

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

11899 ✓



دانشکده آموزشهای الکترونیکی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک)

بررسی میزان آمادگی الکترونیکی بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) صنعتی و معدنی استان بوشهر به منظور ورود به عرصه کسب و کار الکترونیک

توسط:

مهدی نامدارزادگان

استاد راهنما:

دکتر محمد هادی صدرالدینی

۱۳۸۸ / ۶ / ۱۱

کتابخانه مرکزی شاهرود
فصلنامه

خرداد ۸۸

۱۱۵۹۹۷

به نام خدا

اظہار نامہ

اینجانب مهدی نامدارزادگان (۸۵۴۶۵۶) دانشجوی رشته فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیکی دانشکده آموزشهای الکترونیکی اظہار می کنم کہ این پایان نامہ حاصل پژوهش خودم بوده و در جاهایی کہ از منابع دیگران استفادہ کرده ام، نشانی دقیق و مشخصات کامل آن را نوشته ام. همچنین اظہار می کنم کہ تحقیق و موضوع پایان نامہ ام تکراری نیست و تعهد می نمایم کہ بدون مجوز دانشگاه دستاوردهای آن را منتشر ننموده و یا در اختیار غیر قرار ندهم. کلیہ حقوق این اثر مطابق با آیین نامہ مالکیت فکری و معنوی متعلق بہ دانشگاه شیراز است.

نام و نام خانوادگی: مهدی نامدارزادگان

تاریخ و امضا: ۱۳۸۸/۴/۰۱



به نام خدا

بررسی میزان آمادگی الکترونیکی بنگاههای کوچک و متوسط (SMES) صنعتی و معدنی استان

پوشهر به منظور ورود به عرضه کسب و کار الکترونیک

بوسیله ی:

مهدی نامداریزادگان

پایان نامه

ارائه شده به تحصیلات تکمیلی دانشگاه به عنوان بخشی

از فعالیتهای لازم برای اخذ درجه کارشناسی ارشد

در رشته ی:

مهندسی فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک)

از دانشگاه شیراز

شیراز

جمهوری اسلامی ایران

ارزیابی شده توسط کمیته پایان نامه با درجه عالی

دکتر محمد هادی صدرالدینی استادیار دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه شیراز (رئیس کمیته)

دکتر محمّد علی مستندی شیرازی استاد دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه شیراز

دکتر کوروش زیارتی استادیار دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه شیراز

تقدیم به پدر فداکارم و مادر زحمت کش ورنج دیده ام....

به تمامی معلمین و اساتیدم که به من آموختن و درست اندیشیدن را آموختند.....

به همسر صبور و مهربانم که با حمایت‌های بی دریغش راهها را بر من هموار میکند.....

سپاسگزاری

پس از حمد و سپاس خداوند منان، هم اکنون که نگارش این تحقیق به پایان رسیده است، بر خود لازم می دانم از کمک و مشاوره بزرگوارانی که من را در تدوین آن یاری نموده اند، تقدیر و تشکر نمایم. در این راستا از استاد راهنمای گرانقدر جناب آقای دکتر محمد هادی صدرالدینی و اساتید مشاور جناب آقای دکتر مسندی و جناب آقای دکتر زیارتی صمیمانه قدردانی می نمایم. جا دارد از حمایت‌های شرکت شهرک‌های صنعتی بوشهر و مدیر عامل محترم شرکت جناب آقای مهندس اسکندری و بخصوص زحمات جناب آقای مهندس پولادتن قائم مقام محترم آن شرکت تشکر نمایم. در پایان از خانواده عزیز و همسر مهربانم که صبورانه در این راه مشوق من بودند صمیمانه سپاسگزاری می نمایم و امیدوارم که مجال جبران اندکی از این زحمات و صبوری‌ها را داشته باشم.

