

الفصل الأول

تعريف الأعمال التجارية الإلكترونية

Definition of e-Business

لأشياء جديدة

عندما تحدث الثورات ، تتبع نفس النمط في أغلب الأحيان. سيكون هناك لحظة متفجرة، يلي ذلك فترة للنزاع والاضطراب، وبعد ذلك تبدأ الأشياء بالاستقرار مع النظام الجديد. قبل حدوث الشرارة المفجرة ، يحتمل أن تكون هناك أيضا فترة الإختمار ، حيث بذور ثورية منثورة هنا وهناك . حتما، أثناء الأيام المبكرة لمتل هذه الثورة، عهود تشويش تسود؛ تشكيلة من القادة تظهر، كل يبيع رؤيته حول "الأرض الموعودة". بالنسبة للكثيرين ، مجيء الأعمال التجارية الإلكترونية كان متل هذه الثورة. بالطبع، كلنا نريد الحرية والمساواة والأخوة، لكن ماذا نعني في الحقيقة ب"الحرية" ؟

ضمن الأعمال التجارية الإلكترونية ما زلنا نعيش حالة من التشوش في فترة الاضطراب المذكورة أعلاه . هناك العديد من الأصوات يعتقدون روايتهم الخاصة عن المستقبل ومحاولة التعريف الذي تعنيه الثورة في الحقيقة. في متل هذه الظروف، هل توجد أي إعجوبة لدى الكثيرين ، بأن المثالي الكامل يعاني من الإفتقار إلى الوضوح؟ الجزء الأول من هذا الكتاب سيبسط كلنا الأعمال التجارية الإلكترونية والثورة التي جاءت لتشخيصها.

ربما سيكون أمرا حكيما البدء بالمسلمة الواحدة التي تقول "ليس هناك اقتصاد جديد". في الغالب من أعلى وأعمق المستويات، تبقى الدوافع للأعمال التجارية بدون تغيير كما هي دائما: المبيعات وهوامش الربح وسعر السهم. لا شيء من هذا تغير. على سبيل المثال، ينشد الإنسان "الحرية" دائما بالغريزة ؛ في أواخر القرن الثامن عشر أعادت فرنسا تعريف هذه الفكرة عن الحرية ؛ إنها لم تظهر فجأة كحالة طموح جديدة.

نفس الشيء يصح على روح الإقدام التجاري. الأغلبية الواسعة من الناس، فرادي أو جماعات في الأعمال التجارية، قد أراد كل عنهم بصورة طبيعية أن يكسب معيشته ، أو في التعبير التجاري، تحقيق الربح. تمثل الأعمال التجارية الإلكترونية وصول الآلية الجديدة للمساعدة في نيل هدف النهاية نفسه. إنها حول إستعمال أحدث الأدوات المتوفرة، ولكي تنجح، تعدل ممارسات العمل لإستعمال تلك الأدوات. الحرب ما زالت هي الحرب، سواء كان المستخدم هو الأقواس والأسهم أو الدبابة.

من منظور تكنولوجيا المعلومات (IT) سيكون من الممكن المجادلة حول ذلك، في شكل ما أو آخر ، بأن الأعمال التجارية إلكترونية كانت موجودة لبعض الوقت. في الحقيقة، تاريخ إنتاج الحاسوب (Computer) المتوفر بشكل تجاري يمكن أن يرى كبداية لهذه الثورة المعينة. مع ذلك ، هل مثل هذا الحدث لم ينذر بالتغيير في عمليات دوائر الأعمال ، الذي يحدد الطريق الجديد لأشغال الحرب التجارية؟ مثل هذا الوضع ليس بدون بعض المصادقية، والإقتراح يصور النقطة بأنه من المهم تأسيس ما نعينه بالضبط بالأعمال الإلكترونية، مع الأخذ في الاعتبار ذلك الإطار الزمني الذي تلائمه تلك الأعمال .

بالنسبة للكثيرين، تمثل الأيام المبكرة للحساب هديرما قبل الثورة إلى أن بلغ هذا الحد في ولادة الانترنت (المثير الأساسي)؛ إنه الذي يحدد عمليا بداية رحلة العمل التجاري الإلكتروني. ومع ذلك، مع أن الانترنت قد كانت معنا للقليل من الوقت بينما الآن، كما يقترح بتلر، "هذه أيام مبكرة للعمل التجاري الإلكتروني و يبدو محتملا ، أن القدرة على أن يعالج التعقيد، و تسلم الأنظمة بالأسلوب والتوقيت المناسبين ، ستصبح نهائيا عوامل حساسة لدوائر الأعمال " [(Butler, 2001)]. ربما قد يقول أحد الأشخاص بأن تسليم الأنظمة ، سواء المعدة يدويا أو المجهزة عن طريق الكمبيوتر، قد كانت دائما حساسة إلى نجاح العمل، والعمل الإلكتروني e-Business يضع أعظم تأكيد على هذا؛ من ثم ، إنه من الأهمية كذلك أن يفهم مدير IT التضاريس التي ستجرى فيها معاركه.

إن ماذا وضعنا جانبا في التلال أسفل جبل العمل التجاري الإلكتروني؟ كيف وصلنا إلى حيث نحن الآن ؟ سنبتناول الفصل الثاني ما كانت عليه e-Business وما هي عليه الآن ، وما ستكون عليه في المستقبل ؛ و قبل هذه، ربما قد يكون مفيدا أن ندرس أيام الحساب التجاري الريادي باختصار.

وفر قدوم تكنولوجيا الحاسوب (Computer) القدرة الجديدة على معالجة البيانات بالطريقة الميكانيكية. كانت قد خولت الثورة الصناعية معالجة "الأشياء" اليا، و الآن (كتمديد لما سبق) سمحت ثورة الكمبيوتر لدوائر الأعمال أن تحدث التطورات المماثلة في المعلومات. مبدئيا، قد كان على الدافع أن يعمل على (أتمتت automate to) الأنشطة المتكررة أو عالية الحجم؛ بمعنى أن ينفذها بسرعة أكثر و بدقة أكبر. في المرة التالية، ربما، يأتي اعتبار تنفيذ مهام معينة بأسلوب مختلف، ربما بواسطة التغيير

التتابعي للأداء ، أو فعل أعمال مسلسلة على التوازي . أخذت مثل هذه الحركة دوائر الأعمال التجارية أولاً ، إلى الاعتراف بالعملية ، وثانياً ، إعادة هندستها .

