

# اشاعه فرهنگ تجارت الکترونیکی در فروشگاه‌های زنجیره‌ای ضروری است

اشاره:

با وجود مزایایی که تجارت الکترونیکی (EC) در افزایش کارایی تجاری، تسریع مبادلات بازرگانی، کاهش تشریفات اداری (راید و هزینه‌های تجارت دارد و با توجه به گسترش تجارت الکترونیکی در جهان، به ویژه در کشورهای جنوب شرقی آسیا، به کارگیری این روش در ایران اکنون به یک «باید» تبدیل شده است.

در داخل کشور استفاده از تجارت الکترونیکی در میان عواملان تجاری شرکت‌های اولیه خود را آغاز کرده و اشاعه فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی با توجه به مزایای این شیوه نوین تجاری، ضرورت خود را نشان داده است.

جنرالگاز نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای سعید زرگری مدیر بخش نرم‌افزار سیستم جامع فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند، علل استفاده گسترده از تجارت الکترونیکی در ایران به ویژه فرهنگ استفاده از EC در میان فروشگاه‌های زنجیره‌ای را جویا شد.  
مأخذ این گفت‌وگو چنین است:

به‌طور مثال شرکت زنجیره‌ای "A" که «مشتري» نامیده می‌شود، به شرکت «تأمین‌کننده» "B" بدون رد و بدل کردن کاغذ به‌صورت سیستم مکانیزه سفارشات خود را صادر می‌کند و تأمین‌کننده اجناس موردنیاز مشتري را ارسال می‌دارد.

اصولاً شرکت‌های زنجیره‌ای در ایران که نقش مشتري را ایفا می‌کنند، دارای سفارشات زیادی هستند و به‌طور متوسط ۸ تا ۱۰ هزار قلم کالا را در انبارهای خود ذخیره دارند که روزانه حدود ۳ هزار قلم کالا را به فروش می‌رسانند.

فروشگاه‌های زنجیره‌ای اصولاً با تأمین‌کنندگانی کار می‌کنند که اغلب

که آیا این درخواست قابل انجام است یا خیر، می‌باشد.

در روش‌های سنتی این مراحل تماماً به‌صورت اداری و توسط نامه طی می‌شود و فرستنده آن را توسط پست ارسال می‌دارد و گیرنده نیز همین مراحل را جهت دریافت طی می‌کرده است.

امروزه اگر تجارت به‌طریق الکترونیکی انجام شود، سیستم مکانیزه‌ای به‌کار گرفته می‌شود که «تأمین‌کننده کالا» و «مشتري کالا» می‌توانند از طریق آن سفارش خود را مستقیماً دریافت دارند.

این امر بدون اینکه «کاغذ» در خدمت ارتباط قرار گیرد، از طریق خطوط تلفنی و ارتباطات شبکه‌ای انجام می‌شود.

## ■ ارتباط الکترونیکی جهت تبادل اطلاعات تجاری چیست؟

ارتباطات الکترونیکی اطلاعات از زمانی که شبکه‌های کامپیوتری پا به عرصه وجود گذاشتند، به‌وجود آمد. در این زمینه پست الکترونیکی (E-mail) نامی آشنا است و از مدت‌ها قبل بسیاری با آن کار کرده‌اند.

در خدمت گرفتن شبکه‌های ارتباطی جهت تبادل اطلاعات تجاری مبحث EDI یا EC را به‌وجود می‌آورد.

در زمینه EC عمده‌ترین تبادل اطلاعات تجاری عبارت است از ارسال یک سری پیام‌های «درخواست» یا «خرید کالا» که در اصطلاح آن را «Order» می‌گویند و نیز پاسخ آن پیام‌ها

■ برای برقراری ارتباط الکترونیکی در جهت تبادل اطلاعات تجاری چه پیش‌نیازهایی ضروری است؟

□ در این زمینه یک سری پشتیبانی‌ها و بسترسازی‌های سخت‌افزاری، نرم‌افزاری، مالی، حقوقی و دولتی مورد نیاز است. به‌طور مثال اگر کالا برای

مشتري ارسال شود و مشتري پول آن را پرداخت نکند، باید یک محل قانونی برای طرح شکایت «تأمین‌کننده» وجود داشته باشد.

