

۶۸۴۷
۵۱

کار آفرینی و نوآوری در کسب و کارهای الکترونیک

(با محوریت مطالعات موردی)

www.ketab.ir

تألیف

دکتر بهروز زارعی

دانشیار دانشگاه تهران

بهزاد صادقی

دانشجوی دکتری دانشکده کار آفرینی دانشگاه تهران



شماره مسلسل ۱۰۴۰۲

شماره انتشار ۴۱۹۱

انتشارات دانشگاه تهران

سرشناسه	زارعی، بهروز، ۱۳۴۷ -
عنوان و نام پدیدآور	کارآفرینی و نوآوری در کسب و کارهای الکترونیک (با محوریت مطالعات موردی) / تألیف بهروز زارعی، بهزاد صادقی.
مشخصات نشر	تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	۲۸۰ص.
فروست	انتشارات دانشگاه تهران؛ شماره انتشار ۴۱۹۱.
شابک	978-964-03-0046-6
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
موضوع	بازرگانی الکترونیکی
موضوع	Electronic Commerce
موضوع	بازرگانی الکترونیکی -- نوآوری
موضوع	Electronic Commerce-- Technological Innovations
موضوع	کسب‌وکار -- نوآوری
موضوع	Business-- Technological Innovations
موضوع	Entrepreneurship
شناسه افزوده	صادقی، بهزاد، ۱۳۴۷ -
شناسه افزوده	دانشگاه تهران. مؤسسه انتشارات. University of Tehran. Press.
رده‌بندی کنگره	HF۵۵۴۸/۳۲ ۱۳۹۹
رده‌بندی دیویی	۶۵۷/۳۲
شماره کتابشناسی ملی	۱۳۷۰۰۹

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. کثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود و تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.
(این کتاب با کاغذ حمایتی به چاپ رسیده است.)



عنوان: کارآفرینی و نوآوری در کسب و کارهای الکترونیک (با محوریت مطالعات موردی)

تألیف: دکتر بهروز زارعی - بهزاد صادقی

ویرایش ادبی: نسترن حسین‌پور

نوبت چاپ: اول

تاریخ انتشار: ۱۳۹۹

شمارگان: ۲۰۰ نسخه

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلفان است»

بها: ۷۰۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرش فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press @ ut. ac. ir - تارنما: http://press.ut.ac.ir

پخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲



فهرست مطالب

مقدمه مؤلفان.....	ش
بخش اول - مبانی و کلیات.....	۱
فصل اول - نوآوری و کارآفرینی در بستر کسب و کار الکترونیک.....	۳
پیشگفتار.....	۳
مقدمه.....	۳
بررسی مطالعات پیشین.....	۵
کارآفرینی.....	۵
کارآفرینان و صاحبان کسب و کارهای کوچک.....	۶
کارآفرینی سازمانی.....	۶
نوآوری.....	۶
رابطه مفهومی بین کارآفرینی و نوآوری.....	۷
مطالعه‌های موردی در مورد هم‌افزایی نوآوری و کارآفرینی.....	۸
نکات و چالش‌های پیش روی کارآفرینی و نوآوری در کسب و کارهای الکترونیکی.....	۱۰
چارچوبی جامع برای ساختن سازمان‌های نوآور و کارآفرین.....	۱۱
راهبرد.....	۱۲
سیستم و ساختار.....	۱۲
نیروی انسانی (کارکنان).....	۱۳
مهارت‌ها.....	۱۳
سبک.....	۱۴
نتیجه‌گیری.....	۱۴
فصل دوم - کسب و کار الکترونیک نوآورانه: روندهای جاری و پتانسیل‌های آینده.....	۱۵
پیشگفتار.....	۱۵
مقدمه.....	۱۵
وب ۱.۰: تأمین الکترونیکی، فروشگاه الکترونیکی و بازار الکترونیکی.....	۱۷
سیستم‌های تأمین الکترونیکی.....	۱۷