عندما أسست هذه الزيادة التدريجية في قدرة وتعقيد الحاسوب (Computer) قد سمح بفاعليه _ لهذه الدورة أن تكون خاضعة باستمرار للمراجعة والتكرار . أدى قدوم الحاسبات الشخصية (PCs) إلى أن يكون تشغيل المعلومات مبسطاً في شكل بللورات حبيبية المستوى ، و سمح بتقصير وقت دورية التطور . أصبحت هندسة الأنظمة تدريجياً أكثر أهمية للنجاح التجاري ؛ حيث كان الدافع لزيادة الكفاءة ، السرعة و الدقة كعوامل تميز للعمل التجاري .

و مع ذلك داخل أي منظمة واحدة كان هذا يمثل تركيزاً داخلياً بالكامل . ومع قدوم تبادل المعلومات اليكترونيا (EDI) أخذت دوائر الأعمال التجارية عملياً في مواجهة IT خارجياً ، ولكن فقط مع قدوم الإنترنت قد أزيلت القيود التقليدية حقاً .

استبدلت الإنترنت المباراة لصالح العديد من دوائر الأعمال و وظائف [IT] بطرق أساسية . بواسطة كسب سهولة الوصول ليس فقط إلى الأسواق المحلية لكن أيضاً العالمية بما يمثل بلايين العملاء المحتملين . بالنسبة للعديد من الشركات فإن الإزالة لحدود التسويق الجغرافية و مناطق البيع كان الخطوة الهائلة . ولادة و نجاح العروض كما في حالة Amazon.com قد يكون استحالة كاملة ؛ وذلك قبل الشبكة العالمية w.w.w . فجأة ، أمدت الإنترنت رجال وسيدات الأعمال بأداة العمل الجديد الحيوية ؛ التحول الأساسي من الميزة التنافسية التي تعتمد علي السرعة و تعقيدات العملية الداخلية فقط .

من منظور IT الخالص ، قدم هذا الفجر الجديد طوق نجاه لمواجهة التحديّات الجديدة الكاملة. ليس فقط لأنّ المباراة قد تغيّرت لصالح دوائر الأعمال ، الآن لدي IT من العناصر الإضافيّة التي يمكن أن تحلّل إلى عوامل معادلة تسليم الأنظمة : كان الأمن أكثر من أنه مجرد هوية (ID) المستخدم البسيطة و كلمة السرّ ؛ حالة الاتصال ، حُصرت في الشبكة المحليّة، أصبحت الآن فجأة ذات اعتبار مختلف تماما، بواسطة نموّ الاتصالات عن بعد وأيضاً بروتوكول الانترنت (Internet Protocol IP). يمثل الانتقال الكامل، " المثير الأساسي، وثبة من العصور المظلمة نحو النظام الجديد؛ ولادة الثورة.

لكن إذا كان ذلك ليس كافيا، فقد ووجه مدير IT بأكثر من مجرد مجموعة من القواعد الجديدة والتي من خلالها كانت تفاعلات المباراة . بالتأكيد ربّما قد تكون دوائر العمل حينئذ تعيد اختراع نفسها و عملياتها ، وبالضبط في الوقت نفسه حيث كان عالم الأنظمة يختبر قواه مع ذراع التعشيق الرائع، و مع ذلك كلّ هذا كان يحدث ضمن أبعاد جديدة في الوقت و الجغرافيا. غيّرت الانترنت الوقت و المسافة. احتاجت الاشياء الآن أن تحدث بسرعة أكثر و في كلّ مكان. ما بين تسعة-إلى-خمسة من المفاهيم لم تعد صالحة ، كما أن اللغة الإنكليزيّة (أو أي لغة وطنية أخرى) لم تعد اللغة الوحيدة على الكوكب. لقد وصلت e-Business حقيقة كلغة أخرى .

و مع ذلك لم يكن الأمر بسيطا تماما كهذا . وضع الناس افتراضات معينة حول ما كانت عليه e-Business ، و ما قد تقدر عليه في أن تخدمهم. أدّى نجاح المغامرات كما في حالة Amazon إلى المعتقد بأن نماذج دوائر العمل المماثلة كانت الطريق إلى نجاحات تجاريّة دائمة. انهيار سارية "dot-com" و عرض التقييمات المشتركة الخاطئة التي صاحبت هذه

الشركات، دعمت المجادلة بان ذلك الحلم الجميل كان نوعاً من الوهم الكاذب وأنا ما نزال داخل تلك الفترة من الاضطراب و التقلب ، وذلك عندما نكتشف ماذا تعنيه هذه الثورة حقاً . في هذا المعنى، - أنه ليس هناك اقتصاد جديد - تجعل الفكرة الافتتاحية تقف فخورة. لقد فشلت dot-coms لأنها أسست على بناء فروض تجارية كانت خاطئة، ربّما بسبب ربط مصيرهم بواسطة وهم المعجزة التكنولوجية. وكما يقول (2001b) Thompson "عندما ينتهي تأثير المخدر يبدأ العمل الجاد" هكذا تحت بريق أفكار الأعمال التجارية الجديدة و فرط النظام الالكتروني e-System الذي يعالج كل الأعراض التي قد ظهرت في توازي معها، هناك السؤال الأساسي الذي يجب تناوله قبل التقدم إلى الأمام : ما الذي يشكل e-Business؟

ما الذي يشكل الأعمال التجارية الإلكترونية

What constutes e- Business?

