

توسعه کسب و کار الکترونیکی
در
بنگاه های کوچک و متوسط

مهندس مهدی نامدارزادگان دکتر محمدهادی صدرالدینی

عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور عضو هیات علمی دانشگاه شیراز



سرشناسه	:	نامدارزادگان، مهدی، ۱۳۵۸-
عنوان و نام پدیدآور	:	Namdarzadegan, Mehdi توسعه کسب و کار الکترونیکی در بنگاههای کوچک و متوسط مهدی نامدارزادگان، محمدهادی صدرالدینی.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات صالحیان، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۹۰ ص
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۲۱۴-۲۹۱-۹
وضعیت فهرست نویسی	:	فپا
موضوع	:	بازرگانی الکترونیکی
موضوع	:	Electronic commerce
موضوع	:	کسب و کار خرد -- نوآوری
موضوع	:	Small business-- Technological innovations
شناسه افزوده	:	صدرالدینی، محمدهادی، ۱۳۴۴-
رده بندی کنگره	:	HF۵۵۴۸۳۲
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۵۱۴
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۷۲۱۳۸۹

توسعه کسب و کار الکترونیکی در بنگاههای کوچک و متوسط



مؤلف: مهدی نامدارزادگان

ناشر: صالحیان

صفحه آرایشی: معصومه پاشازاده

سال و نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۴-۲۹۱-۹

دفتر انتشارات: میدان انقلاب-کارگر جنوبی-کوچه شهدای ژاندارمری-پلاک ۱۲۷-واحد ۳.

تلفن: ۰۹۱۹۰۸۱۰۱۴۲-۶۶۹۷۹۳۰۰

سایت انتشارات: www.pubsalehiyan.ir

قیمت: ۱۶۰۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ

فهرست مطالب

۹.....	پیشگفتار.....
۱۱.....	فصل اول: بنگاه های کوچک و متوسط.....
۱۱.....	بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs).....
۱۹.....	فصل دوم: کسب و کار الکترونیکی و تفاوت آن با تجارت الکترونیکی.....
۱۹.....	کسب و کار الکترونیکی.....
۲۱.....	تجارت الکترونیکی.....
۲۳.....	تفاوت کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک.....
۲۳.....	مزایای کسب و کار الکترونیک برای بنگاه های کوچک و متوسط.....
۲۴.....	معایب و چالش های کسب و کار الکترونیک برای بنگاه ها.....
۲۴.....	انواع کسب و کار الکترونیک در بنگاه ها.....
۲۵.....	فصل سوم: مشکلات بنگاه های کوچک و متوسط در پذیرش توسعه کسب و کار الکترونیکی.....
۲۵.....	مشکلات بنگاه های کوچک و متوسط در پذیرش کسب و کار و تجارت الکترونیکی.....
۲۶.....	پذیرش کسب و کار و تجارت الکترونیک توسط بنگاه های کوچک و متوسط.....
	فصل چهارم: اهمیت آمادگی الکترونیکی بنگاه های کوچک و متوسط برای توسعه کسب و کار
۲۹.....	الکترونیکی.....
۲۹.....	آمادگی الکترونیکی (E-Readiness).....
۳۱.....	اهمیت ارزیابی آمادگی الکترونیکی.....
۳۲.....	ضرورت آمادگی الکترونیکی.....
۳۲.....	مولفه های آمادگی الکترونیکی.....
۳۳.....	عناصر موثر در آمادگی الکترونیکی.....
۳۳.....	اهداف آمادگی الکترونیکی.....
۳۳.....	مزایای آمادگی الکترونیکی.....
۳۳.....	مدل های ارزیابی آمادگی الکترونیکی.....

