

## مقدمه :

بسیاری از اقتصاد دانان و متخصصین بر این عقیده اند که انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته که جهان را وارد عرصه اطلاعات ساخته و بسیاری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی عظیم نموده است.

رشد روزافزون فن آوری بخصوص فن آوری اطلاعات (IT) در جهان، موانع و مشکلات زمانی و مکانی مربوط به امور تجاری را کاهش داده است و دسترسی عمومی مردم به اینترنت باعث شده امکان تجارت و کسب و کار از طریق اینترنت و یا به عبارتی تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی از جایگاه ویژه ای در کشورهای توسعه یافته برخوردار شود.

در سالهای اخیر کشورهای توسعه یافته با کنارگذاشتن تدریجی تجارت سنتی مبتنی بر کاغذ و مبادله فیزیکی اسناد، به شیوه تجارت الکترونیکی روی آورده اند.

روش تجارت الکترونیکی معروف به تجارت بدون کاغذ، صرفه جویی در زمان، هزینه ها و نیروی انسانی را به دنبال داشته و شاخص های بهره وری را افزایش داده است اما این شیوه هنوز در کشور ما جایگاه خود را به دست نیاورده است.

در این گزارش کوتاه ضمن تعریفی از مفهوم تجارت الکترونیکی، مزایای استفاده از آن در تجارت جهانی و فرآیند کاربرد آن در معاملات تجاری و بازرگانی توضیح داده خواهد شد و علل عدم گسترش این پدیده در کشورمان و راهکارهای توسعه و پیشرفت در این زمینه ارائه خواهد شد.

## تعریف:

تجارت الکترونیکی (Electronic commerce) به مفهوم انجام معاملات و انتقال اطلاعات تجاری بدون تبادل کاغذ و بطور مستقیم به کمک رایانه ها و از طریق خطوط مخابراتی می باشد.

برای یکسان سازی و هماهنگی این ارتباطات رایانه ای در سطح جهانی استانداردهایی تدوین گردیده که به عنوان زبان مشترک در امر تجارت به کار گرفته شده است و به استاندارد ادیفاکت شهرت دارد. (۱)

اجزای اصلی تجارت الکترونیکی عبارتند از:

الف) پیام های استاندارد

ب) نرم افزار مبادله الکترونیکی داده ها

ج) ارتباطات شبکه یا شبکه ارتباطات

---

(۱) استاندارد ادیفاکت در سال ۱۹۸۷ بوسیله سازمان ملل متحد اعلام شده و برای کاربرد در تجارت الکترونیکی ترویج و توصیه گردیده است و شامل یکسری قواعد و دستورالعمل هایی هستند که به موجب آن می توان اطلاعات یک سند تجاری را توسط نرم افزار مترجم به پیام های الکترونیکی ادیفاکت تبدیل نمود و این پیام ها نیز از طریق شبکه مخابرات بین المللی به رایانه گیرنده منتقل می شود.

## ویژگی های کلی تجارت الکترونیکی (EC)

🖥️ جهانی نمودن تجارت

🖥️ برداشتن محدودیتهای زمانی و مکانی

🖥️ کاهش قیمت منابع جهت خرید

🖥️ افزایش درصد فروش

🖥️ دسترسی آسان به اطلاعات

🖥️ کاهش هزینه های معاملاتی

🖥️ کاهش هزینه های زمانی

## مزایای تجارت الکترونیکی :

🖥️ تاخیر ناشی از تهیه مدارک را از بین می برد.

🖥️ امکان بروز اشتباه را کاهش می دهد.

🖥️ صرفه جوئی در زمان، نیروی انسانی و هزینه های اداری را به دنبال دارد.

🖥️ هزینه های نیروی کار را کاهش می دهد.

🖥️ جریان گردش اطلاعات را روان می سازد.

🖥️ حجم زیاد استانداردهای تکراری را کاهش می دهد.

