

به نام خدا

طراحی مدل کسب و کار مجازی
با رویکرد کارآفرینی در حوزه سلامت

مؤلفین:

دکتر ابوالقاسم عربیون

(عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)

دکتر بهروز رارعی

(عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)

مهندس مجتبی نوبی

(کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی سازمانی)



نشر قصار

سرشناسه	: عربیون، ابوالقاسم، ۱۳۵۳-
عنوان و نام پدیدآورنده	: طراحی مدل کسب و کار مجازی با رویکرد کارآفرینی در حوزه سلامت/ ابوالقاسم عربیون/ بهروز زارعی/ مجتبی ذنوبی
مشخصات نشر	: تهران؛ قصار، ۱۳۹۰
مشخصات ظاهری	: ۱۲۴ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۰۲۸۷-۲-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: اینترنت در پزشکی
موضوع	: بازاریابی اینترنتی
موضوع	: اینترنت - جنبه‌های اقتصادی
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات - - جنبه‌های اقتصادی
شناسه افزوده	: زارعی، بهروز،
شناسه افزوده	: ذنوبی، مجتبی، ۱۳۶۳-
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۰ع ۱۹الف/۷/۸۵۹R
رده‌بندی دیویی	: ۶۱۰/۰۲۸۵
شناسه کتابشناسی ملی	: ۲۵۹۱۸۰۱



نشر قصار

تهران، خیابان انقلاب، خیابان ابوریحان، نرسیده به جمهوری، کوچه نوساز، پلاک ۲۰ واحد ۲
تلفن: ۰۹۱۹۵۹۳۲۲۳۸-۰۹۱۲۴۳۴۱۱۲۸-۶۶۴۹۷۵۴۵

Email: Qesarpub@yahoo.com

طراحی مدل کسب و کار مجازی با رویکرد کارآفرینی در حوزه سلامت
مؤلفین:

دکتر ابوالقاسم عربیون (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)

دکتر بهروز زارعی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)

مجتبی ذنوبی

صفحه‌آرا: میثم فرجی

طرح جلد: علیرضا شیرینی همدانی

چاپ اول، ۱۳۹۱

تیراژ: ۵۰۰ نسخه - قیمت: ۳۵۰۰ تومان

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: صفیه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۰۲۸۷-۲-۶

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به نشر قصار و نویسنده‌ی آن می‌باشد، هرگونه دخل، تصرف و بهره‌برداری بدون اجازه کتبی نویسنده و تأیید ناشر ممنوع و دارای پیگرد قانونی است.

اول دفتر به نام ایزد دانا صانع و پروردگار حی توانا

کارآفرینی در گرو ایده است. وقتی ایده‌ای را می‌پروریم می‌توانیم از آن بسیاری از نیافته‌ها را سامان دهیم. همیشه فرصت‌های بزرگ از یک ایده و ذهن خلاق بر می‌خیزد، ذهنی که می‌تواند با ایجاد ایده‌ای کارآمد رشد و توسعه به همراه بیاورد و دسته‌بندی ذهنی و دوری از پراکندگی ذهنی اولوفتی است که می‌تواند در ادامه یک ذهن خلاق را بارور سازد، بسیاری از ذهن‌های خلاق در روند اندیشه دچار ایست‌های نابهنگام شده و جریان ایده‌پردازی را دچار تزلزل و سرانجام ناکارآمدی نماید. بنابر این برای استفاده از ذهن خلاق در ایده‌پردازی ابتدا باید از تشتت افکار پرهیز کرد و پرداخت ذهنی موثر را نشانه گرفت. این، مرحله‌ی آغازین رشد ذهنی است که قابلیت تبدیل یک سوره به واقعیت را دارد تا از فرآیند آن، حرکتی رو به جلو برای گسترش و توسعه اقتصادی و اجتماعی به انجام رسد.

نشر قصار امیدوار است در ذیل توجهات حضرت ولی‌عصر بتواند با نشر کتاب‌های حوزه‌ی کارآفرینی کمکی هرچند اندک به جریان توسعه اجتماعی-اقتصادی موثر و بر پایه‌ی واقعیت‌ها نموده و انگیزه‌ای در جهت باز کردن دریچه‌ای رو به فردا باشد انشاالله...

