**فهرست مطالب: ص1**

**چکیده ص2**

**مقدمه ص3**

**تاریخچه(پیشینه) ص4**

**تعریف تجارت الکترونیکی ص5**

**روند پيدايش و شكل گيري تجارت الكترونيك ص5**

**تجارت الکترونیک از حیث تراکنش‌ها(Transactions) ص7**

**تجارت فروشنده با فروشنده(B2B) ص8**

**تجارت فروشنده و مصرف کننده(C2B) ص8**

**تجارت مصرف کننده با فروشنده(B2C) ص9**

**تجارت مصرف کننده با مصرف کننده(C2C) ص9**

**تجارت نقطه به نقطه(P2P) ص9**

**تجارت فروشنده با اداره(A2B) ص10**

**تجارت مصرف کننده با اداره (A2C) ص10**

**تجارت الکترونیک در ایران ص11**

**مشکلات عدم گسترش تجارت ا لکترونیکی در ایران ص11**

**پیشنهادات و راهکارهای توسعه تجارت الکترونیک در کشور ص13**

**مزایا تجارت الکترونیک ص14**

**معایب تجارت الکترونیک ص15**

**نتیجه گیری ص16**

**چکیده :**

**امروزه تجارت الکترونیکی به روشی برای کسب وکار در دنیای مدرن تبدیل شده است . در این مقوله زمینه های کاربردی متعددی مانند : فعالیت های بانکی ، نشریات الکترونیکی ، پروتال های خرید و فروش ، بازاریابی و مدیریت و ... ایجاد شده است در دسترس بودن بازارهای جهانی به صورت 24 ساعته یکی از مزیت های مهم این نوع تجارت به شمار می رود. ایجاد امنیت و حمایت از حریم خصوصی در این مقوله اجتناب ناپذیر می باشد و ما باید برای استفاده بردن از این نوع تجارت تکنولوژی کاربردی آن را نیزایجاد کنیم.**

**مقدمه :**

**تجارت الکترونیک انجام کلیه فعالیتهای تجاری با استفاده از شبکه های ارتباطی کامپیوتری ، به ویژه اینترنت است . تجارت الکترونیک ، نوعی تجارت بدون کاغذ است . به وسیله تجارت الکترونیک تبادل اطلاعات خرید و فروش و اطلاعات لازم برای حمل ونقل کالاها ، با زحمت کمتر و مبادلات بانکی شتاب بیشتر انجام خواهد شد**

**تاریخچه:**

**ارتباط بین تجارت و تکنولوژی دیر زمانی است که وجود داشته و ادامه دارد. در واقع، یک پیشرفت تکنیکی باعث رونق تجارت شد و آن هم ساخت کشتی بود. در حدود ۲۰۰۰سال قبل از میلاد، فینیقیان تکنیک ساخت کشتی را بکار بردند تا از دریا بگذرند و به سرزمین‌های دور دست یابند. با این پیشرفت، برای اولین بار مرزهای جغرافیایی برای تجارت باز شد و تجارت با سرزمین‌های دیگر آغاز گشته و روشهای خلاقانه‌ای بصورتهای گوناگون به آن اضافه شد تا امروز که یکی از محبوبترین روشهای تجارت خرید اینترنتی در دنیای وب است. شما می‌توانید در زمانهای پرت، در هر زمان و مکان حتی با لباس خواب می‌توانید اینکار را بکنید.**

**يك عقيده دیگراين است كه اولين داد و ستدي كه توسط تلفن و يا فاكس انجام گرفت ، اولين داد و ستد به شكل تجارت الكترونيكي بوده است . اما تجارت الكترونيك به شيوه امروزي در دهه 60 ميلادي و بر مبناي « مبادله الكترونيك داده ها » EDI ، يعني تبادل الكترونيك اسناد استاندارد شده از يك رايانه به رايانه ديگر ، شكل گرفت. مبادله الكترونيك اطلاعات زمينه انتقال الكترونيكي اسناد تجاري را براي شركت ها فراهم نمود . مبادله الكترونيك داده ها سبب كاهش استفاده از كاغذ و سرعت بخشيدن به فرايند انتقال پيام در مبادلات تجاري گرديد و كم كم در تمامي فرايندهاي تجاري سازمانها نفوذ كرد و به مرور زمان با ارتقاي كارايي اين فرايندها ، به عنوان يكي از بخش هاي لاينفك تجارت درآمد .**

