

کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات

(کسب و کار اینترنتی)

تألیف:

دکتر حبیب رودساز

(عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)

محمدرضا ظریفیان

(کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه علامه طباطبائی)

جعفر صوفی

(کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه علامه طباطبائی)





سرشناسه	رودساز، حبیب
عنوان و نام پدیدآور	کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات (کسب و کار اینترنتی) / تألیف: حبیب رودساز، محمدرضا ظریفیان، جعفر صوفی.
مشخصات نشر	تهران: دانش نگار، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	۲۴۸ ص.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۹۲۷-۸۲-۱
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
موضوع	بازرگانی الکترونیکی
موضوع	تکنولوژی پیشرفته -- صنعت و تجارت -- مدیریت
موضوع	کارآفرینی
شناسه افزوده	ظریفیان، محمدرضا، ۱۳۶۵ -
شناسه افزوده	صوفی، جعفر، ۱۳۵۹ -
رده بندی کنگره	HF۵۵۴۸/۳۲/۹۵۲ ۱۳۹۱
رده بندی دیویی	۶۵۸/۷۲
کتاب شناسی ملی	۲۸۹۸۰۹۳

فرهیخته گرامی:

کپی کردن و یا تهیه فایل های pdf از تمام و یا قسمتی از کتاب تفصیلاً آشکار حقوق مادی و معنوی ناشر و مولف است و انگیزه تألیف، ترجمه و نشر کتاب های جدید را در کشور از بین می برد. خواهشمند است در زمان خرید کتاب، از اصل بودن آن اطمینان حاصل نمایید.



کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات (کسب و کار اینترنتی)

تألیف: دکتر حبیب رودساز - محمدرضا ظریفیان - جعفر صوفی

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۱

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

چاپ و صحافی: فرنگار رنگ

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۹۲۷-۸۲-۱



9 789642 927821

تهران، انقلاب، خیابان منیری جاوید (اردیبهشت)، نیش وحید نظری، شماره ۱۴۲ - تلفکس: ۶۶۴۰۰۲۲۰ - ۶۶۴۰۰۱۴۴

این اثر مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر، نشر یا پخش یا عرضه کند تحت پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

فهرست مطالب

پیشگفتار ۱۱

فصل اول کارآفرینی و فناوری اطلاعات ۱۳

مقدمه	۱۳
تاریخچه و تعاریف کارآفرینی	۱۴
نوع‌شناسی کارآفرینی	۲۰
فرایند و عوامل مؤثر بر کارآفرینی	۲۴
ویژگی‌های افراد کارآفرین	۲۵
ویژگی‌های سازمان‌های کارآفرین	۲۸
نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی	۲۹
ویژگی‌های مؤثر فناوری اطلاعات در کارآفرینی	۳۰

فصل دوم اقتصاد دیجیتال ۳۳

مقدمه	۳۳
تعریف اقتصاد دیجیتال	۳۴
مؤلفه‌های اکوسیستم اقتصاد دیجیتالی	۳۴
مراحل شکل‌گیری اقتصاد دیجیتال	۳۵
رقابت در اقتصاد دیجیتال	۳۷
ویژگی‌های رقابت در اقتصاد دیجیتال	۳۸
اثرات اقتصاد دیجیتال	۴۰
مرکز ثقل اقتصاد دیجیتال	۴۰
انواع بانکداری الکترونیکی	۴۱
راه کارهای بسط و گسترش اقتصاد دیجیتال	۴۲

فصل سوم کسب و کار در محیط وب ۴۵

مقدمه	۴۵
کسب و کار چیست؟	۴۶
انواع کسب و کار	۴۸
اهمیت کسب و کار	۴۹
کسب و کار اینترنتی	۴۹
کسب و کار اینترنتی چیست؟	۵۰
انواع کسب و کارهای اینترنتی	۵۰
مزایا و ویژگی‌های کسب و کارهای اینترنتی	۵۱
مدل‌های کسب و کار اینترنتی	۵۲
مراحل ایجاد یک کسب و کار اینترنتی	۵۵

