

بسم الله الرحمن الرحيم

سیستم‌های اطلاعات مدیریت

فصل چهارم

کسب و کار و تجارت الکترونیکی

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

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	ستنتی	اینترنت
چک کردن تراز حساب بانکی	۱/۰۸ دلار	۰/۱۳ 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	۹/۹۵ دلار
اصلاح سوابق یک کارمند	۱۲۸ دلار	۲/۳۲ دلار
تهیه یک گزارش هزینه	۳۶ دلار و ۲۲ روز	۴ الی ۸ دلار و ۷۲ ساعت
ارسال یک بروشور تبلیغاتی	۱۰ الی ۰/۷۵ دلار	۰ الی ۰/۲۵ دلار
پرداخت یک صورتحساب	۳/۳۲ دلار	۱/۱۰ الی ۰/۶۵ دلار

۵

کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

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.

۶

کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

● 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 چیزی را که ایجاد شرótت می کند.

۷

کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

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.

۸

کسب و کار و تجارت الکترونیکی و پیدایش سازمانهای دیجیتالی

غنا و میزان دسترسی Richness and Reach

- **غنا (Richness)**: عمق و دقیق اطلاعات
- **میزان دسترسی (Reach)** : تعداد افرادی که یک سازمان می‌تواند با آنها ارتباط برقرار کرده و تعداد محصولاتی که می‌تواند به آنها معرفی کند.
- اینترنت ارتباطات میزان دسترسی و غنای اطلاعات را افزایش می‌دهد.

۹

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 می‌فروشنند.
مثال: Amazon.com
- **دلل اطلاعات (Information broker)**: محصول، قیمت، و دیگر اطلاعات را برای افراد یا سازمانها تأمین می‌کند. از طریق تبلیغات یا هدایت خریداران به سمت فروشنده‌گان کسب درآمد می‌کند. مثال: Kbb.com
- **دلل عملیات (Transaction Broker)**: عملیات فروش آنلاین را را انجام می‌دهد. مثال: Expedia.com

۱۰

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 فروشنده‌گان. مثال: eBay.com
- **تأمین کنندگان محصولات دیجیتالی (Content Providers):** محصولات دیجیتالی، نظری اخبار فراهم می‌کنند و با دریافت مزد یا انجام تبلیغات، کسب درآمد می‌کنند. مثال: MP3.com
- **تأمین کنندگان خدمات آنلاین (Online Service Provider):** ارتباطات آنلاین برقرار می‌کند و با دریافت دستمزد، انجام تبلیغات، یا ارائه اطلاعات بازاریابی کسب درآمد می‌کند. مثال: Xdrive.com

۱۱

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 می‌کند. مثال: iVillage.com
- **پرتال (Portal):** نقطه اولیه‌ای برای ورود به وب همراه با دیگر خدمات. مثال: Yahoo.com

۱۲

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

١٥

تجارت الکترونیکی

فروش مستقیم از طریق اینترنت

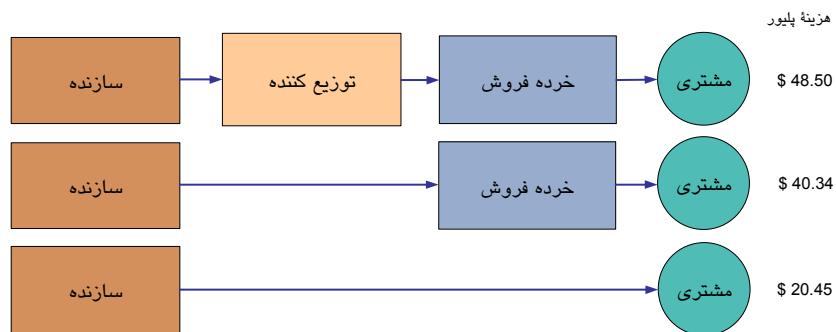
Direct Sales Over the Web

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

١٦

تجارت الکترونیکی

مزایای واسطه زدایی برای مشتری



۱۷

تجارت الکترونیکی

فروش مستقیم از طریق اینترنت

Direct Sales Over the Web

- **واسطه گری مجدد (Reintermediation):** انتقال کارکرد واسطه گری در یک زنجیره ارزش به یک واسطه های جدید

۱۸

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 برآموزش مشتری را کاهش می دهند.

۱۹

تجارت الکترونیکی

خدمت به خود مشتری

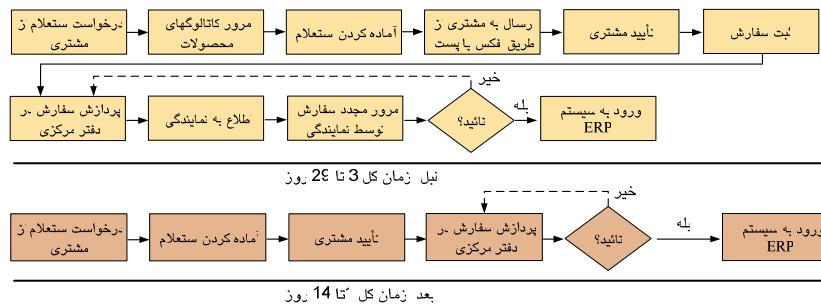
Customer Self-Service

- 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: سایتها اطلاعات پرواز خطوط هوایی می باشند.
- مراکز سنتی تماس تلفنی مشتری در حال تبدیل شدن به وب یکپارچه هستند.

