# الموضوع (5): استخدام التكنولوجيا في المؤسسات الصغيرة

الأهداف التدريبية

سيتمكن المتعلمون في نهاية دراسة هذا الموضوع وتطبيق أنشطته من:

* + تحديد مفهوم التكنولوجيا اللازمة لمؤسسات الأعمال وأهميتها.
	+ تحديد المعايير التي ينبغي مراعاتها عند اختيار التكنولوجيا المناسبة.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Handout | بيان معلومات (1) | الوحدة (7): الموضوع (5) |

التكنولوجيا في خدمة المؤسسات الصغيرة

تحدث التكنولوجيا تغيّراً مستمرّاً في طلبات الزبائن. وتلجأ المؤسسات إلى استخدام تكنولوجيا حديثة لإنتاج مُنتجات وخدمات جديدة. وينبغي أن يدرك الرياديون أنّه من شأن اعتماد التطوّرات التكنولوجيّة الحديثة مثل الانترنت والهواتف الخليوية، أن يزيد من تبادل المعلومات، وقد يكون لها تأثيرا على تشغيل مؤسساتهم. وقد لا يعي الرياديون طبيعة وتأثير الابتكارات التكنولوجية الجديدة، ولكن يتعيّن عليهم أن يُحاولوا تحديد التطوّرات التقنيّة التي من المُحتمل أن تؤثّر بشكلٍ كبيرٍ على تشغيل مؤسساتهم. وعليه، تسترعي التكنولوجيا التي تساهم في زيادة الكفاءة وخفض الكلفة اهتمام المؤسسات. وتتوافر بعض التكنولوجيات، مثل لمبات توفير الطاقة أو مواد العزل المحسّنة، التي يسهل اعتمادها ووصول المؤسسات الصغيرة إليها.

تتّميّز المؤسسات الصغيرة بالمرونة، وبقدرتها على ابتكار مُنتجات جديدة وإدخالها إلى الأسواق. لكنّها من جهة أخرى، قد لا تتمتّع بالخبرة أو الوقت أو رأس المال، لتطوير منتجٍ جديدٍ وتسويقه. وينبغي أن تكون المؤسسة الصغيرة واقعيّة في حكمها على الطلب على مُنتج جديد، والنواحي الماليّة لتطوير سوقٍ جديدة، والوقت اللازم لإدخال تكنولوجيا جديدة.

وبالتخطيط والتنبؤ، قد يكون من المُمكن توقّع بعض التغييرات التكنولوجيّة التي قد تؤثّر على بيع المُنتجات الموجودة، وعلى القدرة على تطوير منتجاتٍ جديدة. ويستلزم شراء التكنولوجيا الجديدة مثل أجهزة الحاسوب، التزاماً طويل الأمد من حيث الموارد التي لا تتوفّر لدى معظم المؤسسات الصغيرة. ونظراً للمشاكل التشغيليّة اليوميّة التي يواجهها الرياديون، لا يتوفّر لديهم سوى القليل من الوقت للقيام بالتخطيط على المدى البعيد، بالرغم من أنّ التكنولوجيا الجديدة قد تؤثر بشكلٍ كبيرٍ على مؤسساتهم في المستقبل.

وفي المناطق التي يميل فيها العملاء والزبائن إلى اقتناء أجهزة كمبيوتر، أو في حال كنت تبيع في منطقة جغرافية كبيرة، قد يكون التسويق عبر الإنترنت وسيلة لجذب العملاء والزبائن الذين لا يرغبون في التنقل، أو الذين لا يملكون الوقت من أجل الذهاب إلى متاجر التجزئة. وعليه، قد تكون المبيعات عبر الإنترنت مقاربة مهمة للتوزيع.

