



ایران و تجارت الکترونیکی

فاطمه حیدری, بهناز السادات فرزاد فرد, سمانه فتاحی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد دولت آباد

دانشگاه آزاد اسلامی واحد دولت آباد

دانشگاه آزاد اسلامی واحد دولت آباد

Heidari_6f6@yahoo.com

چکیده

در این مقاله قصد داریم موقعیت کنونی کشورمان را در دنیای تجارت الکترونیکی بررسی کرده و عوامل تأثیر گذار و مشکلات اجرایی ورود به عرصه تجارت الکترونیکی را در ایران مورد بحث قرار دهیم. عدم بهره گیری از تجارت الکترونیکی به معنای کنسید در انجام معاملات و از دست رفتن فرصتهای لحظه ای و زودگذر در تجارت جهانی است. برخی کاشناسان معتقدند که فناوری اطلاعات معاصر با اقتصاد و دانش گره خورده است و ما از یک اقتصاد سنتی بهره مندیم بنابراین با این اقتصاد نمی توان فناوری اطلاعات را در اختیار بخش خصوصی قرار داد. فناوری اطلاعات هزینه ها را کاهش می دهد به همین منظور دولت با طرح توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات (تکفا) وارد عرصه صنعت فناوری اطلاعات گردید. در این مقاله خواهیم دید که گسترش و نفوذ اینترنت طی چندین مرحله انجام می گیرد و در حال حاضر جامعه در ابتدای مرحله دوم نفوذ اینترنت قرار دارد و پیداست که فاصله زیادی تا رسیدن به جامعه اینترنتی و الکترونیکی وجود دارد به این دلیل که در کشور ایران هنوز استفاده از اینترنت آن چنان که باید، متداول نشده است.

کلمات کلیدی

تجارت الکترونیک، فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، تبادل الکترونیکی داده (EDI)، پست الکترونیکی، ارائه کنندگان خدمات اینترنتی (ISP)، بانکداری الکترونیکی، شبکه دیتا

۱- مقدمه

پیشرفت غیر منتظره اینترنت زمانی شروع شد که برای اولین بار پست الکترونیک در سال ۱۹۷۲ با توسعه فناوری جدید آرپانت مورد استفاده قرار گرفت. این پدیده منجر به طرح نسخه جدید از پروتکل انتقال داده به نام TCP/IP شد. در ابتدای دهه ۱۹۸۰ تجارت الکترونیکی بین شرکت های تجاری توسعه قابل توجهی پیدا کرد. در این زمان، فناوری های انتقال الکترونیکی پیام مانند تبادل الکترونیکی داده (EDI) و پست الکترونیکی به طور وسیعی بین شرکت های تجاری به کار گرفته شد. فناوری های انتقال پیام با کاهش کاربرد کاغذ در فرآیندهای تجاری و افزایش اتوماسیون، کم کم در تمامی فرآیندهای تجاری سازمان ها نفوذ کرد، و به مرور زمان با ارتقای کارایی این فرآیندها، به عنوان یکی از بخش های لاینفک تجارت درآمد. مبادله الکترونیکی اطلاعات زمینه انتقال الکترونیکی اسناد تجاری را برای شرکت ها فراهم نمود به گونه ای که نیاز به دخالت انسان در این فرآیند به حداقل رسید. ظهور اینترنت امکان انجام اشکال جدیدی از تجارت الکترونیکی نظیر خدمات Online را فراهم نمود. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه هنوز تعداد کاربران اینترنت و میزان استفاده از آن به حدی نرسیده که سرمایه گذاری مناسبی توسط ارائه کنندگان خدمات اینترنتی (ISP) صورت گیرد. عمومی ترین استفاده از اینترنت بیشتر به دانشگاه ها به منظور انجام امور تحقیقاتی محدود شده و در بخشی از جامعه (عموماً جوانان) نه به عنوان یک بستر مناسب و موثر جهت رفع نیازهای اجتماعی، بلکه بیشتر به منظور سرگرمی و به عنوان یک ابزار جدید برای گذران وقت (ارسال ایمیل، چت کردن، بازیهای کامپیوتری و ...) در آمده است. به این ترتیب موید این ادعا رتبه بندی انجام شده توسط واحد اطلاعات اکونومیست در سال ۲۰۰۰ در مورد وضعیت تجارت الکترونیکی در ۶۰ کشور مهم دنیا است. در این رتبه بندی که در حقیقت سهولت و میزان دسترسی به تجارت الکترونیکی در کشورها را نشان می دهد کشور ما در رتبه ۵۹ قرار دارد. شاخص دیگری که مورد تأکید است، شاخص ارتباطات است که از معیارهایی از قبیل گستردگی شبکه تلفن و دیگر معیارهایی که مبین وضعیت دسترسی به اینترنت است، مانند هزینه اتصال به اینترنت، نرخ سود، ... استفاده شده است. بر اساس این شاخص کشور ما در رده ۵۶ قرار می گیرد. در کل، از نظر شاخص

