

# كسب و كار الكترونيك الزامی در تجارت جهانی

## مقدمه

كسب و كار الكترونيك به عنوان يكي از زير زير مجموعه‌هاي فناوري اطلاعات و ارتباطات در دهه گذشته رشد بالايي را تجربه کرده است. به طوري كه رويکرد سياست اكثر موسسات تجاري در پذيرش و به كارگيري كسب و كار الكترونيك در جهت ورود به بازارهاي جهاني و جذب مشتريان جديد و موثر و كارا در اين راستاست. اما به كارگيري كسب و كار الكترونيك در فعاليت‌هاي تجاري نيازمند توجه به يك سري عوامل درونزا و برونزاي تاثيرگذار بر آن است. به طوري كه توجه بنگاه‌هاي تجاري به اين عوامل و برنامه‌ريزي در جهت استفاده مطلوب از فناوري كسب و كار الكترونيك ضمن آنكه موفقيت بهره‌برداري از آن را تضمين خواهد كرد، زمينه رشد بنگاه‌هاي استفاده كنند را نيز فراهم مي‌كند. بنا بر اين، در اين مقاله ابتدا تعاريف، انواع، شيوه‌ها، مزايای و معايب استفاده از كسب و كار الكترونيك بيان مي‌شود. در قسمت دوم چارچوب تحليلي كه در آن استفاده از كسب و كار الكترونيك منتهي به افزايش انگيزه صادراتي مي‌شود، تشریح مي‌گردد. در قسمت سوم به مطالعه موردی تجربه هند در اين زمينه اشاره شده و در نهايت پيشنهادهای در اين راستا ارايه مي‌شود.

## كسب و كار الكترونيك

- كسب و كار الكترونيك تعاريف متعددي دارد كه در زير به برخي از آنها اشاره مي‌شود:
- كسب و كار الكترونيك وسيله‌اي كه مسير رسيدن بنگاه‌ها به بازار را هموار مي‌سازد. مسيري كه مشتريان در آنجا اقدام به خريد کالا و خدمات مي‌كنند؛
  - كسب و كار الكترونيك وسيله‌اي است كه به استفاده‌كنندگان آن امکان رسيدن به مشتريان موثر و كارآمد را فراهم مي‌سازد؛
  - كسب و كار الكترونيك توانايي هدايت تجارت از طريق شبكه‌هاي الكترونيك نظير اينترنت و شبكه جهاني است.

## تجارت الكترونيك

بر اساس تعريف دفتر توسعه جامعه اروپا (OECD) به طور كلي تجارت الكترونيك، معاملات را در ارتباط با فعاليت‌هاي تجاري افراد و سازمان‌ها شكل مي‌دهد. اين فعاليت‌ها بر اساس پردازش و انتقال اطلاعات ديجيتالي (متن، صدا و تصاویر) مبتي هستند. تجارت الكترونيك، به مجموعه فعاليت‌هاي اطلاق مي‌گردد كه مستقيماً به وسيله ارتباطات الكترونيكي (شبكه‌اي) پشتيباني مي‌شود.

## تفاوت کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک

کسب و کار الکترونیک به مفهوم کلی شامل به کارگیری فناوری‌های جدید برای برقراری ارتباطات زنجیره‌ای بین سازندگان، فروشندگان، عرضه‌کنندگان و به طور کلی ارائه‌دهندگان کالا و خدمات از یک سو و خریدار و مصرف‌کننده و یا به طور کلی مشتری از سوی دیگر است و نتیجه آن اتخاذ تصمیم‌های بهتر، بهینه‌سازی کالا و خدمات، کاهش هزینه‌ها و گشودن کانال‌های جدید است. ولی تجارت الکترونیک به هر شکلی از نقل و انتقالات در تجارت اطلاق می‌شود که در آن طرفین، بیشتر از طریق الکترونیکی با یکدیگر در تماس هستند تا از طریق نقل و انتقالات فیزیکی. به عبارت دیگر، تجارت الکترونیک زیربخشی از کسب و کار الکترونیک در سازمان‌ها است، زیرا در کسب و کار الکترونیک، شکل الکترونیکی کلیه فرایندهای کسب و کار سازمان از قبیل تولید، تحقیق و توسعه امور اداری، مالی، مدیریت نیروی انسانی، پشتیبانی و تجارت مطرح است. در حالی که در تجارت الکترونیک تنها فرآیند تجارت سازمان به صورت الکترونیک یک جزء بنیادی از کسب و کار الکترونیک به حساب می‌آید.