على ضوء ما تقدّم، تتمتع التجارة الإلكترونية، أي العمليات التجارية عبر الإنترنت بمنافع بالنسبة إلى العملاء والمؤسسات بما فيها السهولة، والتوفير، والقدرة على الاختيار، والخدمات المفصلة على قياس الفرد والمعلومات.[[1]](#footnote-1)

ويتعيّن على الشركات الأصغر حجماً أن تعمل على تطوير المُنتجات والأسواق في المجالات التي يكون لديها فرصٌ للنجاح والتنافس فيها. ونظراً لنقص الموارد الماليّة لدى هذه الشركات، ينبغي أن يتمكّن الرياديون من التفاعل بسرعة مع التغيُّرات في السوق، وأن يعيروا اهتماماً لحاجات زبائنهم المستقبلية.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Worksheet | ورقة عمل (1) | الوحدة (7): الموضوع (5) |

معايير اختيار التكنولوجيا المناسبة

يتحدد مدى ملاءمة التكنولوجيا للاستخدام في المؤسسة الصغيرة بناء على عدد من المعايير. اشرح، فيما يتعلّق بالخصائص السبع الآتية، كيف يُمكن أن يزيد استخدام نظام محاسبي محوسب من فعاليّة وكفاءة شركة محاسبة تخدم (60) مؤسسة محلية.

1. **البساطة(Simple) :** لكي تكون التكنولوجيا مناسبةً ينبغي أن تكون سهلة التشغيل. ويجب أن يتمكّن من يستخدم هذه التكنولوجيا من تطبيقها دون مواجهة أيّة مشاكل.

1. **الفاعلية(Effectiveness) :** تُقاس فاعلية التكنولوجيا بمدى تلبيتها لأهداف المُستخدم.

1. **التوفّر(Availability) :** قد تكون بعض التكنولوجيا مناسبةً لغايات محدّدة، لكنها ليست متوفّرة محلياً. فعلى سبيل المثال، قد تكون تكنولوجيا المعلومات الأكثر مناسبة لبعض المهام، لكنها قد لا تكون متوفّرةً محلياً.

1. **المرونة(Flexibility) :** مع تغيّر الزمن، تختلف المتطلّبات التكنولوجية. لذا ينبغي أن تكون التكنولوجيا المناسبة مرنةً بما فيه الكفاية، للتكيّف مع الأزمنة المتغيّرة في المستقبل.

1. **الاستدامة(Durable) :** تتطلّب التكنولوجيا المُستدامة قدراً أقل من الصيانة والتصليحات.

1. **الكفاءة(Efficiency) :** يجب أن تكون التكنولوجيا فاعلة في استخدامها للموارد.

1. **الفاعلية من حيث الكلفة(Cost effectiveness) :** ينبغي تبرير كلفة التكنولوجيا بنسبة الأرباح التي تحقّقها. وينبغي أن تفوق الأرباح الإجماليّة كلفة التكنولوجيا.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Transp | معين تدريبي (1) | الوحدة (7): الموضوع (5) |
| أسئلة بشأن التكنولوجيا |

1. كيف سيزيد اعتماد تكنولوجيا جديدة من حصة المؤسسة في السوق؟
2. كيف ستؤثّر التكنولوجيا على أرباح المؤسسات على المدى القصير والبعيد؟
3. هل تم إجراء دراسة للسوق لتحديد الطلب على المُنتج الجديد؟
4. إذا تمّ اعتماد هذه التكنولوجيا لإنتاج مُنتجٍ جديدٍ، كم من الوقت سيتطلّب تقبُّل الزبائن لها؟
5. هل يتوفّر الموظفون والمواد ورأس المال لإنتاج المُنتج الجديد وتسويقه؟
6. هل يتمتّع الريادي بقدرٍ كافٍ من المعرفة والخبرة لإدخال التكنولوجيا الجديدة إلى المؤسسة؟
7. كيف ستؤثّر التكنولوجيا الجديدة على حجم المؤسسة والتشغيل الحالي لها؟
8. كيف سيتفاعل المنافسون إزاء إدخال التكنولوجيا الجديدة؟
9. كيف تساعد التكنولوجيا الريادي في توفير الوقت أو في القيام بعمله بكفاءة أكبر؟
10. كيف تساعد التكنولوجيا في التقليل من استخدام المواد الخام/ المدخلات والتقليل من الآثار السلبية على البيئة الطبيعية؟

#

1. فيليب كوثر، إدارة التسويق، منشورات الميللينيوم (2002) [↑](#footnote-ref-1)