

مراحل شکل گیری اقتصاد دیجیتالی

بی توجهی به مفهوم درست و اصیل تجارت الکترونیکی سبب شده که در تدوین برنامه ها و راهکارها مسیر درستی طی نشود و بخش قابل توجهی از منابع کشور به هدر رود.



بی توجهی به مفهوم درست و اصیل تجارت الکترونیکی سبب شده که در تدوین برنامه ها و راهکارها مسیر درستی طی نشود و بخش قابل توجهی از منابع کشور به هدر رود. در سالیان اخیر نظام هماهنگ و سازگاری که ایجاب می کرد مجموعه فعالیتهاى مربوط به تجارت الکترونیکی متناسب با نظریه ها و تئوری ها، هدایت شود، به طور صحیح شکل نگرفته است. در این گزارش ضمن بررسی مفاهیم پایه تجارت الکترونیک و مراحل تکاملی آن درخصوص جزئیات اقتصاد دیجیتالی بحث می شود.

• مراحل شکل گیری اقتصاد دیجیتالی

در دهه ۹۰ شاهد وقوع دو انقلاب بودیم که نتیجه ای اساسی و بنیادی را به دنبال داشت. انقلاب اول، انقلاب جهانی شدن بود و دیگری انقلاب ارتباطات و فناوری اطلاعات (ICT) که نتیجه وقوع این دو انقلاب، شکل گیری پدیده ای به نام «اقتصاد جدید» بود. انقلاب ICT این امکان را فراهم کرد که بنگاه ها و صنایع از کارایی بالاتری برخوردار شوند. صنایع و خدمات جدید در سطح بهتری امکان ظهور پیداکنند و متناسب با آن، بهره وری در عرصه

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳

۸۱۴۶۵ - ۹۴۴

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۷۷۷۰

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۱۲۴۱

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

سندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،
خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل:

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

۱۰۰۰-۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

اقتصاد (چه بهره وری کل و چه بهره وری عوامل) از یک روند فزاینده برخوردار شود و نهایتاً استانداردهای زندگی بهبود پیدا کند، اقتصاد دیجیتالی مفهومی نیست که یکباره خلق شده باشد، بلکه در یک روند تکاملی شکل گرفت. مراحل تکاملی را که منتهی به پیدایش اقتصاد دیجیتالی شده می توانیم به این شرح بیان کنیم:

دوره اول) اقتصاد مبتنی بر مزیت نسبی: در این دوره اقتصاد بر مزیت نسبی مبتنی بود.

عنصر اصلی تحرك اقتصاد در این دوره صناعی هستند که بر مزیت نسبی استوارند و اساساً عوامل تولید و مواد خامی که در هر کشور به عنوان منابع پایه ای و مبتنی بر طبیعت در آن کشورها دارای فراوانی بودند، مبنای برتری و پیشروی و رهبری اقتصاد تلقی می شدند. در این دوره، ارتباطات عمدتاً معطوف یا محدود به خطوط راه آهن، راه ها و فرودگاهها بود زیرا اساساً در این دوره سخت افزارها و منابع طبیعی بیشتر مورد توجه قرار می گرفت.

دوره دوم) اقتصاد مبتنی بر مزیت رقابتی: به تدریج ملاک ها تغییر پیدامی کند و اقتصاد مبتنی بر مزیت نسبی متحول می شود و مزیت رقابتی مورد توجه قرار می گیرد. البته در این دوره هم هنوز یک سری از منابع اساسی و طبیعی مانند منابع انرژی بخصوص نفت دارای نقش خاص هستند.

