

کاروبار

بررسی تأثیر تجارت الکترونیک بر توسعه

صادرات و اشتغال (در برنامه

چهارم توسعه)

مهدی ذوالفقاری

(کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی)

مقدمه

بسیاری از اقتصاددانان، متخصصان و آینده نگرها بر این عقیده اند که انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته که جهان را وارد «عصر اطلاعات» ساخته و بسیاری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی عمیق نموده است. یکی از ابعاد این تحول، تغییرات عمیقی است که بر روابط اقتصادی گذاشته است. پیشرفت های عمده در ارتباطات راه دور و فناوری اطلاعات، موانع، مشکلات زمانی و مکانی مربوط به امور تجاری را کاهش داده است. عمر پیشرفت اطلاعاتی بیشتر با ابداع اینترنت تسریع پیدا کرده و در حال تغییر دنیای فعلی به یک دهکده جهانی است. رشد روزافزون فناوری به خصوص فناوری اطلاع رسانی (IT) در جهان باعث شده که افراد بی شماری به اینترنت دسترسی داشته

از تجارت الکترونیک ارائه می کند : " کلیه فعالیت های کسب و کار که با استفاده از ترکیب ارتباطات الکترونیک و فناوری پردازش اطلاعات انجام می گیرند ". در آمریکای لاتین ، واژه " تجارت الکترونیک " اساساً به معنای داد و ستد و خرده فروشی مشتری پسند به کار می رود ، در صورتی که در آسیای شرقی تدریجاً در دامنه وسیع تری از تحول کسب و کار مجهز به فناوری اطلاعات و ارتباطات به کار می رود . از آن جمله می توان موارد زیر را نام برد : اینترنت ، اینترنت ، اکسترانت ، مبادله الکترونیک داده ها ، شبکه های خصوصی تولید کننده ارزش افزوده و کاربرد کسب و کار در ارتباطات چند رسانه ای شبکه ای .

تاریخچه تجارت الکترونیک

تاریخ تجارت الکترونیک بیشتر به تعریفی که از آن ارئه می شود ، بستگی دارد . برخی معتقدند اولین داد و ستدی که توسط تلفن و یا نمابر انجام گرفت ، داد و ستد الکترونیکی بود . در دهه ۱۹۶۰ ، شرکت های بزرگ درصدد یافتن راهی برای رد و بدل کردن اطلاعات بین شرکا بودند و نیازی که برای این کار احساس می شد ، یک زبان مشترک بود که بتواند اطلاعات را همزمان رد و بدل کند . این زبان مشترک یا زبان استاندارد ، به نام مبادله الکترونیکی اطلاعات در اواخر دهه ۱۹۶۰ به وجود آمد که امروز هنوز از مبادله مذکور در شرکت ها استفاده می گردد .

در اولین ارتباط اینترنتی در سال ۱۹۶۹ در کالیفرنیا ، دو ابر رایانه توسط یک کابل به یکدیگر متصل شدند تا اطلاعات را به یکدیگر انتقال دهند . در سال ۱۹۹۴ پس از گسترش

ما پرداخته و در نهایت نیز پیشنهاداتی در جهت توسعه تجارت الکترونیک در کشور ، در برنامه چهارم توسعه ارائه نماییم .

