

جهانی شدن و تجارت الکترونیکی

در حال حاضر برای تجارت الکترونیکی تعریف قابل قبول همگانی وجود ندارد. تجارت الکترونیکی در مفهوم عام عبارتست از کلیه اشکال معاملات تجاری که توسط یک واسطه

یا شبکه الکترونیک

(در اکثر موارد

اینترنت) بدون

تماس مستقیم

میان طرفین

معامله انجام

می‌گیرند. مفهوم

وسیع تجارت

الکترونیکی شامل

عملیاتی می‌شود

کسبه نتیجه

سفارشهای کتبی در

کاتالوگها، ابزار

گرافیک یا

آگهی‌های رادیو و

تلویزیون می‌باشد و

یا توسط وسایل

ارتباطی نظیر تلفن و

نمابر ارائه می‌شوند.

در تعریف محدود

مفهوم تجارت

الکترونیکی عملیات

ویژه‌ای را در بر می‌گیرد

که به وسیله

ابزار ارتباطات دیجیتال مانند اینترنت،

اکسترانت یا مبادله داده‌ها الکترونیکی

ارائه می‌شوند، در حوزه تسهیلات

بازرگانی، تجارت الکترونیکی به مبادله

الکترونیکی داده‌ها خلاصه می‌شود. در

مباحث «سازمان تجارت جهانی» تجارت

الکترونیکی از زاویه محدود تجارت و

خدمات مورد بررسی قرار می‌گیرد. در

سایر موارد، تجارت الکترونیکی فقط به

عنوان شکل نوینی از بازرگانی محسوب

نمی‌شود بلکه در عین حال دربرگیرنده

مجموعه‌ای از آرایشی است که آن را

بیشتر می‌کند.

اگر چه نظرات ارائه شده بسیار

شده است که

تجارت

الکترونیکی

مهمترین عنصر

مبادلات

برون‌مرزی باشد و

ارقام تخمینی آن

عبارتست از ۱۰ تا

۲۵ درصد تجارت

جهانی تا سال ۲۰۰۳

(UNCTAD)

(۲۰۰۰)، این امر

مخصوصاً برای

کشورهای در حال

توسعه که صادرات

آن‌ها هنوز هم

برصدور کالاهای اولیه.

محصولات نیم ساخته

و تمام ساخته صنعتی

متکی است، بسیار مهم

می‌باشد. چنان که

کنفرانس ملل متحد برای

تجارت و توسعه

نتیجه‌گیری می‌کند: اگر

کشورهای توسعه یابنده

بتوانند از

توسعه تجارت الکترونیکی

بهره‌مند شوند، این کار را

باید از طریق کاهش هزینه‌های معاملات

و دسترسی به سطوح جدیدی از رقابت

بین‌المللی در بخش تولید کالاها انجام

دهند.

تجهیز ایران به تجارت الکترونیکی

(EC) به منابه پیش‌نیاز ورود به سازمان

تجارت جهانی

باتوجه به ضرورت ورود ایران به

W.T.O شرکت‌های ایرانی نیز باید خود

را با مختصات و مؤلفه‌های سازمان

تجارت جهانی هماهنگ سازند.

امروزه تجارت الکترونیکی به عنوان

یک نیاز مبرم واقعیت یافته است به

طوری که اگر تا سال ۲۰۰۴ ایران نتواند

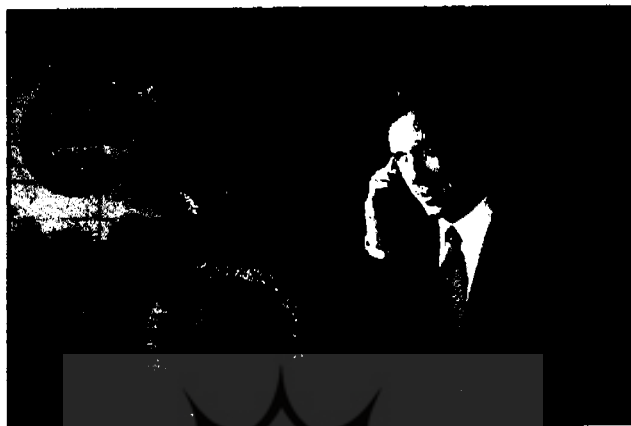
سیستم تجارت و مبادلات بازرگانی خود

را به EC یا (Electronic Commerce)

تبدیل کند بازار اروپا را از دست خواهد

داد زیرا کشورهای اروپایی و بازار

مشترک آن، کشورهایی را که تکنولوژی



جهانی سازی و تحولات بازار

• منصور صوفی، عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

• قسمت دوم

متفاوت

هستند، اما پیش‌بینی

می‌شود که تجارت الکترونیکی طی

سالهای آینده با نرخ فزاینده‌ای رشد کند.