در این مجال لازم است از تلاش‌های گران‌سنگ دانشمند فرهیخته و ارجمند دانشگاه تهران جناب آقای دکتر عربیون که سالیان جوانی و نشاط خود را بر سر کمک به جریان رشد و توسعه اجتماعی-اقتصادی کشور گذارده‌اند در جهت تالیف و ترجمه این دسته از کتاب‌های حوزه کارآفرینی، توسعه و اشتغال‌آفرینی قدردانی نمایم و موفقیت‌های روزافزون جنابشان را از خداوند متعال تقاضا نمایم.

به امید روزی که هر ایرانی یک کارآفرین باشد

محمد رضا شهری

مدیر نشر قصار

فهرست مطالب

۹	مقدمه.....
۱۵	بیان مفاهیم مرتبط با مدل کسب و کار.....
۱۶	مقالات و کتب در مورد مدل کسب و کار.....
۲۱	تعاریف مدل کسب و کار.....
۲۳	سیر تکامل تدریجی مفهوم مدل کسب و کار.....
۳۱	طبقه بندی مدل کسب و کار.....
۴۰	بخشهای مدل کسب و کار.....
۴۰	چارچوب های مدل کسب و کار متمرکز روی محصول، بازیکن و شبکه.....
۴۵	چارچوبهای خاص بازاریابی.....
۵۱	مدلسازی هستی شناختی.....

۵۲	مدلها و تغییر کسب و کار.....
۵۶	ارزیابی و شاخص های مدل کسب و کار.....
۶۱	سیر تکاملی کسب و کار الکترونیکی.....
۶۶	اولین مدل های کسب و کار اینترنت و بزرگترین چالشها.....
۷۳	بیان مفاهیم مرتبط با مدل های کسب و کار اینترنتی.....
۷۴	اولین مرحله صنعت سلامت الکترونیکی.....
۷۷	بازماندگان و تازه واردین سلامت الکترونیکی.....
۷۸	افراد ذینفع اصلی صنعت سلامت و تندرستی الکترونیکی.....
۸۰	بررسی چند کسب و کار اینترنتی.....
۸۲	داستانهای کسب و کارهای موفق.....
۸۲	شرکت Amazon.com.....
۸۶	شرکت eBay.....
۹۰	شرکت Yahoo!.....
۹۳	شرکت سلامت و تندرستی WebMD.....
۹۷	داستانهای کسب و کار های ناموفق.....
۹۷	شرکت Boo.com.....

۱۰۰etoys.com شرکت

۱۰۲pets.com شرکت

۱۰۵Planet Rx شرکت

۱۰۸مدل های کسب و کار اینترنتی ترکیبی

۱۱۱نتیجه گیری

www.ketab.ir

فهرست جداول

- جدول ۱ فهرست نویسندگان و محققین مدل کسب و کار ۱۹
- جدول ۲ معماری های مدل های کسب و کار تایمرز ۳۲
- جدول ۳ طبقه بندی b-webs (۲۰۰۰ Tapscott ، Ticoll و دیگران) ۳۵
- جدول ۴ طبقه بندی مدل های کسب و کار توسط لیندر و کانترل (۲۰۰۰) ۳۶
- جدول ۵ مدل های کسب و کار اتمی ویل و ویتاله (۲۰۰۱) ۳۷
- جدول ۶ طبقه بندی اپل گیت در مورد مدل های کسب و کار ۳۹
- جدول ۷- عناصر یک مدل کسب و کار برطبق نظر آفواه و توجی (۲۰۰۳) ۴۲
- جدول ۸- بخشهای مدل کسب و کار استاهلر ۴۳
- جدول ۹- عناصر مدل کسب و کار آلت و زیمرمان (۲۰۰۱) ۴۴
- جدول ۱۰- بخشهای مدل کسب و کار همل (۲۰۰۰) ۴۶
- جدول ۱۱- مدل کسب و کار و عناصر ابتکار عمل کسب و کار الکترونیکی ویل ویتاله ۴۸
- جدول ۱۲- ارزیابی مدل کسب و کار: معیارهای بخش (۲۰۰۳ Afuah و Tucci) ۵۷
- جدول ۱۳ بزرگترین چالش های پیش روی شرکتهای Online در طی Netphasel ۶۸
- جدول ۱۴ تصویر کلی مطالعه خارجی ۸۱
- جدول ۱۵ اولین عوامل موفقیت مدل کسب و کار اینترنت ۱۱۱
- جدول ۱۶ عوامل شکست اولین مدل کسب و کار اینترنتی ۱۱۳