## ابزارهای تجارت الکترونیکی :

ابزارهای اصلی تجارت الکترونیکی عبارتند از :

۱- کد میله ای (بارکد) : با پذیرش عضویت در مرکز ملی شماره گذاری کالا و خدمات به دست می آید که هر شرکت می تواند پیش شماره ای را به خود اختصاص دهد که این پیش شماره برای تعیین شماره محصولات شرکت مورد استفاده قرار می گیرد و شناسایی آن محصول را در سرتاسر جهان امکانپذیر می سازد.

۲- پست الکترونیکی (E-mail) : ارسال نامه بصورت الکترونیکی می باشد که ویژگی

هایی به شرح ذیل دارد :

\* اول اینکه رسیدن نامه به مقصد موردنظر کاملاً تضمین می گردد.

\* دوم اینکه زمان ارسال نامه کمتر از چند ثانیه طول می کشد.

\* سوم اینکه با توجه به امکانات کامپیوتری ارسال نامه های متعدد ولی با یک مضمون به اشخاص و شرکتهای مختلف بسیار آسان می گردد.

از دو طریق می توان صندوق پست الکترونیکی دریافت نمود :

یکی از طریق سرویس دهندگان اینترنت در داخل کشور که با مراجعه به آنها می توان یک آدرس پست الکترونیکی دریافت نمود و دیگری از طریق استفاده از سرویس های ارائه دهنده پست الکترونیکی بین المللی (مثل YAHOO , HOTMAIL و ...) که بصورت رایگان می باشد.

۳- بانکداری الکترونیکی (E-BANKING) : شامل انجام تمام فرآیندهای مالی بانکها

از طریق مبادله الکترونیکی داده هاست که ارائه خدمات به مشتریان را سرعت بخشیده و انجام عملیات بانکی با دقت بیشتری انجام می پذیرد.

## انواع تجارت الکترونیکی :

- ۱- تجارت کالا و خدمات و اطلاعات بین بنگاهها (B2B)
- ۲- تجارت کالا و خدمات و اطلاعات بین بنگاهها و مصرف کننده (B2C)
- ۳- تجارت کالا و خدمات و اطلاعات بین مصرف کنندگان (C2C)
- ۴- تجارت کالا و خدمات و اطلاعات بین بنگاهها و سازمانهای دولتی (B2A)
- ۵- تجارت کالا و خدمات و اطلاعات بین مصرف کنندگان و سازمانهای دولتی

(C2A)

تجارت الکترونیکی زیرمجموعه کسب و کار الکترونیکی است و فرمول کسب و کار

الکترونیکی به شرح ذیل است :

برنامه ریزی منابع شرکت + مدیریت بر زنجیره تامین + مدیریت روابط با مشتری + توانائی شرکتها+ تجارت الکترونیکی = کسب و کار الکترونیکی

$$EB = EC + BI + CRM + SCM + ERP$$

## زیرساختهای تجارت الکترونیکی :

- 🖥️ ایجاد سیستم های استاندارد داخلی و جهانی
- 🖥️ ایجاد سیستم های پرداختی مناسب در معاملات
- 🖥️ ایجاد زیرساختهای مخابراتی لازم
- 🖥️ مسائل قانونی و حقوقی و ایمنی پیام رسانی برای حفظ حقوق افراد
- 🖥️ امنیت و حفظ حریم شخصی افراد با ایجاد مقررات لازم در این زمینه
- 🖥️ ارتباط تنگاتنگ و دوجانبه بخش تجارت با بخش های مختلف دولت از طریق

### الکترونیکی

- 🖥️ ایجاد دولت الکترونیکی یا دولت دیجیتالی و استقرار آن در کل جامعه

## فرآیند کاربرد تجارت الکترونیکی در یک بنگاه :

\*مرحله اول : ایجاد طرح تجارت الکترونیکی (یک سیستم بررسی شیوه)

\*مرحله دوم : انتخاب یک راه توسعه از میان راههای توسعه ای زیر :

- 🖥️ بکاربردن ASP برای انجام کلی کار
- 🖥️ خرید یک بسته نرم افزار کاربردی و نصب آن
- 🖥️ ایجاد سیستم داخلی در بنگاه
- 🖥️ پیوستن به یک بخش و یا مکان خرید الکترونیکی مثل سایت حراج
- 🖥️ ایجاد یک سایت مشخص برای بنگاه
- 🖥️ بکاربردن ترکیبی از راههای فوق