ليس منذ عهد بعيد جدًا قد استمعت مصادفة ، إلي محادثة بين شخصين والتي ابتدأت بالسؤال "كم عدد درجات الألوان المختلفة للون الأزرق؟ بدأ كلاهما بتسمية بعض ما قد يقدران أن يفكرا فيه، "ملكياً، خفيفاً، وسمارياً" إلخ...، بسعادة لم يكن يدركان أنهما يذكران فعلاً مجرد كلمات، و التي تخطئ التقسيم الرئيسي للاسم والمعنى ، وأنه من المحتمل أن يكون هناك حالات للون الازرق غير محدودة، أكثرها ليس له اسم على الإطلاق وأنه موجود في كل شيء. تعريف e-Business يقينا يمثل القليل من التحدى فلسفياً إلا

أنه، مع ذلك، يجب تناوله في هذه المرحلة لمعرفة تأثير e-Business عمليا على مدير تكنولوجيا المعلومات [IT Manager]

تكثر الاقتراحات، طبعاً. على سبيل المثال، [Krammer and Plummer (2001)] اقترحا أن "e-Business أي عملية دائرة أعمال منفذة عبر الحاسوب- وبواسطة شبكة المعلومات الدولية"، بينما [Burman et al. (2000)] عرض التمييز بين التجارة الإلكترونية (تبليغ رسالة إلى العميل بالإضافة إلى تزويده بالمعلومات التي تهم الطرفين) و e-Business (العمل المشترك لكل الأنظمة لتدعيم أتمته automating العمليات التجارية). كلا منهما تعريفه مساعد، لكن قبل أن نتوصل إلى تعريفنا الخاص نحتاج أن نكون واثقين حول المنظور والاتساع.

تاريخياً، ليس هناك حاجة إلى أن تأخذ المنظور بعين الاعتبار. كان عالم مدير IT واضحاً بواسطة الحدود التكنولوجية للمنظمة. حتى قدوم EDI كان له تأثير محدود هنا حيث كانت العلاقة مع أي وكالة خارجية تتم عبر أجهزة ترابط interface محدّد بصرامة؛ وهذا يعبر عن صعوبة تغيير تلك الخطوة الرئيسية. الآن، كما يشير [Young and McLellan (2001)]، "إن التركيز على التطوير الجديد في المشروعات تتغير من المنابر الداخلية إلى المنابر لخارجية. ، يعني هذا بالنسبة لمدير IT أن أنظّمته يمكن أن ترى إما من "الداخل-خارج" أو "الخارج-داخل". يمثل هذا تمييزاً مهماً، لأن كل منظور له دوافع مختلفة جداً: الأسبقية الداخلية التي لا تزال تحفز مع ذلك أساساً بواسطة النجاح التجاري، مقابل ضغوط خارجية التي تطلب البساطة، السرعة و سهولة الاستعمال، خاصة من وجهة نظر العميل النهائي.

ربّما حتمياً، هذان النموذجان المتقابلان قد يتصادمان عند تسليم نظام منفرد. بالنسبة لمدير IT هناك الآن سيدان يجب أن يخدمنا : انه يحتاج الي

الوعي بالمضامين لكل من الداخل- خارج و الخارج- داخل. هنا قد حدد الموضوع الجديد المهم بالنسبة لمدير IT ، و الذي قد برز حتى قبل أن ننجح في فهم تعريفنا العام لمفهوم e-Business .

هناك الخطر في محاولة تفسير عالم مدير IT المنقح . يستطيع المرء بسهولة جدًا ، بواسطة قبول اتساع لا يمكن إنكاره إلى حافظة المهام، أن يباشر التحليل الذي قد يكون المكافئ لفتح صندوق باندورا ؛ لن يستثنى شيء. ضمن مساحة قصص نجاح e-Business نجد أن (Arjona Agrawal and (2000) اقترحنا، " قد كان العنصر الأكثر ثابته من بين الشركات ذات الممارسة الفضلى هو انضباطها القوي فيما يتعلق بعدد من الأبعاد : ترتيب مقترحات القيمة والأقسام المستهدفة ، مراقبة التوسع، التركيز علي وظيفة التسويق المثالي، الاستعمال الخاضع للسيطرة علي منابر التكنولوجيا، الاستفادة من ظروف السوق. ولكن هل هذا دائما هكذا؟ ، بالنسبة لمدير IT يجب أن تكون النقطة قبل الأخيرة دائما ذات معنى ؛ الاختلاف الجوهرى الآن- إذا أخذ أحد الأسس الأخرى بعين الاعتبار، كما هو مقترح بواسطة [Arjona and Agrawal] - قد ينتج الشكل كما في نموذج دائرة العمل .

في محاولة لتحديد e-Business، نحتاج أن نكون علي دراية بحقيقة أنه بالنسبة لبعض المنظمات لن يتم تطبيق عناصر محددة . على سبيل المثال ، منتج أجزاء السيارة ، والذي زبائنه الوحيدون هم صنّاع السيارات الرئيسيين ، ربما قد يدشن استراتيجية e-Business مع النموذج المختلف جدًا من ذلك الخاص بكل من [eBay، Amazon or WHSmith]. بسبب هذا يجب أن نقاوم الإغراء في أن نحدّد e-Business في عبارات خاصة ، والتي في العديد من الحالات، تفشل في التطبيق. لذلك، قد يكون غير صحيح

أن نقترح أن e-Business تحديدا عبارة عن خدمة الطلبات عبر الانترنت للعملاء النهائيين.

إلا أن هناك شيء واحد في الاقتباس السابق لا يجب أن نفقد رؤيته : مفهوم " الممارسة الفضلى" . إن هذا يعنى دوافع عملية متأصلة ، والتي تكون أساسية في أن تحقق المنظمة التجارية النجاح، ثم يجب أن تعكس هذه الصورة نفس منهج المنظمة إلى e-Business، من منظور كل من تنفيذ العمليات و الترجمة لتلك العمليات إلى e-Technology التي ربما يتم تطبيقها. حقاً، الاقتراح بأنه يجب على تلك الممارسة الفضلى أن تكون جزءاً من عالم مدير IT المستمر . ومع ذلك ، يجب أن يتمثل دور الممارسة الفضلى في التذكير بأن التسليم في بيئة النظم لم يعد مجرد موثيق و لوائح ؛ في عالم e-Business ذو السمات الخاصة من حيث الديناميكة والتحديات ، والعمليات ذات الممارسة الفضلى ، ربما تكون أكثر أهمية عما كان عليه الوضع من قبل .

