کاربرد تجارت الکترونیکی برای تأمین نیازهای مردم در شرایط اضطراری



محمدجواد هادی‌دهکردی
پژوهشگر موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

اینترنت به عنوان بزرگ‌ترین عامل تحول کسب‌وکارها در عصر کنونی، با حذف دو قید زمان و مکان، قابلیت‌های جدیدی را به ارمغان آورده و پیش‌فرض سنتی مراجعه فیزیکی به محل فروشگاه در زمان باز بودن و حضور فروشنده و محدودیت‌های طبیعی ناشی از آن مثل موقعیت مناسب برای دسترسی شهروندان و فضای فیزیکی کافی برای توقف خودرو و مراجعه مردم، قرارگیری و نمایش تعداد زیادی کالا با تفکیک و چیدمان مناسب، مدیریت بررسی، فروش و جایگزینی کالاها و حضور فروشندگان با اطلاعات مناسب در زمان باز بودن فروشگاه برای ارائه توضیحات مورد نیاز به خریداران و تکمیل فرایند فروش و تحویل کالا و خدمات را از بین برده است.

این ویژگی فوق‌العاده فروشگاه‌های اینترنتی، موجب تداوم عرضه کالاها و خدمات به مردم در شرایط اضطراری از جمله شیوع بیماری‌های واگیردار (مثل ویروس کرونا)، حوادث و بلایای طبیعی (مثل سیل و زلزله) و جنگ است. در این شرایط اولاً برخی از زیرساخت‌های فیزیکی مثل ساختمان‌ها، فروشگاه‌ها، جاده‌ها، پایانه‌ها و ... دچار آسیب یا توقف فعالیت شده و امکان استفاده نداشته، ثانیاً عموم مردم تمایلی به رفت و آمد و حضور در محل‌های پرتردد و مراکز خرید را نداشته و یا شهروندان از حضور و تجمع در این محل‌ها پرهیز کرده یا منع می‌شوند و ثالثاً مردم از نظر روحی و روانی تحت فشار بوده و نیازمند آسایش خاطر، آرامش و تفریح متناسب با شرایط مذکور هستند.

از حیث تنوع، کسب‌وکارهای اینترنتی به گستردگی تمامی کسب‌وکارهای فیزیکی مرتبط با عرضه انواع کالاها و خدمات است و تمامی حوزه‌های سلامت، اقامت، وکالت، مراقبت اجتماعی، کالاهای خدمات مالی و اعتباری، خدمات ارتباطات و فناوری اطلاعات، خدمات حمل‌ونقل و گردشگری، خدمات فرهنگی، هنری، ورزشی و سرگرمی، صوت و تصویر فراگیر و ... را در بر می‌گیرد. در حوزه سلامت اعم از خدمات سلامت (مشاوره و تجویز پزشکی) و کالاهای سلامت (دارو، مکمل و ...) در شرایط اضطراری بخش قابل توجهی از پزشکان به ویژه در بخش خصوصی به دلیل ترک پایتخت حضور نداشته و بسیاری از مطب‌ها و داروخانه مخصوصاً در تهران و کلانشهرها حتی تا چند روز پس از جنگ بسته بودند. در چنین شرایطی دریافت خدمات و کالاهای سلامت با توجه به حساسیت و لزوم اقدام به موقع، تنها از طریق سکوهای سلامت دیجیتال در قالب «پزشکی از راه دور» یا توزیع اینترنتی دارو امکان‌پذیر است. بدین منظور طی سال‌های اخیر با تنظیم‌گری مشترک مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و سازمان نظام پزشکی (صورتجلسه مورخ ۱۳۹۹/۰۹/۳۰) سکوهای قوی با قابلیت‌های متنوع از جمله نسخه‌نویسی الکترونیکی و حضور

چندده‌هزار پزشک در حوزه‌های تخصصی مختلف شکل گرفته و عموم مردم در هر شرایطی می‌توانند با پزشکان، مستقل از محل حضور در ارتباط باشند. سکوهای توزیع اینترنتی دارو نیز طبق آیین‌نامه حمایت از تولید دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین در حوزه سلامت (مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۸) و مصوبه هیئت مقررات‌زدایی و بهبود محیط کسب‌وکار مورخ (۱۴۰۲/۰۶/۱۲) شکل‌گرفته و امکان سفارش دارو و مکمل اعم از بدون نسخه (OTC) یا بر اساس نسخه الکترونیکی توسط عموم مردم و دریافت آن درب منزل وجود دارد. پر واضح است بدون وجود این سکوها، ارائه خدمات در حوزه خدمات و کالاهای سلامت عملاً متوقف یا با اختلال جدی مواجه می‌گردید.

