

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سیستمهای اطلاعات مدیریت

فصل چهارم

کسب و کار و تجارت الکترونیکی

استاد: دکتر مسعود یقینی

بهار ۱۳۸۸

اهداف

- فناوری اطلاعات، مدل‌های کسب و کار را چگونه تغییر داده است؟
- تجارت الکترونیکی چیست؟ تجارت الکترونیکی فروش به مشتریان و عملیات خرید و فروش بین سازمانها را چگونه تغییر داده است؟
- سیستم‌های اصلی پرداخت در تجارت الکترونیکی چیست؟
- فناوری اینترنت چگونه می‌تواند مدیریت و هماهنگی فرآیندهای کاری داخلی و بین سازمانی را تسهیل کند؟
- چالش‌های اصلی مدیریتی و سازمانی ناشی از کسب و کار و تجارت الکترونیکی چیست؟

۱- کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

اینترنت

Internet

- سریعاً در حال تبدیل شدن به زیرساختار ارتباطی است.
- مجموعه ای از فناوری ها و استانداردهای جهانی و با کاربری ساده است.
- وب سایتها ۲۴ ساعته و در تمام طول هفته در دسترس می باشند.
- کانالهای توزیع وسیعی فراهم می سازد.
- هزینه های عملیاتی را کاهش می دهد.
- هزینه های ارتباطی را کاهش می دهد.

کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

چگونگی کاهش هزینه های عملیاتی توسط اینترنت

عملیات	سنتی	اینترنت
چک کردن تراز حساب بانکی	۰۸/۱ دلار	۱۳/۰ دلار
پاسخ به سوال یک مشتری	۱۰ الی ۴۵ دلار	پاسخ به سوالات ایمیل شده: ۱ الی ۵ دلار
معامله کردن ۱۰۰ سهم	۱۰۰ دلار	۹۵/۹ دلار
اصلاح سوابق یک کارمند	۱۲۸ دلار	۳۲/۲ دلار
تهیه یک گزارش هزینه	۳۶ دلار و ۲۲ روز	۴ الی ۸ دلار و ۷۲ ساعت
ارسال یک بروشور تبلیغاتی	۷۵/۰ الی ۱۰ دلار	۰ الی ۲۵/۰ دلار
پرداخت یک صورتحساب	۲۲/۲ الی ۳۲/۳ دلار	۶۵/۰ الی ۱۰/۱ دلار

مدلهای جدید کسب

● **در گذشته** اطلاعات درباره کالاها و خدمات با زنجیره ارزش فیزیکی آن ارتباط تنگاتنگی داشت.

● **امروزه** اینترنت اطلاعات را از زنجیره ارزش جدا کرده و مدل‌های کسب و کار جدیدی بوجود آورده است.

● **مدل کسب و کار (Business Model):** مدلی است که نشان می دهد یک سازمان چیست و چگونه محصولات و خدمات خود را تولید، ارائه، و به فروش می رساند و اینکه چگونه ایجاد ثروت می کند.

عدم تقارن اطلاعات

Information Asymmetry

• یک طرف یک معامله، اطلاعات بیشتری از نسبت به طرف دیگر داشته باشد.

• اینترنت عدم تقارن اطلاعات را به حداقل می رساند.

غنا و میزان دسترسی

Richness and Reach

- **غنا (Richness):** عمق و دقت اطلاعات
- **میزان دسترسی (Reach):** تعداد افرادی که یک سازمان می تواند با آنها ارتباط برقرار کرده و تعداد محصولات که می تواند به آنها معرفی کند.
- اینترنت ارتباطات میزان دسترسی و غنای اطلاعات را افزایش می دهد.

کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

مدلهای کسب و کار اینترنتی

Internet Business Models

- **فروشگاه مجازی (Virtual storefront):** محصولات فیزیکی را به صورت مستقیم به مصرف کنندگان یا سازمانهای منفرد می فروشند.
مثال: Amazon.com
- **دلال اطلاعات (Information broker):** محصول، قیمت، و دیگر اطلاعات را برای افراد یا سازمانها تأمین می کند. از طریق تبلیغات یا هدایت خریداران به سمت فروشندگان کسب درآمد می کند. مثال:
Kbb.com
- **دلال عملیات (Transaction Broker):** عملیات فروش آنلاین را انجام می دهد. مثال: Expedia.com

کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

مدلهای کسب و کار اینترنتی (ادامه...)