۵۵	طرح کسب و کار اینترنتی.....
۵۵	مراحل یک طرح کسب و کار اینترنتی.....
۶۱	فصل چهارم تجارت الکترونیک و مفاهیم آن.....
۶۱	مقدمه.....
۶۲	تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک.....
۶۲	مزیت‌های تجارت الکترونیک.....
۶۳	موانع به کارگیری تجارت الکترونیک.....
۶۳	دسته بندی‌های تجارت الکترونیک.....
۶۶	گسترش و رشد تجارت الکترونیک.....
۶۶	حواله وجه الکترونیکی (EFT).....
۶۶	تبادل الکترونیکی داده (EDI).....
۶۸	شکوفایی، نزول و تولد مجدد دات کام.....
۶۹	موج دوم تجارت الکترونیک.....
۷۱	عوامل موفقیت در تجارت الکترونیک.....
۷۳	نظریات تجارت الکترونیک.....
۷۵	مدل‌های کسب و کار، مدل‌های درآمدی و فرآیندهای کسب و کار.....
۷۵	تمرکز بر فرایندهای خاص کسب و کار.....
۷۶	نقش تجاری سازی.....
۷۶	تناسب کالا و خدمات با تجارت الکترونیک.....
۷۸	منافع حاصل از به کارگیری تجارت الکترونیک.....
۸۰	مشکلات پیش روی، در به کارگیری تجارت الکترونیک.....
۸۱	فشارهای اقتصادی و تجارت الکترونیک.....
۸۲	هزینه‌های تبادل.....
۸۳	بازارها و سلسله مراتب.....
۸۵	بکارگیری تجارت الکترونیک برای کاهش هزینه‌های تبادل.....
۸۵	ساختارهای اقتصاد شبکه‌ای.....
۸۶	تأثیرات شبکه‌ای.....
۸۷	به کارگیری تجارت الکترونیک برای ایجاد ارزش شبکه‌ای.....
۸۷	تشخیص فرصت‌های تجارت الکترونیک.....
۸۸	زنجیره‌های ارزش در واحدهای کسب و کار استراتژیک.....
۹۰	زنجیره‌های ارزش صنعت.....
۹۱	تحلیل SWOT: ارزشیابی فرصت‌های موجود در واحدهای کسب و کار.....
۹۲	ماهیت بین المللی تجارت الکترونیک.....
۹۷	فصل پنجم سازمان‌های مجازی و محیط‌های کاری نوین.....
۹۷	مقدمه.....

۹۷	اثرات اقتصادی فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی بر سازمانها
۹۸	ویژگی‌های سیستم‌های اطلاعاتی اثربخش
۹۹	سازمان مجازی چیست؟
۱۰۱	تفاوت سازمان مجازی و سازمان سنتی
۱۰۱	ویژگی‌های سازمانهای مجازی
۱۰۲	مزایا و محدودیت‌های سازمانهای مجازی
۱۰۳	رهبری در سازمانهای مجازی
۱۰۵	ساختار بهینه سازمان مجازی
۱۰۵	گام‌های لازم جهت ایجاد سازمان مجازی
۱۰۶	معیارهای بهینه سازی و اثربخشی مدیریت مجازی
۱۰۷	فصل ششم فروش در محیط وب
۱۰۷	مقدمه
۱۰۷	مدل‌های درآمدی کاتالوگ مبتنی بر وب
۱۱۰	مدل‌های درآمدی با محتوای دیجیتال
۱۱۰	مدل‌های درآمدی حمایت شده تبلیغاتی
۱۱۲	مدل درآمدی تبلیغات اشتراکی آمیخته
۱۱۲	مدل‌های درآمدی حق‌الزحمه‌ای
۱۱۳	مدل‌های درآمدی هزینه‌های ارائه سرویس و خدمات
۱۱۴	تلفن همراه، کسب و کارها و مدل‌های درآمدی نوین
۱۱۴	حضور مؤثر در وب
۱۱۵	مشخص کردن اهداف حضور در وب
۱۱۵	تضاد کانالی و تکه تکه شدن
۱۱۵	استراتژی اتحاد و مدیریت کانال توزیع
۱۱۷	فصل هفتم بازاریابی در محیط وب
۱۱۷	مقدمه
۱۱۸	کمک‌های فناوری اطلاعات به بازاریابی
۱۱۸	مزایای بازاریابی اینترنتی
۱۱۹	آمیخته بازاریابی اینترنتی
۱۲۱	آثار کاربردی اینترنت بر عناصر آمیخته بازاریابی
۱۲۲	برنامه ریزی بازاریابی اینترنتی
۱۲۴	استراتژی‌های بازاریابی در محیط وب
۱۲۵	برقراری ارتباط با اجزای مختلف بازار
۱۲۵	اعتماد، پیچیدگی و انتخاب رسانه
۱۲۸	بخش‌بندی بازار
۱۲۹	تقسیم بندی بازار در محیط وب
۱۳۰	فراتر از تقسیم بندی بازار: رفتار مشتری و شدت روابط

