

المحور الثاني: دور مدير الأعمال (manager) في تبني وإرساء الإدارة الإلكترونية للأعمال

مقدمة:

يشهد عالم الأعمال تحولاً رقمياً هائلاً، حيث أصبحت التكنولوجيا الرقمية جزءاً لا يتجزأ من كل جوانب الحياة العملية. وفي هذا السياق، يتحمل مديرو الأعمال مسؤولية كبيرة في قيادة هذا التحول وتبني الإدارة الإلكترونية كأداة أساسية لتحقيق النمو والتنافسية.

أولاً- ما هي الإدارة الإلكترونية؟ ومن هو مدير الأعمال؟

1- ما هي الإدارة الإلكترونية؟

الإدارة الإلكترونية هي تطبيق التقنيات الرقمية في جميع جوانب إدارة الأعمال. بدءاً من العمليات الداخلية وحتى التفاعل مع العملاء والموردين. تشمل الإدارة الإلكترونية مجموعة واسعة من الأدوات والتطبيقات، مثل:

- نظم إدارة علاقات العملاء (CRM): لتسهيل التواصل مع العملاء وإدارة تفاعلاتهم.
- نظم إدارة سلسلة التوريد (SCM): لتحسين إدارة تدفق المنتجات والخدمات.
- نظم إدارة الموارد البشرية (HRM): لأتمتة العمليات المتعلقة بالموارد البشرية.
- التجارة الإلكترونية: للبيع والشراء عبر الإنترنت.
- التسويق الرقمي: للترويج للمنتجات والخدمات عبر الإنترنت.
- التحليلات الضخمة: لتحليل البيانات واتخاذ قرارات أفضل.

2- من هو مدير الأعمال؟

مدير الأعمال هو القائد المسؤول عن إدارة جميع جوانب العمل. مهمته الأساسية هي تحقيق أهداف الشركة من خلال التخطيط والتنظيم والقيادة والمراقبة. يتميز بمهارات قيادية قوية واتصال فعال وحل المشكلات. يتخذ قرارات حاسمة ويبني علاقات قوية مع مختلف الأطراف. هناك أنواع عديدة من المدراء، ولكل منهم دور محدد في الشركة. بشكل عام، مدير الأعمال هو العمود الفقري لأي منظمة ومسؤول عن نجاحها.

ثانياً- دور مدير الأعمال في تبني الإدارة الإلكترونية:

يلعب مدير الأعمال دوراً حاسماً في نجاح عملية التحول الرقمي، ويتمثل دوره في عدة جوانب:

1- الرؤية والاستراتيجية:

- وضع رؤية واضحة لأهداف الشركة الرقمية.
- تطوير استراتيجية شاملة للانتقال إلى الإدارة الإلكترونية.

- تحديد التقنيات والأدوات المناسبة لتحقيق الأهداف.

2- القيادة والتوجيه:

- إلهام الموظفين وتشجيعهم على تبني التغيير.
- توفير الدعم والتوجيه اللازمين لفريق العمل.
- بناء ثقافة تنظيمية داعمة للابتكار والتحول الرقمي.

3- التخطيط والتسويق:

- وضع خطط تنفيذية واضحة ومفصلة.
- تحديد الميزانيات اللازمة للاستثمار في التكنولوجيا والبنية التحتية.
- التسويق للمنتجات والخدمات الجديدة التي تم تطويرها.

4- التعاون مع الشركاء:

- بناء شراكات استراتيجية مع مزودي الحلول التكنولوجية.
- التعاون مع الشركات الأخرى في القطاع لتطوير معايير مشتركة.

5- التدريب والتطوير:

- توفير التدريب اللازم للموظفين على استخدام التقنيات الجديدة.
- تطوير مهارات الموظفين في مجال التحليل والتفكير النقدي.

ثالثاً- أمثلة على تطبيق الإدارة الإلكترونية

- شركة تجارة إلكترونية: تستخدم منصات التجارة الإلكترونية لإدارة المخزون، وتلقي الطلبات، ومعالجة الدفعات، وتقديم خدمة العملاء.
- شركة تصنيع: تستخدم أنظمة إدارة سلسلة التوريد لتخطيط الإنتاج، وتتبع المواد الخام، وإدارة المخزون.
- شركة خدمات: تستخدم أنظمة إدارة علاقات العملاء لتسجيل الشكاوى، وتقديم الدعم الفني، وتحسين تجربة العملاء.

رابعاً- فوائد الإدارة الإلكترونية

- زيادة الكفاءة: أتمتة العمليات وتقليل الأخطاء البشرية.
- تحسين الإنتاجية: الاستفادة من البيانات لتحسين القرارات.
- تعزيز التعاون: تسهيل التواصل والتعاون بين الموظفين.

مادة: إدارة المشاريع الإلكترونية إعداد وتقديم: الدكتور بوالريحان فاروق

- تحسين خدمة العملاء: توفير تجربة عملاء أفضل وأسرع.
- الوصول إلى أسواق جديدة: التوسع في الأسواق العالمية.
- الابتكار: تطوير منتجات وخدمات جديدة.

خامساً- التحديات التي تواجه الإدارة الإلكترونية

- التكلفة: الاستثمار في التكنولوجيا والبنية التحتية.
- الأمن السيبراني: حماية البيانات من الاختراقات.
- المقاومة للتغيير: تغيير عادات وسلوكيات الموظفين.
- نقص المهارات: عدم وجود الكفاءات اللازمة.

خاتمة:

تلعب الإدارة الإلكترونية دوراً حيوياً في نجاح الشركات في العصر الرقمي. ويتحمل مدير الأعمال مسؤولية كبيرة في قيادة هذا التحول. من خلال وضع رؤية واضحة، والتخطيط الاستراتيجي، والقيادة الفعالة، يمكن للمديرين تحقيق أقصى استفادة من الإدارة الإلكترونية وتحقيق النمو المستدام.

اسمح الكود لتحميل المحاضرة