فهرست اشکال

- شکل ۱ مثلث منطق کسب و کار..... ۱۷
- شکل ۲ حضور اصطلاح مدل کسب و کار..... ۱۸
- شکل ۳ سیر تکاملی مفهوم مدل کسب و کار..... ۲۵
- شکل ۴ طرح طبقه بندی تایمرز (۱۹۹۸)..... ۳۱
- شکل ۵ b-web (۲۰۰۰ Tapscott و Ticoll و دیگران)..... ۳۴
- شکل ۶- مفهوم مدل کسب و کار همل (۲۰۰۰)..... ۴۵
- شکل ۷- مفهوم مدل کسب و کار لیندر و کانترل (۲۰۰۰)..... ۴۷
- شکل ۸- هستی شناسی Value - E^3 برای کسب و کار الکترونیکی (۲۰۰۱ Gordijn, Akkermans و دیگران)..... ۵۲
- شکل ۹- مدل های تغییر (۲۰۰۰ Linder, Cantrell)..... ۵۴
- شکل ۱۰ سیر تکامل تدریجی کسب و کار الکترونیکی..... ۶۳
- شکل ۱۱ رشد و پیشرفت کسب و کار الکترونیکی توسط NASDAQ..... ۶۴
- شکل ۱۲ افراد دینفع اصلی صنعت سلامت و تندرستی الکترونیکی..... ۷۹

شاید بنظر می‌رسد اصلی‌ترین عامل تحولات روزافزون و پرشتاب عصر حاضر، صنعت الکترونیک باشد. این تحولات با الکترونیک شروع شده و بوسیله تجهیزات الکترونیکی گسترش یافته است و آینده این تحولات نیز بستگی تام به توانایی صنایع الکترونیک در تامین تجهیزات لازم برای پیاده‌سازی ایده‌های جدید دارد. اغلب کشورهای جهان اقداماتی در جهت دستیابی به شاه‌کلید صنایع انجام داده و بسته به نوع تاکتیک و استراتژیهای بکار رفته به نتایج متفاوتی رسیده‌اند و عموماً هم سود برده‌اند. در اواخر دهه ۱۹۴۰ عقیده بیشتر دانشمندان براین بود که دیگر دوره کشف و اختراع به پایان رسیده و هر نوع تحول علمی و صنعتی توجه جدیدی غیر محتمل می‌باشد و این در حالی بود که با اختراع ترانزیستور در سال ۱۹۴۹ بزرگترین و سریعترین تحول جامعه بشری تازه شروع شد، انقلاب الکترونیک و حالا عصر الکترونیک. اگر تا دیروز کشورها به میزان ذخیره طلای خود می‌بالیدند امروزه این حجم سلیکون خالص است که می‌تواند اعتبار و قدرت واقعی کشورها را مشخص کند.

پیشرفت‌های اخیر در زمینه فن آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی (ICT)^۱ و گسترش شبکه‌های پردازش اطلاعات سبب دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی و نیز جهانی شدن ارتباطات، تجارت و خدمات گردیده است. این مسئله در بخش بهداشت در قالب مفهوم سلامت الکترونیک^۲ مطرح می‌شود زمینه‌ای که شاخص اصلی آن، بکارگیری فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای ارائه خدمات سلامت و روان به مردم است.