**با گذشت زمان و پديد آمدن ابزارهاي ذخيره ، بازاريابي و پردازش داده ها و دسترسي عامه مردم و سازمان ها و همچنين پيشرفت فناوري هاي مخابراتي و شبكه هاي كامپيوتري ، فرصتي پديد آمد كه بازيگران صحنه تجارت آن را بسيار سودمند يافتند .**

**پروژه پیاده سازی EDI سنگین و بسيار هزینه بر بود، نیاز به سرمایه گذاری بسیار براي آموزش پرسنل و تهیه بسترهای لازم داشت. لذا عموم کاربران آن را ، شرکتهای بزرگ مالی ، بانکها و گاهی شرکتهای بزرگ صنعتی تشکیل می دادند .**

**با پيشرفت غيرمنتظره اينترنت در سال 1972 ميلادي و توسعه فناوري جديد آرپانت پست الكترونيك براي اولين بار مورد استفاده قرار گرفت. اين پديده منجر به طرح نسخه جديدي از پروتكل انتقال داده به نام « پروتكل كنترل انتقال / پروتكل اينترنت » شد .**

**( آرپا(ARPA) يا آژانس پروژه هاي تحقيقاتي پيشرفته توسط وزارت دفاع امريكا در واكنش به پرتاب نخستين ماهواره يعني اسپوتنيک توسط اتحاد جماهير شوروي سابق تشكيل گرديد. يکي از پروژه هاي مهم اين آژانس تامين ارتباطات در زمان جنگ جهاني بود. در اواخر سال 1960 اولين شبکه کامپيوتري بين چهار کامپيوتر که دو تاي آنها در دانشگاه MIT، يکي در دانشگاه کاليفرنيا و ديگري در مرکز تحقيقاتي استنفورد قرار داشتند، با سرمايه گذاري آرپا راه اندازي شد. كه آن را آرپانت نام گذاري كردند. )**

**امروزه به لطف كاهش چشمگير قيمت سخت افزارها و انعطاف پذيري و سازگاري استانداردهاي نرم افزاري ، امكان مبادله اطلاعات در سطح جهان با هزينه هاي اندك براي عامه مردم فراهم شده است . مبناي اصلي و بنيادي تجارت الكترونيك به بيان ساده نيز همين دسترسي سريع ، ارزان و آسان به اطلاعات براي انجام داد و ستد از طريق اينترنت است .**

**تعریف تجارت الکترونیکی:**

**یک نوع تجارت آنلاین برای تولیدات و خدمات می باشد که در آن ارتباط بین فروشنده و خریدار تنها از طریق یک کامپیوتر برقرار می شود و با پیشرفت تلفن های همراه و وسایل ارتباط بی سیم این امکان از طریق این وسایل نیز فراهم شده است**

**روند پيدايش و شكل گيري تجارت الكترونيك:**

**به طور كلي ، روند پيدايش و شكل گيري تجارت الكترونيك به 5 مرحله قابل تقسيم بندي است**

**مرحله اول – پيدايش شبكه هاي خصوصي : همانگونه كه در بالا اشاره گرديد اولين گام در پيدايش تجارت الكترونيك در دهه 60 و 70 ميلادي و توسط برخي از دولت ها و تاجران بزرگ بين المللي كه مي كوشيدند تا تبادل اطلاعات و امنيت مربوط به آن را توسعه بخشند ، برداشته شد . در اين راستا ، مبادله الكترونيك داده ها كه در محدوده شبكه هاي خصوصي و محدود انجام مي گرفت ، به عنوان بستر و استاندارد اوليه براي نسل اول تجارت الكترونيك مورد استفاده قرار گرفت . البته در آن مرحله هزينه بالا و پيچيده بودن سيستم ، مانع گسترش آن شد و تنها تعداد كمي از سازمان ها ، نظير شركت هاي مالي از آن استفاده مي كردند .**

**مرحله دوم – پيدايش پست الكترونيك و چت : اين مرحله نسل اول مخابره اخبار همچون پست الكترونيك و چت كردن به وجود آمد . در اين مرحله استفاده از وب در ميان دانشگاهيان و اعضا مراكز علمي و تحقيقاتي و آموزشي رواج يافت.**

