

المحاضرة الخامسة

بيئة الأعمال الإلكترونية

E-business Environment

مقدمة

بيئة الأعمال الإلكترونية تهتم بالآتي:

- تحديد العناصر المختلفة التي تحكم البيئة الكلية للمؤسسة و التي تؤثر علي منظمه التجارة الإلكترونية و استراتيجية التسويق الإلكتروني.
- تقييم مدي تأثير القيود القانونية الخاصة والأخلاقية علي اي شركة.
- تقييم دور العوامل الاقتصادية الكلية مثل سياسات الاعمال الإلكترونية الحكومية والمتغيرات الاقتصادية والقيود الضريبية.
- القيود المفروضة على تطوير وتنفيذ استراتيجية الاعمال الإلكترونية ؟
- العوامل التي تؤثر على اعتماد وسائل الاعلام الرقمية الجديدة وكيف يمكننا تقدير المستقبل فيما يتعلق بطلب الخدمة على الانترنت ؟
- كيف يمكن ضمان الخصوصية والثقة للعميل وفي نفس الوقت السعى الى تحقيق الاهداف التسويقية من اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم ؟

خصائص بيئة الأعمال الإلكترونية:

- الأسواق الإلكترونية تمتد خارج الحدود الوطنية (عادات وقوانين وثقافات مختلفة)
- الأعمال الإلكترونية يجب أن تخضع لنفس القوانين التي تحكم الأعمال التقليدية
- الشبكة العنكبوتية تربط العملاء والموردين والشركاء بعضهم ببعض
- الخدمات والمنتجات الرقمية غير ملموسة intangibles مما يتعذر التعامل معها مثل صعوبة فحصها وصعوبة اكتشاف سرقتها أو فرض ضرائب عليها
- حماية خصوصية الأفراد مشكلة كبيرة في الأسواق الافتراضية

نموذج SLEPT لوصف بيئة الأعمال الإلكترونية:

- يتكون نموذج SLEPT من عدة عوامل نذكر منها : العوامل الاجتماعية Social ، العوامل القانونية Legal & Ethical وتلك المتعلقة بالأخلاقيات ، العوامل الاقتصادية Economic والعوامل السياسية Political العوامل التكنولوجية Technical
1. تتعلق العوامل الاجتماعية بتصورات المستهلك فيما يخص استخدام الانترنت في نشاطات مختلفة
 2. تحدد العوامل القانونية والأخلاقية الطريقة المستخدمة في ترويج وبيع المنتجات عن طريق الانترنت حيث ان الحكومات بالنيابة عن المجتمع تسعى الى حماية حقوق الاشخاص وخصوصياتهم والحفاظ عليها
 3. تخص العوامل الاقتصادية دراسة التباين في الاداء الاقتصادي بين مختلف الدول والمناطق والتي تؤثر بدورها في انماط الاستهلاك على المستوى العالمي والتجارة العالمية
 4. تتعلق العوامل السياسية بالدور المحوري الذي تلعبه الحكومات والمنظمات الدولية في تحديد مستقبل تبني الانترنت والتحكم به وسن القوانين التي تحكمه

العامل الاجتماعي:

يجب فهم العوامل التي تؤثر في الاستخدام للنشاط لأنترنت من طرف الاشخاص وذلك ليتسنى للمدراء اتخاذ الاجراءات الضرورية

العامل الاجتماعي يشمل تأثير تصورات المستهلك عن استخدامات الانترنت في مختلف الأنشطة.

