

راهبردها و کاربردهای تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی تخصصی ایران و ارائه راهکارهای مناسب

مهدی علیپور حافظی^۱

چکیده: تحقیق حاضر از سه بخش اصلی تشکیل شده است. در بخش اول، مسائل نظری و بنیادهای مفهومی تجارت الکترونیکی مطرح می شود و نکاتی درباره اجزای مختلف تجارت الکترونیکی و همچنین نقش اینترنت در آن بیان می شود. ضرورت ها، ملزومات و فرآیند تجاری در تجارت الکترونیکی از دیگر مسائل قابل طرح در این بخش است. بخش دوم تحقیق به مطالعه وضعیت کنونی ۵۲ مرکز اطلاع رسانی تخصصی ایران که به اینترنت دسترسی دارند، می پردازد. در بخش سوم تحقیق نیز تلاش می شود تا برای بهبود فرآیند فعالیت های این مراکز و همچنین ارائه خدمات بهینه به کاربران، راهکارهایی برای به کارگیری خدمات تجارت الکترونیکی در این مراکز ارائه شود.

کلیدواژه ها: تجارت الکترونیکی، مراکز اطلاع رسانی تخصصی، مبادله الکترونیکی اطلاعات، طراحی صفحات وب.

مقدمه

شامل تمام جنبه های استفاده از فناوری اطلاعات در تجارت است که خرید و فروش، ارائه خدمات به مشتریان و سروکار داشتن با دست اندرکاران تجارت را شامل می شود. (۴۲:۶)

در تجارت الکترونیکی اطلاعات، محصولات و

تجارت الکترونیکی عبارت از یافتن منابع، ارزیابی، مذاکره، سفارش، تحویل، پرداخت و ارائه خدمات پشتیبانی است که به صورت الکترونیکی انجام می پذیرد و روشی است که بر اساس آن اطلاعات، محصولات و خدمات از طریق شبکه های ارتباطات رایانه ای خرید و فروش می شود. تجارت الکترونیکی

۱. کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع رسانی مرکز تحقیقات مخابرات ایران

به دست آورد. این نکات مهم عبارت از ضرورت ها، نیازها، خواسته ها، انتظارات و توقعات بجا و به حق است. به هر حال التزام های موجود در جوامع، فلسفه وجودی این مراکز را تشکیل می دهند. بنابراین باید براساس ضرورت ها و نیازهای مطرح در جوامع، در برآوردن آنها سعی کنند و سپس به جلب امکانات و استعدادها و توانائی ها بپردازند و در خدمت آنها بگذارد. از جمله این امکانات و توانائی ها را می توان به کارگیری فناوری روز در راستای وصول به اهداف این مراکز یاد کرد. (۲۶:۱)

در این میان، این مراکز در تهیه منابع از مراکز

خدمات از طریق شبکه های ارتباطات رایانه ای خرید و فروش و از رایانه ای به رایانه دیگر منتقل می شوند. یکی از روش های شناخته شده در تجارت الکترونیکی، مبادله الکترونیکی داده ها یعنی تولید، پردازش، کاربرد و تبادل اطلاعات و اسناد به شیوه های الکترونیکی و خودکار میان نظام های رایانه ای براساس زبان مشترک و اسناداردهای مشخص و با کمترین دخالت عامل انسانی است (۱:۳).

در باب توسعه نظام های انتقال اطلاعات لازم است که کتابخانه ها و مراکز مدارک به ماهیت کار خود و جایگاهی که در جامعه دارند، توجه کافی نمایند و از حمایت ها و کمک های مالی برخوردار شوند. گذشته از این، دستیابی به پایگاه راستین نظام اطلاع رسانی در جامعه میسر نخواهد بود، مگر اینکه به این نظام به

یکی از روش های شناخته

شده در تجارت الکترونیکی،

مبادله الکترونیکی داده ها

یعنی تولید، پردازش، کاربرد

و تبادل اطلاعات و اسناد به شیوه های

الکترونیکی و خودکار میان

نظام های رایانه ای براساس

زبان مشترک و اسناداردهای

مشخص و با کمترین دخالت

عامل انسانی است

تجارت الکترونیکی شامل

تمام جنبه های استفاده از

فناوری اطلاعات در تجارت

است که خرید و فروش، ارائه

خدمات به مشتریان و سروکار

دلشتن با دسته اندر کارکن تجارت

را شامل می شود.

عنوان خویشاوند زمینه های ارتباطی دیگر در تشابه انتقال اطلاعات مکتوب و نامکتوب، چه از طریق محمل های ارتباطی دوربرد و چه از طریق ابزارهای مکانیکی دیگر نگریسته شود. (۷۸:۱)

هر مرکز اطلاع رسانی پیش از هر چیز باید به چند نکته اساسی پاسخ گوید تا جایگاه واقعی خود را

پیشرفت و تغییر هستند، فعالیت داشته باشند. دادوستدها و امور مالی، از مسائل مهم در گردآوری و اشاعه اطلاعات است که می تواند مانع از ارائه خدمات

است، مجبور به استفاده از فناوری روز برای برآورده کردن نیازهای کاربرانشان هستند. با توجه به مطالب فوق و اهمیت روزافزون تجارت الکترونیکی، در تحقیق حاضر سعی شده است به تشریح این نوع تجارت به طور عام برای ویژگی ها و محدودیت های آن به طور خاص پرداخته شود و کاربردهایی که این نوع تجارت می تواند در عرصه های مختلف اطلاع رسانی داشته باشد، ذکر گردد و همچنین راهبردهایی برای استفاده بهینه از آن برای رسیدن به اهداف سازمانی در مراکز اطلاع رسانی ایران ارائه گردد.

مراکز اطلاع رسانی تخصصی

در ایران می توانند در استفاده

از تجارت الکترونیکی، اهداف

مختلفی را مدنظر داشته باشند.

این اهداف ممکن است

افزایش درآمد، افزایش

کارایی و خدمات ویژه برای

مراجعان، توسعه منابع اطلاعاتی

جدید و جز آن باشند که این

مراکز می توانند بنا به نیازها و

خولسته های خود به آنها بپردازند.

تعریف مسئله

با توسعه روزافزون اطلاعات، منابع اطلاعاتی و شبکه ها و نیز استفاده از آنها در عصر حاضر نیاز به نوعی مرکز اطلاع رسانی است که توانایی پاسخگویی مناسب، دقیق و سریع به خیل عظیمی از کاربران را داشته باشد. با توجه به این مسئله می توان گفت که نوع نیاز و نحوه دستیابی به کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی نیز به تبع آن تغییر خواهد یافت. بنابراین، مراکز مذکور باید از امکانات و فناوری های جدید نهایت بهره را ببرند تا پاسخگوی نیازهای روزافزون کاربرانشان باشند.

مراکز اطلاع رسانی تخصصی در ایران با توجه به نقش مهمی که در گردآوری و اشاعه اطلاعات در حوزه تخصصی خود دارند، باید به نحوی عمل کنند که توانایی پاسخگویی به نیازهای متخصصان آن حوزه را بدون محدودیت زمانی و مکانی داشته باشند. شیوه مرسوم مجموعه سازی و اشاعه اطلاعات در این مراکز به علت استفاده از روش های معمول به نظر محدود و زمانبر می آید، به نحوی که در آینده نزدیک در پاسخگویی به نیازهای کاربران با مشکلاتی مواجه خواهند بود، به خصوص اگر مراکز مذکور در رشته هایی مانند پزشکی، الکترونیک و رایانه که به سرعت در حال

مناسب و به جا برای کاربران این مراکز باشند. برای رفع این نقیصه می توان از امکانات تجارت الکترونیکی سود جست. مراکز اطلاع رسانی تخصصی در ایران می توانند از آن طریق، نوع دستیابی به اطلاعات را برای مراجعانشان اصلاح کنند. تجارت الکترونیکی، دست کم می تواند در این مراکز مثل

۵. توزیع و تخصص نیروی انسانی شرکت کننده در بخش گردآوری منابع چگونه است؟
۶. گردآوری منابع (دادوستدها و امور مالی) در این مراکز به چه صورت انجام می گیرد؟
۷. شیوه ارائه، ضعف ها و قابلیت گسترش خدمات نظام فعلی در این مراکز چگونه است؟

هدف و فایده پژوهش

الف. هدف. هدف اصلی این تحقیق تعیین راهبردها و کاربردهای تجارت الکترونیکی برای استفاده از این فناوری در مراکز اطلاع رسانی تخصصی ایران است که با بررسی امکانات این نوع تجارت و توانایی های مراکز اطلاع رسانی محقق می شود تا از تجارت الکترونیکی برای بهینه سازی خدمات خود استفاده کنند.