**مرحله سوم – ظهور مرورگرها : در سال 1995 ميلادي كه ظهور مرورگرها در وب براساس پروتكل انتقال فوق متن به وقوع پيوست و ايجاد صفحات ميزبان به عنوان يكي از ضروري ترين بخش هاي سايت هاي وب در اين سال انجام گرفت ، به عنوان مرحله سوم پيدايش تجارت الكترونيك به شمار مي رود .**

**مرحله چهارم – شروع فعاليت سايت هاي خرده فروشي : در 26اکتبر 1993،بیل کلینتون ریس جمهور امریکا ،با امضاء یک دستورالعمل دولت فدرال را موظف کرد که در کمترین زمان ممکن،تجارت الکترونیکی را برای خرید و فروش کالا ها در سطح امریکا به شکلی عملی درآورد.**

**طبق این دستورالعمل ،چهار مرحله برای راه اندازی تجارت الکترونیکی تعیین شد:**

**1.تا قبل از مارس 1994،باید ساختار و معماری یک تجارت الکترونیکی که قابل استفاده در سطح ایالات متحده باشد،تعیین گردد.**

**2.تاقبل از سپتامبر 1994، یک تجارت الکترونیکی اولیه که دولت فدرال و تولیدکنندگان خصوصی را قادر به تبادل اطلاعات مربوط به خریدها و قیمت محصولات می کند به طور عملی در سطح کشور پیاده شود.**

**3.تا قبل از جولای 1995،یک سیستم کامل تجارت الکترونیکی پیاده شود که قابلیت تبادل پول الکترونیکی و استفاده از بانکهای اطلاعاتی را دارا باشد.**

**4.تا قبل از ژانویه 1997 یک سیستم کامل تجارت الکترونیکی با تمام قابلیتهای ممکن در سطح کشور پیاده شود.**

**به اين ترتيب از اواسط دهه 1990 اولين سايت هاي خرده فروشي در تجارت الكترونيك به نام سايت هاي دات كام فعاليت خود را براي انجام معاملات اقتصادي كوچك شروع كردند . فعاليت هاي اين سايت ها و نتايج حاصل از آنها ، شركت هاي بزرگ تر را تشويق نمود تا وارد عرصه تجارت الكترونيك شوند و محصولات و خدمات خود را بر روي وب عرضه كنند . اين مرحله اولين قدم براي توسعه واقعي تجارت الكترونيك قلمداد مي گردد .**

**مرحله پنجم – تعريف مدل هاي تجارت الكترونيك : اواخر دهه 1990 ميلادي زمان آغاز اين مرحله مي باشد كه طي آن ، تجار بزرگ و سازمان ها دريافتند كه تجارت الكترونيك به صورت مدل تجارت – تجارت همانند مدل تجارت – مصرف كننده مي تواند فعال شده و مورد استفاده قرار گيرد .**

**به اين ترتيب وب به عنوان جايگاه اصلي براي نسل اوليه بازارهاي حراجي ، معاملات تجارت – تجارت و همچنين تجارت با مصرف كننده معرفي و مورد استفاده قرار گرفت**

**تجارت الکترونیک را می‌توان از حیث تراکنش‌ها(Transactions) به انواع مختلفی تقسیم نمود که بعضی از آنها عبارتند از:**

**ارتباط بنگاه و بنگاه (B2B):** **به الگویی از تجارت الکترونیکی گویند، که طرفین معامله بنگاه‌ها هستند**.

**ارتباط بنگاه و مصرف کننده (B2C):** **به الگویی از تجارت الکترونیک گویند که بسیار رایج بوده و ارتباط تجاری مستقیم بین شرکتها و مشتریان می‌باشد.**

**ارتباط مصرف کننده‌ها و شرکتها (C2B):** **در این حالت اشخاص حقیقی به کمک اینترنت فراورده‌ها یا خدمات خود را به شرکتها می‌فروشند.**

**ارتباط مصرف‌کننده با مصرف‌کننده (C2C):** **در این حالت ارتباط خرید و فروش بین مصرف‌کنندگان است.**

**ارتباط بین بنگاه‌ها و سازمان‌های دولتی (B2A):** **که شامل تمام تعاملات تجاری بین شرکتها و سازمانهای دولتی می‌باشد. پرداخت مالیاتها و عوارض از این قبیل تعاملات محسوب می‌شوند.**

