

صلى الله عليه وسلم



وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

طرح پژوهشی

**طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)
در سطوح پنج‌گانه مأموریتی**

مجری

حمید رضا خدمتگزار

اردیبهشت ۱۴۰۰

حقوق: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

طرح پژوهشی « طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی » پیرو قرارداد شماره ۱۳۵۷۳ مورخ ۹۸/۱۲/۰۴ میان پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران- ایرانداک (کارفرما) و آقای حمیدرضا خدمتگزار (مجری) و متمم آن اجرا شده است. گزارش حاضر یک جلد از بخشی از این مستندات این طرح است.

این گزارش و تمامی حقوق مادی آن بر اساس قانون حمایت حقوق مؤلفان و مصنفان و هنرمندان، مصوب ۱۳۴۸ و اصلاحیه‌های بعدی آن و همچنین آیین‌نامه‌های اجرایی این قانون متعلق به پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران بوده و هرگونه استفاده از تمامی یا پاره‌ای از آن، شامل: نقل قول، تکثیر، انتشار، کاربرد نتایج، تکمیل و مانند آنها به صورت چاپی، الکترونیکی یا وسایل دیگر فقط با اجازه کتبی پژوهشگاه امکان‌پذیر است. نقل قول در حد هزار واژه در انتشارات علمی مانند کتاب و مقاله با درج اطلاعات کامل کتابشناختی، نیازی به مجوز پژوهشگاه ندارد.

۳۳/۱۹۵۱

۱۴۰۰/۰۳/۱۱

ندارد

بِنام خدا

ایرانداک در نیم قرن دوم کار خود همچنان جوان و کوشا، همراه هر پژوهش، پژوهشگر، و سیاست‌گذار

۱۳۴۲-۱۴۰۰

گواهی

انجام طرح پژوهشی:

◇ عنوان: طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در

سطوح پنج‌گانه مأموریتی

◇ مجری: دکتر حمیدرضا خدمت‌گزار

◇ همکار(ان): -

◇ شماره قرارداد: ۳۳/۱۳۵۷۳

◇ تاریخ قرارداد: ۱۳۹۸/۱۲/۴

◇ تاریخ شروع: ۱۳۹۸/۱۲/۴

◇ تاریخ پایان: ۱۴۰۰/۲/۲۵

◇ ناظر(ان): دکتر سیروس علی‌دوستی

در پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران گواهی می‌شود. گزارش پایانی این طرح، بر پایه داوری در نشست ۴۱۲

(تاریخ ۱۴۰۰/۳/۱۱) شورای پژوهشی پژوهشگاه به تصویب رسیده است. لازم می‌دانم مراتب قدردانی خود را به

مجری، و ناظر این طرح تقدیم دارم.

با آرزوی پیروزی

پویز شهریاری

معاون پژوهش و آموزش

چکیده

هدف وجودی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) به عنوان یک مؤسسه پژوهشی بر ایجاد ارزش ها و تأثیرات اجتماعی استوار است، اما در کنار این هدف، تجاری سازی دستاوردهای پژوهشی و ارزش آفرینی تجاری از اهداف مهم دیگری است که این مؤسسه باید به دنبال آن باشد. در این پژوهش مبتنی بر پروش پایه خدمتگزار (۱۳۹۸) طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی (شامل ۱- پژوهش، ۲- آموزش، ۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری، ۴- پشتیبانی از سیاست گذاری علم و فناوری، و ۵- همکاری و هماهنگی) هدفگذاری شد. به منظور دستیابی به این هدف اجرای سه گام اصلی در ایرانداک مدنظر قرار گرفت. در گام اول، با انتخاب ۲۰ سامانه ها و خدمات اصلی ایرانداک مبتنی بر مطالعه اسناد و اعلام نظر مقام ارشد پژوهشگاه، استخراج اولیه مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات منتخب ایرانداک با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه تکمیلی استخراج، و اعتبار آنها با استفاده از دوروش سه سویه سازی روش و بررسی کننده بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. در گام دوم، مبتنی بر اسناد پایه سازمانی و مدل های کسب و کار استخراج شده سامانه ها و خدمات ایرانداک در گام نخست، ضمن نگاشت بین سامانه ها / خدمات ایرانداک و هر کدام از مأموریت های پنج گانه کلیدی ایرانداک، و تحلیل محتوای مدل های کسب و کار منطبق با هر مأموریت، مدل کسب و کار در هر مأموریت استخراج و سپس اعتبارسنجی شد. در گام سوم نیز به منظور دستیابی به مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک، مبتنی بر مدل های کسب و کار استخراج شده سامانه ها و خدمات و همچنین مدل های کسب و کار مأموریت های پنج گانه کلیدی ایرانداک، با انجام تحلیل محتوا و سه سویه سازی بررسی کننده به عنوان روش اعتباریابی، مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک استخراج و ارائه شد. در انتها نیز مبتنی بر یافته های پژوهش، تحلیلی در خصوص مدل کسب و کار پژوهشگاه در سطوح سه گانه ارائه و مبتنی بر آنها پیشنهادهایی ارائه شده است. یافته های این پژوهش می تواند به منظور گسترش تجاری سازی محصولات و خدمات ایرانداک مورد استفاده مدیران و سیاستگذاران آن قرار گیرد.

کلیدواژه ها: مدل کسب و کار؛ پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)، سامانه ها و خدمات، سطوح مأموریتی

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی

مجری طرح پژوهشی: حمید رضا خدمتگزار، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

نشانی: تهران، خیابان انقلاب اسلامی، چهارراه فلسطین، شماره ۱۰۹۰، طبقه ۴، اتاق ۴۰۱

صندوق پستی: ۱۳۱۵۷۷۳۳۱۴ تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۹۴۹۸۰ (داخلی ۴۰۱)

وبگاه: <https://www.irandoc.ac.ir>

رایانامه: khedmatgozar@irandoc.ac.ir

فهرست مطالب

۱. تشریح مسأله پژوهش	۲
۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش	۶
۱-۲. چارچوب پیشینه مدل کسب و کار	۶
۲-۲. مفهوم مدل کسب و کار	۷
۱-۲-۲. رویکرد منبع محور	۹
۲-۲-۲. رویکرد فعالیت محور	۹
۳-۲-۲. رویکرد اقتصادی	۹
۴-۲-۲. رویکرد شبکه‌ای	۱۰
۵-۲-۲. رویکرد راهبردی	۱۰
۶-۲-۲. رویکرد دانش محور	۱۱
۳-۲. چرخه عمر مدل کسب و کار	۱۲
۴-۲. اجزای مدل کسب و کار	۱۴
۵-۲. هستی‌شناسی مدل کسب و کار	۱۶
۶-۲. الگوهای طراحی مدل کسب و کار	۱۸
۷-۲. مدل کسب و کار در ایرانداک	۲۲
۳. روش پژوهش	۳۲
۱-۳. استخراج مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات	۳۳
۲-۳. استخراج مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک	۳۵
۴. یافته‌های پژوهش	۴۰
۱-۴. استخراج مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات	۴۰
۱-۱-۴. سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک	۴۰

- ۴-۱-۲. مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرانداک ۴۱
- ۴-۱-۲-۱. پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸..... ۴۲
- ۴-۱-۲-۲. پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج). نسخه ۴..... ۴۴
- ۴-۱-۲-۳. سامانه ملی ثبت پایان‌نامه، رساله، و پیشنهاد (ثبت). نسخه ۲..... ۴۶
- ۴-۱-۲-۴. سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲..... ۴۹
- ۴-۱-۲-۵. سامانه همانندجو ۵۱
- ۴-۱-۲-۶. سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)..... ۵۳
- ۴-۱-۲-۷. سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲..... ۵۵
- ۴-۱-۲-۸. سامانه آمار کتابخانه‌ها (آک)..... ۵۷
- ۴-۱-۲-۹. سامانه مدیریت نشست‌ها و مصوبه‌های هیئت‌های امن (سامان‌ها)..... ۵۹
- ۴-۱-۲-۱۰. سامانه آموزش‌های کوتاه‌مدت..... ۶۲
- ۴-۱-۲-۱۱. پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)..... ۶۴
- ۴-۱-۲-۱۲. پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص‌های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص).... ۶۶
- ۴-۱-۲-۱۳. پایگاه وب اصطلاح‌نامه‌های علمی و فنی. نسخه ۲..... ۶۸
- ۴-۱-۲-۱۴. پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار)..... ۷۱
- ۴-۱-۲-۱۵. پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (دا). نسخه ۲..... ۷۳
- ۴-۱-۲-۱۶. پایگاه وب واژه‌نامه‌ها..... ۷۷
- ۴-۱-۲-۱۷. پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایرانداک (نام‌ها)..... ۷۹
- ۴-۱-۲-۱۸. سامانه پرسا ۸۱
- ۴-۱-۲-۱۹. طرح‌های پژوهشی تقاضامحور سازمان‌های دیگر..... ۸۳
- ۴-۱-۲-۲۰. طرح‌های پژوهشی بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه ۸۵
- ۴-۲-۲. استخراج مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک ۸۷
- ۴-۲-۱. استخراج مدل کسب و کار حوزه‌های مأموریتی ایرانداک ۸۸
- ۴-۱-۲-۱-۱. مدل کسب و کار پژوهش ۸۸
- ۴-۱-۲-۲-۱. مدل کسب و کار آموزش ۹۱
- ۴-۱-۲-۳-۱. مدل کسب و کار مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه ۹۳
- ۴-۱-۲-۴-۱. مدل کسب و کار پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری..... ۹۶
- ۴-۱-۲-۵-۱. مدل کسب و کار همکاری و هماهنگی..... ۹۸
- ۴-۲-۲. مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک ۱۰۰
۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها..... ۱۰۴
۶. منابع..... ۱۱۰
- پیوست ۱: پرسشنامه ارائه شده به آگاهان/مجریان سامانه‌ها/خدمات..... ۱۱۴
- پیوست ۲: جمع‌بندی جداول تکمیل شده توسط آگاهان/مجریان ۱۳۰

- ۱- پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) . نسخه ۸ ۱۳۰
- ۲- پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج) . نسخه ۴ ۱۳۴
- ۳- سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاد (ثبت) . نسخه ۲ ۱۳۷
- ۴- سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه) . نسخه ۲ ۱۳۹
- ۵- سامانه همانندجو ۱۴۲
- ۶- سامانه مصورسازی پژوهش (مپ) ۱۴۵
- ۷- سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات . نسخه ۲ ۱۴۸
- ۸- سامانه آمار کتابخانه ها (آک) ۱۵۰
- ۹- سامانه مدیریت نشست ها و مصوبه های هیئت های امن (سامان ها) ۱۵۲
- ۱۰- سامانه آموزش های کوتاه مدت ۱۵۵
- ۱۱- پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما) ۱۶۰
- ۱۲- پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص) ۱۶۴
- ۱۳- پایگاه وب اصطلاح نامه های علمی و فنی . نسخه ۲ ۱۶۷
- ۱۴- پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار) ۱۷۰
- ۱۵- پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (دا) . نسخه ۲ ۱۷۳
- ۱۶- پایگاه وب واژه نامه ها ۱۷۵
- ۱۷- پایگاه وب فهرست های مستند نام های ایرانداک (نام ها) ۱۷۸
- ۱۸- طرح های پژوهشی تقاضامحور سازمان های دیگر ۱۸۱
- ۱۹- طرح های پژوهشی بند ۱۳ شیوه نامه اجرایی آیین نامه ارتقای مرتبه ۱۸۴
- ۲۰- سامانه پرسا ۱۸۷

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۲. چارچوب پیشینه مدل کسب و کار (Pateli and Giaglis 2004)..... ۷
- شکل ۲-۲. چرخه عمر مدل کسب و کار (Jablonski and Jablonski 2016)..... ۱۲
- شکل ۳-۲. تغییرات مدل کسب و کار در چرخه عمر شرکت (Jablonski and Jablonski 2016)..... ۱۳
- شکل ۴-۲. آنتولوژی مدل کسب و کار (BMO) (Osterwalder 2004)..... ۱۷
- شکل ۵-۲. مدل کسب و کار پژوهشکده روشنایی هوشمند دانشگاه فنی آیندهون (Kuip 2012)..... ۲۵
- شکل ۶-۲. مدل کسب و کار تجاری سازی دانشگاه کارآفرین در چارچوب دانشگاه- صنعت- دولت (Metz 2009)..... ۲۶
- شکل ۷-۲. چارچوب پایه مدل کسب و کار ایرانداک (خدمتگزار ۱۳۹۸)..... ۲۹
- شکل ۱-۴. نمایی از پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸..... ۴۲
- شکل ۲-۴. مدل کسب و کار پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸..... ۴۳
- شکل ۳-۴. نمایی از پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج). نسخه ۴..... ۴۴
- شکل ۴-۴. مدل کسب و کار پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج). نسخه ۴..... ۴۵
- شکل ۵-۴. نمایی از سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاده (ثبت). نسخه ۲..... ۴۶
- شکل ۶-۴. فرآیند کاری سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاده (ثبت). نسخه ۲..... ۴۷
- شکل ۷-۴. مدل کسب و کار سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاده (ثبت). نسخه ۲..... ۴۸
- شکل ۸-۴. نمایی از سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲..... ۴۹
- شکل ۹-۴. مدل کسب و کار سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲..... ۵۰
- شکل ۱۰-۴. نمایی از سامانه همانندجو..... ۵۱
- شکل ۱۱-۴. مدل کسب و کار سامانه همانندجو..... ۵۲
- شکل ۱۲-۴. نمایی از سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)..... ۵۳
- شکل ۱۳-۴. مدل کسب و کار سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)..... ۵۴
- شکل ۱۴-۴. نمایی از سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲..... ۵۵
- شکل ۱۵-۴. مدل کسب و کار سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲..... ۵۶
- شکل ۱۶-۴. نمایی از سامانه آمار کتابخانه ها (آکک)..... ۵۷
- شکل ۱۷-۴. مدل کسب و کار سامانه آمار کتابخانه ها (آکک)..... ۵۸

- شکل ۴-۱۸. نمایی از سامانه مدیریت نشست‌ها و مصوبه‌های هیئت‌های امناء (سامان‌ها)..... ۵۹
- شکل ۴-۱۹. مدل کسب و کار سامانه مدیریت نشست‌ها و مصوبه‌های هیئت‌های امناء (سامان‌ها)..... ۶۱
- شکل ۴-۲۰. نمایی از سامانه آموزش‌های کوتاه‌مدت..... ۶۲
- شکل ۴-۲۱. مدل کسب و کار سامانه آموزش‌های کوتاه‌مدت..... ۶۳
- شکل ۴-۲۲. نمایی از پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)..... ۶۴
- شکل ۴-۲۳. مدل کسب و کار پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)..... ۶۵
- شکل ۴-۲۴. نمایی از پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص‌های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)..... ۶۶
- شکل ۴-۲۵. مدل کسب و کار پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص‌های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)..... ۶۷
- شکل ۴-۲۶. نمایی از پایگاه وب اصطلاح‌نامه‌های علمی و فنی. نسخه ۲..... ۶۹
- شکل ۴-۲۷. مدل کسب و کار پایگاه وب اصطلاح‌نامه‌های علمی و فنی. نسخه ۲..... ۷۰
- شکل ۴-۲۸. نمایی از پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار)..... ۷۱
- شکل ۴-۲۹. مدل کسب و کار پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار)..... ۷۲
- شکل ۴-۳۰. نمایی از پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (دا). نسخه ۲..... ۷۵
- شکل ۴-۳۱. مدل کسب و کار پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (دا). نسخه ۲..... ۷۶
- شکل ۴-۳۲. نمایی از پایگاه وب واژه‌نامه‌ها..... ۷۷
- شکل ۴-۳۳. مدل کسب و کار پایگاه وب واژه‌نامه‌ها..... ۷۸
- شکل ۴-۳۴. نمایی از پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایرانیان (نام‌ها)..... ۷۹
- شکل ۴-۳۵. مدل کسب و کار پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایرانیان (نام‌ها)..... ۸۰
- شکل ۴-۳۶. نمایی از سامانه پرسا..... ۸۱
- شکل ۴-۳۷. مدل کسب و کار سامانه پرسا..... ۸۲
- شکل ۴-۳۸. مدل کسب و کار طرح‌های پژوهشی تقاضامحور..... ۸۴
- شکل ۴-۳۹. مدل کسب و کار طرح پژوهشی بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه..... ۸۶
- شکل ۴-۴۰. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت پژوهش ایرانداک..... ۸۹
- شکل ۴-۴۱. مدل کسب و کار مأموریت پژوهش ایرانداک..... ۹۰
- شکل ۴-۴۲. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت پژوهش ایرانداک..... ۹۱
- شکل ۴-۴۳. مدل کسب و کار مأموریت آموزش ایرانداک..... ۹۲
- شکل ۴-۴۴. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت مدیریت اطلاعات علمی و فناوری ایرانداک..... ۹۴
- شکل ۴-۴۵. مدل کسب و کار مأموریت مدیریت اطلاعات علمی و فناوری ایرانداک..... ۹۵
- شکل ۴-۴۶. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری ایرانداک..... ۹۶
- شکل ۴-۴۷. مدل کسب و کار مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری ایرانداک..... ۹۷
- شکل ۴-۴۸. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت همکاری و هماهنگی ایرانداک..... ۹۸
- شکل ۴-۴۹. مدل کسب و کار مأموریت همکاری و هماهنگی ایرانداک..... ۹۹
- شکل ۴-۵۰. مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک..... ۱۰۱
- شکل ۴-۵۱. روابط استخراج شده بین هشت سامانه پژوهشگاه بر اساس مدل‌های کسب و کار استخراج شده..... ۱۰۶

فهرست جدول‌ها

- جدول ۱-۲. مرور مطالعات اجزای مدل کسب و کار (ویسی، طباطبائی و جعفری ۱۳۹۷)..... ۱۵
- جدول ۱-۴. فهرست سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک به همراه مجریان/ آگاهان اصلی هر کدام ۴۰
- جدول ۲-۴. نگاشت سامانه‌ها و خدمات با مأموریت‌های کلیدی ایرانداک ۸۷

سپاسگزاری

در ابتدا از خداوند منان سپاسگزارم که فرصت خدمت را برای بنده حقیر فراهم کرد.

برخود لازم می‌دانم که از زحمات مدیران و کارشناسان متعدد پژوهشگاه که در مراحل مختلف انجام این طرح نقشی ایفا کردند، تشکر و قدردانی کنم. در همین راستا ابتدا از جناب آقای دکتر سیروس علیدوستی، ریاست محترم پژوهشگاه و ناظر محترم طرح قدردانی می‌کنم که حمایت‌ها، رهنمودها و نظرات ایشان در بهبود نتایج طرح تأثیر بسزایی داشته است.

علاوه بر آن، از کلیه متخصصان و مدیرانی که در جلسات تخصصی شرکت کرده یا به نحوی نظرات مؤثری را در بهبود نتایج طرح ابزار داشتند، قدردانی می‌نمایم. به خصوص از (به ترتیب حروف الفبا)، جناب آقایان/ سرکارخانم‌ها حمیده بیرامی، علی اصغر حجت‌پناه، رضا حسان، زهرا دهرایی، محمد ربیعی، تقی رجبی، بهروز رسولی، میترا شمسی، فرهاد شیرانی، امیرحسین صدیقی، ساناز قربانلو، پریسا لامعی، مهدی محمودیان، نزهت مصفا، ابراهیم معز، لیلا نامداریان، مریم نظری و علی نعیمی صدیق برای مشارکت در جلسات تخصصی و ارائه نقطه نظرات مفید و سازنده تشکر می‌کنم.

امید است که با یاری خداوند متعال، نتایج این طرح بتواند در بهبود فعالیت‌های پژوهشگاه و جایگاه آن مؤثر باشد.

فصل اول

تشریح مسأله پژوهش

۱. تشریح مسأله پژوهش

تجاری‌سازی دستاوردها و کسب درآمد از آنها به عنوان یکی از رویکردهای جدید در حوزه مؤسسه‌های پژوهشی مورد توجه قرار گرفته است (خدمتگزار ۱۳۹۸, Tash 2006). این دستاوردها در قالب محصولات و خدماتی است که ارائه می‌شود. مدل کسب و کار یکی از مهمترین ابزارهایی است که به این مؤسسه‌ها این امکان را فراهم می‌کند تا به سرعت همبستگی بین ارزش اجتماعی مورد نظر، نحوه دریافت منابع مالی و ارزش‌های تجاری کسب شده خود را ارزیابی کنند (Universalia 2013). مدل کسب و کار می‌تواند چشم‌اندازی از هم‌راستایی استراتژی‌های سطح بالا و عملکردهای زیرین یک کسب و کار را نشان دهد (Casadesus-Masanell and Ricart, 2010). مدل کسب و کار، ابزاری ترسیمی و تحلیلی است که مدیران و مشاوران کسب و کار طراحی می‌کنند. ظهور فناوری ارتباطات، منجر به تسهیل ارتباط، به هم پیوستن شرکت‌ها و ایجاد شبکه‌های ارزشی گردید تا از این طریق سازمان‌ها بتوانند هزینه‌های مبادله و هماهنگی را کاهش دهند. این کاهش هزینه، موجب کمرنگ شدن روزافزون مرزهای صنعت گردید و مفهوم مدل کسب و کار را عامل تحلیل و سیاست‌گذاری در سطح صنعت کرد (زعفریان و همکاران، ۱۳۹۰).

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) پژوهشگاهی است که با هدف اصلی توسعه و گسترش پژوهش در زمینه علوم و فناوری اطلاعات، مدیریت دانش و جامعه اطلاعاتی و همچنین تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی پدید آمده است. از یک سو مأموریت‌های کلیدی تعریف شده برای این پژوهشگاه ۱- پژوهش، ۲- آموزش، ۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری، ۴- پشتیبانی از

سیاست‌گذاری علم و فناوری، و ۵- همکاری و هماهنگی است. از سوی دیگر، مبتنی بر اساسنامه، پژوهشگاه به منظور دستیابی به اهداف خود می‌تواند از منابع مالی از جمله اعتبارات بودجه عمومی، کمک‌های دریافتی از وزارت‌خانه‌ها و دستگاه‌های مرتبط، درآمدهای حاصل از اجرای طرح‌های پژوهش، ارائه خدمات مشاوره، برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت و عرضه محصولات علمی استفاده کند (ایرانداک ۱۳۸۸). در پژوهش پیشین - گام اول پژوهش، خدمت‌گزار طراحی و بازآرایی ساختار مدل کسب و کار پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) را هدف‌گذاری و گام‌های زیر را به انجام رسانید: ۱- شناسایی لایه‌های اصلی کسب و کار ایرانداک از طریق تحلیل و نگاشت ذینفعان، ۲- شناسایی پیکربندی غالب ارزش‌آفرین ایرانداک، و ۳- طراحی ساختار مدل کسب و کار ایرانداک مبتنی بر یک چارچوب مدل کسب و کار و اعتباریابی آن. همچنین در این گام رویکرد پایین به بالا به منظور طراحی مدل کسب و کار ایرانداک انتخاب شد (خدمت‌گزار، ۱۳۹۸). مبتنی بر این رویکرد، مسأله پژوهش در گام دوم را می‌توان در قالب پرسش‌های زیر بیان کرد: پس از طراحی و ایجاد این پایه‌ها، در گام دوم مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات و همچنین مدل کسب و کار ایرانداک در سطوح هر کدام از مأموریت‌های کلیدی و فراگیر آن چگونه است؟. این بدان معناست که پس از شناسایی و دسته‌بندی ذینفعان، اولویت‌بندی پیکربندی‌های ارزش‌آفرینی در ایرانداک و طراحی ساختار مدل کسب و کار معتبر در ایرانداک در گام اول، نیاز است تا در گام دوم ساختار مدل کسب و کار طراحی شده در تمامی سامانه‌ها و خدمات ایرانداک پیاده‌سازی شده و سپس مبتنی بر آن مدل کسب و کار اصلی ایرانداک برای هر کدام از مأموریت‌های کلیدی آن و در نهایت در سطح فراگیر ایرانداک استخراج شود.

به منظور دستیابی به اهداف بیان شده، گزارش پژوهشی حاضر بدین ترتیب سازماندهی شده است: در ابتدا مبانی نظری و پیشینه پژوهش در حوزه سطوح و طراحی مدل کسب و کار تشریح خواهد شد. سپس گام‌های اجرایی پژوهش و روش‌شناسی آن ارائه خواهد شد. در ادامه در ابتدا یافته‌های پژوهش مدل کسب و کار در سه سطح محصولات و خدمات، مأموریت‌ها و سپس مدل کسب و کار سطح فراگیر ایرانداک ارائه می‌شود. در انتها نیز ضمن بحث و نتیجه‌گیری، محدودیت‌های پژوهش در این مرحله تشریح شده و پیشنهادهایی برای آینده ارائه خواهد شد.

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۴

فصل دوم

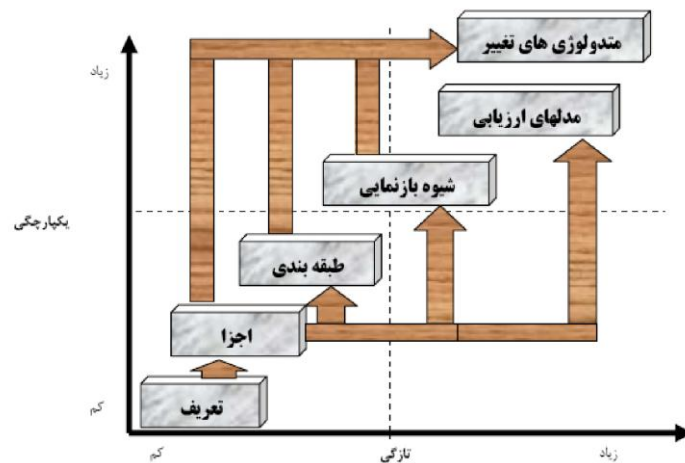
مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. چارچوب پیشینه مدل کسب و کار

«پاتلی» و «گیاگلیس» با بررسی تمام پژوهش‌های اجرا شده در زمینه مدل‌های کسب و کار، چارچوبی را برای شناخت حوزه‌های پژوهشی مختلف مدل‌های کسب و کار ارائه کردند. این چارچوب می‌تواند مسیر حرکت را برای پژوهشگرانی که می‌خواهند در این زمینه کار کنند، تعیین کند. این چارچوب همانطور که در شکل ۲-۱ نشان داده شده است از دو بعد تشکیل شده است: بعد تازگی بیان‌کننده مرزهای دانش حوزه مد نظر است، یعنی بالابودن آن بیان‌کننده آن است که آن حوزه به تازگی مطرح شده و چالش‌های مهمی را در پژوهش‌های مدل‌های کسب و کار ایجاد کرده است. بعد یکپارچگی بیان‌کننده درجه وابستگی حوزه مد نظر به حوزه‌های دیگر است (Pateli and Giaglis 2004). بنابراین، همانطور که مشاهده می‌شود حوزه پژوهشی مؤلفه‌های مدل کسب و کار پیش‌نیاز اجرای پژوهش در حوزه‌های دیگری همچون طبقه‌بندی، شیوه بازنمایی، ارزیابی و متدولوژی‌های تغییر مدل کسب و کار است و در نتیجه پژوهش در این زمینه اهمیت زیادی دارد.

از سوی دیگر مطابق این شکل اگر فردی بخواهد در حوزه مؤلفه‌های مدل کسب و کار پژوهش کند و به دانش این حوزه بیفزاید، باید ابتدا تعریف مشخصی از مدل کسب و کار را بپذیرد و سپس براساس آن مؤلفه‌های مدل کسب و کار را تعیین کند (محمدیان ۱۳۹۵). در بخش‌های آینده با نگاهی به این چارچوب ابتدا بر روی تعریف مفهوم مدل کسب و کار و سپس چرخه عمر و اجزای مدل کسب و کار تمرکز خواهیم کرد.



شکل ۲-۱. چارچوب پیشنهادی مدل کسب و کار (Pateli and Giaglis 2004)

۲-۲. مفهوم مدل کسب و کار

با آنکه طی سالیان گذشته مفهوم مدل کسب و کار توسط محققان متعددی مورد مطالعه قرار گرفته است، اما برای مدل کسب و کار یک تعریف استاندارد وجود ندارد. با نگاهی به تعاریف مدل کسب و کار مشاهده می‌شود که نقطه شروع هر یک از تعاریف ارائه شده، اشاره به مفاهیمی نظیر منطق، درک، سیستم، الگو، شرح و مواردی از این دست داشته است. عده‌ای از محققان با یک دیدگاه مفهومی، مدل کسب و کار را به صورت یک مفهوم، منطق، درک، بازتاب، سازه واسطه، شفاف‌سازی یا یک داستان در نظر گرفته‌اند. تعاریف بعضی از محققان نیز به یک دیدگاه الگوی سیستمی نزدیک است، به شکلی که یک مدل کسب و کار را به مثابه یک الگو، برنامه، نسخه، ابزار مفهومی، مسیر، طراحی، روش، پیکربندی، انجام وظیفه، مجموعه، سیستم، خلاصه، چارچوب، زمینه و هسته تعریف کرده‌اند. در نهایت برخی نیز از یک دیدگاه تبیینی در تعریف مدل کسب و کار بهره جسته‌اند و آن را یک نمایش، توصیف، شرح، تشخیص، تعریف، بیانیه و نحوه پاسخ‌دهی معرفی کرده‌اند.

اولین قدم در فهم واقعی مدل کسب و کار و تشخیص مشخصات آن، تعریف دقیق آن مدل است. در ادبیات موجود تعاریف ارائه شده برای مدل کسب و کار وفاق کلی ندارند، و به همین دلیل طرح و دسته‌بندی آنها راه را برای درک مفهوم و انواع مدل کسب و کار هموار می‌سازد. به منظور تعریف مدل کسب و کار، باید به روش تجزیه‌ای هر دو جز مدل کسب و کار به صورت جداگانه تعریف شود: **مدل** ساختار ساده‌ای از واقعیت است (Lambert 2003). همچنین **کسب و کار** اساساً با ایجاد ارزش و کسب ارزش ایجاد شده مرتبط است. نکته مهم در تعریف یک مدل، مشخص کردن هدف قبل از تعریف مشخصات آن است. این موضوع بدین معنا است که درک واقعیت با حذف جزئیات غیرضروری و ایجاد مدلی از شرایط و مشخصات مدنظر، ممکن است. مثلاً زمانی که هدف از ایجاد

مدل کسب و کار تعریف تفاوت بین کسب و کارهای مختلف است، مدل ارائه شده باید فقط معرف مشخصاتی باشد که تفاوت مذکور را ارائه می‌دهند.

عده‌ای از پژوهشگران مدل کسب و کار را **روشی** معرفی کرده‌اند که یک شرکت برای انجام کسب و کار خود از آن استفاده می‌کند. به عنوان مثال «آفوا» مدل کسب و کار را چارچوبی برای تعیین نوع فعالیت و نحوه و زمان اجرای آن با توجه به منابع و توانایی‌های شرکت تعریف کرده است، به گونه‌ای که بتوان بر اساس آن ارزشی را به شکل کالا یا محصول برای مشتری ایجاد کرد (Afuah 2004). در همین راستا «تامپسون» مدل کسب و کار یک شرکت را هزینه و درآمد اقتصادی مرتبط با راهکار انتخابی آن شرکت معرفی کرده است (Thompson 2003).

گروهی دیگر مدل کسب و کار را **ساختار** انجام کسب و کار معرفی کرده‌اند. «اسولنر» و همکارانش مدل کسب و کار را شکل واحدی از اجزاء - شامل اهداف، راهکارها، فرآیندها، فناوری‌ها و ساختار سازمانی - تعریف کرده‌اند. این ساختار ارزشی را برای مشتریان ایجاد می‌کند و از این طریق شرکت را قادر به رقابت موفقیت‌آمیز می‌سازد. در تعریفی دیگر از آنها مدل کسب و کار به عنوان راهکاری تعریف شده است که اگر درست اجرا شود، احتمال موفقیت آن وجود دارد (Saloner, Shepard and Podonly 2001). همچنین مدل کسب و کار را می‌توان برنامه هماهنگی برای طراحی یک راهکار در سه بعد تعریف کرد: ۱- عملیات متقابل مشتری، ۲- شکل دارایی، ۳- قدرت نفوذ اطلاعاتی (Venkatramm and Henderson 1998). در تعریف جامع دیگری که در این مورد ارائه شده است، تلفیقی از حالت فرآیندی و ساختاری را شاهد هستیم: «مدل کسب و کار اجزاء، ساختار و شکل نظارتی تبادلات طراحی شده را به گونه‌ای ترسیم می‌کند که بتوان ارزشی را از طریق به کارگیری فرصت کسب و کار ایجاد کرد». اجزای تبادلات به دو دسته تقسیم می‌شوند: الف: کالاها و اطلاعاتی که مبادله می‌شوند، ب: منابع و توانایی‌های یک شرکت که امکان مبادله را فراهم می‌آورد (Amit and Zott 2004). «سپهری» نیز بیان کرده است مدل کسب و کار الگویی است برای ایجاد و کسب ارزش به صورت محصول یا سرویس نهایی که در اختیار مشتری است. از نظر وی مدل کسب و کار چارچوبی است برای ایجاد ارزش. در حقیقت مدل کسب و کار مشخص می‌کند که چه فعالیت‌هایی را چگونه و چه زمانی انجام دهیم، چه منابعی برای اجرای این فعالیت‌ها مورد نیاز است، چه جایگاه‌هایی را در رابطه با فعالیت‌های انجام شده کسب می‌کنیم، تا بتوانیم سودآوری و منافع مشتریان و خودمان را فراهم آوریم (سپهری ۱۳۸۷).

همانطور که ملاحظه شد پژوهشگران رویکردهای متفاوتی را در تعریف مدل کسب و کار به کار گرفته‌اند. به طور کلی در تعریف مدل کسب و کار می‌توان رویکردهای ۱- منبع‌محور، ۲- فعالیت‌محور، ۳- دانش‌محور، ۴- اقتصادی، ۵- راهبردمحور و ۵- شبکه‌ای را مشاهده کرد (منطقی و ثاقبی سعیدی ۱۳۹۲). اگرچه برخی از محققان ترکیبی از رویکردهای نام برده را در تعاریف خود به کار بسته‌اند، اما گروهی دیگر با تکیه بر دیدگاه منبع‌محور، فعالیت‌محور و اقتصادی، تعریف خود از مدل کسب و کار را محدود به شرکت واحدی کرده‌اند. تعریف برخی از محققان نیز فراتر از مرزهای سازمان را در بر گرفته و بر اساس یک شبکه ارزش می‌باشد. در ادامه این رویکردها شرح داده خواهد شد.

۲-۲-۱. رویکرد منبع‌محور

در این رویکرد عقیده اصلی بر این است که مدل کسب و کار بر پایه عملیات درونی شرکت است و با یک رویکرد مبتنی بر منابع، بر قابلیت‌ها و شایستگی‌های درونی سازمان تأکید کرده‌اند. برای مثال، «آفوا» و «توشی» مدل کسب و کار را "روشی که یک شرکت به ساخت و استفاده از منابع خود می‌پردازد تا از آن طریق بتواند ارزشی بهتر نسبت به رقبای خود را به مشتریان ارائه دهد" معرفی کرده‌اند (Afua and Tucc 2001). تمرکز تعاریف در این بخش معطوف بر خود منابع و سازه‌های مرتبط با آن نظیر پتانسیل‌های فنی، ملزومات کسب و کار، و فناوری یا بر پیکربندی و بسیج منابع بوده است.

۲-۲-۲. رویکرد فعالیت‌محور

رویکرد فعالیت‌محور، دومین رویکرد قابل شناسایی در این بخش است. تعاریف در این بخش، متمرکز بر فرآیند (به عنوان مجموعه‌ای از فعالیت‌ها) یا فعالیت بوده است. برای مثال «پتروویک» و همکارانش مدل کسب و کار را "شرح منطق یک سیستم کسب و کار برای ایجاد ارزش که تحت نفوذ فرایندهای واقعی قرار دارد" در نظر گرفته‌اند (Petrovic, Kittl, and Teksten 2001) و یا «بتز» در تعریف خود از مدل کسب و کار به این مسأله اشاره می‌کند که "مدل‌های کسب و کار خلاصه‌ای درباره این هستند که چگونه ورودی‌های یک سازمان به خروجی‌هایی با ارزش افزوده تبدیل می‌شوند" (Betz 2002). در این دسته، برخی از محققان نیز به صورت جزئی‌تر به زنجیره ارزش، جریان‌های اصلی تولید، یا به فعالیت‌هایی مانند بازاریابی ارزش نیز اشاره کرده‌اند.

۲-۲-۳. رویکرد اقتصادی

در یک رویکرد اقتصادی، مدل کسب و کار را منطق خلق سود در شرکت می‌دانند. این دسته از تعاریف شامل مفاهیم سرمایه، سود و درآمد است. برای مثال، می‌توان به تعریف «استوارت» و «ژاوو» از مدل

کسب و کار اشاره کرد که مدل کسب و کار را "نحوه کسب پول و حفظ جریان سود در طول زمان" تعریف کرده‌اند (Stewart and Zhao 2000). در این دیدگاه به موارد مختلفی حتی اصطلاحات کلی نظیر مفاهیم مالی و حسابداری اشاره شده است و تمامی آنها اشاره به توجیه اقتصادی مدل کسب و کار در نظر گرفته شده دارند. در این بخش، برخی از محققان نیز به منافع کلی شرکت، اهداف کسب و کار و کارایی اشاره کرده‌اند. با اینکه این مفاهیم، اهدافی فراتر از اهداف اقتصادی، نظیر اهداف اجتماعی را در بر می‌گیرند، ولی برای یک مؤسسه انتفاعی، این هدف و منفعت، همان کسب سود است.

۲-۲-۴. رویکرد شبکه‌ای

از آنجا که در دنیای کنونی فرآیند ایجاد ارزش فراتر از مرزهای شرکت و درون یک شبکه صورت می‌پذیرد، سازمان در کسب و کار خود، در تعامل با کنشگران متعددی است. از جمله کنشگران می‌توان به عواملی که در انجام وظیفه مرتبط با ایجاد، بازاریابی و ارائه ارزش دخیل هستند، شامل شرکایی نظیر تأمین‌کنندگان و عرضه‌کنندگان، اشاره کرد. در یک نگاه وسیع‌تر، کنشگران حتی رقبا و سازمان‌های عمومی نظیر نمایندگان و کارگزاران دولتی را نیز در بر می‌گیرد. از مجموع شرکا، رقبا و سازمان‌های عمومی، تحت نام کنشگران سازمانی یاد می‌شود. برخی از تعاریف به یک بخش از کنشگران و برخی نیز با یک نگاه جامع‌تر به مجموعه‌ای از آنها اشاره داشته‌اند. با این حال، کنشگران یک کسب و کار، تنها شامل کنشگران سازمانی نمی‌شود، بلکه مشتریان نیز از جمله کنشگران یک کسب و کار هستند (Al-Debei 2010). از جمله محققانی که از این دیدگاه در تعاریف خود بهره جسته‌اند، می‌توان به «زوت» و «آمیت» اشاره کرد که مدل کسب و کار را به عنوان ساختار، محتوا و کنترل معاملات میان شرکت مرکزی و شرکای معامله که نشان‌دهنده درک الگوی پیوندهای معاملاتی بین شرکت و شرکای معامله می‌باشد، تعریف کرده‌اند (Zott and Amit 2010). با توجه به اهمیت کنشگران کسب و کار، برخی تعاریف، این مهم را در بر گرفته و بر نقشی که هر یک از کنشگران در آن کسب و کار ایفا می‌کنند و همچنین فایده و هزینه کسب و کار برای هر یک، تأکید کرده‌اند (Osterwalder, Pigneur and Tucci 2005).

۲-۲-۵. رویکرد راهبردی

در یک رویکرد راهبردی، علاوه بر محیط داخلی شرکت، بر محیط رقابتی، راهبرد رقابتی و گزینه‌های راهبردی سازمان با توجه به فرصت‌های موجود در بازار و انواع راهکارها برای پویایی در چنین محیط رقابتی تأکید می‌شود. باید توجه شود که محدود کردن تعریف مدل کسب و کار به یک سطح، از جامعیت آن می‌کاهد. شاید بتوان برخی سردرگمی‌ها در زمینه تعریف مدل کسب و کار را در عدم شفافیت و ابهام در جایگاه مدل کسب و کار در سازمان در مقایسه با سطوح راهبردی و سطوح عملیاتی

دانست. راهبرد و مدل کسب و کار دو مفهوم جدا نشدنی و مرتبط با یکدیگر هستند. به همین علت برخی از محققان در تعاریف خود حداثی بین این دو قائل نشده‌اند و حتی از راهبرد به عنوان یکی از اجزا یا عناصر مدل کسب و کار نام می‌برند. برای مثال «ونکاترامان» و «هندرسون» مدل کسب و کار را همان راهبرد می‌دانند که «یکپارچگی سازمان را در سه جهت اصلی تعامل مشتری، پیکربندی دارایی و قدرت نفوذ دانش» منعکس می‌کند (Venkatraman and Handerson 1998). با این حال با وجود ابهام در اصطلاحات مربوط به راهبرد و مدل‌های کسب و کار، به نظر می‌رسد که یک اجماع در رابطه بین راهبرد و مدل کسب و کار به وجود آمده، به طوری که به مدل کسب و کار، به عنوان یک لایه تئوریک و مفهومی بین راهبرد کسب و کار و فرایندهای کسب و کار نگریسته می‌شود که از نظر «الدبی» نقش پیوند دهنده‌گی «مفهوم مدل کسب و کار را نشان می‌دهد» (Al-Debei 2010). از این منظر مدل کسب و کار «بازتابی از راهبرد درک شده شرکت» است که سعی در توصیف نمایشی مختصر از چگونگی مجموعه‌ای وابسته از متغیرهای تصمیم‌گیری در زمینه راهبرد، معماری و اقتصاد در جهت خلق مزیت رقابتی پایدار در بازاری تعریف شده دارد (Casadesus-Masanell and Ricar 2010). از تعاریف فوق این گونه بر می‌آید که مدل کسب و کار برخی از عناصر راهبرد کسب و کار را شامل شده و باید با اهداف راهبردی شرکت سازگار باشد.

۲-۶. رویکرد دانش محور

همانگونه که در قسمت قبل توضیح داده شد، «ونکاترامان» و «هندرسون» در تعریف خود رویکرد دانش‌محور را دخیل کرده‌اند (Venkatraman and Handerson 1998). آنها نتیجه‌گیری کردند که چارچوب‌های مورد استفاده در مورد ارزش‌آفرینی که محدود به محدوده ایزوله و چارچوب مشخصی بوده‌اند، نمی‌توانند پاسخگوی سؤال‌های مربوط به ارزش‌آفرینی کل باشند. به نظر می‌رسد که دلیل گوناگونی در تعاریف، این باشد که هیچ یک از تئوری‌ها و رویکردهای موجود به تنهایی نمی‌توانند پتانسیل ارزش‌آفرینی یک سرمایه‌گذاری را توضیح دهند. از این رو باید با یک دید وسیع‌تر به مفهوم مدل کسب و کار نگریست و با ادغام رویکردهای مختلف فعالیت‌محور، منبع‌محور و دانش‌محور، شناسایی منابع رقابت‌پذیری را تسهیل کرد (Casadesus-Masanell and Ricar 2010). «لمبرت» اذعان می‌کند که تمام توصیفات مختلف محققان، مدل کسب و کار را «راهی که کسب و کار انجام می‌پذیرد» و «توصیفی از این که چگونه شرکت منتظر ایجاد سود است و چگونه با سایر نهادها در یک شبکه ارزش در ارتباط می‌باشد» در نظر گرفته‌اند (Lambert 2003).

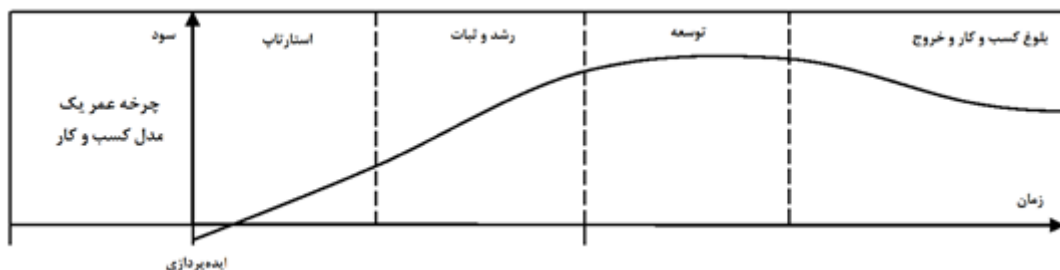
با این همه به نظر می‌رسد در یک جمع‌بندی برای اینکه بتوان یک تعریف برای مفهوم مدل کسب و کار ارائه داد، می‌توان به تعریف ارائه شده توسط «استروالدِر» و همکارانش استناد کرد:

«مدل کسب و کار ابزاری مفهومی دربردارنده مجموعه‌ای از مفاهیم، اشیاء، و روابط میان آنها است تا بتواند منطق کسب و کار شرکت / سازمانی را توضیح دهد. از این رو، مهم است که کدام یک از مفاهیم و پیوند میان آنها نمایش ساده‌تر و بهتری از ارزشی است که شرکت / سازمان برای مشتریان فراهم می‌کند، شیوه انجام فرایندها، و مسائل مالی در نتیجه آن ارزش نیز در تعریف مدل کسب و کار دارای اهمیت است» (Osterwalder, Pigneur, and Tucci 2005).

۲-۳. چرخه عمر مدل کسب و کار

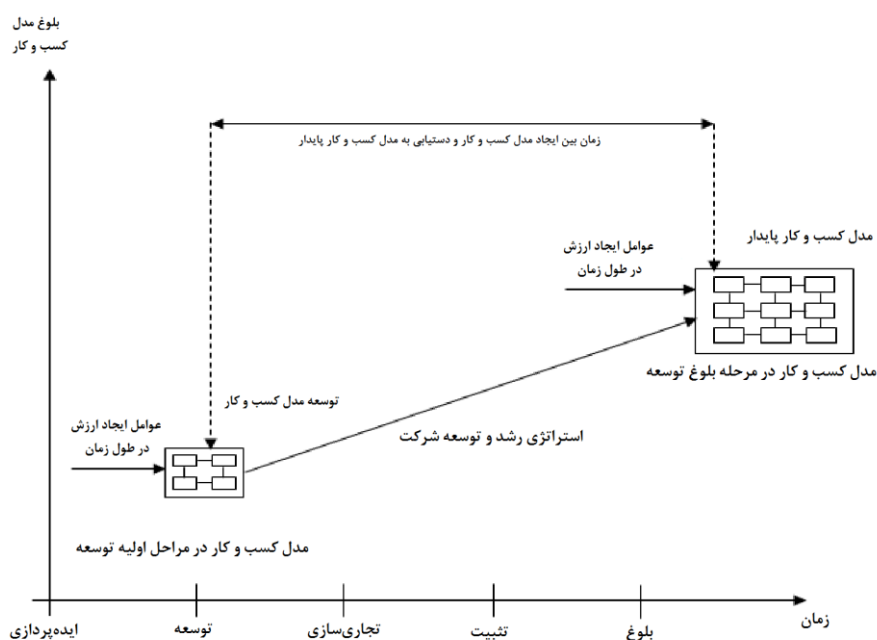
به طور کلی نویسنده‌های توجه زیادی به مسئله چرخه عمر مدل کسب و کار داشته‌اند. «تیرت» و «ویواس» استدلال می‌کنند که استراتژی‌ها نه تنها به مرحله چرخه زندگی بستگی دارند، بلکه تحت تأثیر منطق استراتژیک شرکت نیز قرار می‌گیرند و موفقیت استراتژی به عوامل درونی و محیطی وابسته است (Thietart and Vivas 1984). تحقیقاتی توسط «دیریور» و همکارانش انجام شده است و بررسی می‌کند که کدام عامل خارجی از دیدگاه چرخه عمر مدل کسب و کار مهم است. آنها بیان می‌کنند که مهم‌ترین عامل پویایی مدل کسب و کار عوامل فناورانه است که در شروع کسب و کار بسیار مهم است و نیازهای فنی باید با نیازهای بازار تناسب داشته باشند (DeReuver, Bouwman and MacInnes 2009).

اما مهمترین پژوهش در حوزه چرخه عمر مدل کسب و کار را مطالعه «جابلونسکی» و همکارش است. در این مطالعه آنها نتایج بحث‌های نظری و یافته‌های تحقیقاتی در زمینه طراحی مدل‌های تجاری پایدار ارائه شده است که از ایجاد ارزش در مراحل مختلف چرخه حیات تجاری پشتیبانی می‌کنند. در این مطالعه آنها چرخه عمر مدل کسب و کار را به شرح شکل ۲-۲ در پنج مرحله شامل ۱- استارت‌آپ، ۲- رشد و ثبات، ۳- توسعه و ۴- بلوغ کسب و کار و خروج (Jablonski and Jablonski 2016) تقسیم‌بندی کرده‌اند.



شکل ۲-۲. چرخه عمر مدل کسب و کار (Jablonski and Jablonski 2016)

یک مدل کسب و کار در مرحله اولیه به دنبال ایجاد ارزش است. یک مدل کسب و کار از طریق مراحل متمایز ایده، توسعه و تجاری‌سازی به وجود می‌آید، در حالی که برای حفظ تداوم کسب و کار نیاز به استفاده از عواملی دارد که به سطح پایداری برسند. شرکت‌هایی که در مراحل اولیه توسعه مدل‌های کسب و کار خود قرار دارند، باید به بقاء پایبند باشند. همچنین شرکت‌های جوان به طور عمده به دنبال یافتن یک مدل کسب و کار مقرون به صرفه، قابل اندازه‌گیری و اثرگذار هستند که به شرکت اجازه می‌دهد تا ارزش بازار را جذب کند. تغییرات در چنین مدل‌هایی بسیار سریع رخ خواهد داد، بنابراین شرکت‌ها باید مدل‌های کسب و کار خود را در طول دوره زندگی تغییر دهند؛ زیرا هدف همه شرکت‌ها ادامه حیات و خلق ارزش برای ذینفعان است. به بیان «جابلونسکی» و همکارش کسب و کارها در مراحل استارت‌آپ باید به فکر ایجاد و توسعه مدل کسب و کار خود باشند. سپس همزمان با رشد و ثبات کسب و کار، شرکت‌ها باید با بکارگیری استراتژی‌های رشد و توسعه، به مدل کسب و کار پایدار دست یابند. این فرآیند به شرح شکل ۲-۳ قابل مشاهده است.



شکل ۲-۳. تغییرات مدل کسب و کار در چرخه عمر شرکت (Jablonski and Jablonski 2016)

همانطور که مشاهده شد، مدل کسب و کار در چرخه عمر خود مراحل مختلفی را طی می‌کند، مطالعه ما بر روی مدل‌های کسب و کاری است که از مرحله ایده‌پردازی و استارت‌آپی گذر کرده‌اند و به مرحله رشد و ثبات و توسعه رسیده‌اند.

۴-۲. اجزای مدل کسب و کار

پژوهش‌های اخیر در زمینه مدل‌های کسب و کار بر تعاریف مدل‌های کسب و کار تمرکز کمتری داشته‌اند، اما در مقابل بیشتر به تجزیه و تفکیک مدل‌های کسب و کار به عناصر تجزیه‌ناپذیر (اتمیک) تمرکز کرده‌اند. در این بخش به مرور کلی از ادبیات موجود درباره جنبه‌های مختلف اجزای مدل‌های کسب و کار پرداخته می‌شود. این مؤلفه‌ها همچنین به نام‌های اجزاء، عناصر، کارکردها، خصیصه‌ها یا ارکان مدل‌های کسب و کار شناخته می‌شوند (محمدیان ۱۳۹۵).

«همل» چارچوب مخصوصی که خودش ایجاد کرده است را برای بحث درباره مؤلفه‌های مدل کسب و کار در نظر می‌گیرد. این چارچوب شامل چهار جزء اصلی است که هر یک از این مؤلفه‌ها به یکسری مؤلفه‌های فرعی تجزیه و تفکیک می‌شود. این چهار جزء اصلی (یعنی شبکه ارزش، منابع استراتژیک، استراتژی اصلی و ارتباط با مشتری) به وسیله سه جزء ارتباطی (شامل مرزهای سازمان، پیکربندی و منافع مشتری) به همدیگر می‌پیوندند (Hamel 2000). براساس نظر «آلت» و «زیمرن» مدل کسب و کار شش مؤلفه اصلی دارد. چهار مؤلفه اول (شامل مأموریت، ساختار، فرآیندها و درآمدها) جزء ابعاد افقی و خاص مدل کسب و کار است و دو تای دیگر (قوانین و فناوری) جزء ابعاد عمودی است که بر همه مدل‌های کسب و کار اثر می‌گذارند (Alt and Zimmerman 2001).

بر اساس نظر «استاهلر» مدل کسب و کار مدلی است که نشان‌دهنده کسب و کار داخلی شرکت‌ها یا آینده برنامه‌ریزی شده کسب و کار است. با توجه به اینکه مدل برای ساده‌سازی واقعیت‌های پیچیده است، مدل کسب و کار می‌تواند به فهم پایه و اساس کسب و کار یا برنامه‌ریزی برای آینده کسب و کار کمک کند. وی چهار جزء را برای مدل‌های کسب و کار تعیین کرده است که عبارتند از: چگونگی ارائه ارزش، محصولات یا خدمات، معماری ارزش و مدل درآمدی (Stahler 2002). می‌توان گفت یکی از کاملترین مؤلفه برای مدل‌های کسب و کار را «پتلی» و «گیاگلیس» ارائه کردند، چراکه آنها چارچوبی را برای معرفی مؤلفه‌های مدل کسب و کار معرفی کردند که در ابعاد افقی آن مؤلفه‌های اصلی مدل کسب و کار (مأموریت، بازار هدف، ارائه ارزش، منابع، فعالیت‌های کلیدی، مدل منابع و هزینه و شبکه ارزش) در نظر گرفته شده است و در ابعاد عمودی این چارچوب مؤلفه‌های زمینه‌ای مدل کسب و کار (قوانین و مقررات، روندهای بازار و تکنولوژی) تعیین شده است (Pateli and Giaglis 2004).

«چسبروک» در تعریفی که از کارکردهای مدل کسب و کار ارائه داده است، مؤلفه‌های آن را بدین ترتیب می‌شمارد: شرح چگونگی ایجاد ارزش برای بازیگران مختلف، شناسایی بخش بازار هدف، تعیین ساختار زنجیره ارزش شرکت، تعریف ساختار هزینه و سود بالقوه، توصیف وضعیت و جایگاه

شرکت در درون شبکه ارزش و تنظیم راهبرد رقابتی (Chesbrough 2010). از سویی دیگر «آفوا» اجزای مدل کسب و کار را عناصری همچون موقعیت شرکت، ارزش ایجادشده برای مشتریان، محدوده کسب و کار، چگونگی قیمت‌گذاری، منابع کسب درآمد، فعالیت‌های مرتبط به هم، پیاده‌سازی و اجرا، قابلیت‌ها یا توانایی‌ها، قابلیت دوام و پایداری و ساختار هزینه تعیین کرده است (Afuah 2014).

به عنوان یک جمع‌بندی مطالعاتی که به بیان اجزای یک مدل کسب و کار پرداخته اند به شرح جدول ۲-۱ ارائه شده است (توسعه داده شده مبتنی بر ویسی، طباطبائیان و جعفری (۱۳۹۷)). همانطور که مشاهده می‌شود هر یک از پژوهشگران براساس دیدگاه‌های متفاوتشان مؤلفه‌های مختلفی را برای مدل‌های کسب و کار معرفی کردند.

جدول ۲-۱. مرور مطالعات اجزای مدل کسب و کار (ویسی، طباطبائیان و جعفری ۱۳۹۷)

نام محقق										اجزای تشکیل دهنده																
ماه‌ادوان					جریانهای لجستیکی					جریانهای درآمدی					جریانهای ارزش											
آفوا و توجی					فعالیتهای مرتبط		نحوه اجرا		قابلیت‌های داخلی		حفظ موقعیت رقابتی		موقعیت جریان درآمد		قیمت گذاری		اسکوپ کار		ارزش برای مشتری							
استاهلر					خدمات / محصولات قابل ارائه					معماری ارائه ارزش					مدل کسب درآمد					ارزش تولید شده						
پاپاریاکو، پولوس و پولیمناکو					نحوه ارتباط با سایر شرکتها (رقابت، همکاری، یا هردو)					ارزش قابل ارائه (نیاز مشتری)					فعالیت‌های اصلی (نحوه تخصیص منابع)					نحوه هماهنگی و مدیریت کارها						
مایتلند و وندرکار					مدل کسب درآمد					شرکتهای موجود					بخشهای بازار					ارزش قابل ارائه						
آمیت و زوت					معماری ارزش					اجزای مبادله																
چسبرو و روسنبوم					استراتژی رقابتی		ساختار هزینه و پتانسیل سود		زنجیره ارزش		تعریف ساختار زنجیره ارزش		موقعیت شرکت در میان شبکههای ارزش		شناسایی بخشهای بازار		تعیین ارزش پیشنهادی									
آلت و زیرمان					موضوعات حقوقی و تغییرات آن		تکنولوژی و روش درآمد		روش کسب درآمد		تدوین فرایندها		طراحی ساختار		درک مأموریت، اهداف و چشم انداز											
همل					منابع استراتژیک					تعامل با مشتریان		شبکه ارزش		استراتژی اصلی شرکت												
لیندر و کانترل					فرم سازمان		مدل قیمت‌گذاری		مدل فرایند اجرا		مدل کانال ارتباطی		مدل کسب درآمد		ارتباط بازرگانی به کمک اینترنت					ارزش پیشنهادی						
ویل و ویتال					زیرساختهای مورد نیاز		بخشهای مشتری		کانالهای ارتباطی		فعالیت‌های شرکت		اصلی فاکتورهای موفقیت		منابع درآمد		اهداف استراتژیک					ارزش پیشنهادی				
آپلیگیت و کلورا					شرکا		برند و اعتبار		مدل عملیات		مدل فرهنگ/سازمان		مدیریت و سهامداران		شرکت بازار		فرصت بازار		مدل فروش سرویس ارائه شده							
پتروویک و کی تل					مدل بازار		مدل سرمایه		تأمین درآمد		مدل کسب مشتری		مدل ارتباط با مشتری		مدل تولید		مدل تأمین منابع					مدل ارائه ارزش				
گوردین					مبادله ارزش		بازیگران		ساختار ارزش		بخش بندی بازار		ارزش قابل ارائه													
ماگرتا					ارزش اقتصادی		مشتری		نحوه انتقال ارزش		نحوه پولسازی		ارزش قابل ارائه													

اجزای تشکیل دهنده										نام محقق		
معاملات ارزش (زنجیره ارزش و شبکه ارزش)					روش سودآوری		ارزش پیشنهادی			موینگتون ولهمن		
جریان درآمد		ساختار	شبکه شرکا	منابع	فعالیت‌های کلیدی	انواع مشتری	کانال‌های توزیع	ارتباط بامشتری	ارزش پیشنهادی	فریشر و پیگنیور		
مدل سرمایه‌گذاری		مدل کار با سرمایه		مدل حاشیه ناخالص سود		مدل کسب درآمد		مدل انجام کار			مولینز و کومیسار	
چگونه میتوان مزیتی را متفاوت جلوه داد؟		ما چطور پول میسازیم؟		ما چگونه آن را فراهم میکنیم؟		ما چه چیزی را ارائه میکنیم؟		چه کسی محصول را میسازد؟			اسکارزینسکی و گیپسون	
فرایندهای کلیدی		منابع کلیدی		فرمولهای ایجاد سود				ارزش پیشنهادی به مشتری			جانسون	
ساختار هزینه و حاشیه سود		استراتژی رقابتی		شبکه‌های ارزش		زنجیره ارزش		بخش بندی بازار		ارزش پیشنهادی	هنری چسبروک،	
روش کسب درآمد					آنچه کسب و کار انجام میدهد							ویل
سرمایه بکارگیری شده		زنجیره ارزش خارجی			زنجیره ارزش داخلی		سود محیطی	سود	شرکا اجتماعی	بونز و لئودک فروند		
کانال‌های انتقال ارزش		فعالیت‌های کلیدی	ارزش قابل ارائه	جریان درآمدی		منابع کلیدی مشتری		ارتباط مشتری		با بخش‌های مشتری	اوستروالدر	
ارزش قابل ارائه		خروجی			فعالیت‌های کلیدی		ارتباط با مشتری		کانال‌های ارتباطی		گروه DB AG	
بعد ارائه ارزش					بعد ایجاد ارزش							تاسچر و لادین
ساز و کار ایجاد ارزش				نقش مشتریان			ارزش پیشنهادی				کستین و اسنو	
تعامل با مشتری				زنجیره تامین			ارزش پیشنهادی				آسرو، سینها و ویدینگ	

۲-۵. هستی‌شناسی مدل کسب و کار

دسته‌ای از متامدل‌های کسب و کار نیز وجود دارند، که مبتنی بر هستی‌شناسی^۱ هستند. هستی‌شناسی یک مدل کسب و کار، توضیح می‌دهد که یک مدل کسب و کار چیست. هدف هستی‌شناسی ایجاد مفهوم‌سازی مشترک، صریح و رسمی برای مدل کسب و کار الکترونیکی است. این متامدل‌ها بیشتر در مورد کسب و کارهای الکترونیک به کار می‌روند، اما محدود به این نوع کسب و کارها نیز نیستند. به نظر «گرچین» و همکارانش هستی‌شناسی در فلسفه نظریه‌ای است از آنچه وجود دارد. تاکنون دو متامدل کسب و کار تحت عناوین BMO^۲ و e³-value در قالب هستی‌شناسی به خوبی توسعه داده شده‌اند و

^۱ Ontology

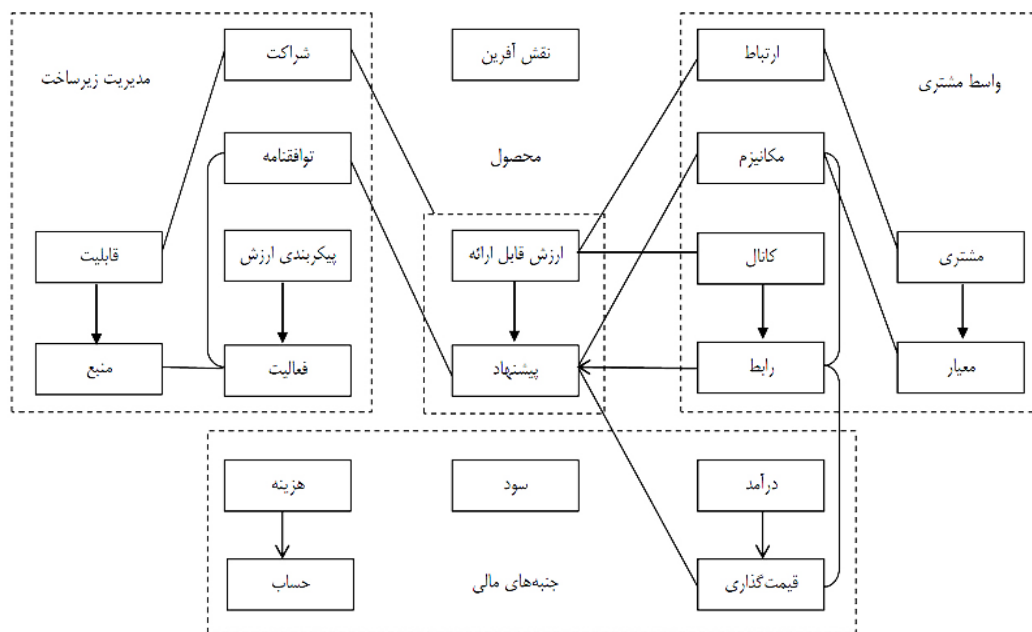
^۲ Business Model Ontology

اجزای مدل کسب و کار و روابط میان آنها را به دقت تعریف کرده‌اند (Gordijn, Osterwalder, and Pigneur 2005).

هستی‌شناسی مدل کسب و کار یا BMO که در سال ۲۰۰۴ در رساله دکتری «استروالد» ارائه شد، چارچوبی است که بر حوزه‌های زیر به عنوان سنگ بناهای یک مدل کسب و کار تأکید دارد:

- محصول: شرکت در چه کسب و کاری فعال است و چه محصول‌ها و پیشنهادهای ارزشی به بازار عرضه می‌کند.
- مشتری: مشتریان هدف شرکت چه کسانی هستند و چگونه روابط محکمی با آنها برقرار میشود.
- مدیریت زیرساخت: شرکت چگونه فعالیت‌های زیرساختی یا تدارکاتی را انجام می‌دهد و چگونه در قالب سازمانی شبکه‌ای عمل می‌کند.
- جنبه‌های مالی: مدل درآمدی و ساختار هزینه مدل کسب و کار چیست.

برای اینکه BMO در این سطح از کلیات باقی نماند، ستون‌های مذکور به نه سنگ بنای مرتبط با هم تحت عنوان ارکان مدل کسب و کار تقسیم شده است. این ارکان از تلفیق ادبیات مدل کسب و کار به وجود آمده‌اند. نمای کلی BMO و نحوه ارتباط ارکان آن با یکدیگر در شکل ۲-۴ نمایش داده شده است.



شکل ۲-۴. آنتولوژی مدل کسب و کار (BMO) (Osterwalder 2004)

از طرفی ایده اصلی هستی‌شناسی e³-value تمرکز بر مفهوم ارزش است و نحوه ایجاد ارزش، تفسیر و مبادله آن در شبکه‌ای متشکل از چندین شریک را بیان می‌کند (Gordijn, Akkermans, and Vliet 2000). این مدل مجموعه‌ای از نقش‌آفرینان را نشان می‌دهد که به ارائه و تبادل محصول یا خدمتی

پیچیده متشکل از محصولات و خدمات مجزا می‌پردازند. علاوه بر این، این هستی‌شناسی به صراحت نشان می‌دهد چه کسانی با هم به انجام کسب و کار می‌پردازند. در پروژه‌های کسب و کار الکترونیکی، نشان دادن تبادل اشیای حاوی ارزش بین نقش‌آفرینان معین اهمیت دارد. این هستی‌شناسی شامل مفاهیم، روابط و محدودیت‌هایی است که برای توصیف نقش‌آفرینان، اتحادهای میان آنها، تبادل اشیای ارزشمند^۳، فعالیت‌های ارزش‌زا، و واسطه‌های ارزش^۴ بین آنها به کار می‌رود.

مقایسه اجزای دو هستی‌شناسی BMO و e³-value در شکل ۲-۴ ارائه شده است. این مقایسه نشان می‌دهد هر دو اهداف مشابهی مانند بهبود طراحی، فهم، مدیریت و تحلیل مدل‌های کسب و کاری دارند و از فنون هستی‌شناسی برای اکتساب و نمایش دانش در حوزه‌ی مدل‌های کسب و کار استفاده می‌کنند (Gordijn, Osterwalder, and Pigneur 2005). با این وجود BMO در حوزه اجزای مدل جامع‌تر از value است و تقریباً همه مدل‌های پیش از خود را پوشش می‌دهد. مزیت دیگر این مدل سادگی است که سبب می‌شود کلیت کسب و کار را خیلی ساده توضیح دهد تا برای اکثر افراد قابل فهم باشد. از سوی دیگر e³-value در توجه به همه نقش‌آفرینان شبکه، مدل کردن تبادل‌های ارزش، برخورداری از متدولوژی تغییر و پشتیبانی ابزارهای کامپیوتری پیشرفته‌تر دارای مزیت است. از طرف دیگر e³-value اصولاً برای مدل‌های کسب و کار الکترونیکی ایجاد شده و این در حالیست که BMO کاربردی عمومی‌تر و کلی‌تر دارد (حاجی حیدری و سیدجوادین ۱۳۹۰). با توجه به اینکه در موضوع این پژوهش مدل کسب و کار با مفهوم عام آن به عنوان شیوه‌هایی که شرکت برای کسب درآمد و ایجاد ارزش به کار می‌گیرد مد نظر بوده است، بنابراین توجه پایه‌ای به BMO برای مقاصد این پژوهش مناسب‌تر است.

۲-۶. الگوهای طراحی مدل کسب و کار

نیرومند و همکارانش (۱۳۹۲) بیان کرده‌اند که برای طراحی مدل کسب و کار، الگوهای مختلفی وجود دارد. در ادامه به معرفی مهمترین آنها خواهیم پرداخت:

❖ **SOFT: «فابر»** و همکارانش چارچوبی را برای طراحی مدل ارائه کرده‌اند که این توانایی را به شرکت‌ها می‌دهد تا مدل خود را با توجه به شرایط بازار در چهار بُعد خدمات، سازمان، مالی و فناوری طراحی کنند. مسئله اصلی این فرض است که با توجه به تغییرات رو به گسترش محیط، طراحی مدل‌ها در حال پیچیده‌تر شدن است. برای مثال، در آینده هر یک از شرکا باید قادر به انجام وظایف

^۳ objects of value

^۴ value interfaces

بیشتری بوده تا بتوانند در جایگاهی که قرار می‌گیرند، به خوبی ایفای نقش کنند. آنها باید قادر به پرکردن شکاف‌های ایجاد شده باشند و بتوانند در ارائه عقاید و نظرات کارشناسی مورد نیاز این صنعت که همواره در حال تغییر است با هم همکاری کنند (Faber et al. 2003).