تجارت الکترونیک چیست ؟

در حال حاضر برای تجارت الکترونیک تعریف قابل قبول همه گانی وجود ندارد. تجارت الکترونیک در مفهوم عام عبارت است از کلیه اشکال معاملات تجاری که توسط یک واسطه یا شبکه الکترونیک (در اکثر موارد اینترنت) ، بدون تماس مستقیم میان طرفین ، انجام می شود . مفهوم وسیع تجارت الکترونیک شامل عملیاتی می شود که نتیجه سفارش های کتبی در کاتالوگ ها ، ابزار گرافیک ، آگهی های رادیو و تلویزیون است و یا توسط وسایل ارتباطاتی نظیر تلفن و نمابر ارائه می شوند . در تعریف محدود ، مفهوم تجارت الکترونیک عملیات ویژه ای را در بر می گیرد که به وسیله ابزار ارتباط دیجیتال مانند اینترنت ، اینترنت ، اکسترانت یا مبادله الکترونیک داده ها ارائه می شوند . در حوزه تسهیلات بازرگانی ، تجارت الکترونیک به مبادله الکترونیک داده ها خلاصه می شود . در مباحث « سازمان تجارت جهانی » تجارت الکترونیک از زاویه محدود تجارت و ارائه خدمات مورد بررسی قرار می گیرد . در سایر موارد ، تجارت الکترونیک ، تنها به عنوان شکل نوینی از بازرگانی تلقی نمی شود ، بلکه در عین حال دربرگیرنده مجموعه ابزاری است که کارایی آن را بیشتر می کند . در برنامه کار سازمان تجارت جهانی ، تجارت الکترونیک به معنای تولید ، توزیع ، بازاریابی ، فروش یا تحویل کالا و خدمات به وسیله ابزار الکترونیک به کار رفته است .

" مرکز

اقتصادی آسیا و حوضه اقیانوس آرام " (اپک) تعریف نسبتاً جامعی پردازند . در این مقاله بر آنیم تا ضمن پرداختن به مفاهیم ، تاریخچه ، سرعت گسترش تجارت الکترونیک در سایر کشورها و تأثیر آن بر توسعه صادرات و اشتغال کشورهای در حال توسعه ، به بررسی موانع و چالش های فرا راه تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه و کشور

باشند . به گونه ای که پیش بینی می شود این تعداد تا سال ۲۰۰۵ میلادی به مرز یک میلیارد نفر برسد . در این سال منطقه آسیا ، اقیانوسیه و آمریکای لاتین بیشترین تعداد کاربران اینترنت جهان را خواهند داشت . در حال حاضر آمریکا با در اختیار داشتن ۳۴ درصد از جمعیت کاربران اینترنت در مقام اول ، اروپا با ۲۹ درصد در مقام دوم ، آسیا و اقیانوسیه با ۱۶ درصد و آفریقا با ۵ درصد در رده های بعدی قرار دارند . چنین رشد بالایی در زمینه دسترسی عموم مردم به اینترنت باعث شده امکان تجارت و کسب و کار از طریق اینترنت یا به عبارت دیگر تجارت الکترونیک (electronic commerce) از جایگاه ویژه در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه برخوردار شود .

میزان تجارت الکترونیک در جهان در سال ۲۰۰۱ ، ۲۵۴ میلیارد دلار بوده است و پیش بینی می شود این رقم به بیش از ۱۰ تریلیون دلار در سال ۲۰۰۵ افزایش پیدا کند . در حال حاضر ، ۷۵ درصد تجارت دنیا در کشورهای صنعتی به طریق الکترونیک صورت می پذیرد . ارزش واردات کالا و خدمات حدود ۷۰۰۰ میلیارد دلار است که از این مبلغ ، ۵۰۰ میلیون دلار صرف تهیه کاغذ و اسناد می شود که حدود ۷ درصد ارزش مبادلات جهان است و در صورت الکترونیکی شدن تجارت ۲۱ تا ۷۰ درصد در آن صرفه جویی خواهد شد . این امر به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که صادرات آنها هنوز هم بر صدور کالاهای اولیه ، محصولات نیم ساخته و تمام ساخته صنعتی متکی است بسیار مهم می باشد . این کشورها باید از طریق کاهش هزینه های معاملاتی و دسترسی به سطوح جدیدی از رقابت بین المللی در بخش تولید کالاها ، به توسعه تجارت الکترونیک بپردازند . در این مقاله بر آنیم تا ضمن پرداختن به مفاهیم ، تاریخچه ، سرعت گسترش تجارت الکترونیک در سایر کشورها و تأثیر آن بر توسعه صادرات و اشتغال کشورهای در حال توسعه ، به بررسی موانع و چالش های فرا راه تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه و کشور

