

تجارت الکترونیکی تنها راه پیشرفت ایران مشکلات و راه کارها در اجرا

مهندس علیرضا شمسافر^۱ - مهندس فرداد شعرباف آذری^۲

شرکت تجارت الکترونیکی رسانا سیستم

چکیده :

در این مقاله ابتدا به تعریف تجارت الکترونیکی می پردازیم سپس آن را با تجارت سنتی مقایسه می کنیم . مزایا و حسن های های تجارت الکترونیکی را بر می شمیریم . مشکلات و موانع موجود در ایران را برای پیاده سازی تجارت الکترونیک تقسیم بندی کرده و هر یک را شرح می دهیم . راه کارهای مواجهه و چگونگی حل این مشکلات را مطرح کرده و تجربه عملی خود را در پیاده سازی تجارت الکترونیکی بیان می کنیم . در آخر نیز به افق تجارت الکترونیک در ایران و برنامه های آینده که برای ارتقای تجارت الکترونیکی در ایران ضروری است می پردازیم .

واژه های کلیدی : تجارت الکترونیکی - اینترنت - فروش الکترونیکی - پرداخت الکترونیکی - بانکداری

الکترونیکی - قوانین تجارت الکترونیکی

1- تجارت الکترونیکی

تجارت الکترونیکی بخشی از کسب و کار الکترونیکی، کسب و کار مبتنی بر رایانه و اقتصاد است. تجارت الکترونیکی از طریق شبکه گسترده جهانی، اینترنت، اکسترانت، شبکه مجازی شخصی، رمز نگاری لایه ایمنی اطلاعات و غیره صورت می گیرد. تجارت الکترونیکی تمامی فعالیت‌هایی که بنگاهها و افراد برای مبادلات انجام دهند را شامل می شود بطوری که تمام یا بخشی از این فعالیت‌ها از طریق اینترنت صورت می گیرد

1-1- انواع تجارت الکترونیکی :

ارتباط بنگاه با مشتری (B2C(Business to Consumer) در این حالت ارتباط بین فروشگاه و مشتری است. بیشترین سهم از تجارت الکترونیکی به این نوع دادو ستد اختصاص دارد

ارتباط بنگاه با مشتری (B2B(Business to Business) در این حالت ارتباط بین فروشگاه(تولید کننده) و فروشگاه (مصرف کننده) است. بیشترین سهم از تجارت الکترونیکی بعد از B2C به این نوع دادو ستد اختصاص دارد

1-1- کارشناس ارشد مخابرات و مدیر داخلی شرکت تجارت الکترونیکی رسانا سیستم

2-1- بازرگان و رئیس هیئت مدیره ی شرکت تجارت الکترونیکی رسانا سیستم

ارتباط مصرف کننده با مصرف کننده (C2C(Consumer _to_ consumer) در این حالت ارتباط خریدوفروش بین مصرف کنندگان است. مزایده‌ها و مناقصه‌های کالا از طریق اینترنت در این مقوله می گنجد. (p2p نوع خاص آن است)

ارتباط بین بنگاهها و سازمانهای دولتی (B2A(Business _to_ Administration) شامل کلیه تعاملات تجاری بین شرکتها و سازمانهای دولتی است. پرداخت مالیاتها و عوارض از این قبیل تعاملات محسوب می گردد. این حالت به عنوان ارتباط بنگاهها و دولت (B2G) (Business _to_ Government) نیز نامیده می شود.

ارتباط بین دولت و شهروندان (G2C(Government _to_ citizens) الگویی از تجارت الکترونیکی است که در آن ارتباط بین دولت و آحاد مردم که شامل بنگاههای اقتصادی، مؤسسات دولتی و کلیه شهروندان می باشد با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برقرار می گردد از این الگو تحت عنوان دولت الکترونیکی E_ government نیز یاد می شود.

ارتباط بین بنگاهها و کارمندان (B2E(Business _to_ Employee) الگویی از تجارت الکترونیکی است که در آن یک سازمان خدمات، محصولات یا اطلاعات مورد نیاز را به کارکنان خود تحویل می دهد.

