

دراسة سيرورة عملية إنشاء القيمة ونموذج الأعمال في شركة " Apple "	العمل الشخصي الأول
<ul style="list-style-type: none"> ○ تحليل كيفية تحقق القيمة من الابتكار إلى ما بعد البيع؛ ○ تفسير العلاقة بين نموذج الأعمال وآلية تحقيق الإيرادات في Apple؛ ○ تحديد دور النظام البيئي الرقمي (Ecosystem) في تعزيز ولاء الزبائن؛ ○ توظيف نموذج سلسلة القيمة في تحليل أنشطة الشركة؛ ○ تقييم الميزة التنافسية المستدامة لشركة Apple باستخدام نموذج VRIO؛ ○ تطوير القدرة على صياغة تحليل أكاديمي مبني على مفاهيم الإدارة الاستراتيجية؛ ○ ربط المفاهيم النظرية بحالة تطبيقية واقعية. 	<h3>الأهداف</h3>

الموضوع: أثبتت شركة " Apple " على المستوى الاستراتيجي أنها تمثل نموذجا عالميا رائدا في خلق القيمة، لأنها توصلت إلى بناء منظومة متكاملة تجعل القيمة تتولد باستمرار عبر عدة مستويات مترابطة، ولم تكن تلك المنظومة وليدة خطوة واحدة، بل سيرورة متكاملة تشمل:

• **الابتكار المتمركز حول المستخدم:** تطور منتجات تنطلق من تجربة المستخدم وليس من المواصفات التقنية فقط، مما يخلق: سهولة الاستخدام التميز في القيمة الاستعمالية، ارتفاع الولاء،....

• **التكامل بين العنود والبرمجيات:** يعني لم تكنف يانتاج الأجهزة فحسب، بل قامت بإعداد نظام تشغيل خاص بها (iOS, mac OS) بالنسبة للهاتف النقال أو للحاسوب عكس بقية الشركات المنتجة للهواتف النقالة التي تتفق أغلبها على استخدام نظام "Android" مما يجعل ميزة التكامل بارزة ويعزز التميز، والتحكم في التكاليف، إضافة إلى المتجر الرقمي والخدمات الرقمية مثل خدمة تخزين سحابي وخدمات سحابية رقمية " iCloud ".

• **إنشاء قيمة قوية للزبون:** تظهر من خلال الولاء للعلامة التجارية بغض النظر، والتي تعتبر قيمة عاطفية أكثر منها تقنية استعمالية لأنها تعكس المكانة الاجتماعية، الحدأة الرقي والتقدم، والتي تؤدي إلى تحولها إلى قيمة نفسية، أي الشعور بالرضى على المنتجات وارتفاع معدل الولاء.

هذه العوامل وغيرها اعتمدت عليها الشركة في إنشاء القيمة مجتمعة، أي لم تركز على عنصر واحد، بل اعتمدت نظام بيئي مغلق على عكس Huawei، Samsung، وهذا ما يجعلها لا تنافس فقط في المنتج، بل في منظومة قيمة كاملة، وهو الفرق الجوهرى بينها وبين معظم المنافسين الذين يركزون على عنصر أو بعض العناصر.

من هنا يتضح أن " Apple " نجحت في بناء نموذج أعمال فريد يركز على الابتكار، التكامل، وتجربة المستخدم، وهو نظام متكامل يمكن تلخيص نموذجه في المعادلة التالية:

قيمة مستمرة طويلة المدى = الابتكار + التصميم + التكنولوجيا + العلامة التجارية + النظام البيئي

المطلوب: تحليل كيفية خلق القيمة للشركة وبناء نموذج عمل لتحقيقها مع توسيع الفكرة باستخدام مراجع رصينة، وتقديم تحليل متكامل بالمقارنة بين المنافسين يتضمن العناصر التالية:

1. تقديم بطاقة تعريفية للشركة محل الدراسة من ناحية: الموقع، النشاط، الرسالة، الرؤية، المنتجات، الأهداف الاستراتيجية، الخ؛
2. استنتاج أنواع القيمة المحققة، أي توضيح كل نوع من الأنواع التي درستها في المحاضرة بالنسبة للشركة وآليات تحقيقها؛
3. تحديد العوامل الأساسية والمميزة التي ركزت عليها الشركة في تحقيق القيمة للزبون؛
4. تشخيص وتحليل المحيط الداخلي والخارجي للشركة (نموذج SWOT)؛
5. تحديد استراتيجية التنافس المناسبة المعتمدة في خلق وتعظيم قيمة الشركة، واستنتاج سلسلة القيمة؛
6. تحليل الوضع التنافسي للشركة باستخدام نموذج القوى التنافسية لـ " Porter "؛
7. تحليل النظام البيئي ومدى استدامة القيمة للشركة باستخدام نموذج " VRIO "؛
8. توضيح وتبيان مدى توجه الشركة محل الدراسة نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في خلق وتعظيم القيمة؛
9. تقديم استنتاجاتك حول مدى تفوق الشركة في إنشاء وتعظيم القيمة وبناء نموذج عمل لتحقيقها.