ماذا يجب أن يشتمل عليه تعريف e-Business؟ حسناً ، أولاً هناك عناصر أخرى فيما وراء التكنولوجيا الصريحة والتي وضعت موضع التنفيذ. فكر ملياً في تأكيد [Krammer and Plummer's (2001)] بأن "e-Business تتطلب الخروج من المستودع أو أنابيب أفران الغاز stovepipe المخمّرة ذهنياً بواسطة أباطرة السياسة". الاقتراح هنا أنه ، لكي تكون منظمك e-Business ناجحة ؛ ربما قد تكون هناك الحاجة إلى دراسة شكل المنظمة نفسه. إذا نحن قبلنا بوجود بناء تقليدي غير فعال و من المحتمل أنه يعمل كمانع للسرعة، المرونة، التعاون و التركيز ، حينئذ يجب أن يكون هناك شيء ما يعكس هذا ، ولا يظهر في تعريفنا للعمل التجاري الإلكتروني e-Business ؟ في هذه الحالة، و عندما يمتد هذا المفهوم إلي ما وراء

التكنولوجيا، خلال عملية جيدة وسيطرة مباشرة تتعلق ببناء الشركة ، ومن ثم، كم من الوقت والجهد يحتاج إليه مدير [IT] لكي يأخذ في اعتباره المقارنة مع أي مثال سابق؟

قد بدأ العديد من المنظمات في أن تعيد اختراع نفسها بوعي لكي تصبح سائرة مع إدراكها الذاتي لمفهوم العمل التجاري الإلكتروني IBM . e-Business ، على سبيل المثال، قد اتخذت عدداً من أنماط أو تدفقات العمل التجاري : خدمة ذاتية، تعاون ، معلومات، مجموعة من المشروعات الجديدة أو التوسعات (من [Butler, 2001]). إننا نحتاج فقط أن نسأل أنفسنا كم من هذا كان صالحاً أو حتى اعتبر كذلك قبل قدوم العالم الإلكتروني ، لكي نرى كيف أجبرت دوائر الأعمال علي التحرك إلى الأمام.

إدرس عدد من الأمثلة الخاصة تلك التي قدمت ذاتها كنماذج كامنة للعمل التجاري الإلكتروني e-Business. أيضاً [Amazon.com]، رائد العديد من المبادرات ، مبدئياً ، جعل اسمه يبيع الكتب إلى المستهلكين (نموذج دائرة العمل -إلى-المستهلك أو [Business - to - Consumer B2C]). من خلال عدم امتلاك مستودعات مادية تحتاج إلى مورد مالي، كان قادراً على أن يخفض عدد باعة الكتب التقليديين. الآن [Amazon] قد رأت مؤسساتها وقد امتدت إلى برامج software ، الموسيقى و غيرها. اندفاع النجاح في العمل ليس فقط بواسطة السعر، لكن أيضا بواسطة العمليات التي تكون بسيطة للعميل النهائي عند الاستعمال ، و ميكانيزمات تسليم فعالة. كيف يختلف هذا في [UK] عن باعة الكتب الآخرين مثل ، Waterstones التي تعرض الآن أيضا شراء الكتاب on-line عبر الخط الإلكتروني؟ في مواجهة هذا هناك قليل من الاختلاف، لكن الدافع الأخير مختلف. إنهم

يحتاجون أن يملكوا حضوراً في هذا السوق الإلكتروني لأن الآخرين يفعلون ذلك؛ إنه لم يكن جوهرياً بالنسبة لهم أن يعملوا بنفس الطريقة التي يمارسها [Amazon].

توفّر دوائر الأعمال الإلكترونية ميكانيزم مزاد علني والذي يسهل علاقة مستهلك-إلى-مستهلك ((C2C)) كما في منظمة الخليج الإلكتروني e-Bay - التي تتاجر من خلال نظام للتسليم يخول قيام مزادات علنية على الخط الإلكتروني. مرة ثانية سيكون هناك تماثل مع نموذج [B2C] ، لكن دوافع العمل و العمليات سوف تكون، بالضرورة مختلفة. سوف يشغل دلائل المزاد العلني الآخرون مساحة انترنت [B2B] حيث تستطيع كل الشركات أن تضع عقوداً كاملة للعطاءات - في معدات مكتب، على سبيل المثال - و حيث يُدعى مورّتون معينون إلى المزاد العلني. المنهج العام، بالنسبة لدعوة العطاءات ، قد جُرّب وأختبر ؛ و مع ذلك، العملية الجديدة، المخولة بواسطة التكنولوجيا، مختلفة جذرياً .

هذه أمثلة واضحة، لكن من الخطأ افتراض أن كل مبادرات العمل الإلكتروني Business-عك تكون مرئية للعالم الخارجي. يقترح Bloor (2001b) Research بأن المداخل إلى معلومات المشروع -تقريباً النوافذ على عمليات دوائر الأعمال - يمكن أن تكون كثيرة ومتعددة : استخدام قدرات دائرة العمل إلى العاملين ، دائرة العمل تحقق التكامل ، ذكاء دائرة العمل ، القدرة على التضامن ، قدرات دائرة العمل إلى دائرة العمل ، وقدرات دائرة العمل الي العملاء .ليس كلّ هذا مرئياً علانية. قد يرى العاملون فقط تأثير المبادرة الداخلية e-Buisness مثل "إدارة المعرفة". ربّما قد يمتلك عدد محدود من شركاء العمل التجاري سهولة الوصول إلى شبكة انترنت تعاونية خارجية extranet أو أسواق متخصصة. التفكير في العمل

التجاري الإلكتروني في ضوء فقط ما قد يشاهده المرء عندما يزور موقع الانترنت يمثل ليس فقط السذاجة ، لكن أيضا ربّما ضياع أين سوف يوجد تأثير تكنولوجيا العمل التجاري الإلكتروني e-Business الأعظم أخيرا. هناك خطر في خلق حدود بشكل إصطناعي للمفاهيم حيث لا أحد قد أوجدها أساسا" [(Hale, 2001)]. يجب أن نضع هذا في ذهننا عندما نحاول تعريف e-Business . ليس فقط سوف تكون أي محاولة مفتوحة للتحدي، ربّما قد تنتهي أيضا إلى أن تكون محدودة أكثر في أن تطوّق بكفاية الموضوع الذي نحن نحاول أن نعالجه.