در سطح قضا نیز باید قوانینی وجود داشته باشد تا از این نوع تجارت پشتیبانی کند و مراجع ذی‌صلاح این تجارت را به رسمیت بشناسند.

در این نوع تجارت باید شبکه‌هایی حضور داشته باشند و به‌صورت پل ارتباطی بین «مشتري» و «تأمین‌کننده» عمل کنند و مشتریان نیاز خود را از طریق شبکه اعلام دارند و «تأمین‌کننده» آن را تهیه کرده و به انبار «مشتري» ارسال نماید.

اصولاً آماده‌سازی بستر سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تجارت الکترونیکی باید از طریق شرکت‌های بزرگ در حد شرکت مخابرات انجام شود، چرا که نیاز به سرمایه‌گذاری عظیم دارد.

■ جایگاه تجارت الکترونیکی در سطح جهانی را ذکر فرمایید.

□ تجارت الکترونیکی در سطح جهان از اهمیت بالایی برخوردار است. کشور سنگاپور در این زمینه فعلاً گوی سبقت را از تمامی کشورهای جهان ربوده

تأمین‌کنندگان کالا نیز جواب تقاضای خرید را از طریق همان مدیریت شبکه به مشتري ارسال می‌دارند. در سطح جهانی

معتبر هستند، چرا که بالا بودن حجم مرادده کالایی از سوی مشتري و تأمین‌کننده نیاز به یک اعتماد بالا است.

تأمین این منابع اعتباری در سطح جهان به‌صورت بانکی انجام می‌شود و از طریق کارت‌های اعتباری حل می‌شود. ولی در ایران هنوز روش کارت اعتباری متداول نشده و شیوه بازار سنتی در بازار

مردن نفوذ کرده و فعالیت‌های دادوستد براساس اعتبار و اعتماد صورت می‌گیرد. دادوستد تجاری از طریق تجارت الکترونیکی حجم بوروکراسی و تشکیلات عریض و طویل را به میزان بسیار چشمگیری کاهش می‌دهد و میزان خطا را به صفر می‌رساند.

در سیستم مکانیزه انبار و فروشگاه به ازای هر بار ورود کالا، موجودی افزایش می‌یابد و به ازای هر بار فروش کالا، موجودی کاهش می‌یابد و سیستم اطلاعاتی در لحظات ورود و خروج کالا متوجه این امر می‌شود. به این ترتیب موجودی وقتی به نقطه سفارش رسید، به‌طور اتوماتیک سفارش خرید صادر و ارسال می‌شود و تأمین‌کننده نیز بر اساس اولویت‌ها به‌صورت مکانیزه زمان ارسال کالا را اعلام می‌دارد.

■ لطفاً بفرمایید مدل استاندارد استفاده از امکانات مخابراتی برای دادوستد تجاری در سطح جهانی چگونه است؟

□ «مشتري» در دادوستدهای جهانی با تعدادی تأمین‌کننده کالا روبه‌رو است که تقاضای خرید کالا را از طریق مدیریت شبکه به تأمین‌کنندگان کالا ارسال می‌دارد.

○ امروزه اگر تجارت به‌طریق الکترونیکی انجام شود، سیستم مکانیزه‌ای به‌کار گرفته می‌شود که «تأمین‌کننده کالا» و «مشتري کالا» می‌توانند از طریق آن سفارش خود را مستقیماً دریافت دارند. دادوستد تجاری از طریق تجارت الکترونیکی حجم بوروکراسی و تشکیلات عریض و طویل را به میزان بسیار چشمگیری کاهش می‌دهد و میزان خطا را به صفر می‌رساند.

«مدیریت شبکه» که نقش «اعتماد» بین مشتري و تأمین‌کننده را ایفا می‌کند، بسیار بااهمیت است.