این دوره مبتنی و متکی به آنچه داشته ایم نمی شود. به عبارت دیگر داشته ها مبنای برتری، پیشروی و رهبری قرار نمی گیرد، بلکه به تدریج بهبود فرآیندها و شکل گیری سرمایه انسانی موضوعیت پیدامی کند. اما هنوز نقش اساسی خود را پیدا نکرده است. از این رو در عرصه بین الملل بازیگران جدیدی ظاهر می شوند که در ساماندهی اقتصاد جهانی می خواهند ایفای نقش کنند و دیگر این گونه نیست که یک دولت به واسطه بهره مندی از منابع فراوان طبیعی و قدرت بزرگ جغرافیایی یا در واقع مبتنی بر طبیعت، بتواند قدرت حکمرانی پیدا کند. نهادهایی ظهور و بروز پیدامی کنند که در ساماندهی روابط بین الملل ایفای نقش می کنند. نهادها و روابط بین الملل در اقتصاد، به جای کشورها و دولت های آن کشورها، دارای برجستگی و برتری خاصی می شوند و این جایگزینی صورت می گیرد. داشته های طبیعی جای خود را به قابلیت های دیگر می دهد که به عنوان قابلیت های مزیت ساز مطرح می شوند.

هنوز این دوره را نمی توانیم دوره «مبتنی بر دانش» بگوییم، اما باید به این نکته اشاره کنیم که در این دوره اگرچه دانش و دانایی پایه اساسی کار نیست. اما دارای نقش قابل توجهی است که در عرصه های گوناگون می توان آن را ملاحظه کرد.

به عنوان مثال باتوجه به آنچه در حوزه اقتصاد بر روی مدل های رشد کارمی شود ملاحظه می کنیم که کم کم دانش جای خود را پیدامی کند، البته در عرصه های دیگر نیز وضع بر همین منوال است.

دوره سوم) اقتصاد دیجیتالی: در مرحله سوم وارد مرحله اقتصاد دیجیتالی می شویم. در این دوره مرزها درنوردیده می شود. زیرا آن مراحل تکاملی حضور دانش و نرم افزارها در عرصه اقتصاد به مرحله ای از بلوغ می رسد که کاملاً فناوری دیجیتالی و شبکه های ارتباطی با ساختار جدید مبنای کار قرار می گیرد. بخصوص با گذشت زمان و انباشت سرمایه این روند به کاهش هزینه ها منجر می شود و از این طریق کالاهایی مانند تراشه های رایانه ای، نیمه هادی ها، ریزپردازنده ها و رایانه های شخصی می تواند به عنوان موتور محرک اصلی ایفای نقش کنند و هزینه های «سرمایه بر» به «دانش بر» تغییر ساختار می دهد و نقش بسیار اساسی پیدامی کند.

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳

۸۱۴۶۵ - ۹۴۴

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۷۷۷۰

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۱۲۴۱

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

سندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل:

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

۱۰۰۰-۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

در این دوره تغییرات فناوری موجب توسعه نوآوری می شود. در مورد کالاهای صنعتی که در این دوره تولید می شود دیگر نمی توان گفت دارای «شکل واحد» هستند. در دوره ای «تولید انبوه» بدون توجه به نیاز مشتری و متقاضی صورت می گرفت اما در اینجا تولید انبوه به سبب بهره مندی از بازدهی نسبت به مقیاس همچنان وجود دارد اما متفاوت با دوره قبل است، زیرا تولید انبوه در این دوره به واسطه فعال شدن، عمیق شدن و به روز شدن ارتباط ها، امکان دریافت سلیقه ها به صورت منظم و مرتب و سازمان دهی تولید براین اساس را امکانپذیر می سازد.

در این دوره پایه و مبنای اقتصاد به جز نوع و سطح ارتباطات نیست و با این تلقی، ممکن است دیگر تولید انبوه موضوعیت نداشته باشد، ملاحظه می شود که در اقتصاد جهانی تولید انبوه چندان موضوعیت ندارد زیرا توزیع به صورت هم زمان و فراگیر صورت می گیرد.

بنابراین در این حوزه تفاوت اساسی و پایه ای رخ می دهد و اینترنت ظهور پیدامی کند و اساساً فناوری درحالت کلی آن، تجارت و انواع اجزایش بخصوص «کسب و کار» دارای برجستگی می شود، به طوری که «بیل گیتس» در آخرین مصاحبه اش گفت: اشتباهی که کردم این بود که نخواستم خودم مستقیماً اینترنت را به مردم بدهم. بلکه از طریق ISP ها و با چند واسطه این کار را انجام دادم. درحال حاضر پروژه آنها این است که تا سال ۲۰۲۰، ۳۲ ماهواره مدار کوتاه را در مدار زمین قرار دهند تا هرکسی همان گونه که از طریق کانال تلویزیونی می تواند با تلویزیون ارتباط برقرار کند به طور مستقیم به اینترنت دسترسی داشته باشد.

