###### 28azad

###### دانشگاه آزاد اسلامي

###### واحد تهران مرکز

موضوع:

تجارت الكترونيك در ايران و جهان

# پيش‌گفتار

امروزه فناوري اطلاعات و ارتباطات محور توسعه اقتصادي، اجتماعي و فرهنگي كشورهاي مختلف قرار گرفته است. تجارت الكترونيكي يكي از نمودهاي عيني انقلاب فناوري اطلاعات و ارتباطات در عرصه‌هاي اقتصادي است. ظهور اينترنت و تجاري شدن آن در دهه‌هاي اخير شيوه‌هاي سنتي تجارت را متحول نموده است. تجارت الكترونيكي انقلابي در شيوه‌ها و رويه‌هاي تجاري گذشته ايجاد كرده و سرعت و صرفه‌جويي را در بهترين وجه جامه عمل پوشانده است. در محيط الكترونيكي فاصله‌هاي جغرافيايي و محدوديت‌هاي زماني و مكاني منتفي و مبادلات تجاري بر پايه اطلاعات الكترونيكي انجام مي‌شود. تجارت الكترونيكي با رفع موانع فراروي تجارت بين‌الملل روند تجارت جهاني را تسريع مي‌نمايد. تجارت الكترونيكي از مزايا و پيامد‌هاي اقتصادي مهمي از قبيل گسترش بازار، كاهش قيمت منابع توليد، ارتقاي بهره‌وري، كاهش هزينه‌هاي مبادلاتي، ايجاد اشتغال و كاهش تورم برخوردار بوده و در رشد درون‌زاي اقتصادي نقش محوري دارد.

مزاياي فراوان تجارت الكترونيكي سبب شده كه نه‌ تنها كشورهاي توسعه يافته بلكه كشورهاي در حال

توسعه نيز از آن به عنوان ابزاري براي رقابت در عرصه داخلي و بين‌المللي استفاده نمايند. نبود راهبرد تجارت الكترونيكي نتيجه‌اي جز انزوا درعرصه اقتصاد جهاني بدنبال نخواهد داشت. گسترش روزافزون حجم تجارت الكترونيكي در جهان، بكارگيري آن توسط بنگاه‌هاي اقتصادي و پذيرش تدريجي آن از سوي مصرف‌كنندگان بيانگر مزاياي بالقوه تجارت الكترونيكي در عرصه‌هاي اقتصادي و تجاري است. بنابراين راهي جز تلاش مستمر براي استفاده از آن در فعاليت‌هاي اقتصادي متصور نيست.

دسترسي افراد و تجار به ابزارهاي ارتباطاتي با كيفيت برتر و هزينه‌هاي پايين، يكي از بسترهاي مهم تجارت الكترونيكي است.

فهرست مطالب

 عنوان شماره صفحه

پيش گفتار ................................................................................................................................... الف

مقدمه ........................................................................................................................................... 1

مفاهيم پايه تعريف تجارت الكترونيك

تجارت الكترونيك در ايران و جهان و وضعيت تجارت الكترونيك در جهان

تجارت الكترونيك در جهان ......................................................................................................... 9

راهبردهاي تجارت الكترونيك در ايران ........................................................................................ 11

سياست تجارت الكترونيك در ايران

تجارت الكترونيك ابزاري در جهت توسعه صادرات

چرخه ژنريك تجارت ، مزايا ، محدوديت ها و نيازهاي تجارت الكترونيك ............................ 20

تقسيم بندي تجارت الكترونيك ............................................................................................ 21

هزينه هاي راه اندازي تجارت الكترونيك در ايران

نمونه اي از يك فعاليت تجاري بين بنگاه و بنگاه ( B2B ) .................................................... 22

فعاليتهايي كه در محدوده بين بنگاه و مصرف كننده ( B2C ) قرار مي گيرد ....................... 22

دولت و مزاياي دولت الكترونيك (e\_Government) ...................................................................25

قوانين حقوقي حاكم بر كسب و كار الكترونيكي ( e\_law ) ........................................................ 26

قوانين حاكم بر تجارت الكترونيك در ايران...............................................................................27

فوايد بكارگيري e\_law در تجارت الكترونيك ( e\_commerce ) ............................................ .27

وظایف مراکز تایید و ثبت نرم افزارها در حفاظت آنها.............................................................28

مزيت ها و معايب تجارت الكترونيكي ..........................................................................................30

نيازهاي تجارت الكترونيكي ........................................................................................................ 32

آشنايي با تجارت الكترونيك از ديدگاه مشتريان و اجزاء تشكيل دهنده آن ......................... 32

تجارت الكترونيكي از ديدگاه مشتري چيست ؟ ............................................................... 32

امنيت در تجارت الكترونيكي ...................................................................................................... 33

رمز نگاري ( Encty Ption ) .................................................................................................. 34

هويت شناسي و موسسات ................................................................................................. 35

متدهاي پرداخت الكترونيكي ....................................................................................................... 37

سيستم كارتهاي اعتباري ........................................................................................................ 37

پول الكترونيكي و كارتهاي هوشمند ................................................................................. 38

پول الكترونيكي مبتني بر شبكه .............................................................................................. 40

سهولت بكار گيري از تجارت الكترونيك ...................................................................................... 41

ايجاد يك فروشگاه بزرگ مجازي ( mall ) ................................................................................... 41

ايجاد قوانين روشن تجاري به منظور ايجاد يك بازار الكترونيكي معتبر........................... 43

EDI – مبادله الكترونيكي داده ها به عنوان پيشينه تجارت ............................................... 43

مزاياي استفاده از تبادل الكترونيكي اطلاعات ........................................................................ 45

هزينه هاي استفاده از تبادل الكترونيكي اطلاعات .................................................................... 46

زير ساخت هاي لازم جهت تجارت الكترونيكي ......................................................................... 48

نتيجه گيري ................................................................................................................................ 51

منابع و ماخذ .............................................................................................................................. 52