

تجارت الکترونیک

از: مهندس علیرضا رضایتمند

پیش‌بینی شده تا سال ۲۰۰۴، حدود ۱۲ میلیارد دستگاه به اینترنت وصل خواهد شد یعنی به ازای هر نفر دو دستگاه شاید در حال حاضر نتوان تصور ملموسی از این قضیه داشت.

تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک انجام کلیه فعالیت‌های تجاری با استفاده از شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری به خصوص اینترنت است. تجارت الکترونیک به نوعی، تجارت بدون استفاده از کاغذ است. به وسیله تجارت الکترونیک انتقالات و حمل و نقل مورد نیاز با زحمت کمتر انجام خواهد شد. انتقالات بین بانکی با شتاب بیشتر انجام می‌شود.

شرکتها برای ارتباط با یکدیگر دیگر محدودیت‌های فعلی را ندارند و ارتباط آنها خیلی ساده‌تر و سریع‌تر صورت می‌گیرد. ارتباط فروشندگان با مشتریان می‌تواند به صورت یک به یک یا هر مشتری باشد البته نه با هزینه زیاد. دولت‌ها می‌توانند از طریق برگزاری مناقصه در همه دنیا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و انتخاب بهتری داشته باشند. شرکتها با ارائه کاتالوگ محصولات خود بر روی اینترنت با هزینه‌های بسیار اندک می‌توانند مشتریان را بهتر جذب کنند.

استفاده‌کنندگان از اینترنت از ۹۰ میلیون در سال ۱۹۹۷ به ۵۵۰ میلیون در سال ۲۰۰۰ رسیده است. گروه گاتنر تخمین زده که هر چهار ثانیه یک آدرس جدید اینترنتی بازمی‌شود. مطابق گزارش ACTIVMEDIA درآمد از

به دلیل محدودیت زمانی موجود برای نمایشگاه‌های جنبی، شرکت‌کنندگان در اینگونه نمایشگاهها باید سعی کنند تا تنها آن بخش از تواناییهای خود را که منحصر به فرد است و یا تنها نوآوریها و خلاقیت‌های خود را به معرض نمایش بگذارند تا بتوانند در کمترین زمان بیشترین استفاده را ببرند.

۵ - پیگیری قرارها و روند مذاکرات

به لحاظ تخصصی بودن نمایشگاه‌های جنبی و بازدیدکنندگان آن، مسئولان غرفه‌ها باید نسبت به پیگیری مذاکرات و قرارهای خود سیاست‌های خاصی را دنبال کنند تا بتوانند از کوچکترین تماسی با بازدیدکنندگان بیشترین بهره را عاید سازمان خود سازند.

۶ - ارائه اطلاعات تخصصی همراه با موفقیتهای حاصله

علاوه بر ارائه نمای کلی از وظایف و فعالیت‌های سازمان شرکت‌کنندگان در نمایشگاه‌های جنبی باید اطلاعاتی را به صورت کاملاً تخصصی از فعالیتها و موفقیتهای انجام شده در اختیار بازدیدکنندگان قرار دهند.

۷ - برنامه‌ریزی برای دعوت از بازدیدکنندگان

مسئولان غرفه‌ها باید دارای اختیار و توانایی خاصی باشند تا بتوانند بازدیدکنندگان خاصی را که مدنظر دارند طبق یک برنامه‌ریزی دقیق، برای مراسم مختلف (ضیافت‌ها، بازدید از طرحها، بازدید از کارخانه و یا محل کار و...) دعوت کنند.

مسئولان غرفه‌ها می‌توانند حتی کارتهای دعوتی به نام افراد و برای مراسمی خاص را شخصاً به دست بازدیدکنندگانی که مدنظر دارند بدهند و قرارهای بعدی خود را قطعی کنند.

باتوجه به کلیه مسائل مطرح شده اهم از ویژگیهای نمایشگاه‌های جنبی و نیازمندیهایی که برای حضور در چنین رویدادهایی لازم است، خالی از اشکال نیست اگر که بگوییم سازمانهای موفق برنامه‌ریزیهای سالانه و حتی راهبردی را برای حضور شایسته در اینگونه مجامع دارند و از این ابزار بازاریابی نوین که هم می‌تواند هزینه‌زا (بدون برنامه‌ریزی) و هم راه‌گشا باشد، نهایت استفاده را ببرند و به این حضور تنها به یک ابزار وجود بسنده نمی‌کنند، بلکه اهداف دقیق و سهمی که از پیش برنامه‌ریزی شده است را پیگیری می‌کنند تا بتوانند خود را با تغییرات و دستاوردهای روزمره صنایع خاص خود هماهنگ سازند و همواره در گوران رقابت قرار داشته باشند. □

حداقل ممکن است و شرکت کنند می‌تواند مطمئن باشد که یکنواخت بودن غرفه‌ها از مزاحمت معمول دیگر شرکت کنندگان (در طراحی غرفه) جلوگیری به عمل می‌آورد. باتوجه به ویژگیهایی که از یک نمایشگاه جنبی بیان گردید، بیان شرایطی را که شرکت‌کنندگان باید ضمن رعایت آن به نتایج مطلوبی دست یابند، لازم است.