■ مدل ارتباط نقطه به نقطه بین «مشتري» و «تأمین‌کننده» در ایران چگونه است؟

□ در ایران چون مدیریت شبکه وجود ندارد، اجباراً «مشتري» و «تأمین‌کننده» از طریق یک دستگاه «مودم» با یکدیگر ارتباط پیدا می‌کنند. بین «مشتري» و «تأمین‌کننده» در کشورمان شبکه مدیریت که اکثراً کشورهای دولتی بزرگ و بانک‌ها هستند، وجود ندارد.

در سطح جهان شرکت‌های دولتی بزرگ همواره «مشتري» و «تأمین‌کننده» کالا را تأمین ارتباطی می‌کنند. تضمین محرمانه بودن اطلاعات در این سیستم اهمیت زیادی دارد که شرکت‌های دولتی بزرگ می‌توانند این تضمین را انجام دهند.

پروتکل ارتباطی و یا روش ارتباط‌گیری در ایران استاندارد است و چنانچه شبکه مدیریت در مسیر بین «مشتري» و «تأمین‌کننده» قرار گیرد، استاندارد جهانی مطابق برنامه رعایت می‌شود.

است. در این کشور کالا دو روز قبل از ترخیص عملی در بندر، ترخیص اطلاعاتی می‌شود و بندر هنگام ورود کالا از طریق کشتی کاملاً آماده تخلیه و ارسال آن به انبار است. اطلاعات کالا فقط به میزان وزن، تعداد آن و محل انبار آن کالا نیست، بلکه اطلاعات کالا شامل تمامی موارد و مراحل تخلیه، مشتری آن کالا، نحوه توزیع آن و... می‌باشد.

اطلاعات کالا به نحوی است که صاحب کالا می‌تواند از دو روز قبل در زمینه فروش آن کالا تصمیمات دقیقی اتخاذ نماید.

ذکر این نکته ضروری است که صاحب کالا پیام خرید آن کالا را نیز از طریق پیام الکترونیکی ارسال کرده است. اصولاً وضعیت جهانی تجارت به نحوی است که ارتباطات حرف اول را می‌زند و طرفین معامله به هیچ‌وجه حاضر به انجام بوروکراسی اداری نبوده و از طریق کاغذ معامله نمی‌کنند. در نتیجه تجار ایرانی نیز در آینده نزدیک باید از طریق تجارت الکترونیکی، فرش یا دیگر کالاهای غیرنفی خود را صادر نمایند و این نیاز مشاهده می‌شود که هر چه سریع‌تر به جامعه جهانی تجارت الکترونیکی پیوندیم.

### آیا ایران برای پیوستن به جامعه جهانی تجارت الکترونیکی حرکت‌های اولیه را آغاز کرده است؟

□ ایران در هیأت ادیفاکت آسیا در خرداد ۱۳۷۵ عضویت یافت و متعاقب آن کمیته ملی ادیفاکت ایران تأسیس شد. شانزدهمین اجلاس هیأت ادیفاکت آسیا در سال گذشته در سطح گسترده‌ای در تهران برگزار شد که مورد عنایت و توجه ویژه مقامات دولتی و از جمله ریاست محترم جمهوری واقع شد. ایران هم‌اینک عضو کمیته بین‌المللی ادیفاکت زیر نظر سازمان ملل است.

برای فعالیت گسترده‌تر تجارت الکترونیکی باید پشتیبانی‌های دولتی افزایش یابد و شرکت مخابرات در این زمینه نقش اساسی دارد. چنانچه این پشتیبانی‌ها صورت گیرد و مسایل حقوقی حل شود، شرکت‌های نرم‌افزاری به سرعت به سمت این موضوع حرکت خواهند کرد تا برنامه‌های فارسی تجارت الکترونیکی را تدوین کنند و در نتیجه تجارت الکترونیکی به همان‌گونه که در سطح جهانی جایگاه مهمی دارد، در ایران نیز صاحب جایگاه ارزنده‌ای شود.

در ایران هنوز تعداد کمی از شرکت‌ها با تجارت الکترونیکی آشنایی دارند و به‌کارگیری سیستم‌های مکانیزه در شرکت‌های تولیدی محدود و ارتباطات به روش‌های سنتی انجام می‌گیرد.