در بین تمامی فن‌آوریهای پیشرفته دیجیتالی، ابزارهای ICT مبتنی بر اینترنت بیشترین تاثیر را داشته‌اند. اینترنت همه چیز را به طرز چشمگیری تغییر داده است و این تغییر همه افراد را به نوعی درگیر خود کرده است. توانایی مصرف‌کنندگان برای پیدا کردن و خرید محصولات و یا اطلاعات آنلاین و توانایی شرکت‌های تجاری به استفاده از ارتباطات جهانی و رسیدن به شرکای تجاری جدید و یا ارائه خدمات جدید به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر یافته

^۱ - Information and communication Technology

^۲ - E-Health

است. امروزه تقریباً تمامی صنایع در حال تجربه این اثرگذاری هستند. مدل کسب و کار اغلب مورد بحث و جنبه ای درک شده در اینترنت می باشد. بحث های بسیاری در مورد چگونگی تغییرات اینترنت برمدل کسب و کار سنتی وجود دارد، اما شواهد واضح و روشن کمی از آنچه این تغییرات دقیقاً به چه معناست وجود دارد (Rappa, 2001).

ده سال پیش یک شرکت نیاز به استراتژی یا مهارت خاص و حتی هیچ کدام از مشتریان نداشت ولی همه آنها در یک مدل کسب و کار براساس اینترنت که وعده سودهای بزرگ در آینده ای دور و بد تعریف شده را می داد، نیاز بود. (Magretta, 2002).

امروزه یک مدل کسب و کار خوب هنوز به عنوان یک ضرورت برای هر سازمان موفق باقی مانده است. خواه آن یک سرمایه گذاری جدید و یا یک شرکت تاسیس شده باشد. ایجاد یک شرکت در هر صنعتی دارای چالش هایی می باشد، اما خصوصیات منحصر به فرد اینترنت آن را به ویژه سخت تر می کند (Kalakata and Robinson, 1999).

دردنمای کسب و کار اینترنتی، نوآوری عبارت است از کشف روند قبل از هرکس دیگری و بهره برداری پیشرفته از اطلاعات و فناوری جهت ایجاد ارزش. این ایده که شرکت ها با ایجاد ارزش موفق هستند یک درک مشترک می باشد، آنچه جدید است، این است که مدل های کسب و کار نوآورانه چگونه این ارزش را به مشتری ارائه دهد. فرم های جدید مدل های کسب و کار از ادبیات مدل های کسب و کار موجود و پیشنهاد رویکرد نوآورانه و بررسی چگونگی تغییرات آینده کل صنعت، بدست می آید.

در بسیاری از صنایع مدل های جدید کسب و کار یک تهدید هستند یا حتی جایگزین شرکت های تاسیس شده که کسب و کار خود را از راه های سنتی انجام می دهند، می باشد. افزایش رقابت و کپی برداری سریع از مدل های کسب و کار موفق، شرکت ها را به نوآوری و سازگار نمودن مدل کسب و کار خود بصورت مداوم جهت بدست آوردن و حفظ مزیت رقابتی، مجبور می نماید.

صنعت سلامت و تندرستی الکترونیکی بخاطر چند دلیل بویژه شگفت انگیز می باشد، برای مثال تغییرات مهم و قابل توجه در سبک زندگی و نیازمندی های مراقبت از سلامت و تندرستی، ماهیت سنتی و مبتنی بر دفتر و کاغذ صنعت سلامت و تندرستی، توان ظاهری و قوی برای کسب و کارها و نوآوری های مبتنی بر اینترنت. صنعت سلامت و تندرستی یکی

