

سهم کشورها از دهکده جهانی، به توانایی اقتصادی آنها بستگی دارد و این توانایی به طور مستقیم متأثر از فناوری و ابزارهای پیشرفته‌ای است که کشورها در اختیار دارند.

ICT یک فناوری نوین و در حقیقت ابزاری کارآمد در عرصه‌های گوناگون اقتصادی و اجتماعی است.

کشورهایی که از سیاست اقتصادی هوشمندانه‌ای برای توسعه ICT برخوردار باشند، می‌توانند از آن به عنوان یکی از پرشتاب‌ترین فن‌آوری‌های جهان، بهره‌برداری کنند. بدیهی است که سهم هر کشوری از منافع این فن‌آوری نسبت مستقیمی با ظرفیت‌سازی‌های بومی آن کشور در این عرصه دارد.

در همین راستا، به منظور ارتقاء سطح آگاهی مدیران شرکت بیمه‌آسیا از فناوری ICT از دکتر عباس معمارنژاد، استاد دانشگاه و مدیر کل دفتر آمار و اطلاع‌رسانی وزارت بازرگانی، دعوت به عمل آمد در نشست فصلی مدیران بیمه‌آسیا، نقش ICT در اقتصاد و تجارت الکترونیکی را تشریح کند.

## دکتر معمارنژاد در جمع مدیران بیمه‌آسیا: ICT، اولویت نخست

● اصغر ابوترابی



وی تجارت الکترونیکی را انجام فرآیندهای مبادله کالا، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه‌های رایانه‌ای خواند و گفت: در تجارت الکترونیکی تمام مراحل مذاکره، بازاریابی، سفارش، صدور بیمه‌نامه، حمل و نقل، خرید و فروش، تحویل و نقل و انتقال وجوه به روش الکترونیکی و در محیط شبکه‌های رایانه‌ای صورت می‌گیرد. به طور کلی، هر بازاری دارای سه جزء محصول، عوامل بازار و فرآیندهای فروش است. هر کدام از این

دکتر معمارنژاد سخنان خود را با اشاره به نوپا بودن پدیده‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و نیز روند جهانی شدن اقتصاد آغاز کرد و درباره سیر تحول این دو پدیده گفت: جهان در دهه ۱۹۹۰ با این دو پدیده جدید مواجه شد. اقتصاد نوین که مبنای آن بکارگیری ICT در اقتصاد است، محصول این دو پدیده و تجارت الکترونیک یکی از مظاهر واقعی و اساسی اقتصاد نوین است.



مدت سال قابل انجام است. با توجه به اختلاف ساعت کشور ما با بسیاری از کشورهای دنیا و مطابق نبودن روزهای تعطیل ما و آنها، تجارت الکترونیک موجب از بین رفتن این محدودیت زمانی می‌شود.



این موضوع در ارسال شرکت‌ها به مشتریان و نمایندگان و نیز جمع‌آوری نظرات آنها نیز مصداق پیدا می‌کند. از این طریق ارسال بخش‌نامه‌های و همچنین مراحل نظرخواهی با سرعت بسیار زیادی انجام می‌شود و می‌توان به راحتی سلاقی مشتریان را ارزیابی و مطابق آن‌ها اقدام کرد. ارتباط مشتریان و نمایندگان با مسئولان شرکت هم به راحتی و سرعت امکان‌پذیر خواهد شد. دکتر معمارنژاد در مورد نقش تجارت الکترونیک در تولید، اظهار داشت: کاهش هزینه‌ها و گسترش مقیاس تولید، سهولت آرایه خدمات پس از فروش و شکستن انحصار رقبا در برخی نقاط جغرافیایی خاص، از دیگر مزایای بکارگیری تجارت الکترونیک است.