أثناء التحليل الموجز السابق، قد تكرّرت عدّة أفكار : أهميّة العمليّة، دور التكنولوجيا و الدوافع للمنظمة. يجب على تعريفنا أن يسعى ألي أن يدمج كل هذا إلى حتما. نحتاج أيضا أن نتذكّر أننا ننتج شئاً ما و الذي يحتاج إلى أن يكون ذا صلة بمدير IT ؛ شيء ما يضيف المجال و التركيز على التحديات التي تقع حتميا إلى الأمام.

على ذلك الأساس، أقترح التّالي تجريبيا:

e-Business هو ذلك النشاط الذي، عادة محفز تجاريا ، ويمكن تعريفه في عبارات التفاعل بين إثنين أو أكثر من الأطراف المستقلة أو عبر عمليات عمل تجاري خاصّ و التي قد تم اتمنتها automated من خلال الانتفاع بالحاسوب (Computer) و تكنولوجيا الاتصالات. يبرز هذا التعريف أهميّة الدوافع التجارية ، الأوجه المتعدّدة للعلاقة و عناصر العمليّة، بواسطة التكنولوجيا بصفتها فقط ميكانيزم التسليم. ليس إنجازاً تاماً ربّما، لكن ليس سيئاً.

أهداف ونطاق الأعمال التجارية الإلكترونية

The Objective and Scope of e-Business

ليس بدون دلالة أن المصطلح الذي اخترنا أن نتبناه يشير إلى e-Business. التركيز هنا على عنصر الأعمال التجارية "business" مع التكنولوجيا - الحرف الصغير "e" - التي تأتي في المرتبة الثانية. تدعم بساطة المصطلح الفكرة بأننا نتحدث أساساً عن طرق جديدة لأداء الأعمال التجارية، مع IT كوسيلة تمكين. مع أن هذه هي الحالة، فإننا لا نجرؤ على التقليل من شأن الدور الذي على الحاسوب (Computer) (الكمبيوتر) أن يقوم به في هذا الميدان؛ وعموماً، فإنه ذلك الحرف الصغير "e" دائم الحضور: حيث نرى e-Commerce (التجارية الإلكترونية)، e-mail (البريد الإلكتروني)، e-Procurement (المشتريات الإلكترونية) وهكذا.

لذلك، يجب أن يكون تركيز e-Business على طرق وعمليات دائرة العمل، كما اقترحت في التعريف أو التحديد في القسم السابق. بالنسبة لمدير IT يمكن إدراك هذا على أنه نوع من الإحالة. حتى بدون هذا التحدي، قد يكون تسليم حلول ونظم ناجحة، إلى حد بعيد حلاً وسطاً جزئياً داخل دائرة العمل ذاتها، وكما يفترض (Young and Mclellan 2001).

"قد تتصارع بعض مبادرات e-Business مع نماذج دوائر العمل القائمة". لذلك، يحتاج مدير IT إلى أن يبقى مركزاً بالكامل على حقيقة أن الدافع الأساسي وراء أي مبادرة في هذا المجال، يجب أن يتمثل في أهداف دائرة العمل إذا كان لها أن تنجح. قد تبدو هذه عبارة بسيطة بدرجة كافية،

ولكن من المحتمل أنها تكشف عن موضوعين مهمين ، قد يحتاج مجتمع IT إلى تناولها .

أولاً ، في نسبة كبيرة من النماذج التقليدية أو التاريخية الخاصة بالكمبيوتر فإنه المجتمع التقني هو الذي حفز على أحداث التغيير إلى درجة لافتة . غالباً ، انطلاقاً من مستهدف عام إلى حد ما من أجل " تحسين دائرة العمل " ومع توفير ميزانية لذلك ، فقد اتخذت وظائف النظم داخل المنظمات المقترحات التقنية إلى دائرة العمل للاعتماد وبعد ذلك تولوا قيادة أي تغيير يترتب على تلك المقترحات . قد يكون من الصعب التحرك بعيداً عن هذا النموذج المعين ، وتتركز هذه الصعوبة في مجتمعات كل من IT ، ودائرة العمل ،

ترتبط المسألة الثانية ، بفكرة نجاح مبادرات e-Business باعتبارها أساساً حول تغيير العملية . في كثير من المنظمات ، التطبيق والإدارة الرسمية للعملية ليس شيئاً يمكن الاقتناع به كاملاً . في الواقع ، كثير من المشروعات فقيرة جداً في تبني ومراقبة العملية ، وغالباً ، سوف يقذف بها بعيداً . في مثل هذه الثقافات ، من الشائع أيضاً ، أن تتبني وظيفة IT موقفاً مماثلاً .

سوف تتطلب كل من هذه المواقف أساساً الاعتراف بها ، وبعد ذلك إدارة سباقاً للفعل proactive للتأكد من أنها لا تبرهن على أن تكون عائقاً قاتلاً لمبادرات e-Business . قد يشعر مدير IT نفسه بأنه يحتاج إلى أن يسير على حبل مشدود تحت مثل هذه الظروف ، محاولاً تملق زملائه في العمل على طول طريق إدارة العملية المخططة ، بينما يتبني أيضاً دوراً أقل هيمنة إلى حد ما عند تعريف نهاية المباراة التقنية . سوف تلعب الدبلوماسية وإدارة الأفراد دوراً محورياً في هذا السياق .

المشروعات التي تتبنى بالكامل الإجراءات والمناهج اللازمة لضمان النجاح الإلكتروني ، عندما تصل إلى استنتاجاتها المنطقية ، قد تجد نفسها في حالة من التحول الدائم تقريباً . سوف يعني إيقاع التغيير والطلب الدائم على التغيير أن تحديد نموذج دائرة عمل واحد لكي يخدم دائرة العمل على مدى 20 عاماً قادمة ، بدون شك يعتبر شيئاً من الماضي.