در این صورت آیا ایجاد محدودیت برای دسترسی به سایتهای اینترنتی در آینده نه چندان دور غیرممکن نخواهد بود؟ باید بدانیم تجارت الکترونیکی نیز مراحل تکاملی را طی کرده است. در دوره آغازین بلوغ تجارت الکترونیک، مبادله الکترونیک داده ها مرسوم بود اما اساساً نمی توان گفت آن دوره با دوره ای که با عنوان تجارت الکترونیکی طبقه بندی می کنیم هم سطح است. در این دوره دو مقوله درکنار یکدیگر بحث تجارت الکترونیکی را به وجود می آورند. یکی موضوع «EDI» و دیگری بحث اینترنت. به عبارت دیگر بحث مبادله الکترونیک داده ها دیگر به تنهایی به عنوان تجارت الکترونیکی مطرح نیست، بلکه مرزها تا حدی جلوتر می رود. زیرا در سایه تحول اساسی تری که پیرو انقلاب ICT شکل گرفته و پدیده اینترنت به عنوان حالت جهان شمول آن ظهور و بروز پیدا کرده و تجارت الکترونیک نیز دارای ساختار جدید می شود.

در اینجا می گوئیم که مبنای اقتصاد جدید، شکل گرفته است و از یک طرف با اقتصاد جهانی مرتبط شده که در آن جریانهای بین المللی کالا، خدمات، سرمایه و دیگر عوامل تولیدی آزاد شده یا آزادمی شود و از طرف دیگر با انقلاب اطلاعات و ارتباطات پیوندخورده است. در این اقتصاد دیگر «یادگیری» به تنهایی کافی نیست، بنابراین متناظر با آن سعی می کند همیشه به یافته های جدیدی دست پیدا کند که بتواند با حفظ سطح ابتکار، همواره گوی سبقت را از دیگران برآید، در اینجا است که اقتصاد دارای خصوصیات خاص می شود و البته حسن این دوره در آن است که نوآوری ها و ابداعات نمی تواند به مدت طولانی در انحصار قرارگیرد، زیرا نوع تکنولوژی، نوع ارتباطات که از مختصات این دوره است این اجازه را نمی دهد. بنابراین می بینیم که سرریز آن در دوره کوتاهی، اقتصاد را دچار تحول می کند و در یک دامنه وسیع تر سبب ارتقای سطح اقتصاد می شود که در آن افزایش بهره وری در مقیاس خرد و کلان کاملاً نمایان است.

در اینجا می توان به اختصار برخی از مختصات اقتصاد نوین و اقتصاد سنتی را مرور کرد. در اقتصاد سنتی، بحث تمرکز دارای برجستگی است و به عنوان یک معیار و مزیت شناخته می شود. در صورتی که در اقتصاد نوین اینگونه نیست و نوع بازدهی متفاوت است. در اقتصاد سنتی بازدهی ثابت است ولی در اقتصاد نوین بازدهی فزاینده است. قیمت ها در اقتصاد سنتی فزاینده است و در اقتصاد نوین نزولی، در اقتصاد سنتی شرکت مبنای حداکثرسازی ارزش می شود، در اقتصاد نوین شبکه این نقش را ایفا می کند. در اقتصاد سنتی ابداعات

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳

۹۴۴ - ۸۱۴۶۵

۰۳۳۲۷۷۷۰ ۳۱۱ ۹۸+

۰۳۳۲۱۳۴۱ ۳۱۱ ۹۸+

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

سندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل:

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

۰۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲ ۹۸+

۰۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳ ۹۸+

۰۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲-۱۰۰۰

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

افزایشی است. اما در اقتصاد نوین جرقه ای است. اقتصاد سنتی دارای رشد خطی و تکنولوژی مبتنی بر ماشین است. اما اقتصاد نوین دارای رشد نمایی همراه با تکنولوژی متمرکز بر انسان است و اساساً بازار جای خود را به فضا می دهد. در این اقتصاد با این مختصات، باید دنبال يك «هسته» باشیم تا به صورت اتوماتیک عمل کرده و سامان دهی آن ایجاد موج کند و بقیه اجزا را با خود ببرد.

