

تجارت الکترونیک

(بخش نخست)

۱- مقدمه

به طور خلاصه در تعریف تجارت الکترونیک می توان گفت ، که: کاربرد فناوری اطلاعات (Information Technology) در تجارت می باشد . با توجه به مبهم بودن فناوری اطلاعات (IT) طبعا تعریف تجارت الکترونیک نیز مبهم و مشکل است . در نتیجه برای فهم بهتر آن ابتدا لازم است با تکنولوژی اطلاعات آشنایی اولیه به عمل آید .

فناوری اطلاعات از ابعاد مختلفی مطرح می باشد : اولاً از نظر اطلاعاتی و اطلاع رسانی ابزاری بدست بشر می دهد که نسبت به گذشته از سرعت و گستردگی بیشتری برخوردار می باشد و عاملی است که باعث شده امروز را عصر انفجار اطلاعات بنامند . ثانیاً از بعد تکنولوژیکی نیز ابزارهای جدیدی را مطرح ساخته که شامل نرم افزار و سخت افزارهای مختلف کامپیوتری و ارتباطاتی می گردد ، و ثالثاً از بعد تأثیرات مثبت و منفی اجتماعی آن علی الخصوص در گسترش و افزایش هر چه بیشتر مصرف گرایی ، جهانی سازی ، فرهنگ سازی ، اشتغال زایی و غیره ... قابل بررسی و تامل می باشد .

در حال حاضر فناوری اطلاعات در ابعاد مختلف کاربردی در جامع پیشرفته مطرح می باشد ، که تجارت الکترونیک یکی از آنها می باشد . سایر کاربردهای (IT) عبارتند از : دولت الکترونیک ، آموزش از راه دور (E - Learning) ، اطلاع رسانی شبکه جهانی و آموزش الکترونیک و ...

با توجه به آشنایی اجمالی با (IT) می توان گفت که : در تجارت الکترونیک به کمک ابزارهای نرم افزاری و سخت افزاری ارائه شده توسط تکنولوژی اطلاعات ، امکان ایجاد مکانیزمهای تجاری و بازارهای الکترونیک در شبکه اینترنت ، خریدار ، فروشنده و



به علت جوانی این رشته علمی و فعالیت اقتصادی ، هنوز تعریف دقیق و جامعی برای آن مشخص نشده است . در حال حاضر نیز هر کس از دید خود به مساله رو آورده و تلاش می کند تا فعلاً از قافله تند و سریع آن عقب نیفتد. در کشور ما نیز اخیراً احساس نیاز برای پرداختن به تجارت الکترونیک (EC) ایجاد شده ، و فعالیت هایی به طور جدی و در سطح ملی برای رواج آن به عمل آمده است .

نکته اساسی دیگری که در روند رشد و توسعه شبکه اینترنت و تجارت الکترونیک باید مورد توجه قرار گیرد، مراحل آن می باشد. لازمه رشد و توسعه هر پدیده ای به خصوص صنعتی و تکنولوژیکی، طی کردن مراحل رشد و تعالی آن به صورت تدریجی می باشد. نمی توان بدون در نظر گرفتن پایه ها و زیرساختهای یک صنعت بلافاصله به مرحله نهایی آن رفته و انتظار موفقیت نیز داشت.

مراحل تکوین شبکه اینترنت و به خصوص تجارت الکترونیک طی پنج مرحله صورت گرفته که اول از ایجاد زیرساختها آغاز شده و پس از طی مراحل نرم افزار نویسی و خدمات آن، به مرحله سوم مجتمع سازی رسیده، سپس مرحله چهارم خرده فروشی و تجارت های کوچک، به مرحله کنونی یا مرحله پنجم که تجارت الکترونیکی گسترده می باشد، رسیده است.

۳- ادامه روند توسعه تجارت الکترونیک

با روند توسعه اینترنت و تجارت الکترونیکی در گذشته به طور اجمالی آشنایی به عمل آمد. در ادامه این روند چگونگی پیش بینی ها متفاوت است، اما طبق مطالعات مشاورین این روند به سمت خاصی پیش می رود که عبارت از جهانی سازی و همکاری یا ادغام شرکت های الکترونیکی می باشد. برای سهولت نمایش روند گذشته و حال و ویژگیها و اولویتهای هر مرحله، شکل زیر تا حدودی گویا تر می باشد.