آمار کاربران اینترنت و حجم مبادلات الکترونیکی در سال های مختلف

کاربران اینترنت در سال ۱۹۹۸	۱۴۲ میلیون
کاربران اینترنت در سال ۱۹۹۹	۱۹۶ میلیون
کاربران اینترنت در سال ۲۰۰۰	۳۵۰ میلیون
کاربران اینترنت در سال ۲۰۰۳	۶۰۰ میلیون
کاربران اینترنت در سال ۲۰۰۵	بالای یک میلیون
نرخ رشد کاربران اینترنت	۷۰۰۰ در هر روز
حجم تجارت الکترونیک در ۱۹۹۸	۵۰ میلیارد
حجم تجارت الکترونیک در ۲۰۰۱	۷۰۰ میلیارد
حجم تجارت الکترونیک در ۲۰۰۳	۳ تریلیون
حجم تجارت الکترونیک در ۲۰۰۵	بیش از ۱۰ تریلیون

بهره برداری از اینترنت در دانشگاه ها ، به خصوص در استفاده از پست الکترونیک ، دروازه اینترنت بر روی دنیا گشوده شد و در اولین مورد، مزایای پست الکترونیک موجب توجه همگان قرار گرفت ، سپس کاربران خبره و شرکت های تولیدی و غیره هم متوجه این نیاز و امکانات دیگر اینترنت شدند و دیری نگذشت که بسیاری از شرکت ها ، کالاهای خود را برای فروش در اینترنت قرار دادند . بیش از ۷۴ سال طول کشید تا ۵۰ میلیون نفر به تلفن دسترسی پیدا کنند و مدت زمانی که طول کشید تا همین تعداد مخاطب جذب رادیو ، تلویزیون و اینترنت شوند ، به ترتیب ۳۸ ، ۱۶ ، ۱۳ ، و ۴ سال بوده است .

بر اساس گزارشات Newsbytes Asia تعداد استفاده کنندگان از اینترنت در آسیا در سال ۲۰۰۵ به ۲۲۸ میلیون نفر خواهد رسید . در حال حاضر تعداد کاربران اینترنت در آسیا ۴۳/۶ میلیون نفر می باشد که این تعداد در سال ۲۰۰۶ به حدود ۳۷۰ میلیون کاربر خواهد رسید . جدول ذیل مقایسه کاربران اینترنتی و حجم مبادلات الکترونیکی در سال های مختلف را نشان می دهد .

تجارت الکترونیکی و سرعت گسترش آن در کشورهای مختلف

ارزش مبادلات الکترونیکی در جهان طی سال های اخیر به سرعت در حال افزایش بوده و اگر چه در مورد سرعت گسترش این شیوه از مبادله ، برآوردهای بسیار متفاوتی ارائه شده ، لکن در کلیه پیش بینی های به عمل آمده ، مشخص شده است که تجارت الکترونیک در سال های آینده با رشد فزاینده ای رو به رو خواهد بود. در گروه کشورهای توسعه یافته (OECD) ایالات متحده آمریکا همچنان بیشترین سهم از مبادلات الکترونیکی را به خود اختصاص می دهد . اروپا نیز به سرعت در حال کم کردن فاصله خود با ایالات متحده است .

در جدیدترین تحقیقات به عمل آمده توسط Economist Intelligence Unit رتبه بندی کشورهای جهان برای پذیرش و به کارگیری تجارت الکترونیک انجام شده است . در این تحقیق ، عواملی نظیر قابلیت اتصال به شبکه ، اوضاع و احوال کسب و کار ، پذیرش تجارت الکترونیک توسط تولیدکنندگان و مصرف کنندگان ، وجود قوانین و مقررات مناسب ، فراهم بودن خدمات حمایتی برای تجارت الکترونیک و زیر ساخت های اجتماعی و فرهنگی ، به عنوان عمده ترین محورهای تعیین کننده گسترش تجارت الکترونیک در کشورها شناخته شده اند . در بررسی مذکور ، آمریکا و استرالیا در رده های اول و دوم ، کشورهای اسکاندیناوی جزء ده کشور اول و سنگاپور در رده هفتم قرار گرفته اند . این در حالی است که فرانسه به دلیل تمرکز بر بازار داخلی علی رغم گستردگی استفاده از اینترنت در این کشور ، در رده پانزدهم قرار گرفته است .

