

کسب و کار در عصر اطلاعات

منبع دروس:

- ◇ کسب و کار الکترونیک مقطع کارشناسی ارشد رشته تجارت الکترونیک
- ◇ کسب و کار الکترونیک مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات
- ◇ کسب و کار الکترونیک مقطع کارشناسی رشته مدیریت کسب و کار
- ◇ مبانی کارآفرینی و کارآفرینی و پروژه مقاطع کاردانی و کارشناسی
- ◇ کارآفرینی عمومی رشته‌های مقطع کاردانی دانشگاه جامع علمی - کاربردی
- ◇ کارآفرینی و پروژه دولتی، مالی و مالیاتی مقطع کاردانی رشته حسابداری دانشگاه جامع علمی - کاربردی
- ◇ سایر دروس مرتبط با موضوع کسب و کار الکترونیک و کارآفرینی در مقاطع کارشناسی ارشد، کارشناسی و کاردانی
- ◇ کلیه استادان، دانشجویان و دانش پژوهان دانشگاهی و مدیران کسب و کار

مولفان:

علیرضا مقدسی

(مدرس دانشگاه آزاد اسلامی - واحد مشهد)

دکتر شهریار محمدی

هیات علمی دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی)

بهار ۱۳۹۲

سرشناسه	: محمدی، شهریار، ۱۳۴۰ -
عنوان و نام پدیدآور	: کسب و کار در عصر اطلاعات/مولفان شهریار محمدی، علیرضا مقدسی.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	: ۴۱۲ ص.: جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۶۳۸۳-۲۷-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
شناسه افزوده	: مقدسی، علیرضا، ۱۳۵۴ -
شناسه افزوده	: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی
رده بندی کنگره	: HF۵۵۴۸/۳۲/م۳ک۵ ۱۳۹۱
رده بندی دیویی	: ۳۸۱/۴۳۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۹۶۵۴۰۸

نام کتاب: کسب و کار در عصر اطلاعات

مؤلف: دکتر شهریار محمدی عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی خواجه

نصیرالدین طوسی، علیرضا مقدسی

ناشر: انتشارات دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

نوبت چاپ: اول

تاریخ چاپ: اردیبهشت ماه ۱۳۹۲

تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۱۴۵۰۰ تومان

کد کتاب: ۳۱۳

ISBN: 978-600-6383-27-9

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۳۸۳-۲۷-۹

چاپ و لیتوگرافی: هورنگ

صحافی: گرنامی

آدرس و تلفن مرکز پخش و فروش: خیابان ولیعصر(عج)، بالاتر از میدان ونک، تقاطع میرداماد، روبروی

ساختمان اسکان (۰۲۱-۸۸۷۷۲۲۷۷)

(حق چاپ برای ناشر محفوظ است)

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۵	مقدمه
۱۹	بخش اول : کلیات و مفاهیم پایه
۲۱	فصل اول - مفاهیم کسب و کار و کسب و کار الکترونیک
۲۱	۱- مقدمه
۲۱	۲- تعریف کسب و کار
۲۲	۳- ویژگی های عمده کسب و کار
۲۲	۴- اهداف کسب و کار
۲۳	۵- انواع کسب و کار
۴۱	۶- کسب و کارهای الکترونیک (اینترنتی)
۴۷	۷- نقش فناوری اطلاعات در سازمان برای راه اندازی کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک
۴۷	۸- تفاوت کسب و کار الکترونیک (اینترنتی) با تجارت الکترونیکی
۵۱	۹- چارچوب تحلیلی برای بررسی کسب و کار الکترونیک
۵۵	۱۰- عناصر موفقیت کسب و کار
۵۵	۱۱- مدل کسب و کار
۶۳	۱۲- رهبری و مدیریت کسب و کار
۶۳	۱۳- دلایل شکست کسب و کار
۶۵	۱۴- خلاصه و نتیجه گیری
۶۶	۱۵- منابع و مآخذ فصل اول
۷۱	فصل دوم- مفهوم فناوری اطلاعات
۷۱	۱- مقدمه
۷۲	۲- مفهوم فناوری اطلاعات
۷۴	۳- جنبه های مرتبط با مفهوم فناوری اطلاعات
۷۷	۴- جامعه اطلاعاتی
۷۸	۵- مشخصات جامعه اطلاعاتی
۷۹	۶- زیرساخت های جامعه اطلاعاتی
۸۰	۷- وجوه مختلف جامعه اطلاعاتی

