

مدیریت کسب و کار آنلاین

مؤلفین

غود عباسی، روناک صابری

انتشارات زر نوشت

تهران - ۱۳۹۹

سرشناسه	:	عباسی، فواد، ۱۳۶۵-
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت کسب و کار آنلاین / مؤلفین: فواد عباسی، روناک یونسی.
مشخصات نشر	:	تهران: زرنوشت، ۱۳۹۹.
مشخصات فیزی	:	ص. ۱۷۲.
شابک	:	۹۷۸ - ۶۲۲ - ۷۲۷۹ - ۰۶ - ۱
وبسایت فهرست‌نویس	:	فیبای مختصر
یادداشت	:	فهرست‌نویسی کامل این اثر در وبگاه http://opac.nlai.ir در دسترس است.
شناسه افزوده	:	صابری، روناک، ۱۳۶۸-
شماره کتابشناسی ملی	:	۶۱۲۵۸۷



انتشارات زرنوشت

تهران، میدان انقلاب، خیابان کارگر جنوبی،
کوچه مهدی‌زاده، شماره ۲۷، واحد ۱۹
تلفن: ۰۹۰۲۴۸۶۸۹۵۶ - ۶۶۴۷۹۶۱۵ - ۶۶۴۳۵۶۳۷

مدیریت کسب و کار آنلاین

مؤلفین: فواد عباسی - روناک صابری
 * چاپ اول: ۱۳۹۹ * شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه * ناشر: زرنوشت
 شابک: ۹۷۸ - ۶۲۲ - ۷۲۷۹ - ۰۶ - ۱
 قیمت: ۲۵۰,۰۰۰ تومان
 تمامی حقوق محفوظ است.

فهرست مطالب

فصل اول کلیات • ۱۳

اصطلاحات و تعاریف عملیاتی:	۱۶
کسب و ساز:	۱۶
کسب و کار الکترونیکی:	۱۶
مفهوم مشتری:	۱۶
تحويل به موقع و رضایت مشتری:	۱۶

فصل دوم مدیریت نیروی انسانی در کسب و کار آنلاین • ۱۹

مقدمه:	۲۱
بخش اول: تعاریف و کلیات:	۲۱
تعریف بهره وری:	۲۱
تاریخچه بهره وری:	۲۲
تعریف بهره وری:	۲۵
بهره وری از دیدگاه اسلام:	۲۶
مزایای بهره وری:	۲۷
مزایای بهره وری برای موسسه:	۲۷
مزایای بهره وری برای نیروی کار:	۲۷
مزایای بهره وری برای مشتری:	۲۸
سطوح بهره وری:	۲۹
الف) بهره وری فردی:	۲۹
ب) بهره وری در سطح سازمان:	۲۹

- ج) بهره وری در سطح ملی ۲۹
- د) بهره وری در سطح بین المللی ۲۹
- عوامل موثر در بهره وری یک سازمان : ۳۰
- انواع بهره وری ۳۲
- بهره وری چگونه حاصل می شود؟ ۳۳
- چرخه مدیریت بهبود بهره وری ۳۳
- برخی سوء برداشتها در مورد بهره وری ۳۶
- دیدگاههای مختلف در مورد بهره وری ۳۸
- بهره وری از دیدگاه سیستمی ۳۸
- بهره وری از دیدگاه شایسته ها ۳۸
- بهره وری از دیدگاه رویکرد اقتصاد ۴۰
- عوامل پنج گانه مؤثر بر بهره وری ۴۱
- روش های اندازه گیری شاخص های بهره وری : ۴۲
- وضعیت بهره وری در ایران : ۴۳
- تعریف بهره وری نیروی انسانی : ۴۳
- نیروی انسانی محور بهره وری ۴۶
- بهبود بهره وری نیروی انسانی علت اصلی بهبود بهره وری سازمان ها : ۴۶
- شرایط مساعد برای افزایش بهره وری نیروی انسانی ۴۷
- عوامل تعیین کننده بهره وری نیروی انسانی ۴۸
- بهره وری و راهبرد منابع انسانی : ۵۰
- مدل بهره وری منابع انسانی : ۵۰

فصل سوم نگرش ها، رویه ها و تئوری ها • ۵۳

- پیشینه تحقیق : ۵۵
- مدل های اندازه گیری بهره وری : ۶۲
- مدلهای شاخصی : ۶۳
- مدلهای گرایشی مالی : ۶۴

۶۴.....	مدلهای تابع تولید:
۶۵.....	مدل بهره وری فراگیر سومانث :
۶۶.....	الف) مدل میوری اینسورث و نیویل اسمیت
۶۷.....	ب) مدل هرسی و گلداسمیت

فصل چهارم تعهد • ۶۹

۷۱.....	انواع تعهد
۷۶.....	آمادگی خاص تکلیف شخص دیگری
۸۱.....	تمایل باطنی به تعهد
۸۳.....	تعاریف تعهد سازمانی
۸۵.....	اهمیت تعهد سازمانی
۸۷.....	ابعاد تعهد سازمانی
۹۳.....	مدل سه بخشی تعهد سازمانی

فصل پنجم ادبیات تحقیق • ۹۵

۹۷.....	مقدمه
۹۸.....	تجارت الکترونیک
۹۹.....	مزیت های تجارت الکترونیک
۱۰۱.....	بلوغ الکترونیکی
۱۰۲.....	الزامات فنی
۱۰۳.....	عوامل سازمانی
۱۰۳.....	سیستم های بین سازمانی
۱۰۴.....	مدل های تجارت الکترونیک
۱۰۵.....	مدل کسب و کار با مصرف کننده
۱۰۵.....	مدل کسب و کار با کسب و کار
۱۰۶.....	مصرف کننده با مصرف کننده
۱۰۶.....	زیرساخت های مورد نیاز جهت گسترش تجارت الکترونیک
۱۰۷.....	زیر ساخت اطلاعاتی