\* مرحله سوم : نصب کردن ، ارتباط و غیره

مرحله چهارم : مهیا سازی

مرحله پنجم : عملکرد

مرحله ششم : حفاظت

### **پرداختهای الکترونیکی در تجارت الکترونیکی :**

در پرداختهای الکترونیکی علاوه بر کارتهای اعتباری، وجوه دیگری از قبیل کارتهای هوشمند (Smart cards) و چکها و حواله های الکترونیکی را می توان نام برد. نقطه مشترک همه این روشها آن است که همگی، توانائی انتقال یک پرداخت از شخص به شخص دیگر را در داخل شبکه و بدون آن که نیاز به دیدار آن دو شخص باشد، دارند. در هریک از این روشها معمولاً چهار گروه درگیر هستند :

۱- موسسه گشایشگر : بانک یا یک موسسه غیربانکی که وسیله پرداخت الکترونیکی را به منظور انجام خرید ایجاد می کند.

۲- مشتری/ پرداخت کننده/ خریدار : گروهی که پرداختهای الکترونیکی را به منظور خرید کالا و خدمات انجام می دهند.

۳- بازرگان/ دریافت کننده/ فروشنده : گروهی که پرداختهای الکترونیکی را طی مبادله کالا و خدمات دریافت می کنند.

۴- قانونگذار : یک ارگان دولتی است که طبق مقررات خاصی فرآیند پرداختهای الکترونیکی را کنترل می کند.

نقش کلیدی را در این میان موسسات گشایشگر دارند چرا که مشتریان ، حسابهای پرداخت الکترونیکی خود را ابتدا از آنها می گیرند.

### **سایت های مهم در ارتباط با تجارت الکترونیکی :**

برخی از سایتهائی که توانائی اجرای بخشی از کسب و کار الکترونیکی را دارند و دائماً در حال پیشرفت می باشند عبارتند از :

[www.webmethods.com](http://www.webmethods.com)

[www.IBM.com](http://www.IBM.com)

[www.openmarket.com](http://www.openmarket.com)

[www.interworld.com](http://www.interworld.com)

[www.business2.com](http://www.business2.com)

[www.ECtoday.com](http://www.ECtoday.com)

[www.ebay.com](http://www.ebay.com)

[www.etrade.com](http://www.etrade.com)

[www.ecommerce.Gov](http://www.ecommerce.Gov)

[www.ICCIRAN.com](http://www.ICCIRAN.com)

[www.RAhnema.com](http://www.RAhnema.com)

### مشکلات عدم گسترش تجارت الکترونیکی در ایران :

الف) عوامل عمومی شامل :

- 📖 آشنابودن و دسترسی نداشتن عموم مردم به رایانه
- 📖 عدم آموزش همگانی از طریق رسانه های گروهی
- 📖 عدم جدیت در آموزش تجارت الکترونیکی در آموزشگاهها و مراکز آموزشی
- 📖 کامل نبودن شبکه های اطلاع رسانی تجاری
- 📖 عدم آگاهی عمومی از مزایای تجارت الکترونیکی
- 📖 پائین بودن سواد زبان انگلیسی در جامعه

ب) عوامل دولتی شامل :

- 📖 فقدان اطلاعات موردنیاز در شبکه های اطلاع رسانی تجاری

مشکلات و موانع ناشی از نظام اداری موجود

عدم گسترش نقاط تجاری (trade point) در سراسر کشور

فقدان همکاری و مشارکت نهادهای ذیربط در تجارت الکترونیکی

ضعف سیستم بانکی در گسترش تجارت الکترونیکی

ضعف قوانین و مقررات حقوقی در گسترش تجارت الکترونیکی

عدم کارآیی نظام بانکی کشور برای انجام عملیات تجارت الکترونیکی

### ج) عوامل تخصصی :

ضعف شبکه های مخابراتی در استفاده از فن آوری های جدید مثل ماهواره ،

فیبر نوری، سیستم های با ظرفیت عبور زیاد و ...