۲۰

تجارت الکترونیکی

نمودار قبل-بعد مربوط به تغییرات فرآیند سفارش Lightning



۲۱

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

۲۲

تجارت الکترونیکی

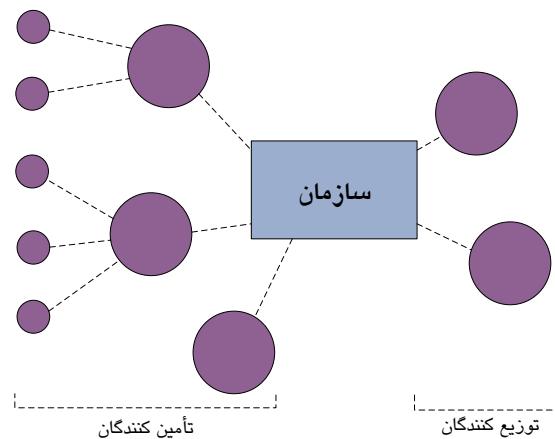
شبکه خصوصی صنعتی Private Industrial Network

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

۲۲

تجارت الکترونیکی

یک شبکه خصوصی صنعتی



۲۴

تجارت الکترونیکی

بازارهای شبکه ای

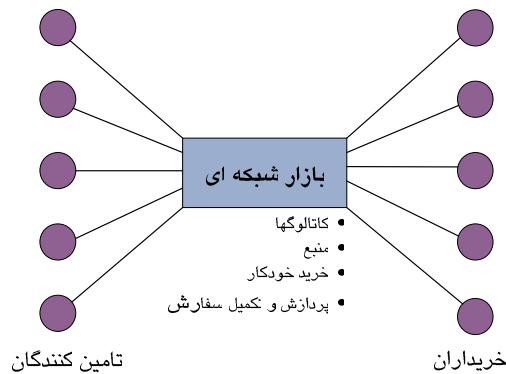
Net Marketplace

- بازار الکترونیکی، یک بازار مبتنی بر اینترنت را برای خریداران و فروشنده‌گان متعدد فراهم می‌سازد.
- واسطه‌هایی مستقل یا وابسته به صنعت هستند.
- عملیات مدار هستند، یعنی از عملیات خرید و فروش و دیگر خدمات کسب درآمد می‌کنند.

۲۵

تجارت الکترونیکی

یک بازار شبکه ای



۲۶

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.

۲۷

تجارت الکترونیکی

سیستم‌های پرداخت تجارت الکترونیکی

Electronic Commerce Payment Systems

• سیستم پرداخت کارت اعتباری دیجیتالی (Digital credit card payment systems): پرداخت این‌مان 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 می‌کند.

۲۸

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 بدھی در صورتحسابهای کارت اعتباری یا تلفن جمع می کند.

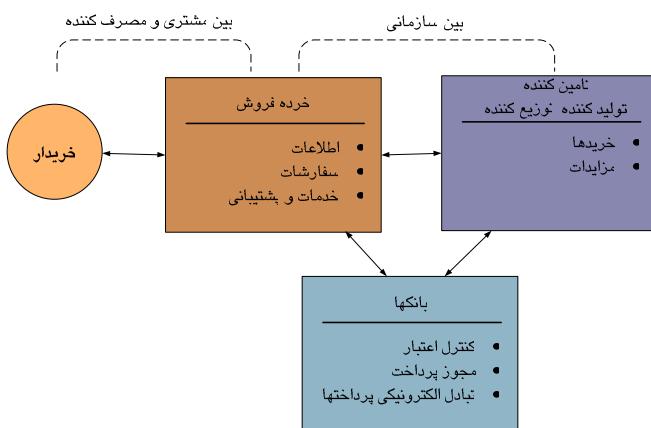
• چک دیجیتالی (Digital Check): چک دیجیتالی با امضاء مطمئن

دیجیتالی

۲۹

تجارت الکترونیکی

جريان اطلاعاتی در تجارت الکترونیکی



۳۰

۳- کسب و کار الکترونیکی

کسب و کار الکترونیکی و سازمان دیجیتالی

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

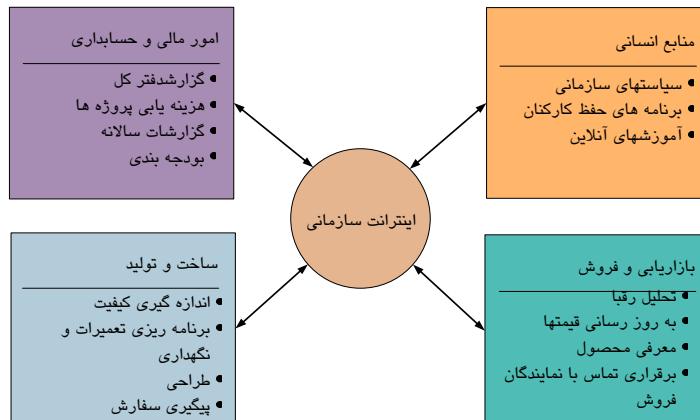
چگونگی پشتیبانی اینترانتها از تجارت الکترونیکی

- 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

۲۲

کسب و کار الکترونیکی و سازمان دیجیتالی

کاربرد اینترانتها در حوزه های کارکرده



۲۴

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

۲۵

کسب و کار الکترونیکی و سازمان دیجیتالی

یکپارچگی فرآیندهای سازمانی

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

۲۶

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
