

بررسی چالش‌های فرهنگی بومی‌سازی تجارت الکترونیک در ایران

محسن غفاری

کارشناسی ارشد مهندسی فناوری اطلاعات-تجارت الکترونیک - دانشگاه نور طویی

چکیده

استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی باعث پیشرفت اقتصاد کشورها و رونق کسب‌وکارها گردیده است. این امر باعث تغییر در الگوی رقابت، تغییر در نیازهای بازار، تغییر در سهم بازار کسب‌وکارها، تغییر در بازار هدف و دامنه آن، تغییر در موجودیت سازمان‌ها، تغییر در قوانین و مقررات و تغییر در شیوه برنامه‌ریزی کاری و ... شده است. ولی استقرار و توسعه تجارت الکترونیکی با موانعی روبروست که یکی از مهم‌ترین موانع آن وجود مشکلات فرهنگی، فنی و زیر ساختارهاست. از این رو یکی از مهم‌ترین مسائلی که در صنایع و تکنولوژی‌های وارداتی مطرح می‌شود، بررسی لزوم بومی‌سازی در آن صنعت می‌باشد. در این میان تجارت الکترونیک نیز مستثنی نبوده و با توجه به جهانی شدن استفاده از تجارت الکترونیک، وارداتی بودن این تکنولوژی و تفاوت ساختاری بسیار مابین کشور مهد تکنولوژی و سایر کشورهای استفاده‌کننده، کپی مو به مو کلیه دستورالعمل‌ها نمی‌تواند نتایج مطلوبی در پی داشته باشد. با الگوبرداری از کشورهای موفق در توسعه تجارت الکترونیک درمیابیم که تطابق روش‌ها و بومی‌سازی آن‌ها جهت گسترش و موفقیت تجارت الکترونیک امری اجتناب‌ناپذیر است؛ اما بومی‌سازی تجارت الکترونیک به چه معناست و چه محدوده و وسعتی را شامل می‌شود؟ در این مقاله ابتدا موانع و مشکلات توسعه تجارت الکترونیک و کاربردهای مختلف این تکنولوژی بررسی و تحلیل می‌شود. سپس با مطالعه و الگوبرداری از کشورهای پیشرو، اقدامات انجام‌شده در این کشورها جهت غلبه بر مشکلات توسعه تجارت الکترونیک مطالعه خواهد شد و در نتیجه قبل از تدوین استراتژی تجارت الکترونیک، مطالعه‌ای دقیق و عمیق‌تر راجع به بومی‌سازی آن طبق عادات، فرهنگ، قوانین، اعتقادات، نیازها و امکانات موجود در کشور انجام می‌دهیم. در این مقاله مطالعه‌ای جامع در این زمینه صورت گرفته و راه‌های پیموده شده توسط کشورهای موفق مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت و همچنین گام‌های پیموده شده در کشور در این راستا بیان می‌گردد. سپس به نتایج حاصل از مطالعه میدانی از طریق تکمیل پرسشنامه‌ی تهیه‌شده که توسط بیش از یکصد نفر از کاربران اینترنت که دارای تجربه تجارت الکترونیک می‌باشند، تکمیل گردیده و نظریات و تجربیات ایشان جمع‌بندی گردیده است، اشاره می‌شود و نتایج مربوطه توسط نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده و با توجه به مطالب مطالعه شده، و نهایتاً اولویت‌های بومی‌سازی تجارت الکترونیک در ایران ارائه می‌گردد.

واژه‌های کلیدی: بومی‌سازی^۱، توسعه^۲، تجارت الکترونیک^۳، جهانی‌سازی^۴، موانع^۵، دولت الکترونیک^۶

^۱ Localization

^۲ Adoption

^۳ E-Commerce

^۴ Globalization

^۵ Barrier

^۶ E-Government

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۵، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸، صفحات ۱۱۵-۱۲۵