**ارتباط بین دولت و شهروندان (G2C):** **الگویی بین دولت و توده مردم می‌باشد که شامل بنگاه‌های اقتصادی، موسسات دولتی و کلیه شهروندان می‌باشد. این الگو یکی از مولفه‌های دولت الکترونیک می‌باشد.**

**ارتباط بین دولت‌ها (G2G):** این الگو شامل ارتباط تجاری بین دولتها در زمینه‌هایی شبیه واردات و صادرات می‌باشد.

البته باید گفت که انواع بالا کاملاً مستقل از هم نیستند و گاهی که تاکید بر خرید و فروش ندارند در قالب کسب و کار الکترونیک می‌آیند.

**تجارت فروشنده با فروشنده(B2B)**

**B۲Bاولین روش خرید و فروش معاملات الکترونیکی است و بیشترین عایدی را دارد.در این مدل، همه افراد و خدمات مرتبط با تجارت بین المللی از قبیل: تامین کنندگان، خریداران،فرستندگان دریایی کالا، پشتیبانی، خدمات ( سرویسها) بازرسی، اخبار بازاریابی و کاربریهای نرم افزار که موجب سهولت در امور تولید و خرید و فروش می‌شوند، در یک محل گردهم می‌آیند. B۲Bدر جایی استفاده می‌شود که بخواهیم خرید و فروش عمده را به کمک تجارت الکترونیکی انجام دهیم و خارج از حیطه خرده فروشان عمل نماییم، چرا که خرده فروشی در اینترنت با خطرات بسیار همراه‌است، زیرا مشتریان تمایل ندارند تا همه چیز را از روی اینترنت خریداری کنند. شرکت CISCOیکی از اولین شرکتهای بزرگی بود که در جولای ۱۹۹۶ سایت تجارت الکترونیکی خود را راه اندازی کرد. یک ماه بعد شرکتهای کامپیوتری مانند MICROSOFTو IBMنرم افزارهای تجاری خود را که امکان انجام فروش از طریق اینترنت را فراهم می‌کرد، به بازار عرضه کردند. به صورت طبیعی، در B۲Bفروش مستقیم منبع اصلی درآمد به حساب می‌آید، مانند وقتی که یک فروشنده محصول خود را به یک فروشنده دیگر مستقیما می‌فروشد. با وجود این، وب می‌تواند روی فروش مستقیم تأثیر بگذارد و این قاعده را بر هم بزند.**

**در این نظام جدید، مشکلاتی نیز وجود دارد، ازجمله اینکه رودر رو نبودن مشتری و فروشنده باعث می‌شود که معامله به صورت مجازی صورت گیرد. این مشتریان برای دریافت اطلاعات بیشتر باید با تلفن به مرکز اصلی وصل شوند، اما هیچ تضمینی برای اینکه کسی در آن سوی خط باشد، وجود ندارد.**

**تجارت فروشنده و مصرف کننده(C2B)**

**بیشترین سهم در انجام تجارت الکترونیکی از نوع B۲Cاست که به معنای خرده فروشی می‌باشد. این نوع تجارت، با گسترش وب به سرعت افزایش پیدا کرد و اکنون به راحتی می‌توان انواع و اقسام کالاها را از شبکه خریداری کرد. B۲Cبا راه اندازی سایتهایی چون AMAZONو CDNOWآغاز شد.**

**در تجارت الکترونیکی B۲Cدر یک طرف معامله، تولیدکننده ( فروشنده) محصول و در طرف دیگر، خریدار ( مصرف کننده نهایی) قرار دارد. اما مشکلات امنیتی شبکه تأثیر منفی بر روی حجم معاملات گذاشته‌است و بسیاری از مشتریان نسبت به دزدیده شدن اطلاعات شخصی شان توسط هکرها ترسیده‌اند. در عین حال هنوز معاملات بسیاری در این مدل صورت میگیرد در ایران نیز این روش رونق دارد برای مثال می‌توان شرکت شهروند را مثال زد.**