واسطه های تجاری می توانند با بهره وری بیشتر، فعالیتهای تجاری مختلفی را به انجام برسانند. در واقع عامل بهره وری اقتصادی در تجارت باعث شده است تا توجه کلیه دست اندرکاران تجاری به سمت آن جلب شده و جهت ربودن گوی رقابت، از آن به عنوان ابزاری مهم استفاده نمایند. علت رشد و گسترش سریع این رشته فعالیت در شبکه اینترنت ناشی از همین نکته می باشد، به طوری که ظرف دهه سال گذشته (یعنی از سال ۱۹۹۶ تا کنون) فعالیتهای تجاری جای فعالیتهای علمی و اطلاع رسانی غیر تجاری در شبکه اینترنت را گرفته و در حال حاضر پر بیننده ترین و فعالترین سایتهای شبکه را تشکیل می دهند.

۲- روند گسترش اینترنت و تجارت الکترونیک

در عصر اطلاعات و فناوری های پیشرفته، نرخ رشد صنایع جدید به مراتب سریع تر از گذشته می باشد. به علت رقابتی شدن تحقیقات و سرمایه گذاریهای کلان در آن به عنوان محور مزیت رقابتی بین شرکت های طراز اول صنعت جهت حفظ یا کسب موقعیت رهبری بازارها، نرخ رشد اختراعات و اکتشافات علمی افزایش چشمگیری داشته است. به همین دلیل کاربرد تئوری چرخه عمر در تجزیه و تحلیل های استراتژیک تکنولوژیها نیز بمراتب بیشتر شده، چرا که طول عمر زندگی محصولات نیز بسیار کوتاه تر شده است.

برای مثال: در صنایع الکترونیک، رادیو حدود ۹۰ سال، تلویزیون حدود ۷۰ سال، تلویزیون کابلی حدود ۴۵ سال و بالاخره اینترنت حدود ۳۰ سال تاکنون از طول عمرشان سپری شده است.

اما از نظر تعداد مصرف کنندگان تقریباً در حال نزدیک شدن به هم می باشند. نرخ رشد اینترنت نسبت به سه محصول دیگر الکترونیکی به مراتب سریعتر بوده است.

میزان سرمایه گذاری در حوزه تکنولوژی اطلاعات ظرف چند سال از ۳۸ درصد به ۵۳ درصد از ۵۰ درصد افزایش داشته است. طبیعی است که این میزان سرمایه گذاری در مقابل باید درآمد و سوددهی را نیز افزایش داده باشد که این گونه شرکت ها بسوی آن هجوم آورده اند.

مناسبی انجام دهند ، باقی مانده و بسیاری از شرکتهای کوچک و حتی موفق کنونی احتمالا از صحنه رقابت کنار خواهند رفت . یکی از کلیدهای موفقیت اتخاذ استراتژی عمیق کار کردن بجای فعالیت گسترده خواهد بود که تخصیص نام دامنه (Domain) و شاخص سازی (Branding) در اینجا اهمیت پیدا می کند .

۴- نگاهی به درآمدها در اینترنت

طبق پیش بینی های انجام شده، اقتصاد اینترنتی یا تجارت الکترونیکی به چند تریلیون دلار خواهد رسید . طبق گزارش Forrester تبلیغات بر خط که در سال ۱۹۹۹ معادل ۳/۳ میلیارد دلار بوده ، در سال ۲۰۰۰ به ۶/۵ میلیارد دلار و در سال ۲۰۰۶ به حدود ۴۰ میلیارد دلار در سطح جهان رسید.