از صنایع می باشد که در پیاده ساختن تکنولوژی های جدید و اینترنت به عنوان بخشی از کارهای روتین شان نسبتاً آهسته عمل کرده اند و آماده دریافت نوآوری ها می باشند. بخش های سنتی نظیر داروخانه ها و خدمات اطلاعات سلامت و تندرستی از طریق کسب و کارهای Online در طی Netphase I سریعاً تغییر شکل یافتند. ولی بخش اسناد و مدارک درمانی Online هنوز یک حوزه جدید می باشد و توان زیادی را برای نوآوری های مدل کسب و کار ارائه می دهد. این بخش کنجکاو را تحریک می کند و انگیزه هایی را برای کاوش این موضوع ارائه می دهد که این بخش سلامت و تندرستی الکترونیکی نوظهور چگونه باعث تغییراتی در قضیه ارزش مشتری می شود و صنعت سلامت و تندرستی الکترونیکی را به سطح دیگر می برد و معین می کند چالش ها و محدودیت های اصلی برای نوآوری های آینده چیست. با نوآوریها، ما باید روشها، ارتباطات درونی و تغییرات جدید در داخل و میان عناصر فعلی مدل کسب و کار را بشناسیم. که این امر از طریق مشخص ساختن چالش های اصلی، بررسی محدودیت ها برای آن نوآوری های آتی بالقوه و بنابراین مشخص ساختن احتمالی ترین محدودیت ها امکان پذیر می شود.

سلامت الکترونیک یک صنعت در حال ظهور می باشد که روش های نوآورانه در تکامل مدل کسب و کار ارائه می کند. افراد کمی هستند که سعی کرده اند تعریفی از این مفهوم ارائه دهند.

ایسن بچ^۱ استادانه ترین تعریف را به شرح ذیل ارائه می کند :

"سلامت الکترونیک یک زمینه در حال ظهور می باشد که در تقاطع انفورماتیک پزشکی، بهداشت عمومی و کسب و کار، با اشاره به خدمات سلامت و اطلاعات تحویل داده یا بهبود از طریق اینترنت و تکنولوژی های مرتبط قرار دارد. درمعنای گسترده تر، شرایط مشخص تنها توسعه تکنیکی نمی باشد بلکه یک حالت از ذهن، یک راه فکر کردن، یک نگرش و یک شبکه از ارتباطات نگرش جهانی، برای بهبود مراقبت های بهداشتی محلی، منطقه ای و جهانی بوسیله فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز می باشد."

این تعریف نسبتاً گسترده و شامل هر دو خدمات انتفاعی و غیرانتفاعی می باشد، بنابراین به منظور تعیین دامنه، نویسندگان این کتاب تعریف ساده شده زیر را برای اصطلاح سلامت الکترونیک ارائه می دهد:

"سلامت الکترونیک، یک کسب و کار الکترونیک در حال ظهور می باشد که خدمات و یا اطلاعات سلامت را از طریق اینترنت با اهداف اقتصادی فراهم می نماید"

با توجه به تعریف فوق لغت کلیدی "اهداف اقتصادی" برای اعمال محدودیت در اصطلاح سلامت الکترونیک و تاکید آن بر حوزه تجاری در این تحقیق به عنوان ابزاری برای ایجاد سود، که یکی از قسمت های اصلی ادبیات یک مدل کسب و کار می باشد. بنابراین از اصطلاح **کلینیک مجازی سلامت و روان** و **یا سلامت الکترونیک** در این کتاب باید مفهوم یک کسب و کار مبتنی بر اینترنت که خدمات و یا اطلاعات سلامت را از طریق اینترنت برای کسب سود فراهم می نماید، بدست آید.

بسیاری از افراد از خود می پرسند که چه عاملی موفقیت یک کسب و کار را می سازد و اینکه آیا آن یک کسب و کار سنتی می باشد یا یک کسب و کار مبتنی بر اینترنت. مقالات و کتب در زمینه مدل کسب و کار در اواخر سعی کرده اند تا توضیح دهند که چه چیز یک فعالیت کسب و کار اینترنتی موفق را می سازد. از لحاظی مقالات و کتب مدل کسب و کار بنیادها و زمینه مشترک را برای خواننده مهیا می سازند که یک کسب و کار متشکل از چیست. نویسندگان این کتاب به این موضوع اشاره کرده اند که علیرغم اینکه مقالات و کتب در مورد مدل کسب و کار دارای امتیازها و محاسن خاص خود می باشند، ولی در این مورد که چگونه می توان عملاً از مقالات و کتب موجود و در دسترس استفاده کرد، مطالب زیادی نوشته نشده است.