کسب و کار الکترونیک باعث می‌شود تا فرایندهای تجارت، روابط و داد و ستد جهانی گردد. محیط تجاری شرکت، ممکن است، شامل یک شبکه جهت دسترسی به سازمان‌های عمومی یا شبکه‌هایی که با محافظت خاص برای دسترسی افرادی خاص طراحی شده و یا حتی شبکه داخلی باشد که برای دسترسی افراد و کارمندان داخل شرکت طراحی شده است. کسب و کار الکترونیک تنها قرارداد یک صفحه شبکه‌ای نیست. بلکه محیط مدل‌های تجاری اعم از تجارت با کارمندان، مشتریان، تامین‌کنندگان و شرکا است. (سرمد، ۱۳۸۲، ص ۳)

## انواع کسب و کار الکترونیک

کسب و کار الکترونیک بسته به اینکه طرف‌های معامله سازمان‌ها یا افراد باشند به انواع زیر تقسیم می‌شوند. در اینجا روابط بر مبنای اهداف تجاری شکل می‌گیرد.

واحد تجاری با واحد تجاری (BUSINESS TO BUSINESS=B2B)؛

واحد تجاری با مصرف‌کننده (BUSINESS TO CONSUMER= B2C)

مصرف کننده با مصرف کننده (CONSUMER TO CONSUMER= C2C)

واحد تجاری با دولت (BUSINESS TO GOVERNMENT= B2G)

دولت با واحد تجاری (BUSINESS-G2B GOVERNMENT TO)

## معایب کسب و کار الکترونیک

مساله امنیت، امکان ورود به سیستم‌های شما از طریق آدرس پست الکترونیکی، سایت شبکه و دستیابی به اطلاعات مالی و غیره؛

اختلال در برنامه کاری در صورت خرابی سیستم؛

از دست دادن کنترل؛

مشکلات و هزینه‌های به روز بودن با فناوری‌هایی که به سرعت پیشرفت می‌کنند.

## چارچوب تحلیلی

گسترش و نفوذ هر فناوری بستگی به چند عامل نظیر منافع بالقوه فناوری، ظرفیت جذب بنگاه‌ها دارد. منافع بالقوه نه تنها به تولیدکنندگان کالاها و خدمات می‌رسد که از فناوری جدید استفاده می‌کنند، بلکه مصرف‌کنندگان آن کالاها و خدمات نیز از آن بهره‌مند می‌شوند. برای مثال، رشد سریع اینترنت باعث می‌شود هم عرضه‌کنندگان و هم مصرف‌کنندگان از مطلوبیت بیشتری برخوردار گردند. پذیرش فناوری کسب و کار الکترونیک تابعی از چندین عامل است. این عوامل در اکثر مواقع اثر تقویت‌کننده دو جانبه‌ای (متقابلی) بر یکدیگر دارند.

ملاحظات بین‌المللی شامل صادرات، واردات فناوری و... است در تعامل با کسب و کار الکترونیک، اثر تقویت‌کننده بر یکدیگر دارند. در این حالت بنگاه در سطح بین‌المللی با پذیرش کسب و کار الکترونیک واردات و صادرات خود را بر مبنای اصول استاندارد کسب و کار الکترونیک شکل می‌دهد. از طرف دیگر قرار گرفتن کالا و خدمات در فضای تجارت الکترونیکی موجب حذف فاصله بین مبدا و مقصد کالاها و خدمات می‌گردد و تغییرات اساسی در بازارهای هدف به وجود می‌آورد. موفقیت در این فرایند، منوط به مدیریت کارا و حرفه‌ای است. مدیریت حرفه‌ای با درک و شناخت از فضای ارتباطات بین‌المللی، شیوه‌های کسب و کار الکترونیک را متناسب با ملاحظات بین‌المللی تطبیق می‌دهد. از طرف دیگر، مدیریت حرفه‌ای با تجارت مدرن روابط غیرمعمول را تصحیح می‌کند. حجم عملیات، اثرات دو سویه‌ای را بر کسب و کار الکترونیک دارد. از آنجایی که استفاده از کسب و کار الکترونیک باعث دستیابی به انبوهی از مشتریان با سلیق مختلف می‌گردد. لذا بنگاه‌های فعال در امر تجارت بین‌المللی با گسترش ظرفیت تولیدی و تنوع بخشی به تولیدات کالا و خدمات سعی در جذب مشتریان بیشتر است. یکی از شرایط مهم دیگر در کسب و کار الکترونیک وجود شبکه ارتباطی قوی همراه با اطمینان بالاست.