انتظار این است که برخی از کشورهای

عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه،

مخصوصاً ایالات متحده و اروپا، فعالترین

نقش را در این زمینه برعهده داشته باشند،

چرا که در بازارهای محلی آنها، تجارت

الکترونیکی، به گسترش ادامه خواهد داد.

حجم معاملاتی تجارت الکترونیکی جهان

در حال حاضر حدود ۱۰۰ میلیارد دلار

است و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۰۵ به

رقمی در حدود ۲-۳ تریلیون دلار افزایش

پیدا کند. به احتمال فوی، تعداد کاربران

اینترنت در سراسر جهان از ۱۷۱ میلیون

در سال ۱۹۹۹ به ۳۴۵ میلیون نفر در

سال ۲۰۰۵ افزایش پیدا خواهد کرد.

از نظر تجارت بین‌المللی، برنامه‌ریزی

EC یا EDI (تبادل اطلاعات الکترونیکی) (Electronic Data Interchange) را وارد بخش مبادلات بازرگانی خود نسازند از گردونه مبادلات حذف خواهند کرد. بنابراین شرکتهای ایرانی اعم از تولیدی، بازرگانی و خدماتی در بخش خصوصی و یا تعاونی باید ویژگیهای زیر را در ساختارها و کارکردهای خود مستقر سازند:

- ۱- هماهنگی با سازوکارهای جهانی شدن
- ۲- قابلیت انعطاف در پاسخ به عملکرد رقبا در بازارهای جهانی
- ۳- توانایی پاسخ به تغییرات روی داده در یک کشور و یا یک منطقه
- ۴- آگاهی از نیازهای بازار در بازار جهانی
- ۵- توانایی انتقال دانش بین واحدهای مختلف شرکت در کشورهای مختلف
- ۶- کاهش مداوم هزینهها برای بالا بردن توان رقابتی
- ۷- بالا بردن کارایی، اثربخشی و برآورده کردن نیازهای مشتری
- ۸- توان ایجاد تنوع Diversity در محصولات. شیوه تولید و توزیع برای تحقیق ویزگیهای فوق مراتب زیر و کاربرد آن در شرکتهای بخش خصوصی و تعاونی ضرورت مییابد:

۱- استفاده از تکنولوژی اطلاعات جهت ورود به بازارهای جهانی

۲- استفاده از امکانات پست الکترونیکی E-mail در تجارت و مبادلات اقتصادی

- ۳- استفاده از مدیریت اسناد الکترونیکی در فعالیتهای بازرگانی و اقتصادی (Electronic Document Management (EDM)
- ۴- ذخیرهسازی و بازاریابی اسناد Document storage & Retrieval
- ۵- پردازش رویدادها Transactoin processing

برای درک اهمیت موضوع کافی است که به روند رشد تجارت الکترونیکی (EC) از سال ۱۹۹۷ تا سال ۲۰۰۲ در آمریکا و از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۲ در

جهان اشاره نماییم که روند رشد آن به روش فروشنده با فروشنده B2B و فروشنده با مصرف کننده B2C به شرح زیر است:

آینده تجارت الکترونیکی (EC)

B2B فروشنده با فروشنده: ۸ میلیارد دلار در آمریکا سال ۱۹۹۷
۳۲۷ میلیارد دلار در آمریکا سال ۲۰۰۲

B2C فروشنده با مصرف کننده: ۲/۶ میلیارد دلار در آمریکا در سال ۱۹۹۷
۳۷/۵ میلیارد دلار در آمریکا سال ۲۰۰۲