فعالیت‌های تجاری سیار (MC(Mobile Commerce) شامل تعاملات تجاری است که در یک محیط بی سیم به صورت سیار انجام می پذیرد. ضمناً آن دسته از معاملات تجاری سیار که متوجه افراد معین در مکانها و زمانهای مشخص می باشد را (LC) یا Location Commerce گویند.

تجارت الکترونیکی درون سازمانی (Intra business) شامل کلیه فعالیتهای درون سازمانی در رابطه با مبادله کالا، خدمات یا اطلاعات بین واحدها و کارکنان مختلف یک سازمان می‌باشد.

ارتباط بین دولت‌ها (G2G (Government _to_ Government) این الگو شامل ارتباط تجاری بین دولت‌ها در زمینه‌هایی شبیه صادرات و واردات می‌باشد.

تجارت مشترک (CC (Collaborative Commerce) الگویی از تجارت الکترونیکی است که در آن افراد یا گروه‌ها بصورت پیوسته (Online) با یکدیگر همکاری و تشریک مساعی می‌نمایند.

2-1- تجارت الکترونیکی و تجارت سنتی :

در تجارت سنتی کلیه ی عملیات به صورت فیزیکی صورت می پذیرد یعنی با زبان ساده تر بشر ابتدا معاملات و تبادلات خود را کالا به کالا آغاز کرده سپس با اختراع پول مبادله به صورت پول در برابر کالا بوده است. در گام بعدی با رواج بانکها معاملات به صورت بانکی (چک) صورت گرفته که تا امروز نیز ادامه دارد در سال های اخیر نیز یک گام دیگر به جلو برداشته و کارت بانکها را جایگزین پول در معاملات کرده است. در تجارت الکترونیکی مدرن امروزی از پول الکترونیکی (پول مجازی) و محل خرید الکترونیکی به جای مکان و پول یا کارت فیزیکی استفاده می شود این تحول در سایه نیاز بشر به تکامل و راحتی زندگی صورت گرفته و می گیرد

3-1- مزایای تجارت الکترونیکی بر تجارت سنتی :

- ⊞ سرعت بالای فرآیند خرید و فروش همچنین بالا بودن سرعت جستجو خریدار در خرید از طریق اینترنت و سرعت بالا و وسعت اطلاعات بیشتر در مورد کالای مورد نظر خریدار
- ⊞ گسترش فضای انتخاب و مقایسه کیفیت و قیمت برای مشتریان و ایجاد حس رقابت در بین فروشندگان و در نتیجه تعدیل قیمت‌ها
- ⊞ امکان شرکت افراد مختلف از موقعیت های جغرافیایی مختلف در حراجی ها ی اینترنتی و زمان کمتر این حراجی ها که به نفع طرفین است
- ⊞ امکان تبادل نظر بین مشتریان و انتقال ایده هاو تجارب تجاری آنها به یکدیگر
- ⊞ دسترسی عمومی و حذف محدودیت جغرافیایی برای خرید کالا از نقاط مختلف
- ⊞ دسترسی به حسابهای بانکی و برداشت یا پرداخت الکترونیکی یا هر عملیات بانکی از طریق اینترنت در هر مکان و در هر زمان
- ⊞ کاهش هزینه های رفت و آمد شهری و در نتیجه کاهش آلودگی محیط زیست
- ⊞ حذف رابطه ها از معاملات و امکان ارتباط تجاری مستقیم تولید کننده با مصرف کننده که باعث تعدیل قیمت و ثبات اقتصادی می شود
- ⊞ گسترش بازارها به بازارهای بین المللی و ایجاد رقابت در نتیجه بهبود کیفیت

- ⊞ کاهش هزینه های تبلیغات و هزینه های سربار حذف بیلبورد های تبلیغاتی در نتیجه صرفه جویی در هزینه و زیبا سازی شهر
- ⊞ کاهش هزینه تولید، پردازش، توزیع و ذخیره سازی اطلاعات
- ⊞ ارتقای رفاه عمومی مردم
- ⊞ افزایش سرمایه گذاری و در آمد و جذب سرمایه خارجی
- ⊞ حذف و بهینه سازی بعضی از شغلها در نتیجه افزایش نیروی کار آماده
- ⊞ ایجاد فرصت های شغلی جدید در راستای تجارت الکترونیکی در زمینه بستر سازی ، بانکداری الکترونیکی ، برنامه نویسی، شبکه سخت افزاری ، کارهای تحقیقاتی و علمی حتی کشاورزی و....
- ⊞ حذف برخی مکانهای فیزیکی که در شهرهای بزرگ مانند تهران موجب ایجاد فضا های باز یا آزاد می شود که می توان به صورت بهینه از آنها استفاده نمود
- ⊞ کاهش جرم وبزه
- ⊞ امکان استفاده افراد در زمانهای مرده که باعث ایجاد زمان آزاد بیشتر و تحکیم پایه های خانواده می شود
- ⊞ و مزایای دیگر

