

المحور الثالث : متطلبات وخطوات تطبيق التحول الرقمي

لقد أصبح التحول نحو الاقتصاد الرقمي ضرورة ملحة تفرض نفسها، ونقصد بذلك بناء نموذج عمل جديد قائم على استعمال التقنيات الرقمية في ابتكار منتجات وخدمات جديدة وطرق توزيعها والتوجيه والتركيز نحو العميل أو المستخدم وكذا دمج التقنيات الرقمية في عالم الأعمال وتغيير الجذري والكلبي في طريقة تقديم القيمة للمستخدم النهائي، كما يعتبر التحول الرقمي تغيير ثقافة للمنظمات لا بد عليها التأقلم معه.

أولاً: المتطلبات المعتمدة في تطبيق التحول الرقمي

التحول الرقمي ليس مجرد تبني أدوات تقنية جديدة، بل هو رحلة و مجموعة من العناصر، والتي تهدف إلى إعادة تشكيل طريقة عمل المؤسسات وتقديم القيمة للعملاء، كما يتطلب التحول الرقمي نهجاً متعدد الأوجه يشمل المهارات المختلفة والتغييرات الهيكلية والتحول الثقافي داخل المنظمات ولا ينطوي تحقيق التحول الرقمي الناجح على اعتماد التقنيات الجديدة فحسب، بل يشمل أيضاً تطوير الكفاءات والأطر التي تدعم هذا الانتقال.

ولعل أبرز مكوناته الرئيسية التي تشكل أساس هذا التحول؛ نوجزها: (Laurens، 2019)

1) المهارات و الكفاءات :

*المهارات التقنية: تعد الكفاءة في مجالات مثل الحوسبة السحابية وأتمتة العمليات الروبوتية والأمن السيبراني أمراً ضرورياً؛

*مهارات الإدارة: تعد إدارة البرامج الرشيقة والتواصل الفعال أمراً بالغ الأهمية للتغلب على تعقيدات المبادرات الرقمية؛

*الكفاءة الثقافية: يجب على المنظمات تعزيز الثقافة الرقمية التي تشجع الابتكار والقدرة على التكيف.

2) المتطلبات الهيكلية :

*البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات: تعدّ وسائل تكنولوجيا المعلومات القوي والقابل للتكيف ضرورياً لدعم المبادرات

الرقمية؛

*الرشاقة التنظيمية: يجب تصميم الهياكل لتسهيل التغيير السريع والاستجابة لمتطلبات السوق.

3) أطر تحويل الأعمال الرقمية :

*تقييم الجاهزية والنضج: يجب على المؤسسات تقييم نضجها الرقمي الحالي لتحديد الثغرات ومجالات التحسين؛

*من المهم أيضاً إدراك أن التحول الرقمي يمكن أن يواجه مقاومة بسبب الثقافات التنظيمية الراسخة والأنظمة القديمة، ما

تتطلب مواجهة هذه التحديات استراتيجيات شاملة توازن بين التقدم التكنولوجي والتغييرات الثقافية والهيكلية.

ثانياً: ما هي خطوات ومراحل تطبيق التحول الرقمي؟

تتضمن مراحل التحول الرقمي سلسلة من الخطوات التي يمكن للمؤسسات اتخاذها للاستفادة من التقنيات والعمليات الرقمية لتحسين عملياتها، وتعزيز تجارب العملاء، والبقاء قادرة على المنافسة في العصر الرقمي. وقد تختلف الإجراءات المحددة بناءً على الصناعة والأهداف التنظيمية وطبيعة المبادرات الرقمية. التحول الرقمي هو عملية مستمرة، ويجب أن تكون المؤسسات رشيقة في التكيف مع التقنيات الجديدة وتغييرات السوق. (حسين مصيلحي، 2021، الصفحات 48-52)

لتطبيق التحول الرقمي في المؤسسات، هناك عدة مراحل للتحول الرقمي التي يجب الإلتزام بها للحصول على النتيجة المطلوبة، وهي كما يلي: (January 2022، Yasaman Javadi)

المرحلة الأولى: تحليل الوضع الحالي ووضع الرؤية والأهداف

قيمة البنية التحتية الحالية والتقنيات المستخدمة، من تقييم مستوى تفاعل العملاء مع الشركة وتحديد نقاط القوة والضعف في التكنولوجيا والعمليات وبعدها وضع رؤية واضحة لمستقبل الشركة الرقمي، وتحديد الأهداف التي ترغب الشركة في تحقيقها عبر التحول.

المرحلة الثانية: التخطيط

من الضروري قبل تطبيق التحول الرقمي عمل تقييم لنقاط القوة والضعف في الشركة، وذلك من أجل استغلال الفرص كما يجب عمل دراسة لفهم السوق ومدى تأثير التحول الرقمي على المنتج أو الخدمة النهائية المقدمة للعميل، بالإضافة إلى وضع أهداف التحول الرقمي قبل البدء في تطبيق التحول الرقمي، ولكن بشرط أن تكون قابلة للقياس، وكذلك ضمان تجربة مميزة للعملاء تناسب متطلباتهم المتغيرة.

المرحلة الثالثة: التنفيذ

ولتنفيذ التحول الرقمي يجب تطوير استراتيجيات تحول رقمي التي تحدد مسار الشركة، والعمل على أتمتة العمليات كما يجب التأكد أن جميع العاملين بالمؤسسة على دراية كاملة بجميع جوانب التقنيات الرقمية، و التأكد من تحسين سياق العمل، وذلك عن طريق إشراك المستخدمين في حل المشكلات التي تواجههم.

المرحلة الرابعة: مواجهة التحديات

ولضمان نجاح التحول الرقمي يجب مواجهة التحديات المتوقعة والتكيف معها، وكذلك تعلم كيفية التغلب عليها، والحد من المخاطر المتوقعة. ولهذا يجب اختيار الأدوات والأنظمة الداخلية وتطويرها للوصول إلى كفاءة أعلى و مع ضرورة مشاركة جميع القائمين على العمل في المؤسسة وجعلهم على اطلاع دائم بجميع جوانب العملية، وعلاج المشكلات التي تظهر فوراً.

المرحلة الخامسة: قياس النتائج

يجب قياس أهداف الاستراتيجية الخاصة بالمؤسسة، وذلك للتأكد من مدى نجاح مبادرة التحول الرقمي، ومن العوامل المهمة التي يجب قياسها ما يلي: عائد الاستثمار الرقمي؛ إنتاجية الموظفين؛ الأداء؛ تجربة العملاء.