ب. فایده. از فواید این تحقیق، آگاهی از امکانات تجارت الکترونیکی در قبال مراکز اطلاع رسانی، تسریع در تهیه و گردآوری منابع، صرفه جویی مالی و درآمدزایی در قبال ارائه خدمات از راه دور است.

روش پژوهش و جامعه مورد مطالعه

به دلیل ماهیت خاص این تحقیق از روش زیر در مراحل مختلف تحقیق استفاده شده است: (۱) روش کتابخانه ای که برای آگاهی از امکانات تجارت الکترونیکی و مسائل مطرح در آن استفاده شد؛ (۲) روش پیمایشی، که برای بررسی وضعیت مراکز اطلاع رسانی تخصصی که از شبکه های گسترده برای تهیه و اشاعه اطلاعات و خدمات استفاده می کنند، به کار برده شد. بنابراین در تحقیق حاضر برای شناسایی مراکز اطلاع رسانی تخصصی ایران، دو کتاب "راهنمای کتابخانه های دانشگاهی و تخصصی" اثر شیرین تعاونی و "مؤسسات پژوهشی کشور (بخش دولتی)"

روشی برای اصلاح ساختار هزینه ها به کار رود و حداکثر می تواند تمامی امکانات را در فراهم آوری و اشاعه اطلاعات به وجود آورده و منبع درآمد جدیدی را فراهم سازد. مراکز اطلاع رسانی تخصصی در ایران می توانند در استفاده از تجارت الکترونیکی، اهداف مختلفی را مدنظر داشته باشند. این اهداف ممکن است افزایش درآمد، افزایش کارایی و خدمات ویژه برای مراجعان، توسعه منابع اطلاعاتی جدید و جز آن باشند که این مراکز می توانند بنا به نیازها و خواسته های خود به آنها بپردازند. در استفاده از امکانات تجارت الکترونیکی، این مراکز باید در دادوستدها و امور مالی مرتبط اصلاحاتی ایجاد کنند تا بتوانند همگام با پیشرفت فناوری اطلاعات، از مزایای آن برای رضایت کاربران، افزایش کارایی و درآمدزایی استفاده کنند. از جمله مزایای تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی؛ کاهش قیمت منابع برای خرید و از میان برداشتن محدودیت زمانی و مکانی در استفاده است، لذا مراکز اطلاع رسانی تخصصی در ایران با توجه به مزایای تجارت الکترونیکی می توانند با تغییرات و اصلاحاتی که در نظام های مبادلاتی خود به وجود می آورند از امکانات این فناوری استفاده کنند تا ضمن تسریع در انجام این مبادلات، برای جلب رضایت کاربرانشان اقدام کنند.

پرسش های اساسی

۱. مراکز اطلاع رسانی تخصصی از شبکه های گسترده، به خصوص اینترنت، به چه منظور استفاده می کنند؟
۲. آیا از خدمات تجارت الکترونیکی در این مراکز استفاده می شود؟
۳. آیا راهکاری برای استفاده از خدمات تجارت الکترونیکی در این مراکز وجود دارد؟
۴. مبادله اطلاعات به چه صورت انجام می گیرد؟

اینترنت که در تهیه منابع اطلاعاتی، به شیوه‌های مختلفی از جمله خرید، امانت و نظایر آن و همچنین در ارائه انواع خدمات اطلاعاتی به کاربران آن بهره می‌گیرند، در این تحقیق جزو مراکز مورد پژوهش هستند. البته مراکز پژوهشی که از کتابخانه‌های دانشگاهی برای اهداف خود سود می‌جویند، جزو مراکز مورد پژوهش تحقیق حاضر نیستند.

پیشینه پژوهش

پیشینه در ایران

اهمیت و استفاده روزافزون از اینترنت، سبب افزوده شدن موضوع‌ها و شاخه‌های جدیدی به آن می‌شود که یکی از این موضوع‌ها، تجارت الکترونیکی است. این موضوع به سبب جدید بودن و نقشی که در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی دارد، برای نخستین بار مطرح می‌شود و طبعاً پیشینه‌ای نیز برای آن در ایران وجود ندارد. با وجود این، به علت اینکه مراکز مورد پژوهش از نظر استفاده از اینترنت بررسی شده‌اند، جا دارد که به پژوهشی در این مورد با عنوان "اینترنت، شبکه جهانی اطلاع‌رسانی: ارزیابی کاربرد آن در کتابخانه‌های دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های تحقیقاتی ایران" اشاره شود. این پژوهش با استفاده از روش پیمایشی، تحلیلی، کاربرد شبکه جهانی اینترنت را در کتابخانه‌های دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های تحقیقاتی ایران، بررسی و ارزیابی می‌کند. یافته‌های پژوهش نشانگر استفاده کاربران این مراکز از اینترنت در استفاده از منابع اطلاعاتی از قبیل کتاب به میزان ۲۰ درصد، مقاله‌ها ۵۳/۴ درصد، چکیده‌ها ۱۴/۸ درصد، مقاله‌نامه‌ها ۲۷/۸ درصد، گزارش‌های علمی و فنی ۲۴/۷ درصد، خلاصه همایش‌ها ۱۵/۲ درصد و کتابشناسی‌ها ۵/۲ درصد است. همچنین در ارائه خدمات مرجع ۲۰ درصد کتابداران برای پاسخگویی از منابع مرجع ردیف اول موجود در شبکه استفاده می‌کنند. در انتها پیشنهادهایی جهت کاهش هزینه استفاده، بهبود

از انتشارات مرکز تحقیقات علمی کشور، استفاده شد. همچنین به علت روزآمد نبودن این منابع برای شناسایی مراکز مورد نظر از بررسی‌های شخصی برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. البته تعدادی از مراکز پژوهشی کشور وابسته به مراکز دانشگاهی هستند و از کتابخانه‌های دانشگاهی برای تحقق اهداف خود سود می‌جویند. به همین لحاظ این تعداد از مراکز پژوهشی جزو مراکز مورد مطالعه تحقیق حاضر نیستند. پس از شناسایی مراکز اطلاع‌رسانی، این مراکز از دیدگاه اتصال به اینترنت بررسی شدند که تعدادی از این مراکز حائز شرایط تحقیق حاضر نبودند و از چرخه مورد نظر خارج گردیدند. در نهایت حدود ۸۵ مرکز اطلاع‌رسانی تخصصی متصل به اینترنت، جامعه تحقیق حاضر را تشکیل دادند. از مجموع ۸۵ پرسشنامه‌ای که به مراکز مذکور ارسال شد، تا زمان تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق، تعداد ۵۲ مرکز، به پرسشنامه‌های ارسالی پاسخ دادند. البته در میان مراکزی که جزو تحقیق حاضر بودند، مراکزی نیز مانند مرکز تحقیقات استراتژیک وجود داشتند که به علت حضور افراد غیرمتخصص و غیرمتعهد در رأس این مراکز، از ارائه هرگونه اطلاعات در این زمینه سر باز زدند. به هر حال امید است تا با برنامه‌ریزی‌های درست، گام‌های مهمی برای رشد و ارتقاء سطح معرفت و شناخت آنها در قبال تعهدی که در سطح جامعه علمی کشور دارند، برداشته شود.