**تجارت مصرف کننده با مصرف کننده(C2C)**

**در این مدل تجارت الکترونیکی، مزایده‌ها و مناقصه‌های کالا از طریق اینترنت انجام می‌گیرد. مدل C۲Cشبیه یک سمساری است. ایده اصلی این مدل این است که مصرف کنندگان با یکدیگر بدون واسطه به خرید و فروش بپردازند. EBAY، بزرگ‌ترین نمونه اولیه مدل C۲Cمی‌باشد. EBAYخود چیزی نمی‌فروشد و به عنوان واسطی بین خریداران و فروشندگان عمل می‌کند. به عنوان مثال، EBAYاجازه می‌دهد که فروشنده قیمت اولیه خود را در حراجی قرار دهد و سپس شرکت کنندگان در حراج قبل از اتمام مدت باید روی کالای به حراج گذاشته شده اظهار نظر کنند. سایتهای اینترنتی دیگر مانند AUTOBYTELو CARSMARTنمونه‌هایی از مدل C۲Cمی‌باشند. به دلیل ناچیز بودن هزینه تبلیغات در اینترنت، استفاده از مدل C۲Cبرای فروش کالاها مورد توجه قرار گرفته‌است.**

**تجارت مصرف کننده با فروشنده(B2C)**

**در حالیکه بازار مصرف روی خط روز به روز در حال گسترش است، بسیاری از خریداران دریافته‌اند که شیوه انتخاب محصول بسیار متنوع است ،چون وقتی که مصرف کنندگان، سایتهایی را در ارتباط با فروش محصول مورد نظر خود می‌یابند، یافتن خود محصول در آن سایت و به دست آوردن قیمت محصول اغلب کاری دشوار است.**

**بنابراین، برای راحت تر کردن امر خرید، نیاز به روشهای جدید خرید و فروش اینترنتی است که در آن شرکتهایی مانند واسطه‌هایی بین مصرف کننده‌ها و فروشنده‌ها تلاش می‌کنند تا خریداران را به بهترین وجهی در خریدشان کمک کنند. اساس کار آنها هم مبتنی بر مدل C۲Bمی‌باشد.**

**تجارت نقطه به نقطه(P2P)**

**مدل تجارت الکترونیکی P2Pبرای تسویه حساب کردن شرکت کنندگان در حراج با فروشنده ‌است .تجارت P۲Pدر چهارچوبی کار می‌کند که افراد بتوانند مستقیما با هم پول رد و بدل کنند و در حالیکه سهم اصلی داد و ستد پولی را نقل و انتقالات رو در رو برعهده دارد، فن آوری تلفنهای همراه تعداد افراد بیشتری را در داد و ستد غیرحضوری سهیم می‌کند.**

**با استفاده از سخت افزار MONDEXکه زیر مجموعه MASTERCARDمی‌باشد، کاربران قادرند تا نقل و انتقالات الکترونیکی پولی خود را انجام دهند و پول خود را از یک کارت اعتباری، به کارت اعتباری دیگر منتقل نمایند. نحوه استفاده از تلفن همراه بدین صورت است که به جای فن آوری GSMکه استاندارد معمول ارتباطی تلفن همراه در بسیاری از کشورها، به ویژه در اروپاست،فن آوری دیگری تحت عنوان پروتکل بکارگیری نرم افزار کاربردی از طریق تجهیزات بی سیم که به اختصار WAPنامیده می‌شود، جایگزین می‌گردد. در این شیوه جدید، هر تلفن همراه از طریق مرکز تلفن با یک کامپیوتر سرویسگر مرتبط می‌شود و می‌تواند نرم افزار مورد نیاز کاربر خود را بر روی کامپیوتر مذکور فعال نماید. بدین ترتیب،استفاده کننده می‌تواند اطلاعات خود را از طریق کامپیوتر سرویسگر که خود از طریق اینترنت و یا شبکه‌های ارزش افزوده ( VAN) به مراکز تجاری و خدماتی متصل است، ارسال و یا دریافت نماید.**

**تجارت فروشنده با ادارهA2B))**

**این نوع تجارت الکترونیکی، شامل تمامی مبادلات تجاری – مالی بین شرکتها و سازمانهای دولتی است. تامین نیازهای دولت توسط شرکتها و پرداخت عوارض مالیاتها از جمله مواردی است که می‌توان در این گروه گنجاند. تجارت B2Aدر حال حاضر روشی تازه قلمداد می‌شود، ولی در آینده‌ای نزدیک، زمانی که دولتها به ارتقای سطح ارتباطات خود تمایل و توجه نشان دهند، به سرعت رشد خواهد کرد.**