دکتر معمارنژاد، معتقد است: رقابتی که به دلیل بکارگیری تجارت الکترونیک به وجود می‌آید، باعث کاهش قیمت‌ها می‌شود. وی در این مورد می‌افزاید: طبیعی است که مشتری با مراجعه به سایت‌های شرکت‌های مختلف و مقایسه خدمات و قیمت آنها، بهترین را انتخاب می‌کند و همین امر موجب پائین آمدن قیمت‌ها می‌شود. اما این مسئله نه تنها موجب کاهش سود نمی‌شود بلکه به دلیل گسترش

حجم فروش و پایین آمدن هزینه‌ها، درآمد و سود افزایش پیدا می‌کند. تحقیقی که اخیراً در آمریکا انجام شده، نشان داده است بکارگیری ICT در بنگاه‌ها، هزینه‌ها را بین ۱۰ تا ۴۰ درصد کاهش می‌دهد.

وی درباره‌ی دیگر مزایای استفاده از ICT گفت: در استفاده از فن‌آوری اطلاعات، مجبوریم فرآیندها

اجزا می‌توانند به سه حالت فیزیکی، دیجیتالی و مجازی باشند. اگر تمام این اجزا فیزیکی باشند، تجارت به شیوه سنتی صورت گرفته است، یعنی مراجعه مستقیم به فروشنده کالا و تحویل گرفتن کالا در ازای پرداخت وجه. اگر تمام یا بخشی از این سه جزء دیجیتالی باشد، تجارت الکترونیک به صورت کامل یا جزئی صورت گرفته است.

دکتر معمارنژاد ادامه داد: بدین ترتیب حتی اگر بخشی از این سه جزء از حالت فیزیکی به صورت دیجیتالی درآید، تجارت سنتی کنار گذاشته شده و تجارت الکترونیک آغاز شده است. منظور این است که در تجارت الکترونیک لزوماً تمام اجزا دیجیتالی نیستند و ممکن است تنها یک جزء از آن در محیط الکترونیک انجام شود.

## انواع تجارت الکترونیک

دکتر معمارنژاد در بخش دیگری از سخنان گفت: در هر داد و ستد، می‌توان چهار جزء را در نظر گرفت: دولت (G)، مشتری (C)، بنگاه (B) و نیروی کار (E). این چهار جزء می‌توانند شانزده حالت مختلف به خود بگیرند. مثلاً تعامل دو بنگاه با یکدیگر (B to B)؛ تعامل بنگاه با دولت (B to G)، و برعکس؛ تعامل مردم و مصرف‌کنندگان با دولت (C to G) مثل پرداخت مالیات یا تعامل نیروی کار با بنگاه (E to B) و غیره. رایج‌ترین روابط تجاری، تعامل بین دو بنگاه با یکدیگر و نیز تعامل بنگاه با دولت و برعکس است. وی همچنین به تأثیرات ICT بر کار بنگاه‌ها اشاره کرد و افزود: بکارگیری ICT باعث می‌شود تغییراتی در دیدگاه‌های مرتبط با عملکرد بنگاه‌ها به وجود آید که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

## مزایای تجارت الکترونیک

دکتر معمارنژاد به ایجاد فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری، امکان انجام تجارت در سطح بین‌المللی و رشد و توسعه اقتصادی به عنوان برخی از مزایای تجارت الکترونیک اشاره کرد و گفت: یک شرکت تجاری با ایجاد سایت اینترنتی برای خود، گسترده جغرافیایی مخاطبانش را افزایش می‌دهد. مثلاً در مورد شرکت‌های بیمه تمام کسانی که به سایت آن شرکت دسترسی داشته باشند، مخاطبان شرکت خواهند بود.

وی افزود: در تجارت الکترونیک، محدودیت زمانی وجود ندارد. تجارت الکترونیک در تمام اوقات شبانه‌روز و در تمام

**در تجارت الکترونیک، محدودیت زمانی وجود ندارد. همچنین کاهش هزینه‌ها و گسترش مقیاس تولید، سهولت آرایه خدمات پس از فروش و شکستن انحصار رقبا در برخی نقاط جغرافیایی خاص، از مزایای بکارگیری تجارت الکترونیک است**

دیدگاه گذشته	دیدگاه جدید
توجه به کالا و محصول	توجه به خدمات
بکارگیری شیوه‌های تبلیغات عمومی	روی آوردن به گفتگوی دو طرفه
استراتژی بنگاه در تقلیل قیمت	گسترش بازار و درآمد
توجه به سودآوری محصول	توجه به رضایت مشتری
سرمایه‌گذاری در مورد نوع کالا	سرمایه‌گذاری برای شناخت مخاطبان
بازاریابی انبوه	بازاریابی یک به یک

