

ضرورت آادى الكترولنى در بنگاه هاى كوچك و متوسط (SMEs)

نويسندگان:

مهندس مهدي، نا دارزا، بان، عضو هيات علمى دانشگاه پيام نور

مهندس آذر وژدان حقيقى، كارشناس ارشد مهندسى فناورى اطلاعات



۱۳۹۸

نامدرازادگان، مهدی، ۱۳۵۸-	:	سرشناسه
Namdarzadegan, Mehdi	:	
ضرورت آمادگی الکترونیکی در پنگاهای کوچک و متوسط (SMEs) / نویسندگان مهدی نامدرازادگان، آذر وژدان حقیقی.	:	عنوان و پدیدآور
تهران : سخنوران ، ۱۳۹۸.	:	مشخصات نشر
ت، ۹۴ص.	:	مشخصات ظاهری
۹۷۸-۶۲۲-۲۱۵-۳۹۰-۸	:	شابک
فیپا	:	وضعیت فهرست نویسی
کتابنامه: ص. ۹۱.	:	یاددار
کسب و کار خرد-ایران-تکنولوژی اطلاعات	:	موضوع
Small business -- Information technology-- Iran	:	موضوع
کسب و کار خرد-- ایران -- نوآوری	:	موضوع
Small business-- Iran -- Technological innovations	:	موضوع
بازگانی الکترونیکی -- ایران	:	موضوع
Electronic commerce -- Ir	:	موضوع
نوآوری -- ایران -- مدیریت	:	موضوع
Technological innovations -- Iran -- Management	:	موضوع
وژدان حقیقی، آذر، ۱۳۵۸-	:	شناسه افزوده
Vojdan Haghigi, Azar	:	شناسه افزوده
HD۲۳۴۶	:	رده بندی کنگره
۶۵۸/۰۲۲۰۹۵۵	:	رده بندی دیویی
۵۶۸۵۳۳۸	:	شماره کتابشناسی ملی



کارگر شمالی، بعد از ادوارد براون، شماره ۱۴۰۷، طبقه اول
تلفن: ۶۶۴۰۶۲۰۳ - ۶۶۴۱۶۶۱۳ - ۰۹۱۹۳۶۱۶۶۱۳ - ۰۹۱۲۰۶۱۷۲۸۳

www.chapketab.com

ضرورت آمادگی الکترونیکی در پنگاهای کوچک و متوسط (SMEs)

مهدی نامدرازادگان، آذر وژدان حقیقی	که نویسندگان
سخنوران	که ناشر
کریمی	که صفحه آرا
۱۰۰۰ نسخه	که شمارگان
۱۳۹۸-اول	که سال و نوبت چاپ
۹۷۸-۶۲۲-۲۱۵-۳۹۰-۸	که شابک
۳۰۰۰ تومان	که قیمت

فهرست

پیشگفتار ۱

فصل ۱: آمادگی الکترونیکی (E- Readiness) / ۱۳

اهمیت ارزیابی آمادگی الکترونیکی ۱۷
ضرورت آمادگی الکترونیکی ۱۸
مولفه های آمادگی الکترونیکی ۱۸
عناصر موثر در آمادگی الکترونیکی ۱۹
اهداف آمادگی الکترونیکی ۱۹
مزایای آمادگی الکترونیکی ۱۹
آمادگی الکترونیکی در سطح سازمان ۱۹

فصل ۲: آشنایی با مفاهیم اصلی آمادگی الکترونیکی و سنجش آن / ۲۳

مفاهیم اصلی در حوزه آمادگی الکترونیکی ۲۴
آمادگی الکترونیکی و چگونگی سنجش ۲۵
ضرورت توجه به ارزیابی آمادگی الکترونیکی در سطح ملی و بنگاهی ۲۷
شرح ضرورت آمادگی الکترونیکی ۲۸
شرح عناصر موثر در آمادگی الکترونیکی ۳۱
شرح اهداف آمادگی الکترونیکی ۳۳
شرح مزایای آمادگی الکترونیکی ۳۵
آمادگی الکترونیکی در سطح سازمان ۳۵

۳۵.....جگونگی ارزیابی آمادگی الکترونیکی

فصل ۳: مدل های ارزیابی آمادگی الکترونیکی/۳۷

۳۸.....مدل های ارزیابی آمادگی الکترونیکی

۴۰.....مدل سنجش آمادگی الکترونیکی CSPP

۴۳.....مدل سنجش آمادگی الکترونیکی CID

۴۶.....مدل سنجش آمادگی الکترونیکی APEC

۴۷.....مدل سنجش آمادگی الکترونیکی Mosaic

۴۹.....مدل سنجش آمادگی الکترونیکی EIU

۵۱.....مدل سنجش آمادگی الکترونیکی ITU

فصل ۴: نگاههای کوچک و متوسط (SMEs) /۵۳

۵۴.....بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs)

۶۰.....مشکلات SME ها در پذیرش تجارت الکترونیک

۶۲.....پذیرش کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک توسط SMEs

اهمیت پرتال ها در افزایش آمادگی الکترونیکی SMEs رویکرد انجام فرآیندهای مهم آن ها روی

۶۳.....پرتال

۶۵.....ویژگی های پورتال کارا و موثر برای حضور SMEs روی آ

۷۲.....بررسی نمونه های خارجی پورتال ها برای SMEs

۷۷.....ساختار طراحی و خدمات و سرویس های پرتال طراحی شده برای SMEs

فصل ۵: مکانیسم انجام مطلوب سنجش آمادگی الکترونیکی بنگاه های کوچک و

متوسط/۷۹

۸۰.....مکانیسم سنجش آمادگی الکترونیکی بنگاه های کوچک و متوسط

۸۱.....بعد ارتباطات

۸۱.....بعد مدیریت و منابع انسانی

۸۲.....محاسبه آمادگی الکترونیکی کلی در مدل پیشنهادی

۸۷.....روش انجام سنجش آمادگی الکترونیکی مدل پیشنهادی

۸۸.....روش تجزیه و تحلیل داده ها در مدل پیشنهادی

پیشنهادهای کاربردی برای افزایش آمادگی الکترونیکی بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs).....