B2B و B2C فروشنده و فروشنده با مصرف کننده: ۲۹۶ میلیون دلار در دنیا در سال ۱۹۹۵

B2B و B2C فروشنده بافروشنده و فروشنده با مصرف کننده: ۴۲۶ میلیارد دلار در دنیا در سال ۲۰۰۲

میزان رشد در طی ۷ سال

$$1439 = \frac{426}{296} \times 1000 / 1000 / 1000$$

با عنایت به رشد ۴۳۹٪ برابر تجارت الکترونیکی از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۲ در دنیا این واقعیت رقم میخورد که برای یافتن بازارهای هدف در فضای تجارت جهانی نیاز به تجهیزات از نوع (EC) می باشد تا ضمن آمادگی برای رقابت از بازارهای اروپایی نیز محروم نشویم.

ضرورت کاربرد IT در اقتصاد شرکتهای

و مؤسسات

برای تحقق این مهم یعنی جلوگیری از محروم شدن در بازار اروپا ضرورت دارد که سازمانهای داخلی اعم از شرکتهای بخش خصوصی و تعاونی به IT مجهز شوند چرا که می توان شرکتهای دارای IT را سازمانهایی هوشمند نامید اگر پذیریم انسانهای هوشمند با اثربخشی بیشتر، کارایی افزونتر و بهره‌وری بالاتر در تحولات اجتماعی و اقتصادی نقش آفرین هستند. این نقش آفرینی با پایه لگاریتمی در مورد سازمانها و شرکتهای عمل می کند و باعث می شود فاصله شرکتهای هوشمند در تسخیر بازارهای هدف نسبت به سازمانهای غیرهوشمند روز به روز با تصاعد هندسی همراه شود ضمن آنکه بازارهای داخلی نیز از این فرآیند مصون نبوده و نیستند و آنها نیز با ورود

محصولات و خدمات شرکتهای بین المللی از گردونه فعالیت خارج خواهند شد. پس راه حل چیست؟ بی گمان در اولین اقدام باید شرکتهای را که آسیب پذیرتر نیز می باشند به IT مجهز کرد برای دریافت روشن تر مطلب در این بخش بحث IT را گسترش می دهیم:

همانطوری که اشاره شد جهانی شدن کسب و کار، شبکه‌ای شدن سازمانها، حذف مرزهای ملی در کسب و کار، تغییر قواعد بازی و مجازی شدن فرآیند کسب و کار، تحول بنیادی در شیوه انجام کار (از نظر مفهوم کار، زمان و مکان یعنی ادامه کار در تمام ساعات روز، هفته و سال، به صورت سه شیفت به هم پیوسته در سه قاره مختلف دنیا و بر روی یک مورد) انعطاف پذیری فرآیندها، عدم قطعیت روبه ازدیاد، سرعت بالای تعامل دوسویه، بالا رفتن شتاب تغییر و مفهوم سال اینترنتی و بالاخره افزایش سهم اطلاعات و دانایی در ارزش تولید اقتصادی نسبت به سایر عناصر تولید را می توان پارادایم عصر اطلاعات خواند و مزایای استفاده از IT (فناوری اطلاعات) را در بخش تعاون به شرح زیر برشمرد:

- ۱- ایجاد بستر مناسب برای تبادل ارتباطات درون و برون سازمانی از طریق اینترنت و اکسترانت
- ۲- دسترسی لحظه‌ای به اطلاعات بازار جهانی، رقبا، تامین کنندگان و اطلاعات کل زنجیره تولید ارزی در بخش تعاون
- ۳- امکان تصمیم گیری توزیع شده جغرافیایی ولی همزمان
- ۴- استفاده از web به مثابه زیر ساخت اطلاعاتی Information
- ۵- بالا رفتن چالاکی سازمان و افزایش سرعت، دقت و کیفیت سیستمهای سازمانی
- ۶- کاهش هزینههای مستقیم، غیرمستقیم، پنهان، مبادلاتی و معاملاتی (Transaction cost)
- ۷- کم کردن زمان اجرای پروژه تعاونیهای تولید
- ۸- کاهش هزینههای کل دوره حیات پروژههای تولید در تعاونیها
- ۹- امکان کار تیمی به صورت جدا از هم ولی با هم توسط نرم افزارهای کار

و آثار مثبت آنرا می توان در منحنی بالا خلاصه کرد.

