

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمه‌ای بر

مبانی تجارت الکترونیکی

“به انضمام قوانین و مقررات مربوط”

دکتر فرهاد دژپسند

استادیار دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه بهشتی

با همکاری:

احسان رسولی نژاد

دژپسند، فرهاد - ۱۳۴۱	HG
مقدمه‌ای بر مبانی تجارت الکترونیکی / مولفان: فرهاد دژپسند، احسان رسولی نژاد، همدان: نشر نورعلم، ۱۳۸۸.	۱۷۱۰
۲۴۷ص.	۸ م ۵۲ /
ISBN: ۹۷۸-۹۶۴-۲۷۲۸-۷۳-۲	۱۳۸۸
کتابنامه ۲۴۱-۲۴۷.	
۱. تجارت الکترونیکی، ۲. دولت الکترونیکی، ۳. بانکداری الکترونیکی الف. رسولی نژاد، احسان، ۱۳۶۳ ب. عنوان.	

انتشارات نورعلم: همدان: میدان آرامگاه، بین‌النهرین، ساختمان روشن، واحد ۵
تهران: خ انقلاب - فخررازی - روانمهر - پلاک ۸۴ - تلفن ۶۶۹۶۱۷۸۴
۰۹۱۲-۳۱۷۰۶۴۳ noreelm@yahoo.com

نام کتاب: مقدمه‌ای بر مبانی تجارت الکترونیکی
تالیف: دکتر فرهاد دژپسند با همکاری احسان رسولی نژاد

ناشر: دانشکده علوم اقتصادی و نورعلم

نوبت چاپ: اول ۱۳۸۸

چاپ و لیتوگرافی: جام جم

شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۴۸۰۰ تومان

پخش در تهران: کتابیران - ۱۵ - ۶۶۵۶۵۱۱
پخش در همدان: نشر دانشجو ۰۸۱۱-۸۳۷۸۰۱۰
فروش در تهران: رویروی درب دانشگاه تهران - مجتمع فروزنده - کتابفروشی کتابیران
پایگاه اینترنتی: www.nooreelm.com

سخن دانشکده

پیشرفت‌های فزاینده فناوری اطلاعات و ارتباطات، بسیاری از تعاملات در دنیای واقعی را به جهان مجازی انتقال داده است. اصلی‌ترین ویژگی این فناوری، یعنی فشردگی زمان و مکان، تا حد زیادی محدودیت‌های جغرافیایی و زمانی در دنیای فیزیکی را از میان برداشته و فرصت‌های بدیعی را در اختیار کشورها، شرکت‌های فراملیتی و صاحبان کسب و کار قرار داده است. تا تعاملات خود را با شتاب بیشتر و زمان کمتر، فراتر از مرزهای جغرافیایی و محدودیت‌های زمانی انجام دهند. تجارت الکترونیک، که زائیده این پیشرفت‌های فناورانه است، کم‌کم وجود خود را به‌عنوان یکی از ضرورت‌های ماندگاری و بقاء در فضای کسب و کار جهانی و حفظ جایگاه و قدرت رقابتی بر کشورها و شرکتها تحمیل کرده است.

نقش و جایگاهی که تجارت الکترونیک می‌تواند بر تسهیل فرآیند توسعه اقتصادی کشور عزیزمان ایران داشته باشد، مواجهه علمی و هوشمندانه با این پدیده عصر جدید را به عنوان یکی از ضرورت‌های ملی نهادهای علمی پیشرو و بطور خاص دانشگاهها و مراکز پژوهشی-تحقیقاتی مطرح نموده است.