**تجارت مصرف کننده با اداره( (A2C**

**مدل تجارت الکترونیکی C۲Aهنوز پدیدار نشده‌است،ولی به دنبال رشد انواع B۲Cو B۲A، دولتها احتمالاً مبادلات الکترونیکی را به حیطه‌هایی همچون جمع آوری کمکهای مردمی،پرداخت مالیات بر درآمد و هرگونه امور تجاری دیگری که بین دولت و مردم انجام می‌شود، گسترش خواهند داد.**

**تجارت الکترونیک در ایران :**

**در ایران مطابق تبصره 26 قانون دوم برنامه پنج ساله توسعه اقتصادی کشور (1378-1374) وزارت بازرگانی وقت موظف به ایجاد و راه‌اندازی تجارت الکترونیک در سطح ملی و بین‌المللی با کمک تمام نهادها و ارگان‌های دولتی شد. به همین دلیل وزارت بازرگانی وقت در سال 1374 به عنوان ناظر در چهاردهمین هیات تبادل الکترونیکی اطلاعات برای امور اداری، تجاری و ترابری (ادیفکت) شروع به فعالیت کرد و در مردادماه 1375 با همکاری و مشارکت سازمان‌های دیگر مانند گمرک، وزارت راه و ترابری وقت، وزارت پست و تلگراف وقت و بانک مرکزی هیاتی مشابه در ایران تشکیل شد و در نهایت مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در سال 1383 به‌منظور استقرار، پیاده‌سازی و توسعه تجارت الکترونیک در کشور با تجمیع مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات و مرکز دولتی صدور گواهی الکترونیکی آغاز به‌کار کرد.**

**صدور 2500 گواهی دیجیتال، ارائه 100 گواهی SSL به متقاضیان، راه‌اندازی سامانه اختصاصی جهت صدور گواهی دیجیتال در کل حوزه نفت، آموزش متصدیان صدور گواهی استان‌ها و سازمان‌های متقاضی دفاتر ثبت‌نام، اعطای 35 نماد اعتماد الکترونیکی، فروشگاه الکترونیکی، پشتیبانی از 1630 دفتر ثبت نام و ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای به واحدهای متقاضی، بخشی از فعالیت‌های مرکز صدور گواهی الکترونیکی طی سال‌های اخیر است.**

**مشکلات عدم گسترش تجارت ا لکترونیکی در ایران :**

**براساس گزارش مربوط به اتحادیه بین‌المللی ارتباطات از راه دور و گزارش جهانی تکنولوژی اطلاعات در سال 2013، مهم‌ترین موانع و چالش‌های تجارت الکترونیک در ایران را می‌توان در چند بخش به شرح زیر بیان کرد که خود به سه بخش تقسیم می شوند:**

**1. فقدان زمینه‌های حقوقی و قانونی لازم برای تجارت الکترونیک**

**2. محدودیت خطوط ارتباطی و سرعت پایین آنها**

**3. نبود بسترها و تجهیزات شبکه‌ای و ارتباطی لازم برای دسترسی سریع و آسان مردم به اینترنت**

**4. نبود شبکه اصلی تجارت الکترونیک در کشور و الزام‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری آن**

**5. هزینه اولیه قابل توجه برای موسسه‌ها و شرکت‌های کوچک و عدم وجود انگیزه برای سرمایه‌گذاری**

**6. کمبود دانش IT**

 **7. پشتیبانی نکردن شرکت‌های تجاری فعال جهانی حوزه تجارت الکترونیکی از کشورمان و نبود مراکز و شرکت‌های دولتی و خصوصی ارائه‌دهنده خدمات تجارت الکترونیک در کشور.**

**8. نبود راهکار برای دریافت مالیات و حقوق گمرکی**

**9. عدم ساز و کار مناسب برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان**

**10. نبود امنیت لازم برای انجام مبادلات و تبادل اطلاعات**

**11. عدم کارت‌های اعتباری بین‌الملل و سایر کارت‌های خرید الکترونیکی**

**12. عدم فرهنگ‌سازی مناسب و پایین بودن سطح آگاهی و توجه مردم به الکترونیک و فناوری اطلاعات در کشور.**

**الف) عوامل عمومی شامل :**

**: آشنانبودن 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، قراردادها) 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 :**