فناوری اطلاعات به ویژه اینترنت در بخش بهداشت و سلامت، امروزه می تواند نقش محوری، اساسی و مهمی را در کمک به مردم و کشورها در زمینه مسائل گوناگون مراقبتهای بهداشتی و سلامت اجتماعی ایفا کنند. اگرچه این نقش در تضاد با روابط سنتی بیمار و پزشک و کاهش تعاملات بین آنها می تواند باشد، اما مزایای بسیاری در پی دارد. در این مجال با بررسی انواع مدل های کسب و کار و سپس مدل های کسب و کار الکترونیکی و در نهایت مدل کسب و کار کلینیک مجازی سلامت و روان و اشاره به کاربردهای متنوع فناوری اطلاعات و ارتباطات

به ویژه اینترنت در آن به طراحی مدل کسب و کار در بخش بهداشت و سلامت، متناسب با نیازهای امروزی مردم اشاره می شود.

یک حقیقت غیرقابل انکار این است که به موازات پیشرفت های علمی و بهداشتی، آلودگیها، بیماریها و خطرات بی شماری مردم را تهدید می کند و برای داشتن جهانی سالم، چاره ای جز تبادل علمی و تعامل مشترک باقی نمی ماند. سالهاست که سیستمهای ICT در بخشهای درمان، مدیریت و آموزش ایجاد شده و پیشرفت کرده اند. به موازات این پیشرفت ها، بخش درمان همواره توسعه یافته است و محدوده وسیعی از اطلاعات و آمار در این حوزه ایجاد گشته است.

فن آوری اطلاعات و ارتباطات همگام با ارتقاء سطح سلامت در گستره جامعه، سبب تحول در کیفیت مراقبتهای بهداشتی گردیده است. مراقبت از راه دور زمینه اصلی کاربرد فن آوری اطلاعاتی می باشد، که بر پایه تحولات درونی نظام های سلامت و تغییر دیدگاه بیماری نگر به سلامت نگر و فرد نگر به جامعه نگر و در جهت ارتقاء کیفیت خدمات بهداشتی بنا نهاده شده است. (بلورچی فرد، ۱۳۸۵)

از آنجا که حوزه سلامت و درمان و مساله سلامتی افراد جامعه همواره یکی از دغدغه های اصلی مدیران کشور می باشد ایجاد امکاناتی که بتوان بر مبنای آن سطح کیفی سلامتی را به میزان قابل قبولی حفظ نمود جزء مهمترین مسائل برنامه ریزان سلامتی کشور خواهد بود.

دسترسی سریع به مراقبتهای پزشکی از حقوق اساسی همه ی مردم است و با بهره جویی از فناوری مخابراتی و اطلاعاتی، افراد جامعه قادر خواهند بود از دسترسی یکسان به خدمات بهداشتی و پزشکی الکترونیکی به منظور حفظ سلامت خویش بهره مند شوند و فرایند مراقبت های بهداشتی و درمانی خود را به نحو مناسب تری اداره کنند. (حسینی، ۱۳۸۵)

امروزه اینترنت جزو لاینفک زندگی روزمره مردم قرار گرفته است و درصد بالایی از مردم با آن آشنا هستند. با توجه به آمار های رسمی ارائه شده در زمینه میزان استفاده مردم از اینترنت می توان نتیجه گرفت مشتریان و مخاطبین کلینیک مجازی سلامت در ایران افراد زیادی هستند و لذا این افراد در صورت ارائه خدمات سلامت و روان با دقت و کیفیت بالا به صورت مجازی به علت به صرفه بودن و صرفه جویی در وقت و هزینه، قطعاً استفاده خواهند کرد. سلامت الکترونیک ارائه کننده کلیه مراقبتهای بهداشتی از طریق اینترنت است که

دامنه وسیعی را شامل می شود. ارائه اطلاعات، آموزش و تجارت پزشکی از مقوله های هستند که توسط افراد متخصص و غیرمتخصص و تجار مورد استفاده قرار می گیرند. سلامت الکترونیک دامنه وسیعی از فعالیت های کلینیکی که در پزشکی از راه دور مورد استفاده قرار می گیرد را از طریق اینترنت ارائه می کند.