۱۸	سیستم‌های فروش الکترونیکی
۱۹	سیستم‌های بازار الکترونیکی
۲۱	وب ۲,۰: جامعه الکترونیکی
۲۲	وب ۳,۰: E-Desk
۲۳	سیستم‌های درخواست الکترونیکی
۲۴	سیستم‌های سفارشی‌سازی الکترونیکی
۲۶	نتیجه‌گیری
۲۷	فصل سوم- فناوری اطلاعات و رقابت‌پذیری
۲۷	پیشگفتار
۲۷	مقدمه
۲۷	فناوری اطلاعات
۲۸	رقابت‌پذیری
۲۹	رقابت‌پذیری در سطح ملی و فناوری اطلاعات
۳۱	رقابت‌پذیری در سطح صنعت و فناوری اطلاعات
۳۴	رقابت‌پذیری در سطح شرکت و فناوری اطلاعات
۳۵	تأثیر فناوری اطلاعات بر زنجیره ارزش شرکت‌ها
۳۸	تأمین
۳۹	پشتیبانی داخلی و خارجی
۴۰	عملیات
۴۱	بازاریابی و فروش
۴۲	خدمات
۴۳	تأثیر فناوری اطلاعات بر رقابت‌پذیری شرکت
۴۵	نتیجه‌گیری
۴۷	فصل چهارم- خلق مزیت رقابتی در SMEها
۴۷	پیشگفتار
۴۷	مقدمه
۴۸	اهداف
۴۸	روش‌شناسی
۴۸	پیشینه موضوع
۴۹	مزیت رقابت SMEها در اقتصاد الکترونیک

۵۰	کسب‌وکار الکترونیک.....
۵۰	مدل‌های کسب‌وکار الکترونیک.....
۵۲	تجزیه و تحلیل نتایج.....
۵۲	مطالعه اول: Gripple Ltd.....
۵۳	مطالعه دوم: SMP Europe.....
۵۳	تجزیه و تحلیل دو مطالعه موردی.....
۵۵	خلاصه مطالعه‌های موردی دیگر.....
۵۶	الگوی نوین مدل کسب‌وکار الکترونیک.....
۵۷	مرحله اول: پیاده‌سازی زیرساخت مناسب برای ورود IT.....
۵۷	مرحله دوم: تغییر ساختار سازمانی و راهبردهای تجاری.....
۵۸	مرحله سوم: نفوذ در سازمان.....
۵۸	مرحله چهارم: جریان اطلاعات در زنجیره ارزش سازمان.....
۵۹	نتیجه‌گیری.....
۶۱	فصل پنجم - رویکردی نوین به مدل کسب‌وکار یکپارچه
۶۱	پیشگفتار.....
۶۱	مقدمه.....
۶۳	پیش‌زمینه.....
۶۷	به‌سوی نوآوری مدل کسب‌وکار یکپارچه.....
۷۱	مطالعه موردی رویکرد نوآوری مدل کسب‌وکار یکپارچه.....
۷۲	Skype: نوآوری مدل کسب‌وکار در بازار فناوری اطلاعات بالغ.....
۷۵	فصل ششم - کسب‌وکارهای الکترونیک و موبایل
۷۵	پیشگفتار.....
۷۵	مقدمه.....
۷۸	دیدگاه مبتنی بر کسب‌وکار و دیدگاه مبتنی بر فناوری.....
۷۸	به‌سمت کسب‌وکارهای الکترونیک و موبایل.....
۸۰	کسب‌وکارهای الکترونیکی و موبایل.....
۸۰	مورد اول: Omenahotelli: پذیرش مهمان به‌صورت آنلاین.....
۸۳	مورد دوم: شرکت حمل و نقل شهر هلسینکی، mTicket.....
۸۵	مورد سوم: Finnair و BookIT، گزارش ورود با SMS.....
۸۶	سه قاعده کلی.....

۸۶	قاعدهٔ اول: الکترونیکی شدن رایگان نیست!
۸۷	قاعدهٔ دوم: زمان و مکان مناسب
۸۸	قاعدهٔ سوم: مشتریان قبلی و روش‌های جدید کار با ابزارهای الکترونیک و موبایل
۸۹	نتیجه‌گیری
۹۱	فصل هفتم - بازاریابی الکترونیک و شرکت‌های کوچک و متوسط
۹۱	پیشگفتار
۹۱	مقدمه
۹۲	مطالعات گذشته
۹۷	سیستم‌های CRM
۹۸	شرکت Sign-Up.to
۹۹	Sign-Up.to در مقابل سیستم‌های CRM
۱۰۰	روندهای آینده
۱۰۱	نتیجه‌گیری
۱۰۳	فصل هشتم - نوآوری در تجارت الکترونیک
۱۰۳	پیشگفتار
۱۰۳	مقدمه
۱۰۴	پدیدهٔ B2B
۱۰۶	روش‌شناسی
۱۰۹	تولد و مرگ ناگهانی مبادلات B2B
۱۱۰	تجربیات تجارت الکترونیک در B2B: مشاهدات اولیه
۱۱۱	خرید: فروش کالا و انتخاب کالا
۱۱۲	خرید: استفاده از اینترنت
۱۱۳	خرید: سیستم‌های داخل سازمانی
۱۱۳	خرید: ارزیابی خرید و کنترل آن
۱۱۴	فروش: تعامل و ارتباط با مشتری
۱۱۵	فروش: استفاده از وب‌سایت
۱۱۶	تأثیر بر روابط خریدار - فروشنده
۱۱۶	نتیجه‌گیری

