

تجارت الکترونیک از آغاز تا امروز

سعید احمدی بهنام

کارشناس ارشد

مهندسی سیستم های نرم افزاری

saeedbehnam@hotpop.com

<http://www.behnam.biz>

تجارت الکترونیک و به تبع آن ، مدل های تجارت الکترونیک اولین بار در اوایل دهه ۷۰ (میلادی) ارایه شدند. در این دوره استفاده از مدل های تجارت الکترونیک بسیار گران بود و عموم کاربران آن را ، شرکتهای بزرگ مالی و بانکها و گاهی شرکتهای بزرگ صنعتی تشکیل می دادند.

EFT (Electronic Fund Transfer) از اولین نمونه های مدل های تجارت الکترونیک مورد استفاده بود که به منظور ارتباط مالی بین موسسات مالی مورد استفاده قرار می گرفت. کاربرد تجارت الکترونیک در این دوره دشوار بود.

به علاوه نیاز به سرمایه گذاریهای سنگین برای تهیه بستر مورد نیاز آن لازم بود. لذا محدوده کاربرد آن به موسسات مالی و شرکتهای بزرگ محدود می شد.

در مرحله بعد استاندارد EDI (Electronic Data Interchange) ایجاد شد که تعمیمی از مدل نقل و انتقالات مالی و بانکی با استفاده از ابزارهای نوپای اطلاعاتی ، بود. با این تفاوت که EDI ، امکان استفاده و بهره برداری در سایر انواع مبادلات تجاری را نیز دارا بود.

EDI باعث شد تا دامنه کاربرد مدل های تجارت الکترونیک ، از محدوده موسسات بزرگ مالی به ابعاد وسیعتری گسترش یابد. در این دوره EC با IOS ها (Inter Organization System) پیوند خورد و مدلهایی کاربردی و گسترده ایجاد نمود. مدل های تجارت الکترونیک در این دوره برای فعالیتهایی نظیر رزرو بلیط هواپیما و معاملات سهام مورد استفاده قرار گرفتند.

با این وجود پیاده سازی مدل های تجارت الکترونیک بر اساس EDI نیز سنگین و هزینه بر بود. نیاز به سرمایه گذاری بسیار، برای آموزش پرسنل و تهیه بستری لازم وجود داشت. لذا تنها شرکتهای بزرگ بودند که می توانستند به ایجاد مدلهایی بر اساس آن بپردازند.

در نیمه اول دهه ۹۰ ، اینترنت گسترش بسیاری پیدا کرد و به تدریج از حیطه دانشگاهی و نظامی خارج شد و کاربران بسیار زیادی در بین همه افراد جامعه ها پیدا کرد. گسترش World Wide Web و استانداردها و پروتکل های مربوطه از یک طرف باعث جذب هر چه بیشتر کاربران به اینترنت شد و استفاده از ابزارهای IT در این زمینه را عمومی نمود و از طرف دیگر این امکان را برای شرکتهای و موسسات ایجاد کرد که به گونه ای آسان و کم هزینه ، به انجام فرآیند اطلاع رسانی بپردازند.

مدل های تجارت الکترونیکی متنوعی در این دوره ایجاد شده و مورد استفاده قرار گرفتند. تجارت الکترونیک به تدریج رونق گرفت و مدل های تجارت الکترونیک به عنوان دسته ای از مدل های دنیای تجارت ، مطرح شدند.

ایجاد بستری مناسب و ارزان برای تجارت الکترونیک و رشد کاربران این بسترها از دلایل رشد سریع تجارت الکترونیک در این دوره بود. رشد فشارهای رقابتی بین شرکتهای نیز از دیگر دلایل توجه شرکتهای به مدل های تجارت الکترونیک بود.

مدل های مطرح شده در این زمان ، مدل های تجارت الکترونیکی ساده و اولیه بودند. به عبارت دیگر استفاده از تجارت الکترونیک در ساده ترین سطح آن انجام می شد. مشکلات فنی و نقایص موجود به علاوه ناآشنایی کاربران و شرکتهای که مانع سرمایه گذاری آنها

می شد، باعث گردید تا در این دوره تنها مدل‌های اولیه تجارت الکترونیک مورد استفاده قرار گیرند. این مدل‌ها معمولاً فقط به اطلاع رسانی به مشتریان خود در مورد شرکت و محصولات آن محدود می شدند.

به تدریج و با گذر زمان، شناخت کاربران و شرکتها از مزایای مدل‌های تجارت الکترونیک افزایش یافت. از طرف دیگر مسایل فنی و تکنولوژی مورد استفاده نیز به مرور ارتقاء پیدا کردند. در نتیجه این مسایل، به تدریج مدل‌های تجارت الکترونیکی تکامل یافته و مدل‌های جدید و پیچیده تری، ایجاد شده و مورد استفاده قرار گرفتند.

در نیمه دوم دهه ۹۰ (میلادی) کاربران و شرکتها به صورت روزافزونی با نوآوری‌ها و ارتقاء تکنولوژی اطلاعاتی به عنوان بستر مدل‌های تجارت الکترونیک روبرو شدند. در این دوره یکی از مهمترین تحولات در اینترنت، به عنوان یکی از بسترهای تجارت الکترونیک، رخ داد. این تحول افزوده شدن قابلیت پردازش به مسایل اطلاعاتی بود. وجود قابلیت پردازش امکانات زیادی را برای تجارت الکترونیک ایجاد نمود و باعث گسترش مدل‌های تجارت الکترونیک و افزایش کارایی این مدل‌ها گردید. در این دوره مدل‌های تجارت الکترونیک و حجم مبادلات انجام شده توسط این مدل‌ها به صورت نمایی رشد پیدا کرد.

عموم شرکت‌های بزرگ و موفق که موفقیت خود را مدیون مدل‌های تجارت الکترونیکی بوده اند، در نیمه دوم دهه ۹۰ پا به عرصه وجود نهاده اند.

تا اواخر دهه نود میلادی عموم مدل‌های تجارت الکترونیکی با تاکید بر مصرف کننده نهایی شکل گرفته بودند و در دسته B2C (Business to Consumer) قرار می گرفتند. ولی به تدریج و با محیا شدن فرصتها و امکان استفاده جدی، شرکت‌های بزرگ نیز استفاده از مدل‌های تجارت الکترونیک را مناسب و سودآور یافتند. لذا به سرمایه گذاری در مدل‌هایی پرداختند که به استفاده از این بستر در ارتباط بین شرکتها یاری می رسانند و در دسته B2B (Business to Business) قرار می گیرند. از این دوره به بعد مدل‌های B2B به لحاظ حجم مبادلات بر مدل‌های B2C پیشی گرفتند.