

دولت الکترونیک

علی نمازیان^۱



چکیده:

جهان در ابتدای هزاره سوم، دوران جدیدی را تجربه می کند که شاید تصور آن در چند دهه گذشته حتی برای خوشبین ترین دانشمندان نیز ممکن نبود. در واقع قرن ۲۱ پللی است بین داستان های علمی - تخیلی و تجلی عملی آن ها، آن هم با سرعتی نفس گیر که در تمامی عصرها از جمله دولت ها، تجارت و آموزش تأثیر گزارده است. در این مقاله به بخشی از تأثیر جهانی شدن در دولت ها خواهیم پرداخت که در نتیجه در تجارت و حتی آموزش نیز تأثیر گزارده است.

واژه گان کلیدی: فناوری اطلاعات، جهانی شدن، دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک، بانکداری الکترونیک

مقدمه:

امروزه جهانی شدن به یک اصطلاح کاملاً رایج در رسانه ها، تجارت، اقتصاد، سیاست و مجامع روشنفکری تبدیل شده است. استفاده گسترده از این واژه هادر رشته های مختلف علوم اجتماعی، تعاریف و تعابیر متفاوتی از آن به دست می دهد. ولی نکته اساسی این است که این مفهوم به صورت یک واقعیت اجتناب پذیر درآمده است و به نظر می رسد که گریز از پیامدهای آن ناممکن باشد از این رو شناخت گوناگون اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن به ویژه در جامعه از ضرورتی حیاتی برخوردار است.

عده ای از اندیشمندان جهانی شدن را مرحله ای از تحولات جهانی می دانند. این تحول به عنوان یک واقعیت طرفدارانی دارد که بیشتر بر جنبه های اقتصادی آن تأکید می ورزند در حالی که مخالفان بر جنبه های فرهنگی آن تأکید می کنند. به رغم اختلاف نظر موجود واقعیت این است که جهانی شدن نیز مانند بسیاری از تحولات دیگر تاریخی هم پی آمدهای مثبت دارد و هم منفی از این رو باید برای بهره گیری از دستاوردهای مثبت آن آماده شد.

^۱ - هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد رفسنجان

به طور کلی امروزه شرکت ها و دولت ها به سرعت از حالت سنتی خود که عمدتاً مبتنی بر مبادله بر مبنای اسناد و مدارک کاغذی است خارج شده و به سوی انجام مبادلات از طریق بهره گیری از سیستم های فناوری اطلاعات در حرکت است. در نتیجه دولت ها در پی تغییراتی در جهت ارائه خدمات خود به عموم مردم افتادند که اصطلاحاً به آن دولت الکترونیک گویند.

فناوری اطلاعات، شاخص های استقرار، جامعه اطلاعاتی و ویژگی های آن:

فناوری اطلاعات، شاخه ای از فناوری است که با استفاده از سخت افزار، نرم افزار، شبکه افزار و فکرافزار، مطالعه و کاربرد داده و پردازش آن را در زمینه های ذخیره سازی، دستکاری، انتقال، مدیریت، جابه جایی، مبادله، کنترل، سویچینگ و داده آمایی خودکار امکانپذیر می سازد. فناوری اطلاعات می بایست در جامعه ای مورد بررسی قرار گیرد که به آن جامعه اطلاعاتی گویند و آن جامعه ای است که شاخصهای آن تراکم بسیار زیاد اطلاعاتی در زندگی روزمره شهروندان، استفاده از رایانه در طیف گسترده ای از فعالیتهای فردی و اجتماعی و دریافت سریع داده های رقمی بین مکانهای مختلف است. در پی چنین جامعه می بایست شاخص های از قبیل موارد زیر استقرار داشته باشند:

- زیرساختهای ارتباطات راه دور: وجه سخت افزاری جامعه

جامعه کشاورزی: راههای شوسه آسفالت

جامعه صنعتی: لوله کشی نفت و گاز

جامعه اطلاعاتی: زیرساختهای فیبر نوری و مخابراتی

- زیرساختهای دانش پی: وجه فکرافزاری جامعه (اندیشه خلاق و خبرگی)

- زیرساختهای فناوری رابط اطلاعات: وجه نرم افزار جامعه (هنجارهای مشترک، محیط حقوقی و پیمانها)

در نتیجه استقرار چنین شاخص هایی می توان چشم اندازی از جامعه اطلاعاتی داشت که منتج به: جامعه دانش بنیاد شود؛ گردش اطلاعات شریان اصلی حیات جامعه مبدل گردد؛ فاصله ها کوتاه و ارتباطات وسیع و پیچیده شود و در نهایت اطلاعات به کالاها تبدیل شوند.