Internet Business Models

- **بازار آنلاین (Online Marketplace):** فضایی دیجیتالی برای برقراری ارتباط میان خریداران و فروشندگان. مثال: eBay.com
- **تأمین کنندگان محصولات دیجیتالی (Content Providers):** محصولات دیجیتالی، نظیر اخبار فراهم می کنند و با دریافت مزد یا انجام تبلیغات، کسب درآمد می کنند. مثال: MP3.com
- **تأمین کنندگان خدمات آنلاین (Online Service Provider):** ارتباطات آنلاین برقرار می کند و با دریافت دستمزد، انجام تبلیغات، یا ارائه اطلاعات بازاریابی کسب درآمد می کند. مثال: Xdrive.com

کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

مدلهای کسب و کار اینترنتی (ادامه...)

Internet Business Models

- **جوامع مجازی (Virtual Community):** محلی برای ملاقاتهای آنلاین افرادی با علایق مشترک ارائه می کند. مثال: iVillage.com
- **پرتال (Portal):** نقطهٔ اولیه ای برای ورود به وب همراه با دیگر خدمات. مثال: Yahoo.com

٢- تجارت الکترونیکی

تجارت الکترونیکی

انواع تجارت الکترونیکی

● سازمان-به-مصرف کننده (**Business-to-consumer (B2C)**): فروش کالا و خدمات به خریداران فردی. مثال: Barnes&Noble.com

● سازمان-به-سازمان (**Business-to-business (B2B)**): فروش کالا و خدمات بین سازمانها. مثال: وب سایت Milacron Inc.

● مصرف کننده-به-مصرف کننده (**Consumer-to-consumer (C2C)**): خرید و فروش بین مصرف کنندگان. مثال: eBay

تجارت الکترونیکی

انواع تجارت الکترونیکی

● تجارت سیار (Mobile Commerce (m-commerce):

استفاده از تجهیزات بی سیم، نظیر تلفن همراه، برای انجام عملیات تجارتهای الکترونیکی B2C و B2B از طریق اینترنت