لقد كان (Young and Mclellan (2001) على حق عندما قالاً ، سوف تُغيّر e-Business جذرياً طريقة التشغيل في دوائر الأعمال ، ومن ثم تعديل الأنماط التاريخية في إنفاق الشركات على (IT) ، والنصف الأخير من هذه العبارة هو الشيء الذي سوف يحتاج إلي مدير IT للاعتراف والقبول به بقدر ما يستطيع .

ومن ثم ، هل يمثل هذا تغيراً حقيقياً في التركيز ؟ هل وصلنا إلى الموقف حيث قد وضعت التكنولوجيا في النهاية دائرة العمل في الحالة التي تطيع معها دفع IT حقيقة ؟ إذا كان كذلك ، فنحن أمام تناقض يدعو سخرية هنا ؛ على مدى سنوات عديدة قد تبني مجتمع IT فكرة أن شركاء دوائر أعمالهم داخل المنظمة يجب أن يكونوا مالكين لاستثمارات نظمهم . يرتد التناقض على ذاته أيضاً . عموماً ، قد انبثق الموقف الآن ، حيث دائرة العمل أكثر اعتماداً إلى حد بعيد على شركائها في وظيفة IT لتسليم الفوائد التي يمكن أن تقدمها نماذج تغيير العملية . عند تسليم ما هو الإلكتروني بمعنى " e- " فقد يجد مدير IT نفسه في علاقتين متقابلتين في نفس الوقت : الخادم والسيد . بالنسبة للشخص الذي يدير وظيفة النظم داخل منظمة تجارية – البنوك ، التجزئة ، التصنيع ... إلخ – قد تنبثق ضغوط إضافية من أطراف التوريد من خارج الأسواق Outsourcing ذلك الشيء كما سوف نرى ، قد أضاف الآن بعداً آخر في العالم الإلكتروني e-world .

يقترح (Butler 2001) أن ، e-Business تمثل نظاما من الزيادة الضخمة في التعقيد والتطوير في النظم المستخدمة لدى المنظمات الكبيرة " . قد تكون هذه هي الحالة في بعض المواقف ، ولكن كم بالضبط المدى الذي يمكن أن يصل إليه مستوى التعقيد في النظم وتطبيقاتها ؟ في الواقع ، سوف اقترح أن المسألة الجوهرية عموماً لم تعد مسألة تكنولوجيا (تقوم على وظيفة التطبيق ونقل البيانات) ولكنها تتعلق بالعلاقات المتداخلة وتكامل العمليات المحددة داخل نطاق تلك العمليات . يأتي التعقيد غير القابل للقياس عندما يحتاج المرء إلى الأفراد ، وأيضاً النظم للقيام بالأدوار كما دونت في العمليات الجوهرية لنجاح e-Business .

داخل هذا العالم المنقح والمعقد سياسياً وهيكلياً ، نشأت عن طريق e-Business حقيقة واحدة واضحة : تجد المنظمات نفسها الآن مع قناة جديدة إلى السوق ، تلك القناة التي أوجدتها وتدعمها التكنولوجيا . كما ذكر بالفعل ، لقد كانت مساهمة IT تاريخياً أن تسلم الكفاءة والفعالية الداخلية ، الآن تجد نفسها في موقف حيث يمكنها أن تضيف قيمة ملموسة بالنسبة للنتيجة النهائية . يقترح (Burman et.al., 2000) أن ، " تسيير الأعمال التجارية إلكترونياً يمد المنظمات بالقدرة على تقديم قيمة مضافة جوهرية " . هذه القيمة المضافة حقيقية ، لا تشبه الكثير من الفوائد التي افترضت النظم تسليمها في الماضي . إننا في حاجة إلى دراسة نموذج تجارة التجزئة عبر الانترنت مرة أخرى . إنها التكنولوجيا التي وفرت ميكانيزم من أجل " المحلات " للتواجد دون منشآت مادية ، إنها التكنولوجيا التي زودت عارضى المزايدات بالقدرة على بيع خدماتهم " فعلياً " . إنها التكنولوجيا التي سمحت لسماسرة العقارات لكي يتفاعلوا مع المشترين في أي مكان من البلد .

رئيس الولايات المتحدة الأمريكية " بيل كلينتون " قال ، " لقد أعطانا عصر المعلومات اقتصاداً عالمياً يقوم على الأفكار ، أكثر من أي شيء آخر . تقدم الأمثلة السابقة مثلاً صغيراً حيث قد وفرت IT ميكانيزم لتحويل الخيال إلى اقتراحات دوائر أعمال صحيحة عملياً ، وعند أقصى نقطة ، في أواخر القرن العشرين ، كان رأس المال الفكري فجأة كافياً لتدشين مشروع بكامله . إن ما استطاعت التكنولوجيا إحدائه - إزالة الحاجة إلى أصول مادية تجارية - كان يعني ، أنه مع وجود فكرة جيدة ، وقليل من رأس المال المغامر وبعض الموارد البشرية المأجورة (كل من السنم والأفراد) ، استطاعت دوائر الأعمال أن توليد بسرعة . أصبحت الاقتصاديات الرأسمالية حول العالم مفتونة بجنون بالفكرة الرومانسية التي تتمثل في الشبكة الدولية " الإنترنت " وسلاحها الخطير : " dot-com " ، ووجدت براعم الشركات نفسها في خضم أسواق الأوراق المالية العالمية ومؤسسوها وقد أصبحوا في نفس الوقت مليونيرات .

لقد كان الوضع مثالياً ، وكان أيضاً من غير المتوقع استمراره ، ولأن شركات إلكترونية e-Companies مثل Boo.com بدأت في الانحسار ، فإن المشروعات الاقتصادية الجديدة والتي واجهت حقائق اقتصادية تقليدية ، سرعان ما فقدت رونقها . اقترح كل من (2001) Young and Mclellan أن " سيول فشل dot-com الحديثة ، ترجع جزئياً إلى نقص البنية التحتية القوية لتدعيم حاجات e-Business " جزئياً ، نعم ؛ ولكن أكثر من أي شيء آخر ، هذه الانهيارات سببها في المقام الأول الفشل المكشوف على مستوى الأعمال التجارية التقليدية.