نبود امنیت تبادل الکترونیکی اطلاعات (بانکی، قراردادهای) و ...

کمبود نیروهای تخصصی در زمینه تجارت الکترونیکی

عدم بکارگیری فراگیر بارکد (رمزینه) برای شناسائی کالاها و خدمات در

کشور

## پیشنهادات و راهکارهای توسعه تجارت الکترونیک در کشور

- ۱- تعیین نیازهای اطلاعاتی مصرف کنندگان از هر طبقه و ارائه اطلاعات به هنگام توسط ارگانهای ذیربط
- ۲- حمایت ارگانهای دولتی برای در اختیار قرار دادن اطلاعات بازرگانی
- ۳- فعال شدن مراکز رایزنی تجاری در کشورهای خارجی برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد زمینه های تجاری آن کشورها
- ۴- بررسی و تغییر و تحول در قانون تجارت به منظور سهولت استفاده از EC
- ۵- آموزش فرهنگ استفاده از EC به بنگاههای اقتصادی و غیره
- ۶- اصلاح و تقویت زیرساختهای مخابراتی کشور و ایجاد خطوط مخابراتی سریع و پر حجم
- ۷- ایجاد امنیت در استفاده از شبکه های رایانه ای از طریق جلوگیری از دخالت قانونی
- ۸- همکاری بیشتر سازمانهای مرتبط با امر تجارت (بانک مرکزی، وزارت بازرگانی و گمرک) در اجرای مطلوب EC.
- ۹- بررسی و تغییر و تحول در نظام بانکی کشور بمنظور سهولت استفاده از EC
- ۱۰- بررسی و تغییرات لازم در قوانین و مقررات حقوقی در ارتباط با EC

## بخشی از پروژه های انجام شده در کشور جهت استقرار تجارت الکترونیکی :

۱- پروژه های آسیکودا در گمرک ایران برای مکانیزه کردن روشهای ترخیص کالا که در این پروژه کلیه گمرکات کشور در یک شبکه رایانه ای متصل به هم قرار می گیرند و اگر این پروژه بطور کامل راه اندازی شود و سایر بخش ها از جمله سیستم بانکی کشور هم به آن متصل شود تجار عملاً برای ترخیص کالا و عملیات تجاری خود نیازی به مراجعه به گمرکات کشور ندارند بلکه از طریق رایانه و در دفتر کار خود تمامی مراحل گمرکی را انجام می دهند.

۲- پروژه سوئیفت در سیستم بانکی که بوسیله این سیستم در کشور کلیه شعب ارزی داخل و خارج کشور در یک سیستم رایانه ای متصل به هم قرار می گیرند و تمام ارتباطات مالی، پرداخت ها، انتقال اعتبارات و ... از طریق این سیستم انجام می پذیرد. در حال حاضر بانکهای مرکزی، ملی، تجارت، صادرات، سپه، ملت و بانک توسعه صادرات ایران به این سیستم متصل هستند.

۳- پروژه های در دست اقدام وزارت بازرگانی شامل :

📁 طرح مطالعات امکان سنجی تجارت الکترونیکی (متا)

📁 طرح ایجاد مرکز پیشگام تجارت الکترونیکی (مپتا)

📁 طرح ایجاد مرکز صدور گواهی دیجیتال

📁 طرح آموزش همگانی و ترویج استفاده از خدمات تجارت الکترونیکی

📁 طرح استاندارد کدینگ کالا و خدمات فعالیت ها

📁 طرح ایجاد شبکه جامع اطلاع رسانی بازرگانی کشور

📁 طرح گسترش و تکمیل نقطه تجاری ایران در سراسر کشور

۴- تشکیل کمیته ملی ادیفاکت ایران و زیرگروه‌های کاری آن با هدف مشارکت در تدوین استانداردهای مربوط به مبادله الکترونیکی داده‌ها برای امور اداری،

تجاری و ترابری و حضور فعال در تصمیم‌گیری‌های مربوطه

۵- عضویت کمیته ایران در شورای تسهیل تجاری و تجارت الکترونیکی آسیا و اقیانوسیه

۶- برنامه ریزی برای راه‌اندازی منطقه‌ای تجارت الکترونیکی (طرح کلمبو)