دسترسی به پهنای باند بالاتر در اختیار هیچ کدام از بنگاه‌ها نیست. پهنای باند قسمتی از زیرساخت‌های نهادینه شده توسط دولت است. هر قدر این پهنای بالاتر باشد، حجم و سرعت اطلاعاتی که رد و بدل می‌کند بیشتر خواهد بود. از این رو با در نظر گرفتن نقش مهمی که این عامل می‌تواند در موقعیت خدمات شبکه با توان بالا داشته باشد، خصوصی‌سازی و مقررات‌زدایی خدمات ارتباطی به منظور افزایش کارایی در سیستم مخابرات در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته مورد تأکید قرار می‌گیرد. متغیرهای رفتاری نظیر میزان مهارت نیروی انسانی بنگاه‌ها، حجم سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و نرخ‌های دستمزد، از عوامل مهمی هستند که در پذیرش کسب و کار الکترونیک توسط بنگاه‌ها موثرند. هر قدر بنگاه تجاری در سطح بین‌المللی از نیروی انسانی متخصص بیشتری برخوردار باشند و منابع بیشتری را به سرمایه‌گذاری تخصیص دهد، موقعیت بهتری در جذب و پذیرش کسب و کار الکترونیک دارد.

همچنین دستمزدهای بالا همیشه انگیزه عمده‌ای برای نیروی کار جهت افزایش کارایی و نوآوری به حساب می‌آید. در نتیجه به کارگیری کسب و کار الکترونیک منافع متعددی را به دنبال دارد. علی‌رغم اینکه بسیاری از منافع موجود در شکل یک ذکر گردید، بسیاری از بنگاه‌ها به دلیل پایین بودن هزینه مشارکت را قبول می‌کنند اینترنت باعث ارزانی دسترسی به اطلاعات و بازارهای جهانی می‌شود.

این عامل موجب می‌گردد سرعت عمل در بازارهای چند منظوره که برای تولید کالاها و اطلاعات است، بالا برود. به طور بالقوه شکل تازه‌ای به سازمان‌دهی زیرساخت مشاغل موجود می‌بخشد و با ارزش‌گذاری مجدد، راه را برای انجام معاملات تجاری باز می‌کند و با مهندسی مجدد بازرگانی محدودیت‌هایی که به طور سنتی تولیدکنندگان را از مشتریان جدا می‌ساخت رها می‌سازد. از سوی دیگر، فعالیت‌های منفصل و جدا از هم نظیر سفارش، پرداخت و خدمات بعد از فروش، ممکن است به یک فرآیند واحد ادغام شده و باعث کاهش هزینه‌های اعتباری گردد. نتیجه چنین فرآیندی منتهی به افزایش کارایی و رقابت‌پذیری در بین بنگاه‌های صادراتی است.

## شیوه‌های کسب و کار الکترونیک

به طول کلی سه شیوه معاملات کسب و کار الکترونیکی وجود دارد: =LINE OFF در این شیوه بنگاه‌ها برای انجام فعالیت‌های تجاری از سیستم پست الکترونیکی استفاده می‌کنند. =ON LINE در این شیوه & بنگاه‌ها از طریق «تعیین کننده متحدالشکل منبع» (RESOURCE LOCATOR= URL UNIFORM) اقدام به معاملات تجاری می‌کنند.

URLها آدرس‌هایی هستند که ساختار آن‌ها برای همه کامپیوترها یکسان است و به وسیله آن می‌توان به منبع مورد نظر دست یافت (اسنل، ۱۳۷۹، ص ۷۷). دروازه شبکه (PORTAL) یک صفحه شبکه است که در آن لینک‌هایی برای رفتن به سایت‌های محتوی اخبار مربوط به موضوع‌های مختلف وجود دارد. این صفحات دارای تعداد زیادی آدرس با موضوع‌های مختلف هستند. (اسنل، ۱۳۷۹، ص ۹۷). خدمات دروازه شبکه اغلب شامل موتورهای جستجوگر، پست الکترونیکی، چت، نقشه‌ها، فروش و گزینه‌های دیگری برای مشتریان است. در واقع دروازه‌های شبکه هدفی برای تبلیغات و بازاریابی هستند. مزایای استفاده از کسب و کار الکترونیک:

نزدیک شدن ارتباطات؛

دستیابی به بازارهای جدید؛

افزایش میزان فروش و سود؛

حذف هزینه‌هایی مانند تهیه کاغذ، چاپ، بروشور و کاتالوگ؛

کاهش هزینه‌های معاملاتی و تدارکاتی؛

بهبود مدیریت بر روابط مصرف‌کننده، عرضه‌کننده و کارکنان؛

کاهش آلودگی محیط زیست، ترافیک و ازدحام.