Internet Users in the World
Growth 1995 - 2010



Source: www.internetworldstats.com - January, 2008
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group

تا سال ۲۰۰۰ میلادی	بعد از سال ۲۰۰۰ میلادی	
تلاش برای مطرح شدن	توجه برای جهانی سازی	
تمرکز روی داخلی	تمرکز روی اطراف	تمرکز روی جهان
۱- افزایش مصرف کنندگان محدود	۱- تمرکز روی فرآیند داخلی شرکت	۱- همکاری بین شرکتهای
۲- تمرکز روی فرآیند داخلی شرکت	۲- افزایش مصرف کنندگان محدود	۲- مصرف کنندگان نامحدود
۳- استفاده از client/server,EDI	۳- استفاده از client/server,EDI	۳- استاندارد سازی اینترنت XML
۴- افزایش بازاریابی داخلی	۴- ارتباط مستقیم مشتری با کارکنان	۴- نظام تامین الکترونیکی
۵- کاهش هزینه ها	۵- مدیریت مشتریان	۵- مجتمع سازی با شرکتهای دیگر
۶- مجتمع سازی به صورت یک سایت	۶- خدمات مشتریان	۶- سهم بازار و رشد آن
	۷- مجتمع سازی بصورت متمرکز	۷- تخصیصی شدن

ظرف چند سال گذشته مسائل مبتلا به شرکتهای اینترنتی از کمبود مصرف کنندگان به نامحدود شدن آنها ، از تمرکز روی درون شرکت به بیرون و همکاری فیما بین شرکتهای ، از چند منظوره بودن به تخصصی شدن ، والی آخر ... تغییر کرده است . در نتیجه به تدریج موانع ورود به بازار تجارت الکترونیکی در حال افزایش بوده و هر قدر دیرتر نسبت به آن اقدام می شود ، کار برای تازه واردین مشکل تر خواهد شد و این اعلام خطری می باشد برای تازه واردین ایرانی که اخیرا بتدریج وارد بازار فوق می خواهند بشوند . طبق پیش بینی های به عمل آمده و روند فوق الذکر ، همکاری بین شرکت ها که اصطلاحا (B2B (Business to Business) نامیده می شود بیشتر خواهد شد و در نتیجه حجم مبادلات و فعالیتهای تجاری در بخش B2B نسبت به B2C (Business to Customer) به مراتب بیشتر خواهد بود . از طرفی شرکتهایی که به طور تخصصی فعالیت کرده و موفق شوند نام تجاری خوبی را در ذهن مشتریان بر جای گذارند یعنی بتوانند شاخص سازی (Branding)

۵- جمعیت اینترنتی

طبق بررسیهای انجام شده توسط منابع مختلف ، جمعیت استفاده کننده از اینترنت حدودا به شرح زیر می باشد :

تاریخ	تعداد کاربران (میلیون نفر)	% نسبت به جمعیت جهان	منبع داده ها
۱۹۹۵	۱۶	۰.۴	IDC
۱۹۹۶	۳۶	۰.۹	IDC
۱۹۹۷	۷۰	۱.۷۰	IDC
۱۹۹۸	۱۴۷	۳.۶۰	C.I. Almanac
۱۹۹۹	۲۴۸	۴.۱۰	Nua Ltd.
۲۰۰۰	۳۶۱	۵.۸۰	Internet World Stats
۲۰۰۱	۵۱۳	۸.۶۰	Nua Ltd.
۲۰۰۲	۵۸۷	۹.۴۰	Internet World Stats
۲۰۰۳	۷۱۹	۱۱.۱۰	Internet World Stats
۲۰۰۴	۸۱۷	۱۲.۷۰	Internet World Stats
۲۰۰۵	۱۰۱۸	۱۵.۷۰	Internet World Stats
۲۰۰۶	۱۰۹۳	۱۶.۷۰	Internet World Stats
۲۰۰۷	۱۳۱۹	۲۰.۰۰	Internet World Stats
۲۰۰۸	۱۵۷۴	۲۳.۵۰	Internet World Stats
۲۰۰۹	۱۷۳۴	۲۵.۶۰	Internet World Stats