تأثیر تجارت الکترونیک بر توسعه صادرات و اشتغال کشورهای در حال توسعه :

تجارت الکترونیک از چهار طریق بر توسعه صادرات و اشتغال کشورهای در حال توسعه اثر گذار خواهد بود :

۱- تسهیل راه صنعتگران و بنگاه های کوچک و متوسط برای دسترسی به معاملات جهانی از طریق حذف موانع سنتی نظیر فاصله جغرافیایی، تفاوت زمانی ، هزینه ارتباطات و دسترسی به بازارهای بین المللی که معمولاً مانع رقابت آنها با بنگاه های بزرگ می شوند .

۲- هموار کردن راه ورود محصولات کشاورزی به بازارهای جهانی از طریق ارائه اطلاعات مربوط به قیمت و کیفیت که ضروری ترین اطلاعات در این بخش می باشد .

۳- افزایش توان بنگاه های کوچک و متوسط خدماتی برای فعالیت و ارائه مستقیم خدمات به

مصرف کنندگان در دورترین نقاط عالم نظیر خدمات مسافرتی و جهانگردی که نقش اطلاعات در آن بسیار مهم است و خصوصاً اینکه کشورهای در حال توسعه در این مورد از مزیت نسبی برخوردار هستند .

۴- ایجاد اشتغال برای قشر عظیمی از نیروی کار ماهر و نیمه ماهر با توجه به مزیت کشورهای در حال توسعه در برخورداری از نیروی انسانی فراوان و ارزان که بدون نیاز به مهاجرت از کشور می توانند در داخل کشور برای مؤسسات تجاری الکترونیکی فعالیت نموده و همچنین از خروج نیروی کار دانش آموخته و متخصص که از آن به عنوان فرار مغزها یاد شده ، جلوگیری نمود و این افراد می توانند مهارت و تخصص خود را از طریق تجارت الکترونیک در اختیار متقاضیان قرار دهند و فرصت های شغلی بین المللی ایجاد می شود .

مزیت های تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه :

راه اندازی تجارت الکترونیکی به لحاظ کاهش هزینه مبادلات ، سرعت بخشیدن به انجام مبادله ، تقویت موضع رقابتی کشور در جهان ، بهره گیری از فرصت های زود گذر در عرصه صادرات و حتی خرید به موقع کالا از خارج از کشور دارای منافع متعدد در زمینه کاهش هزینه و تورم ، افزایش تولید صادرات و اشتغال می باشد . اهم مزیت های تجارت الکترونیک به شرح ذیل است :

- تسهیل انتقال و رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات و به تبع آن تسهیل روند صنعتی شدن توسعه این کشور؛
- کاهش فرار مغزها از این کشورهای و ایجاد کسب و کار و مشاغل جدید ؛
- فراهم ساختن امکان دسترسی به اطلاعات و تبلیغات بیشتر ؛

چنانچه کشوری به هر علت نتواند به موج شتابان و فراگیر تجارت الکترونیک بپیوندد، در آینده ای نه چندان دور، در صحنه رقابت بین المللی به حاشیه رانده خواهد شد و بسیاری از فرصت های کسب و کار و اشتغال را به سود دیگر کشورها از دست خواهد داد.

کار و جامعه/ شماره ۵۲

با توجه به گسترش سریع و شتابان تجارت الکترونیک در جهان، تأثیر این امر بر افزایش کارایی تجاری و حفظ و تقویت موقعیت رقابتی کشورها و ناگزیر بودن استفاده از این شیوه مبادلات در سال های آتی، ضروری می نماید تا دولت جمهوری اسلامی ایران به روشنی رویکرد خود را در ارتباط با این موضوع اعلام و سیاست ها و اقدامات لازم را برای تحقق این امر اتخاذ نماید. در این راستا، در مواد قانونی راهکارهای اجرایی قانون برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ج.ا.ا. ایران، به اقدامات و سیاست هایی در زمینه توسعه و گسترش تجارت الکترونیک در کشور اشاره شده است.

در ماده (۹۴) قانون برنامه سوم توسعه انجام داد و ستد الکترونیکی اوراق بهادار در سطح ملی، در ماده (۱۰۳) دستیابی آسان به اطلاعات داخلی و خارجی، زمینه سازی برای اتصال کشور به شبکه های جهانی، بهبود خدمات و ترویج استفاده از فناوری های جدید و ایجاد زیر ساخت های ارتباطی و شاهراه های اطلاعاتی لازم و در ماده (۱۱۶) راه اندازی شبکه جامع اطلاع رسانی کشور و در راهکارهای بخش بازرگانی اموری نظیر برگزاری دوره های آموزشی فنی-کاربردی در زمینه تجارت الکترونیک و الزام شرکت ها، مؤسسات و سازمان های دولتی دخیل در صادرات و انجام حداقل ۵۰ درصد از مبادلات خارجی خود از طریق بهره گیری از فناوری تجارت الکترونیک تصریح شده است. لیکن به دلایلی نظیر محدود شدن این اقدامات و سیاست ها به بخش دولتی، فراگیر نبودن انگیزه ها و مشوق های لازم برای حضور جدی بخش غیر دولتی و از همه مهم تر، عدم اعلام صریح و روشن رویکرد دولت جمهوری اسلامی ایران در این زمینه ها، گویا بستر سازی مناسب در جهت توسعه تجارت الکترونیک در کشور ما موفقیت چندانی نداشته است.

بر این اساس، ضروری می نماید در برنامه ها و سیاستگذاری های دولت جمهوری

در چنین فضایی، کشورهای در حال توسعه باید افق نگرش خود را به فراتر از شیوه های سنتی تجارت گسترش دهند. آنچه به یقین می توان گفت این است که چنانچه کشوری به هر علت نتواند به این موج شتابان و فراگیر بپیوندد، در آینده ای نه چندان دور، در صحنه رقابت بین المللی به حاشیه رانده خواهد شد و بسیاری از فرصت های کسب و کار و اشتغال را به سود دیگر کشورها از دست خواهد داد.

اهم موانع و مشکلات راه اندازی و گسترش تجارت الکترونیک در کشور ما به شرح ذیل می باشد:

● فقدان زمینه های حقوقی لازم برای استفاده از تجارت الکترونیکی از قبیل عدم مقبولیت اسناد و امضاهای الکترونیکی در قوانین و مقررات جاری کشور؛

● نبود سیستم انتقال الکترونیکی وجوه و کارت های اعتباری؛

● محدودیت خطوط ارتباطی و سرعت پایین آنها در انتقال داده های الکترونیکی؛

● نبود شبکه تجارت الکترونیک در کشور و سخت افزار و نرم افزار مربوط به آن؛

● عدم اطلاع کافی مؤسسات بزرگ و کوچک داخلی از تجارت الکترونیکی و مزایای آن؛

● هزینه اولیه نسبتاً بالای استفاده از تجارت الکترونیک در شرکت های دولتی و خصوصی به ویژه برای مؤسسات کوچک و نبود انگیزه لازم در آنها برای استفاده از این روش؛

● کمبود دانش و فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیک و شبکه اینترنت؛