به عبارت دیگر در پیکره اقتصاد الکترونیکی و اقتصاد جدید باید بخش یا قسمت مرکزی را پیدا کنیم که اگر روی آن متمرکز شویم و سرمایه گذاری کنیم و آن را رشد دهیم بتواند با آثار تبعی و القایی، دیگر بخش ها را هم به جلو بکشاند.

از این رو تجارت الکترونیکی باید به عنوان هسته اصلی برگزیده شود تا تحولات دیگر را ایجاد کند. و همچنین دانش به عنوان عامل اصلی رقابت در اقتصاد نوین است و باید مفهومی که از این عبارات در سطح جهان مطرح است به درستی درک شود تا براساس آن بدانیم که چه قدم هایی برای آینده کشورمان برداریم و تا وقتی جامعه ما سنتی است، شیوه های مدرن در جامعه های سنتی نمی تواند به خوبی جواب دهد. یکی از بهترین راه های تغییر فرهنگ تغییر نگرش افراد از طریق آموزش است و این تغییر نگرش در انسان های دانش محور اتفاق می افتد و یکی از مشکلاتی که در جامعه ما برای رسیدن به این اقتصاد وجود دارد، عدم آموزش در زمینه کار جمعی است، این موضوع هم در سطح ملی و هم در سطح جهانی کشور ما را دچار مشکل کرده است.

● مفهوم تجارت الکترونیکی:

- در این مورد تعاریف زیادی شده است که به اختصار به نمونه هایی از این تعاریف اشاره می کنیم:
- (۱) تجارت الکترونیک عبارت است از انجام فرایند مبادله کالا در شبکه های رایانه ای از جمله اینترنت.
 - (۲) تجارت الکترونیک شامل انجام کلیه فعالیت های بنگاه ها و افراد برای مبادلات در محیط الکترونیکی است به طوری که تمام یا بخشی از این فعالیت ها از طریق شبکه های رایانه ای از جمله اینترنت صورت بگیرد.
 - (۳) «توربان» یکی از صاحب نظران عرصه تجارت الکترونیک در سال ۲۰۰۴ تعریفی از تجارت الکترونیک و کاربردهای آن برمی شمارد. این کاربردها شامل بازاریابی مستقیم، جست و جوی شغل، بانکداری on Line، تجارت سیار، حراجی ها، دولت الکترونیک، خرید الکترونیکی، انتشارات on Line است که این کاربردها نشان دهنده وسعت دید توربان به تجارت الکترونیک است. توربان این نوع تجارت را شامل شرکای تجاری (بازارهای داد و ستد الکترونیکی)، خدمات حمایتی، بازاریابی و تبلیغات و سیاست های دولت (مالیات، قوانین و مقررات و استانداردهای فنی) می داند.
 - (۴) تجارت الکترونیکی را می توان از جنبه های مختلفی تعریف کرد از جنبه ارتباطات عبارت است از تحویل کالاها، خدمات و اطلاعات یا پرداخت به وسیله شبکه های کامپیوتری یا هر ابزار الکترونیکی دیگر از جمله از طریق موبایل و حتی از طریق تلویزیون.
- از جنبه فرایند ها عبارتست از انجام الکترونیکی فرایندهای کسب و کار از طریق شبکه و جایگزینی اطلاعات به جای فرایندهای فیزیکی.
 - از دیدگاه خدمات، ابزاری است برای ابلاغ تمایلات دولت، شرکت ها، مصرف کنندگان و مدیران همراه با کاهش هزینه ها در ارائه خدمات، افزایش سرعت در ارائه خدمات و بهبود کیفیت ارائه خدمات.
 - از دیدگاه آموزش عبارتست از فراهم کردن امکان آموزش on Line و امکان تحصیل در دانشگاه ها و دبیرستان ها و سازمان ها.
 - از دیدگاه جامعه، تجارت الکترونیکی این امکان را فراهم می کند که اعضای جامعه بتوانند بهتر یاد بگیرند و با یکدیگر همکاری کنند. بنابراین تجارت الکترونیکی طیف وسیعی از کاربردها و مفاهیم را در بر می گیرد.