شیوه در نظر گرفته شده برای جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق، مطالعه منابع مختلف برای بحث‌های نظری و ارسال پرسشنامه به مراکز اطلاع‌رسانی حائز شرایط است و همچنین از اینترنت، کتاب‌ها و مقالات نوشته شده در این زمینه استفاده شده است.

مراکز اطلاع‌رسانی تخصصی که از امکانات شبکه‌های گسترده برای تهیه و اشاعه اطلاعات و خدمات استفاده می‌کنند، جامعه تحقیق حاضر را تشکیل می‌دهند. بنابراین مراکز اطلاع‌رسانی تخصصی متصل به

کتابخانه ای استفاده می کنند (۶).

تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش

برای تجزیه و تحلیل یافته های مربوط به مراکز اطلاع رسانی از جمله تهیه جداول و نمودارهای مورد نیاز از نرم افزار اکسل ماکروسافت^۲ استفاده شده است. با توجه به اینکه راهکار پژوهش حاضر باید به گونه ای ارائه شود که در برگیرنده تمامی عناصر و عوامل مؤثر در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی تخصصی حائز شرایط تحقیق باشد و طرح حاضر بتواند در این مراکز قابلیت اجرایی داشته باشد و از طرف دیگر نادیده گرفتن عواملی هرچند جزئی باعث خواهد شد تا مطالب مطرح شده کارایی و اثربخشی لازم را نداشته باشد، لذا بررسی دقیقی از وضعیت موجود کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی تخصصی مورد مطالعه به عمل آمد که برای اجرای این کار از پرسشنامه استفاده شد. در واقع این فصل در برگیرنده اطلاعات منتج از پرسشنامه های گردآوری شده از مراکز مذکور است. برای بررسی و تجزیه و تحلیل اطلاعات کسب شده از پرسشنامه ها جداولی تهیه شد که ساختار آنها براساس پرسش های موجود در پرسشنامه طراحی شده است. با توجه به ماهیت پرسش ها بعضی از جداول تنها در برگیرنده یک پرسش و بعضی دیگر شامل چند پرسش است و در مواردی که لازم بود نمودارهایی نیز برای تبیین هرچه بهتر جزئیات ارائه شد. لازم به ذکر است که در تعدادی از سؤال های پرسشنامه، مراکز مجاز به پاسخگویی به چندین گزینه در سؤال بودند به همین دلیل مجموع جامعه آماری از تعداد جامعه واقعی پژوهش بیشتر است. یافته های به دست آمده در مورد وضعیت مراکز

خطوط مخابراتی در سطح کشور، برگزاری کارگاه ها و دوره های آموزشی برای کاربران، کتابداران و مسئولان برای ارتقاء سطح آگاهی آنان در استفاده بهینه از شبکه ارائه شده است (۴).

پیشینه در خارج از ایران

باجست و جوی که در پایگاه های اطلاعاتی UMI, ISA, LISA و Theses باکلید واژه های "E-Commerce", "Electronic-Commerce", "E-Commerce in Internet and Libraries", "Internet and Information Centers, Internet and Libraries, Information Centers" و جز آن انجام گرفت. تحقیقی که در حوزه موضوعی پروژه حاضر انجام گرفته باشد به جز تحقیقی که توسط آقای پاول پدلی انجام شد و در ذیل می آید، یافت نشد. البته در این زمینه از آقای پاول پدلی و خانم لسللی الن هریس، مقالاتی وجود دارد که به علت تحقیقی نبودن جزو پیشینه تحقیق حاضر به حساب نیامده اند ولی در موارد مورد لزوم در مراحل مختلف متن حاضر استفاده شده اند و مورد استناد قرار گرفته اند.

پاول پدلی^۲ در تحقیقی به نام: "E-Commerce in Libraries" با جامعه آماری ۱۴ مرکز اطلاع رسانی و کتابخانه در مارس ۲۰۰۰، با هدف بررسی میزان و چگونگی استفاده از تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی به نتایج زیر رسید. براساس این تحقیق ۴۱ درصد جامعه مورد مطالعه از تجارت الکترونیکی استفاده می کنند و ۵۰ درصد جامعه مورد مطالعه در حال برنامه ریزی برای استفاده از تجارت الکترونیکی در ۱۲ ماه آینده هستند، ۷ درصد مبادله الکترونیکی داده ها را برای سفارش کتاب ها و ۷ درصد نیز مبادله الکترونیکی داده ها را برای سفارش نشریات به کار می برند، ۵۰ درصد از جامعه مورد مطالعه از نظام ARTEELL کتابخانه کنگره برای امانت بین

2. Paul Pedley

3. Excel

اطلاعات کتابشناختی و چکیده منابع را می‌توانند در اختیار کاربران خود قرار دهند. از لحاظ میزان استفاده از خدمات تجارت الکترونیکی، مبادله الکترونیکی اطلاعات، همکاری بین کتابخانه‌ای و خدمات اشاعه گزینشی اطلاعات با توجه به آمار ارائه شده در جدول مذکور می‌توان اظهار داشت که اگر چه تمامی مراکز مورد پژوهش

مورد بررسی را می‌توان به شرح زیر بررسی کرد: در زمینه کاربردهای اینترنت در این مراکز باید گفت که بیشترین کاربرد اینترنت برای استفاده عمومی، فراهم‌آوری و سازماندهی منابع است و هیچ یک از مراکز، از آن برای انجام مبادلات مالی بهره نمی‌گیرند و تنها تعداد محدودی از مراکز برای ارائه خدمات کتابخانه‌ای و مبادله اطلاعات از آن بهره می‌گیرند.

جدول ۱. کاربردهای اینترنت در مراکز اطلاع‌رسانی تخصصی

کاربردهای اینترنت	تعداد	درصد
سازماندهی منابع	۳۸	۳۱
فراهم‌آوری منابع	۳۷	۳۰
استفاده عمومی	۳۹	۳۲
انجام مبادلات مالی	۰	۰
دیگر موارد	۸	۷
جمع	۱۲۲	۱۰۰

متصل به شبکه جهانی اینترنت هستند ولی در استفاده از آن با مشکلاتی مواجه می‌شوند. یکی از مشکلات اساسی این مراکز عدم آشنایی با امکانات و خدمات قابل ارائه در آن است.

مشکل دیگر زمانی نمود پیدا می‌کند که در نظر بگیریم تعدادی از این مراکز با خدمات اینترنت آشنا هستند ولی برای استفاده بهینه از آنها سرمایه‌گذاری نمی‌کنند و علت آن وابستگی این مراکز به سازمان‌های مادر و نیز عدم وجود انتفاع مالی از ارائه خدمات است. این مسائل باعث می‌شوند تا مراکز مذکور انگیزه لازم برای به کارگیری آنها را برای وصول به اهداف خود نداشته باشند و وظایف محوله را فقط برای رفع تکلیف به اجرا در آورند. در نتیجه می‌توان اظهار داشت تا زمانی که دیدگاه‌های خود را اصلاح نکنیم نمی‌توانیم این گونه خدمات را به کاربرانمان ارائه دهیم.

این مسئله خود نشانگر بی‌مهری به نقش و جایگاه اینترنت در این مراکز است و به نظر می‌رسد که اکنون که اینترنت و علوم وابسته به آن در شاخه‌های مختلفی به رشد روزافزون خود ادامه می‌دهند و کاربردهای جدید و گسترده‌ای از آن به عمل می‌آید، این مراکز نیز باید در صدد استفاده از آنها در جنبه‌های مختلفی باشند تا توانایی پاسخگویی به نیازهای جدید و متنوع کاربران بالفعل و بالقوه خود را داشته باشند.