نکات مهم برای حضور در نمایشگاه جنبی

- ۱ - تهیه بسته‌ای جامع از معرفی شرکت و شرح فعالیتها و خدمات (تولیدات) شرکت برای ارائه به بازدیدکنندگان

به دلایل ذکر شده نحوه معرفی یک سازمان و فعالیتهاش در یک نمایشگاه بین‌المللی با یک نمایشگاه جنبی تفاوت‌های اساسی دارد و نوع معرفی همان‌طور که ذکر شد تنها به صورت سسمی و بصری است، تهیه و تدارک یک مجموعه قبل از برگزاری نمایشگاه می‌تواند معرف خوبی برای سازمان باشد.

- ۲ - حضور افراد توانمند به عنوان مسئولان غرفه با علم به اینکه تمامی افراد بازدیدکننده مدیران و کارشناسانی متخصص هستند، حضور افرادی که بتوانند معرف توانمندیهای سازمان باشند و این قابلیت را داشته که با بازدیدکنندگان خارجی ارتباط برقرار کرده و توضیحات جامع و کاملی به آنها ارائه دهند از عوامل موفقیت حضور در نمایشگاه‌های جنبی است. همچنین حضور افرادی که توانایی بیان مشکلات را به افرادی که دسترسی به آنها در زمانهای خارج از کنفرانس دشوار است، ضروری است.
- ۳ - خالی نبودن غرفه‌ها در هنگام پذیرایی

بعضا دیده شده است که در نمایشگاه‌های بین‌المللی در هنگام پذیرایی (صرف ناهار و غیره) غرفه خالی بوده و یا در بدترین وضعیت مسئولان غرفه مشغول پذیرایی از خود هستند. در نمایشگاه‌های جنبی باید این امکان وجود داشته باشد که بازدیدکنندگان در زمان استراحت و یا قبل و بعد از پذیرایی بتوانند با مسئولان غرفه‌ها ارتباط برقرار کنند. ضمناً سازمانهای شرکت‌کننده در نمایشگاه‌های جنبی نیز باید این امکان را از برگزارکننده بخواهند که زمانی خارج از زمان فیدشده در برنامه کنفرانس، برای پذیرایی از مسئولان غرفه‌ها در نظر گرفته شود.

- ۴ - ارائه نوآوریها و مزیت‌های منحصر به فرد

طریق اینترنت در سال ۱۹۹۸ حدود ۲۵ میلیون دلار و در سال ۲۰۰۱ به ۱/۵ تریلیون خواهد رسید.

نمونه‌هایی از فعالیتهای تجاری الکترونیکی

شرکت AMAZON.COM کار خود را با یک کتابفروشی بطور مستقیم (ON LINE) شروع کرد. درحقیقت این شرکت به جای اینکه انبارهای خود را از کتاب پر کند درمورد کتابها اطلاعات جمع‌آوری کرد. حالا این شرکت به جایی رسیده که یکی از شعارهایش این است: از موش‌واره شما تا منزل شما (FROM YOUR MOUSE TO YOUR HOUSE). این شرکت درحال حاضر حداقل ۱۳ میلیون مشتری دارد که سفارشات آنها را در ظرف یک تا هفت روز جواب می‌دهد.

یک کتابفروشی الکترونیکی می‌تواند علاقه مشتریان خود را شناسایی کند و با مشتریان خود به صورتی ارتباط برقرار کند که در صورتی که کتاب جدید در زمینه موردعلاقه مشتری به چاپ رسیده باشد فرستادن یک نامه الکترونیکی مشتری را برای خرید کتاب دعوت کند. در این صورت هزینه‌های اضافی برای تبلیغ صرف نمی‌شود. چون برای همه تبلیغات نمی‌شود و مشتریان نیز مجبور نیستند تا در معرض همه تبلیغات قرار بگیرند.

