



بررسی کاربرد ها و آثار تجارت الکترونیک در توسعه صادرات محصولات ایرانی به روش موردکاوی یا Case-Study

هادی نیلی^۱، حمیدرضا بوالحسنی^۲

شرکت مدیریت تجارت بین الملل دانا

چکیده: در دنیای امروز، فناوری اطلاعات و ارتباطات ICT، و کاربردهای آن منجر به ایجاد تحولات چشمگیری در فرآیندهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شده است به طوری که برخی از روالهای مرسوم قبلی، به طور کامل منسوخ و جای خود را به شیوه‌های هزاره‌ی سومی یا به اصطلاح «مجازی» داده است. امر صادرات نیز مستثنی از این مقوله نیست؛ تجارت الکترونیک و راهکارهای مربوط به کسب و کار الکترونیک سبب تسهیل و تسریع مراحل صادرات شده است. برای درک بهتر این نتیجه، از روش موردکاوی یا Case-Study بهره می‌گیریم و به تحلیل موفقیت واحد صادرات شرکت «گرسکه» می‌پردازیم.

واژه‌های کلیدی: تجارت الکترونیک، صادرات، برون‌سپاری، پرداخت الکترونیک، واحد پشتیبانی

^۱ عضو هیأت مدیره. hadi.nili@danatradeco.com

^۲ کارشناس تحقیق و توسعه. hamid@danatradeco.com



۱. تجارت الکترونیک – تعاریف و انواع

توسعه چشمگیر ابزارهای ارتباطی و فناوری اطلاعات در دهه‌های اخیر، سبب دگرگون شدن بسیاری زمینه‌ها از جمله تجارت الکترونیک گردیده و به دنبال آن، فعالیت‌های متعددی از قبیل فعالیت‌های تجاری، اقتصادی، بانکداری، گمرکات و غیره، دستخوش تغییرات شده‌اند. تجارت الکترونیک از جایگاه مهمی در دنیای امروز برخوردار است، به همین علت از دیدگاه‌های مختلفی بررسی شده و تعاریف زیادی برای شفاف‌تر شدن مفهوم آن ارائه شده است:

- تجارت الکترونیک عبارت است از انجام فرآیند مبادله کالا، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه‌های رایانه‌ای از جمله اینترنت [Turban 2004]

- تجارت الکترونیک شامل تمام فعالیت‌های بنگاه‌ها و افراد برای انجام مبادلات است به طوری که تمام یا بخشی از این فعالیت‌ها از طریق شبکه‌های رایانه‌ای صورت می‌گیرد. [Friedman 2003]

- تجارت الکترونیک یا همان E-Commerce عملیات خرید و فروش کالا، خدمات و اطلاعات را از طریق شبکه‌های کامپیوتری توضیح می‌دهد و تفسیر می‌کند.

- کسب و کار الکترونیک به عنوان یک مفهوم جامع‌تر از تجارت الکترونیک تلقی می‌گردد و علاوه بر داد و ستد الکترونیکی کالا و خدمات – در بردارنده مفاهیمی چون خدمات به مشتری، همکاری با شرکای تجاری و هدایت معاملات تجاری می‌باشد.

تجارت‌های الکترونیک بر اساس نوع عملیات و فرآیندها، به مدل‌های زیر تفکیک می‌شوند:

- B2B: تمامی عملیات بین مؤسسات انجام می‌گیرد؛ بیشترین حجم تجارت الکترونیک شامل این بخش می‌شود.

- B2C: دربرگیرنده عملیات خرده فروشی به مشتریان خرد است.

- C2C: در این مدل، مصرف کننده اقدام به فروش کالا یا خدمات به دیگر مصرف کنندگان می‌کند.

- C2B: مبادلات تجاری، بین افراد و مؤسسات صورت می‌گیرد.

- G2C: عملیات خرید، فروش، ارائه خدمات، محصولات و اطلاعاتی است که بین دولت و شهروندان انجام می‌گیرد.

- E2E: شامل تعاملات و تراکنش‌هایی است که بین بانک‌ها انجام می‌گیرد.

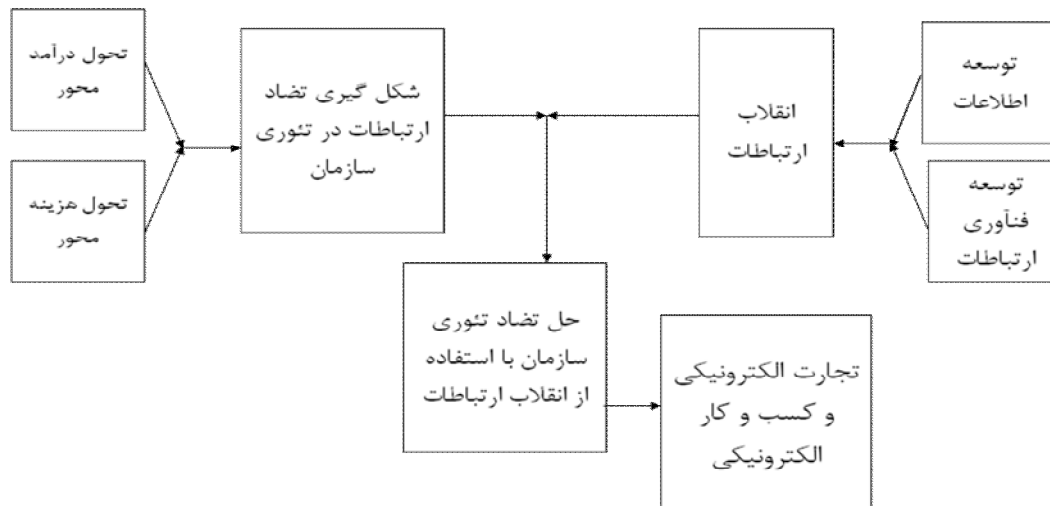
- C-Commerce: یکی از مدل‌های نوین تجارت الکترونیک که بین شرکای تجاری و کارمندان یک مؤسسه انجام می‌گیرد.

- M-Commerce: نوعی از تجارت الکترونیک که در محیط بی-سیم صورت می‌پذیرد.

- Organizational Commerce: شامل تمام فعالیت‌های داخل سازمان می‌شود که معمولاً از طریق اینترنت داخل سازمان انجام می‌گیرد و در آن، اطلاعات، کالا و خدمات بین واحدهای مختلف سازمان مبادله می‌شود.



1-1. فلسفه‌ی تجارت الکترونیک

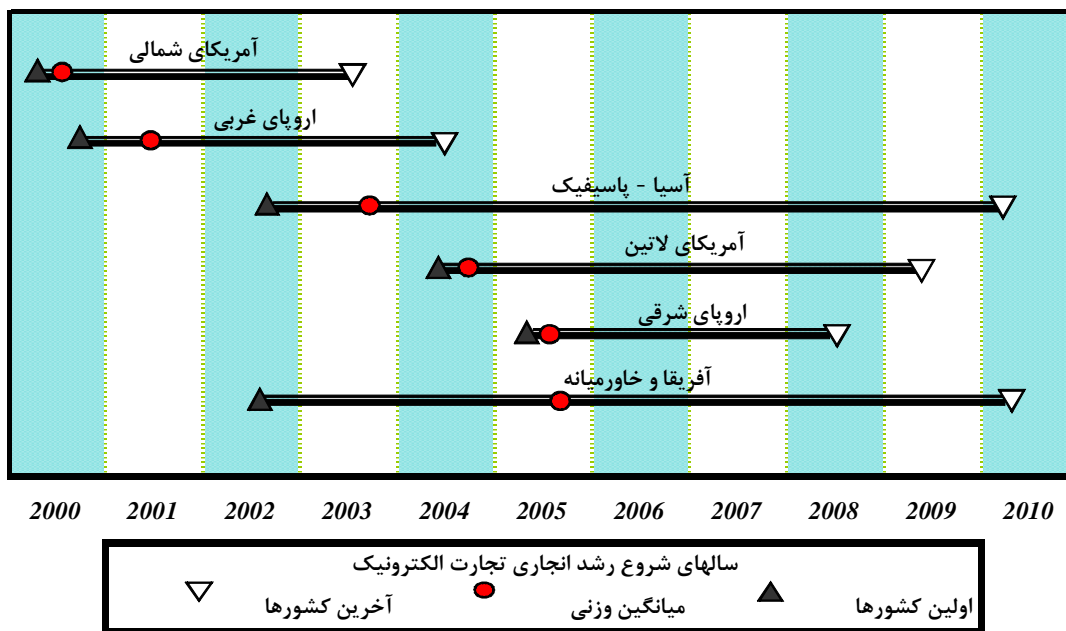


2. نگاهی به آمار و ارقام

1-2. حجم تجارت B2B و B2C در سال 2007 (بیلیون دلار) - بر اساس منطقه (منبع: IDC)

B2B/B2C	درصد %	B2C	درصد %	B2B	
34	37,5	211	58,1	7.127	آمریکای شمالی
13	33	185	20	2.460	آسیا - اقیانوسیه
17	24,6	138	18,9	2.320	اروپای غربی
13	2,9	16	1,8	216	آمریکای لاتین
13	1,1	6	0,7	84	اروپای شرقی
13	0,9	5	0,6	69	آفریقا و خاورمیانه
22	100	562	100	12.275	مجموع

2-2. زمان گسترش تجارت الکترونیک در مناطق مختلف جهان



2-3. روشهای پرداخت الکترونیک در سالهای 2000، 2005 و پیشبینی 2010

روشهای پرداخت	2000 (درصد%)	2005 (درصد%)	2010 (درصد%)
الکترونیک	4,2	11,1	15,4
کارت های اعتباری	24,6	26,9	32,1
کارت های دبیت	6,0	10,8	14,2
وجه نقد	19,5	18,5	16,7
چک بانکی	45,7	32,8	21,6

3. راهکارهای تجارت الکترونیک برای تسهیل و تسریع فرآیندهای صادرات

3-1. برون سپاری امور صادرات: برون سپاری، عبارت است از انتقال بعضی از فعالیتهای داخلی و فرآیندهای داخلی یک سازمان و واگذاری حق تصمیم گیری به عرضه کننده بیرون از سازمان بر اساس قرارداد. در برون سپاری نه تنها فعالیتهای منتقل می-شوند، بلکه عوامل تولید و حق تصمیم گیری نیز در اغلب موارد واگذار می گردد.



در گذشته، برون سپاری یا Outsourcing زمانی مورد استفاده قرار می‌گرفت که سازمان‌ها نمی‌توانستند خوب عمل کنند، در رقابت ضعیف بودند، کاهش ظرفیت داشتند، با مشکل مالی روبرو بودند و یا از نظر فن‌آوری عقب و شکست خورده بودند. اما امروزه، سازمان‌هایی که کاملاً موفق هستند از این ابزار برای تجدید ساختار سازمان‌هایشان استفاده می‌کنند و مدیران این سازمان‌ها به عنوان یک موضوع حیاتی، این موضوع را درک کرده‌اند که ایجاد قابلیت‌های کلیدی برای برآورده نمودن نیازهای مشتری ضروری است و باید در این راه تلاش نمایند.

3 مدل مرسوم برای برون سپاری خدمات و فرآیندها وجود دارد که عبارتند از: برون سپاری خدمات فناوری اطلاعات (ITO³) - برون سپاری فرآیندهای کسب و کاری (BPO⁴) و برون سپاری محصولات دانایی و فکرافزار (KPO⁵)
برون سپاری فرآیندهای صادرات، جزء دسته دوم یعنی BPO قرار می‌گیرد؛ به این ترتیب که شرکت و یا کارخانه‌ی تولید کننده‌ی محصول، تمام امور مربوط به صادرات را به یک شرکت داخلی، همسایه و یا خارجی که از نیروی متخصص با هزینه‌ی پایین برخوردارند، واگذار می‌کند. این کار سبب کاهش چشمگیر هزینه‌ها، افزایش بازدهی، ارتقاء کیفیت عملیات (فرآیندها)، تمرکز بیشتر بر فعالیت‌های اصلی تولید و نهایتاً به حداقل رساندن مخاطرات می‌گردد.
عمر چندان زیادی از مطرح شدن و توسعه‌ی این مدل برون سپاری نمی‌گذرد، اما با این حال در کشورهایی همچون هند، چین، مکزیک، ایرلند، کانادا، مالزی، فیلیپین، روسیه و سنگاپور با اقبال بی‌نظیری مواجه شده است، تاحدی که پیش بینی IDC از سهم برون سپاری فرآیندهای کسب و کاری در سال 2008، مبلغ 310 میلیارد دلار است.

4. تحلیل تجربه‌ی موفق شرکت گز سکه

4-1. **تاریخچه و معرفی شرکت:** شرکت گز سکه یک مؤسسه تولیدی است که در سال 1346 هجری شمسی تأسیس شد. این شرکت با استقرار سیستم‌های ISO9001:2000 در مدیریت کیفیت و بهداشت و ایمنی غذایی HACCP در تولید گز، اولین گام‌ها برای ورود به عرصه‌های تجارت جهانی را برداشته است. دریافت نشان استاندارد ملی ایران برای گزهای پسته‌ای و بادامی، کسب مقام واحد نمونه‌ی سال 1384 اداره استاندارد ملی ایران، واحد نمونه معاونت نظارت بر غذا و دارو در سال 1385 و 1386 و حضور در بازارهای جهانی و معرفی محصول سنتی اصفهان در سطح شیرینی و شکلات‌های معروف جهان، موفقیت‌های اخیر این شرکت است که به یمن ارتباط تنگاتنگ با مؤسسات علمی و دانشگاهی و مشاوره‌های کارشناسان و تلاش پرسنل حاصل گردیده است.

4-2. **فرایند تسهیل صادرات با استفاده از تجارت الکترونیک:** استفاده از اینترنت برای فروش مستقیم به مصرف کنندگان از ضروریات فروش محصولاتی است که در آن حفظ طراوت و تازگی از اهمیت بسزایی برخوردار است. شرکت بجای استفاده از مواد شیمیایی نگهداری کننده، روشهای کوتاه کردن زمان تولید تا مصرف را بررسی نموده و با بکارگیری دو سیستم خرید تلفنی از طریق تلفن گویا برای ثبت و دریافت سفارشات و خرید اینترنتی از طریق همکاری با اداره پست جمهوری اسلامی ایران، پیش‌تاز این روش فروش بوده است. سایت شرکت از سال 1375 در زمینه فروش آن لاین داخلی و خارجی فعال است، شرکت گز سکه‌ی اصفهان با سابقه 10 ساله فعالیت در زمینه توسعه کسب و کار بر اساس مدل‌های تجارت الکترونیک و از پیش‌تازان خرده فروشی با استفاده از مدل B2C چه در بعد داخلی و محلی (ایران) و چه در بعد فروش به مصرف کنندگان خارجی راه بسیار طولانی و گران قیمتی را در بکارگیری این ابزار نوین در کسب و کار پیموده است، هر چند ناکافی بودن زیر ساخت‌های لازم

³ Information Technology Outsourcing

⁴ Business Process Outsourcing

⁵ Knowledge Process Outsourcing



برای کامل شدن یک فرآیند کامل خرده فروشی الکترونیک (B2C) و یا متزلزل بدون راهکارهای سال‌های گذشته مانند راه اندازی خرید آن‌لاین با استفاده از دروازهٔ پردازش بانک ملی و بعد متوقف شدن آن به دلایل امنیتی و یا راه پرفراز و نشیب سیستم‌های پرداخت شبکه شتاب و پست جمهوری اسلامی ایران (که تاکنون تکامل نسبی یافته است) مانع از توسعه‌ی پایدار این مأموریت در شرکت گز سکه شده است، لیکن این شرکت همواره استفاده از ابزار تجارت الکترونیک را از جزء لاینفک چشم اندازها و استراتژی‌های خود دیده است و علی‌رغم ناکاستی‌ها در داخل و نیز عدم احقاق حقوق بین‌الملل فروشگاهی ایرانی در فروش B2C همواره به دنبال به کارگیری و توسعه این ابزارها بوده است. چنانکه خود با استفاده از روش‌های غیر مستقیم، همچنان فروش B2C خارجی خود را حفظ کرده است و محصولات خود را به صورت خرده فروشی به خارج از ایران صادر می‌کند.

3-4. نقش تجارت الکترونیک در پیشبرد فرآیندهای صادرات: با توجه به سیاست‌گذاری‌های آتی در سند توسعه تجارت الکترونیک ایران مبنی بر توسعه مدل B2B و برنامه‌های توسعه شرکت گز سکه در جهت افزایش ظرفیت‌های تولیدی و توسعه بازارهای صادراتی، این شرکت با ایمان به اینکه گز به عنوان یک شیرینی مخصوص ایرانی باید جایگاه والاتری در بازارهای جهانی پیدا کند و با اعتقاد به انجام یک کار تخصصی توسط یک تیم متخصص تجاری، با برون سپاری واحد صادرات خود به یک شرکت حقوقی ثالث که دارای تخصص لازم در زمینه‌ی صادرات و توسعه‌ی صادرات از طریق تجارت الکترونیک محصولات ایرانی بوده، رویکرد جدید خود را در جهت توسعهٔ مدل B2B تجارت الکترونیک و توسعه صادرات در سال 85 پایه‌گذاری نمود. این واحد با استفاده از روشهای نوین بازاریابی الکترونیک و استفاده از بازارهای الکترونیک اقدام به معرفی و تقویت نام شرکت گز سکه و معرفی محصولات خود نموده است، چنانکه دستیابی و معرفی این محصول به بازارهای ناشناخته با این روش ممکن شده است، استفاده از روش پشتیبانی بر خط و استفاده از اپراتورهای بخش فروش که به صورت آن‌لاین آماده مذاکره به صورت چند رسانه ای با سایر تجار در بازارهای الکترونیکی هستند از جمله این ابتکارات است.



5. نتیجه

با وجود اینکه فقط سه دهه از ظهور تجارت و کسب و کار الکترونیک می‌گذرد، اما این راهکارها به شدت در حال توسعه هستند و با استقبال گسترده‌ای مواجه شده‌اند. آمار و ارقام گویای این مطلب است که B2B با سهمی نزدیک به 13 بیلیون دلار از کل حجم تجارت الکترونیک تا سال 2006 رایج‌ترین و محبوب‌ترین مدل تجارت الکترونیک است. با نگاهی دوباره به آمار، می‌توان نقش کلیدی این مدل تجارت در پیشبرد (تسهیل و تسریع) فرآیندهای صادراتی را درک کرد. در ادامه‌ی مقاله با تحلیل و بررسی موردی یکی از شرکت‌های تولیدی ایران، به این نتیجه رسیدیم که برون‌سپاری فرآیندهای صادراتی به یک شرکت متخصص، سبب کاهش چشمگیر هزینه‌ها، افزایش بازدهی، ارتقاء کیفیت عملیات (فرآیندها)، تمرکز بیشتر بر فعالیت‌های اصلی تولید و نهایتاً به حداقل رساندن مخاطرات می‌گردد.

6. فهرست مراجع و مآخذ

- 1-6. کنفرانس «تجارت و توسعه» سازمان ملل متحد - UNCTAD
- 2-6. هشتمین نشست جهانی مدیریت کسب و کار الکترونیک - کشور کانادا سال 2007
- 3-6. پایگاه اینترنتی IDC - آمار و ارقام مربوط به پیش بینی توسعه تجارت جهانی
- 4-6. نتایج و تحلیل‌های شرکت تحقیقاتی Forrester <http://www.forrester.com/rb/research>
- 5-6. مجموعه ارائه‌های دومین و سومین کنفرانس تجارت الکترونیک ایران