بیشترین نظام‌های مدیریت کتابخانه‌ای (نرم‌افزار) مورد استفاده در این مراکز نرم‌افزارهای سیمرغ (نوسا) و پارس آذرخش هستند که هر دوی این نرم‌افزارها تحت وب فعالیت می‌کنند و ۸۴ درصد مراکز مورد تحقیق را تحت پوشش خود دارند. بنابراین مراکز مذکور از توانایی لازم برای ارائه اطلاعات و خدمات در وب برای کاربران‌شان برخوردار هستند و حداقل

در زمینه وضعیت تحصیلات نیروی انسانی شرکت کننده در فراهم آوری منابع نیز باید گفت که نیروی متخصص رکن اساسی افراد حاضر در این فرآیند است که غالباً در سطح کارشناسی و کارشناسی ارشد با ۸۴ درصد از کل جامعه حاضر در آن مشغول به فعالیت هستند. با این وجود باید گفت که در صورت استفاده از نظام‌های رایانه‌ای و شبکه اینترنت در این بخش

در دراز مدت ببینیم.

از نظر محل تأمین هزینه مراکز با توجه به آمار ارائه شده در جدول مرتبط وابستگی کامل این مراکز را به سازمان‌های مادر مشاهده می‌کنیم. لذا عدم استقلال این مراکز امری بدیهی به نظر می‌رسد. بنابراین متکی به تأمین اعتبار از طرف سازمان مادر هستند. به لحاظ میانگین زمان دریافت منابع از شروع

جدول ۲. میزان استفاده از خدمات تجارت الکترونیکی، مبادله الکترونیکی اطلاعات، همکاری بین کتابخانه‌ای و خدمات اشاعه‌گزینی اطلاعات

خدمات	تعداد	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم
خدمات تجارت الکترونیکی	۵۲	۱	۰	۴	۴	۲۳
	۱۰۰ درصد	۲ درصد	۰ درصد	۸ درصد	۸ درصد	۸۲ درصد
مبادله الکترونیکی اطلاعات	۵۲	۷	۶	۹	۱۳	۱۷
	۱۰۰ درصد	۱۳ درصد	۱۲ درصد	۱۷ درصد	۲۵ درصد	۳۳ درصد
مبادله الکترونیکی اطلاعات برای کتاب‌ها	۵۲	۲	۶	۸	۹	۲۷
	۱۰۰ درصد	۴ درصد	۱۲ درصد	۱۵ درصد	۱۷ درصد	۵۱ درصد
مبادله الکترونیکی اطلاعات برای نشریات	۵۲	۱	۶	۱۰	۵	۳۰
	۱۰۰ درصد	۲ درصد	۱۲ درصد	۱۹ درصد	۱۰ درصد	۵۷ درصد
همکاری بین کتابخانه‌ای	۵۲	۳	۶	۱۰	۱۰	۲۳
	۱۰۰ درصد	۷ درصد	۱۲ درصد	۱۹ درصد	۱۹ درصد	۴۳ درصد
همکاری بین کتابخانه‌ای با مبادله الکترونیکی اطلاعات	۵۲	۰	۲	۴	۱۹	۲۷
	۱۰۰ درصد	۰ درصد	۴ درصد	۸ درصد	۳۷ درصد	۵۱ درصد
خدمات اشاعه‌گزینی اطلاعات	۵۲	۵	۳	۱۲	۸	۲۴
	۱۰۰ درصد	۱۰ درصد	۶ درصد	۲۳ درصد	۱۵ درصد	۴۶ درصد

می‌توان از تعداد افراد حاضر در این فرآیند کاست و به میزان دقت و صحت این فرآیند با وجود نظام‌های مناسب افزود که این مسئله خود در دراز مدت باعث کاهش هزینه‌های فرآیند فراهم آوری منابع در مراکز تخصصی اطلاعات می‌شود، اگر چه در ابتدا ممکن است تهیه، نصب و راه‌اندازی نظام‌های رایانه‌ای مورد نیاز با هزینه زیادی به اجرا درآید ولی اگر با دید کلان به این مسئله بنگریم به وضوح می‌توانیم فواید آن را

سفرارش تا دریافت آنها در مراکز مورد مطالعه با توجه به آمار به دست آمده باید گفت که بررسی دقیقی در این مراکز برای مشخص کردن میانگین زمانی صورت نگرفته است و عدم پاسخگویی ۴۵ درصد از جامعه تحقیق، شاهدی بر این مدعاست. از لحاظ هزینه‌های مازاد پرداختی منابع، می‌توان اظهار داشت که با توجه به آمار کسب شده (حدود ۸۵ درصد) به نظر می‌رسد که اکثریت قریب به اتفاق این

آرمان های این مراکز نقش مهمی را ایفا کنند. ازدحام مراجعان در ۸۱ درصد از مراکز از سطح متوسط و روبه بالا است و تنها در ۱۶ درصد از مراکز این میزان در حد کم و بسیار کم است. بنابراین مشاهده می کنیم که این مراکز برای ارائه خدمات با ازدحام

مراکز به علت اینکه زیر مجموعه سازمان متبوع خود هستند و تمامی فرآیند مالی توسط آن سازمان انجام می پذیرد و این مراکز در آن نقشی ندارند، اطلاعاتی از مبلغ مورد نظر ندارند و تنها تعداد محدودی از این مراکز با فرآیند مربوطه آشنایی دارند. به این ترتیب می توان

جدول ۳. محل تامین هزینه مراکز اطلاع رسانی تخصصی

محل تامین هزینه	تعداد	درصد
سازمان مادر	۵۲	۹۲
کاربران	۲	۸
کمک های خیریه	۰	۰
موارد دیگر	۰	۰
جمع	۵۴	۱۰۰

مراجعان روبرو هستند. این ازدحام با توجه به آمار کسب شده در ۵۸ درصد از مراکز در سطح متوسط به بالا بر میزان ارائه خدمات به کاربران تأثیر منفی می گذارد. لذا باید برای رفع این اثرات منفی اقداماتی کرد تا از ازدحام مراجعان در زمان های مشخص کاسته شود و برای جلب رضایت آنها نسبت به خدمات ارائه شده تلاش هایی صورت پذیرد. بنابراین مسئله اصلی کاهش ازدحام مراجعان است که این مسئله با ارائه خدمات از راه دور می تواند مرتفع گردد.

اظهار داشت که هزینه - کارایی^۴ عامل بسیار مهمی در پیشبرد اهداف این مراکز به حساب می آید و اگر به آن توجهی نشود، در آینده ای نزدیک شاهد کاهش نقش و اهمیت این مراکز در سازمان های مطبوع و در صورت اجرای برنامه های خصوصی سازی دولت شاهد افت شدید جایگاه این مراکز در جامعه خواهیم بود. بنابراین اجرای برنامه های تحقیقاتی در این زمینه، آشنایی این مراکز با مسائل مالی مربوطه و نیز استفاده از فناوری روز برای رفع این ابهامات می توانند در تحقق

جدول ۴. متوسط زمان دریافت منابع

عامل تهیه	بدون پاسخ	کمتر از ۳ ماه	۳-۴ ماه	۴-۵ ماه	۵-۶ ماه
ناشر	۲۳	۶	۱۸	۱	۱
کارگزار	۲۳	۰	۸	۱۷	۴

جدول ۵ متوسط هزینه مازاد پرداختی به منابع

عامل تهیه	بدون پاسخ	کمتر از ۱۰ درصد	۱۰-۱۵ درصد	۱۵-۲۰ درصد	بیشتر از ۲۰ درصد
ناشر	۴۴	۰	۸	۰	۰
کارگزار	۴۴	۰	۱	۷	۰

جدول ۶ میزان مراجعه کاربران

مراجعات	تعداد	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	بدون پاسخ
ازدحام مراجعات	۵۲	۷	۱۶	۱۸	۵	۳	۳
	۱۰۰ درصد	۱۳ درصد	۳۱ درصد	۳۴ درصد	۱۰ درصد	۶ درصد	۶ درصد
تأثیر ازدحام مراجعات	۵۲	۴	۱۳	۱۳	۸	۱۱	۳
	۱۰۰ درصد	۸ درصد	۲۵ درصد	۲۵ درصد	۱۵ درصد	۲۱ درصد	۶ درصد

ضرورت به کارگیری تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی تخصصی ایران

با توجه به مطالبی که در بخش قبل به آنها پرداخته شد، متوجه کاستی هایی در تهیه منابع اطلاعاتی و ارائه خدمات به کاربران در مراکز اطلاع رسانی تخصصی مورد مطالعه شدیم. در این بخش تلاش می کنیم تا با اشاره به کاستی های موجود، ضرورت استفاده از تجارت الکترونیکی را در فرایند اجرایی مراکز مورد مطالعه بیان کنیم. لذا با استناد به مطالب مطرح شده و واقعیات موجود به بیان این ضرورت های می پردازیم.