اطلاعات در کوتاه‌مدت باعث بیکاری تعدادی از کارکنان خواهد شد. اما در بلندمدت، فعالیت‌ها را توسعه می‌دهد، مشاغل دیگری پدید می‌آورد و نیروی کار مازاد جذب این مشاغل می‌شوند. در این میان، تغییری کیفی نیز رخ می‌دهد که عبارت است از تبدیل نیروی کار غیرماهر به نیروی کار ماهر که توانایی کار در محیط جدید را دارد. به عبارت دیگر، در آینده نزدیک، نیروی کاری که بتواند در محیط الکترونیکی کار کند، غیر ماهر محسوب می‌شود.

وی با اشاره به تجربه چین در بکارگیری تجارت الکترونیک گفت: دولت چین در سال ۱۹۹۸ اقدام به توسعه تجارت الکترونیک در کشورش کرد. آنها نیز نگران نیروی کار مازاد

بودند، اما بکارگیری تجارت الکترونیک نه تنها فرصت‌های اشتغال را کم نکرد، بلکه افزایش داد؛ چون بازارهای آن کشور در سراسر دنیا به شدت گسترش و تعداد شرکت‌ها و کارخانه‌ها افزایش یافت و نیروی مازاد در این شرکت‌ها مشغول به کار شدند. تبعات دیگر این امر افزایش تولید، افزایش تقاضا برای نیروی کار متخصص و حتی ساده، افزایش مهارت‌ها و افزایش دستمزدها بود.

### اثرات تجارت الکترونیکی در اقتصاد کلان

دکتر معمارنژاد با اشاره به اینکه در بحث اقتصاد کلان هم مطالعاتی انجام شده است، اظهار داشت: بررسی‌ها در استرالیا، آمریکا و کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد که فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات تنها منبع رشد بهره‌وری در اقتصاد است. در این بررسی‌ها مشخص شد که رشد بهره‌وری اقتصاد کلان آمریکا تا قبل از دهه ۱۹۹۰ منفی و از حدود ۲/۶ درصد به ۱/۲ درصد رسیده بود. اما بکارگیری فناوری اطلاعات در دهه ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰، نرخ بهره‌وری در آمریکا را مثبت کرد و به حدود ۲/۹ رساند. در کل، می‌توان رشد بهره‌وری، رشد اقتصادی بالا، کاهش کسری بودجه و کاهش تورم را از مزایای کلان بکارگیری ICT دانست. همچنین بکارگیری فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و تجارت الکترونیک باعث شفافیت بیشتر

را مهندسی مجدد کنیم. باید در وهله نخست فرآیندها یا به عبارتی، وضعیت موجود را بشناسیم و پس از آن، وضعیت مطلوب را ترسیم کرده و فرآیندها را اصلاح کنیم. مهندسی مجدد فرآیندها، خود به خود تعداد ایستگاه‌های کاری را کاهش می‌دهد، هزینه‌ها را کم می‌کند و کارایی را بالا می‌برد.

### نیروی کار مازاد چه می‌شود؟

دکتر معمارنژاد در مورد مسئله نیروی کار مازاد که یکی از دغدغه‌های اصلی شرکت‌ها، در استفاده از ICT است، گفت: فن‌آوری

## فن‌آوری اطلاعات در کوتاه‌مدت باعث بیکاری تعدادی از کارکنان خواهد شد. اما در بلندمدت، فعالیت‌ها را توسعه می‌دهد، مشاغل دیگری پدید می‌آورد و نیروی کار مازاد جذب این مشاغل می‌شوند

فعالیت‌های اقتصادی می‌شود. معاملاتی که در محیط الکترونیکی انجام می‌شود با وجود محرمانه بودن اطلاعات شرکت‌ها و افراد، شفاف و روشن است و امکان پنهان کاری وجود ندارد.