دانشکده علوم اقتصادی، با بیش از بیست سال پیشینه فعالیت علمی در حوزه های علوم اقتصادی و اداری، با هدف ایفای نقش سازمانی و ماموریت ملی خود، ترویج دانش مورد نیاز دستگاههای اجرایی، سازمانهای غیردولتی و کسب و کار کشور را وجهه نظر خویش ساخته است. نتیجه این سعی و تلاش‌ها، چاپ و انتشار کتب متعدد، با تاکید بر کتب کاربردی و مورد نیاز فعالان بخش اقتصادی کشور است. کتاب حاضر که سی و هشتمین کتاب از کتب منتشره دانشکده است، به طور مختصر ولی عمیق، بسیاری از مفاهیم اساسی و روشهای تجارت الکترونیک را تشریح می‌کند. امید است این کتاب تاثیر اصلی خود که همانا آشنایی خوانندگان محترم با مباحث تجارت الکترونیک و ایجاد احساس نیاز به تغییر است را در فعالان عرصه اقتصادی کشور در بخش خصوصی و دولتی ایجاد نماید.

آغازین سخن:

تغییر وضعیت اقتصاد در یک فرایند تکاملی از اقتصاد مبتنی بر مزیت نسبی ورقابتی به اقتصاد جدید و دیجیتالی، موجب شده است فن آوری تولید مبتنی بر انسان و دانش پایه، شکل گرفته و دستیابی به سود بیشتر در گرو ابداعات و نوآوری‌ها (که در این دوره بصورت نمایی صورت می‌گیرد) تحقق یافته و با حذف محدودیت‌های زمانی و مکانی در تولید و تجارت، فراوانی و ارزانی و در نهایت افزایش رفاه در جامعه به ارمغان آورده شود. به همین دلیل، شکل‌گیری اقتصاد مدرن و دیجیتالی با دستیابی به مزایا و فواید زیاد در حوزه‌های اقتصاد کلان و خرد، همزاد شده است و همین مطلب موجب استقبال شایان توجهی از آن در میان فعالان اقتصادی گشته است. چنانکه در دهه اخیر با یک روند شتاب دار و سریع، اقتصاد نوین و دیجیتالی در کشورهای پیشرفته و نیز برخی کشورهای در حال توسعه گسترش یافته است.

تجارت الکترونیکی، به عنوان هسته اصلی اقتصاد دیجیتالی بیشتر مورد توجه فعالان اقتصاد بوده است، زیرا در هزاره سوم، شاهد رقابت فشرده‌تر دولت‌ها و قطب‌های اقتصادی در جهان به ویژه در بخش تجاری هستیم. صاحبان قدرت اقتصادی، اعم از بنگاه‌ها، شرکت‌ها، دولت‌ها، اتحادیه‌ها و تشکلهای منطقه‌ای در تلاش‌اند تا سهم بیشتری از امتیازات، امکانات و فرصت‌های موجود در عرصه اقتصاد بین الملل را بدست آورند. بدین روی، فعالان عرصه اقتصاد سعی دارند با استفاده بیشینه از تحولات فن آوری، دستیابی به این هدف را سرعت ببخشند. تجارت الکترونیکی، به عنوان یکی از مهمترین اجزاء و اساسی‌ترین محصولات اقتصاد نوین و دیجیتالی، می‌تواند فرصت مناسبی را برای تسهیل تجارت و افزایش رقابت-مندی در سطح جهانی و بیشینه‌سازی سهم کشورها از فرصت‌های بین المللی فراهم کند، به همین دلیل رشد تجارت الکترونیکی در دهه اخیر، چندین برابر رشد تجارت جهانی بوده است و امروز بالغ بر ۳۵-۳۰ درصد کل تجارت را شامل می‌شود، ولی این رشد در گستره جغرافیایی جهانی از توازن مناسب برخوردار نیست، بگونه‌ای که کشورهای توسعه یافته با برخورداری زیرساخت‌های مناسب فنی و حقوقی خود توانسته‌اند بیشترین بهره را از این

تحول فن آوری داشته باشند و در مقابل، غالب کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران، هنوز نتوانسته‌اند توانمندی لازم را برای بهره‌گیری از این فرصت طلایی بدست آورند و در دستیابی به سهم مناسب خود در عرصه اقتصاد بین الملل این امکانات برخوردار شوند.