چکیده

بررسی میزان آمادگی الکترونیکی بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) صنعتی و معدنی استان بوشهر به منظور ورود به عرصه کسب و کار الکترونیک

بوسیله ی: مهدی نامداریزادگان

در این تحقیق ضمن بررسی مدل‌های موجود ارزیابی آمادگی الکترونیکی، ابتدا با توجه به شرایط بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) حوزه صنعت و معدن استان بوشهر، مدلی شامل دو بعد "ارتباطات" و "مدیریت و منابع انسانی" توسعه داده شد. در این مدل بعد ارتباطات دارای مراحل شروع، حضور بهنگام، مبادله و تحول است و بعد مدیریت و منابع انسانی دارای مراحل اقدامات اولیه، برنامه ریزی، محقق شدن، نهادینه شدن و بهینه سازی است. بر مبنای این دو بعد مدل، در فضای سه بعدی، آمادگی الکترونیکی بنگاه در یکی از سطوح "آماده سازی درجه ۳، آماده سازی درجه ۲، توسعه درجه ۲، توسعه درجه ۱، مدیریت درجه ۲، مدیریت درجه ۱، کاملاً خودکار درجه ۲ و کاملاً خودکار درجه ۱" قرار می‌گیرد. سپس از طریق پرسشنامه اطلاعات مورد نیاز مدل برای ارزیابی آمادگی الکترونیکی بنگاهها، از ۲۰ بنگاه نمونه توسط خود محقق جمع آوری شد.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که امتیاز آمادگی الکترونیکی بنگاهها در بعد ارتباطات مدل ۰/۱۸ از ۱ و در بعد مدیریت و منابع انسانی ۰/۲۵ از ۱ باشد که براساس مدل تحقیق، آمادگی الکترونیکی بنگاهها در سطح آماده سازی درجه ۲ و آماده ورود به مرحله توسعه درجه ۲ می‌باشد. به منظور کمک به افزایش میزان آمادگی الکترونیکی بنگاهها در بعد ارتباطات، "پرتال نمونه آزمایشی صنعت و معدن استان بوشهر" توسط محقق طراحی و توسعه داده شده است که پیوستن بهریک از بنگاهها به آن با توجه به شاخصهای بعد ارتباطات مدل (تعداد خط تلفن، تعداد کامپیوترهای وصل به اینترنت، شبکه داخلی و...) می‌تواند باعث افزایش امتیاز بنگاه در این بعد و در مجموع باعث افزایش آمادگی الکترونیکی بنگاهها شود.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: مقدمه و طرح مسئله.....	۱
۱-۱) مقدمه.....	۲
۱-۱-۱) مفهوم آمادگی الکترونیکی.....	۴
۱-۱-۲) اهمیت ارزیابی آمادگی الکترونیکی.....	۶
۱-۱-۳) ضرورت آمادگی الکترونیکی.....	۷
۱-۲) بیان مسئله.....	۷
۱-۲-۱) مولفه های آمادگی الکترونیکی.....	۸
۱-۲-۲) عناصر موثر در آمادگی الکترونیکی.....	۹
۱-۲-۳) اهداف آمادگی الکترونیکی.....	۱۰
۱-۲-۴) مزایای آمادگی الکترونیکی.....	۱۰
۱-۲-۵) آمادگی الکترونیکی در سطح سازمان.....	۱۱
۱-۳) ضرورت و اهمیت موضوع.....	۱۵
۱-۳-۱) ضرورت توجه به آمادگی الکترونیکی.....	۱۵
۱-۳-۲) مدل مورد استفاده در تحقیق.....	۱۷
۱-۴) اهداف تحقیق.....	۲۴
۱-۴-۱) هدف اصلی.....	۲۴
۱-۴-۲) هدف فرعی.....	۲۴
۱-۵) سوالات تحقیق.....	۲۵
۱-۶) مراحل انجام تحقیق.....	۲۶
۱-۷) روش تحقیق.....	۲۷
۱-۷-۱) روش گرد آوری داده ها.....	۲۷