## هند

لعل (۲۰۰۲) به منظور ارزیابی رابطه بین کسب و کار الکترونیک و صادرات، مطالعه‌ای را در هند انجام داده است. در این مطالعه ۵۱ بنگاه تجاری در سه گروه غیرصادراتی، صادراتی و صرفاً صادراتی با توجه به شاخص‌های زیر مورد بررسی قرار گرفته است :

شیوه‌های کسب و کار الکترونیک؛  
میزان مهارت نیروی کار شاغل در بنگاه‌ها؛  
فناوری مورد استفاده در بنگاه‌ها؛  
بهره‌وری نیروی کار بنگاه‌ها.

وی در این تحقیق انگیزه صادراتی را تابعی از عوامل فوق‌تر قرار داده و به نتایج زیر رسیده است:  
بنگاه‌هایی که رویکرد صادراتی دارند برعکس بنگاه‌های غیرصادراتی در معاملات تجاری بیشتر از شیوه دروازه شبکه به جای شیوه سنتی OFF-LINE استفاده می‌کنند.  
میزان حجم فروش بنگاه‌های صادرات‌گرا بیشتر از بنگاه‌های غیرصادراتی بوده و در این بنگاه‌ها میزان فروش انجام شده توسط شیوه دروازه شبکه به مراتب بالاتر از سایر روش‌هاست.  
میزان تخصص و بهره‌وری نیروی کار در بنگاه‌های صادرات‌گرا نسبت به بنگاه‌های غیرصادراتی در سطح بالایی قرار دارد. بیشترین میزان بهره‌وری نیروی کار در سه گروه بنگاه‌ها مربوط به شیوه دروازه شبکه از کسب و کار تجارت الکترونیک است. همچنین نیروی کار متخصص در بنگاه‌های صادرات‌گرا بر شیوه دروازه شبکه متمرکز شده‌اند. این در حالی است که در بنگاه‌های غیرصادراتی شیوه کسب و کار الکترونیک بیشترین نیروی کار متخصص را جذب کرده است.

## نتیجه‌گیری

با توجه به چارچوب تئوریک مطرح شده و بررسی تجربه هند از کسب و کار الکترونیک برای افزایش انگیزه صادراتی پیشنهادت زیر برای بنگاه‌های تجاری فعال در امور بازرگانی به بنگاه‌های بین‌المللی توصیه می‌شود. ورود به سازمان تجارت جهانی و قرار گرفتن در وضعیت رقابتی امری اجتناب‌ناپذیر است. از این رو استفاده از فناوری‌های نوین تجاری در بنگاه‌های صادراتی مورد تأکید قرار می‌گیرد.  
از آنجا که موفقیت در کسب و کار الکترونیک نیازمند توجه به عوامل جانبی و تأثیرگذار بر آن است. لذا مدیریت حرفه‌ای و به‌کارگیری نیروی کار متخصص برای تقویت کسب و کار الکترونیک برای بنگاه‌ها توصیه می‌شود.

## منابع

- تافلر (الوین)، موج سوم، ترجمه: شهیندخت خوارزمی.
- ساروخانی (حسین)، مجموعه مقالات همایش نقش اطلاع‌رسانی در بازار کار، شیوه‌های جدید کاریابی و نقش تکنولوژی اطلاعات در رشد و توسعه بازار کار
- سایت اینترنتی: [www.cibclub.com](http://www.cibclub.com)
- کنکاشی در تجارت الکترونیک، وزارت بازرگانی، معاونت برنامه‌ریزی و بررسی‌های اقتصادی.

# فهرست

|   |  |
|---|--|
| ۲ | مقدمه.....                                       |
| ۲ | کسب و کار الکترونیک.....                         |
| ۲ | تجارت الکترونیک.....                             |
| ۳ | تفاوت کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیک..... |
| ۳ | انواع کسب و کار الکترونیک.....                   |
| ۳ | معايب کسب و کار الکترونیک.....                   |
| ۴ | چارچوب تحلیلی.....                               |
| ۵ | شیوه‌های کسب و کار الکترونیک.....                |
| ۵ | هند.....   |
| ۶ | نتیجه‌گیری.....                                  |
| ۶ | منابع.....                                       |