العوامل التي تحدد قرار الاشتراك في الانترنت تشمل:

- تكلفه الاشتراك
- الفائدة المتوقعة Value proposition
- سهوله الاستخدام
- عامل الامن
- الخوف من المجهول
- مهارات المستخدمين في الحاسوب

العامل القانوني والأخلاقي

- يحدد الطرق التي يمكن استخدامها في تداول المعلومات وبيع المنتجات على الانترنت .
فمثلا : الحكومات، نيابة عن المجتمع ، تسعى الى حماية حق الافراد في الخصوصية.
- القوانين المتعلقة بالجرائم الالكترونية والغش التجاري وغيرها
- قوانين حماية حقوق الملكية الفكرية والعلامات التجارية وعمليات الأعمال Business Processes ونماذج الأعمال Business Models
- الملكية الفكرية هي كل ما ينتجه العقل البشري
- حماية حقوق الملكية الفكرية قد يكون عن طريق تسجيله أو وضع ما يشير الى أنه محمي مثل علامة © أو تحذير الأفراد من الاستخدام بدون إذن
- القوانين المتعلقة بالإعلانات المزيفة وانتهاك الخصوصية والجرائم الالكترونية وغيرها
- آليات وقوانين فض المنازعات المتعلقة بالمعلومات والتارة الالكترونية
- رصد المجتمع من الأخلاق والقيم والأعراف

العامل الاقتصادي

- المؤشرات الاقتصادية التي يؤثر على طريقه الانفاق على الاستثمار في تقنية المعلومات والتجارة الالكترونية ومنها:
- الضرائب المفروضة على الدخل والسلع والتكنولوجيا (لا ضرائب على الدخل في المملكة)
 - التباين في الأداء الاقتصادي في البلدان والمناطق المختلفة
 - حجم الاقتصاد: الاقتصاد السعودي ضمن ال 21 الكبرى عالميا
 - طبيعة النشاط الاقتصادي: السعودية تتمتع بأكبر سياحة دينية في العالم (عدد المعتمرين . مليون عام 2100)
 - الناتج المحلي السعودي 2581 ترليون ريال كأعلى نسبة نمو بين دول مجموعة العشرين
 - التكتلات الاقتصادية وحجم السوق: الأسواق السعودية مرتبطة بأسواق الخليج والدول العربية
 - معدل التضخم ونسبة الفوائد والتسهيلات الائتمانية والدعم الحكومي ونمط الحياة

العامل السياسي

- دور الحكومات والمنظمات عابرة الحدود القومية في تحديد كيفية استخدام الانترنت في المستقبل وتحديد القواعد التي تتحكم فيها.
- مدى تبني الحكومة لخدمات الحكومة الالكترونية
 - مدى دعم الحكومة لمجتمع المعلومات وسد الفجوة الرقمية والانترنت عريض النطاق
 - الدعم الحكومي لبرامج التدريب
 - السياسات والبرامج التي تزيد الثقة والأمان بخصوص المعاملات الالكترونية

العامل التكنولوجي

العوامل التكنولوجية تشمل التغيرات التي تطرأ على التكنولوجيا والتي توفر فرص جديدة أو تحديات جديدة في الإدارة أو التصميم أو الإنتاج أو تسويق المنتجات أو تخزينها، ويهتم بالآتي:

- القدرة على تقييم الابتكارات الجديدة والمنافع المتولدة عنها
- تحديد معدل التغيير المطلوب (تدريب، نفقات، توظيف) لمواكبة التكنولوجيا
- أى من التكنولوجيا الجديدة (الرسائل القصيرة، تويتر، فيس بوك) يجب أن نتبناها ؟
- رصد التقنيات الجديدة وتتبعها
- إعادة التدريب لاكتساب المهارات اللازمة
- يمكن التعرف على التكنولوجيا الجديدة من خلال الزبائن أو الشركاء أو متابعة التقارير الخاصة

لماذا تمثل البيانات الشخصية قيمة خاصة ؟

تعتبر مصدراً أساسياً لمعلومات الاتصال
مصدر لمعلومات الملف الشخصي
معلومات عن سلوك المستهلك (على موقع الشركة المعنية)
معلومات سلوك المستهلك (على المواقع الأخرى)

وسائل جمع البيانات الشخصية:

- ✓ النماذج الالكترونية Online forms
- ✓ تاريخ مشتريات المستهلك
- ✓ برامج التجسس
- ✓ محركات البحث
- ✓ الكوكيز