۳۵.....	آمادگی الکترونیکی بنگاه های کوچک و متوسط
۳۸.....	رسیدن بنگاه های کوچک و متوسط به آمادگی الکترونیکی
۳۹.....	فصل پنجم: پورتال ها و نقش آنها در توسعه کسب و کار الکترونیک بنگاه های اقتصادی کوچک و متوسط
۳۹.....	پورتال ها
۴۰.....	تاریخچه پورتال ها
۴۱.....	پورتال سازمانی
۴۲.....	فرق پورتال با وب سایت
۴۲.....	دسته بندی پورتال ها
۴۴.....	طراحی پورتال سازمانی
۴۴.....	پورتال به مثابه اتوماسیون تحت وب
۴۶.....	ویژگی های پورتال
۴۷.....	انواع پورتال بر حسب محتوا و مخاطب
۴۹.....	اجزای فنی پورتال
	فصل ششم: پیاده سازی راهکار عملی کمک به توسعه کسب و کار الکترونیک در بنگاه های کوچک و متوسط با طراحی و توسعه پورتال بنگاه های حوزه صنعت و معدن
۵۳.....	فرآیندهای مهم بنگاه ها روی پورتال
۵۴.....	طراحی و توسعه پورتال مطلوب برای بنگاههای کوچک و متوسط حوزه صنعت و معدن
۵۴.....	توسعه پورتال مبتنی بر تکنولوژی NET 2 و پایگاه داده SQL
۵۵.....	ویژگی های مطلوب پرتال مطلوب معرفی شده
۶۰.....	اطلاعات و خدمات پورتال مطلوب
۶۰.....	مخاطبین پورتال مطلوب
۶۱.....	محدوده پوشش پورتال مطلوب
۶۲.....	درآمد زایی پورتال مطلوب
۶۲.....	موارد مشابه داخلی پورتال توسعه داده شده با پرتال مطلوب
۶۸.....	بررسی نمونه های خارجی پورتال ها برای فعالیت های بنگاه های کوچک و متوسط بر روی پورتال
	پیشنهادات کاربردی برای افزایش آمادگی الکترونیکی بنگاههای کوچک و متوسط به منظور توسعه کسب و کار الکترونیک در بنگاه ها
۷۴.....	منابع
۷۷.....	منابع فارسی
۷۸.....	منابع لاتین

پیشگفتار

تاکید بر همکاری و حمایت از بنگاه های کوچک و متوسط^۱ (SMEs) با نگاهی ویژه به اهمیت توسعه انجام الکترونیکی فرآیندهای مهم آنها، می تواند درک بهتری را نسبت به اهمیت توسعه کسب و کار الکترونیکی^۲ در آنها و نقش آن بنگاه ها در رونق اقتصادی به دست بدهد. برای بررسی بیشتر این نقش، از نظر تعداد و اندازه بنگاه ها و ویژگی های مربوط به بنگاه های کوچک و متوسط حوزه صنعت با اندازه های مختلف، بهتر است نگاهی به آمارهایی که در ادامه می آیند بیندازیم.