۱. امکان ارائه خدمات و محصولات در سطح جهانی

دادوستدها و خدمات قابل ارائه در این مراکز ممکن است خیلی کوچک و محدود باشد ولی اینترنت امکان تعامل در سطحی به مراتب بزرگتر را به شما می دهد چرا که اینترنت مرزهای زمانی و جغرافیایی را از بین می برد. براین اساس می توانید کاربرانی جهانی داشت که در تمام ساعات شبانه روز از خدمات این مراکز استفاده کنند. بنابراین به کارگیری تجارت الکترونیکی باعث افزایش جامعه کاربران، تنوع خدمات قابل ارائه

و نیز رضایت مندی بیشتر کاربران این مراکز می شود (۱:۷)

۲. جلوگیری از اتلاف وقت و کاهش تردهای

بی مورد

با استفاده از تجارت الکترونیکی از یک سو از اتلاف وقت کاربران و از سوی دیگر از اتلاف وقت کارکنان نظام یا مؤسسه مورد نظر، جلوگیری می شود. با به کارگیری آن دیگر نیازی نیست که کاربران برای امانت یا رزرو منابع اطلاعاتی مورد نیازشان به محل نگهداری منابع مراجعه کنند. در این صورت مراکز می توانند با ارائه خدمات مناسب از جمله همکاری بین کتابخانه ای، مبادله الکترونیکی اطلاعات و جز آن رضایت کاربران خود را کسب کنند. این مراکز می توانند در فراهم آوری منابع اطلاعاتی در شکل های مختلف از خدمات تجارت الکترونیکی استفاده کنند. بنابراین در این صورت، از اتلاف زمان در تهیه منابع اطلاعاتی نیز جلوگیری به عمل خواهد آمد، چرا که با استفاده از این خدمات وجود واسطه ها ضرورتی نخواهد داشت و مراکز به طور مستقیم با سایت های ناشران ارتباط خواهند داشت و منابع خود را تهیه

صحنه‌های بین‌المللی و استانداردسازی خدمات قابل ارائه در این مراکز می‌تواند یکی از گام‌های مهم در این جهت باشد. در این حالت دسترسی آسان و مطمئن به اطلاعات و برقراری ارتباط سریع میان ارائه‌کننده و دریافت‌کننده کالا و خدمات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌شود.

تجارت الکترونیکی امکان کسب درآمد را به شیوه‌های مختلف در این مراکز مهیا می‌سازد و آنها می‌توانند با توجه به اهداف و رسالتی که دارند برای به‌کارگیری بخش‌های مختلفی کوشا باشند. بنابراین با توجه به سیاست‌های دولت این مراکز باید به فکر ایجاد درآمد و استقلال باشند تا توانایی حضور در سطح ملی و بین‌المللی را داشته باشند. حرکت به سمت تجارت الکترونیکی مؤثرترین راهکارها در این راستاست.

۵. کاهش زمان و هزینه تهیه منابع

مدت زمان صرف شده از مهم‌ترین عوامل در فرآیند کاری مراکز اطلاع‌رسانی است. در برخی از حوزه‌های علمی عمر مفید اطلاعات خیلی کم است، بنابراین دستیابی سریع به این اطلاعات از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. تجارت الکترونیکی برای رفع این نقصیه از فرآیند کاری، امکانات زیادی را در اختیار قرار می‌دهد. از این امکانات می‌توان به کاهش فرآیند زمانی در انجام مبادلات مالی و نیز کاهش زمان انجام مبادلات سندی از طریق مبادله الکترونیکی اطلاعات اشاره کرد که به تبع آن کاهش فوق‌العاده زیادی در فرآیند زمانی از شروع سفارش تا دریافت خدمات اطلاعاتی مشاهده می‌کنیم.

تجارت الکترونیکی علاوه بر کاهش زمان انجام مبادلات در کاهش هزینه‌های مازاد پرداختی به منابع نیز مؤثر است. با استفاده از تجارت الکترونیکی می‌توانند برای تهیه منابع به سایت تجارت الکترونیکی ناشران و یا مراکز پخش مراجعه کنند و منابع مورد نیاز

خواهند کرد. علاوه بر این، این خدمات می‌توانند در کاهش زمان صرف شده در فرآیند سفارش منابع اطلاعاتی مؤثرتر واقع شوند. بنابراین متوجه می‌شویم که با استفاده از خدمات تجارت الکترونیکی از اتلاف وقت کاربران و همچنین مراکز جلوگیری خواهد شد. این فرآیند باعث حذف تردهای بی‌مورد نیز خواهد شد و دیگر نیازی نیست که کاربران به محل نگهداری منابع مراجعه کنند. مراکز با استفاده از این خدمات به سایت میزبان مراجعه می‌کنند و سفارش خود را انجام می‌دهند (۳۷:۲).

۳. کاهش هزینه‌های سربار و رقابت در سطح

بین‌المللی

با استفاده از تجارت الکترونیکی می‌توانیم از نیروهای فعال در بخش تهیه منابع و نیز در بخش ارائه خدمات بکاهیم که در این صورت بخش بزرگی از هزینه‌های پرداختی در این قسمت‌ها حذف خواهند شد. از طرف دیگر با استفاده از این خدمات می‌توانیم منابع اطلاعاتی مورد نیازمان را با پرداخت هزینه‌های کمتر تهیه کنیم. لذا استفاده از خدمات تجارت الکترونیکی امکان حضور در عرصه‌های بین‌المللی را برای ما فراهم می‌کند. بنابراین می‌توانیم کاربرانی خارج از محدوده و مکانی خود داشته باشیم و خدماتمان را در سطح گسترده‌ای عرضه کنیم. این مسئله باعث ایجاد رقابت در عرصه بین‌المللی خواهد شد و مراکز مانیز باید برای داشتن چنین فرصتی، سطح امکانات و خدمات خود را به حد مطلوبی برسانند تا توانایی رقابت با مراکز دیگر را در سطح جهان داشته باشند و از عواید آن در جهت منافع خود استفاده کنند.

۴. ایجاد و افزایش درآمد

تجارت الکترونیکی با توجه به قابلیت‌هایی که دارد می‌تواند در ایجاد زمینه‌های کسب درآمد و به تبع آن افزایش درآمد مفید واقع شود. حضور در

نقش و تأثیر تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی

تجارت الکترونیکی با توجه به اهمیتی که در مبادله الکترونیکی داده ها و تبادلات مالی و ایجاد ارتباط میان طرفین تجاری با یکدیگر دارد نقش به سزایی در مراکز اطلاع رسانی ایفا می کند.

برای وضوح بیشتر در بیان نقش این نوع تجارت در مراکز اطلاع رسانی تخصصی، بخش های مختلف این مراکز را به طور مجزا بررسی می کنیم.

۱. بخش انتخاب و تهیه منابع

منابع کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی شکل های گوناگونی دارند مواد کتابی تا غیرکتابی را در برمی گیرند و اهمیت هیچ یک را نمی توان نادیده گرفت. پیدایش رشته های گوناگون تخصصی همراه با پیشرفت سریع فناوری اطلاعات و انقلاب در آموزش سبب ایجاد دگرگونی در علائق و خواسته های مردم شده است. مراکز مذکور باید برای برآورده ساختن این تمایلات دقت و سرعت بیشتری داشته باشند و با امکانات محدودی که در اختیار دارند جوابگوی سطح وسیعی از آنها باشند.

