

## نقش شرکتهای کوچک و متوسط در صادرات ایران (SME)<sup>۱</sup>

تورج صادقی<sup>۲</sup>  
دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

سپیده نقیبی<sup>۳</sup>  
دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور

**کلمات کلیدی:** تجارت الکترونیکی، تجارت اینترنتی، تجارت از طریق وب، شرکتهای کوچک و متوسط، ایلاوارا، مبادله داده الکترونیکی (EDI)

### چکیده:

نقش اینترنت بر اساس تجارت الکترونیکی در یک تجارت متغیر به عنوان هسته تمرکز این گزارش است. تجارت اینترنتی منفعت رقابتی را می تواند برای مقبولیت سریع فراهم کند. هر چند زمان برای چنین سودهایی دارد از بین می رود و فرایند سریع دوباره به تجارت احساس نیاز میشود.

### مقدمه:

در عصر حاضر اینترنت نقش مهمی در زندگی بشر ایفا میکند بطوریکه بیشتر عملیاتها امروزه به صورت دستی کاهش یافته و نقش نیروی انسانی کم رنگ تر شده است. اینترنت در تجارت نیز مشاهده می شود و اکثر افراد عملیات های بازرگانی و تجاری خود را به صورت الکترونیکی و اینترنتی انجام می دهند که سهولت، دقت و سرعت را به دنبال دارد. بسیاری از شرکتهای، دولتها، بازرگانان از این تکنولوژی استفاده می کنند که از این دسته شرکتهای کوچک و متوسط نیز در استفاده از این مزیت دور نمانده اند.

## 1-Small & Medium Enterprise

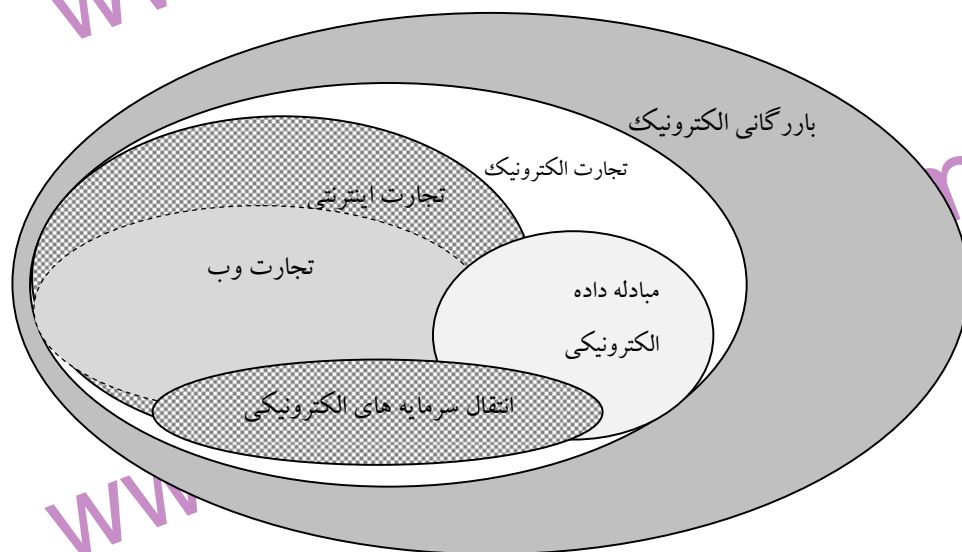
۲- استاد و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیشابور، دکترای بازاریابی

۳- دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی

## 4-Electronic data interchange

تکنولوژی - تجارت الکترونیکی

تجارت بر مبنای اینترنت مسئله‌ی جدیدی نیست، هر چند که عملکرد اینترنت برای فرایند تجارت الکترونیک دارای دامنه‌ی گسترده و تاثیرگذاری سریع است. یک نمونه تجارت جدید بر اساس منفعت سازنده سیستمهای بازاریابی همانند واسطه‌ی انتقال مالکیت وجود دارد. این نمونه در مقایسه با روشهای رایجی که در سیستمهای بسته استفاده می‌شود، است، از قبیل شبکه‌های خصوصی و شبکه‌های ارزش افزوده.



شکل ۱: آیا تجارت اینترنتی است؟ (منبع KCOWN ، تکنولوژی های منظومه ای)

همانطور که شکل ۱ دیده می شود، در تجارت اینترنتی فقط از طریق وب به نظر دیده نمی شود بلکه جنبه های دیگر شکل از قبیل انتقال وجوه الکترونیکی نیز مد نظر است.