لقد بدأت هذه الفصل بعبارة ، " لا يوجد اقتصاد جديد " حالات فشل dot-com إثبات لذلك . بدون شك ، لقد استمر بقاء الأنماط التقليدية من

ترتيب اقتراح القيمة وتقسيمات الهدف ، التوسع الخاضع للتحكم ، التركيز على التسويق المتميز ، استخدام برامج تخطيط التكنولوجيا الخاضعة للرقابة، استغلال ظروف السوق " (Arjona and Agrawal, 2000) وتظل باقية. عندما تموت dot-com ، فإنه بالتأكيد تقريباً بسبب الممارسات التقليدية ، وليس التكنولوجيا ، تلك المجالات التي ، عند ارتكاب أخطاء جسيمة سوف تقتل أية دائرة عمل .

أحد أمثلة " الاقتصاد الجديد " النموجية ، يتمثل في أماكن السوق الإلكترونية e-marketplace . تبادل فعلي يحدث من خلال منظمة للتنسيق التي توفر تكنولوجيا التبادل التجاري الإلكتروني e-trading . الفكرة هنا تشبه إلى حد ما مول (mall) التسوق . يزور المستهلك أماكن السوق الإلكترونية ، انطلاقاً من معرفة أن أي شيء يسعى إليه سوف يجده هناك . " تحت سقف واحد " كما هو مألوف . لقد انهار الكثير من هذه المبادرات ، وكما يفترض (Berryman and Heck (2001) ، أحد الأسباب الأساسية تمثل في الفشل في توليد حجم كاف للبقاء . وفي الواقع يفترض المؤلفان أيضاً أن أنواع أحجام التبادل التجاري المطلوبة للبقاء يمكن بسهولة توليدها بواسطة شركات كبيرة ، مستقرة ، ومستقلة ، استناداً إلى وجودها التقليدي في السوق : " منظمات الطوب والمونة " الأكثر دلالة بالنسبة لتعريفنا الذي يتناول e-Business أن المؤلفين يقدمان أيضاً أن التجمع في أماكن السوق " عليه أن يركز على تحسين عمليات دائرة العمل من أجل تدفق الكثير من القيم الإضافية " .

بهذا النوع من المناقشة ، سوف اقترح أنه من الخطأ أن يوجه اللوم إلى التكنولوجيا من أجل فشل الكثير من المشروعات . إن ما تؤكد مثل هذه الانهيارات ، الحاجة إلى التأكيد بأنه بالإضافة إلى الحصول على التكنولوجيا

الصحيحة ، اقتراح دائرة العمل سليم ، وأن التبادل التجاري يقوم على الممارسة الأفضل والصلبة لتطبيق العملية .

افتترضت البحوث التي أجراها (Harris Interactive 2001) أن " الوعي بالعلاقة التجارية هو العامل المحفز من أجل شراء العملاء عبر الخط الإلكتروني online " ، وأن 25 في المائة من مستهلكي التجارة الإلكترونية كانوا محفزين بوجود المتجر التقليدي . بالنسبة لبراعم dot-com من الشركات وصراعاتها مقابل شركات (الطوب والمونة) المستقرة ، من الواضح أن هذه قضية . ومع ذلك ، افتراض البحث أيضاً ، أن 28 في المائة قائمين على مواقع web وجدوا من خلال بوابات المدخلات والمخرجات Portals أو آلات البحث . كل من هذه عبارة عن مجالات حيث التطبيق الملائم للتكنولوجيا ، وتدعياً لعمليات دائرة العمل ذات مستوى عال ، يمكن أن يكون لها تأثير ملحوظ . على سبيل المثال ، عندما تجد متجر مسجل على الانترنت والذي :

(أ) يمكنك من الحصول على ما تسعى إليه بالضبط .

(ب) أسعاره تنافسية .

(جـ) يجعل تعاملاتك سهلة ، آمنة مالياً، وسريعة بصورة معقولة .

وحينئذ عندما يوفر لك بضاعتك وتتسلمها بإسلوب قابل للاعتماد عليه، لماذا يمكن أن تذهب إلى مكان آخر ؟

سوف أناقش بأن أهداف e-Business هي بالضبط نفس تلك

الأهداف الخاصة بأية دائرة عمل تجارية تقليدية؛ وتحديداً ، تحقيق الأرباح .

لا يوجد اقتصاد جديد . بالنسبة للنطاق ، نجد أن e-Business تدور حول

العملية أكثر منها حول التكنولوجيا . بالنسبة لمدير IT ، تمثل الصورة

الجانبية الأخيرة ، كلاً من التغيير الحقيقي من الدور التقليدي داخل المنظمة ،

وأيضاً ، التحدي الكبير في الطريقة التي تسلم بها التكنولوجيا لتدعيم المشروع .

الرحلة المستمرة

The Continuing Journey

عند العودة إلى التناظر مع الثورة ، قد افترضنا بالفعل أن الواقعة الحساسة من منظور e-Business كانت ابتكار الانترنت ، وشبكة المعلومات على مستوى العالم (world wide web) . عند دراسة هذا التحول التاريخي من المنظور التكنولوجي ، قد تبدو الأيام الأولى لتبادل البيانات إلكترونيًا EDI طريقاً طويلاً ، ولكن ، من زوايا كثيرة ، نجد أن نفس المبادئ الأساسية التي كانت تحفز حينئذ قد تبرهن على أنها القاعدة الصلبة التي ترتكز عليها نجاح e-Business في السنوات القادمة !

لإشعال فتيل الثورة ، توجد حاجات يلزم أن تكون متقدمة الصفوف في كثير من المجالات المتوازية ، وليست e-Business مختلفة كثيراً . خذ على سبيل المثال التأثير على استعادة التوازن بعد الكارثة . كما يشير (2001) Scott and Witty ، لقد تحركت هذه خطوات إلى الأمام . أولاً ، في بداية التسعينات (1990) تشكلت استعادة التوازن بعد الكارثة من تدعيم backing – up تطبيقات دائرة العمل الجوهريّة . خلال سنوات قليلة ، أضيف إلى هذا المنهج إدراك أن هناك أشياء أخرى كانت حساسة أيضاً ، مثل الأفراد الذين استفادوا بالتطبيقات ، وامتلاكهم مواقع بديلة استطاعوا من خلالها القيام بذلك . في نهاية العقد ، حدث تسريع نتيجة الخوف على موضوعات التناغم خلال عام 2000 ، تزايد هذا العمق التخطيطي بصورة

لافتة . عندما تحركت e-Business إلى الأمام ، وإلى خارج الأسوار حيث العلاقات والعمليات الخارجية . سوف تتطلب استعادة التوازن بعد الكارثة خطوة أخرى في اتجاه التغيير .