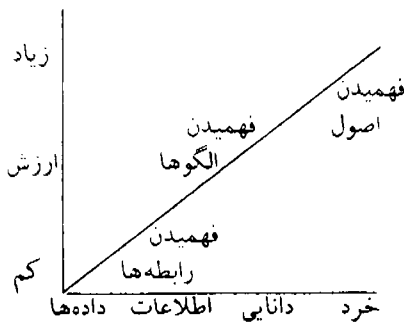
IT به سازمانها کمک می کند که از نردبان داده ها Data به اطلاعات Information و در گام بعدی به دانش Knowledge و در مرحله آخرین به خرد سازمانی Organization Wisdom دست یابند و با ایجاد سازمانی هوشمند در فهمیدن رابطه ها، الگوها و اصول، هیات مدیره ها چون خلبانی با داشتن داشبرد و کابین مملو پایگاههای اطلاعاتی دقیق و روزآمد به هدایت شرکت ها، اتحادیه ها، فدراسیونها اقدام کنند.

تأثیرهای متقابل جهانی شدن و فن آوری های نوین ارتباطات

الف: تأثیر فن آوری های نوین ارتباطی بر جهانی شدن

در چند دهه اخیر، حجم و سرعت افزایش اطلاعات، دانش و یافته های علمی نشانگر خلاقیت و توسعه اعجاز انگیز فن آوری ها در زمینه های مختلف بوده است. اولین اختراع بشر به تاریخ چهار هزار سال قبل از میلاد مسیح برمی گردد و دومین اختراع انسان به فاصله دو هزار و پانصد هزار سال بعد اتفاق می افتد، در حالی که در قرن اخیر (سه دهه پایانی قرن بیستم) حجم اطلاعات بشر معادل اطلاعاتی است که در پنج هزار سال کسب شده است. به عبارت دیگر، در حال حاضر به جای دو هزار و پانصد سال زمان فاصله بین دو اختراع، در هر ثانیه یک اختراع مهم در جهان به ثبت می رسد و طی ۲۰ ساله پایانی قرن بیستم حجم اطلاعات انسان دو برابر گردیده است. این در شرایطی است که با توجه به نظریات کارشناسان و متخصصان، هر انسان در مجموع دارای ۲۰ میلیون سلول مغزی است و تا به حال صرفاً از پنج میلیون از سلول مغزی انسان استفاده شده و طبیعی است که اگر از ۱۵ پانزده میلیون سلول مغزی باقی ماده بشر استفاده شود، آن گناه شاهد چه حجم عظیمی از اختراعات، اکتشافات، خلاقیت ها و توسعه فن آوری های نوین خواهیم بود.

فن آوری نوین اطلاعاتی، ارتباطی از چهار عنصر سخت افزار، نرم افزار، آموزش، نگهداری تشکیل شده اند.



طریق Gateway یا portal با سرعت غیر قابل تصور و سهولت بسیار زیاد قرار گیرند و برنامه ریزی های لازم را با وضوح و روشنی و شفافیت کامل انجام دهند به طوری که با این مختصات باید گفت که IT برای فعالیتهای موسسات و شرکتها نه تنها به عنوان ابزار کار بلکه به مثابه استراتژی کسب و کار است که برای دست اندرکاران سازمانها و شبکه تامین کنندگان مواد اولیه و خدمات مورد نیاز آنها محیطی دینامیک با تعامل دوسویه فراهم کند. کاربرد IT در سازمانها باعث می شود که با وجود مزیت های نسبی در کشور و در رابطه با عواملی چون پایین بودن قیمت انرژی، دستمزد پایین نیروی انسانی و... شرکت های خارجی با نوع فعالیت مشابه نتوانند بازارهای هدف را در داخل و خارج از کشور از دسترسی موسسات کشور خارج کنند.

در پایان باید بگوییم که IT باعث می شود تا داده ها یا Data که به مثابه مواد خام برای اطلاعات می باشد پردازش شده و مرتبط با هم شوند و معنادار گردند و برای تصمیم گیری مفید گشته و به اطلاعات تبدیل شوند. سپس در فرایندی دیگر اطلاعات سامان یافته که ارزش افزوده ایجاد می کند و به فرآیندها، رویکردها، روشها و استراتژی می پردازد و مدل، الگو و راهنمای عمل از آن تامین می شود به دانش تبدیل شود و دانش نیز با تجربه جمع شده در سازمانهای یادگیرنده ترکیب و تلفیق شود و به آینده و چشم اندازها مدل های ذهنی دهد که در این قالب، خرد سازمانی به وجود آید.