با این روش فقط مشتریهای خاص به این تبلیغات دسترسی پیدا می‌کنند که هم به نفع مصرف‌کننده است و هم به نفع فروشنده. چون فروشنده برای افرادی تبلیغاتش را می‌فرستد که به احتمال زیادی به آن کالا نیاز دارند و مصرف‌کننده هم لازم نیست ساعتها وقت صرف کند تا مطالب موردعلاقه‌اش را جستجو کند. از فعالیتهای دیگری که کتابفروشیهای الکترونیکی دارند این است که نظرات مشتریان خود را در مورد کتابهای مختلف جمع‌آوری می‌کنند و به دیگر مشتریان ارائه می‌دهند. در این صورت فرد قبل از خرید کتاب تا حدودی درمورد مطالب کتاب و مستویات آن اطلاع دارد و می‌تواند انتخاب بهتری داشته باشد.

شرکت ای‌بی‌ئی (EBAY) ابتدا برای دادوستد اجناس کهنه به‌وجود آمد ولی باتوجه به خصوصیات تجاری جدید استراتژی آن براساس بیمه خریدار و فروشنده در مقابل کلاهبرداری است شرکت «دل» نیز یکی از بزرگترین شرکتهای تولیدی کامپیوتر، با مشتریان خود به صورت

مستقیم ارتباط برقرار می‌کند و کالاهای خود را به صورت خرده‌فروشی می‌فروشد. با این استراتژی، «دل» درحال حاضر روزی ۱۴ میلیون مراجعه‌کننده دارد.

ضرورت تجارت الکترونیک

برای بحث درمورد ضرورت این نوع تجارت می‌توانیم از دو بعد به این مسئله بپردازیم. اول از دید مزایایی که دارد دوم از جنبه رقابت با دیگران.

به مزایای تجارت الکترونیک تا حدودی اشاره شد ولی به‌طور کلی کاهش هزینه‌ها در تبلیغات، ارتباط تسنگاتنگ با مشتریان و تامین‌کنندگان، قدرت انتخاب بالاتر چه برای مشتری و چه برای فروشنده و تسهیل روابط تجاری و... از آن جمله‌اند.

مسئله رقابت یک مسئله بسیار مهم در رشد تجارت الکترونیک است. وقتی که افرادی از این ابزار استفاده کردند اگر بقیه استفاده نکنند به هیچ‌وجه نمی‌توانند با یکدیگر به رقابت بپردازند و در دنیای تجارت از بین خواهند رفت. لذا شرکتها مجبورند از تجارت الکترونیک استفاده کنند.

مقایسه تجارت الکترونیک و کاغذی

مهمترین مسئله مطرح درمورد تجارت الکترونیک ابتکار و نوآوری است. چه بسا شرکتیهای با سابقه ۵۰ ساله درعرصه تجارت که با روی کارآمدن یک شرکت الکترونیکی در عرض یک هفته به مرز ورشکستگی پیش رفتند. تغییر قیمت سهام شرکت آمازون در فاصله سال ۹۷ تا ۹۸ در حدود ۵۳۴٪ بود. سایت یاهو با اینکه از مشتریان خود برای جستجو پولی دریافت نمی‌کند و محصولاتش را با قیمت ارزان دراختیار همه قرار می‌دهد. تغییر سهامش در حدود ۲۵۰٪ بود. درحقیقت در تجارت الکترونیک مسئله رقابت به حد اعلائی خود رسیده است. رقابت ایجاد می‌کند که مانند آتش‌نشانیها عمل کنیم شاید دیگر فرصت نباشد که برای پایین آمدن از پله استفاده کنیم.

تجارت الکترونیک باعث می‌شود که شرکتها به سرعت و باشتاب زیادی از یکدیگر فاصله بگیرند و تعدادی از آنها به مرز ورشکستگی و تعدادی به سمت قوی‌تر شدن پیش بروند.

همانطور که سرعت پیشرفت و سودهای کلان زیاد است سرعت از دست دادن آنها و

ضررهای هنگفت هم بسیار زیاد است. چون هر عملی در کل جهان تاثیر می‌گذارد و عکس‌العمل آن هم از کل جهان تاثیر می‌گیرد. به‌عنوان نمونه ویروس «LOVE YOUR» که به‌تازگی از طریق اینترنت و پست الکترونیک گسترش پیدا کرد در عرض چند روز باعث ایجاد چندین میلیارد دلار خسارت شد.

در تجارت الکترونیک هزینه‌های بازاریابی و توزیع و سرویس‌دهی در مقایسه با تجارت سنتی بسیار کاهش می‌یابد. در این تجارت وجود واسطه‌ها معنایی ندارد. چون بزرگترین تولیدکنندگان خودشان می‌توانند با مصرف‌کننده ارتباط مستقیم برقرار کنند. مثلاً شرکت سونی با مشتریان خود ارتباط مستقیم دارد و محصولات خود را به صورت خرده‌فروشی به فروش می‌رساند.