سهولت و میزان دسترسی به تجارت الکترونیکی، کشور ما در رده ۵۸ از میان ۶۰ کشور مورد بررسی قرار دارد. [۱]

۲- ضرورت ورود به تجارت الکترونیکی

رشد سریع و روزافزون تجارت الکترونیکی در کشورهای پیشرفته و مزیت های رقابتی حاصل از آن به مفهوم آن است که کشورهای در حال توسعه باید به سرعت در استراتژیها و سیاست های تجاری و بازرگانی خود تجدید نظر اساسی به عمل آورند. عمده ترین دلایل قابل طرح در مزیای به کارگیری تجارت الکترونیکی عبارتند از:

- در صورت عدم به کارگیری تجارت الکترونیکی، موقعیت رقابتی کشورهای در حال توسعه به میزان صرفه جویی حاصل از انجام مبادلات به صورت الکترونیکی، تضعیف خواهد گردید.
- عدم بهره گیری از تجارت الکترونیکی، همچنین به معنی کندی در انجام معاملات و از دست رفتن فرصت های لحظه ای و زودگذر در تجارت جهانی است.
- با گسترش این شیوه از مبادلات در کشورهای پیشرفته، شیوه های کاغذی منسوخ می گردد و در عمل امکان انجام مبادله در این کشورها از طریق روش های سنتی از میان خواهد رفت که این امر به معنی منزوی شدن در عرصه تجارت جهانی برای کشورهایی خواهد بود که از تجارت سنتی استفاده می کنند.

گذشته از عوامل فوق، گسترش تکنولوژی اطلاعات فناوری اطلاعات، نقش مهمی در ایجاد اشتغال در رشد تولید در کشورها ایفا می نماید. به عنوان مثال، گزارش شده است که در طی سالهای ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۷ میلادی، بیش از یک سوم از رشد اقتصادی آمریکا ناشی از گسترش استفاده از اینترنت و صنایع مرتبط با تکنولوژی اطلاع رسانی بوده است. به هر حال همان طور که گفته شد راه اندازی تجارت الکترونیکی به لحاظ کاهش هزینه مبادلات، سرعت بخشیدن به انجام معاملات، تقویت موضع رقابتی کشور در جهان، بهره گیری از فرصت های زودگذر در عرصه صادرات و حتی خرید به موقع

کالا از خارج کشور دارای منافع متعدد در زمینه کاهش هزینه و تورم و افزایش صادرات و اشتغال و تولید می باشد. در این جا در یک بررسی اجمالی به برآورد کاهش هزینه و تورم و افزایش صادرات و اشتغال و تولید اشاره می گردد که همین عامل نیز به تنهایی، تجارت الکترونیکی را دارای توجیه اقتصادی می کند. طبق بررسیهای به عمل آمده، ارزش صادرات جهانی کالا و خدمات طی سال ۲۰۰۰ میلادی در حدود ۷ هزار میلیارد دلار بوده است که از این مبلغ، ۵۰۰ میلیارد دلار صرف تهیه و مبادله اسناد تجاری مربوطه شده است. به عبارت دیگر حدود ۷٪ ارزش مبادلات را هزینه تهیه و مبادله اسناد تشکیل داده است. با الکترونیکی شدن این مبادلات، هزینه تهیه و مبادله اسناد به شدت کاهش خواهد یافت. برآوردهای انجام شده نشان می دهد که استفاده از مبادله الکترونیکی اطلاعات به جای روش های سنتی مبتنی بر کاغذ، بین ۲۱٪ تا ۷۰٪ صرفه جویی در هزینه فعالیتهای مختلف تجاری ایجاد می کند. [۱] برطبق بررسی های انجام شده در سالهای اخیر ارزش جاری تولید ناخالص داخلی کشور بیش از دو برابر حجم نقدینگی بوده است بدیهی است که انجام کلیه مبادلات در کشور به صورت الکترونیکی در کوتاه مدت امکان پذیر نیست. اگر فرض کنیم که الکترونیکی شدن مبادلات تنها در عرصه تجارت خارجی کشور صورت گیرد به واقعیت نزدیکتر خواهیم بود. طی سالهای اخیر نسبت ارزش صادرات و واردات کالایی کشور به تولید ناخالص داخلی حدود ۳۰ درصد بوده است. بنابراین با فرض ثابت ماندن این نسبت میزان صرفه جویی حاصل از الکترونیکی کردن مبادلات خارجی کشور معادل ۳۰ درصد ارقام مذکور برای کل اقتصاد کشور خواهد بود که از رقم ۷/۶۲ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۷۹ به ۱۵/۸۹ هزار میلیارد ریال در سال ۱۳۸۳ بالغ خواهد گردید و در مجموع ۵۸/۹۸ هزار میلیارد ریال در طول سالهای برنامه سوم صرفه جویی به عمل خواهد آمد. طبق پیش بینی های به عمل آمده راه اندازی تجارت الکترونیک در کشور در طول سالهای برنامه سوم توسعه اقتصادی، حدود

۲۱۰ میلیارد ریال هزینه در بر خواهد داشت که از ارقام ارائه شده در بالا بسیار کمتر است. بنابراین اجرای این طرح دارای توجیه اقتصادی بسیار قوی می باشد و هزینه های مصروفه در مقابل صرفه جویی های قابل پیش بینی، به سرعت مستهلک می گردد. [۲]

۳- وضعیت ایران در زمینه تجارت الکترونیکی

به منظور توضیح وضعیت فعلی کشورمان در زمینه تجارت الکترونیکی، لازم است از نقش فناوری اطلاعات در عرصه تجارت الکترونیکی و همچنین موقعیت فناوری اطلاعات در ایران شروع کنیم. کارشناسان معتقدند که تجارت یکی از علل مهم پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات است. آنتونی گیدنز اقتصاد را در چهار طبقه دسته بندی می کند و طبقه نخست آن را اقتصاد اطلاعاتی می داند. در پایان سال ۲۰۰۲، ۶۳٪ سرمایه گذاری ها در دنیا به فناوری اطلاعات اختصاص یافته بود. امروزه بسیاری معتقدند که انقلاب چهارم، محصول کاربرد کامپیوتر و مخابرات در عرصه اطلاعات بود و جهانیان را پس از انقلاب صنعتی در قرن نوزدهم به عصر نوزایی اطلاعات در هزاره سوم راه داد. با اشاعه فناوری اطلاعات فناوری اطلاعات، اقتصاد و سیاست به اطلاعات آغشته شدند و اطلاعات مانند یک کالا در خدمت افراد قرار گرفت تا نظام شهروندی جدید بر پایه یک جامعه اطلاعاتی شکل بگیرد. در سرشماری اول نوامبر سال ۲۰۰۲ میلادی، تعداد کاربران اینترنت به ششصد میلیون نفر افزایش یافته بود و به این ترتیب فناوری اطلاعات به عنوان کالای برگزیده قرن انتخاب شد و گستره وسیع آن کشورهایی با ایدئولوژیهای فراگیر را هم در بر گرفت اگر چه فناوری اطلاعات آمیزه ای از کامپیوتر و اطلاعات است، اما در تعریفی کارشناسانه درباره فناوری اطلاعات می توان گفت:

«فناوری اطلاعات مجموعه ای از ابزار تکنولوژیک برای دسترسی به سیستمهای اطلاعاتی و در نهایت تشکیل یک جامعه اطلاعاتی است، نماد بزرگ آن در این مسیر اینترنت است، پس در واقع فناوری اطلاعات ابزار توسعه را در اختیار ما قرار می دهد»

امروزه فناوری اطلاعات تقریباً تمامی عرصه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را در نور دیده است. از تلفن ثابت و همراه گرفته تا اینترنت و آموزش و پزشکی از راه

دور و کنترل هوشمند ترافیک شهرها، همه و همه نمونه هایی از خدمات بکارگیری فناوری اطلاعات به شمار می روند. در کشور ما ایران، صنعت فناوری اطلاعات از حدود سال ۱۳۷۸ مورد توجه مسئولان قرار گرفت و اندک اندک شرکت های خصوصی نیز در کنار بخش دولتی فعالیت هایی را آغاز کردند، اما حضور قدرتمند دولت در صنعت فناوری اطلاعات با برخورد گرم کارشناس مستقل روبه رو نشد، آنها اعتقاد داشتند فناوری اطلاعات دولتی از بروز خلاقیتها جلوگیری می کند و از همین رو، بار دیگر تئوریهای سه گانه جامعه درگیر در فناوری اطلاعات دولتی از بروز خلاقیتها جلوگیری میکند و از همین رو، بار دیگر تئوریهای سه گانه جامعه دیگری در فناوری اطلاعات را در میدان نزاع مرور کردند، بر اساس این تئوری ها جامعه اطلاعاتی از جامعه کاربران، جامعه تأمین کنندگان و جامعه صنعتی تشکیل شده است. در جامعه کاربران تکنولوژی به کاربری رسیده و در نهایت به تولید ارزش افزوده می انجامد، تئوریسته معتقدند دولت باید با سرمایه گذاری در این بخش به آموزش کاربران پردازد، آمار در بخش جامعه تأمین کننده که تجهیزات را تأمین و پشتیبانی می کند و همچنین جامعه صنعتی که به تولید سخت افزارها و نرم افزارها می پردازد، خواهان عدم دخالت دولت هستند. در ایران با توجه به این که حجم گسترده مبادلات تجاری بر عهده دولت است، وجود بخش خصوصی از منافع اقتصادی دولت می کاهد، بنابراین در برابر صنعت فناوری اطلاعات خصوصی، مقاومت هایی بروز می کند. از دیگر جنبه های آشکار استفاده از فناوری اطلاعات تجارت الکترونیکی است در این روش از نرم افزارها، سخت افزارها و ارتباطات فناوری اطلاعات استفاده می شود. در تجارت الکترونیکی، بانکداری با رویکرد تکنولوژی فناوری اطلاعات، به بانکداری الکترونیکی تبدیل می شود و با حذف فعل و انفعالات فیزیکی و روش های سنتی، شهروندان کالاهای مورد نظر خود را به بهترین نحو می فروشند یا می خرند. اما بانک داری الکترونیکی بدون امضاء تفاهم نامه های بین المللی میان کشورهای و ایجاد زیر ساخت های مناسب، هرگز به رشد تجارت الکترونیکی کمک نخواهد کرد. اما خرید و فروش اینترنتی در کشورمان هنوز مفهومی واقعی خود را پیدا نکرده است، در حقیقت از یک طرف این رویکرد در میان کاربران اینترنت و عمده مردم بسیار جدید و جوان است و هنوز آشنایی لازم با آن و فرهنگ به کارگیری آن به وجود

نیامده است و از طرف دیگر آنچه که تحت عنوان خرید و فروش اینترنتی ارائه می گردد، تجارت الکترونیکی نیست و تجارت الکترونیکی در کشور ما نیازمند بستر سازیها و ایجاد امکانات اولیه و همین طور آموزش و ایجاد فرهنگ بکارگیری آن است که هنوز هیچ کدام به معنای واقعی کلمه محقق نشده است. بعضاً با سایت هایی برخورد می کنیم که ادعا می کنند خرید و فروش کالا و خدمات را از طریق اینترنت انجام می دهند اما آیا آنها به شیوه تجارت الکترونیکی، تجارت می کنند. در پاسخ به این سوال باید به بررسی مرحله بسیار مهم وبا اهمیت، مرحله پرداخت وجه کالا یا خدمات توسط مشتری به فروشند پرداخت که مرحله بسیار پیچیده ای است و انجام آن در زمینه های مختلف مانند ایجاد امنیت مناسب، روش های پرداخت شامل کارت اعتباری، چک الکترونیکی و پول الکترونیکی، موسسات مالی پوشش دهنده پروسه پرداخت و تأمین اعتبار و قوانین لازم و رسمی در این مورد، نیازمند ایجاد بسترهای و زیر ساخت های مناسب و همچنین راهکارهای اجرایی و عملی است که در حال حاضر انجام این مرحله در کشور ما به هیچ وجه عملی نیست. به این ترتیب سایت های ایرانی که اقدام به خرید و فروش کالا و خدمات می کنند، در کنار سایر مشکلات اجرایی در خصوص مرحله پرداخت توسط مشتری، نمی توانند به صورت الکترونیکی عمل نمایند و به عبارت دیگر این سایتها تنها وظیفه برقراری تماس با مشتری و تبلیغات در مورد کالاها و خدمات را به عهده دارند و آنجا که نوبت به پرداخت وجه می رسد، به روش های سنتی و غیر الکترونیکی، مثل حضور مشتری در فروشگاه فیزیکی جهت پرداخت پول و یا انجام پرداخت به صورت فیزیکی پس از تحویل کالا یا خدمات به تحویل دهنده کالا و یا استفاده از کارتهایی با اعتبار محدود و اختصاصی هر سایت. این نوع از تجارت از طریق اینترنت، تجارت الکترونیکی یا E-Commerce نیست بلکه به آن E-Business گفته می شود که در این نوع از سایت های تجاری، مرحله پرداخت الکترونیکی انجام نمی گیرد.

همچنین مرحله تحویل کالا به مشتری و انجام ردیابی آن که از جمله مراحل مهم چرخه تجارت الکترونیکی می باشد نیز در ایران به مفهوم واقعی آن در تجارت الکترونیکی انجام نمی گیرد، به خصوص آن جا که خرید کالایی از خارج از کشور مطرح می گردد، به دلیل مشکلات و مسائل و مطرح در قوانین گمرکی، مشکل دو چندان می شود. و راجع به

عملکرد سایتهای ایرانی که ادعای به کارگیری تجارت الکترونیکی را دارند، باید گفت که تجارت الکترونیکی به معنای واقعی آن، هنوز در کشور ما وجود خارجی ندارد.

۴- موانع ومشکلات راه اندازی تجارت الکترونیکی در ایران

راه اندازی و گسترش تجارت الکترونیکی در کشور ما موانع و مشکلات زیر روبرو می باشد:

- فقدان زمینه های حقوقی لازم برای استفاده از تجارت الکترونیکی از قبیل عدم مقبولیت اسناد و امضاهای الکترونیکی در قوانین و مقررات جاری کشور.
- عدم وجود سیستم انتقال الکترونیکی وجوه و کارتهای اعتباری و عدم پشتیبانی مؤسسات مالی.
- محدودیت خطوط ارتباطی و سرعت پایین آنها در انتقال داده های الکترونیکی.
- عدم وجود شبکه اصلی تجارت الکترونیکی در کشور و سخت افزار و نرم افزار مربوط به آن.
- عدم اطلاع کافی مؤسسات بزرگ و کوچک داخلی از تجارت الکترونیکی و مزایای آن.
- هزینه اولیه نسبتاً بالای استفاده از تجارت الکترونیکی در شرکتهای دولتی و خصوصی به ویژه برای مؤسسات کوچک و نبود انگیزه لازم در آنها برای استفاده از این روش.
- کمبود دانش و فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی و شبکه اینترنت .
- لزوم حمایت از حقوق مصرف کنندگان در تجارت الکترونیکی.
- حقوق گمرکی و مالیاتهای قابل وصول از تجارت الکترونیکی.
- تأمین امنیت لازم برای انجام مبادلات الکترونیکی و محرمانه ماندن اطلاعات مربوطه.

اولین مشکل و مانع در خصوص راه اندازی تجارت الکترونیکی در کشور، خلاء زمینه های قانونی و حقوقی در قوانینی و مقررات جاری کشور است. در این زمینه لازم است، قوانین مورد نیاز در نظر گرفته شده و با تصویب در مجلس شورای اسلامی، وارد قوانین و مقررات جاری کشور

گردد. طرح اولیه تجارت الکترونیکی طی سالهای گذشته توسط گروه حقوقی کمیته ملی تجاری و توسعه تجارت الکترونیکی تهیه و به صورت طرح توسط نمایندگان در مجلس مطرح شده است. اگر چه برخی موضوعات مانند قانون مربوط به اسناد تجاری الکترونیکی که از اهمیت بسیاری برخوردار هستند، در این قانون مورد توجه قرار نگرفته است که باید این اشکال رفع گردد. همچنین با توجه به ایجاد فضای الکترونیکی در کشور، رسمیت یافتن داده و پیام به عنوان یک سند، رسمیت یافتن امضاء الکترونیکی، شکل گیری مراکز صدور گواهینامه الکترونیکی، تدوین قانون حمایت از مصرف کننده و برخی موارد دیگر تجارت الکترونیکی، نیازهای اولیه قانونی کشور را تأمین می کند. البته باید گفت که در زمینه تصویب قوانین مورد نیاز، کشور ما فاصله خیلی زیادی با سایر کشورهای پیشرو در این زمینه ندارد، به طوری که نخستین قانون تجارت الکترونیکی در کشور کره در سال ۱۹۹۶ میلادی تصویب شده و کشورهایی مانند انگلستان، سوئیس و فرانسه در سال ۲۰۰۰ میلادی، تجارت الکترونیکی را در کشورشان قانونی کرده اند. همچنین در زمینه انتقال الکترونیکی وجوه نیز محدودیتهای فعلی سیستم بانکی کشور اجرای قوانین مربوطه را مشکل می کند. در حقیقت برای اجرای مرحله پرداخت در چرخه تجارت الکترونیکی، یکی از اقدامات اساسی، ایجاد بانکداری الکترونیکی در کشور است، با توجه به این که مبادلات پولی و مالی جزء لاینفک مبادلات تجاری است، از این رو همگام با راه اندازی و گسترش حجم تجارت الکترونیکی، نهادهای پولی و مالی نیز به منظور پشتیبانی و تسهیل تجارت الکترونیکی به طور گسترده ای به استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات ICT روی آورده اند، در نتیجه در دنیای کنونی، طی چند سال اخیر، سیستمهای پرداخت الکترونیکی به تدریج در حال جایگزینی با سیستم پرداختهای سنتی می باشند. [۳] در این میان بانکها نیز با حرکت به سوی بانکداری الکترونیکی و عرضه خدمات مالی جدید، نقش شایان توجهی در شکل گیری تجارت الکترونیکی دارند. اساساً بانکداری الکترونیکی به فراهم آوردن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه های ایمن و بدون حضور فیزیکی اطلاق می شود. مهمترین خدمات بانکداری الکترونیکی که امروزه در سطح جهان ارائه می شوند، عبارتند از: اطلاع رسانی در مورد حسابهای مشتریان، انتقال وجوه بین حسابها و به خارج از

حساب مشتریان خرید و فروش سهام خرید و فروش ارز، ایجاد مسیر ایمن برای رابط بین بانک و مشتریان که تمام این خدمات بدون حضور فیزیکی مشتری در بانک و بدون استفاده از اسناد کاغذی و با سرعت بسیار بالا از طریق خطوط تلفن و شبکه های ارتباطی و اینترنتی انجام می گیرد. اما در کشور ما، برای توسعه تجارت الکترونیکی، داشتن نظام بانکی کارآمد مطابق با نیازهای تجارت الکترونیکی، الزامات اساسی است. اگر چه در طی سالهای اخیر، برخی از روشهای ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی نظیر ماشینهای خودپرداز و کارتهای اعتباری، در نظام بانکی کشور مورد استفاده قرار گرفته است، اما تا رسیدن به سطح کشورهای پیشرفته در زمینه بانکداری الکترونیکی راهی طولانی در پیش است. همچنین ابزارهای مورد نیاز برای انجام پرداخت الکترونیکی نظیر کارتهای اعتباری، چکهای الکترونیکی و پول الکترونیکی نیز در سیستم مالی کشور غائب هستند. کارت اعتباری به مفهوم واقعی و بین المللی آن در ایران وجود ندارد و کارتهای موجود، شبه اعتباری اند. کشور ما در زمینه ایجاد و تولید کارت اعتباری تا به حال هیچ فعالیتی نکرده است. چرا که فعالیت در این زمینه نیازمند اتصال به سیستمهای بین المللی در تجارت الکترونیکی است. مانع اصلی در استفاده کاربران از کارتهای اعتباری بین المللی، عدم ارتباط بانکهای داخلی با بانکهای بین المللی است. کارشناسان معتقدند که برای ارائه کارتهای اعتباری ملی از لحاظ تکنولوژی مشکلی در کشور وجود ندارد و تنها مشکل حمایت بانکها برای اعتبار دهی است. در خصوص چکهای الکترونیکی نیز با توجه به وسعت استفاده از چک کاغذی در کشور، پیاده سازی چک الکترونیکی و استفاده از آن در پرداختهای الکترونیکی، یکی از روشهای سریع بکارگیری پرداخت الکترونیکی در مقایسه با کارتهای اعتباری و پولهای الکترونیکی است که متأسفانه هنوز اقدامی جدی در جهت تعریف و بکارگیری آن صورت نگرفته است.

پول الکترونیکی نیز هنوز در کشور ما تعریف نشده است و مبانی حقوقی و قانونی آن نیز روشن نمی باشد، البته شرط مقدم بر جریان یافتن پول الکترونیکی رواج خرید اعتباری است که هنوز بانکهای ما توانایی و اعتبار لازم را ندارند تا سرویسهایی برای خرید اعتبار ارائه نمایند. از دیگر موانع موجود بر سر راه بکارگیری تجارت الکترونیکی، سیستم ارتباطی است. در بسیاری از کشورهای جهان از جمله ایران سیستم ارتباطی استاندارد برای تجارت الکترونیکی وجود

ندارد. سیستمهای ارتباطی موجود برای اهداف دیگری مانند پست الکترونیکی آماده شده اند و جوابگوی نیازهای فن آوری های نوین نیستند ظرفیت انتقال داده ها و اطلاعات و پهنای باند مورد استفاده از ویژگیهای مورد توجه سیستم ارتباطی هستند که در کشور ما در این شرایط لازم و مناسب نیستند، همچنین بحث تضمین امنیت شبکه و این نقل و انتقال داده ها در سیستم ارتباطی نیز از دیگر نیازمندیهای آن است که توجهی به آن نشده است. اصلاح قوانین گمرکی در زمینه حمل و نقل کالاهای خریداری شده از طریق تجارت الکترونیکی نیز از اقدامات اساسی مورد نیاز در پیاده سازی تجارت الکترونیکی است که اگر چه اقداماتی تا کنون صورت گرفته ولی هنوز نیاز به انجام اصلاحات اساسی در این زمینه احساس میگردد. همچنین قوانین موجود بیمه و مالیات نیز مشابه قوانین گمرکی نیاز به بازنگری و اصلاحات متناسب با تجارت الکترونیکی و ویژگیهای آن دارند. و بالاخره یکی دیگر از اقدامات مهم و با اهمیت در راه اندازی تجارت الکترونیکی در کشور گسترش فرهنگ آن است. در حقیقت توسعه و گسترش فرهنگ بهره گیری از تجارت الکترونیکی همگام با راه اندازی سخت افزارها و نرم افزارهای آن در ایران ضرورت دارد. از جمله موانع موجود در این راه، فقدان آموزش کافی مدیران و کارشناسان سطح گوناگون بها ندادن به نقش نیروی انسانی در توسعه و حفظ نظامیهای اطلاعاتی - عملیاتی و عدم فرهنگ سازی مناسب در بخشهای گوناگون درگیر اعم از بخشهای دولتی و شرکتهای خصوصی و عامه مردم است. باید به این نکته توجه داشت که سازماندهی تصمیم گیری، نظارت و هدایت و به عبارت دیگر مدیریت دقیق در زمینه به کارگیری تجارت الکترونیکی در کشور از اولویت بالایی برخوردار است و این امر جز از طریق آشنا سازی حوزه مدیریت اجرایی کشور با آن و بکارگیری فناوری اطلاعات در این حوزه امکان پذیر نیست.

۵- اقدامات انجام شده در ایران در جهت راه اندازی تجارت الکترونیکی

شروع مطالعات کارشناسی در جهت نظام متمرکز اطلاع رسانی تجارت داخلی و بین المللی و در نهایت راه اندازی تجارت الکترونیکی در کشور، همزمان با آغاز برنامه پنج ساله دوم بود. در خردادماه ۱۳۷۵ وزارت بازرگانی برای گسترش تجارت الکترونیکی به عضویت هیأت EDIFACT آسیا در

آمد و در مرداد ماه همان سال کمیته علمی ادیفاکت ایران تأسیس شد.[۳]

برخی از فعالیتهای انجام شده در کشور در زمینه تجارت الکترونیکی طی سالهای ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۲ میلادی را به صورت زیر می توان برشمرد:

- کاربرد تکنولوژی بار کد در زنجیره تأمین در سال ۱۹۹۷
- تهیه پیش نویس قانونی تجارت الکترونیکی در سال ۲۰۰۰ به منظور تصویب در سال ۲۰۰۲
- ایجاد شبکه دیتا در وزارت پست و تلگراف و تلفن
- پروژه ارتباط اروپا و آسیا با استفاده از فیبر نوری
- پیاده سازی پروتکل SWIFT در مورد سیستم بانکی

۶- رویکرد دولت به تجارت الکترونیکی

در گزارش شورای عالی انفورماتیک کشور در سال ۱۳۸۰ آمده است:

با عنایت به گسترش سریع و شتابان تجارت الکترونیکی در جهان، تأثیر این امر بر افزایش کارایی تجاری و حفظ و تقویت موقعیت رقابتی کشورها و ناگزیر بودن استفاده از این شیوه مبادلات در آینده و توجیه قوی اقتصادی این امر، ضرورت دارد دولت جمهوری اسلامی ایران از هم اکنون وبه روشنی رویکرد خود را ارتباط با این موضوع اعلام و سیاستها و اقدامات خاصی را برای تحقق این امر اتخاذ نماید. البته در موارد قانونی راه کارهای اجرایی قانون برنامه سوم توسعه، اقدامات و سیاستهایی در راستای این موضوع وجود دارد به عنوان مثال در ماده ۹۴ قانون برنامه سوم توسعه انجام داد وسند الکترونیکی اوراق بهادار در سطح ملی در ماده ۱۰۳ همین قانون دستیابی آسان به اطلاعات داخلی و خارجی، زمینه سازی برای اتصال کشور به شبکه های جهانی، بهبود خدمات و ترویج استفاده از فن آوری های جدید و ایجاد زیر ساختهای ارتباطی و شاهراه های اطلاعاتی لازم با پهنای باند کافی و گسترده، در ماده ۱۱۶ راه اندازی شبکه جامع اطلاع رسانی بازرگانی کشور مورد اشاره قرار گرفته است. همچنین در بخش بازرگانی، اموری نظیر تنظیم و پیشنهاد لایحه تجارت الکترونیکی، برگزاری دوره های آموزشی فنی - کاربردی در زمینه تجارت الکترونیکی و بالاخره الزام شرکتهای، موسسات و سازمانهای دولتی دخیل در صادرات به انجام حداقل ۵۰٪ از مبادلات خارجی خود از طریق بهره گیری از

فناوری تجارت الکترونیک تصریح شده اند. اما به دلایلی نظیر محدود شدن این اقدامات و سیاستهای به بخش دولتی، فراگیر نبودن آنها، نبود انگیزه ها و مشوقهای لازم برای حضور جدی بخش غیر دولتی در این امر و از همه مهمتری عدم اعلام صریح و روشن رویکرد دولت در این ارتباط، به نظر نمی رسد که گسترش تجارت الکترونیکی در کشور احتمال توفیق چندانی داشته باشد. به منظور حصول اطمینان از توفیق این فرآیند ضرورت دارد، دولت جمهوری اسلامی ایران نیز مانند سایر دول جهان با ارائه چارچوبی مشخص، رویکرد خود به این موضوع را بیان و مجموعه اقدامات و سیاستهایی که اجرای آنها را ضروری می داند مشخص نماید. در این رویکرد باید به وضوح جایگاه و نقش دولت و بخشهای غیر دولتی معین گردد، چارچوبهای قانونی لازم پیش بینی شوند، زیر ساختهای مورد نیاز و چگونگی و سرعت تأمین آنها معین گردد و حیطه های فعالیت بخش غیر دولتی، انگیزه ها و مشوقهای لازم برای حضور آنها ارائه گردد و برای انجام هر یک از وظایف و سیاستهای فوق وزارتخانه یا سازمان خاصی مسائل شناخته شود. نظر به گسترش سریع تجارت الکترونیکی در جهان، گریز ناپذیر بودن استفاده از آن، نقش تجارت الکترونیکی در حفظ، تقویت و توسعه موقعیت رقابتی کشور در جهان و صرفه جوییهای ناشی از اجرای تجارت الکترونیکی در کشور، دولت ایران عزم خود مبنی بر استفاده و گسترش تجارت الکترونیکی در کشور را بر طبق اصول و سیاستهای مشخص شده اعلام می نماید. که طبق اصول زیر می باشد:

- دولت جمهوری اسلامی ایران زیر ساختهای اصلی مورد نیاز را فراهم و زمینه های حقوقی و اجرایی مورد نیاز برای استفاده از تجارت الکترونیکی را تأمین خواهد نمود.[۳]
- به منظور جلوگیری از انحصار و ایجاد زمینه های رقابت، دولت جمهوری اسلامی ایران از توسعه فعالیتهای بخش خصوصی در این زمینه حمایت خواهد کرد.[۳]
- دولت جمهوری اسلامی ایران از هرگونه محدودیت تبعیض آمیز در زمینه تجارت الکترونیکی جلوگیری خواهد نمود.
- دولت جمهوری اسلامی ایران از گسترش استفاده از شبکه اینترنت جهت انجام تجارت الکترونیکی در کشور حمایت خواهد نمود و همزمان تدابیر

لازم برای بهداشت محتوای شبکه مزبور را تدارک خواهد نمود. [۳]

۷- نتیجه

آنچه گفته شد بخشی از رویکرد دولت جمهوری اسلامی ایران به راه اندازی و حمایت از تجارت الکترونیکی در کشور بود که در سالهای گذشته در دستور کار دولت و وزارتخانه های ذیربط قرار گرفته است و تقریباً تمامی ملاحظات لازم در این زمینه در نظر گرفته شده است، اما آن چه در عمل روی داده است و اینک شاهد آن هستیم با آنچه که در سیاستها و برنامه های تعریف شده، در نظر گرفته شده است فاصله زیادی دارد و متأسفانه بنا به دلایل مختلف علی رغم گذشت دو سال از آغاز توجه مراجع تصمیم گیری کشور در این مورد، هنوز اقدامات عملی اولیه به درستی انجام نشده و به نظر می رسد که تا راه اندازی و تحقق کامل تجارت الکترونیکی در کشور فاصله زیادی داریم. اما با رویکرد دنیای اقتصاد و تجارت بین المللی، ما نیز همانند سایر کشورهای دنیا، راهی جز پیوستن به آن نداریم که در این جهت اقدامات بسیاری بایستی انجام گیرد تا تجارت الکترونیکی در ایران تحقیق یابد. با توجه به مزایای راه اندازی و به کارگیری تجارت الکترونیکی از جنبه های گوناگون و همچنین ضرورت استفاده از آن به منظور حفظ قدرت رقابت و قابلیت های تجاری و اقتصادی کشور در عرصه جهانی، لازم هست تا هر چه سریعتر موانع و مشکلات موجود در این زمینه رفع گشته و کشور ما نیز در زمره کشورهای موفق در تجارت الکترونیکی درآید

مراجع.

- [۱] تجارت الکترونیکی، مهندس محسن شجاعی و مهندس احمد ملکی زاده
- [۲] آشنایی با مفهوم تجارت الکترونیک و گسترش آن در ایران، تدوین، معاونت بازرگانی خارجی اداره اطلاع رسانی و تجارت الکترونیک، تابستان ۱۳۸۳
- [۳] تجارت الکترونیک موج دوم، دکتر منصور امینی لاری، بخش مهندسی کامپیوتر دانشکده مهندسی دانشگاه