بنابراین می توان اظهار داشت که این بخش یکی از ارکان مهم کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی است. بخش مذکور می تواند برای تهیه منابع اطلاعاتی مورد نیاز، با استفاده از امکان تجارت الکترونیکی، یا مستقیماً به سایت ناشران و تهیه کنندگان آنها رفته و برای تهیه آنها اقدام بکند و یا توسط واسطه های دست اول، مانند سایت آمازون، به تهیه منابع اقدام بکند. بدین ترتیب به علت ارتباط مستقیم با ناشران و تولیدکنندگان می توان با قیمت مناسب تری این منابع را تهیه کرد و از پرداخت هزینه های اضافی در این رابطه خوداری کرد. زیرا با این عمل واسطه ها و کارگزاران مختلف به طور خودکار از چرخه معاملات خارج خواهند شد.

خود را تهیه کنند. در این صورت به طور طبیعی واسطه ها از این چرخه خارج می شوند و یا تعداد این واسطه ها به حداقل خود می رسد. یعنی اینکه می توانیم برای تهیه منابع در صورت تمایل با واسطه های دست اول (مانند آمازون) ارتباط برقرار کنیم. در این حالت می توانیم از پرداخت هزینه های مازاد برای تهیه منابع جلوگیری کنیم. علاوه بر این در تهیه منابع از یک مرکز می توانیم از تخفیف های ویژه برای تهیه منابع و خدمات خود بهره ببریم و منابع خود را حتی با قیمت هایی پایین تر از معمول تهیه کنیم.

۶. عدم وجود محدودیت زمانی در ارائه خدمات

مراکز اطلاع رسانی تخصصی در ایران می توانند برای رفع محدودیت زمانی ارائه خدمات، از مزایای تجارت الکترونیکی استفاده کنند، به نحوی که کاربران بتوانند در هر ساعت از شبانه روز به کالا و خدمات مورد نیاز دسترسی داشته باشند، زیرا با اتصال به شبکه جهانی اینترنت و وارد شدن به سایت تجارت الکترونیکی مربوط می توانند از اطلاعات موجود در آنها استفاده کنند و نیازهای خود را در این باره برآورده سازند. این مسئله به خصوص در کشور ما که ساعات کار اداری در مراکز با یکدیگر متفاوت است، مثلاً اکثر ادارات و سازمان ها در تهران روزهای پنج شنبه تعطیل هستند ولی در شهرستان ها مراکز به فعالیت خود می پردازند، بیشتر به چشم می خورد و برای رفع آن باید اقداماتی صورت پذیرد. راهکارهای مختلفی ممکن است برای آن وجود داشته باشد ولی بهترین راهکار می تواند تجارت الکترونیکی باشد. بنابراین با توجه به موارد اشاره شده به ضرورت استفاده از تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی تخصصی پی می بریم.

منابع کتابخانه توسط اعضا امکان به کارگیری نظام امانت بین کتابخانه‌ای نیز فراهم می‌شود. در این نظام تعدادی از کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی که دارای اهداف و موضوعات مشترکی هستند، طی قراردادی تلاش می‌کنند تا از منابع یکدیگر برای پاسخگویی هرچه بهتر به مراجعان استفاده کنند. در این حالت مراکز مذکور فهرست منابع موجود خود را در اختیار دیگر مراکز قرار می‌دهند تا به وسیله این فهرست‌ها از منابع یکدیگر مطلع شوند و در صورت درخواست هر کدام از این مراکز به صورت پستی و با استفاده از کوبین‌های مورد توافق، اقدام به امانت بین کتابخانه‌ای کنند. نظام مذکور دارای اشکالاتی از قبیل روزآمد نبودن فهرست‌ها، بالا بودن هزینه‌های اداری چون تهیه کپی، هزینه‌های پستی، ارسال دورنگار و تلکس و همچنین زمان‌بر بودن این خدمات است.

با استفاده از تجارت الکترونیکی مراکز اطلاع‌رسانی می‌توانند فهرست منابع موجود را در سایت‌های خود فراهم آورند، به این ترتیب هر لحظه امکان روزآمدسازی آنها وجود دارد و مراکز طرف قرارداد می‌توانند با مراجعه به سایت‌های مربوطه به اطلاعات مورد نظر دسترسی داشته باشند، حتی از طریق این مراکز می‌توانند منابعی را که قصد تهیه یا امانت آنها را دارند به صورت پیوسته در محل مشخصی اعلام کنند که پس از انجام عملیات مالی مربوطه در اسرع وقت، آنها را تهیه کنند. در این حالت، در هزینه اداری از جمله چاپ اوراق و هزینه‌های پستی صرفه جویی می‌شود و همچنین باید زمان صرف شده در فراهم‌آوری و پردازش اطلاعات، ماشین‌نویسی، فتوکپی، بایگانی و آرشیو، ارسال نامه، ارسال دورنگار و تلکس و از همه مهم‌تر کنترل و رفع اشکالات برای هر مورد را نیز مدنظر داشت.

مدت زمان سفارش تا دریافت وجه را به طور قابل

دیگر اینکه تهیه منابع با نظام دستی بسیار زمان‌بر است و گاهی اوقات تهیه یک کتاب یا منبع اطلاعاتی موقعی امکان‌پذیر می‌شود که اهمیت خود را از دست داده است. بنابراین در صورت استفاده از تجارت الکترونیکی این عمل در کوتاه‌ترین زمان و با کمترین هزینه مقدور می‌شود.

۲. بخش امانت و خدمات مرجع

بازده کارهای انجام شده در تشکیلات مراکز کتابداری و اطلاع‌رسانی، گسترش دانش یا توزیع اطلاعات است. کوشش کتابخانه‌ها نیز پس از برگزیدن و گردآوری منابع عظیم دانش بشری، رو به روشن شدن با مراجعان و سعی در بهبود ارائه خدمات به آنان و انجام خدماتی است که مبنای موجودیت کتابخانه‌ها یا مراکز اطلاع‌رسانی بر آن قرار دارد. هر کتابخانه یا مرکز اطلاع‌رسانی دارای اعضای است که افراد با مراجعه مستقیم به آن مرکز و تکمیل فرم عضویت، به عضویت آن در می‌آیند و در این صورت می‌توانند از منابع موجود استفاده کنند. در صورت به کارگیری تجارت الکترونیکی در این مراکز فرآیند مذکور به نحو دیگری انجام می‌شود.

این مراکز می‌توانند اطلاعات کتابشناختی، چکیده و حتی متن کامل منابع موجود را در سایت خود ارائه دهند و امکان دسترسی به آنها را به مراجعان سایت‌ها بدهند حتی مراجعان بتوانند از این طریق به عضویت این مراکز در آیند و بتوانند از امکانات بیشتری استفاده کنند و با پرداخت هزینه به منابع اطلاعاتی مورد نیاز دسترسی داشته باشند. در این صورت دیگر نیازی نیست که افراد برای استفاده از این منابع به طور مستقیم به مراکز مراجعه کنند. بنابراین در وقت و هزینه استفاده‌کننده صرفه جویی خواهد شد و همچنین میزان رضایتمندی وی افزایش خواهد یافت. (۴۳:۶)

علاوه بر امکان عضویت از راه دور و استفاده از

ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد.

با توجه به مطالب فوق باید گفت که میزان رضایت مراجعان بیشتر خواهد شد. چرا که بیشترین مقدار اطلاعات را در کم‌ترین زمان ممکن در اختیار خواهند داشت.

یکی دیگر از بخش‌های کتابخانه که تجارت الکترونیکی می‌تواند نقش پویایی در آن بازی کند بخش مرجع و به تبع آن خدمات ارائه شده در این بخش است. هدف کتابخانه از گردآوری و سازماندهی منابع، ارائه خدمات به مراجعه‌کنندگان است. در این میان کتابداران و واسطه‌های اطلاعاتی نقش مؤثری ایفا می‌کنند که شامل همکاری با محققان، ایجاد ارتباط و ارائه خدمات اطلاعاتی با ارزش افزوده است. از جمله فعالیت‌های این بخش می‌توان به اشاعه گزینشی اطلاعات اشاره داشت. این فعالیت که جزء فعالیت‌های مهم مراکز اطلاع‌رسانی تخصصی است، می‌تواند با استفاده از قابلیت‌های تجارت الکترونیکی به اجرا درآید. در صورت استفاده از این قابلیت‌ها همان‌گونه که در بالا نیز به آن اشاره شد، می‌توان در کاهش زمان ارائه خدمات و هزینه‌های پرداختی آن به‌خصوص برای کاربران از راه دور اقدام کرد. همچنین در صورت داشتن اهداف مادی از ارائه خدمات فوق، به آن جامعه عمل پوشاندن به نحوی که در ارائه خدمات فوق‌رضایت کاربران که جزء رسالت این مراکز است، حاصل شود و انجام عملیات مالی با سرعت هرچه بیشتر انجام پذیرد.