2- پیاده سازی تجارت الکترونیکی در ایران :

برای پیاده سازی تجارت الکترونیک در ایران یک سری زیر ساختها و بستر سازی به طور گسترده مورد نیاز است . بازار ایران با دارا بودن پتانسیل بالا هم از لحاظ حجم معاملات چه از لحاظ مادی چه از لحاظ تعداد معاملات زمینه کافی و انگیزه ی بالای برای اجرا و پیاده سازی تجارت الکترونیکی ایجاد می کند ولی به دلایل برخی مشکلات که به آنها خواهیم پرداخت متأسفانه تا کنون حجم بسیار ناچیزی از مبادلات تجاری در ایران از طریق اینترنت صورت می گیرد. و نیاز به شرکتهای تخصصی تجارت الکترونیکی احساس نشده است و تعداد این شرکتهای در کشور بسیار کم است . ولی با روند رو به رشد دامنه شبکه جهانی اینترنت در ایران، مزایا و فرصت های مناسبی برای گسترش تجارت الکترونیکی در ایران ایجاد شده است که باید از آن در جهت رشد و تعالی کشور استفاده نمود . در ادامه به بیان مشکلات می پردازیم و راه کارها و تجارب خود را نیز مطرح می کنیم

2-1- مشکلات و موانع پیاده سازی تجارت الکترونیکی در ایران :

- عدم وجود بانکداری الکترونیکی به جز چند بانک در سایر بانکها ، سرعت حرکت به سوی بانکداری الکترونیکی که از زیر ساختهای اساسی تجارت الکترونیکی می باشد، بسیار کند است
- عدم اعتماد عمومی به تجارت از طریق اینترنت به علت عدم فرهنگسازی و نبود شرکتهای بازرگانی با اهداف بلند مدت در جهت جلب رضایت عمومی که مهمترین مشکل در اجرا همین مشکل می باشد

- ضعیف بودن بخش تجاری و بازرگانی در عرصه ی تجارت الکترونیکی و آشنایی کم مجریان فروشگاه های آن لاین به اصول تجارت و بازرگانی و مشتری گرایی در نتیجه ضعیف بودن اقتصاد دانش محور
- ضعف ابزارهای نرم افزاری در ارتباط با کاربردهای مختلف تجارت الکترونیکی
- عدم توجه به حقوق مشتری و مشتری مدار بودن در بیشتر سایتهای تجارت الکترونیکی در ایران برای مثال عدم ارائه رسید یا فاکتور یا عدم امکان مرجوعی
- فقدان استاندارد ها و قواعد پذیرفته شده ی جهانی در مورد امنیت
- عدم توسعه محیط حقوقی لازم برای پیاده سازی تجارت الکترونیک
- عدم اطلاع رسانی و آگاهی عمومی راجع به مزایای تجارت الکترونیک در ایران و عدم توسعه فرهنگ درست در استفاده از اینترنت
- مشتری مدار نبودن فروشگاههای اینترنتی و آگاهی نداشتن طرفین به حقوق خود
- پهنای باند پایین در اکثر نقاط ایران
- دسترسی عمومی افراد به اینترنت در سطح پایین در ایران در مقایسه با کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه
- کمبود روشهای مطمئن و کارا برای احراز هویت خریدار و فروشنده
- ضعیف بودن سیستم امنیتی برای حفظ امنیت و محرمانه بودن اطلاعات شخصی
- ضعف سیستم های پستی که به طور مستقیم به روی میزان خرید و فروش اینترنتی اثر می گذارد
- کمبود نیروی انسانی ماهر و متخصص
- کمبود سرمای گذاری و جذب سرمایه داخلی و خارجی در این بخش