● گسترش شخصی سازی با ارائه خدمات ارزش افزوده جدید به مشتریان در هر زمان و مکان

تجارت الکترونیکی

فروش مستقیم از طریق اینترنت

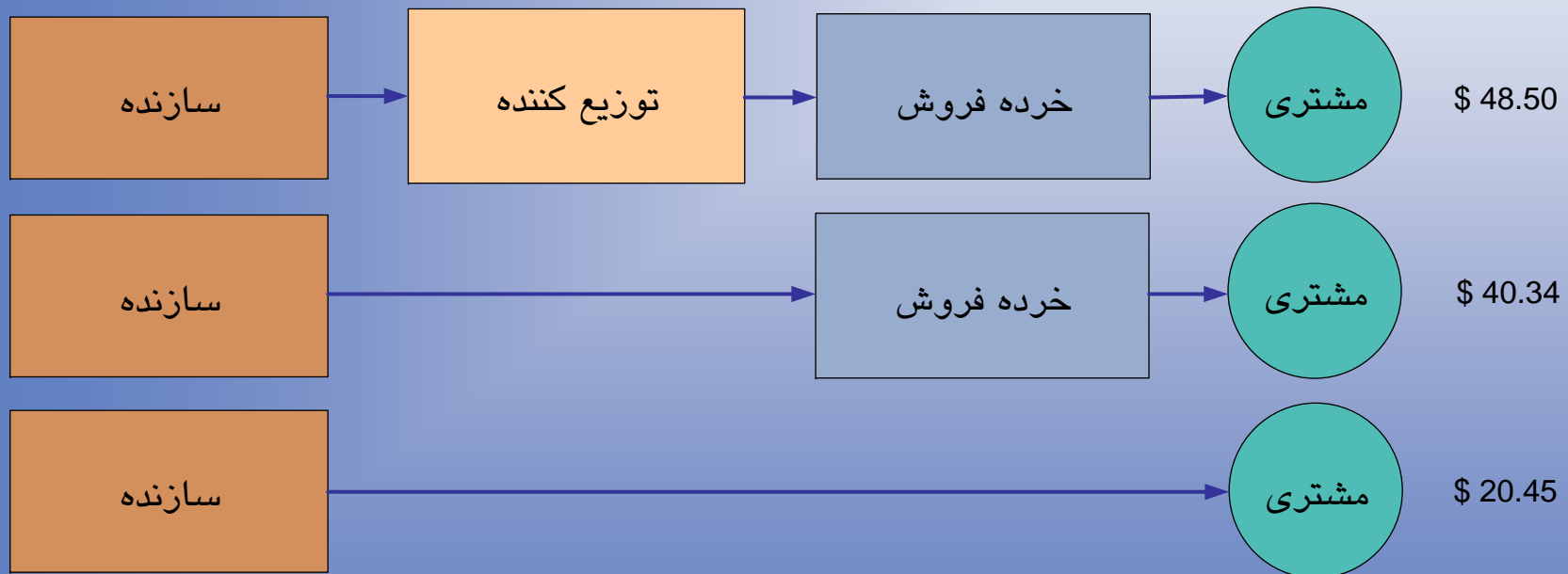
Direct Sales Over the Web

● واسطه زدائی (Disintermediation): حذف واسطه ها در زنجیره ارزش، فروش مستقیم به مشتریان و کاهش قابل توجه در هزینه های عملیات

تجارت الکترونیکی

مزایای واسطه زدائی برای مشتری

هزینه پلور



تجارت الکترونیکی

فروش مستقیم از طریق اینترنت

Direct Sales Over the Web

● واسطه‌گری مجدد (**Reintermediation**): انتقال کارکرد واسطه‌گری در یک زنجیره ارزش به یک واسطه‌های جدید

تجارت الکترونیکی

بازاریابی متعامل و شخصی سازی

Interactive Marketing and Presentation

- جمع آوری اطلاعات مشتری با استفاده از ابزارهای مدیریت وب سایتها که ارزانتر از نظرخواهی ها است.
- فناوریهای شخصی سازی وب محتویات وب سایت را با سوابق افراد و خریدهای گذشته انطباق می دهند.
- وب سایتها و بازاریابی چرخه فروش را کوتاه تر و زمان صرف شده بر آموزش مشتری را کاهش می دهند.