### آیا در ایران مواردی از ارتباط بین «مشتری» و «تأمین‌کننده» کالا به صورت مکانیزه وجود دارد؟

۱۱ برنامه‌ای در جهت فراهم کردن پیام الکترونیکی بین شرکت زنجیره‌ای شهروند و تأمین‌کنندگان کالا تدوین شده است.

در این برنامه شرکت زنجیره‌ای موردنظر به تأمین‌کننده کالا پیام می‌دهد که مثلاً برای هفته آینده تعداد ۲۰۰۰ قوطی رب ۵۰۰ گرمی، ۳۰۰۰ قوطی رب ۹۵۰ گرمی و... نیاز دارد که باید بین فروشگاه‌های "A"، "B" و "C" آن به تعداد مساوی تقسیم شود. قیمت این کالا نیز طبق قراردادی که قبلاً تنظیم شده است، می‌باشد. شرکت تأمین‌کننده نیز سفارش را مورد بررسی قرار می‌دهد که آیا می‌تواند کالا را بر اساس خواست مشتری تأمین کند یا خیر و آیا ضوابط قانونی آن که همان امضاء قرارداد است، طی شده است یا خیر. سپس پاسخ تأمین آن را با پیام الکترونیکی می‌دهد.

با سفارش از سوی مشتری و قبول

سفارش از سوی تأمین‌کننده معامله انجام می‌شود.

در معاملات بین «مشتری» و «تأمین‌کننده» کالا چهار پیام الکترونیکی ردوبدل می‌شود. این چهار پیام عبارتند از: (۱) سفارش، (۲) جواب قبول سفارش، (۳) تغییر سفارش از سوی تأمین‌کننده، (۴) رد سفارش از سوی مشتری.

### قراردادهای منعقد بین «مشتری» و «تأمین‌کننده» کاغذی است یا الکترونیکی؟

□ قراردادهای می‌توانند الکترونیکی باشند و الزامی به کاغذی بودن آن نیست. در ایران پیام‌های الکترونیکی در زمینه قراردادهای هنوز پیاده‌سازی نشده است. یک مجموعه کار تجاری فقط سفارش نیست، بلکه ۴۴ پیام مختلف الکترونیکی در زمینه تجارت وجود دارد.

در زمینه‌های کنترل کیفی، تولیدی، کشاورزی، صنعتی، حمل‌ونقل، بیمه و... پیام‌های زیادی نیز وجود دارد.

در ایران فعلاً چهار پیام در زمینه تجارت وجود دارد که شرکت زنجیره‌ای موردنظر با تأمین‌کنندگان کالاهای مورد نیاز خود از آنها استفاده می‌کند. این شرکت زنجیره‌ای بنا به خواست خود قرارداد با تأمین‌کنندگان را روی کاغذ منعقد می‌کند، اما سفارشات را به طریق الکترونیکی ارسال می‌دارد.

### توصیه شما برای استفاده شرکت‌های تجاری از سیستم EC چیست؟

□ به نظر من رشد تجاری، اجباری را برای شرکت‌های تجاری پدید آورده است تا به سوی تجارت الکترونیکی به سرعت گام بردارند. شرکت زنجیره‌ای شهروند نیاز استفاده از تجارت الکترونیکی را احساس کرده و با توجه به اینکه پشتیبانی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری این نوع تجارت را دارا

می‌باشد، نخستین شرکتی است که در زمینه استفاده از سیستم تجارت الکترونیکی گام برداشت.

این شرکت نیاز استفاده از فن‌آوری بارکد را به عنوان نخستین شرکت احساس کرد و آن را به کار گرفت. در آینده نزدیک شرکت‌های تجاری به عنوان تأمین‌کنندگان کالا برای حفظ اطلاعات تجاری خود و اینکه تجارت را مقرون به صرفه کرده و از هزینه‌های زاید جلوگیری کنند، حتماً باید تجارت الکترونیکی را به کار گیرند.

### ■ در تجارت الکترونیکی به کارگیری چه سیستم‌هایی الزامی است؟

|| استفاده از فن‌آوری بارکد صددرصد الزامی

است. اغلب شرکت‌های دولتی و بخش خصوصی در ایران به سیستم بارکد پیوسته‌اند. در مراحل بعدی ایجاد ارتباط شبکه‌ای که مخابرات باید آن را تأمین کند و سپس مسایل قضایی و قانونی است که باید حتماً حل شود.