بنابراین سیر تطور سازمانهای هوشمند از طریق IT با روند زیر شکل می گیرد:
خرد — دانش — اطلاعات — داده ها

نیمگی (Groupware) ۱۰ - حضوری مجازی از راه دور با توانایی تعامل دو سویه به جای حضور فیزیکی چهره به چهره

۱۱ - پیاده کردن سیستم مدیریت در تعاونی های مصرف، تولید، مسکن، اعتبار، خدمات متبنی بر اطلاعات و با استفاده از اینترنت، اسکترانت و وب سایت

۱۲ - در دسترس بودن تمامی افراد و تیم دست اندر کار تعاونیها با دارا بودن نشانی عصر اطلاعات E-mail به جای نشانی فیزیکی

۱۳ - تشکیل پایگاه اطلاعاتی تعاونیها و شعبات آنها بر اساس اطلاعات منابع، رویه ها، دستورالعملها، متدها، کدها و استانداردها و سایر رخدادهای (Translation)

۱۴ - داشتن داشبرد و کابین خلبانی برای سازمانهای تعاونی جهت مانیتورینگ و پایش

بنابر آنچه مذکور افتاد IT همواره آخرین نسخه و ویرایش شده هر رخداد را در یک محل قرار می دهد و همه شرکتها با اتصال به آن محل می توانند نسخه ای برای خود تهیه کنند و مورد استفاده قرار دهند که این اقدام با محیط اینترنت بسیار ساده انجام می شود. در بحث اینترنت باید گفت که همان اینترنت کوچک شده ای است که متناسب با ابعاد سازمانها و شرکتها می باشد و با اینترنت اکسپلورر می توان در آن وارد شد. اینترنت هر اتحادیه محیطی است که وب سایت های شرکتها به آن متصل می شوند و اطلاعات لازم را در زمینه FM یا فرآیند فن آوری اطلاعات دریافت می کنند. فرایند فن آوری اطلاعات در سازمانها عبارت است از:

- ۱ - منابع انسانی
- ۲ - ماشین آلات و ابزارها
- ۳ - مواد اولیه و کالاهای اساسی
- ۴ - متد و روشهای فعالیتهای
- ۵ - منابع مالی
- ۶ - مدیریت

کلیه شرکتها می توانند در روند موارد شش گانه فوق در برگیرنده کلیه منابع اطلاعاتی مورد نیاز برای فعالیتهای مربوط به انواع شرکتها می باشند و از

می‌شدند و یا در اختیار بنگاههای تجارتی قرار می‌گرفتند. در سال ۱۹۹۰، فرانسیس بال فرانسوی استاد علم ارتباطات به مثابه آزادی همه وسایل و فن‌آوری‌های ارتباطی را مدنظر داشت. در حالی که از نظر علمی و عقیدتی امکان وجود چنین جریانی وجود ندارد. زیرا شرایط جوامع یکسان نیست. کشورهای ضعیفی هستند که با پیام‌های پر حجم اطلاعاتی مواجه‌اند. همان‌گونه که هنگام بحث از تجارت با این شکاف روبه‌رو هستیم. در بخش ارتباطات نیز هر کشوری که زیرساخت توزیعی قوی‌تری دارد، قدرتمندتر است به همین سبب، کشورهای قوی‌تر مدعی داشتن آزادی جریان اطلاعات و ارتباطات هستند.

«تایم وارنر و تدرتر» ۴۰ درصد از بازار تلویزیون کابلی آمریکا را اداره می‌کنند که درآمد آن به بیش از ۲۰ میلیارد دلار بالغ است.

این شبکه شامل هفته نامه تایم، شبکه تلویزیونی سی ان ان، شبکه ملی تی دی اس، استودیوهای فیلم‌برداری، شرکت تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده، شرکت تهیه فیلم‌های سینمایی و تولید برنامه کودک است. به علاوه «تایم وارنر» صاحب امپراتوری گسترده تولیدکننده تولیدات اصلی برنامه‌ها، مالک رسانه هاست.

۴۰ درصد از جریان اخبار بین‌المللی شبکه اسکامی بی (لوگزامبورگ) در اختیار «بریت مرداک» است که در آوریل ۱۹۹۶ حدود پنج میلیون نفر مشترک بالغ بر ۵۰۰ شبکه خبری داشت. در هفتم سپتامبر ۱۹۹۹، بی اس و یا کام ۵۲ طرح ادغام ۲۸ میلیارد دلاری خود را اعلام و به این ترتیب سومین مجموعه بزرگ رسانه‌ای در جهان را ایجاد کردند که با سرمایه ۶۸ میلیارد دلاری شروع به کار کرد. این غول رسانه‌ای جدید در فرآیند تولید و انتشار اطلاعات، ترکیبی با روند عمومی دارد و شامل شبکه‌ای از ایستگاههای تلویزیونی است که ۴۰ درصد خانه‌ها را در سطح کشور آمریکا پوشش می‌دهد و شامل ۱۶۰ شرکت رادیویی، بنگاههای تهیه و توزیع فیلم‌های ویدئویی، انتشار کتاب، پایگاههای

هلد و تاسیس اولیه ماشین چاپ غیردستی و مکانیکی در اوایل قرن نوزدهم توسط روزنامه تایمز لندن در انگلستان و ایجاد نخستین فرستنده‌های رادیویی در دهه سوم قرن بیستم در ایالات متحده آمریکا و چگونگی رشد و پیشرفت جهانی و سرمایه‌داری در مرحله‌های تجارتی، صنعتی، مالی، بانکی، انحصاری و فراملی آن رابطه‌ای بسیار نزدیک وجود دارد. به عبارت دیگر، نیازهای سرمایه‌داری در طول تحولات پانصدساله آن زمینه‌ساز ایجاد توسعه مطبوعات سینما، رادیو و تلویزیون و همچنین ماشین چاپ، تلگراف، تلفن، بی‌سیم، ماهواره و اینترنت شده است و این وسایل ارتباطی و ابزارهای تکنیکی آن‌ها نیز به نوبه خود به پیشرفت و گسترش سرمایه‌داری کمک فراوان کرده‌اند، به گونه‌ای که امروز بین روند جهانی سازی اقتصاد، خصوصی سازی و آزادسازی تجارتی و مالی و فعالیت‌های کشاورزی، صنعتی و خدماتی از یک سو، و ایجاد «انقلاب ارتباطات» فرارسیدن «عصر اطلاعات» استفاده از زیرساخت‌ها، و بزرگراههای اطلاعاتی و حرکت به طرف جامعه‌های اطلاعاتی و «جامعه اطلاعاتی جهانی» از سوی دیگر، رابطه متقابل وجود دارد و همه قرن‌ها لازم و ملزوم یکدیگرند» (۵۰) تاثیر جهانی شدن بر کاربردهای ملی و منطقه‌ای در زمینه صنایع فرهنگی و پیشرفت سریع علوم و فن‌آوری‌های ارتباطی سبب دگرگونی در رسانه‌های جمعی شده و متعاقب آن ساختار فرهنگی جوامع را نیز تغییر داده است. مهم‌ترین عامل تاثیرگذار در محتوای رسانه‌ها روابط همزیستی آن‌ها با منابع قدرتمند اطلاعاتی است.

در واقع مالکیت رسانه‌ها اکنون از مهم‌ترین مسائل محسوب می‌شود.

هنگام شکل‌گیری رسانه‌ها که با تجلی مطبوعات آغاز شد، تصور این بود که مردم سالاری حاکم می‌شود، ولی رفته رفته با پیشرفت فن‌آوری، بنگاههای کوچک‌تر قدرت هموردی با صنایع نوین رسانه‌ای را نداشتند و در نتیجه یا می‌بایست از صحنه ارتباطات خارج

منظور از سخت‌افزار اطلاعاتی ارتباط ابزار و وسایل تکنیکی مورد استفاده است و منظور از نرم‌افزار امکانات و توان‌های فکری و ذهنی و تخصصی جهت برنامه‌ریزی و کاربرد ابزار و وسایل مذکور است. استفاده از این ابزارها مستلزم داشتن برنامه آموزشی منظم و مستمر برای آموختن یا یادآموزی و بهینه ساختن شیوه کار است و در نهایت هدف از نگهداری، مراقبت و به روز کردن ابزار و ادوات و ترمیم و تکمیل و استمرار آموخته‌ها با شرایط روز است.

بنابراین، هر نهاد یا تشکیلات یا شخصیت حقیقی و یا حقوقی که به عناصر چهارگانه مرتبط در رابطه با یک فن‌آوری از جمله فن‌آوری ارتباطات توجه و اشراف داشته باشد، آن فن‌آوری را در اختیار دارد.

ب: تاثیر جهانی شدن بر توسعه فن‌آوریهای اطلاعاتی و توسعه ارتباطات جمعی

در عصر صنعتی شدن و ادامه آن جهانی شدن، محصولات تولید شده باید فروخته و مصرف شوند که این امر انقلاب در حمل و نقل و ارتباطات را موجب می‌شود. در حالی که توسعه حمل و نقل به جابه جایی اجناس و مسافرت کمک می‌کند، موجب تسهیل حرکت جنگ‌افزارها و سربازان به اقصی نقاط جهان نیز شده است. رسانه‌های گروهی، ارتباطات (از رسانه‌های چاپی گرفته تا تراشه‌های رایانه‌ای و ماهواره‌ای) به ابزار تبلیغ، کنترل افکار و شست و شوی مغزی تبدیل شده‌اند. آقای دکتر معتمدنژاد در زمینه چگونگی تاثیر و تاثر مسأله جهانی شدن و سیر تحول و رشد وسایل و ابزارهای جدید ارتباطی معتقد است، برای روشن شدن موضوع باید نقش فعال نیروها و قدرت‌های سرمایه داری غربی را در جریان تحول تاریخی وسایل و ابزارهای ارتباطی عصر جدید بررسی کرد. مروری بر تحولات پنج قرن اخیر نشان می‌دهد که بین پیدایش و گسترش شیوه‌های ارتباطی نوین که با دست نوشته‌های خبری تجارتی قرن پانزدهم در بنادر ایتالیا آغاز شد تا چاپ و انتشار نخستین نشریات خبری هفتگی در اوایل قرن هفدهم در بنادر

اینترنتی قدرتمند و تابلوهای آگهی‌های تبلیغات شهری است. در حقیقت وب‌کام و مدوددی دیگر از انحصارگران رسانه‌های (مانند نام وارنر، شرکت خبری مرداک، جنرال الکتریک و برلترنال) به طور کامل بر رسانه‌های جمعی تسلط دارند و محتوای برنامه‌ها را تولید و کنترل می‌کنند. به این ترتیب، عقاید و فرهنگ را از طریق مالکیت روزنامه‌ها، کتاب، مجلات، موسیقی، فیلم تلویزیون و رادیو انتشار می‌دهند، در حالی که فرهنگ و ایدئولوژی اموری خنثی و یا قابل معامله نیستند.

نتیجه‌گیری

باتوجه به تاثیر متقابل فن‌آوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی (ICT) و جهانی شدن اقتصاد، همچنین تاثیر انکارناپذیر آن بر همه جنبه‌های توسعه‌ای با استراتژیک زندگی بشری، اقدام شتابان برای برنامه‌ریزی جامع نسبت به تعریف و کاربرد موثر از فن‌آوری‌ها ضروری به نظر می‌رسد.

احتیاج به اطلاعات در امور مختلف فنی، انسانی، مدیریتی و... سبب شده است که نیاز به وجود سیستم‌های اطلاعاتی در هر سازمانی احساس شود؛ ولی پیاده‌سازی آن نیازمند مهندسی مجدد فرآیندهای سازمانی (BPR) و رعایت استانداردهای جهانی فن‌آوری اطلاعات (IT) می‌باشد. ایجاد زمینه‌های توسعه، نیازمند عملکرد صحیح اقتصادی است. توسعه اقتصادی نیز وابسته به حجم تولید و رقابت در عرصه بازارهای جهانی است. پیشرفت‌های اقتصادی هم نتیجه مزیت‌های انسانی هر کشور است. تجهیزات، دانش فنی، روش‌ها و عملیات همه ابزارهایی در دست انسان هستند که در طی مسیر اهداف جامعه انسانی بکار گرفته شده و می‌شوند. تنها هوشمندی در فعالیت‌ها، ارزش و اعتبار عملکردها را معین و بهره‌وری (انجام کارهای درست) را مشخص می‌نماید؛ بنابراین لازم است اهمیت تمام عوامل اصلی که به رشد بهره‌وری در سطح کلان یاری می‌رساند و یا مانع آن می‌شود را به درستی بشناسیم. عواملی که چرخه‌های تجاری، خط مشی‌ها و راهبردهای اقتصادی، اجتماعی