نکات کلیدی:

۱. عرضه کالا و خدمت در بستر اینترنت، به دلیل محدود نشدن به زمان (ساعت کاری و روز غیرتعطیل) و مکان (مردم یک شهر یا منطقه جغرافیایی با امکان مراجعه و حضور فیزیکی در محل فروشگاه)، عملاً در تمام ساعات شبانه‌روز و همه روزهای هفته (۲۴*۷) امکان فروش کالا و خدمت به عموم مردم مشروط به داشتن دسترسی به اینترنت و امکان استفاده از زبان و زیرساخت پرداخت و لجستیک فروشگاه را دارد. این قابلیت فروشگاه‌ها و سکوهای اینترنتی موجب افزایش تاب‌آوری فعالیت‌های اقتصادی در حوزه‌های مختلف و تأمین نیازهای مردم در شرایط اضطراری می‌شود. به عنوان مثال همزمان با همه‌گیری ویروس کرونا و شرایط قرنطینه‌ای شامل ممنوعیت تردد و محدودیت فعالیت بسیاری از مراکز خرید، طی یک سال (سال ۱۳۹۹) تعداد کسب‌وکارهای اینترنتی کشور بیش از دو برابر شد و ارزش معاملات تجارت الکترونیکی با عبور از مرز هزار همت (هزار میلیارد تومان)، نسبت به سال قبل رشد ۱۵۹ درصد و تعداد معاملات تجارت الکترونیکی با عبور از مرز ۳ میلیارد فقره، نسبت به سال قبل رشد ۱۰۸ درصدی را تجربه کرد.

۲. تجارت الکترونیکی گستره وسیعی از فعالیت‌ها اعم از صنفی و غیرصنفی و انواع کالاها و خدمات را شامل می‌شود و خوشبختانه در سال‌های اخیر با سرمایه‌گذاری و همت بخش خصوصی به ویژه جوانان تحصیل‌کرده در قالب شرکت‌های دانش‌بنیان، کسب‌وکارهای موفق و توانمند بومی در تمامی حوزه‌ها ایجاد و با ارائه خدمات متنوع، با استقبال خوب عموم مردم مواجه شده است. به نظر می‌رسد یکی از مؤلفه‌های این موفقیت بزرگ، در مجموع تنظیم‌گری متعادل و پیش‌برنده تجارت الکترونیکی در کشور و پیگیری رفع موانع و برخی تعارضات به ویژه در ارتباط با بخش‌های سنتی هر حوزه بوده که تأثیر غیرقابل انکاری در توسعه کمی و کیفی کسب‌وکارهای اینترنتی از یک طرف و اعتماد و اقبال عمومی و افزایش کاربران آن‌ها از طرف دیگر داشته است.

۳. ظرفیت بالای تجارت الکترونیکی کشور اعم از بنگاه به مصرف‌کننده (B2C)، بنگاه به بنگاه (B2B) و مصرف‌کننده به مصرف‌کننده (C2C) با توجه به تنوع حوزه‌های فعالیت و به نسبت تعداد زیاد کاربران، می‌تواند در کنار زیرساخت دولت الکترونیکی (G2B/G2C) به عنوان یکی از راهبردهای مدیریت شرایط اضطراری (مثل جنگ) در جهت تأمین نیازهای مردم در نظر گرفته شود. البته ممکن است محدودیت یا کندی اینترنت یا برخی اختلال‌های ارتباطی مثل سامانه مکان‌یابی ماهواره‌ای (GPS[1]) یا تحویل پستی، امکان دسترسی و بهره‌برداری مناسب مردم از کسب‌وکارهای اینترنتی را با مشکل مواجه کند؛ لذا پایداری زیرساخت‌های تجارت الکترونیکی شامل شبکه اینترنت، شبکه پرداخت و شبکه لجستیکی پیش‌نیاز راهبرد فوق‌الذکر محسوب می‌شود. همچنین در کنار تمام مزایا، افزایش استفاده از کسب‌وکارهای اینترنتی ممکن است با چالش‌هایی در زمینه‌های محرمانگی و امنیت اطلاعات، کلاهبرداری و تقلب، ملاحظات فرهنگی و رعایت طبقه‌بندی سنی محتوا و ... همراه باشد که توجه و مدیریت این موارد نیز برای توسعه پایدار و سالم تجارت الکترونیکی اهمیت دارد.

1. Global Positioning System