۲۷	۲-۷-۱) ابزار گردآوری اطلاعات.....
۲۸	۳-۷-۱) روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
۲۹	۴-۷-۱) حجم نمونه.....
۲۹	۵-۷-۱) روش نمونه گیری.....
۳۰	۶-۷-۱) روایی و قابلیت اعتبار تحقیق.....
۳۰	۸-۱) قلمرو تحقیق.....
۳۰	۹-۱) محدودیتهای تحقیق.....
۳۱	۱۰-۱) واژه ها و اصطلاحات.....
۳۳	فصل دوم: مبانی نظری تحقیق.....
۳۴	۱-۲) مقدمه.....
۳۴	۲-۲) آمادگی الکترونیکی و سنجش آمادگی الکترونیکی.....
۳۴	۱-۲-۲) آمادگی الکترونیکی.....
۳۷	۲-۲-۲) اهمیت ارزیابی آمادگی الکترونیکی.....
۳۸	۳-۲-۲) ضرورت آمادگی الکترونیکی.....
۳۹	۴-۲-۲) مولفه های آمادگی الکترونیکی.....
۴۱	۵-۲-۲) عناصر موثر در آمادگی الکترونیکی.....
۴۳	۶-۲-۲) اهداف آمادگی الکترونیکی.....
۴۴	۷-۲-۲) مزایای آمادگی الکترونیکی.....
۴۵	۸-۲-۲) آمادگی الکترونیکی در سطح سازمان.....
۴۵	۹-۲-۲) ارزیابی آمادگی الکترونیکی.....
۴۵	۱۰-۲-۲) مدل های ارزیابی آمادگی الکترونیکی.....
۴۸	۱-۱۰-۲-۲) مدل CSSP.....
۵۱	۲-۱۰-۲-۲) مدل CID.....

۵۴.....	APEC مدل (۳-۱۰-۲-۲)
۴۹.....	MOSAIC مدل (۴-۱۰-۲-۲)
۵۸.....	EIU مدل (۵-۱۰-۲-۲)
۶۱.....	ITU مدل (۶-۱۰-۲-۲)
۶۲.....	بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) (۳-۲)
۷۰.....	مشکلات SME ها در پذیرش تجارت الکترونیکی (۱-۳-۲)
۷۲.....	پذیرش کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک توسط SMEs (۲-۳-۲)
۷۳.....	فصل سوم: مروری بر تحقیقات انجام شده (۲-۳)
۷۴.....	مقدمه (۱-۳)
۷۴.....	پیشینه موضوع تحقیق (۲-۳)
۷۴.....	تحقیقات خارجی (۱-۲-۳)
۸۰.....	تحقیقات داخلی (۲-۲-۳)
۹۳.....	فصل چهارم: روش تحقیق (۲-۴)
۹۴.....	مقدمه (۱-۴)
۹۴.....	تشریح مدل منتخب تحقیق (۲-۴)
۹۵.....	بعدارتباطات (۱-۲-۴)
۹۵.....	زیر ساختهای ارتباطی درون بنگاهی (۱-۱-۲-۴)
۹۶.....	ارتباطات برون بنگاهی (۲-۱-۲-۴)
۹۶.....	بعد مدیریت و منابع انسانی (۲-۲-۴)
۹۶.....	منابع انسانی و زیر ساختهای فرهنگی بنگاه (۱-۲-۲-۴)
۹۷.....	مدیریت و خط مشی بنگاه (۲-۲-۲-۴)
۹۷.....	محاسبه آمادگی الکترونیکی بنگاه (۳-۲-۴)