۶- رهبران تجارت الکترونیک

در میان صنایع مختلف ، صنایع کامپیوتری و نهادهای مالی و اعتباری بیشترین فعالیت را در اینترنت داشته و بقیه صنایع به مراتب عقب تر هستند . طبق مطالعات انجام شده ۴۹ درصد درآمدهای اینترنتی زیر ۵۰۰ میلیون دلار ، ۱۹ درصد بین ۵۰۰ میلیون تا ۱۰ میلیارد دلار و ۲۲ درصد بالای ۱۰ میلیارد دلار در سال بوده است . که از میان موارد فوق حدود ۴۴ درصد در آمریکا ، ۱۸ درصد در خاور دور و ۱۹ درصد در اروپا بوده است . اما پیش بینی می شود در سالهای آینده درصد خاور دور و به خصوص چین بمیزان قابل ملاحظه ای نسبت به سایر مناطق افزایش یابد . در خصوص چین پیش بینی شده که سهم چین از سهم آمریکا نیز بیشتر شود ، لذا بعضی از شرکتهای آمریکایی اقدام به آموزش زبان چینی نموده اند . رهبران تجارت الکترونیک ، طبق بررسیهای انجام شده ، دارای ویژگیهای خاصی می باشند ، که بعضی از آنها به شرح زیر می باشند :

● انتظار درآمذزایی حدود ۲۰ درصد کل درآمد اینترنتی جهان را دارند .

● برای ورود به بازارهای جدید از طریق اینترنت علاقمند هستند .

● معیارهای اندازه گیری میزان موفقیتشان را در سه چیز می دانند :

۱- سرعت توسعه و ارائه کالا یا خدمات

۲- افزایش سهم بازار

۳- فروش از طریق B2B و B2C

● بکارگیری نیروهای متخصص ویژه در تجارت الکترونیک

● از استراتژی همکاری با تامین کنندگان به عنوان یک مزیت رقابتی استفاده می نمایند .

● از مدیریت دانش و آزادی جریان اطلاعات در زنجیره ارزش محصول برای افزایش بهره وری استفاده می نمایند .

۷- پربیننده ترین سایتها

طبق بررسیهای به عمل آمده پربیننده ترین سایتها در کشورهای آمریکا ، انگلیس ، آلمان و فرانسه به ترتیب به شرح ذیل می باشند :

در پشت نام به ظاهر ساده اش ، مفهومی فراتر از آنچه در اذهان ماست پنهان شده است .

این تعریف از چهار دیدگاه قابل بررسی است :

۱- از دید ارتباطات : تجارت الکترونیک رساندن کالا ، خدمات ، اطلاعات و یا پرداخت پول از طریق شبکه های کامپیوتری و یا هر وسیله الکترونیکی دیگر است .

۲- از دید فرآیند تجارت : تجارت الکترونیک کاربرد فناوری در اتوماسیون داد و ستد در تجارت است .

۳- از دید خدمات : تجارت الکترونیک وسیله ای است که آرمان های مشتریان و شرکتها و مدیران را جهت رسیدن به کیفیت بهتر ، سرعت بیشتر و خدمات بهتر را با هزینه کمتر بر آورده می کند .

۴- از دیدگاه بر خط (Online) : تجارت الکترونیک قابلیت خرید ، فروش و داد و ستد محصولات و اطلاعات از طریق اینترنت و یا هر شبکه بر خط دیگر را فراهم می کند .

هدف از بکارگیری تجارت الکترونیکی ، گسترش روشهای قدیمی تجارت نیست بلکه ارایه روشی جدید در انجام امور بازرگانی محسوب می شود . به واسطه این روش جدید ،تجار قادرند که محصولات و خدمات خود را به شکل تمام وقت و به تمام خریداران در سرتا سر جهان مستقل از مرزهای جغرافیایی و ملیتها عرضه کنند .

بسیاری از مردم فکر می کنند که تجارت الکترونیکی منحصر به خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می باشند . اما تجارت الکترونیکی خیلی گسترده تر از این موارد ساده می باشد و هر گونه تراکنش مالی / تجاری بین موسسات و افراد مختلف را در بر می گیرد . تعریفی که کنسرسیوم صنعت commerce net از تجارت الکترونیکی ارائه می دهد ، عبارتست از :

استفاده از کامپیوترهای یک یا چند شبکه برای ایجاد و انتقال اطلاعات تجاری که بیشتر با خرید و فروش اطلاعات ،کالاها و خدمات از طریق اینترنت مرتبط می باشد .