درحقیقت تولیدکننده مشتریهای خود را می‌شناسد و آنها را از دست نمی‌دهد. مشتریها نیز با مراجعه به سایت معمولاً سعی می‌کنند که ابتدا نیز از همان سایت خرید کنند. یک دلیل آن این است که مشتریان دوست ندارند شماره کارت اعتباری خود را دائماً در همه جا پخش کنند. البته با ایجاد پول الکترونیکی نیز این مشکل مرتفع خواهد شد. ولی فعلاً که کارت اعتباری وجود دارد مشکلاتی وجود دارد چون کارت اعتباری درحقیقت برای تجارت الکترونیک ساخته شده است.

تفاوت دیگری که تجارت الکترونیک با تجارت سنتی دارد این است که مشتری می‌تواند بدون هیچ هزینه‌ای به سایت تولیدکننده مراجعه کند و اطلاعات کافی از محصول موردنظر خود به‌دست آورد و آن را با دیگر محصولات مقایسه کند. یعنی اینکه به هر حال همه تولیدکنندگان در دسترس هستند این امر امکان انتخاب بهتری به مصرف‌کننده می‌دهد. که کاملاً مشخص است که مسئله رقابت در این حالت بسیار حائز اهمیت است.

از طرف دیگر تولیدکننده می‌تواند دیدگاههای مشتریان نسبت به فرآورده‌های خود را، به دست آورد و کاستیها را برطرف سازد. آمارها و اطلاعاتی که قبلاً با زحمت بسیاری در هر موردی به‌دست می‌آمد حالا با استفاده از ارتباطات الکترونیک آمارها و ارقامی بسیار ارزشمندتر به‌دست می‌آید ولی خیلی ساده‌تر از قبل.

وقتی که ارتباطات الکترونیک همگانی شود چانه‌زنی الکترونیک هم به‌وجود خواهد آمد. در

پا گذاشتن به دنیایی جدید و اختراع وسایل جدیدی مانند تلویزیون و رادیو و تلفن و... تکنولوژی اطلاعات نیز فعلاً در ابتدای راه است. این تکنولوژی ما را به دنیایی دیگر خواهد برد و زمینه‌های برای ارتباطاتی است که شاید قبلاً قابل تصور نبوده است. یکی از کاربردهای آن تجارت الکترونیک است که روز به روز تکنیکهای جدید در این عرصه مطرح می‌شود.

نکته مهم این است که شاید کشورهای درحال توسعه مثل کشور ما بتوانند از این پل ارتباطی به نحوی استفاده کنند که فاصله زیاد خود را با کشورهای توسعه یافته کوتاهتر کند. چون با توجه به این تکنولوژی ممکن است شرکتی در زمینه‌های مختلف سابقه ۵۰ ساله داشته باشند ولی شرکتی با استراتژی مناسب بتواند آنها را تا مرز ورشکستگی پیش ببرد.

به هرحال استفاده از اینترنت همانطور تلفن عمومی خواهد شد و افرادی و یا سازمانهایی موفق هستند که بتوانند برای آینده خود با توجه به تغییر سلیقه‌ها و تغییر الگوی زندگی جامعه، پیش‌بینی مناسبی داشته باشند و بتوانند در مقابل این تغییرها انعطاف پذیر باشند تا از صحنه رقابت حذف نشوند. □

است برای پیاده‌سازی تجارت الکترونیک این قوانین ایجاد شود. در تجارت الکترونیک مسئله زمان حیاتی است چون مصرف‌کننده انتظار دارد کالای مورد نیاز خود را در کمترین زمان دریافت کند. برای خروج کالاها از کشور ایران در زمان کم، دو مشکل اساسی وجود دارد: یکی اینکه سیستم حمل و نقل نمی‌تواند به خوبی و در زمان کم، خروج کالا را پشتیبانی کند. دوم اینکه کالاها در گمرک به حذب‌زادی معطل می‌مانند و همینطور قوانین مشخصی برای خروج کالاها وجود ندارد. برای پیاده‌سازی تجارت الکترونیک باید استفاده از اینترنت همگانی شود. پس باید امکانات و تجهیزات آن با هزینه‌های پایین در اختیار همه قرار بگیرد و همزمان آموزشهای لازم در سطوح مختلف انجام پذیرد.