2-2- راه کارهای پیشنهادی برای رفع مشکلات و موانع پیاده سازی تجارت الکترونیکی در ایران :

برای حل مشکلات بیان شده راه کارهای مختلفی وجود دارد که شرکتها و موسسات مختلف انواع این راه ها را امتحان کرده اند که در مواردی مشکل حل شده ولی در مواردی نیز مشکل حل نشده باقی مانده است . در عمل با پیاده سازی یک فروشگاه الکترونیکی در ایران مستقیما با مشکلات مواجه شده و برای آنها راه کارهای را اعمال کرده ایم که موفق بوده است پاسخگوی مشکلات باشد

در ابتدا به دنبال بستر لازم جهت ایجاد تجارت الکترونیک در ایران ، در مقابل بانکداری سنتی قرار گرفتیم خوشبختانه با توسعه بخش خصوصی در سیستم بانکی کشور بانکهای خصوصی در زمینه بانکداری الکترونیکی پیشگام بوده اند با ایجاد رقابت امروزه بانکها به سمت بانکداری الکترونیکی گام بر می دارند

برای پیاده سازی تجارت الکترونیک در ایران یک تیم متشکل از بازرگانان موفق (زیر ساخت و هدف تجارت الکترونیکی در نهایت انجام یک پروسه ی تجاری موفق است)، مهندسی IT، مهندسی نرم افزار، مهندسی شبکه و سخت افزار و در نهایت یک مدیریت دانش محور ابزار های لازم می باشند. لازم به توضیح است با فقدان هر یک از تخصص های ذکر شده در اجرای اولیه تجارت الکترونیک، در مرحله نتیجه گیری، پیاده سازی و ... به مشکلاتی بر خواهیم خورد که حل آنها از عهده ی سایرینرو ها خارج است پس داشتن این تیم یک به صورت کامل یک اصل ضروری است.

برای شروع کار باید یک اصل مهم را در تجارت در نظر گرفت که هر گونه تجارت باید مشتری محور باشد در غیر این صورت به شکست منجر خواهد شد برای روشن تر شدن موضوع به آمار زیر توجه کنید

- جذب یک مشتری 6 برابر پر هزینه تر از نگهداشتن مشتری فعلی است
- حفظ 5% از مشتریان قبلی، سودی معادل 25% تا 95% خواهد داشت
- 96% از مشتریان هیچگاه در رابطه با رفتار بد یا کیفیت بد محصولات شکایت نمی کنند و ناراضی می مانند
- 90% این مشتریان ناراضی دیگر به شرکت مراجعه نمی کنند
- هر کدام از این مشتریان ناراضی، علت ناراحتی خود را حداقل به 9 نفر می گویند
- 13% از مشتریان ناراضی، ناراضیتی خود را به بیش از 20 نفر منتقل می کنند

با توجه به این آمار و این سخن معروف که "هر سازمان فقط یک مدیر دارد و آن مشتری آن سازمان است، او می تواند همه ی کارمندان را اخراج کند از رئیس تا کارمندان جز را فقط کافی است پول خود را در جای دیگر خرج کند" اهمیت مشتری مدار بودن را مشخص می کند

به این منظور باید کلیه حقوق مشتری در تجارت الکترونیک رعایت شود لازمه ی این کار بررسی فروشگاههای اینترنتی و صدور مجوز برای فعالیت آنها به صورت تخصصی است که برای آن همانگونه که گفته شد تشکیل اتحادیه ی فروشگاه های اینترنتی ضروری است. توجه به مشتری و گسترش رضایت مندی مشتریان سبب بالا رفتن فرهنگ تجارت الکترونیکی و احساس امنیت مردم خواهد شد

در این زمینه برای جلب اعتماد عمومی دولت باید با بر شمردن مزایای خرید و فروش اینترنتی و نظارت مستقیم بر سایت های فروش اینترنتی جو مثبتی را در کشور برای توسعه ی تجارت الکترونیکی ایجاد کند

در مورد گسترش استفاده از اینترنت در سطح عام جامعه نیز دولت با سرمایه گذاری اولیه در توسعه ی دستیابی عمومی به اینترنت می تواند به سرعت با صرفه جوییهای انجام شده حاصل از تجارت الکترونیکی بازگشت سرمایه داشته و حتی به سود دهی ناشی از همین صرفه جویی نیز برسد این روند در مورد پست نیز صادق است. فقط با صرفه جویی سوخت که از استفاده از اینترنت حاصل می شود می توان تمام هزینه های اولیه مصرف شده در زمینه پست و ایجاد پهنای باند و گسترش شبکه ی اینترنت را پرداخت خوشبختانه با صدور اولین مجوز فعالیت صدور گواهی الکترونیکی در ایران مشکل احراز هویت در معاملات خاص برطرف شده است که در این مورد باید اطلاع رسانی کافی صورت گیرد تا اعتماد عمومی

جلب شده و این مراکز زیر نظر وزارت بازرگانی توسعه یابند. در تجارت B2C در اکثر موارد داشتن آدرس الکترونیکی و آدرس پستی افراد برای انجام معامله کافی می باشد متأسفانه در ایران شرکتها و اکثر سایتهای فروش برای ثبت نام اطلاعاتی از فرد می گیرند که در روند انجام معامله تاثیری نخواهد داشت و مشتری را نیز سردرگم میکند . کسب اطلاعات مفید و جزئی هم در بالا بردن اعتماد عمومی به خرید اینترنتی نقش خواهد داشت هم از سردرگمی و پیچیدگی خرید های اینترنتی خواهد کاست که خود یک مزیت بزرگ به شمار می رود.

با ایجاد فاکتور های تشویقی و تنظیم قوانین تخصصی تجارت الکترونیک و ایجاد رقابت می توان سرمایه گذاری داخلی و خارجی را در این بخش افزایش داد . برای مثال با فعال کردن قسمت تجارت الکترونیک کارخانجات تولیدی و ارتباط آنها با مشتریان خرده علاوه بر بهبود روند تولید ناشی از این ارتباط موجب تبلیغ و داشتن یک امتیاز خاص برای این کارخانه خواهد بود که به این چرخه وارد شده و از مزایای آن استفاده کرده دیگران نیز از این مزایا بهره مند می شود.

یکی دیگر از ابزارهای مهم پیاده سازی تجارت الکترونیکی در ایران و جهان پرورش نیروی ماهر در این زمینه است. نیروی ماهر به نیروی گفته می شود که علاوه بر داشتن تخصص در زمینه ی خود قابلیت ارتباط با سایر قسمت ها را نیز داشته باشد. به عنوان مثال یک مدیر بازرگان با اطلاعات در زمینه ی کامپیوتر و اینترنت در کنار مهندس کامپیوتر و IT با داشتن اطلاعات در زمینه ی بازرگانی و تجاری، راندمان بسیار بالا تری نسبت به یک بازرگان و یک مهندس کامپیوتر یا IT در کنار هم خواهند داشت . در این زمینه باید دانشگاه ها و مراکز آموزشی با دید تخصصی تری به تجارت الکترونیکی نگریسته و این دید را باید داشت که الکترونیک و دنیای کامپیوتر به کمک اقتصاد و بازرگانی آمده تا تجارت و بازرگانی راحتتر و با هزینه های پایین تری صورت گیرد. در این راستا ایجاد واحدهای درسی بازرگانی و اقتصادی در رشته های مهندسی IT و کامپیوتر و نیز واحدهای درسی کامپیوتر و اینترنت برای رشته های اقتصاد، مدیریت و بازرگانی ضروری به نظر می رسد. همچنین می توان با ایجاد آموزشگاه های تجارت الکترونیک و ملزم نمودن بازرگانان و تجار برای گذراندن دوره های آموزشی و اخذ گواهی از این آموزشگاه ها ، در جهت دریافت و تمدید مجوزهای بازرگانی اقدام نمایند که این امر به ارتقا دانش اقتصادی کشور کمک بسزای می نماید.