● لزوم حمایت از حقوق مصرف کنندگان در تجارت الکترونیک؛

● حقوق گمرکی و مالیات های قابل وصول از تجارت الکترونیک؛

● عدم تأمین امنیت لازم برای مبادلات الکترونیکی و محرمانه ماندن اطلاعات مربوطه؛

نتیجه گیری:

● دسترسی مصرف کنندگان و تولید کنندگان به واردات ارزان قیمت؛

● فراهم نمودن فرصت ارتباط با بازارهای جهانی و مبادله های الکترونیک از طریق اینترنت و به تبع آن رشد سریع تجارت الکترونیک در این کشورها؛

● فراهم نمودن فرصت های صادراتی جدید برای بنگاه های اقتصادی و کاهش نقش دلان و واسطه ها؛

● تسهیل در انجام تولیدات صنعتی و فراهم ساختن امکان ارائه تولیدات و خدمات برای صادر کنندگان از طریق اینترنت؛

● دارا بودن مزیت نسبی ارائه خدمات الکترونیک به دلیل پایین بودن هزینه های نیروی کار در این کشورها؛

موانع و مشکلات فرا راه تجارت الکترونیک در کشورهای در حال توسعه و کشور ما:

● دارا نبودن مهارت های سطح بالای کاربران در استفاده از رایانه و اینترنت در بنگاه های کوچک و متوسط؛

● بالا بودن هزینه تبلیغات مؤثر در اینترنت و عدم توان تأمین آن توسط بنگاه های کوچک و متوسط؛

● تحت کنترل و نظارت قرار گرفتن بسیاری از فعالیت های اقتصادی توسط بنگاه های بزرگ و به حاشیه کشیده شدن تولیدکنندگان محلی؛

● پیدایش واسطه های اطلاعاتی به عنوان قدرت های جدید؛

● افزایش رقابت تنگاتنگ میان بنگاه های اقتصادی؛

● بالا رفتن هزینه های نگه داری، ارتقا و بازاریابی در شرایط تجارت الکترونیکی؛

● اختصاص سود و منفعت فراوان به شرکت های چند ملیتی با استفاده از ارائه فناوری اطلاعات و ارتباطات؛

اسلامی ایران در قانون برنامه چهارم توسعه کشور در راستای بسترسازی مناسب و گسترش تجارت الکترونیک در کشور، جایگاه و نقش دولت و بخش های غیر دولتی مشخص و چارچوب های قانونی لازم پیش بینی و همچنین زیر ساخت های مورد نیاز و چگونگی تأمین آنها، انگیزه ها و مشوق های لازم و وظایف هر یک از سازمان ها و وزارتخانه های مربوط مشخص گردد.

بدون تردید در کشور ما که تجارت خارجی، به ویژه در راستای جهش در صادرات کالاهای غیر نفتی، ابزار دستیابی به رشد بالاتر اقتصادی، اشتغال بیشتر و کمک به توسعه پایدار به شمار می آید، بهره گیری خردمندانه از فناوری تجارت الکترونیک می تواند ما را در بهبود کارایی تجاری و حضور فعال تر در عرصه تجارت بین المللی داده و به تقویت جمهوری اسلامی ایران در بازارهای منطقه ای کمک نماید.

فهرست منابع :

۱- بهنام مجتهدی، ایرج، " از مبادله الکترونیکی اطلاعات (EDI) تا تجارت الکترونیکی"، موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی، تهران، بهمن ۱۳۷۶.

۲- تقوی، نعمت اله، " جهانی شدن، توسعه بنگاه های کوچک و متوسط"، وزارت تعاون، معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج، تبریز، ۱۳۸۱.

۳- صنایعی، علی، "بازاریابی و تجارت الکترونیکی"، جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، پائیز ۱۳۸۱.

۴- " گزارش توجیهی و سیاست تجارت الکترونیکی جمهوری اسلامی ایران"، مصوب کمیسیون تخصصی اطلاع رسانی اقتصادی، بازرگانی و تجارت الکترونیکی، به نقل از سایت اینترنتی WWW.irtp.com.