۷- فعال کردن کمیسیون بازرگانی، اقتصادی و تجارت الکترونیکی شورای اطلاع‌رسانی کشور برای هماهنگی اجرای طرح‌های تجارت الکترونیکی

### **واژه‌ها و اصطلاحات مرتبط با تجارت الکترونیک**

**اینترنت (Internet):** شبکه اطلاع‌رسانی بین‌المللی رایانه‌ای می‌باشد که حجم عظیمی از اطلاعات در زمینه‌های گوناگون (علمی، فرهنگی، اقتصادی و ...) را در طول شبانه‌روز و در اقصی نقاط جهان در اختیار کاربران قرار می‌دهد.

**پست الکترونیکی (E-mail):** وسیله‌ای ارزان و سریع در اینترنت می‌باشد که می‌توان با استفاده از آن به کلیه کشورهای جهان پیام‌ها و تصاویر اسناد، نقشه‌ها و عکس‌های رنگی را ارسال نمود.

**صفحه اختصاصی (home page):** کاربردی است در شبکه جهانی اینترنت که از طریق آن بروشورها و آگهی‌های تبلیغاتی شرکتها و موسسات بصورت الکترونیکی در سطح جهان توزیع می‌شود.

**کارت اعتباری (Credit Card):** کارتهای اعتباری و مالی هستند که دارای شماره رمز می‌باشند و خریدار شماره کارت اعتباری خود را بوسیله پست الکترونیکی و از طریق

فرم سفارش برای فروشنده ارسال می کند و فروشنده نیز مبلغ سفارش را برداشت می کند.

**پول الکترونیکی (E-Cash):** روش جدیدی از پرداخت است که مزیت‌هایی نسبت به کارت اعتباری دارد یعنی خریدار کالا با استفاده از نرم افزار خاصی که کیف پول الکترونیکی (Electronic Purse) نام دارد به بانکهای شبکه ای که در آنجا حساب وجود دارد متصل می شوند و مقداری پول از حساب خود برداشت و در کیف الکترونیکی خود قرار می دهند و با آن از فروشگاههای شبکه خرید می کنند.

پول الکترونیکی با قوی ترین روشها رمزگذاری می شود و ایمنی آن بسیار بالاست. **فرصتهای تجاری (ETO):** اطلاعات عرضه و تقاضا می باشد که بصورت آگهی روی شبکه های اینترنتی ظاهر می شوند و کاربران می توانند با استفاده از این سرویس کالاهایشان را به بازارهای جهانی معرفی نمایند و برای کالاهای خود بازاریابی کنند. فرصتهای تجاری روز با استانداردهایی که سازمان ملل تعیین کرده است بطور روزانه روی شبکه های نقاط تجاری جهان و از جمله نقطه تجاری ایران (IRTP.net) قرار می گیرند.

**نقاط تجاری (T.P):** مراکزی هستند که با استفاده از شبکه های رایانه ای تسهیلات بازرگانی لازم جهت فرآیند تجارت را بصورت متمرکز در جهت کاهش هزینه و زمان در اختیار کاربران قرار می دهند.

**شبکه آگاهگر:** شبکه اطلاع رسانی بازرگانی کشور می باشد که تجار و بازرگانان با استفاده از آن ، مجموعه اطلاعات موردنیاز خود را در فعالیتهای بازرگانی دریافت می نمایند.

**شبکه سوئیفت (SWIFT):** شبکه بین المللی ارتباطات بین بانکی می باشد که تمام ارتباطات مالی بانکهای عضو از طریق آن انجام می گیرد.

**آسیکودا (ASICODA):** پروژه بزرگ گمرک جمهوری اسلامی ایران می باشد که در آن کلیه عملیات گمرکی برای ترخیص کالا از طریق شبکه رایانه ای انجام می شود.