عامل اصلی تجارت اینترنتی، تجارت از طریق وب، بوسیله اشتراکات شکل گرفته است که مرورگر گرافیکی از قبیل net scap Microsoft explorer, میتواند برای بهبود نشان دادن اطلاعات به کاربرد مورد استفاده قرار گیرد.

فواید تجارت اینترنتی :

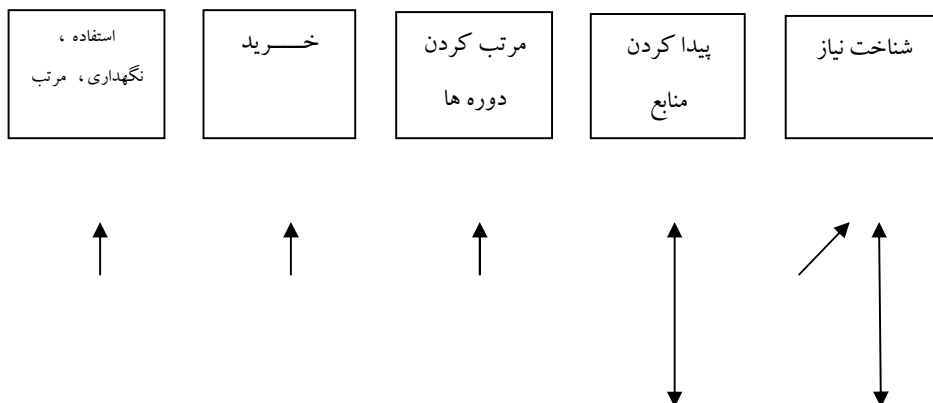
اینترنت دستیابی شرکت های کوچک و متوسط را به فرآیند بازرگانی فراهم کرده است همانند مبادله داده الکترونیکی که قبلا سازمانهای بزرگ امکان دسترسی به آن را برای هزینه شبکه های ارزش افزوده داشتند. فواید مبادله داده الکترونیکی شامل کاهش هزینه پردازش اسناد، هزینه ورودی ثبت مجدد، افزایش صحت و درستی و دیگر اثراتی که بوسیله کوتاهترین مدت زمان فرآیند تجارت امکان پذیر می باشد.

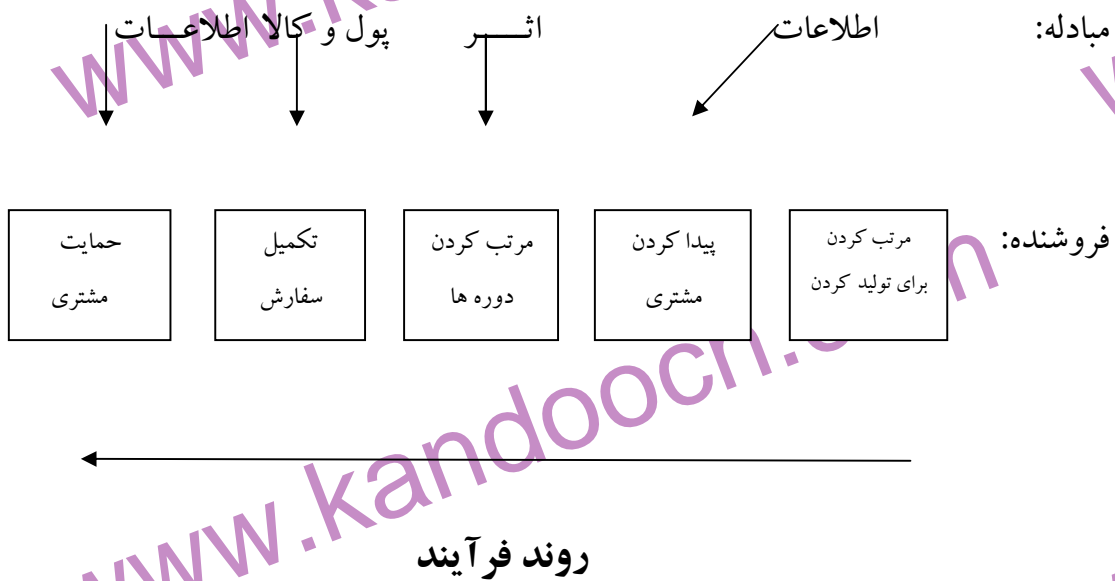
علاوه بر این اینترنت کاربرد تجارت الکترونیکی را برای افزایش تجارت بازرگانی برای فعالیت مصرف کننده، گسترش می دهد.

تجارت اینترنتی یک وجه مشترک دوستانه را برای کاربرد از طریق فاز بزرگ جهانی WWW برای مصرف کننده گانی که شامل دیگر تجارتهای مصرف کننده گان خصوصی هستند، بوجود می آورد.

### مدل تجارت الکترونیک

(دیدگاه کامل)





شکل ۴: مدل تجارت الکترونیک (منبع: بلاچ)

مدل تجارت الکترونیک بلاچ در شکل ۴ نشان می دهد، در یک نمودار خطی، مرحله های فرآیند ارتباطی می تواند از طریق تجارت الکترونیک با یکدیگر هماهنگ شوند. تجارت اینترنتی که بدست آمده مورد توجه قرار می گیرد همانند زیر مجموعه تجارت الکترونیک و نشان دهنده اینست که فرآیندهای تجارت الکترونیک و تجارت اینترنتی مشترک هستند.

این استنباط در مورد شکل ۴ نیز شکل می گیرد که تجارت اینترنتی می تواند ذخیره اطلاعات و بازیافت اطلاعات را نیز تقریباً هم برای فروشندگان و هم برای خریداران تجارت اینترنتی و الکترونیک فراهم می کند.

اینترنت دسترسی آسان را به فرآیند تجارت اینترنتی برای شرکت های کوچک و متوسط فراهم کرده است، با این وجود نیازی به عضو شدن در تجارت اینترنتی نیست.

موانع واقعی برای تجارت اینترنتی:

بدگمانی تکنولوژی اطلاعات و ترس از تکنولوژی مانع مقبولیت تجارت اینترنتی توسط بخش شرکت کوچک و متوسط می شود. این ادامه ی فقدان دانش و مهارت ۲۷ درصدی شرکتهای کوچک است که اعتقاد دارند تجارت اینترنتی می تواند برای تجارت آنها پیچیدگی هایی ایجاد کند چون و سوا تمن دریافتند که سودهای دریافتنی و تصمیمات سریع مدیریتی واقعیت های لازم برای موفقیت تجارت اینترنتی در بخش شرکت کوچک و متوسط هستند. هر چند که از تجربیات بخش شرکت کوچک و متوسط فهمیده می شود که بی میلی مدیریت به مقاومت برای تغییر و نارضایتی برای تقسیم زمان بخاطر جستجو در تجارت اینترنتی است.

بهرندرف و کرافورد به آن بخش شرکت کوچک و متوسط اعتقاد ندارند که تجارت اینترنتی یک فرصت تجاری ارزشمند را فراهم می کند. هزینه ای که بازدهی آن قابل مشاهده نیست به هدف اصلی بیشتر تجارت های کوچک کمک نمی کند در حالیکه بر طبق متن بانکر و مک گری گور گفته اند که "حیات در مدت کوتاه است"

وضعیت هزینه فراهم آوردن خدمات اینترنتی و ارتباطات از راه مانعی برای بخش شرکت کوچک و متوسط است.

موانع قابل مشاهده برای تجارت اینترنتی :

امنیت اغلب مسئله ای در میان تلم بخش های اجتماعی در زمره مباحث تجارت الکترونیکی بیان می شود. امنیت مسئله ای احساس نیست که بخواهد در بخش شرکت کوچک و متوسط با یافته بر گه های زرد رنگ شاخص تجارت سروکار داشته باشد که فقط ۵ درصد از پاسخ دهندگان احساس امنیت را یک مانعی برای اجرایی کردن آن می دانند.

موانع بالقوه برای تجارت اینترنتی :

مباحث رایج در خصوص تجارت اینترنتی تهدید بالقوه ای برای مقبولیت توسط بخش شرکت

کوچک و متوسط به شمار می آید. برای مثال، اگر مالیات بندی راه حل جدیدی برای یک

کشور، منطقه یا بخش تجاری باشد پس تجارت اینترنتی نمی خواهد موضوع جذابی برای شرکتهای

کوچک و متوسط باشد. همچنین در مناطق بین المللی نیازهای مورد توافقی برای ادامه ی رشد و رونق

تجارت اینترنتی وجود دارد.