منابع فارسی.....

منابع لاتین.....

www.ketab.ir

پیشگفتار

ارزیابی آمادگی الکترونیکی^۱ از اهمیت خاصی در سطح ملی و بنگاهی برخوردار است. میزان بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشورهای مختلف جهان متفاوت بوده به گونه‌ای که برخی از آنها به عنوان پیشتاز و برخی دیگر در ابتدای راه می‌باشند. فاصله موجود بین کشورهای جهان را در این حوزه اصطلاحاً شکاف دیجیتالی^۲ می‌گویند. با توجه به این موضوع که شکاف دیجیتالی بین کشورهای جهان در حال افزایش است، دولت مردان و بنگاه‌های اقتصادی به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات را یکی از اولویت‌های خود قرار داده‌اند.

توسعه صادرات کشور را افزایش سهم کشور در تجارت بین الملل جهت تعامل فعال با اقتصاد جهانی به عنوان یکی از محوری‌های اساسی برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد که با توسعه صادرات کالا و خدمات و افزایش دسترسی به بازارهای جهانی، افزایش توانمندی اقتصاد کشور و آماده‌سازی بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) در راستای ایجاد شرایط بهینه برای الحاق بازارهای تجارت جهانی، ایجاد توازن تجاری با کشورهای طرف همکاری و بلند کردن اقتصاد تصریح شده است. لذا بخش مهمی از دسترسی به این موارد مهم به میزان آمادگی الکترونیکی بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) ما در کشور بستگی دارد.

با توجه به تغییرات فزاینده در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات که شکل مبادلات و ارتباطات و نحوه انجام فرآیندهای سازمانی را نیز تغییر داده، تنها راه بقا، کسب مزیت رقابتی و مدیریت موثر تغییرات سریع در محیط کاملاً متغیر کسب و کار است. با توجه به

1-E- Readiness

2 - Digital Divide

3- Small and Medium Enterprises

تغییرات محیطی شدید در این عرصه، مزیت رقابتی واقعی تنها زمانی حاصل می شود که فعالیت های کلیدی سازمان که در اینجا بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) حوزه صنعت و معدن مورد بررسی است، با کمک فناوری اطلاعات دگرگون شوند و تغییر شکل یابند. دگرگونی مهمی که در بسیاری از سازمانهای سنتی در حال وقوع است، بر بکارگیری و سرمایه گذاری در فناوری اطلاعات و ارتباطات به منظور بهبود بهره وری، افزایش کارایی عملیاتی و مالی کسب و کارها تمرکز دارد، این حوزه مهم که آنرا کسب و کار الکترونیک می نامیم، ثروتهای درآمدی جدید و رشد مشتریان، فرصت های جدید جهت بهبود بهره وری و صرفه جویی در هزینه ها را فراهم میکند.

دو پدیده جهانی شدن، کسب و کار الکترونیکی چالش ها و فرصتهای رقابتی زیادی برای بنگاههای اقتصادی کوچک متوسط (SMEs) فراهم نموده فراهم می نماید. امروزه فناوری اطلاعات به عنوان محور تشکیل جوامع اطلاعاتی مورد توجه اکثر کشورهای جهان قرار گرفته است. نمونه ای که از جایگاه خاصی در برنامه توسعه آن ها برخوردار است. مطالعه چگونگی به کارگیری این فناوری در کلیه زمینه های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جوامع حائز اهمیت است. در این راستا ارزیابی آمادگی الکترونیکی^۱ جوامع و سازمان ها برای استفاده موثر از این فناوری مقدمه برنامه ریزی بهینه به منظور نیل به اهداف آن سازمان است.

با توجه به اهمیت و گستردگی کاربرد اینترنت و تجارت الکترونیک و تاثیرات وافر آن که در توسعه بهره وری و مزیت رقابتی کسب و کارها، استراتژی بازرگانی، سیستم مالیات دهی، تراکنش های مالی، حق مالکیت معنوی، قانون کپی رایت و... به وجود آورده است. کاربرد تجارت الکترونیک و به صورت جامع کسب و کار الکترونیک در بخش خدمات صنعتی مانند بانکداری و امور مالی، توریسم، هتلداری، حمل و نقل، بیمارستان و آموزش منجر به ارائه خدمات و محصولاتی با کیفیت بالاتر و با صرفه تر به مشتری شده است و نه

تنها شرکت ها بلکه مشتریان نیز به طور روزافزون از اینترنت در جهت انتخاب محصولات و خدمات بهینه و به صرفه استفاده می نمایند. به گفته الگور^۱ ما در آستانه انقلابی هستیم همانند انقلاب صنعتی که باعث تغییرات مهم و بنیادی در اقتصاد شده است. شبکه های الکترونیکی محدودیتهای زمانی و مکانی را از بین برده اند و فرصتهای تجاری جدیدی را که تا امروز قابل تصور نبوده را به وجود آورده است. (توربان^۲ ۲۰۰۲)