تجارت الکترونیکی

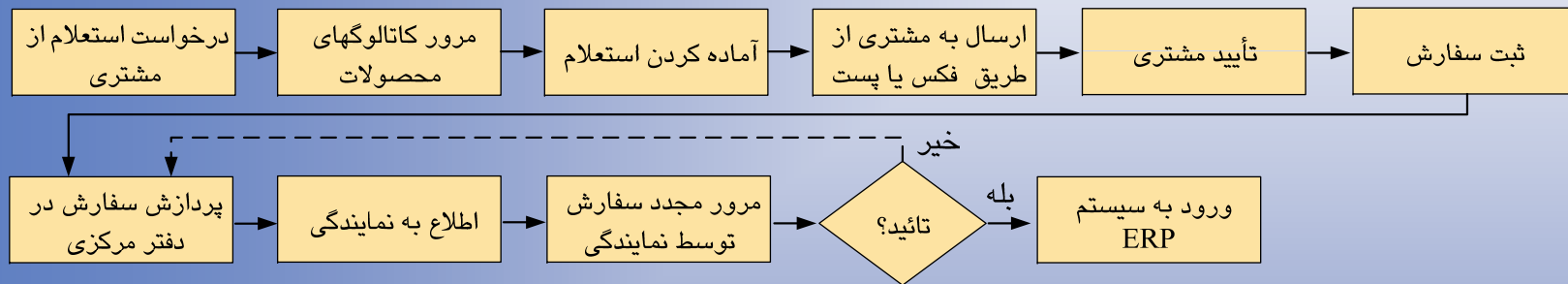
خدمت به خود مشتری

Customer Self-Service

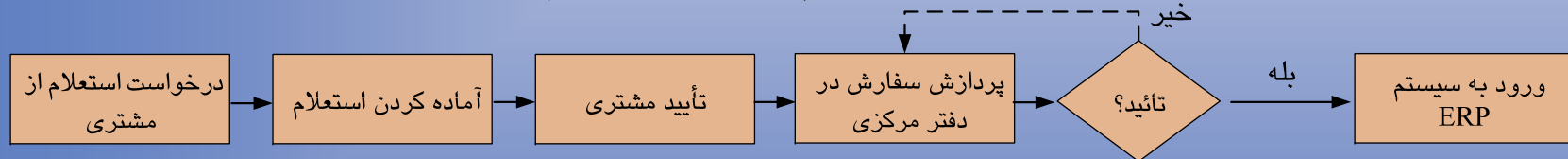
- خدمت به خود مشتری از طریق سیستمهای کاربردی تحت اینترنت انجام می شود.
- هزینه پاسخ به سئوالات مشتری از طریق وب، بسیار کمتر از پاسخ دهی تلفنی است.
- مثال: سایتهای اطلاعات پرواز خطوط هوایی می باشند.
- مراکز سنتی تماس تلفنی مشتری در حال تبدیل شدن به وب یکپارچه هستند.

تجارت الکترونیکی

نمودار قبل - بعد مربوط به تغییرات فرآیند سفارش Lightnin



قبل: زمان کل 3 تا 29 روز



بعد: زمان کل 1 تا 14 روز

تجارت الکترونیکی

تجارت الکترونیکی کسب و کار - با - کسب و کار

Business-to-Business Electronic Commerce

- اینترنت فرآیند تدارکات بین سازمانها را آسان می کند.
- تدارکات الکترونیکی، فرآیندهای کاغذی ناکارا را حذف می کند.
- فروش از طریق وب سایت، شبکه های صنعتی خصوصی، یا بازارهای شبکه ای

تجارت الکترونیکی

شبکه خصوصی صنعتی

Private Industrial Network

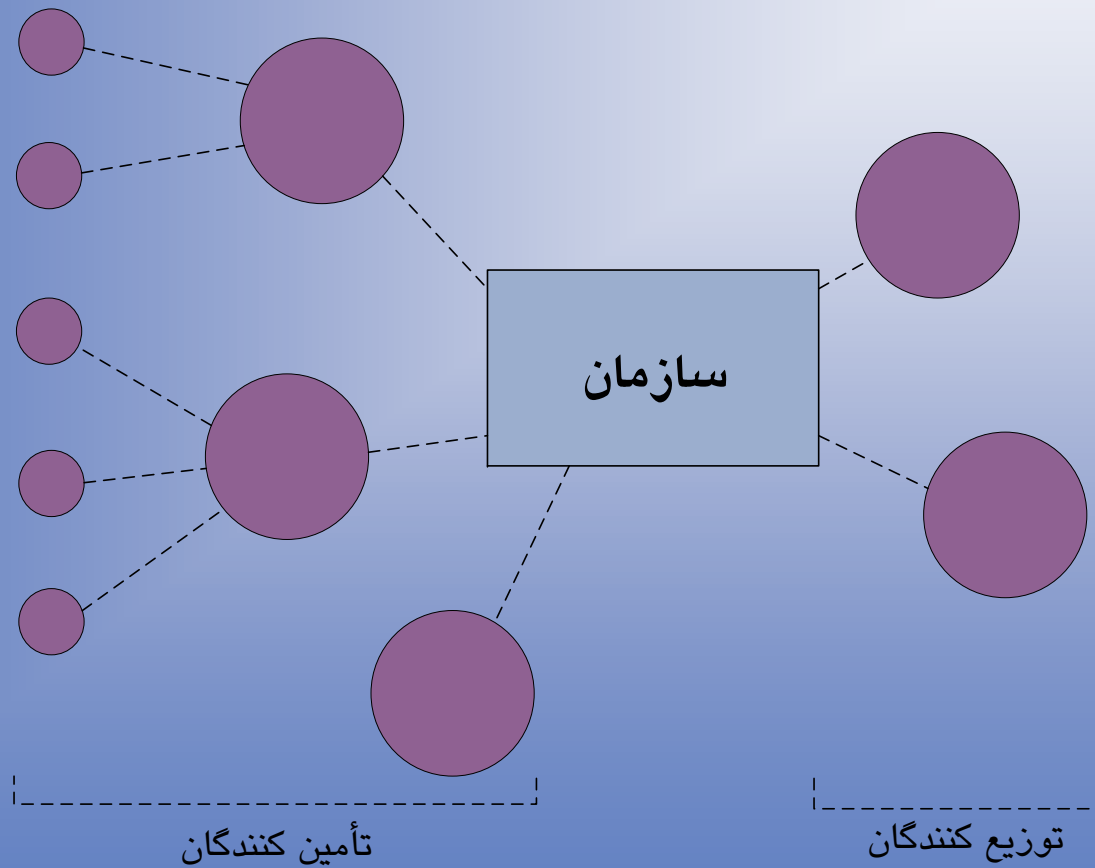
● تبادل خصوصی که نوعاً متشکل از سازمانهای بزرگی است که از اکسترانت برای مرتبط ساختن خود با تأمین کنندگان و شرکای کاریشان استفاده می کنند.

● به سازمانها و شرکای آنها امکان به اشتراک گذاری طراحی محصول، بازاریابی، زمانبندی، مدیریت موجودی، و ارتباطات را می دهد.

● تجارت الکترونیکی B2B، سریعترین رشد را دارا می باشد.

تجارت الکترونیکی

یک شبکه خصوصی صنعتی



تجارت الکترونیکی

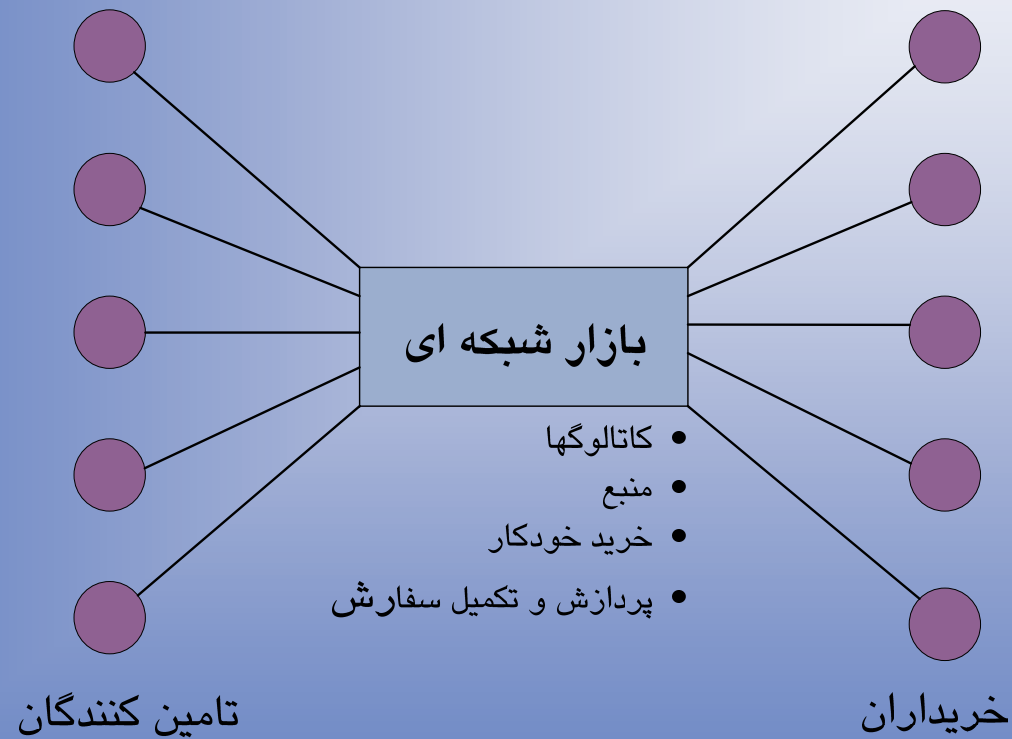
بازارهای شبکه ای

Net Marketplace

- بازار الکترونیکی، یک بازار مبتنی بر اینترنت را برای خریداران و فروشندگان متعدد فراهم می سازد.
- واسطه هایی مستقل یا وابسته به صنعت هستند.
- عملیات مدار هستند، یعنی از عملیات خرید و فروش و دیگر خدمات کسب درآمد می کنند.

تجارت الکترونیکی

یک بازار شبکه ای



تجارت الکترونیکی

- سیستمهای پرداخت الکترونیک (Electronic Payment Systems):
استفاده از فناوریهای دیجیتالی، نظیر کارتهای اعتباری، کارتهای هوشمند،
و سیستمهای پرداخت مبتنی بر اینترنت، برای پرداخت الکترونیکی در
قبال کالاها و خدمات.

تجارت الکترونیکی

سیستمهای پرداخت تجارت الکترونیکی Electronic Commerce Payment Systems

- سیستم پرداخت کارت اعتباری دیجیتالی
(Digital credit card payment systems): پرداخت ایمن
از طریق کارت اعتباری بر روی وب
- کیف پول دیجیتالی (Digital wallet): نرم افزاری که
کارت اعتباری و هویت مالک آن را برای تسهیل فرآیند
پرداخت ذخیره می کند.

تجارت الکترونیکی

سیستمهای پرداخت تجارت الکترونیکی (ادامه...)

Electronic Commerce Payment Systems

● سیستمهای دیجیتالی پرداخت تجمعی

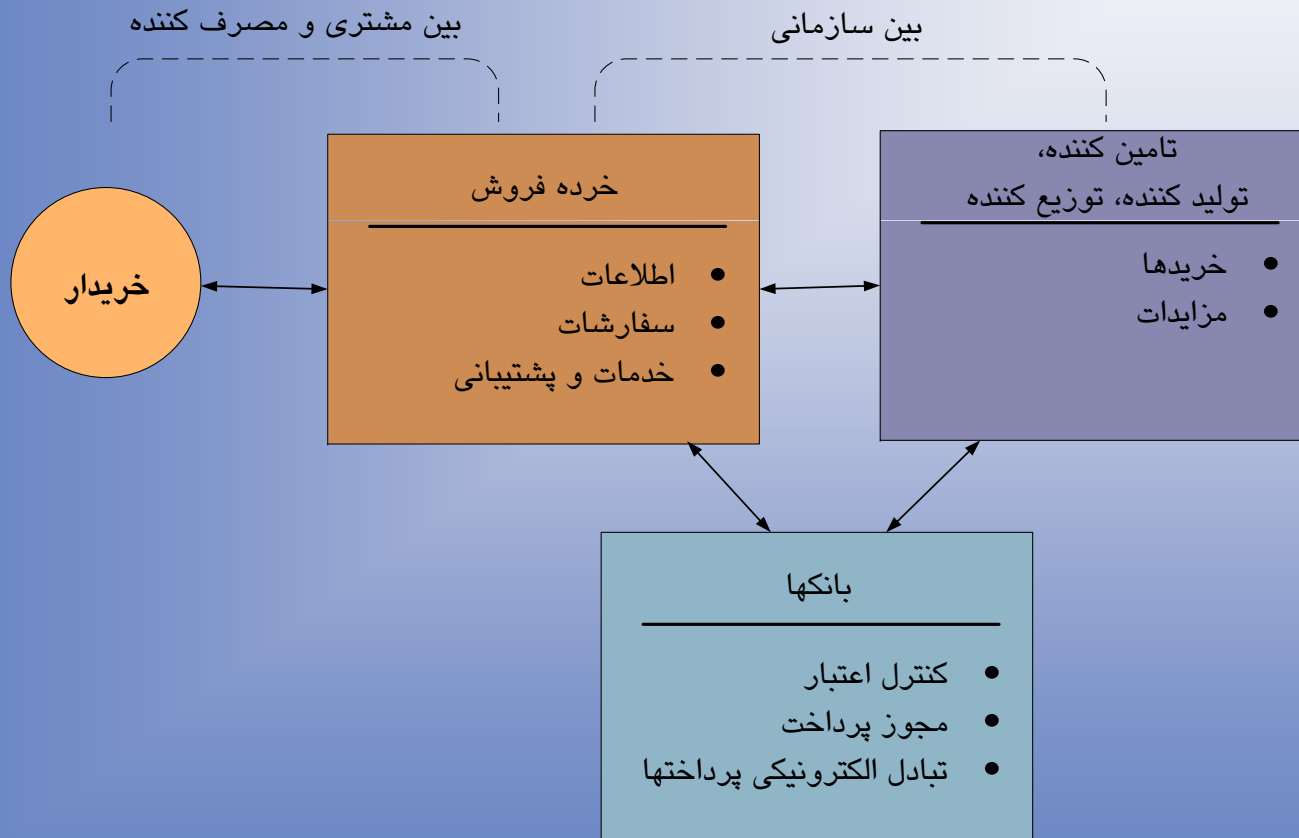
(Accumulated balance digital payment systems): ریز

پرداختهای خریدها را به صورت بدهی در صورتحسابهای کارت اعتباری یا تلفن جمع می کند.

● چک دیجیتالی (Digital Check): چک دیجیتالی با امضاء مطمئن دیجیتالی

تجارت الکترونیکی

جریان اطلاعاتی در تجارت الکترونیکی



٣- كسب و كار الڪٽرونيڪي

چگونگی پشتیبانی اینترانتها از تجارت الکترونیکی

- قابلیت اتصال: قابلیت دسترسی و ارتباط بیت پلات فرمهای مختلف
- ایجاد ارتباط سیستمهای داخلی سازمان و داده های آنها
- امکان ایجاد برنامه های کاربردی تعاملی با اطلاعات متن، صدا، و تصویر

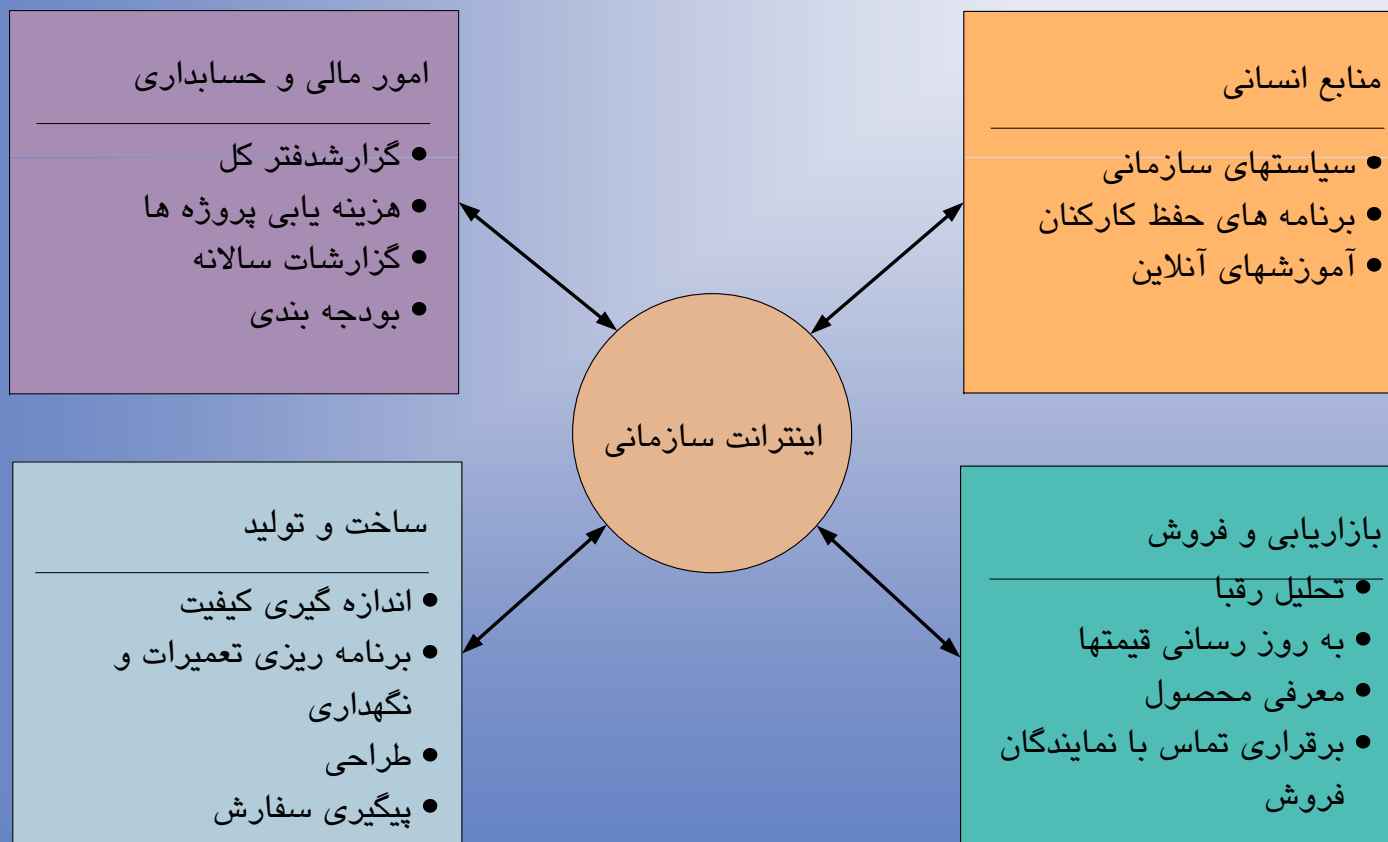
کسب و کار الکترونیکی و سازمان دیجیتالی

چگونگی پشتیبانی اینترنتها از تجارت الکترونیکی

- قابلیت تطبیق برای بسترهای کامپیوتری بزرگ و کوچک در صورت تغییر نیازمندیها
- کاربری ساده (ارتباط مبتنی بر Web)
- پایین بودن هزینه راه اندازی
- ایجاد محیط اطلاعاتی غنی در سازمان
- کاهش هزینه های توزیع اطلاعات

کسب و کار الکترونیکی و سازمان دیجیتالی

کاربرد اینترنتها در حوزه های کارکردی



کسب و کار الکترونیکی و سازمان دیجیتالی

کاربردهای اینترنت برای کسب و کار الکترونیکی

- مالی و حسابداری: دید یکپارچه به اطلاعات مالی و حسابداری
- منابع انسانی: ارسال سریع اطلاعات به کارکنان، و انتشارات آنلاین
- بازاریابی و فروش: فضایی مشارکتی برای هماهنگ کردن فعالیتهای نیروهای کاری
- ساخت و تولید: توزیع اطلاعات ساخت و تولید به قسمتهای مختلف سازمان

یکپارچگی فرآیندهای سازمانی

- قبل از دوران اینترنت، یکپارچه سازی، هزینه بر و مشکل بود.
- فناوری اینترنت کم هزینه تر از ساخت سیستمهای سازمانی است.
- اینترنتها: بهبود هماهنگی بین فرآیندهای داخلی سازمان
- اکسترانت: هماهنگی فرآیندهای مشترک میان مشتریان و شرکای کاری
- اینترنت و اکسترانت تجارت مشارکتی را امکانپذیر می سازند.

۴- چالشها و فرصتهای مدیریتی

چالشها و فرصتهای مدیریتی

- مدل‌های کسب و کار با آینده نامطمئن
- نیازمند تغییرات در فرآیندهای کاری
- تعارض بین کانالها
- امور قانونی و مسائل حقوقی
- اعتماد، امنیت، و حریم خصوصی

سیستمهای اطلاعات مدیریت

پایان فصل چهارم

کسب و کار و تجارت الکترونیکی