❖ **MAPIT**: از پنج واژه بازار، بازیگر، محصول، تأثیر، و معامله^۵ گرفته شده که «متلی» و «پدرسون» آن را برای درک شرایط ساختاری، استراتژی‌ها، نقش و وظایف کسب و کار ارائه کرده‌اند. در بُعد بازار به دانش مورد نیاز بازار و ارزش‌های مشتری؛ در بُعد بازیگران و دست‌اندرکاران به مدل‌های هزینه و درآمد و مقیاس و محدوده اقتصادی؛ در بُعد محصول به انواع محصول شامل فیزیکی، اطلاعاتی و خدمات و پیچیدگی آن؛ در بُعد تأثیر به آثار حاصل از ارتباطات شبکه، اعتماد وابسته، رابط قبلی، روابط شخصی و اطلاعات ناموزون؛ و در بُعد معاملات به ریسک معاملات، استاندارد کردن معاملات و تکرار معاملات پرداخته می‌شود (Gressgard, Methlie and Stensaker 2003).

❖ **IDEA**: این الگو مدل کسب و کار را از دو بعد زنجیره ارزش و مالکیت، بررسی می‌کند و مشتمل بر چهار مرحله به شرح زیر است:

مرحله I: از کلمه شناخت^۶ گرفته شده است. فناوری جدید شناسایی و تحلیل می‌شود تا مدل‌های جدید بر اساس آن طراحی شود. مدل‌ها براساس مفروضات سازوکارهای صنعت ساخته می‌شوند و تا این مفروضات تغییر نکنند، نیازی به تغییر مدل‌ها نیست. بنابراین اولین گام، شناسایی نوآوری در فناوری صنعت و انجام کار پس از تغییر مفروضات است.

مرحله D: از کلمه طراحی^۷ گرفته شده و برای استفاده از قابلیت‌های بالقوه تغییرات و نوآوری در فناوری، مدل‌های متناسب با صنعت طراحی می‌شوند. تمرکز اصلی این مرحله، تعیین ابعاد و گزینه‌های هر بُعد مدل و در نهایت مرتبط کردن آنها به هم است. برای جلوگیری از سردرگمی، باید به عوامل تأثیرگذار بر ابعاد مدل توجه ویژه شود.

مرحله E: از کلمه ارزیابی کردن^۸ گرفته شده است. مدل‌های طراحی شده ارزیابی می‌شوند تا احتمال موفقیت آنها در بازار بررسی شود، سپس مدل‌های طراحی شده با توجه به عملکردشان در سناریوهای فرض شده بازار درجه‌بندی می‌شوند. برای منطبق کردن مدل‌ها با سناریوهای بازار و

^۵ Market, Actor, Product, Influence, Transaction (MAPIT)

^۶ Identify

^۷ Design

^۸ Evaluated

سازوکار درجه‌بندی، مدنظر قراردادادن تمام ابعاد و انتخاب و تجزیه و تحلیل مدل‌هایی که احتمال موفقیت دارند، الزامی است.

مرحله A: از کلمه جمع‌آوری^۹ گرفته شده است. در این مرحله، مدل‌های کسب و کار زنجیره ارزش جمع‌آوری و یکپارچه می‌شوند. مبنای قرار گرفتن مدل‌ها در زنجیره، ارزشی است که ایجاد می‌کنند. چهار مرحله این فرایند باید همواره تکرار شود تا صنعت جدید و زنجیره ارزش آن بهتر درک شود. این چارچوب به دنبال جستجوی یک راه‌حل ایده‌آل یا حل یک مشکل واقعی نیست، بلکه برکشف فضای جدید نوآورانه برای طراحی مدل‌هایی تمرکز دارد که به پیروی از فناوری‌های جدید ایجاد می‌شود. هر صنعت و مدل‌های آن، براساس مفروضات خاصی که درباره سازوکارهای آن صنعت وجود دارد، ساخته می‌شود و در نتیجه تا تغییر نکنند، نیازی به پیاده‌سازی مدل‌های جدید نیست (Shubar 2004).

❖ **VISOR**: این مدل مبتنی بر مشتری‌مداری است که برای یکپارچه‌سازی رویکردهای مختلف توسعه مدل کسب و کار با توجه به تجارب کاربر و عوامل مرتبط کننده تلاش می‌کند. عناصر آن شامل زنجیره ارزش، رابط، بسترهای نرم‌افزاری خدمات، مدل درآمد و مدل سازمان‌دهی است. روش پاسخگویی شرکت به نیازهای پنهان و آشکار مشتریان را به منظور ارائه بالاترین ارزش به آنها، با روشی سودآور و مستمر که ارزش را بهینه می‌کند، تعیین می‌کند. موفق‌ترین مدل کسب و کار، مدلی است که با هماهنگی کردن عناصر الگو بیشترین ارزش ممکن را برای برآورده کردن نیازهای کاربران تا بالاترین حد ممکن فراهم کرده و هزینه‌های واقعی محسوس و نامحسوس ارائه این خدمات را تا حد امکان کاهش می‌دهد. البته این کاهش هزینه از طریق ترکیب بهینه تجربه اینترنتی، پلتفرم خدمات و مدل سازمان‌دهی امکان‌پذیر می‌شود (El Sawy and Pereira 2013).

❖ **FBBM**: مخفف «روش طرح کسب و کار باند آزاد»^{۱۰} است و با تمرکز بر حوزه‌های خدماتی، نوع کار گروهی، محتوا و مسائل مربوط به آن به طراحی مدل می‌پردازد. این الگو روش جامع و عملی طراحی مدل‌های کسب و کار برای شبکه‌های ارزش پیچیده است. در شبکه ارزش هر یک از دست‌اندرکاران، منابع و قابلیت‌های ویژه‌ای دارند که با ترکیب نوآورانه آنها به موفقیت می‌رسند. درک ارزش همکاری دست‌اندرکاران شبکه ارزش کار ساده‌ای نیست؛ زیرا هر یک از آنها در حوزه ویژه‌ای مشغول به کار بوده و در نتیجه مدل کسب و کار متفاوتی را دنبال می‌کنند که در صورت مشارکت در شبکه ارزش، باید مدل‌های خود را با مدل شبکه ارزش هماهنگ کنند. در این الگو، رابطه بین حوزه‌هایی که در آن

^۹ Aggregated

^{۱۰} Free band Business Blueprint Method (FBBM)

محصول ارائه می‌شوند، نوع کار گروهی، محتوا و در نهایت مسائل مرتبط به فرآیند و میزان خلاقیت شرکای گروه، مشخص می‌شود (Bouwman, Haaker, and Vose 2005).

❖ **الگوی پویا:** در این الگو طراحی مدل کسب و کار با توجه به عوامل پویای محیطی، در طی فازهای مختلف صورت می‌گیرد.

۱. طراحی خدمات: مسئله اصلی در خدمات ارزش است. ارزش از دیدگاه ارائه‌دهنده و دریافت‌کننده به چهار دسته تقسیم می‌شود: نخست ارزش مورد نظر که منظور از آن، ارزشی است که ارائه‌کننده قصد دارد در بالاترین میزان در اختیار مشتریان قرار دهد. این هدف غایی نقطه آغاز نوآوری بوده و منجر به ارائه ارزش می‌شود. ارزشی که ارائه‌کننده در اختیار مشتریان قرار می‌دهد، ارزش ارائه‌شده نام دارد. ارزش مورد انتظار، ارزشی است که مشتریان انتظار دریافت آن را دارند. این ارزش تحت تأثیر تجارب قبلی مشتری و خدمات مشابه قرار می‌گیرد. ارزش گرفته شده، ارزشی است که مشتری دریافت می‌کند. این بُعد ارزش نقطه پایان است و مشتری پس از آن به ارزیابی نوآوری می‌پردازد.

۲. طراحی سازمانی: به تشریح شبکه ارزشی می‌پردازد که برای بالقوه به فعل درآوردن ارزش الزامی است. شبکه ارزش شامل دست‌اندرکارانی است که در تعامل با هم به ایجاد ارزش برای مشتریان می‌پردازند، تا بتوانند استراتژی‌ها و اهداف خود را به فعل در بیاورند. دست‌اندرکاران شبکه ارزش با توجه به منابع و قابلیت‌ها، ممکن است قدرت بیشتر یا کمتری در شبکه ارزش داشته باشند. شرکای هر شبکه ارزش، شامل سه گروه ساختاری (که دارایی‌های محسوس و نامحسوس غیرقابل جانشین را تهیه می‌کنند)، همکار (که به تهیه محصولات برای برآوردن نیازهای خاص شبکه می‌پردازند) و حمایتی (که خدمات و کالاهای عمومی و قابل جانشین را ارائه می‌کنند) هستند.

۳. طراحی فناوری: در این بعد، معماری فنی (باز در مقابل بسته، متمرکز در مقابل توزیع‌شده)، زیرساخت (پهنای باند بالا در مقابل پایین)، شبکه‌های دسترسی (ثابت در مقابل بیسیم، پهنای باند بالا در مقابل پایین، قابل قیاس در مقابل غیر قابل قیاس)، پلتفرم‌های خدمات (متمرکز در مقابل توزیع‌شده، شخصی در مقابل غیرشخصی، مطمئن در مقابل غیر مطمئن، قدیمی در مقابل جدید)، وسایل دسترسی کاربر نهایی به خدمات (چندمنظوره در مقابل تک‌منظوره، تسهیل ذخیره‌سازی در مقابل عدم ذخیره‌سازی، گنجاندن نرم‌افزار در مقابل ترمینال باز)، برنامه‌های کاربردی (همیشگی در مقابل حساس به زمان، شخصی در مقابل غیر شخصی، مطمئن در مقابل غیر مطمئن)، داده (حجم زیاد در مقابل حجم کم) و کارکرد فناوری (همیشگی در مقابل حساس بودن به زمان، شخصی در

مقابل غیر شخصی، مطمئن در مقابل غیر مطمئن) بررسی می‌شوند (Bouwman, Haaker, and Vose 2005).

همراستا با الگوی پویا، «ویرتر» چهار سطح را برای مدل‌های کسب و کار در نظر گرفته است:

- سطح صنعت: این سطح می‌تواند شامل چندین شرکت یا بخش مشارکتی باشد. با توجه به سطح صنعت و شرایط محیطی و عوامل خارجی آن، توجه به سودآوری در صنعت مربوطه در آن گنجانده شده است. مدل در این سطح نه تنها بر روی یک تجزیه و تحلیل جامع محیطی تمرکز می‌کند، بلکه بر تحلیل محصولات و خدمات شرکت‌های مختلف در صنعت و نیز زنجیره گسترده تولید و ابعاد محیطی تمرکز دارد.
- سطح شرکت: در یک حوزه صنعتی می‌توان چندین بخش مشارکتی و شرکت یافت که هر یک جزئی از پیکره یکپارچه صنعت هستند. هر شرکت دارای مدل کسب و کار مختص به خود است. در این سطح سه عامل ضروری باید وجود داشته باشد که در کنار شایستگی‌های اصلی در مدل‌های کسب و کار تأکید شده است: منابع، فعالیت‌ها و موقعیت.
- سطح واحد کسب و کار: در زیر مجموعه هر شرکت می‌تواند چند واحد تجاری وجود داشته باشد که هر کدام از آنها می‌توانند دارای یک مدل کسب و کار مختص به خود باشند.
- سطح محصولات: در این سطح تمرکز بر تدوین مدل کسب و کار برای محصولات و خدمات قابل ارائه توسط واحد تجاری است که می‌تواند به تعداد محصولات، مدل کسب و کار وجود داشته باشد (Wirtz 2020).

در پژوهش حاضر با توجه به ساختار ایرانداک به عنوان یک پژوهشگاه و محصولات و خدمات آن، همچنین توجه الگوی پویا به عناصر و ابعاد مدل کسب و کار و ابعاد مختلف ارزش، رویکرد الگوی پویا و همچنین سطوح محصولات، واحد کسب و کار و شرکت در سطوح «ویرتر» مورد توجه قرار گرفته است.

۲-۲. مدل کسب و کار در ایرانداک

در سطح اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی در ایران، لزوم توجه همزمان به اهداف اجتماعی، علم و فناوری و کسب و کاری در سطوح ملی و فراملی به وضوح مشاهده می‌شود. به طور مثال در سند سیاست‌های کلی ابلاغی اقتصاد مقاومتی، بر توجه به سرمایه‌های انسانی و علمی کشور به منظور توسعه کارآفرینی با تأکید بر ارتقاء درآمد (بند نخست) و پیشتازی در اقتصاد دانش‌بنیان (بند دوم) تأکید شده است (سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲). یا در مثالی دیگر، در سند ابلاغی سیاست‌های کلی علم و فناوری، سیاستگذار در بند پنجم بر روی افزایش سهم علم و فناوری در اقتصاد و درآمد ملی، ازدیاد

توان ملی و ارتقاء کارآمدی، حمایت مادی و معنوی از فرآیند تبدیل ایده به محصول و افزایش سهم تولید محصولات و خدمات مبتنی بر دانش پیشرفته و فناوری داخلی در تولید ناخالص داخلی، تعیین اولویت‌ها در پژوهش با توجه به مزیت‌ها، ظرفیت‌ها و نیازهای کشور و الزامات نیل به جایگاه اول علمی و فناوری در منطقه تأکید دارد (سیاست‌های علم و فناوری، ۱۳۹۳). جنبه‌های اجتماعی و علمی از یک سو و جنبه‌های کسب و کاری موجود در این اسناد در انطباق کامل با اهداف وجودی بیان شده مؤسسات پژوهشی در ایران است. از یک سو این مؤسسات باید با انجام پژوهشی‌های مختلف به ارزش‌آفرینی اجتماعی و ارتقای علم و فناوری در سطوح مختلف ملی و فراملی پردازند و از سوی دیگر نیز از روش‌های مختلف از جمله تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی به افزایش سهم تولید محصولات و خدمات دانش‌بنیان و پیشتاری در این سطح اقتصاد یاری رسانند (خدمتگزار ۱۳۹۸).

در سطح اسناد بالادستی ایرنداک، توجه به مفهوم خلق ارزش در مفهوم کلی آن را اساسنامه و برنامه استراتژیک آن می‌توان مشاهده کرد. استفاده از مفاهیمی از جمله انواع خدمات، محصولات و ارائه انواع طرح‌های پژوهشی خود نشان‌دهنده توجه مدیران و سیاستگذاران پژوهشگاه به مفهوم ارزش‌آفرینی در ایرنداک است. از سویی دیگر در سرتاسر اساسنامه و برنامه استراتژیک ایرنداک، توجه به اجزا یا عناصر مدل کسب و کار نیز به وضوح مشاهده می‌شود. اشاره به بخش‌های مشتریان اصلی پژوهشگاه، از جمله پژوهشگران و جامعه دانشگاهی، اشاره به انواع همکاری‌ها و مشارکت‌ها در برنامه‌های ملی در حوزه علوم و فناوری اطلاعات، بررسی منابع مالی و غیرمالی پژوهشگاه، اشاره به کانال‌های ارتباط با مشتریان خود نمونه‌هایی از این توجه است.

لزوم توجه به ایرنداک به عنوان یک موسسه پژوهشی از این دیدگاه (مدل کسب و کار) را از سه دیدگاه می‌تواند نشان داد: ۱- تعریف مساله توسط مدیر ارشد پژوهشگاه، ۲- لزوم و کاربرد طراحی مدل کسب و کار در مؤسسه‌های پژوهشی، و ۳- مدل کسب و کار در حوزه‌های موضوعی، محصولی و خدماتی خاص.

در **دیدگاه دوم** بیان شده، در شکل کلی «موریس» مزایا و کاربردهای مدل کسب و کار در یک موسسه را به شرح زیر بیان کرده است:

- یک مدل کسب و کار تضمین می‌کند که سازمان رویکرد درونی و منطقی منصفانه‌ای به عملیات‌های خود دارد و این رویکرد به طور روشن می‌تواند به ذینفعان آن ارائه شود.
- مدل کسب و کار یک معماری را برای شناسایی متغیرهای کلیدی فراهم می‌کند که می‌توانند به روش‌های منحصر به فردی ترکیب شوند. بنابراین این یک پلتفرم برای نوآوری است.

- یک مدل کسب و کار می‌تواند وسیله‌ای برای نشان دادن جذابیت اقتصادی سازمان باشد، که این خود می‌تواند موجب جذب منابع مالی جدید شود.
- مدل کسب و کار می‌تواند به عنوان یک راهنمای عملیاتی در سازمان عمل کند و پارامترهای تعیین‌کننده مناسب بودن اقدامات مختلف استراتژیک و تاکتیکی را که مدیر باید در نظر بگیرد، مشخص کند.
- هنگامی که مدل کسب و کار به کار گرفته شود، می‌تواند اجرای تغییرات لازم هنگام تغییر

شرایط را تسهیل کند (Morris et al. 2006)

«گوس» و «ریت» بیان می‌کنند در حالی که جوامع دانش محور برای ایجاد دانش به شدت به دانشگاه اعتماد می‌کنند، ترجمه آن به ارزش اقتصادی معمولاً توسط بنگاه‌های اقتصادی در بازار انجام می‌شود. از آنجا که دانشگاه‌ها به طور فزاینده‌ای برای پژوهش‌های جدید و گران قیمت خود به بودجه اضافی وابسته هستند، سیاست‌های فعلی آنها را ترغیب می‌کند تا با بازار تعامل فعالانه‌ای داشته باشند. آنها در پژوهش خود تحلیل کرده‌اند که چگونه یک دانشگاه کارآفرین با طراحی مدل خود چگونه ارزش را ایجاد، ارائه و ضبط می‌کند. آنها یک مدل کسب و کار از دانشگاه به عنوان یک موسسه آموزشی و پژوهشی توسعه دادند که در آن دانشگاه‌های خصوص و دولتی به عنوان دو الگو اصلی مدنظر قرار گرفته‌اند و نشان داده‌اند که این الگوهای اصلی چگونه ساختارهای راهبری و تشویقی را تعیین می‌کنند. آنها بررسی کرده‌اند که چگونه انتقال تجاری می‌تواند بر ساختار درآمدی و در نتیجه ساختار هدف و انگیزه آنها تأثیرگذار باشد. (Gaus and Raith 2016)

«آرسنو» در پژوهش خود که به بررسی مدل کسب و کار در سه موسسه پژوهشی پرداخته است، به این نکته اشاره می‌کند که دو منبع اصلی مالی برای فعالیت‌های مؤسسه‌های پژوهشی، کمک‌کنندگان و ذینفعان هستند. اما با توجه به رویکردهای موجود در جامعه، تمرکز محض به این دو منبع، موجب شده است تا منابع جذب شده نتواند هزینه‌های این مؤسسه‌ها را پوشش دهد. در این وضعیت این مؤسسه‌ها به فکر تجاری‌سازی و کسب درآمد از منابع و فعالیت‌های دیگر خود افتاده‌اند. وی این تغییر رویکرد را نشانه‌ای از اهمیت و لزوم توجه به مدل کسب و کار در مؤسسه‌های پژوهشی بیان می‌کند. در ادامه وی بیان می‌کند که داشتن مدل کسب و کار به مؤسسه‌های پژوهشی اجازه می‌دهد تا:

- نشان دهند که علاقه خاصی به پایدار بودن در بلند مدت دارند.
- مزیت‌های رقابتی و ارزش‌های پیشنهادی خود را مشخص کنند و طرحی منحصر به فرد را که متناسب با پژوهش و علاقمندی آنها در یک یا چند حوزه خاص است را پیدا کنند.

- درک بهتری از مشتریان، کمک کنندگان و ذینفعان خود و هر کسی که حاضر است برای محصولات و خدمات پژوهشی آنها هزینه کند پیدا کنند.
 - نشان دهند که در مورد رسیدن به پایداری مالی جدی هستند.
 - از آن به عنوان یک ابزار برای کمک به مدیر موسسه استفاده کنند تا وی بتواند تمرکز خود را برای روی پایداری و فعالیت‌های مرتبط سازمانی قرار دهد. همچنین می‌تواند به عنوان یک مرجع برای کارکنان و هیات مدیره در هنگام تصمیم‌گیری عمل کند (Arsenault 2014).
- در پژوهشی دیگر «کوییپ» در پژوهش خود با تمرکز بر نوآوری مدل کسب و کار، اقدام به طراحی مدل کسب و کار برای پژوهشکده روشنائی هوشمند^{۱۱} در دانشگاه فنی آیندهون در هلند کرده است. وی در این پژوهش بوم مدل کسب و کار «استروالدر» را به عنوان متامدل برگزیده است و در قالب نه جزء این بوم، مدل کسب و کار پژوهشکده مورد نظر را طراحی کرده است (Kuip 2012). این بوم در شکل ۲-۵ قابل مشاهده است.



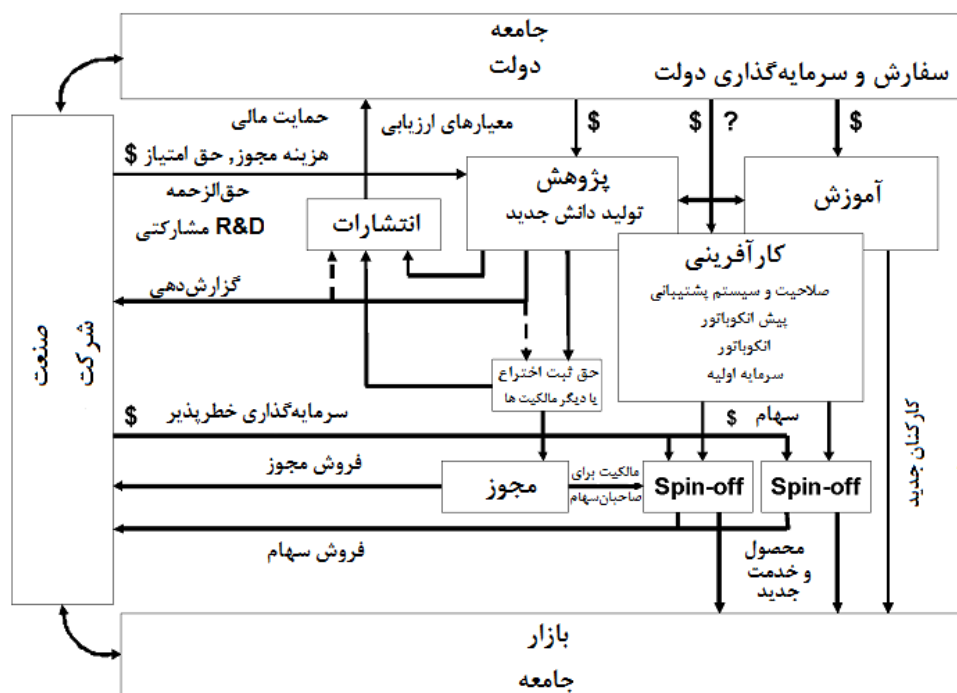
شکل ۲-۵. مدل کسب و کار پژوهشکده روشنائی هوشمند دانشگاه فنی آیندهون (Kuip 2012)

در پژوهشی دیگر، «یونس» و همکارانش بیان می‌کنند که در حوزه نظام سرمایه‌داری، کسب و کارها در یک طیف قرار دارند که در یک سمت آن شرکت‌های انتفاعی وجود دارند که به دنبال خلق ارزش تجاری و کسب حداکثر سود هستند و در سمت دیگر آن سازمان‌های غیرانتفاعی حضور دارند که رسیدن به اهداف و ارزش‌آفرینی اجتماعی هدف اصلی آنها را شکل می‌دهد. از نظر ایشان مؤسساتی

^{۱۱} Intelligent Lighting Institute (ILI)

مانند مؤسسه‌های پژوهشی در نقطه میانی از این طیف قرار دارند. این مؤسسه‌ها ضمن آنکه به دنبال خلق ارزش اجتماعی هستند، باید به منظور دستیابی به این هدف، با تجاری‌سازی و کسب درآمد از نتایج فعالیت‌های خود به دنبال خودکفایی باشند. وی از نوع کسب و کار در این نقطه میانی طیف بیان شده، با نام «کسب و کار اجتماعی» یاد می‌کند. سپس آنها با انجام سه مطالعه موردی، چارچوبی را برای مدل کسب و کار در حوزه کسب و کار اجتماعی ارائه داده‌اند. این چارچوب شامل ۴ جزء ارزش پیشنهادی (شامل ذینفعان و محصول/خدمت)، ساختار ارزش (زنجیره‌های ارزش داخلی و بیرونی)، تعادل ارزش اجتماعی (منفعت اجتماعی و محیطی) و تعادل ارزش اقتصادی (درآمد فروش، ساختار هزینه، سرمایه به کار گرفته شده و عدم ضرر اقتصادی) است (Yunus, Moingeon and Lehman-Ortega 2010).

«متز» در پژوهش خود به بررسی و تحلیل مدل کسب و کار برای تجاری سازی پژوهش های دانشگاهی پرداخت است. آنها بر اساس تحلیل خود چارچوب فرآیندی برای مدل کسب و کار دانشگاه های کارآفرین به منظور تجاری سازی پژوهش های خود در قالب اجزای صنعت، دانشگاه و دولت ارائه داده اند. این چارچوب به شرح شکل ۲-۶ قابل مشاهده است.^{۱۲} (Metz 2009)



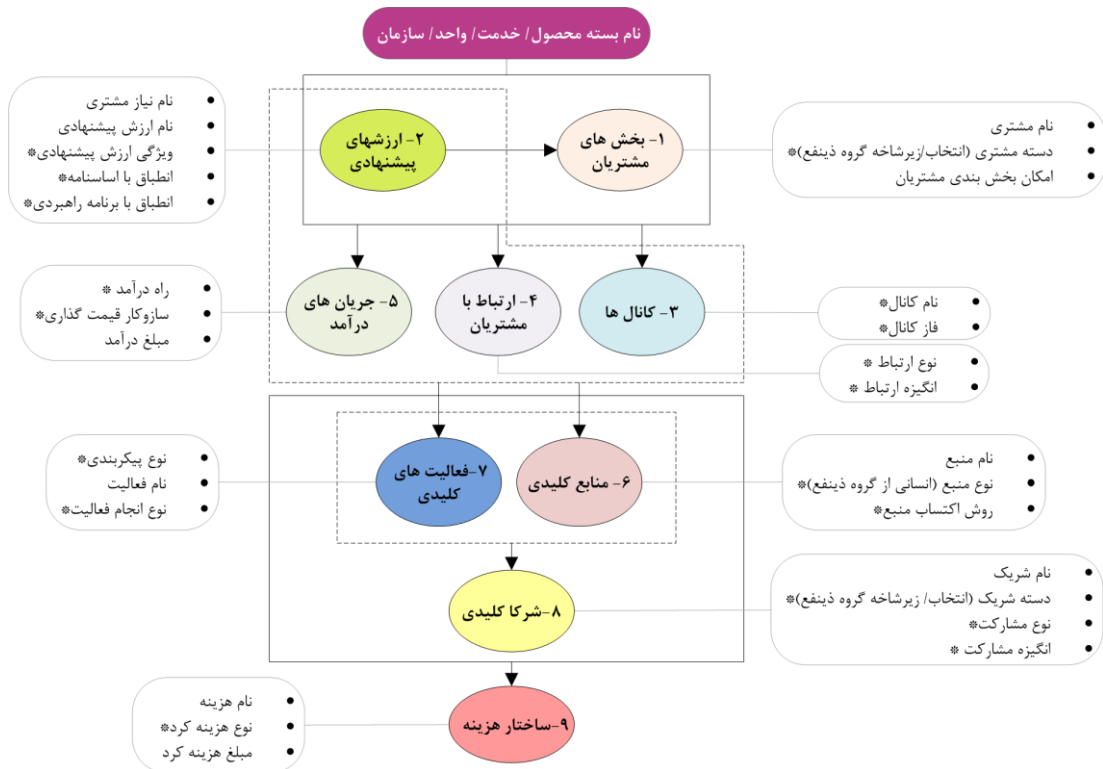
شکل ۲-۶. مدل کسب و کار تجاری سازی دانشگاه کار آفرین در چارچوب دانشگاه- صنعت- دولت (Metz 2009)

^{۱۲} در این شکل Spin-off، به معنای خروج یک پروژه جدید ناشی از کارآفرینی سازمانی از بدنه کسب و کار مادر است، که به نتایج قابل قبول اولیه رسیده باشد.

در پژوهشی دیگر «کاظمی» و «بهرامی» در پژوهش خود از دیدگاه کسب و کار اجتماعی به موضوع فعالیت موسسه‌های پژوهشی در ایران پرداخته‌اند و سعی کرده‌اند چارچوبی برای مدل کسب و کار مؤسسه‌های پژوهشی در ایران ارائه دهند. این چارچوب مدل کسب و کار ارائه شده که بر اساس روش دلفی استخراج شده است، اجزای آن را به ترتیب اهمیت شامل آگاهی از نیازهای جدید قبل از انجام پژوهش، ارزش پیشنهادی، جریان درآمدی، آگاهی از آخرین پیشرفت‌های فناوریانه، ساختار هزینه، ارزیابی کسب و کار، منابع کلیدی، فعالیت‌های کلیدی، بخش‌بندی مشتریان، و امکان‌سنجی برای مدل کسب و کار معرفی کرده است (کاظمی و بهرامی ۱۳۹۶). این پژوهش را می‌توان تنها پژوهش مرتبط یافت شده با موضوع مدل کسب و کار به طور مشخص در حوزه مؤسسه‌های پژوهشی در ایران دانست که از این نظر بسیار ارزشمند است. اما در کنار این نکته مثبت، این پژوهش تنها به شناسایی اجزای مربوطه و اولویت‌بندی آنها پرداخته است، در حالی که یک چارچوب مدل کسب و کار علاوه بر شناسایی اجزا، نیاز به مفهوم‌سازی عملیاتی و شناسایی روابط بین آنها در قالب چارچوب مفهومی دارد. از سویی دیگر در حالی که در انطباق با سطح‌بندی مدل‌های کسب و کار از نظر «استروالد» و «پیگنیور»، در نگاه نخست به نظر می‌رسد که این چارچوب مدل کسب و کار در سطح ساب‌متا مدل (در سطح یک صنعت خاص) تعریف شده است، خود نویسندگان در بخش محدودیت‌ها و پیشنهادات بیان کرده‌اند که تعمیم‌دهی نتایج این پژوهش به سطح مؤسسه‌های پژوهشی در سطح ایران نیازمند پژوهش‌های عمیق‌تر است. از سوی دیگر به نظر می‌رسد که این پژوهش سعی کرده است نه بر اساس یک صنعت خاص، چارچوب مدل کسب و کاری را ارائه دهد، بلکه بر اساس یک مفهوم خاص (کسب و کار اجتماعی) در طراحی این چارچوب تمرکز کرده است. این در حالی است که مؤسسه‌های پژوهشی هر کدام در یک یا چند حوزه موضوعی (صنعت) خاص مشغول به فعالیت هستند که هر کدام فضای کسب و کاری و اجتماعی مختص به خود دارند. با این توصیف و در مجموع به نظر می‌رسد که چارچوب مدل کسب و کار ارائه شده در این پژوهش، ضمن آنکه مشخصه‌های یک چارچوب مدل کسب و کار کامل را دارا نیست، در تعمیم آن به تمامی مؤسسه‌های پژوهشی کشور در حوزه‌های فعالیت مختلف تردیدهای زیادی وجود دارد (خدمتگزار ۱۳۹۸). همین نکته ضرورت پژوهش حاضر را بیشتر نمایان می‌کند.

در **دیدگاه سوم**، تنها پژوهش متمرکز بر مدل کسب و کار در ایرانداک را می‌توان پژوهش قبلی خدمتگزار (۱۳۹۸) دانست. در این پژوهش گام‌های زیر طرح‌ریزی و اجرا شد: ۱- شناسایی لایه‌های اصلی کسب و کار ایرانداک از طریق تحلیل و نگاشت ذینفعان، ۲- شناسایی پیکربندی غالب ارزش‌آفرین ایرانداک، و ۳- طراحی ساختار مدل کسب و کار ایرانداک مبتنی بر یک چارچوب مدل

کسب و کار و اعتباریابی آن. در بخش اول چارچوب پایه طبقه‌بندی ذینفعان مبتنی بر دو نظریه «شناسایی و برتری ذینفعان» و «شبکه تأثیرات ذینفعان» توسعه داده شد. این چارچوب توسعه یافته مبتنی بر چهار معیار اصلی مشروعیت، قدرت، فوریت و فراوانی ارتباط ذینفعان بود. در گام دوم اقدام به شناسایی دسته‌های ذینفع ایرانداک مبتنی بر سه زیر گام مشخص شد و در نتیجه این اقدامات فهرستی از ۵۵ دسته ذینفع ایرانداک شناسایی و ارائه و در طبقات هشت‌گانه دسته‌بندی شد. در بخش دوم پس از بررسی و تحلیل ساختارهای پایه پیکربندی ارزش، میزان انطباق وضعیت کنونی و وضعیت ایده‌آل فعالیت‌های ایرانداک با هر کدام از این پیکربندی‌های ارزش پایه مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج نشان دادند که در حال حاضر ایرانداک بیشترین انطباق را به ترتیب با پیکربندی‌های زنجیره ارزش، شبکه ارزش و فروشگاه ارزش، و در وضعیت ایده‌آل باید بیشترین انطباق را به ترتیب با پیکربندی‌های شبکه ارزش، فروشگاه ارزش و زنجیره ارزش داشته باشد. در بخش سوم ابتدا بر اساس مقایسه انجام شده بر روی مدل‌های کسب و کار در سطح اول متامدل و بر پایه یک تحلیل تکمیلی، چارچوب پایه منتخب ارائه شد. این چارچوب شامل نه جزء بوم کسب و کار شامل بخش‌های مشتریان، ارزش‌های کلیدی، کانال‌ها، ارتباط با مشتری، جریان‌های درآمدی، فعالیت‌های کلیدی، منابع کلیدی، مشارکت‌های کلیدی و ساختار هزینه است که در آن بر انطباق با سطح راهبردی پژوهشگاه و ساختار توزیع شده پایین به بالای آن مبتنی بر محصولات، خدمات و واحدهای ایرانداک تأکید شده و توسعه یافته است. همچنین با اعتباریابی مدل، سعی شده است برخی ایرادهای گرفته شده به بوم کسب و کار «آستروالدر» از جمله ارزش کم در نظر گرفته شده برای راهبرد، و سطوح متفاوت جزئیات در اجزای مدل با طراحی و توسعه گزینه‌ها و آیتم‌های مرتبط در همه اجزا، برطرف شود. چارچوب مدل کسب و کار این پژوهش به شرح شکل ۲-۷ است.



شکل ۲-۷. چارچوب پایه مدل کسب و کار ایرانداک (خدمتگذار ۱۳۹۸)

به عنوان یک جمع‌بندی باید گفت در این پژوهش مبتنی بر چارچوب پایه منتخب برای طراحی مدل کسب و کار در پژوهش خدمتگذار (۱۳۹۸)، و با انتخاب الگوی پویا به عنوان الگوی منتخب طراحی و با توجه به سطوح محصولات، واحد کسب و کار و شرکت در سطوح «ویرتز»، طراحی مدل کسب و کار محصولات و خدمات ایرانداک در سطح پایه و سپس طراحی مدل کسب و کار در سطوح مأموریتی و سطح فراگیر مورد توجه قرار گرفته است.

طراحی مدل کسب‌وکار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۳۰

فصل سوم

روش پژوهش

۳. روش پژوهش

خدمتگذار (۱۳۹۸) بیان کرده است که به طور کلی در طراحی مدل کسب و کار ایرانداک دو نوع رویکرد به شرح زیر قابل اجرا است:

- رویکرد پایین به بالا: بدین صورت که پس از انتخاب چارچوب پایه مدل کسب و کار و شناسایی تمامی خدمات و محصولات پژوهشگاه، به کمک مدیران، مالک‌ها و مسئول‌های هر کدام از آنها اقدام به طراحی مدل کسب و کار هر کدام از آنها کرد. پس از اتمام این طراحی نیز از جمع‌بندی تمامی این مدل‌ها، مدل کلی کسب و کار ایرانداک استخراج و نهایی شود.
- رویکرد بالا به پایین: در این رویکرد، پس از انتخاب چارچوب پایه مدل کسب و کار، اقدام به شناسایی قالب‌ها، آیتم‌ها و گزینه‌های پایه برای هر کدام از اجزای چارچوب پایه از طریق منابعی مانند خروجی‌های گام اول همین طرح، اسناد راهبردی، مصاحبه با رئیس پژوهشگاه و منابع و مستندات دیگر خواهد شد. در این روش پس از این اقدام، ساختار کلی مدل کسب و کار ایرانداک بدست خواهد آمد که علاوه بر اجزاء، آیتم‌ها و گزینه‌های پایه آن مشخص خواهد بود. از این طریق و در ادامه این طرح، مدیران، مالک‌ها و مسئول‌های محصولات، خدمات و واحدهای مختلف پژوهشگاه می‌توانند ضمن طراحی مدل کسب و کار مدنظر خود، اقدام به توسعه ساختار ایجاد شده در سطح گزینه‌های پایه بکنند.

وی در مقایسه دو رویکرد به موارد زیر اشاره کرده است:

۱- در رویکرد اول، مشارکت مدیران، مالک‌ها و مسئولین محصولات، خدمات و واحدهای مختلف پژوهشگاه نیازمند برگزاری دوره آموزشی طراحی مدل کسب و کار و صرف هزینه و زمان زیادی بدین منظور است، اما در رویکرد دوم از طریق طراحی ساختار مدل کسب و کار، این افراد می‌توانند به طور ملموس و توزیع شده با این ساختار آشنا و در راستای تکمیل مدل کسب و کار خود اقدام کنند.

۲- رویکرد اول زمان و هزینه متمرکز زیادی نیازمند است، در حالی که رویکرد دوم زمان و هزینه اولیه کمتری خواهد برد و سپس در روند تکامل زمان و هزینه توزیع شده‌ای را طلب می‌کند.

۳- در حالی که سطح بلوغ مدل کسب و کار بدست آمده از رویکرد اول در ابتدا بالا است، در رویکرد دوم و همراه با تکمیل ساختار مدل بدست آمده و انتقال گزینه‌های جدید به ساختار پایه آن، سطح بلوغ مدل کسب و کار به مرور ارتقا می‌یابد. در این روند تکاملی، در انتها، به نظر می‌رسد سطح بلوغ مدل کسب و کار بدست آمده از رویکرد دوم از رویکرد اول بالاتر خواهد بود.

مبتهی بر این تحلیل و انتخاب رویکرد دوم در پژوهش خدمتگذار (۱۳۹۸)، همچنین با توجه به رویکرد الگوی پویا (Bouwman, Haaker, and Vose 2005) و سطوح محصولات، واحد کسب و کار و شرکت در سطوح «ویرتز» (Wirtz 2020) بیان شده در فصل دوم، به منظور دستیابی به اهداف پژوهش رویکردی کیفی مبتنی بر دو مرحله اصلی مدنظر قرار گرفت. در مرحله اول استخراج مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرانداک استخراج شد و در مرحله دوم، مبتنی بر مدل‌های کسب و کار استخراج شده، استخراج مدل کسب و کار حوزه‌های مأموریتی و همچنین مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک مدنظر قرار گرفت. در ادامه روش پژوهش این مرحله به تفکیک شرح داده خواهد شد.

۳-۱. استخراج مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات

مبتهی بر هدف مرحله‌ای استخراج مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک با رویکرد توسعه‌ای و در پاسخ به این پرسش که مدل‌های کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرانداک چگونه است، اجرای سه گام اصلی به شرح زیر در ایرانداک مدنظر قرار گرفت:



در ادامه به تشریح روش‌ها و اقدامات انجام شده در هر گام خواهیم پرداخت:

(۱) انتخاب سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک

- ورودی‌ها: ۱- فرانمون سامانه‌های ایرانداک، ۲- فرانمون خدمات دانش‌بنیان ایرانداک
- روش: مطالعه اسناد، اعلام نظر مقام ارشد پژوهشگاه به عنوان تصمیم‌گیرنده^{۱۳}
- خروجی: فهرست سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک به همراه مجریان/آگاهان هر کدام
- توضیحات: پس از مطالعه دو ورودی، آنها جهت اعلام نظر برای رئیس محترم ایرانداک ارسال و از ایشان درخواست شد تا در فهرستی سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک به همراه نفرات مجری یا آگاه در هر کدام مشخص شود. در مرحله اول ایشان ۲۳ سامانه و خدمت را مشخص کردند. در مرحله دوم طی جلسه‌ای حضوری و توضیحات تکمیلی، ایشان ضمن اصلاح برخی موارد (دو سامانه و چهار مجری/آگاه) فهرستی شامل ۲۱ سامانه و خدمات اصلی ایرانداک را به همراه ۲۲ مجری/آگاه هر کدام نهایی کردند. در مرحله امکان‌سنجی مجدد نیز مبتنی بر نظر رئیس محترم ایرانداک، یکی از این سامانه‌ها حذف و تعداد سامانه‌ها به ۲۰ مورد کاهش پیدا کرد.

(۲) استخراج اولیه مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرانداک:

- ورودی:
- ۱- چارچوب پایه مدل کسب و کار ایرانداک (خدمتگذار ۱۳۹۸)
- ۲- فهرست سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک به همراه مجریان/آگاهان هر کدام
- روش: مطالعه کتابخانه‌ای، استفاده از ابزار پرسشنامه، تحلیل محتوا
- خروجی: مدل کسب و کار اولیه سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک
- توضیحات: مبتنی بر ورودی اول و مطالعه پیشینه تکمیلی (که در فصل دوم بیان شده است)، پرسشنامه‌ای به شرح پیوست ۱ تدوین شد. از دلایل اصلی انتخاب ابزار پرسشنامه می‌توان به این موارد اشاره کرد: ۱- آموزش و انتقال دانش تدوین مدل کسب و کار به مخاطبان، و ۲- همه‌گیری کرونا در محدود اجرای طرح و سعی در پیشگیری از برگزاری جلسات حضوری. محتوا و ساختار پرسشنامه توسط دو نفر دیگر (از جمله رئیس محترم پژوهشگاه) نیز بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. سپس ۳۳ پرسشنامه در تاریخ ۱۳۹۹/۰۸/۲۱ برای ۲۲ نفر از مجریان/آگاهان مشخص شده در ورودی دوم ارسال شد. پس از آن در تاریخ‌های ۱۳۹۹/۰۸/۲۸، ۱۳۹۹/۰۹/۱۵

^{۱۳} Decision Maker

و ۱۳۹۹/۰۹/۳۰ نیز برای مجریان/آگاهان ایمیل یادآوری ارسال شد. (شایان ذکر است که به علت همه‌گیری کرونا، پژوهشگاه در محدود تاریخی ۲۱ تا ۳۰ آبان با دو سوم ظرفیت، در محدوده تاریخی اول تا پانزدهم آذر با یک سوم ظرفیت (هفته دوم تعطیل)، و در محدود تاریخی شانزده تا بیست و هشتم آذر با نصف ظرفیت فعال بود و همین امر مشکلاتی را در زمان‌بندی تکمیل پرسشنامه ایجاد کرد). در طی این مدت نیز جلساتی با هفت نفر از مخاطبات/آگاهان به شکل حضوری پرسشنامه تشریح و تکمیل شد. سرانجام در تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۳۰ تعداد ۲۴ پرسشنامه تکمیل شده (متعلق به ۲۰ سامانه/خدمت که هر کدام حداقل یک پرسشنامه شده داشتند) دریافت شد. در انتها نیز مبتنی بر پرسشنامه‌های تکمیل شده، با تحلیل محتوای اولیه مدل کسب و کار ۲۰ سامانه/خدمت ایرانداک استخراج شد.

۳) اعتباریابی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرانداک

- ورودی: مدل کسب و کار اولیه سامانه‌ها و خدمات ایرانداک
- روش: ۱- سه‌سویه‌سازی روش (مصاحبه)، ۲- سه‌سویه‌سازی بررسی‌کننده^{۱۴} (دانایی فر، الوانی، آذر ۱۳۹۲)
- خروجی: مدل کسب و کار اعتباریابی شده سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک
- توضیحات: به منظور اعتباریابی مدل‌های اولیه کسب و کار استخراج شده از دو شیوه استفاده شد. در روش اول تحلیل محتوای پرسشنامه‌های هر سامانه/خدمت، علاوه بر مجری، توسط یک همکار داوطلب نیز انجام شد. سپس طی جلساتی مدل‌های اولیه کسب و کار خروجی هر دو نفر به بحث گذاشته و مدل کسب و کار نهایی شد (سه‌سویه‌سازی بررسی‌کننده). در روش دوم پس از ارسال مدل کسب و کار نهایی شده در روش اول برای هر کدام از مجریان/آگاهان، طی جلسه حضوری اجزا و محتوای هر مدل به صورت تک تک مورد بررسی مشترک قرار گرفت و مدل با نظر هر مجری/آگاه نهایی شد (مصاحبه به عنوان سه‌سویه‌سازی روش). بدین منظور ۱۷ جلسه حضوری برگزار شد.

۳-۲. استخراج مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک

پس از استخراج مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات، پرسشی که در این بخش باید پاسخ داد شود آنست که مدل کسب و کار ایرانداک در سطوح هر کدام از مأموریت‌های کلیدی و فراگیر آن چگونه است؟. این بدان معناست که پس از استخراج مدل کسب و کار طراحی شده در تمامی سامانه‌ها و

^{۱۴} Investigator and Methodological Triangulation

خدمات ایرانداک پیاده‌سازی شده، در مرحله دوم مبتنی بر آنها باید مدل کسب و کار اصلی ایرانداک برای هر کدام از مأموریت‌های کلیدی آن و در نهایت در سطح فراگیر ایرانداک استخراج شود. بر این اساس این مرحله در دو گام به شرح زیر طراحی و اجرا شد:

۱- استخراج مدل کسب و کار حوزه‌های مأموریتی ایرانداک

۲- استخراج مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک

در ادامه به تشریح اقدامات و روش‌های هر گام خواهیم پرداخت:

۱) استخراج مدل کسب و کار حوزه‌های مأموریتی ایرانداک

- ورودی: ۱- مدل‌های کسب و کار سامانه‌ها/خدمات ایرانداک، ۲- پنج مأموریت کلیدی ایرانداک مبتنی بر اساسنامه پژوهشگاه
- روش:

۱- تحلیل انطباقی به منظور بررسی پیوندهای سامانه‌ها/خدمات با مأموریت‌های کلیدی ایرانداک

۲- تحلیل محتوا با استفاده از «اکسل» و قابلیت «پیووت»^{۱۵} آن

۳- اعتبارسنجی از طریق سه‌سویه سازی بررسی‌کننده (دانایی فر، الوانی، آذر ۱۳۹۲)

- خروجی: مدل کسب و کار مأموریت‌های کلیدی ایرانداک
- توضیحات: بدین منظور ابتدا بر اساس نظر رئیس پژوهشگاه و ناظر طرح و دو تن از همکاران پژوهشگاه آشنا با مأموریت‌های ایرانداک، نگاشت بین سامانه‌ها / خدمات ایرانداک و هر کدام از مأموریت‌های پنج‌گانه کلیدی ایرانداک استخراج و جمع‌بندی شد. سپس مبتنی بر تحلیل محتوای مدل‌های کسب و کار منطبق با هر مأموریت، آیتم‌های مولفه‌های مدل کسب و کار در هر مأموریت استخراج شد. به منظور اعتبارسنجی نیز مدل کسب و کار استخراج شده از طریق انجام مجدد فرآیند و خروجی‌ها توسط بررسی‌کننده (یک تن) دیگر و سپس برگزاری جلسه مشترک به منظور انطباق نتایج و تحلیل و رفع تفاوت‌ها، اعتبارسنجی شد.

۲) استخراج مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک

- ورودی: ۱- مدل‌های کسب و کار سامانه‌ها/خدمات ایرانداک، ۲- مدل‌های کسب و کار حوزه‌های مأموریتی ایرانداک
- روش:

۱- تحلیل محتوا با استفاده از «اکسل» و قابلیت «پیووت»^{۱۶} آن

۲- اعتبارسنجی از طریق سه‌سویه سازی بررسی‌کننده (دانایی‌فر، الوانی، آذر ۱۳۹۲)

- خروجی: مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک
- توضیحات: در این گام، تحلیل محتوای مدل‌های کسب و کار مأموریت‌های کلیدی ایرانداک انجام و مبتنی بر آن آیتم‌های همه مولفه‌های مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک استخراج شد. به منظور اعتباریابی نیز سه‌سویه‌سازی بررسی‌کننده از طریق انجام فرآیند موازی توسط بررسی‌کننده (یک تن) دیگر، مقایسه خروجی دو فرآیند و سپس برگزاری جلسات تحلیل و رفع تفاوت‌ها مدنظر قرار گرفت.

طراحی مدل کسب‌وکار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۳۸

فصل چهارم

یافته‌های پژوهش

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. استخراج مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات

همانطور که در فصل روش پژوهش بیان شد در مرحله اول استخراج مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرنداک مدنظر قرار گرفت. در ادامه یافته‌های این مرحله در دو بخش شرح داده خواهد شد.

۴-۱-۱. سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرنداک

مبنتی بر روش پژوهش شرح داده شده فهرستی شامل ۲۰ سامانه و خدمت اصلی ایرنداک و مجریان/آگاهان اصلی هر کدام به شرح جدول ۴-۱ بدست آمد.

جدول ۴-۱. فهرست سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرنداک به همراه مجریان/آگاهان اصلی هر کدام

ردیف	نام	نام مجریان/آگاهان
۱	پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرنداک). نسخه ۸	سرکار خانم مصفا/سرکار خانم شمس
۲	پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج). نسخه ۴	جناب مهندس زالی/سرکار خانم شمس
۳	سامانه ملی ثبت پایان‌نامه، رساله، و پیشنهاد (ثبت). نسخه ۲	جناب آقای محمودیان/جناب مهندس حجت‌پناه/ جناب مهندس آقالوی
۴	سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲	جناب آقای معز/جناب دکتر شیرانی/جناب مهندس آقالوی
۵	سامانه همانندجو	جناب دکتر شیرانی/جناب مهندس پارسی
۶	سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)	جناب دکتر صدیقی/جناب آقای رزمی
۷	سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲	سرکار خانم دهنسرای
۸	سامانه آمار کتابخانه‌ها (آک)	سرکار خانم بیرامی
۹	سامانه مدیریت نشست‌ها و مصوبه‌های هیئت‌های امانا (سامان‌ها)	جناب آقای دکتر ربیعی

ردیف	نام	نام مجربان / آگاهان
۱۰	سامانه آموزش‌های کوتاه‌مدت	سرکار مهندس لامعی
۱۱	پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)	جناب دکتر رسولی
۱۲	پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص‌های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)	سرکار دکتر نامداریان
۱۳	پایگاه وب اصطلاح‌نامه‌های علمی و فنی . نسخه ۲	سرکار دکتر بهشتی / جناب آقای رجبی / سرکار خانم دهسرای
۱۴	پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار)	سرکار دکتر نظری / جناب مهندس حجت‌پناه
۱۵	پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (دا) . نسخه ۲	جناب دکتر رسولی
۱۶	پایگاه وب واژه‌نامه‌ها	سرکار خانم دهسرای / جناب مهندس زالی
۱۷	پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایرانداک (نام‌ها)	سرکار خانم دهسرای / جناب مهندس زالی
۱۸	سامانه پرسا	جناب دکتر صدیقی
۱۹	طرح‌های پژوهشی تقاضامحور سازمان‌های دیگر	جناب آقای دکتر نعیمی صدیق
۲۰	طرح‌های پژوهشی بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه	سرکار دکتر نامداریان، سرکار دکتر پورنقی، جناب دکتر حسان، جناب دکتر رسولی

این فهرست بر اساس اعلام نظر ناظر محترم طرح و رئیس ایرانداک طی دو مرحله استخراج شده است. در مرحله اول این فهرست توسط ایشان تکمیل و ارسال شد. در مرحله دوم در جلسه‌ای حضوری یک به یک موارد بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. شایان ذکر است که در مرحله دوم، نام سامانه عرضه و تقاضای پژوهش (ساعت) به علت منسوخ شدن از فهرست حذف و آگاه خدمت ردیف ۱۸ به علت در دسترس نبودن مجری اصلی، به آگاه جدید مندرج در جدول تغییر پیدا کرد.

۴-۱-۲. مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرانداک

پس از دستیابی به فهرست سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک، انجام دو گام استخراج اولیه و اعتباریابی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرانداک مطابق روش پژوهش بیان شده در فصل سوم مدنظر قرار گرفت. در ادامه به تفکیک مدل کسب و کار این سامانه‌ها و خدمات ارائه خواهد شد. جزئیات جداول تکمیل شده هر کدام از این سامانه‌ها و خدمات در **پیوست ۲** به تفکیک قابل مشاهده است.

۴-۱-۲-۱. پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸

پایگاه وب پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) نمود این پژوهشگاه در اینترنت است که مأموریت‌های کلیدی آن را در زمینه‌های پژوهش، مدیریت اطلاعات علم و فناوری، اخلاق پژوهش، آموزش و توانمندسازی، همکاری‌های علمی و پژوهشی، و پشتیبانی از سیاست‌گذاری علم و فناوری بازمی‌نماید. این پایگاه درگاهی است که پیوند دوسویه ایرانداک را با کاربران آن فراهم می‌سازد و افزون بر نمایش نزدیک به نیم‌سده دستاوردهای سازمانی، توانمندی‌ها و خدمات کنونی آن را برای دستگاه علم، فناوری، و نوآوری کشور فراروی پژوهشگران، دانشگران، دانشجویان، و سیاست‌گذاران می‌گذارد و از دیدگاه‌ها و مشارکت ایشان نیز بهره می‌برد. نخستین پایگاه وب ایرانداک در سال ۱۳۷۸ ساخته شد که از نخستین پایگاه‌های وب در میان نهادهای علمی کشور به‌شمار می‌رفت. پس از آن شش نسخه دیگر پایگاه در سال‌های ۱۳۷۹، ۱۳۸۱، ۱۳۸۲، ۱۳۸۴، ۱۳۸۵، و ۱۳۸۸ درست و نسخه کنونی پایگاه وب ایرانداک نیز در اردیبهشت ۱۳۹۶ رونمایی شد. ویرایش‌های پایگاه وب ایرانداک تاکنون افتخارهای گوناگونی هم به‌دست آوردند، مانند:

- رتبه دوم کشور و ۲۶۱ام جهان در رتبه‌بندی وب‌سنجی (وبومتریک) در میان پایگاه‌های وب مؤسسه‌های پژوهشی جهان بر پایه دو سنجه وب‌دامنه‌های اینترنتی و شمار فایل‌های غنی مؤسسه‌ها (ژانویه ۲۰۱۶)؛
- رتبه نخست در بخش ویژه رعایت استانداردهای وب و رتبه دوم در بخش خدمات اطلاع‌رسانی در سومین جشنواره ارزیابی وب‌گاه‌های حاکمیتی (۱۳۹۱).

شکل ۴-۱ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «irandoc.ac.ir» قابل دسترسی است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۲ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۱. نمایی از پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

پایگاه وب پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸

طراحی توسط:

سرکار خانم شمسی، سرکار خانم مصفا، حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

1399/1-1-1

نسخه

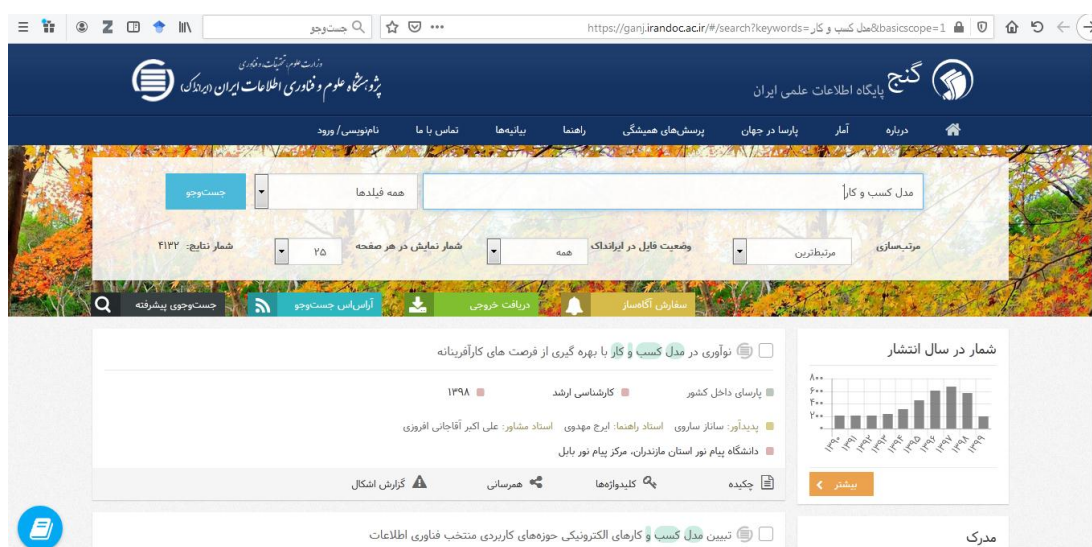
9.1

[illegible]

شکل ۴-۲. مدل کسب و کار پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸

۴-۱-۲-۲. پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج). نسخه ۴

پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج)، دستاورد کاربرد فناوری اطلاعات در خدمات مدیریت اطلاعات علم و فناوری در پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) است. پیشینه این بخش از خدمات ایرانداک به دهه چهل بازمی‌گردد که کار گردآوری، سازمان‌دهی، و اشاعه اسناد علمی و فناوری در مرکز اسناد علمی آغاز شد. هر چند اکنون بیشترین داده‌های روزآمد گنج از پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها و پیشنهادها و آنتهاست، ولی قلمرو آن گسترده است و طرح‌های پژوهشی، گزارش‌های دولتی، و مقاله‌های علمی را نیز در بر دارد. کار پایگاه اطلاعات علمی ایران، نخستین بار در سال ۱۳۷۰ در رایانه‌های «مین فریم» و محیط نرم‌افزار «سی‌دی‌اس‌آی‌اس‌آی‌اس» شروع شد. در سال ۱۳۷۳ این پایگاه با فناوری «دایال‌آپ» در شبکه‌ای با نام «صبا» از دور در دسترس کاربران قرار گرفت. سال ۱۳۷۸ بود که اینترنت به ایرانداک وارد شد و دسترسی به گنج نیز در وب فراهم شد. از آن پس با پیشرفت فناوری اطلاعات، این پایگاه نیز قابلیت‌های تازه‌ای یافته است و در گذر زمان، نسخه‌های گوناگونی از آن با فناوری‌های روز به کار رفته‌اند. این پایگاه با صدها هزار پیشینه از بزرگ‌ترین گنجینه‌های علمی کشور و هم‌اکنون مرجع بسیاری از پژوهشگران ایران و جهان است و روزانه بیش از ده هزار کاربر، ده‌ها هزار جست‌وجو در آن انجام می‌دهند. این سامانه بنیان سامانه‌های دیگری در ایرانداک همچون سامانه همانندجو، سامانه پیشینه پژوهش، و برخی از داشبوردهای رصدخانه پژوهش و فناوری نیز هست. شکل ۴-۳ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «ganj.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۴ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۳. نمایی از پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج). نسخه ۴

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج) . نسخه ۴

طراحی توسط:

سرکار خانم شمسی، حمیدرضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش‌های پیشنهادی		فعالیت‌های کلیدی		مشارکت‌های کلیدی	
۱- دانشجویان (داخلی)		سلف سرویس		اشاعه خروجی‌های پژوهش‌های دانشگاهی و پیشینه تولیدات علمی کشور (به ویژه پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها)		طراحی و پیاده‌سازی سامانه		۲۷- نهادهای دولتی سیاست‌گذار و قانون‌گذار در حوزه علم و فناوری کشور	
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)		کمک شخصی				ورود و به‌روز رسانی محتوا و اطلاعات سازماندهی شده کتابشناختی مدارک علمی از سامانه‌های ثبت و ویرایش			
۱۳- دانشجویان (خارجی)		* خلق مشترک		ایجاد دسترسی به مدارک علمی و پژوهش‌های دانشگاهی در درگاهی یکپارچه		انتقال منظم و بی‌وقفه فایل تمام متن مدارک مجاز برای اشاعه (قبل از دستور پایان دسترسی به تمام محتوا)		سامانه‌ها :	
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)				ایجاد دسترسی به نسخه تمام متن مدارک علمی کشور و همراهی با نهضت دسترسی آزاد		برهم‌کنشی بین سامانه و سامانه‌های ثبت و ویرایش و سازماندهی اطلاعات		(+ سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲	
۱۶-۲- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)				ایجاد امکان جستجوی ساده و پیشرفته در میان پژوهش‌های دانشگاهی بر اساس اقلام اطلاعاتی گوناگون و امکان شخصی‌سازی مدارک بازیابی‌شده		بازبینی دوره‌ای فراداده‌های موجود در پایگاه داده با هدف شناسایی و برنامه‌ریزی برای رفع خطاهای احتمالی در داده‌ها		(+ سامانه ثبت	
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)				ارائه گزارش‌های مدیریتی و سیاستگذارانه در حوزه علم و فناوری در مورد تحولات و ترندهای علمی و پژوهشی کشور		افزودن قابلیت‌ها و امکانات جدید به پایگاه برای جلب و جذب کاربران		(+ سامانه پیشینه	
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری (خارجی)				ایجاد درگاهی برای رصد تولیدات علمی و پژوهش‌های دانشگاهی کشور		نگهداری و به‌روز رسانی فنی سامانه و زیرساخت آن			
۱۹- حوزه‌های علمیه (خارجی)						تهیه و به‌روزرسانی راهنمای‌های استفاده از سامانه			
۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)						شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌ها و معرفی سامانه			
(+ سامانه پیشینه									
		اینترنت- وب سایت		ایجاد درگاهی برای رصد تولیدات علمی و پژوهش‌های دانشگاهی کشور		منابع انسانی		منابع مالی	
		اینترنت- ایمیل				• طراحان و پشتیبانان فنی سامانه		• بودجه دولتی	
		تلفن ثابت				• پشتیبانان محتوایی سامانه		• درآمد اختصاصی موسسه	
		تلفن همراه				منابع معنوی			
		ارائه در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها				• برند ایرانداک		منابع فیزیکی	
		بازدید از ایرانداک				• پایگاه داده مشتریان (استفاده‌کنندگان از سامانه)		• ساختمان	
		معرفی از طریق نامه				• آیین‌نامه ثبت و اشاعه پیشنهادها و پارساها و بخشنامه‌های مرتبط		• تجهیزات سخت افزاری	
						• دانش طراحی سامانه تحت وب		• سامانه	
						• دانش تحلیل محتوایی پارسا		• شبکه و اینترنت و تلفن	
		</							

۴-۱-۲-۳. سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاده (ثبت). نسخه ۲

بر پایه تبصره ۴ «قانون پیشگیری و مقابله با تقلب در تهیه آثار علمی» مصوب ۳۱ مرداد ۱۳۹۶ مجلس شورای اسلامی و آیین نامه اجرایی این قانون، مصوب ۲۳ مرداد ۱۳۹۸ هیئت وزیران؛ همه دانشگاه ها، پژوهشگاه ها، و مؤسسه های آموزش عالی و پژوهشی دولتی و غیردولتی باید تمام متن پایان نامه ها، رساله ها، و پیشنهاده های دانشجویان تحصیلات تکمیلی خود را که طبقه بندی ندارند، در پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) ثبت کنند. برای آسان سازی این فرایند، ایرانداک سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاده (ثبت) را در اختیار دانشجویان گذارده است. دانشجویان پس از تصویب پیشنهاده، به این سامانه مراجعه و اطلاعات پیشنهاده خود را ثبت و شناسه ره گیری دریافت می کنند. پایان نامه ها و رساله ها نیز پس از ثبت و بارگذاری فایل تمام متن و تأیید ایرانداک، آماده پذیرش دانشگاه می شوند. دریافت شناسه ره گیری به منزله ثبت پایان نامه یا رساله در سامانه است و دانشجو باید آن را برای گام های بعدی به مؤسسه محل تحصیل اعلام کند. سپس دانشگاه وارد سامانه می شود و اطلاعات دانشجو را بررسی و اگر تأیید کند، در سامانه ثبت پایانی می شود. شکل ۴-۵ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «sabt.irandoc.ac.ir» قابل دسترسی است، نشان می دهد. فرآیند کاری در این سامانه در شکل ۴-۶ و مدل کسب و کار استخراج شده آن نیز به شرح شکل ۴-۷ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۵. نمایی از سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاده (ثبت). نسخه ۲



شکل ۴-۶: فرآیند کاری سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاد (ثبت). نسخه ۲

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاد (ثبت) - نسخه ۲

طراحی توسط:

مهدی محمودیان، حجت پناه، خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱/۰۱

نسخه:

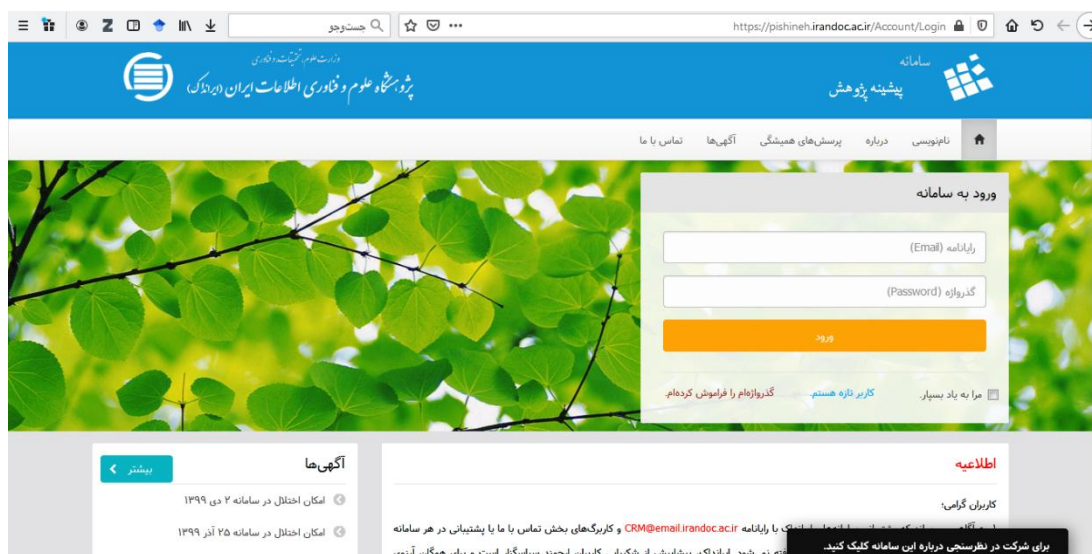
۱.۱

بخش های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش های پیشنهادی	فعالیت های کلیدی	مشارکت های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی)	سلف سرویس	ثبت پیشنهاد پارسا در ایرانداک	طراحی و پیاده سازی سامانه (ثبت نام، ثبت پیشنهاد، ثبت پارسی داخلی و خارجی، فرآیند بررسی و تأیید ایرانداک و موسسه)	۱۶-۲- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	کمک شخصی	ثبت پارسا در ایرانداک	ورود و به روزرسانی اطلاعات پایه در سامانه (مانند رشته و گرایش و اسامی موسسات و دانشکده ها)	• نمایندگان دانشگاه ها، پژوهشگاه ها و مراکز پژوهشی و حوزه های علمیه
۱۳- دانشجویان (خارجی)		ارائه شناسه ثبت نهایی پیشنهاد و پارسا در ایرانداک	نمایه سازی و کنترل اطلاعات	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)		ارائه آمار ثبت پیشنهاد	• برهم کنشی سامانه در حوزه کلمات کلیدی خودکار با واژه نامه و اصطلاحنامه ها	• سبوی دانش پارسیان
۱۶-۲- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)		ارائه آمار ثبت پارسا	نگهداری و به روز رسانی فنی سامانه و زیرساخت آن	سامانه ها :
۱۸-۱- دانشگاه ها (خارجی)			تهیه و به روزرسانی راهنمای های استفاده از سامانه	(+) سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲
۱۸-۲- پژوهشگاه ها و مراکز پژوهشی (خارجی)			برهم کنشی و یکپارچه سازی اطلاعات سامانه با سامانه های همانندجو و سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات	(+) سامانه واژه نامه ها
۱۹- حوزه های علمیه (خارجی)			شرکت در نمایشگاه ها و همایش ها و معرفی سامانه	(+) سامانه اصطلاحنامه ها
۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	کانال ها			(+) سامانه همانندجو
۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک (خارجی) - سبوی دانش	اینترنت- وب سایت		منابع کلیدی	
(+) سامانه همانندجو	اینترنت- ایمیل		منابع انسانی	منابع مالی
(+) سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات- نسخه ۲	تلفن ثابت		• شبکه نمایندگان و کارشناسان موسسات	• بودجه دولتی
	تلفن همراه		• پشتیبان سامانه	• درآمد اختصاصی موسسه
	اعلان و کارفران- کارشناسان موسسه ها		• نمایه سازان و کنترل کنندگان اطلاعات	
	ارائه در همایش ها و نمایشگاه ها		منابع معنوی	منابع فیزیکی
	بازدید از ایرانداک		• برند ایرانداک	• ساختمان
	معرفی از طریق نامه		• پایگاه داده مشتریان (دانشجویان)	• تجهیزات اداری
			• آیین نامه ثبت و اشاعه پیشنهادها و پارساها و بخشنامه های مرتبط	• تجهیزات سخت افزاری
			• دانش طراحی سامانه تحت وب	• سامانه
				• شبکه و اینترنت
جریان های درآمدی	تبلیغات	ساختار هزینه	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان
• حق استفاده (حق ثبت پارسا)			خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری
• حق استفاده (حق ثبت پیشنهاد)			تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	پرداخت حقوق طراحان سامانه
			پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	پرداخت حقوق نمایه سازها و کنترل کننده های اطلاعات

شکل ۴-۷. مدل کسب و کار سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاد (ثبت) - نسخه ۲

۴-۱-۲-۴. سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲

بسیاری از پژوهش‌های دانشگاهی در پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها انجام می‌شوند و بخشی از مقاله‌های علمی نیز دستاورد همین پژوهش‌ها هستند. آسانی دستیابی به این منابع کلیدی و کاربست دستاوردهای آنها در فرایند پژوهش برای پژوهشگران و در چرخه تولید برای صنعت کشور بسیار ارزشمند است. پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) کار ثبت، سازمان‌دهی، و اشاعه اطلاعات علم و فناوری کشور را بر عهده دارد و از دیرباز مرکز دریافت نسخه‌ای از پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها و ارائه خدمات اطلاع‌رسانی آنها به جامعه علمی کشور بوده است. ایرانداک با این پشتوانه، سامانه پیشینه پژوهش را برای خدمت به نظام علمی کشور راه‌اندازی کرده است و به دانشجویان تحصیلات تکمیلی و پژوهشگران کمک می‌کند تا از پیشینه کار خود، به‌ویژه در پایان‌نامه‌ها و رساله‌های انجام شده در کشور آگاهی یابند و از کار دوباره پرهیز کنند و با منابع موجود درباره پژوهش خود نیز آشنا شوند. کاربران می‌توانند پس از ثبت نام و تأیید آن، وارد سامانه شوند و درخواست خود را ثبت و هزینه آن را پرداخت نمایند. نتیجه بررسی کارشناسان آموزش‌دیده ایرانداک در کوتاه‌ترین زمان برای کاربر و نیز همه کسانی که کاربر بخواهد، فرستاده می‌شود. شکل ۴-۸ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «pishine.irandoc.ac.ir» قابل دسترسی است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۹ قابل مشاهده است.