رسالت تجارت الکترونیکی فقط ارتباط نیست ، بلکه پی ریزی و تقویت روابط تجاری است . تجارت الکترونیکی انقلابی است که

فرانسه	آلمان	انگلیس	آمریکا
Google	Google	Google	Google
Msn	eBay	Yahoo	Yahoo
Yahoo	Wikipedia	BBC	Wikipedia
Wikipedia	Amazon	eBay	Amazon
eBay	Yahoo	Wikipedia	eBay

ایران نیز با فراهم سازی شرایط لازم ، عزم خود را در بهره مندی از فرصت فوق ،بخصوص بخاطر تاثیر مثبتی که در کاهش هزینه بنگاه ها،بهبود بهره وری ،افزایش سهم حضور ایران در بازار جهانی و... دارد ،جزم کرده است ،و باتصویب قانون تجارت الکترونیکی در مجلس شورای اسلامی زمینه رونق آن نیز گسترش یافته است.



۸- تجارت الکترونیک چیست ؟

حدود سه دهه از پیوستن چهار شبکه بنیان گذار اینترنت به یکدیگر سپری شده است . در طی این سال ها بشر پیشرفتهای فراوانی کرده است ، که شاید خود حتی تصور چنین سرعت پیشرفتی را نداشت . فناوری های جدید مانند وب نیز استفاده از اینترنت را به مراتب راحت تر کرده است ، اما انسان برای

راحتی بیشتر هرگز از پا ننشسته است و قدم در ایجاد فناوری های نو نهاده است. تجارت الکترونیک یکی از این فناوری ها است که

« تجارت الکترونیک عبارت است از خرید و فروش کالا ، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه های ارتباطی »

« انتقال اطلاعات تجاری سازمان دهی شده توسط استانداردهای اطلاع رسانی مورد توافق از یک سیستم کامپیوتری به دیگری از طریق تجهیزات الکترونیکی »

ارائه توضیح مختصری درباره این تعریف به درک موضوع کمک قابل توجهی خواهد کرد. منظور از « اطلاعات تجاری سازمان دهی شده » استفاده از روشی دقیق، قابل فهم و مورد قبول برای جمع آوری اطلاعات است. این قبیل اطلاعات شامل: کد کالا، قیمت پایه، محل تحویل کالا و سایر مواردی می باشد که یک سفارش خرید یا یک صورت حساب را تشکیل می دهد. صورت حسابهای دو شرکت مختلف، معمولاً با هم تفاوت دارد. ممکن است جای قرار گرفتن اسم مشتری و یا آدرس او تفاوت داشته باشند و یا تاریخ به شکل های مختلفی نوشته شود. « عبارت استانداردهای اطلاع رسانی مورد توافق » بیان می کند که اختلاف های موجود بین صورت حساب ها با تعیین یک روش مورد توافق و ثابت برای ارائه اطلاعات به حداقل خواهد رسید.

تا کنون تلاشهای گسترده ای برای تدوین این استانداردها در سطح بین المللی انجام شده است. عبارت « از یک سیستم کامپیوتری به دیگری » بیانگر این است که دو سیستم می توانند در دو سازمان مجزا و یا در یک سازمان قرار داشته باشند. در واقع از EDI برای ارتباطات درون سازمانی نیز استفاده می شود. عبارت « از طریق تجهیزات الکترونیکی »

نیز بیان می کند که هیچ گونه مداخله انسانی در این مبادله وجود ندارد. تا سالها EDI تنها شکل قابل تصور از تجارت الکترونیک بود اما رشد و گسترش شبکه جهانی اینترنت و ابداع وب به کلی مفاهیمی را که در این زمینه وجود داشت متحول کرد.

با به وجود آمدن تبادل الکترونیکی داده ها حوزه استفاده تجارت الکترونیکی از شرکتهای بزرگ و موسسه های مالی به کارخانه ها، خرده فروش ها، شرکتهای خدماتی و ... و حتی تا رزرو بلیت در آژانس های مسافرتی و فروش اجناس دست دوم گسترش یافت.

در حال تغییر روشهای تجارت، خرید و حتی تغییر نحوه تفکر ماست.

دامنه تجارت الکترونیک به داد و ستد تجاری بین شرکتهای محدود می شود، اما کسب و کار الکترونیکی تمام فعالیتهای تجاری شامل خرید و فروش، ارائه خدمات پس از فروش، ارتباط های تجاری بین شرکتهای و ... را در بر می گیرد.