پایین بودن قابلیت توسعه امکانات مورد نیاز و نبود امکانات زیربنایی لازم و مهیا نبودن بسیاری از عوامل، مانند دسترسی به دانش و فن آوری نوین، ناکافی بودن منابع مالی و همچنین پایین بودن زیرساخت‌های فنی، مخابراتی، حقوقی و سرمایه انسانی از جمله دلایلی است که مانع از توسعه سریع تجارت الکترونیکی در کشورهای در حال توسعه، از جمله ایران شده است. بدین روی لازمه ایجاد تحول در فرآیند توسعه کاربرد تجارت الکترونیکی، رفع موانع مذکور، بویژه تربیت نیروی انسانی متخصص و گسترش فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی و آگاه‌سازی عموم فعالان اقتصادی می‌باشد.

اینجانب در دو دوره مسئولیت اجرایی‌ام در وزارت بازرگانی، به ویژه پس از واگذاری مسئولیت توسعه کاربرد تجارت الکترونیکی به اینجانب، به ضرورت پیش از پیش آموزش و آگاه‌سازی از طریق تهیه و انتشار منابع و مآخذ علمی و نیز تربیت نیروی انسانی متخصص پی برده، به همین دلیل حمایت‌های مالی و غیرمالی از تولیدات علمی در حوزه تجارت الکترونیکی، برگزاری دوره‌های کارشناسی ارشد تجارت الکترونیکی در دانشگاه‌های کشور و نیز برگزاری همایش‌های علمی و حتی انتخاب کتب برتر، به عنوان مولفه‌های اصلی دست‌یابی به اهداف پیش‌رو در دستور حوزه تحت مدیریت این جانب قرار گرفته بود و در دوره‌ای که به تدریس درس تجارت الکترونیکی برای دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه تهران مشغول شدم، به طور خاص، ضرورت تهیه و تدوین کتابی با تاکید بر دانش مبانی اقتصادی تجارت الکترونیکی بر این جانب آشکار شده بود که اعلام آمادگی کارشناس جوان و کوشا، جناب آقای احسان رسولی نژاد بستر تسریع انجام این مهم را فراهم کرد.

کتابی که در پیش رودارید، مباحثی است که در چندین سال اخیر به صورت پراکنده در مجامع علمی متعدد و نیز در مباحث درسی این جانب آرایه شده است و با دستیابی به تقاضاهای علمی و نیز برقراری نظم و توالی در مطالب و نیز تعمیق علمی آن، و به هنگام سازی مطالب و اطلاعات در قالب ساماندهی جدیدی در پنج فصل و چند ضمیمه تنظیم شده است. کتاب حاضر برای تشریح مبانی اقتصادی تجارت الکترونیکی (چه در بعد اقتصاد خرد

و چه در بعد اقتصاد کلان) تالیف شده است. این کتاب با نوآوری قابل توجهی سعی در تفاوت قایل شدن میان فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی و نیز تشریح حد و مرز میان تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی می باشد.

فصل اول این کتاب، با رویکرد معرفی چگونگی ظهور تجارت الکترونیکی، مفهوم و دامنه آن و نیز شرح انواع آن نگاشته شده است. در این فصل مراحل شکل گیری اقتصاد دیجیتالی و تفاوت آن با اقتصاد سنتی نیز مورد توجه قرار گرفته است.

فصل دوم، به بررسی مزایا و کاربردهای تجارت الکترونیکی در جهان امروز پرداخته شده است. در این فصل با تاکید بر مبانی اقتصاد خرد و کلان، به بررسی مزایا و فوایدی که تجارت الکترونیکی برای فعالان اقتصادی اعم از تولیدکننده، مصرف کننده و تاجران دارد، به بحث درآید.

فصل سوم، به دنبال معرفی و بررسی جنبه های مختلف دولت الکترونیکی نگاشته شده است. در این فصل رویکرد آشنایی با مفاهیم، چالش ها و نیز نقش دولت الکترونیکی در تجارت الکترونیکی مورد توجه قرار گرفته است.

فصل چهارم این کتاب، به بررسی جنبه های مختلف بانکداری الکترونیکی می پردازد. در این فصل خواننده با اثرات مختلف خرد و کلان پول و بانکداری الکترونیکی، مفاهیم مورد استفاده در بانکداری الکترونیکی و نیز رابطه بانکداری الکترونیکی با تجارت الکترونیکی آشنا خواهد شد.

فصل پنجم، به معرفی و تحلیل فرآیند تجارت الکترونیکی در ایران و جهان پرداخته می شود. ابتدا به ذکر آمارهای مربوط به تجارت الکترونیکی در کشورهای منتخب مانند امریکا، مالزی و چین پرداخته می شود و در ادامه به بررسی کامل تجارت الکترونیکی در ایران با رویکرد تقسیم بندی مراحل اجرایی آن پرداخته می شود.

ضمایم ارایه شده در پایان کتاب، از جهت آشنایی بیشتر خوانندگان محترم با قوانین و مصوبات مربوط به تجارت الکترونیکی در کشور ارایه شده است. همچنین با توجه به اینکه صاحب نظران و دست اندرکاران تجارت الکترونیکی به قوانین و مقررات مربوط به تجارت الکترونیکی نیاز داشته و دسترسی آسان و یکپارچه به آن ها امری مطلوب می باشد، سعی

شده است تا آخرین مصوبات و قوانین تهیه شده در حوزه تجارت الکترونیکی در این کتاب گنجانده شود.

آنچه که مورد ملاحظه خوانندگان محترم، اعم از فعالان عرصه تجارت و اقتصاد الکترونیکی و دانشجویان گرامی کارشناسی ارشد و کارشناسی رشته‌های مرتبط قرار می‌گیرد، حاصل تلاش فکری چندین ساله این جانب در این زمینه، و کمک‌های شایان توجه جناب آقای احسان رسولی نژاد می‌باشد که به رشته تحریر درآمده است. بی‌شک کاستی‌های زیاد به چشم می‌خورد، لذا ضمن پذیرش مسئولیت تمامی مطالب عرضه شده، استدعا می‌شود صاحب‌نظران گرانقدر، ما را از نقطه نظرهای اصلاحی خود در تکمیل این مجموعه بی‌بهره نگذارند. در پایان، لازم می‌دانم از مدیرعامل و دست‌اندرکاران انتشارات محترم نورعلم که مقدمات چاپ و انتشار این مجموعه را فراهم نمودند تقدیر و تشکر کنم. امید آن است که این کوشش باعث خشنودی حضرت حق گشته و برای جامعه اسلامی‌مان مفید واقع گردد.

فرهاد دژپسند

استادیار دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه بهشتی

f_deipasand@sbu.ac.ir

فهرست

فصل اول: تجارت الکترونیکی مفاهیم، حدود و دامنه آن.....	۱۱
۱-۱ مراحل شکل گیری اقتصاد دیجیتال.....	۱۲
۲-۱ ویژگیهای اقتصاد نوین و اقتصاد سنتی.....	۱۶
۳-۱ مفهوم تجارت الکترونیکی.....	۱۹
۴-۱ انواع تجارت الکترونیکی.....	۲۹
۱-۴-۱ تجارت الکترونیکی B2B (بنگاه با بنگاه).....	۳۰
۲-۴-۱ تجارت الکترونیکی B2C (بنگاه با مشتری).....	۳۱
۳-۴-۱ تجارت الکترونیکی B2G (بنگاه با دولت).....	۳۳
۴-۴-۱ تجارت الکترونیکی C2C (مصرف کننده با مصرف کننده).....	۳۳
۵-۴-۱ تجارت سیار (M-commerce).....	۳۴
فصل دوم: مزایا و کاربردهای تجارت الکترونیکی.....	۳۷
۱-۲ مراحل تکاملی تجارت الکترونیکی.....	۳۸
۲-۲ مزایای تجارت الکترونیکی.....	۴۰
۱-۲-۲ رقابتی شدن بازار.....	۴۰
۲-۲-۲ مدیریت بهینه زمان و مکان.....	۴۲
۳-۲-۲ تسهیل در بازاریابی.....	۴۴
۴-۲-۲ کاهش قیمت‌های داخلی.....	۴۴
۵-۲-۲ بهبود فرآیند توزیع کالا و خدمات.....	۴۶
۶-۲-۲ بهبود اشتغال و افزایش منافع نیروی کار و کارفرما.....	۴۶
۷-۲-۲ افزایش بهره وری.....	۵۲
۸-۲-۲ بهبود تجارت بین الملل.....	۵۴
۱-۸-۲-۲ صادرات.....	۵۶
۲-۸-۲-۲ واردات.....	۵۸
۹-۲-۲ بهبود درآمدهای مالیاتی دولت و کسری بودجه.....	۶۰
۱۰-۲-۲ بهبود وضعیت کشورهای در حال توسعه.....	۶۱
۱۱-۲-۲ بهبود وضعیت SMEs.....	۶۲
۱۲-۲-۲ بهبود مدیریت زنجیره عرضه.....	۶۲
۱۳-۲-۲ افزایش رفاه ملی.....	۶۳
فصل سوم: دولت الکترونیکی و تجارت الکترونیکی.....	۶۵
۱-۳ دولت الکترونیکی.....	۶۶

۷۰	۲-۳ مدل های دولت الکترونیکی
۷۲	۳-۳ اهداف دولت الکترونیکی
۷۵	۴-۳ آثار دولت الکترونیکی بر توسعه دموکراسی
۷۷	۵-۳ خدمات دولت الکترونیکی
۸۰	۶-۳ چارچوب راهکار ملی برای دولت الکترونیکی
۸۱	۷-۳ مراحل ایجاد دولت الکترونیکی
۸۵	۸-۳ اصول حاکم در روابط دولت با بخش خصوصی
۸۶	۹-۳ چالش های دولت الکترونیکی
۸۶	۱-۹-۳ نحوه تامین هزینه ها
۸۷	۲-۹-۳ پذیرش همگانی
۸۷	۳-۹-۳ امنیت و محرمانگی
۸۷	۴-۹-۳ شکاف دیجیتالی
۸۹	۱۰-۳ سنجش دولت الکترونیکی
۸۹	۱-۱۰-۳ مدل G2C
۹۱	۲-۱۰-۳ مدل G2B
۹۳	۱۱-۳ دونه نمونه از اجرای دولت الکترونیکی در جهان
۹۳	۱-۱۱-۳ دولت الکترونیکی در امریکا
۱۰۱	۲-۱۱-۳ طرح دولت الکترونیکی در ایتالیا
۱۰۴	۱۲-۳ دولت الکترونیکی و تجارت الکترونیکی
۱۰۵	۱-۱۲-۳ زمینه های حضور دولت الکترونیکی
۱۰۸	۲-۱۲-۳ مزایای حضور دولت در تجارت الکترونیکی
۱۱۱	فصل چهارم: بانکداری الکترونیکی و تجارت الکترونیکی
۱۱۲	۱-۴ تاریخچه پیدایش بانکداری در جهان
۱۱۲	۲-۴ ظهور بانکداری الکترونیکی
۱۱۵	۳-۴ مقایسه بانکداری سنتی با بانکداری الکترونیکی
۱۱۶	۴-۴ ابزارها و روشهای بانکداری الکترونیکی
۱۱۷	۱-۴-۴ پول الکترونیکی
۱۱۸	۲-۴-۴ انتقال الکترونیکی وجوه
۱۱۸	۳-۴-۴ کارتهای بانکی
۱۲۲	۴-۴-۴ ماشین خودپرداز
۱۲۳	۵-۴-۴ نقطه فروش
۱۲۳	۶-۴-۴ بانکداری اینترنتی
۱۲۳	۷-۴-۴ بانکداری خانگی

۱۲۳	۸-۴-۴ بانکداری سیار
۱۲۴	۹-۴-۴ بانکداری تلفنی
۱۲۴	۱۰-۴-۴ سامانه S.O.D
۱۲۵	۱۱-۴-۴ اتاق پایاپای خودکار
۱۲۵	۱۲-۴-۴ پایانههای VSAT
۱۲۵	۱۳-۴-۴ پرداخت الکترونیکی صورتحساب ها
۱۲۶	۵-۴ تفاوت بین بانکداری مکانیزه، بانکداری خودکار و بانکداری الکترونیکی
۱۲۸	۶-۴ آثار اقتصادی پول و بانکداری الکترونیکی
۱۲۸	۱-۶-۴ آثار بانکداری الکترونیکی
۱۲۸	۱-۱-۶-۴ بهبود شرایط بازار
۱۲۸	۲-۱-۶-۴ حداکثرسازی سود بانک ها
۱۲۸	۳-۱-۶-۴ افزایش مطلوبیت جامعه از طریق کاهش هزینه ها
۱۳۰	۴-۱-۶-۴ بانکداری سبز
۱۳۰	۵-۱-۶-۴ برقراری انضباط اقتصادی
۱۳۰	۶-۱-۶-۴ امنیت
۱۳۱	۲-۶-۴ آثار پول الکترونیکی
۱۳۱	۱-۲-۶-۴ تاثیر پول الکترونیکی بر سیاست های پولی
۱۳۱	۲-۲-۶-۴ تاثیر پول الکترونیکی بر استقلال سیاست های پولی
۱۳۲	۳-۲-۶-۴ تاثیر پول الکترونیکی بر پایه پولی
۱۳۳	۴-۲-۶-۴ تاثیر پول الکترونیکی بر نرخ سود بانکی
۱۳۳	۵-۲-۶-۴ تاثیر پول الکترونیکی بر عرضه پول
۱۳۶	۶-۲-۶-۴ تاثیر پول الکترونیکی بر تقاضای پول
۱۳۸	۷-۲-۶-۴ تاثیر پول الکترونیکی بر تورم
۱۳۹	۸-۲-۶-۴ تاثیر پول الکترونیکی بر مصرف
۱۴۳	۹-۲-۶-۴ آثار پول الکترونیکی خصوصی بر بازارها
۱۵۰	۷-۴ وضعیت بانکداری الکترونیکی در چند کشور منتخب
۱۵۱	۱-۷-۴ تجربه فیلیپین
۱۵۱	۲-۷-۴ تجربه سنگاپور
۱۵۲	۳-۷-۴ تجربه مالزی
۱۵۲	۴-۷-۴ تجربه هند
۱۵۳	۸-۴ نقش بانکداری الکترونیکی در تجارت الکترونیکی
۱۵۹	فصل پنجم: فرآیند تجارت الکترونیکی در جهان و ایران
۱۶۱	۱-۵ روند تجارت الکترونیکی در جهان

۱-۱-۵	روند تجارت الکترونیکی در مناطق مختلف	۱۶۱
۲-۵	تجارت الکترونیکی در ایران	۱۷۴
۱-۲-۵	راهبردها و سیاست ها	۱۷۴
۲-۲-۵	اقدامات انجام شده برای طراحی و پیاده سازی تجارت الکترونیکی	۱۷۵
۳-۲-۵	فرصت ها	۱۸۴
۴-۲-۵	تنگناها	۱۸۵
۵-۲-۵	برخی پیش‌نیازهای تجارت الکترونیکی در ایران و مقایسه آن با کشورهای منتخب	۱۸۶
۱۹۵	ضمایم	
۱۹۶	ضمیمه ۱: قانون تجارت الکترونیکی ایران	
۲۱۲	ضمیمه ۲: آیین‌نامه اجرایی ماده (۳۲) قانون تجارت الکترونیکی	
۲۱۴	ضمیمه ۳: آیین‌نامه اجرایی ماده (۴۸) قانون تجارت الکترونیکی	
۲۱۶	ضمیمه ۴: برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی	
۲۲۷	ضمیمه ۵: سیاست تجارت الکترونیکی جمهوری اسلامی ایران	
۲۳۱	ضمیمه ۶: آیین‌نامه نظام بانکداری الکترونیک	
۲۳۷	ضمیمه ۷: آیین‌نامه گسترش بهره‌برداری از پول الکترونیکی	
۲۳۹	ضمیمه ۸: مصوبه مورخ ۱۳۸۳/۳/۳۰ پول الکترونیکی در حضور ریاست محترم جمهوری	
۲۴۱	منابع	