از جمله ویژگی های که می توان در عصر اطلاعات در چنین جوامعی مشاهده نمود عبارتند از: کاهش فاصله جغرافیایی و زمانی؛ تغییر بنیادین در نحوه تولید ثروت (تبدیل منابع سنتی اقتصاد (منابع اولیه / منابع فیزیکی) به خبرگی و مهارتهای انسانی)؛ تحول در مفاهیم و شاخصهای اقتصادی، اجتماعی، مدیریت و سازماندهی؛ شمول سرمایه این دوره برداراییهای نامشهود، تحقیقات، مهارت، دانش و نوآوری؛ تغییر در ساختار و ماهیت اشتغال، تبدیل عملکرد سنتی به کارکرد دائمی مبتنی بر یادگیری مداوم، تأکید فراوان بر آموزش دمکراتیک و فراگیر محور، تقویت مهارتهای فناوری اطلاعات و گسترش مشاغل جدید با ارزش افزایی بالا، تضعیف سریع و زوال عوامل پایداری سیستمهای بسته اقتصادی، اجتماعی و سیاسی تغییر مؤلفه های اقتدار خصوصاً عوامل مؤثر در قدرت سیاسی حکومتها و توزیع قدرت در جوامع؛ افزایش چشمگیر پیچیدگی در مسائل جهانی و تعاملات بین المللی اقتصادی و اجتماعی و سرعت به عنوان استراتژی حرکت اشاره نمود.

در اثر فناوری اطلاعات تغییراتی در جامعه اطلاعاتی حاصل می گردد که فضا از فضای حقیقی به فضای مجازی، زمان از زمان وقت محلی به وقت جهانی، سرعت از سرعت صوت به سرعت نور و ارتباطات از ارتباطات آنالوگ به دیجیتال تغییر می یابد.

امروزه جهانی شدن به یک اصطلاح کاملاً رایج در رسانه ها، تجارت، اقتصاد، سیاست و... تبدیل شده است. در اغلب بررسی های نظری، آثار جهانی شدن در ۳ عرصه زندگی اجتماعی مهم و اساسی تلقی شده اند که عبارتند از: عرصه اقتصاد، عرصه سیاست و حکومت و عرصه فرهنگ، یکی از این ابزار برای جهانی شدن INTERNET است، که به دلیل دسترسی عادلانه به اطلاعات و منابع جهانی، مشارکت در صادرات، کاهش فاصله دیجیتالی، جذب سرمایه های خارجی، مسافرت بیشتر گردشگران، تساوی حقوق اقتصادی، مهاجرت برای کار و توسعه حکومت های مردم سالار یکی از ابزار بسیار مناسب برای جهانی شدن می باشد.

دولت الکترونیک:

به طور کلی ارائه خدمات عمومی دولت به مردم از طریق شبکه های ارتباطی را می توان به عنوان تعریفی از دولت الکترونیک بیان کرد که شامل مراحل زیر است:

مرحله اول: ارائه اطلاعات، مرحله دوم: تعامل، مرحله سوم: یکپارچگی عمودی و مرحله چهارم: یکپارچگی افقی، در اثر ایجاد دولت های الکترونیکی سازمان های سنتی و بروکراتیک به سازمان های نوین و غیر بروکراتیک تغییر می یابند که می تواند در زیر به بعضی از این تغییرات اشاره نمود:

سازمان نوین و غیر بروکراتیک:

شهروند محور - رهبری - محوریت قانون و مردم - هماهنگی و همکاری بین بخشی - پویا با تغییرات وسیع - نتیجه گرا - عدم تمرکز - ساختار غیربخشی و خدمات رسانی - درآمد مدار - رقابتی