- ۱۰۷..... زیرساخت حقوقی و قانونی
- ۱۰۸..... زیرساخت مالی
- ۱۰۸..... زیرساخت گمرکی (تعرفه) و مالیاتی
- ۱۰۸..... زیرساخت انسانی
- ۱۰۹..... رتبه بندی کشورها از لحاظ آمادگی الکترونیک و جایگاه ایران
- ۱۱۰..... تجارت الکترونیک در ایران
- ۱۱۱..... مسائل فرهنگی
- ۱۱۱..... فقدان آموزش و آگاهی لازم
- ۱۱۲..... ضعف بستر سازی ارتباطی
- ۱۱۲..... چالش های قانونی و حقوقی
- ۱۱۲..... راه کارهای اجرایی برای رفع موانع
- ۱۱۵..... کسب و کار اینترنتی چیست؟
- ۱۱۵..... چگونه کسب و کار اینترنتی خود را اندازه گیری کنیم؟
- ۱۱۵..... شروع یک کسب و کار خوب
- ۱۱۶..... سرمایه اولیه برای راه اندازی کسب و کار اینترنتی - چقدر است؟
- ۱۱۷..... موفقیت در کسب و کار اینترنتی
- ۱۱۷..... گروه های عمده کسب و کار اینترنتی
- ۱۱۸..... برند سازی
- ۱۱۸..... بازاریابی اینترنتی
- ۱۱۹..... دیدگاه شما نسبت به کسب و کار اینترنتی
- ۱۲۲..... تعریف کسب و کار الکترونیک
- ۱۲۴..... تفاوت کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک
- ۱۲۷..... فلسفه شکل گیری کسب و کار الکترونیکی
- ۱۲۸..... تعریف مدل کسب و کار
- ۱۲۹..... اهمیت کسب و کار الکترونیک
- ۱۳۱..... اجزا اصلی کسب و کار

۱۳۲.....	نحوه طراحی کسب و کار.....
۱۳۳.....	مدل های کسب و کار الکترونیکی.....
۱۳۴.....	بررسی چند مدل کسب و کار الکترونیکی.....
۱۳۸.....	یکپارچه سازی مدل کسب و کار.....
۱۳۸.....	۱. انواع مشتریان و حوزه های فعالیت.....
۱۳۹.....	چارچوب یکپارچه.....
۱۴۳.....	عوامل اصلی در کسب و کار الکترونیکی.....
۱۴۵.....	اجزای کسب و کار الکترونیک.....
۱۴۷.....	ابزار عمده کسب و کار الکترونیکی.....
۱۴۸.....	شش تصمیم برای اتخاذ استراتژی کسب و کار الکترونیکی.....
۱۵۰.....	شیوه های کسب و کار الکترونیک.....
۱۵۱.....	پذیرش فناوری کسب و کار الکترونیک.....
۱۵۳.....	توسعه یک فعالیت مخاطره آمیز الکترونیک.....
۱۵۴.....	کاربری های کسب و کار الکترونیک.....
۱۵۵.....	استراتژی کسب و کار الکترونیکی.....
۱۵۷.....	ارزش های ایجاد شده توسط کسب و کار الکترونیک.....
۱۵۷.....	یک طرح تجاری جدید برای کسب و کار الکترونیکی.....
۱۶۰.....	چهار عامل برای موفقیت در کسب و کار الکترونیکی.....
۱۶۳.....	تحويل به موقع.....
۱۶۴.....	تولید و تحويل درست به موقع و مدیریت کیفیت جامع.....
۱۶۵.....	کاستن از موجودی انبار.....
۱۶۶.....	مقاومت در برابر تولید و تحويل درست به موقع.....
۱۶۷.....	تأثیر پدیده تولید و تحويل درست به موقع بر روی چاپ پسته بندی.....

Error! Bookmark not defined. • ضمائم

پیشگفتار

کسب و کار الکترونیک به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه گذشته رشد بالایی را تجربه کرده است. به طوری که رویکرد سیاست اکثر موسسات تجاری در پذیرش و به کارگیری کسب و کار الکترونیک در جهت ورود به بازارهای جهانی و جلب مشتریان جدید و موثر و کارا در این راستاست. تاثیر گسترش و رشد فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و ورود آنها به عرصه سیستم‌های سازمانی بر توسعه راهبردهای اقتصادی موجب ایجاد تحول و بازنگری در رویکرد سستی به موضوع تجارت و بازار می‌شود. در این بین توسعه فن‌آون اینترنت در کشورها و گسترش ارتباطات الکترونیکی بین افراد و سازمان‌های مختلف از طریق دنیای مجازی اینترنت بستری مناسب و مساعد برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است. کسب و کار الکترونیک تاثیر به سزایی بر تمامی کارکردهای تجاری دارد. در واقع اصلی ترین سوال این نیست که آیا شرکت‌ها می‌بایست از کسب و کار الکترونیک استفاده کنند یا خیر بلکه نحوه‌ی اجرای کسب و کار الکترونیک در کسب مزیت رقابتی امری مهم تر به شمار می‌رود. فعالیت‌های کسب و کار الکترونیک اکنون در شبکه‌ای گسترده از شرکایی که به صورت دیجیتالی به هم پیوسته‌اند مشغول فعالیت‌اند تا امکان بهینه سازی تقاضا/ظرفیت/قیمت را در عین ارائه‌ی رابطه‌ای خدماتی میان فرد و خدمات در مسیرهای گوناگون با سرعت ارتباطی چشمگیر فراهم آورند.

فواد عباسی، درونا ک صابری

بهار ۱۳۹۹