۱۳۰	تقسیم بندی بازار با استفاده از رفتار مشتری.....
۱۳۵	شدت روابط مشتری و تقسیم بندی بازار بر مبنای مدل چرخه عمر.....
۱۳۶	تبلیغات در وب.....
۱۳۷	روش‌های تبلیغ در وب.....
۱۳۷	بنرها:.....
۱۳۷	مزایا و محدودیتهای بنرها.....
۱۳۸	معاوضه یا تبادل بایابای بنرها.....
۱۳۹	مبادله بنرها.....
۱۳۹	پاپ آپ‌ها.....
۱۴۰	تبلیغات از طریق پست الکترونیک.....
۱۴۱	تبلیغات از طریق موتور جستجو.....
۱۴۲	افزودن رتبه و جایگاه یک شرکت در موتور جستجو.....
۱۴۳	پرداخت به موتورهای جستجو.....
۱۴۳	اثر بخشی تبلیغات آنلاین.....
۱۴۳	مدیریت ارتباط با مشتری تکنولوژی محور.....
۱۴۵	مزایای مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک.....
۱۴۶	محدودیت‌های مدیریت ارتباط با مشتری الکترونیک.....
۱۴۷	نام‌های تجاری در وب.....
۱۴۸	عناصر نام تجاری.....
۱۴۸	نام گذاری تجاری احساسی در مقابل نام گذاری تجاری منطقی.....
۱۴۹	فصل هشتم استراتژی‌های آنلاین شرکت به شرکت.....
۱۴۹	مقدمه.....
۱۴۹	ویژگی‌های مبادلات شرکت به شرکت.....
۱۵۰	فعالیت‌های مربوط به خرید.....
۱۵۲	خرید مواد مستقیم در مقابل خرید مواد غیر مستقیم.....
۱۵۳	فعالیت‌های لجستیک.....
۱۵۵	فعالیت‌های پشتیبانی.....
۱۵۶	دولت الکترونیک.....
۱۵۷	انواع رابطه دولت الکترونیک با شهروندان.....
۱۵۸	مدل شبکه‌ای سازمان اقتصادی.....
۱۶۰	تبادل داده الکترونیک.....
۱۶۰	چگونگی عملکرد EDI.....
۱۶۱	فرایند خرید با روش کاغذی.....
۱۶۳	فرایند خرید EDI.....
۱۶۴	شبکه‌های ارزش افزوده.....
۱۶۶	پرداخت‌های EDI.....
۱۶۶	EDI بر روی اینترنت.....

معماری باز اینترنت	۱۶۷
مدیریت زنجیره تأمین با استفاده از فناوری‌های اینترنتی	۱۶۸
تولید ارزش در زنجیره تأمین	۱۷۰
افزایش کارایی زنجیره تأمین	۱۷۲
استفاده از فناوری‌های ردیابی مواد خام با EDI و تجارت الکترونیک	۱۷۲
ایجاد یک زنجیره تأمین مشتری محور	۱۷۴
ایجاد و حفظ اعتماد در زنجیره تأمین	۱۷۴
بازارهای الکترونیکی و پورتال‌ها	۱۷۵
بازارهای صنعتی مستقل	۱۷۶
مغازه‌های خصوصی و پورتال‌های مشتری	۱۷۶
بازارهای شرکت خصوصی	۱۷۶
بازارهای کنسرسیوم حمایت شده صنعتی	۱۷۷

فصل نهم حراج‌های آنلاین و انجمن‌های مجازی	۱۷۹
مقدمه	۱۷۹
منشاء حراج	۱۷۹
مزایای حراجی‌های الکترونیکی	۱۷۹
محدودیت‌های حراجی‌های الکترونیکی	۱۸۰
تأثیرات حراجی‌های الکترونیکی	۱۸۰
انواع حراج	۱۸۱
حراج‌های آنلاین و کسب و کارهای مرتبط	۱۸۳
انجمن‌های مجازی و سرویس‌های اجتماعی	۱۸۹
نحوه کسب درآمد شبکه‌های اجتماعی	۱۹۰
انجمن‌های مجازی داخلی	۱۹۱

فصل دهم نرم‌افزار و سخت‌افزارهای سرورهای وب	۱۹۳
مقدمه	۱۹۳
انواع وب سایت‌ها	۱۹۳
کلاينت‌ها و سرورهای وب	۱۹۴
پویایی محتوا	۱۹۴
معانی مختلف سرور	۱۹۵
ارتباطات وب سرور و کاربر	۱۹۵
ساختار دو لایه کاربر-سرور	۱۹۶
ساختار سه و چند لایه ای کاربر-سرور	۱۹۶
سیستم عامل‌های وب سرور	۱۹۷
نرم‌افزارهای وب سرور	۱۹۸
پست الکترونیک	۱۹۹
اسپم	۲۰۱

۲۰۱		راههای مبارزه با اسپم
۲۰۴		وب سایت‌ها و برنامه‌های کاربردی کامپیوتر
۲۰۵		سخت‌افزارهای سرور
۲۰۹		فصل یازدهم امضای دیجیتال، مفهوم و کاربردهای آن
۲۰۹		مقدمه
۲۰۹		امضای دیجیتال چیست؟
۲۱۱		مزایای امضای دیجیتال
۲۱۲		رمزنگاری
۲۱۶		مکانیزم امضای دیجیتال
۲۱۶		مکانیزم امضای دیجیتال به همراه رمزنگاری
۲۱۸		الگوریتم‌های امضای دیجیتال
۲۱۸		مهر زمانی
۲۱۹		کاربردهای امضای دیجیتال
۲۲۱		فصل دوازدهم برنامه‌ریزی برای تجارت الکترونیک
۲۲۱		مقدمه
۲۲۱		شناسایی اهداف
۲۲۲		پیوند دادن اهداف به استراتژیهای کسب و کار
۲۲۳		اندازه‌گیری منافع
۲۲۵		مدیریت هزینه‌ها
۲۲۸		سرمایه‌گذاری برای شروع یک کسب و کار آنلاین
۲۲۹		مقایسه هزینه و فایده
۲۲۹		بازده سرمایه
۲۳۱		استراتژی‌هایی برای توسعه وب سایت‌های تجارت الکترونیک
۲۳۱		توسعه داخلی از طریق برون‌سپاری
۲۳۶		انکباتور
۲۳۷		شرکت سریع
۲۳۷		مدیریت تجارت الکترونیک
۲۴۱		منابع
۲۴۱		الف- منابع فارسی
۲۴۴		ب- منابع انگلیسی

پیشگفتار

کارآفرینی فعالیتی است که شامل شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور معرفی محصولات و خدمات، روشهای سازماندهی، بازارها، فرایندها و مواد اولیه جدید از طریق تلاش‌های سازمان یافته‌ای است که پیش از این صورت نگرفته است (شین، ۲۰۰۳). کارآفرینی، سنگ بنای رشد و توسعه اقتصادی هر جامعه‌ای است. ایده‌های خلاق کارآفرینان و هوشیاری آنان در کشف فرصت‌ها، پیشبرنده هر جامعه‌ای به سوی تعالی اقتصادی می‌باشد.

فناوری اطلاعات و ارتباطات روند حرکت جوامع به سوی کارآفرینی را سرعت بخشیده و آن را تسهیل نموده است. به گونه‌ای که امروزه، کسب و کارهای بسیار موفق با هزینه اولیه اندک از طریق اینترنت راه‌اندازی می‌شوند و موجب ایجاد ارزش اقتصادی جدید هم برای فرد کارآفرین و هم برای جامعه می‌گردند. از جمله مزایای کسب و کارهای اینترنتی عبارت هستند از: هزینه راه‌اندازی کمتر نسبت به کسب و کارهای فیزیکی، جهانی بودن از لحظه شروع کسب و کار، انعطاف‌پذیر بودن ساعات کاری، ارتباط ساده با مشتری، سرعت بالای تبادلات و ظرفیت رشد بالا.

کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات، دریچه‌ای نو برای گسترش کارآفرینی و خوداشتغالی در جوامع است. روند نفوذ اینترنت و تلفن همراه تقریباً در تمامی کشورهای دنیا روندی صعودی می‌باشد که این موضوع نویدبخش فرصت‌هایی تازه برای خلق کسب و کارهای نوین است. ایده‌های خلاق کارآفرینان، امروزه وب‌سایت‌هایی را بوجود آورده که استفاده از آنها جزئی از زندگی روزمره هر یک از افراد جامعه شده و علاوه بر گردش مالی بالا و منافع اقتصادی که این کسب و کارها دارند، چهره زندگی بشر را نیز دچار تغییر و تحولانی شگرف نموده‌اند.

کتاب حاضر، برای دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت کارآفرینی برای درس کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات تألیف شده است. این کتاب مشتمل بر دوازده فصل می‌باشد.

در فصل نخست، که تحت عنوان کارآفرینی و فناوری اطلاعات است، در ابتدا تاریخچه و تعاریفی از کارآفرینی، انواع کارآفرینی، فرایند کارآفرینی، ویژگی‌های افراد و سازمان‌های کارآفرین بیان می‌شود و سپس نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی تشریح می‌گردد. در فصل دوم کتاب که عنوان آن، اقتصاد دیجیتال است، مراحل تکامل اقتصاد دیجیتال و تعاریف و ویژگی‌های این مفهوم

بیان می‌شود. در ادامه این فصل ویژگی‌ها و عناصر رقابت در این نوع اقتصاد تشریح می‌شود و در پایان نیز راه کارهایی جهت بسط و گسترش آن مطرح می‌گردد. فصل سوم، با عنوان کسب و کار در محیط وب، در ابتدا حرکت جوامع از جوامعی سنتی به جوامعی فراصنعتی را به تصویر می‌کشد و سپس تحولات روی داده در جوامع تا رسیدن به انقلاب کارآفرینی در عصر حاضر را بیان می‌کند. در ادامه این فصل تعریف کسب و کار اینترنتی، انواع آن، مزایا و ویژگی‌های این نوع کسب و کارها، مدل‌های کسب و کار اینترنتی و مراحل ایجاد یک کسب و کار اینترنتی و تدوین طرح کسب و کار ذکر می‌شود. فصل چهارم به تشریح تجارت الکترونیک، انجام تبادلات الکترونیک، اقتصاد شبکه‌ای و ساختار آن، زنجیره ارزش و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدات در محیط تجارت الکترونیک می‌پردازد. فصل پنجم، سازمان‌های مجازی و محیط‌های کاری نوین را تشریح می‌کند و این نوع سازمان‌ها را با سازمان‌های سنتی مقایسه و مزایا و محدودیت‌های آنها را بیان می‌نماید. فصل ششم، فروش و مدل‌های درآمد در وب را عنوان می‌کند و فصل هفتم، بازاریابی در محیط وب را شرح می‌دهد. فصل هشتم، استراتژی‌های آنلاین شرکت به شرکت یا در اصطلاح B2B را بیان می‌نماید و فرایندها و عوامل تأثیرگذار در این نوع مبادلات را ذکر می‌کند. فصل نهم، حراج‌های آنلاین و انجمن‌های مجازی را مورد بررسی قرار می‌دهد و انواع حراج‌ها و مسائل خاص آنها را ذکر می‌کند و پس از آن انجمن‌های مجازی و سرویس‌های مجازی تشریح می‌شوند. فصل دهم، نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای وب را تشریح می‌کند و در فصل یازدهم نیز امضای دیجیتال، مفهوم و کاربردهای آن بیان می‌شود. فصل دوازدهم به عنوان نتیجه‌گیری و کاربرد مباحث مطرح شده در عمل است. این فصل با عنوان برنامه‌ریزی برای تجارت الکترونیک، به شناسایی اهداف، پیوند دادن اهداف به استراتژی‌های کسب و کار، مدیریت هزینه‌ها، توسعه کسب و کار و مدیریت تجارت الکترونیک می‌پردازد.

امید است که این کتاب بتواند برای دانشجویان و اساتید محترم، کتابی مفید باشد و زوایای مختلف کارآفرینی در بستر فناوری اطلاعات را معرفی نماید.

دکتر حبیب رودساز (عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)

محمد رضا ظریفیان (کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه علامه طباطبائی)

جعفر صوفی (کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی دانشگاه علامه طباطبائی)