**1- تعیین نیازهای اطلاعاتی مصرف کنندگان از هر طبقه و ارائه اطلاعات به هنگام توسط ارگانهای ذیربط**

**2- حمایت ارگانهای دولتی برای دراختیار قرار دادن اطلاعات بازرگانی**

**3- فعال شدن مراکز رایزنی تجاری در کشورهای خارجی برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد زمینه های تجاری آن کشورها**

**4- بررسی و تغییر و تحول در قانون تجارت به منظور سهولت استفاده از EC**

**5- آموزش فرهنگ استفاده از EC به بنگاههای اقتصادی و غیره**

**6- اصلاح و تقویت زیرساختهای مخابراتی کشور و ایجاد خطوط مخابراتی سریع و پرحجم**

**7- ایجاد امنیت در استفاده از شبکه های رایانه ای از طریق جلوگیری از دخالت قانونی**

**8- همکاری بیشتر سازمانهای مرتبط با امر تجارت (بانک مرکزی، وزارت بازرگانی و گمرک) در اجرای مطلوب EC.**

**9- بررسی و تغییر و تحول در نظام بانکی کشور بمنظور سهولت استفاده از EC**

**10- بررسی و تغییرات لازم در قوانین و مقررات حقوقی در ارتباط با EC**

 **در پایان باید گفت با توجه به وضعیت ایران در زمینه زیرساخت‌های فنی و موانع پیش رو، برداشتن گام‌های اساسی در حوزه فرهنگ‌سازی، زیربنای حقوقی و قانونی و زیرساخت‌های فنی لازم، ضروری است. در همین باره در جهت رفع موانع و همین‌طور گسترش روز به روز تجارت الکترونیک علاوه‌بر «ایجاد زیرساخت فنی و تجهیزات و امکانات متناسب با پیشرفت‌های روز» و «ابزارهای لازم برای شناسایی دقیق کاربران و مشتریان» باید «قوانین جدیدی برای نظارت بهتر» تصویب کرد. در این میان «حمایت نهادهای دولتی»، «فرهنگ‌سازی و برگزاری دوره‌های آموزشی» و «ایجاد بسترهای حقوقی لازم برای مبارزه با جرائم الکترونیکی» از مهم‌ترین پارامترهای اساسی است که می‌تواند، فاصله ایجاد شده ما را در این حوزه با کشورهای منطقه کم و به افق 1404 نزدیک کند.**

**مزایا تجارت الکترونیک :**

**1 . افزایش فروش**

**2 . افزاش درآمد**

**3 .افزایش سرمایه گذاری**

**4 . افزایش سطح رفاه زندگی مردم**

**5 . ایجاد فرصتهای تجاری جدید برای صنایع و بنگاهای بازرگانی**

**6 . افزایش فرصتهای جدید شغلی**

**7 . امکان ارائه خدمات و محصولات در سطح جهانی**

**8 . جلوگیری از اتلاف وقت و کاهش ترددهای بی مورد**

**9 . کاهش هزینه های سربار و ایجاد رقابت در سطح بین الملل**

**10 . دسترسی سریع به اطلاعات**

**11 . عدم حضور واسطه**

**12 . کاهش هزینه های تبلیغات**

**13 . ورود به بازارهای فرا منطقه ای در جهت بازاریابی جهانی**

**معایب تجارت اتکترونیک**

 **1 . کاهش میزان تولید**

**2 . تاثیر ناشناخته آن بر روابط اجتماعی انسان**

**نتیجه گیری:**

**بازار تجارت الکترونیکی به طور صعودی در حال پیشرفت و گسترش می باشد و با وجود کاهش قیمت کامپیوترها ، آینده روشن و موقعیت عالی برای این نوع تجارت دور از انتظار نمی باشد**

**در این نوع تجارت مشتری ها با صرف کمترین هزینه کالای مورد نیاز خود را در بازار های جهانی جستجو می کنند و این فراوانی باعث خواهد شد تا مشتری حق انتخاب داشته باشد .**