فصل نهم - تأثیر نوآوری بر زنجیره تأمین سازمانی.....	۱۱۷
پیشگفتار.....	۱۱۷
مقدمه.....	۱۱۷
چارچوب کلی.....	۱۱۸
بستر مورد مطالعه.....	۱۱۹
خودکارسازی.....	۱۲۰
معماری پورتال خریدار - فروشنده.....	۱۲۱
مطالعه موردی: تأمین الکترونیک.....	۱۲۱
مزیت برای خریدار.....	۱۲۳
مزیت برای فروشنده.....	۱۲۳
مزیت برای ذی‌نفعان.....	۱۲۳
فناوری و رقابت.....	۱۲۴
رابطه بین خریدار و فروشنده.....	۱۲۵
بررسی بازار.....	۱۲۵
ارائه کاتالوگ.....	۱۲۵
چالش توجه به مشتری.....	۱۲۶
چالش پیچیدگی فناوری.....	۱۲۶
چالش منابع انسانی.....	۱۲۶
چالش نظارت.....	۱۲۷
چالش تنوع برنامه‌ها.....	۱۲۷
خروجی‌ها.....	۱۲۸
خلاصه.....	۱۳۰
نتیجه‌گیری.....	۱۳۱
فصل دهم - فناوری اطلاعات در بازارهای مالی: زبان گزارشگری تجاری توسعه‌پذیر (XBRL).....	۱۳۵
پیشگفتار.....	۱۳۵
مقدمه.....	۱۳۵
XBRL چیست؟.....	۱۳۶
تشریح واژه‌نامه XBRL.....	۱۳۸
مزایای به‌کارگیری XBRL.....	۱۳۹
استانداردهای حسابداری و XBRL.....	۱۴۰

مقدمه مؤلفان

رشد سریع و موفقیت‌های تجاری شرکت‌های Dell, Amazon و Travel.com و ورزشکستگی تعداد زیادی از شرکت‌های دات‌کام در سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۰ در دنیا، اهمیت کارآفرینی و نوآوری در کسب‌وکار و اقتصاد الکترونیک را نشان داده است. کارآفرینی و نوآوری الکترونیک، اصول نوظهوری برای پاسخگویی سریع به تغییرات، در دنیای الکترونیک هستند. از بین رفتن شرکت‌های دات‌کام، چالش‌ها و فرصت‌های جدیدی برای کارآفرینان فردی و سازمانی ارائه کرده است تا بتوانند در مورد ساختارهای کارآفرینی و نوآوری در کسب‌وکارهای الکترونیک تفکری دوباره داشته باشند. کارآفرینی و نوآوری عوامل حیاتی برای پایداری کسب‌وکارهای الکترونیک در طولانی‌مدت هستند. درحالی‌که در اقتصاد رقابت‌محور، کارآفرینی و نوآوری الکترونیک به سازمان‌ها در حصول مزیت رقابتی کمک می‌کنند، اما باید در پیاده‌سازی‌های آنها موارد مهم‌تری مدنظر قرار گیرد.

کارآفرینی حول ایده‌پردازی، تبدیل ایده به محصول یا خدمات و سپس تأسیس یک شرکت برای عرضه آن به بازار تعریف می‌شود. کسب‌وکارهای کوچک، از جمله موضوعات قابل توجه در مطالعات کارآفرینی سال‌های اخیر بوده‌اند. این کتاب، کسب‌وکارهای الکترونیک کوچک را علاوه‌بر تأکید بر شخصیت فردی کارآفرینان، با تمرکز بر مفهوم کارآفرینی نیز بررسی می‌کند.

کارآفرینی می‌تواند چارچوبی برای تبیین رفتار سازمان‌ها باشد. عناصر کلیدی کارآفرینی شامل ریسک‌پذیری، پیشگامی و نوآوری است. اگرچه سلوین^۱ و کوین^۲ بیان کرده‌اند که این سه عنصر به‌تنهایی تضمین‌کننده موفقیت سازمان نیستند و بر این موضوع تأکید می‌کنند که «یک شرکت موفق نه‌فقط درگیر رفتارهای مدیریتی کارآفرینی می‌شود، بلکه نیازمند فرهنگ مناسب و ساختار سازمانی لازم برای حمایت از چنین رفتارهایی است». این کتاب، دیدگاه مشابهی را قبول دارد و با کارآفرینی، همانند رفتار سازمانی برخورد می‌کند که با تغییر و نوآوری در ارتباط است و درباره عناصر محیط داخلی و خارجی برای پرورش کارآفرینی و نوآوری در بستر کسب‌وکار الکترونیک بحث می‌کند.