## تجارت الکترونیک؛ تجارت فردا

دکتر معمارنژاد در بخش دیگری از سخنان خود رشد بکارگیری تجارت الکترونیکی در دنیا را بسیار سریع توصیف کرد و گفت: در سال ۲۰۰۲ از کل ۸۴۰۰ میلیارد دلار تجارت جهانی، ۲۳۰۰ میلیارد دلار به صورت الکترونیکی صورت گرفته است که حجم آن در سال ۲۰۰۶ در سطح بین‌المللی به ۱۲۸۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید و نرخ رشد سالیانه‌ای معادل ۵۳/۸ درصد خواهد داشت. به عبارت ساده‌تر، انتخابی به جز روی آوردن به سمت تجارت الکترونیکی باقی نمانده است و در آینده‌ای نزدیک، بخش اعظم تجارت جهان از این طریق انجام می‌شود.

وی افزود: از کل ۲۳۰۰ میلیارد ریال دلار تجارت الکترونیکی انجام شده در سطح جهان، ۱۰۴ میلیارد دلار مربوط به کشورهای در حال توسعه و مابقی مربوط به کشورهای توسعه یافته است. جالب اینکه فاصله‌ای که بین کشورهای در حال توسعه و اروپا وجود دارد، دقیقاً همین فاصله بین اروپا و آمریکا است. شروع بکارگیری تجارت الکترونیکی در آمریکا سال ۱۹۹۶ است. سرعت گسترش استفاده از تجارت الکترونیکی بسیار زیاد است، به طوری که پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۰۶ حجم معاملات کشورهای در حال توسعه از طریق تجارت الکترونیک به حدود ۸۵۰ میلیارد دلار برسد، یعنی ۸ برابر شود. در این میان کشورهای هم‌تراز ما مثل اندونزی و مالزی تا سال ۲۰۰۶ نسبت به ۲۰۰۲ به ترتیب رشد سالانه‌ای معادل ۱۰۰ درصد و ۸۱ درصد را تجربه خواهند کرد.

دکتر معمارنژاد در مورد پیش‌نیازهای توسعه تجارت الکترونیکی گفت: گسترش تجارت الکترونیک نیازمند زیرساخت‌هایی همچون ایجاد بسترهای ارتباطی، ایجاد چارچوب‌های قانونی، آموزش نیروی انسانی، تامین بودجه و غیره است. بر این اساس بسیاری از کشورهای دنیا اقدام به تهیه طرحی جامع در جهت گسترش این فناوری در کشور خود کرده‌اند. مثلاً دولت مالزی در ابتدا به تعریف یک دیدگاه کلی در مورد تجارت الکترونیک در آن کشور پرداخت و سپس اصول راهنمایی را برای رسیدن به حد مطلوب از بکارگیری این فن‌آوری تعیین کرد. این دیدگاه عبارت است از: تجارت الکترونیکی راهی جدید برای استفاده بنگاه‌ها از اقتصاد شبکه‌ای، ایجاد ارزش‌های جدید،

**در سال ۲۰۰۲ از کل ۸۴۰۰ میلیارد دلار تجارت جهانی، ۲۳۰۰ میلیارد دلار به صورت الکترونیکی صورت گرفته است که حجم آن در سال ۲۰۰۶ در سطح بین‌المللی به ۱۲۸۰۰ میلیارد دلار خواهد رسید**

افزایش رقابت‌پذیری در برنامه‌های صادراتی و تسهیل فرآیندهای تجاری برای جلب مشتری در اقصی نقاط دنیا است.

این کشور همچنین اصول راهنمای زیر را در این زمینه تدوین کرده است: ۱- دولت، بنگاه‌ها و کل جامعه باید در جهت توسعه تجارت الکترونیک با هم

مشارکت کنند. ۲- تجارت الکترونیک، اقتصاد بدون مرز است و نمی‌توان مانع ورود آن به کشوری شد. ۳- باید فرصت استفاده از تجارت الکترونیک برای تمام شهروندان فراهم شود.

دکتر معمارنژاد پس از بیان این‌ها، گفت: در مطالعه‌ای که کنفرانس جهانی تجارت و توسعه سازمان ملل (انکتاد) در سال ۲۰۰۲ در مورد ۵۱ کشور، شامل ۳۴ کشور در حال توسعه و ۱۷ کشور پیشرفته انجام داد، اولویت‌های آنها در مورد عناصر راهبردی ملی برای توسعه تجارت الکترونیک به ترتیب عبارت بود از: آگاه‌سازی، آموزش و تحصیل، تدوین چهارچوب‌های قانونی لازم، دسترسی به اینترنت، سیاست‌گذاری، دولت الکترونیکی و حمایت از بخش خصوصی.