آمارهای موجود در ۱۰ ساله منتهی به سال ۹۶ نشان می دهند که در بخش اقتصاد حوزه صنعت در ایران، سهم بزرگی از اشتغال در بنگاه های صنعتی خرد ایجاد می شود. این در حالی است که بیشترین سهم درآمدی به دست آمده در این بخش در بنگاه های صنعتی بزرگ تولید می شود. همان طور که آمارها نشان می دهند در ساختار مورد بحث حدود ۶۷ درصد کل اشتغال بخش صنعت، در بنگاه های خرد ایجاد شده اند. در حالی که فقط ۱۹ درصد از کل درآمد حاصل در این بخش در این بنگاه ها تولید می شوند. برعکس، در این آمارها مشاهده می شود که بنگاه های بزرگ ۱۲ درصد کل اشتغال بخش صنعتی را در اختیار داشتند، در حالی که ۵۳ درصد از کل درآمد صنعت در این بنگاه ها به وجود می آمد. اگر به تعداد بنگاه های موجود در اقتصاد ایران به تفکیک اندازه شان نیز نگاه کنیم متوجه می شویم که بخش اعظم بنگاه های صنعتی کشور را بنگاه های کوچک و متوسط تشکیل می دهند. فقط ۴ درصد از کل بنگاه های صنعتی در ایران، جزو بنگاه های با سایز بزرگ دسته بندی می شوند. اینها در حالی است که اگر به آمارهای مربوط به صادرات بخش صنعتی رجوع کنیم درخواست داریم یافت که عمده سهم صادرات در این بخش مربوط به بنگاه های بزرگ است. حال اگر به بررسی رابطه بین بهره وری به عنوان مهم ترین عامل رشد اقتصادی و اندازه بنگاه ها بپردازیم، مطابق داده ها متوجه می شویم که بهره وری رابطه ای معکوس با سایز بنگاه های صنعتی در ایران دارد. به این معنا که متوسط بهره وری در بنگاه های صنعتی کوچک به مراتب بیشتر از بهره وری بنگاه های بزرگ است. برای مثال چه عواملی سبب می شوند بنگاه های صنعتی خرد و متوسط به نسبت اشتغالی که ایجاد می کنند از سهم کمتری از کل درآمد تولید شده برخوردار باشند؟ می توان گفت یکی از دلایل مهم وجود این الگو عدم توسعه کسب و کار الکترونیکی در آنها و به دنبال آن عدم وجود بازار مناسب برای بنگاه های خرد و کوچک است.

محدود بودن بازار محصول برای بنگاه های کوچک و متوسط سبب می شود که این بنگاه ها به نسبت اشتغالی که در آنها وجود دارد، سهم درآمد بسیار کمی در اقتصاد داشته باشند. این خود عاملی است که می تواند موجب ناپایداری فعالیت چنین بنگاه هایی شود. بنابراین اگر این بنگاه ها بتوانند به مدد توسعه کسب و کار الکترونیکی، ضمن کاهش هزینه های تولید، بازارهای خود را برای فروش محصولاتشان گسترش بدهند، طبق شرایط بهتری را برای ادامه فعالیت خود پیدا خواهند کرد. مخصوصا که طبق آمارهای ارائه شده، این بنگاه ها سهم بسیار کمی از کل صادرات صنعتی را در اختیار دارند و چنانچه با توسعه کسب و کار الکترونیکی بازارهایی برای صادرات محصول خود به دست بیاورند، می توانند سهم خود در این بخش را ارتقا بدهند و محیط پایدار مورد نیاز خود برای ادامه حیات را پیدا کنند. آمارها نشان می دهند که توجه به بنگاه های خرد و متوسط از نظر اشتغالی که می توانند در اقتصاد ایجاد کنند، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و نیز شواهد حاکی از آن است که از مهم ترین نیازهای این بنگاه ها برای فعالیت و تولید، تامین نیازهای مالی در گام اول و در ادامه توسعه کسب و کار الکترونیکی است. این در حالی است که در شرایط حاضر درصد بسیار ناچیزی از منابع بانکی به صنایع کوچک و متوسط اختصاص داده می شود و درصد کمی نیز آمادگی الکترونیکی^۱ لازم برای توسعه کسب و کار الکترونیکی در خود را دارند. حال می توان گفت که اگر همکاری با این صنایع کوچک و متوسط متوجه تامین اعتبارات مورد نیاز آنها و کمک به افزایش آمادگی الکترونیکی آنها باشد، این سیاست نیز می تواند نقش بسیار تعیین کننده ای را برای فعالیت پایدار و افزایش درآمد در این بنگاه ها ایفا کند. سرانجام از آنجا که بهره وری در اقتصاد ایران نیز با افزایش اندازه بنگاه ها کاهش می یابد، توجه به بنگاه های کوچک و متوسط و فراهم کردن ملزومات توسعه کسب و کار الکترونیکی برای آنها از این نظر نیز می تواند عامل موثری باشد که رشد اقتصادی در کشور را تقویت کند. زیرا همان طور که آمارها نشان می دهند سهم این عامل یعنی بهبود بهره وری بنگاه ها، در رشد اقتصادی کشور در چند دهه اخیر برابر صفر بوده است.