المبادئ الثمانية لحماية البيانات؟

1. يجب تناول المعلومات بشكل عادل وقانوني
2. تناولها بشكل محدود
3. استخدام البيانات بشكل مرضي وفي أمور ذات صلة وليس بشكل مفرط
4. مراعاة الدقة في تناول البيانات
5. عدم الاحتفاظ بها لفترة أطول من اللازم
6. إستخدامها طبقاً لحقوق مادة البيانات
7. تناولها بشكل آمن
8. عدم نقلها عبر البلدان دون توفير الحماية الكافية

تأثيرات الحاسوب والانترنت على سوق العمل

- الكومبيوتر ينافس الانسان في سوق العمل
- سوف تنتشر ثقافة العمل من البيت والعمل جزء من الوقت
- العمل لمدة 21 ساعة سيصبح لدوافع اجتماعية وليس لسد الحاجات المالية
- سوف تزداد فرص العمل من المنزل ولا سيما للنساء وقاطنى المناطق النائية
- سوف تزداد أهمية المنظمة ومكان العمل الرسمي وأوقاته الرسمية بشكل كبير
- سوف تقل الموارد الاقتصادية المستخدمة في العمل بشكل كبير

- سوف تتسع الفجوة الرقمية بين من يمتلكون التكنولوجيا ومن لا يملكونها. tech-haves and the have-nots.
- تقنية المعلومات تحدث تغيرات جذرية وليس عادية revolutionary changes
- الثروة سوف تتركز في يد من يملكون الخبرات والمعرفة والأفكار والعلامات التجارية والمعلومات

التغيرات التي تحركها الإنترنت

- ✓ التركيز على كل مستهلك على حدة مقابل التركيز على حجم كبير من المستهلكين.
- ✓ تعميق الروابط مع الموردين والعملاء.
- ✓ العولمة والانفتاح على أسواق جديدة
- ✓ تبادل المعرفة والخبرات والمعلومات
- ✓ بساطة المعاملات
- ✓ تغيرات اجتماعية واقتصادية وثقافية وأخلاقية واسعة
- ✓ زيادة بيانات وبرمجيات المصدر المفتوح
- ✓ توفير التكلفة بأنواعها سواء المالية أو الوقت أو الجهد ولاسيما تكلفة المعاملات "transaction cost" والتكلفة الثابتة للمنتجات والخدمات
- ✓ خلق شركات ومنتجات وخدمات وموارد وفرص اقتصادية جديدة
- استثمارات قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات في السعودية بلغت 200 مليار ريال سنوياً

علاقة الأعمال الإلكترونية بالبيئة والتقنية الخضراء

الأعمال الإلكترونية تعتبر صديقة للبيئة بسبب الآتي:

- تقلل الاعتماد على السيارات: 20 من حركة السيارات في بريطانيا موجهة للتسوق
- تقلل استهلاك الطاقة ومن ثم تقلل الاحتباس الحراري
- تقلل الحاجة إلى مخازن لأن الإنتاج يكون حسب الاحتياجات الخاصة للزبائن
- تقلل استهلاك الورق
- رقمنة بعض المنتجات والخدمات مثل مقاطع الموسيقى والفيديو والبرامج التدريبية والمواد التعليمية
- تقلل المخلفات في جميع سلسلة التوريد
- لكن هناك من يرى عكس ذلك بسبب المخلفات الإلكترونية e-waste مثل أجهزة الحاسوب والجوالات المعطوبة

بيئة الأعمال الإلكترونية في المملكة

هناك عدد من المؤسسات والتشريعات التي صدرت في المملكة بهدف تنمية بيئة الأعمال الإلكترونية ومنها:

- ✓ إنشاء جامعة الملك عبدالله للعلوم والتقنية
- ✓ إنشاء مدينة المعرفة الاقتصادية
- ✓ إنشاء مجمع تقنية المعلومات والاتصالات
- ✓ إنشاء المركز الوطني للتصديق الرقمي
- ✓ لقد أسست وزارة العمل السعودية وحدة مهمة بتنظيم بيئة التجارة الإلكترونية مهامها:
- ✓ وضع إطار نظامي للتعامل بالتجارة الإلكترونية
- ✓ متابعة تطورات التجارة الإلكترونية على المستوى المحلي والإقليمي بناء قاعدة معلومات متخصصة عن
- ✓ التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها العملية في السعودية.
- ✓ تم إنشاء برنامج التعاملات الإلكترونية الحكومية (يسر)

"تم الانتهاء من المحاضرة"

المحاضرة السادسة

استراتيجية الأعمال الإلكترونية

E-business Strategy

مقدمة :

- الاستراتيجية تصف الخطط والتوجهات المستقبلية للمنظمة .
- الاستراتيجية هي خطة المنظمة لتحقيق مزايا تنافسية عن طريق إعادة ترتيب الموارد والتعاطي مع التغيرات في بيئة الأعمال بما يحقق متطلبات السوق وأصحاب المصلحة. stakeholders
- وتركز على :
 - الاداء الحالي في السوق
 - تشرح أهداف المنظمة وكيف تم تحديدها
 - تشرح كيفية تخصيص الموارد لتحقيق الأهداف
 - تحدد الخيارات المتاحة للمنافسة في السوق
 - تضع خطة طويلة الأجل لتطوير المنظمة
 - تحدد المزايا التنافسية للمنظمة بناء على القيمة المعروضة value proposition
- استراتيجيات الأعمال الإلكترونية توضح كيفية توظيف التقنية لتحقيق استراتيجية المنظمة
- كما أنها توضح الفرص والمخاطر المتعلقة بالتقنية حتى تراعي في استراتيجية المنظمة

نماذج وضع الاستراتيجية :

هناك عدة نماذج لتصميم الاستراتيجية strategy process model وهو إطار عام يصف المنطق المتبع في وضع الاستراتيجية . ومن هذه النماذج :

نموذج Johnson and Scholes ويتخلص في المراحل التالية :

1. التحليل الاستراتيجي (البيئة، الموارد، التوقعات، الأهداف والثقافة)
2. الخيارات الاستراتيجية (تحديد الخيارات، تقييم الخيارات ، إختيار الأنسب)
3. تنفيذ الاستراتيجية (تخطيط الموارد، واختيار فريق العمل، وتصميم نظام المعلومات وهيكل المنظمة)

نموذج جامعة هارفارد :

يركز على البناء التنظيمي ووضع القرارات والسياسات لتقديم المنتجات والخدمات وموائمة الموارد المتاحة والبيئة بهدف تحقيق التوازن الاستراتيجي وينفذ على مرحلتين :

التخطيط (بناء الاطار الاستراتيجي)

- تحديد الفرص
- تحديد الامكانيات
- تحديد الأساليب الإدارية المتبعة
- تحديد المسؤولية الاجتماعية

التنفيذ (السير حسب ما هو مخطط له)

- بناء التنظيم الهيكلي للمنظمة وتحديد الواجبات والمسؤوليات والمهام
- تحديد العمليات التنظيمية والسلوكية
- تسيير العمل اليومي
- القيادة العليا للمنظمة (نوع القيادة)

اعتبارات خاصة باستراتيجية الأعمال الالكترونية

يجب على استراتيجية إدارة الأعمال الالكترونية أن تراعي :

- اين ستنافس المنظمة؟
- أي نوع من السلع أو الخدمة أو القيمة سوف تنتج؟
- كيف سيتم هيكلية المنظمة بحيث توزع هذه السلعة أو القيمة؟