سازمان سنتی و بروکراتیک:

سازمان محور - قدرت مبتنی بر موقعیت سازمانی - محوریت بروکراسی و مقررات - عملکرد مستقل بخشی - ایستا با تغییرات تدریجی - فرآیند گرا - تمرکز - ساختار بخشی و وظیفه ای - هزینه مدار - تک قطبی

از جمله مزیت هایی که ایجاد دولت های الکترونیک می توانند در اثر تغییر سازمان ها داشته باشند عبارتند از:

کاهش زمان تلف شده مراجعه کنندگان - کاهش هزینه ارائه خدمات و استفاده از آن - افزایش سرعت پردازش اطلاعات - ارتقای دقت و صحت نتایج در گزارشات مدیریتی - دسترسی سریع و آسان به اطلاعات بهنگام

یکی دیگر از ابعاد دولت های الکترونیک را می توان در خدماتی که در مورد رای گیری های الکترونیکی صورت می پذیرد بیان نمود. به طور کلی رای گیری الکترونیکی به سه دسته زیر تقسیم می شود:

رای گیری کامپیوتری - رای گیری اینترنتی و رای گیری از طریق sms

مشکلاتی که این نوع رای گیری ها دارند به خصوص رای گیری اینترنتی عبارتند از:

عدم دسترسی تمامی مردم به کامپیوتر و اینترنت - عدم اعتماد مردم به این نوع سیستمها - امنیت در سیستمهای الکترونیکی (امنیت داده ها و جلوگیری از نفوذ هکرها، تشخیص هویت افراد رای دهنده) و فشار زیاد به سرورهای سیستم

و از جمله مزایای این نوع رای گیری به خصوص رای گیری اینترنتی عبارتند از:

کاهش هزینه ها - دستیابی به نتایج آرا در هر لحظه و امکان حضور رای دهندگان از سراسر جهان

نکاتی را می بایست در مورد پیاده سازی رای گیری اینترنتی مورد توجه قرار داد:

۱- کارآمد بودن سیستم های سخت افزاری ۲- محفوظ ماندن رای هر شخص ۳- مشخص نشدن هویت شخص رای دهنده

۴- Open Source بودن نرم افزارها

از دیگر خدماتی را که دولت ها با عنوان دولت الکترونیک به مردم ارائه دهند، شهرهای الکترونیکی است، که به دلیل تجمع شرکتهای مختلف در یک محل، فراهم کردن زیرساخت مناسب، فراهم کردن امکانات دولتی مورد نیاز و رها کردن شرکتهای از مسایل جانبی و تمرکز بر مسایل اصلی مرتبط با سازمان می توانند یکی از عوامل تسریع کننده دولت ها به سمت ایجاد دولت الکترونیک باشند که می توان از نمونه های موفق آن شهر اینترنتی دبی و سوپر کوریدور چند رسانه ای مالزی را نام برد.

تجارت الکترونیک:

از دیگر خدمات دولت های الکترونیک می توان به تجارت الکترونیک اشاره نمود. تجارت الکترونیک واژه ای است که امروزه در مقالات بازرگانی و تجاری و رسانه های عمومی بسیار به گوش می رسد. این پدیده نوین، به دو علت نوپا بودن و کاربردها و زمینه های بسیار متنوع فعالیت، نزد مراجع گوناگون تعاریف مختلفی دارد. همچنین، تجارت الکترونیک پدیده ای چند رشته ای است که از طرفی با پیشرفته ترین مفاهیم فناوری اطلاعات و از سوی دیگر با مباحثی مثل بازاریابی و فروش، مباحث مالی، اقتصادی و حقوقی پیوستگی دارد. از این رو تعابیر مختلفی از آن به دست می آید.