ومع ذلك ، عموماً ، قد نجادل بأن التحرك في اتجاه e-Business قد تقدم ، تكنولوجيا على الأقل من EDI خلال ما يمكن اعتباره الآن نظاماً غير ناضجة تقوم على مواقع web ، مع ذلك العالم الرقمي الذي يبدو دائم الحضور في الأفق الآن .

ومن ثم ، إلى أين نحن ذاهبون بالضبط ؟ ما هي حالات التقدم الأكثر عمقاً التي سوف تحدث في التكنولوجيا لكي تسمح بتطوير e-Business في المستقبل ؟ الاثنان الأكثر وضوحاً ، والأكثر استخداماً على نطاق واسع ، مكونات الاتصال ، في طريقها الفعلي إلى رؤية إمكانياتها في مجال e-Business ثم تخطيطها : التليفون الجوال والتليفزيون . ما نسبة عدد البيوت في بريطانيا - على سبيل المثال - التي ليس لديها على الأقل أحد هذه الأجهزة ؟ كم فرد من 60 مليون بريطاني لم يتعامل مع أحد هذه الأجهزة على أساس يومي ؟ سهولة الوصول إلى الانترنت عبر هذه البنود الاستهلاكية العامة تحدث توسعاً في مقدره شركات B2C ، لم تعد هناك حاجة لأن يمتلك عملاء مثل هذه الشركات أجهزة PC .

يمثل الانفجار القريب ، ليس فقط تغييراً في وسائل الاتصال المتاحة ، ولكن أيضاً فرصة هائلة أمام e-Business . ومع ذلك الاستغلال البسيط للتكنولوجيا سوف يكون غير كاف لتوصيل فوائد تجارية حقيقية بدون تبني كلاً من الأنظمة والعمليات لكي تتفق مع طريقة الاتصال . المثال البسيط : لتدرس الانترنت في شركة لحجز تذاكر السفر . يحتمل أن يكون موقعها حافلاً بمهمة الوظيفة التحتية ، مليء بالصور والخرائط ، ومع توصيلات

معقدة بجدول التوقيت والمواد المرتبطة الأخرى . كيف يمكن ترجمة هذا إلى التليفون الجوال ؟ لا يمكن . سوف يكون مطلوباً ، ليس فقط أجهزة ربط مع كل العملاء الجدد ، ولكن من المحتمل تماماً أن هذه سوف تحتاج إلى التدعيم من خلال عمليات جديدة أيضاً .

بالنسبة لمدير IT الذي يعمل في حقل B2C ، فإن مبادرات e-Business المستقبلية القائمة على هذه البرامج التخطيطية العامة سوف تقدم تحديات إلى نماذج دوائر الأعمال القائمة . على سبيل المثال ، جاري بالفعل تبني الأفراد إمكانيات الإعلان التفاعلي . عندما تتجول خلال " مول " للتسوق فإن الأجهزة المركبة هناك ، ليس فقط بأنك تقترب من منشآت المتاجر المختلفة ، ولكن بأنك معروف بصفتك أحد الشركاء الخارجيين . في نفس الوقت ، قد أرسل إليك خدمة رسالة قصيرة Short Message Service (SMS) أو مكالمة تليفونية سابقة التسجيل تنبهك للعروض الموجودة داخل المبنى (Mall) ولأن النظام المضيف على واعي بعاداتك الشرائية ، فإن هذا المنهج الشخصي السابق يمكن أيضاً إعداده طبقاً لنوع الأشياء التي سبق لك شراؤها في الماضي .

إذا كان هذا النوع من المقطرة وتعقيد النظم يبدو متقدماً ، حينئذ لنفكر في فرص عمليات تشغيل B2B . سوف تمتد e-Business إلى أبعد من مشاركة البيانات بين الأطراف الشركاء مثل الكتالوجات الإلكترونية-on-line . سوف تظهر بدون شك نماذج جديدة ، والتي سوف ترى التوسع في سلسلة التوريد إلى عملية واحدة متماسكة عبر منظمات عديدة مستقلة . لدينا الآن بالفعل مثال لهذا النوع القائم على تبني EDI.

لنفرض أن عميلنا الذي دخل " Mall " المجهز إلكترونياً ، واشترى شيئاً ما استجابة لإغراء ديناميكي . يتم تحديث رصيد العميل آلياً داخل

النظام الإلكتروني القائم ، ويصدر أمر بتعديل المخزون بحيث يضاف إليه ما يقابل مشتريات العميل . ومع ذلك ، يحرك هذا جهاز إنذار انخفاض رصيد المادة المباعة . عندما يتم اكتشاف أن طلب الشراء هذا دفع مستوى المواد الخام لدي المنتج تحت عتبه الأمان ، فإن الطرف الثالث المورد ، مرة أخرى من خلال نوع ما من مجتمع شبكة العمل هذه يوفر تسليم جديد من نفس المواد الخام . وكل هذا بسبب خدمة رسالة قصيرة واحدة SMS !

هذه أنواع التحديات التي سيواجهها كل من دائرة العمل ومدير IT في المستقبل القريب . يتناول الفصل القادم تطبيقات e-Business بالنسبة لموضوعات النظم العامة ، وأيضاً من منظور التوقعات الخارجية (خارج الأسواق) . إذا كان تأكيدنا صحيحاً ، وبالتحديد ، أن e-Business الناجحة ، سوف تكون مدفوعة (محفزة) بالعملية أولاً ، والتكنولوجيا ثانياً ، حينئذ ، من المهم جداً أن يفهم مدير IT هذه الضغوط . في حالة إذا فشل في إدراك ذلك ، فإن دور مدير IT سوف يكون في طريقة إلى التغيير .