The screenshot displays the login interface of the Pishine.irandoc.ac.ir website. The header is blue with the site's logo and navigation links. The main content area has a green background with a login form. The form includes fields for 'رایانامه (Email)' and 'گذرواژه (Password)', followed by an orange 'ورود' (Login) button. Below the button are links for 'گذرواژه‌ام را فراموش کرده‌ام' and 'کاربر تازه هستم'. The footer contains contact information and a disclaimer.

شکل ۴-۸. نمایی از سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲

طراحی توسط:

ابراهیم معز، حجت پناه، خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

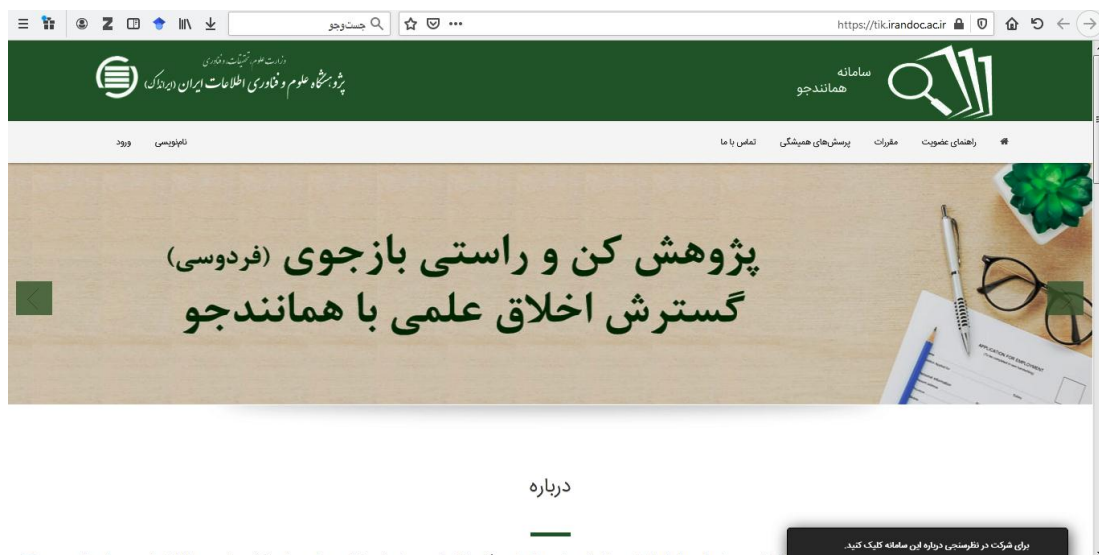
۱.۱

بخش های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش های پیشنهادی		فعالیت های کلیدی		مشارکت های کلیدی	
۱- دانشجویان (داخلی)		سلف سرویس		فهرست پیشینه پیشنهاد/ پارساهای انجام شده		طراحی و پیاده سازی سامانه (ثبت نام، ثبت درخواست، مشاهده نتیجه، شکایات)		۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)		کمک شخصی		در موضوع پارسای مورد بررسی		ورود و به روزرسانی اطلاعات پایه در سامانه (مانند رشته و گرایش و اسامی موسسات و دانشکده ها)		• شرکت سبوی دانش	
۱۰- پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات (داخلی)		نظرسنجی		فهرست پیشینه پیشنهاد/ پارساهای انجام شده		بررسی پیشینه، تهیه پاسخ و ارسال		سامانه ها :	
۱۳- دانشجویان (خارجی)				در موضوع پیشنهاد مورد بررسی		*برهم کنشی سامانه در حوزه کلمات کلیدی خودکار با واژه نامه و اصطلاحنامه ها		(+) سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲	
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)				فهرست مدارک نزدیک به موضوع پژوهش مبتنی بر کلمات کلیدی پیشنهادی کاربر		نگهداری و به روزرسانی فنی سامانه و زیرساخت آن		(+) سامانه واژه نامه ها	
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)				فهرست مدارک نزدیک به موضوع پژوهش مبتنی بر کلمات کلیدی خودکار ایرانداک		تهیه و به روزرسانی راهنمای های استفاده از سامانه		(+) سامانه اصطلاحنامه ها	
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری				ارائه گزار ش پیشینه پژوهش به شکل رسمی		* برهم کنشی و یکپارچه سازی اطلاعات با سامانه گنج		(+) سامانه گنج	
* ۲۱-۲- ناشران نشریه های دانشگاهی (خارجی)						معرفی سامانه در بازدیدها از ایرانداک و همایش ها			
* ۲۶-۱- مجریان همایش ها		کانال ها				معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیرمجموعه های وزارت علوم			
		اینترنت- وب سایت							
		اینترنت- ایمیل							
		تلفن ثابت							
		ارائه در همایش ها و نمایشگاه ها							
		بازدید از ایرانداک							
		معرفی از طریق نامه							
جریان های درآمدی				ساختار هزینه					
حق استفاده (درخواست پیشینه)		* تبلیغات		خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه		منابع مالی		هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	
				خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری		• بودجه دولتی		هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	
				تامین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت		• درآمد اختصاصی موسسه		پرداخت حقوق طراحان سامانه	
				پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه		• آورده نقدی شرکت سبوی دانش		پرداخت حقوق کارشناسان پاسخگو	
						منابع معنوی			
						• برند ایرانداک			
						• پایگاه داده مشتریان (دانشجویان)			
						• آیین نامه ثبت و اشاعه پیشنهادها و پارساها و بخشنامه های مرتبط			
						• دانش طراحی سامانه			
						منابع فیزیکی			
						• ساختمان			
						• تجهیزات اداری			
						• تجهیزات سخت افزاری			
						• سامانه			

شکل ۴-۹. مدل کسب و کار سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲

۴-۱-۲-۵. سامانه همانندجو

بر پایه تبصره ۴ «قانون پیشگیری و مقابله با تقلب در تهیه آثار علمی» مصوب ۳۱ مرداد ۱۳۹۶ مجلس شورای اسلامی و آیین‌نامه اجرایی مصوب ۲۳ مرداد ۱۳۹۸ هیئت وزیران؛ همه مؤسسه‌های آموزش عالی باید تمام‌متن پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دانشجویان تحصیلات تکمیلی خود را در ایرنداک همانندجویی کنند. «همانندجو» با جست‌وجوی خودکار در متن کامل پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها و دیگر مدارک علمی در ایرنداک و همچنین در وب، نوشته‌های همانند را با بازیابی و اندازه‌ی همانندی و منبع اطلاعات همانند را نمایش می‌دهد. برای کاربر است این سامانه، استادان گرامی با معرفی مؤسسه‌ها به عضویت این سامانه در می‌آیند و از آن پس می‌توانند پس از ورود به سامانه، نوشته‌های دانشجویان خود را بارگذاری و نتیجه همانندجویی را در کوتاه‌ترین زمان دریافت کنند. افزون بر این، استادان می‌توانند دانشجویان خود را به این سامانه معرفی کنند و نتیجه همانندجویی مدارکی را که آنها بارگذاری می‌کنند، ببینند. «همانندجو» برای نشریه‌ها و همایش‌ها و همچنین ناشران کتاب‌های علمی نیز به کار می‌رود و ناشران و برگزارکنندگان می‌توانند با عضویت در این سامانه، همه گونه مدرک علمی را همانندجویی کنند و از درستی مالکیت فکری آنها آسودگی یابند. «همانندجو» با مشارکت شرکت سبوی دانش پارسیان طراحی و راه‌اندازی شده است. شکل ۴-۱۰ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «tik.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۱۱ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۱۰. نمایی از سامانه همانندجو

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه همانندجو

طراحی توسط:

دکتر فرهاد شیرانی، حمیدرضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

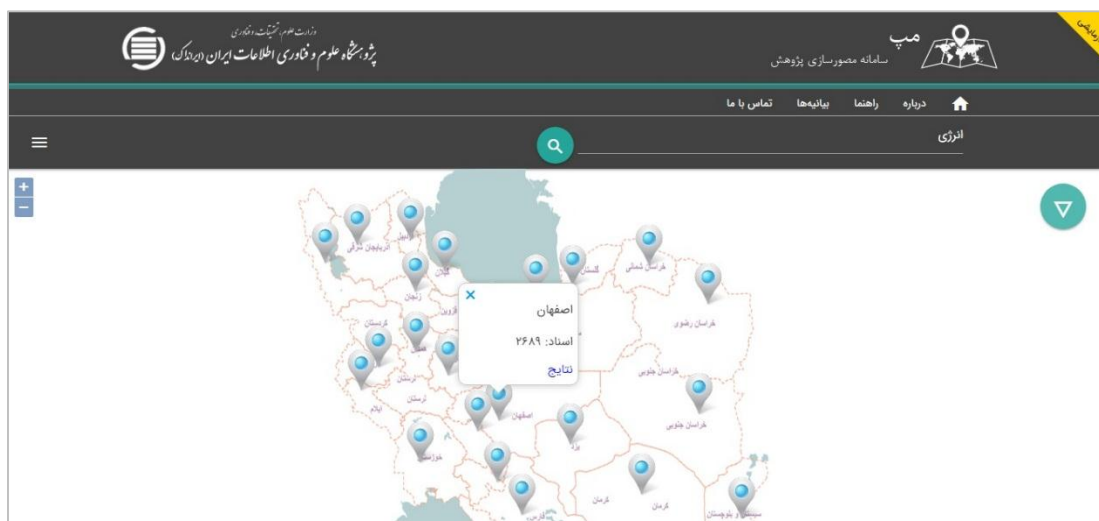
۱.۱

بخش‌های مشتریان ۱- دانشجویان (داخلی) ۲- دانش آموختگان (داخلی) ۳- اعضای هیئت علمی (داخلی) ۱۰- مجموعه پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات ۱۱- شورای پژوهش (داخلی) ۱۲- شورای پژوهشکده‌ها (داخلی) ۱۳- دانشجویان درون کشور (خارجی) ۱۴- دانش آموختگان درون کشور (خارجی) ۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی) ۱۶- ۲- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی) ۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی) ۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی) ۱۹- حوزه‌های علمیه (خارجی) ۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی) ۲۱- ناشران، نویسندگان و داوران نشریات و کتاب‌ها(خارجی) ۲۲- ۱- انجمن‌های علمی ایرانی (خارجی) ۲۶- ۱- مجریان همایش‌ها (خارجی) ۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)		ارتباط با مشتری سلف سرویس کمک شخصی کمک شخصی اختصاصی جوامع (کانال‌ها و گروه‌ها در فضای مجازی) نظرسنجی کانال‌ها اینترنت- وب سایت اینترنت- ایمیل اینترنت- شبکه‌های اجتماعی تلفن ثابت تلفن همراه فروش شخصی (ارسال نامه- مذاکره و فروش حضوری)		ارزش‌های پیشنهادی ارائه در صد همانندی متون مختلف در سند (پارسا، پیشنهاد، طرح پژوهشی، کتاب و) مورد بررسی ارائه مشخصات منابع همانند در سند (پارسا، پیشنهاد، طرح پژوهشی، کتاب و) مورد بررسی ارائه آمار مربوط به همانندی‌ها در سطوح مختلف از جمله کشور، استان، منطقه، موسسه، دانشکده ارائه تحلیل مقایسه‌ای همانندی بین رقبا و همترازان در سطوح استان، منطقه، موسسه و دانشکده		فعالیت‌های کلیدی تحلیل، طراحی، به روز رسانی و ارتقای سامانه (موتور جستجو، مدیریت کاربران و پایگاه‌های داده پشتیبان) پشتیبانی فنی سامانه توسعه OCR در سامانه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی معرفی سامانه در اینترنت با استفاده از وب سایت، ایمیل و شبکه‌های اجتماعی معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیرمجموعه‌های وزارت علوم منابع کلیدی منابع مالی • آورده نقدی شرکت وام منابع معنوی • برند ایرانداک • دانش توسعه سامانه تحت وب • دانش فنی همانندجویی • مشارکت ایرانداک- سبو دانش پارسیان منابع انسانی • پشتیبان فنی منابع فیزیکی • ساختمان • تجهیزات اداری • تجهیزات سخت افزاری • سامانه • شبکه و اینترنت و تلفن		مشارکت‌های کلیدی ۱۷- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک (شرکت سبو دانش پارسیان) ایرانداک (سامانه به صورت مشارکت طراحی و ارائه شده است) ۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری ۲۱- ناشران ۲۶- ۱- مجریان همایش‌ها ۲۷- نهادهای دولتی (کمیسیون نشریات علمی کشور (وزارت عتف) ۲۷- نهادهای دولتی (شورای عالی عتف) (+) سامانه ثبت ایرانداک	
جریان‌های درآمدی حق عضویت حق استفاده سالیانه تبلیغات		ساختار هزینه پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن پرداخت سهم ایرانداک		هزینه خدمات و نگهداری ساختمان هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری هزینه به‌روزرسانی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی هزینه وام هزینه توسعه OCR در سامانه					

شکل ۴-۱۱. مدل کسب و کار سامانه همانندجو

۴-۱-۲-۶. سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)

سامانه مصورسازی پژوهش (مپ) نخستین بستر کاوش مکان‌محور پژوهش‌های کشور است که در پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها به انجام رسیده‌اند. این سامانه با بهره‌گیری از فناوری‌های مبتنی بر پردازش متن، به پژوهش‌های انجام شده در حوزه‌های گوناگون، برچسب مکان تولید دانش (مبدا) و مصرف دانش (مقصد) می‌زند. مکان تولید دانش جایی است که پژوهش در آن انجام شده و مکان مصرف دانش، جایی را نشان می‌دهد که پژوهش با آن پیوند دارد. سپس اطلاعات به دست آمده، به همراه ویژگی‌های اثر در یک موتور جست‌وجو نمایه می‌شود. در گام بعدی و با کاربرد سیستم‌های اطلاعات مکانی وب‌مبنا، توزیع مکانی نتایج بازیابی شده از جست‌وجوی کاربر، در یک نقشه گرمایی روی نقشه ایران مصورسازی می‌شوند. «مپ» بستری را برای بازنمایی مکانی پژوهش‌های انجام شده در کشور در یک تصویر کلان فراهم می‌آورد. این تصویر کلان می‌تواند از یک سوابزاری کاربردی برای سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران در حوزه علم و فناوری و از سوی دیگر راهگشای مسیر پژوهشی پژوهشگران باشد. با مقایسه نیاز واقعی پژوهش در هر مکان با روند پژوهش در کشور می‌توان با آسیب‌شناسی شکاف‌های پژوهشی، برای تخصیص درست منابع و آمایش سرزمین نیز گام‌های بهتری برداشت. شکل ۴-۱۲ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «map.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۱۳ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۱۲. نمایی از سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه مپ

طراحی توسط:

دکتر امیرحسین صدیقی، حمیدرضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی) ۳- اعضای هیئت علمی (داخلی) ۱۳- دانشجویان (خارجی) ۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی) ۱۶- کارشناس‌ها ۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی) ۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری ۲۷- نهادهای دولتی (سیاست‌گذاران)	- سلف سرویس - کمک شخصی * نظرسنجی	- ارائه نقشه گرمایی از پژوهش‌های انجام شده بر اساس جستجو در فراداده‌ها (عنوان، چکیده، و کلیدواژه پارساها) - مصورسازی پژوهش‌های انجام شده با استفاده از نشانه‌گذارها - مصورسازی پژوهش بر مبنای محل تولید دانش - مصورسازی پژوهش بر مبنای محل مصرف دانش - دسترسی به عناوین پژوهش‌های انجام شده در یک منطقه خاص (استان، شهرستان، شهر)	- متن‌کاوی و برچسب‌زنی مکانی به فراداده پارساها بر حسب محل تولید دانش - متن‌کاوی و برچسب‌زنی مکانی به فراداده پارساها بر حسب محل مصرف دانش - ذخیره‌سازی اطلاعات مکانی و فراداده‌ها در پایگاه داده مکانی - نمایه کردن پایگاه داده مکانی در موتور جستجوی سامانه - به‌کارگیری و توسعه فناوری‌های مکانی تحت وب برای نمایش نتایج حاصل از جستجو در قالب‌های نمودار گرمایی و نشانه‌گذارها بر روی نقشه ایران در سطوح مختلف (استان، شهرستان، شهر) - بازایی عناوین پژوهشی مرتبط با هر نشانه‌گذار بر روی نقشه - برقراری ارتباط بین عناوین پژوهشی انتخابی با سامانه گنج برای هدایت کاربر به سمت دریافت اطلاعات تکمیلی پارسا - معرفی سامانه در اینترنت با استفاده از وب سایت، ایمیل و شبکه‌های اجتماعی - معرفی سامانه در بازدیدها از ایرانداک و همایش‌ها - پشتیبانی تلفنی و ایمیلی از سامانه- تهیه راهنمای استفاده - معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیرمجموعه‌های وزارت علوم	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک * متخصصان متن‌کاوی * متخصصان GIS سامانه ها : (+) سامانه گنج (فراداده پارساها)
کانال‌ها - اینترنت- وب سایت - اینترنت- ایمیل - اینترنت- شبکه‌های اجتماعی - تلفن ثابت - ارائه در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها - بازدید از ایرانداک - معرفی از طریق نامه			منابع کلیدی منابع مالی - بودجه دولتی - درآمد اختصاصی موسسه منابع معنوی - برند ایرانداک - دانش توسعه سامانه‌های مکانی تحت وب - دانش متن‌کاوی	منابع انسانی - پشتیبان فنی - توسعه دهنده‌گان سامانه منابع فیزیکی - ساختمان - تجهیزات اداری - تجهیزات سخت‌افزاری - سامانه - شبکه و اینترنت - پایگاه داده فراداده پارساها
جریان‌های درآمدی * فروش دارایی (ارائه گزارش‌های مصور اختصاصی) * تبلیغات		ساختار هزینه - خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه - خرید، به‌کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت‌افزاری (سرور مجازی) - تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت - پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهنده‌گان سامانه هزینه معرفی سامانه در اینترنت، بازدید ایرانداک، همایش و با ارسال نامه	

شکل ۴-۱۳. مدل کسب و کار سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرنداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۵۵

۴-۱-۲-۷. سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات . نسخه ۲

سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات برای کمک به نمایه‌سازان پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرنداک) در ویرایش و سازماندهی اطلاعات علمی ساخته شده است. این سامانه، مدیریت اطلاعات پایه سازمان‌ها، پژوهشگران، کلیدواژه‌های کنترل شده، رشته و گرایش، نام‌های جغرافیایی، و موضوع‌ها را شдني می‌کند، با اصطلاح‌نامه‌های جامع پژوهشگاه پیوند دارد، و هم آنها را به کار می‌برد و هم در بروزرسانی آنها نقش دارد. این سامانه می‌تواند اطلاعات را بر پایه مکان با پیوند میان دانشگاه‌ها، شهر، استان، و منطقه آمایش آموزش عالی مدیریت کند. شکل ۴-۱۴ نمایی از این سامانه را که در شبکه داخلی ایرنداک قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۱۵ قابل مشاهده است.

شکل ۴-۱۴. نمایی از سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات . نسخه ۲

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲

طراحی توسط:

سرکار خانم دهبی، حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

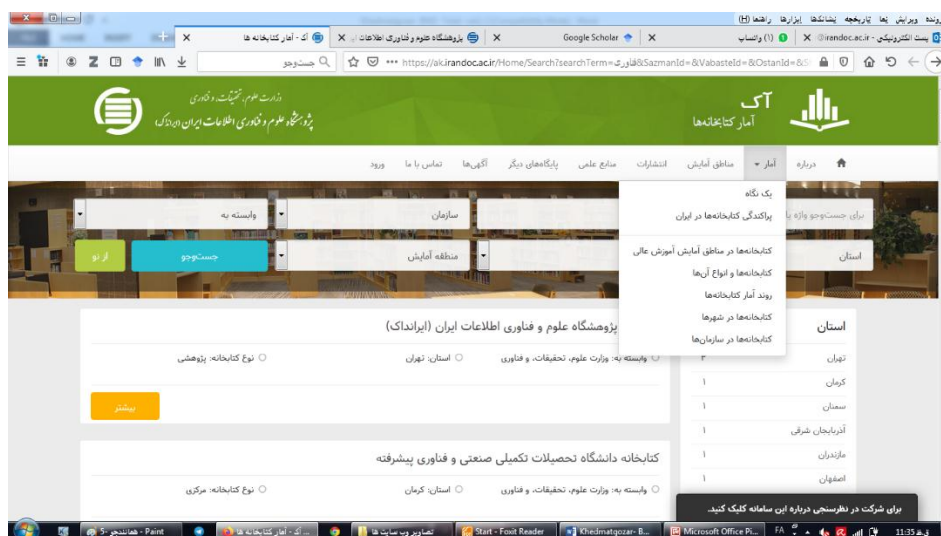
۱.۱

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
(+) سامانه ثبت (+) سامانه اصطلاحنامه‌ها (+) سامانه مستندات نام‌ها * ۲۷- نهادهای دولتی (خارجی) * ۲۸- کسب و کار های خصوصی (خارجی)	کمک شخصی کمک شخصی اختصاصی	ویرایش و سازماندهی اطلاعات پیشنهادها و پارساها مدیریت اطلاعات پایه سازمان‌ها در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پیشنهاد و پارسا مدیریت اطلاعات پایه پژوهشگران در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پیشنهاد و پارسا مدیریت کلیدواژه‌های کنترل شده در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پیشنهاد و پارسا مدیریت و کنترل نام رشته ها و گرایش‌ها در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پیشنهاد و پارسا مدیریت اطلاعات با پیوند میان دانشگاه‌ها، شهر، استان، و منطقه آمایش آموزش عالی	تحلیل، طراحی، به‌روزرسانی و ارتقای سامانه مستندسازی کلیدواژه ها (مترادف ها، یادداشت دامنه ها، منابع، معادل یابی) مستندسازی نام‌ها و مشاهیر مستندسازی نام سازمان ها ویرایش و سازماندهی اطلاعات پیشنهادها و پارساها پشتیبانی فنی سامانه پشتیبانی و رفع مشکلات کاربران معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به وزارت علوم و دیگر نهادها	(+) سامانه ثبت (+) سامانه اصطلاحنامه‌ها (+) سامانه مستندات نام‌ها ۲۸- سبب دانش پارسیان
کانال‌ها فروش شخصی (حضوری، سیستمی) تلفن ثابت			منابع انسانی - پشتیبان فنی - توسعه دهندگان سامانه و سازماندهان منابع مالی - بودجه دولتی - درآمد اختصاصی ایرانداک منابع معنوی - برند ایرانداک - دانش توسعه سامانه - دانش ویرایش و سازماندهی اطلاعات منابع فیزیکی - ساختمان - تجهیزات اداری - تجهیزات سخت افزاری - سامانه - شبکه داخلی و تلفن	
جریان‌های درآمدی	* حق عضویت (تعریف حق عضویت داخلی سامانه‌های دیگر برای استفاده زمانی از این سامانه) * فروش دارایی (ارائه نسخه ای اطلاعات به سامانه مستند نام ها و اصطلاحنامه)	ساختار هزینه خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه تأمین تلفن پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه پرداخت حق الزحمه سازماندهان اطلاعات	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه هزینه کسب منابع اطلاعاتی	

شکل ۴-۱۵. مدل کسب و کار سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲

۴-۱-۲-۸. سامانه آمار کتابخانه‌ها (آک)

«گزارش‌هایی از آمار کتب و مجلات کتابخانه معارف» در سال ۱۳۰۷ یا «آمار کارمندان اداره کتابخانه ملی در سال ش ۱۳۲۴» که هم‌اکنون در آرشیو ملی ایران نگهداری می‌شوند، می‌توانند از نخستین کوشش‌ها در زمینه آمار کتابخانه‌ها به‌شمار روند. ولی «نظری اجمالی به آمار کتابخانه‌های کشور» در شش صفحه، شاید نخستین کار ساخت‌یافته‌ای باشد که در سال ۱۳۵۳ چاپ شده است. امروزه آمار بسیاری از کتابخانه‌ها در دسترس است که وضعیت آنها را از دیدگاه‌های گوناگون نشان می‌دهد. با کاربرد فناوری اطلاعات در این زمینه، سامانه آمار کتابخانه‌ها (آک) برای گردآوری و گزارش آمار کتابخانه‌ها با کارکردی دو سویه راه‌اندازی شده است. این سامانه آمار و اطلاعاتی را از کتابخانه‌ها به کاربران ارائه می‌کند که بر پایه آن بتوانند از خدمات کتابخانه‌ها بهره‌برداری بهتری کنند. کاربران می‌توانند با جست‌وجوی کتابخانه‌ها بر پایه فیلدهای گوناگون و همچنین فیلترهای چندگانه به اطلاعات آنها دست یابند و برای مراجعه به هر یک از آنها تصمیم بگیرند. این سامانه از سوی دیگر، آماری را از وضعیت روز کتابخانه‌ها و روند آنها در سال‌های گوناگون در زمینه‌های نیروی انسانی، زیرساخت، مجموعه، اعتبارات، و خدمات برای سیاست‌گذاران فراهم می‌سازد. سیاست‌گذاران می‌توانند از این اطلاعات برای تصمیم‌گیری درباره تخصیص منابع یا ارزیابی بهره‌برند. این سامانه نخستین سامانه پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرنداک) است که آمار را در چارچوب سیاست‌ها و ضوابط اجرایی حاکم بر آمایش آموزش عالی در جمهوری اسلامی ایران و مناطق ده‌گانه آن نیز در دسترس کاربران می‌گذارد. شکل ۴-۱۶ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «ak.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۱۷ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۱۶. نمایی از سامانه آمار کتابخانه‌ها (آک)

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه آک

طراحی توسط:

سرکار خانم دکتر پیرامی، حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

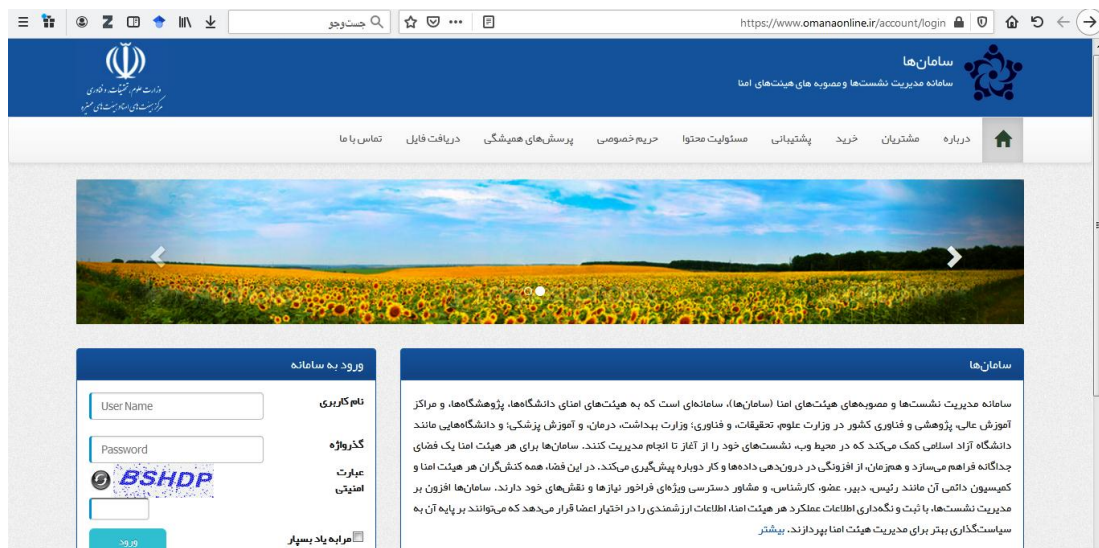
۱.۱

بخش های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش های پیشنهادی	فعالیت های کلیدی	مشارکت های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی)	سلف سرویس	ارائه آمار کتابخانه ها در سطح ملی درحوزه های نیروی انسانی، زیرساخت، مجموعه، اعتبارات، و خدمات	طراحی و پیاده سازی سامانه	۲۰- کتابخانه ها
۲- دانش آموختگان (داخلی)	کمک شخصی	ارائه آمار کتابخانه ها بر اساس استاندارد بین المللی Z39.7	گردآوری مشخصات کتابخانه و بانک نماینده های کتابخانه	
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	نظرسنجی	ارائه آمار کتابخانه ها بر اساس استاندارد بین المللی Z39.7	گردآوری آمار کتابخانه ها	
۱۳- دانشجویان (خارجی)	خلق مشترک (گردآوری و کنترل مشترک داده ها با کتابخانه ها)	ارائه امکان مقایسه آماره های گوناگون بر اساس سری زمانی	پایش و کنترل آمار کتابخانه ها	
۱۴- دانش آموختگان (خارجی)		ارائه رتبه بندی کتابخانه ها بر اساس ۱۲ معیار پایه	ارائه آمار کتابخانه در هر سال تحصیلی	
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)		ارائه سیاه کتابخانه های تحت پوشش نهادهای مختلف	تهیه و به روزرسانی راهنمای استفاده از سامانه	
۱۶- کارشناس ها			پشتیبانی تلفنی و ایمیلی از سامانه	
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)			معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به نهادهای مختلف	
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری			برگزاری کارگاه های آموزشی آمار کتابخانه ها و رتبه بندی آنها	
۲۰- کتابخانه ها	کانال ها		منابع کلیدی	
۲۵- نظام های رتبه بندی	اینترنت- وب سایت		منابع مالی	
۲۷- نهادهای دولتی (سیاستگذاران)	اینترنت- ایمیل		• بودجه دولتی	
	اینترنت، کتاب الکترونیکی		• درآمد اختصاصی موسسه	
	تلفن ثابت		منابع معنوی	
	معرفی از طریق نامه		• برند ایرانداک	
			• دانش رتبه بندی کتابخانه ها	
			منابع انسانی	
			• پشتیبان فنی	
			• توسعه دهندگان سامانه	
			منابع فیزیکی	
			• ساختمان	
			• تجهیزات اداری	
			• تجهیزات سخت افزاری	
			• سامانه	
			• شبکه و اینترنت	
			• پایگاه داده مشخصات کتابخانه ها	
جریان های درآمدی	تبلیغات	ساختار هزینه	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	
• فروش دارایی (ارائه گزارش های اختصاصی رتبه بندی)		خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	
		خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	
		تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن		
		پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه		

شکل ۴-۱۷. مدل کسب و کار سامانه آمار کتابخانه ها (آک)

۴-۱-۲-۹. سامانه مدیریت نشست‌ها و مصوبه‌های هیئت‌های امن (سامان‌ها)

سامانه مدیریت نشست‌ها و مصوبه‌های هیئت‌های امن (سامان‌ها) که با مشارکت شرکت اکسیر تکسان طراحی و راه‌اندازی شده است، به هیئت‌های امنای دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها، و مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری کشور در وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری؛ وزارت بهداشت، درمان، و آموزش پزشکی؛ و دانشگاه‌هایی مانند دانشگاه آزاد اسلامی کمک می‌کند که در محیط وب، نشست‌های خود را از آغاز تا انجام مدیریت کنند. سامان‌ها برای هر هیئت امنای یک فضای جداگانه فراهم می‌سازد و هم‌زمان، از افزونگی در درون‌دهی داده‌ها و کار دوباره پیش‌گیری می‌کند. در این فضا، همه کنش‌گران هر هیئت امنای و کمیسیون دائمی آن مانند رئیس، دبیر، عضو، کارشناس، و مشاور دسترسی ویژه‌ای فراخور نیازها و نقش‌های خود دارند. سامان‌ها افزون بر مدیریت نشست‌ها، با ثبت و نگهداری اطلاعات عملکرد هر هیئت امنای، اطلاعات ارزشمندی را در اختیار اعضا قرار می‌دهد که می‌توانند بر پایه آن به سیاست‌گذاری بهتر برای مدیریت هیئت امنای بپردازند. ثبت درخواست، فرستادن پیامک و رایانامه اطلاع‌رسانی، کارپوشه الکترونیکی، و جست‌وجو و ره‌گیری درخواست‌ها و مصوبه‌ها بخشی از کارکردهای سامان‌ها هستند. شکل ۴-۱۸ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «omanaonline.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد.



شکل ۴-۱۸. نمایی از سامانه مدیریت نشست‌ها و مصوبه‌های هیئت‌های امن (سامان‌ها)

سامان‌ها هدف‌های زیر را دنبال می‌کند: ۱- کاهش چشم‌گیر نامه‌نگاری‌های اداری و استفاده بهینه از زمان با خودکارسازی فرایندها؛ ۲- انجام همه کارهای اداری در هر زمان و حتی بیرون از محل کار؛

۳- ثبت و نگهداری پیشینه‌ها در حجم کمتر، و با ایمنی بالاتر و دسترسی آسان‌تر؛ ۴- مدیریت متمرکز و شفاف‌سازی گردش کار؛ و ۵- پایش فعالیت‌ها و تولید گزارش‌های گوناگون مدیریتی. این سامانه تاکنون توسط ۸۱ مشتری در زیرمجموعه وزارت علوم خریداری و در حال استفاده است. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۱۹ قابل مشاهده است.

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه سامان‌ها

طراحی توسط:

دکتر محمد ربیعی- حمیدرضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی)	خدمات خودکار	فرآیند تصویب استاندارد در هیئت امنای	طراحی، به روز رسانی و ارتقای سامانه	۱۷- کسب و کارهای خصوصی همکار ایران‌داک (شرکت اکسیر تکسان)
۲-۱۶- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	کمک شخصی	گردآوری و سازماندهی مصوبات هیئت امنای	نصب و پشتیبانی فنی سامانه	ایران‌داک (سامانه به صورت مشارکت طراحی و ارائه شده است)
۱-۱۸- دانشگاه‌ها (وزارت علوم، وزارت بهداشت، دانشگاه آزاد، موسسات غیرانتفاعی)	خلق مشترک (مشارکت مشتریان برای شخصی‌سازی سامانه)	کمک به مدیریت جلسات، نشست‌ها و منابع انسانی هیئت امنای	تبلیغات هدفمند در نشست‌های رسمی وزارت عتف و نهادهای دیگر	۲۸-۹- ستاد وزارت عتف (امور هیئت‌های امنای)
۲-۱۸- پژوهشگاه‌ها و مراکز پژوهشی		یکسان‌سازی و حفظ جامعیت مصوبات هیئت امنای	تولید محتوای آموزشی و تبلیغی و آموزش کارشناسان موسسات	
۳-۱۸- مراکز فناوری و پارک‌های علم و فناوری		سرعت بخشی به فرآیندهای تصمیم‌گیری در هیئت امنای	معرفی سامانه در اینترنت با استفاده از وب‌سایت، ایمیل و شبکه‌های اجتماعی	
* ۱۹- حوزه‌های علمیه		ایجاد پایگاه جامع مصوبات و قوانین نهادهای زیرمجموعه هیئت امنای	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیرمجموعه‌های وزارت علوم	
۲۷- نهادهای دولتی (نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی)	کانال‌ها		منابع کلیدی	
۲۷- نهادهای دولتی (وزارت عتف، وزارت بهداشت)	اینترنت-وب‌سایت		منابع مالی	
	اینترنت-ایمیل		• بودجه دولتی	منابع انسانی
	فروش شخصی (مذاکر و فروش		• درآمد اختصاصی ایران‌داک	• پشتیبان فنی
	تلفن ثابت		منابع معنوی	• توسعه دهندگان سامانه
			• برند ایران‌داک	منابع فیزیکی
			• دانش توسعه سامانه تحت وب	• ساختمان
			• پایگاه داده مشتریان (هیئت‌های امنای)	• تجهیزات اداری
			• مشارکت ایران‌داک-اکسیر تکسان	• تجهیزات سخت‌افزاری
				• سامانه
				• شبکه و اینترنت و تلفن

جریان‌های درآمدی

فروش دارایی (لوح فشرده (پکیج) نصب و راه‌اندازی سامانه)

حق استفاده سالیانه

*تبلیغات

ساختار هزینه

خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه

هزینه به‌روزرسانی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه

تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن

پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه

پرداخت سهم ایران‌داک

هزینه خدمات و نگهداری ساختمان

هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری

پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه

هزینه معرفی سامانه در اینترنت، ارسال نامه و جلسات حضوری

هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی

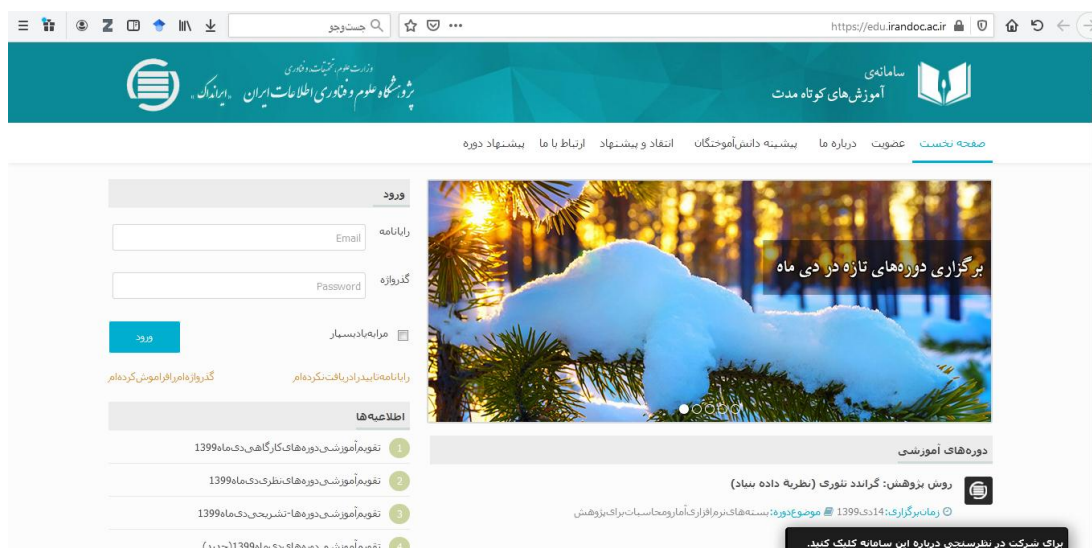
شکل ۴-۱۹. مدل کسب و کار سامانه مدیریت نشست‌ها و مصوبه‌های هیئت‌های امنای (سامان‌ها)

۴-۱-۲-۱۰. سامانه آموزش‌های کوتاه‌مدت

آموزش‌های کوتاه‌مدت کاربردی و تخصصی یکی از مأموریت‌های کلیدی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) است که پیشینه آن به سال ۱۳۶۲ بازمی‌گردد. سامانه آموزش‌های کوتاه‌مدت برای پیوند بهتر با دانش‌پذیران و آسان‌سازی فرایندهای آموزش راه‌اندازی شده است.

این سامانه اطلاعات دوره‌های آموزشی (نظری و کارگاهی) و آگهی‌ها و فراخوان‌های آنها را به آگاهی کاربران می‌رساند. دانش‌پذیران می‌توانند با نام‌نویسی در هر یک از دوره‌ها و پرداخت برخط هزینه دوره، در آنها شرکت و تأییدیه گواهینامه آموزشی خود را در همان روز از این سامانه دریافت نمایند. پیوند آموزش‌های مجازی ایرانداک نیز در این سامانه است و دانش‌پذیران می‌توانند در آنها نام‌نویسی و در کلاس‌های برخط شرکت کنند. دانش‌پذیران می‌توانند در این سامانه با مدرسان آشنا شوند، پیشینه علمی آنان را ببینند، و با ایشان تماس بگیرند.

کسانی که پیشنهاد همکاری آموزشی با ایرانداک دارند نیز می‌توانند پیشنهاد خود را در این سامانه ثبت و کاربرگ پیشنهاد دوره و کارنامک علمی خود را بارگذاری کنند تا بررسی و اگر تصویب شود، برای همکاری خوانده شوند. شکل ۴-۲۰ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «omanaonline.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۲۱ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۲۰. نمایی از سامانه آموزش‌های کوتاه‌مدت

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

مدل کسب و کار واحد و سامانه آموزش ایرانداک

طراحی توسط:

لامعی- خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش های پیشنهادی		فعالیت های کلیدی		مشارکت های کلیدی			
۱) دانشجویان (داخلی)		کمک شخصی		برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت تخصصی در محل ایرانداک		دوره آموزشی کوتاه مدت • مذاکره و توافق با مراجعه کننده آماره فضای آموزشی • آماره فضا در زمان مرور و خدمات جامعی توافقی شده		۳) اعضای هیئت علمی (داخلی) (مدرس دوره ها)			
۲) دانش آموختگان (داخلی)		خلق مشترک		برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت مجازی		تخصصیات تکمیلی • دریافت مجوز پذیرش دانشجو تحصیلات تکمیلی • انجام مصاحبه های پذیرش دانشجو و اعلام نتایج به سازمان سنجش • ثبت نام از دانشجویان و انتخاب واحد • برنامه ریزی و اجرای دوره های آموزشی دانشجویان • برگزاری جلسات مرتبط با نظارت بر روند تحصیلی دانشجویان • طراحی و پیاده سازی سامانه آموزش • انجام مراحل مربوط به پرداخت وام دانشجویی • برگزاری اردوهای دانشجویی		۱۵) اعضای هیئت علمی (خارجی) (مدرس دوره ها)			
۳) اعضای هیئت علمی (داخلی)		خدمات خودکار *		ارائه گواهینامه معتبر آموزشی با قابلیت ترجمه و		دوره های آموزشی مجازی		۱۸) مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری (مراکز طرف قرارداد یا تفاهم نامه با ایرانداک)			
۴) اعضای غیرهیئت علمی (داخلی)		جوامع		برگزاری دوره های آموزشی اختصاصی در محل مورد نظر مشتری		بسته های آموزشی		۲۴) رسانه ها (شبکه های اجتماعی، خبرگزاری ها، وب سایت ها، وبلاگ ها)			
۵) مدیران پژوهشگاه (داخلی)		کانال ها		ایجاد امکان طراحی و برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با تخصص افراد به عنوان مدرس		بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و		۲۷-۹- ستاد وزارت عتف (شورای گسترش)			
۱۳-۱) دانشجویان درون کشور (خارجی)				ایجاد امکان طراحی و برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با تخصص افراد به عنوان مدرس		بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و		۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک			
۱۴-۱) دانش آموختگان درون کشور (خارجی)				اجاره فضای آموزشی با کیفیت و کم هزینه به		بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و		تولید کننده پلتفرم آموزش مجازی			
۱۵) اعضای هیئت علمی (خارجی)				برگزاری دوره های تحصیلات تکمیلی و صدور مدرک تحصیلی معتبر		بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و		تولید کننده بسته آموزشی			
۱۵-۱) اعضای هیئت علمی حوزه علم و فناوری				ارائه بسته های آموزشی *		بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و		انجام دهنده تبلیغات- کارگزار			
۱۵-۲) سایر اعضای هیئت علمی						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و		مشاور پیاده سازی ایزو آموزش			
۱۶) کارشناس ها						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۱۶-۱) کتابداران و اطلاع رسانی						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۱۶-۲) کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۱۶-۳) کارشناسان دیگر نهادها						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۱۷) پژوهشگران آزاد						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۱۸) مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۱۸-۱) دانشگاه ها						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۱۸-۲) پژوهشگاه ها و مراکز پژوهشی						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۱۸-۳) مراکز فناوری						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۲۲-۱) انجمن های علمی ایرانی						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۲۶-۱) مجریان همایش ها						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
۲۸) کسب و کارهای خصوصی						بسته های آموزشی • طراحی و پیاده سازی پلتفرم دوره های کوتاه مدت مجازی • نظارت بر تولید محتوای بسته های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا) • طراحی و تکثیر بسته های آموزشی مبتنی بر کاتالوگ های ارتباطی با مشتری (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) • بازاریابی و تبلیغات مربوط به فروش بسته های آموزشی • ایجاد بستر پرداخت و توزیع محتوا (بر بسترهای فیزیکی و					
جریان های درآمدی		فروش دارایی (بسته آموزشی*)		خرید و بکارگیری تجهیزات آموزشی		خرید و بکارگیری زیرساخت آموزش مجازی*		خرید و بکارگیری تجهیزات اتاق دانشجویان			
حق استفاده (برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت		حق استفاده (برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت		خرید و بکارگیری تجهیزات اداری		حق الزحمه مدرسان دوره آموزشی کوتاه مدت		نگهداری و تعمیرات تجهیزات اتاق دانشجویان			
اجاره *) (اجاره فضای آموزشی)		اجاره *) (اجاره فضای آموزشی)		نگهداری و تعمیرات تجهیزات آموزشی		حق الزحمه طراحان دوره آموزش کوتاه مدت		حق الزحمه اساتید دوره ها، رساله ها و جلسات			
تبلیغات *		تبلیغات *		خرید و بکارگیری تجهیزات اداری		توسعه وب سایت آموزش		ارسال گواهینامه ها به مشتری دوره های سفارشی			
				نگهداری و تعمیرات تجهیزات اداری		پشتیبانی از وب سایت آموزش		پذیرایی و خدمات دوره های آموزشی کوتاه مدت			
				اینترنت پرسرعت		انجام تبلیغات از طریق کانال ها		حقوق مدیر و کارشناسان آموزش			
				فضای فیزیکی آموزش		صدور گواهینامه های آموزش کوتاه مدت		قبوض مصرفی (آب، برق، گاز، تلفن)			
				دریافت و به روز رسانی مجوزهای آموزش		طراحی بسته های آموزشی*		خرید و بکارگیری پایانه های تراکنشی			
						تولید بسته های آموزشی*		نگهداری و پشتیبانی پایانه های تراکنشی			

۴-۱-۲-۱۱. پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)

جایگاه علم، فناوری، و نوآوری (نما) پایگاه وبی است که در سال ۱۳۹۵ رونمایی شده است و قانونی برای گزارش درست و روزآمد جایگاه کشور در شاخص‌های کلیدی جهانی علم، فناوری، و نوآوری است. «نما» ساختار و روش‌شناسی این شاخص‌ها را می‌گوید و امتیاز و رتبه ایران را در ابعاد گوناگون آنها گزارش می‌دهد. این شاخص‌ها در هفت گروه دسته‌بندی شده‌اند: ۱- جایگاه پژوهشگران؛ ۲- جایگاه نشریه‌های علمی؛ ۳- جایگاه موسسه‌ها در نظام‌های فراگیر رتبه‌بندی؛ ۴- جایگاه موسسه‌ها در نظام‌های موضوعی رتبه‌بندی؛ ۵- جایگاه موسسه‌ها در نظام‌های رتبه‌بندی وبگاه‌ها؛ ۶- جایگاه ایران در نمایه‌های استنادی؛ و ۷- جایگاه ایران در رتبه‌بندی‌های علم، فناوری، و نوآوری.

در این پایگاه وب مدیران، سیاست‌گذاران، و پژوهشگران می‌توانند به گزارش نزدیک به ۹۰ شاخص جهانی دسترسی یابند و از آنها در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری و پژوهش بهره‌برند. افزون بر این، «نما» جایگاه ایران را میان کشورهای منطقه و جهان و روند آن را در هر شاخص در چند سال گذشته نیز نشان می‌دهد. «نما» با گرد آوردن شاخص‌های گوناگون در کنار هم، ابزاری برای کاربران می‌سازد که با آمیختن آنها دریافت بهتری از وضع کنونی و روندها پیدا کنند. شکل ۴-۲۲ نمایی از این پایگاه وب را که در آدرس اینترنتی «nema.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۲۳ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۲۲. نمایی از پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

مدل کسب و کار سامانه نما- ایراندک

طراحی توسط:

رسولی- خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

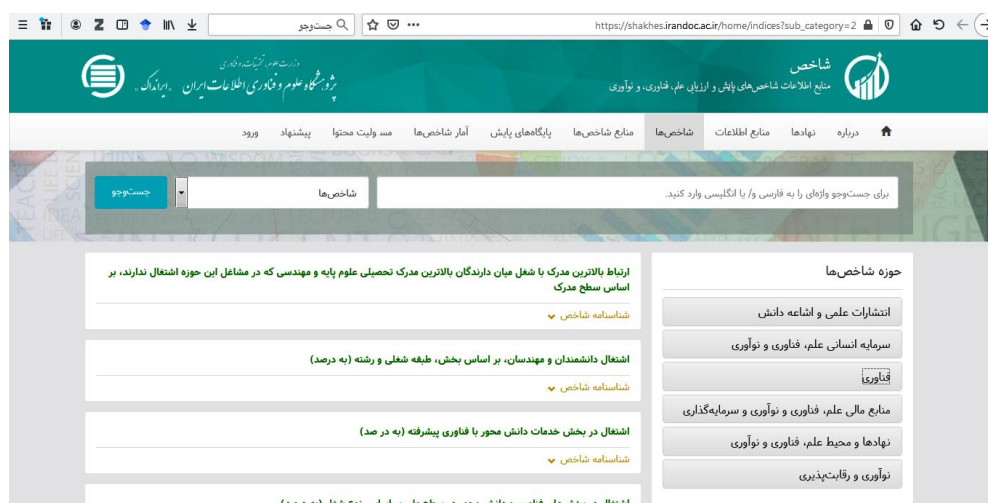
۱.۱

بخش‌های مشتریان ۱۳) دانشجویان ۱۵) اعضای هیئت علمی ۱۶) کارشناس‌ها ۱۷) پژوهشگران آزاد ۱۸) مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری ۲۰-۱) کتابخانه‌های دانشگاهی ۲۱-۲) ناشر نشریه‌های دانشگاهی ۲۴) رسانه‌ها ۲۵) نظام‌های رتبه‌بندی ۲۷) نهادهای دولتی ۲۸) کسب و کارهای خصوصی همکار ایراندک	ارزش‌های پیشنهادی توضیح جزئیات روش‌شناسی هر نظام رتبه‌بندی ارائه تازه‌ترین جایگاه کشور در نظام‌های رتبه‌بندی و فرستادن گزارش برای ذینفعان در قالب نامه‌ی سازمانی ارائه تازه‌ترین جایگاه مؤسسه‌های ایرانی در نظام‌های رتبه‌بندی و فرستادن گزارش برای ذینفعان در قالب نامه‌ی سازمانی ارائه روند رتبه‌های کسب‌شده توسط کشور و مؤسسه‌ها در ارائه تحلیل‌هایی تخصصی درباره‌ی افت و خیز رتبه‌ها و ارسال آخرین گزارش‌ها به رایانامه‌ی اعضای سامانه و در دسترس گذاشتن گزارش‌های دوره‌ای برای هفت گروه اصلی شاخص‌ها در امکان مقایسه‌ی رتبه‌ی کشورهای منطقه به گزینش کاربران سامانه امکان مقایسه‌ی پویای مؤسسه‌های ایرانی در یک یا چند نظام امکان مقایسه‌ی شاخص‌های گوناگون با یک‌دیگر برای آگاهی از روند شاخص‌ها و تأثیر آنها بر یک‌دیگر ارائه فضایی به کاربر برای اعلام دیدگاه درباره‌ی یک شاخص، نظام رتبه‌بندی، یا گزارش معرفی منابع و گزارش‌های علمی و حرفه‌ای در زمینه شاخص‌ها و نظام‌های رتبه‌بندی در برگ «منابع» معرفی شاخص‌ها و نظام‌های رتبه‌بندی همانند در برگ معرفی و گزارش یک شاخص یا نظام رتبه‌بندی درون‌دهی نسخه‌ی اصلی گزارش شاخص یا نظام رتبه‌بندی در سامانه در پایان گزارش‌های سالانه درست کردن کتاب گزارش‌های سالانه همه شاخص‌ها و نظام‌های رتبه‌بندی در یک کتاب و گذاشتن فایل‌ها در برگ «انتشارات» تهیه گزارش خبری از تازه‌ترین نتایج شاخص‌ها و نظام‌های	ارتباط با مشتری کمک شخصی سلف سرویس کانال‌ها مستقیم- اینترنت (وب سایت) مستقیم- اینترنت (ایمیل)	فعالیت‌های کلیدی به‌روزرسانی شاخص‌ها در سامانه (افزودن روند سالانه، نگارش و افزودن گزارش‌های سالانه، نگارش گزارش‌های خبری، و آماده‌سازی و افزودن فایل‌های پشتیبان) به‌روزرسانی داده کشورهاى منطقه به‌روزرسانی داده مؤسسه‌ها در نظام‌های رتبه‌بندی تدوین و ارائه فایل گزارش‌های دوره‌ای و سالانه بازاریابی و معرفی سامانه در نشست‌های گوناگون پاسخ به دیدگاه کاربران و نامه‌های ارسالی به نهادهای دیگر تحلیل شاخص‌ها و روندها افزودن شاخص‌های تازه‌ای که پدید می‌آیند. نگهداری سرور ویرایش نرم‌افزار سامانه	مشارکت‌های کلیدی ۴) اعضای غیرهیئت علمی (واحد تحقیق و توسعه) ۲۵) نظام‌های رتبه‌بندی (نظام‌های رتبه‌بندی و ناشران)
جریان‌های درآمدى حق عضویت * تبلیغات *	ساختار هزینه نیروی انسانی نگهداری سرور توسعه و ویرایش سامانه تأمین داده			

شکل ۴-۲۳. مدل کسب و کار پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)

۴-۱-۲-۱۲. پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)

تاکنون درباره ارزیابی جایگاه علمی، فناورانه، و نوآورانه کشور شاخص های بسیاری در اسناد گوناگون ارائه شده اند. در گزارش های سازمان های جهانی نیز شاخص های بسیاری برای این ارزیابی آمده است. فراوانی و پراکندگی این شاخص ها در اسناد و گزارش های ملی و جهانی، دسترسی به آن ها و گزینش و کاربردشان را برای سیاست گذاران و پژوهشگران دشوار ساخته است. بنابراین دسترسی به این شاخص ها از یک درگاه واحد با توان سازمان دهی و جست و جوی برخط در میان آن ها می تواند کار کاربران را آسان سازد. پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)، برای ارائه تصویری از سازمان های ملی و جهانی که در این زمینه کار می کنند، شاخص های ارزیابی و طبقه بندی موضوعی آن ها، و معرفی منابع کلیدی اطلاعات در این زمینه به پژوهشگران و سیاست گذاران راه اندازی شده است. این پایگاه وب، منابع اطلاعات داخلی شاخص ها را مانند کتاب، مقاله، پایان نامه، رساله، گزارش دولتی، سند ملی، و طرح های پژوهشی معرفی می کند. پایگاه داده «شاخص»، جست و جوی ساده و پیشرفته را به دو زبان فارسی و انگلیسی در میان شاخص های علم، فناوری، و نوآوری با کاربرد واژه های معادل و بازنمایی و پیوند به منابع جهانی و ملی فراهم می آورد. کاربران نیز می توانند با پیشنهاد شاخص ها یا منابع اطلاعات، به بلوغ و روزآمدی «شاخص» کمک کنند. «شاخص» با افزایش مشاهده پذیری و دسترس پذیری شاخص ها، سازمان ها، و منابع اطلاعات پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری می تواند در گاهی ارزشمند برای سیاست گذاران و پژوهشگران این حوزه و تعامل آن ها با یک دیگر باشد. شکل ۴-۲۴ نمایی از این پایگاه وب را که در آدرس اینترنتی «shakhes.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۲۵ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۲۴. نمایی از پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه شاخص

طراحی توسط:

سرکار خانم دکتر نامداریان- خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی)	سلف سرویس	طبقه‌بندی شاخص‌های ملی و بین المللی	طراحی و پیاده‌سازی سامانه	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)
۲- دانش‌آموختگان (داخلی)	* خلق مشترک	ارزیابی علم و فناوری و نوآوری در حوزه‌های:	ایجاد، تقویت و غنی‌سازی پایگاه منابع اطلاعات سامانه شاخص	۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	* نظرسنجی	- انتشارات علمی و اشاعه دانش	ایجاد، تقویت و غنی‌سازی پایگاه شاخص‌های سامانه شاخص	- یونسکو
۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی)		- سرمایه‌انسانی علم، فناوری و نوآوری	طراحی، پیاده‌سازی و تقویت موتور جستجوی سامانه شاخص برای	- اتحادیه اروپا
۱۳- دانشجویان (خارجی)		- فناوری	بازیابی اطلاعات	- وزارت آموزش، فرهنگ و علم هند
۱۴- دانش‌آموختگان (خارجی)		- منابع مالی علم، فناوری، نوآوری و سرمایه‌گذاری	جمع‌آوری داده‌ها برای شاخص‌هایی که دسترسی به اطلاعات آنها	- بنیاد ملی علوم آمریکا
۱۵- ۱- اعضای هیات علمی حوزه علم و فناوری (خارجی)		- نهادها و محیط علم، فناوری و نوآوری	شدنی است و تولید گزارش	- شورای ملی نوآوری آفریقای جنوبی
۱۶- کارشناسان (خارجی)		- نوآوری و رقابت‌پذیری	تهیه و به‌روزرسانی راهنمای استفاده از سامانه	- سازمان جهانی مالکیت فکری
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)		ارائه موتور جستجوی دو زبانه برای شاخص‌های	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به نهادهای مختلف	- بانک جهانی
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	کانال‌ها	ارزیابی علم، فناوری و نوآوری		- موسسه رند
۲۰- ۱- کتابخانه‌ها (کتابخانه‌های دانشگاهی)	اینترنت- وب سایت	ارائه شناسنامه هر یک از شاخص‌های ارزیابی		
۲۳- ۱- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری	معرفی از طریق نامه	علم، فناوری و نوآوری		
۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی		ارائه تاریخچه فعالیت‌های نهادهای ملی در		
۲۷- نهادهای دولتی (سیاست‌گذاران)		زمینه‌پایش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری		
		ارائه فهرستی از منابع داخلی در زمینه	منابع کلیدی	
		شاخص‌ها و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری	منابع مالی	
		معرفی فهرستی از نهادهای بین‌المللی فعال در	بودجه دولتی	
		زمینه‌پایش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری	درآمد اختصاصی موسسه	
			منابع معنوی	
			برند ایرانداک	
			دانش سیاستگذاری علم و فناوری	
			دانش فنی توسعه سامانه	
			منابع انسانی	
			* پشتیبان فنی	
			* توسعه دهندگان سامانه	
			منابع فیزیکی	
			* ساختمان	
			* تجهیزات اداری	
			* تجهیزات سخت‌افزاری	
			* سامانه	
			* شبکه و اینترنت	
			* پایگاه داده شاخص‌های علم و فناوری	
جریان‌های درآمدی	ساختار هزینه			
حق عضویت	خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه			
* تبلیغات	خرید، به‌کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت‌افزاری			
	تأمین اینترنت پرسرعت			
	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه			
	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان			
	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری			
	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه			
	هزینه تأمین منابع اطلاعاتی			

شکل ۴-۲۵. مدل کسب و کار پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص‌های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)

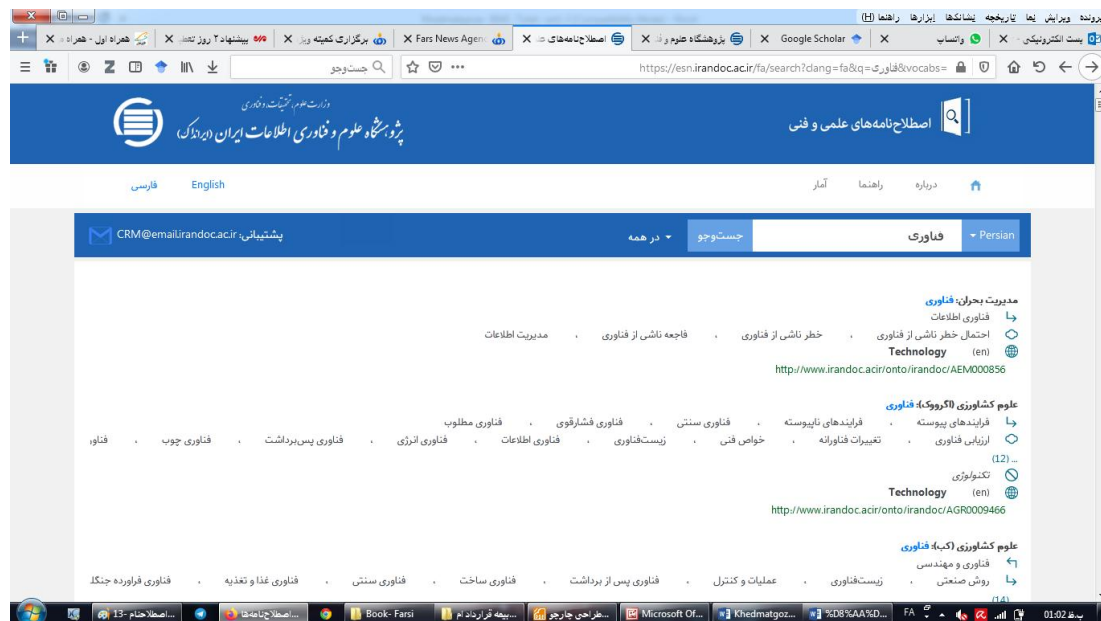
۴-۱-۲-۱۳. پایگاه وب اصطلاح‌نامه‌های علمی و فنی. نسخه ۲

اصطلاح‌نامه گنجینه‌ای از واژه‌هاست که افزون بر نظم الفبایی مانند فرهنگ‌ها، دارای سامان شبکه‌ای و مفهومی میان واژه‌های یک یا چند رشته از دانش بشری است. این سامان مفهومی با چند گونه پیوند میان واژه‌ها؛ در سازمان‌دهی و بازیابی اطلاعات، واکاوی اطلاعات و علم‌سنجی، برنامه‌ریزی آموزشی، و مانند آنها کاربردهای بسیار دارد و در ساخت آنتولوژی (هستان‌شناسی) به مثابه ابزاری برای وب معنایی، پیش‌نیازی کلیدی و بی‌مانند است. در اصطلاح‌نامه‌ها، واژه‌ها ساختار می‌یابند و مفهوم‌ها با اصطلاح‌ها بیان و به گونه‌ای چیده می‌شوند که پیوند میان آنها، آشکار و روشن و اصطلاح‌های مرجع با سرمدخل‌هایی برای مترادف‌ها یا شبه‌مترادف‌ها همراه باشند. اصطلاح‌نامه، راهنمای نمایه‌ساز و کاربر برای گزینش اصطلاح یکسان یا ترکیب یکسانی از اصطلاح‌های مرجع برای بازنمایی یک موضوع است. با ساخت واژه‌های استاندارد برای یک موضوع، یک‌دستی مدخل‌ها در نمایه‌سازی فراهم می‌شود. با تفکیک هم‌نویس‌ها به گونه‌ای که هر یک تنها به یک معنی رهنمون شود و گزینش اصطلاح مرجع برای نمایه‌سازی از میان مجموعه‌ای از مترادف‌ها و شبه مترادف‌ها انجام گیرد، کاربر و نمایه‌ساز برای یک مفهوم، اصطلاح همانند یا نزدیک‌تری را بر خواهند گزید. ایرنداک کار روی اصطلاح‌نامه‌ها را از سال ۱۳۵۰ با نگارش دست‌نامه «قواعد و قراردادهای ساختن اصطلاح‌نامه» آغاز کرد و در سال ۱۳۷۵ نخستین اصطلاح‌نامه خود را با نام «نظام مبادله اطلاعات علمی فنی (نما)» به چاپ رساند. در سال‌های ۱۳۷۶ تا ۱۳۸۶ نیز طراحی و نگارش اصطلاح‌نامه دوزبانه فارسی‌انگلیسی فراگیر در حوزه‌های گوناگون علم و فناوری مانند ریاضی، فیزیک، شیمی، علوم زیستی، علوم زمین، مهندسی و کشاورزی با بیش از یک‌صد هزار واژه انجام شد. در سال ۱۳۹۸ نیز چند ده هزار واژه دیگر به واژه‌های پیشین افزوده و روابط معنایی میان اصطلاحات آنها گسترش و بهبود یافت و نسخه دوم سامانه اصطلاح‌نامه‌ها نیز با فارسی‌سازی نرم‌افزار منبع‌باز «اسکاسموس» در دسترس همگان گذارده شد. دستاورد این خدمت ایرنداک هم‌اکنون به شانزده اصطلاح‌نامه زیر رسیده است.