از دیدگاه اقتصادی، کارآفرینی از راه تأثیرگذاری بر افزایش اشتغال و توسعه کالاها و خدمات جدید، موجب رقابت‌پذیری و شکوفایی ملی می‌شود. به کارآفرینی سازمانی می‌توان همانند گزینه‌ای برای بهبود موقعیت رقابتی شرکت نگاه کرد و از تحول شرکت، بازارها و صنایع به‌عنوان فرصت‌های خلق ارزش بهره

گرفت. دیدگاه‌های تجربی زیادی در مورد مؤثر بودن کارآفرینی سازمانی وجود دارد. این کتاب، ارتباط بین اقتصاد، کارآفرینی و نوآوری را به همراه موفقیت کسب و کارهای الکترونیک بررسی می‌کند.

آیا کارآفرینی با نوآوری در ارتباط است؟ مطالعات نشان می‌دهند که اشتراک‌هایی بین این دو وجود دارد. نوآوری ابزار مخصوص کارآفرینی است که کارآفرینان از آن استفاده کرده و فرصتی برای یک کسب و کار یا خدمت جدید مهیا می‌کنند. علاوه بر آن، نوآوری با نیازهای بازار در ارتباط است و برای رسیدن به موفقیت اقتصادی نیازمند کارآفرینی است. کارآفرینی یک تغییر حالت، فرایندی پویا و رویدادی نادر است. به زعم هیندل^۱ و لگ^۲ افرادی که گروه‌ها و سازمان‌ها را به سوی نوآوری هدایت می‌کنند، کارآفرینان هستند. کارآفرینان به دنبال فرصت‌ها می‌گردند و نوآوری‌ها، ابزارهای لازم را برای موفقیت کارآفرینان فراهم می‌کنند. کارآفرینی سازمانی، اغلب به معرفی ایده‌های جدید، محصولات جدید، ساختار سازمانی جدید، فرایند تولید جدید یا پیاده‌سازی یک سازمان جدید (خارج یا داخل سازمان موجود) می‌پردازد. هریگ^۳ و دیگران بیان کرده‌اند نوآوری به سه جزء پایه نیاز دارد: زیرساخت، سرمایه و ظرفیت کارآفرینانه که مورد آخر برای ساختن دو مورد اول مورد نیاز است. جدا از خروجی‌های مطالعات پایه‌ای کارآفرینی و نوآوری، این کتاب حوزه جدیدی از تحقیقات را در مورد نقش کارآفرینی و نوآوری در دنیا به ارمان می‌آورد. کارآفرینی و نوآوری الکترونیک به کارآفرینی و نوآوری در بستر فعالیت‌های کسب و کار الکترونیک اشاره دارد. در این کتاب ساختارهای نظری و مفاهیم کارآفرینی و نوآوری الکترونیک، از دیدگاه‌های مختلفی بررسی شده‌اند که این دیدگاه‌ها را پژوهشگران مدیریت و کسب و کار الکترونیک توسعه داده‌اند. هدف اولیه این کتاب بررسی تغییرات در قابلیت‌ها، فرایندها و طبیعت کارآفرینی و نوآوری در کسب و کار و اقتصاد الکترونیک بعد از نابودی دات کام‌هاست. اهداف مشخص این کتاب عبارت‌اند از:

- شناسایی ساختارهای اصلی کارآفرینی و نوآوری الکترونیک؛
- بررسی ارتباط و هم‌افزایی کارآفرینی و نوآوری در اقتصاد و کسب و کار الکترونیک؛
- بررسی عناصر ساختاری سازمانی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در نوآوری و کارآفرینی الکترونیک؛
- بررسی تأثیرات کارآفرینی سازمانی مبتنی بر ابزارهای الکترونیک (کارآفرینی الکترونیک داخل یک سازمان)؛
- بیان و تأیید برترین تجارب کارآفرینی و نوآوری الکترونیک در مطالعه‌های موردی؛
- مطالعه موارد اخلاقی مربوط به کارآفرینی الکترونیک؛

1- Hindle

2- Legge

3- Herbig