

کسب و کار الکترونیک و شهر الکترونیک ؛ معماری - الزامات

امروزه فضای کسب و کار از حالت فیزیکی به حالت‌های الکترونیک تغییر شکل یافته اند و مدل جدید کسب و کار نقش وسهم بزرگی در دنیای تجارت پیدا کرده است. امروزه در دنیای تجاری مفاهیم کسب و کار الکترونیک یک کشش نسبتاً مناسب پیدا کرده است ولی وفور شکست‌های متعدد در تجارت الکترونیک بیانگر این موضوع است که روش‌های مورد استفاده یا مورد قبول واقع نشده یا تأثیر ضعیفی داشته اند. از طرفی دیگر گستردگی مفاهیم فناوری اطلاعات و پیدا شدن مقوله ای مانند شهر الکترونیک و یا شهروند الکترونیک در پیچه نگاه به کسب و کار الکترونیک را کاملتر و پیچیده تر کرده است، زیرا کسب و کار در فضای جدید بایستی با مجموعه از خواسته ها و تراکنشها پاسخ دهد. در این مقاله به دنبال بررسی روش‌های متداول نیستیم، بلکه با بیان مقدماتی از مفاهیم کسب و کار الکترونیک و شهر الکترونیک شماي کلی از معماری کسب و کار را در شهر الکترونیک اشاره کرده و برخی مفاهیمی که بایستی مد نظر قرار گیرد را بیان می کنیم

مقدمه:

شهر الکترونیک و کاربردهایی که می توان از آن انتظار داشت منافع عظیمی را با کاهش همزمان هزینه ها و افزایش رضایت شهروندان، به همراه داشته باشد. معمولاً تنها سرمایه گذاری بر روی فناوری اطلاعات، کفایت نمی کند، بلکه ممکن است تغییرات اساسی در جنبه های فیزیکی، ضروری باشد، تا منافع بالقوه الکترونیک به طور کامل حاصل آید. حتی بهبودهای رقابتی حاصل از الکترونیک شدن، می تواند برای سایر امکانات که مایل و یا قادر نیستند که به چنین بهبودهایی دست یابند، تهدیداتی را ایجاد کند، در هر صورت امروزه اقدام و برنامه ریزی در خصوص مفاهیم مانند شهر الکترونیک تبدیل به یک ضرورت شده است اما نباید تنها به همین کلمه بسنده نمود، زیرا هنگامی که از کلمه شهر استفاده می کنیم در واقع برای مجموعه ای از خدمات و امکانات صحبت می کنیم که تمامی امکانات به نوعی با هم در ارتباط خواهند بود و همچنین بایستی از مسائلی نظیر توقعات، خواسته ها و.. که معمولاً در شهروندان متفاوت است به راحتی بگذریم.

شهر الکترونیک مجموعه ای پیوسته از عملیات و مراحل متفاوت خواهد بود که شروع آن از ایجاد یک فرهنگ پذیرش خواهد بود و سپس لایه های مختلف مورد انتظار را در پی خواهد داشت.

کسب و کار الکترونیک:

کسب و کار الکترونیک به عنوان یکی از زیر مجموعه های فناوری اطلاعات در دهه گذشته رشد بالایی را داشته است. برای کسب و کار الکترونیک مفاهیم متعددی مطرح شده که برخی از متداول ترین آنها را میتوان اینگونه اشاره کرد:

- * کسب و کار الکترونیک وسیله ای که مسیر رسیدن به بنگاهها به بازار را هموار می سازد. مسیری که مشتریان در آنجا اقدام به خرید کالا و خدمات می کنند.
- * کسب و کار الکترونیک وسیله ای که به استفاده کنندگان آن، امکان رسیدن به مشتریان کارآمد و موثر را فراهم میکند.
- * کسب و کار الکترونیک توانایی هدایت تجارت از طریق شبکه های الکترونیک نظیر اینترنت و شبکه های جهانی است.

در کنار این مفهوم، مفهومی همچون تجارت الکترونیک همواره وجود داشته است که بعد گذشت چندین سال همواره اختلاف نظر و عدم یکپارچگی در بیان این دو مفهوم وجود دارد. بر اساس تعریف دفتر توسعه جامعه اروپا (OECD) به طور کلی تجارت الکترونیک، معاملات را در ارتباط با فعالیت‌های تجاری افراد و سازمانها شکل می دهد. در واقع تجارت الکترونیک، به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می شود که مستقیماً توسط ارتباطات الکترونیک (شبکه ای) پشتیبانی می شوند.

تفاوت تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک::

کسب و کار الکترونیک به مفهوم کلی شامل به کار گیری فناوریهای جدید برای برقراری ارتباطات زنجیره ای بین

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سازندگان ، فروشندگان ، عرضه کنندگان و به طور کلی ارایه دهندگان کالا و خدمات از یک سو و خریدار و مصرف کننده و یا به طور کلی مشتری از سوی دیگر است. و نتیجه آن اتخاذ تصمیمات بهتر ، بهینه سازی کالا و خدمات ، کاهش هزینه ها و گشودن کانالهای جدید است. ولی تجارت الکترونیک به هر شکلی از نقل و انتقالات در تجارت اطلاق می شود که در آن طرفین از طریق الکترونیکی با هم در ارتباطند تا از طریق نقل و انتقالات فیزیکی.

به عبارت دیگر، تجارت الکترونیک زیر بخشی از کسب و کار الکترونیک در سازمانها است، زیرا در کسب و کار الکترونیک ، شکل الکترونیکی کلیه فرایندهای سازمان از قبیل تولید، تحقیق و توسعه امور اداری ، مالی ، مدیریت نیروی انسانی ، پشتیبانی و تجارت مطرح است. در حالی که در تجارت الکترونیک تنها فرایند تجارت سازمان به صورت الکترونیک یک جز بنیادی از کسب و کار الکترونیک به حساب می آید .

انواع کسب و کار الکترونیک متداول:

آنچه که بارها و بارها بدان اشاره شد و تقریباً یک وحدت رویه یکسان در این مورد وجود دارد ، انواع کسب و کارهای متداول می باشد ، بطور کلی کسب و کار الکترونیکی بسته به اینکه طرفهای معامله سازمانها یا افراد باشند به انواع زیر تقسیم می شوند:

* B2B واحد تجاری با واحد تجاری

* B2C واحد تجاری با مصرف کننده

* C2C مصرف کننده با مصرف کننده

* B2G دولت با واحد تجاری

استراتژی ارتباط در کنار مدل ارتباطی ارزش و اهمیت خاصی می یابد ، امروزه روشهای مشخصی در ارتباط مدلهای متفاوت وجود دارد ، که برخی از آنها عبارتند از:

* OFF LINE ارتباطات از طریق انواع روشهای پست الکترونیک صورت می گیرد.

* ON LINE از طریق url می توان انواع عملیات را انجام داد.

* PORTAL یک صفحه شبکه است که در آن لینک هایی برای رفتن به سلیت های محتوی اخبار مربوط به موضوعات مختلف وجود دارد.

اما به توجه به گسترش روزافزون و ایجاد ابزارهای بروز ، روشهای فوق تنهایی امکان ارتباطی در این فضا نمی باشد ، ابزاری مانند NGN,SS,3G و تغییرات شبکه ای و ایجاد شبکه های فیزیکی جدید عاملی هستند که سبب می شوند همواره به دنبال یک الگو و مدل خاص نباشیم

مزایای و معایب استفاده از کسب و کار الکترونیک:

شاید همواره این سوال در ذهن یک فرد عادی ایجاد شود که چرا و به چه دلیل به سمت فضائی برویم که شناخت کمی از آن داریم و امنیت و آسودگی فیزیکی را در آن حس نمی کنیم ؟ برای بیان پاسخ به چنین برداشتی می توان گفت در کنار توسعه تکنولوژی و دستاوردهای روزمره بایستی زمینه حرکت را ایجاد کنیم تا بتوانیم از حداکثر پتانسیل موجود در این فضا استفاده کنیم و شاید بتوان حداقل مزایای این استفاده را اینگونه برشمرد:

* نزدیک شدن ارتباطات

* دستیابی به بازارهای جدید

* افزایش میزان فروش و سود

* کاهش هزینه های معاملاتی و تدارکاتی

* حذف هزینه هایی مانند تهیه کاغذ ، چاپ ، روشور و کاتالوگ

* بهبود مدیریت بر روابط مصرف کننده ، عرضه کننده و کارکنان

* کاهش آلودگی محیط زیست ، ترافیک و ازدحام.

آنچه که مسلم است هر دستاورد جدیدی در ابتدا معضلات و مشکلاتی به همراه خواهد داشت و در نگاه اول به مفهومی که از کسب و کار بیان کردیم می توان برخی موارد نظیر موارد زیر را به عنوان معضلات نام برد:

* نگرانی و تامین امنیت موردنیاز به علت قابل لمس نبودن اطلاعات و انتقال اطلاعات

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

* اختلال در برنامه کاری در صورت خرابی سیستم

* ار دست دادن کنترل

* مشکلات و هزینه های به روز بودن با فناوریهای که به سرعت پیشرفت میکنند

بطور کلی تمام مواردی که از معایب این تکنولوژی نامبرده می شود در حوزه استفاده از سیستمهای شبکه و جدیدی می باشد که اجرای فرامین به دست انسان و روند و جابجائی آن خارج از حوزه انسانی می باشد. آنچه که مسلم است گسترش و نفوذ هر فناوری منوط به عوامل بیرونی و درونی در ارتباط با آن می باشد، فضای کسب و کار الکترونیک نیز از این مقوله مستثنی نمی باشد و عواملی تاثیرگذار در آن وجود دارد، گرچه درجه و میزان تاثیرم تفاوت می باشد، برخی از مهمترین عوامل:

منابع بالقوه: منابع بالقوه نه تنها برای تولید کنندگان کالا و خدمات مناسب است. بلکه مصرف کنندگان آن کالا و خدمات نیز از آن بهره مند می شوند.

وجود شبکه های ارتباطی قوی همراه با اطمینان بالا: دسترسی به پهنای باند بالاتر قسمتی از زیر ساختهای نهادینه شده توسط دولتها است. هر قدر این پهنای بالاتر باشد، حجم و سرعت اطلاعاتی که رد و بدل می کند بیشتر خواهد شد.

میزان مهارت نیروی انسانی: هر چه میزان مهارت و یاد گیری بالاتر باشد کارایی که برای کارها در سیستم به کار می رود موثر تر است.

حجم سرمایه گذاری (برای دستمزدهای بالا): دستمزدهای بالا همیشه انگیزه عمده ای برای نیروی کار جهت افزایش کارایی و نو آوری به حساب می آید.

شهر الکترونیک یا شهر مجازی:

امروزه بحث توسعه شهرها به شبکه جهانی نیز سرایت کرده است شهرها و شهرک های جدید هر روز در فضای مجازی ساخته می شوند که مصالح آن ها از خشت و ملات نیست، بلکه بیت های رایانه ای است. این شهرهای الکترونیکی با عنوان شهرهای مجازی (Virtual Cities) شناخته می شوند.

این پدیده را می توان هدیه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای بشر دانست که نویددهنده محل زندگی بهتر برای کار، تفریح، سرگرمی، یادگیری و زندگی دسته جمعی در جوامع است.

در این فضای جدید بقول پائول ویرلیو (۲۰۰۱) (Paul Virilio) (دیگر مفهوم بازکردن و بستن دروازه شهر و یا تقسیمات شهری بر اساس میدان، خیابان و کوچه و یا اساسا معماری مبتنی بر مکان محوری به پایان می رسد، بلکه معماری فضای مجازی مبتنی بر تغییر تکنولوژیکی زمان و مکان است و ساخت های قابل دسترسی همزمان برای همگان است. در فضای مجازی شهر، بخش مرکزی و پیرامونی شهر با متغیرهای متفاوتی تعریف می شود که لزوماً از تراکم جمعیتی که موجب بی حوصلگی، تضاد منافع و یا برخوردهای تبعیض آمیز بشود، نیست.