- | | | |
|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| □ ارتقای بهداشت | □ جامعه‌شناسی | □ ریاضیات |
| □ شیمی | □ شیمی اول دبیرستان (آموزشی) | □ شیمی (هزارواژه شیمی فرهنگستان) |
| □ علوم زمین | □ علوم زیستی | □ علوم کشاورزی (اگرووک) |
| □ علوم کشاورزی (کب) | □ فنی‌مهندسی | □ فیزیک |
| □ قانون آیین دادرسی مدنی | □ قانون مدنی ایران | □ مدیریت بحران |
| □ نما (نظام مبادله اطلاعات علمی فنی) | | |

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۶۹

شکل ۴-۲۶ نمایی از این پایگاه وب را که در آدرس اینترنتی «esn.irandoc.ac.ir» قابل دسترسی است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۲۷ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۲۶. نمایی از پایگاه وب اصطلاح‌نامه‌های علمی و فنی. نسخه ۲

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه اصطلاحنامه‌ها

طراحی توسط:

جناب آقای رجبی - خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی)	سلف سرویس	امکان جستجو کارا و نظام‌مند مفاهیم و روابط آنها	تحلیل، طراحی، به‌روزرسانی و ارتقای سامانه	۱- دانشجویان (داخلی)
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	کمک شخصی	ارائه قابلیت یافتن واژه از روی مفاهیم	دریافت و به کارگیری نرم افزار متن باز اصطلاحنامه (اسکاسموس)	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)
۴- اعضای غیرهیئت علمی (کارشناسان ثبت و ویرایش اطلاعات)	کمک شخصی اختصاصی	ارائه قابلیت یافتن حوزه‌های مفهومی از روی واژگان	مرور ادبیات حوزه مفهومی اصطلاحنامه	۱۳- دانشجویان (خارجی)
۱۳- دانشجویان (خارجی)		استانداردسازی کلید واژه‌ها	جمع‌آوری واژگان	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)
۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)		• برهم کنشی موتورهای جستجو با اصطلاحنامه‌ها	ایجاد ارتباط معنایی واژگان (طراحی نقشه مفهومی)	(+) نهاد ارائه دهنده اسکاسموس
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)		ارائه اصطلاحنامه‌های چند زبانه برای جستجوی چندزبانه	ورود داده‌ها در نرم‌افزار (ساختاردهی اصطلاحنامه)	(+) سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)		ارائه اصطلاحنامه‌های تصویری برای درک بهتر واژگان	• برهم‌کنشی اصطلاحنامه‌ها با سامانه‌های ویرایش و ثبت	(+) سامانه ثبت
۱۹- حوزه‌های علمیه (خارجی)		یکسان‌سازی و استانداردسازی خط و زبان	روزآمدسازی واژگان اصطلاحنامه	
۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)		• ارائه قابلیت کاربرد واژگان در ترجمه ماشینی (پردازش ماشینی به شکل کلی)	پشتیبانی فنی سامانه	
۲۱- ناشران (خارجی)		• ایجاد قابلیت تحلیل اطلاعات متون تخصصی به شکل خودکار	پشتیبانی محتوایی از اصطلاحنامه و رفع مشکلات کاربران	
۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	کانال‌ها		معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به وزارت علوم و دیگر نهادها	
۲۸- کسب و کارهای خصوصی (خارجی)	اینترنت - وب سایت		منابع مالی	
(+) سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات	اینترنت - ایمیل		• بودجه دولتی	
(+) سامانه ثبت	فروش شخصی (ارسال نامه)		• درآمد اختصاصی ایرانداک	
			منابع معنوی	
			• برند ایرانداک	
			• دانش توسعه سامانه تحت وب	
			• دانش تولید و توسعه اصطلاحنامه	
			منابع انسانی	
			• پشتیبان فنی	
			• توسعه دهندگان سامانه	
			منابع فیزیکی	
			• ساختمان	
			• تجهیزات اداری	
			• تجهیزات سخت افزاری	
			• سامانه	
			• نرم افزار متن باز اسکاسموس	
			• شبکه و اینترنت و تلفن	

جریان‌های درآمدی

• فروش دارایی (ارائه بسته اصطلاحنامه خاص)

• حق استفاده سالانه

• حق عضویت

• تبلیغات

ساختار هزینه

خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه

• هزینه به‌روزرسانی امنیتی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه

تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن

پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه

پرداخت حق الزحمه طراحان و توسعه دهندگان اصطلاحنامه‌ها

هزینه خدمات و نگهداری ساختمان

هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری

پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه

هزینه توسعه OCR در سامانه

• هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی

۴-۱-۲-۱۴. پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار)

راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار) پایگاه وب صفر تا صد پژوهش است برای همه کسانی که به گونه‌ای درگیر پژوهش، داوری پژوهش، راهنمایی پژوهش، نشر پژوهش، یا تجاری‌سازی پژوهش هستند. آموزه‌های این پایگاه وب با گستره‌ای از منابع و نمونه‌های سودمند پشتیبانی شده‌اند که یادگیری و آموزش پژوهش را در یک ایستگاه شدمی می‌سازند. پژوهشگران و دانشجویان می‌توانند از «پژوهش کار» به عنوان منبعی برای یادگیری پژوهش و دستیابی به منابع و نمونه‌هایی در پیوند با کارشان بهره‌برند. افزون بر این، در هر بخش از آموزه‌ها، راه‌ها و راهبردهایی برای یادگیری بیشتر آمده است. برای نمونه، چگونگی یافتن منابع سودمند برای یادگیری نگارش مقاله علمی به زبان انگلیسی در بخش «تبدیل پژوهش به سخنرانی». این آموزه‌ها کمک می‌کنند که پژوهش بهتر و ژرف‌تر آموخته شود و منابع سودمند بیشتری در راه یادگیری آن به کار روند. کاربران نیز می‌توانند با معرفی منابع تازه در بخش «پیشنهاد منبع» و «پیشنهاد نمونه» در پایان هر بخش از آموزه‌ها به پربارتر کردن «پژوهش کار» کمک کنند. این منابع بررسی و پس از تأیید کیفیت و کپی‌رایت به پایگاه وب افزوده می‌شوند.

شکل ۴-۲۸ نمایی از این پایگاه وب را که در آدرس اینترنتی «research.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۲۹ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۲۸. نمایی از پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار)

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه پژوهش کار

طراحی توسط:

دکتر مریم نظری، حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش های پیشنهادی	فعالیت های کلیدی	مشارکت های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی)	سلف سرویس	آموزش صفر تا صد طراحی، اجرا و ارائه پژوهش مولد و تاثیرگذار به همراه مثالهای متنوع و نمونه های کاربردی در رشته ها و موضوع های مختلف پژوهشی	طراحی و پیاده سازی سامانه	۱- دانشجویان (داخلی)
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	کمک شخصی		تهیه و بارگذاری محتوای مرتبط با روش پژوهش با همکاری	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)
۱۰- مجموعه پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات (داخلی)	خلق مشترک		معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به نهادهای مختلف	۱۶- کتابداران و اطلاع رسانی (خارجی)
۱۳- دانشجویان (خارجی)	نظرسنجی	آموزش مبانی و اصول پژوهش مولد به همراه مثال های متنوع از انواع رویکردها، روشها و ابزارهای پژوهش کمی، کیفی و ترکیبی و نمونه های کاربردی در رشته های مختلف	طراحی محتوای جذاب و تبلیغاتی و ارسال در قالب ایمیل برای اعضا	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی) - اساتید روش پژوهش و راهنما و مشاور		آموزش چگونگی تبدیل پژوهش به آثار تاثیرگذار	طراحی محتوای جذاب و درج در شبکه های اجتماعی	۲۰-۱- کتابخانه ها (کتابخانه های دانشگاهی)
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)		ارائه آموزش های جامع و کاربردی برای درج در بخش راهنمای نویسندگان نشریات به همراه راهنمای درج در نشریات	ارائه تورهای مجازی برای ذی نفعان و معرفی قابلیت های سامانه برای بهبود کیفیت پژوهشها	۲۱-۲- ناشران نشریات دولتی (سیاستگذاران حوزه پژوهش)
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری			دعوت از نشریات و کتابخانه ها به همکاری در زمینه درج لوگو و لینک سامانه در سایت کتابخانه و نشریه مدنظر	
۲۱-۲- ناشران نشریات دانشگاهی (خارجی) (داوران و نویسندگان مقالات)			برگزاری دوره های آموزشی به اساتید، دانشجویان و داوران و ناظران پژوهش درباره چگونگی بهره برداری موثر از محتوای سامانه	
۲۷- نهادهای دولتی (خارجی) (سیاستگذاران حوزه پژوهش)	کانال ها		منابع کلیدی	
	اینترنت- وب سایت	ارائه آموزش های جامع و کاربردی برای بهره برداری داوران و ناظران پروژه های تحقیقاتی و آثار علمی انجام پایان نامه و پژوهش	منابع مالی	
	اینترنت- ایمیل		• بودجه دولتی	
	اینترنت- شبکه های اجتماعی	ارائه محتوای کاربردی و راهنمای چگونگی درج لینک پژوهشکار در وبسایت کتابخانه ها	• درآمد اختصاصی موسسه	
	اعمالن و کارگزاران (کتابخانه ها و نشریات دانشگاهی)	ارائه آموزش های مورد نیاز برای توانمندسازی خانواده تحقیق و توسعه قابل بهره برداری توسط مدیران و سیاستگذاران پژوهش به عنوان منبعی جامع آموزشی قابل ارائه موسسه یا دانشگاه ذربط	منابع معنوی	
			• برند ایرانداک	
			• دانش روش پژوهش	
			• دانش فنی توسعه سامانه	
			• پایگاه داده مشتریان (ایمیل کاربران)	
			منابع انسانی	
			• پشتیبان فنی	
			• توسعه دهندگان سامانه	
			منابع فیزیکی	
			• ساختمان	
			• تجهیزات اداری	
			• تجهیزات سخت افزاری	
			• سامانه	
			• شبکه و اینترنت	

جریان های درآمدی

حق عضویت

• حق استفاده (برگزاری تورها و کارگاه های روش پژوهش مجازی)

• فروش دارایی (ارائه محتوای تخصصی تر و مثال های کاربردی)

• حق عضویت (برای مشاهده مطالب تخصصی تر و مثال های کاربردی)

ساختار هزینه

خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه

خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری

تامین اینترنت پرسرعت

پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه

هزینه خدمات و نگهداری ساختمان

هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری

پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه

شکل ۴-۲۹. مدل کسب و کار پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار)

۴-۱-۲-۱۵. پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (۱۵). نسخه ۲

انتشارات علمی از سنجه‌های پیشرفت علم و نشان‌دهنده توان علمی کشورها، به ویژه در دو سده گذشته بوده است. از این رو، سیاست‌گذاران علم به پردازش شمار و چگونگی انتشارات علمی در پرداخته و برنامه‌های گوناگونی را برای پیشرفت در این زمینه در دستور کار گذاشته‌اند. ابزارهای گوناگونی نیز درست شده‌اند تا این شمار و چگونگی و کامیابی سیاست‌های علمی را بسنجند. برخی از این ابزارها تا اندازه‌ای در گستره جهانی پذیرفته شده‌اند و بسیاری آنها را برای مقایسه خود با دیگران به کار می‌برند. «نمایه‌های استنادی» از این ابزارها هستند که در ارزیابی‌های «علم‌سنجی» از آنها بسیار بهره می‌برند. نمایه‌های استنادی، نوشته‌های علمی و دانشگاهی را به زبان‌های گوناگون از سراسر جهان گردآوری و نمایه می‌کنند. «وب آو ساینس» (واس)، «اسکوپوس»، و «گوگل اسکالر»^{۱۷} از کلیدی‌ترین این نمایه‌نامه‌ها هستند که پذیرشی فراگیر به دست آورده‌اند. در حالی که نمایه‌نامه‌های «واس» و «اسکوپوس» در پی گردآوری و سازماندهی انتشارات و استنادهای داوری شده هستند، نمایه‌نامه «گوگل اسکالر» دامنه گسترده‌تری دارد و تنها این انتشارات را در بر ندارد و همه انتشارات دانشگاهی را پوشش می‌دهد.

بی‌گمان، پایش گزارش‌هایی که از این ابزارها گرفته می‌شوند، می‌تواند بر سیاست‌گذاری علم، فناوری، و نوآوری اثر گذارد. نگاهی آماری و موشکافانه به شمار و چگونگی انتشارات علمی در این نمایه‌نامه‌ها می‌تواند راهنمای سیاست‌گذار ایرانی برای راهبری بهتر گردش علم، تخصیص منابع، و برنامه‌ریزی کلان باشد. پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) از سال‌ها پیش، برای پاسخگویی به این نیاز «دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان» را طراحی و تاکنون چندین ویرایش آن را منتشر کرده است. نخستین ویرایش «دانش ایران» در سال ۱۳۸۱ چاپ شد و گزارش‌های تحلیلی انتشارات ایرانیان را در پایگاه «واس» در سال ۱۹۹۹ میلادی در بر داشت. از آن زمان، ایرانداک گزارش‌های تحلیلی بیشتر و سنجه‌های بروزتری را به «دانش ایران» افزوده است تا در سیاست‌گذاری علم، فناوری، و نوآوری کارآمدتر باشد. بهبودهای همیشگی در «دانش ایران»، اینک آن را بالنده کرده و به جایگاه نخستین در بازنمایی و تحلیل داده‌های نمایه‌های استنادی جهانی در ایران رسانده است.

«دانش ایران» برای پایش مشارکت علمی ایرانیان در جهان داده‌های دو نمایه جهانی «واس» و «اسکوپوس» را تحلیل می‌کند و پنج بخش کلیدی دارد: آمارهای فراگیر انتشارات علمی، مشارکت

^{۱۷} Web of Science (WOS), Scopus, Google scholar

مؤسسه‌های ایرانی در انتشارات علمی، مشارکت علمی ایران در منطقه و جهان، مقایسه شاخص‌های پایه و انتشارات علمی، و تأثیر انتشارات علمی ایرانیان.

اگرچه در گزارش‌های دیگری در کشور، آمارهای جداگانه‌ای از انتشارات علمی ایران در «واس» و «اسکوپوس» داد می‌شود، ولی «دانش ایران» برای نخستین بار هم‌پوشانی این دو پایگاه را روشن و آمار درست انتشارات علمی ایران را در جهان گزارش می‌کند. این ویژگی، «دانش ایران» را اثری بی‌همتا ساخته است که همانند گزارش‌های آن را در جای دیگری نمی‌توان یافت. افزون بر این، «دانش ایران» تنها اثری است که در آن نام مؤسسه‌های ایرانی یک‌دست شده‌اند. نگارش‌های متفاوتی از نام مؤسسه‌های ایرانی در «واس» هست (برای نمونه، دانشگاه صنعتی امیرکبیر را می‌توان به بیش از ۴۰ شکل گوناگون نوشت) که در «دانش ایران» همه آنها یک‌دست شده‌اند و گزارشی درست از انتشارات یک مؤسسه به دست خوانندگان می‌رسد.

در «دانش ایران» می‌توان عملکرد گروه‌های سازمانی کشور (یعنی وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری، وزارت بهداشت، درمان، و آموزش پزشکی، دانشگاه آزاد اسلامی، دانشگاه پیام نور، مؤسسه‌های غیردولتی و غیرانتفاعی، دانشگاه جامع علمی و کاربردی، دانشگاه فرهنگیان، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، و دیگر دستگاه‌های اجرایی) را نیز پایش کرد. برای گزارش عملکرد این گروه‌ها، مؤسسه‌های وابسته به آنها شناسایی و انتشارات آنها تحلیل شده‌اند. از این رو، در «دانش ایران» عملکرد هر گروه در برابر گروه‌های دیگر مقایسه‌پذیر است.

آگاهی از همکاری‌های ملی و جهانی مؤسسه‌های ایرانی از دیگر ارزش‌هایی است که «دانش ایران» برای کاربران فراهم می‌سازد؛ به ویژه میزان همکاری‌های ملی مؤسسه‌ها (همکاری یک مؤسسه ایرانی با دیگر مؤسسه‌های ایرانی) که در جای دیگری گزارش نمی‌شود. حتی پایگاه‌هایی همانند «واس» و «اسکوپوس» داده‌های در پیوند با همکاری ملی را تحلیل نکرده‌اند و این گزارش‌ها در پایگاه‌شان در دسترس نیستند.

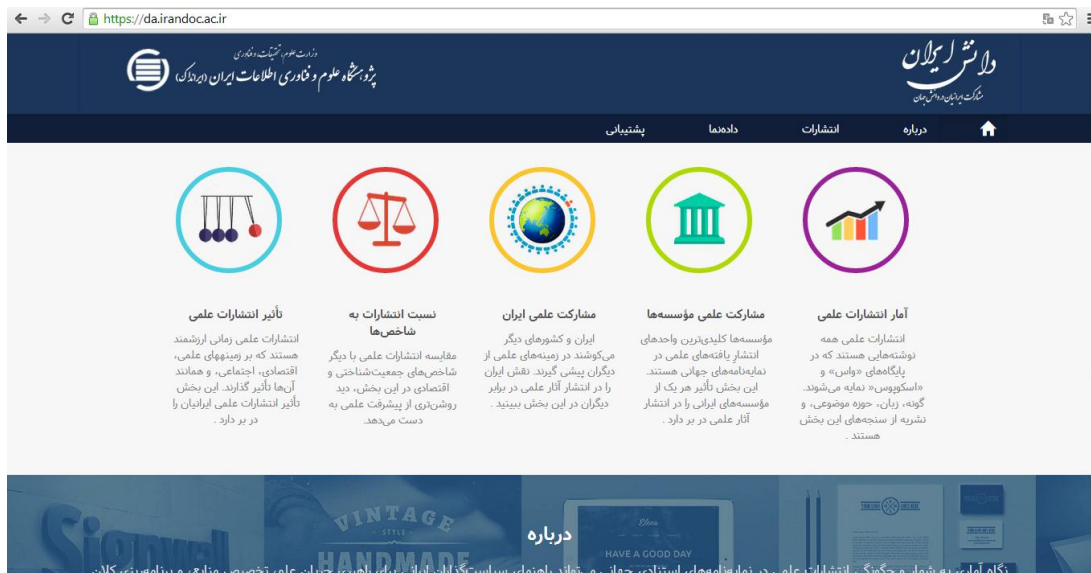
به یاری فناوری اطلاعات، داده‌ها و گزارش‌های «دانش ایران» در یک سامانه کاربرپسند و تعاملی در دسترس همگان است. کاربران با گزینش فیلترهای گوناگون در این سامانه می‌توانند گزارش‌های دلخواه خود را بسازند و برون‌دادهای بسیاری را از این سامانه بگیرند.

در سامانه دانش ایران می‌توان روندهای سالانه انتشارات، مشارکت، تأثیر، و مانند آن‌ها را دید؛ ایران را با دیگر کشورهای جهان و منطقه مقایسه کرد؛ مؤسسه‌های ایرانی را با یک‌دیگر سنجید؛ و گزارش‌های

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۷۵

سالانه‌ای برای هر سنجه دریافت کرد. در هر سنجه نیز می‌توان داده‌های پایگاه‌های گوناگون («واس»، «اسکوپوس»، یا هردو) را فیلتر کرد.

شکل ۴-۳۰ نمایی از این پایگاه وب را که در آدرس اینترنتی «da.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۳۱ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۳۰. نمایی از پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (۱۵). نسخه ۲

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

مدل کسب و کار سامانه دانش ایران- ایرانداک

طراحی توسط:

رسولی- خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

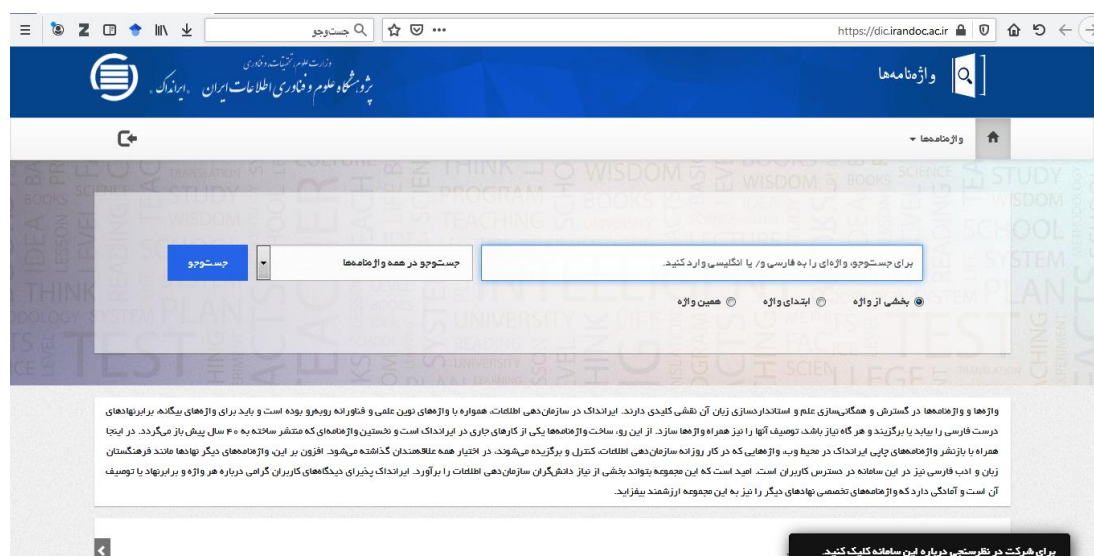
۱.۱

بخش‌های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش‌های پیشنهادی		فعالیت‌های کلیدی		مشارکت‌های کلیدی	
۱۳) دانشجویان		کمک شخصی		ارائه آمارهای کلیدی دربارهٔ انتشارات علمی ایران در نمایه‌های استنادی		گردآوری داده‌ها از دو نمایهٔ «واس» و «اسکوپوس»		۴) اعضای غیرهیئت علمی (واحد تحقیق و توسعه)	
۱۵) اعضای هیئت علمی		سلف سرویس		ارائهٔ تازه‌ترین جایگاه کشور در انتشار آثار علمی و فرستادن گزارش برای ذینفعان در قالب نامهٔ سازمانی		تجزیه و تحلیل داده‌ها بر پایهٔ سنجه‌های علم‌سنجی		۲۵) نظام‌های رتبه‌بندی (نمایه‌های استنادی جهانی)	
۱۶) کارشناس‌ها				ارائهٔ تازه‌ترین جایگاه مؤسسه‌های ایرانی در انتشار آثار علمی		درون‌دهی داده‌ها در سامانه			
۱۷) پژوهشگران آزاد				ارائهٔ شمار انتشارات و روند رتبه‌های کسب‌شده توسط کشور و مؤسسه‌ها در نمایه‌های استنادی		تدوین و ارائهٔ فایل گزارش‌های دوره‌ای و سالانه			
۱۸) مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری				ارائهٔ شمار همکاری‌های علمی ملی و جهانی مؤسسه‌های ایرانی و رتبهٔ آنها بر پایهٔ آن		بازاریابی و معرفی سامانه در نشست‌های گوناگون			
۲۰-۱) کتابخانه‌های دانشگاهی				تحلیل اطلاعات در پیوند با انتشارات علمی ایران در نمایه‌های استنادی پس از پایان هر سال میلادی		نگهداری سرور			
۲۱-۲) ناشر نشریه‌های دانشگاهی				امکان مقایسهٔ رتبهٔ کشورهای منطقه در سنجه‌های گوناگون تحلیل انتشارات علمی		ویرایش نرم‌افزار سامانه			
۲۴) رسانه‌ها				امکان مقایسهٔ جایگاه مؤسسه‌های ایرانی در شمار و رتبه در سنجه‌های گوناگون تحلیل انتشارات علمی					
۲۵) نظامهای رتبه‌بندی				ارائهٔ سنجه‌های گوناگون در پیوند با کیفیت انتشارات علمی ایرانیان در نمایه‌های استنادی					
۲۷) نهادهای دولتی				امکان مقایسهٔ شاخص‌های تحلیل انتشارات علمی و شاخص‌های پایه (جی، دی، بی، نیروی تحقیق و توسعه، و بودجهٔ تحقیق و توسعه)					
۲۸) کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک				جمع‌بندی گزارش‌های سالانهٔ همهٔ سنجه‌های تحلیل انتشارات علمی در یک کتاب و گذاشتن فایل‌ها در برگ «انتشارات» سامانه					
				تهیهٔ گزارش خبری از تازه‌ترین آمارهای تحلیل انتشارات علمی در نمایه‌های استنادی					

۴-۱-۲-۱۶. پایگاه وب واژه‌نامه‌ها

واژه‌ها و واژه‌نامه‌ها در گسترش و همگانی‌سازی علم و استانداردسازی زبان آن نقشی کلیدی دارند. ایرنداک در سازمان‌دهی اطلاعات، همواره با واژه‌های نوین علمی و فناورانه روبه‌رو بوده است و باید برای واژه‌های بیگانه، برابرنهادهای درست فارسی را بیابد یا برگزیند و هرگاه نیاز باشد، توصیف آنها را نیز همراه واژه‌ها سازد. از این رو، ساخت واژه‌نامه‌ها یکی از کارهای همیشگی در پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرنداک) بوده است و نخستین واژه‌نامه‌ای که منتشر ساخته به ۴۰ سال پیش باز می‌گردد. در پایگاه وب واژه‌نامه‌ها، همراه با بازنشر واژه‌نامه‌های چاپی ایرنداک در محیط وب، واژه‌هایی که در کار روزانه سازمان‌دهی اطلاعات، کنترل و برگزیده می‌شوند، در اختیار همه علاقه‌مندان گذاشته شده است. افزون بر این، واژه‌نامه‌های دیگر نهادها مانند فرهنگستان زبان و ادب فارسی نیز در این پایگاه وب در دسترس کاربران است. این پایگاه بیش از ده واژه‌نامه و نزدیک یک‌صد هزار واژه را در بر دارد. ایرنداک پذیرای دیدگاه‌های کاربران گرامی درباره هر واژه و برابرنهاد یا توصیف آن است.

شکل ۴-۳۲ نمایی از این پایگاه وب را که در آدرس اینترنتی «da.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۳۳ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۳۲. نمایی از پایگاه وب واژه‌نامه‌ها

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه وازنامه‌ها

طراحی توسط:

آقایان رجیبی، حجت پناه، خدمتگزار

تاریخ:

1399/1-1-1

نسخه:

1.1

بخش‌های مشترک‌ان	ارائه‌های پیشنهادی	ارتباط با مشتری	سلف سرویس	۱- دانشجویان (داخلی)
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	ارائه واژه‌نامه‌ها به شکل آنلاین تحت وب	خلق مشترک	۱۳- دانشجویان (خارجی)	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)
۱۶- کارشناس‌ها (خارجی)	استانداردسازی واژگان و معادل زبانی آنها	(+) نظرسنجی	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)
۱۹- حوزه‌های علمیه (خارجی)	ارائه واژه‌نامه‌های تخصصی حوزه علم و فناوری	کانال‌ها	۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)
۲۸- کسب و کار های خصوصی (خارجی)		اینترنت- وب سایت	۲۷- اینترنت- ایمیل	
		فروش شخصی (ارسال نامه)		

فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
تحلیل، طراحی، به‌روزرسانی و ارتقای سامانه	۱- دانشجویان (داخلی)
مرور ادبیات حوزه مفهومی واژه‌نامه	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)
جمع‌آوری واژگان و معانی آنها	۱۳- دانشجویان (خارجی)
ورود واژه‌نامه‌ها به سامانه واژه‌نامه‌ها	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)
روزآمدسازی واژگان اصطلاحنامه	۲۲- ۱- انجمن‌های علمی ایرانی
پشتیبانی فنی سامانه	۲۷- نهادهای دولتی
پشتیبانی محتوایی از اصطلاحنامه و رفع مشکلات کاربران	
معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به وزارت علوم و دیگر نهادها	

منابع مالی	منابع انسانی
• بودجه دولتی	• پشتیبان فنی
• درآمد اختصاصی ایرانداک	• توسعه دهندگان واژه‌نامه‌ها و سامانه
منابع معنوی	منابع فیزیکی
• برند ایرانداک	• ساختمان
• دانش توسعه سامانه تحت وب	• تجهیزات اداری
• دانش تولید و توسعه واژه‌نامه	• تجهیزات سخت‌افزاری
• مشارکت ایرانداک- نهادهای دارای واژه‌نامه	• سامانه
	• شبکه و اینترنت و تلفن

جریان‌های درآمدی	ساختار هزینه
• حق عضویت (دسترسی به واژه‌نامه‌های تخصصی‌تر یا امکانات خاص مانند خوانش ماشینی)	خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه
• فروش دارایی (ارائه بسته واژه‌نامه‌های تخصصی)	• هزینه به‌روزرسانی امنیتی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه
• تبلیغات	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن
	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه
	خرید/ پرداخت حق الزحمه طراحان و توسعه دهندگان واژه‌نامه‌ها

هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری
پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	• هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی

شکل ۴-۳۳. مدل کسب و کار پایگاه وب واژه‌نامه‌ها

۴-۱-۲-۱۷. پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایرانداک (نام‌ها)

کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعات از سازمان‌های دانش‌بنیان هستند که با اطلاعات بسیاری سروکار دارند. مستندسازی اطلاعات، مفاهیمی مانند ثبت، گردآوری، تنظیم و تدوین، دسته‌بندی، و نگه‌داری را در خود نهفته دارد. مفاهیمی که خود از کاری هدفمند، دقیق، و منظم حکایت دارند. مستندسازی نام‌ها که حوزه‌های موضوعی بسیاری را مانند نام مشاهیر و پدیدآوران، نام مکان‌ها، نام کتاب‌ها، و نام نمایشنامه‌ها در بر می‌گیرد، یکی از کارهای پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) است که می‌تواند مهارت‌ها و آسانی جست‌وجو، هدایت کاوشگران به نام‌ها و اصطلاحات همانند، تغییر سریع شناسه‌ها، بازیابی سریع و آسان یک موضوع یا نام، مفاهیم مرتبط و گونه پیوند آنها با هم، و نمایان ساختن و کنترل واژه‌ها و اصطلاحات دارای دو یا چند معنی را برای جلوگیری از اختلال معنایی در هنگام بازیابی در پی داشته باشد. پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایرانداک برای پاسخ‌گویی به بخشی از نیاز مدیریت دانش در قلمرو سازمان‌دهی اطلاعات راه‌اندازی شده است. این سامانه، فهرست مستند نام پژوهشگران؛ نام نهادها، سازمان‌ها، و مؤسسه‌های دولتی ایران؛ و نام‌های جغرافیایی را در بر دارد.

شکل ۴-۳۴ نمایی از این پایگاه وب را که در آدرس اینترنتی «namha.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۳۵ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۳۴. نمایی از پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایرانداک (نام‌ها)

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایراندک (نام‌ها)

طراحی توسط:

آقای رجبی، سرکار خانم دهرایی، حمیدرضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش‌های پیشنهادی		فعالیت‌های کلیدی		مشارکت‌های کلیدی	
۱- دانشجویان (داخلی)		سلف سرویس		نمایش مستندسازی در سامانه تحت وب		تحلیل، طراحی، به‌روزرسانی و ارتقای سامانه		۱- دانشجویان (داخلی)	
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)		خلق مشترک		«فهرست مستند نام‌های ایرنداک»		مرور ادبیات حوزه مفهومی نام‌ها		۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	
۱۳- دانشجویان (خارجی)		* کمک شخصی		ارائه پنجره واحد برخط برای ارائه مستند نام		مستندسازی فهرست نام‌ها (تاکنون شامل: نام‌های جغرافیایی، مشاهیر و مولفان، سازمانها و موسسات، کتاب‌ها، * گیاهان و جانوران)		۱۳- دانشجویان (خارجی)	
۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)		(+ نظرسنجی)		ارائه مستند نام کتاب‌های مندرج در منابع غیر کتابی «پارساها»		ورود نام‌ها به سامانه نام‌ها		۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	
۱۶- کارشناس‌ها (خارجی)		کانال‌ها		ارائه مستند نام جغرافیایی ایران مندرج در منابع غیر کتابی «پارساها»		روزآمدسازی فهرست مستند نام‌ها		۲۷- نهادهای دولتی (وزارت عتف، فرهنگستان زبان و ادب فارسی)	
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)				ارائه فهرست مستند اسامی نهادها، سازمان‌ها و موسسات دولتی ایران		پشتیبانی فنی سامانه		(+ سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات	
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)				ارائه فهرست مستند اسامی مشاهیر و مؤلفان مندرج در منابع غیر کتابی «پارساها»		پشتیبانی محتوایی از اصطلاحنامه و رفع مشکلات کاربران			
۱۹- حوزه‌های علمیه (خارجی)						معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به وزارت علوم و دیگر نهادها			
۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)		اینترنت- وب سایت				منابع مالی		منابع انسانی	
۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)		اینترنت- ایمیل				• بودجه دولتی		• پشتیبان فنی	
۲۸- کسب و کارهای خصوصی (خارجی)		فروش شخصی (ارسال نامه)				• درآمد اختصاصی ایرنداک		• توسعه دهندگان فهرست نام‌ها و سامانه	
(+ سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات						منابع معنوی		منابع فیزیکی	
						• برند ایرنداک		• ساختمان	
						• دانش توسعه سامانه تحت وب		• تجهیزات اداری	
						• دانش تولید و توسعه مستند نام‌ها		• تجهیزات سخت افزاری	
								• سامانه	
								• شبکه و اینترنت و تلفن	
جریان‌های درآمدی		حق عضویت (دسترسی به فهرست نام‌های تخصصی تر یا امکانات خاص مانند خوانش ماشینی)		ساختار هزینه		خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه		هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	
• فروش دارایی (ارائه بسته فهرست مستند نام‌ها)						• هزینه به‌روزرسانی امنیتی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه		هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	
• تبلیغات						تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن		پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	
						پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه		• هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	
						خرید/ پرداخت حق الزحمه طراحان و توسعه‌دهندگان فهرست نام‌ها		هزینه کسب منابع اطلاعاتی	

۴-۱-۲-۱۸. سامانه پُرسا

در پاسخ به نیاز پژوهشگران کشور در آسان‌سازی فرایند پژوهش، سامانه پرسش‌نامه‌ساز (پُرسا) راه‌اندازی و در دسترس همه پژوهشگران کشور گذارده شده است. پُرسا، سامانه‌ای برخط برای یاری پژوهشگران در گردآوری و تحلیل داده‌های پژوهشی با فناوری‌های نوین است. این سامانه هوشمند، در چارچوب استانداردهای روز و بر پایه نیازهای پژوهشگران ایرانی استوار است. پُرسا به پژوهشگران و سازمان‌ها و کسب و کارها کمک می‌کند تا پرسش‌نامه‌های خود را به آسانی بسازند و آن را در میان پاسخ‌گویان پخش کنند و داده‌های دریافت شده را در گزارش‌های گوناگون و حرفه‌ای ببینند و اگر خواستند، این داده‌ها را برای تحلیل بیشتر به نرم‌افزارهای آماری ببرند.

سامانه پرسش‌نامه‌ساز، توانمندی‌های بسیاری را مانند ساخت پرسش‌نامه با پرسش‌های جورواجور، پخش پرسش‌نامه و درخواست برای پاسخ‌گویی به آن، ردگیری پرسش‌نامه‌ها، دریافت پاسخ‌ها از پاسخ‌گویان، و داده‌پردازی را برای کاربران فراهم می‌کند. پُرسا توانمندی‌هایی مانند ساخت گزارش‌ها و تحلیل‌های آماری، برآورد پویای ضریب آلفای کرونباخ، نمایش نمودارهای گوناگون، و دریافت فایل «اکسل» وزن‌دار و فایل آماده برای کاربرد در نرم‌افزار آماری «اس‌پی‌اس‌اس» را در بر دارد. پُرسا همه این خدمات را با هزینه‌ای اندک برای کاربران فراهم می‌کند تا پژوهشی آسان و خوشایند را به انجام رسانند و از دستاوردهای کار خود بهره بیشتری برند.

شکل ۴-۳۶ نمایی از این سامانه را که در آدرس اینترنتی «porsa.irandoc.ac.ir» قابل دسترس است، نشان می‌دهد. مدل کسب و کار استخراج شده این سامانه نیز به شرح شکل ۴-۳۷ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۳۶. نمایی از سامانه پُرسا

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

سامانه پُرسا

طراحی توسط:

دکتر امیر حسین صدیقی، حمیدرضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی)	سلف سرویس	ارائه بستری مبتنی بر وب برای ایجاد و طراحی پرسشنامه با سازگاری کامل با زبان فارسی و سازگار با انواع صفحه نمایش و بدون نیاز به نصب نرم‌افزار	طراحی رابط کاربری ساده و سازگار با زبان فارسی و مناسب برای انواع صفحه توسعه قابلیت‌های موردنیاز برای انتشار پرسشنامه در فضای مجازی نظیر لینک پاسخ به پرسشنامه عادی، رمزدار و با قابلیت افزودن به وبگاه شخصی	(+) ایرانداک (سامانه به صورت مشارکت طراحی و ارائه شده است)
۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	کمک شخصی	ارائه لینک پاسخ به پرسشنامه به صورت عادی، رمزدار و با قابلیت افزودن به وبگاه شخصی برای انتشار در فضای مجازی	اتصال به درگاه پرداخت بانکی	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی) - دکتر امیر حسین صدیقی
۱۳- دانشجویان (خارجی)	نظرسنجی	جمع‌آوری پاسخ‌های ورودی بعد از دریافت هر پاسخ، با قابلیت ذخیره‌سازی خودکار بر روی مرورگر کاربر برای ادامه پاسخگویی در زمانی دیگر	توسعه قابلیتی برای ذخیره‌سازی جواب‌ها بر روی مرورگر و ثبت در پایگاه داده تحلیل آماری داده‌های جمع‌آوری شده، تولید نمودارها، و محاسبه آلفای کرونباخ	۱۷- پژوهشگران آزاد (پژوهشگران همکار)
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی) - اساتید روش پژوهش و راهنما و مشاور		تحلیل آماری پاسخ‌های جمع‌آوری شده به صورت خودکار و محاسبه پویای آلفای کرونباخ	تولید فایل اکسل وزن‌دار و آماده برای SPSS	
۱۶- کارشناس‌ها		ارائه فایل اکسل وزن‌دار و آماده برای SPSS	توسعه قابلیتی برای ارسال دسته‌ای رایانامه با قابلیت ردگیری	
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)		ارسال دسته‌ای رایانامه با قابلیت ردگیری وضعیت پاسخ به پرسشنامه	تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	
۲۷- نهادهای دولتی			معرفی سامانه در اینترنت با استفاده از وب سایت، ایمیل و شبکه‌های اجتماعی	
	کانال‌ها		معرفی سامانه در بازدیدها از ایرانداک، همایش‌ها و زنگ ایرانداک	
	اینترنت - وب سایت		پشتیبانی ایمیلی و آنلاین (چت آنلاین و تماس با ما) از سامانه	
	اینترنت - ایمیل		معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیرمجموعه‌های وزارت علوم	
	اینترنت - شبکه‌های اجتماعی		منابع کلیدی	
	تلفن ثابت		منابع انسانی	
	ارائه در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها		• پشتیبان فنی	منابع مالی
	بازدید از ایرانداک		• توسعه دهندگان سامانه	• بودجه دولتی
	معرفی از طریق نامه		منابع معنوی	• درآمد اختصاصی موسسه
			• برند ایرانداک	• آورده نقدی
			• دانش توسعه سامانه تحت وب	منابع فیزیکی
			• دانش فنی توسعه سامانه	• ساختمان
			• پایگاه داده مشتریان (ایمیل)	• تجهیزات اداری
			• مشتریان بالقوه	• تجهیزات سخت افزاری
			• مشارکت ایرانداک- دکتر صدیقی	• سامانه
				• شبکه و اینترنت
جریان‌های درآمدی	حق استفاده (فهرست قیمت بر اساس بخش‌های مختلف کارکردی)	ساختار هزینه	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	
• تبلیغات		خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه (سرور مجازی)	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	
		هزینه به‌روزرسانی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	
		تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن	هزینه معرفی سامانه در اینترنت، بازدید ایرانداک، همایش، زنگ ایرانداک و با ارسال نامه	
		پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	
		پرداخت سهم ایرانداک	هزینه به دست آوردن رایانامه مشتریان بالقوه	

شکل ۴-۳۷. مدل کسب و کار سامانه پُرسا

۴-۱-۲-۱۹. طرح‌های پژوهشی تقاضامحور سازمان‌های دیگر

طرح‌های پژوهشی به عنوان یک خدمت، به فعالیت‌های پژوهشی اعضای هیأت علمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) گفته می‌شود که در راستای ارتقای علمی پژوهشگاه در سطح ملی و بین‌المللی و رفع نیازها و مشکلات کشور باشد. این طرح‌ها در قالب فرم‌های پیشنهادی طرح پژوهشی توسط اعضای هیأت علمی ارائه شده و مراحل تصویب و اجرای آنها تحت نظارت و در چارچوب قوانین و مقررات پژوهشگاه انجام می‌شود.

یکی از انواع مهم طرح‌های پژوهشی، طرح‌های پژوهشی تقاضامحور سازمان‌های دیگر است که با رویکرد حل مسئله آن نهاد، موسسه، صنعت یا سازمان اجرا می‌شود. با هدف تقویت ارتباط مؤثر میان صنعت و دانشگاه می‌باشند، این طرح‌ها باید به وضوح بیانگر مسئله موجود در صنعت یا جامعه بوده و روند اجرای آنها در راستای حل مسئله تعریف شده باشند. طرح‌های پژوهشی برون سازمانی، در قالب قرارداد بین پژوهشگاه و نهاد، موسسه، صنعت یا سازمان مربوطه اجرا می‌شوند. مجری طرح می‌تواند از امکانات پژوهشگاه برای انجام این طرح‌ها استفاده نماید اما محل تأمین هزینه‌های اجرای طرح، نهاد، موسسه، صنعت یا سازمان مربوطه می‌باشد. کلیه هزینه‌های این طرح‌ها به حساب اختصاصی پژوهشگاه واریز شده و پس از کسر بالاسری مصوب، به مجری پرداخت می‌گردد.

مدل کسب و کار استخراج شده این خدمت به شرح شکل ۴-۳۸ قابل مشاهده است.

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

طرح پژوهشی تقاضامحور

طراحی توسط:

دکتر علی نعمی صدیق- حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش‌های پیشنهادی	
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری		کمک شخصی اختصاصی		ارائه خدمات پژوهشی و فناوری (شامل: اصطلاحنامه‌نگاری، نگارش آنتولوژی و هستان‌شناسی، پردازش زبان طبیعی، ساخت پیکره‌های زبانی تخصصی، آینده‌نگاری علم، فناوری، و نوآوری، راهکارهای هوش کسب‌وکار و ساخت داشبوردهای مدیریتی، شناخت نقشه راه فناوری، مرور سیستماتیک و متاآنالیز، تحلیل لاگ و رفتار کاربران، ترسیم ساختار انتشارات علمی و تحلیل روند پژوهش، تحلیل اطلاعات علمی و فنی، ارزیابی اثربخشی پژوهشها با سنجه‌های جایگزین، طراحی و تحلیل پروتکل‌های رایانه‌ای امن، طراحی و اجرای نظام‌های اشتراک منابع و همکاری سازمان‌ها).	
۱۹- حوزه‌های علمیه				ارائه خدمات اطلاعات و فناوری اطلاعات (شامل: طراحی و ساخت سامانه ثبت اطلاعات علمی و فناوریانه، طراحی و ساخت سامانه نمایه‌سازی اطلاعات علمی و فناوریانه، طراحی و ساخت پایگاه‌های اطلاعات علمی و فناوریانه موضوعی، طراحی و ساخت دروازه‌های اطلاعات موضوعی کنترل کیفیت شده، طراحی و بهبود کیفیت داده‌ها در سامانه‌های اطلاعات، طراحی و راه‌اندازی مراکز اطلاعات علمی و فناوریانه سازمانی و موضوعی، تحلیل، طراحی، و ساخت وبسایت‌های سازمانی، دیجیتال‌سازی اسناد چاپی و ساخت آرشیو دیجیتال، نمایه‌سازی اسناد و اطلاعات علمی و فنی، اشاعه گزینشی اطلاعات، طراحی و ساخت سامانه‌های اطلاعات مکانی وب‌بنیاد، طراحی و ساخت سامانه‌های پیشنهاددهنده، طراحی و پیاده‌سازی الگوریتم‌های یادگیری ماشین در کاربردهای گوناگون، طراحی و ساخت سامانه‌های تحلیل کلان‌داده داده‌کاوی، هوشمندی فناوری با روش‌های فناوری‌کاوی، طراحی و ساخت سامانه‌های هوش و تحلیل کسب‌وکار سازمانی، طراحی و ساخت سامانه‌های تشخیص تقلب، شخصی‌سازی محیط‌های یادگیری الکترونیکی، نشر الکترونیکی، طراحی و ساخت شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای تخصصی، طراحی و ساخت سامانه‌های مدیریت اطلاعات آزمایشگاهی)	
۲۰- کتابخانه‌ها				ارائه خدمات مشاوره و مدیریت (شامل: برنامه‌ریزی استراتژیک: پیاده‌سازی و ارزیابی، برنامه‌ریزی استراتژیک بازار و طراحی سیستم توزیع، پیاده‌سازی برنامه استراتژیک با رویه‌های کاری، استراتژی تبلیغات (نگارش، پیاده‌سازی، و ارزیابی)، سیاست‌گذاری با رویکرد تفکر سیستمی، سیاست‌گذاری با شبیه‌سازی، تحلیل و آسیب‌شناسی خدمات دولت الکترونیک، واکاوی رفتار کاربرد در رسانه‌های اجتماعی، افزایش مشارکت سازمانی با بهره‌گیری از بازی‌وارسازی، مستندسازی و بهبود فرایندهای سازمانی، طرح‌ریزی و استقرار نظام مدیریت کیفیت بر پایه استاندارد ایزو ۹۰۰۱، طراحی مدل کسب‌وکار برای محصولات فناوری اطلاعات، پژوهش موردکاوانه درباره محصولات فناوری اطلاعات در چارچوب مطالعات علم و فناوری، مشاوره طرح‌های توجیهی فنی‌اقتصادی، حقوق شرکت‌های دانش‌بنیان، حقوق مالکیت فکری پایان‌نامه، رساله، کتاب، مقاله، و طرح پژوهشی، مدیریت ریسک پروژه، مدیریت منابع انسانی، تحلیل ذینفعان سازمان و پروژه، طراحی و راه‌اندازی سیستم‌های ارزیابی عملکرد سازمانی، مشاوره و ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان، مشاوره در زمینه اخلاق پژوهش، مشاوره در زمینه اخلاق فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشاوره اخلاقی و بررسی و پایش اخلاق فراورده‌های فناوری اطلاعات، آموزش سواد اخلاقی)	
۲۲- نهادهای بین‌المللی		کانال‌ها			
۲۷- نهادهای دولتی		اینترنت- وب سایت			
۲۸- کسب و کارهای خصوصی		اینترنت- ایمیل			
(+ نهادهای عمومی غیردولتی (مانند شهرداری)		فروش شخصی (مذاکره، پیشنهاد، گزارش)			

شکل ۴-۳۸. مدل کسب و کار طرح های پژوهشی تقاضامحور

۴-۱-۲-۲۰. طرح‌های پژوهشی بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه

تبصره بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه اعضای هیئت علمی آموزشی و پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری بیان کرده است: "آن دسته از طرح‌های پژوهشی و فناوری که حسب نیاز برای انجام مأموریت‌های ستاد وزارتخانه‌ها و به سفارش وزیر یا معاونت‌های مربوطه، در موسسه‌های پژوهشی ذیربط انجام می‌شود، و همچنین طرح‌های پژوهشی و فناوری که حداقل ۵۰ درصد از اعتبار آن از خارج موسسه تأمین می‌شود، در صورتی که موضوع طرح‌ها در حوزه تخصص فرد و یا در جهت مأموریت موسسه محل خدمت وی باشد و گزارش نهایی آنها فرآیند داوری را طی کرده و به تأیید موسسه برسد، به عنوان طرح پژوهشی و فناوری با طرح قرارداد خارج از موسسه تلقی شده و در بند مربوط به آنها امتیاز داده می‌شود."

با این توصیف طرح‌های پژوهشی بند ۱۳ می‌توانند از یک سو از مزایای طرح‌های پژوهشی تقاضامحور برخوردار بوده و از سوی دیگر موجب حل مشکلات و مسائل وزارتخانه‌ها شوند. همچنین این طرح‌ها مشارکت موسسه را با نهادهای مرتبط فراهم می‌کند. مدل کسب و کار استخراج شده این خدمت به شرح شکل ۴-۳۹ قابل مشاهده است.

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

طرح‌های پژوهشی بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه

طراحی توسط:

حمید رضا خدمتگزار- دکتر بهروز رسولی

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۰/۰۱

نسخه:

۱.۱

بخش‌های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش‌های پیشنهادی	
۲۷- نهادهای دولتی (ستاد وزارت عتف، معاونت های وزارت عتف) * نهادهای تأمین کننده حداقل ۵۰ درصد اعتبار طرح پژوهشی: ۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری ۱۹- حوزه های علمیه ۲۰- کتابخانه‌ها ۲۳- نهادهای بین المللی ۲۷- نهادهای دولتی ۲۸- کسب و کار های خصوصی (+) نهادهای عمومی غیردولتی (مانند شهرداری)		کمک شخصی اختصاصی		ارائه خدمات پژوهشی و فناوری (شامل: اصطلاحنامه‌نگاری، نگارش آنتولوژی و هستان‌شناسی، پردازش زبان طبیعی، ساخت پیکره‌های زبانی تخصصی، آینده‌نگاری علم، فناوری، و نوآوری، راهکارهای هوش کسب‌وکار و ساخت داشبوردهای مدیریتی، شناخت نقشه راه فناوری، مرور سیستماتیک و متاآنالیز، تحلیل لاگ و رفتار کاربران، ترسیم ساختار انتشارات علمی و تحلیل روند پژوهش، تحلیل اطلاعات علمی و فنی، ارزیابی اثربخشی پژوهشها با سنجدهای جایگزین، طراحی و تحلیل پروتکل‌های رایانه‌ای امن، طراحی و اجرای نظام‌های اشتراک منابع و همکاری سازمان‌ها.)	
				ارائه خدمات اطلاعات و فناوری اطلاعات (شامل: طراحی و ساخت سامانه ثبت اطلاعات علمی و فناوریانه، طراحی و ساخت سامانه نمایه‌سازی اطلاعات علمی و فناوریانه، طراحی و ساخت سامانه اشاعه اطلاعات علمی و فناوریانه، طراحی و ساخت پایگاه‌های اطلاعات علمی و فناوریانه موضوعی، طراحی و ساخت دروازه‌های اطلاعات موضوعی کنترل کیفیت شده، طراحی و بهبود کیفیت داده‌ها در سامانه‌های اطلاعات، طراحی و راه‌اندازی مراکز اطلاعات علمی و فناوریانه سازمانی و موضوعی، تحلیل، طراحی، و ساخت وبسایت‌های سازمانی، دیجیتال‌سازی اسناد چاپی و ساخت آرشیو دیجیتال، نمایه‌سازی اسناد و اطلاعات علمی و فنی، اشاعه‌گزینشی اطلاعات، طراحی و ساخت سامانه‌های اطلاعات مکانی وب‌بنیاد، طراحی و ساخت سامانه‌های پیشنهاددهنده، طراحی و پیاده‌سازی الگوریتم‌های یادگیری ماشین در کاربردهای گوناگون، طراحی و ساخت سامانه‌های تحلیل کلان‌داده داده‌کاوی، هوشمندی فناوری با روش‌های فناوری‌کاوی، طراحی و ساخت سامانه‌های هوش و تحلیل کسب‌وکار سازمانی، طراحی و ساخت سامانه‌های تشخیصی قلب، شخصی‌سازی محیط‌های یادگیری الکترونیکی، نشر الکترونیکی، طراحی و ساخت شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای تخصصی، طراحی و ساخت سامانه‌های مدیریت اطلاعات آزمایشگاهی)	
				ارائه خدمات مشاوره و مدیریت (شامل: برنامه‌ریزی استراتژیک: پیاده‌سازی و ارزیابی، برنامه‌ریزی استراتژیک بازار و طراحی سیستم توزیع، پیاده‌سازی برنامه استراتژیک با رویه‌های کاری، استراتژی تبلیغات (نگارش، پیاده‌سازی، و ارزیابی)، سیاستگذاری با رویکرد تفکر سیستمی، سیاستگذاری با شبیه‌سازی، تحلیل و آسیب‌شناسی خدمات دولت الکترونیک، واکاوی رفتار کاربرد در رسانه‌های اجتماعی، افزایش مشارکت سازمانی با بهره‌گیری از بازی‌وارسازی، مستندسازی و بهبود فرایندهای سازمانی، طرح‌ریزی و استقرار نظام مدیریت کیفیت بر پایه استاندارد ایزو ۹۰۰۱، طراحی مدل کسب‌وکار برای محصولات فناوری اطلاعات، پژوهش موردکاوانه درباره محصولات فناوری اطلاعات در چارچوب مطالعات علم و فناوری، مشاوره طرح‌های توجیهی فنی-اقتصادی، حقوق شرکت‌های دانش‌بنیان، حقوق مالکیت فکری پایان‌نامه، رساله، کتاب، مقاله، و طرح پژوهشی، مدیریت ریسک پروژه، مدیریت منابع انسانی، تحلیل ذینفعان سازمان و پروژه، طراحی و راه‌اندازی سیستم‌های ارزیابی عملکرد سازمانی، مشاوره و ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان، مشاوره در زمینه اخلاق پژوهش، مشاوره در زمینه اخلاق فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشاوره اخلاقی و بررسی و پایش اخلاق فرآورده‌های فناوری اطلاعات، آموزش سواد اخلاقی)	
جریان‌های درآمدی		فروش دارایی (ارائه گزارش طرح پژوهشی و خروجی مرتبط)		ساختار هزینه	
				پرداخت حق الزحمه مجری و همکاران پژوهش	
				هزینه بیمه و مالیات	
				هزینه مواد، تجهیزات و امکانات پژوهش	
				هزینه ارائه گزارش و خروجی	
				هزینه سفر درون شهری و برون شهری	
				سهام ایرانداک (برای تأمین فضا، تجهیزات اداری، اینترنت، تلفن و)	

شکل ۴-۳۹. مدل کسب و کار طرح پژوهشی بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه

۴-۲- استخراج مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک

همانطور که در فصل چهارم بیان شد به منظور دستیابی به مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک باید مدل کسب و کار در سطوح پنجگانه مأموریت های ایرانداک استخراج شود. اکنون با در اختیار داشتن مدل های کسب و کار سامانه ها و خدمات ایرانداک، اولین قدم نگاشت بین این سامانهها/ خدمات با مأموریت های کلیدی ایرانداک است. این نگاشت در جدول ۴-۲ قابل مشاهده است.

جدول ۴-۲. نگاشت سامانه ها و خدمات با مأموریت های کلیدی ایرانداک

نام سامانه / خدمت	مأموریت های مرتبط
۱. پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸	۱- پژوهش
	۲- آموزش
	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری
	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
	۵- همکاری و هماهنگی
۲. پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج). نسخه ۴	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری
	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
	۵- همکاری و هماهنگی
۳. سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاد (ثبت). نسخه ۲	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری
	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
	۵- همکاری و هماهنگی
۴. سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری
	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
۵. سامانه همانندجو	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری
	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
	۵- همکاری و هماهنگی
۶. سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
۷. سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری
	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
۸. سامانه آمار کتابخانه ها (آک)	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
	۵- همکاری و هماهنگی
۹. سامانه مدیریت نشست ها و مصوبه های هیئت های امنای (سامان ها)	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
	۵- همکاری و هماهنگی
۱۰. سامانه آموزش های کوتاه مدت	۲- آموزش
۱۱. پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوری

نام سامانه / خدمت	مأموریت‌های مرتبط
۱۲. پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص‌های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
۱۳. پایگاه وب اصطلاح‌نامه‌های علمی و فنی. نسخه ۲	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه
۱۴. پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش‌کار)	۲- آموزش
۱۵. پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (دا). نسخه ۲	۴- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری
۱۶. پایگاه وب واژه‌نامه‌ها	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه
۱۷. پایگاه وب فهرست‌های مستند نام‌های ایرانداک (نام‌ها)	۳- مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه
۱۸. طرح‌های پژوهشی تقاضامحور سازمان‌های دیگر	۱- پژوهش
۱۹. طرح‌های پژوهشی بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه	۱- پژوهش
۲۰. سامانه پُرسا	۱- پژوهش

۴-۲-۱- استخراج مدل کسب و کار حوزه‌های مأموریتی ایرانداک

مبثنی بر نگاشت انجام شده در بخش قبل و با انجام تحلیل محتوا بر روی مدل‌های کسب و کار منطبق با هر مأموریت، مدل‌های کسب و کار مأموریت‌های کلیدی ایرانداک در پنج حوزه استخراج شد که در ادامه ارائه خواهد شد.

۴-۲-۱-۱- مدل کسب و کار پژوهش

پژوهش به عنوان بخشی از وظایف اعضای هیئت علمی و یکی از مأموریت‌های بنیادین پژوهشگاه است. برای پیشبرد پژوهش در پژوهشگاه، باید موازنه‌ای میان آزادی عمل پژوهشگران و نیازها و مأموریت‌های پژوهشی بر پایه اساسنامه پژوهشگاه پدید آید و کار پژوهش با کارایی و اثربخشی پشتیبانی شود. بر اساس اساسنامه وظایف پژوهشگاه در حوزه مأموریتی فعالیت‌های پژوهشی به شرح زیر است:

۱. فراهم آوردن امکانات لازم و متناسب با فعالیت‌های پژوهشی مرتبط در چارچوب مبانی ارزشی انقلاب اسلامی؛

۲. بررسی و شناسایی نیازهای پژوهشی در زمینه علوم و فناوری اطلاعات؛

۳. اجرای طرح‌های پژوهشی بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای به منظور تحقق اهداف پژوهشگاه؛

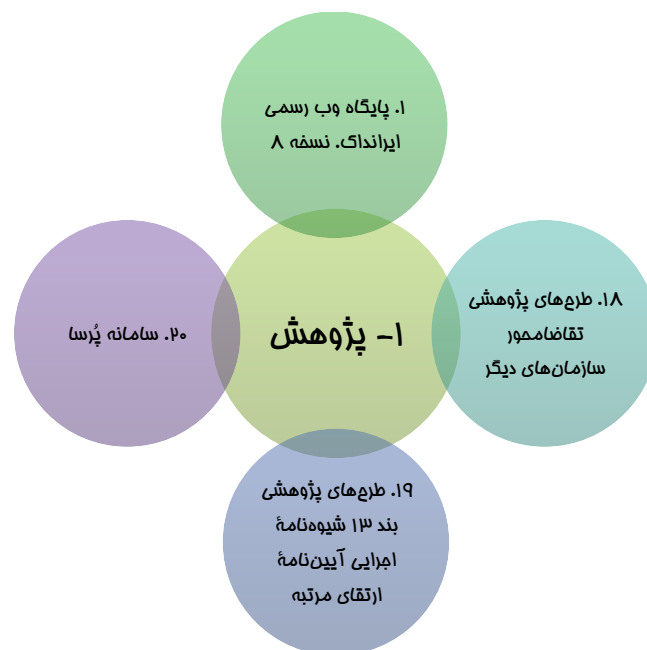
۴. همکاری پژوهشی با دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی داخل و خارج کشور به منظور ارتقای کیفیت فعالیت‌های پژوهشی در زمینه علوم و فناوری اطلاعات با رعایت قوانین و مقررات؛

۵. ارائه خدمات مشاوره‌ای به اشخاص حقیقی و حقوقی براساس نتایج فعالیت‌های علمی و پژوهشی انجام‌شده در پژوهشگاه؛

۶. انتشار مجله، کتاب علمی، جزوه آموزشی، تولید نرم‌افزار و برنامه‌های رایانه‌ای متناسب با اهداف پژوهشگاه طبق ضوابط و مقررات مربوط؛

۷. برگزاری همایش‌های علمی و ارائه دستاوردهای پژوهشی در قالب کارگاه‌های آموزشی با رعایت ضوابط و مقررات مربوط (اساسنامه ایرانداک، ۱۳۸۳).

با نداشت انجام شده، چهار سامانه/خدمت به شرح شکل ۴-۴۰ دارای پیوند با مأموریت پژوهش ایرانداک هستند. مدل کسب و کار استخراج شده مأموریت پژوهش بر اساس تحلیل محتوای انجام شده بر روی مدل‌های کسب و کار این سامانه‌ها/خدمات نیز در شکل ۴-۴۱ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۴۰. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت پژوهش ایرانداک

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

حوزه مأموریت پژوهش

طراحی توسط:

حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

1399/12/25

نسخه:

1.4

بخش‌های مشتریان	۱- دانشجویان (داخلی)
۲- اعضای هیأت علمی (داخلی)	
۱۳- دانشجویان (خارجی)	
۱۵- اعضای هیأت علمی (خارجی)	
۱۶- کارشناسان (خارجی)	
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهش و فناوری (خارجی)	
۱۹- حوزه‌های علمیه (خارجی)	
۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)	
۲۱- ناشران (خارجی)	
۲۳- نهادهای بین المللی (خارجی)	
۲۷- نهادهای دولتی (سیاستگذاران حوزه‌های پژوهش و علوم و فناوری اطلاعات، متقاضیان خدمات پژوهشی)	
۲۸- کسب و کارهای خصوصی	
(+) نهادهای عمومی غیردولتی (مانند شهرداری)	
کتاب‌ها	
اینترنت- وب سایت	
اینترنت- ایمیل	
اینترنت- شبکه‌های اجتماعی	
تلفن ثابت	
فروش شخصی (نامه، ارائه در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها، بازدید از ابرابنداک، مذاکره، پیشنهاد، گزارش)	

آرزوهای پیشنهادهی

ارائه خدمات پژوهشی و فناوری (شامل: اصطلاحنامه‌نگاری، نگارش آنولوژی و هسته‌شناسی، پردازش زبان طبیعی، ساخت پیگیرهای زبانی تخصصی، آینده‌نگاری علم، فناوری، و نوآوری، راهکارهای هوش کسب‌وکار و ساخت داشبوردهای مدیریتی، شناخت نقشه راه فناوری، مورد سنجش و مستندسازی، متاآنالیز، تحلیل لاک و رفتار کاربران، ترسیم ساختار استراتژیک و تحلیل روندها، تحلیل اطلاعات علمی و فنی، ارزیابی اثربخشی پژوهش‌ها با سنجش‌های جایگزین، طراحی و تحلیل پروتکل‌های رایانه‌ای امن طراحی و اجرای نظام‌های اشتراک منابع و همکاری سازمان‌ها)

ارائه خدمات اطلاعاتی و فناوری اطلاعات (شامل: طراحی و ساخت سامانه ثبت اطلاعات علمی و فناوری، طراحی و ساخت سامانه‌های اطلاعاتی، فناوری‌ها، و فناوری‌ها، و ساخت سامانه‌های اطلاعات علمی و فناوری، طراحی و ساخت پایگاه‌های اطلاعاتی علمی و فناوری‌ها، موضوعی، طراحی و ساخت دروازه‌های اطلاعاتی کنترل کیفیت شده، پژوهش و تولید داده‌ها در سامانه‌های اطلاعات، طراحی و راه‌اندازی مراکز اطلاعاتی و فناوری‌های سازمانی و موضوعی، تحلیل طراحی، و ساخت وسایط‌های سازمانی، دیجیتال‌سازی اسناد چاپی و ساخت آرشیو دیجیتال، سامه‌سازی اسناد و اطلاعات علمی، طراحی اشاعه گزینشی اطلاعات، طراحی و ساخت سامانه‌های اطلاعاتی مکانی وب‌پایه، طراحی و ساخت سامانه‌های پیاده‌سازی، طراحی و ساخت سامانه‌های پیاده‌سازی الگوریتم‌های یادگیری ماشین در کاربردهای گوناگون، طراحی و ساخت سامانه‌های تحلیل کلان داده‌های هوشمند، فناوری‌های هوش‌های فناوری‌های، طراحی و ساخت سامانه‌های هوش و تحلیل کسب‌وکار، فناوری‌های، طراحی و ساخت سامانه‌های تشخیص تلقین، شخصی‌سازی محیط‌های یادگیری الکترونیکی، نشر الکترونیکی، طراحی و ساخت شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای تخصصی، طراحی و ساخت سامانه‌های مدیریت اطلاعات (آمان‌بشگاهی)

ارائه خدمات مشاوره و مدیریت (شامل: برنامه‌ریزی استراتژیک، پیاده‌سازی و ارزیابی، برنامه‌ریزی استراتژیک بازار و فروش سیستم توزیع، پیاده‌سازی برنامه استراتژیک با رویه‌های کاری، استراتژی تبلیغات (نگارش، پیاده‌سازی، ارزیابی)، استعدادهای وب‌پروژه، تفکر سیستمی، پاسخگویی به شبهه‌های، تحلیل و آسیب‌شناسی خدمات دولت الکترونیک، واکاوی رفتار کاربر در سامانه‌های اجتماعی، افزایش مشارکت سازمانی با به‌کارگیری از بازی‌ساز، مستندسازی و پیاده‌سازی فرآیندهای سازمانی، طرح‌ریزی و استقرار نظام مدیریت کیفیت بر پایه استانداردهای ایزو ۹۰۰۱، طراحی مدل کسب‌وکار برای محصولات فناوری، پژوهش‌های مشاوره درباره محصولات فناوری اطلاعات در چارچوب مکاتبه علم و فناوری، مشاوره طراحی توسعه‌ی پیاده‌سازی، حقوق شرکت‌های دانش‌بنیان، حقوق مالکیت فکری پایان‌نامه، رساله، کتاب، مقاله، و طرح پژوهشی، بررسی ریسک پروژه، مدیریت منابع انسانی، تحلیل ذینفعان سازمان و پژوهش، طراحی و راه‌اندازی استراتژی‌های ارزیابی عملکرد سازمانی، مشاوره و ارزیابی سوابق، پیاده‌سازی اجتماعی سازمان، مشاوره در زمینه اخلاق پژوهش، مشاوره در زمینه اخلاق فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشاوره اخلاقی و بررسی و پایش اخلاق فرآورده‌های فناوری اطلاعات، آموزش سواد اخلاقی)

کمک به انجام پژوهش‌ها از طریق ارائه پرسش‌مندی بر روی به منظور طراحی، توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه یا بازسازی کامل یا بازسازی قسمتی از پرسشنامه با ابعاد صفحه نمایش و بدون نیاز به نصب نرم‌افزار، تحلیل‌های آماری و ارائه خروجی‌های متنوع - پرسا

ارائه دستاوردهای پژوهش در قالب (کتاب، مجله، گزارش طرح پژوهشی)

برگزاری همایش‌ها و رویدادهای حوزه علوم و فناوری اطلاعات

فعالیت‌های کلیدی	
شناسایی مسائل مشتریان در حوزه علوم و فناوری اطلاعات از طریق ارتباط، اولویت‌های پژوهشی و ...	
تدوین پیشنهاد در موضوع پژوهش و ارائه به مشتری	
انجام مراحل مربوط به تصویب پیشنهاد، قرارداد و تعیین ناظر	
انجام طرح پژوهشی و ارائه گزارش‌ها و خروجی‌ها	
انجام مراحل مربوط به دریافت حسن انجام کار و پایان پژوهش	
پشتیبانی از طرح پژوهشی انجام شده در صورت نیاز	
ارائه خدمات مشاوره‌ای به اشخاص حقیقی و حقوقی براساس نتایج فعالیت‌های علمی و پژوهشی انجام‌شده	
طراحی و سازماندهی آزمایشگاه‌های تخصصی حوزه علوم و فناوری اطلاعات	
انتشار مجله و کتاب‌های تخصصی حوزه علوم و فناوری اطلاعات	
برگزاری همایش‌های علمی و ارائه دستاوردهای پژوهشی در قالب کارگاه‌های آموزشی	
« انعقاد و اجرای تفاهم‌نامه‌های پژوهشی با موسسات آموزش عالی، پژوهش و فناوری داخل و خارج کشور به منظور ارتقای کیفیت فعالیت‌های پژوهشی	
برگزاری زنگ ایرانداک به منظور آشنایی با خدمات ایرانداک و ارتقای حوزه پژوهش در کشور	
طراحی، پیاده‌سازی (خرید، نگهداری، پشتیبانی و به‌روزرسانی فنی سامانه‌های حوزه مأموریت (پرسا)	
طراحی، تولید، پیاده‌سازی، پشتیبانی و به‌روزرسانی محتوایی سامانه‌های حوزه مأموریت (پرسا)	
تولید محتوای تبلیغاتی و بازاریابی حوزه مأموریت در قالب نامه، ایمیل، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و تبادل با وبسایت‌های دیگر	
تهیه گزارش‌های تحلیلی- عملکردی در حوزه پژوهش	
منابع کلیدی	
منابع مالی	منابع فیزیکی
• اعتبار اختصاصی وزارت عتف	• ساختن
• بودجه دولتی	• تجهیزات اداری
• درآمد اختصاصی	• تجهیزات سخت‌افزاری
	• ریساخت سامانه‌ها
	• شبکه و اینترنت و تلفن
	• پایگاه داده مشتریان بالقوه
منابع معنوی	منابع انسانی
• برند ایرانداک	• دانش تخصصی در حوزه‌های علوم و فناوری اطلاعات
	• دانش فنی طراحی و توسعه سامانه‌ها
	• حقوق انتشار در وب ایرانداک
	• مشارکت اعضای ایرانداک (داشجویان، اعضای هیئت علمی و ...)
	• وظیفه قانونی ایرانداک (انجام طرح پژوهش در حوزه علوم و فناوری اطلاعات)

مشارکت‌های کلیدی

۱- دانشجویان (داخلی)
۲- اعضای هیئت علمی (داخلی)
۳- اعضای غیرهیئت علمی (داخلی) (واحد تجاری‌سازی، اداری مالی)
۴- مدیران پژوهشگاه (داخلی) (رئیس پژوهشگاه، معاون پژوهش و آموزش)
۵- آزمایشگاه‌ها (داخلی)
۶- شورای پژوهش (داخلی)
۷- شورای پژوهشکده (داخلی)
۸- دانشجویان (خارجی)
۹- اعضای هیئت علمی (خارجی)
۱۰- پژوهشگران آزاد (خارجی)
۱۱- نهادهای دولتی (خارجی)
۱۲- کسب و کارهای خصوصی (خارجی)

جریان های در آمدی	ساختار هزینه	پرداخت حق الزحمه مجری و همکاران پژوهش	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه ها
بروش دارایی (ارائه دستاوردهای پژوهشی)	سهام ایرانکاد در قراردادهای پژوهشی	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه ها (پرسا)	پرداخت حقوق پشتیبانان محتوایی سامانه ها
حق استفاده (فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری)	تفلیغات در سامانه ها و رویدادهای حوزه مأموریت	خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه ها
حق استفاده (ویژه موارد مشاوره - مذاکره، فهرست قیمت)		خرید، به کارگیری و نگهداری پایانه های تراکشی بانکی	هزینه تبلیغات (تولید و توزیع، محتوا، شرکت در انواع رویدادها)
		تأمین اینترنت پرسرعت	هزینه به دست آوردن رایانامه مشتریان بالقوه
	هزینه خدمات، نگهداری و تعمیرات و اقلام مصرفی ساختمان	هزینه سفر درون شهری و برون شهری	هزینه های مربوط به انتشار دستاوردهای علمی (مجله، کتاب و گزارش تخصصی، حوزه علوم و فناوری اطلاعات)
	هزینه خرید، نگهداری و تعمیرات تجهیزات اداری	حقوق کارکنان واحدهای ستادی (حوزه ریاست، اداری مالی، پژوهشی)	هزینه های برگزاری همایش ها و کارگاه های علمی و ارائه دستاوردها و خدمات پژوهشی

شکل ۴-۴۱. مدل کسب و کار مأموریت پژوهش ایرانداک

مدل کسب و کار (BM)

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی) ۲- دانش‌آموختگان (داخلی) ۳- اعضای هیأت علمی (داخلی) ۴- اعضای غیرهیأت علمی (داخلی) ۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی) ۶- آزمایشگاه‌ها (داخلی) (کارآموزان) ۷- دانشجویان (خارجی) ۸- دانش‌آموختگان (خارجی) ۹- اعضای هیأت علمی (خارجی) ۱۰- کارشناسان (خارجی) ۱۱- پژوهشگران آزاد (خارجی) ۱۲- مراکز آموزش عالی، پژوهش و فناوری (خارجی) ۱۳- ناشران نشریات دانشگاهی (خارجی) ۱۴- انجمن‌های علمی ایرانی ۱۵- رسانه‌ها (خارجی) ۱۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی) (همایش مدیران فناوری اطلاعات) ۱۷- نهادهای دولتی (سیاست‌گذاران حوزه‌های آموزش، پژوهش و علوم و فناوری اطلاعات، متقاضیان خدمات آموزشی) ۱۸- کسب و کارهای خصوصی	سلف سرویس کمک شخصی (پاسخ به پرسش‌ها از طریق ایمیل و تلفن) خلق مشترک (پیشنهاد محتوا- دوره جدید) نظرسنجی جوامع (شبکه‌های اجتماعی)	برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت تخصصی در محل ایرناداک برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت مجازی برگزاری دوره‌های آموزشی اختصاصی در محل مورد نظر مشتری ارائه گواهینامه معتبر آموزشی با قابلیت ترجمه و اعتباریابی ایجاد امکان طراحی و برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با تخصص افراد به عنوان مدرس اجاره فضای آموزشی یا کیفیت و کم هزینه به منظور برگزاری دوره‌های اختصاصی کوتاه‌مدت برگزاری دوره‌های تحصیلات تکمیلی و صدور مدرک تحصیلی معتبر طراحی و ارائه بسته‌های آموزشی بر بستر فیزیکی و مجازی ارائه محتوای جامع و کاربردی در حوزه آموزش و توانمندسازی انجام پژوهش (روش پژوهش، فرایند اجرای پارسا، داوری و نظارت، تولید آثار علمی) معرفی سامانه‌ها، خدمات و منابع موجود حوزه مأموریت آموزش پژوهشگاه (واحد آموزش و پژوهشکار) و گزارش عملکردی آنها	طراحی و برگزاری دوره‌های آموزشی سفارشی (مذاکره و بازاریابی، هماهنگی اجرا، اعزام مدرس و صدور گواهینامه و ارسال) - (بر بسترهای فیزیکی و مجازی) اجاره فضای آموزشی (مذاکره، اجاره و خدمات جانبی، دریافت هزینه) برگزاری دوره‌های تحصیلات تکمیلی (دریافت مجوز، مصاحبه، ثبت نام، برنامه ریزی و اجرای آموزش و پژوهش، وام و اردو، صدور مدرک) طراحی، تولید، بازاریابی، فروش و توزیع بسته‌های آموزشی (بسترهای فیزیکی و مجازی) تولید محتوای تبلیغاتی و بازاریابی حوزه مأموریت در قالب نامه، ایمیل، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و تبادل با وبسایت‌های دیگر برگزاری دموها و تورهای مجازی برای ذینفعان و معرفی قابلیت‌های سامانه‌های حوزه مأموریت دریافت گواهینامه ایزو آموزش برای واحد آموزش ارائه گزارش‌ها و آمار عملکردی سامانه‌ها/ خدمات حوزه مأموریت (آموزش و پژوهشکار)	۱- دانشجویان (داخلی) ۲- اعضای هیئت علمی (داخلی- مدرسين دوره‌های آموزشی، تولیدکنندگان محتوای آموزشی) ۳- اعضای هیئت علمی (خارجی- مدرسين دوره‌های آموزشی، تولیدکنندگان محتوای آموزشی) ۴- کتابداران و اطلاع‌رسانان (خارجی- کتابداران دانشگاهی در حوزه اطلاع‌رسانی آموزش روش پژوهش) ۵- مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری (مراکز طرف قرارداد یا تفاهم نامه با ایرناداک) ۶- کتابخانه‌ها (کتابخانه‌های دانشگاهی در حوزه اطلاع‌رسانی آموزش روش پژوهش) ۷- ناشران نشریات دانشگاهی (مشارکت در حوزه آموزش در حوزه پژوهش) ۸- رسانه‌ها (شبکه‌های اجتماعی، خبرگزاری‌ها، وبسایت‌ها، ویلاک‌ها) ۹- نهادهای دولتی (سیاست‌گذاران حوزه آموزش و پژوهش- وزارت عتف- شورای گسترش) ۱۰- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرناداک (تولیدکننده پلتفرم آموزش مجازی- تولیدکننده بسته آموزشی- انجام دهنده تبلیغات- کارگزار- مشاور پیاده‌سازی ایزو آموزش و...) (+) پانک‌ها
کانال‌ها اینترنت- وب سایت اینترنت- ایمیل اینترنت- شبکه‌های اجتماعی اینترنت- فروشگاه اینترنتی- سامانه evand اینترنت- پلتفرم آموزش مجازی تلفن ثابت/ دورنگار «عاملان و کارگزاران پیامک جمعی	منابع فیزیکی • ساختمان • تجهیزات اداری • تجهیزات آموزشی • تجهیزات سخت‌افزاری • زیرساخت سامانه‌ها • شبکه و اینترنت • پایانه‌های پرداخت بانکی منابع انسانی • توسعه‌دهندگان سامانه‌ها • پشتیبانان فنی سامانه‌ها • پشتیبانان محتوایی سامانه‌ها • مدرسين دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت • مدیر آموزش • کارشناسان آموزش	منابع مالی • بودجه دولتی • درآمد اختصاصی موسسه منابع معنوی • برند ایرناداک • مجوز برگزاری دوره آموزشی کوتاه‌مدت • دانش اختصاصی ایرناداک در پژوهش و آموزش در حوزه علوم و فناوری اطلاعات • دانش فنی توسعه سامانه‌ها • مجوز برگزاری دوره تحصیلات تکمیلی • مشارکت پژوهشگران و اعضای پژوهشگاه (دانشجویان، اعضای هیئت علمی و ...) • حقوق انتشار در وب ایرناداک • دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها (آموزش- انتشار)	هزینه خرید، نگهداری و تعمیرات تجهیزات آموزشی پرداخت حقوق طراحان و توسعه‌دهندگان سامانه‌ها پرداخت حقوق پشتیبانان محتوایی سامانه‌ها پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه‌ها حق‌الزحمه طراحان محتوا و دوره‌های آموزش کوتاه‌مدت حق‌الزحمه مدرسان دوره آموزشی کوتاه‌مدت و اساتید تحصیلات تکمیلی	حقوق کارکنان آموزش و واحدهای ستادی (حوزه ریاست، اداری مالی) • دریافت و به‌روزرسانی مجوزها و استانداردهای حوزه آموزش انجام تبلیغات از طریق کانال‌ها • هزینه بسته‌های آموزشی (طراحی، تولید، توزیع و خدمات پس از فروش) هزینه برگزاری دوره‌های آموزشی سفارشی (اعزام، اسکان و ارسال گواهینامه) هزینه اجرایی دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت (خدمات و پذیرایی، صدور گواهینامه)

شکل ۴-۴. مدل کسب و کار مأموریت آموزش ایرناداک

۴-۲-۱-۳- مدل کسب و کار مدیریت اطلاعات علمی و فناورانه

مدیریت اطلاعات علمی و فناورانه از دیگر مأموریت‌های بنیادین پژوهشگاه است. کارایی و اثربخشی مدیریت این اطلاعات در پژوهشگاه برای پیشبرد نظام علم و فناوری و نظام ملی نوآوری کشور بایسته است. پژوهشگاه، در مسیر گردآوری، سازماندهی و اشاعه اطلاعات علمی و فناورانه در حوزه‌های مختلف علوم، فعالیت کرده و تجربه و دانش مدیریت نظام علم و فناوری در سطح کلان را به دست آورده است. این مأموریت بنیادین مبتنی بر حوزه وظیفه خدمات مدیریت اطلاعات و اطلاع‌رسانی پژوهشگاه در اساسنامه است که در آن باید انجام وظایف زیر مورد توجه قرار گیرد:

۱. گردآوری، سازماندهی، ذخیره، حفظ، بازیابی، تحلیل، و اشاعه مدارک و اطلاعات علم و فناوری کشور از جمله پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و رساله‌های دکترای تخصصی دانش‌آموختگان داخل و دانش‌آموختگان ایرانی خارج از کشور، مقاله‌های سمینارها، مشخصات پژوهشگران و متخصصان، طرح‌های پژوهشی، اطلاعات مربوط به اختراعات، نرم‌افزارهای علمی و همچنین اطلاعات پشتیبان آنها از جمله اطلاعات سازمان‌ها و افراد؛

۲. مدیریت تأمین و دسترسی به مدارک و اطلاعات علم و فناوری بین‌المللی مورد نیاز پژوهشگران؛

۳. مدیریت تأمین و دسترسی به مدارک و اطلاعات علم و فناوری گردآوری شده در پژوهشگاه در سطح ملی و جهانی؛

۴. انتشار نمایه‌نامه‌ها، چکیده‌نامه‌ها، آمارنامه‌ها، فرهنگ‌نامه‌ها، و اصطلاح‌نامه‌ها؛

۵. انتخاب نمایندگی از اشخاص حقیقی یا حقوقی و همکاری با دیگر سازمان‌های داخلی و خارجی با رعایت ضوابط و مقررات مربوط (اساسنامه ایرانداک، ۱۳۸۳).

با نداشت انجام شده، ۱۰ سامانه/خدمت به شرح شکل ۴-۴۴ دارای پیوند با مأموریت مدیریت اطلاعات علمی و فناورانه ایرانداک هستند. مدل کسب و کار استخراج شده مأموریت مدیریت اطلاعات علمی و فناورانه، بر اساس تحلیل محتوای انجام شده بر روی مدل‌های کسب و کار این سامانه‌ها/خدمات نیز در شکل ۴-۴۵ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۴۴. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه ایرانداک

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

حوزه مأموریت مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه

طراحی توسط:

حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۲/۲۵

نسخه:

۱،۴

بخش‌های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش‌های پیشنهادی		فعالیت‌های کلیدی		مشارکت‌های کلیدی	
۱- دانشجویان (داخلی)		سلف سرویس (در همه سامانه‌ها)		ارائه فهرست پیشنهادی / پارساهای انجام شده در موضوع پیشنهادی / پارسای مورد بررسی (سامانه پیشنهادی)		طراحی، پیاده‌سازی (خرید)، نگهداری، پشتیبانی و به‌روزرسانی فنی سامانه‌های حوزه مأموریت (پایگاه وب، گنج، ثبت، پیشنهادی، همانندجو، ویرایش و سازماندهی، واژه‌نامه، نام‌ها)		۱- دانشجویان (داخلی)- در تولید واژه‌نامه، اصطلاحنامه و مستند نام‌ها	
۲- دانش‌آموختگان (داخلی)		جوامع (کانال‌ها و گروه‌ها در همانندجو)		خلق مشترک (گنج، واژه‌نامه، نام‌ها)		تحلیل، طراحی، تولید، پیاده سازی، پشتیبانی، کنترل، مستندسازی، نمایه‌سازی و به‌روزرسانی محتوای سامانه‌های حوزه مأموریت (پایگاه وب، گنج، ثبت، پیشنهادی، همانندجو، ویرایش و سازماندهی، نام، اصطلاحنامه، واژه نامه، نام‌ها)		۲- اعضای هیات علمی (داخلی)	
۳- اعضای هیات علمی (داخلی)		کمک شخصی (گردآوری‌ها، کمک و پشتیبانی سامانه‌ای در همه سامانه‌ها)		کمک شخصی اختصاصی (برای مشتریان خاص در همانندجو، واژه‌نامه، اصطلاحنامه، ویرایش)		تولید محتوای تبلیغاتی و بازاریابی حوزه مأموریت در قالب نامه، ایمیل، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و تبادل با وبسایت‌های دیگر		۱۳- دانشجویان (خارجی)- در تولید واژه‌نامه، اصطلاحنامه و مستند نام‌ها	
۱۳- دانشجویان (خارجی)		نظرسنجی (پایگاه وب، همانندجو، پیشنهادی، واژه‌نامه ، نام‌ها)		ارائه گزارش پیشنهادی پژوهش به شکل رسمی (سامانه پیشنهادی)		ت تهیه گزارش های تحلیلی- عملکردی در حوزه مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه		۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	
۱۴- دانش‌آموختگان (خارجی)				ارائه درگاه اطلاعاتی به منظور گردآوری، ثبت، تحلیل و اشاعه نسخه تمام متن مدارک علمی و پژوهش‌های دانشگاهی (از جمله پارسا و طرح های پژوهشی)- سامانه‌های ثبت، گنج		شرکت در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها و برگزاری کارگاه‌ها و معرفی سامانه‌ها		۱۶- کارشناس‌ها (خارجی)	
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)				ارائه تحلیل همانندی متون مختلف در اسناد علمی (پارسا، پیشنهادی، طرح پژوهشی، کتاب و ...) مبتنی بر پارامترهای مختلف- سامانه همانندجو		برهم‌کنشی و یکپارچه‌سازی اطلاعات سامانه‌های حوزه مأموریت با هم و با دیگر مأموریت‌ها		۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهش و فناوری (خارجی)	
۱۶- کارشناسان (خارجی)				ارائه امکان مدیریت اطلاعات پایه (سامان‌ها، پژوهشگران، کلیدواژه‌های کنترل شده، نام رشته‌ها و گرایش‌ها، نام‌های جغرافیایی، نام موسسات) و پیوند میان آنها- سامانه ویرایش				۲۱- ناشران (خارجی)	
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)				ارائه واژه‌نامه‌های استاندارد تخصصی (به ویژه در حوزه علم و فناوری) تحت وب با قابلیت برهم‌کنشی با دیگر سامانه‌ها (سامانه واژه‌نامه‌ها)				۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی (خارجی)	
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهش و فناوری (خارجی)				ارائه مستند نام‌ها (کتاب، نام جغرافیایی، اسامی افراد و نهادها) استاندارد تحت وب با قابلیت برهم‌کنشی با دیگر سامانه‌ها (سامانه مستند نام‌ها)				۲۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی)	
۱۹- حوزه های علمیه				ارائه درگاه جامع تحلیل و اطلاع‌رسانی جایگاه کشور در نظام‌ها و شاخص‌های رتبه‌بندی (سامانه نام)				۲۷- نهادهای دولتی (متقاضیان خدمات اطلاعاتی و فناوریانه، نهادهای متقاضی واژه نامه، اطلاعاتنامه و مستند نام‌ها)	
۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)				ارائه درگاه‌های اطلاعاتی خاص منظور در حوزه مأموریت پشتیبانی از مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه				۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایراندک (از جمله سبو دانش ایرانیان)	
۲۱- ناشران (خارجی)									
۲۲- ۱- انجمن‌های علمی ایرانی									
۲۴- رسانه‌ها (خارجی)									
۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی (خارجی)									
۲۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی)									
۲۷- نهادهای دولتی (متقاضیان خدمات اطلاعاتی و فناوریانه، نهادهای متقاضی واژه نامه، اطلاعاتنامه و مستند نام‌ها)									
۲۸- کسب و کارهای خصوصی									
کاتال‌ها									
اینترنت- وب سایت									
اینترنت- ایمیل									
اینترنت- شبکه‌های اجتماعی									
اینترنت- کتاب الکترونیکی									
تلفن ثابت / دورنگار									
تلفن همراه									
عاملان و کارگزاران (کارشناسان موسسات آموزش عالی و پژوهشگاه‌ها)									
فروش شخصی (ارسال نام، ارائه در کارگاه‌ها، همایش‌ها و نمایشگاه‌ها، بازدید از ایراندک، ارسال و نصب حضوری)									
جریان‌های درآمدی									
حق استفاده (موجود در پیشنهادی و همانندجو، بالقوه در گنج، ثبت، واژه‌نامه، اصطلاحنامه، نام‌ها)									
حق عضویت (بالفعل در همانندجو، بالقوه در گنج، ویرایش، واژه‌نامه، اصطلاحنامه، نام‌ها، نام‌ها)									
تلفیغات (در کلیه سامانه‌ها)									
فروش دارایی (پکیج نصب و راه اندازی در سامانه‌های دارای متقاضی، بسته واژه‌نامه، اصطلاحنامه و مستند نام‌ها، گزارش رتبه‌بندی در آک (بالقوه)، گزارش/شاخص موضوعی در گنج، دانش، شاخص و مب (بالقوه))									
تلفن ثابت / دورنگار									
تلفن همراه									
عاملان و کارگزاران (کارشناسان موسسات آموزش عالی و پژوهشگاه‌ها)									
فروش شخصی (ارسال نام، ارائه در کارگاه‌ها، همایش‌ها و نمایشگاه‌ها، بازدید از ایراندک، ارسال و نصب حضوری)									
ساختار هزینه									
خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه‌ها									
خرید، به‌کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت‌افزاری									
خرید، به‌کارگیری و نگهداری پایانه‌های تراکنشی بانکی									
تأمین اینترنت پرسرعت									
هزینه خدمات، نگهداری و تعمیرات و اقلام مصرفی ساختمان									
خرید، نگهداری، نگهداری و تعمیرات تجهیزات اداری									
پرداخت حقوق طراحان و توسعه‌دهندگان سامانه‌ها									
پرداخت حقوق پشتیبانان محتوایی سامانه‌ها									
پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه‌ها									
حقوق کارکنان واحدهای ستادی (حوزه ریاست، اداری مالی)									
هزینه تبلیغات (تولید و توزیع محتوا، شرکت در انواع رویدادها)									
هزینه وام (در سامانه‌ها) خدمت‌های مشترک مانند همانندجو)									
هزینه کسب و خرید منابع اطلاعاتی									
هزینه اجرای طرح‌های پژوهشی داخلی (حق‌الزحمه، مواد، تجهیزات، امکانات، گزارش‌دهی، و ...)									

شکل ۴-۵. مدل کسب و کار مأموریت مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه ایراندک

۴-۱-۲-۴- مدل کسب و کار پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری

پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری دیگر مأموریت بنیادین پژوهشگاه است. این مأموریت بنیادین مبتنی بر حوزه وظیفه توسعه کاربرد فناوری اطلاعات در سطح وزارت و کشور در اساسنامه است که در آن باید انجام وظایف زیر مورد توجه قرار گیرد:

۱. برنامه‌ریزی، مدیریت و پشتیبانی از پروژه‌های فناوری اطلاعات؛
 ۲. سازمان‌دهی کارآمد برای کاربرد فناوری اطلاعات؛ آمایش منابع؛ مدیریت مخاطرات؛ هماهنگ‌سازی و طراحی و اشاعه استانداردها و مقررات؛
 ۳. شناخت و تقویت عوامل پیش‌برنده و کاهش عوامل بازدارنده در کاربرد فناوری اطلاعات؛
 ۴. پشتیبانی از آمادگی الکترونیکی؛ توسعه دانش، بینش و مهارت ذینفعان کلیدی در زمینه نقش و اهمیت فناوری اطلاعات؛ و کاهش شکاف دیجیتال؛
 ۵. تأمین زیرساخت‌های اطلاعاتی فراگیر؛
 ۶. تدوین و نهادینه‌سازی اصول اخلاقی کاربرد فناوری اطلاعات.
- با نداشت انجام شده، نه سامانه/خدمت به شرح شکل ۴-۴۶ دارای پیوند با مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری ایرنداک هستند. مدل کسب و کار استخراج شده مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری، بر اساس تحلیل محتوای انجام شده بر روی مدل‌های کسب و کار این سامانه‌ها/خدمات نیز در شکل ۴-۴۷ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۴۶. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری ایرنداک

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

حوزه مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری

طراحی توسط:

حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۲/۲۵

نسخه:

۱.۴

بخش‌های مشتریان		ارتباط با مشتری		ارزش‌های پیشنهادی	
۱- دانشجویان (داخلی)		کمک شخصی (گردآوری‌ها، کمک و پشتیبانی سامانه‌ای در همه سامانه‌ها)		ارائه شاخص‌های ملی و بین‌المللی ارزیابی علم و فناوری و نوآوری (ثبت، تحلیل و طبقه‌بندی، منابع و نهاده‌ها) - سامانه شاخص	
۲- دانش‌آموختگان (داخلی)		کمک شخصی اختصاصی (برای مشتریان خاص در همانندجو)		ارائه توصیف، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارها، موسسات، سنجه‌ها و شاخص‌ها، همکاری‌ها) - سامانه دانش	
۳- اعضای هیأت علمی (داخلی)		سلف سرویس (در همه سامانه‌ها)		مصورسازی پژوهش‌های انجام شده کشور با استفاده از نشانه‌گذارها و بر مبنای جستجوی فراداده، محل تولید و مصرف دانش و به تفکیک مناطق کشور- سامانه مب	
۱۳- دانشجویان (خارجی)		جوامع (کانال‌ها و گروه‌ها در همانندجو)		ارائه درگاه اطلاعاتی به منظور گردآوری، ثبت، تحلیل و اشاعه نسخه تمام متن مدارک علمی و پژوهش‌های دانشگاهی (از جمله پارسا و طرح‌های پژوهشی) - سامانه‌های ثبت، گنج	
۱۴- دانش‌آموختگان (خارجی)		خلق مشترک (گنج، آک، «سامان‌ها، «شاخص)		ارائه درگاه اطلاعاتی برای رصد تولیدات علمی و پژوهش‌های دانشگاهی کشور - سامانه گنج	
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)		نظرسنجی (پایگاه وب، همانندجو، مپ، آک، «شاخص)		ارائه تحلیل همانندی متون مختلف در اسناد علمی (پارسا، پیشنهاد، طرح پژوهشی، کتاب و ...) با پارت‌های مختلف - سامانه همانندجو	
۱۶- کارشناسان (خارجی)		کانال‌ها		ارائه آمار استاندارد کتابخانه‌ها در سطح ملی	
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)		اینترنت- وب سایت		درحوزه‌های نیروی انسانی، زیرساخت، مجموعه، اعتبارات، و خدمات- سامانه آک	
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهش و فناوری (خارجی)		اینترنت- ایمیل		ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	
۱۹- حوزه‌های علمیه		اینترنت- شبکه‌های اجتماعی		ارائه درگاه‌های اطلاعاتی خاص منظور در حوزه مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری کشور	
۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)		اینترنت- کتاب الکترونیکی		ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	
۲۱- ناشران (خارجی)		تلفن ثابت/ دورنگار		ارائه درگاه‌های اطلاعاتی خاص منظور در حوزه مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری کشور	
۲۲- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری		تلفن همراه		ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	
۲۳-۱- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری		عاملان و کارگزاران (کارشناسان موسسات آموزش عالی و پژوهشگاه‌ها)		ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	
۲۴- رسانه‌ها (خارجی)		فروش شخصی (ارسال نامه، ارائه در کارگاه‌ها، همایش‌ها و نمایشگاه‌ها، بازدید از ایران‌داک، ارسال و نصب حضوری)		ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	
۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی (خارجی)		حقوق عضویت (بالفعل در همانندجو، بالقوه در گنج، شاخص، دانش)		ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	
۲۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی)		حقوق استفاده (موجود در همانندجو و سامان‌ها، بالقوه در گنج و ثبت)		ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	
۲۷- نهادهای دولتی (سیاست‌گذاران حوزه کتاب و کتابداری، نهادهای سیاست‌گذار و قانون‌گذار در حوزه علم و فناوری کشور، نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی، وزارت عتف، وزارت بهداشت)		تبلیغات (در کلیه سامانه‌ها)		ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	
۲۸- کسب و کارهای خصوصی				ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی- سامانه سامان‌ها	

منابع انسانی	منابع معنوی
• توسعه‌دهندگان سامانه‌ها	• برند ایران‌داک
• پشتیبانان فنی سامانه‌ها	• دانش اختصاصی (سیاستگذاری علم و فناوری، علم سنجی، متن‌کاوی، داده‌کاوی، طراحی سامانه، تحلیل محتوایی پارسا، همانندجویی، رتبه‌بندی کتابخانه‌ها)
• پشتیبانان محتوایی سامانه‌ها	• دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها (ثبت و اشاعه پیشنهادها و پارساها و بخشنامه‌های مرتبط- انتشار محتوا در وب، اساسنامه)
• شبکه نمایندگان و کارشناسان موسسات (در سامانه‌های ثبت و آک)	• مشارکت ایران‌داک (سبو دانش پارسیان، اکسیر تکسان و ...)
منابع فیزیکی	منابع مالی
• ساختمان	• بودجه دولتی
• تجهیزات اداری	• درآمد اختصاصی موسسه
• تجهیزات سخت‌افزاری	• آورده نقدی (در سامانه‌های همانندجو، مپ و سامان‌ها)
• زیرساخت سامانه	• وام (در همانندجو)
• شبکه و اینترنت و تلفن	
• پایگاه داده (فراداده پارساها، نقشه ایران در سطوح مختلف، شاخص‌های علم و فناوری، استفاده‌کنندگان از سامانه‌ها، دانشجویان،	

هزینه خرید، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه‌ها	هزینه خرید، نگهداری و تعمیرات تجهیزات اداری
خرید، به‌کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت‌افزاری	پرداخت حقوق طراحان و توسعه‌دهندگان سامانه‌ها
خرید، به‌کارگیری و نگهداری پایانه‌های تراکنشی بانکی	پرداخت حقوق پشتیبانان محتوایی سامانه‌ها
تأمین اینترنت پرسرعت	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه‌ها
هزینه خدمات، نگهداری و تعمیرات و اقلام مصرفی ساختمان	حقوق کارکنان واحدهای ستادی (حوزه ریاست، اداری مالی)

فروش دارایی (یکپنج نصب و راه‌اندازی در سامان‌ها و سامانه‌های دارای متفاوتی، گزارش رتبه‌بندی در آک (بالقوه)، گزارش/شاخص موضوعی در گنج، دانش، شاخص و مپ (بالقوه))	هزینه تبلیغات (تولید و توزیع محتوا، شرکت در انواع رویدادها)
	هزینه وام (در سامانه‌ها/ خدمت مشارکتی مانند همانندجو)
	هزینه کسب و خرید منابع اطلاعاتی
	هزینه اجرای طرح‌های پژوهشی داخلی (حق الزحمه، مواد، تجهیزات، امکانات، گزارش‌دهی، و ...)

شکل ۴-۴۷. مدل کسب و کار مأموریت پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری ایران‌داک

۴-۲-۱-۵- مدل کسب و کار همکاری و هماهنگی

بخشی از مأموریت پژوهشگاه به همکاری و هماهنگی با نهادهای دیگر باز می‌گردد و از سویی نیز گسترش کار پژوهشگاه تنها با تکیه بر منابع و بازاری که خود در اختیار دارد، شدنی نیست. بنابراین پژوهشگاه باید با همکاری و هماهنگی با دیگران به سطح بالاتری از کارایی و اثربخشی دست یابد. بر اساس اساسنامه وظایف پژوهشگاه در حوزه مأموریتی همکاری و هماهنگی به شرح زیر است:

۱. مشارکت در برنامه‌های همکاری ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی مطابق ضوابط و مقررات؛

۲. سازماندهی شبکه‌های متخصصان علوم و فناوری اطلاعات مطابق ضوابط و مقررات؛

۳. برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی و هماهنگی برنامه‌های جامع اشتراک منابع و همکاری میان کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی؛

۴. پشتیبانی و مدیریت امور مربوط به سامانه ملی مدیریت اطلاعات علم و فناوری مطابق ضوابط و مقررات؛

۵. طراحی و ترویج استانداردهای ملی خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات.

با نگاهی انجام شده، شش سامانه/خدمت به شرح شکل ۴-۴۸ دارای پیوند با مأموریت همکاری و هماهنگی ایرانداک هستند. مدل کسب و کار استخراج شده مأموریت همکاری و هماهنگی ایرانداک، بر اساس تحلیل محتوای انجام شده بر روی مدل‌های کسب و کار این سامانه‌ها/خدمات نیز در شکل ۴-۴۹ قابل مشاهده است.



شکل ۴-۴۸. سامانه‌ها و خدمات منطبق با مأموریت همکاری و هماهنگی ایرانداک

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

حوزه مأموریت همکاری و هماهنگی

طراحی توسط:

حمید رضا خدمتگزار

تاریخ:

۱۳۹۹/۱۲/۲۵

نسخه:

۱.۴

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی)	سلف سرویس (در همه سامانه‌ها)	ارائه درگاه اطلاعاتی به منظور ثبت، تحلیل و اشاعه نسخه تمام متن مدارک علمی و پژوهش‌های دانشگاهی (از جمله پارسا و طرح‌های پژوهشی)	طراحی، پیاده‌سازی (خرید)، نگهداری، پشتیبانی و به‌روزرسانی فنی سامانه‌های حوزه مأموریت (پایگاه وب، ثبت، گنج، همانندجو، اک و سامان‌ها)	۳- اعضای هیات علمی (داخلی)
۲- دانش‌آموختگان (داخلی)	کمک شخصی (گردآوری‌ها، کمک و پشتیبانی سامانه‌ای در همه سامانه‌ها)	ارائه درگاه اطلاعاتی برای رصد تولیدات علمی و پژوهش‌های دانشگاهی کشور	تحلیل، طراحی، تولید، پیاده‌سازی، پشتیبانی، کنترل، مستندسازی، نمایه‌سازی و به‌روزرسانی محتوایی سامانه‌های حوزه مأموریت (پایگاه وب، ثبت، گنج، همانندجو، اک و سامان‌ها)	۱۶- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری
۳- اعضای هیات علمی (داخلی)	کمک شخصی اختصاصی (برای مشتریان خاص در همانندجو)	ارائه تحلیل همانندی متون مختلف در اسناد علمی (پارسا، پیشنهاد، طرح پژوهشی، کتاب و ...)	تولید محتوای تبلیغاتی و بازاریابی حوزه مأموریت در قالب نامه، ایمیل، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و تبادل با وبسایت‌های دیگر	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)
۱۳- دانشجویان (خارجی)	(+) نظرسنجی (در پایگاه وب، همانندجو، اک)	ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای اختصار هیئت امنایی	تهیه گزارش‌های تحلیلی- عملکردی در حوزه همکاری و هماهنگی شرکت در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها و برگزاری کارگاه‌ها و معرفی سامانه	۱۴- دانش‌آموختگان (خارجی)
۱۴- دانش‌آموختگان (خارجی)	جوامع (کانال‌ها و گروه‌ها در همانندجو)	ارائه آمار استاندارد کتابخانه‌ها در سطح ملی در حوزه‌های نیروی انسانی، زیرساخت، مجموعه، اعتبارات، و خدمات	برهم‌کنشی و یکپارچه‌سازی اطلاعات سامانه‌های حوزه مأموریت با هم و با دیگر مأموریت‌ها	۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)	«خلق مشترک (جمع‌آوری داده با کمک مشتری در اک)	ارائه مدل‌های مشارکتی برای همکاری بخش خصوصی در مدیریت اطلاعات علم و فناوری	گردآوری مشخصات و آمار کتابخانه‌ها و پایش و کنترل آنها	۱۶- کارشناسان (خارجی)
۱۶- کارشناسان (خارجی)		ارائه درگاه‌های اطلاعاتی خاص منظور در حوزه مأموریت همکاری و هماهنگی	طراحی، سازماندهی و اجرای قوانین، استانداردها و آیین‌نامه‌های خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات (د. اک، ثبت و گنج)	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)			مشارکت مادی و معنوی در برنامه‌های همکاری ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی (حمایت و مشارکت در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها، عضویت در نهادهای ملی و منطقه‌ای حوزه علوم و فناوری اطلاعات، شورای تأمین منابع و ...)	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)			«طراحی و اجرای مدل‌های مشارکت و برون‌سپاری مدیریت اطلاعات علم و فناوری	۱۹- حوزه‌های علمیه
۱۹- حوزه‌های علمیه			اجرای طرح‌های پژوهشی داخلی بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای در حوزه مأموریت همکاری و هماهنگی (مشارکت در برنامه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، سازماندهی شبکه تخصص‌ها	۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)
۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)			علوم و فناوری اطلاعات، اشتراک منابع و همکاری میان کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی، پشتیبانی و مدیریت امور مربوط به سامانه ملی مدیریت اطلاعات علم و فناوری، طراحی و ترویج استانداردهای ملی خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات)	۲۱- ناشران (خارجی)
۲۱- ناشران (خارجی)			منابع فیزیکی	۲۲- ۱- انجمن‌های علمی ایرانی
۲۲- ۱- انجمن‌های علمی ایرانی			• ساختن	۲۴- رسانه‌ها (خارجی)
۲۴- رسانه‌ها (خارجی)			• بودجه دولتی	۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی (خارجی)
۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی (خارجی)			• درآمد اختصاصی موسسه	۲۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی)
۲۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی)			• آورده نقدی (در سامانه‌های همانندجو و سامان‌ها)	۲۷- نهادهای دولتی (سیاست‌گذاران حوزه کتاب و کتابداری، نهادهای سیاست‌گذار و قانون‌گذار در حوزه علم و فناوری کشور، نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی، وزارت عتف، وزارت بهداشت)
۲۷- نهادهای دولتی (سیاست‌گذاران حوزه کتاب و کتابداری، نهادهای سیاست‌گذار و قانون‌گذار در حوزه علم و فناوری کشور، نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی، وزارت عتف، وزارت بهداشت)			• وام (در همانندجو)	۲۸- کسب و کارهای خصوصی
۲۸- کسب و کارهای خصوصی			منابع معنوی	
			• برند ایرانداک	
			• دانش اختصاصی (طراحی سامانه، تحلیل محتوایی پارسا، همانندجویی، رتبه‌بندی کتابخانه‌ها)	
			• دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها (ثبت و اشاعه پیشنهادها و پارساها و بخشنامه‌های مرتبط - انتشار محتوا در وب)	
			• مشارکت ایرانداک (سبب دانش پارسیان، اکسیر تکسان و ...)	
			منابع انسانی	
			• توسعه‌دهندگان سامانه‌ها	
			• پشتیبانان فنی سامانه‌ها	
			• پشتیبانان محتوایی سامانه‌ها	
			• شبکه نمایندگان و کارشناسان موسسات (در سامانه‌های ثبت و اک)	
			ساختار هزینه	
			خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه‌ها	
			خرید، به‌کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت‌افزاری	
			تأمین اینترنت پرسرعت	
			هزینه خدمات، نگهداری و تعمیرات و اقلام مصرفی ساختمان	
			هزینه خرید، نگهداری و تعمیرات تجهیزات اداری	
			تولیدات (در کلیه سامانه‌ها)	
			فروش دارایی (یکج نصیب و راه اندازی در سامان‌ها و سامان‌های دارای متقانی خاص، گزارش رتبه‌بندی در اک (بالقوه)، گزارش تحلیلی موضوعی در گنج (بالقوه))	
			حق عضویت (موجود در همانندجو و سامان‌ها، بالقوه در گنج و ثبت)	
			حق عضویت (موجود در همانندجو، قابل استفاده در گنج - بر اساس راهبرد ایرانداک فعلا استفاده نمی‌شود)	
			هزینه وام (در سامانه‌ها) خدمت مشارکتی مانند همانندجو	
			هزینه عضویت و مشارکت مادی و معنوی در برنامه‌های همکاری ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی	
			هزینه طراحی سازماندهی، تصویب و اجرای قوانین، استانداردها و دستورالعمل‌های خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات	
			هزینه اجرای طرح‌های پژوهشی داخلی (حق الزحمه، مواد، تجهیزات، امکانات، گزارش دهی، و ...)	

شکل ۴-۴۹. مدل کسب و کار مأموریت همکاری و هماهنگی ایرانداک

۴-۲-۲- مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک

مبتهی بر مدل‌های کسب و کار سامانه‌ها و خدمات و همچنین حوزه‌های مأموریتی پنج‌گانه ایرانداک و با استفاده از تحلیل محتوا، مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک به شرح شکل ۴-۵۰ استخراج شد.

مدل کسب و کار (BM)

طراحی برای:

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران- ایراندک

طراحی توسط:

حمید رضا خدشتکار

تاریخ:

۱۴۰۰/۰۱/۲۰

نسخه:

۱۵

بخش‌های مشتریان	ارتباط با مشتری	ارزش‌های پیشنهادی	فعالیت‌های کلیدی	مشارکت‌های کلیدی
۱- دانشجویان (داخلی)	سلف سرویس	ارائه گزارش رسمی پیشینه پیشنهادها، پارساهای انجام شده در موضوع پیشنهادها، پارسای مورد بررسی و پیشنهاد مدارک نزدیک به موضوع پژوهش	طراحی، پیاده‌سازی، پشتیبانی، نگهداری، یکپارچه سازی، به‌روزرسانی فنی سامانه‌ها	۱۳- دانشجوینان (خارجی)
۲- دانش آموختگان (داخلی)	جوامع (شبکه های اجتماعی)	ارائه درگاه اطلاعاتی به منظور گردآوری، ثبت، تحلیل و انشائه نسخه تمام متن مدارک علمی و پژوهشی های دانشگاهی	تحلیل، طراحی، تولید، پیاده‌سازی، پشتیبانی، کنترل، مستندسازی، نمایه‌سازی و به‌روزرسانی محتوای سامانه‌ها	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)
۱۲- دانشجویان (خارجی)	خلق مشترک (مشارکت مشتریان در مراحل مختلف خلق ارزش)	ارائه درگاه اطلاعاتی برای رصد نویدیات علمی و پژوهش‌های دانشگاهی کشور	اجاره فضای آموزشی (ملاکرم، اجاره و خدمات جانبی، دریافت هزینه)	۱۶- کارشناس‌ها (خارجی)
۱۴- دانش آموختگان (خارجی)	کمک شخصی (از طریق کاتال‌های ارتباطی)	ارائه تحلیل همانندی متون مختلف در اسناد علمی (پارسا، پیشنهادها، طرح پژوهشی، کتاب و ...). مبتنی بر پارامترهای مختلف	برگزاری دوره‌های تحصیلات تکمیلی (دریافت مجوز، مصاحبه، ثبت نام، برنامه‌ریزی و اجرای آموزش و پژوهش، صدور مدرک)	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)
۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)	کمک شخصی اختصاصی (برای مشتریان خاص)	ارائه تحلیل مدارک علمی با استفاده از نشانه‌گذارها و بر مبنای جستجوی فراینده، محل تولید و مصرف دانش و به تفکیک مناطق	در طراحی، تولید، بازاریابی، فروش و توزیع بسته های آموزشی	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)
۱۶- کارشناسان (خارجی)	نظرسنجی	ارائه خدمات پژوهشی و مشاوره در حوزه تخصصی علوم و فناوری اطلاعات (مبنی بر فراموش خدمات دانش‌بنیان)	تولید محتوای تبلیغاتی و بازاریابی حوزه مأموریت در قالب نامه، ایمیل، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و تبادل با وب سایت‌های دیگر	۱۹- حوزه های علمیه
۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)		ارائه خدمات پژوهشی و مشاوره در حوزه تخصصی علوم و فناوری اطلاعات (مبنی بر فراموش خدمات دانش‌بنیان)	برگزاری دوره‌ها و تورهای مجازی، هایشان‌ها، کارگاه‌ها و نمایشگاه‌ها برای ذینفعان و معرفی توانمندی‌های حوزه‌های مأموریت	۲۰- کتابخانه ها (خارجی)
۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)		ارائه خدمات پژوهشی و مشاوره در حوزه تخصصی علوم و فناوری اطلاعات (مبنی بر فراموش خدمات دانش‌بنیان)	دریافت گواهینامه ایزو آموزش برای واحد آموزش	۲۱- ناشران (خارجی)
۱۹- حوزه های علمیه		ارائه دستاوردهای پژوهش در قالب (کتاب، مجله، گزارش طرح پژوهشی)	ارائه گزارش‌های تحلیلی- آماری عملکردی سامانه‌ها/ خدمات در حوزه‌های مأموریت	۲۲- ناشران (خارجی)
۲۰- ناشران (خارجی)		کمک به انجام پژوهش از طریق ارائه بستر مبتنی بر وب به منظور طراحی، توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه و تحلیل‌های آماری مرتبط	انجام طرح‌های پژوهشی داخلی و خارجی در حوزه‌های مأموریتی (تعریف مسأله، پیشنهادها، فراراده، اجرا، گزارش، پشتیبانی)	۲۳-۱- نهادهای بین المللی علم و فناوری
۲۱- ناشران (خارجی)		ارائه شاخص‌های ملی و بین المللی ارزیابی علم و فناوری و نوآوری (ثبت، تحلیل و طبقه‌بندی، منابع و نهادهای)	ارائه خدمات مشاوره‌ای به اشخاص حقیقی و حقوقی براساس نتایج فعالیت‌های علمی و پژوهشی انجام‌شده در پژوهشگاه	۲۴- رسانه‌ها (خارجی)
۲۲- رسانه‌ها (خارجی)		ارائه توسعه، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارشماره، موسسات، سنجش‌ها و شاخص‌ها، همکارهای ها)	طراحی و سازماندهی آراشگاه‌های تخصصی حوزه علوم و فناوری اطلاعات	۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی (خارجی)
۲۳-۱- نهادهای بین المللی علم و فناوری		ارائه توسعه، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارشماره، موسسات، سنجش‌ها و شاخص‌ها، همکارهای ها)	انتشار مجله و کتاب‌های تخصصی حوزه علوم و فناوری اطلاعات	۲۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی)
۲۴- رسانه‌ها (خارجی)		ارائه توسعه، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارشماره، موسسات، سنجش‌ها و شاخص‌ها، همکارهای ها)	« انعقاد و اجرای نفاهم‌نامه‌های پژوهشی با موسسات آموزش عالی، پژوهش و فناوری داخل و خارج کشور به منظور ارتقای کیفیت فعالیت‌های پژوهشی	۲۷- نهادهای دولتی (سیاستگذاران و متقاضیان خدمات حوزه علوم و فناوری اطلاعات)
۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی (خارجی)		ارائه توسعه، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارشماره، موسسات، سنجش‌ها و شاخص‌ها، همکارهای ها)	گردآوری مشخصات و آمار کتابخانه‌ها و پاینی و و کنترل آنها	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایراندک
۲۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی)		ارائه توسعه، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارشماره، موسسات، سنجش‌ها و شاخص‌ها، همکارهای ها)	طراحی، سازماندهی و اجرای قوانین، استانداردها و آیین‌نامه‌های خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات	(+) بانک‌ها
۲۷- نهادهای دولتی (سیاستگذاران و متقاضیان خدمات حوزه علوم و فناوری اطلاعات)		ارائه توسعه، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارشماره، موسسات، سنجش‌ها و شاخص‌ها، همکارهای ها)	مشارکت مادی و معنوی در برنامه‌های همکاری ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی	
۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایراندک		ارائه توسعه، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارشماره، موسسات، سنجش‌ها و شاخص‌ها، همکارهای ها)	« طراحی و اجرای مدل‌های مشارکت و ویرین‌سازی مدیریت اطلاعات علم و فناوری	
(+) نهادهای عمومی غیردولتی (مانند شهرداری)		ارائه توسعه، تحلیل و مقایسه انتشار آثار علمی کشور ایران (آمار انتشارشماره، موسسات، سنجش‌ها و شاخص‌ها، همکارهای ها)		

کاتال‌ها

اینترنِت- پایگاه/سامانه وب
اینترنِت- ایمیل
اینترنِت- شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی
اینترنِت- مستندف الکترونیکی (مانند کتاب، مقاله، گزارش)
خبرگزاری‌ها و رسانه‌های جمعی
تلفن ثابت / دورنگار
تلفن همراه/ پیامک
عاملان و کارگزاران

فروش شخصی (وحترو، نامه، ارائه در هایشان‌ها و نمایشگاه‌ها، بازدید از ایراندک، مذاکره، پیشنهاد، گزارش، ارسال و نصب حضور)

ارائه شبکه مدیریت یکپارچه جلسات نهادهای دارای ساختار هیئت انسابی
برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت به شکل مجازی/ فیزیکی (در پژوهشگاه و در محل مشنری) با ارائه گواهینامه معتبر با قابلیت اعتباریابی و ترجمه
اجاره فضای آموزشی با کیفیت و کهرزینه به منظور برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت
برگزاری دوره‌های تحصیلات تکمیلی و صدور مدرک تحصیلی معتبر
ارائه محتوای جامع و کاربردی در حوزه آموزش و توانمندسازی انجام پژوهش (روش پژوهش، فرآیند اجرای پارسا، ناوری و نظارت، تولید آثار علمی)
ارائه درگاه‌های اطلاعاتی خاص منظور در حوزه‌های مأموریتی علم و فناوری
اجرای هایشان‌ها و رویدادهای حوزه علوم و فناوری اطلاعات
« ارائه قوانین، استانداردها و دستورالعمل‌های خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات
« ارائه مدل‌های مشارکتی برای همکاری بخش خصوصی در مدیریت اطلاعات علم و فناوری

ساختار هزینه

خرید، به کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه‌ها
خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت‌افزاری
خرید، به کارگیری و نگهداری پایانه‌های ترانکشی بانکی
هزینه خدمات، نگهداری و تعمیرات و اقلام مصرفی ساختمان
هزینه خرید، نگهداری و تعمیرات تجهیزات اداری
تأمین اینترنت پرسرعت

هزینه خرید، نگهداری و تعمیرات تجهیزات آموزشی
پرداخت حقوق طراحی و توسعه‌دهندگان سامانه‌ها
پرداخت حقوق پشتیبانان محتوای سامانه‌ها
پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه‌ها
پرداخت حقوق کارکنان واحدهای ستادی
هزینه کسب و خرید منابع اطلاعاتی

پرداخت حق‌الزحمه مدرسان و اسانید آموزش کوتاه مدت و تحصیلات تکمیلی
پرداخت و به‌روزرسانی مجوزها و استانداردهای حوزه فعالیت
هزینه برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و سفارشی
هزینه برگزاری رویدادهای علمی

هزینه اجرای طرح‌های پژوهشی داخلی و نظامی‌محور (حق الزحمه، بیمه، مالیات، مواد، تجهیزات، امکانات، گزارش دهی، سفرها و ...)
هزینه عضویت و مشارکت مادی و معنوی در برنامه‌های همکاری ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی
« هزینه بسته‌های آموزشی (طراحی، تولید، توزیع و خدمات پس از فروش)
هزینه طراحی، سازماندهی، تصویب و اجرای قوانین، استانداردها و دستورالعمل‌های خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات

فصل پنجم

نتیجه گیری و پیشنهادها

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مدل کسب و کار، ابزاری مفهومی است که از مجموعه‌ای از عناصر و روابط میان آنها تشکیل شده و منطق درآمدزایی یک نهاد را بیان می‌کند. (Osterwalder 2004). مدل کسب و کار می‌تواند چشم‌اندازی از هم‌راستایی استراتژی‌های سطح بالا و عملکردهای زیرین یک کسب و کار را نشان دهد (Casadesus-Masanell & Ricart, 2010). هدف وجودی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) به عنوان یک مؤسسه پژوهشی بر ایجاد ارزش‌ها و تأثیرات اجتماعی استوار است. اما در کنار این هدف، تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی و ارزش‌آفرینی تجاری از اهداف مهم دیگری است که این مؤسسه باید به دنبال آن باشد.

در این پژوهش مبتنی بر پژوهش پایه خدمت‌گزار (۱۳۹۸) و با هدف‌گذاری طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی، پاسخ به سه پرسش زیر مدنظر قرار گرفت:

۱. مدل‌های کسب و کار سامانه‌ها و خدمات ایرانداک چگونه است؟
۲. مدل‌های کسب و کار مأموریت‌های پنج‌گانه کلیدی ایرانداک (پژوهش، آموزش، مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه، پشتیبانی از سیاست‌گذاری علم و فناوری، و همکاری و هماهنگی) چگونه است؟
۳. مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک چگونه است؟

به منظور پاسخ به **پرسش نخست**، اجرای سه گام اصلی در ایرانداک مدنظر قرار گرفت. در گام اول، انتخاب سامانه‌ها و خدمات اصلی ایرانداک مبتنی بر مطالعه اسناد و اعلام نظر مقام ارشد پژوهشگاه به عنوان تصمیم‌گیرنده مدنظر قرار گرفت و فهرستی شامل ۲۰ سامانه و خدمت ایرانداک به همراه ۲۲ مجری/آگاه هر کدام استخراج شد. در گام دوم به منظور استخراج اولیه مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات منتخب ایرانداک، استفاده از پرسشنامه و مصاحبه تکمیلی مدنظر قرار گرفت و مبتنی بر چارچوب پایه مدل کسب و کار ایرانداک (خدمتگزار ۱۳۹۸)، مدل کسب و کار ۲۰ سامانه/خدمت استخراج شد. در گام سوم نیز با استفاده از دو روش ۱- سه‌سویه‌سازی روش (انجام ۱۷ مصاحبه)، ۲- سه‌سویه‌سازی بررسی‌کننده، اعتبار مدل‌های کسب و کار استخراج شده بررسی و مورد تأیید قرار گرفت.

پرسش دوم پژوهش، استخراج مدل‌های کسب و کار مأموریت‌های پنج‌گانه کلیدی ایرانداک را هدفگذاری کرده است. بدین منظور مبتنی بر مدل‌های کسب و کار استخراج شده سامانه‌ها و خدمات ایرانداک در پرسش نخست، در گام نخست بر اساس نظر رئیس پژوهشگاه و ناظر طرح و دو تن از همکاران پژوهشگاه آشنا با مأموریت‌های ایرانداک، نگاشت بین سامانه‌ها / خدمات ایرانداک و هر کدام از مأموریت‌های پنج‌گانه کلیدی ایرانداک استخراج و جمع‌بندی شد. در گام دوم مبتنی بر تحلیل محتوای مدل‌های کسب و کار منطبق با هر مأموریت، آیتم‌های مؤلفه‌های مدل کسب و کار در هر مأموریت استخراج شد. در گام سوم نیز به منظور اعتبارسنجی نیز مدل کسب و کار استخراج شده از طریق انجام مجدد فرآیند و خروجی‌ها توسط بررسی‌کننده (یک تن) دیگر و سپس برگزاری جلسه مشترک به منظور انطباق نتایج و تحلیل و رفع تفاوت‌ها، اعتبارسنجی شد.

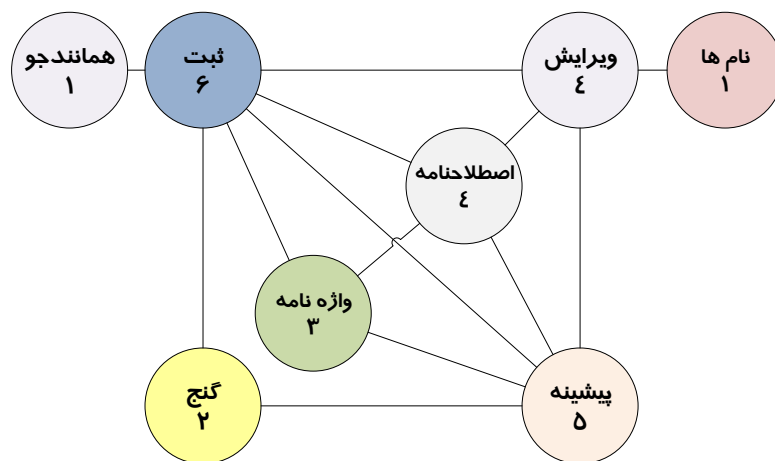
به منظور دستیابی به مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک مدنظر **پرسش سوم** نیز، مبتنی بر مدل‌های کسب و کار استخراج شده سامانه‌ها و خدمات و همچنین مدل‌های کسب و کار مأموریت‌های پنج‌گانه کلیدی ایرانداک، انجام تحلیل محتوا در گام اول و سپس سه‌سویه‌سازی بررسی‌کننده در گام دوم، مدل کسب و کار فراگیر ایرانداک استخراج و ارائه شد.

در مجموع مبتنی بر مدل‌های کسب و کار استخراج شده نکات تحلیلی و پیشنهادهای زیر قابل توجه است:

- سازماندهی غالب خدمات اصلی ایرانداک در قالب سامانه‌های کاربردی بوده است، به شکلی که از ۲۰ مورد بررسی در این پژوهش، ۱۸ مورد در قالب سامانه/پایگاه وب ارائه شده است.
- رویکرد ایرانداک در سامانه‌ها/خدمات موجود، استفاده از منابع انسانی، مالی و فیزیکی و سازماندهی داخلی آنها بوده است، به شکلی که استفاده از مشارکتهای بیرونی به شکل

محدود و در موارد خاص مشاهده می‌شود. از بین سامانه‌ها/ خدمات مورد بررسی موارد محدودی از جمله ۱- همانندجو، ۲- سامان‌ها، و ۳- پُرسا مبتنی بر ساختار کسب و کار مشارکتی ایجاد و توسعه یافته‌اند. آنچه در طول انجام مراحل پژوهش و در ارتباط با آگاهان/ مجریان سامانه‌ها/ خدمات مورد بررسی مشهود بود، عدم مشخص بودن و آگاهی نسبت به مدل‌ها، شیوه‌ها، ساختارها و روش‌های برون‌سپاری و مشارکت کسب و کاری با ایرانداک به عنوان یک شخصیت حقوقی بود. از اینرو انجام پژوهشی تکمیلی در خصوص مدل‌ها و چارچوب‌های برون‌سپاری و مشارکت در حوزه خدمات فناوری اطلاعات در ابعاد فنی، حقوقی، مالی و فرآیندی پیشنهاد می‌شود. همچنین در مدل‌های کسب و کار ارائه شده، سعی شده است اجزا و جریان‌های کسب و کاری کمتر مورد توجه قرار گرفته تاکنون نیز ارائه شود که انتظار می‌رود مورد توجه مجریان سامانه‌ها/ خدمات پژوهشگاه قرار گیرد. به طور مثال در خصوص گروه‌های خاصی از مشتری در بسیاری از سامانه‌ها/ خدمات، جریان‌های درآمدی از طریق حقوق عضویت و استفاده می‌تواند مدنظر قرار گیرد.

- بسیاری از سامانه‌های مورد بررسی، روابط مشتری یا شراکت مستقیم داخلی با یکدیگر دارند. نمونه بارز آن را می‌توان روابط بالفعل و بالقوه مدنظر آگاهان و مجریان در خصوص هشت سامانه به شرح شکل ۴-۵۱ دانست.



شکل ۴-۵۱. روابط استخراج شده بین هشت سامانه پژوهشگاه بر اساس مدل‌های کسب و کار استخراج شده

با توجه به معیارهای سطح پیوند، نوع فعالیت‌ها و منابع، و نوع انجام داخلی یا مشارکتی، به نظر می‌رسد چهار سامانه ۱- ثبت، ۲- ویرایش و سازماندهی، ۳- پیشینه، و ۴- گنج می‌توانند از راهبردهای تغییر کسب و کار، در مرحله اول به منظور یکپارچه‌سازی و در مرحله دوم ادغام و ارائه تحت یک سامانه مدنظر قرار گیرند. این راهبرد با نتایج پژوهش لبافی (۱۳۹۸) که تعدد سامانه‌ها و سایت‌های ایرانداک را اصلی‌ترین تداعی‌های منفی برند ایرانداک معرفی کرده

است، نیز همسو است. از دیدگاه مدل کسب و کار، از مزایای انجام این دو مرحله تغییر می‌توان به کاهش منابع مالی و انسانی و فعالیت‌ها در مرحله نگهداری اشاره کرد. البته انجام گام‌های یکپارچه‌سازی و ادغام خود نیازمند منابع و فعالیت‌های مرتبط است. این مزایا و مشکلات، انجام تحلیل هزینه-منفعت به منظور اجرای این دو گام تغییر را ضروری می‌نماید.

- از دیدگاه مدل کسب و کار سامانه‌های ۱- پیشینه، ۲- گنج، ۳- همانندجو، ۴- پژوهش کار، ۵- پُرسا، ۶- سامان‌ها، ۷- آموزش‌های کوتاه‌مدت، و خدمات ۱- طرح‌های پژوهشی تقاضامحور سازمان‌های دیگر، و ۲- طرح‌های پژوهشی بند ۱۳ شیوه‌نامه اجرایی آیین‌نامه ارتقای مرتبه، به شکل بالفعل مؤلفه‌های ساختار هزینه و جریان درآمدی تکامل‌یافته‌تری دارند و از دیدگاه کسب و کاری به شکل گسترده‌تری با مشتریان در ارتباط هستند. این سامانه‌ها/خدمات می‌توانند به عنوان خدمات اصلی بیرونی ایرانداک مدنظر قرار گیرند. در خصوص سامانه‌های ۱- ویرایش و سازماندهی، ۲- واژه‌نامه‌ها، ۳- نام‌ها، ۴- اصطلاحنامه‌ها، هر چند رویکردهای بیرون سازمانی بالقوه‌ای را می‌توان برای آنها متصور بود، اما در واقع خدمات داخلی پشتیبان سایر خدمات و سامانه‌های ایرانداک محسوب می‌شوند. در رویکردی سوم سامانه‌های ۱- نما، ۲- دانش ایران، ۳- شاخص و ۴- آک نیز هر چند رویکردهای کسب و کاری بالقوه‌ای دارند، اما در واقع خدمت مکمل ایرانداک محسوب می‌شوند. این دسته‌بندی با رویکرد استراتژی‌های خدمات در مدیریت خدمات فناوری اطلاعات در کتابخانه زیربنایی فناوری اطلاعات «آی.تی.آی.ال.»^{۱۸} همسو است (Cannon, Wheeldon, Lacy and Hanna 2011). پیشنهاد می‌شود مبتنی بر «آی.تی.آی.ال.» تحلیلی جامع به منظور تعیین سبد خدمات پژوهشگاه شامل کاتالوگ خدمت، خدمات در حال توسعه و خدمات منسوخ شده انجام و مبنای اقدامات آینده در خصوص خدمات پژوهشگاه قرار گیرد.

- توازن تعدد سامانه‌ها و خدمات در پنج حوزه مأموریتی پژوهشگاه مشاهده نمی‌شود، به شکلی که در پژوهش چهار مورد، آموزش یک مورد، مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه ۱۰ مورد، پشتیبانی از سیاست‌گذاری علم و فناوری^۹ مورد، و همکاری و هماهنگی شش مورد در حال فعالیت هستند. بخشی از این عدم توازن را از یک سو می‌توان به تفاوت سطح و نوع خدمات این سامانه‌ها/خدمات مرتبط دانست (سطوح اصلی بیرونی، مکمل و پشتیبان داخلی). از دیگر سو تفاوت ماهیت مأموریت‌های پنج‌گانه را می‌توان دلیل این تفاوت دانست. با این حال تحلیلی با رویکرد ایجاد توازن بین تعداد خدمات/سامانه‌های این پنج حوزه مأموریتی می‌تواند در

^{۱۸} Information Technology Infrastructure Library (ITIL)

حوزه‌هایی مانند کاهش تعدد سامانه‌ها/ خدمات با تمرکز بر خدمات اصلی بیرونی و ادغام خدمات پشتیبان و مکمل در هم راهگشا باشد.

- در انطباق با حوزه‌های مفهومی سامانه‌ها/ خدمات موجود و مفاهیم موجود در حوزه‌های مأموریت پنج‌گانه ایرانداک، به نظر می‌رسد ظرفیت‌های بالقوه استفاده نشده یا کمتر استفاده شده در سه حوزه مأموریتی ۱- پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری، ۲- مدیریت اطلاعات علمی و فناورانه، و ۳- همکاری و هماهنگی وجود دارد که می‌تواند مورد توجه پژوهشگاه قرار گیرد. بر این اساس ۱- انجام طرح‌های پژوهشی به منظور مفهوم‌سازی و انطباق این مفاهیم با حوزه اهداف ایرانداک، و در ادامه ۲- توسعه خدمات/سامانه‌های کاربردی مبتنی بر آن پیشنهاد می‌شود. این مفاهیم به تفکیک حوزه‌های مأموریتی پژوهشگاه به شرح زیر است:

✓ پشتیبانی از سیاستگذاری علم و فناوری:

۱. پروژه فناوری اطلاعات؛
۲. آمایش منابع؛
۳. مدیریت مخاطرات؛
۴. طراحی و اشاعه استانداردها؛
۵. عوامل موثر در کاربرد فناوری اطلاعات؛
۶. آمادگی الکترونیکی؛
۷. توسعه دانش، مهارت و مهارت فناوری اطلاعات ذینفعان؛
۸. کاهش شکاف دیجیتال؛
۹. زیرساخت اطلاعاتی فراگیر؛
۱۰. اصول اخلاقی کاربرد فناوری اطلاعات.

✓ مدیریت اطلاعات علمی و فناورانه:

۱. گردآوری، سازمان‌دهی، ذخیره، حفظ، بازیابی، تحلیل، اشاعه، و مدیریت تأمین و دسترسی به مدارک و اطلاعات علم و فناوری (اطلاعات مربوط به اختراعات و نرم‌افزارهای علمی) داخلی، ملی و بین‌المللی؛

✓ همکاری و هماهنگی:

۱. مشارکت در برنامه‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی؛
۲. سازماندهی شبکه متخصصان علوم و فناوری اطلاعات؛

۳. طراحی و ترویج استانداردهای ملی خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات.

این پژوهش همانند پژوهش‌های دیگر با محدودیت‌هایی مواجه بود. به عنوان اولین محدودیت باید گفت برنامه‌ریزی برای مصاحبه با آگاهان و مجریان ۲۰ سامانه و خدمت ایرانداک به علت همه‌گیری کرونا و ملاحظات محدودیت‌های ملاقات‌های حضوری با وقفه مواجه شد. برای رفع محدودیت بالا رویکرد ترکیبی پرسشنامه تفصیلی و مصاحبه کوتاه مدنظر قرار گرفت. عدم آشنایی آگاهان و مجریان سامانه‌ها و خدمات مورد بررسی با مفاهمی و اجزای مدل کسب و کار دومین محدودیت انجام این پژوهش بود که به منظور کاهش آن طراحی و ارائه پرسشنامه مفصل با تشریح و تعریف مفاهیم ضروری و همچنین برگزاری جلسات تکمیلی با مخاطبان به منظور تشریح این مفاهیم مدنظر قرار گرفت.

۶. منابع

- ایرانداک. ۱۳۸۸. اساسنامه پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران. دسترسی در: <https://irandoc.ac.ir/about/statute> (دسترسی در ۰۱ بهمن ۱۳۹۹)
- حاجی‌حیدری، نسترن، سیدرضا سیدجوادین. ۱۳۹۰. توسعه و تغییر مدل کسب و کار با به کارگیری رویکرد پویایی سیستم‌ها. فصلنامه علوم مدیریت ایران ۲۱ (۱): ۱-۱۷
- خدمتگزار، حمیدرضا. ۱۳۹۸. طراحی مدل کسب و کار پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران. ایرانداک.
- دانایی‌فرد، حسن، مهدی‌الوانی، و عادل آذر. ۱۳۹۲. روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. چاپ اول. تهران: انتشارات صفار.
- زعفریان، رضا، پوراندخت نیرومند، و محبوبه رنجبر. ۱۳۹۰. الگوهای طراحی مدل کسب و کار. کار و جامعه ۱۳۵: ۵-۱۰.
- سپهری، مهران. ۱۳۸۷. طراحی سازمان بر اساس مدل کسب و کار. شریف ۲۴ (۴۵): ۱۳۱-۱۳۹.
- سیاست‌های کلی «اقتصاد مقاومتی». ۱۳۹۲. دسترسی در: <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=25370> (دسترسی در ۰۱ بهمن ۱۳۹۹).
- سیاست‌های کلی «علم و فناوری». ۱۳۹۳. دسترسی در: <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=27599> (دسترسی در ۰۱ بهمن ۱۳۹۹).
- کاظمی حمید، فریده بهرامی. ۱۳۹۶. بومی‌سازی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های مدل کسب و کار دست‌آوردهای پژوهشی مؤسسات پژوهشی. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات ۳۳ (۱): ۹۹-۱۱۸.
- لبافی‌پزوه، سمیه. ۱۳۹۸. برنامه‌ریزی استراتژیک تبلیغات برای ارتقای ارزش ویژه برند پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.
- محمدیان‌ایوب. ۱۳۹۵. تبیین مؤلفه‌های اصلی مدل‌های کسب و کار الکترونیکی بر اساس رویکرد سیستمی. مدیریت فناوری اطلاعات ۸ (۱): ۱۹۵-۲۱۴.
- منطقی، منوچهر، و فاطمه ثاقبی سعیدی. ۱۳۹۲. مدل‌های کسب و کار؛ مبانی، ارزیابی، نوآوری. رشد فناوری ۳۵: ۳۹-۵۱.
- نیرومند، پوراندخت، محبوبه رنجبر، سید محمد اعرابی، و بهناز حاجی‌صادقی. ۱۳۹۲. ارائه چارچوبی برای طراحی مدل کسب و کار. مدیریت فناوری اطلاعات ۵ (۴): ۲۶۷-۲۸۴.
- ویسی‌همت، سیدحبیب‌الله طباطبائی، و پریش جعفری. ۱۳۹۷. ابعاد و مؤلفه‌های مدل کسب و کار شرکت‌های ریلی باری ایران و تعیین نحوه تعامل ابعاد با روش مدلسازی تفسیری ساختاری. پژوهشنامه حمل و نقل ۵۴: ۱۶۱-۱۷۶.
- Afuah, Allan, and Christopher L Tucci. 2001. *Internet business models and strategies: Text and cases*: McGraw-Hill Higher Education.
- Afuah, Allan. 2004. *Business models: A strategic management approach*. McGraw-Hill/Irwin.
- Afuah, Allan. 2014. *Business model innovation: concepts, analysis, and cases*. Routledge.