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳
۸۱۴۶۵ - ۹۴۴
+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۷۷۷۰
+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۱۲۴۱

www.pardakht.ir
Info@pardakht.ir

کد پستی:

سندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱
+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲
+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳
۱۰۰۰-۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲

www.pardakht.ir
Info@pardakht.ir

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل:

● مراحل تکاملی تجارت الکترونیک:

مراحل تکاملی تجارت الکترونیک شامل مراحل سه گانه است که در مرحله اول باید زیرساخت های تکنولوژی، اقتصادی، اجتماعی و قانونی ایجاد شود. در مرحله دوم پس از ایجاد زیرساخت ها، تجارت الکترونیکی مینا قرار می گیرد. فرایندها چه در محیط کسب و کار بنگاهی و چه در محیط کسب و کار کشوری بهبود پیدا می کند و به روز می شود، به عبارت دیگر فرایندها، اصلاح و الکترونیکی می شود. مرحله سوم یعنی انعقاد کامل تجارت الکترونیکی در کشور که در آن متغیرها متحول می شود و منافع تجارت الکترونیکی در عرصه اقتصاد بروز می کند.

● مدل های تجارت الکترونیک

مدل های تجارت نوع اول و مدل های نوع دوم ضرورتاً با شیوه تجارت سنتی همراه است. در این مدل ها فروشگاه های الکترونیکی وجود دارد. در این تعاریف «بازار» دسته سوم نیز وجود دارد. در مدل های تجاری نوع دوم، افزایش ارزش از طریق مدیریت اطلاعات و غنی سازی مشاغل فقط از طریق اینترنت شکل می گیرد. در اینجا فقط بازارهای مجازی شکل می گیرد و خدمات زنجیره ارزش یکپارچه می شود. زنجیره ارزش و بسترهای همکاری واسطه گری اطلاعات و خدمات، اعتمادسازی و دیگر خدمات هم کاملاً به وجود می آید. البته بحث امنیت و نحوه تشخیص هویت، مقوله مفصلی است که باید در این جریان اتفاق بیفتد و متأسفانه در حال حاضر این مسأله یکی از موانع جدی است.

● مزایای تجارت الکترونیکی:

- ۱) تجارت الکترونیکی فرصت های جدیدی را ایجاد می کند و مقیاس ها را دچار تحول می کند
- ۲) تجارت الکترونیکی این فرصت را فراهم می کند با کمترین امکانات بیشترین فرصت ها را در عرصه بازاریابی پیدا کنیم و تجارت الکترونیک محدودیت ها و مشکلات پیش روی بازاریابی را از بین می برد.
- ۳) برداشتن موانع در بحث توسعه صادرات از مزیت های دیگر تجارت الکترونیک است.
- ۴) واکنش سریع در مقابل مشتری و برقراری ارتباط به صورت on Line
- ۵) بنگاه تولیدی با سرعت می تواند علائق را با سلاقی منطبق کند و به بهبود ساختار خود کمک کند.
- ۶) کاهش هزینه های بالاسری در ارتباط با نگهداری کالا
- ۷) بهبود متغیرها در مقیاس خرد و کلان

● نقش بنگاه ها در اقتصاد دیجیتال:

در این اقتصاد، بنگاه ها به دانش به عنوان يك منبع اصلی در رقابت نگاه می کنند و به عبارت دیگر نگرش ها کاملاً تغییر پیدا می کند و حساسیت ها بر روی دانش بنگاه ها در فرایند رقابت، متمرکز می شود. بنگاهی پیشروتر و برنده تر است که بیشتر مبتنی بر دانش باشد تا بتواند از دیگر بنگاه ها در فرایند تولید و انتقال، بهتر از دانش بهره بگیرد و در این ارتباط بنگاه های کشور ما باید حداکثر تلاش خود را صرف ایجاد ارتباط قوی درون سازمانی کنند تا از این طریق بتوانند کاربردهای تجارت الکترونیکی را انجام دهند و در حوزه فرهنگ مهم ترین کاری که در بنگاه باید انجام دهیم تغییر رفتار مدیران و بازیگران و سرمایه گذارانی است که در آنجا وجود دارند. در کشور ما بازیگران این میدان تقریباً سنتی و به شیوه فیزیکی عمل می کنند، در حالی که در دنیای تجارت الکترونیکی این روند از حالت «واکنش پذیری» به حالت «فعال» تبدیل می شود. بنگاه ها باید فعال همراه با

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳

۸۱۴۶۵ - ۹۴۴

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۷۷۷۰

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۱۲۴۱

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

سندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل:

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

۱۰۰۰-۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

ابتکار عمل باشند تا بتوانند پا به چنین عرصه عظیمی بگذارند. یکی از تحولاتی که پیش روی بنگاه هاست آن است که تعاریف و نوع ناامنی در حوزه تجارت الکترونیکی برای این بازیگران عوض خواهد شد و امنیت تعریف دیگری خواهد داشت و ناامنی تعریف دیگری و رفع آن به گونه دیگری است سرعت انجام کارها برای این بازیگران در فضای تجارت الکترونیکی سریع تر است تا جایی که بسیاری از پاسخ ها «خودکار» است. از این رو علاوه بر سرعت، پاسخ های خودکار باید به پیام ها و درخواست ها ارائه شود. در حوزه تجارت الکترونیکی این بازیگران با تکنولوژی جدید و ابزار جدید بازی خواهند کرد، در نتیجه در بحث زیرساخت هایی که مربوط به بهره وری است فرایندها باید عوض شود و الکترونیکی شود و نکته آخر در خصوص توسعه بنگاه ها این است که توسعه در حوزه بنگاه محدود به «توسعه محصول» یا خدمات نیست، بلکه فرایند همراه با محصول به صورت یکپارچه باید توسعه پیدا کند تا کاهش هزینه رخ دهد و قیمت ها پایین بیاید و موجب افزایش کیفیت شود. هر اندازه توسعه محصول را انجام بدهیم ولی فرایندها را به معنای علمی آن و متناسب با آن توسعه ندهیم، ظرفیت های کنترل و مدیریت و کیفیت بنگاه به شدت کاهش خواهد یافت.

• برخی مشکلات پیش روی کشور ما در زمینه تجارت الکترونیک:

- ۱) عدم آموزش در زمینه کار جمعی که این موضوع هم در سطح ملی و هم در سطح جهانی کشور ما را دچار مشکل کرده است.
- ۲) تا هنگامی که سیستم پولی الکترونیکی وجود ندارد تجارت الکترونیک امکان تحقق ندارد.
- ۳) نبود نگاه کارشناسی و نهادینه نشدن آن نسبت به تجارت الکترونیکی و نمونه آن سیاست حجم فروش بالا در قبال اخذ سود کم به ازای هر واحد که در این نوع تجارت مطرح می باشد.
- ۴) دور بودن فضای آموزشی در دانشگاه ها و مدارس از واقعیت های جامعه به صورتی که ما به فرزندان خود، علوم و ریاضی درس می دهیم؛ ولی درس پیشگیری از وقوع حادثه برای دانش آموزان در مجموعه دروس منظور نشده است. به عبارت دیگر آموزش های ما در زمینه مدیریت و رشته های دیگر، واقعیت های جامعه را نمی بیند.

تهیه و تنظیم: علیرضا ابراهیمی

پرداخت، راهبر تجارت الکترونیک

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳

۸۱۴۶۵ - ۹۴۴

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۷۷۷۰

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۱۲۴۱

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

صندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل:

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

۱۰۰۰-۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir