



موضوعهای گسترده

- مفاهیم، تئورها و مدل‌های کارآفرینی و نوآوری استراتژیک
- نقش کارآفرینی و نوآوری شبکه‌ای در موفقیت سازمانی
- فرهنگ کارآفرینی و نوآوری استراتژیک
- نقش کارآفرینی دانشگاهی در توسعه کارآفرینی فناورانه
- حمایت و مستأودرهای کارآفرینی و نوآوری استراتژیک
- نقش کارآفرینی و نوآوری استراتژیک در مدل‌های سازمانی
- استراتژی‌های کارآفرینی و نوآوری استراتژیک
- موانع، چالش‌ها و فرصت‌های استوار کارآفرینی استراتژیک
- کارآفرینی و نوآوری در کسب و کارهای کوچک و متوسط
- ویژگی‌های فردی کارآفرینان و پرورش کارآفرینان سازمانی

دکتر سید رضا حسینی

گواهی پذیرش مقاله

شماره: ۹۳/۱۲۲/ب
تاریخ: ۳۰/۳/۱۳۹۳

با سلام و احترام
پژوهشگران گرامی
سرکار خانم / جناب آقای احمد لطیفیان
سرکار خانم / جناب آقای هما مولوی

ضمن سپاسگذاری از مشارکت شما در "کنفرانس ملی کار آفرینی و نوآوری استراتژیک" به شماره مجوز ۹۶۶۱/۸۳/۲۳۱ و راست جمهوری و ارائه مقاله علمی ارزشمندتان به عنوان "نوآوری الکترونیکی: نوآوری منحصر به فرد در عصر اینترنت" به اطلاع می‌رساند این مقاله پس از ارزیابی‌های علمی و داوری توسط هیأت داوران و کمیته علمی کنفرانس، مورد پذیرش نهایی قرار گرفت.

دکتر سید رضا حسینی

رئیس کنفرانس

دکتر علی مهینی دهکردی
رئیس کنفرانس



نوآوری الکترونیکی؛ نوآوری منحصر به فرد در عصر اینترنت

احمد لطیفیان^۱ - هما مولوی^۲

latifian@um.ac.ir

molavihoma@yahoo.com

چکیده

در آستانه هزاره سوم مشخصه مهم جهان، تغییرات سریع و شگرف در زمینه صنعتی، فناوری، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است. بدون شک پیشرفت های جدید در عرصه زندگی بشر، از طریق نوآوری و خلاقیت حاصل شده است. از سویی دیگر رشد فزاینده اینترنت، شبکه و وب که از مشخصه های اصلی جامعه اطلاعاتی می باشد نشان می دهد که جهان ما بوسیله ابزارهای جدید، در حال تغییر شکل دادن است. صنعت، پزشکی، کشاورزی، مدیریت و... خواسته و ناخواسته، به دنیای اینترنت راه یافته و امروزه معادل های مجازی آن ها با پیشوند e به معنای الکترونیک برای مردم شناخته شده است و هر روز که می گذرد نیز بر تعداد آن افزوده می شود، به گونه ای که در دنیای مجازی نوآوری الکترونیکی جایگاه ویژه ای به خود اختصاص داده است. امروزه تقریباً تمام کشورهای جهان در جهت افزایش بهره وری و بهبود وضعیت اقتصادی در پی خلاقیت و نوآوری هستند و یکی از دلایل عمده اهمیت فزاینده خلاقیت و نوآوری، ایجاد رقابت بین کشورهای مختلف در حال توسعه است ولی در کشور ما توجه چندانی به آن نشده است، با توجه به اینکه عصر حاضر عصر الکترونیک است، مقوله ی نوآوری نیز می بایست هم سو با تکنولوژی نوین عصر حاضر آمیخته شود و فعالیت های نوآورانه از شکل سنتی آن به شکل پیشرفته تر تحت عنوان نوآوری های الکترونیکی که به نوبه ی خود، یک نوآوری منحصر به فرد تلقی می شود به کار گرفته شود.

واژه های کلیدی: کسب و کار الکترونیکی، نوآوری الکترونیکی، شرکت های دات کام



۱- مقدمه

سه سال بعد از سقوط داتکام و رکود اقتصادی صدها شرکت کارآفرینانه اینترنتی برشکست شده و یا به فروش رسید. با این حال، بسیاری از نوآوری و فن آوری های ایجاد شده توسط آنها نقش مهمی در آینده زندگی بشر خواهند داشت (۱). ظهور e-innovation در سال های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ میلادی با فرآیندهای طراحی نرم افزارهای مختلف آغاز شده است. نوآوری الکترونیکی یک ایده و تفکر نوین است. یک اسم جدید برای یک گروه از فعالیت ها که هدف آنها خلق و ایجاد ابزارهای جدید برای نوآوری، توسعه محصول و توسعه تجارت در شرایط تغییرات پیوسته ی کنونی است. این فعالیت ها به طور منطقی چندین فعالیت را که قبلاً منفک بوده و بصورت مجزا اجرا می شده اند را پیوسته می کند. اگر چه در سال های اخیر تلاش های بسیاری در جهت پیشرفت نوآوری الکترونیکی صورت گرفته است اما مفهوم و عبارت "نوآوری الکترونیکی" هنوز نتوانسته است همانند عباراتی چون "تجارت الکترونیک، بازاریابی الکترونیکی، آموزش الکترونیکی به طور عام و معمول بکار برده شود.

در صنعت، معنای نوآوری الکترونیکی مربوط به یک محصول یا خدمت جدید می باشد. به عنوان مثال شرکت فوجیستو، یکی از شرکت های پیشتاز در حیطه فناوری اطلاعات با بیش از ۲۰۰۰۰ کارمند در ۴۰ کشور، با استفاده از نوآوری الکترونیکی در پیشرفت و ابداع کارت های هوشمند باعث کاهش قابل ملاحظه ای در سرقت های اینترنتی و کارت های اعتباری تقلبی شد.

با جستجو در سایت های جستجوی علمی و در حوزه علم و دانشگاه درباره نوآوری الکترونیکی در می یابیم که اطلاعات بسیار کمی درباره این موضوع وجود دارد. یکی از دلایل عمده فاصله زیاد بین حیطه علمی و صنعتی در نوآوری الکترونیکی، کاربردی بودن و داشتن رویکرد تجاری نوآوری الکترونیکی می باشد. (۲)

سوتو آکوستا، کوکو پالاسیوس و پرز گونزالز با اشاره به این مطلب که از زمانی که نوآوری به عنوان عامل کلیدی برای افزایش رقابت پذیری شرکت ها و کسب و کارهای الکترونیکی تبدیل شده است، در حکم یک نوآوری مکمل نتیجه ی پژوهش خویش در شرکت های اروپایی را این گونه بیان می کند که شرکت هایی که در سطح بسیار بالایی نوآوری الکترونیکی دارند اثربخش تر نیز می باشند. (۳)

۲- تعاریف نوآوری الکترونیکی

مارتین نوآوری الکترونیکی را یک استراتژی برای خدمت و سرویس بهتر به مشتری از طریق تکنولوژی وب می داند. استفاده از این تکنولوژی سبب می شود تا میزان سود شرکت ها دستخوش تغییر شده و سود بیشتری عاید آن ها گردد. (۴)

باب کاتن نوآوری الکترونیکی را باعث همگرایی فرآیندهایی می داند که به صورت جدا از هم می باشد و فرآیندی پیوندی است که بین اجزا ارتباط برقرار می کند. این فرآیند بین پایش تکنولوژی، پیش بینی تکنولوژی، قدرت ابداع، طراحی و توسعه محصول جدید، تولید و بازاریابی اتصال برقرار می کند.

به عبارت دیگر نوآوری الکترونیکی را ابزاری در جهت مدیریت و تقویت نوآوری معرفی می کند که در حین کشف پاسخ جدید برای کمبود مهارت های نرم افزاری لازم، فرصت های نوآوری را به افراد و تیم های سراسر جهان عرضه می دارد.

لن و هوارد معتقدند که نوآوری الکترونیکی را برای موارد زیر به کار می برند:

نمایش قابلیت های جدید محصول یا خدمت

فرصت ها و فضاهای مخصوص برای کسب و کار الکترونیکی



نام پروژه یا کمپانی

سایر قابلیت های جدیدی نوآوری (۲)

نوآوری الکترونیکی را می توان بطور گسترده به عنوان نوآوری ای تعریف کرد که با کسب و کار الکترونیکی مرتبط است. نوآوری های فناورانه در کسب و کار الکترونیکی به طور قابل توجهی ارتباطات درون شرکتی را تغییر می دهد و دارای پتانسیل بسیار خوبی برای متحول ساختن اثربخشی و کارایی روابط بین شرکتی می باشند. به عنوان مثال شرکت کام را در نظر بگیرید، این شرکت در اواسط دهه ی ۱۹۹۰ توسط زوج آرتورنی تاسیس شد و نه تنها سقوط داتکام را نجات داد بلکه مشتریان و شرکای بیشتری را به خود جذب کرد. داتکام مدل کسب و کار الکترونیکی پررونق را از طریق نوآوری الکترونیکی خلق کرد. مشتریان می توانند از وب سایت به منظور مستقر کردن طیف گسترده ای از مذاکرات تجاری آنلاین با سرعت و هزینه کمتر استفاده کنند. در ماه اوت سال ۲۰۰۳، داتکام بیش از ۷۵۰۰۰ معامله را خرید و فروش کرد و بیش از ۵۰۰ میلیون دلار در تسویه حساب ها عایدی داشت.

مهم ترین و رایج ترین کارکردهای نوآوری های فناورانه کسب و کار الکترونیکی، استانداردسازی، تمرکز و رسمی سازی بمنظور سرعت بخشیدن به همکاری درون شرکتی است. با این حال، نوآوری های فناور الکترونیکی تنها یک جنبه از نوآوری الکترونیکی است، ممکن است شامل ایجاد و یا اجرای ابتکاری فرآیندها، عملیات، خدمات، استراتژی، ساختار، فناوری نوآورانه، و غیره در ارتباط با کسب و کار الکترونیکی باشد. به عنوان مثال، نوآوری الکترونیکی ممکن است حاکی از یک استراتژی نوآورانه باشد که قادر است تا مشتریان به بهترین نحو، هدف خود را از طریق فن آوری اطلاعات و ارتباطات انجام دهند. به منظور پیاده سازی استراتژی نوآوری کسب و کار الکترونیکی و پی بردن به ارزش تجاری نوآوری، اغلب شرکت ها به منظور انجام دادن مسائل گفته شده، متوسل به شراکتی می شوند که منابع و مزایای مکمل همدیگر را تامین می کنند (۵)

۳- روند آینده کسب و کار و نوآوری الکترونیکی و مفاهیم آن

به عنوان فرض اصلی کارآفرینی الکترونیکی و نوآوری الکترونیکی که در محیط کسب و کار پررونق نهفته است این است که، توسعه آینده این دو شدیداً از طریق کسب و کار الکترونیکی آینده تعیین می شود. روندهای توسعه در تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیکی در آینده ای نزدیک براساس الگوهای توسعه موجود امکان پذیر است. اقدامات تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیکی به رشد خود ادامه خواهند داد. تحلیلگران صنعت و گروه های پژوهش مشهور مانند گروه گارتنر، افکار را متوجه رشد قوی در تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیکی می کنند و تخمین می زنند که بازار در سراسر جهان، در سال ۲۰۰۴ به ارزش ۷.۳ تریلیون (هزار میلیارد) دلار آمریکا می آید و به رشد خود در چند سال آینده ادامه خواهد داد. اما، برخلاف برخی از نمونه های حال حاضر، کسب و کار الکترونیکی در واقعیت به نسبت تجربی از نظر دامنه، کیفیت و قابلیت اعتماد خدمات و محصولات آنلاین مشتری بالغ تر است. مشارکت در کسب و کار الکترونیکی در آینده ای نزدیک بخشی از هر کار اجرایی خواهد شد. با وجود موفقیت های آن، اخیراً عرضه عمومی اولیه سهام دولتی گوگل به آنها نشان داد که از قیمت تعیین شده توسط مدیران اجرایی کمتر ارزش گذاری شدند، که نشان می دهد بسیاری از سرمایه گذاران هنوز هم در مورد کسب و کار الکترونیکی در پی سقوط داتکام که در آن میلیون ها نفر سهامدار در سراسر جهان بطور جدی نابود شده بودند بسیار محتاط اند. پاسخ گویی گوگل به IPO نشان داد که انتظارات عمومی برای ROI کسب و کار الکترونیکی با تکنولوژی سطح بالا در حال حاضر تمایل به نرمال شدن دارد و کسب و کار الکترونیکی و تجارت الکترونیک مشابه با دیگر کسب و کارها در نظر گرفته می شود. مفهوم این روند این است که یک فرصت برای رشد همانطور که چالش



های موفقیت آمیز در یک بازار نسبتاً بالغ که در آن کیفیت و اعتبار محصولات و خدمات مهم تلقی می شود وجود دارد. همکاری کسب و کار الکترونیکی به عنوان کلیدی برای کسب موفقیت تجاری است و ادامه خواهد داشت، یک استراتژی کسب و کار الکترونیکی بدون یک استراتژی مشارکت الکترونیکی یکپارچه بی اثر خواهد بود چرا که توانایی موثر ارتباطات مشارکتی در جهان رقابتی امروز تجارت الکترونیک ضروری است. قدرت مشتری، جهان کسب و کار الکترونیکی را تحت سلطه ی خود در خواهد آورد و کارآفرینان الکترونیکی کوچکتر را به سمت اتحاد با یکدیگر برای ارائه گسترده ی محصولات و خدمات به مشتریان در زمان واقعی و اطلاعات بیشتر، و معاملات سریع و با کیفیت سوق می دهد. علاوه بر این، مشارکت های کارآفرینانه الکترونیکی به بالا بردن کارایی فرایند محصول به بازار از طریق برنامه ریزی و طراحی مشترک کمک می کند و بهره وری را از شبکه کانال از طریق کاهش هزینه ها و موجودی ها بهبود می بخشد و در نهایت سودآوری را به وجود می آورد. با این حال، به طرز نگران کننده ای، بسیاری از اتحادیه های تجارت الکترونیک شکست خورده، و یا به اهداف خود دست نمی یابند.

عوامل انسانی، سازمانی و فرهنگی به عنوان عوامل اساسی پیش برنده کسب و کار الکترونیکی به سمت بلوغ اند. بزرگترین چالش مدیران شامل تعارض در فرهنگ های مختلف سازمانی و کشور، مالیات، ریسک های تجاری و مالی و ریسک های قانونی مربوط به دارایی عقلایی آن لاین، معامله و قوانین آن لاین ملی و بین المللی است. (۶) لی و وانگ، معتقدند که آینده ی کسب و کار الکترونیکی در هوش نهفته است. آنها بر این باورند که روند آینده کسب و کار الکترونیکی، هوش در سطح زنجیره تامین است. هوش اشاره به ظرفیت پردازش، دسترسی، کنترل و مدیریت اطلاعات و دانش دارد. اگر این دیدگاه صحیح باشد، مفاهیم کارآفرینی و نوآوری آینده پیچیده می شود. بمنظور افزایش هوش، خط تجاری و تمرکز بر کسب و کارهای کارآفرینی الکترونیکی و نوآوری الکترونیکی مهم خواهد شد. (۷)

از لحاظ بازار الکترونیکی، روندی آشکار می شود که به استناد آن، بازارهای موفق و بزرگ الکترونیکی مانند آمازون دات کام، ای بی ولایک به طور فزاینده ای بازیگران کوچک تر را به بیرون بازارها می رانند و رقابت را محدود می کنند. در نتیجه بازار الکترونیکی به اولیگاپولی روی می آورد. (۸) با این حال، رواج اینترنت ادامه خواهد یافت و تبدیل به یک نیروی قوی برای تشکیل اولیگاپولی می شود. از آنجا که در واقع مانعی برای ورود به بازار در جهان مجازی وجود ندارد و اینترنت فرصت های همیشگی را برای مهندسی انواع جدید کسب و کار کارآفرینانه و نوآوری فراهم می کند. بازار الکترونیکی آینده نیاز به طیف وسیعی از کیفیت خدمات و محصولات نوآورانه و اتحاد برای ارائه ارزش های عالی به مشتریان دارد. بنابراین، معاملات تنها مبتنی بر قیمت در بازار الکترونیکی آینده منسوخ خواهد شد. اگر چه زمان زیادی از مفهوم فرآیند تولید می گذرد، مدیریت کیفیت نیروز فزاینده در مدیریت کسب و کار الکترونیکی را به دست خواهد آورد.

در مجموع شکست بسیاری از کسب و کار های الکترونیک و سقوط داتکام به دلیل کیفیت ضعیف خدمات و پشتیبانی مشتری، مشکلات امنیتی وب سایت ها و فن آوری، و مدیریت تغییر ضعیف است.

اصول کلیدی مدیریت کیفیت که شالوده اساسی موفقیت در کسب و کار الکترونیکی خواهد شد عبارتند از:

- ۱- تمرکز بر مشتری .
- ۲- ارزیابی مستمر عملکرد به منظور دستیابی به رضایت مشتری .
- ۳- جذب مشتری و توسعه اطلاعات بازار یابی
- ۴- احترام متقابل، اعتماد متقابل و منافع متقابل برای همه ذینفعان .



- ۵- عملکرد منطبق با استانداردهای بالا در تمام زمینه های سازمان
- ۶- تلاش برای تعالی سازمانی از طریق الگوبرداری
- ۷- سنجش کیفیت عملکرد با استفاده از داده ها و ابزار الکترونیکی
- ۸- ارتقای کیفیت و کارایی تصمیم گیری
- ۹- استفاده بهتر از منابع برای دستیابی به اثربخشی و کارایی
- ۱۰- تمرکز بر نتایج کار
- ۱۱- مدیریت با توجه به حقایق برنامه ها و فرآیندها
- ۱۲- رهبری اثربخش و تعهد تیمی.
- ۱۳- طراحی تیمی و همکاری گروهی
- ۱۴- ارزش قائل شدن برای کارکنان و سرمایه های فکری .
- ۱۵- آموزش و توسعه
- ۱۶- توانمند سازی و مشارکت کارکنان .
- ۱۷- توسعه کانال های ارتباطی .

بدون شک این اصول آشنا در حوزه مدیریت کیفیت، رهنمود های ضروری برای عملیاتی کردن کیفیت نوآوری الکترونیکی و کسب و کار خلاقانه را ارائه می دهند. این یک تصور غلط است که با طراحی وب سایت با کیفیت خوب و حجم بالای تصاویر که شاخص های خوبی از کیفیت هستند به طور خودکار به موفقیت در تجارت الکترونیک دست می یابیم. در واقع، این تصور غلط بود که "رونق داتکام" را به "نابودی داتکام" تبدیل کرده است. بنابراین هنوز به اصول اساسی ساختار مدیریت کیفیت در کسب و کار الکترونیکی اعتراض وارد است. (۵)

۴- راهکارهای دستیابی به نوآوری الکترونیکی

یکی از راهکارهای دستیابی به نوآوری الکترونیکی، مشارکت دولت در پروژه های الکترونیکی است، به عنوان مثال گانتتر ۲۰۰۶، از مشارکت دولت انگلیس سخن می گوید و بیان می کند که دولت، بودجه ی بسیاری از پروژه های محلی و ملی را تامین می کند که مستلزم استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ارائه ی خدمات دولتی تحت برنامه هایی به عنوان پیشگام پروژه های ملی و مشارکت های دولت الکترونیکی است. در سپتامبر ۲۰۰۳، دولت انگلیس اعلام کرده است که از این پروژه ها حمایت مالی بیشتری خواهد کرد که در مجموع ۳۴ پروژه به ارزش ۱۴ میلیون دلار، تامین مالی شد و در یک دوره ی ۲۰۰۴ تا ۲۰۰۶ قراردادهای آن منعقد گردید. در سال ۲۰۰۶ نیز در کل بیشتر از ۶.۲ میلیون دلار در ۱۲ پروژه نوآوری الکترونیک سرمایه گذاری شده است.

به طور کلی اهداف اصلی برنامه های نوآوری الکترونیکی ۴ حوزه ی زیر را در بر می گیرد:

الف- یادگیری الکترونیکی: سهم داخلی اطلاعات و اقدامات مربوط به کالا و توسعه ی کارکنان و استفاده ی بهتر از دولت الکترونیک برای تسهیل انتقال خدمات

ب- پل بودن میان شکاف دیجیتالی و دولت الکترونیک برای کمک به دسترسی یافتن به خدماتی که به طور اجتماعی نادیده گرفته شدند.

پ- فناوری در حال ظهور برای استفاده ی نوآورانه بهتر از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای بهبود خدمات دولتی



ت-اقتدار محلی کسب و کارهای الکترونیکی، استفاده ی بهتر از فناوری اطلاعات و ارتباطات به منظور بهبود کسب و کار داخلی در شوراها، شامل برنامه ریزی خدمات و مدیریت عملکرد. اهداف دیگر برنامه ها شامل ایجاد دولت محلی کارا و اثربخش، واردشدن از طریق نوآوری، قدرت محلی کسب و کار الکترونیکی و تشویق رهبری بهتر در دولت محلی می باشد.(۹)

نتیجه گیری

در این چشم انداز رقابتی پرحرارت در حال تغییر، کارآفرینی و نوآوری سازمانی این امکان را می دهد تا مزیت رقابتی کسب شود و هر سازمانی کلید موفقیت کسب و کار الکترونیکی خود را دست بگیرد. رشد سریع و موفقیت تجاری شرکت ها یی مانند ای بی، آمازون دات کام، ترول دات کام و پرایس لاین دات کام، همراه با ورشکستگی تعداد زیادی از شرکت های دات کام در سال ۲۰۰۰ در سراسر جهان، مدیریت قدرتمند نوآوری فناوری اطلاعات و سازمان های کارآفرینانه در سراسر جهان را درگیر می کند. به این ترتیب، کارآفرینی الکترونیکی و نوآوری الکترونیکی به روش های در حال ظهور برای پاسخ گویی فعالانه به تغییرات در جهان کسب و کار الکترونیکی تبدیل شده است.

این مقاله مسائل و چالش های پیش روی کارآفرینی الکترونیکی و نوآوری الکترونیکی را تشریح و بررسی می نماید. امروزه یکی از مسائل مهم پیش روی کارآفرینی و نوآوری الکترونیکی، که به عنوان مطالعات موردی در این مقاله نشان داده شده است این است که کسب و کار الکترونیکی نیازمند پاسخ گویی دقیق به نیازهای بازار و کسب اعتبار در بازار است. مساله کلیدی دیگر این است که شرکت ها باید قبل از آغاز کسب و کار بتوانند در بازار کسب و کار الکترونیکی با قابلیت اتکایی بیشتری حساب باز کنند. علاوه بر این، نامحسوس بودن یک سرویس آنلاین نیازمند این است تا به ایجاد آگاهی در رابطه با برند خود بپردازند.

منابع و ماخذ:

- 1-Hamm, S. (2003). Startups may die, but not their bright ideas. *Business Week*, March 10, 2003, 52-53.
- 2- www.itmportal.ir
- 3-Soto-Acosta, Pedro ; Ricardo Colomo-Palacios; Daniel Perez-Gonzalez(2011), Examining Whether Highly E-Innovative Firms are More E-Effective, *Informatica* 35 (2011) 481-488
- 4-Martin, L. (2004), "E-innovation: internet impacts on small UK hospitality firms", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 16 No. 2, pp. 82-90.
- 5- Zhao,f(2007), Issues and challenges facing e-entrepreneurship and e-Innovation, *Managing Worldwide Operations & Communications with Information Technology*,945-948.
- 6-Zhao, F. (2006), *Maximize Business Profits through E-partnerships*, Hershey, NJ: IDEA Group Publishing.
- 7- Lee, H. L. & Whang, S. (2002). Supply chain integration over the Internet. In J. Genunes et al. (Eds.), *Supply chain management: models, applications, and research directions* (pp. 3-18). Bordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- 8- Murtaza, M. B., Gupta, V., & Carroll, R. C. (2004). E-marketplaces and the future of supply chain management: opportunities and challenges. *Business Process Management Journal*, 10(3), 325-335.
- 9- Gunter, Barrie (2006), *Advances in e-democracy:Overview*, Aslib Proceedings: New Information Perspectives Vol. 58 No. 5, pp. 361-370.