (C to B) من المؤسسة الى المؤسسة (B to B) وداخل المؤسسة intra-entreprise.

وفي سنة 2002 استأنف (Nantel)⁴ التصنيفات السابق ذكرها بشأن الفرص التي تتيحها شبكة الانترنت، بتوضيح أهمية الفرص المتاحة على اثر استغلال التطبيقات الخاصة بالعلاقات بين المؤسسات والتي لم تكن ميسرة في عهد التجارة التقليدية. حيث عمد الباحث في تصنيف ثلاثة أنواع رئيسية من الأنشطة: التموين، المبيعات، والوساطة. أما بالنسبة للتجارة الالكترونية مع الزبائن أوضح المصادر الثلاث التالية:

³Applegate L.M., Holsapple C.W., Kalakota R., Radermacher F.J., Whinston A.B., **Electronic commerce: building blocks of new business opportunity**, Journal of Organizations, Computers, Electronic Communication, Vol. 6, N°1, pp : 1-10, 1996.

⁴Nantel J., **Opportunités d'affaires et Internet : ou en sommes nous ?**, Cahier de recherche, Chaire de commerce 2lectronique HEC Montréal, p :13, 2002.

الاشهار على الويب، وبيع المنتجات القابلة للرقمنة، وتقديم خدمات يمكنها ان تكون مشخصة، وبيع المنتجات الملموسة.

وفي اطار الدراسات التي اهتمت بتشخيص التطبيقات الممكنة من خلال تكنولوجيا الانترنت صمم كل من (Riggins & Rhee,1998)⁵ مصفوفة تسمح بتحديد خصائص تطبيقات المؤسسة بالاستناد على البعدين التاليين:1- تموضع المستخدم بالنسبة لجدار الحماية (Firewall) أي الجهاز الأمني لإدارة تبادل المعلومات ما بين الشبكة الداخلية للمؤسسة ومحيطها الخارجي.

2 - أثر الانترنت على العلاقات التجارية للمؤسسة من خلال (تحسين العلاقات/خلق علاقات جديدة). ويترتب عن ذلك أربعة أنواع من التطبيقات الرئيسية تتمثل في العناصر التالية:

- (1) أدوات التسويق لجذب زبائن جدد ولخلق أسواق جديدة،
- (2) الانترنت باستعماله في نشر وتجميع وتبادل المعلومات داخل المؤسسة،
- (3) الاكسترنانت التي تيسر في تحسين وخلق علاقات مع الشركاء أو عملاء المؤسسة،
- (4) البريد الالكتروني والذي يتيح تبادل المعلومات مع شبكة جديدة من الموظفين داخل المؤسسة.

⁵Riggins F.J &Rhee S., **Toward a unified view of electronic commerce**, Communications of the ACM, Vol 41, N°10, 1998, pp :88-95.