مدیریت

یکی از بخش‌های مهم و کلیدی مراکز اطلاع‌رسانی بخش مدیریت است، چرا که گنجینه علم و هنر، فناوری، اختراعات و اکتشافات بشری به خودی

خود قابل بهره‌برداری نیست و نمی‌تواند در تولید نقشی داشته باشد. بهره‌برداری از اینها مستلزم نظام اداری است و مدیریت صحیح پایه و اساس این نظام است. فعالیت‌های مدیریتی برپایه برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، کنترل و هماهنگی استوار است. مدیر موفق مدیری است که اهمیت هر یک از موارد مذکور را تشخیص دهد و برای اجرای هرچه بهتر آنها تلاش کند.

تجارت الکترونیکی با توجه به امکاناتی که در اختیار مدیر قرار می‌دهد، می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای سودمند تلقی شود. وضوح بیشتر درآمدها و هزینه‌های مراکز با استفاده از تجارت الکترونیکی از امتیازات برجسته آن است. مدیران می‌توانند با در اختیار داشتن این اطلاعات برای برنامه‌ریزی فعالیت‌های آتی سازمان و سایر فعالیت‌های مدیریتی در این راستا اقدام کنند. همچنین تجارت الکترونیکی با توجه به امکان درآمدزایی که دارد می‌تواند مدیر را در اجرای طرح‌های جدید و ارائه خدمات بهینه به کاربران یاری دهد و به مدیر، توانایی تهیه تسهیلات مناسب می‌دهد. بنابراین با استفاده از تجارت الکترونیکی مدیر می‌تواند در افزایش کارایی مجموعه تحت حیطه خود و نیز سودمندی خدمات ارائه شده در این مجموعه اقدام کند.

با توجه به مطالبی که در زمینه نقش تجارت الکترونیکی در بخش‌های مختلف کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی تخصصی اشاره شد، می‌توان تأثیر آن را نیز به وضوح در این بخش‌ها مشاهده کرد. همان‌گونه که در قسمت‌های دیگری از متن حاضر بیان شده است، آثاری که تجارت الکترونیکی در بخش‌های مختلف این مراکز می‌گذارد، دارای جوانب مختلفی است. با توجه به اینکه این آثار به تفصیل در بخش‌های مختلف متن حاضر بیان شده است، در اینجا به برخی

تجارت الکترونیکی واحدی را در کتابخانه تخصصی
مورد استفاده قرار دهید؟

برای اینکه استفاده از تجارت الکترونیکی را در
کتابخانه تان آغاز کنید، باید مفهوم این اصطلاح فراگیر
جدید (تجارت الکترونیکی) را بدانید، سپس اهداف
کتابخانه تان را مشخص کنید تا بدانید که آیا تجارت
الکترونیکی ممکن است شما را به این اهداف برساند
یا نه؟ در مرحله بعد راهبرد تجارت الکترونیکی تان را
مشخص کنید. سپس شروع به طراحی یک سایت
برای تجارت الکترونیکی مرکزتان بکنید و در انتها
نتیجه فرآیند به دست آمده را در عمل ببینید.

تجارت الکترونیکی معمولاً مفهوم سودآوری از
فعالیت های تحت وب را می رساند، اما آن در واقع
درباره استفاده از وب برای کسب درآمد است. تجارت
الکترونیکی ممکن است شامل موارد زیر باشد:
فعالیت های مالی که به صورت الکترونیکی اجرا
می شوند؛

پرداخت وجوه به صورت پیوسته برای خدمات
یا محصولاتی که به صورت ناپیوسته به مشتری ارائه
می شوند؛

- بازاریابی پیوسته در حالی که مبادله یا ارائه
خدمات یا محصولات به صورت ناپیوسته است؛

- تبلیغات برای تشویق افراد به بازدید از مؤسسه (۱۲۹۵).
برای رسیدن به این مفاهیم، تجارت الکترونیکی
را به سه سطح اصلی تقسیم می کنیم:

۱. تجارت الکترونیکی مستقیم یا بی واسطه.
این نوع تجارت، انتقال عملگرهای مالی را
به صورت پیوسته در برمی گیرد، که می تواند شامل تهیه
سفارش یا پرداخت پیوسته برای کالاها و خدمات
متنوع باشد، جایی که پرداخت معمولاً به صورت
پیوسته انجام می پذیرد، در حالی که مبادله کالا و
خدمات به صورت ناپیوسته است.

از آنها فهرست وار اشاره می کنیم:

۱. افزایش کارایی؛
۲. توسعه منابع اطلاعاتی جدید؛
۳. افزایش درآمد؛
۴. فراهم نمودن خدمات کیفی بهتر؛
۵. افزایش سرعت مبادله اطلاعات؛
۶. امکان دستیابی بهتر به اطلاعات؛
۷. افزایش بهره وری؛
۸. کاهش هزینه های مدیریتی؛
۹. افزایش مشتری مداری.

اجرای موارد بالا و سایر مواردی که هنوز مشخص
نشده اند، می تواند باعث علاقه بیشتر در استفاده از
تجارت الکترونیکی شوند.

فرآیند به کارگیری تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی تخصصی ایران

با توجه به ضرورت هایی که برای به کارگیری
تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی تخصصی
ایران ذکر شد، به ضرورت استفاده از خدمات این نوع
تجارت در این مراکز پی می بریم. در این بخش
تلاشمان براین است تا مراحلی را که برای به کارگیری
تجارت الکترونیکی در مراکز مورد ذکر ضروری است،
به طور خلاصه بیان شود.

مؤسسات و سازمان های مختلفی مانند دولت ها،
کتابخانه ها، موزه ها و شرکت های غیرانتفاعی در
سراسر جهان، استفاده از تجارت الکترونیکی را برای
انجام فعالیت های مختلفی از وصول وجوه تا انتشار
منابع به مشتریان آغاز کرده اند. اما با وجود این، آیا
تجارت الکترونیکی برای کتابخانه تخصصی شما نیز
می تواند استفاده شود؟ و اگر چنین است، چگونه باید

۲. تجارت الکترونیکی غیرمستقیم.

این نوع تجارت به استفاده از وب برای کسب درآمد، بدون پرداخت‌های مستقیم در سایت وب کتابخانه اشاره دارد. برای مثال تبلیغ پیوسته برای بازدید از کتابخانه ممکن است تجارت الکترونیکی غیرمستقیم تلقی شود.

۳. تجارت الکترونیکی دیجیتال.

