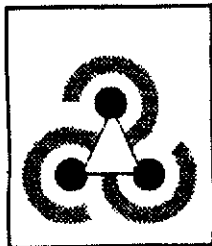




احمد تابنده



ویژگیهای شرکت مجازی

یک شرکت واقعی به طور معمول چه ویژگیهایی دارد؟ شرکت واقعی دارای چیزهایی از قبیل اهداف، استراتژی، کارکنان، مدیریت، عملیات و تولیدات یا خدماتی است که در یک یا چند نقطه فیزیکی متمرکز شده است.

شرکت مجازی عمده ویژگیهای شرکت واقعی را دارد اما با این تفاوت که:

● محل جغرافیایی خاصی ندارد و در واقع در کل جهان حضور فیزیکی دارد، یعنی بر روی اینترنت است؛

● تقریباً همه آن کسانی که امکان دسترسی به اینترنت را دارند می توانند آن را ببینند؛

● کارکنان آن می توانند با یکدیگر از راه دور در ارتباط باشند؛

● تعداد کارکنان آن می توانند متغیر باشند؛

● پایگاه اطلاعاتی آن می تواند متغیر یا متمرکز باشد؛

● عملیات تجاری آن می تواند طیف بسیار گسترده ای را پوشش دهد و اصولاً هرگونه نقل و انتقال مالی در آن به صورت الکترونیک صورت گیرد.

ویژگیهای فوق پنج خاصیت اساسی را برای شرکت مجازی در مقابل شرکت واقعی فراهم می آورد:

الف - سرعت بالاتر

ب - انعطاف فوق العاده

ج - کاهش هزینه

د - کاهش استفاده از کاغذ و دوباره کاری

ه - گسترش هرچه بیشتر ارتباطات

عدم نیاز به محل جغرافیایی باعث آن می شود تا هزینه تأسیسات، تجهیزات، و برخی مشکلات و مسائل انسانی از فهرست ملاحظات مدیریت شرکتها خارج شود. در رابطه با سایر موارد نیز می توان مزیت های مربوطه را برشمرد.

اکنون فرض کنید با یکی از دوستانتان تصمیم گرفته اید که یک شرکت مشاوره تحقیقاتی که خدمات را در زمینه سیستم ها ارائه می کند، دایر کنید. با توجه به مزیت های شرکت مجازی، سعی می کنید شرکت را به طور مجازی

پیش می روید:

● از آنجا که برای حل هر مسئله معمولاً چند متخصص مورد نیاز است، لذا از طریق پست الکترونیک CHAT، یا تله کنفرانس، مسئله مورد نظر را در میان می گذارید و سریعاً مشخص می کنید که آیا راه حل قابل تصویری برای مسئله وجود دارد یا خیر. در صورت مثبت بودن پاسخ، تقسیم کار می کنید و با مشاوره یا افراد صاحب صلاحیت موجود در پایگاه اطلاعاتی، یک سیستم مدیریت پروژه (برنامه ریزی، زمان بندی، تعیین هزینه، تخصیص منابع) را اجرا می کنید. مابقی کار را هم که خودتان می دانید: تماس با مشتری و تو خود حدیث مفصل بخوان از این مجمل.

حالا فرض کند چند کار تحقیقاتی انجام دادید. و نتیجه را به مشتری دادید. آیا دوست ندارید دیگران به کار شما جذب شوند؟ اگر این طور است، پس بهتر است چکیده مقالات و تحقیقات انجام شده را با اندکی جزئیات در پایگاه اینترنتی قرار دهید. این سرویس به عنوان جاذبه ای برای مشتریان است که هم از برخی اطلاعات استفاده کنند و هم از قابلیت شما اندکی آگاه شوند.

یک اصل را فراموش نکنید: مردم به دنبال دانش، آن هم از نوع مجانی آن هستند.

اما یک مسئله اساسی باقی می ماند، هزینه خدمات خود را چگونه دریافت می کنید؟ برای عملکرد موثر در این راه، یا مجبورید از طریق سنتی اقدام کنید که در این صورت بخشی از زحماتی که برای مجازی سازی شرکت کشیده اید به هدر می رود و در واقع شرکت شما نیمه مجازی می شود.

راه دیگر و بهتر هم این است که خودتان کارت اعتباری داشته باشید و ثانیاً عملیات خود را از طریق بانکداری الکترونیک که هنوز به طور کامل در این خطه دنیا معمول و مرسوم نشده انجام دهید. البته مراقب مسائل امنیتی نظیر مشخص شدن شماره کارت اعتباری بر روی اینترنت باشید. □

تأسیس کنید. سخت افزار مربوطه عبارتست از تجهیزات کامپیوتری، مودم و یک خط تلفن با امکان ارتباط با یک سرویس دهنده اینترنتی که حداقل ۲۰ مگابایت فضای وب در اختیار شما قرار دهد. اکنون وقت آن می رسد تا خودتان را با توجه به اهدافی که از قبل مشخص کرده اید به دنیا معرفی کنید. لازم است یک یا چند صفحه وب طراحی کنید. اما چه چیزی درون صفحات می نویسید. این مطلب هیچ فرقی با تهیه یک بروشور ندارد. هرچند که تکنیک آن متفاوت است، لیکن به لحاظ محتوا یکی است.

فرض کنید همه اهداف و تبلیقاتان را مطرح کردید و دیگران دیدند، اما اگر خواستند با شما تماس بگیرند چگونه باید این کار صورت گیرد؟ قبل از هر چیز لازم است قابلیت تحقیقاتی - مشاوره ای خود را به نمایش بگذارید، شما می توانید تعدادی متخصص را در دسترس خود داشته باشید (از طریق E-MAIL یا از طریق اتصال به صفحات اینترنتی آنها و یا حتی فاکس) تا درخواستهای مراجعه کنندگان را با آنها در میان بگذارید و جواب سوالات آنها را سریعاً و به طور مستقیم در اختیار منقاضی قرار دهید. راه بهتری هم وجود دارد، در صورتی که از قبل برنامه ریزی کرده باشید، اوقات آزاد متخصصان تحت دسترسی موجود در پایگاه اطلاعاتی خود را می دانید. بنابراین با دستورالعمل تقریبی زیر به