

کسب و کار مبتنی بر اینترنت

چندی است که استفاده از اینترنت در کسب و کار بسیار رونق گرفته است. در دنیا نمونه های موفقی از مدیران هستند که با استفاده از مدل های جدید و کاملاً ابتکاری و مدرن توانسته اند، موفقیت بی نظیری را برای خود رقم زنند و به رغم وجود رقابت تنگاتنگ در بازار کار، جایگاه مطمئنی برای شرکت خود در میان رقبا ایجاد کنند.

از این رو خانه مدیران با حضور آقای مهندس محمود مردان عضو هیأت مدیره شرکت افرانت و خانم دکتر فیروزه قنات آبادی مدرس دانشگاه، نشست را مبنی بر بررسی مدل های کسب و کار مکی بر اینترنت برگزار کرد. این نشست شامل سه بخش مجزا بود. بخش اول شامل بررسی نمونه های موفق در دنیا، بخش دوم جدیدترین تکنولوژی های در ارتباط با **MOBILE COMPUTING** توسط آقای فرهاد وارث مدیرعامل شرکت رایانه پیوند ارائه شد. و در بخش پایانی این نشست آقای بهزاد توکلی فرد، مدیر فنی شرکت اندیشه ارتباطات فردا جدیدترین **TABLET P.C** ها را معرفی کردند.

در بخش نخست این نشست خانم دکتر قنات آبادی درباره مدل کسب و کار یا (**BUSINESS MODEL**) سخنانی ایراد کرد وی گفت: این مدل، مشخصات محصولاتی است که یک شرکت به یک یا چند بخش از مشتریان ارائه می کند. به علاوه آنچه که در این مدل مطرح است، ساختار بنگاه و شبکه ای که بنگاه با شرکایش در زمینه بازاریابی و تحویل محصولات به منظور جریان درآمد بیشتر و پایدار ایجاد کرده است. وی افزود: مدل کسب و کار حلقه ای است که استراتژی و فرایند کسب و کار را به یکدیگر پیوند می دهد مثلاً در مدل الکترونیکی عناصری وجود دارد که در ارتباط با یکدیگرند و عبارتند از:

۱ - نوآوری محصول

۲ - نوع رابطه با مشتریان

۳ - ساختار مدیریت

۴ - شیوه های تامین مالی

وی تاکید کرد، وقتی راجع به مدل کسب و کار صحبت می کنیم، باید ببینیم آیا به عناصر بالا که می تواند به صورت چهار پرسش مطرح باشد، پاسخ داده شده است یا خیر؟ علاوه بر اینکه هر کدام از این عناصر، زیرمجموعه هایی دارند که باید آنها نیز مورد توجه قرار گیرد.

مدل های موفق کسب و کار اینترنتی

این نشست در ادامه به معرفی سه مدل موفق در جهان پرداخت. آقای مهندس مردان در سخنان خود مدل گوگل (**GOOGLE**) را مطرح کرد و گفت: یاهو (**YAHOO**) و گوگل دو نمونه موفق هستند اگرچه گوگل سهم بازار یاهو را گرفته است. وی افزود: هدف گوگل غالب شدن در موتور جستجو است. این مدل در ابتدا می خواست اطلاعات را در اختیار هر کس، هر زمان و هر جا قرار بدهد. لذا شیوه ای متفاوت را برای تحقق این هدف در پیش گرفت و تلاش کرد در این مسیر نقاط ضعف یاهو را فرصتی مغتنم قرار دهد و آن را برای خود تبدیل به نقطه قوت تبدیل نماید که البته در این امر موفق شد. یکی از نقاط ضعف یاهو زمان طولانی برای آمدن صفحه اصلی به علت وجود تبلیغات متنوع بود که گوگل این مشکل را برای موتور جستجوی خود با مرتبط نمودن تبلیغات با کلید واژه هایی که کاربر مدنظر دارد، برطرف کرد و این عمل سرعت بیشتری را برای کاربران فراهم آورد. نقطه ضعف دیگر دریافت مبالغی جهت اولویت بندی در رتبه ها بود که همه ترجیح می

دهند جزء اولی ها در لیست باشند که در گوگل این طبقه بندی برحسب غنای مطالب و بدون دریافت پول انجام می شود.