۱۰۵	۸- شاخص‌های جهانی فناوری ارتباطات و اطلاعات
۱۱۱	۹- خلاصه و نتیجه‌گیری
۱۱۲	۱۰- منابع و مآخذ فصل دوم
۱۱۵	بخش دوم: کسب و کار دانش محور
۱۱۷	فصل سوم- پیدایش اقتصاد دانش محور
۱۱۷	۱- مقدمه
۱۲۱	۲- ویژگی‌های اقتصادهای دانش محور
۱۲۲	۳- ضرورت خط مشی‌گذاری در زمینه اقتصاد دانش محور
۱۲۳	۴- تصورات ذهنی موثر بر کسب و کار <u>کسب و کار</u> در قرن بیست و یکم
۱۲۸	۵- خلاصه و نتیجه‌گیری
۱۳۱	۶- منابع و مآخذ فصل سوم
۱۳۱	فصل چهارم- ظهور کسب و کار مبتنی بر دانش
۱۳۱	۱- مقدمه
۱۳۲	۲- از داده به اطلاعات و از اطلاعات به دانش
۱۳۶	۳- شش عنصر کسب و کار مبتنی بر دانش
۱۴۲	۴- دانش برگرها و سایر محصولات هوشمند
۱۴۴	۵- خلاصه و نتیجه‌گیری
۱۴۶	۶- منابع و مآخذ فصل چهارم
۱۴۷	فصل پنجم- توسعه محصولات در عصر اینترنت
۱۴۷	۱- مقدمه
۱۴۸	۲- چه چیزهای در افزایش انعطاف‌پذیری فرآیند توسعه محصول دخیل هستند؟
۱۴۹	۳- یک فرآیند انعطاف‌پذیر، در عمل
۱۵۵	۴- بنیان‌های یک فرآیند انعطاف‌پذیر
۱۵۶	۵- لمس بازار
۱۶۱	۶- کارآزمایی راه‌حل‌های فنی
۱۶۳	۷- تلفیق نیازهای مشتری با راه‌حل‌های فنی
۱۶۶	۸- وارد کردن عنصر انعطاف‌پذیری در کارآزمایی‌ها
۱۶۸	۹- خلاصه و نتیجه‌گیری

۱۶۸	۱۰- منابع و مآخذ فصل پنجم
۱۷۱	فصل ششم- مدیریت دانش و روابط با مشتری
۱۷۱	۱- مقدمه
۱۷۲	۲- کاربردهای مدیریت دانش مشتری
۱۷۳	۳- راه های جمع آوری دانش مشتریان
۱۷۶	۴- چالش های تبدیل داده ها به اطلاعات و دانش
۱۷۷	۵- جایگاه کیفیت مدیریت اطلاعات در مدیریت چرخه عمر مشتری
۱۸۱	۶- کاربرد مدیریت داده های مشتری
۱۸۲	۷- مدیریت ارتباط با مشتری
۱۸۴	۸- مشتری کیست؟
۱۸۵	۹- انواع مشتری از نظر قدمت
۱۸۶	۱۰- ارتباط با مشتری
۱۸۷	۱۱- ارتباط بازاریابی و مشتری مداری
۱۸۸	۱۲- ترکیب مناسب بازاریابی
۱۸۹	۱۳- روابط با مشتری
۱۹۰	۱۴- تکامل مدیریت ارتباط با مشتری
۱۹۱	۱۵- خلاصه و نتیجه گیری: مطالعه موردی: نقش اسنچر در بهبود و توسعه سیستم تحلیل گر خدمات
۱۹۴	۱۶- منابع و مآخذ فصل ششم
۱۹۵	بخش سوم: مباحث کسب و کار الکترونیک
۱۹۷	فصل هفتم- تجارت الکترونیک
۱۹۷	۱- مقدمه
۱۹۸	۲- از تجارت الکترونیک چه می دانیم؟
۲۰۰	۳- تاریخچه پیدایش و شکل گیری تجارت الکترونیک
۲۰۳	۴- تعاریف تجارت الکترونیک
۲۰۵	۵- نگرش تجارت سنتی در مقایسه با نگرش تجارت الکترونیکی
۲۰۶	۶- موج های اول و دوم تجارت الکترونیک
۲۰۷	۷- مدل های تجارت الکترونیک

۲۱۱	۸- اصول تجارت الکترونیک
۲۱۳	۹- استراتژی های موفقیت شرکت ها در تجارت الکترونیک
۲۱۶	۱۰- اعتماد در تجارت الکترونیکی
۲۱۷	۱۱- مدل های کسب و کار تجارت الکترونیک
۲۱۷	۱۲- تعریف مدل های کسب و کار تجارت الکترونیک
۲۱۸	۱۳- چشم اندازهای مدل های کسب و کار
۲۲۰	۱۴- انواع مدل های کسب و کار تجارت الکترونیک
۲۲۳	۱۵- مروری بر چند مدل عمده تجارت الکترونیک
۲۲۷	۱۶- مراحل تجارت الکترونیک
۲۲۸	۱۷- اجزای تجارت الکترونیک
۲۲۹	۱۸- عناصر و بخش های سیستم پرداخت در تجارت الکترونیک
۲۳۲	۱۹- فرآیند داد و ستد Online
۲۳۳	۲۰- معیارهای انتخاب سیستم های پرداخت الکترونیک
۲۳۴	۲۱- انواع سیستم های پرداخت الکترونیک
۲۳۵	۲۲- روش های پرداخت در تجارت الکترونیک
۲۴۰	۲۳- قوانین تجارت در Yahoo Store!
۲۴۲	۲۴- مزایای تجارت الکترونیک
۲۴۴	۲۵- تجارت پیاده سازی تجارت الکترونیک در چند کشور جهان
۲۴۶	۲۶- خلاصه و نتیجه گیری
۲۴۷	۲۷- منابع و مآخذ فصل هفتم
۲۵۱	فصل هشتم- بانکداری الکترونیک
۲۵۱	۱- مقدمه
۲۵۲	۲- مفهوم بانکداری الکترونیک
۲۵۴	۳- تعریف بانکداری الکترونیک
۲۵۵	۴- تاریخچه بانکداری الکترونیک
۲۵۶	۵- جنبه های بانکداری الکترونیک
۲۵۸	۶- ضرورت های اساسی بانکداری الکترونیک
۲۵۸	۷- تفاوت بین بانکداری الکترونیکی و بانکداری کاغذی

۲۵۹	۸- تفاوت بین بانکداری الکترونیکی و اتوماسیون بانکی
۲۶۰	۹- اجزای اصلی بانکداری الکترونیکی
۲۶۲	۱۰- ویژگی‌های عمومی و کلیدی پول الکترونیکی
۲۶۴	۱۱- پیامدهای اقتصادی گسترش استفاده از پول الکترونیکی
۲۶۷	۱۲- آثار کلان اقتصادی پول الکترونیکی
۲۶۹	۱۳- انواع بانکداری الکترونیکی
۲۷۰	۱۴- خدمات بانکداری الکترونیکی
۲۷۲	۱۵- کانال‌های بانکداری الکترونیکی
۲۷۳	۱۶- روش‌های پرداخت الکترونیکی
۲۷۶	۱۷- امنیت بانکداری الکترونیکی
۲۷۹	۱۸- هویت سنجی
۲۷۹	۱۹- امضاء الکترونیکی
۲۸۰	۲۰- تکنولوژی مبادله مالی باز
۲۸۵	۲۱- بررسی تجربیات بانکداری الکترونیکی در چند کشور جهان
۲۹۲	۲۲- خلاصه و نتیجه گیری
۲۹۳	۲۳- منابع و مآخذ فصل هشتم
۲۹۷	فصل نهم- بازاریابی آنلاین و الکترونیک
۲۹۷	۱- مقدمه
۳۰۱	۲- از گفت یک سوبه تا گفت و گوی دو سوبه
۳۰۵	۳- مفهوم بازاریابی برخط و بلادرنگ
۳۰۵	۴- مبانی بازاریابی برخط و بلادرنگ
۳۰۶	۵- تعریف بازاریابی از طریق پست الکترونیک
۳۰۶	۶- مزایای و معایب بازاریابی از طریق پست الکترونیک
۳۰۷	۷- دسترسی و مقبولیت
۳۱۲	۸- سواد فناوری اطلاعات
۳۱۷	۹- تاثیرات بازاریابی مبتنی بر وب
۳۲۰	۱۰- مزایای به کارگیری بازاریابی برخط و بلادرنگ
۳۲۲	۱۱- چالش‌های بازاریابی از طریق اینترنت

۳۲۴	۱۲- نکاتی درخصوص بازاریابی الکترونیک تجارت الکترونیک
۳۳۱	۱۳- خلاصه و نتیجه گیری
۳۳۲	۱۴- منابع و مآخذ فصل نهم
۳۳۳	بخش چهارم: کارآفرینی در عصر اطلاعات
۳۳۵	فصل دهم- مفهوم کارآفرینی
۳۳۵	۱- مقدمه
۳۳۸	۲- مفاهیم و تعاریف کارآفرینی
۳۴۰	۳- مفاهیم و تعاریف کارآفرین
۳۴۱	۴- انواع کارآفرینی
۳۵۰	۵- مدل پیاده سازی کارآفرینی درون سازمانی
۳۵۱	۶- موانع کارآفرینی درون سازمانی
۳۵۲	۷- رویکردهای جدید به موضوع کارآفرینی
۳۵۳	۸- خلاصه و نتیجه گیری
۳۵۴	۹- منابع و مآخذ فصل دهم
۳۵۷	فصل یازدهم- فناوری اطلاعات و کارآفرینی
۳۵۷	۱- مقدمه
۳۵۹	۲- اقتصاد دانش محور، اقتصاد جدید، فناوری اطلاعات و ارتباطات و اینترنت
۳۶۱	۳- کارآفرینی و کارآفرین؛ تعاریف و مفاهیم
۳۶۲	۴- انواع کارآفرینی
۳۶۳	۵- آرایه مفهومی جدید از فناوری اطلاعات و ارتباطات
۳۶۳	۶- نقش فناوری اطلاعات در کارآفرینی
۳۶۷	۷- ویژگی‌های مؤثر فناوری اطلاعات در کارآفرینی
۳۶۹	۸- رابطه متقابل فناوری اطلاعات و مشاغل
۳۷۰	۹- وضعیت مشاغل متأثر از فناوری اطلاعات
۳۷۱	۱۰- دسته بندی مشاغل نوین در عصر اطلاعات
۳۷۲	۱۱- نیروی کار IT کیست؟
۳۷۴	۱۲- انواع مشاغل حوزه فناوری اطلاعات
۳۹۲	۱۳- وضعیت فعلی و آینده بازار کار فناوری اطلاعات

۳۹۴	۱۴- خلاصه و نتیجه گیری
۳۹۵	۱۵- منابع و ماخذ فصل یازدهم
۳۹۷	فصل دوازدهم - کار از راه دور
۳۹۷	۱- مقدمه
۳۹۸	۲- تعریفی از کار از راه دور
۴۰۰	۳- اهمیت کار از راه دور
۴۰۰	۴- تاریخچه پیدایش و شکل گیری کار از راه دور
۴۰۲	۵- عوامل شکل گیری «کار از راه دور»
۴۰۵	۶- مزایای «کار از راه دور»
۴۰۸	۷- شرایط کار از راه دور
۴۰۹	۸- مدیریت از راه دور (مدیریت مجازی)
۴۱۰	۹- کار از راه دور در ایران
۴۱۱	۱۰- خلاصه و نتیجه گیری
۴۱۲	۱۱- منابع و ماخذ فصل دوازدهم

به نام دانای هستی بخش

«توسعه اقتصادی در عصر اطلاعات بیش از هر چیز نیازمند کارآفرینی الکترونیک یا کسب و کار الکترونیک است».

نویسندگان کتاب

مقدمه

کسب و کار در عصر اطلاعات^۱ یا کسب و کار الکترونیک^۲ به فروش محصولات یا خدمات از طریق شبکه های الکترونیکی و اینترنت گفته می شود. این نوع کسب و کارها به نسبت جدید بوده و با پیدایش کامپیوتر، اینترنت و گسترش جامعه جدید اطلاعاتی و خدماتی^۳ به عنوان یکی از سریع ترین کسب و کارها از نظر تعداد، سود و حجم در عرصه تجارت جهانی مطرح شده اند.

در تعریفی از کسب و کار الکترونیک به هر گونه فعالیت مربوط به کسب و کار مبتنی بر شبکه که روابط داخلی و خارجی را در جهت ایجاد ارزش و بهره برداری از فرصت های بازار توسعه می دهد و از قوانین جدید اقتصاد ارتباطی ناشی می شود، کسب و کار الکترونیک گویند (گولین ماریه و ویتووت^۴، ۲۰۰۰، ص ۲۴). شایان ذکر است که آینده از آن سازمان هایی خواهد بود که خود را با واقعیت جدید و الزامات آن هماهنگ می سازند. بی شک نمی توان به یقین، آینده را پیش بینی کرد، اما به جرأت می توان گفت که **کسب و کار در عصر اطلاعات** یا کسب و کار الکترونیک شکل کسب و کار

^۱- Business in Information Age

^۲- Electronic Business

^۳- Service Provider Society

^۴- Marie Golin and Witvoet

غالب در قرن بیست و یکم خواهد بود. همانگونه که چارلز هندی^۱ می گوید: «اگر در آینده، دفتر کاری وجود داشته باشد، بیشتر شبیه باشگاه خواهد بود، یعنی محلی برای ملاقات، صرف غذا و خوشامدگویی، با اتاق هایی که به فعالیت ها و کارها اختصاص دارند، نه به افرادی خاص» (تپ اسکات^۲، ۱۹۹۹). همچنین، امروزه ثروتمندترین مردم افراد دانش مداری^۳ هستند که پیشه آنها کارآفرینی^۴ است (دراکر^۵، ۱۹۸۵).

کتاب **«کسب و کار در عصر اطلاعات»** که فراروی شماست با دو هدف آشنایی با مفاهیم نوین و محلی کسب و کار و آشنایی با چگونگی به کارگیری تکنیک های فناوری اطلاعات در کسب و کار در عمل تدوین شده است. همچنین، کتاب **«کسب و کار در عصر اطلاعات»** از چهار بخش و دوازده فصل تشکیل شده است که در ادامه، به طور مختصر، به خوانندگان معرفی می گردند.

بخش اول، کلیات و مفاهیم پایه، در برگیرنده فصول «مفاهیم کسب و کار و کسب و کار الکترونیک» و «مفهوم فناوری اطلاعات» می باشد.

بخش دوم، کسب و کار دانش محور، مشتمل بر فصول «پیدایش اقتصادهای دانش محور»، «ظهور کسب و کار مبتنی بردانش»، «توسعه محصولات در عصر اینترنت» و «مدیریت دانش و روابط با مشتری» است.

بخش سوم، مباحث کسب و کار الکترونیک، شامل فصول «تجارت الکترونیک»، «بانکداری الکترونیک» و «بازاریابی برخط و الکترونیک» می باشد.

بخش چهارم، کارآفرینی در عصر اطلاعات، در برگیرنده فصول «مفهوم کارآفرینی»، «فناوری اطلاعات و کارآفرینی» و «کارآزراه دور» می باشد.