جمع‌بندی

قرن، قرن اطلاعات است. تکنولوژی اطلاعات بسیار حائز اهمیت است زیرا تکنولوژی اطلاعات مبنایی است برای اختراعات و اکتشافات جدید. همانطور که اختراع برق در ابتدا نقطه برای مصرف روشنائی بود مبنایی شد برای

سایت‌های تجاری، مشتریانی که بیشتر برای خرید به یک سایت مراجعه می‌کنند شناسایی شده و برای آنها تخفیف ویژه‌ای قائل می‌شوند. این کار مشتری را تشویق می‌کند تا از همان سایت برای خرید استفاده کند.

وقتی که تجارت الکترونیک در سطح جهانی مطرح باشد قوانین مالیاتی برای کشورهای مختلف باید تغییر یابد. عملاً قدرت دولتهای مختلف زیر سوال خواهد رفت آن هنگام که نتواند خیلی از کارهایی را که قبلاً انجام می‌داده‌اند، انجام بدهند.

مشکلات پیاده‌سازی تجارت الکترونیک در ایران

مهمترین مشکل کنونی این است که سیستم بانکی کشور با مقوله تجارت الکترونیک بیگانه است. پس برای ارتباطات تجاری الکترونیکی لازم است سیستم بانکی کشور تحولات اساسی داشته باشد.

مسئله دیگر قوانین دولتی و تجاری در این زمینه است که درست تعریف نشده است و لازم

جدال فکری داشتیم که به نقطه ۸۰۰ فوتی کوه باثی رسیدیم. علی‌رغم همراهی دوستان احساس کردم کمی راه دشوار است ولی ادامه آن که صاف بود جبران خستگی را کرد و منظره خیره‌کننده «پن بسکوت بی» از پس کوه «باثی» نمایان شد که بسیار لذت‌بخش بود.

جیم به مقصد نهایی به نام صخره «مدین» اشاره کرد که ۵۸۰ فوت بالاتر بود ابتدا فکر کردم شوخی می‌کند، ولی این‌طور نبود.

هنگامی که برنامه پنج ساعت پیاده‌روی به پایان رسید، فهمیدم چرا شرکت «بین» چنین پیاده‌روی را تشویق می‌کند، زیرا همه کارکنان فرصت می‌یابند با مرور تاریخ گذشته شرکت، مشکلات و گیرهای کاری را برطرف کنند.

«کن استرایت» ۴۲ ساله مدیر تولید می‌گوید: «هنگامی که از محل کار دور می‌شویم و بویزه وقتی که با چالش روبرو هستیم فرصت پیدا کرده تا بهتر ارتباط برقرار کنیم، در واقع خودمان را در یک پیوستگی می‌بینیم که با یادگیری همکاران همراه است. □»

یک روز کاری حقوق پرداخت می‌شود. جیم و پنج نفر از دوستان که برای شرکت «ال ال بین» کار می‌کنند یک گردش خارج از شرکت را تجربه می‌کنند. این سوال مطرح است که چرا کارکنان شرکت «بین» در «فوری پورت» برای یک تجربه پیاده‌روی تفریحی حقوق دریافت می‌کنند؟ دلیل آن ساده بود، این روز تفریحی در واقع از فعالیتهای سازمان یافته شرکت بود و افراد گروه اغلب از کارکنان شرکت «بین» هستند. سوال دیگر این است که آیا برای شرکت نیز دارای منفعت و یا بهره‌وری بیشتری است؟

پاسخ پرسشهای فوق در قلب شرکت ال ال بین نهفته است، زیرا شرکت علاقه دارد کارکنان از تفریح و طبیعت لذت ببرند و در احساسات آنها شریک باشد. این اولین گردش مشترک اداری آنها در خارج از شرکت بود. صبح یک روز خنک ماه نوامبر، ساعت ۷/۳۰ یکدیگر را در محوطه کارخانه «بین» ملاقات کردیم، افکارم متوجه این پیاده‌روی بود. فکر می‌کردم این پیاده‌روی چه زمانی طول خواهد کشید، شاید من آمادگی کافی نداشتم باشم، همین‌طور که می‌رفتم با خودم

یک روز کاری و پیاده‌روی در هوای تازه

مترجم: کامران مظاهری
منبع: FORTUNE, 20/DEC/1999

«جیم ویلیامز» همراه همکاران خود از میان درختان تپه «پارک کامدن» بیرون آمد و به منظره زیبای شبیه کارت پستال کوه «مگنی کوک» نگاه کرد. با خوشحالی نگاهی به اطراف انداخت و به آنها گفت باور کنید که بابت این گردش همچون