شهر الکترونیک يك اختراع و یا يك پیشنهاد نوآورانه نیست بلکه واقعیتی است که بر اساس نیاز جاي خود را باز می کند. اگر امروز چشم خود را بر نیاز ببندیم فردا باید با پرداخت هزینه بیشتر قدم در اجرای آن بگذاریم. در واقع شهر الکترونیکی عبارت از شهری است که اداره امور شهروندان شامل خدمات و سرویس های دولتی و

سازمان های بخش خصوصی به صورت برخط (online) و به صورت شبانه روزی و در هفت روز هفته با کیفیت و ضریب ایمنی بالا و با بهره گیری از ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و کاربردهای آن انجام می شود. شهر الکترونیکی ما را از دنیای تک بعدی شهرهای سنتی و امروزی خارج کرده و به دنیای جدیدی راهنمایی خواهد کرد، دنیایی دوبعدی که دستاورد فناوری های نوین اطلاعات و ارتباطات می باشد. در گذر این زمان و در این حرکت روبه جلوی فناوری ما در آینده ای نه چندان دور دنیای سه بعدی را شاهد خواهیم بود که حتی تصور آن در حال حاضر برایمان ناممکن است.

شهر الکترونیک مزایای بسیار زیادی دارد که در زیر به برخی از آنها اشاره می شود. این مزیت ها باعث می شوند که نتوان از ایجاد آن چشم پوشید.

فراهم آوردن خدمات اینترنت با کیفیت و سرعت بالا برای شهروندان
* فراهم آوردن کانال های آموزشی متفاوت و محیط آموزشی مادام العمر

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

- * بهبود کیفیت زندگی مردم
 - * ارائه خدمات يك مرحله اي به شهروندان
 - * تقویت رقابت تجاري شهر و ایجاد فرصت‌های تجاري بیشتر توسط تجارت الکترونیک
 - * ارتباط بهتر سازمان ها و ارگان های مختلف شهري
 - * دسترسی ۲۴ ساعته به خدمات شهري
- می توان انواع مختلف شهرهای مجازی را به ۴ دسته زیر تقسیم کرد:
- ۱- صفحاتی اینترنتی که مدعی شهر مجازی هستند اما ماهیت آنها صرفاً در راهنمایی ها و مجموعه های دسته بندی شده ای از اطلاعات است . این صفحات تنها برای دست یافتن به مقاصد تبلیغاتی و ترویج صنعت توریسم راه اندازی شده و ارائه کننده شکل و ظاهر شهرهای مجازی نیستند، به عنوان نمونه ای از این شهرها می توان به سایت www.brighton.co.uk اشاره ای کرد.
 - ۲- این گروه از شهرها را شهرهای مجازی مسطح می نامند که از نقشه های شهری و ساختمانی برای نمایش اطلاعات مورد نظر خود استفاده می کنند. از شهرهای مسطح می توان به بولونیا اشاره کرد که دارای صفحه ای اینترنتی به عنوان شهری مجازی است و از نقشه و مشخصه های زمینی و ساختمانی شهر به صورت گرافیکی بهره گرفته و شهری مسطح بنا کرده است.
 - ۳- دسته دیگر شهرهای مجازی ، شهرهای مجازی سه بعدی هستند که با استفاده از فناوری حقیقت مجازی به مدل سازی ترکیب شهرها و با درجات نزدیک و یا دور به واقعیت می پردازند و بعضی از این گونه شهرها بسیار به واقعیت شهر فیزیکی نزدیک هستند.
 - ۴- این گروه را می توان شهرهای واقعی مجازی نامید که بسیار به شهرهای واقعی نزدیک هستند و مدل هایی واقعاً واقع گرایانه تلقی شده اند و شما با حرکت در میان کوچه های شهر حس حرکت در شهری واقعی را خواهید داشت. برای تحقق بخشیدن به این امر، شهر مجازی باید دارای ظاهری واقعی و دارای تنوع خدمات و کارکردها باشد و از تمامی امکانات يك شهر واقعی بهره بگیرد و از همه مسائل مهمتر بستر مناسبی برای انجام تعاملات اجتماعی در میان شهروندان باشد تا رغبت حضور شهروندان در شهر مجازی بیشتر شده و درصد مشارکت شان نیز بیشتر شود.
- در ایجاد هر شهر الکترونیکی مراحل وجود دارد که این مراحل یکی پس از دیگری تکمیل شده و سبب توسعه، پیشرفت و تکامل شهر الکترونیکی خواهد شد، این مراحل را می توان به شکل زیر بیان کرد:
- ۱- مرحله پیدایش ۲- مرحله ارتقا ۳- مرحله تعامل ۴- مرحله توسعه و گسترش
- * پیدایش
- در این گام از طراحی شهر الکترونیکی ایده اولیه، طراحی موضوعی و تهیه سند راهبردی ، مشورت با کارشناسان و صاحبان نظر حوزه ICT و تهیه زیرساخت های فنی مورد نیاز از قبیل نرم افزاری و سخت افزاری مورد نیاز است.
- * ارتقا
- در این گام پس از پیاده سازی شهر الکترونیکی به صورتی کاملاً ساده ، امکانات و توانمندی های شهر برای استفاده بازدیدکنندگان، خصوصاً شهروندان توسعه خواهد یافت و سعی در برآورد حداقل امکانات مورد نیاز شهروندان در طراحی شهر است.
- * تعامل
- در این بخش سعی در برقراری ارتباط با سایتهای مرجع در زمینه های تخصصی و نیز در اختیار گذاردن اطلاعات سایت در این گونه از پایگاه های اطلاعاتی است، به علاوه با شهرهای الکترونیکی موجود بر روی وب جهان (world wide web) نیز تعامل برقرار خواهد شد و به داد و ستد دانش و اطلاعات پرداخته می شود. به علاوه می توان امکانی را برای استفاده شهروندان دیگر شهرها از امکانات و توانمندی های شهر در نظر گرفت.
- * توسعه و گسترش
- این گام آخرین و نهایی ترین بخش در توسعه شهر الکترونیکی است و با فراهم آوردن امکانات و توانمندی های مبادلات مالی اقدام به خرید و فروش اینترنتی و نیز دریافت و پرداخت پول الکترونیکی نمود. به علاوه در این گام

باید وب سایت شهر الکترونیکی را توسعه و گسترش داد و سرویس های مورد نیاز شهروندان را برای سرویس دهی فعال تر به آنها فراهم و یا تولید نمود
 چه فعالیتهایی برای شهر الکترونیکی قابل ترسیم می باشد:

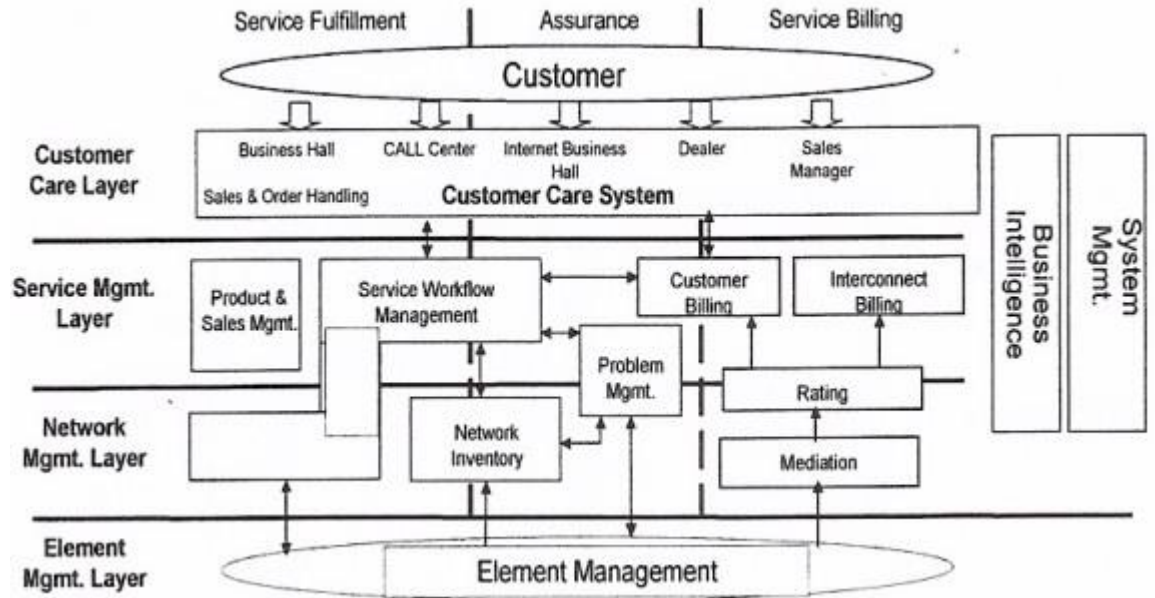
بسیاری از فعالیت هایی که در شهرهای عادی انجام می شود قابلیت پیاده سازی و اجرا در شهر الکترونیکی را دارد و به جرأت می توان گفت که این فعالیت ها در شهرهای الکترونیکی بسیار راحت تر از نمونه های فیزیکی آن خواهد بود. این مجموعه از فعالیت ها را می توان به گروه های زیر تقسیم کرد:

- * فعالیت های اداری: مانند ثبت اسناد و املاک ، درخواست گذرنامه و غیره
- * فعالیت های بانکی : پرداخت قبوض، برداشت پول از حساب، انتقال پول، اعلام وصول و برگشت چک
- * فعالیت های تجاری: خرید و فروش کالا، موسیقی ، فیلم ، خرید بلیت هتل ها و هواپیماها
- * فعالیت های تفریحی : بازی های رایانه ای، بازدید از موزه ها و پارک ها، انجام مسافرت های مجازی
- * فعالیت های علمی : انجام تحقیقات علمی ، جست و جوی مقالات علمی ، استفاده از منابع کتابخانه ها، انتشار و چاپ کتاب های الکترونیکی
- * دریافت اطلاعات : شامل اخبار، روزنامه ها، نشریات، ترافیک شهری، ساعات ورود و خروج قطارها بدون خارج شدن از منزل و یا محل کار
- * فعالیت های آموزشی : ثبت نام و رفتن به کلاس های مجازی و امتحانات مجازی - کسب مدارک معتبر بین المللی
- * فعالیت های گردشگری: رزرو بلیت و هتل - رزرو اتومبیل در مقصد، انتخاب بهترین شهرها و مکان های تاریخی و مسافرتی برای گردشگری
- * فعالیت های درمانی : مراجعه به پزشک و دریافت دستورالعمل های درمانی و پزشکی ، مشاوره با پزشک خانوادگی بدون نیاز به حضور فیزیکی درمطب
- * فعالیت های تصمیم گیری: انتخاب بهترین مکان برای مسافرت با توجه به وضعیت رزرو هتل ها و قطارها، انتخاب بهترین مسیر برای رفتن به نقطه ای دیگر از شهر

معماری کسب و کار در شهر الکترونیکی:

یکی از بهترین معماریهای موجود ، استفاده از معماری ۲ سطحی می باشد ، در این معماری در پائین ترین سطح لایه مدیریت عوامل اصلی را داریم که در ارتباط با لایه شبکه فیزیکی موجود اطلاعات مورد نیاز سیستم واسط و مدیریت اعتبار شبکه را در اختیار قرار می دهد و همچنین در ارتباط با مدیریت برنامه در یک تعامل متقابل قرارداد