برای تجارت الکترونیک به عنوان یکی از پدیده های بزرگ قرن ۲۱ همان طور که گفته شد تعاریف مختلفی ارائه شده است که از جمله آنها می توان به این موارد اشاره کرد: هدایت ارتباطات کاری و معاملات بر روی شبکه ها از طریق رایانه؛ خرید و فروش کالاها و خدمات و انتقال سرمایه ها از طریق ارتباطات دیجیتالی؛ کاربرد وسایل الکترونیک برای تبلیغ، فروش، توزیع و پشتیبانی محصولات. اما اتحادیه اروپا در سال ۱۹۹۷ آن را به این شکل تعریف کرد: تجارت الکترونیک بر پردازش و انتقال الکترونیک داده ها شامل متن، صدا و تصویر مبتنی است. تجارت الکترونیک فعالیت های گوناگونی از قبیل مبادله الکترونیک کالاها و خدمات و تحویل فوری مطالب دیجیتالی و انتقال الکترونیک را در بر دارد. تجارت الکترونیک که تا چندی قبل به تعداد معینی از شرکت ها محدود می شد در حال ورود به عصر جدیدی است که در آن تعداد زیادی مصرف کننده در شبکه حضور دارند. به علاوه محتوای آن از حیثه مبادله داده های مربوط به سفارش دادن یا قبول سفارش فراتر رفته و فعالیت های عمده تجاری از قبیل تبلیغات، آگهی، مذاکرات، قراردادهای تسویه حساب ها را نیز در بر گرفته است. از مجموعه تعاریف ارائه شده فوق می توان نتیجه گرفت که زمینه های کاربرد تجارت الکترونیک بسیار گسترده تر از مبادله کالا و خدمات و وجه است و در تعریف آن و تعیین سیاست های مورد نظر باید علاوه بر کاربردهای بالفعل به کاربردهای بالقوه آن نیز توجه داشت. تجارت الکترونیک از دیدگاه بازار یعنی: همه جا، همه کس، همه وقت. تکنولوژی اطلاعات می تواند پنج مزیت عمده ایجاد کند:

ارزانتر (تولید خروجی های مشابه با هزینه کمتر)

بیشتر (تولید خروجی های بیشتر با همان هزینه)

سریعتر (تولید خروجی های مشابه با همان هزینه در زمان کمتر)

بهتر (تولید خروجی های مشابه با همان هزینه و زمان در سطح جهانی)

فرصتهای جدیدتر (ایجاد مشاغل جدید برای جایگزینی کسب و کار)

بعضی از نیازمندی های تجارت الکترونیک عبارتند از:

قانون تجارت الکترونیکی - آموزش در این موضوع باید در سطوح مختلف مردم و تجار انجام شود - کارت های اعتباری - بدون کارت اعتباری امکان انجام معامله در یک - سیستم تجارت الکترونیکی کار دشوار می شود - لذا ارائه این خدمات در جامعه امری ضروری است.

امضای دیجیتال:

ابزاری است که احراز هویت طرفین معامله را تعیین می نماید. و برای انجام یک معامله رسمی بین المللی ضروری می باشد.

طراحی وب گاه (Site) گام نخست برای ورود به تجارت الکترونیک

شش دلیل زیر اهمیت وب سایت در تجارت الکترونیک را نشان می دهد:

- ۱) وجود وب سایت، اعتبار شما را افزایش می دهد. (وب سایت تاثیر قوی بر اعتماد مشتری های بالقوه دارد. به مردم می فهماند که شما دارای دانش و به روز هستید.)
- ۲) شرکت شما در هر زمان و از هر مکان قابل دسترس است. (با کلیک ساده موس، هر کسی می تواند در ۷ روز هفته و ۲۴ ساعت شبانه روز به شرکت شما دسترسی داشته باشد.)
- ۳) سهولت ارجاع مشتریان جدید به شرکت شما داشتن وب سایت این امکان را فراهم می کند که مردم به راحتی سایت شما را به دیگران ارجاع دهند.
- آدرس وب سایت راحت تر از شماره تلفن به خاطر می ماند به علاوه دادن راه های مختلف تماس با شما به مردم، امکان برقراری تماس را بیشتر می کند.
- ۴) وب سایت یک ابزار قوی فروش است شما یک ویتترین دائمی و سهل الوصول که هزینه آن خیلی کمتر از یک فروشگاه آجری است دارید.
- شما مشتری را برای خرید تحریک می کنید سپس از آنها دعوت می کنید که با شما تماس بگیرند
- ۵) باعث افزایش ارزش تبلیغات شما می شود
- مراجعه به وب سایت شما راحت تر از نوشتن نامه یا رفتن به مغازه یا حتی تلفن زدن به شما است
- داشتن سایت به مردم کمک می کند که هر زمان که در مورد شما می شنوند و یا تبلیغات شما را می بینند، به پیام شما عکس العمل نشان دهند.
- ۶) کمک می کند با مشتریان بالقوه در ارتباط باشید
- مردم زیادی وجود دارند که به آنچه شما ارائه می کنید علاقمند هستند ولی ممکن است هم اکنون برای خرید آمادگی نداشته باشند.
- شما باید با آنها در ارتباط باشید تا زمانی که آنها برای خرید آمادگی یافتند، با خبر شوید. وب سایت یک روش عالی برای تسهیل این فرایند است. شما می توانید از طریق وب سایت خود آدرس تماس مشتریان بالقوه را جمع آوری کنید. سپس می توانید به تناوب، نامه یا خبرنامه پراشان ارسال کنید.
- ویژگی های تجارت الکترونیکی عبارتند از:
- جهانی نمودن تجارت -برداشتن محدودیتهای زمانی و مکانی -کاهش قیمت منابع جهت خرید -افزایش درصد فروش -دسترسی آسان به اطلاعات لازم -کاهش هزینه های معاملاتی-کاهش هزینه های زمانی
- اجزای تجارت الکترونیکی:
- الف - خریدار:
- هر فرد در هر گوشه از ایران و جهان (در صورت جهانی شدن تجارت الکترونیک) با در اختیار داشتن و یا دسترسی به یک کامپیوتر شخصی که که متصل به اینترنت است ، می تواند خریدار کالاهای موجود در فروشگاههای الکترونیکی باشد. در این زمینه دفاتر آنلاین ICT شهری و روستایی ، می تواند کمک شایانی به مردم نماید.
- ب - فروشنده:
- کلیه اشخاص حقیقی و یا حقوقی که دارای کالایی قابل عرضه در این بازار باشد که بتوان انرا بطور فیزیکی حمل و نقل نمود میتواند فروشنده بازار در این تجارت باشد.
- ج - واسطه و برقرار کننده ارتباط بین خریدار و فروشنده
- نکته قابل توجه: رابط و واسطه بین خریدار و فروشنده ، نرم افزار و سایتی است که هر که در اختیار داشته باشد می تواند مجری آن تجارت نامیده شود به عنوان مثال شبکه پست به واسطه پتانسیل فوق العاده و مأموریت ویژه و در اختیار داشتن قوانین لازم (ماده ۱۶ قرارداد کنوانسیون پکن) یکی از بهترین گزینه ها برای اجرای یک تجارت الکترونیک است.

مراحل خرید کالا از طریق اینترنت

الف) انتخاب کالا توسط خریدار از سایت فروشنده ب) دریافت کالا از فروشنده توسط پست ج) تحویل کالا به خریدار و دریافت وجه سفارش

الف) انتخاب کالا می تواند شامل مراحل زیر باشد:

مراجعه به سایتهای فروشنندگان - بررسی و انتخاب و تکمیل سبد خرید کالا - تکمیل فرمهای مربوطه جهت ارسال به ادرس مورد نظر - دریافت شماره سفارشی محموله خود برای پیگیری و رهگیری آن

ب و ج) پرداخت وجه و تحویل کالا به خریدار که می تواند به دو شیوع اجرا شود:

۱) بر اساس COD ۲) بر اساس کارت الکترونیکی بانک ها و موسسات مالی و اعتباری

با توجه به عدم وجود زیر ساخت های پرداخت الکترونیکی و نیز رقبت مردم در خصوص پرداخت وجه کالا پس از دریافت آن ، معمولاً ۹۹٪ خریداران پس از انتخاب کالا ، نحوه پرداخت را COD انتخاب نموده و مراحل زیر طی می گردد:

ارسال سفارش خرید کالا به فروشنده بررسی موجودی کالا

۱. اعلام آمادگی برای ارسال کالا به پست و خریدار در صورت موجود بودن کالا

۲. تحویل کالا به پست و اعلام آن در سایت

۳. تحویل کالا به مشتری توسط پست و اخذ رسید و مبلغ کالا و خدمات (COD)