این سخنران عوامل موفقیت گوگل را در موارد زیر برشمرد:

- ۱ - بر کاربر متمرکز شد و بقیه موارد را فدای رضایت مشتری کرد.
- ۲ - نتایج جستجو به کسی فروخته نمی شود.
- ۳ - صفحه اصلی بسیار راحت و سریع می آید.
- ۴ - تبلیغ با کلید واژه موردنظر کاربر، مربوط است.
- ۵ - حضور پنجاه نفر دارای دکترای تخصصی که فقط درباره جستجو تحقیق و فعالیت می کنند.
- ۶ - نتایج جستجو بسیار سریع ارائه می شود.
- ۷ - دموکراسی در سایت برقرار است (رتبه بندی براساس مسایل مالی انجام نمی شود).
- ۸ - امکان جستجو در گوگل توسط موبایل فراهم است.
- ۹ - لزومی ندارد برای رسیدن به پول، کار خلاق انجام شود.
- ۱۰ - غیر از فایل های HTML، امکان جستجو برای فایل های تحت WORD & EXE، POWERPOINT و PDF نیز مهیا است.
- ۱۱ - بسیار گسترده است و در دنیا با زبان های مختلف (۸۸ زبان) فعالیت می کند امکان تصحیح لغات اشتباه را نیز دارد.

مهندس مردان در ادامه چنین گفت: گوگل در حال حاضر بیش از ۲۰۰ میلیون جستجو را روزانه انجام می دهد و حجم سه میلیارد صفحه را پاسخگو است. هر ماهه هفتاد و سه میلیون و پانصد هزار کاربر از این موتور جستجو استفاده می کنند که بیش از پنجاه درصد آنها خارج از کشور آمریکا هستند. به لحاظ دارا بودن این مشخصات شرکتهای معروفی چون سیسکو، سونی، کانن، در این سایت تبلیغ می کنند.

خانم دکتر قنات آبادی نیز شرکت DELL را به عنوان نمونه موفق مطرح کرد و گفت، این شرکت بزرگترین تولیدکننده PC در دنیا و نمونه موفق فروش مستقیم به مشتری است. حدود سی و پنج هزار نفر پرسنل دارد و فروش سالانه آن حدود سی میلیون دلار است. هدف DELL، فروش مستقیم به مشتری نهایی است. اعم از اینکه فرد، موسسه یا شرکتی بزرگ باشد. این شرکت سفارشات را از مشتری می گیرد و براساس سفارش مشتری تولید می کند. به عبارتی تامین نیاز مشتری براساس سفارش، برتری رقابتی خاص این شرکت است که آن را از دیگر رقیبان در دنیا، موفق تر ساخته است.

وی افزود، تولید براساس سفارش به لجستیک، تدارکات و تولید فوق العاده قوی نیاز دارد. به این منظور آنها فعالیتهای کلیدی و استراتژیک را خود انجام می دهند و فعالیتهای غیراستراتژیک را به پیمان سپاری (OUT SOURCING) می سپارند آنها علاوه بر سخت افزار، نرم افزار موردنیاز مشتری را نیز تهیه و برای این عمل، با تولیدکنندگان نرم افزار و توزیع کننده های متعدد در سراسر دنیا ارتباط برقرار می کنند. این شرکت در ۳۴ کشور، خدمات، تعمیر و حمایت پس از فروش را به مشتریان ارائه می دهد.

خانم دکتر قنات آبادی افزود، شرکت DELL برای فعالیت گسترده خود در ۴ منطقه از جهان دفاتر مرکزی دارد که عبارتند از، آمریکا و تگزاس، ژاپن، هنگ کنگ و انگلستان. قابل ذکر است که فعالیتهای کلیدی و مرکزی در تگزاس انجام می شود و در صورت لزوم، موارد انجام شده از این مرکز به مراکز دیگر منتقل می شود یا به عبارتی توسعه محصول در آمریکا متمرکز

است.

مدل EBAY

سومین نمونه موفق منتخب در دنیا مدل EBAY است. این مطلب توسط آقای مهندس مردان در ادامه این نشست مطرح شد. وی افزود، مؤسس «EBAY» آقای پیر امیدیار فردی ایرانی الاصل است که سمساری الکترونیکی را راه اندازی کرده است. وی تاکید کرد که در دنیا حراجهای ONLINE بسیاری ایجاد شده است، اما هیچ کدام موفقیت EBAY را به دست نیاورده اند و تبلور این موفقیت هم این است که آقای امیدیار دومین ثروتمند زیر چهل سال در آمریکا است که با ۸۲/۳ بیلیون دلار ثروت در جهان شناخته شده است و بازار فروش وی در دنیا اولین است. گفتنی است که پس از او، بازار دال مارت قرار دارد.

سخنران ادامه داد، آقای امیدیار شروع کارش را با عرضه محصولات خدمات به کسانی که می خواهند در اینترنت با هم معامله کنند، شروع کرد. به مرور زمان بعضی از افراد به عنوان شغل دوم در این سایت خرید و فروش کردند تا اینکه به مرور یک جامعه ۳۰ میلیون نفری در دنیا شکل گرفت که هم عضو EBAY هستند و همدیگر را می شناسند. همه با هم معامله می کنند، اعم از خانه دار، سرمایه گذار، کارمند و... در حال حاضر در EBAY از موارد بسیار کوچک تا مواردی چون شهر خرید و فروش می شود.

مهندس مردان توجه حضار را به این مهم جلب کرد که EBAY دنیای کسب و کار جدیدی را به وجود آورده است اما شاید نتوان از آن به عنوان یک نمونه موفق یاد کرد زیرا شیوه عمل او و رشد بی نظیرش بسیار متفاوت از دیگران است. مأموریت EBAY ایجاد جایگاهی در جهان است که هرکسی بتواند هر چیزی را بخرد و بفروشد. عضویت در این سایت بدون پرداخت پول انجام می شود، اما مقرراتی دارد که باید رعایت شود تا از تقلب و کلاهبرداری های احتمالی جلوگیری شود. گرچه اگر تقلبی انجام شده است ناچیز بوده و حدود یک درصد معامله بوده است. البته این سایت اصل را بر این قرار داده است که مردم خوب هستند و به آنها اعتماد می کنیم. در مرحله بعد اگر اتفاقی بیفتد آن را بررسی کرده و راهکاری درخور می یابد.

سخنران نکته اصلی موفقیت این مورد را شفافیت در مورد قیمت واقعی و سوابق آنچه خرید و فروش می شود، عنوان کرد و گفت، به همین علت (شفافیت) &، شرکتهایی چون فورد و موتورولا که خود امکانات فروش را در اختیار دارند، ترجیح می دهند به EBAY بپیوندند و این حاصل اطمینانی است که در بین این جمعیت شکل گرفته است. از نکات برجسته دیگر این که اگر اتفاق ناگواری برای یکی از اعضا بیفتد بقیه اعضای شرکت با او همدردی می کنند و بعضی وقتها صد درصد درآمد موردی را به خیریه اختصاص می دهند. شرکت معتقد است، عمده فروش بسته به این سی میلیون عضوی دارد که با ما در ارتباط هستند و به عبارتی شرکاء منحصر به فرد EBAY هستند.

در بخش دوم این نشست، آقای فرهاد وارث به معرفی چهار حوزه قابل ملاحظه تکنولوژی اطلاعاتی پرداخت. این چهار حوزه عبارت بودند از:

۱ - MOBIL COMPUTING

۲ - کارتهای ذخیره اطلاعات

۳ - ارتباطات بدون سیم

۴ - تکنولوژی CENTRINO

منبع: مجله تدبیر