مشتری / شهروند در این سیستم در یک سمت قرارداد که درخواست یا اطلاعات مورد نیاز خود را به طرق مختلف به سیستم وارد می کند ، (دلالتها ، مستقیم ، بازاریابها، شخصی و...) سیستم یک مدیریت سرویس در اختیار دارد که ورودی ارائه شده از مشتری در راستای انجام و پردازش به آن وارد می شود ، برای استفاده از سرشس مطابق نیاز سیستم در تعامل با لایه شبکه خواهد بود .اطلاعات موجود در لایه شبکه بعد شناسایی و در اختیار قراردادن امکانات و شناسایی های اولیه ، اطلاعات را به لایه مدیریت سرویسها ارائه می دهند ، در این لایه اقداماتی نظیر مدیریت جریان سرویسها در راستای ارائه سرویسهای مورد نیاز و استفاده بهنگام از آنها و همچنین ارائه و مدیریت سیستم فروش مناسب و تنظیم و صورتحسابهای مشتریان ارائه می گردد

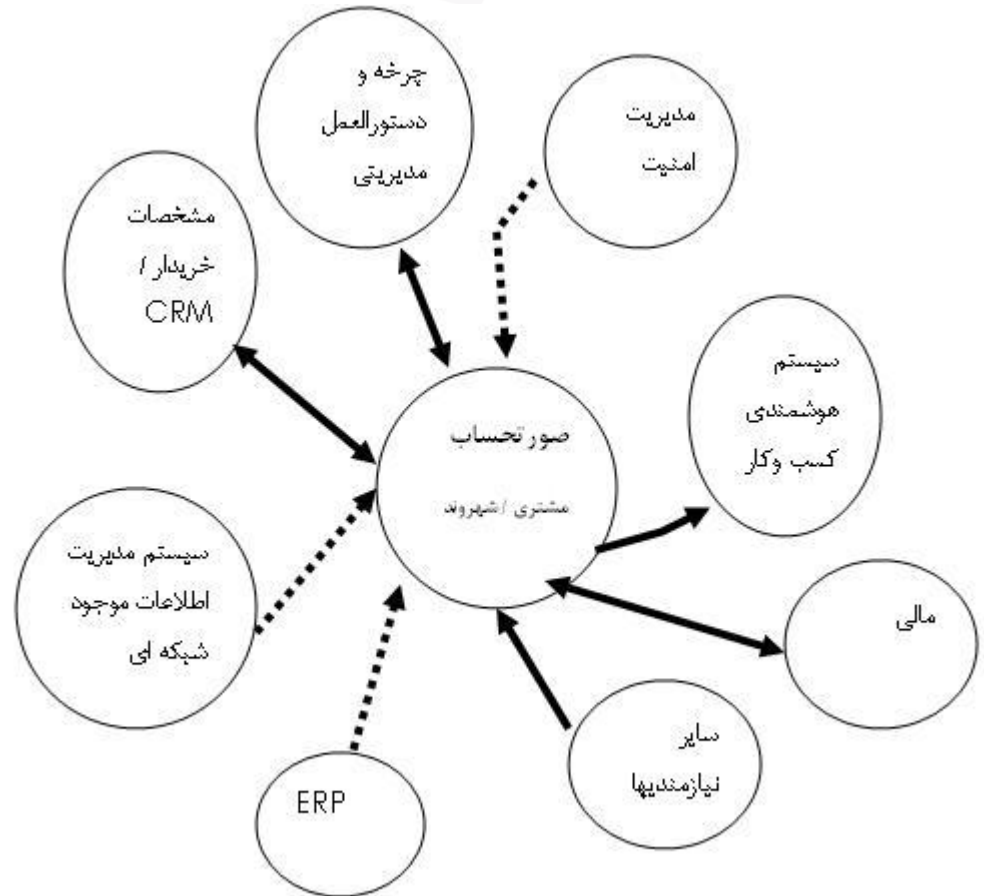


نمودار معماری کسب و کار در فضای شهر الکترونیکی و در تعامل با مشتری/شهروند
حوزه سیستمهای پشتیبانی عملیات تجاری:

در تدوین قالب برای کسب و کار در فضای مجازی اولین و مهمترین مسئله تدوین شمای کلی حوزه و گستره عملیات خواهد بود ، آنچه که مسلم است در یک طرف شهروند را داریم که در این فضا قصد خرید و یا فروش را دارد ، می توان مهمترین مولفه های موجود را به مانند چارت زیر بیان نمود ، با توجه به نمایی پیشنهادی کاملاً واضح است که برخی از ارتباطات دوطرفه و برخی یکطرفه خواهند بود و برخی ارتباطات نیز تاثیر کمتری خواهند داشت.

در نمایی پیشنهادی خود محور فرآیندها را منتج به صورتحساب می کنیم ، مهمترین مولفه های الگو عبارتند از: مشخصات خریدار: که شامل مواردی از قبیل مشخصات اعتباری، تقاضای محصول یا سرویس موردنظر، روش پرداخت ، جزئیات صورتحساب و.. خواهد بود که به عنوان اطلاعات اولیه به سیستم وارد می شود چرخه و دستورالعمل مدیریتی : که شامل قوانین برنامه های تجاری خواهد بود مدیریت امنیت : که شامل هر موضوعی در خصوص برنامه های امنیتی ، مقابله با هکرها و.. خواهد بود سیستم هوشمند کسب و کار که وظیفه استفاده از داده ها و تولید و بررسی صورتحساب را کنترل می کند و در واقع دریافت کننده خواهد بود

سیستم مالی که در ارتباط با صورتحساب وظیفه تولید و کنترل را خواهد داشت سیستم مدیریت اطلاعات شبکه ای که مهمترین وظیفه آن مدیریت آدرسهای شبکه ای و اطلاعات موجود خواهد بود



زنجیره ارزش به شهروند در پذیرش کسب و کار الکترونیک:

در ارزیابی موفقیت ورود کسب و کار الکترونیک بایستی نگاهی ویژه به حلقه های سازمانی و نقش آن در فناوری اطلاعات شهری داشت. مطمئناً زمانی کسب و کار سودمند خواهد بود که نسبت سوددهی به هزینه های مربوط به فعالیتهای اجرایی، در حلقه ارزش بیشتر باشد. برای دستیابی بیشتر به مزایای رقابتی، سازمانها باید با استراتژی "هزینه کم" low cost و یا روش "diffaunfpaduct" یعنی تنوع محصولات را بپذیرند. یکی از مزایای کسب و کار الکترونیک قابلیت آن در تسهیل امور رقابتی بوده، که این فرآیند با برقراری ارتباط بین مشتری و سازمان/شهروند و ساختار شهری انجام می شود. همچنین با حذف نیازهای سطوح معین، کسب و کار الکترونیک می تواند هزینه های میان حلقه ارزش را با دوری کردن از هزینه های غیر ضروری در اجرا و حفظ سیستم، کاهش دهد. این موضوع بویژه در مورد محصولات که قابلیت پخش و انتشار (توزیع) الکترونیک را دارند، صدق می کند. کسب و کارهای جدید می تواند مرزهای سنتی را از طریق حلقه ارزش به حالت مجازی تغییر دهد. در حالت مجازی وقتی حلقه تغذیه ایجاد می شود، مرزهای سنتی حلقه ارزش از بین می روند و ارتباط قوی تری را با مشتری برقرار میکند. مدل ه بخشی profer، روی واکنشهای سازمانی و محیط آن متمرکز می شود و به ه نوع از مرزهایی رقابتی ای که سازمان را احاطه میکنند اشاره می کند: عامل تهدید کننده ورودیهای جدید، تهدید جابجاییها، قدرت معامله (چانه زنی) (خریداران)، قدرت معامله فروشندگان و شدت رقابت میان رقبا موجود.

اما قطعاً برای ادامه در سودآوری بهتر باید بتوانیم در کنار انعطاف و هماهنگی با مدل‌های بهینه به یکی از موارد زیر دست یابیم: نصب مرزهای ورودی، افزایش قدرت ارتباطی با فروشندگان، ایجاد هزینه های فناوری اطلاعات، آرایه محصولات یا جایگزینیها، تغییر نوع رقابت سازمانها، در شکل زیر نمای سنتی چرخه ارزش به مشتری را مشاهده می کنیم،

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

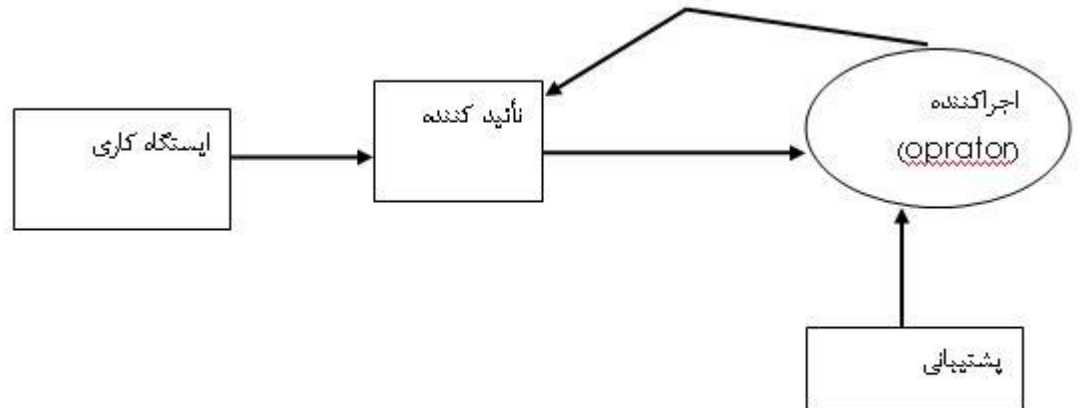
+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

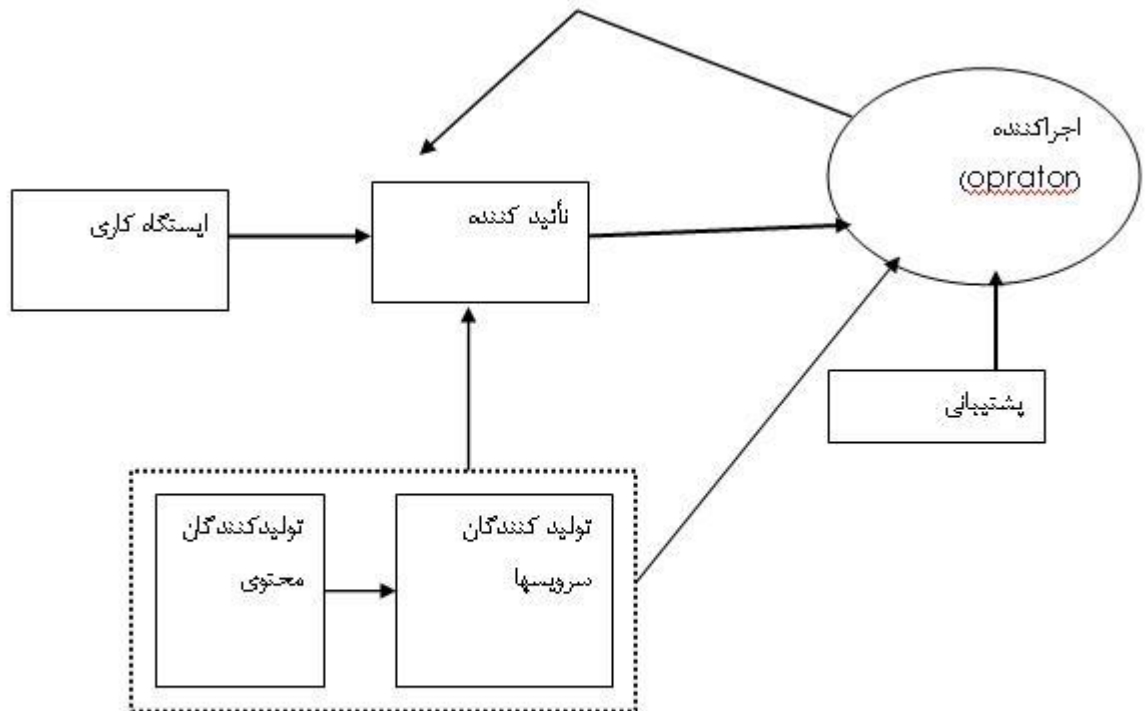
نمابر:



الف : نمودار سنتی زنجیره ارزش

الف : نمودار سنتی زنجیره ارزش

اما زمانی که بخواهیم در فضای الکترونیک موفق عمل کنیم بایستی به چرخه مورد نظر امکاناتی را بطور خاص اضافه کنیم ، از قبیل تولیدکنندگان سرویسها و محتوی



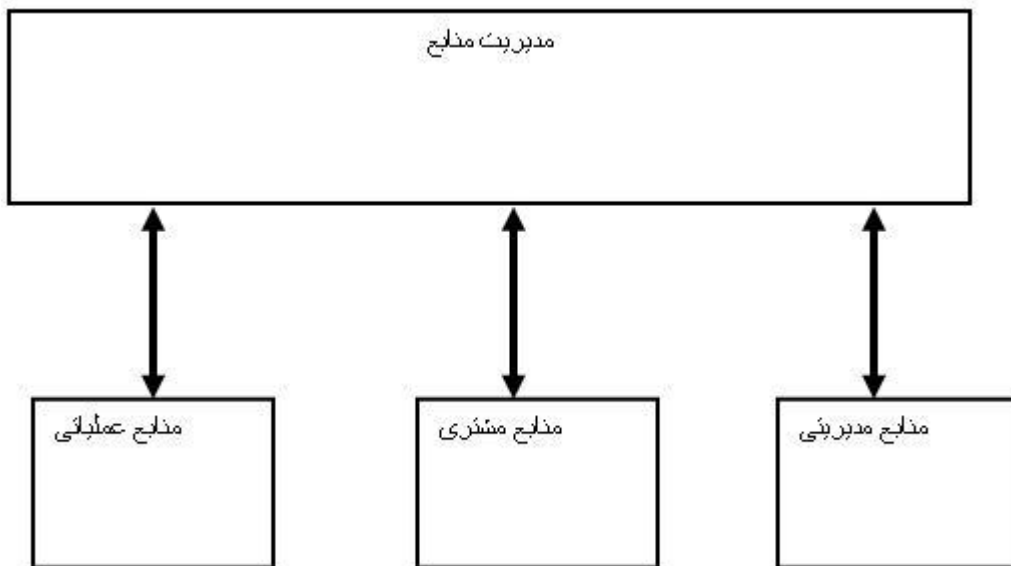
ب: ساختار پیشنهادی مطابق با الزامات شهر الکترونیکی

ب: ساختار پیشنهادی مطابق با الزامات شهر الکترونیکی

راه حل کلی مدیریت منابع: اگر از یک نگاه کلی به شهروند و کسب و کار نگاه کنیم ، قبل از هرچیز وجود استراتژی مشخص در مدیریت منابع

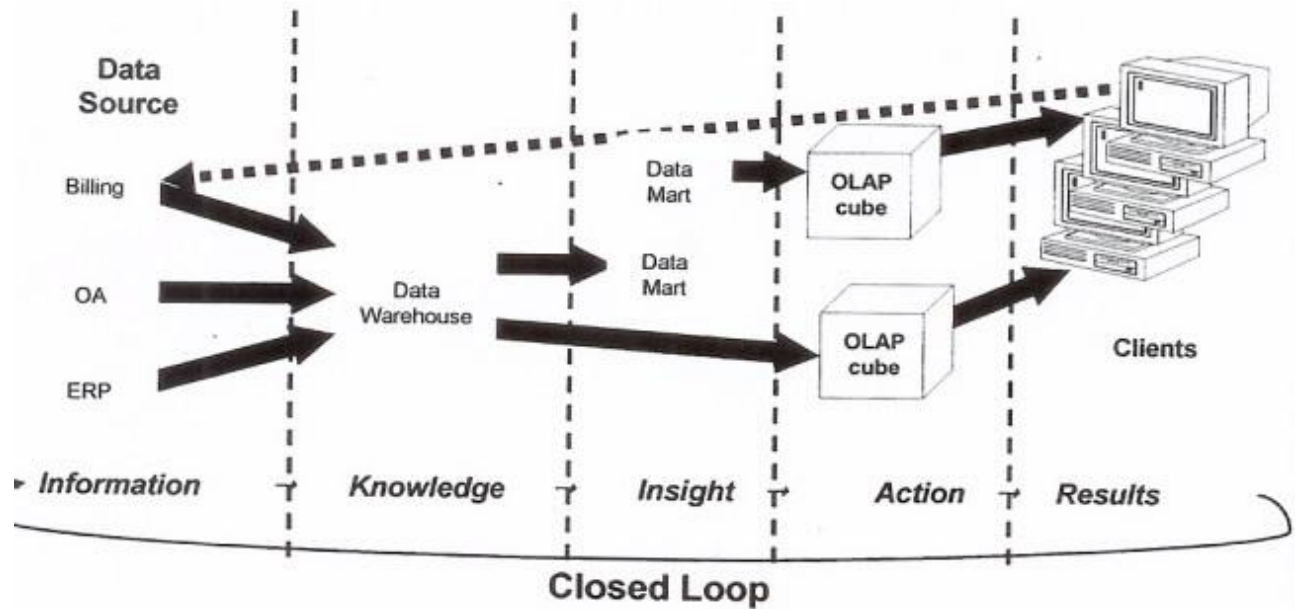
موجد اهمیت ویژه ای پیدا می کند ، برای بیان این موضوع میتوانیم داشته های خود را در حالت کلی در سه دسته تقسیم کنیم : منابع شبکه ای (فیزیکی و..) - اطلاعات شهروندان - اطلاعات مربوط به کالا و ارائه دهندگان