۴. اعلام در سایت توسط پست به معنی تحویل کالا به خریدار و دریافت وجه

۵. تسویه حساب با فروشنده در بازه زمانی مناسب

انواع کارتهای بانکی :

CREDIT CARD اعتباری است که فرد بدون پرداخت وجهی با واگذاری اسناد تعهدآور اقدام به دریافت کارت اعتباری از موسسات ویژه نموده و پس از مصرف آن و گذشت دوره اعتبار اقدام به بازپرداخت وجه به موسسه می نماید. این کارتها در ایران رواج زیادی ندارند. هم اکنون ثمین کارت در این امر پیشرو می باشد.

DEBIT CARD فرد با پرداخت وجهی معین اقدام به خرید کارت ویژه ای مینماید و در طول مدتی نامحدود اقدام به مصرف آن مینماید. این امر توسط شرکت مخابرات با عنوان تلفن کارت - توسط بعضی از بانکها بنام پول کارت - مترو و حتی شرکت واحد برای استفاده از اتوبوسهای برقی صادر شده است. صدور چنین کارتهایی در پست مانند چاپ تمبر و پیش فروش آن به مشتریان است و هیچ منع قانونی ندارد.

مزایای تجارت الکترونیک از دیدگاه خریداران و فروشندگان:

از دید خریداران، قابل دسترسی بودن کاتالوگها و مشخصات کالا - ارزیابی کالاها و خدمات توسط خریداران و اطلاع از نظر بقیه - قابل دسترسی بودن برخی از کالاها در زمان خرید - خرید ۲۴ ساعته از فروشگاه در تمام طول هفته - ارزانتر بودن کالاها نسبت به فروشگاههای فیزیکی - عدم وجود فشار و استرس معمول در زمان خرید - امکان جستجوی تمام فروشگاهها و را می توان مزایایی دانست که اغلب خریداران به دنبال آن هستند.

از دید فروشندگان، هزینه پایین راه اندازی فروشگاه الکترونیکی - تبلیغ ارزان و راحت محصولات در سطح جهان - عدم محدود شدن محیط فروشگاه به مرزهای جغرافیایی - افزایش کیفیت محصولات در اثر رقابت - ارسال و دریافت سفارشات به صورت الکترونیکی - افزایش سریع تعداد مشتریان و خریداران - حذف واسطه ها و ارتباط بهینه تر با مشتریان و را نیز می توان از مزایای مورد قبول فروشندگان دانست.

تفاوت مبادله الکترونیکی داده ها و تجارت الکترونیک (مبادله الکترونیکی داده ها \neq تجارت الکترونیک):

مبادله الکترونیکی داده انتقال و تبادل داده در راستای تحقق فعالیت های تجاری و بکارگیری پیام های استاندارد شده بین المللی که توسط ابزار الکترونیکی انجام میشود. مانند پست الکترونیک، انتقال الکترونیک پول و... در حالیکه تجارت الکترونیک عبارت از مبادله تجاری بدون استفاده از کاغذ است که در آن از مبادله الکترونیکی داده ها به عنوان یک ابزار استفاده می شود. به عبارت دیگر مبادله الکترونیکی داده ها بعنوان ستون فقرات تجارت الکترونیک عمل می نماید.

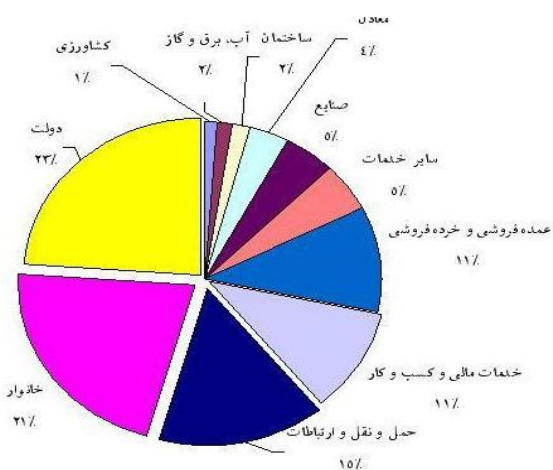
حجم تجارت الکترونیکی برای مناطق مختلف جهان به شرح جدول شماره امی باشد.