این نوع تجارت منحصرأ در محدوده اینترنت است. پرداخت و مبادله کالا و خدمات هر دو در یک رسانه الکترونیکی قرار می‌گیرند. یک نمونه آن، متن یا تصویری است که به صورت پیوسته در سایت کتابخانه قرار دارد و افراد می‌توانند به صورت پیوسته (مثلاً توسط کارت اعتباری) و یا از طریق مبادله (مثلاً توسط پست الکترونیکی) به آن دستیابی داشته باشند. (۲۴-۲۵)

پس از شناسایی تجارت الکترونیکی و درک نقاط قوت و ضعف آن، باید اهدافتان را در استفاده از آن مشخص سازید. درآمدزایی هدف اولیه بیشتر کتابخانه‌های تخصصی نیست، اما به این معنا نیست که تجارت الکترونیکی برای کتابخانه‌ها و کتابداران اهمیت ندارد. تجارت الکترونیکی به طور بالقوه‌ای اهداف کتابخانه‌ها در قرن ۲۱ را تقویت کرده است. کتابخانه‌ها در اینترنت بیشتر در دسترس هستند، روش‌های جدید رضایتمندی کاربران توسعه می‌یابد و کاربر مداری نیز می‌تواند به طور قابل ملاحظه‌ای رشد کند. به عنوان مثال، کتابخانه‌ها می‌توانند نوع دستیابی کاربرانشان به اطلاعات را اصلاح کنند. تجارت الکترونیکی، حداقل می‌تواند مثل روشی برای اصلاح هزینه کتابخانه‌ها به کار رود و حداکثر می‌تواند تمامی امکانات رابه وجود آورد و محل درآمد جدیدی را فراهم سازد. حال جا دارد به این مسئله نیز توجه کنیم که چگونه می‌توانیم به طور مؤثری از تجارت

الکترونیکی برای وصول به اهداف کتابخانه استفاده کنیم؟

هر کتابخانه تخصصی، زمانی که با اینترنت و تجارت الکترونیکی سروکار دارد، انتظارات و نیازهای متفاوتی دارد. حائز اهمیت است که اهداف کتابخانه براساس پیشرفت‌ها و فناوری‌های روز ایجاد شود. یکی از این اهداف ممکن است افزایش درآمد باشد، اما تفکر درباره اهداف دیگر نیز اهمیت دارد. برخی از این موارد ممکن است، افزایش کارایی و خدمات افزوده برای مراجعان باشد. مهم‌ترین مسئله برای کتابخانه تشخیص قابلیت‌های منابع و خدمات، انتقال به محیط الکترونیکی و اصلاح تمام سطوح خدمات ارائه شده به مشتریانی است که به کتابخانه در هر رسانه‌ای دسترسی دارند.

پس از شناسایی اهداف باید راهبردی را برای وصول به این اهداف توسعه دهیم. راهبرد تجارت الکترونیکی مدرک آشکاری است که به وضوح مشخص می‌کند که چگونه تجارت الکترونیکی و محیط پیوسته، ممکن است مؤسسه را در درآمدزایی از اینترنت به طور مستقیم یا غیرمستقیم کمک کند. راهبرد، بر اهداف پیوسته و ناپیوسته اتکا دارد و فرایند مرحله به مرحله اجرایی یا اصلاحی تجارت الکترونیکی و فعالیت‌های پیوسته کتابخانه را فراهم می‌کند. راهبرد باید با توجه به نیازهای کتابخانه تهیه شود. بنابراین راهبرد شما، یک طرح کلی است از اینکه چه روشی برای راه‌اندازی تجارت الکترونیکی در یک کتابخانه مناسب است و در متقاعد ساختن مدیران عالی در مورد اهمیت فعالیت‌های پیوسته، کمک خواهد کرد (۲۹-۳۰).

دادوستدها ممکن است کوچک باشند، اما اینترنت به شما امکان می‌دهد که وسیع فکر کنید. برای حضور در این عرصه نیاز به سایت وب مخصوص تجارت

خدمات روزافزون آن در این مراکز بهره چندانى گرفته نمى شود. مبادله الكترونيكى اطلاعات و کاربردهاى مختلف آن، همكارى بين كتابخانه اى و استفاده از مبادله الكترونيكى اطلاعات و نيز خدمات تجارت الكترونيكى از جمله مباحثى هستند كه مى توانند در اين مراکز گره گشاي مشكلات در زمينه هاى گوناگون باشند، ولى به علت عدم آشنائى و نداشتن راهكارهاى براى استفاده از آنها از چنين خدماتى بهره چندانى نبرده اند. علاوه بر اينها با استفاده از اين خدمات از مزايای فراوان ديگر از جمله حذف محدوديت هاى زمانى و مكاني، کاهش قيمت منابع براى خريد، افزايش كارآيى و نظاير آن بهره مند مى شوند.

آشنائى با تجارت الكترونيكى و به كارگيرى آن در اين مراکز فوايد زيادى دارد، لذا به همين منظور راهكارى براى استفاده از آن در اين مراکز ارائه شده است بدين صورت كه اين مراکز بايد اهداف خود را در اين راستا مشخص سازند و پس از شناسايى اهداف، بايد راهبرد را براى وصول به اهداف توسعه دهند. در تهيه راهبرد بايد به عناصر دخیل در تهيه آن و همچنين مواردی كه بايد مدنظر قرار گیرد توجه شود، تا بتوانند راهبردى كارآمد براى به كارگيرى تجارت الكترونيكى در مراکز خود تهيه كنند. پس از تهيه راهبرد بايد سايت وبى را براى تجارت الكترونيكى طراحى كنند. روزآمد سازى اهداف، راهبرد و سايت وب از جمله مسائل مهم در اين بخش است و همواره بايد به كاربرمدارى اين فرآيند، توجه كافى مبذول شود. اميد است با بهره گيرى از اين خدمات در ارائه خدمات بهينه به كاربران، نهايت تلاش خود را بكنيم و در اين راستا، مراكزى پويا و كارآمد داشته باشيم.

الکترونیکی دارید كه بايد حاوى نيازمندى هاى مؤسسه تان باشد و در عين حال كاربرمدار باشد تا كاربران بتوانند به راحتى از آن استفاده كنند. براى اين كار نياز به آشنائى با اصول طراحى سايت، مربوط به تجارت الكترونيكى داريد.

نتیجه گیری

تحقيق حاضر وضعيت كتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانى تخصصى ايران را كه با شبكه جهاني اينترنت مرتبط هستند را روشن مى سازد. اينترنت در كتابخانه ها، کاربردهاى مختلفى از قبيل سازماندهى، فراهم آورى منابع و موارد مشابه ديگر دارد كه بيشترين استفاده در اين مراکز را به خود اختصاص داده اند. على رغم استفاده از اينترنت در بخش هاى مذكور، شاهد

مبادله الكترونيكى اطلاعات

و کاربردهاى مختلف آن،

همكارى بين كتابخانه اى و

استفاده از مبادله الكترونيكى

اطلاعات و نيز خدمات تجارت

الکترونيكى از جمله مباحثى

هستند كه مى توانند در اين

مراکز گره گشاي مشكلات در

زمينه هاى گوناگون باشند

سطحى نگرى اين مراکز به آن هستيم. چرا كه از

5. Harris, Lesley Ellen. "Libraries and E-Commerce:

Improving Information Services and Beyond".

Information Outlook, 3(March 2000): 24-30.

6. Pedley, Paul. "Your Chance to Shape the Future E-Commerce in Libraries". Managing Information, 6(Oct. 1999): 42-43.

7. Verisign. "How to Create an E-Commerce web Site". 2000 [on-line] Available: <http://www.verisign.com>.

تاریخ دریافت: ۸۷/۲/۲۱

ماخذ

۱. آذرنگ، عبدالحسین. **شدهای از اطلاعات و ارتباطات**. تهران: نشر کتابدار، ۱۳۷۸.

۲. علیپور حافظی، مهدی. **تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی** در مجموعه مقالات همایش جهانی شهرهای الکترونیکی و اینترنتی، جزیره کیش: شورای عالی اطلاع رسانی، پژوهشکده الکترونیک دانشگاه علم و صنعت ایران، سازمان منطقه آزاد کیش، ۱۳۸۰، ص ۳۶-۳۹.

۳. میرزایی فر، نسرين، **راهنمای اساسی در تجارت الکترونیکی**. **پایان نامه کارشناسی مهندسی کامپیوتر (نرم افزار)**. دانشکده مهندسی کامپیوتر، دانشگاه علم و صنعت ایران، ۱۳۷۹.

۴. وزیرپور کشمیری، مهردخت. **اینترنت، شبکه جهانی اطلاع رسانی: ارزیابی کاربرد آن در کتابخانه های دانشگاه ها و مؤسسات تحقیقاتی ایران**. **پایان نامه دکتری علوم کتابداری و اطلاع رسانی**، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی. واحد علوم و تحقیقات، ۱۳۷۹.