.....	مدل APEC (۳-۱۰-۲-۲)	۵۴
.....	مدل MOSAIC (۴-۱۰-۲-۲)	۴۹
.....	مدل EIU (۵-۱۰-۲-۲)	۵۸
.....	مدل ITU (۶-۱۰-۲-۲)	۶۱
.....	بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs)	۶۲
.....	مشکلات SME ها در پذیرش تجارت الکترونیکی	۷۰
.....	پذیرش کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک توسط SMEs	۷۲
.....	فصل سوم: مروری بر تحقیقات انجام شده	۷۳
.....	مقدمه (۱-۳)	۷۴
.....	پیشینه موضوع تحقیق (۲-۳)	۷۴
.....	تحقیقات خارجی (۱-۲-۳)	۷۴
.....	تحقیقات داخلی (۲-۲-۳)	۸۰
.....	فصل چهارم: روش تحقیق	۹۳
.....	مقدمه (۱-۴)	۹۴
.....	تشریح مدل منتخب تحقیق (۲-۴)	۹۴
.....	بهدار تباطات (۱-۲-۴)	۹۵
.....	زیر ساختهای ارتباطی دزون بنگاهی (۱-۱-۲-۴)	۹۵
.....	ارتباطات برون بنگاهی (۲-۱-۲-۴)	۹۶
.....	بعد مدیریت و منابع انسانی (۲-۲-۴)	۹۶
.....	منابع انسانی و زیر ساختهای فرهنگی بنگاه (۱-۲-۲-۴)	۹۶
.....	مدیریت و خط مشی بنگاه (۲-۲-۲-۴)	۹۷
.....	محاسبه آمادگی الکترونیکی بنگاه (۳-۲-۴)	۹۷

۱-۳-۵) تشریح سنجش آمادگی الکترونیکی در شرکت لامپ سازی	
نارون لیان.....	۱۱۷
۴-۵) طراحی و پیاده سازی پرتال نمونه آزمایشی برای بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) حوزه صنعت و معدن استان بوشهر.....	۱۱۸
۱-۴-۵) اطلاعاتی و خدماتی که توسط پورتال ارائه می شوند.....	۱۲۳
۲-۴-۵) مخاطبین پورتال.....	۱۲۶
۳-۴-۵) محدوده پوشش پرتال.....	۱۲۷
۴-۴-۵) درآمد زایی پرتال.....	۱۲۸
۵-۴-۵) بررسی موارد مشابه.....	۱۲۸
۱-۵-۴-۵) موارد مشابه داخلی.....	۱۲۸
۲-۵-۴-۵) بررسی نمونه های خارجی.....	۱۳۴
۶-۴-۵) پیام پورتال طراحی شده.....	۱۳۹
۷-۴-۵) خدمات و سرویس های پرتال طراحی شده.....	۱۳۹
فصل ششم: نتیجه گیری و پیشنهادات.....	۱۴۱
۱-۶) مقدمه.....	۱۴۲
۲-۶) بررسی کلی آمادگی الکترونیکی بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) حوزه صنعت و معدن استان بوشهر.....	۱۴۲
۱-۲-۶) نتیجه گیری.....	۱۴۶
۳-۶) پیشنهادات.....	۱۴۷
۱-۳-۶) پیشنهادات کاربردی.....	۱۴۷
۲-۳-۶) پیشنهادات برای تحقیقات آتی.....	۱۴۸
منابع و ماخذ.....	۱۴۳

۱۴۹.....	ضمائم.....
۱۵۴.....	چکیده به زبان انگلیسی.....

فهرست جداول

۶۳.....	جدول ۱-۲) تعاریف SMEs در برخی کشورها.....
۶۶.....	جدول ۲-۲) ویژگی منحصر به فرد SMEs.....
۶۹.....	جدول ۳-۲) علل لزوم پذیرش تجارت الکترونیکی توسط SME ها.....
۷۷.....	جدول ۱-۳) امتیاز آمادگی الکترونیکی کشورها در سال ۲۰۰۷ و ۲۰۰۸.....
۸۱.....	جدول ۲-۳) نتایج سنجش آمادگی الکترونیکی صنعت بانکداری.....
۱۱۳.....	جدول ۱-۵) نتایج آمادگی الکترونیکی نمونه های تحقیق.....
۱۱۵.....	جدول ۲-۵) امتیاز نهایی آمادگی الکترونیکی نمونه های تحقیق.....
۱۱۷.....	جدول ۳-۵) امتیازات شاخص های زیر مجموعه بعد ارتباطات بنگاه.....
	جدول ۴-۵) امتیازات شاخص های زیر مجموعه بعد مدیریت و منابع
۱۱۷.....	انسانی بنگاه.....
	جدول ۱-۶) میانگین امتیازات شاخص های زیر مجموعه بعد ارتباطات
۱۴۲.....	بنگاهها.....
	جدول ۲-۶) امتیازات شاخص های زیر مجموعه بعد مدیریت و منابع انسانی
۱۴۳.....	بنگاه.....

