

زیر ساخت‌های لازم برای استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی در ایران با تکیه بر فرهنگ

سید حسین پاریاب	دانشجوی کارشناسی ارشد IT، گرایش تجارت الکترونیکی دانشگاه شیراز و مدیر گروه اطلاع رسانی، معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی
جلال حاجی علی اکبری	دانشجوی کارشناسی ارشد IT، گرایش تجارت الکترونیکی دانشگاه شیراز و رئیس اداره بازرگانی خارجی، سازمان بازرگانی استان زنجان
دکتر منصور امینی لاری	دکترای DSIS واحد تحقیقات و علوم استان فارس و همکاری با دانشگاه شیراز

۱- چکیده

به دنبال بروز پدیده انقلاب اطلاعاتی و توسعه تکنولوژی اطلاعات، شیوه انجام امور دچار تغییرات قابل توجهی شده و "تجارت الکترونیکی" که سرآمد و زاینده همین فناوری‌های نوین می‌باشد تحول چشمگیری را در مبادله اطلاعات بازرگانی، محصولات و خدمات موجب شده است. استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی باعث تغییر در الگوی رقابت، تغییر در شیوه برنامه‌ریزی کاری، تغییر در نیازهای بازار، تغییر در موجودیت سازمانها، تغییر در قوانین و مقررات و... شده است. ولی استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی با موانعی روبروست و یکی از موانع مهم این توسعه، وجود مشکلات فرهنگی است که اگر چه در همه کشورها این عامل اساسی موضوعیت دارد، ولی در کشورهایی چون کشور ما این موضوع اهمیت بیشتری می‌یابد. تحقیق حاضر می‌کوشد گزارشی از ابعاد گوناگون این مشکل را به شیوه‌ای توصیفی ارائه نماید. از اینرو فرهنگ از دو بعد می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. یکی فرهنگ قومی و حاکم بر جوامع و دیگری فرهنگ سازی و آگاه سازی در راستای توسعه بکارگیری فناوری‌های نوین بویژه تجارت الکترونیکی. به عبارت دیگر، فرهنگ‌های متنوع در یک جامعه می‌تواند عوامل بازدارنده و فرهنگ‌سازی بعنوان عوامل پیشبرنده (عوامل توانمند ساز) عمل نمایند.

واژه های کلیدی: تجارت الکترونیکی، فرهنگ، آموزش، توسعه، زیرساخت

2- مقدمه

چرا عصر حاضر را عصر سلطه اطلاعات نامیده‌اند؟ اندیشمندان دوران زندگی بشر را به 4 عصر تقسیم نموده‌اند، عصر کشاورزی، عصر صنعتی، عصر اطلاعات و دانش (عصر حاضر) و عصر مجازی (عصر آینده). البته با توجه به پیشرفت بشر به نظر می‌رسد عصر پس از عصر مجازی، عصر نور باشد. تفاوت 4 عصر یاد شده بجز تفاوت در ماهیت آن‌ها، آن است که هر چه پیشتر می‌رویم عمر این دوره‌ها کوتاه‌تر می‌شود و این کاهش طول عمر دوره‌ها به واسطه پیشرفت بشر و متبلور شدن عقل و تفکر آن است. اگر به تاریخ نگاه کنیم در دوره کشاورزی عصر دستیابی به منابع و کشورگشایی برای تسلط به منابع کشورها اعم از مواد معدنی آنها و یا انسان‌ها به عنوان نیروی کار بوده است و هر چه زمان می‌گذرد به دلیل پیشرفت علوم و نیز بالا رفتن فرهنگ اجتماعی جوامع، تفکر تسلط به منابع سرزمین‌های دیگر کاهش می‌یابد. آیا نیاز کمتر شده؟ نه پاسخ دقیقا عکس آن است و نیاز به منابع کشورهایی که دارای ثروت‌های خدادادی هستند افزایش یافته و تنها شیوه تسلط و دستیابی تغییر چهره داده است. یعنی جوامع با درک درست از نیازها و با سرمایه‌گذاری بر روی تحقیق و توسعه با مجهز شدن به علوم و فنون جدید و خلق مزیت‌های نسبی و رقابتی و نوآوری در علوم و فنون و فروش تولیدات با تکنولوژی‌های جدید نیازی به حمله به دیگر کشورها ندارند بلکه کشورهای ضعیف به لحاظ اقتصادی و توسعه یافتگی با کمال احترام ثروت خود را برای دسترسی به فناوری‌های نوین تقدیم آنان می‌کنند. به عنوان مثال یک شرکت تولید کننده نرم‌افزارهای پایه با تولید آن و تکثیرش می‌تواند آن را با میلیون‌ها بشکه نفت معاوضه کند. لذا امروز لازم نیست چاه نفت داشته باشیم بلکه چگونه این چاه نفت را استخراج کنیم اهمیت دارد، امروز مهم آن است که بتوانیم محصولات نو را تولید و صادر کنیم و نه مواد خام. یعنی عصر سلطه دانش.

البته مطالعات شگرفی توسط پژوهشگران برای رهایی از این وضعیت صورت گرفته است، ولی با مطالعه موردی تحقیقات انجام شده، هر یک از محققین با مد نظر قرار دادن جنبه‌هایی از نیازها، نارسایی‌ها، کمبودها و تنگناها و مقایسه کمی و کیفی وضعیت کشور با کشورهای جهان بویژه کشورهای منطقه، به بیان مساله پرداخته ولی در مطالعات انجام شده کمتر راهکارهای اجرایی به چشم می‌خورد و بیشتر به شعارهای عمومی پرداخته شده است. از جمیع مطالعات انجام شده (تحقیقات مورد مطالعه قرار گرفته) دو جنبه عمومی که بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند را مد نظر قرار می‌دهیم. الف - "تنگناها" که می‌توان به زیرساخت‌های لازم برای توسعه بکارگیری تجارت الکترونیکی مانند زیرساخت‌های فنی، حقوقی و قانونی، نهادهای پشتیبان (لجستیک) و آمادگی فرهنگی اشاره نمود و ب - "فرصتها" که مواردی چون ترکیب نیروی انسانی، انجام اصلاحات اقتصادی، درک اهمیت ضرورت و تاثیر EC و ICT بر توسعه اقتصادی و اجتماعی، ضرورت پیوند با اقتصاد جهانی و ... است که مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. عوامل دسته اول همان عوامل بازدارنده یا گلوگاه هستند و دسته دوم فرصت‌هایی هستند که با استفاده بهینه و برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند بخشی از محیط مورد نیاز برای رشد و نمو (با توجه به وضعیت اقتصادی اجتماعی کشور) را فراهم نماید. به عبارت دیگر ایندو با هم هدف را محقق می‌سازند و دسترسی به آن را تسریع می‌بخشند. یعنی ایجاد زیرساخت‌های لازم و خلق استفاده بهینه از فرصتها.

همانگونه که گفته شد، در تحقیقات انجام شده روی ایندو مورد بسیار مانور داده شده است و راهکار اجرایی که نقشه راه را نشان بدهد کمتر به چشم می‌خورد. یعنی وضعیت موجود به تصویر کشیده شده است، وضعیت مطلوب نیز بیان شده ولی از نقشه راه که بتوان از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب رسید و این شکاف را برداشت خبری نیست.

3- سوال تحقیق

- کشورهای موفق برای بکارگیری و توسعه تجارت الکترونیکی از چه ابزارهایی بیشتر بهره برده‌اند؟
- عوامل توانمندساز جامعه ما کدامین پارامترها هستند؟
- مهمترین راهکار اجرایی برای دستیابی به نقشه راه و کاهش شکاف چیست؟
- گلوگاه اصلی در مقاومت برای بکارگیری و توسعه و ترویج تجارت الکترونیکی در کشور چیست؟

4- شرح مساله

با توجه به گسترش کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد و بازرگانی در سطح بین‌المللی و نیز شرکای تجاری ایران و با عنایت به مزایای مترتب بر آن، استفاده از این فناوری‌ها تحت عنوان تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی (E.B) اجتناب‌ناپذیر است. استفاده از کسب و کار الکترونیکی در بنگاهها و مراکز خصوصی و دولتی با شناخت فرآیندها و مهندسی مجدد آنها، کارایی را در سطح بنگاهها افزایش داده و بکارگیری تجارت الکترونیکی با تسهیل امور تجاری، حذف محدودیت بازار، افزایش کارایی و بهره‌وری، افزایش قدرت انتخاب خریدار و فروشنده، افزایش رفاه اقتصادی و اثرات فراوانی بر اقتصاد و بازرگانی می‌گذارد.

با توجه به اجتناب‌ناپذیر بودن بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد و بازرگانی تحت عنوان تجارت الکترونیکی، لازم است در زمینه ایجاد زیرساخت‌های فیزیکی و ارتباطی و مخابراتی، زیرساخت‌های سرمایه انسانی، زیرساخت‌های حقوقی و قانونی و زیرساخت‌های نهادی و مدیریتی برنامه‌ریزی‌های لازم صورت گرفته و دولت ضمن هدایت برنامه‌های مربوطه، بخش خصوصی را برای اجرای این برنامه‌ها در بخش‌های مختلف اقتصادی تشویق نماید.

اقدامات صورت گرفته تاکنون در بخش‌های مختلف شامل گسترش ارتباطات و مخابرات ثابت و سیار، تلاش برای افزایش دسترسی به اینترنت، تدوین دوره‌های آموزشی و برگزاری آنها، تصویب سیاست‌نامه تجارت الکترونیکی، تصویب طرح توسعه کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات (تکفا)، تصویب قانون تجارت الکترونیکی و هر چند لازم است ولی قطعاً با توجه به شتاب جهانی در این زمینه کافی نبوده و از سرعت اجرایی لازم برخوردار نیست.

5- برخی ملزومات و مزایای تجارت الکترونیکی

یکی از ملزومات انجام تجارت الکترونیکی، نقل و انتقال الکترونیکی وجوه یا بعبارتی بانکداری الکترونیکی است. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در بانکداری و نقل و انتقال الکترونیکی وجوه و استفاده از کارت‌های اعتباری و کارت‌های بدهی و با توجه به اینکه کارت‌های بانکی برخی از وظایف پول را در اقتصاد انجام می‌دهند و وسیله‌ای برای اعطای وام و اعتبار هستند بر شاخص‌های اقتصادی نظیر عرضه پول، تقاضای پول، مصرف، تورم و کارایی اقتصادی تاثیر می‌گذارند.

بکارگیری تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در تجارت و اقتصاد موجبات تخصیص مجدد سرمایه‌های فیزیکی و انسانی را فراهم می‌سازد. یعنی با آزادسازی سرمایه‌های فیزیکی و انسانی از یک بخش، امکان بکارگیری آنها در سایر بخشهای اقتصادی و غیراقتصادی را فراهم می‌سازد. بعنوان مثال استفاده از EC منجر به اصلاح سیستم توزیع سنتی کالا و خدمات شده و از این طریق علاوه بر آزادساختن نیروی انسانی شاغل در این بخش، از بلوکه‌شدن سرمایه‌های مادی و فیزیکی در مراکز متعدد توزیع جلوگیری می‌نماید و بدین ترتیب امکان توزیع مجدد سرمایه‌های فیزیکی و انسانی فراهم می‌شود.

همچنین با بکارگیری EC، ارتباط و تعامل بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بشدت افزایش یافته و بدین ترتیب تولیدکنندگان نیازهای مشتریان را درک کرده و با دریافت بازخورد از نظرات ایشان ضمن تولید محصول با دقت لازم و براساس نیاز مشتری، در نتیجه منابع در اختیار خود را برای تولید محصول بطور بهینه تخصیص می‌دهند.

شایان ذکر است که در تجارت نوین با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (تجارت الکترونیکی)، تولید و توزیع کالا از روش Push (فشاری) در حالت سنتی خارج شده و به روش Pull (کششی) انجام می‌شود. به عبارت دیگر، در روش نوین تولید کالا براساس سفارش مشتری است، یعنی مشتری با توجه به نیاز و سلیقه خود سفارش می‌دهد و تولیدکننده (کارخانه) آن را تولید می‌کند، ولی در تجارت سنتی، کالا تولید و عرضه و برای آن بازاریابی می‌شود. از مزایای روش نوین، تخصیص بهینه منابع، کاهش هزینه‌های انبارداری، افزایش رقابت، رضایت مشتری و می‌باشد.

تجارت الکترونیکی و جهت‌گیری بین‌المللی استراتژی تجارت، امکان ارتباط بین فرهنگ‌ها و ملل را توسعه داده و امکان تعامل فکری و تبادل تکنولوژی و اطلاعات را بین آنها فراهم می‌سازد و از این طریق به توسعه فرهنگی و اجتماعی جوامع کمک می‌نماید. از طرف دیگر استفاده از EC الزام می‌نماید که امور در چارچوب مقررات، ضوابط و قوانین مربوطه در سطح داخلی و بین‌المللی صورت گیرد و عدم رعایت آنها انجام تجارت الکترونیکی را غیرممکن می‌سازد و بدین ترتیب، رعایت مقررات و قوانین در امور نهادینه می‌شود.

6- استقرار تجارت الکترونیکی

اگر در نظر بگیریم که تجارت الکترونیکی به عنوان یک طرح بزرگ (ملی) قرار است در یک جامعه‌ای مانند ایران اجرا شود، برای استقرار و توسعه آن چه باید بکنیم؟
مرحله استقرار؛ مرحله تبدیل یک طرح تهیه شده به یک سیستم در حال کار است. برای یک سیستم اطلاعاتی، این مرحله معمولاً شامل گامهای زیر است:

- الف - برنامه‌ریزی برای اجرای سیستم
- ب - اعلام و ابلاغ انجام مراحل اجرا
- ج - ایجاد ساختارهای سازمانی برای هدایت و کنترل کار
- د - انتخاب سخت‌افزار و نرم‌افزارهای مناسب
- ه - تهیه و آماده‌سازی شبکه و پایگاه‌های داده لازم
- و - آموزش راهبران و کاربران
- ز - تهیه، نصب و آماده‌سازی تجهیزات و راه‌اندازی آنها

به طور کلی، برای آنکه بتوانیم تجارت الکترونیکی را در جامعه‌ای مستقر نماییم، به یک سلسله آمادگی‌هایی (زیر ساختار) نیاز داریم. این آمادگی‌ها را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

6-1- آمادگی فنی

توسعه و گسترش تجارت الکترونیکی در یک کشور منوط به وجود شاخصهای معرف آمادگی فنی است، زیرساخت‌های فنی، مخابراتی و ارتباطی مورد نیاز برای توسعه تجارت الکترونیکی شامل گسترش ارتباطات از طریق افزایش ضریب نفوذ تلفن ثابت، تلفن ماهواره‌ای، تلفن همراه و تقویت و مدرن‌سازی پست، توسعه امکانات رایانه‌ای اعم از سخت‌افزار، تجهیزات و نرم‌افزارهای مربوطه، توسعه اینترنت و بالابردن نفوذ آن از طریق گسترش ISPها و کاهش هزینه استفاده از اینترنت و حذف محدودیت‌های مصنوعی.

آمارها حاکی از آن است که شاخص‌های گسترش ICT در ایران نسبت به متوسط جهانی وضعیت مناسبی نداشته و لزوم توجه به ایجاد زیرساخت‌های فنی، مخابراتی و ارتباطی مورد نیاز را نشان می‌دهد.
مطالعات تجربی فراوان نشان داده است که سرمایه‌گذاری در IT و ICT از طریق افزایش زیربنای فیزیکی مورد نیاز برای انجام تجارت الکترونیکی تاثیر مثبتی بر توسعه EC خواهد داشت. بدین ترتیب افزایش سهم مخارج IT و ICT در GDP می‌تواند نقش بسیار مهمی در توسعه EC داشته باشد. ضمن آنکه بدون وجود زیرساخت‌های فوق قطعاً توسعه EC با مشکل مواجه شده و حداقل همگانی نخواهد شد که مورد مطالعه بحث ما نیست.

6-2- چارچوب حقوقی

همانگونه که می‌دانیم قوانین تجاری مختص محدوده و مرزهایی است که افراد در آنجا زندگی و معامله می‌کنند، ولی با استقرار تجارت الکترونیکی مرزها برداشته می‌شود و لذا برای پیاده‌سازی و توسعه تجارت الکترونیکی نیاز مبرم به چارچوب حقوقی و قوانین مستحکم و نیز تدوین قوانینی است که با برداشته شدن مرزها بتواند پاسخگوی مشکلات تجاری از جمله اختلافات، تناقض‌های موجود در قوانین کشورها، کلاهبرداری‌ها، جلوگیری از تضییع حقوق افراد و همچنین تضمین کننده حمایت کامل حقوقی و قضایی از افراد و شرکتهای برای انجام مبادلات تجاری باشد. هدف از مطالعه زیر ساختار حقوقی و قانونی، شناخت چالش‌ها، محدودیت‌ها و تنگناهای موجود در مسیر گسترش و اجرای تجارت الکترونیکی و همچنین ارائه پیشنهادها و سیاست‌های مناسب برای روبرو شدن با مشکلات و افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان است که البته مورد مطالعه بحث ما نیست.

6-3- نهادهای پشتیبانی (لجستیک)

زیر ساختار نهادهای پشتیبانی و کیفیت ارائه خدمات از شاخصهای بارز و تعیین کننده در موفقیت اقتصاد یک کشور است. برای گسترش و استقرار مبادلات بازرگانی از نوع B2B و B2C وجود شبکه نهادهای پشتیبانی مناسب و کارآمد، گریزناپذیر و حیاتی است. در نتیجه ساختار مناسب و کارآمد نهادهای پشتیبانی ضروری است. تحول در نهادهای اقتصادی، مالی و اداری مرتبط با مسایل تجارت به سوی الکترونیکی کردن امور شامل بانکداری الکترونیکی (نقل و انتقال الکترونیکی وجوه)، بیمه الکترونیکی، گمرک الکترونیکی، حمل و نقل الکترونیکی، پست الکترونیکی، سیستم ارتباطات داخلی و بین‌المللی قوی و گسترده می‌باشد. اگر قرار باشد تجارت با روش الکترونیکی دنبال شود، کلیه مراحل تجارت از بازاریابی و تبلیغات، سفارش،

گشایش اعتبار و نقل و انتقال وجوه، بیمه و حمل و نقل گرفته تا ترخیص کالا باید با استفاده از امکانات الکترونیکی صورت گیرد. لازمه تحول فوق تغییرات در سیستم اداری دولت بسوی مکانیزه کردن و افزایش کارایی خدمات دولتی به منظور ارائه خدمات بهتر به شرکت‌ها، تجار، بازرگانان و مصرف‌کنندگان و تلاش جهت شکل‌گیری حکومت سالم با حذف فساد اداری است. البته در این شرایط سیاست تمرکززدایی باید اعمال شده و با اعطای مجوز فعالیت به بخش خصوصی در این زمینه، از سرمایه‌گذاران خارجی نیز جهت انتقال تکنولوژیهای مربوطه و انجام سرمایه‌گذاری برای توسعه زیربنای فیزیکی و انسانی استفاده شود.

حال که تا حدودی به اهمیت موضوع پرداختیم، بد نیست به تلاش دولت (دستگاه‌های اجرایی) به ایجاد تسهیلات و فراهم ساختن محیط برای کاهش شکاف پیردازیم. براساس مطالعات بانک جهانی که هر ساله وضعیت کشورهای مختلف جهان را به لحاظ سهولت انجام کسب و کار مورد بررسی قرار داده و اقدام به رتبه‌بندی آنها می‌کند. ماحصل این بررسی‌ها در شاخصی با همین نام انعکاس یافته و کشورهای مختلف براساس آن رتبه‌بندی می‌شوند. شاخص اصلی سهولت انجام کسب و کار خود از 10 شاخص فرعی تشکیل شده و در واقع میانگین این 10 شاخص می‌باشد. شاخص‌های فرعی نیز به نوبه خود متشکل از مجموعه‌ای از شاخص‌های جزئی و میانگین این ریزشاخص‌ها می‌باشند. به این ترتیب، رتبه هر کشور در شاخص اصلی سهولت کسب و کار از میانگین 10 شاخص فرعی و همچنین رتبه کشورها در هر یک از شاخص‌های فرعی محاسبه میانگین شاخص‌های جزئی تعریف شده بدست می‌آید.

شاخص‌های ده‌گانه این گزارش، قوانین و حقوق کسب و کار و میزان حمایت از حقوق مالکیت و تاثیر آن بر انواع کسب و کارها بویژه بنگاه‌های کوچک و متوسط را اندازه‌گیری می‌کند. دسته‌ای از این شاخص‌ها، میزان گستردگی دیوانسالاری و بروکراسی مانند تعداد مراحل که برای شروع یک کسب و کار و یا ثبت مالکیت تجاری می‌بایست طی شود را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و در مرحله دوم به بررسی پیامدهای قوانین موجود مانند زمان و هزینه مورد نیاز جهت اقامه دعاوی تجاری، تجارت خارجی و طی مراحل ورشکستگی یک بنگاه اقتصادی می‌پردازد. سومین دسته از این شاخص‌ها میزان حمایت قانونی از مالکیت مانند چگونگی حمایت از سرمایه‌گذاران در مقابل سوء استفاده‌های مدیران شرکت‌ها را اندازه‌گیری می‌کند. گروه دیگری از این شاخص‌ها، میزان انعطاف‌پذیری قوانین استخدام نیروی کار را مورد بررسی قرار می‌دهد و نهایتاً یک سری از شاخص‌ها نیز هزینه مالیاتی انواع کسب و کار را اندازه‌گیری می‌کند.

براساس گزارش سال 2007 بانک جهانی، موقعیت ایران در شاخص کل سهولت کسب و کار با 6 رتبه تنزل در میان 175 کشور به 119 کاهش یافته و در شاخص‌های فرعی نیز به جز شاخص‌های «کسب مجوزها» و «استخدام نیروی کار» در بقیه شاخص‌ها جایگاه ایران در میان کشورهای جهان تنزل یافته است.

جدول 1 - جایگاه ایران در رتبه‌بندی کشورهای جهان از لحاظ سهولت انجام کسب و کار

تغییر نسبت به سال قبل	رتبه سال 2005	رتبه سال 2006	سهولت انجام
-6	113	119	انجام کسب و کار (Doing Business)
-2	62	64	شروع کسب و کار (Starting a Business)
+1	168	167	کسب مجوزها و امتیازات لازم (Dealing with Licenses)
+2	143	141	استخدام نیروی کار (Employing workers)
-7	136	143	ثبت مالکیت (Registering Property)
-6	59	65	دریافت وام و اعتبار (Getting Credit)
0	156	156	حمایت از سرمایه‌گذاران (Protecting Investors)
-5	91	96	پرداخت مالیات (Paying Taxes)
-13	74	87	تجارت خارجی (Trading Across Borders)
-1	32	33	اقامه دعاوی تجاری (Enforcing Contracts)
-6	103	109	ورشکستگی و تعطیلی کسب و کار (Closing a Business)

Source: World Bank, 2007

پس همانگونه که پیش‌بینی می‌شد ما تنگناها و فرصتها را خوب شناخته‌ایم و وضعیت مطلوب را تا حدودی به تصویر کشیده‌ایم ولی نمی‌دانیم چگونه از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب برسیم. شاخص‌های بانک جهانی هم گویای همین مساله است و ما در بسیاری از شاخص‌ها در مقایسه با دیگر کشورها و حتی در مقایسه با وضعیت قبلی خودمان نیز نه تنها پیشرفتی نداشته‌ایم بلکه پسرفت نموده‌ایم. لذا می‌توان به تنگناهای (مشکلات) سوء مدیریت، عدم خودباوری، تفکر عدم نیاز (تکیه بر اقتصاد تک محصولی نفت) و عدم استفاده از طرح‌ها و پروژه‌های منسجم و هماهنگ در کشور (جزیره‌ای) اشاره نمود که سه مشکل یا تنگنای آخری باز به مشکل اول یعنی سوء مدیریت در جامعه باز می‌گردد.

6-4_ فرهنگ

سیاست و راهبردهای مناسب به تنهایی قادر نخواهند بود که پذیرش تجارت الکترونیکی را در سطح کشور نهادینه کنند. استفاده گسترده از تجارت الکترونیکی تنها زمانی میسر است که مردم و سازمانها به سطح مطلوبی از آگاهی و اعتماد برسند تا بتوانند از منافع آن بهره‌مند شوند. هدف از بحث (ساختار فرهنگ)، ارزیابی فرهنگ حاکم بر جامعه، بررسی وضعیت حاضر و شناخت دل‌نگرانی‌های افراد و سازمان‌ها در رابطه با بکارگیری تجارت الکترونیکی و ارائه پیشنهادها و سیاست‌های مناسب برای ارتقاء آگاهی تجارت الکترونیکی و استفاده از آن در سراسر کشور است.

سرمایه انسانی مورد نیاز و ایجاد محیط مناسب برای تحقیق و توسعه (R&D) شامل نیروی کار متخصص و تحصیلکرده دانشگاهی و نیروی کار آموزش دیده در مراکز فنی و حرفه‌ای و توسعه و گسترش موسسات پژوهشی در این زمینه می‌باشد. تحقیقات نشان می‌دهد که یکی از ابزارهای توسعه و اشاعه EC، سرمایه‌گذاری برای نیروی انسانی و افزایش مخارج مربوط به R&D می‌باشد.

جدول شماره 2 سرانه هزینه‌های ICT ایران، برخی کشورهای منتخب منطقه و جهان را نشان می‌دهد. آمار ارائه شده حاکی از هزینه سرانه ICT نه چندان مناسب در ایران می‌باشد بطوری که هزینه سرانه ICT در ایران حدود 10 درصد میانگین جهان بوده و از برخی از کشورهای منطقه مانند رژیم اشغالگر قدس، ترکیه، عربستان سعودی، کویت، اردن و مالزی پایینتر است. عبارات دیگر در ایران توجه کمتری به سرمایه‌گذاری در این بخش شده است. هر چند هزینه سرانه کشور در این بخش از برخی کشورهای منطقه مانند پاکستان و مصر که به لحاظ وضعیت اقتصادی، مبادلات بین‌المللی و باز بودن اقتصاد در وضعیت مناسبی بسر نمی‌برند بالاتر است.

جدول 2- سرانه هزینه‌های ICT کشورهای منتخب آسیا و جهان - سال‌های 2000 تا 2004

کشور	2000	2001	2002	2003	2004
ایران	23/78	30/89	39/96	46/24	54
ترکیه	234/47	156/58	197/09	249/8	292/8
پاکستان	34/89	30/97	34/89	40/37	45
مصر	16/4	15/42	15/59	14/86	15/14
عربستان سعودی	216/9	213/31	229/13	238/79	235/37
رژیم اشغالگر قدس	1500/25	1282/73	1226/04	1298/01	1349
کویت	294/57	273/05	298/04	304/04	337/5
اردن	151/65	149/98	152/55	163/72	177/5
مالزی	290	240/54	264/83	289/26	316/3
جهان	452/4	416/5	425/7	464/3	508/3

Source: World Development Indicators, 2006

همچنین EIU از سال 2000 تاکنون به بررسی میزان آمادگی الکترونیکی حدود 60 تا 70 اقتصاد برتر دنیا پرداخته است. این بررسی با مطالعه 100 معیار کمی و کیفی در 5 مقوله زیر، رتبه کشورها را به لحاظ آمادگی الکترونیکی محاسبه می‌کند. زیر ساخت‌های فناوری

فضای عمومی کسب و کار جامعه
میزان اتخاذ و بکارگیری کسب و کار الکترونیکی توسط مصرف کننده و تولیدکننده
شرایط فرهنگی و اجتماعی
میزان دسترسی به خدمات پشتیبانی کسب و کار الکترونیکی
در این رتبه بندی، امتیاز برای هر یک از کشورها بین صفر تا 10 در نظر گرفته می شود.

جدول 3- ارزیابی آمادگی الکترونیکی ایران طی سالهای 2001 تا 2006

عنوان	2001	2002	2003	2004	2005	2006
تعداد کشورهای مورد بررسی	60	60	60	64	65	68
رتبه ایران	50	53	52	57	59	65
امتیاز ایران	3/3	3/2	3/4	3/68	3/08	3/15
میانگین امتیاز کشورها	5/43	5/78	5/86	5/81	5/82	6/02

6-4-1- تعریف فرهنگ

فرهنگ از نظر تنوع مفهومی، وسعت معانی، سیر تاریخی و برداشت ادبی، دارای ابعاد گسترده ای است و امروزه در همه زمینه های علوم انسانی، هر پژوهش و نگرشی، نیازمند شناخت کلی و شیوه های تحول آن است. تمام علوم، به ویژه علوم انسانی، فرا راه پژوهش های خود به پرتوی از چراغ فرهنگ شناسی نیازمندند.

6-4-1- ویژگیهای عمومی فرهنگ

- با وجود گوناگونی و تفاوت فرهنگها، همه فرهنگها دارای ویژگیهای مشترکی هستند، این ویژگیها عبارتند از:
- فرهنگ آموختنی است؛
- فرهنگ قابل انتقال است؛
- فرهنگ ساختی اجتماعی دارد؛
- فرهنگ تأمین کننده نیازهای اساسی انسان است؛
- فرهنگ تحول پذیر است؛

6-4-2- شیوه های تغییر فرهنگ

با توجه به تعاریف فرهنگ، ممکن است تصور شود که فرهنگها برای حفظ خود در مقابل تغییر پایداری و مقاومت نشان می دهند، ولی واقعیت آن است که جذب و دفع فرهنگی ویژگی مستمر فرهنگهاست. به این اعتبار هیچگاه یک فرهنگ خالص و آلوده نشده به دستاوردهای دیگران وجود ندارد. بنابراین آنچه که مهم است «خودی» کردن مفاهیم و ابزارهای فرهنگی است، که یک یک شهروندان متعلق به هر کشوری در عین حالی که از محصولات دیگر کشورها استفاده می کنند ولی احساس تعلق داشتن به فرهنگهای دیگر را ندارد. لذا این مفهوم دقیقاً به شناختی که اعضاء جامعه از آن دارند بستگی دارد و این ویژگی سبب می شود که فرهنگها در پذیرش اجزای فرهنگهای دیگر از خود استعداد نشان دهند. هرچه سطح علمی مردمان یک جامعه بیشتر باشد، پذیرش یک فرهنگ نوین مبتنی بر آگاهی و خودی کردن آن بیشتر است.

6-4-3- عوامل توانمندساز فرهنگی (مردم) برای توسعه تجارت الکترونیکی

- تعیین عوامل توانمندساز برای پیاده سازی موفق تجارت الکترونیکی و تعیین معیارهایی برای سنجش آن در مراحل مختلف توسعه می باشد.
- آگاهی از تجارت الکترونیکی
 - اعتماد به تجارت الکترونیکی
 - استطاعت مالی برای تجارت الکترونیکی
 - قابلیت استفاده تجارت الکترونیکی
 - مهارت در تجارت الکترونیکی

6-4-1-4- میزان توانمندی (آمادگی فرهنگی) در ایران برای توسعه تجارت الکترونیکی

تنوع جمعیتی مردم ایران قابلیت استفاده از تجارت الکترونیکی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، در ایران چند روند توسعه جمعیتی وجود دارد که احتمالاً تجارت الکترونیکی را تحت تأثیر قرار می‌دهد:

اکثریت جمعیت ایران را نسل جوان تشکیل می‌دهند (ساختار سنی در زیر آمده است) و بیش از نیمی از جمعیت جوانان زیر 25 سال هستند. نسل جوان ایران مشابه هم سن‌ها و سال‌های خود در سایر نقاط جهان، در برابر تغییرات بازتعمیل می‌کنند و لذا تجارت الکترونیکی را بهتر از مسن‌ترها می‌پذیرند. این برای آینده تجارت الکترونیکی در ایران نکته مثبتی است، زیرا بیشتر افراد جوان در مورد آشنایی با اینترنت تمایل بیشتری نشان می‌دهند، ولی در حال حاضر به علت سن پایین ممکن است قدرت خرید زیادی نداشته باشند، اما حداقل می‌توانند سایر اعضای خانواده را برای استفاده و پذیرش تجارت الکترونیکی تحت تأثیر قرار دهند.

جدول 4- ساختار سنی

ساختار سنی	جمعیت (درصد)
صفر تا 14 ساله	36
15-64 ساله	60
بالای 65 سال	4

ماخذ: مطالعه امکانسنجی تجارت الکترونیکی در ایران، وزارت بازرگانی

ایران از نظر فرهنگی به لحاظ تعدد گروه‌های قومی، مذاهب و زبان‌ها، کشور متنوعی است و این تنوع چالشی را در برابر پذیرش موفقیت‌آمیز تجارت الکترونیکی ایجاد می‌کند. تنوع بدین معنی است که توسعه خدمات تجارت الکترونیکی برای این گروه‌های متنوع با چالش بیشتری روبرو خواهد بود.

جدول 5 - گروه‌های قومی: درصد

گروه‌های قومی	فارس	آذری	گیلکی و مازندرانی	کرد	عرب	لر	بلوچ	ترکمن	سایر
درصد	51	24	8	7	3	2	2	2	1

ماخذ: مطالعه امکانسنجی تجارت الکترونیکی در ایران، وزارت بازرگانی

جدول 6 - گروه‌های مذهبی: درصد

گروه‌های مذهبی	مسلمان شیعه	مسلمان سنی	اقلیتها (زرتشتی، یهودی، مسیحی و ...)
درصد	89	10	1

ماخذ: مطالعه امکانسنجی تجارت الکترونیکی در ایران، وزارت بازرگانی

جدول 7- زبانهای اصلی ایران: درصد

زبانها	فارسی	آذری	کردی	لری	بلوچی	عربی	ترکی	سایر
درصد	58	26	9	2	1	1	1	2

ماخذ: مطالعه امکانسنجی تجارت الکترونیکی در ایران، وزارت بازرگانی

ایران یک جامعه شهرنشین است. بیش از 60 درصد جمعیت در مناطق شهری زندگی می‌کنند، این امر می‌تواند اطلاع‌رسانی و پذیرش در مورد تجارت الکترونیکی و ارائه خدمات آن را آسان‌تر کند. سطح مهارت و رفتار خرید مصرف‌کنندگان در ایران هنوز برای تجارت الکترونیکی مساعد نیست، چرا که تجارت الکترونیکی نیاز به سطح خاصی از مهارت برای خرید و فروش از طریق اینترنت دارد. آنها همچنین باید تمایل به پیش پرداخت برای محصولات و خدمات داشته باشند. ولی شواهد نشان می‌دهد در حال حاضر در ایران این سطح مهارت پایین است:

- بیشتر ایرانیان ترجیح می‌دهند برای خرید از منزل خارج شوند تا اینکه محصولات و خدمات را از طریق اینترنت خریداری کنند. خرید بعنوان بخشی از فعالیت‌های اجتماعی و نوعی تفریح به حساب می‌آید.
- ایرانیان اطمینان خود را آن قدر گسترش نداده‌اند که از طریق اینترنت به خرید و فروش بپردازند. آنها در مورد خرید بصورت آنلاین تا حدی بدبین هستند زیرا نگرانند که انتظاراتشان از محصول یا خدمات مورد نظر برآورده نشود. آنها همچنین نگران هستند که کالا یا خدمات مورد نظر خود را به علت تقلب یا دزدی دریافت نکنند.
- در فقدان مکانیزم‌های پرداختی مانند کارت اعتباری، برای ایرانیان انجام معاملات از طریق تجارت الکترونیکی مشکل است. بعلاوه ایرانیان عادت ندارند قبل از دریافت کالا یا خدمات، پول پرداخت کنند.
- اینترنت بیشتر بعنوان ابزار برقراری ارتباط مورد استفاده قرار می‌گیرد تا برای تجارت الکترونیکی.
- علی‌رغم آگاهی گسترده در مورد کاربرد اینترنت به خصوص در میان نسل جوانتر، سطح آگاهی از تجارت الکترونیکی هنوز در مراحل کودکی قرار دارد. بیشتر ایرانیان اینترنت را به عنوان وسیله‌ای برای برقراری ارتباط به کار می‌برند. آنها ترجیح می‌دهند از پست الکترونیکی استفاده کرده یا اطلاعات خود را با یکدیگر مبادله کنند.

37 کشور در حال توسعه انجام شده است، از مجموع 51 کشور مورد بررسی 50 کشور اولویت اول عنصر راهبردی و کلیدی خویش را برای دستیابی به تجارت الکترونیکی، آگاه‌سازی، آموزش و تحصیل برشمردند و دیگر زیرساخت‌های لازم برای بکارگیری و ترویج تجارت الکترونیکی در کشورشان اعم از زیرساخت فنی، زیرساخت حقوقی و قانونی، سرمایه‌گذاری، پول الکترونیکی و را در اولویت‌های بعدی قرار داده‌اند.

در اقتصاد نوین، مهارت مهم‌ترین مزیت بالقوه‌ای است که یک کشور می‌تواند داشته باشد. به عنوان مثال در فرانسه، دولت بر دانش و مهارت افراد بعنوان زیربنای موفقیت تجارت الکترونیکی تاکید دارد و هند در آموزش متخصصین IT در رشته‌های مختلف ICT از طریق موسسات مختلف آموزشی و ایجاد دهکده‌های دانش بسیار موفق عمل کرده است. با توجه به درک همین نیاز بود که از سال 1381 با تصویب مصوبه طرح تکفا و سیاست‌نامه تجارت الکترونیکی در ایران، موجهی از اهمیت دادن به فناوری اطلاعات و ارتباطات آغاز و سپردن وظایف به دستگاه‌ها برای بکارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات وارد مرحله تازه‌ای شد. از جمله می‌توان به وظایف وزارت بازرگانی برای همکاری با سایر دستگاه‌های مرتبط برای توسعه و ترویج تجارت الکترونیکی در کشور اشاره نمود. برگزاری همایش‌های ملی و حمایت از همایش‌های مرتبط در سطح کشور، برگزاری نمایشگاه‌های تخصصی مرتبط با موضوع فناوری اطلاعات و ارتباطات، آگاه‌سازی عمومی با همکاری صدا و سیما، برگزاری دوره‌های کوتاه و بلند مدت و تهیه سیلابس درسی برای راه‌اندازی دوره‌های تحصیلات تکمیلی با همکاری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و

هرچند قانونگذاران و تصمیم‌سازان کشور تا حدودی نیازهای زیربنایی را مد نظر قرار داده‌اند، ولی این توجه کافی نبوده است چرا که اولاً شکاف دیجیتالی با کشورهای پیشرفته بسیار زیاد است و ثانیاً سرعت گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات در جهان بسار بالاست.

7- راهکارهای اجرایی

تمامی طرح‌ها و پروژه‌های انجام شده که هزینه‌های ارزی و ریالی سنگین و هزینه‌های فرصت بسیاری را نیز بدنبال داشته یا در اواسط کار به دلیل مشکلاتی از قبیل شرح خدمات ناقص پروژه، عدم توانایی شرکت‌های داخلی برای انجام آن به دلیل نداشتن توانایی و دانش لازم، عدم همکاری شرکت‌های خارجی به دلایلی مانند تحریم اقتصادی، عدم توانایی مدیریت پروژه، طولانی شدن پروژه‌ها تا بیش از 3 برابر زمانبندی اولیه و مستهلک شدن سخت‌افزارها و نرافزارهای بنیادین، قیمت بالای تکنولوژی‌های وارداتی به دلیل تحریم اقتصادی و خرید دست‌چندم از دلان، عدم توجه به بومی‌سازی پروژه و با شکست مواجه شده و یا اگر تا حدودی موفق بوده است به دلیل عدم توانایی برای عملیاتی کردن آن و یا به خاطر مقاومت مدیران ارشد به دلیل لزوم تغییر و مهندسی مجدد فرآیندها و حرکت بخشی از فعالیت‌ها از حالت سنتی به مکانیزه، در کتابخانه‌ها و یا میزهای مدیران بلا استفاده مانده و یا اگر اجرایی شده به دلیل جزیره‌ای عمل کردن، قابلیت یکپارچگی با پروژه‌های مکمل را نداشته است. بزرگترین علت این ناهماهنگی و این نابسامانی عدم وجود سازمان متولی امر تجارت الکترونیکی در کشور مانند "مرکز تجارت الکترونیکی ایران" به عنوان دستگاه اجرایی مستقل می‌باشد. سازمانی که فرا دستگاهی عمل کرده و موتور محرک شکل‌گیری تجارت الکترونیکی در کشور باشد. با احساس همین نیاز، طرح مرکز تجارت الکترونیکی ایران از سوی دکترین این علم سالهاست که پیشنهاد شده ولی در گردش بوروکراسی اداری هنوز به مرحله اجرایی نرسیده است.

مطابق مستندات مربوط به برش 86 برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی کشور، وظایف دستگاه‌های مختلف برای آماده‌سازی سرمایه انسانی مورد نیاز و ایجاد محیط مناسب برای R&D در سال 1386 به شرح ذیل تدوین شده است:

برای استفاده از تجهیزات فیزیکی و نرم‌افزاری مهیا شده به نیروی انسانی متخصص و آموزش دیده نیاز بوده و برای کاهش فاصله دیجیتالی کشور باید محیط لازم برای تحقیق و توسعه یا R&D نیز فراهم شود. در این بخش باید:

- متناسب ساختن رشته‌های تحصیلی دانشگاهی به سمت استفاده از ICT از طریق گسترش رشته‌های علوم کامپیوتر و تکنولوژی و کاربردی کردن رشته‌های مزبور به منظور استفاده از افراد فارغ‌التحصیل در محیط‌های کاربردی مثل تجارت الکترونیکی.

- برقراری دوره‌های آموزشی فنی و حرفه‌ای برای شاغلین در بخش اقتصاد و تجارت و تنوع بخشیدن به این دوره‌ها برای استفاده تمام شاغلین در رده‌های سنی مختلف و مشاغل و مسئولیت‌های متفاوت از این آموزش‌ها. یکی از موانع توسعه تجارت الکترونیکی سنتی بودن بافت اقتصاد و تجارت کشور و عدم اطلاع شاغلین این بخش‌ها از علوم و تکنولوژی‌های

روز بوده و مقاومتی است که آنها در برابر تحول از خود نشان می‌دهند. آموزش فنی - حرفه‌ای ضمن خدمت با تسهیلات متناسب راهی است که ضمن آشنا نمودن آنها با مزایای EC و شکستن مقاومت‌ها، محیط را برای استفاده از این ابزار دنیای مدرن آماده می‌نماید. البته در این زمینه مراکز آموزشی مختلف وجود داشته و فقط باید برنامه‌ریزی لازم را برای برقراری دوره‌های آموزشی مرتبط با توسعه EC انجام داد.

- اطلاع‌رسانی عمومی و آگاه نمودن مردم نسبت به موضوع EC و مزایای مترتب بر آن از طریق رسانه‌های جمعی نظیر رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها، مجلات و بروشورهای تبلیغاتی با تاکید بر نقش EC در افزایش رفاه عمومی، قدرت انتخاب مصرف‌کننده، افزایش کارایی و بهره‌وری، کاهش هزینه فرصت از دست رفته، ایجاد فضای رقابتی و افزایش اطلاعات و ...

- با توجه به جدید بودن علم IT و ICT حداقل برای ما، موجودی دانش کشور در این زمینه پایین بوده و این مساله قطعاً حتی در صورت وجود سایر شرایط، کشور را در آینده برای استفاده از این علم در اقتصاد و تجارت با مشکل مواجه خواهد ساخت. راه افزایش موجودی دانش، گسترش تحقیق و توسعه از طریق ایجاد فضای فرهنگی و اجتماعی مناسب و افزایش سهم بودجه‌های تحقیقاتی از GDP است. نسبت بودجه‌های تحقیقاتی به GDP در ایران در بهترین سالها حدود 0/45 درصد بوده و این در حالی است که متوسط جهانی این نسبت حدود 1/9 درصد است. لذا برای کاهش شکاف آموزشی و فرهنگی لازم است اقدامات ذیل با سرعتی قابل توجه صورت گیرد:

- راه اندازی محیط‌های آموزشی مناسب اینترنت و تجارت الکترونیکی در مدارس
- فراهم‌سازی محیط مناسب کسب دانش و مهارت‌ها در زمینه تجارت الکترونیکی در سازمان‌ها و شرکت‌ها
- اجرای دوره‌های آموزشی کوتاه مدت و میان مدت کاربردی و توسعه‌ای در خصوص محیط کاربردی تجارت الکترونیکی
- اجرای دوره‌های آموزشی در خصوص توسعه و کاربرد تجارت الکترونیکی در دانشگاه‌ها
- اجرای تحقیقات هدفمند در حوزه تجارت الکترونیکی

شایان ذکر است که مطابق اهداف کمی سند ملی توسعه بخش فناوری اطلاعات کشور (مرداد ماه 1385)، در حوزه تامین نیروی متخصص فناوری اطلاعات قرار است درصد متخصصان IT به کل جمعیت از 0/08 درصد در سال 1383 به 0/1 درصد در سال 1388 و شاغلان دولتی فناوری اطلاعات از 2/6 درصد در سال 1383 به 3/3 درصد در سال 1388 افزایش یابد.

همچنین طبق سند برش 86 برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی مقرر است:

- وزارت آموزش و پرورش مطالب مرتبط با تجارت الکترونیکی را در برنامه درسی مدارس قرار داده و دوره‌های آموزشی را برای معلمان مقاطع مختلف تحصیلی در زمینه مهارت‌های فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی برگزار نماید.
- وزارت علوم و تحقیقات ظرفیت رشته‌های مرتبط با تجارت الکترونیکی را به میزان 100 درصد افزایش داده و حداقل 5 دوره آموزش‌های الکترونیکی (بر خط) را با همکاری دانشگاه‌های معتبر خارجی تدوین و اجرا نماید.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور باید در زمینه آموزش نیروی انسانی و بخش مدیریتی دولت به نحوی اقدام نماید تا 80 درصد مدیران و کارشناسان وزارتخانه‌های بازرگانی، امور اقتصادی و دارایی و بانک مرکزی (گمرک و بیمه مرکزی ایران) به مباحث مدیریتی و راهبری تجارت الکترونیکی در حوزه تخصصی خود تسلط داشته باشند

منابع و ماخذ :

- توربان، افریم، تجارت الکترونیکی (مفاهیم و کاربردها)، عباس معمارنژاد، اول، همدان، نور علم، 1385.
- عباس معمارنژاد، حسین پاریاب، وضعیت تجارت الکترونیکی در ایران، کنفرانس تجارت الکترونیکی و جهانی شدن، 1386
- موحدی، مسعود، موانع فرهنگی استقرار تجارت الکترونیکی در ایران، تهران، 1382.
- وزارت بازرگانی، طرح مطالعه امکانسنجی تجارت الکترونیکی کشور، 1384.
- وزارت بازرگانی، گزارش ملی تجارت الکترونیکی کشور، 1383.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، طرح گسترش و کاربرد تجارت الکترونیکی در ایران، 1381.
- وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سند راهبردی توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، تهران، 1381.
- وزارت بازرگانی، رتبه‌بندی کشورها در زمینه بسترسازی تجارت الکترونیکی به نقل از واحد اطلاعات اکونومیست، تهران، 1385
- وزارت امور اقتصادی و دارایی، بررسی مقررات کسب و کار در ایران در مقایسه با سایر کشورهای جهان، به نقل از گزارش بانک جهانی سال 1386.