^۱- Charles Handy

^۲- Tapscott

^۳- Knowledge Worker

^۴- Entrepreneurship

^۵- Drucker

در هر فصل این کتاب نمونه های بسیاری از موضوعات واقعی مرتبط با بحث "کسب و کار در عصر اطلاعات" مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته اند. این موضوع باعث گردیده است تا بار معنایی و کاربردی کتاب به میزان زیادی افزایش یابد. موضوعات واقعی در این کتاب به دو شکل ظاهر شده اند. یکی به شکل مثال های واقعی در «متن اصلی و پنجره ها» و دیگری در قالب «خارج متن اصلی و کاربردها». مزیت اصلی این کار آشنایی بیشتر و جامع تر با تمام جنبه های کسب و کار الکترونیک مورد نظر می باشد. به طور کلی، در کتاب "کسب و کار در عصر اطلاعات" چندین کسب و کار واقعی مختلف داخلی و خارجی از انواع منوع خدماتی، تولیدی و صنعتی و همچنین در مشاغل متعدد مورد بررسی موشکافانه در زمینه های فصول مطرح شده کتاب، قرار گرفته است.

این کتاب منبع علمی خوبی برای آموزش مباحث جدید علمی و عملی در زمینه کسب و کار الکترونیک می باشد، منبع علمی مناسبی برای تدریس دروس مرتبط می باشد و از آنجا که بر اساس سرفصل های دانشگاهی تنظیم شده است، منبع مناسبی برای تدریس درس کارآفرینی عمومی کلیه رشته های مقطع کاردانی دانشگاه جامع علمی- کاربردی، درس کارآفرینی و پروژه مالی و مالیاتی مقطع کاردانی رشته حسابداری دانشگاه جامع علمی- کاربردی، درس کارآفرینی و پروژه مالی و مالیاتی مقطع کاردانی پیوسته علمی- کاربردی رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی و درس کسب و کار الکترونیک مقطع کارشناسی رشته مدیریت کسب و کار، درس کسب و کار الکترونیک مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت فناوری اطلاعات و در نهایت درس کسب و کار الکترونیک مقطع کارشناسی ارشد رشته تجارت الکترونیک و سایر دروس مرتبط با موضوع کسب و کار الکترونیک و کارآفرینی در مقاطع کارشناسی ارشد، کارشناسی و کاردانی می باشد که امیدواریم مورد توجه کلیه استادان، دانشجویان و دانش پژوهان جامعه دانشگاهی و مدیران کسب و کار کشور عزیزمان قرار گیرد.

سپس، از کلیه خوبانی که ما را در تالیف این کتاب یاری نموده اند، همچون سرکار خانم ندا بهبودی، سپاسگزاریم. به علاوه، از جناب آقای سعید محمودی، مدیرکل ساعی، اندیشمند، مجرب و محترم مالی و ذیحسابی دانشگاه آزاد اسلامی، به دلیل اینکه مشوق و راهنمای بنده در انجام کارهای علمی و تحقیقی در تولید این کتاب درسی می‌باشند، صمیمانه تشکر می‌کنم. بدینوسیله از آقایان امیر اخوان و علیرضا فلاح سلطان آباد به واسطه خدمات کامپیوتری در طراحی جلد و صفحه آرایی کتاب تشکر و قدردانی می‌شود، در انتهای پیش‌گفته، این کتاب را پیشکش می‌کنیم به اسطوره ای که آب از دستانش سیراب شد، پهلوانی که اثر از وجودش معنا گرفت و ادیبی که استادان از عشقش رسم ادب آموخت، مولایمان حضرت ابوالفضل عباس (علیه السلام).

علیرضا مقدسی

(مدرس دانشگاه آزاد اسلامی - واحد مشهد)

alireza_moghaddasi@yahoo.com

دکتر شهریار محمدی

(عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی)

mohammadi@kntu.ac.ir

رستان ۱۳۹۱

منابع و ماخذ مقدمه

الف - فارسی

- تب اسکات، دان (۱۳۸۰): *اوزش آفرینی در اقتصاد شبکه ای*، ترجمه حسین حسینیان، انتشارات فرا، چاپ اول، تهران.

ب - انگلیسی

- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper Collins Publishing.
- Tapscott, D. (1999). *Creating Value in the Network Economy*. Harvard Business Review Book.