Generic Strategies الاستراتيجية العامة

- تتم صياغة استراتيجية الأعمال الالكترونية من خلال ثلاث استراتيجيات عامة، والتي إذا ما نفذت بنجاح يمكن أن تسمح للشركة بأن تتخذ حصة مناسبة من السوق
- هذه الاستراتيجيات هي :
 1. قيادة التكلفة الإجمالية Overall cost leadership
 2. التميز Differentiation
 3. التركيز Focus

قيادة التكلفة الإجمالية cost leadership

تركز على الحصول على أكبر شريحة من المستهلكين بعرض أقل الاسعار بالنسبة للقيمة .
وأهم وسائل تقليل التكلفة هي :

- إنتاج منتجات موحدة ولا مجال للطلبات الشخصية
- التحكم بالتكلفة
- مراقبة النفقات العامة
- التحكم في المخزون
- تجنب الحسابات الهامشية
- تقليل تكاليف البحث والتطوير
- تقليل الخدمات
- تقليل الإعلانات
- استخدام عمالة رخيصة
- شراء كميات كبيرة

التميز Differentiation

-الفكرة الرئيسية من التميز هي تنوع المنتج من حيث المواصفات والسعر وغيره بهدف الوصول الى أكبر شريحة من المستهلكين .
-أهم عناصر التميز :

- | | |
|-------------------------|-----------------|
| * السمعة | * الجودة |
| * صورة العلامة التجارية | * الحجم |
| * تقنية المعلومات | * التسليم |
| * المنتجات الفعلية | * شروط الائتمان |
| * السعر | * الخدمة |
| * التدريب والدعم الفني | |

- من الشركات التي تتبع التميز هوندا وتيوتا وإتش بي ونوكيا وغيرها

التركيز Focus

- يقصد بالتركيز على شريحة من المشتركين، أو السوق في منطقة جغرافية معينة .
- بنيت هذه الاستراتيجية حول خدمة السوق المستهدف بشكل جيد للغاية .
- تفترض أن الشركة قادرة على خدمة الهدف والاستراتيجية الضيق بكفاءة وفاعلية أفضل من المنافسة على نطاق واسع .
- يمكن للشركة من خلال هذه الاستراتيجية تحقيق التميز وولاء المستهلك للعلامة التجارية من خلال حصر احتياجات السوق أو تخفيض التكاليف من خلال التخصص، أو كليهما .
- يناسب شريحة معينة من الزبائن
- تركز على تطوير المنتج أو الترويج للعلامة التجارية وليس الكفاءة
- تنجح عندما يتميز السوق محدودية المنافسة
- شركات الطيران الداخلية تتبع استراتيجية التركيز

مراحل تطوير الاستراتيجية

- التحليل الاستراتيجي
- تحدي الاهداف
- وضع استراتيجية
- تنفيذ الاستراتيجية

1 - التحليل الاستراتيجي

التحليل الاستراتيجي يتضمن شقين :

تحليل البيئة الخارجية .

تحليل الموارد الداخلية : مالية ، عينية ، بشرية ، معرفية ، الخ

تحليل البيئة الخارجية

1- تحليل المنافسة swot

هو رصد وتقييم ونشر المعلومات من البيئات الخارجية والداخلية

نقاط القوة Strengths: تتمثل في العوامل التي تأخذ بالشركة إلى النجاح. كالسمعة الطيبة ، ونوعية المنتجات ، والسلع

منخفضة التكاليف ، والاستثمار في رأس المال البشري .

نقاط الضعف Weaknesses : تمثل نقاط الضعف للشركة، مثل: المنتجات عالية التكلفة، التكلفة الإنتاجية العالية، ارتفاع

معدل دوران الموظفين، كثرة المنافسين .

الفرص Opportunities: هي العوامل التي تكون خارج سيطرة الشركة، وتمثل مجالات يمكن الاستفادة منها. كتغيير الوضع

الديموغرافي، وإغلاق بعض المحطات المنافسة، والسماح بتوزيع المنتجات على نطاق واسع .

التهديدات: هي العوامل التي تكون خارج سيطرة الشركة، وربما تعيقها، مثل، القوانين الجديدة، الركود، التضخم زيادة

المنافسة .