با استفاده از سلامت الکترونیک مراقبت های بهداشتی موثرتر می شوند و ایجاد ارتباط بین بیماران و متخصصان بدین شکل را ممکن می سازد. (مویدرضایی & حافظی رشتی، ۱۳۸۵) کاربرد اساسی دیگر این روند، کمک به پیشگیری و کنترل بیماری های واگیردار، راهنمایی منابع انسانی متخصص در درمان، و تسریع در فرآیند ارائه خدمات بهداشتی و پزشکی است، براین مبنا بهره جویی از ساختار دولت الکترونیکی نیاز به برنامه های دقیق در حوزه نرم افزاری مانند تجارت الکترونیکی، آموزش الکترونیکی و پزشکی دارد. (حسینی، ۱۳۸۵)

با استفاده از اینترنت و فاکتور شدن زیرساخت های لازم جهت ارتباطات و انتقال اطلاعات می توان خدمات و اطلاعات با کیفیت بالا در زمینه های بهداشتی، درمانی، کلینیکی، توانبخشی و ... را با هزینه کم و با سرعت بالا، با کیفیتی بالا برای اقدامات درمانی و با حداقل جابجایی بیماران طرح / یزی کرد و بدین ترتیب با هزینه کم تعداد بیماران مورد درمان، زیاد خواهند شد و با دسترس بودن اینترنت و با استفاده از سایتهای تخصصی در ارتباط با سلامت، به آگاهی های عمومی و تخصصی در ارتباط با سلامت افزوده می شود. (مویدرضایی & حافظی رشتی، ۱۳۸۵)

هدف این کتاب مهیا ساختن یک نمونه کاری برای خواننده علاقه مند در مورد چگونگی استفاده از نظریه مدل کسب و کار می باشد. از آنجایی که حوزه تحقیقی این موضوع نسبتاً پیچیده می باشد و قبل از این رساله، روشی را برای نوآوری مدل کسب و کار مهیا نمی سازد، یک استراتژی مطالعه موردی (کسب و کارهای الکترونیک) انتخاب می شود تا بتوان به شناخت ریشه ای در مورد این موضوع دست یافت.

بیان مفاهیم مرتبط با مدل کسب و کار

علیرغم اینکه موضوع اصلی یک مدل کسب و کار این است که مفهوم کسب و کار به طور ساده نمایش داده شود ولی بندرت این موضوع در یک شیوه مفهومی توضیح داده شده است. علیرغم تمام جوهرهای مصرف شده، لغات گفته شده و تعداد مقالات به رشته تحریر درآمده، مدل های کسب و کار هنوز ناشناخته می باشند. در میان تعاریف بسیار، نویسندگان این تحقیق تعریف زیر را که برگرفته از تعریف پروویک، کتیل و تک استن^۱ و تعریف استروالد و دیگران^۲ می باشد، ارائه می دهد:

یک مدل کسب و کار منطق یک "مبستم کسب و کار" را برای ساخت ارزش توضیح می دهد که پشت سر فرآیندهای واقعی قرار دارد. بنابراین یک مدل کسب و کار را می توان به عنوان پیاده سازی مفهومی و معماری یک استراتژی کسب و کار و به عنوان زیربنایی برای پیاده ساختن فرآیندهای کسب و کار تصور کرد.

مدل های کسب و کار به بدست آوردن، محکم ساختن، درک، منتقل ساختن و استفاده شراکتی از منطق کسب و کار کمک می کنند (Osterwalder & Other, ۲۰۰۵).

برای تمیز دادن مدل و استراتژی کسب و کار و برای تأکید روی نقش یک مدل کسب و کار، نویسندگان فوق الذکر آن را در یک مثلث منطق کسب و کار ترسیم کرده اند (شکل ۱). درک این موضوع مهم می باشد که مدل کسب و کار یک شرکت جایگزینی برای استراتژی کسب و کار نیست. این استراتژی شامل آرزوهای فراگیر و تعیین موقعیت در صنعت می باشد و چارچوبی را برای پول سازی دائمی در یک محیط کسب و کار متغیر مهیا می سازد.

^۱ Petrovic, Kittl and Teksten (2001)

^۲ Osterwalder et al (2002)