فهرست نمودارها

عنوان	صفحه
نمودار ۱-۱) مدل سنجش آمادگی الکترونیکی.....	۱۸
نمودار ۲-۱) مدل تجارت الکترونیکی توربان.....	۲۰
نمودار ۳-۱) فازهای مختلف دو بعد آمادگی الکترونیکی.....	۲۳
نمودار ۴-۱) مدل سه بعدی سنجش آمادگی الکترونیکی.....	۲۴
نمودار ۵-۱) مراحل انجام تحقیق.....	۲۶
نمودار ۶-۱) مدل سنجش آمادگی الکترونیکی.....	۲۸
نمودار ۳-۱) نمودار عنکبوتی آمادگی الکترونیکی صنعت بانکداری.....	۸۲
نمودار ۴-۱) مدل سنجش آمادگی الکترونیکی.....	۹۵
نمودار ۴-۲) مدل تجارت الکترونیکی توربان.....	۹۸
نمودار ۴-۳) فازهای مختلف دو بعد آمادگی الکترونیکی.....	۱۰۳
نمودار ۴-۴) مدل سه بعدی سنجش آمادگی الکترونیکی.....	۱۰۱
نمودار ۴-۵) مراحل انجام تحقیق.....	۱۰۷
نمودار ۵-۱) جایگاه آمادگی الکترونیکی شرکت نارون لیان.....	۱۱۸
نمودار ۶-۱) نمایش سطح آمادگی الکترونیکی بنگاههای کوچک و متوسط.....	۱۴۴
نمودار ۶-۲) امتیاز آمادگی الکترونیکی ۲۰ نمونه تحقیق.....	۱۴۵

فهرست شکلها

عنوان	صفحه
شکل (۱-۱) مولفه های آمادگی الکترونیکی.....	۸
شکل (۲-۱) عناصر موثر در آمادگی الکترونیکی.....	۹
شکل (۳-۱) اهداف آمادگی الکترونیکی.....	۱۰
شکل (۴-۱) مزایای آمادگی الکترونیکی.....	۱۱
شکل (۱-۲) مولفه های آمادگی الکترونیکی.....	۳۹
شکل (۲-۲) عناصر موثر در آمادگی الکترونیکی.....	۴۲
شکل (۳-۲) اهداف آمادگی الکترونیکی.....	۳۹
شکل (۴-۲) مزایای آمادگی الکترونیکی.....	۴۴
شکل (۱-۳) برخی شاخص های تحقیق فتحیان و امیری (۸۵).....	۸۳
شکل (۲-۳) معیارهای تحقیق سنجش آمادگی الکترونیکی مدارس.....	۸۷
شکل (۳-۳) نتایج سنجش آمادگی الکترونیکی مدارس تهران.....	۸۸
شکل (۴-۳) وضعیت آمادگی الکترونیکی دانشکده های دانشگاه فردوسی مشهد.....	۹۰
شکل (۱-۵) صفحه اول پرتال طراحی شده بوسیله DotNetNuke.....	۱۲۴
شکل (۲-۵) سایت سازمان صنایع کوچک و شرکت شهرکهای صنعتی ایران.....	۱۲۹
شکل (۳-۵) سایت بانک اطلاعات کارخانجات و صنایع ایران.....	۱۳۱
شکل (۴-۵) پورتال علمی کشور.....	۱۳۴
شکل (۵-۵) لینک پورتالها.....	۱۳۵
شکل (۶-۵) مراحل ثبت لینک پرتال در سایت لینک پورتالها.....	۱۳۶
شکل (۷-۵) پرتال ذغال سنگ.....	۱۳۷
شکل (۸-۵) پرتال معادن غنا.....	۱۳۸
شکل (۹-۵) پرتال معدن ذغال سنگ کنتاکی.....	۱۳۹

فصل اول

مقدمه و طرح مسئله

۱-۱) مقدمه

امروزه فناوری اطلاعات به عنوان محور تشکیل جوامع اطلاعاتی مورد توجه اکثر کشور های جهان قرار گرفته است. به گونه ای که از جایگاه خاصی در برنامه توسعه آن ها برخوردار است. مطالعه چگونگی به کارگیری این فناوری در کلیه زمینه های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جوامع حائز اهمیت است. در این راستا ارزیابی آمادگی الکترونیکی^۱ جوامع و سازمان ها برای استفاده موثر از این فناوری مقدمه برنامه ریزی بهینه به منظور نیل به اهداف آن سازمان است.

با توجه به اهمیت و گستردگی کاربرد اینترنت و تجارت الکترونیک و تغییرات و تاثیرات و افری که در توسعه بهره وری و مزیت رقابتی کسب و کارها، استراتژی بازرگانی، سیستم مالیات دهی، تراکنش های مالی، حق مالکیت معنوی، قانون کپی رایت و... به وجود آورده است. کاربرد تجارت الکترونیک و به صورت جامع کسب و کار الکترونیک در بخش خدمات صنعتی مانند بانکداری و امور مالی، توریسم، هتلداری، حمل و نقل، بیمارستان و آموزش منجر به ارائه خدمات و محصولاتی با کیفیت بالاتر و با صرفه تر به مشتری شده است و نه تنها شرکت ها بلکه مشتریان نیز به طور روزافزون از اینترنت در جهت انتخاب محصولات و خدمات بهینه و به صرفه استفاده می نمایند. به گفته الگور^۲ ما در آستانه انقلابی هستیم همانند انقلاب صنعتی که باعث تغییرات مهم و بنیادی در اقتصاد شده است. شبکه های الکترونیکی محدودیتهای زمانی و مکانی را از بین برده اند و فرصتهای تجاری جدیدی را که تا امروز قابل تصور نبوده را به وجود آورده است. (توربان^۳ ۲۰۰۲)

1 -E-Readiness

2 -AL Gore

3 -Turban

استفاده از فناوری اطلاعات یکی از پایه های اساسی رشد و توسعه بنگاههای کوچک و متوسط¹(SMEs) در جهان محسوب می شود. راهبرد کشور های توسعه یافته در این ارتباط نیز ارتقا و بهبود مستمر زیر ساخت های مورد نیاز فناوری اطلاعات و گسترش به کارگیری آن است. که نتایج موفقی را به همراه داشته و سبب شکستن مرزهای جغرافیایی گردیده است.

منظور از آمادگی الکترونیکی² توانایی پذیرش، استفاده و به کار گیری فناوری اطلاعات و کاربرد های مرتبط با آن در جوامع می باشد. عوامل متعددی بر چگونگی استفاده از فناوری اطلاعات و سطح آمادگی الکترونیکی جوامع تاثیر گذار است که ضروری است به دقت مورد مطالعه و شناسایی قرار گیرد.

کاربرد فناوری اطلاعات در کنار فرآیند جهانی شدن، بنگاههای کوچک و متوسط(SMEs) را به نحو قابل توجه ای تحت تاثیر قرار داده است.

همانند سایر بنگاهها، برای اینکه بنگاههای کوچک و متوسط(SMEs) حوزه صنعت و معدن استان بوشهر نیز بتوانند وارد فضای کسب و کار الکترونیکی شوند و از مزایای بی شمار آن برخوردار شوند، خود و سازمانهای که به نوعی بیشترین ارتباط مستقیم با آنها را دارند باید به سطح قابل قبولی از آمادگی الکترونیکی برسند.

تا کنون مدل های مختلفی برای اندازه گیری آمادگی الکترونیکی توسعه داده شده است. این ابزارها از تعاریف و شاخص های متنوعی برای آمادگی الکترونیکی و روشهای اندازه گیری آن ارائه نموده اند، که طبیعتا ارزیابی ها از نظر اهداف و نتایج حاصله به طور قابل ملاحظه ای با یکدیگر متفاوت خواهد بود.

1 - Small and Medium Enterprises

2 -E-Readiness

۱-۱-۱) مفهوم آمادگی الکترونیکی

تعاریف متعددی از آمادگی الکترونیکی در سطح جوامع مختلف وجود دارد. در ادامه برخی از این تعاریف ارائه می شود. گروه همکاری های اقتصادی آسیا و اقیانوسیه (APEC^۱) کشوری را آماده الکترونیکی می داند که دارای تجارت آزاد، صنعت قانونمند، سهولت در صادرات، هماهنگ با استاندارد های دولتی و توافقنامه های تجاری است.

مطابق تعریف ارائه شده در پروژه سیاستگذاری کامپیوتر (CSPP^۲) یک جامعه آماده از لحاظ الکترونیکی، جامعه ای است که دارای سرعت بالای دسترسی به شبکه در یک بازار رقابتی، دسترسی و استفاده پایدار از فناوری اطلاعات در مدارس، ادارات دولتی، بنگاه های اقتصادی، خانه ها و مراکز بهداشتی است. در چنین جامعه ای امنیت و حریم خصوصی افراد هنگام بهره گیری از روش های الکترونیکی تامین شده و سیاست های دولتی از کاربری و اتصال به شبکه های کامپیوتری حمایت میکنند. براساس این تعریف میزان نفوذ فناوری اطلاعات و ارتباطات در خانه ها، بنگاه های اقتصادی، مراکز بهداشتی و درمانی و ادارات دولتی مبنای ارزیابی آمادگی الکترونیکی یک جامعه قرار می گیرد.

طبق تعریف مرکز توسعه بین المللی در دانشگاه هاروارد (CID^۳) یک جامعه آماده از لحاظ الکترونیکی جامعه ای مجهز به زیرساخت های ضروری فناوری اطلاعات و ارتباطات در جوانب مختلف است. در چنین جامعه ای روشهای الکترونیکی در تجارت به کار گرفته شده و دارای بازار فناوری اطلاعات و ارتباطات مناسبی است، دارای محتویات بومی و غنی و سازمانهای برخط^۴ است، فناوری و اطلاعات و ارتباطات در زندگی روز مره بکار می رود و در مدارس تدریس می شود و در بخش های دولتی، خدمات دولت الکترونیکی به کار گیری می شود.

1 - Asian Pacific Economic Cooperation

2 - Computer Systeme Policy Project (CSPP)

3 - Center for International Development at Harvard University

4 - online

همچنین دارای صنعت رقابتی قوی در عرصه مخابرات، قوانین مستقل، امکان دسترسی جهانی و بهره برداری از تجارت و سرمایه گذاری خارجی است. به عنوان آخرین تعریف طبق نظر موسسه بین المللی مک کونل^۱ آمادگی الکترونیکی به عنوان توانایی کشور در زمینه بهره برداری از اقتصاد دیجیتال تعریف می شود.

مسیر توسعه کسب و کار الکترونیکی در بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) توسط بنیاد علوم ایالات متحده^۲ دارای پنج سطح استفاده از کسب و کار الکترونیکی می باشد.

۱- دسترسی: در این مرحله بنگاهها صرفاً به محیطهای الکترونیکی دسترسی دارند.

۲- ایستا: در این مرحله بنگاهها خود سعی می نمایند تا در محیط الکترونیکی حضور داشته باشند

۳- تعاملی: در این مرحله بنگاه از حالت ایستا خارج شده و با محیط الکترونیکی ارتباط برقرار می کند.

۴- تبدیلی: در این مرحله فرآیند مبادله محصول، پول و غیره در محیط الکترونیکی انجام می شود.

۵- انسجام: در این مرحله بنگاهها خود بخشی از سیستم یکپارچه الکترونیکی هستند که، فرایندهای کسب و کار آنها هماهنگ با محیط به صورت الکترونیکی انجام می شود.

رائو، متز و مونگ^۳ در تحقیقات خود تحت عنوان توسعه کسب و کار الکترونیکی در بنگاههای کوچک و متوسط (SMEs) به ارائه چند مدل توسعه کسب و کار الکترونیکی و بررسی عوامل تسهیل کننده و عوامل بازدارنده پرداخته اند.

1. McCo

2 - Summit NSF

3 Rao