«جهانی شدن به عنوان روندی از دگرگونی از مرزهای سیاست و اقتصاد فراتر می‌رود و علم، فرهنگ و سبک زندگی را در برمی‌گیرد. از این جهت «جهانی شدن» پدیده‌ای چندبعدی است که قابل تسری به اشکال گوناگون اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، حقوقی، فرهنگی، نظامی، فن‌آوری و همچنین عرصه‌های اجتماعی همچون محیط زیست است.»

- دیربحانه آنکاد - چاپ و نشر بازرگانی وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- ۳- نقش سازمان‌های سیرالسلطی اقتصادی (TMF, FWB, WTO) در فرآیند جهانی شدن و تاثیر آنها بر امنیت اقتصادی و ملی جمهوری اسلامی ایران - ناشر: مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد
- ۴- تعات امنیتی اجرای سیاست آزادسازی در بستر جهانی سازی. ناشر: مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد
- ۵- نفوی، نعمت‌الله - جهانی شدن و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط، نشر جامعه پروژه
- ۶- دکتر علی‌زاده، غلامرضا - مقاله تعاون، WTO و ضرورت کاربرد IT در تعاونیها - دیماه و بهمن ماه ۸۲
- ۷- شاخص جهانی شدن - وب‌سازنامه شماره ۴۵ سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی ایران
- ۸- جایگاه شرکت‌های چندملیتی در فرآیند جهانی شدن - ناشر: مؤسسه تحقیقاتی تدبیر اقتصاد.
- ۹- رویدادها و تحولات سازمان تجارت جهانی - نشرنامه شماره ۴۴ (سال هفتم) وزارت بازرگانی

منابع انگلیسی:

- 1- WWW. American. Eda/cosmel- "What is the chnology park?"
- 2- WWW. Tech park.sa- "Techmology park Mason lakes".
- 3- IMF: Towards a Market Economy: Structures of Governance.
- 4- Beck, u: "What is globalization - cumbriby: policy 2000

پی‌نوشت‌ها:

- ۱- کلیه آمارها و ارقام از نشریه (۲۰۰۰) و World Development Indicator توسط بانک جهانی منتشر می‌شود. استخراج شده است.
- ۲- حساب سرمایه و حساب مالی از اجزای اصلی تشکیل دهنده جدول تراز پرداخت‌های خارجی هستند.

- ۳- FDI، به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجیان (به ویژه شرکت‌های خصوصی و فراملی) در فرآیند تولید، ظرفیت‌سازی و اشتغالزایی اطلاق می‌شود.

و دگرگونی‌های ساختاری را دربرمی‌گیرد. از آنجایی که (WTO) یکی از مهمترین نمادهای جهانی شدن (حداقل از بعد اقتصادی) می‌باشد پیوستن به آن نیز در دستور کار جمهوری اسلامی ایران است، ایجاد ساختارهای تجاری با استفاده از ICT نه تنها در بالا بردن کارایی و بهره‌وری سازمان‌ها موثر است، بلکه به سازماندهی دانش و مهارت در سطح جامعه کمک می‌کند تا از فرار مغزها جلوگیری نموده، نیروی فکری و خلاقیت‌های انسانی را متمرکز نماید و نوآوری‌های اقتصادی را باعث گردد. خلاصه اینکه عدم تجهیز به تجارت الکترونیکی در شرایط کنونی به منزله خارج شدن از گردونه تجارت جهانی و به عبارتی جهان است.

منابع فارسی:

- ۱- نشریه‌های شماره‌های ۶۰ تا ۶۹ مهندسين شماره ره‌شهر.
- ۲- چگونگی الحاق به سازمان تجارت جهانی -