در تمام این کشورها اولین و مهم‌ترین عامل آگاه‌سازی مردم بوده است. افراد جامعه باید بدانند تجارت الکترونیک، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات چه تسهیلاتی را فراهم می‌کند و چه مزایایی دارد. آگاهی مردم موجب می‌شود خواه‌ناخواه جامعه و شرکت‌ها به سوی استفاده از آن تمایل پیدا کنند.

### در ایران چه اتفاقی افتاده است؟

دکتر معمارنژاد در مورد کارهای صورت گرفته برای بسط تجارت الکترونیکی در ایران، اظهار داشت: در سال ۱۳۸۱ سیاست نامه‌ای به نام طرح توسعه کاربرد فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات (تکفا) از سوی دولت تهیه شد. در این سیاست نامه، وزارت بازرگانی به عنوان متولی توسعه و ایجاد بسترهای لازم برای تجارت الکترونیکی در کشور تعیین شده است. به عبارت دیگر، اجرای این طرح برعهده بخش خصوصی و تدوین راهکارها و استراتژی‌ها و در کل چهارچوب‌سازی آن برعهده وزارت بازرگانی است.

در این طرح، فراهم نمودن زیرساخت‌های اصلی و زمینه‌های حقوقی، آموزش و ترویج، حمایت از فعالیت بخش غیر دولتی و گسترش استفاده از اینترنت در اولویت قرار گرفته است. همچنین بخشی از طرح تکفا به بیمه الکترونیکی مربوط می‌شود که براساس آن، بیمه مرکزی موظف شده است برنامه جامع ICT در بیمه را ارائه کند.

وی افزود: نکته مهمی که باید به آن توجه کرد آن است که بدون داشتن یک برنامه جامع ICT نمی‌توان طرح یکپارچه‌ای را برای گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در کشور ایجاد کرد. این برنامه جامع باید شامل چند بخش از جمله وضع موجود و وضع مطلوب، تحلیل میزان فاصله تا رسیدن به وضع مطلوب و همچنین راهکارهای رسیدن به وضع مطلوب باشد.

### کاربرد فناوری اطلاعات در بیمه

دکتر معمارنژاد در پایان سخنان خود با اشاره به اهمیت رویکرد شرکت‌های بیمه به بحث تجارت الکترونیک و فن‌آوری اطلاعات، گفت: مراحمی را که به آن اشاره کردیم در مورد پیاده کردن بیمه الکترونیکی در کشور نیز مصداق دارد. لازم است در ابتدا با بررسی تجارب شرکت‌های بیمه‌ای در دنیا،

برنامه جامع ICT بیمه را طراحی و تنظیم و به این نکته مهم توجه کنیم که اعتقاد به کارکردها و مزیت‌های این برنامه و باور داشتن این مزایا اولین گام در توسعه برنامه جامع ICT بیمه است. دغدغه‌هایی همچون بحث نیروی انسانی در مورد شرکت‌های بیمه هم مصداق دارد که در این مورد گفتیم در کوتاه‌مدت می‌تواند مشکل‌زا باشد اما در بلندمدت با تغییر ترکیب نیروی انسانی از غیر ماهر به ماهر این مشکل حل می‌شود. بدیهی است نیروی کار باید برای استفاده از ICT آموزش ببیند که بهترین شیوه آن، آموزش ضمن خدمت است. مسئله دیگری که در مورد شرکت‌های بیمه قابل ذکر است، تغییر ماهیت نمایندگی‌ها از فروشنده بیمه به مشاور بیمه‌ای است. قدر مسلم از طریق سایت‌ها اینترنتی نمی‌توان تمام انواع پوشش‌های بیمه‌ای را به طور کامل ارائه کرد. در این حالت نقش نمایندگان یا به عبارتی مشاوران بیمه‌ای پررنگ می‌شود و اهمیت می‌یابد.