- Al-Debei, Mutaz M., and David Avison. 2010. Developing a unified framework of the business model concept. *European Journal of Information Systems* 19 (3): 359-376.
- Alt, Rainer, and Hans-Dieter Zimmermann. 2001. Introduction to special section-business models. *Electronic Markets-The International Journal* 11 (1):1019-6781.
- Amit,Raphael , and Christoph Zott. 2004. Business strategy and business model: extending the strategy-structure-performance paradigm. *Strategic Management Journal* 22: 493-520.
- Arsenault, Mariane. 2014. *Business Models for Research Institutions*. PhD diss., École nationale d'administration publique.
- Betz, Frederick.2002. *Strategic business model*. In *Strategic Thinking*. Emerald Group Publishing Limited.
- Bouwman, Harry, Timber Haaker, and Henny de Vos. 2005. *Designing Business Models: a practical and holistic approach*. Telematica Institute, Enschede.
- Cannon, David, David Wheeldon, Shirley Lacy, and Ashley Hanna. 2011. *ITIL service strategy*. London: Tso.
- Casadesus-Masanell, Ramon, and Joan Enric Ricart. 2010. From strategy to business models and onto tactics. *Long range planning* 43(2): 195-215. DOI: 10.1016/j.lrp.2010.01.004
- Chesbrough, Henry. 2010. Business model innovation: opportunities and barriers. *Long range planning* 43(2-3): 354-363.
- De Reuver, Mark, Harry Bouwman, and Ian MacInnes. 2009. Business model dynamics: a case survey. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research* 4(1): 1-11.
- El Sawy, Omar A., and Francis Pereira. 2013. VISOR: A unified framework for business modeling in the evolving digital space. In *Business modelling in the dynamic digital space* 21-35. Springer, Berlin, Heidelberg.
- Faber, Edward, Pieter Ballon, Harry Bouwman, Timber Haaker, Oscar Rietkerk, and Marc Steen. 2003. Designing business models for mobile ICT services. In Workshop on concepts, metrics & visualization, at the 16th Bled electronic commerce conference etransformation, Bled, Slovenia.
- Gaus, Olaf, and Matthias G. Raith. 2016. Commercial transfer–A business model innovation for the entrepreneurial university. *Industry and Higher Education* 30(3): 183-201.
- Gordijn, Jaap, Alexander Osterwalder, and Yves Pigneur. 2005. Comparing two business model ontologies for designing e-business models and value constellations. BLED 2005 Proceedings: 15.
- Gordijn, Jaap, and Hans Akkermans. 2000. Business Modeling is not process Modeling. In Little SW Mayr HC and Thalheim B (Eds), R2000 Workshop. LNCS 1921 000; 40-51.
- Gressgård, Leif Jarle, Leif B. Methlie, and Inger G. Stensaker. 2003. Mobile internet

- services: integration models and structural determinants. SNF Report No. 36/03.
- Hamel, Gary. 2000. Reinvent your company. *Fortune* 141(12): 98-118.C22
- Jabłoński, Adam, and Marek Jabłoński. 2016. Research on business models in their life cycle. *Sustainability* 8(5): 430.
- Kuip, Onno. 2012. *Business model innovation within research institutes*. Eindhoven University of Technology.
- Lambert, Susan. 2003. A Review of the Electronic Commerce Literature to Determine the Meaning of the Term 'Business Model'. School of Commerce, Flinders University of South Australia.
- Mets, Tõnis. 2009. Creating business model for commercialization of university research. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai* 51: 83-94.
- Morris, Michael, Minet Schindehutte, and Jeffrey Allen. 2006. The entrepreneur's business model: toward a unified perspective. *Journal of business research* 58(6): 726-735.
- Osterwalder, Alexander, Yves Pigneur, and Christopher L Tucci. 2005. Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept. *Communications of the association for Information Systems* 16 (1):1-25.
- Osterwalder, Alexander. 2004. The business model ontology a proposition in a design science approach." PhD diss., Université de Lausanne, Faculté des hautes études commerciales.
- Pateli, Adamantia G, and George M Giaglis. 2004. A research framework for analysing eBusiness models. *European Journal of Information Systems* 13 (4):302-314.
- Petrovic, Otto, Christian Kittl, and Ryan Dain Teksten. 2001. Developing business models for ebusiness. EVOLARIS e-business Center: EVOLARIS e-business Center.
- Saloner, Garth, Andrea Shepard, and Joel Podolny. 2001. *Strategic Management*, John Wiley & Sons. New York.
- Shubar, Amar, and Ulrike Lechner. 2004. The public WLAN market and its business models-an empirical study." In Proceedings of the 17th Bled eCommerce Conference, 1-18. 2004.
- Stähler, Patrick. 2002. Geschäftsmodelle in der digitalen O konomie: Merkmale, Strategien und Auswirkungen, Reihe: Electronic Commerce. Bd. 7. Köln: EUL Verlag
- Stewart, David W., and Qin Zhao. 2000. Internet marketing, business models, and public policy. *Journal of public policy and marketing* 19 (2): 287-296.
- Tash, William R. 2006. Evaluating Research Centers and Institutes for Success!. Bill Tash.
- Thietart, Raymond Alain, and Reyes Vivas. 1984. An empirical investigation of success strategies for businesses along the product life cycle. *Management Science* 30(12): 1405-1423.

Thompson, James D. 2003. *Organizations in action: Social science bases of administrative theory*. Transaction publishers.

Universalia.2013. Business Models for Research Institutions.universilia.http://documents.reflectlearn.org/Offline%20OA%20Tools/Business%20models%20paper_FINAL.pdf (accessed 2 Nov 2020.)

Venkatraman, Narayanan, and John C. Henderson. 1998.Real strategies for virtual organizing. *MIT Sloan Management Review* 40(1): 33.

Wirtz, Bernd W. 2020. *Business model management :Design - Process - Instruments*. Springer International Publishing.

Yunus, Muhammad, Bertrand Moingeon, and Laurence Lehmann-Ortega. 2010. Building social business models: lessons from the Grameen experience. *Long range planning* 43 (2-3): 308-325.

Zott, Christoph, and Raphael Amit. 2010. Business model design: an activity system perspective. *Long range planning* 43(2): 216-226.

پیوست ۱: پرسشنامه ارائه شده به آگاهان/مجریان سامانه‌ها/خدمات

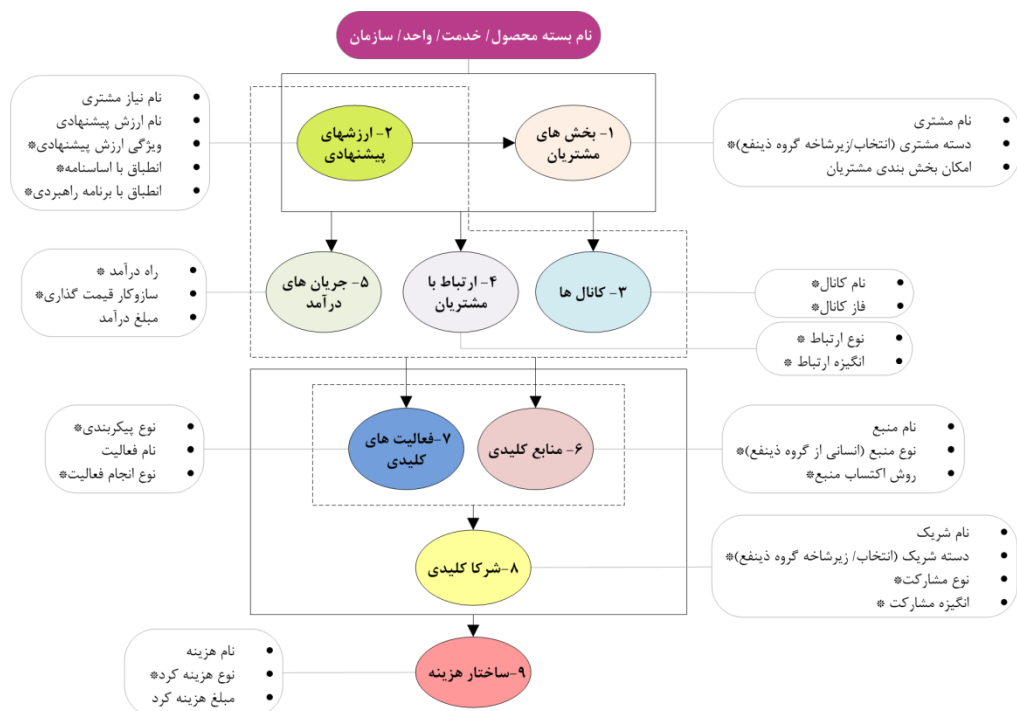
همکار گرامی

با سلام و احترام

جهت استحضار جنابعالی از سوی ریاست محترم پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) به عنوان راهبر/فرد آگاه در سامانه/خدمت ایرانداک با عنوان «.....» معرفی شده‌اید. این پرسشنامه مبتنی بر طرح پژوهشی مصوب پژوهشگاه و به منظور استخراج ساختار مدل کسب و کار سامانه/خدمت تحت راهبری شما تدوین شده است. با توجه به همه‌گیری کرونا و جلوگیری از احتمال انتقال، این پرسشنامه جایگزین ملاقات و مصاحبه حضوری شده است. به منظور تکمیل هر چه بهتر پرسشنامه سعی شده است حداکثر توضیحات در هر بخش ارائه شود.

با تکمیل این پرسشنامه در واقع شما در استخراج ساختار مدل کسب و کار سامانه/خدمت مدنظر یاری‌رسان ما خواهیم بود. تکمیل این پرسشنامه می‌تواند ضمن روشن کردن بیشتر زوایای کسب و کاری آن برای خود شما، با ارائه ساختار مدل کسب و کار تحلیل شده در انتهای طرح به شما در فرآیند توسعه و اصلاح آن یاری رساند. همچنین استفاده از ساختار مدل کسب و کار نهایی در گزارش‌های دوره‌ای به مدیران و پیشنهادده‌های مرتبط با توسعه و اصلاح آن به سرمایه‌گذاران می‌تواند از مزایای خروجی این پرسشنامه باشد که پس از تحلیل و جمع‌بندی در قالب بوم کسب و کار تقدیم خواهد شد.

به طور کلی ساختار پرسشنامه حاضر مبتنی بر ساختار توسعه یافته بوم کسب و کار (استروالد و پیگنیور) طراحی شده است. هر کدام از این ۹ جزء یکی از زوایای کسب و کاری سامانه/خدمت مدنظر را پوشش می‌دهد. ایده‌آل آنست که این ۹ جزء به ترتیب تکمیل شود و در تکمیل اجزا به برخی اجزای تکمیل شده قبلی نیز توجه شود. این اجزای ۹ گانه بدین شرح هستند: ۱- بخش‌بندی مشتریان، ۲- ارزش‌های پیشنهادی، ۳- کانال‌ها، ۴- ارتباط با مشتری، ۵- جریان درآمدی، ۶- منابع کلیدی، ۷- فعالیت‌های کلیدی، ۸- شریکان کلیدی، و ۹- ساختار هزینه. ساختار فرآیندی مدل کسب و کار که به شما در تکمیل پرسشنامه کمک می‌کند به شرح زیر است:



این مدل از پنج گام تشکیل شده است که در هر کدام سعی می‌شود به پرسش‌های اصلی پاسخ داده شود:

- گام اول:** شما در این سامانه/ خدمت چه ۲- ارزش‌های پیشنهادی را به چه ۱- بخش‌هایی از مشتریان ارائه می‌کنید؟
- گام دوم:** برای ارائه ساختار گام اول (ارائه ارزش به مشتریان)، از چه ۳- کانال‌هایی استفاده می‌کنید؟ چگونه ۴- با مشتریان ارتباط دارید؟ و ۵- جریان‌های درآمدی شما چگونه است؟
- گام سوم:** برای ایجاد و توسعه ساختار گام‌های اول (ارائه ارزش‌ها) و گام دوم (کانال‌ها، ارتباط مشتریان و جریان درآمدی) از چه ۶- منابع کلیدی استفاده می‌کنید؟ و ۷- چه فعالیت‌های کلیدی را انجام می‌دهید؟
- گام چهارم:** برای ساختار گام سوم (بدست آوردن منابع کلیدی و انجام فعالیت‌های کلیدی) چه ۸- شرکای کلیدی دارید؟
- گام پنجم:** ساختار گام سوم و چهارم (منابع، فعالیت‌ها و شرکای کلیدی) چه ساختار هزینه‌ای را برای شما ایجاد کرده است؟

در ادامه در هر صفحه ابتدا هر کدام از این ۹ جزء معرفی شده است و در قالب یک جدول از جنابعالی خواسته شده است تا در خصوص آن جزء نظرات خود را اعلام فرمایید. به منظور تکمیل راحت‌تر و دقیق‌تر جدول نیز در قالب چند بند، شکل و یا جدول راهنمایی لازم ارائه شده است. توجه به این نکته ضروری است که مدنظر این پرسشنامه وضع کنونی سامانه/ خدمت مدنظر است و اگر در جایی اظهارنظر شما معطوف به آینده یا توسعه‌های بعدی آن است می‌توانید با ذکر علامت * آن را مشخص کنید. در جدول اصلی هر صفحه در صورتی که نیازمند ردیف‌های جدید بودید می‌توانید ردیف جدید اضافه و تکمیل فرمایید (در شیوه‌دستی در پشت برگه می‌توانید اضافه فرمایید). در

صورتی که توضیحات اضافه‌ای در خصوص اجزا و جزئیات آنها دارید می‌توانید در صفحه آخر پرسشنامه در محل مشخص شده اضافه فرمایید. دقت فرمایید که در تکمیل این پرسشنامه بر سرویس/ خدمت مدنظر تمرکز شود و از دیدگاه یک کسب و کار مجزا به آن نگاه شود.

تکمیل این پرسشنامه در صورت آشنایی با مفاهیم مدل کسب و کار بین یک تا دو ساعت زمان خواهد برد. هر دو شیوه ۱- تکمیل الکترونیکی و ارائه پرسشنامه تکمیل شده به ایمیل Khedmatgozar@irandoc.ac.ir و یا ۲- پرینت و تکمیل دستی و ارسال آن به اتاق ۴۰۱ امکان‌پذیر است، هر چند با شرایط کنونی کرونا، شیوه اول شایسته‌تر است. همچنین در صورتی که در خصوص سامانه/ خدمت مدنظر متن معرفی کوتاه یا گزارش مختصر عملکردی از این سامانه/ خدمت در اختیار دارید، خواهشمندیم به همراه پرسشنامه تکمیل شده ارسال فرمایید. ارائه پرسشنامه تکمیل شده تا روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۹/۱ مزید امتنان است.

همچنین با توجه به پیش‌بینی‌های انجام شده، در زمان تأمین اعتبار از سوی پژوهشگاه، به منظور پاسداشت همکاری جنابعالی در تکمیل این پرسشنامه، علاوه بر تقدیم مدل کسب و کار نهایی، مبلغی نیز در نظر گرفته شده است. بدین منظور خواهشمندیم در جدول زیر زمان تقریبی صرف شده برای تکمیل پرسشنامه و همچنین مشخصات حساب/کارت بانکی خود را مرقوم فرمایید. در صورت وجود هر گونه ابهام یا سوال می‌توانید با مجری طرح، آقای دکتر خدمتگزار (شماره همراه: ۰۹۱۳۳۵۱۵۳۹۰ و یا داخلی ۴۰۱ تماس حاصل فرمایید).

ساعت				زمان تخصیص داده شده برای تکمیل پرسشنامه
				شماره حساب بانک ملی
				شماره کارت بانک ملی
				نام و نام خانوادگی صاحب حساب

پیشاپیش از زمانی که برای مطالعه و تکمیل این پرسشنامه صرف خواهید کرد سپاسگزاریم.

◀ پرسش‌های اصلی: ① شما در این سامانه، خدمت‌پرای چه کسانی ارزش خلق می‌کنید؟ ② مهمترین مشتریان شما چه کسانی هستند؟

راهنما: ۱ برای کمک به شما در شکل زیر سافتاری از دینفعان ایراندک آمده است. فواهشمندم با مشاهده دقیق این شکل نام دسته مشتریان مدنظر خود را یافته و در ستون «دسته مشتری» جدول کنار آن

بنویسید. (در دینفعان فارمی نوشتن نام دسته دینفع سطح اول یا دوم به تشفیص شما است.)

② در جدول در هر دسته مشتری در صورت امکان نام هند نمونه از مشتریان را ذکر کنید.

③ اگر فکر می‌کنید دسته مشتری وجود دارد که نامش در شکل زیر نیست، آن را نیز به جدول اضافه کنید و در کنارش علامت (+) ذکر فرمایید.

4 ممکن است دسته مشتری باشد که در حال حاضر مشتری سامانه/ خدمت شما نباشد، اما در توسعه‌های آینده به صورت بالقوه باید مورد توجه قرار گیرد. در این صورت نام دسته مشتری مربوطه را اضافه

کرده و در کنار آن علامت (*) ذکر فرمایید. این علامت به معنای دسته مشتری بالقوه خواهد بود.

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
مثال	کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	شرکت نمونه
۱		
۲		
۳		
۴		
۵		
۶		
۷		
۸		
۹		
۱۰		
۱۱		
۱۲		
۱۳		
۱۴		
۱۵		





۲- ارزش‌های پیشنهادی: ارزش پیشنهادی، مجموعه یا بستهای از منافع است که شرکت به مشتریان پیشنهاد می‌دهد، و بریا منافی که مشتری حاضر است به خاطرش پول پرداخت کند.

◀ پرسش‌های اصلی: ① چه ارزش‌هایی را به مشتریان ارائه می‌کنید؟ ② چه نیازهایی از مشتری را برآورده می‌سازید؟ ③ به حل کدامیک از مشکلات مشتریان خود کمک می‌کنید؟

◀ راهنما:

- ① در جدول سمت راست مهمترین نیازها و مشکلات مشتریان را که شما در این سامانه / خدمت در جهت رفع آن هستید را بیان کنید.
- ② در جدول سمت چپ در ستون دوم نام ارزش پیشنهادی را بیان کرده و در ستون‌های بعدی به ترتیب ردیف نیازهای مرتبط بیان شده در جدول سمت راست، ویژگی ارزش پیشنهادی و انطباق‌های آن با اساسنامه و برنامه راهبردی ایرانداک را بیان می‌کنید. در تکمیل این ستون‌ها به جدول‌های سه صفحه بعد به عنوان راهنما توجه فرمایید.
- ③ در ستون چهارم جدول سمت راست اگر ویژگی جدیدی مدنظرتان آمد می‌توانید نام آن را بنویسید.

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی*	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
مثال	ارائه آمارهای کلیدی درباره انتشارات علمی ایران در نمایه‌های استنادی	۰	۵، ۳، ۲، ۱	ز - ۳	ب - ۱، ۵ ۲۰ -
۱					
۲					
۳					
۴					
۵					
۶					
۷					
۸					
۹					
۱۰					

ردیف	نام نیاز مشتری
مثال (۰)	نیاز به آگاهی از میزان انتشارات ایران و مؤسسه‌های ایرانی در نمایه‌های استنادی جهانی
۱	
۲	
۳	
۴	
۵	
۶	
۷	
۸	
۹	
۱۰	

ویژگی ارزش پیشنهادی

ردیف	نام ویژگی	معرفی/توضیح
۱	الزام‌ها	گاهی الزام‌های قانونی مانند قوانین، دستورالعمل‌ها، راهنماها و اعلام نیازهای مشابه به ارائه یک ارزش خاص از طرف یک شرکت می‌تواند ویژگی اصلی ارزش پیشنهادی باشد.
۲	انجام کامل کار	خلق ارزش می‌تواند به سادگی از طریق کمک به انجام کامل کار برای مشتریان انجام شود.
۳	برند/مقام و منزلت	مشتریان ممکن است ارزش را در استفاده و به معرض نمایش قرار دادن برندی خاص بیابند.
۴	سفارشی‌سازی	سازگار نمودن محصولات و خدمات با نیازهای مشتریان یا بخش‌های خاصی از مشتریان باعث ارزش آفرینی می‌شود.
۵	طراحی منحصر به فرد	یک محصول ممکن است به خاطر طراحی فوق‌العاده، برجسته گردد.
۶	عملکرد	بهبود عملکرد محصول یا خدمت موجود راهی متداول برای ارزش آفرینی است.
۷	قابلیت دسترسی	راه دیگر برای ارزش آفرینی، ایجاد دسترسی به محصولات و خدمات مشتریانی است که پیش از این به آن محصولات و خدمات دسترسی نداشته‌اند.
۸	قیمت	یک راه متداول برای برآوردن نیازهای بخش‌های مشتری حساس به قیمت، پیشنهادی مشابه به قیمتی کمتر است.
۹	کاهش ریسک	مشتریان برای کاهش ریسکی که در هنگام خرید محصولات یا خدمات متحمل می‌شوند، ارزش قائل هستند، مانند: ضمانت
۱۰	کاهش هزینه	کمک به مشتریان برای کاهش هزینه‌ها یک راه مهم برای ارزش آفرینی است.
۱۱		
۱۲		
۱۳		
۱۴		
۱۵		

توجه: اگر ویژگی جدیدی را به جدول صفحه قبل اضافه کرده‌اید و فکر می‌کنید نیاز به تعریف یا توضیح دارد، می‌توانید در ردیف‌های خالی جدول بالا ارائه کنید.

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۱۲۰

انطباق با اساسنامه – ماده ۲: وظایف و اختیارات پژوهشگاه

الف: فعالیت‌های پژوهشی	۱. فراهم آوردن امکانات لازم و متناسب با فعالیت‌های پژوهشی مرتبط در چارچوب مبانی ارزشی انقلاب اسلامی؛
	۲. بررسی و شناسایی نیازهای پژوهشی در زمینه علوم و فناوری اطلاعات؛
	۳. اجرای طرح‌های پژوهشی بنیادی، کاربردی و توسعه‌ای به منظور تحقق اهداف پژوهشگاه؛
	۴. همکاری پژوهشی با دانشگاه‌ها و موسسات پژوهشی داخل و خارج کشور به منظور ارتقای کیفیت فعالیت‌های پژوهشی در زمینه علوم و فناوری اطلاعات با رعایت قوانین و مقررات؛
	۵. ارائه خدمات مشاوره‌ای به اشخاص حقیقی و حقوقی براساس نتایج فعالیت‌های علمی و پژوهشی انجام‌شده در پژوهشگاه؛
	۶. انتشار مجله، کتاب علمی، جزوه آموزشی، تولید نرم‌افزار و برنامه‌های رایانه‌ای متناسب با اهداف پژوهشگاه طبق ضوابط و مقررات مربوط؛
	۷. برگزاری همایش‌های علمی و ارائه دستاوردهای پژوهشی در قالب کارگاه‌های آموزشی با رعایت ضوابط و مقررات مربوط.
ب: خدمات مدیریت اطلاعات و اطلاع‌رسانی	۱. گردآوری، سازمان‌دهی، ذخیره، حفظ، بازیابی، تحلیل، و اشاعه مدارک و اطلاعات علم و فناوری کشور از جمله پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و رساله‌های دکترای تخصصی دانش‌آموختگان داخل و دانش‌آموختگان ایرانی خارج از کشور، مقاله‌های سمینارها، مشخصات پژوهشگران و متخصصان، طرح‌های پژوهشی، اطلاعات مربوط به اختراعات، نرم‌افزارهای علمی و همچنین اطلاعات پشتیبان آنها از جمله اطلاعات سازمان‌ها و افراد؛
	۲. مدیریت تأمین و دسترسی به مدارک و اطلاعات علم و فناوری بین‌المللی مورد نیاز پژوهشگران؛
	۳. مدیریت تأمین و دسترسی به مدارک و اطلاعات علم و فناوری گرآوری‌شده در پژوهشگاه در سطح ملی و جهانی؛
	۴. انتشار نمایه‌نامه‌ها، چکیده‌نامه‌ها، آمارنامه‌ها، فرهنگ‌نامه‌ها، و اصطلاح‌نامه‌ها؛
	۵. انتخاب نمایندگی از اشخاص حقیقی یا حقوقی و همکاری با دیگر سازمان‌های داخلی و خارجی با رعایت ضوابط و مقررات مربوط.
ج: توسعه کاربرد فناوری اطلاعات در سطح وزارت و کشور	۱. برنامه‌ریزی، مدیریت و پشتیبانی از پروژه‌های فناوری اطلاعات؛
	۲. سازمان‌دهی کارآمد برای کاربرد فناوری اطلاعات؛ آمایش منابع؛ مدیریت مخاطرات؛ هماهنگ‌سازی و طراحی و اشاعه استانداردها و مقررات؛
	۳. شناخت و تقویت عوامل پیش‌برنده و کاهش عوامل بازدارنده در کاربرد فناوری اطلاعات؛
	۴. پشتیبانی از آمادگی الکترونیکی؛ توسعه دانش، بینش و مهارت ذینفعان کلیدی در زمینه نقش و اهمیت فناوری اطلاعات؛ و کاهش شکاف دیجیتال؛
	۵. تأمین زیرساخت‌های اطلاعاتی فراگیر؛
د: توسعه منابع انسانی	۶. تدوین و نهادینه‌سازی اصول اخلاقی کاربرد فناوری اطلاعات.
	آموزش و ارتقای مهارت‌ها، قابلیت‌ها، دانش و نگرش نیروی انسانی شاغل در حوزه علوم و فناوری اطلاعات و خدمات اطلاع‌رسانی به کاربران اطلاعات علمی و فناوری و علاقه‌مندان به علوم و فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی مطابق ضوابط و مقررات پس از کسب مجوز از مراجع ذیربط.
	۱. مشارکت در برنامه‌های همکاری ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی مطابق ضوابط و مقررات؛
	۲. سازمان‌دهی شبکه‌های متخصصان علوم و فناوری اطلاعات مطابق ضوابط و مقررات؛
	۳. برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی و هماهنگی برنامه‌های جامع اشتراک منابع و همکاری میان کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی؛
ه: همکاری و هماهنگی	۴. پشتیبانی و مدیریت امور مربوط به سامانه ملی مدیریت اطلاعات علم و فناوری مطابق ضوابط و مقررات؛
	۵. طراحی و ترویج استانداردهای ملی خدمات اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات.
	مشاوره در طراحی و راهبری نظام اطلاع‌رسانی علم و فناوری وزارت؛
	۱. نماینده وزارت در مجامع ملی و بین‌المللی اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات مطابق ضوابط و مقررات؛
	۲. نماینده مجامع بین‌المللی اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات در کشور و کانون فعالیت‌های منطقه‌ای آنها مطابق ضوابط و مقررات؛
ز: ایفای نقش‌های	۳. ارائه تصویر و نمای علم و فناوری کشور؛
	۴. مرکز ثبت اطلاعات علمی و فناوریانه مطابق ضوابط و مقررات؛
	۵. هماهنگ‌کننده برنامه‌های اشتراک منابع و همکاری میان کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی کشور؛
	۶. راهبری سامانه ملی و وزارتی مدیریت اطلاعات علم و فناوری مطابق مصوبه‌های کمیته راهبری سامانه‌های مذکور؛
	۷. کانون تفکر ملی در حوزه علوم و فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی.

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۲۱

انطباق با برنامه راهبردی: فهرست کارهای کلیدی در برنامه راهبردی ایرانداک

الف: پشتیبان – سازمان و مدیریت	۱. بازنگری در تشکیلات پژوهشگاه بر پایه نیازهای روز و پیگیری تصویب آن در مراجع بالادست؛
	۲. انتصاب مدیران پژوهشگاه از میان کارکنان آن؛
	۳. پایداری ساختار ترکیب کارکنان؛
	۴. طراحی و استقرار نظام ارزیابی عملکرد کارکنان؛
	۵. آموزش عمومی همراه کار کارکنان؛
	۶. تلاش برای بازگشت پژوهشگاه به جایگاه شایسته خود در کشور و جهان؛
ب: پشتیبان – جایگاه پژوهشگاه و اعضای هیئت علمی پژوهشی	۷. طراحی و استقرار نظام برنامه ریزی پژوهشگاه؛
	۸. طراحی و استقرار نظام ارزیابی پژوهشگاه؛
	۹. بازطراحی و بازسازی پرتال داخلی پژوهشگاه؛
	۱۰. بازطراحی و بازسازی پایگاه وب پژوهشگاه.
	۱. ارتقای آگاهی سیاست گذاران؛
	۲. تصویرسازی پژوهشگاه؛
ج: پشتیبان – منابع مالی	۳. پیشنهاد قوانین و مقررات به مجلس شورای اسلامی، شورای عالی انقلاب فرهنگی، هیئت امنا، و وزارت؛
	۴. مشارکت در تدوین و تصویب خط مشی ها، رویه ها، و مقررات در مراجع بالادست.
	۱. پی گیری افزایش اعتبارات عمومی پژوهشگاه در وزارت، ریاست جمهوری، و مجلس شورای اسلامی؛
	۲. دریافت کمک های مالی پایدار برای کارهایی که بر پایه اسناد و احکام بالادست و در چارچوب مأموریت پژوهشگاه به آن واگذار شده اند؛
	۳. مشارکت در طرح های پژوهشی تقاضا محور و استفاده از بودجه های پژوهش در سازمان های دیگر؛
	۴. فروش محصولات و خدمات؛
د: پیشران – پژوهش	۵. تغییر سیستم حسابداری، بودجه بندی، و کنترل؛
	۶. افزایش کارایی هزینه ها؛
	۷. کاهش سهم هزینه های غیر مستقیم در بودجه پژوهشگاه؛
	۸. استفاده از ظرفیت های پژوهشگاه در کارهای اصلی و برون سپاری کارهای فرعی پژوهشگاه.
	۱. افزایش جذب اعضای هیئت علمی؛
	۲. تشویق اعضای هیئت علمی؛
د: پیشران – پژوهش	۳. توسعه اعضای هیئت علمی؛
	۴. تقویت کار گروهی و پژوهش های مشترک میان فردی و میان سازمانی؛
	۵. افزایش مشاهده پذیری اعضای هیئت علمی و دستاوردهای پژوهشی آنان؛
	۶. راه اندازی و پشتیبانی از آزمایشگاه های پژوهشی به ویژه آزمایشگاه های درآمدزا؛
	۷. نیازسنجی و اولویت بندی پژوهش؛
	۸. برنامه ریزی فراگیر پژوهش؛
	۹. پشتیبانی از پژوهش.

ه: پیشران – مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه	۱. افزایش کیفیت و کاربرمداری خدمات اطلاع رسانی
	۲. تکمیل پوشش پایان نامه ها و رساله ها (پارسا)
	۳. پالایش داده های پایگاه های اطلاعات
	۴. گسترش پوشش مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه به مدارک و اطلاعاتی که کار نشده اند.
	۵. خود کارسازی سازمان دهی اطلاعات
	۶. کاربست اصطلاح نامه ها در سازمان دهی و بازیابی اطلاعات
و: پیشران – توسعه منابع انسانی در زمینه علوم و فناوری اطلاعات، مدیریت اطلاعات و اطلاع رسانی	۷. روزآوری پایگاه اصطلاح نامه ها
	۸. تولید ارزش افزوده از اطلاعات علمی و فناوریانه پژوهشگاه
	۹. سازمان دهی اطلاعات
	۱۰. افزایش مشاهده پذیری و دسترس پذیری پایگاه های اطلاعات
	۱۱. افزایش پوشش سامانه پیشینه پژوهش
	۱۲. افزایش کیفیت اطلاعات پایگاه های اطلاعات
ز: پیشران – توسعه منابع انسانی در زمینه علوم و فناوری اطلاعات، مدیریت اطلاعات و اطلاع رسانی	۱۳. یک پارچه سازی اطلاعات در پایگاه های اطلاعات
	۱۴. یک پارچه سازی نرم افزارهای پایگاه های اطلاعات
	۱۵. بروزرسانی فهرست های مستند پشتیبان مدیریت اطلاعات علمی و فناوریانه
	۱۶. حفظ نسخه فیزیکی پایان نامه ها و رساله ها
	۱۷. دریافت استاندارد ایزو برای ارائه خدمات اطلاع رسانی
	۱۸. کاربست فناوری های همراه در خدمات اطلاع رسانی
ح: پیشران – همکاری و هماهنگی	۱۹. امکان سنجی توسعه پوشش جغرافیایی پایگاه های اطلاعات از ملی به کشورهای فارسی زبان
	۲۰. طراحی و ساخت منابع اطلاعات مرجع برای پژوهشگران و اطلاع رسانی
	۱. پذیرش دانشجوی دوره های تحصیلات تکمیلی
	۲. دریافت مجوز دوره های مجازی و راه اندازی آنها
	۳. طراحی دوره های آموزشی تازه برای انتقال دانش و تجربه های پژوهشگاه به جامعه هدف
	۴. طراحی و ساخت بسته های آموزشی و دانشی
ط: پیشران – توسعه منابع انسانی در زمینه علوم و فناوری اطلاعات، مدیریت اطلاعات و اطلاع رسانی	۵. طراحی و ساخت سیستم مدیریت دانش
	۶. دریافت گواهی نامه استاندارد ایزو برای بخش آموزش
	۷. پشتیبانی از راه اندازی شرکت های دانش بنیان
	۸. ساخت مرکز شکوفایی و نوآوری
	۱. مشارکت با بخش غیردولتی
	۲. ساخت شبکه ارتباطات همکارانه پژوهشگاه
ی: پیشران – توسعه منابع انسانی در زمینه علوم و فناوری اطلاعات، مدیریت اطلاعات و اطلاع رسانی	۳. مشارکت در شوراها و کمیته های میان سازمانی و فراسازمانی
	۴. بازطراحی و بازاجرای سامانه غدیر با کاربرد فناوری های نوین
	۵. باز اجرای طرح امین
	۶. برگزاری همایش ملی مدیران فناوری اطلاعات



۳- کانال‌ها: بیان می‌کند به منظور ارائه ارزش پیشنهادی به بخش‌های مشتریان هدف، چگونه با آنها ارتباط برقرار کرده و به آنها دسترسی دارید.

◀ پرسش‌های اصلی: ۱ برای ارائه ارزش‌های پیشنهادی به بخش‌های مشتریان اثر چه کانال‌هایی استفاده می‌کنید؟ ۲ اثر هر کدام از این کانال‌ها به چه منظوری استفاده می‌کنید؟

◀ راهنما: ۱ در جدول در ستون دوم باید نام کانال را وارد کنید و در ستون سوم باید بیان کنید این کانال را به چه منظوری به کار می‌برید (فاز کانال)، بدین‌منظور کافی است شماره ردیف یک یا چند فاز کانال جدول زیر را بنویسید.

۲ اگر فکر می‌کنید کانالی وجود دارد که نامش در جدول زیر نیست، آن را نیز به جدول خالی اضافه کرده و در کنارش علامت (+) ذکر فرمایید.

۳ در تکمیل این بخش حتماً ابتدا به دو جزء ۱- بخش‌های مشتریان و ۲- ارزش‌های پیشنهادی نگاه بیندازید و کانال‌های ارائه ارزش به هر بخش مشتری را کدام چک کرده و سپس در جدول تکمیل فرمایید.

۴ ممکن است کانالی باشد که در حال حاضر در سامانه/ خدمت شما نباشد، اما در توسعه‌های آینده به صورت بالقوه باید مورد توجه قرار گیرد. در این صورت در جدول در کنار نام کانال مربوطه علامت (*) را ذکر فرمایید. این علامت

به معنای کانال بالقوه خواهد بود.

ردیف	نام فاز کانال	معرفی / توضیح
۱	آگاهی	هدف تنها افزایش سطح آگاهی مشتریان درباره ویژگی‌های محصول یا خدمات از طریق کانال است. فاز آگاهی، فاز بازاریابی و تبلیغات است و اینکه چگونه به مشتریان فرصت شناسایی ارزش پیشنهادی داده می‌شود.
۲	ارزیابی	هدف کمک به مشتریان به ارزیابی و مقایسه ارزش پیشنهادی در مقابل ارزش‌های پیشنهادی رقیب است.
۳	خرید	فرآیند فروش و معاوضه پول با محصول یا خدمت در این فاز کانال انجام می‌شود.
۴	تحويل	در این فاز کانال، هدف رساندن ارزش پیشنهادی به دست مشتری است.
۵	پس از فروش	در این فاز کانال، هدف خدمات و پشتیبانی پس از فروش به مشتریان است.

ردیف	نام کانال	معرفی / توضیح
۱	فروش شخصی	همواره فروش شخصی سهولت بسیاری برای مشتریان به همراه دارد. از جمله: تحويل درب منزل و تضمین رضایت مشتری. هزینه کانال فروش مستقیم پایین است و برای کسب و کارهای تازه تأسیس مناسب است. این روش راهی به سوی برقراری ارتباط با مشتریان و درک ترجیحات آنهاست. ارتباط رو دررو نیز از دیگر مزایای آن است.
۲	اینترنت (شامل زیر کانال‌های وب سایت، وب لاگ، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی، فروشگاه اینترنتی، پلتفرم‌های خاص مجازی)	کانالی کم هزینه برای هدف گیری مجموعه عظیمی از مشتریان است، راحتی بسیاری برای مشتریان فراهم می‌آورد. همچنین با فراهم کردن شبانه روزی اطلاعات در ۷ روز هفته و امکان برقراری ارتباطات دو طرفه با شرکت و ارائه بازخورد و ترجیحات به آن می‌تواند منبعی بسیار جذاب باشد. با این حال اینترنت ابزاری فاقد شخصیت است و به مشتریان و شرکت اجازه تعامل انسانی را نمی‌دهد به علاوه اینترنت اثر متقابل مشتری و محصول را محدود می‌کند و به سرمایه‌گذاری زیربنایی نیاز دارد.
۳	تلفن ثابت / دورنگار	تلفن یک ابزار نسبتاً ارزان و راهی مؤثر در برقراری ارتباط مستقیم با مشتری است.
۴	تلفن همراه (شامل زیر کانال‌های پیامک، اپلیکیشن، GPRS)	امکانات مبتنی بر تلفن همراه مانند پیامک، اپلیکیشن و GPRS می‌تواند به عنوان کانالی به صرفه و در دسترس برای مشتریان محسوب شود.
۶	خرده فروشان	خرده فروشان نقاط مثبت زیادی دارند. آنها دارای زیرساخت‌های لازم از جمله مغازه، وب سایت و استراتژی‌های بازاریابی تهاجمی هستند. به علاوه خدمات شخصی و خدمات فروش هم توسط خرده فروش مهیا شده است.
۷	عاملان و کارگزاران	عاملان و کارگزاران، فروش شخصی را محقق می‌سازند و ارتباطی ثابت با مشتریان دارند. آنها شبکه‌ای وسیع، هزینه توزیع کمتر و منبع هوش تجاری بازار هستند. اما این کانال نسبت به قیمت حساس تر و به سختی قابل کنترل است. آنها نماینده برندهای رقیب هستند و از برندهایی با بیشترین فروش حمایت می‌کنند.
۸	توزیع کنندگان	توزیع کنندگان دارای پایگاه متمرکز مشتریان هستند، ریسک موجودی کالا را می‌پذیرند، دسترسی بیشتری دارند و بصورت فنی آموزش دیده‌اند. آنها برندهای رقیب را پوشش می‌دهند، و در قیمت‌گذاری محصولات شما دخیل هستند و شرکت شما هیچگونه کنترلی در ظاهر نهایی محصول که به دست مشتری می‌رسد ندارد.

ردیف	نام کانال	فاز کانال
مثال	اینترنت - وب سایت	۱، ۲
۱		
۲		
۳		
۴		
۵		
۶		
۷		
۸		
۹		
۱۰		



۴- ارتباط با مشتری: انواع روابطی را توصیف می‌کند که شرکت با بخش‌های خاصی از مشتریان برقرار می‌کند.

◀ **پرسش‌های اصلی:** هر یک از بخش‌های مشتریان شما انتظار برقراری و حفظ چه نوع ارتباطی را دارند؟

◀ **راهنما: ۱** در جدول در ستون دوم باید نوع ارتباط را وارد کنید. جهت راهنمایی در جدول بالا سمت راست چند نوع معمول از ارتباط با مشتری آمده است که می‌توانید بر اساس سامانه/ خدمت خود انتخاب کنید.

۲ در جدول در ستون سوم باید انگیزه ارتباط با وارد کنید. در جدول پایین سمت راست دو انگیزه اصلی ارتباط با مشتری آمده است که می‌توانید یک یا هر دو را برای یک نوع ارتباط خاص انتخاب کنید.

۳ اگر فکر می‌کنید نوع ارتباط یا انگیزه ارتباطی وجود دارد که نامش در دو جدول زیر نیست، آن را نیز به جدول اضافه کنید و در کنارش علامت (+) ذکر فرمایید.

۴ در تکمیل این بخش حتما ابتدا به دو جزء ۱- بخش‌های مشتریان و ۲- ارزش‌های پیشنهادی نگاه بیندازید و نوع ارتباط هر بخش مشتری را چک کرده و سپس در جدول وارد کنید.

۵ ممکن است نوع ارتباطی باشد که در حال حاضر در سامانه/ خدمت شما نباشد، اما در توسعه‌های آینده به صورت بالقوه باید مورد توجه قرار گیرد. در این صورت در جدول در کنار نام کانال مربوطه علامت (*) را ذکر فرمایید. این

علامت به معنای یک نوع ارتباط بالقوه خواهد بود.

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
مثال	خلق مشترک *	جذب مشتری	طراحی دوره‌ها به طور مشترک با مدرسين
۱			
۲			
۳			
۴			
۵			
۶			
۷			
۸			
۹			
۱۰			

ردیف	نوع ارتباط	معرفی/ توضیح
۱	کمک شخصی	کمک شخصی براساس تعامل انسانی است. مشتری می‌تواند با فردی در شرکت که نقش نماینده آن مشتری را برعهده دارد، ارتباط برقرار کرده و در خلال فرآیند خرید یا پس از آن از همراهی و کمک او استفاده نماید.
۲	کمک شخصی اختصاصی	کمک شخصی اختصاصی مستلزم اختصاص یک نماینده ویژه برای یک مشتری خاص می‌باشد. این رابطه عمیق ترین و صمیمانه ترین نوع روابط است و معمولاً در یک دوره زمانی طولانی ایجاد می‌شود.
۳	سلف سرویس	نوعی از ارتباط است که در آن یک شرکت هیچ نوع رابطه مستقیمی با مشتریان ندارد. شرکت، تمامی وسایل مورد نیاز را برای مشتریان مهیا می‌نماید تا در صورت نیاز، خودشان به انجام اقدامات لازم بپردازند.
۴	خدمات خودکار	شکل کامل تری از سلف سرویس را با فرآیندهای خودکار ترکیب می‌کند. برای مثال، پروفایل های آنلاین شخصی برای مشتریان، دسترسی به خدمات سفارشی را فراهم می‌سازد. خدمات خودکار می‌تواند مشتریان خاص و مشخصات آنان را تشخیص داده و براساس سفارشات و مبادلات صورت گرفته، اطلاعاتی را به آنها ارائه دهد.
۵	جوامع	جوامع، ابزاری است که شرکت‌ها آن را برای برقراری ارتباط صمیمانه تر با مشتریان فعلی و بالقوه و نیز تسهیل ارتباط میان آنها مورد استفاده قرار می‌دهند. بسیاری از شرکت‌ها جوامع آنلاینی را پشتیبانی می‌کنند که به کاربران امکان تبادل دانش و حل مسائل یکدیگر را می‌دهد.
۶	خلق مشترک	نوعی از ارتباط است که در آن شرکت‌ها با یکدیگر از روابط سنتی مشتری-خریدار فراتر گذاشته و با مشتریان به صورت مشترک به خلق ارزش می‌پردازند.
ردیف	انگیزه ارتباط	معرفی/ توضیح
۱	جذب مشتری	فرآیند متقاعد کردن مشتری برای انتخاب محصول شرکت از میان تمامی انتخاب‌هایی که در بازار وجود دارد.
۲	حفظ مشتری	به ارتباط طولانی مدتی که شرکت با مشتریان خود برقرار می‌کند، اشاره دارد.



۵- جریان‌های درآمدی: نشان‌دهنده درآمدی است که سامانه/ خدمت از هر بخش از مشتری کسب می‌کند.

◀ **پرسش‌های اصلی:** ① مشتریان در حال حاضر برای چه چیزی پول می‌پردازند؟ ② چگونه پول می‌پردازند؟ ③ هر جریان درآمدی چه سهمی از کل درآمدها را به خود اختصاص می‌دهد؟

◀ **راهنما:** ① در ستون دوم جدول باید راه درآمد را وارد کنید. جهت راهنمایی در جدول سمت راست چند نوع معمول از راه‌های درآمد آمده است که می‌توانید بر اساس سامانه/ خدمت خود انتخاب کنید.

② در ستون سوم جدول باید سازو کار قیمت‌گذاری در هر راه درآمد را وارد کنید. در جدول بالا سمت چپ سازوکارهای معمول قیمت‌گذاری آمده است که می‌توانید یک یا چند سازوکار را برای یک راه درآمد خاص انتخاب کنید.

③ اگر فکر می‌کنید راه درآمد یا سازوکار قیمت‌گذاری وجود دارد که نامش در دو جدول زیر نیست، آن را نیز به جدول اضافه کنید و در کنارش علامت (+) ذکر فرمایید.

④ در تکمیل این بخش حتما ابتدا به دو جزء ۱- بخش‌های مشتری و ۲- ارزش‌های پیشنهادی نگاه بیندازید و درآمد هر بخش مشتری یا ارزش را چک کرده و سپس در جدول وارد کنید.

⑤ ممکن است راه درآمد یا سازوکار قیمت‌گذاری باشد که در حال حاضر در سامانه/ خدمت شما نباشد، اما در توسعه‌های آینده به صورت بالقوه باید مورد توجه قرار گیرد. در این صورت در جدول در کنار آن علامت (*) را ذکر فرمایید.

این علامت به معنای یک راه درآمد یا سازوکار قیمت‌گذاری بالقوه خواهد بود.

نوع	ردیف	نام ساز و کار قیمت‌گذاری	معرفی / توضیح
قیمت‌گذاری	۱	فهرست قیمت	قیمت‌های مقطوع برای محصولات و خدمات خاص یا سایر ارزش‌های پیشنهادی
	۲	بر اساس ویژگی محصول	قیمت به تعداد یا کیفیت ویژگی‌های ارزش پیشنهادی بستگی دارد.
	۳	بر اساس بخش مشتری	قیمت به نوع و مشخصات بخش مشتری بستگی دارد.
	۴	بر اساس مقدار	قیمت به عنوان تابعی از مقدار خریداری‌شده
کمیسیون	۵	مذاکره (چانه زنی)	قیمت مذاکره‌شده بین دو یا چند شریک بسته به قدرت مذاکره و/ یا مهارت‌های مذاکره
	۶	مدیریت بازه	قیمت به میزان موجودی و زمان خرید بستگی دارد.
	۷	بازار آبی	قیمت به صورت پویا و بر اساس عرضه و تقاضا تعیین می‌گردد.
	۸	مزایده	نتیجه مبالغ پیشنهادی رقابتی، قیمت را تعیین می‌کند.

ردیف	راه درآمد	نام سازوکار قیمت‌گذاری	بر آورد درآمد در سال جاری (ریال)
مثال	حق عضویت	فهرست قیمت	۲۰.۰۰۰.۰۰۰ (سال ۹۹)
۱			
۲			
۳			
۴			
۵			

ردیف	راه درآمد	معرفی / توضیح
۱	فروش دارایی	از فروش حقوق مالکیت یک محصول فیزیکی یا اثر معنوی ناشی می‌شود. به طور مثال شرکت آمازون، کتاب، موسیقی، لوازم الکترونیکی را بصورت آنلاین می‌فروشد.
۲	حق استفاده Usage Fee	راه ایجاد جریان درآمدی است که در ازای استفاده از یک خدمت خاص ایجاد می‌شود. مشتری هرچه بیشتر از آن خدمت استفاده نماید، باید پول بیشتری هم بپردازد. به طور مثال یک اپراتور تلفن با احتساب دقایق مکالمات مشتریان خود از آنان کارمزد می‌گیرد.
۳	حق عضویت Subscription Fee	حق عضویت با فروش دسترسی مداوم به خدمات ایجاد می‌گردد. به طور مثال یک باشگاه ورزشی برای دسترسی اعضای خود بصورت ماهیانه یا سالیانه از آنها حق عضویت می‌گیرد.
۴	قرض دادن/اجاره دادن/لیزینگ	این جریان درآمدی از اعطای یک امتیاز انحصاری برای استفاده موقتی از یک دارایی بخصوص به مدتی معین و در ازای پرداخت مبلغی معین ایجاد می‌گردد.
۵	اعطای حق امتیاز Licensing	این جریان درآمدی با دادن اجازه به مشتریان برای استفاده از مالکیت معنوی تحت حفاظت در ازای پرداخت هزینه حق امتیاز ایجاد می‌گردد. درواقع این امر، امکان ایجاد درآمد از سرمایه معنوی را برای دارندگان این حق امتیازها ممکن می‌سازد، بدون اینکه آنها مجبور به تولید محصول یا تجاری نمودن خدمتی باشند.
۶	دستمزد کارگزاری Brokerage Fee	از انجام خدمات واسطه‌گری میان دو یا چند طرف ناشی می‌شود. به عنوان مثال، ارائه دهندگان کارت اعتباری با گرفتن درصدی از ارزش هر تراکنشی که بین تجار و مشتریان دارنده این کارت‌ها انجام میشود، کسب درآمد می‌کنند.
۷	انجام تبلیغات	از پرداخت کارمزد در ازای انجام تبلیغ برای یک محصول، خدمت یا برند خاص ناشی می‌شود. صنعت رسانه و مسابقات ورزشی بطور سنتی بسیار متکی بر درآمدهای ناشی از تبلیغات هستند.



۶- منابع کلیدی: منابع کلیدی که معریان را قادر می‌سازد تا ارزش پیشنهادی خود را خلق و ارائه نماید، به بازارها دسترسی پیدا کند، ارتباط با بخش مشتری را حفظ کند و به کسب درآمد بپردازد.

ردیف	نام منبع	دسته منبع	روش اکتساب منبع	نام شریک
۱	تجهیزات اداری	۱	۳	ایرانداک
۲	برند ایرانداک	۸	۱	-
۳				
۴				
۵				
۶				
۷				
۸				
۹				
۱۰				
۱۱				
۱۲				
۱۳				
۱۴				
۱۵				

نوع	ردیف	دسته منبع
فیزیکی	۱	امکانات تولیدی / خدماتی
	۲	ساختمان
	۳	وسيله نقلیه
	۴	ماشین آلات
	۵	سیستم / سامانه
	۶	پایانه فروش
	۷	شبکه توزیع
	۸	برند
معنوی	۹	دانش اختصاصی
	۱۰	حق اختراع
	۱۱	حق تکثیر
	۱۲	مشارکت
	۱۳	پایگاه داده مشتریان
	۱۴	حق قانونی
انسانی	۱۵	افراد عادی
	۱۶	افراد با اهمیت در موضوع
	۱۷	کسب و کار
مالی	۱۸	پول نقد
	۱۹	درآمد اختصاصی موسسه
	۲۰	خط اعتباری
	۲۱	بودجه دولتی
	۲۲	کمک دولتی
	۲۳	صدور اسناد تجاری و سهام
	۲۴	وام
	۲۵	سرمایه‌گذاری جمعی (crowd funding)
	۲۶	تأمین مالی مشارکتی (مانند .BDM.BLO .BLT .BOO .BOT .ROO و ROT)
	۲۷	فاینانس
	۲۸	یوزانی

← پرسش‌های اصلی:

- ۱ ارزش‌های پیشنهادی شما به چه منابع کلیدی نیاز دارند؟
- ۲ کانال‌های توزیع شما، نیازمند چه منابعی هستند؟
- ۳ برای ارتباط با مشتری باید چه منابعی را در نظر بگیرید؟
- ۴ ایجاد جریان‌های درآمدی به چه منابعی احتیاج دارد؟

← راهنما: ۱ در این بخش به دنبال منابع کلیدی مورد نیاز برای ارائه ارزش‌های

پیشنهادی به بخش‌های مشتریان، ایجاد و توسعه کانال‌ها، راه‌های ارتباط با مشتری و جریان‌های درآمد است. بنابراین لطفاً برای تکمیل این بخش حتماً ۵ جزء قبلی تکمیل شده را جزء به جزء مرور کنید.

۲ در ستون دوم جدول باید نام مشخص منبع مورد استفاده و در ستون سوم نام یا شماره دسته منبع مورد نظر وارد شود. جهت راهنما دسته‌های اصلی منابع مورد استفاده در سامانه‌ها/خدمات در جدول وسط آمده است. در ستون چهارم باید مشخص کنید آن منبع را چگونه بدست آورده یا می‌آورید، سه گزینه ممکن در جدول پایین جهت راهنمایی آمده است (انتخاب چند روش اکتساب منبع بلامانع است). اگر منبع مورد نظر از طریق شریک بدست می‌آید نام آن را در ستون پنجم وارد کنید (اختیاری).

۳ اگر فکر می‌کنید دسته منبعی وجود دارد که نامش در دو جدول زیر نیست، آن را نیز به جدول خالی اضافه کنید و در کنارش علامت (+) ذکر فرمایید.

۴ ممکن است منبع کلیدی باشد که در حال حاضر در سامانه/خدمت شما استفاده نشود، اما در توسعه‌های آینده به صورت بالقوه باید مورد توجه قرار گیرد. در این صورت در جدول در کنار آن علامت (*) را ذکر فرمایید. این علامت به معنای یک منبع بالقوه خواهد بود.

ردیف	روش اکتساب منبع
۱	تأمین داخلی
۲	اجاره
۳	تأمین از طرف شرکای کلیدی



۷- فعالیت‌های کلیدی: اقدامات کلیدی که به منظور خلق و ارائه ارزش پیشنهادی، دسترسی به بازارها، ایجاد و حفظ ارتباط با بخش مشتری و کسب درآمد باید انجام شود.

◀ پرسش‌های اصلی :

- ① ارزش‌های پیشنهادی شما به چه فعالیت‌های کلیدی نیاز دارند؟
- ② کانال‌های توزیع شما، نیازمند چه نوع فعالیت‌های کلیدی هستند؟
- ③ برای ارتباط با مشتری باید چه فعالیت‌های کلیدی را انجام دهید؟
- ④ ایجاد جریان‌های درآمدی به چه فعالیت‌های کلیدی احتیاج دارد؟

◀ راهنما: ① در این بخش به دنبال فعالیت‌های کلیدی مورد نیاز برای ارائه ارزش‌های

پیشنهادی به بخش‌های مشتریان، ایجاد و توسعه کانال‌ها، راه‌های ارتباط با مشتری و جریان‌های درآمد است. بنابراین لطفاً برای تکمیل این بخش حتماً ۵ جزء اول تکمیل شده را جزء به جزء مرور کنید.

② در جدول در ستون دوم نام مشخص فعالیت و در ستون سوم نوع انجام فعالیت مورد نظر باید وارد شود. جهت راهنما دو نوع اصلی انجام فعالیت در جدول پایین آمده است. انتخاب هر دو گزینه نوع انجام فعالیت بلامانع است.

③ ممکن است فعالیت کلیدی باشد که در حال حاضر به منظور ایجاد/ توسعه در سامانه/ خدمت شما انجام نمی‌شود، اما در توسعه‌های آینده به صورت بالقوه باید مورد توجه قرار گیرد. در این صورت در جدول در کنار آن علامت (*) را ذکر فرمایید. این علامت به معنای یک فعالیت کلیدی بالقوه خواهد بود.

ردیف	نوع انجام فعالیت
۱	انجام داخلی
۲	انجام از طرف شرکای کلیدی

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت*	نام شریک (در صورت وجود)
مثال	تجزیه و تحلیل داده‌ها بر پایه سنج‌های علم‌سنجی*	۱	-
	تولید محتوای بسته‌های آموزشی (طراحی محتوا، ثبت محتوا)	۲	مدرس‌ان دوره‌ها
۱			
۲			
۳			
۴			
۵			
۶			
۷			
۸			
۹			
۱۰			
۱۱			
۱۲			





۸- شریکان کلیدی: شبکه‌ای از تأمین کنندگان و شریکان را توصیف می‌کند که در تأمین منابع کلیدی و انجام فعالیت‌های کلیدی به منظور عملکرد صحیح مدل کسب و کار کمک می‌کنند

◀ پرسش‌های اصلی:

- ① شریکان کلیدی شما چه کسانی هستند؟
- ② تأمین کنندگان کلیدی شما چه کسانی هستند؟
- ③ کدام یک از منابع کلیدی را از طریق شرکا به دست می‌آوریم؟
- ④ کدام یک از فعالیت‌های کلیدی را شرکای ما انجام می‌دهند؟

◀ **راهنما: ①** در این بخش به دنبال شریکان کلیدی هستیم که در تأمین منابع و همچنین انجام فعالیت‌های کلیدی در سامانه/ خدمت مدنظر به شما کمک می‌کنند. بنابراین لطفاً برای تکمیل این بخش حتماً ابتدا دو جزء قبلی یعنی منابع کلیدی و فعالیت‌های کلیدی را جزء به جزء مرور کنید.

② در ستون دوم جدول باید نام شریک را وارد کنید. ساختار دسته‌های ذینفع در صفحه سوم (جزء مشتریان کلیدی) می‌تواند به شما در تشخیص شریکان کمک کند. در ستون سوم نوع مشارکت را مشخص کنید. جدول کناری به عنوان راهنما آمده است. در ستون چهارم نیز انگیزه مشارکت خود را با هر شریک مشخص کنید. برای راهنمایی انواع انگیزه‌های مشارکت در جدول زیر آمده است. انتخاب چند نوع و انگیزه مشارکت برای هر شریک بلامانع است.

③ ممکن است فرد، گروه یا شرکتی باشد که در حال حاضر جزو شریکان کلیدی شما نیست، اما در توسعه‌های آینده به صورت بالقوه باید مورد توجه قرار گیرد. در این صورت در جدول در کنار آن علامت (⊗) را ذکر فرمایید. این علامت به معنای یک شریک کلیدی بالقوه خواهد بود.

ردیف	انگیزه مشارکت	معرفی/توضیح
۱	بهینه سازی و صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس	ابتدایی ترین شکل مشارکت، رابطه بین خریدار- تأمین کننده است که به منظور بهینه نمودن تخصیص منابع و فعالیت ها طراحی شده است.
۲	کاهش ریسک و عدم قطعیت	در محیطی رقابتی که مشخصه آن عدم قطعیت است، مشارکت ها می توانند نقش مؤثری در کاهش ریسک به ویژه ریسک های زمانی و مالی داشته باشند. همکاری استراتژیک در یک حیطه و در عین حال رقابت در حیطه ای دیگر برای رقبا کاری غیرعادی نیست.
۳	کسب منابع و فعالیت‌های خاص	شرکت های محدودی وجود دارند که صاحب تمامی منابع مورد نیاز خود باشند یا همه فعالیت های مورد نیاز خود را به تنهایی انجام دهند. به جای این کار، آنها با اتکا به شرکت های دیگر در زمینه تهیه منابع خاص و انجام برخی از فعالیت های معین، قابلیت خود را گسترش می‌دهند.

ردیف	نوع مشارکت	معرفی/توضیح
۱	همکاری راهبردی با غیر رقیب	همکاری راهبردی بین شرکت‌هایی که رقیب یکدیگر نیستند.
۲	همکاری راهبردی با رقیب	مشارکت‌های استراتژیک بین رقبای
۳	سرمایه گذاری مشترک	سرمایه گذاری مشترک با شریک به منظور ایجاد کسب و کار جدید
۴	خریدار- تأمین کننده	روابط خریدار- تأمین کننده برای حصول اطمینان از تأمین ملزومات
۵	پیمانکاری اصلی- فرعی	سپردن تولید یا ایجاد بخشی از خدمت یا محصول (ارزش) توسط پیمانکار فرعی (پیمانکار) و ارائه به پیمانکار اصلی (کارفرما) برای تولید و ارائه محصول یا خدمت نهایی به مشتری

ردیف	نام شریک	نوع مشارکت	انگیزه مشارکت
مثال	شرکت نمونه	۵	۳
۱			
۲			
۳			
۴			
۵			
۶			
۷			
۸			
۹			
۱۰			



۹- ساختار هزینه‌ها: مهم‌ترین هزینه‌هایی را که در یک مدل کسب و کار خاص، به خصوص در کسب منابع کلیدی، انجام فعالیت‌های کلیدی و همکاری با شرکا ایجاد می‌شود را توصیف می‌کند.

◀ پرسش‌های اصلی:

- ① مهم‌ترین هزینه‌های مدل کسب و کار شما چیست؟
- ② برای کسب منابع کلیدی چه هزینه‌هایی صرف می‌کنید؟
- ③ برای انجام فعالیت‌های کلیدی چه هزینه‌هایی صرف می‌کنید؟
- ④ همکاری با شرکان کلیدی برای شما چه هزینه‌هایی در پی دارد؟

◀ **راهنما:** ① هزینه‌های اصلی مدل کسب و کار در کسب منابع، انجام فعالیت‌ها و همکاری با شرکا ایجاد می‌شود. بنابراین، لطفاً برای تکمیل این بخش حتماً سه جزء قبلی یعنی منابع کلیدی، فعالیت‌های کلیدی و شرکان کلیدی را جزء به جزء مرور کنید.

② در ستون دوم جدول نام هزینه را وارد کنید. این هزینه می‌تواند ارتباط مستقیم با کسب منابع، انجام فعالیت‌ها و یا همکاری با شرکا داشته باشد. در ستون سوم نوع هزینه‌کرد را مشخص کنید. در جدول زیر به عنوان راهنما چند نوع هزینه معمول آمده است. در ستون چهارم نیز برآورده‌تان از میزان هزینه‌کرد در هر بند را مشخص فرمایید. در صورتی که رقم دقیقی در اختیار ندارید، یا برآورد خود را وارد کنید یا خالی بگذارید (اختیاری).

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
مثال	خرید و بکارگیری تجهیزات اداری	۱	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰
	حق الزحمه طراحان سامانه	۲	۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰
۱			
۲			
۳			
۴			
۵			
۶			
۷			
۸			
۹			
۱۰			
۱۱			
۱۲			
۱۳			
۱۴			
۱۵			

ردیف	نوع هزینه کرد	معرفی/توضیح
۱	هزینه ثابت	این نوع هزینه‌ها به میزان محصول یا خدمت تولید یا ارائه شده ارتباطی ندارد، مانند اجاره بها، بخشی از دستمزدها به ویژه در ستاد، امکانات و زیرساخت‌های فیزیکی
۴	هزینه متغیر	میزان این هزینه‌ها ارتباط مستقیمی با میزان محصول یا خدمت تولید یا ارائه شده دارد، مانند هزینه منابع اولیه، بخشی از دستمزدها به ویژه در صف، حمل و نقل، کمیسیون‌ها و ...
۵	صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس	منظور مزیت‌های هزینه‌ای است که کسب و کار به خاطر افزایش حجم تولید محصول یا خدمت بدست می‌آورد، مانند خریدهای عمده یا مشارکتی در شرکت‌های بزرگ
۶	صرفه اقتصادی ناشی از محدوده	منظور مزیت‌های هزینه‌ای است که کسب و کار به خاطر محدوده بزرگتر عملیاتی بدست می‌آورد، مانند ایجاد یک واحد پشتیبانی برای پشتیبانی تعداد زیادی از خدمات به جای ایجاد واحد پشتیبانی برای هر خدمت

توضیحات شما در خصوص سامانه / خدمت، اجزا و جدول‌های تکمیل شده

راهنما: در توضیحات خود لطفاً به صفحه، جزء و یا جدول مورد نظر حتماً اشاره فرمایید.

؟

پیوست ۲: جمع‌بندی جداول تکمیل شده توسط آگاهان/مجریان

۱- پایگاه وب رسمی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک). نسخه ۸

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۲- دانش‌آموختگان (داخلی)	-
۳	۳- اعضای هیات علمی (داخلی)	-
۴	۴- اعضای غیر هیات علمی (داخلی)	-
۵	۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی)	-
۶	۶- بازنشستگان پژوهشگاه (داخلی)	-
۷	۷- آزمایشگاه‌ها (داخلی)	-
۸	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۹	۱۴- دانش‌آموختگان (خارجی)	-
۱۰	۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)	-
۱۱	۱۶- کارشناسان (خارجی)	-
۱۲	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۱۳	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهش و فناوری (خارجی)	-
۱۴	۲۱- ناشران (خارجی)	-
۱۵	۲۴- رسانه‌ها (خارجی)	-
۱۶	۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی وبگاه‌ها	-
۱۷	۲۶- مجریان رویدادهای علمی (خارجی)	-
۱۸	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	-
۱۹	+ سیاستگذاران علم و فناوری	-
۲۰	+ متقاضیان خدمات پژوهش و فناوری	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به آگاهی و دستیابی به انتشارات ایرانداک شامل کتاب، طرح پژوهشی، و مقاله
۲	نیاز به آگاهی از گزارش‌های عملکرد ایرانداک
۳	نیاز به آگاهی از رویدادهای علمی و اخبار ایرانداک
۴	نیاز به آگاهی از آمار فعالیت‌های ایرانداک
۵	نیاز به شناخت پژوهشگاه شامل معرفی، مأموریت‌ها و فعالیت‌ها، برنامه‌ها و سیاست‌ها، ساختار سازمانی و تور مجازی
۶	نیاز به دسترسی و آگاهی از پایگاه‌ها و سامانه‌های اطلاعاتی و منابع مرجع ایرانداک
۷	نیاز به آشنایی با فرایندهای هیئت اجرایی جذب و آگاهی از عملکرد آن
۸	نیاز به آشنایی با پژوهشکده‌ها و فعالیت‌های آنها
۹	نیاز به آشنایی با آزمایشگاه‌ها و فعالیت‌های آنها
۱۰	نیاز به آشنایی با اعضای هیئت علمی، پژوهشگران همکار، دانشجویان و دانش‌آموختگان ایرانداک
۱۱	نیاز به آگاهی از خدمات دانش‌بنیان ایرانداک

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه مشخصات و/یا تمام متن دستاوردهای ایرانداک شامل کتاب، طرح پژوهشی، و مقاله	۱	۲،۳،۵	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۲
۲	ارائه گزارش‌های عملکرد ایرانداک	۲	۲،۳،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱، ب، ۲
۳	ارائه اطلاعات رویدادهای علمی و اخبار ایرانداک	۳	۲،۳،۵،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱۰
۴	ارائه آمار فعالیت‌های ایرانداک	۴	۱،۲،۳،۵،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱، ب، ۲، ۱۰
۵	ارائه مشخصات شناختی پژوهشگاه شامل معرفی، مأموریت‌ها و فعالیت‌ها، برنامه‌ها و سیاست‌ها، ساختار سازمانی و تور مجازی	۵	۲،۳،۵،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱، ب، ۲
۶	معرفی و ارائه دسترسی به پایگاه‌ها و سامانه‌های اطلاعاتی و منابع مرجع ایرانداک	۶	۲،۳،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱۰
۷	معرفی فرایندهای هیئت اجرایی جذب و عملکرد آن	۷	۲،۳،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱۰
۸	معرفی پژوهشکده‌ها و فعالیت‌های آنها	۸	۲،۳،۵،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱، ب، ۲
۹	معرفی آزمایشگاه‌ها و فعالیت‌های آنها	۹	۲،۳،۵،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱، ب، ۲
۱۰	معرفی اعضای هیئت علمی، پژوهشگران همکار، دانشجویان و دانش‌آموختگان ایرانداک و سوابق آنها	۱۰	۲،۳،۵،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۵
۱۱	معرفی خدمات دانش‌بنیان ایرانداک	۱۱	۲،۳،۵،۷	الف، ب، ۲، ۳، د	الف، الف، ۱۰، ب، ۱، ب، ۲

جدول ۴: جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار سامانه

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت ۴، ۱
۲	اینترنت	ایمیل ۵، ۱
۳	تلفن ثابت	- ۵، ۱
۴	فروش شخصی	معرفی پایگاه از طریق نامه ۱

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار سامانه ...

ردیف	نوع ارتباط	انتیژه ارتباط	توضیحات
۱	سلف سرویس	حفظ مشتری	کارکرد اصلی پایگاه وب پژوهشگاه ارائه اطلاعات درباره خدمات، مأموریت‌ها و کارهای پژوهشگاه است و نقش درگاهی میانجی بین خدمات و سامانه‌های ایرانداک و کاربران را بازی می‌کند به همین دلیل رابطه با کاربر بیشتر در قالب سلف‌سرویس صورت می‌گیرد.
۲	نظرسنجی	حفظ مشتری	-

جدول ۶: جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار سامانه ...

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	*فروش دارایی (فروش کتاب)	مقطوع	فهرست قیمت -

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرنداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۱۳۲

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۲	*فروش دارایی (فروش گزارش‌های تخصصی)	مقطوع	فهرست قیمت
۳	*انجام تبلیغات	مقطوع	بر اساس بخش مشتری، بر اساس مقدار

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	ساختمان	فیزیکی	۱	-
۲	تجهیزات اداری	فیزیکی	۱	-
۳	زیرساخت سخت افزاری	فیزیکی	۲، ۳	تبیان
۴	زیرساخت سامانه پایگاه	فیزیکی	۲، ۳	وب کاران ایمن
۵	مسئولان پایگاه وب (محتوا، پشتیبان فنی)	انسانی	۱	-
۶	بودجه دولتی	مالی	۱	-
۷	درآمد اختصاصی	مالی	۱	-
۸	برند ایرنداک	معنوی	۱	-
۹	منابع اطلاعاتی سازمانی	معنوی	۱	-
۱۰	حقوق انتشار در وب ایرنداک	معنوی	۱	-
۱۱	مشارکت اعضای پژوهشگاه	معنوی	۱	-
۱۲	دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های الزام‌کننده انتشار محتواها در پایگاه وب	معنوی	۱	-
۱۳	دانش طراحی وب	معنوی	۱، ۳	تبیان، وب کاران

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام	نام شریک
۱	گردآوری، پردازش و ثبت محتوا در سیستم مدیریت محتوای پایگاه وب پژوهشگاه	۱	-
۲	به‌روزرسانی همیشگی محتوا با همکاری واحدهای درگیر که خدمات و اطلاعات آنها در پایگاه وب بازنمایی شده است.	۱	-
۳	رعایت استانداردهای وب‌نویسی و بهینه‌سازی محتوا برای بازیابی در موتورهای جستجو	۱	-
۴	رصد دائمی تحولات در پژوهشگاه برای بازنمایی آنها در قالب خبر، رویداد، انتصاب، و ... در پایگاه وب پژوهشگاه	۱	-
۵	طراحی صفحه‌ها، بخش‌ها و ماژول‌ها و کاربرگه‌های جدید بر اساس نیازهای جدید پژوهشگاه	۱	-
۶	شناسایی خدمات و محتوای جدید پژوهشگاه قابل ارائه به کاربران و طراحی ساختار و تهیه محتوای مورد نیاز برای بازنمایی آنها در پایگاه وب	۱	-
۷	طراحی گرافیکی مورد نیاز پایگاه وب	۱، ۲	گرافیکست
۸	پشتیبانی فنی سامانه (نرم‌افزاری و زیرساختی)	۱	-
۹	انجام به‌روزرسانی امنیتی سامانه	۱، ۲	تبیان، وب کاران ایمن
۱۰	تهیه عکس‌های پروفایل‌ها و رویدادها	۱، ۲	عکاس
۱۱	ترجمه متون فارسی به انگلیسی	۱، ۲	مترجم

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۳۳

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	دانشجویان پژوهشگاه	۳،۱	۴
۲	۲- دانش آموختگان (داخلی)	دانش آموختگان پژوهشگاه	۳،۱	۴
۳	۳- اعضای هیات علمی (داخلی)	اعضای هیات علمی پژوهشگاه	۳،۱	۴
۴	۴- اعضای غیر هیات علمی (داخلی)	کارشناسان پژوهشگاه در دفتر ریاست، اداره روابط عمومی، معاونت پژوهش و آموزش، معاونت اداری و مالی و پژوهشگران همکار و ... (به عنوان تامین کنندگان و به روزرسانان محتوا)	۳،۱	۴
۵	۴- اعضای غیر هیات علمی (داخلی)	مرکز فناوری اطلاعات به عنوان پشتیبان محتوایی، زیرساختی و فنی	۳،۱	۴
۶	۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی)	رئیس پژوهشگاه و مدیران پژوهشگاه	۳،۱	۴
۷	۷- آزمایشگاه ها (داخلی)	آزمایشگاه های پژوهشگاه	۳،۱	۴
۸	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	تبیان	۳،۱	۵
۹	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	وب کاران ایمن	۳،۱	۵
۱۰	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	عکاس	۳،۱	۵
۱۱	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	گرافست	۳،۱	۵
۱۲	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	مترجم	۳،۱	۵

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار سامانه ...

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	بر آورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۲	خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	ثابت	-
۳	تأمین اینترنت پرسرعت	ثابت	-
۴	پرداخت حقوق مسئول محتوایی پایگاه وب (در گروه برنامه ریزی و طراحی فناوری اطلاعات مرکز فناوری اطلاعات پژوهشگاه (مافا))	ثابت	-
۵	پرداخت حقوق پشتیبان فنی پایگاه وب (در اداره سامانه های اطلاعاتی مافا)	ثابت	-
۶	پرداخت حقوق کارشناس (ان) پشتیبان فنی تجهیزات زیرساختی (در اداره زیرساخت های اطلاعاتی مافا)	ثابت	-
۷	پرداخت حقوق سایر مدیران و کارشناسان در گیر در گردآوری، تولید و به روزرسانی محتوا در بخش های مختلف ایرانداک	ثابت	-
۸	حق الزحمه عکاس	متغیر	-
۹	حق الزحمه گرافست	متغیر	-
۱۰	حق الزحمه مترجم	متغیر	-
۱۱	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۱۲	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-

۲- پایگاه اطلاعات علمی ایران (گنج). نسخه ۴

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۵	۲-۱۶- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری (خارجی)	-
۶	۱۷- پژوهشگران آزاد	-
۷	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری (خارجی)	-
۸	۱۹- حوزه‌های علمیه	-
۹	۲۷- نهادهای دولتی	به‌ویژه نهادهای سیاست‌گذار و قانون‌گذار در حوزه علم و فناوری کشور
۱۰	(+) سامانه پیشینه	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز مشتری (دانشجو، هیات علمی، پژوهشگر و ...) به آگاهی از خروجی‌های پژوهش‌های دانشگاهی و پیشینه تولیدات علمی کشور (به‌ویژه پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها)
۲	نیاز مشتری دانشجو، هیات علمی، پژوهشگر و ... به دسترسی به مدارک علمی و پژوهش‌های دانشگاهی در درگاهی یکپارچه
۳	نیاز مشتری دانشجو، هیات علمی، پژوهشگر و ... به دسترسی رایگان و کم‌هزینه به محتوای پژوهش‌های دانشگاهی
۴	نیاز مشتری دانشجو، هیات علمی، پژوهشگر و ... به جستجو در آخرین پژوهش‌های دانشگاهی بر اساس حوزه و موضوع پژوهش و دیگر اقلام اطلاعاتی
۵	نیاز مشتری (سیاستگذار) به آگاهی از آخرین تحولات علمی و ترندهای پژوهشی کشور
۶	نیاز مشتری (سیاستگذار) به رصد تولیدات علمی و پژوهش‌های دانشگاهی کشور از درگاهی واحد
۷	نیاز مشتری (سیاستگذار) به دسترسی به گزارش‌های پویا و مبتنی بر اقلام اطلاعاتی مختلف از تولیدات و پژوهش‌های علمی و دانشگاهی کشور

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	اشاعه خروجی‌های پژوهش‌های دانشگاهی و پیشینه تولیدات علمی کشور (به‌ویژه پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها)	۱	۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۸	الف ۱، ب ۱، ج ۳، د ۴، ه ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲	الف ۶، د ۹، ه ۱۰، ۱۱، ۱۲
۲	ایجاد دسترسی به مدارک علمی و پژوهش‌های دانشگاهی در درگاهی یکپارچه	۲	۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰	الف ۱، ب ۱، ج ۳، د ۴، ه ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲	الف ۶، د ۹، ه ۱۰، ۱۱، ۱۲
۳	ایجاد دسترسی به نسخه تمام متن مدارک علمی کشور و همراهی با نهضت دسترسی آزاد	۳	۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰	الف ۱، ب ۱، ج ۳، د ۴، ه ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲	الف ۶، د ۹، ه ۱۰، ۱۱، ۱۲
۴	ایجاد امکان جستجوی ساده و پیشرفته در میان پژوهش‌های دانشگاهی بر اساس اقلام اطلاعاتی گوناگون و امکان شخصی‌سازی مدارک بازبایی شده	۴	۱، ۲، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸	الف ۱، ب ۱، ج ۳، د ۴، ه ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲	الف ۶، د ۹، ه ۱۰، ۱۱، ۱۲
۵	ارائه گزارش‌های مدیریتی و سیاستگذارانه در حوزه علم و فناوری در مورد تحولات و ترندهای علمی و پژوهشی کشور	۵	۱، ۲، ۴، ۵، ۷، ۸، ۱۰	الف ۱، ب ۱، ج ۳، د ۴، ه ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲	الف ۶، د ۹، ه ۱۰، ۱۱، ۱۲
۶	ایجاد درگاهی برای رصد تولیدات علمی و پژوهش‌های دانشگاهی کشور	۶	۱، ۲، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰	الف ۱، ب ۱، ج ۳، د ۴، ه ۵، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲	الف ۶، د ۹، ه ۱۰، ۱۱، ۱۲

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۳۵

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۷	امکان گزارش گیری پویا و مبتنی بر اقلام اطلاعاتی مختلف برای سیاستگذاران و تصمیم گیران حوزه	۷	۲، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰	الف ۲، الف ۵، ز ۳، ز ۷	الف ۶، ب ۱، ه ۸

جدول ۴. جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	اینترنت	ایمیل
۳	تلفن ثابت	-
۴	تلفن همراه	-
۵	فروش شخصی	ارائه در کارگاه ها، همایش ها و نمایشگاه ها
۶	فروش شخصی	بازدید از ایرانداک
۷	فروش شخصی	معرفی سامانه از طریق نامه

جدول ۵. جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی	۲	پشتیبانی سامانه در گروه پشتیبانی سامانه های اطلاعاتی از راه تلفن، رایانامه، و کاربرگه
۲	سلف سرویس	۱، ۲	-
۳	*خلق مشترک	۱، ۲	جلب تعامل کاربر از راه امکان هم رسانی مدارک و امکان گزارش اشکال در مدارک

جدول ۶. جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	*تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت
۲	*حق استفاده (پایان نامه های دیگر نهادها)	مقطوع	فهرست قیمت
۳	*حق عضویت	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری
۴	*فروش دارایی (گزارش های تحلیلی موضوعی)	مقطوع	فهرست قیمت
۵	*دستمزد کارگزاری (سهم استفاده از طریق سامانه پیشینه)	مقطوع	فهرست قیمت

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	۱
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم / سامانه	۱
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱
۵	شبکه و اینترنت و تلفن	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱
۷	طراحان و پشتیبان فنی سامانه	انسانی	افراد با اهمیت در کسب و کار	۱
۸	پشتیبانان محتوایی سامانه	انسانی	افراد عادی	۱

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۹	پرنده ایرانداک	معنوی	برند	-
۱۰	آیین نامه ثبت و اشاعه پیشنهادها و پارساها و بخشنامه های مرتبط	معنوی	حق قانونی	-
۱۱	پایگاه داده مشتریان (استفاده کنندگان از سامانه)	معنوی	پایگاه داده مشتریان	-
۱۲	دانش طراحی سامانه تحت وب	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۳	دانش تحلیل محتوایی پارسا	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۴	بودجه دولتی	مالی	بودجه دولتی	-
۱۵	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	-

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار سامانه ...

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام	نام شریک
۱	طراحی و پیاده‌سازی سامانه	۱	
۲	ورود و به روز رسانی محتوا و اطلاعات سازماندهی شده کتابشناختی مدارک علمی از سامانه‌های ثبت و ویرایش	۲، ۱	سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات، سامانه ثبت
۳	انتقال منظم و بی‌وقفه فایل تمام متن مدارک مجاز برای اشاعه (قبل از دستور پایان دسترسی به تمام محتوا)		
۴	برهمکنشی بین سامانه و سامانه‌های ثبت و ویرایش و سازماندهی اطلاعات	۲، ۱	سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات، سامانه ثبت
۵	بازبینی دوره‌ای فراداده‌های موجود در پایگاه داده با هدف شناسایی و برنامه ریزی برای رفع خطاهای احتمالی در داده‌ها	۱	-
۶	افزودن قابلیت‌ها و امکانات جدید به پایگاه برای جلب و جذب کاربران	۱	
۷	نگهداری و به روز رسانی فنی سامانه و زیرساخت آن	۱	-
۸	تهیه و به‌روزرسانی راهنمای تصویری استفاده از سامانه	۱	-
۹	شرکت در کارگاه‌ها، همایش‌ها و نمایشگاه‌ها و معرفی سامانه	۱	-
۱۰	تهیه محتوای تبلیغی و آموزشی	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار سامانه ...

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	اتکیزه مشارکت*
۱	۲۷- نهادهای دولتی	نهادهای دولتی سیاست‌گذار و قانون‌گذار در حوزه علم و فناوری کشور	۵	۲، ۱
۲	(+) سامانه‌های ایرانداک	سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲	۵، ۴	۳
۳	(+) سامانه‌های ایرانداک	سامانه ثبت	۵، ۴	۳
۴	(+) سامانه‌های ایرانداک	سامانه پیشینه	۵، ۴	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار سامانه ...

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه
۲	پرداخت حقوق پشتیبان محتوایی سامانه	ثابت	پرداخت حقوق پشتیبان محتوایی سامانه
۳	پرداخت حقوق طراحان سامانه	ثابت	پرداخت حقوق طراحان سامانه
۴	خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	بر آورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۵	خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	ثابت	خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری
۶	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت
۷	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان
۸	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری

۳- سامانه ملی ثبت پایان نامه، رساله، و پیشنهاد (ثبت). نسخه ۲

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۵	۱۶-۲- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	-
۶	۱۸-۱- دانشگاه ها	-
۷	۱۸-۲- پژوهشگاه ها و مراکز پژوهشی	-
۸	۱۹- حوزه های علمیه	-
۹	۲۷- نهادهای دولتی	-
۱۰	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	سبوی دانش (هماندجو)
۱۱	(+) سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات- نسخه ۲	-
۱۲	(+) سامانه همانندجو	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به ثبت پیشنهاد پارسا در ایرانداک برای شروع پارسا
۲	نیاز به ثبت پارسا در ایرانداک برای دانش آموختگی
۳	اطمینان از ثبت پیشنهاد و پارسا در ایرانداک
۴	نیاز به آمار ثبت پیشنهاد پارسا در ایران
۵	نیاز به آمار ثبت پارسا در ایران
۶	نیاز به تمام متن پیشنهاد/پارسا به منظور همانندجویی

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ثبت پیشنهاد پارسا در ایرانداک برای شروع پارسا	۱	۱، ۲، ۳، ۷، ۱۰	ب، ۱، ۳، ۵ ج	۲۵
۲	ثبت پارسا در ایرانداک برای دانش آموختگی	۲	۱، ۲، ۳، ۷، ۱۰	ب، ۱، ۳، ۵ ج	۲۵
۳	ارائه شناسه ثبت نهایی پیشنهاد و پارسا در ایرانداک	۳	۱، ۲، ۷	ب، ۱، ۳، ۵ ج	۲۵
۴	آمار ثبت پیشنهاد پارسا در ایران	۴	۱، ۲، ۳	ب، ۱، ۳، ۳ ز	۲۵
۵	آمار ثبت پارسا در ایران	۵	۱، ۲، ۳	ب، ۱، ۳، ۳ ز	۲۵
۶	تمام متن پیشنهاد/پارسا به منظور همانندجویی	۶	۱، ۲، ۳، ۷، ۱۰	ب، ۱، ۳، ۳ ز	۲۵

جدول ۴: جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال		فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت	۵، ۴، ۲، ۱
۲	اینترنت	ایمیل	۵، ۱
۳	تلفن ثابت	-	۵، ۱
۴	تلفن همراه		۵، ۱
۵	عاملان و کارگزاران	کارشناسان موسسات آموزش عالی و پژوهشگاه‌ها	۲، ۱
۶	فروش شخصی	ارائه در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها	۱
۷	فروش شخصی	بازدید از ایرانداک	۱
۸	فروش شخصی	معرفی سامانه از طریق نامه	۱

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انتگیزه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی	۲	ارتباط با کارشناسان موسسات
۲	سلف سرویس	۲	-

جدول ۶: جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*		مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت	-
۲	*حق استفاده (حق ثبت پیشنهاد)	مقطوع	فهرست قیمت	-
۳	*حق استفاده (حق ثبت پارسا)	مقطوع	فهرست قیمت	-

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع		روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱	
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	۱	
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم / سامانه	۱	
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱	
۵	شبکه و اینترنت	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱	
۶	شبکه نمایندگان و کارشناسان موسسات	انسانی	افراد بااهمیت در کسب و کار	۳	دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و مراکز پژوهشی
۷	پشتیبان سامانه	انسانی	افراد بااهمیت در کسب و کار	۱	
۸	نمایه‌سازان و کنترل‌کنندگان اطلاعات	انسانی	افراد عادی	۱	
۹	برند ایرانداک	معنوی	برند	۱	
۱۰	آیین نامه ثبت و اشاعه پیشنهادها و پارساها و بخشنامه‌های مرتبط	معنوی	حق قانونی	۱	
۱۱	پایگاه داده مشتریان (دانشجویان)	معنوی	پایگاه داده مشتریان	۳، ۱	دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و مراکز پژوهشی
۱۲	دانش طراحی سامانه تحت وب	معنوی	دانش اختصاصی	۱	-
۱۳	بودجه دولتی	مالی	بودجه دولتی	۱	
۱۴	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	۱	

جدول ۸. جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام	نام شریک
۱	طراحی و پیاده سازی سامانه (ثبت نام، ثبت پیشنهاد، ثبت پارسای داخلی و خارجی، فرآیند بررسی و تأیید ایرانداک و موسسه)	۲، ۱	کارشناسان موسسات آموزش عالی و پژوهشی
۲	ورود و به روزرسانی اطلاعات پایه در سامانه (مانند رشته و گرایش و اسامی موسسات و دانشکده ها)	۲، ۱	سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات
۳	نمایه سازی و کنترل اطلاعات	۲، ۱	سبب دانش پارسیان
۴	*برهم کنشی سامانه در حوزه کلمات کلیدی خودکار با واژه نامه و اصطلاحنامه ها	۲	سامانه واژه نامه ها، سامانه اصطلاح نامه ها
۵	نگهداری و به روز رسانی فنی سامانه و زیرساخت آن	۱	-
۶	تهیه و به روزرسانی راهنمای تصویری استفاده از سامانه	۱	-
۷	برهم کنشی و یکپارچه سازی اطلاعات سامانه با سامانه های همانندجو و سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات	۲، ۱	سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات، سامانه همانندجو
۸	شرکت در همایش ها و نمایشگاه ها و معرفی سامانه	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۱۶-۲- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	نمایندگان دانشگاه ها، پژوهشگاه ها و مراکز پژوهشی و حوزه های علمی	۵	۲، ۱
۲	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	سبب دانش پارسیان	۴، ۳، ۱	۱
۳	(+) سامانه های ایرانداک	سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲	۴	۳
۴	(+) سامانه های ایرانداک	همانندجو خدمات مشارکتی با شرکت سبب دانش (سامانه)	۴، ۳، ۱	۱
۵	(+) سامانه های ایرانداک	سامانه واژه نامه- اصطلاحنامه	۴	۳، ۲

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	
۲	پرداخت حقوق نمایه سازها و کنترل کننده های اطلاعات	ثابت	
۳	پرداخت حقوق طراحان سامانه	ثابت	
۴	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	
۵	خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	ثابت	
۶	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	
۷	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	
۸	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	

۴- سامانه پیشینه پژوهش (پیشینه). نسخه ۲

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۴۰

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۳	* ۱۰- پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات (داخلی)	-
۴	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۵	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۶	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۷	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	-
۸	* ۲۱-۲- ناشران نشریه های دانشگاهی (خارجی)	-
۹	* ۲۶-۱- مجریان همایش ها	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به یافتن پیشینه پژوهش های انجام شده در ارتباط با موضوع یک پارسا
۲	نیاز به یافتن پیشینه پژوهش های انجام شده در ارتباط با موضوع یک پیشنهاد
۳	نیاز به تأیید رسمی تکراری نبودن یک پژوهش انجام شده مبتنی بر پایگاه گنج
۴	نیاز به تأیید رسمی تکراری نبودن پیشنهاد یک پژوهش جدید مبتنی بر پایگاه گنج
۵	نیاز به ایجاد زمینه های پیشگیری از سرقت علمی پیش از همانند جویی

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	فهرست پیشینه پیشنهاد/ پارساهای انجام شده در موضوع پارسای مورد بررسی	۵، ۱	۹، ۵، ۴، ۳، ۲	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵ ۲۰۵
۲	فهرست پیشینه پیشنهاد/ پارساهای انجام شده در موضوع پیشنهاد مورد بررسی	۵، ۲	۹، ۵، ۴، ۳، ۲	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵ ۲۰۵
۳	فهرست مدارک نزدیک به موضوع پژوهش مبتنی بر کلمات کلیدی پیشنهادی کاربر	۵، ۲، ۱	۹، ۵، ۴، ۳، ۲	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵ ۲۰۵
۴	فهرست مدارک نزدیک به موضوع پژوهش مبتنی بر کلمات کلیدی خودکار ایرانداک	۵، ۲، ۱	۹، ۵، ۴، ۳، ۲	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵ ۲۰۵
۵	ارائه گزارش پیشینه پژوهش به شکل رسمی	۵، ۴، ۳	۹، ۵، ۴، ۳، ۲	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۱، ب ۲، ب ۳، ب ۴، ج ۵ ۲۰۵

جدول ۴. جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	اینترنت	ایمیل
۳	تلف ثابت	-
۴	فروش شخصی	ارائه در همایش ها و نمایشگاه ها
۵	فروش شخصی	بازدید از ایرانداک
۶	فروش شخصی	معرفی سامانه از طریق نامه

جدول ۵. جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
------	------------	---------------	---------

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۴۱

۱	سلف سرویس	۲	وجود پروفایل شخصی که برای همه یکسان است و خدمات سفارشی بر اساس نوع مشتری ارائه نمی دهد.
۲	کمک شخصی	۲	-
۳	نظرسنجی	۲	-

جدول ۶. جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	حق استفاده (درخواست پیشینه)	مقطوع	فهرست قیمت
۲	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	۱
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم/سامانه	۱
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱
۵	شبکه و اینترنت	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱
۶	پایگاه داده سامانه گنج	فیزیکی	سیستم/سامانه	۳
۷	پشتیبان سامانه	انسانی	افراد بااهمیت در کسب و کار	۱
۸	کارشناسان پاسخگو	انسانی	افراد عادی	۱
۹	برند ایرانداک	معنوی	برند	۱
۱۰	آیین نامه ثبت و اشاعه پیشنهادها و پارساها و بخشنامه های مرتبط	معنوی	حق قانونی	۱
۱۱	پایگاه داده مشتریان (دانشجویان)	معنوی	پایگاه داده مشتریان	۳، ۱
۱۲	دانش طراحی سامانه	معنوی	دانش اختصاصی	۱
۱۳	بودجه دولتی	مالی	بودجه دولتی	۱
۱۴	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	۱

جدول ۸. جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام	نام شریک
۱	طراحی و پیاده سازی سامانه (ثبت نام، ثبت درخواست، مشاهده نتیجه، شکایات)	۱	-
۲	ورود و به روزرسانی اطلاعات پایه در سامانه (مانند رشته و گرایش و اسامی موسسات و دانشکده ها)	۲، ۱	سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات
۳	بررسی پیشینه، تهیه پاسخ و ارسال	۲، ۱	شرکت سپوی دانش
۴	*برهم کنشی سامانه در حوزه کلمات کلیدی خودکار با واژه نامه و اصطلاحنامه ها	۲	سامانه واژه نامه ها، سامانه اصطلاح نامه ها
۵	نگهداری و به روز رسانی فنی سامانه و زیرساخت آن	۱	-
۶	تهیه و به روزرسانی راهنمای تصویری استفاده از سامانه	۱	-
۷	*برهم کنشی و یکپارچه سازی اطلاعات سامانه با سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات	۲، ۱	سامانه ویرایش و ثبت اطلاعات
۸	*برهم کنشی و یکپارچه سازی اطلاعات سامانه با سامانه گنج	۳، ۱	سامانه گنج
۹	معرفی سامانه در بازدیدها از ایرانداک و همایش ها	۱	-

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۱۴۲

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام	نام شریک
۱۰	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیرمجموعه‌های وزارت علوم	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	(+) سامانه های ایرانداک	سامانه واژه نامه- اصطلاحنامه	۴	۳، ۲
۲	(+) سامانه های ایرانداک	سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات. نسخه ۲	۴	۳
۳	(+) سامانه های ایرانداک	سامانه گنج	۴	۳
۴	۲۸- کسب و کارهای خصوص همکار ایرانداک	شرکت سبوی دانش	۵	۲، ۱

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق کارشناسان پاسخگو	ثابت	-
۳	پرداخت حقوق طراحان سامانه	ثابت	-
۴	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۵	خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	ثابت	-
۶	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	-
۷	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۸	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-

۵- سامانه همانندجو

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۲- دانش‌آموختگان (داخلی)	-
۳	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۴	۱۰- مجموعه پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات (داخلی)	-
۵	۱۱- شورای پژوهش (داخلی)	-
۶	۱۲- شورای پژوهشکده‌ها (داخلی)	-
۷	۱۳- دانشجویان درون کشور (خارجی)	-
۸	۱۴- دانش‌آموختگان درون کشور (خارجی)	-
۹	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۱۰	۱۶- ۲- کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)	-
۱۱	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۱۲	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)	کمیته‌های اخلاق پژوهش
۱۱۳	۱۹- حوزه های علمیه	-
۱۴	۲۰- کتابخانه‌ها	-
۱۵	۲۱- ناشران	ناشران نشریه های دانشگاهی
۱۶	۲۲- ۱- انجمن های علمی ایرانی	-
۱۷	۲۶- ۱- مجریان همایش ها	-

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱۸	۲۷- نهادهای دولتی	همگی جز شورای تأمین منابع علمی
۱۹	۱- دانشجویان (داخلی)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به آگاهی از در صد همانندی متون مختلف در سند (پارسا، پیشنهاد، طرح پژوهشی، کتاب و) مورد بررسی
۲	نیاز به آگاهی از منابع همانند در سند (پارسا، پیشنهاد، طرح پژوهشی، کتاب و) مورد بررسی
۳	نیاز به آمار مربوط به همانندی‌ها در سطوح مختلف از جمله کشور، استان، منطقه، موسسه، دانشکده
۴	نیاز به مقایسه آمار همانندی بین رقبا و هم‌ترازان در سطوح استان، منطقه، موسسه و دانشکده

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه در صد همانندی متون مختلف در سند (پارسا، پیشنهاد، طرح پژوهشی، کتاب و) مورد بررسی	۱	۹، ۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۱	الف ۴، ب ۱، ج ۵، ج ۶، ۴ه	الف ۶، ب ۲، ج ۴، د ۹، ه ۱، ۲، ۵، ۸ه، ۱۹ه*، ح ۱
۲	ارائه مشخصات منابع همانند در سند (پارسا، پیشنهاد، طرح پژوهشی، کتاب و) مورد بررسی	۲	۸، ۷، ۶، ۵، ۴، ۳	الف ۴، ب ۱، ج ۵، ج ۶، ۴ه	الف ۶، ب ۲، ج ۴، د ۹، ه ۱، ۲، ۵، ۸ه، ۱۹ه*، ح ۱
۳	ارائه آمار مربوط به همانندی‌ها در سطوح مختلف از جمله کشور، استان، منطقه، موسسه، دانشکده	۳	۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۱	الف ۴، ب ۱، ج ۵، ج ۶، ۴ه	الف ۶، ب ۲، ج ۴، د ۹، ه ۱، ۲، ۵، ۸ه، ۱۹ه*، ح ۱
۴	ارائه تحلیل مقایسه‌ای همانندی بین رقبا و هم‌ترازان در سطوح استان، منطقه، موسسه و دانشکده	۴	۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۱	الف ۴، ب ۱، ج ۵، ج ۶، ۴ه	الف ۶، ب ۲، ج ۴، د ۹، ه ۱، ۲، ۵، ۸ه، ۱۹ه*، ح ۱

جدول ۴. جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	اینترنت	ایمیل
۳	اینترنت	شبکه‌های اجتماعی
۴	تلفن ثابت	-
۵	تلفن همراه	-
۶	فروش شخصی	ارسال نامه

جدول ۵. جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی	۲	فرآیندهای خودکار با تنظیم اولیه
۲	کمک شخصی اختصاصی	۲	برای مشتریان خاص
۳	سلف سرویس	۲، ۱	-
۴	جوامع	۲، ۱	کانال و گروه اینستاگرام
۵	(+) نظرسنجی	۲، ۱	-

جدول ۶. جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت
۲	حق عضویت	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری
۳	حق استفاده	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	ایرانداک
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	اجاره از ایرانداک
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم/سامانه	ایرانداک- سبو دانش پارسیان
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	ایرانداک
۵	شبکه و اینترنت و تلفن	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	ایرانداک
۶	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	افراد عادی	ایرانداک- سبو دانش پارسیان
۷	توسعه دهندگان سامانه	انسانی	افراد با اهمیت در کسب و کار	ایرانداک- سبو دانش پارسیان
۸	برند ایرانداک	معنوی	برند	ایرانداک
۹	دانش فنی توسعه سامانه تحت وب	معنوی	دانش اختصاصی	ایرانداک- سبو دانش پارسیان
۱۰	دانش فنی همانندجویی	معنوی	دانش اختصاصی	ایرانداک- سبو دانش پارسیان
۱۱	مشارکت ایرانداک- سبو دانش پارسیان	معنوی	مشارکت	ایرانداک- سبو دانش پارسیان
۱۲	آورده نقدی	مالی	آورده نقد	سبو دانش پارسیان
۱۳	وام	مالی	وام	سبو دانش پارسیان

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام	نام شریک
۱	تحلیل، طراحی، به روز رسانی و ارتقای سامانه (موتور جستجو، مدیریت کاربران و پایگاه های داده پشتیبان)	۲	ایرانداک- سبو دانش پارسیان
۲	پشتیبانی فنی سامانه	۲	ایرانداک
۳	توسعه OCR در سامانه	۲	متخصص OCR
۴	تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	۲	سبو دانش پارسیان
۵	معرفی سامانه در اینترنت با استفاده از وب سایت، ایمیل و شبکه‌های اجتماعی	۲	ایرانداک- سبو دانش پارسیان
۶	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیرمجموعه‌های وزارت علوم	۲	ایرانداک

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	شرکت سبو دانش پارسیان	۳،۱	۳،۲
۲	ایرانداک (سامانه به صورت مشارکت طراحی و ارائه شده است)	ایرانداک	۳،۱	۳،۲
۳	(+) سامانه ثبت ایرانداک	-	۴	۳
۴	۲۱- ناشران	ناشران نشریات و کتاب‌ها	۴،۱	۳،۱

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۱۴۵

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۵	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)	-	۴،۱	۳،۱
۶	۱-۲۶- مجریان همایش‌ها	-	۱	۱
۷	۲۷- نهادهای دولتی	کمیسیون نشریات علمی کشور (وزارت عتف)	۱	۱
۸	۲۷- نهادهای دولتی	شورای عالی عتف	۱	۱

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	مجموعاً حدود ۸ میلیارد ریال
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	
۳	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	
۴	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	
۵	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	
۶	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	
۷	هزینه وام	ثابت	
۸	هزینه توسعه OCR در سامانه	ثابت	
۹	هزینه به روزرسانی امنیتی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه	متغیر	
۱۰	پرداخت سهم ایرانداک	متغیر	
۱۱	هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	متغیر	

۶- سامانه مصورسازی پژوهش (مپ)

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۵	۱۶- کارشناس‌ها	-
۶	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۷	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به آگاهی از توزیع جغرافیایی پژوهش در موضوعات گوناگون
۲	نیاز به آگاهی از سازگاری روند پژوهش با اولویت‌های منطقه‌ای (استان، شهرستان، شهر)
۳	نیاز به شناسایی شکاف‌های تحقیقاتی بر اساس موقعیت منطقه‌ای

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه نقشه گرمایی از پژوهش‌های انجام شده بر اساس جستجو در فراداده‌ها (عنوان، چکیده، و کلیدواژه پارساها)	۲، ۱	۷، ۵، ۳، ۲، ۱	۳ ز	ب، ۱، ۹، ۸۰
۲	مصورسازی پژوهش‌های انجام شده با استفاده از نشانه‌گذارها	۳	۷، ۵، ۳، ۲، ۱	۳ ز	ب، ۱، ۹، ۸۰
۳	مصورسازی پژوهش بر مبنای محل تولید دانش	۳، ۲، ۱	۷، ۵، ۳، ۲، ۱	۳ ز	ب، ۱، ۹، ۸۰
۴	مصورسازی پژوهش بر مبنای محل مصرف دانش	۳، ۲، ۱	۷، ۵، ۳، ۲، ۱	۳ ز	ب، ۱، ۹، ۸۰
۵	دسترسی به عناوین پژوهش‌های انجام شده در یک منطقه خاص (استان، شهرستان، شهر)	۳	۷، ۵، ۳، ۲، ۱	ب، ۱	ب، ۱، ۹، ۸۰

جدول ۴: جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	اینترنت	ایمیل
۳	اینترنت	شبکه‌های اجتماعی
۴	فروش شخصی	ارائه در همایش‌ها و نمایشگاه‌ها
۵	فروش شخصی	بازدید از ایرانداک
۶	فروش شخصی	معرفی سامانه از طریق نامه
۷	تلفن ثابت	-
		۵

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انتگیزه ارتباط	توضیحات
۱	سلف سرویس	۲	-
۲	کمک شخصی	۲، ۱	-
۳	نظرسنجی	۲	-

جدول ۶: جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* فروش دارایی (ارائه گزارش‌های اختصاصی)	مقطوع	فهرست قیمت -
۲	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت -

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	۱
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم / سامانه	۱
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۲، ۱
۵	شبکه و اینترنت	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۲، ۱
۶	پایگاه داده فراداده پارساها	فیزیکی	سیستم / سامانه / پایگاه داده	۳ سامانه گنج
۷	نقشه ایران در سه سطح استان، شهرستان و شهر	فیزیکی	سیستم / سامانه / پایگاه داده	۱

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۱۴۷

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۸	پشتیبان سامانه	انسانی	۱	
۹	توسعه دهندگان سامانه	انسانی	۱	
۱۰	برند ایرانداک	معنوی	۱	
۱۱	دانش توسعه سامانه‌های مکانی تحت وب	معنوی	۳، ۱	متخصصان GIS
۱۲	دانش متن‌کاوی	معنوی	۳، ۱	متخصصان متن‌کاوی
۱۳	بودجه دولتی	مالی	۱	
۱۴	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	۱	

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	متن‌کاوی و برجسب‌زنی مکانی به فراداده پارساها بر حسب محل تولید دانش	۲، ۱	متخصص متن‌کاوی
۲	متن‌کاوی و برجسب‌زنی مکانی به فراداده پارساها بر حسب محل مصرف دانش	۲، ۱	متخصص متن‌کاوی
۳	ذخیره‌سازی اطلاعات مکانی و فراداده‌ها در پایگاه داده مکانی	۲، ۱	متخصص GIS
۴	نمایه کردن پایگاه داده مکانی در موتور جستجوی سامانه	۲، ۱	متخصص GIS
۵	به‌کارگیری و توسعه فناوری‌های مکانی تحت وب برای نمایش نتایج حاصل از جستجو در قالب نمودار گرمایی بر روی نقشه ایران در سطوح مختلف (استان، شهرستان، شهر)	۲، ۱	متخصص GIS
۶	به‌کارگیری و توسعه فناوری‌های مکانی تحت وب برای نمایش نتایج حاصل از جستجو در قالب نشانه‌گذارها بر روی نقشه ایران در سطوح مختلف (استان، شهرستان، شهر)	۲، ۱	متخصص GIS
۷	بازیابی عناوین پژوهشی مرتبط با هر نشانه‌گذار بر روی نقشه	۲، ۱	متخصص GIS
۸	برقراری ارتباط بین عناوین پژوهشی انتخابی با سامانه گنج برای هدایت کاربر به سمت دریافت اطلاعات تکمیلی پارسا	۲، ۱	-
۹	تهیه و به‌روز رسانی راهنمای استفاده از سامانه	۱	-
۱۰	معرفی سامانه در اینترنت با استفاده از وب‌سایت، ایمیل و شبکه‌های اجتماعی	۱	-
۱۱	معرفی سامانه در بازدیدها از ایرانداک و همایش‌ها	۱	-
۱۲	پشتیبانی تلفنی و ایمیلی از سامانه	۱	-
۱۳	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیرمجموعه‌های وزارت علوم	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	(+) سامانه‌های ایرانداک	سامانه گنج (فراداده پارساها)	۴	۳
۲	۲۸- کسب و کارهای خصوص همکار ایرانداک	متخصص متن‌کاوی	۵	۳
۳	۲۸- کسب و کارهای خصوص همکار ایرانداک	متخصص GIS	۵	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه (سرور مجازی)	ثابت	-
۴	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	-
۵	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۴۸

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۶	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-
۷	هزینه معرفی سامانه در اینترنت، بازدید ایرانداک، همایش و با ارسال نامه	متغیر، صرفه اقتصادی ناشی از مقیاس	-
۸	هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	متغیر	-
۹	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-

۲- سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات . نسخه ۲

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)	بخش بندی مشتریان
۱	(+) سامانه اصطلاحنامه ها	-	(+) سامانه اصطلاحنامه ها
۲	(+) سامانه مستندات نام ها	-	(+) سامانه مستندات نام ها
۳	(+) سامانه ثبت	-	(+) سامانه ثبت
۴	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	-	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)
۵	۲۸- کسب و کار های خصوصی (خارجی)	-	۲۸- کسب و کار های خصوصی (خارجی)

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به ویرایش و سازماندهی اطلاعات پیشنهادده ها و پارساها
۲	نیاز به اطلاعات پایه سازمان ها در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا
۳	نیاز به اطلاعات پایه پژوهشگران در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا
۴	نیاز به کلیدواژه های کنترل شده در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا
۵	نیاز به کنترل نام رشته ها و گرایش ها در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا
۶	نیاز به کنترل نام های جغرافیایی و موضوعات در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا
۷	نیاز به پیوند میان دانشگاه ها، شهر، استان، و منطقه آمایش آموزش عالی در فرآیند ثبت و سازماندهی اطلاعات

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ویرایش و سازماندهی اطلاعات پیشنهادده ها و پارساها	۱	۷، ۶، ۲	ب ۱	۹۰، ۵، ۳۰
۲	مدیریت اطلاعات پایه سازمان ها در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پیشنهادده و پارسا	۲	۷، ۶، ۲	ب ۱	۹۰، ۵، ۳۰
۳	مدیریت اطلاعات پایه پژوهشگران در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا	۳	۷، ۶، ۲	ب ۱	۹۰، ۵، ۳۰
۴	مدیریت کلیدواژه های کنترل شده در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا	۴	۷، ۶، ۲	ب ۱	۹۰، ۵، ۳۰
۵	مدیریت و کنترل نام رشته ها و گرایش ها در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا	۵	۷، ۶، ۲	ب ۱	۹۰، ۵، ۳۰
۶	مدیریت نام های جغرافیایی و موضوعات در فرآیند ثبت و سازماندهی و انتشار پارسا	۶	۷، ۶، ۲	ب ۱	۹۰، ۵، ۳۰

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۷	پیوند میان دانشگاه ها، شهر، استان، و منطقه آمایش آموزش عالی در فرآیند ثبت و سازماندهی اطلاعات	۷	۷، ۶، ۲	ب ۱	۳۰، ۵۰، ۹۰

جدول ۴: جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال		فاز کانال
۱	فروش شخصی	ارتباط حضوری، ارتباط سیستمی	۱، ۲، ۴، ۵
۲	تلفن ثابت	-	۵

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی	۱، ۲	-
۲	کمک شخصی اختصاصی	۱، ۲	-

جدول ۶: جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	ساز و کار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* حق عضویت (تعریف حق عضویت سامانه های دیگر برای استفاده زمانی از این سامانه)	مقطوع	-
۲	* فروش دارایی (ارائه نسخه ای از اطلاعات به سامانه مستند نام ها و اصطلاحنامه)	مقطوع	-

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	۱	-
۲	ساختمان	فیزیکی	۱	-
۳	سامانه	فیزیکی	۱	-
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	۱	-
۵	شبکه داخلی و تلفن	فیزیکی	۱	-
۶	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	۱	-
۷	توسعه دهندگان سامانه و سازماندهان اطلاعات	انسانی	۱، ۲	سبو دانش پارسیان
۸	برند ایرانداک	معنوی	۱	-
۹	دانش ویرایش و سازماندهی اطلاعات	معنوی	۱، ۲	سبو دانش پارسیان
۱۰	دانش توسعه سامانه	معنوی	۱	-
۱۱	مشارکت ایرانداک- سبو دانش پارسیان	معنوی	۱، ۲	سبو دانش پارسیان
۱۲	بودجه دولتی	مالی	۱	-
۱۳	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	۱	-

جدول ۸: جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	تحلیل، طراحی، به روز رسانی و ارتقای سامانه	۱	-

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۲	مستندسازی کلیدواژه‌ها (مترادف‌ها، یادداشت دامنه‌ها، منابع، معادل‌یابی)	۲، ۱	سبو دانش پارسیان
۳	مستندسازی نام‌ها و مشاهیر	۲، ۱	سبو دانش پارسیان
۴	مستندسازی نام سازمان‌ها	۲، ۱	سبو دانش پارسیان
۵	ویرایش و سازماندهی اطلاعات پیشنهادها و پارساها	۲، ۱	سبو دانش پارسیان
۶	پشتیبانی فنی سامانه	۱	-
۷	پشتیبانی سامانه و رفع مشکلات کاربران	۱	-
۸	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به وزارت علوم و دیگر نهادها	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انتیژه مشارکت*
۱	(+) سامانه اصطلاحنامه‌ها	-	۴، ۱	۳
۲	(+) سامانه ثبت	-	۴، ۱	۳
۳	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	سبو دانش پارسیان	۵	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	پرداخت حق الزحمه سازماندهان اطلاعات	ثابت	-
۴	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۵	هزینه تلفن ثابت	ثابت	-
۶	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۷	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-
۸	هزینه کسب منابع اطلاعاتی	ثابت	-

۸- سامانه آمار کتابخانه‌ها (آک)

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۲- دانش‌آموختگان (خارجی)	-
۳	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۴	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۵	۱۴- دانش‌آموختگان (خارجی)	-
۶	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۷	۱۶- کارشناس‌ها (خارجی)	-
۸	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۹	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)	-
۱۰	۲۰- کتابخانه‌ها (خارجی)	-
۱۱	۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی (خارجی)	-
۱۲	۲۷- نهادهای دولتی (سیاستگذاران حوزه کتاب و کتابداری)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به آگاهی از آمار کتابخانه ها در حوزه های نیروی انسانی، زیر ساخت، مجموعه، اعتبارات، و خدمات
۲	نیاز به ارائه آمار کتابخانه ها بر اساس یک استاندارد بین المللی
۳	نیاز به آگاهی از جایگاه کتابخانه در بین کتابخانه های دیگر
۴	نیاز به آگاهی از روند صعود و سقوط هر کتابخانه

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه آمار کتابخانه ها در سطح ملی در حوزه های نیروی انسانی، زیر ساخت، مجموعه، اعتبارات، و خدمات	۴، ۲، ۱	۷، ۳	۵ ز	ب، ۱، ۲۰۵
۲	ارائه آمار کتابخانه ها بر اساس استاندارد بین المللی Z39.7	۲	۵	۵ ه	۱۷۵
۳	ارائه امکان مقایسه آماره های گوناگون بر اساس سری زمانی	۴، ۳	۷، ۶، ۲	۵ ز	ب، ۱، ۹۵
۴	ارائه رتبه بندی کتابخانه ها بر اساس ۱۲ معیار پایه	۴، ۳	۷، ۶	۵ ج، ۵	ب، ۱، ۹۵
۵	ارائه سیاه کتابخانه های تحت پوشش نهادهای مختلف	۲، ۱	۷	۵ ز	ب، ۱

جدول ۴. جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	اینترنت	ایمیل
۳	اینترنت	کتاب الکترونیکی
۴	تلفن ثابت	-
۵	فروش شخصی	ارسال نامه معرفی سامانه

جدول ۵. جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	سلف سرویس	۲، ۱	ارائه آمار و رتبه بندی در وب سایت
۲	کمک شخصی	۲، ۱	برای گردآوری و کنترل داده ها
۳	خلق مشترک	۲	آمار کتابخانه ها با مشارکت خود کتابخانه ها استخراج می شود.
۴	نظرسنجی	۲	-

جدول ۶. جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* فروش دارایی (ارائه گزارش رتبه بندی)	مقطوع	فهرست قیمت -
۲	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت -

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	-
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	-
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم / سامانه	-

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب	نام شریک (در صورت وجود)*
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	-
۵	شبکه و اینترنت	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	-
۶	پایگاه داده مشخصات کتابخانه ها	فیزیکی	سیستم/سامانه / پایگاه داده	-
۷	پشتیبان سامانه	انسانی	افراد عادی	-
۸	توسعه دهندگان سامانه	انسانی	افراد با اهمیت در کسب و کار	-
۹	برند ایرانداک	معنوی	برند	-
۱۰	دانش رتبه بندی کتابخانه ها	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۱	بودجه دولتی	مالی	بودجه دولتی	-
۱۲	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	-

جدول ۸. جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	طراحی و پیاده سازی سامانه	۱	-
۲	گردآوری مشخصات کتابخانه و بانک نماینده های کتابخانه	۱	-
۳	گردآوری آمار کتابخانه ها	۱، ۲	نمایندگان کتابخانه ها
۴	پایش و کنترل آمار کتابخانه ها	۱، ۲	نمایندگان کتابخانه ها
۵	ارائه آمار کتابخانه در هر سال تحصیلی	۱	
۶	تهیه و به روز رسانی راهنمای استفاده از سامانه	۱	-
۷	پشتیبانی تلفنی و ایمیلی از سامانه	۱	-
۸	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به نهادهای مختلف	۱	-
۹	برگزاری کارگاه های آموزشی آمار کتابخانه ها و رتبه بندی آنها	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۲۰- کتابخانه ها	نمایندگان کتابخانه ها	۱، ۵	۲، ۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	پرداخت حقوق تحلیل گر محتوایی سامانه	ثابت	
۴	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روز رسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۵	خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	ثابت	-
۶	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	-
۷	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۸	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-

۹- سامانه مدیریت نشست ها و مصوبه های هیئت های امنا (سامان ها)

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی)	-
۲	۱۶-۲ کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	-
۳	۱۸-۱ دانشگاه ها (وزارت علوم، وزارت بهداشت، دانشگاه آزاد، موسسات غیرانتفاعی)	-
۴	۱۸-۲ پژوهشگاه ها و مراکز پژوهشی	-
۵	۱۸-۳ مراکز فناوری و پارک های علم و فناوری	-
۶	۱۹- حوزه های علمیه	-
۷	۲۷- نهادهای دولتی (نهادهای دارای ساختار هیئت امنایی)	-
۸	۲۷- نهادهای دولتی (وزارت عتف، وزارت بهداشت)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به استاندارد شدن فرآیندهای تصویب در هیئت امنای
۲	نیاز به گردآوری و سازماندهی مصوبات هیئت امنای
۳	نیاز به مدیریت منابع انسانی (اعضای هیئت امنای)
۴	نیاز به همسان سازی و جامعیت در مصوبات هیئت امنای
۵	نیاز به جلوگیری از دوباره کاری و انجام فرآیندهای تکراری در مصوبات هیئت امنای
۶	نیاز به تسریع امور مربوط به تصمیم گیری در هیئت امنای
۷	نیاز به ایجاد پایگاه جامعی از قوانین و مقررات مرتبط با سازمان های زیرمجموعه هیئت امنای

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	فرآیند تصویب استاندارد در هیئت امنای	۱	۱، ۲، ۶، ۷	الف، ج، ۵، ۲	ب، ۱، ۴، ۵، ۱۲
۲	گردآوری و سازماندهی مصوبات هیئت امنای	۲	۲، ۴، ۶، ۷، ۱۰	ج، ۴، ۵، ۵	۹۵، ۱۰۵، ۱۸۵
۳	کمک به مدیریت جلسات، نشست ها و منابع انسانی هیئت امنای	۳	۳، ۶، ۸، ۱۰	د	ب، ۲، ۳
۴	یکسان سازی و حفظ جامعیت مصوبات هیئت امنای	۴، ۵	۱، ۲، ۶، ۹، ۱۰	ب، ج، ۲	۱۵
۵	سرعت بخشی به فرآیندهای تصمیم گیری در هیئت امنای	۶	۲، ۶، ۱۰	و	ب، ۲
۶	ایجاد پایگاه جامع مصوبات و قوانین نهادهای زیرمجموعه هیئت امنای	۷	۷	ب، ج، ۲، ۵	ب، ۳، ج، ۴، ۱۰۵، ۱۸۵

جدول ۴. جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	فروش شخصی	ارسال و نصب و پشتیبانی حضوری
۲	اینترنت	وب سایت
۳	اینترنت	ایمیل
۴	تلفن ثابت	-

جدول ۵. جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	خدمات خودکار	۲	فرآیندهای خودکار با تنظیم اولیه

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۵۴

۲	کمک شخصی	۲	کمک شخصی برای رفع مشکلات و بهینه کار کردن سامانه
۳	خلق مشترک	۲	کمک مشتریان برای شخصی سازی سامانه

جدول ۶. جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت -
۲	فروش دارایی (لوح فشرده (پکیج) نصب و راه اندازی سامانه)	مقطوع	فهرست قیمت -
۳	حق استفاده سالیانه	مقطوع	فهرست قیمت -
۴			

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	ایرانداک
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	ایرانداک
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم / سامانه	شرکت اکسیر تکسان
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	ایرانداک، وزارت عتف و بهداشت
۵	شبکه و اینترنت و تلفن	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	ایرانداک
۶	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	افراد عادی	شرکت اکسیر تکسان، ایرانداک
۷	توسعه دهندگان سامانه	انسانی	افراد با اهمیت در کسب و کار	شرکت اکسیر تکسان، ایرانداک
۸	برند ایرانداک	معنوی	برند	ایرانداک
۹	دانش فنی توسعه سامانه تحت وب	معنوی	دانش اختصاصی	شرکت اکسیر تکسان، ایرانداک
۱۰	پایگاه داده مشتریان (هیئت های امن)	معنوی	پایگاه داده مشتریان	وزارت عتف، وزارت بهداشت
۱۱	مشارکت ایرانداک - اکسیر تکسان	معنوی	مشارکت	شرکت اکسیر تکسان، ایرانداک
۱۲	بودجه دولتی	مالی	بودجه دولتی	ایرانداک
۱۳	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	ایرانداک
۱۴	آورده نقدی	مالی	آورده نقد	شرکت اکسیر تکسان

جدول ۸. جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	طراحی، به روز رسانی و ارتقای سامانه	۲	شرکت اکسیر تکسان
۲	نصب و پشتیبانی فنی سامانه	۲	شرکت اکسیر تکسان، ایرانداک
۳	تبلیغات هدفمند در نشست های رسمی وزارت عتف و نهادهای دیگر هیئت امنایی	۲	ایرانداک
۴	تولید محتوای آموزشی و تبلیغی و آموزش کارشناسان موسسات	۲	شرکت اکسیر تکسان
۵	معرفی سامانه در اینترنت با استفاده از وب سایت، ایمیل و شبکه های اجتماعی	۲	ایرانداک، شرکت اکسیر تکسان
۶	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیر مجموعه های وزارت علوم	۲، ۱	ایرانداک

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۲۸ - کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	شرکت اکسیر تکسان	۳، ۱	۳، ۲

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۲	ایرانداک (سامانه به صورت مشارکت طراحی و ارائه شده است)	ایرانداک	۳،۱	۳،۲
۳	۲۸-۹- ستاد وزارت عتف	امور هیئت امنا و هیئت های ممیزه وزارت عتف	۱	۱

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۴	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	-
۵	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۶	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-
۷	هزینه به روزرسانی، رفع باگ و ایجاد ویژگی های جدید در سامانه	متغیر	-
۸	هزینه معرفی سامانه در اینترنت و جلسات حضوری	متغیر	-
۹	پرداخت سهم ایرانداک	متغیر	-
۱۰	هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی و برگزاری جلسات آموزشی	متغیر	-

۱۰- سامانه آموزش های کوتاه مدت

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	(۱) دانشجویان (داخلی)	-
۲	(۲) دانش آموختگان (داخلی)	-
۳	(۳) اعضای غیرهیئت علمی (داخلی)	-
۴	(۴) مدیران پژوهشگاه (داخلی)	-
۵	(۱-۱۳) دانشجویان درون کشور (خارجی)	-
۶	(۱-۱۴) دانش آموختگان درون کشور (خارجی)	-
۷	(۱۵) اعضای هیئت علمی (خارجی) (۱-۱۵) اعضای هیئت علمی حوزه علم و فناوری (۲-۱۵) سایر اعضای هیئت علمی	-
۸	(۱۶) کارشناس ها (۱-۱۶) کتابداران و اطلاع رسانی (۲-۱۶) کارشناسان مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (۳-۱۶) کارشناسان دیگر نهادها	-
۹	(۱۷) پژوهشگران آزاد	-
۱۰	(۱۸) مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (۱-۱۸) دانشگاه ها (۲-۱۸) پژوهشگاه ها و مراکز پژوهشی (۳-۱۸) مراکز فناوری	-
۱۱	(۱-۲۲) انجمن های علمی ایرانی	انجمن علمی مدیریت اطلاعات ایران
۱۲	(۱-۲۶) مجریان همایش ها	همایش مدیران فناوری اطلاعات
۱۳	(۲۸) کسب و کارهای خصوصی	اشخاص حقیقی

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	دریافت آموزش کوتاه مدت با کیفیت و کم هزینه با اهداف مشخص از جمله ۱- افزایش مهارت شخصی، پیشبرد پایان نامه/ رساله، ارتقای شغلی (از جمله هیئت علمی)
۲	دریافت گواهینامه آموزش کوتاه مدت معتبر با اهداف خاص
۳	گذراندن دوره های آموزشی کوتاه مدت در شهرستانها
۴	گذراندن دوره های آموزشی کوتاه مدت در مکان مناسب در مرکز تهران
۵	گذراندن دوره های آموزشی کوتاه مدت که تابحال در ایران برگزار نشده است.
۶	گذراندن دوره های آموزشی کوتاه مدت مجازی
۷	طراحی و برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با تخصصی اعضای هیئت علمی و متخصصان (مدرسین)
۸	اجاره فضای آموزشی با کیفیت و کم هزینه به منظور برگزاری دوره های اختصاصی کوتاه مدت
۹	دریافت مدرک تحصیلی تحصیلات تکمیلی (دسته مشتریان: ۱) دانشجویان (داخلی)
۱۰	دریافت وام دانشجویی (دسته مشتریان: ۱) دانشجویان (داخلی)
۱۱	برگزاری اردوهای دانشجویی (دسته مشتریان: ۱) دانشجویان (داخلی)
۱۲	دریافت کمک هزینه دانشجویی (دسته مشتریان: ۱) دانشجویان (داخلی)
۱۳	دریافت بسته های آموزشی مرتبط با حوزه فعالیت آموزش ایرانداک

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت تخصصی در محل ایرانداک	۵، ۴، ۱، ۲	۹، ۸، ۶، ۳، ۱	الف-۷، د	الف-۵، ح-۱
۲	برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت مجازی	۶	۱۰، ۹، ۸، ۳	الف-۷، د	ز-۲
۳	ارائه گواهینامه معتبر آموزشی با قابلیت ترجمه و اعتباریابی	۲	۹، ۷، ۳، ۱	الف-۷، د	-
۴	برگزاری دوره های آموزشی اختصاصی در محل مورد نظر مشتری	۳	۱۰، ۴، ۲	الف-۷، د	ز-۳، ح-۱
۵	ایجاد امکان طراحی و برگزاری دوره های آموزشی مرتبط با تخصص افراد به عنوان مدرس	۷	۱۰، ۵، ۴، ۲	الف-۷، د	ز-۳
۶	اجاره فضای آموزشی با کیفیت و کم هزینه به منظور برگزاری دوره های اختصاصی کوتاه مدت	۸	۹، ۸، ۷، ۲	الف-۷، د	ح-۱
۷	برگزاری دوره های تحصیلات تکمیلی و صدور مدرک تحصیلی معتبر	۱۱، ۹، ۱۰، ۱۲	۶، ۲، ۱	الف-۷، د	ز-۱
۸	طراحی و ارائه بسته های آموزشی!	۱۳	۱۰، ۷، ۴، ۳	الف-۷، د، الف-۶، د	ز-۴

جدول ۴. جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	فروش شخصی	-
۲	اینترنت	وب سایت
۳	اینترنت	شبکه های اجتماعی
۴	اینترنت	فروشگاه اینترنتی- سامانه evand
۵	اینترنت	* پلتفرم خاص مجازی- آموزش مجازی

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۶	تلفن ثابت/ دورنگار	۲، ۱
۷	پیامک حجمی	۲، ۱
۸	* کارگزاری	۳، ۲، ۱

جدول ۵. جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انتیژه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی	۲، ۱	-
۲	خلق مشترک	۱	طراحی دوره ها به طور مشترک با مدرسین
۳	* خدمات خودکار	۲، ۱	-
۴	جوامع	۲، ۱	شبکه های اجتماعی

جدول ۶. جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	فروش دارایی (بسته آموزشی!)	مقطوع	۰
۲	حق استفاده	مقطوع	۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
		پویا	
		پویا	
۳	* اجاره	مقطوع	۰
		پویا	
۴	* تبلیغات	پویا	۰

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع *	نام شریک (در صورت وجود) *
۱	مدرسین دوره های آموزش کوتاه مدت	انسانی	۳، ۱	موسسات آموزشی و پژوهشی
۲	مدیر آموزش	انسانی	۱	-
۳	کارشناسان آموزش	انسانی	۱	-
۴	تجهیزات اداری	فیزیکی	۱	-
۵	تجهیزات آموزشی	فیزیکی	۱	-
۶	اینترنت پر سرعت	فیزیکی	۲	-
۷	فضای آموزشی مدیریت آموزش	فیزیکی	۱	-
۸	وب سایت ایرانداک - آموزش	فیزیکی	۱	-
۹	زیرساخت آموزش مجازی!	فیزیکی	۱	-
۱۰	کانال های بانکی (کارتخوان، پرداخت اینترنتی، کارت)	فیزیکی	۳	بانک ها
۱۱	اتاق دانشجویان دکتری	فیزیکی	۱	-
۱۲	بودجه دولتی	مالی	۱	-
۱۳	بودجه ایرانداک	مالی	۱	-
۱۴	برند ایرانداک	معنوی	۱	-

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱۵	مجوز برگزاری دوره آموزشی کوتاه مدت	معنوی	حق قانونی	وزارت علوم
۱۶	بانک اطلاعاتی دانش پذیران	معنوی	پایگاه داده مشتریان	-
۱۷	دانش اختصاصی ایرانداک در حوزه علوم و فناوری اطلاعات	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۸	مجوز برگزاری دوره تحصیلات تکمیلی!	معنوی	حق قانونی	وزارت علوم

جدول ۸. جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱، ۲	-
۲	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱	-
۳	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱	-
۴	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱، ۲	-
۵	دوره آموزشی کوتاه مدت	۲	-
۶	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱، ۲	-
۷	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱	-
۸	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱، ۲	-
۹	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱	-
۱۰	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱	-
۱۱	دوره آموزشی کوتاه مدت	۲	-
۱۲	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱	-
۱۳	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱	-
۱۴	دوره آموزشی کوتاه مدت	۱	-
۱۵	دوره آموزشی سفارشی	۱، ۲	-
۱۶	دوره آموزشی سفارشی	۱، ۲	-
۱۷	دوره آموزشی سفارشی	۱	-
۱۸	اجاره فضا	۱	-
۱۹	اجاره فضا	۱	-
۲۰	اجاره فضا	۱	-
۲۱	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۲	-
۲۲	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۱	-

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک (در صورت وجود)*
۲۳	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۱	-
۲۴	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۱، ۲	-
۲۵	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۱	-
۲۶	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۱	-
۲۷	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۱	-
۲۸	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۱	-
۲۹	دانشجویان تحصیلات تکمیلی	۱، ۲	-
۳۰	دوره های مجازی	۲	-
۳۱	* بسته آموزشی	۱	-
۳۲	* بسته آموزشی	۱، ۲	-
۳۳	* بسته آموزشی	۱، ۲	-
۳۴	* بسته آموزشی	۱، ۲	-
۳۵	* بسته آموزشی	۱، ۲	-
۳۶	واحد آموزش	۱، ۲	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت	اثرپذیر مشارکت
۱	(۱۸) مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری	مراکز طرف قرارداد یا تفاهم نامه با ایرانداک	۱	۱
۲	(۲۴) رسانه‌ها	شبکه های اجتماعی، خبرگزاری ها، وب سایت ها، وبلاگ ها	۱	۳
۳	(۳) اعضای هیئت علمی	اعضای هیئت علمی ایرانداک مدرس دوره‌ها	۴	۳
۴	(۱۵) اعضای هیئت علمی	مدرسین دوره‌ها	۴	۳
۵	۲۷-۹- ستاد وزارت علوم	شورای گسترش وزارت علوم	۱	۲
۶	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	تولید کننده پلتفرم آموزش مجازی تولید کننده بسته آموزشی انجام دهنده تبلیغات- کارگزار مشاور پیاده سازی ایزو آموزش	۴	۳
۷	بانک‌ها	-	۴	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	خرید و بکارگیری تجهیزات آموزشی	ثابت	-
۲	خرید و بکارگیری تجهیزات اداری	ثابت	-
۳	نگهداری و تعمیرات تجهیزات آموزشی	ثابت	-
۴	نگهداری و تعمیرات تجهیزات اداری	ثابت	-
۵	اینترنت پرسرعت	ثابت	-
۶	فضای فیزیکی آموزش	ثابت	-
۷	دریافت و به روز رسانی مجوزهای آموزش	ثابت	-
۸	*دریافت و به روز رسانی استانداردهای حوزه آموزش	ثابت	-
۹	*خرید و بکارگیری زیرساخت آموزش مجازی	ثابت	-
۱۰	حق الزحمه مدرسان برای برگزاری دوره آموزشی کوتاه مدت	متغیر	-
۱۱	حق الزحمه طراحان دوره های آموزش کوتاه مدت	متغیر	-
۱۲	توسعه وب سایت آموزش	ثابت	-
۱۳	پشتیبانی از وب سایت آموزش	ثابت	-
۱۴	انجام تبلیغات از طریق کانال ها	ثابت	-
۱۵	صدور گواهینامه های آموزش کوتاه مدت	متغیر	-
۱۶	*طراحی بسته های آموزشی	ثابت	-
۱۷	*تولید بسته های آموزشی	متغیر	-
۱۸	*توزیع بسته های آموزشی	متغیر	-
۱۹	*خدمات پس از فروش بسته های آموزشی	ثابت	-
۲۰	هزینه اعزام و اسکان مدرس در دوره های آموزشی سفارشی	متغیر	-
۲۱	هزینه ارسال گواهینامه ها به مشتری دوره های سفارشی	ثابت	-
۲۲	پذیرایی و خدمات دوره های آموزش کوتاه مدت	متغیر	-
۲۳	حقوق مدیر و کارشناسان آموزش	ثابت	-
۲۴	قبوض مصرفی (آب، برق، گاز، تلفن)	ثابت	-
۲۵	خرید و بکارگیری پایانه های تراکنشی (کارتخوان و ...)	ثابت	-
۲۶	نگهداری و پشتیبانی پایانه های تراکنشی (کارتخوان و ...)	ثابت	-
۲۷	خرید و بکارگیری تجهیزات اتاق دانشجویان	ثابت	-
۲۸	نگهداری و تعمیرات تجهیزات اتاق دانشجویان	ثابت	-
۲۹	حق الزحمه اساتید دوره ها، رساله ها و جلسات دانشجویان	متغیر	-
۳۰	*خرید و بکارگیری سامانه مدیریت آموزش	ثابت	-
۳۱	*نگهداری و تعمیرات سامانه مدیریت آموزش	ثابت	-
۳۲	*طراحی و پیاده سازی پروفایل خودکار برای دانش پذیران و مدرسان دوره های آموزش کوتاه مدت	ثابت	-
۳۳	نگهداری و به روز رسانی پروفایل خودکار برای دانش پذیران و مدرسان دوره های آموزش کوتاه مدت	ثابت	-

۱۱- پایگاه وب جایگاه علم، فناوری، و نوآوری ایران در جهان (نما)

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۱۳- دانشجویان	-
۲	۱۵- اعضای هیئت علمی	-

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۳	۱۶- کارشناسها	-
۴	۱۷- پژوهشگران آزاد	-
۵	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری	-
۶	۲۰-۱- کتابخانه‌های دانشگاهی	-
۷	۲۱-۲- ناشر نشریه‌های دانشگاهی	-
۸	۲۴- رسانه‌ها	-
۹	۲۵- نظام‌های رتبه‌بندی	-
۱۰	۲۷- نهادهای دولتی	-
۱۱	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	آشنایی با نظام‌ها و شاخص‌های رتبه‌بندی
۲	آگاهی از جایگاه کشور
۳	آگاهی از جایگاه مؤسسه‌ها
۴	آگاهی از روند تاریخی رتبه‌ها
۵	آگاهی از دلیل افت و خیز رتبه‌ها
۶	پروژه ماندن در زمینه رتبه‌بندی‌ها
۷	سنجش و پایش برنامه‌ها و طرح‌های ملی و مؤسسه‌ای
۸	شناسایی جایگاه ایران در میان کشورهای منطقه
۹	آگاهی از جایگاه مؤسسه‌های ایرانی نسبت به یک‌دیگر در نظام‌های رتبه‌بندی
۱۰	آگاهی از تأثیر گسترده پژوهش در کشور
۱۱	اعلام دیدگاه درباره یک شاخص یا گزارش
۱۲	آگاهی از منابع و گزارش‌های علمی در زمینه شاخص‌ها و نظام‌های رتبه‌بندی
۱۳	آگاهی از شاخص‌های همانند برای سنجش یک موضوع
۱۴	دسترسی به منابع اصلی گزارش‌ها و رتبه‌بندی‌ها
۱۵	دسترسی به همه گزارش‌های سالانه در یک فایل
۱۶	اخبار درست برای درج در رسانه‌های خبری

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	توضیح جزئیات روش‌شناسی هر نظام رتبه‌بندی	۱	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۲	ارائه تازه‌ترین جایگاه کشور در نظام‌های رتبه‌بندی و فرستادن گزارش برای ذینفعان در قالب نامه سازمانی	۷، ۲	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۳	ارائه تازه‌ترین جایگاه مؤسسه‌های ایرانی در نظام‌های رتبه‌بندی و فرستادن گزارش برای ذینفعان در قالب نامه سازمانی	۷، ۳	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۴	ارائه روند رتبه‌های کسب‌شده توسط کشور و مؤسسه‌ها در نظام‌های رتبه‌بندی	۴	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۵	ارائه تحلیل‌هایی تخصصی درباره افت و خیز رتبه‌ها و جهش‌های ناگهانی	۵	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۶	ارسال آخرین گزارش‌ها به رایانامه اعضای سامانه و در دسترس گذاشتن گزارش‌های دوره‌ای برای هفت گروه اصلی شاخص‌ها در برگ انتشارات سامانه	۶	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۷	امکان مقایسه رتبه کشورهای منطقه به گزینش کاربران سامانه	۸	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۸	امکان مقایسه پویای مؤسسه‌های ایرانی در یک یا چند نظام با یک‌دیگر	۹	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۹	امکان مقایسه شاخص‌های گوناگون با یک‌دیگر برای آگاهی از روند شاخص‌ها و تأثیر آنها بر یک‌دیگر	۱۰	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۱۰	ارائه فضایی به کاربر برای اعلام دیدگاه درباره یک شاخص، نظام رتبه‌بندی، یا گزارش	۱۱	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۱۱	معرفی منابع و گزارش‌های علمی و حرفه‌ای در زمینه شاخص‌ها و نظام‌های رتبه‌بندی در برگ «منابع»	۱۲	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۱۲	معرفی شاخص‌ها و نظام‌های رتبه‌بندی همانند در برگ معرفی و گزارش یک شاخص یا نظام رتبه‌بندی	۱۳	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۱۳	درون‌دهی نسخه اصلی گزارش شاخص یا نظام رتبه‌بندی در سامانه در پایان گزارش‌های سالانه	۱۴	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۱۴	درست کردن کتاب گزارش‌های سالانه همه شاخص‌ها و نظام‌های رتبه‌بندی در یک کتاب و گذاشتن فایل‌ها در برگ «انتشارات» سامانه	۱۵	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰
۱۵	تهیه گزارش خبری از تازه‌ترین نتایج شاخص‌ها و نظام‌های رتبه‌بندی	۱۶	۵، ۳، ۲، ۱	ز- ۳	ب- ۱، ۵- ۲۰

جدول ۴: جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال		فاز کانال
۱	اینترنت	وبسایت	۵، ۲، ۱
۲	اینترنت	ایمیل	۵، ۲، ۱

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی	۲، ۱	-
۲	سلف سرویس	۲، ۱	-

جدول ۶: جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۱۶۳

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	*حق عضویت	مقطوع	فهرست قیمت
۲	*انجام تبلیغات	پویا	مذاکره

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	راهبر	انسانی	افراد با اهمیت در موضوع کسب و کار	۱
۲	مهندس نرم‌افزار	انسانی	افراد با اهمیت در موضوع کسب و کار	۱
۳	سامانه در دامنه اینترنتی ایرانداک	فیزیکی	سیستم/ سامانه	۱
۴	برند ایرانداک	معنوی	برند	۱
۵	تخصص ایرانداک در حوزه علم‌سنجی	معنوی	دانش اختصاصی	۱
۶	عمل به وظیفه اساس‌نامه‌ای	معنوی	حق قانونی	۱
۷	بودجه ایرانداک	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	۱

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	بروزرسانی شاخص‌ها در سامانه (افزودن روند سالانه، نگارش و افزودن گزارش‌های سالانه، نگارش گزارش‌های خبری، و آماده‌سازی و افزودن فایل‌های پشتیبان)	۱	-
۲	بروزرسانی داده کشورهای منطقه	۱	-
۳	بروزرسانی داده مؤسسه‌ها در نظام‌های رتبه‌بندی	۱	-
۴	تدوین و ارائه فایل گزارش‌های دوره‌ای و سالانه	۱	-
۵	بازاریابی و معرفی سامانه در نشست‌های گوناگون	۱	-
۶	پاسخ به دیدگاه کاربران و نامه‌های ارسالی به نهادهای دیگر	۱	-
۷	تحلیل شاخص‌ها و روندها	۱	-
۸	افزودن شاخص‌های تازه‌ای که پدید می‌آیند	۱	-
۹	نگهداری سرور	۱	-
۱۰	ویرایش نرم‌افزار سامانه	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	(۴) اعضای غیرهیئت علمی	واحد تحقیق و توسعه ایرانداک	۱	۳
۲	(۲۵) نظام‌های رتبه‌بندی	نظام‌های رتبه‌بندی و ناشران شاخص‌ها	۱	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه‌کرد*	برآورد هزینه‌کرد در سال جاری (ریال)
۱	نیروی انسانی	ثابت	سالانه ۲۲ میلیون تومان
۲	نگهداری سرور	ثابت	ماهانه ۳ میلیون تومان

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۶۴

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۳	توسعه و ویرایش نرم افزار	متغیر	سالانه ۵ میلیون تومان
۴	تأمین داده	متغیر	سالانه ۳ میلیون تومان

۱۲- پایگاه وب منابع اطلاعات شاخص های پایش و ارزیابی علم، فناوری، و نوآوری (شاخص)

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۲- دانش آموزان (داخلی)	-
۳	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۴	۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی)	-
۵	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۶	۱۴- دانش آموزان (خارجی)	-
۷	۱۵- اعضای هیئت علمی حوزه علم و فناوری (خارجی)	-
۸	۱۶- کارشناسان (خارجی)	-
۹	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۱۰	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	-
۱۱	۲۰- کتابخانه ها (کتابخانه های دانشگاهی)	-
۱۲	۲۳- نهادهای بین المللی علم و فناوری	-
۱۳	۲۵- نظام های رتبه بندی	-
۱۴	۲۷- نهادهای دولتی (سیاستگذاران)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به آگاهی از شاخص های موجود در گزارش های ملی در حوزه پایش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری
۲	نیاز به آگاهی از شاخص های موجود در گزارش های بین المللی در حوزه پایش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری
۳	نیاز به دسترسی سریع به مجموعه شاخص هایی که برای ارزیابی حوزه های اصلی علم، فناوری و نوآوری استفاده می شود.
۴	نیاز به آگاهی از شناسنامه شاخص های ارزیابی علم، فناوری و نوآوری
۵	نیاز به آگاهی از منابع فارسی موجود در کشور (مقاله، کتاب، پایان نامه ...) که در آنها به نحوی شاخص های جدیدی در زمینه ارزیابی علم، فناوری و نوآوری پیشنهاد شده است یا درباره شاخص هستند
۶	نیاز به آگاهی از فعالیت های نهادهای ملی و بین المللی که به نحوی درگیر در پایش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری هستند

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	طبقه بندی شاخص های ملی و بین المللی ارزیابی علم و فناوری و نوآوری در حوزه های: - انتشارات علمی و اشاعه دانش - سرمایه انسانی علم، فناوری و نوآوری - فناوری - منابع مالی علم، فناوری، نوآوری و سرمایه گذاری	۳، ۱، ۲	۱۱، ۱۲، ۱۳	ب، ۴، ۳، ۱	۳۰

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انتطابق با اساسنامه	انتطابق با برنامه راهبردی
	– نهادها و محیط علم، فناوری و نوآوری – نوآوری و رقابت‌پذیری				
۲	ارائه موتور جستجوی دو زبانه برای شاخص‌های ارزیابی علم، فناوری و نوآوری	۳، ۱، ۲	۱۳، ۱۲، ۱، ۱۱	ب ۱، ب ۴، ز ۳	۲۰۵
۳	ارائه شناسنامه هر یک از شاخص‌های ارزیابی علم، فناوری و نوآوری	۴	۱۳، ۱۲، ۱، ۱۱	ب ۱، ب ۴	۲۰۵
۴	ارائه تاریخچه فعالیت‌های نهادهای ملی در زمینه پایش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری	۶	۱۳، ۱۲، ۱، ۱۱	ز ۳	۹۵
۵	ارائه فهرستی از منابع داخلی در زمینه شاخص‌ها و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری	۵	۱۳، ۱۲، ۱، ۱۱	ب ۱	۹۵
۶	معرفی فهرستی از نهادهای بین‌المللی فعال در زمینه پایش و ارزیابی علم، فناوری و نوآوری	۶	۱۳، ۱۲، ۱، ۱۱	ب ۲	۹۵

جدول ۴: جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت وب سایت	۴، ۲، ۱
۲	فروش شخصی ارسال نامه معرفی سامانه	۱

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	سلف سرویس	۲، ۱	ارائه شاخص‌ها و موتور جستجو در وب سایت
۲	* خلق مشترک	۱	شاخص‌های جدید از طریق پیشنهادهای مشتریان و با کمک آنها تدوین و اضافه می‌شود.
۳	* نظرسنجی	۲	–

جدول ۶: جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	حق عضویت	مقطوع	۳۰،۰۰۰،۰۰۰
۲	* تبلیغات	مقطوع	–
۳	* فروش دارایی (تدوین گزارش / شاخص اختصاصی برای نهادها)	پویا	مذاکره

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	–
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	–
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم / سامانه	–
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	–
۵	شبکه و اینترنت	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	–
۶	پایگاه داده شاخص‌های علم و فناوری	فیزیکی	سیستم / سامانه / پایگاه داده	–
۷	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	افراد عادی	–
۸	توسعه دهندگان سامانه	انسانی	افراد با اهمیت در کسب و کار	–

ردیف	نام منبع	نوع منبع		روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۹	برند ایرانداک	معنوی	برند	۱	-
۱۰	دانش سیاستگذاری علم و فناوری	معنوی	دانش اختصاصی	۱	-
۱۱	دانش فنی توسعه سامانه	معنوی	دانش اختصاصی	۲	-
۱۲	بودجه دولتی	مالی	بودجه دولتی	۱	-
۱۳	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	۱	-

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	طراحی و پیاده‌سازی سامانه	۱	-
۲	ایجاد، تقویت و غنی‌سازی پایگاه منابع اطلاعات سامانه شاخص	۱، ۲	اعضای هیئت علمی (داخلی)
۳	ایجاد، تقویت و غنی‌سازی پایگاه شاخص‌های سامانه شاخص	۱، ۲	اعضای هیئت علمی (داخلی)
۴	طراحی، پیاده‌سازی و تقویت موتور جستجوی سامانه شاخص برای بازیابی اطلاعات	۱، ۲	اعضای هیئت علمی (داخلی)
۵	جمع‌آوری داده‌ها برای شاخص‌هایی که دسترسی به اطلاعات آنها دشمنی است و تولید گزارش	۱، ۲	اعضای هیئت علمی (داخلی)
۶	تهیه و به‌روزرسانی راهنمای استفاده از سامانه	۱	-
۷	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به نهادهای مختلف	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انتگیزه مشارکت*
۱	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	اعضای هیئت علمی پژوهشگاه	۱، ۵	۲، ۳
۲	۱-۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)	یونسکو	۴	۳
۳	۱-۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)	اتحادیه اروپا	۴	۳
۴	۱-۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)	وزارت آموزش، فرهنگ و علم هند	۴	۳
۵	۱-۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)	بنیاد ملی علوم آمریکا	۴	۳
۶	۱-۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)	شورای ملی نوآوری آفریقای جنوبی	۴	۳
۷	۱-۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)	سازمان جهانی مالکیت فکری	۴	۳
۸	۱-۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)	بانک جهانی	۴	۳
۹	۱-۲۳- نهادهای بین‌المللی علم و فناوری (خارجی)	موسسه رند	۴	۳
۱۰	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	۴	۳
۱۱	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	شورای عالی انقلاب فرهنگی	۴	۳
۱۲	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی	۴	۳
۱۳	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور	۲، ۴	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۴	خرید، به‌کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت‌افزاری	ثابت	-
۵	تأمین اینترنت پرسرعت	ثابت	-

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۶۷

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۶	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۷	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-
۸	هزینه تأمین منابع اطلاعاتی	متغیر	

۱۳- پایگاه وب اصطلاح نامه های علمی و فنی . نسخه ۲

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۳	۴- اعضای غیر هیئت علمی (کارشناسان ثبت و ویرایش اطلاعات)	
۴	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۵	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۶	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۷	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)	-
۸	۱۹- حوزه های علمیه (خارجی)	-
۹	۲۰- کتابخانه ها (خارجی)	-
۱۰	۲۱- ناشران (خارجی)	-
۱۱	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	-
۱۲	۲۸- کسب و کارهای خصوصی (خارجی)	-
۱۳	(+) سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به جستجو کارا و نظام مند مفاهیم و روابط آنها
۲	نیاز به یافتن واژه از روی مفاهیم
۳	نیاز به یافتن حوزه های مفهومی از روی واژگان
۴	نیاز به استانداردسازی کلید واژه ها
۵	نیاز به بر هم کنشی موتورهای جستجو با اصطلاحنامه ها
۶	نیاز به اصطلاحنامه های چند زبانه برای جستجوی چندزبانه
۷	نیاز به اصطلاحنامه های تصویری برای درک بهتر واژگان
۸	نیاز به رعایت استاندارد خط و زبان (یکسان سازی)
۹	نیاز به واژگان در ترجمه ماشینی (پردازش ماشینی به شکل کلی)
۱۰	نیاز به تحلیل اطلاعات متون تخصصی به شکل خودکار

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	امکان جستجو کارا و نظام مند مفاهیم و روابط آنها	۱	۱، ۲، ۶، ۸	ب، ۱، ۴، ۵، ۷، ۱۳، ۲۰	۵، ۶، ۷، ۱۳، ۲۰
۲	ارائه قابلیت یافتن واژه از روی مفاهیم	۲	۱، ۲، ۶، ۸	ب، ۱، ۴، ۵، ۷، ۱۳، ۲۰	۵، ۶، ۷، ۱۳، ۲۰
۳	ارائه قابلیت یافتن حوزه های مفهومی از روی واژگان	۳	۱، ۲، ۶، ۸	ب، ۱، ۴، ۵، ۷، ۱۳، ۲۰	۵، ۶، ۷، ۱۳، ۲۰
۴	استانداردسازی کلید واژه ها	۴	۱۱، ۱۰	ب، ۱، ۴، ۵، ۷، ۱۳، ۲۰	۵، ۶، ۷، ۱۳، ۲۰

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۵	* برهم کنشی موتورهای جستجو با اصطلاحنامه‌ها	۵	۷، ۶، ۵	ب ۱، ب ۴، ج ۲، ج ۵	۲۰۰، ۱۳۰، ۷۰، ۶۰، ۵۰
۶	ارائه اصطلاحنامه‌های چندزبانه برای جستجوی چندزبانه	۶	۷، ۶، ۲	ب ۱، ب ۴، ج ۲، ج ۵	۲۰۰، ۱۳۰، ۷۰، ۶۰، ۵۰
۷	ارائه اصطلاحنامه‌های تصویری برای درک بهتر واژگان	۷	۷، ۶، ۲	ب ۱، ب ۴، ج ۲، ج ۵	۲۰۰، ۱۳۰، ۷۰، ۶۰، ۵۰
۸	یکسان‌سازی و استانداردسازی خط و زبان	۸	۶، ۵	ب ۱، ب ۴، ج ۲، ج ۵	۲۰۰، ۱۳۰، ۷۰، ۶۰، ۵۰
۹	* ارائه قابلیت کاربرد واژگان در ترجمه ماشینی (پردازش ماشینی به شکل کلی)	۹	۷، ۶	ب ۱، ب ۴، ج ۲، ج ۵	۲۰۰، ۱۳۰، ۷۰، ۶۰، ۵۰
۱۰	* ایجاد قابلیت تحلیل اطلاعات متون تخصصی به شکل خودکار	۱۰	۷، ۶	ب ۱، ب ۴، ج ۲، ج ۵	۲۰۰، ۱۳۰، ۷۰، ۶۰، ۵۰

جدول ۴: جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	اینترنت	ایمیل
۳	فروش شخصی	ارسال نامه

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی	۲	برای مشتریان عام از طریق ایمیل
۲	کمک شخصی اختصاصی	۲	برای مشتریان درخواست کننده یک اصطلاحنامه خاص
۳	سلف سرویس	۲، ۱	-

جدول ۶: جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت
۲	* حق عضویت	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری
۳	* حق استفاده	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری
۴	* فروش دارایی (ارائه بسته اصطلاحنامه خاص)	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	۱	-
۲	ساختمان	فیزیکی	۱	-
۳	سامانه	فیزیکی	۱	-
۴	نرم افزار متن باز اسکاسموس	فیزیکی	۳	اسکاسموس
۵	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	۱	-
۶	شبکه و اینترنت و تلفن	فیزیکی	۱	-
۷	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	۱	-
۸	توسعه دهندگان اصطلاحنامه و سامانه	انسانی	۱	-
۹	برند ایرانداک	معنوی	۱	-

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱۰	دانش تولید و توسعه اصطلاحنامه	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۱	دانش توسعه سامانه‌های تحت وب	معنوی	دانش اختصاصی	-

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	تحلیل، طراحی، به‌روزرسانی و ارتقای سامانه	۱	-
۲	دریافت و به‌کارگیری نرم‌افزار متن‌باز اصطلاحنامه (اسکاسموس)	۱	-
۳	مرور ادبیات حوزه مفهومی اصطلاحنامه	۱، ۲	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۴	جمع‌آوری واژگان	۱، ۲	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۵	ایجاد ارتباط معنایی واژگان (طراحی نقشه مفهومی)	۱، ۲	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۶	ورود داده‌ها در نرم‌افزار (ساختاردهی اصطلاحنامه)	۱	-
۷	گرفتن خروجی از نرم‌افزار و ورود به سامانه اصطلاحنامه‌ها	۱	-
۸	* برهم‌کنشی اصطلاحنامه‌ها با سامانه‌های ویرایش و ثبت	۱، ۲	سامانه‌های ثبت و ویرایش
۹	روزآمدسازی واژگان اصطلاحنامه	۱، ۲	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۱۰	پشتیبانی فنی سامانه	۱	-
۱۱	پشتیبانی محتوایی از اصطلاحنامه و رفع مشکلات کاربران	۱	-
۱۲	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به وزارت علوم و دیگر نهادها	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	دانشجویان	۵	۳
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	اعضای هیئت علمی	۵	۳
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	دانشجویان	۵	۳
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	اعضای هیئت علمی	۵	۳
۵	(+) نرم‌افزار- سامانه	اسکاسموس	۴، ۱	۳، ۱
۶	(+) نرم‌افزار- سامانه	سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات	۵	۳
۷	(+) نرم‌افزار- سامانه	سامانه ثبت	۵	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۴	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	-
۵	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۶	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-
۷	هزینه توسعه OCR در سامانه	ثابت	-
۸	پرداخت حق الزحمه طراحان و توسعه دهندگان اصطلاحنامه‌ها	متغیر	-
۹	* هزینه به‌روزرسانی امنیتی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه	متغیر	-
۱۰	* هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	متغیر	-

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۷۰

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-

۱۴- پایگاه وب راهنمای پژوهش و پژوهشگران (پژوهش کار)

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	اساتید راهنما و مشاور، استاذ روش تحقیق
۳	۱۰- مجموعه پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات (داخلی)	-
۴	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۵	۱۵- اعضای هیات علمی (خارجی)	-
۶	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۷	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	-
۸	۲۱-۲- ناشران نشریات دانشگاهی	داوران و نویسندگان مقالات
۹	۲۷- نهادهای دولتی (سیاستگذاران حوزه پژوهش)	وزارت علوم، معاونت پژوهشی

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به دانش پایه در زمینه چگونگی طراحی، اجرا و ارائه پژوهش مولد و تاثیرگذار
۲	نیاز به دانش در زمینه انواع رویکردها و روشهای پژوهش
۳	نیاز به دانش در زمینه چگونگی تبدیل پژوهش به آثار تاثیرگذار شامل مقاله، کتاب، سخنرانی، پوستر، کارگاه آموزشی
۴	نیاز به شیوه نامه ای جامع و کاربردی برای نویسندگان مقالات علمی پژوهشی
۵	نیاز به محتوای جامع و کاربردی برای آموزش پژوهش مولد و تاثیرگذار و هدایت دانشجویان در فرایند انجام پایان نامه و پژوهش
۶	نیاز به راهنمایی برای داوری و ارزیابی انواع پژوهش
۷	نیاز به شیوه نامه ای جامع و کاربردی برای توانمندسازی خانواده تحقیق و توسعه دانشگاهی و مولدسازی پژوهشها
۸	نیاز به شیوه نامه ای جامع و کاربردی برای توانمندسازی خانواده تحقیق و توسعه غیردانشگاهی و مولدسازی پژوهشها

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	آموزش صفر تا صد طراحی، اجرا و ارائه پژوهش مولد و تاثیرگذار به همراه مثالهای متنوع و نمونه های کاربردی در رشته ها و موضوع های مختلف پژوهشی	۱، ۲، ۳، ۶	۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰	الف ۳، الف ۵	۳۰، ۵۰، ۹۰، ۱۲۰ و ۲۰
۲	آموزش مبانی و اصول پژوهش مولد به همراه مثال های متنوع از انواع رویکردها، روشها و ابزارهای پژوهش کمی، کیفی و ترکیبی و نمونه های کاربردی در رشته های مختلف	۱، ۲، ۳، ۶	۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰	الف ۳، الف ۵	۳۰، ۵۰، ۹۰، ۱۲۰ و ۲۰
۳	آموزش چگونگی تبدیل پژوهش به آثار تاثیرگذار	۱، ۲، ۳، ۶	۱، ۲، ۳، ۴، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰	الف ۳، الف ۵	۳۰، ۵۰، ۹۰، ۱۲۰ و ۲۰

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۴	ارائه آموزش‌های جامع و کاربردی برای درج در بخش راهنمای نویسندگان نشریات به همراه راهنمای درج در نشریات	۵	۱، ۲، ۳، ۶، ۱۰	الف ۳، الف ۵، د	۸۰، ۹۰، ۱۲ و ۲۰
۵	ارائه محتوای جامع و کاربردی برای آموزش پژوهش مولد و ناشرگذار و هدایت دانشجویان در فرایند انجام پایان نامه و پژوهش	۳، ۲	۲، ۳، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰	الف ۳، الف ۵، د	۲۰ و ۱۲
۶	ارائه آموزش‌های جامع و کاربردی برای بهره‌برداری داوران و ناظران پروژه‌های تحقیقاتی و آثار علمی	۴	۲، ۳، ۶، ۷، ۸، ۹	الف ۳، الف ۵، د	۲۰ و ۱۲
۷	ارائه محتوای کاربردی و راهنمای چگونگی درج لینک پژوهشکار در وبسایت کتابخانه‌ها	۸	۲، ۳، ۶، ۷، ۸، ۱۰	الف ۳، الف ۵، د	۲۰ و ۱۲
۸	ارائه آموزش‌های موردنیاز برای توانمندسازی خانواده تحقیق و توسعه قابل بهره‌برداری توسط مدیران و سیاستگذاران پژوهش به عنوان منبعی جامع آموزشی قابل ارائه موسسه یا دانشگاه ذیربط	۷	۱، ۲، ۳، ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰	الف ۳، الف ۵، د	ب ۱، ب ۴

جدول ۴: جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	اینترنت	ایمیل
۳	اینترنت	شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام، تلگرام)
۴	*عاملان و کارگزاران	کتابخانه‌های دانشگاهی و نشریات

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	اتگیزه ارتباط	توضیحات
۱	سلف سرویس	۱، ۲	ارائه لینک به آموزش‌های موردنیاز در قالب محتوای آموزشی
۲	خلق مشترک	۱، ۲	پیشنهاد و ایجاد محتوای جدید روش پژوهش توسط محتواآفرینان پس از تأیید
۳	کمک شخصی	۲	پاسخ به پرسشهای کاربران از طریق ایمیل
۴	نظرسنجی	۲	-
۵	جوامع	۱، ۲	تلگرام و اینستاگرام

جدول ۶: جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت -
۲	* فروش دارایی (ارائه محتوای تخصصی تر و مثال‌های کاربردی)	مقطوع	فهرست قیمت -
۳	* حق عضویت (برای مشاهده مطالب تخصصی تر و مثال‌های کاربردی)	مقطوع	فهرست قیمت -
۴	* حق استفاده (برگزاری تورها و کارگاه‌های روش پژوهش مجازی)	مقطوع	فهرست قیمت -

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	۱	-
۲	ساختمان	فیزیکی	۱	-
۳	سامانه	فیزیکی	۱	-
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	۱	-
۵	شبکه و اینترنت	فیزیکی	۱	-
۶	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	۱	-
۷	توسعه دهندگان سامانه	انسانی	۱	-
۸	برند ایرانداک	معنوی	۱	-
۹	دانش روش پژوهش	معنوی	۱	-
۱۰	دانش فنی توسعه سامانه	معنوی	۱	-
۱۱	پایگاه داده مشتریان (ایمیل کاربران)	معنوی	۱	-
۱۲	مشارکت پژوهشگران (دانشجویان، اعضای هیئت علمی و ...)	معنوی	۱	-
۱۳	بودجه دولتی	مالی	۱	-
۱۴	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	۱	-

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	طراحی و پیاده‌سازی سامانه با قابلیت به روزرسانی و درج محتوای جدید در آن	۱	-
۲	تهیه و به‌روزرسانی راهنمای استفاده از سامانه	۱	-
۳	تهیه و بارگذاری محتوای مرتبط با روش پژوهش با همکاری محتواآفرینان	۲، ۱	اعضای هیئت علمی، دانشجویان، پژوهشگران آزاد
۴	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به نهادهای مختلف	۱	-
۵	طراحی محتواهای جذاب تبلیغاتی و ارسال در قالب ایمیل برای اعضا	۱	-
۶	طراحی محتواهای جذاب و درج در شبکه‌های اجتماعی	۱	-
۷	ارائه تورهای مجازی برای ذی‌نفعان و معرفی قابلیت‌های سامانه برای بهبود کیفیت پژوهشها	۲، ۱	کتابخانه‌های دانشگاهی، نشریات، مراکز آموزش عالی، پژوهش و فناوری، نهادهای دولتی،
۸	دعوت از نشریات و کتابخانه‌ها به همکاری در زمینه درج لوگو و لینک سامانه در سایت کتابخانه و نشریه مدنظر	۲، ۱	کتابخانه‌های دانشگاهی و نشریات
۹	برگزاری دموهای آموزشی به اساتید، دانشجویان و داوران و ناظران پژوهش درباره چگونگی بهره‌برداری موثر از محتوای سامانه	۲، ۱	ناشران نشریات دانشگاهی، مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری، اعضای هیئت علمی

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انتیژه مشارکت*
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	دانشجویان پژوهشگاه	۴	۳
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	اعضای هیئت علمی پژوهشگاه	۴	۳
۳	۱۶- کتابداران و اطلاع‌رسانان (خارجی)	کتابداران دانشگاهی	۳، ۱	۱
۴	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها	۳، ۱	۱
۵	۲۰- کتابخانه‌ها (کتابخانه‌های دانشگاهی)	کتابخانه‌های دانشگاهی	۳، ۱	۱
۶	۲۱- ناشران نشریات دانشگاهی	سردبیران نشریات دانشگاهی	۳، ۱	۱
۷	۲۷- نهادهای دولتی (سیاستگذاران حوزه پژوهش)	سیاستگذاران حوزه پژوهش	۱	۱

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۱۷۳

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۴	خرید، به کارگیری و نگهداری تجهیزات سخت افزاری	ثابت	-
۵	تأمین اینترنت پرسرعت	ثابت	-
۶	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۷	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-

۱۵- پایگاه وب دانش ایران: مشارکت ایرانیان در دانش جهان (۱۵). نسخه ۲

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱۳- دانشجویان	-
۲	۱۵- اعضای هیئت علمی	-
۳	۱۶- کارشناسها	-
۴	۱۷- پژوهشگران آزاد	-
۵	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی، و فناوری	-
۶	۲۰-۱- کتابخانه‌های دانشگاهی	-
۷	۲۱-۲- ناشر نشریه‌های دانشگاهی	-
۸	۲۴- رسانه‌ها	-
۹	۲۵- نظام‌های رتبه بندی	-
۱۰	۲۷- نهادهای دولتی	-
۱۱	۲۸- کسب و کارهای خصوصی همکار ایرانداک	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	آگاهی از میزان انتشارات ایران و مؤسسه‌های ایرانی در نمایه‌های استنادی جهانی
۲	آگاهی از جایگاه کشور در انتشارات علمی
۳	آگاهی از جایگاه مؤسسه‌ها در انتشارات علمی
۴	آگاهی از روند تاریخی شمار انتشارات و رتبه‌ها
۵	آگاهی از میزان همکاری‌های علمی
۶	بروز ماندن در زمینه انتشارات جهانی ایران
۷	سنجش و پایش برنامه‌ها و طرح‌های ملی و مؤسسه‌ای
۸	شناسایی جایگاه ایران در میان کشورهای منطقه
۹	آگاهی از جایگاه مؤسسه‌های ایرانی نسبت به یک‌دیگر در نمایه‌های استنادی
۱۰	آگاهی از کیفیت انتشارات علمی ایران
۱۱	آگاهی از تأثیر شاخص‌های پایه بر انتشارات علمی و برعکس
۱۲	دسترسی به گزارش‌های سالانه در یک فایل
۱۳	اخبار درست برای درج در رسانه‌های خبری

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه آمارهای کلیدی درباره انتشارات علمی ایران در نمایه‌های استنادی	۱	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۲	ارائه تازه‌ترین جایگاه کشور در انتشار آثار علمی و فرستادن گزارش برای ذینفعان در قالب نامه سازمانی	۷، ۲	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۳	ارائه تازه‌ترین جایگاه مؤسسه‌های ایرانی در انتشار آثار علمی	۷، ۳	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۴	ارائه شمار انتشارات و روند رتبه‌های کسب‌شده توسط کشور و مؤسسه‌ها در نمایه‌های استنادی	۴	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۵	ارائه شمار همکاری‌های علمی ملی و جهانی مؤسسه‌های ایرانی و رتبه آنها بر پایه آن	۵	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۶	تحلیل اطلاعات در پیوند با انتشارات علمی ایران در نمایه‌های استنادی پس از پایان هر سال میلادی	۶	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۷	امکان مقایسه رتبه کشورهای منطقه در سنجه‌های گوناگون تحلیل انتشارات علمی	۸	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۸	امکان مقایسه جایگاه مؤسسه‌های ایرانی در شمار و رتبه در سنجه‌های گوناگون تحلیل انتشارات علمی	۹	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۹	ارائه سنجه‌های گوناگون در پیوند با کیفیت انتشارات علمی ایرانیان در نمایه‌های استنادی	۱۰	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۱۰	امکان مقایسه شاخص‌های تحلیل انتشارات علمی و شاخص‌های پایه (جی. دی. پی.، نیروی تحقیق و توسعه، و بودجه تحقیق و توسعه)	۱۱	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۱۱	جمع‌بندی گزارش‌های سالانه همه سنجه‌های تحلیل انتشارات علمی در یک کتاب و گذاشتن فایل‌ها در برگ «انتشارات» سامانه	۱۲	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰
۱۲	تهیه گزارش خبری از تازه‌ترین آمارهای تحلیل انتشارات علمی در نمایه‌های استنادی	۱۳	۵، ۳، ۲، ۱	ز-۳	ب-۱، ۱-۵، ۲۰

جدول ۴. جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال		فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت	۵، ۳، ۱
۲	اینترنت	ایمیل	۵، ۳، ۱

جدول ۵. جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی	۲، ۱	-
۲	سلف سرویس	۲، ۱	-

جدول ۶. جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

طراحی مدل کسب و کار سامانه‌ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج‌گانه مأموریتی □ ۱۷۵

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	*حق عضویت	مقطوع	۰
۲	*انجام تبلیغات	پویا	۰

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	راهبر	انسانی	۱	-
۲	مهندس نرم‌افزار	انسانی	۱	-
۳	سامانه در دامنه اینترنتی ایرانداک	فیزیکی	سیستم/ سامانه	-
۴	برند ایرانداک	معنوی	برند	-
۵	تخصص ایرانداک در حوزه علم‌سنجی	معنوی	دانش اختصاصی	-
۶	عمل به وظیفه اساس‌نامه‌ای	معنوی	حق قانونی	-
۷	بودجه ایرانداک	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	-

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	گردآوری داده‌ها از دو نمایه «واس» و «اسکوپوس»	۱	-
۲	تجزیه و تحلیل داده‌ها بر پایه سنج‌های علم‌سنجی	۱	-
۳	درون‌دهی داده‌ها در سامانه	۱	-
۴	تدوین و ارائه فایل گزارش‌های دوره‌ای و سالانه	۱	-
۵	بازاریابی و معرفی سامانه در نشست‌های گوناگون	۱	-
۶	نگهداری سرور	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	اعضای غیرهیت علمی	واحد تحقیق و توسعه ایرانداک	۱	۳
۲	نظام‌های رتبه‌بندی	نمایه‌های استنادی جهانی	۱	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	نیروی انسانی	ثابت	سالانه ۳۰ میلیون تومان
۲	نگهداری سرور	ثابت	ماهانه ۳ میلیون تومان
۳	ویرایش نرم‌افزار	متغیر	سالانه ۵ میلیون تومان
۴	تأمین داده	متغیر	سالانه ۵ میلیون تومان

۱۶- پایگاه وب واژه‌نامه‌ها

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۵	۱۶- کارشناس ها (خارجی)	-
۶	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۷	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)	-
۸	۱۹- حوزه های علمیه (خارجی)	-
۹	۲۰- کتابخانه ها (خارجی)	-
۱۰	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	-
۱۱	۲۸- کسب و کار های خصوصی (خارجی)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به ترجمه واژگان فارسی به انگلیسی و بالعکس
۲	نیاز به استانداردسازی واژگان و ترجمه آنها
۳	نیاز به ترجمه واژگان در یک حوزه تخصصی
۴	نیاز به دسترسی به ترجمه واژگان در حوزه های مختلف از یک پنجره واحد
۵	نیاز به واژه نامه آنلاین و دسترسی از طریق جستجو در وب
۶	نیاز به دسترسی پذیر کردن واژه نامه های موجود نهادهای دیگر در وب

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط *	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه واژه نامه ها به شکل آنلاین تحت وب	۵، ۶	۵، ۶، ۷، ۱۰	ب ۱، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۲، ب ۷، ب ۹، ب ۱۲
۲	ارائه پنجره واحد دسترسی به انواع واژه نامه ها	۴	۲، ۵، ۶، ۷، ۱۰	ب ۱، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۲، ب ۷، ب ۹، ب ۱۲
۳	استانداردسازی واژگان و معادل زبانی آنها	۱، ۲	۵، ۶	ب ۱، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۲، ب ۷، ب ۹، ب ۱۲
۴	ارائه واژه نامه های تخصصی حوزه علم و فناوری	۳، ۴	۲، ۴، ۷، ۱۰	ب ۱، ب ۳، ب ۴، ج ۵	ب ۲، ب ۷، ب ۹، ب ۱۲

جدول ۴. جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	* اینترنت	ایمیل
۳	فروش شخصی	ارسال نامه معرفی

جدول ۵. جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انتیژه ارتباط	توضیحات
۱	سلف سرویس	۱، ۲	-
۲	خلق مشترک	۱، ۲	امکان اعلام نظر و پیشنهاد کاربر بر روی هر واژه، ایجاد واژه نامه مشترک با متقاضیان
۳	(+) نظرسنجی	۲	-

جدول ۶. جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت
۲	* حق عضویت (دسترسی به واژه نامه های تخصصی تر یا امکانات خاص مانند خوانش ماشینی)	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری
۳	* فروش دارایی (ارائه بسته واژه نامه های تخصصی)	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	-
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	-
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم/سامانه	-
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	-
۵	شبکه و اینترنت و تلفن	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	-
۶	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	افراد عادی	-
۷	توسعه دهندگان واژه نامه و سامانه	انسانی	افراد با اهمیت در کسب و کار	-
۸	برند ایرانداک	معنوی	برند	-
۹	دانش تولید و توسعه واژه‌نامه	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۰	دانش توسعه سامانه‌های تحت وب	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۱	مشارکت ایرانداک - نهادهای دارای واژه نامه	معنوی	مشارکت	۱، ۲، نهادهای دولتی
۱۲	بودجه دولتی	مالی	بودجه دولتی	-
۱۳	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	-

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	تحلیل، طراحی، به‌روزرسانی و ارتقای سامانه	۱	-
۲	مرور ادبیات حوزه مفهومی اصطلاحنامه	۱، ۲	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۳	جمع‌آوری واژگان و معانی	۱، ۲	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۴	ورود واژگان و معانی به سامانه واژه‌نامه‌ها	۱	-
۵	روزآمدسازی واژگان واژه‌نامه‌ها	۱، ۲	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۶	پشتیبانی فنی سامانه	۱	-
۷	پشتیبانی محتوایی از اصطلاحنامه و رفع مشکلات کاربران	۱	-
۸	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به وزارت علوم و دیگر نهادها	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انتیژه مشارکت*
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	دانشجویان	۵	۳
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	اعضای هیئت علمی	۵	۳
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	دانشجویان	۵	۳
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	اعضای هیئت علمی	۵	۳
۵	۲۷- نهادهای دولتی	نهادهای دارای واژه نامه	۱، ۴، ۵	۱، ۳
۶	* ۱-۲۲- انجمن های علمی ایرانی	انجمن های علمی ایرانی	۱، ۴، ۵	۱، ۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۴	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	-
۵	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۶	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-
۷	خرید/پرداخت حق الزحمه طراحان و توسعه دهندگان واژه نامه ها	متغیر	-
۸	* هزینه به روزرسانی امنیتی، رفع باگ و ایجاد ویژگی های جدید در سامانه	متغیر	-
۹	* هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	متغیر	-

۱۷- پایگاه وب فهرست های مستند نام های ایرانداک (نام ها)

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۵	۱۶- کارشناس ها (خارجی)	-
۶	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۷	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری (خارجی)	-
۸	۱۹- حوزه های علمیه (خارجی)	-
۹	۲۰- کتابخانه ها (خارجی)	-
۱۰	۲۷- نهادهای دولتی (خارجی)	-
۱۱	۲۸- کسب و کار های خصوصی (خارجی)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به مستندسازی حوزه موضوعی: نام سازمان ها و موسسات
۲	نیاز به مستندسازی حوزه موضوعی: نام مشاهیر و مؤلفان و پدیدآوران در پارساها
۳	نیاز به مستندسازی حوزه موضوعی: نام های جغرافیایی در پارساها
۴	نیاز به مستندسازی حوزه موضوعی: نام کتاب های مورد بررسی در پارساها
۵	نیاز به مهار واژگانی و یکتانویسی، مترادف ها، نام ها و اصطلاحات تغییر یافته
۶	نیاز به بازیابی سریع و آسان یک نام، مفاهیم مرتبط و نوع ارتباط آنها با یکدیگر
۷	نیاز مدیران و کارشناسان به سازماندهی اطلاعات
۸	*نیاز به مستند سازی نام گیاهان و جانوران

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انتظاق با اساسنامه	انتظاق با برنامه راهبردی
۱	نمایش مستندسازی در سامانه «فهرست مستند نام های ایرانداک»	۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۷، ۶، ۴، ۱	ب، ۱، ۴، ۲، ۵، ۲۰	۱۲۰، ۹۰، ۶۰
۲	ارائه پنجره واحد برخط برای مستند نام ها	۷، ۶، ۵، ۴، ۳، ۲، ۱	۷، ۶، ۴، ۱	ب، ۱، ۴، ۲، ۵، ۲۰	۱۲۰، ۹۰، ۶۰
۳	ارائه مستند نام کتاب های مندرج در منابع غیر کتابی «پارساها»	۶، ۵، ۴	۷، ۶، ۴، ۱	ب، ۱، ۴، ۲، ۵، ۲۰	۱۲۰، ۹۰، ۶۰
۴	ارائه مستند نام جغرافیایی ایران مندرج در منابع غیر کتابی «پارساها»	۶، ۵، ۳	۷، ۶، ۴، ۱	ب، ۱، ۴، ۲، ۵، ۲۰	۱۲۰، ۹۰، ۶۰
۵	ارائه فهرست مستند اسامی نهادها، سازمان ها و موسسات دولتی ایران	۷، ۶، ۵، ۱	۷، ۶، ۴، ۱	ب، ۱، ۴، ۲، ۵، ۲۰	۱۲۰، ۹۰، ۶۰
۶	ارائه فهرست مستند اسامی مشاهیر و مؤلفان مندرج در منابع غیر کتابی «پارساها»	۷، ۶، ۵، ۲	۷، ۶، ۴، ۱	ب، ۱، ۴، ۲، ۵، ۲۰	۱۲۰، ۹۰، ۶۰

جدول ۴: جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت
۲	اینترنت	ایمیل
۳	فروش شخصی	ارسال نامه معرفی

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انتگیزه ارتباط	توضیحات
۱	سلف سرویس	۲، ۱	-
۲	خلق مشترک	۲، ۱	امکان اعلام نظر و پیشنهاد کاربر بر روی هر واژه، ایجاد واژه نامه مشترک با متقاضیان
۳	* کمک شخصی	۲، ۱	* مشاوره برای مستند سازی و سازماندهی
۴	(+) نظرسنجی	۲	-
۵	سلف سرویس	۲، ۱	-

جدول ۶: جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت
۲	* حق عضویت (دسترسی به فهرست نام های تخصصی تر یا امکانات خاص مانند خوانش ماشینی)	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری
۳	* فروش دارایی (ارائه بسته فهرست مستند نام ها)	مقطوع	فهرست قیمت، بر اساس بخش مشتری

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	۱	-
۲	ساختمان	فیزیکی	۱	-
۳	سامانه	فیزیکی	۱	-
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	۱	-
۵	شبکه اینترنت و تلفن	فیزیکی	۱	-
۶	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	۱	-
۷	توسعه دهندگان فهرست های نام ها و سامانه	انسانی	۱	-
۸	برند ایرانداک	معنوی	۱	-

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۹	دانش تولید و توسعه فهرست نام‌ها	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۰	دانش توسعه سامانه‌های تحت وب	معنوی	دانش اختصاصی	-
۱۱	بودجه دولتی	مالی	بودجه دولتی	-
۱۲	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	درآمد اختصاصی موسسه	-

جدول ۸. جزء فعالیت‌های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	تحلیل، طراحی، به‌روزرسانی و ارتقای سامانه	۱	-
۲	مرور ادبیات حوزه مفهومی نام‌ها	۲، ۱	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۳	مستندسازی فهرست نام‌ها (تاکنون شامل: نام‌های جغرافیایی، مشاهیر و مولفان، سازمانها و موسسات، کتاب‌ها، * گیاهان و جانوران)	۲، ۱	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد، سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات
۴	ورود نام‌ها به سامانه نام‌ها	۱	-
۵	روزآمدسازی فهرست مستند نام‌ها	۲، ۱	دانشجویان، اعضای هیئت علمی، پژوهشگران آزاد
۶	برهم کنشی مستند نام‌ها با سامانه ویرایش	۲، ۱	سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات
۷	پشتیبانی فنی سامانه	۱	-
۸	پشتیبانی محتوایی از فهرست‌های نام‌ها و رفع مشکلات کاربران	۱	-
۹	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به وزارت علوم و دیگر نهادها	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	دانشجویان	۵	۳
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	اعضای هیئت علمی	۵	۳
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	دانشجویان	۵	۳
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	اعضای هیئت علمی	۵	۳
۵	* ۲۰- کتابخانه‌ها	* کتابخانه‌های تخصصی	۵	۳، ۱
۶	* ۲۷- نهادهای دولتی	* وزارت عتف	۵	۳، ۱
۷	* ۲۷- نهادهای دولتی	* فرهنگستان زبان و ادب فارسی	۵	۱
۸	(+) سامانه ویرایش و سازماندهی اطلاعات	-	۵	۳

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	خرید، به‌کارگیری، نگهداری و به‌روزرسانی زیرساخت سامانه	ثابت	-
۴	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	-
۵	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۶	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-
۷	خرید/ پرداخت حق الزحمه طراحان و توسعه دهندگان فهرست نام‌ها	متغیر	-
۸	* هزینه به‌روزرسانی امنیتی، رفع باگ و ایجاد ویژگی‌های جدید در سامانه	متغیر	-
۹	* هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	متغیر	-
۱۰	هزینه کسب منابع اطلاعاتی	متغیر	-

۱۸- طرح‌های پژوهشی تقاضامحور سازمان‌های دیگر

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری	-
۲	۱۹- حوزه های علمی	-
۳	۲۰- کتابخانه‌ها	-
۴	۲۳- نهادهای بین‌المللی	-
۵	۲۷- نهادهای دولتی	-
۶	۲۸- کسب و کار های خصوصی	-
۷	(+) نهادهای عمومی غیردولتی (مانند شهرداری)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	وجود مساله و نیاز به خدمات پژوهشی و فناوری
۲	وجود مساله و نیاز به خدمات اطلاعات و فناوری اطلاعات
۳	وجود مساله و نیاز به خدمات پژوهشی و فناوری

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه خدمات پژوهشی و فناوری (شامل: اصطلاحنامه‌نگاری، نگارش آنتولوژی و هستان‌شناسی، پردازش زبان طبیعی، ساخت پیکره‌های زبانی تخصصی، آینده‌نگاری علم، فناوری، و نوآوری، راهکارهای هوش کسب و کار و ساخت داشبوردهای مدیریتی، شناخت نقشه راه فناوری، مرور سیستماتیک و متاآنالیز، تحلیل لاگ و رفتار کاربران، ترسیم ساختار انتشارات علمی و تحلیل روند پژوهش، تحلیل اطلاعات علمی و فنی، ارزیابی اثربخشی پژوهشها با سنجش‌های جایگزین، طراحی و تحلیل پروتکل‌های رایانه‌ای امن، طراحی و اجرای نظام‌های اشتراک منابع و همکاری سازمان‌ها).	۱	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸	الف، ب، ج، د	ب ۱، ب ۲، د ۴، د ۵، د ۹، ح ۱
۲	ارائه خدمات اطلاعات و فناوری اطلاعات (شامل: طراحی و ساخت سامانه ثبت اطلاعات علمی و فناوریانه، طراحی و ساخت سامانه نمایه‌سازی اطلاعات علمی و فناوریانه، طراحی و ساخت سامانه اشاعه اطلاعات علمی و فناوریانه، طراحی و ساخت پایگاه‌های اطلاعات علمی و فناوریانه موضوعی، طراحی و ساخت دروازه‌های اطلاعات موضوعی کنترل کیفیت شده، طراحی و بهبود کیفیت داده‌ها در سامانه‌های اطلاعات، طراحی و راه‌اندازی مراکز اطلاعات علمی و فناوریانه سازمانی و موضوعی، تحلیل، طراحی، و ساخت وبسایت‌های سازمانی، دیجیتال‌سازی اسناد چاپی و ساخت آرشیو دیجیتال، نمایه‌سازی اسناد و اطلاعات علمی و فنی، اشاعه‌گزینی اطلاعات، طراحی و ساخت سامانه‌های اطلاعات مکانی وب‌بنیاد، طراحی و ساخت سامانه‌های پیشنهاددهنده، طراحی و پیاده‌سازی الگوریتم‌های یادگیری ماشین در کاربردهای گوناگون، طراحی و ساخت سامانه‌های تحلیل کلان‌داده داده‌کاوی، هوشمندی فناوری باروشهای فناوریکاوی، طراحی و ساخت سامانه‌های هوش و تحلیل کسبوکار سازمانی، طراحی و ساخت سامانه‌های تشخیص تقلب، شخصی‌سازی محیط‌های	۲	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸	الف، ب، ج، د	ب ۱، ب ۲، د ۴، د ۵، د ۹، ح ۱

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
	یادگیری الکترونیکی، نشر الکترونیکی، طراحی و ساخت شبکه های اجتماعی حرفه ای تخصصی، طراحی و ساخت سامانه های مدیریت اطلاعات آزمایشگاهی				
۳	ارائه خدمات مشاوره و مدیریت (شامل: برنامه ریزی استراتژیک: پیاده سازی و ارزیابی، برنامه ریزی استراتژیک بازار و طراحی سیستم توزیع، پیاده سازی برنامه استراتژیک با رویه های کاری، استراتژی تبلیغات (نگارش، پیاده سازی، و ارزیابی)، سیاست گذاری با رویکرد تفکر سیستمی، سیاست گذاری با شبیه سازی، تحلیل و آسیب شناسی خدمات دولت الکترونیک، واکاوی رفتار کاربرد در رسانه های اجتماعی، افزایش مشارکت سازمانی با بهره گیری از بازی وارسازی، مستندسازی و بهبود فرایندهای سازمانی، طرح ریزی و استقرار نظام مدیریت کیفیت بر پایه استاندارد ایزو ۹۰۰۱، طراحی مدل کسب و کار برای محصولات فناوری اطلاعات، پژوهش موردکاوانه درباره محصولات فناوری اطلاعات در چارچوب مطالعات علم و فناوری، مشاوره طرحهای توجیهی فنی اقتصادی، حقوق شرکت های دانش بنیان، حقوق مالکیت فکری پایان نامه، رساله، کتاب، مقاله، و طرح پژوهشی، مدیریت ریسک پروژه، مدیریت منابع انسانی، تحلیل ذینفعان سازمان و پروژه، طراحی و راه اندازی سیستم های ارزیابی عملکرد سازمانی، مشاوره و ارزیابی مسئولیت پذیری اجتماعی سازمان، مشاوره در زمینه اخلاق پژوهش، مشاوره در زمینه اخلاق فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشاوره اخلاقی و بررسی و پایش اخلاق فرآورده های فناوری اطلاعات، آموزش سواد اخلاقی)	۳	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸	الف، ب، ج، د، و	ب ۱، ب ۲، د ۴، د ۵، د ۹، ح ۱

جدول ۴: جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	فروش شخصی	۱، ۲، ۳، ۴، ۵
۲	اینترنت	۱، ۲
۳	اینترنت	۱، ۲، ۳، ۵

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انتیژه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی اختصاصی	۱، ۲	-

جدول ۶: جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	فروش دارایی (ارائه گزارش طرح پژوهشی و خروجی مرتبط)	پویا	-
۲	حق استفاده (ویژه موارد مشاوره)	پویا	-
		مقطوع	-

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	ایرانداک
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	ایرانداک
۳	شبکه و اینترنت و تلفن	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	ایرانداک

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۸۳

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۴	اعضای هیئت علمی پژوهشگاه	انسانی	۱	-
۵	پشتیبانان اجرایی طرح پژوهشی	انسانی	۳، ۱	اعضای غیر هیئت علمی ایرانداک
۶	برند ایرانداک	معنوی	۳	ایرانداک
۷	دانش تخصصی در حوزه های علوم و فناوری اطلاعات	معنوی	۳، ۱	دانشجویان، دانش آموختگان و اعضای هیئت علمی ایرانداک
۸	مشارکت پژوهشگران ایرانداک (دانشجویان، اعضای هیئت علمی و)	معنوی	۳، ۱	دانشجویان، دانش آموختگان و اعضای هیئت علمی ایرانداک
۹	وظیفه قانونی ایرانداک (انجام طرح پژوهش در حوزه علوم و فناوری اطلاعات)	معنوی	۳، ۱	ایرانداک

جدول ۸. جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	شناسایی مسائل مشتریان از طریق ارتباط، اولویت های پژوهشی و	۱	-
۲	تدوین پیشنهاد در موضوع پژوهش و ارائه به مشتری	۱	-
۳	انجام مراحل مربوط به قرارداد	۲، ۱	اعضای غیر هیئت علمی (واحد اداری مالی، تجاری سازی)، مدیران پژوهشگاه (رئیس پژوهشگاه)
۴	انجام طرح پژوهشی و ارائه گزارش ها و خروجی ها	۲، ۱	همکاران پژوهش (اعضای هیئت علمی، دانشجویان، پژوهشگران آزاد)
۵	انجام مراحل مربوط به دریافت حسن انجام کار و پایان پژوهش	۲، ۱	اعضای غیر هیئت علمی (واحد اداری مالی، تجاری سازی)، مدیران پژوهشگاه (رئیس پژوهشگاه)
۶	پشتیبانی از طرح پژوهشی انجام شده در صورت نیاز	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	دانشجویان پژوهشگاه	۵	۳
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	اعضای هیئت علمی پژوهشگاه	۵	۳
۳	۴- اعضای غیر هیئت علمی (داخلی)	واحد تجاری سازی و معاونت اداری مالی پژوهشگاه	۵	۳
۴	۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی)	رئیس پژوهشگاه	۵	۳
۵	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-	۵	۳
۶	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-	۵	۳
۷	۱۷- پژوهشگران آزاد	-	۵	۳
۸	۲۷- نهادهای دولتی	-	۲، ۱	۳، ۲، ۱
۹	۲۸- کسب و کارهای خصوصی	-	۲، ۱	۳، ۲، ۱

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حق الزحمه مجری و همکاران پژوهش	ثابت	-
۲	هزینه بیمه و مالیات	ثابت	-
۳	هزینه مواد، تجهیزات و امکانات پژوهش و ارائه خروجی	ثابت	-
۴	هزینه ارائه گزارش و خروجی	ثابت	-
۵	هزینه سفر درون شهری و برون شهری	ثابت	-

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۶	سهم ایرانداک (برای تأمین فضا، تجهیزات اداری، اینترنت، تلفن و)	ثابت	-

۱۹- طرح های پژوهشی بند ۱۳ شیوه نامه اجرایی آیین نامه ارتقای مرتبه

جدول ۱. جزء بخش های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه ها)
۱	۲۷- نهادهای دولتی (ستاد وزارت عتف، معاونت های وزارت عتف)	-
۲	* نهادهای تأمین کننده حداقل ۵۰ درصد اعتبار طرح پژوهشی: ۱۸- مراکز آموزش عالی، پژوهشی و فناوری ۱۹- حوزه های علمیه ۲۰- کتابخانه ها ۲۳- نهادهای بین المللی ۲۷- نهادهای دولتی ۲۸- کسب و کار های خصوصی (+) نهادهای عمومی غیردولتی (مانند شهرداری)	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	وجود مساله و نیاز به خدمات پژوهشی و فناوری
۲	وجود مساله و نیاز به خدمات اطلاعات و فناوری اطلاعات
۳	وجود مساله و نیاز به خدمات پژوهشی و فناوری

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه خدمات پژوهشی و فناوری (شامل: اصطلاحنامه نگاری، نگارش آنتولوژی و هستان شناسی، پردازش زبان طبیعی، ساخت پیکره های زبانی تخصصی، آینده نگاری علم، فناوری، و نوآوری، راهکارهای هوش کسب و کار و ساخت داشبوردهای مدیریتی، شناخت نقشه راه فناوری، مرور سیستماتیک و متا آنالیز، تحلیل لاگ و رفتار کاربران، ترسیم ساختار انتشارات علمی و تحلیل روند پژوهش، تحلیل اطلاعات علمی و فنی، ارزیابی اثربخشی پژوهشها با سنجش های جایگزین، طراحی و تحلیل پروتکل های رایانه ای امن، طراحی و اجرای نظام های اشتراک منابع و همکاری سازمان ها).	۱	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸	الف، ب، ج، د	ب ۱، ب ۲، د ۴، د ۵، د ۹، ح ۵
۲	ارائه خدمات اطلاعات و فناوری اطلاعات (شامل: طراحی و ساخت سامانه ثبت اطلاعات علمی و فناورانه، طراحی و ساخت سامانه نمایه سازی اطلاعات علمی و فناورانه، طراحی و ساخت سامانه اشاعه اطلاعات علمی و فناورانه، طراحی و ساخت پایگاه های اطلاعات علمی و فناورانه موضوعی، طراحی و ساخت دروازه های اطلاعات موضوعی کنترل کیفیت شده، طراحی و بهبود کیفیت داده ها در سامانه های اطلاعات، طراحی و راه اندازی مراکز اطلاعات علمی و فناورانه سازمانی و موضوعی، تحلیل، طراحی، و ساخت وبسایت های سازمانی، دیجیتال سازی اسناد چاپی و ساخت آرشیو دیجیتال، نمایه سازی اسناد و اطلاعات علمی و فنی، اشاعه گزینشی اطلاعات، طراحی و ساخت سامانه های اطلاعات مکانی وب بنیاد، طراحی و ساخت سامانه های	۲	۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸	الف، ب، ج، د	ب ۱، ب ۲، د ۴، د ۵، د ۹، ح ۵

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
	پیشنهاددهنده، طراحی و پیاده‌سازی الگوریتم‌های یادگیری ماشین در کاربردهای گوناگون، طراحی و ساخت سامانه‌های تحلیل کلان‌داده داده‌کاوی، هوشمندی فناوری با روشهای فناوری‌کاوی، طراحی و ساخت سامانههای هوش و تحلیل کسب و کار سازمانی، طراحی و ساخت سامانه‌های تشخیص تقلب، شخصی‌سازی محیط‌های یادگیری الکترونیکی، نشر الکترونیکی، طراحی و ساخت شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای تخصصی، طراحی و ساخت سامانه‌های مدیریت اطلاعات آزمایشگاهی)				
۳	ارائه خدمات مشاوره و مدیریت (شامل: برنامه‌ریزی استراتژیک: پیاده‌سازی و ارزیابی، برنامه‌ریزی استراتژیک بازار و طراحی سیستم توزیع، پیاده‌سازی برنامه استراتژیک با رویه‌های کاری، استراتژی تبلیغات (نگارش، پیاده‌سازی، و ارزیابی)، سیاستگذاری با رویکرد تفکر سیستمی، سیاستگذاری با شبیه‌سازی، تحلیل و آسیب‌شناسی خدمات دولت الکترونیک، واکاوی رفتار کاربرد در رسانه‌های اجتماعی، افزایش مشارکت سازمانی با بهره‌گیری از بازی‌وارسازی، مستندسازی و بهبود فرایندهای سازمانی، طرح‌ریزی و استقرار نظام مدیریت کیفیت بر پایه استاندارد ایزو ۹۰۰۱، طراحی مدل کسب و کار برای محصولات فناوری اطلاعات، پژوهش موردکاوانه درباره محصولات فناوری اطلاعات در چارچوب مطالعات علم و فناوری، مشاوره طرحهای توجیهی فنی اقتصادی، حقوق شرکت‌های دانش‌بنیان، حقوق مالکیت فکری پایان‌نامه، رساله، کتاب، مقاله، و طرح پژوهشی، مدیریت ریسک پروژه، مدیریت منابع انسانی، تحلیل ذینفعان سازمان و پروژه، طراحی و راه‌اندازی سیستم‌های ارزیابی عملکرد سازمانی، مشاوره و ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان، مشاوره در زمینه اخلاق پژوهش، مشاوره در زمینه اخلاق فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشاوره اخلاقی و بررسی و پایش اخلاق فرآورده‌های فناوری اطلاعات، آموزش سواد اخلاقی)	۳	۲، ۳، ۴، ۵، ۸، ۶	الف، ب، ج، د، و	ب ۱، ب ۲، د ۴، د ۵، د ۹، ح ۱

جدول ۴: جزء کانال‌ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال	فاز کانال
۱	فروش شخصی	مذاکره، پیشنهاد، گزارش
۲	اینترنت	وب سایت
۳	اینترنت	ایمیل

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	کمک شخصی اختصاصی	۱، ۲	-

جدول ۶: جزء جریان‌های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت‌گذاری*	مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	فروش دارایی (ارائه گزارش طرح پژوهشی و خروجی مرتبط)	پویا	مذاکره (مبتنی بر آنالیز هزینه)
۲	حق استفاده (ویژه موارد مشاوره)	پویا	مذاکره
		مقطوع	فهرست قیمت (تعرفه)

جدول ۷. جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	۱، ۳	ایرانداک
۲	ساختمان	فیزیکی	۳	ایرانداک
۳	شبکه و اینترنت و تلفن	فیزیکی	۱، ۳	ایرانداک
۴	اعضای هیئت علمی پژوهشگاه	انسانی	۱	-
۵	پشتیبانان اجرایی طرح پژوهشی	انسانی	۱، ۳	اعضای هیئت علمی ایرانداک
۶	برند ایرانداک	معنوی	۳	ایرانداک
۷	دانش تخصصی در حوزه های علوم و فناوری اطلاعات	معنوی	۱، ۳	دانشجویان، دانش آموختگان و اعضای هیئت علمی ایرانداک
۸	مشارکت پژوهشگران ایرانداک (دانشجویان، اعضای هیئت علمی و ...)	معنوی	۱، ۳	دانشجویان، دانش آموختگان و اعضای هیئت علمی ایرانداک
۹	وظیفه قانونی ایرانداک (انجام طرح پژوهش در حوزه علوم و فناوری اطلاعات)	معنوی	۱، ۳	ایرانداک
۱۰	اعتبار اختصاصی وزارت عتف	معنوی	۳	ستاد وزارت عتف، معاونت های وزارت عتف
۱۱	بودجه دولتی	معنوی	۳	ایرانداک - برای طرح های مشارکتی
۱۲	درآمد اختصاصی	معنوی	۳	ایرانداک - برای طرح های مشارکتی

جدول ۸. جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	شناسایی مسائل مشتریان از طریق ارتباط، اولویت های پژوهشی و ...	۱	-
۲	تدوین پیشنهاد در موضوع پژوهش و ارائه به مشتری	۱	-
۳	انجام مراحل مربوط به تصویب پیشنهاد و تعیین ناظر	۲	شورای پژوهش، شورای پژوهشگاه، نهاد متقاضی
۴	انجام مراحل مربوط به قرارداد	۱، ۲	اعضای غیر هیئت علمی (واحد اداری مالی، تجاری سازی)، مدیران پژوهشگاه (رئیس پژوهشگاه)
۵	انجام طرح پژوهشی و ارائه گزارش ها و خروجی ها	۱، ۲	همکاران پژوهش (اعضای هیئت علمی، دانشجویان، پژوهشگران آزاد)
۶	انجام مراحل مربوط به دریافت حسن انجام کار و پایان پژوهش	۱، ۲	اعضای غیر هیئت علمی (واحد اداری مالی، تجاری سازی)، مدیران پژوهشگاه (رئیس پژوهشگاه)، ناظر طرح
۷	پشتیبانی از طرح پژوهشی انجام شده در صورت نیاز	۱	-

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	دانشجویان پژوهشگاه	۵	۳
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	اعضای هیئت علمی پژوهشگاه	۵	۳
۳	۴- اعضای غیر هیئت علمی (داخلی)	واحد تجاری سازی و معاونت اداری مالی پژوهشگاه	۵	۳
۴	۵- مدیران پژوهشگاه (داخلی)	رئیس پژوهشگاه	۵	۳
۵	۱۱- شورای پژوهش	-	۵	۳

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۶	۱۲- شورای پژوهشکده	-	۵	۳
۷	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-	۵	۳
۸	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-	۵	۳
۹	۱۷- پژوهشگران آزاد	-	۵	۳
۱۰	۲۷- نهادهای دولتی	-	۲، ۱	۳، ۲، ۱
۱۱	۲۸- کسب و کارهای خصوصی	-	۲، ۱	۳، ۲، ۱

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حق الزحمه مجری و همکاران پژوهش	ثابت	-
۲	هزینه بیمه و مالیات	ثابت	-
۳	هزینه مواد، تجهیزات و امکانات پژوهش و ارائه خروجی	ثابت	-
۴	هزینه ارائه گزارش و خروجی	ثابت	-
۵	هزینه سفر درون شهری و برون شهری	ثابت	-
۶	سهم ایرانداک (برای تأمین فضا، تجهیزات اداری، اینترنت، تلفن و)	ثابت	-

۲۰- سامانه پُرسا

جدول ۱. جزء بخش‌های مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	دسته مشتری	نام مشتری (نمونه‌ها)
۱	۱- دانشجویان (داخلی)	-
۲	۳- اعضای هیئت علمی (داخلی)	-
۳	۱۳- دانشجویان (خارجی)	-
۴	۱۵- اعضای هیئت علمی (خارجی)	-
۵	۱۶- کارشناس‌ها	-
۶	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	-
۷	۲۷- نهادهای دولتی	-

جدول ۲. فهرست نیازهای مشتری در جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام نیاز مشتری
۱	نیاز به طراحی پرسشنامه به صورت برخط
۲	نیاز به انتشار پرسشنامه به صورت برخط
۳	نیاز به جمع‌آوری پاسخ‌ها به صورت برخط
۴	نیاز به تحلیل آماری پاسخ‌ها و محاسبه آلفای کرونباخ
۵	نیاز به دریافت پاسخ‌ها در فرمت قابل استفاده در نرم‌افزارهای آماری
۶	نیاز به مکانیزمی برای ارسال دسته‌ای پرسشنامه در فضای مجازی

جدول ۳. جزء ارزش پیشنهادی مدل کسب و کار

ردیف	نام ارزش پیشنهادی	نام نیاز مشتری مرتبط*	ویژگی ارزش پیشنهادی	انطباق با اساسنامه	انطباق با برنامه راهبردی
۱	ارائه بستری مبتنی بر وب برای ایجاد و طراحی پرسشنامه با سازگاری کامل با زبان فارسی و سازگار با انواع صفحه نمایش و بدون نیاز به نصب نرم افزار	۱	۳، ۵، ۶	الف ۱، الف ۶	ب ۲، ج ۴، د ۹
۲	ارائه لینک پاسخ به پرسشنامه به صورت عادی، رمزدار و با قابلیت افزودن به وبگاه شخصی برای انتشار در فضای مجازی	۲	۶، ۸، ۱۰	الف ۱، الف ۶	ب ۲، ج ۴، د ۹
۳	جمع آوری پاسخ های ورودی بعد از دریافت هر پاسخ، با قابلیت ذخیره سازی خودکار بر روی مرورگر کاربر برای ادامه پاسخگویی در زمانی دیگر	۳	۶	الف ۱، الف ۶	ب ۲، ج ۴، د ۹
۴	تحلیل آماری پاسخ های جمع آوری شده به صورت خودکار و محاسبه پویای آلفای کرونباخ	۴	۷	الف ۱، الف ۶	ب ۲، ج ۴، د ۹
۵	ارائه فایل اکسل وزن دار و آماده برای SPSS	۵	۷	الف ۱، الف ۶	ب ۲، ج ۴، د ۹
۶	ارسال دسته ای رایانامه با قابلیت ردگیری وضعیت پاسخ به پرسشنامه	۶	۷	الف ۱، الف ۶	ب ۲، ج ۴، د ۹

جدول ۴: جزء کانال ها در مدل کسب و کار

ردیف	نام کانال		فاز کانال
۱	اینترنت	وب سایت	۱، ۲، ۳، ۴، ۵
۲	اینترنت	ایمیل	۱، ۴، ۵
۳	اینترنت	شبکه های اجتماعی	۱، ۴، ۵
۴	فروش شخصی	ارائه در همایش ها و نمایشگاه ها	۱
۵	فروش شخصی	بازدید از ایرانداک و زنگ ایرانداک	۱
۶	فروش شخصی	معرفی سامانه از طریق نامه	۱
۷	تلفن ثابت	-	۵

جدول ۵: جزء ارتباط با مشتری در مدل کسب و کار

ردیف	نوع ارتباط	انگیزه ارتباط	توضیحات
۱	سلف سرویس	۱، ۲	-
۲	کمک شخصی	۱، ۲	-
۳	* نظرسنجی	۲	-

جدول ۶: جزء جریان های درآمدی در مدل کسب و کار

ردیف	راه درآمد	سازوکار قیمت گذاری*		مبلغ برآورد درآمد در سال جاری (ریال)
۱	* تبلیغات	مقطوع	فهرست قیمت	-
۲	حق استفاده	مقطوع	فهرست قیمت، * بر اساس بخش مشتری	۹۰,۰۰۰,۰۰۰ (سال ۹۹)

جدول ۷: جزء منابع کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام منبع	نوع منبع		روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۱	تجهیزات اداری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۳	ایرانداک
۲	ساختمان	فیزیکی	ساختمان	۳	ایرانداک
۳	سامانه	فیزیکی	سیستم / سامانه	۱	-
۴	تجهیزات سخت افزاری	فیزیکی	امکانات تولیدی / خدماتی	۱، ۲	ایرانداک

ردیف	نام منبع	نوع منبع	روش اکتساب منبع*	نام شریک (در صورت وجود)*
۵	شبکه و اینترنت	فیزیکی	۱، ۲	ایرانداک
۶	پشتیبان فنی سامانه	انسانی	۱	-
۷	توسعه دهندگان سامانه	انسانی	۱	-
۸	برند ایرانداک	معنوی	۳	ایرانداک
۹	دانش فنی توسعه سامانه تحت وب	معنوی	۱، ۲	ایرانداک
۱۰	پایگاه داده مشتریان (ایمیل مشتریان بالقوه)	معنوی	۱	-
۱۱	مشارکت ایرانداک - دکتر صدیقی	معنوی	۳	ایرانداک - دکتر صدیقی
۱۲	بودجه دولتی	مالی	۳	ایرانداک
۱۳	درآمد اختصاصی موسسه	مالی	۳	ایرانداک

جدول ۸. جزء فعالیت های کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	نام فعالیت	نوع انجام فعالیت	نام شریک
۱	طراحی رابط کاربری ساده و سازگار با زبان فارسی و مناسب برای انواع صفحه نمایش	۱	-
۲	توسعه قابلیت های مورد نیاز برای انتشار پرسشنامه در فضای مجازی نظیر لینک پاسخ به پرسشنامه عادی، رمزدار و با قابلیت افزودن به وبگاه شخصی	۱	-
۳	اتصال به درگاه پرداخت بانکی	۱	-
۴	توسعه قابلیت برای ذخیره سازی جواب ها بر روی مرورگر کاربر و ثبت در پایگاه داده سامانه	۱	-
۵	تحلیل آماری داده های جمع آوری شده، تولید نمودارها، و محاسبه آلفای کرونباخ	۱	-
۶	تولید فایل اکسل وزن دار و آماده برای SPSS	۱	-
۷	توسعه قابلیت برای ارسال دسته ای رایانامه با قابلیت ردگیری	۱	-
۸	تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	۱	-
۹	معرفی سامانه در اینترنت با استفاده از وب سایت، ایمیل و شبکه های اجتماعی	۱، ۲	ایرانداک
۱۰	معرفی سامانه در بازدهی ها از ایرانداک، همایش ها و زنگ ایرانداک	۱، ۲	ایرانداک
۱۱	پشتیبانی ایمیلی و آنلاین (چت آنلاین و تماس با ما) از سامانه	۱	-
۱۲	معرفی سامانه با ارسال نامه رسمی به زیر مجموعه های وزارت علوم	۱، ۲	ایرانداک

جدول ۹. جزء شرکای کلیدی در مدل کسب و کار

ردیف	دسته شریک	نام شریک	نوع مشارکت*	انگیزه مشارکت*
۱	۱۷- پژوهشگران آزاد (خارجی)	پژوهشگران همکار	۴	۳
۲	ایرانداک (سامانه به صورت مشارکت طراحی و ارائه شده است)	ایرانداک	۳، ۴	۱، ۳
۳	۳- اعضای هیئت علمی	دکتر صدیقی	۳، ۵	۱، ۴

جدول ۱۰. جزء ساختار هزینه در مدل کسب و کار

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۱	پرداخت حقوق پشتیبان فنی سامانه	ثابت	-
۲	پرداخت حقوق طراحان و توسعه دهندگان سامانه	ثابت	-
۳	خرید، به کارگیری، نگهداری و به روزرسانی زیرساخت سامانه (سرور مجازی)	ثابت	-
۴	تأمین اینترنت پرسرعت و تلفن ثابت	ثابت	-
۵	هزینه خدمات و نگهداری ساختمان	ثابت	-
۶	هزینه به روزرسانی، رفع باگ و ایجاد ویژگی های جدید در سامانه	متغیر	-
۷	هزینه خرید و نگهداری تجهیزات اداری	ثابت	-

طراحی مدل کسب و کار سامانه ها و خدمات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک) در سطوح پنج گانه مأموریتی □ ۱۹۰

ردیف	نام هزینه	نوع هزینه کرد*	برآورد هزینه کرد در سال جاری (ریال)
۸	هزینه معرفی سامانه در اینترنت، بازدید ایرانداک، همایش، زنگ ایرانداک و با ارسال نامه	متغیر، صرفه ناشی از مقیاس	-
۹	پرداخت سهم ایرانداک	متغیر	-
۱۰	هزینه تولید محتوای آموزشی و تبلیغی	متغیر	-
۱۱	هزینه به دست آوردن رایانامه مشتریان بالقوه	متغیر	-

Abstract

The existential goal of Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc) as a research institute is based on creating values and social effects, but in addition to this goal, commercialization of research achievements and commercial value creation are other important goals that this institute should pursue. In this research based on base research of Khedmatgozar (2019) designing a business model of systems and services of Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc) at five mission levels (including 1- research, 2- training, 3- scientific and technological information management, 4- Supporting science and technology policy-making, and 5- collaboration and coordination) was targeted. In order to achieve this goal, the implementation of three main steps in IranDoc was considered. In the first step, by selecting the 20 main systems and services of IranDoc based on the study of documents and announcing the opinion of the chairman, the business models of the selected systems and services of IranDoc were extracted using a questionnaire and supplementary interview, Using two validation methods of method and investigator triangulation. In the second step, based on the basic organizational documents and extracted business models of IranDoc systems and services, while mapping between systems / services and each of IranDoc's five key missions, and content analyze of business models corresponding to each mission, the business models in five mission was extracted and then validated. In the third step, in order to achieve the comprehensive business model of IranDoc, based on the extracted business models of systems and services, as well as the business models of the five key missions of IranDoc, by performing content analysis and triangulation as a validation method, IranDoc's comprehensive business model was extracted and presented. Finally, based on the research findings, an analysis of the research model at three levels is performed and based on them, suggestions are presented. The findings of this study can be used by managers and policy makers to expand the commercialization of IranDoc products and services.

Keywords: Business Model; Iranian Research Institute for Information Science and Technology (IranDoc); systems; services, Mission Levels



**Iranian Research Institute for
Information Science and Technology (IRANDOC)**

**Designing Business Models for Services and
Systems of Iranian Research Institute for
Information Science and Technology
(IranDoc) at Five Mission Levels**

By:

Hamid Reza Khedmatgozar

May 2021