2- تحليل الطلب: على الخدمات الالكترونية ودراسة شرائح العملاء المتوقعين

2 - تحديد الأهداف والرسالة

الأهداف يجب أن تكون SMART

محددة specific

يمكن قياسها measurable

يمكن تحقيقها Achievable

ذات علاقة Relevant

محددة بمواقيت معينة Timed

كيف تخلق المؤسسة قيمة جديدة؟

عن طريق خفض التكاليف أو إضافة قيمة جديدة أو إدارة المخاطر أو خلق واقع جديد

3 - وضع الاستراتيجية

تشمل تحديد الخيارات وتقييم الخيارات واختيار انسبها. وذلك بخصوص :

- 1 - القنوات الالكترونية : التي ستستخدم لتوصيل الخدمة
- 2 - إعادة هيكلة المنظمة : الاندماج، الانقسام، الشراكة في مشروعات .
- 3 - تحديد فرص تحقيق عائد وإبتكارات المنافسين
- 4 - تحديد السوق والشريحة المستهدفة
- 5 - مكانة الشركة وتميزها في السوق: سعر، جودة ، أو سرعة الوصول

4 - تنفيذ الاستراتيجية

- التخطيط
- والتنفيذ
- والمتابعة والسيطرة

اسئلة الاستراتيجية

-الشركة :

- ما هي مقومات التفرد الخاصة بالشركة .
- ما هو موقف الشركة من التعرض للمخاطر .
- لماذا تخسر الشركة عملائها الحاليين .
- ما هي أعظم قيمة موجودة في الشركة
- ما هي أكثر الاعتراضات التي تسمع من العملاء

-المنافسين :

- ما هم أقوى ثلاثة منافسين للشركة؟
- ما هو مدى قوتهم؟
- متى يكون المنافسون عرضة للخطر؟
- متى يمكن الهجوم؟
- ماهو ناتج مقارنة الشركة بالمنافسون من حيث الأسعار، والخدمات، والجودة .

-السوق:

- ما هي أهم ثلاث علامات تجارية؟
- ما هو مدى تغير الصناعة؟
- متى يكون المنافسون عرضة للخطر؟
- كم عدد قطاعات السوق التي تقوم بخدمتها؟
- ماهو ناتج مقارنة الشركة بالمنافسون من حيث الأسعار، والخدمات، والجودة .
- ماهي أكبر إمكانات النمو المتوقعة .
- من هم أفضل الزبائن بالنسبة لك ، ولماذا؟

الميزات التنافسية التي يمكن أن تحققها الاستراتيجية

- التركيز على قطاعات السوق وخاصة الأسواق المتخصصة .
- طرح منتجات قادرة على المنافسة .
- استخدام قنوات توزيع بديلة وعمليات تصنيع جديدة.
- توظيف سياسة التسعير الانتقائي وهياكل التكلفة المناسبة .

عواقب غياب الاستراتيجية أو فشلها

- **ماهي عواقب عدم وجود استراتيجية للأعمال الإلكترونية؟**
 - ضياع بعض الفرص بسبب عدم تحديد الفرص المتاحة وشرحها
 - الانحراف عن البوصلة بسبب عدم وضوح الأهداف (بالنسبة للمشتريات أو المبيعات مثلا)
 - عدم الاستفادة القصوى من الموارد الإلكترونية في تحقيق تكامل قطاعات وأنشطة المنظمة المختلفة
 - ضياع الموارد عندما يتم التكرار بأشكاله المختلفة
 - الفشل في مشاركة الخبرات وأفضل الممارسات والنصائح بخصوص العمل
- **أسباب فشل استراتيجيات الأعمال الإلكترونية :**
 - عدم الالتزام بالمواعيد
 - محدودية المرونة والابتكار والقدرة على التأقلم
 - المبالغة في الأهداف والطموح

"تم الانتهاء من المحاضرة "