۹- تاریخچه تجارت الکترونیک

ارتباطات الکترونیکی بین موسسات تجاری چیز تازه ای نیست، بلکه سالها به شکل تبادل الکترونیکی اطلاعات (EDI) که توسط شبکه های ارزش افزوده (VAN) پشتیبانی می شوند و از طریق خطوط تلفن اختصاصی عمل می کردند، وجود داشته

است. واژه EDI غالباً به منظور جابه جایی الکترونیکی اسناد تجاری (فاکتور و ...) استفاده می شود. در واقع منظور از EDI تجارت بدون کاغذ می باشد. تعریفی که برای EDI ارائه شده چنین است:

ارتباطات الکترونیکی بین موسسات

تجاری چیز تازه ای نیست، بلکه سالها به

شکل تبادل الکترونیکی اطلاعات (EDI) که

توسط شبکه های ارزش افزوده (VAN)

پشتیبانی می شوند و از طریق خطوط تلفن

اختصاصی عمل می کردند، وجود داشته

برای کار کردن با وب نیازی به دانش کامپیوتر چندانی نبود. با فراگیر شدن وب شرکت ها و صنایع هم برای کسب و کار نگاه خود را متوجه اینترنت کردند و به این ترتیب دوره تجاری اینترنت آغاز شد و استفاده از تجارت الکترونیک به سرعت گسترش یافت. یکی از دلایل این گسترش، گسترش شبکه های جدید، پروتکل ها و نرم افزارهای کاربردی بوده است، و دلیل دیگر افزایش رقابت بین شرکتهای تجاری بود.

به کار گیری پروتکل ها و زیر ساخت های اینترنتی، EDI را از یک سیستم ارتباطی معین که براساس خطوط ارتباطی بین شرکت های بزرگ و روابطی ثابت عمل می کند، متحول ساخته و آن را تبدیل به یک سیستم انعطاف پذیر می کند که دامنه آن شرکت های بسیار بیشتری را در بر می گیرد. شرکت هایی که حتی ممکن است یکدیگر را نشناسند.

EDI از طریق اینترنت یک دهم EDI از طریق VAN هزینه در بر دارد و به همین دلیل اینترنت باعث توسعه EDI می شود. به عنوان مثال وقتی یک شرکت بوئینگ، سیستم محدود EDI - VAN خود را به یک سیستم EDI اینترنتی تغییر داد مشتریان آن که در سیستم سفارش قطعات شرکت

می کردند پنج برابر شدند. می توان گفت که نقطه آغازین شروع تجارت الکترونیک به سال ۱۹۹۳ بر می

گردد که، تجارت الکترونیک برای خرید و فروش کالاها در سطح آمریکا به شکل عملی درآمد. تجارت الکترونیک در ابتدای پیدایش خود چیزی بیش از یک اطلاع رسانی ساده تجاری نبود، هر کس می توانست محصولات خود را با استفاده از صفحات وب بر روی اینترنت تبلیغ نماید. آمار گرفته شده از ۵۰۰ شرکت نشان داد که حدود ۳۴٪ از آنها در سال ۱۹۹۵ و در حدود ۸۰٪ در سال ۱۹۹۶ از این روش برای تبلیغ محصولات خود استفاده کرده اند. پیشرفت

استفاده از تجارت الکترونیک با نوآوری هایی نظیر انتقال الکترونیکی سرمایه (EFT) - که در آن سرمایه ها را می توان به صورت الکترونیکی جابه جا نمود - گسترش یافت. یک سیستم انتقال سرمایه به مجموعه ای از فعالیتها اطلاق که به وسیله بانک ها و موسسه های دیگر از قبیل اتاق های پایاپای جهت انتقال منابع بین بانک ها انجام می گیرد، تا همین اواخر سیستم مزبور کاملا بر

اساس اسناد کاغذی عمل می کرد و با توسعه آن در طول زمان، جهت انتقال منابع داخلی و بین المللی به تدریج دارای چارچوب و استانداردهای مشخصی گردیده بود. این وضعیت هنگامی تغییر نمود که اطلاعات مربوط به دستور انتقال سرمایه بر اساس اسناد کاغذی، توانست به یک سری دستورات کد شده و ماشینی تبدیل شود.

با توسعه شبکه ها، نیاز تکنیکی این شبکه های جدید ایجاب می نمود تا پیام ها به صورت استانداردهای خاصی مبادله گردند. استفاده از این فناوری به شرکت های بزرگ و موسسه های مالی محدود می شد.

با پیشرفت اینترنت و به وجود آمدن وب موجبات ابداع تجارت الکترونیک به مفهوم امروزی فراهم شد. بنیان شبکه اینترنت در ابتدا ایجاد شبکه ای بود که تمرکز موجود در کامپیوترهای

کشورهای عضو پیمان ناتو از بین برود تا در صورت حمله احتمالی شوروی سابق به این مراکز دیگر پایگاه ها به کار خود ادامه دهند. چهار دانشگاه ایالات متحده به این شبکه پیوستند و کم کم اینترنت وارد اولین مرحله خود یعنی مرحله نظامی شد. در ادامه دانشگاهیان به این نتیجه رسیدند که می توانند از اینترنت برای رسیدن به اهداف آکادمیک خود بهره بگیرند. با آمدن وب تقریباً تمام ویژگیهای دوره آکادمیک به جز پست الکترونیک منسوخ شد.

برای کار کردن با وب نیازی به دانش

کامپیوتر چندانی نبود. با فراگیر شدن

وب شرکت ها و صنایع هم برای کسب

و کار نگاه خود را متوجه اینترنت کردند

و به این ترتیب دوره تجاری اینترنت

آغاز شد و استفاده از تجارت

الکترونیک به سرعت گسترش یافت.

یکی از دلایل این گسترش، گسترش

شبکه های جدید، پروتکل ها و نرم

افزارهای کاربردی بوده است، و دلیل

دیگر افزایش رقابت بین شرکتهای

تجاری بود.

چنین شبکه هایی ممکن است بسیار عظیم باشند . مثلا اکسترانت هیتاچی شامل بیش از ۲۱۰۰ شرکت است و نیز اینترنت شرکت فورد ۱۲۰۰۰۰۰ ایستگاه کاری را به هم متصل می کند .

تجارت الکترونیک به شرکتها این امکان را داد که تراکنشهای تجاری خود را نیز به شکل الکترونیکی به انجام برساند . طبق آمار از بین ۵۰۰ شرکت فوق الذکر تنها ۵٪ از آنها تا سال ۱۹۹۶ از این امتیاز تجارت الکترونیک بهره می گرفتند . مهمترین عامل باز دارنده جهت بهره گیری از این امتیاز مهم عامل امنیتی اینترنت و تجارت الکترونیک بود . اما امروزه پیش بینی می شود که بیش از ۲۰۰۰ میلیون دلار تراکنش مالی توسط صدها سایت تجاری بر روی اینترنت انجام گیرد .

۱۰- خلاصه تاریخچه تجارت الکترونیک

مرحله ۱- ارتباطات : استفاده از پروتکل های ftp ، gopher و news groups در جهت انتقال فایل های داده ای بین مراکز دانشگاهی و نظامی .

مرحله ۲ - بازاریابی یکسویه : استفاده از پروتکل های mosaic جهت انتشار اخبار هر چند کوچک در ارتباط با بازار و نحوه خدمت رسانی به مشتری .

مرحله ۳- تحول تعاملات مشتری: از وب گسترده جهانی (WWW جهت ارتباط با سایر شرکتها معاملات ساده با مشتریان .

مرحله ۴ - تغییر شکل سازمانهای و فرآیند های کاری آنها : تغییر شکل فرآیند کسب و کار و آشکار شدن شیوه های جدید . علاوه بر استفاده از EDI ، سه شکل عمده دیگر تجارت الکترونیک نیز وجود دارد :

- استفاده از اینترنت و صفحات وب
- بهره گیری از اینترنت ها (شبکه هایی که در داخل شرکت ها استفاده می شوند و از پروتکل IP استفاده می کنند) که باعث سر و سامان بخشیدن به فعالیت های داخلی شرکت می گردد .
- گسترش اکسترانت (شبکه های موجود بین شرکت هایی که طرف تجاری هم هستند و برای تبادل اطلاعات از پروتکل یکسانی استفاده می کنند) شرکت ها به منظور همکاری با شرکای تجاری