**ادیفاکت (Edifact):** استانداردهای بین المللی EDI می باشد که توسط دو سازمان بین المللی اعمال می شود: یکی سازمان استانداردهای بین المللی (ISO) که مسئولیت تدوین قواعد، مبادله الکترونیکی داده ها (EDI) را برعهده دارد و شامل ۶ هیئت ادیفاکت اروپای غربی، اروپای شرقی، آمریکا، استرالیا و زلاندنو، آسیا و آفریقا می باشد. مجموعه untdid کتاب راهنمای مبادله داده های تجاری سازمان ملل متحد است.

## آشنایی با اداره اطلاع رسانی و تجارت الکترونیک :

این اداره یکی از اداره های تحت پوشش حوزه معاونت بازرگانی خارجی سازمان بازرگانی فارس می باشد که به تازگی شکل گرفته و وظیفه پیگیری تدوین و اجرای راهکارهای توسعه تجارت الکترونیکی در استان فارس را برعهده گرفته است و برنامه های زیر را در دست اقدام دارد :

- ۱- ایجاد تشکل تجارت الکترونیکی در استان با همکاری بخش خصوصی
- ۲- تشکیل میز تخصصی تجارت الکترونیکی در سازمان جهت بهره گیری از نظرات کارشناسی افراد زبده این رشته در استان
- ۳- برپائی سمینارهای فصلی و دوره های آموزشی در زمینه آموزش و آگاه سازی تخصصی تجارت الکترونیکی
- ۴- فرهنگ سازی عمومی در زمینه استفاده از شبکه های اطلاع رسانی بازرگانی و بازاریابی الکترونیکی
- ۵- پیگیری ایجاد بازارهای مجازی الکترونیکی کالا و خدمات استان در شبکه جهانی اینترنت با همکاری واحدهای تولیدی صادراتی و شرکتهای خدماتی فنی مهندسی
- ۶- پیگیری ایجاد رشته ها و گرایش های مرتبط با تجارت الکترونیکی در دانشگاه شیراز
- ۷- پیگیری ایجاد توسعه زیرساختهای موردنیاز تجارت الکترونیکی در استان (بانک، بیمه، مخابرات و ...)
- ۸- اطلاع رسانی و ارائه خدمات مشاوره ای به تجار و بازرگانان در زمینه مسائل بازرگانی و تجارت الکترونیکی

۹- پیگیری اجرای طرحهای توسعه تجارت الکترونیکی وزارت متبوعه در داخل

استان

۱۰- پیگیری ایجاد شبکه جامع اطلاع رسانی و نقطه تجاری ایران در مرکز استان. آ/

« والسلام »

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه ای بر تجارت الکترونیک
۲	تعریف تجارت الکترونیک
۳	ویژگیهای کلی تجارت الکترونیک
۳	مزایای تجارت الکترونیک
۴	ابزارهای تجارت الکترونیک
۵	انواع تجارت الکترونیک
۶	زیرساختهای تجارت الکترونیک
۶	فرآیند کاربرد تجارت الکترونیک
۷	پدافتهای الکترونیکی در تجارت الکترونیک
۸	سایتهای مهم در تجارت الکترونیک
۸	مشکلات تجارت الکترونیکی در ایران
۱۰	پیشنهادهای توسعه تجارت الکترونیکی در ایران
۱۱	پروژه های تجارت الکترونیکی در ایران
۱۲	واژه های مرتبط با تجارت الکترونیک
۱۵	آشنایی با اداره اطلاع رسانی و تجارت الکترونیک در سازمان بازرگانی استان فارس

وزارت بازرگانی  
سازمان بازرگانی استان فارس

**آشنایی با مفهوم  
«تجارت الکترونیک»  
E-COMMERCE  
و گسترش آن در ایران**

تهیه و تدوین :  
معاونت بازرگانی خارجی  
اداره اطلاع رسانی و تجارت الکترونیک  
تابستان ۸۳

### مشخصات گزارش

نام گزارش: آشنایی با مفهوم تجارت الکترونیک E-commerce و گسترش آن در ایران

تعداد صفحه: ۱۶ صفحه

تهیه و تنظیم: عطاءاله پویان

واحد سازمانی: معاونت بازرگانی خارجی

تاریخ تهیه گزارش: تیرماه ۸۳