بنابراین در اولین لایه بایستی ۳ منبع را در نظر بگیریم ؛ منابع عملیاتی که اطلاعات مربوط به شبکه ارتباطی و تراکنشهای لازم را برعهده دارد ، منابع مشتری که هر آنچه که در ارتباط با شهروند است را برعهده دارد و منابع مدیریتی که تمامی اطلاعات مربوط به کالا و تجار و.. و بطور خاص آنچه در حوزه کسب وکار وجود دارد را برعهده دارد



چرخه کسب وکار کامل:

همانطور که در شکل زیر نشان داده شده است یک سیستم تجاری در فضای الکترونیک از مراحل اطلاعات اولیه ، دانش ، ارتباطات و تراکنش داخلی ، عملیات و نتیجه می توان تشکیل شود . شروع این مراحل با اطلاعات اولیه بوده و به استفاده کنندگان نهائی (شهروند) خاتمه می یابد ، تمامی مراحل بصورت یک حلقه بسته بوده که ارتباطات در یک سیکل کامل در حال چرخش می باشد



نتیجه:

هر فناوری پیشرفته باعث ایجاد فرصتها و تهدیدهای جدیدی برای سازمانها می شود و تغییر در فناوری، موجب تغییر در قانونمندیهای تجاری و متحول ساختن سیستم های سازمانی و اجتماعی می گردد. توجه فزاینده سازمانها و دولتها به تجارت الکترونیک، ناشی از اهمیت و میزان تاثیر قابل انتظاری است که بر محیط اقتصادی و اجتماعی می گذارد، حال با ورود به مرحله جدیدی از مدل تجارت و کسب وکار اهمیت و جایگاه نگرش به فناوری دچار تغییر شده که حرکت به سمت تغییرات اجتناب ناپذیر خواهد بود. در این میان شرایط شهر الکترونیک و تفاوتها و شگره های بر نحوه و گستره موردنظر ایجاد کرده است. مفهوم شهر الکترونیک و شهروند الکترونیک سبب شده که فناوری اطلاعات فقط صفحه کلید، واسطه ارتباطی، فیبر نوری و چند نرم افزار نباشد، بلکه عملکرد فراابزاری مبتنی بر تاثیرگذاری در رفتار، اخلاق، تفکر، هویت و حقوق انسانی، روابط اجتماعی و روابط تجاری ایجاد کند.

کاربردهای جدید فناوری ارتباطات و اطلاعات باعث بوجود آمدن فرصتهای جدید جهت تعریف دوباره ارتباط بین اجزا موجود می گردد یعنی با وجود مفاهیمی مانند شهر الکترونیک، مفاهیمی همچون شهروند، داد و ستد و... تغییر خواهد کرد.

تقویت ارتباط میان عناصر از طریق درک خواسته ها و نیازهای و وابسته نمودن او به کالاها و خدمات در این فضا روز به روز گستره بیشتری می یابد و با توجه به امکان برقراری ارتباط همه افراد بصورت مجزا سیستم بایستی از اعتماد و هوشی متوسط برخوردار گردد زیرا هر چه میزان شناخت از شهروند (نیازها، خواسته ها، علایق و سلیقه ها) بیشتر باشد به همان اندازه فرآیند کسب وکار الکترونیک موثرتر و بهتر عمل خواهد شد.

فهرست منابع:

- 1- Chapter 2 of guideline Ec:Issues in Ex-ante and Ex-post Evaluations
- 2- Writing killer Ecommerce/IT Proposals that Win New Business Donald S.Le (2004)
- 3-Administrative Reforms Commission (2005),Ministry of Personnel, Public Grievances &
- 4-Pensions, Schedule, <http://arc.gov.in/tor.htm#9>
- 5-AOEMA EGovernment:Definitions and



www.pardakht.ir

پرداخت

نخستین سامانه تجارت الکترونیک ایران

Objectives, http://www.aoema.org/EGovernment/Definitions_and_Objectives.htm

6-Ministry of Personnel, Public Grievances and Pensions, Government of India, Right to

7- Information Act (India), <http://persmin.nic.in/RTI/WelcomerTI.htm>.

8- http://ec.europa.eu/information_society/activities/policy_link/

9- 287 Progress towards a Unified e-Learning Strategy. 8th April 2004. e-learning Strategy Unit, DfES.

10- <http://www.dfes.gov.uk/elearningstrategy/online.cfm>

11- <http://www.infoplease.com/ce6/history/A0846053.html>

12- <http://www.internetworldstats.com/top20.html>

کلمات کلیدی:

شهر الکترونیک ، کسب و کار الکترونیکي ، سرویس ، چرخه ارزش مشتری/شهروند ، مدیریت منابع

(1) سمیرا قایخلو ؛ دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی کامپیوتر - نرم افزار ، پست الکترونیک

GHAYEKHLOO_C22@YAHOO.COM

سارا قایخلو ؛ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت - گرایش بازرگانی، پست الکترونیک

GHAYEKHLOO_29@AYHOO.COM

حمیدرضا احمدیان ؛ کارشناس ارشد فناوری اطلاعات ، پست الکترونیک AHMADIAN575@GMAIL.COM

پرداخت ارائه دهنده راه کارهای تجارت الکترونیک و فروش مجازی

هم اکنون برای مشاوره رایگان تماس حاصل فرمائید:

۰۲۱- ۸۸۴۹۱۶۱۲

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

کد پستی:

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

تلفن گویا:

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

نمابر:

www.pardakht.ir

info@pardakht.ir