اگر موارد قانونی استفاده از روش EC حل شود، شرکت‌هایی که دارای امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری برای استفاده از EC می‌باشند، بلافاصله می‌توانند به جرگه استفاده‌کنندگان از تجارت الکترونیکی بپیوندند.

### ■ اگر تجار ایرانی بخواهند از طریق سیستم EC در سطح بین‌المللی به مبادله بپردازند، چه باید بکنند؟

|| همچنان که با شبکه‌های جهانی مانند اینترنت تماس الکترونیکی وجود دارد، برای تبادل پیام‌های الکترونیکی نیز می‌توان از همین شبکه‌های جهانی استفاده کرد و پیام‌های تجاری را به

اقصی نقاط جهان ارسال داشت و پاسخ آن را نیز دریافت کرد.

با استفاده از پیام‌های تجاری الکترونیکی در سنگاپور، حذف کاغذ ۵ درصد صرفه‌جویی در هزینه‌ها را باعث شده است.

### ■ سیستم EDI از چه زمانی در شهرتند ایجاد شد؟ آیا EDI بین تأمین‌کنندگان کالا شناخته شده است؟

|| این سیستم از حدود یک سال قبل در فروشگاه زنجیره‌ای شهرتند ایجاد

○ اگر موارد قانونی استفاده از روش EC مل شود، شرکت‌هایی که دارای امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری برای استفاده از EC را دارند، بلافاصله می‌توانند به جرگه استفاده‌کنندگان از تجارت الکترونیکی بپیوندند.

شد. مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران از مدیریت بخش نرم‌افزاری سیستم جامع شهرتند خواست آمادگی خود را برای پیاده کردن چنین سیستمی اعلام دارد.

نظر به اینکه «شهرتند» یکی از محل‌های عمده ارتباط با تأمین‌کنندگان کالا است، ابتدا آمادگی پیاده کردن این سیستم اعلام شد و قرار شد ابتدا با چند تأمین‌کننده عمده ارتباط برقرار شود. در این رهگذر چهار تأمین‌کننده عمده که کالا به شهرتند تحویل می‌دادند، برگزیده شدند و پس از مکاتبات متعدد، از میان آنان فقط یک تأمین‌کننده اعلام آمادگی کرد. اما به لحاظ مشکلات متعدد ادامه همکاری‌ها میسر نشد.

در حقیقت تا امروز موضوع EDI بین تأمین‌کنندگان بزرگ کالا هنوز ناشناخته است و فرهنگ اجرای آن ایجاد نشده است. تأمین‌کنندگان هنوز به این

احساس دست نیافته‌اند که نیاز به این سیستم مبرم است و در آینده باید حتماً به آن مجهز شوند. پس از آن با پیگیری‌های مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران دو تا سه نمونه ایجاد شد که می‌توانست ارسال دو تا سه پیام را به صورت نمونه نشان دهد. در این زمینه پس از مطالعات اولیه، برنامه‌های لازم برای ارسال پیام به تأمین‌کننده تهیه شد.

برای اینکه در این نمونه‌ها بتوان ارتباط دوطرفه را نشان داد، برنامه‌های طرف تأمین‌کننده نیز تهیه شد که پس از آزمایش‌های لازم، جواب مساعد داده شد.

در این سیستم پیام ابتدا از سوی «شهرتند» ارسال می‌شد و پس از آنکه این پیام روی

مونیتر تأمین‌کننده فرضی به صورت سفارش کالا مشاهده می‌شد، وی پاسخ می‌داد که آن کالا را به چه قیمتی می‌تواند تأمین کند و این پاسخ را «شهرتند» دریافت می‌داشت.

### ■ چرا سیستم EDI در «شهرتند» رایج نشد؟

□ مهمترین علت آن عدم آمادگی تأمین‌کنندگان برای پیوستن به سیستم تجارت الکترونیکی است. امید است که در مرحله بعدی گسترش سیستم جامع شهرتند، پس از رفع کمبودهای جاری، این مهم تحقق پذیرد.