3- افق های تجارت الکترونیکی در ایران :

با رشد سریع کشورها به سوی اطلاعات و مدیریت IT کشور ما ایران نیز به این سو گام بر می دارد با توجه به شکاف تکنولوژی که بین کشورها به وجود آمده استفاده از این ابزار که به اقتصاد هر کشور کمک فراوانی می کند موجب کاهش این شکاف در بعد اقتصادی و امکان رقابت را برای کشورهای در حال توسعه با کشورهای توسعه یافته را فراهم می کند . با توجه به هرم جمعیتی کشور و گسترش روز افزون استفاده از اینترنت ، در آینده نه چندان دور شاهد تحولات عظیم اقتصادی در ایران خواهیم بود اگر بتوان با برنامه ریزی بلند مدت و پیشبینی شده از این امکان یعنی تجارت الکترونیکی در اقتصاد کشور استفاده نمود، شاهد نتایج مثبت و اثرات پر سود آن خواهیم بود آنچه در آینده برای هر ایرانی مهم خواهد بود چگونگی مهندسی زمان و وقت است . برای رسیدن به این مقصود باید

- ♣ سرعت بخشیدن به روند تشکیل دولت الکترونیک در ایران
- ♣ اصلاح زیر ساخت ها و ایجاد بستر جهت پذیرش و اجرای سیاست های دولت الکترونیک در سازمانها و نهادهای دولتی
- ♣ کمیته تخصصی تجارت الکترونیکی ، استاندارد هایی را معرفی کند که شاخص های تجارت موفق الکترونیکی و شاغلان در این زمینه باشد
- ♣ دولت با توجه به استانداردهای تهیه شده قوانینی را تصویب کند و بر کار زیر شاخه های زیربسط برای اجرای قانون نظارت داشته باشد
- ♣ با تبلیغات از طریق رسانه ها و مطبوعات عموم جامعه با تجارت الکترونیکی آشنا و مزایای آن ذکر گردد
- ♣ رشته های تخصصی تجارت الکترونیکی در دانشگاه ها ایجاد و نیرو های متخصص و ماهر را برای ارتقای تجارت الکترونیکی تربیت کند
- ♣ با تخصیص سوپسید به بخش ارتباطات و فن آوری اطلاعات هزینه ی استفاده از اینترنت با سرعت های بالا برای عموم کاهش یابد تا اقبال عمومی برای استفاده از اینترنت بیشتر شده و تجارت الکترونیک در کشور گسترده تر شود
- ♣ اصلاح تکنولوژی صنایع قدیم در جهت ذخیره سازی زمان و انرژی (از آنالوگ به دیجیتال) در راستای اهداف دولت و تجارت الکترونیک و توسعه ی صنایع جدید منطبق با تکنولوژی روز دنیا
- ♣ حذف صنایع نا کارآمد و ایجاد صنایع کار آمد با توجه به پتانسیل کشور و پیوستن به WTO

3- نتیجه گیری :

با توجه به موارد ذکر شده تجارت الکترونیک و پیوستن به سیکل پیشرفت دنیا تنها راه نجات کشورمان از رکود می باشد. برای توسعه و پیشرفت تجارت الکترونیک در ایران دولت و حمایت های آن همچنین قوانینی که اعمال می شود بهترین راه کار می باشد. افزایش آگاهی عمومی جامعه نسبت به اینترنت و مزایای آن نقش اساسی در رونق تجارت الکترونیک خواهد داشت. با بازنگری بعد اقتصادی و علمی تجارت الکترونیک در ایران پنجره ی جدیدی به روی ما گشوده شده است. پیشرفت در دنیا به صورت تصاعدی با استفاده از تکنولوژی روز لحظه به لحظه قابل حس است با از دست دادن لحظه ها سالها از دنیا عقب خواهیم ماند.

4- مراجع و مآخذ :

1. جعفری مصطفی ، دگرگونی مدیریت و مدیریت دگرگونی
2. جلالی اکبر ، تجارت الکترونیکی استفاده از تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات در سیستم های تجاری ، دهمین همایش بین المللی تجارت الکترونیک
3. نوبخت محمد باقر ، بررسی فرصت های تجاری کشورهای عربی و اسلامی
4. Baily, M.N., Lawrence, R.2., (2001). "Do We Have a New Economy" NBER, Cambridge, MA, WP8243.

Surf and download all data from SID.ir: www.SID.ir

Translate via STRS.ir: www.STRS.ir

Follow our scientific posts via our Blog: www.sid.ir/blog

Use our educational service (Courses, Workshops, Videos and etc.) via Workshop: www.sid.ir/workshop