(Forrester 2004)

بر مبنای آمار فوق بیش از ۹۵ درصد حجم تجارت الکترونیکی دنیا در سطح کشورهای توسعه یافته صورت می گیرد و در این میان سهم قاره هایی نظیر آفریقا و آمریکای لاتین مجموعاً کمتر از ۱ درصد می باشد

محل مصرف ICT در ایران

نمودار شماره ۱



منبع: WITSA(2007)

نمودار شماره ۱

ردیف	نام کشورها	مبلغ به میلیارد دلار	درصد
۱	امریکا	۳۵۰۰	۵۱/۹
۲	اروپا	۱۶۰۰	۲۳/۷
۳	آسیا و اقیانوسیه	۱۵۰۰	۲۲/۲
۴	امریکای لاتین	۸۱/۸	۱/۲
۵	سایر نقاط جهان	۶۸/۶	۱
	کل جهان	۶۷۵۰/۴	۱۰۰

جدول شماره ۱

بررسی تأثیرات تجارت الکترونیک بر بنگاهها در ۱۳ کشور عضو سازمان همکاری های اقتصادی و توسعه اروپا (۲۰۰۵) نشان دهنده موارد زیر است:

افزایش سهم بازار-افزایش حجم تولید-انطباق بهتر کالا و خدمات با تقاضا-کاهش موجودی انبار - یکپارچگی فعالیتها در کل اجزای زنجیره

بانکداری الکترونیک:

عملیات بانکی یکی از مهمترین کاربردهای عملی تجارت الکترونیک بوده و مبادله الکترونیک داده های مالی، یکی از فناوری های جدید در صنعت مبادله داده ها- انتقال داده های مالی است. مبادله الکترونیک داده های مالی در بردارنده انتقال رایانه به رایانه دستور پرداخت و جزئیات و جمع ارقام با استفاده از استاندارد های بین المللی پیام است. در حال حاضر، علاوه بر موارد فوق، ابزار های پرداخت الکترونیک، بخش بسیار مهمی از ابزار های پشتیبانی کننده تجارت الکترونیک به شمار می آیند. به طور کلی، می توان ابزار های الکترونیک پشتیبان مالی را به دو گروه ابزار های پرداخت و ابزارهای انتقال تقسیم کرد.

ابزارهای پرداخت: ابزار هایی هستند که برای پرداخت وجوه کالاها و خدمات به وسیله کاربران نهایی و مصرف کنندگان استفاده می شوند. از جمله: کارت های اعتباری، کارت های هوشمند، چک الکترونیک، پول الکترونیک و غیره می باشد. در حال حاضر این ابزارها در حال گسترش هستند و در برخی موارد نیز به صورت آزمایشی به کار گرفته شده اند. از نکات مهم این ابزار ها، توجه به امنیت انتقال اطلاعات مالی و حفظ اطلاعات خصوصی افراد است.

گروه دوم، ابزار های انتقال وجوه هستند. کاربرد این ابزارها برای انتقال وجوه عمده میان بانک ها یا سایر شرکت ها است. قدمت این ابزارها بسیار بیشتر از ابزار های پرداخت است و ایمنی بالاتری نیز دارند. از جمله نمونه این ابزارها، می توان از انتقال وجوه میان بانک ها، انتقال الکترونیکی داده های مالی و انتقال وجوه به صورت الکترونیک نام برد.

نتایج و پیشنهادات:

استفاده از تجارت الکترونیک در زمینه اقتصادی و بازرگانی می تواند بر رونق اقتصادی کشور موثر باشد.

لازم است آموزشهای لازم برای گروههای هدف در زمینه تجارت الکترونیک انجام شود تا نفوذ آن میان فعالان اقتصادی گسترش یابد.

خصوصی سازی و محدود کردن فعالیت دولت در بخش زیر ساخت به ارتقای زیر ساخت ها در کشور کمک می نماید.

استفاده از تجارت الکترونیک در بخش خدمات می تواند آثار آنرا بیشتر نمایان کند.

داده های آماری در زمینه ICT و تجارت الکترونیک جمع آوری و به صورت دوره ای منتشر شود.

در پایان به معرفی چند نمونه موفق در تجارت الکترونیک (کسب و کار اینترنتی) اشاره خواهیم نمود:

نام شرکت ای بای (ebay)

زمینه فعالیت حراج اینترنتی ، تجارت الکترونیک و فروش اینترنتی می باشد.

موسس این شرکت فردی ایرانی تبار به نام پیر امیدیار است .

درآمد ۵,۹۶۹ میلیارد دلار (۲۰۰۶) تعداد کارکنان ۱۱,۶۰۰ نفر (۲۰۰۶)

وبگاه: <http://www.ebay.com>

شعار: هر چیزی که هست شما می توانید در ای بی بیاید و پیروزمندانه خریداری کنید.

منبع: سایت ویکی پدیا

نام شرکت Google: موسس: لری پیج و سرگئی برین دو دانشجوی استنفورد ، اواخر دهه نود میلادی با سایت جست و جوی خود ،

پایگاهی را راه اندازی کردند که ظرف کم تر از یک دهه ، ۱۴۰ میلیارد دلار ارزش گذاری شد.

زمینه فعالیت: اکنون صدها سرویس مختلف را با عالی ترین کارآفرینی درون سازمانی ، برای صنعتگران و کاربران گوگل فراهم کرده

است. نقش امید کردستانی ، معاون بازرگانی گوگل را نباید در رشد این سایت فراموش کرد. کردستانی پایه گذار سیستم **ad words**

گوگل می باشد که نقش فوق العاده ای در درآمد زایی این شرکت ایفا کرد.

کارآفرینی دیجیتالی به روش آرشام کوشا

شرکتی مانند آرشام کوشا ، یکی از این شرکتهای موفق در حوزه کارآفرینی دیجیتالی است .

مهندس هلالی مدیرعامل جوان شرکت آرشام کوشا ، از کارفرینان دیجیتالی موفق ایرانی است . شرکت وی اخیرا موفق شد به عنوان

برترین صادرکننده نرم افزار کشور انتخاب شود . آرشام کوشا بر اساس قواعد صادراتی کشور ، بیش از ۴ میلیون و ۱۹۰ هزار دلار

آمریکا ، نرم افزار به چند کشور جهان صادر کرده است . شرکت آرشام کوشا با ارائه طرح "ایجاد کسب و کارخانگی گلدوزی و

خیاطی برای بانوان به صورت توزیع یافته و مبتنی بر استفاده از فن آوری اطلاعات" در مسابقه بین المللی **eAsia Award 2007** به

عنوان نماینده ایران در بخش "تجارت الکترونیکی در بخش خصوصی" شرکت کرد و توانست اولین محموله صادراتی خود را در این

حوزه در اوایل سال ۲۰۰۷ به کشور افغانستان صادر کند. سایت اینترنتی <http://www.arshamkoosha.com>

- ۱- مجموعه مقالات سیزدهمین همایش بانکداری اسلامی (۱۳۸۱)، مدیریت ریسک در بانکداری اسلامی، موسسه عالی بانکداری ایران- تهران
- ۲- کارآفرینی دیجیتال، تجارت الکترونیک با رویکرد کسب و کار اینترنتی، محمد صادق نیکو خوی، شرکت ایده پرداز عصر، [www. Ip-age.com](http://www.Ip-age.com)
- ۳- دکتر محسن کاهانی، <http://www.um.ac.ir/~kahani/.eservices>
- ۴- طرح خرید و فروش اینترنتی شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، postale.shopping
- ۵- جهانی شدن، مالکوم واترز، ترجمه اسماعیا مردانی گیوی و سیاوش مریدی، سال ۱۳۷۹، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی چاپ اول
- ۶- تکنیک رایانه ای حسابرسی، مریم سادات طباطبایی، پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، واحد اراک
- ۷- حسابرسی در عصر تجارت سیار، ارتباطات شبکه ای و بنگاه های مجازی، یوسف قنبری، کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی تهران، معصومه نجاری، کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد