

تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک فرآیند خرید، فروش و تبادل محصولات و خدمات از طریق شبکه های رایانه ای و اینترنت است. آغاز تجارت و تبادل کالا به ۲۰۰۰ سال قبل از میلاد بر می گردد زمانی که اولین کشتی ها ساخته شد و مرزهای جغرافیایی میان کشورها کنار زده شد. اما امروزه تجارت شکل جدیدی به خود گرفته است. و می توان در زمان های خالی و فراغت در هر مکان این کار را انجام داد. هرکس می تواند یک صفحه اینترنتی برای خود بسازد و کالای مورد نیازش را در آنجا ارائه دهد. تاریخچه تجارت الکترونیک با تاریخچه اختراعات دیگر مانند کابل و مودم و رایانه و اینترنت گره خورده است. تجارت الکترونیک به شکل کنونی از سال ۱۹۹۱ محقق شد.

در ابتدا تجارت الکترونیک بر اساس آسان سازی تبادلات مالی تعریف شد. رشد و پذیرش کارت اعتباری «Automated teller machine ATM» و تلفن بانک در دهه ی ۱۹۹۰ باعث شکل گیری تجارت الکترونیک شد. از دهه ی ۱۹۹۰ Time Bermers – lee مرورگر وب جهانی گسترده را اختراع کرد و شبکه ی ارتباطی را در سطح جهان دگرگون ساخت که به آن اینترنت یا WWW گفتند. در اواخر سال ۲۰۰۰ خیلی از شرکت های تجاری آمریکا و اروپا سرویس هایشان را از طریق اینترنت ارائه می دادند. از آن زمان به بعد مردم با کلمه ی تجارت الکترونیک که توانایی **خرید کالاهای گوناگون از طریق اینترنت** را برای آنها فراهم می ساخت، آشنا شدند و رقابت بین شرکت ها ایجاد شد و روز به روز حلقه ی رقابت تنگ تر گردید.

تا پایان سال ۲۰۰۱ بیش از ۲۲۰ بیلیون دلار معاملات مالی توسط صدها سایت تجاری انجام شد در سال ۲۰۰۷ سهم تجارت الکترونیک در خرده فروشی کل دنیا ۴/۳ درصد بوده است که میزان آن را تا پایان سال ۲۰۱۰، ۱/۵ درصد اعلام نمودند که این آمار رشد سریع این شیوه از تجارت را نشان می دهد. آمریکا اعلام کرده است که در سال ۲۰۱۱ پروژه تجارت الکترونیک و **خرده فروشی آنلاین** به ۱۹۷ میلیارد دلار رسیده است که نسبت به سال ۲۰۱۰ افزایش ۱۲ درصدی داشته است.

تاریخچه تجارت الکترونیک در ایران

حرکت ها و برنامه های توسعه **تجارت الکترونیکی در ایران** را به سه دوره کلی تقسیم می کنند:

- دوره ۱ - فعالیت های پراکنده بدون چارچوب راهبردی
 - دوره ۲ - تدوین برنامه های راهبردی و سیاست های توسعه تجارت الکترونیک
 - دوره ۳ - انجام اقدامات عملیاتی در قالب چارچوب های راهبردی
- در ذیل در مورد اقدامات در این دوره ها کمی توضیح می دهیم:

دوره ی اول: فعالیت های پراکنده بدون چارچوب راهبردی
مهمترین فعالیت های صورت گرفته در این دوره عبارت اند از:

۱. طرح شبکه جامع اطلاع رسانی بازرگانی: این طرح در دوره اول یکسری اقدامات اولیه را انجام داد و در دوره دوم در قالب برنامه های راهبردی و تکمیل آنها قدم برداشت.

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳

۸۱۴۶۵ - ۹۴۴

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۷۷۷۰

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۱۲۴۱

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

سندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

۱۰۰۰-۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل:

۲. راه اندازی مرکز شماره گیری «Coding» کالا و خدمات ایران: در این مرکز که در حال حاضر عملکرد موفقی داشته، بسیاری از تولید کنندگان و شرکت های تجاری در ایران به صورت کاملاً فعال عضویت داشته و از خدمات این مرکز استفاده می کنند.
۳. عضویت کشور ایران در کمیته ی ادیفکت و سیفکت آسیا و اکنون نیز ایفکت حقوق و روابط بین الملل.
۴. برگزاری اولین کنفرانس بین المللی مالکیت معنوی و کسب و کار الکترونیکی.
۵. ایجاد زیر ساخت های بانکی مناسب .
۶. حضور فعال متصدیان تجارت الکترونیک در کنفرانس ها.

دوره دوم: تدوین طرح های راهبردی و سیاست گذاری

از جمله فعالیت ها و اقداماتی که در کشور صورت گرفته است را می توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. توجهات خاصی به تجارت الکترونیکی و نیازمندی های آن در برنامه سوم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جمهوری اسلامی ایران صورت گرفته است. توسعه بازار سهام الکترونیکی در ماده ی ۹۴، اتصال به شبکه جهانی در ماده ی ۱۰۳ و شبکه ی جامع اطلاع رسانی بازرگانی در ماده ی ۱۱۶ از مهمترین توجهات این برنامه به موضوعات مربوط به تجارت الکترونیک می باشد.
۲. اختصاص بودجه سالانه به حوزه ی فناوری اطلاعات و ارتباطات به طور عام و تجارت الکترونیک به طور خاص.
۳. ایجاد طرح توسعه کاربری فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران «تکفا» « در مورد طرح تکفا در مطالب بعدی توضیحات کاملتری ارائه می گردد.»
۴. مهمترین سند راهبردی با تجارت الکترونیک، سیاست نامه تجارت الکترونیکی است که به منظور برخورداری از یک دید راهبردی در این حوزه طراحی شده است. توسعه تجارت الکترونیکی به عنوان هدف اصلی این سیاست نامه تأمین زیر ساخت های مورد نیاز، آموزش و آگاه سازی و پشتیبانی از طرح های توسعه کاربری اینترنت است.

دوره سوم: اقدامات عملیاتی در چارچوب برنامه های راهبردی:

پس از تدوین برنامه های راهبردی و سیاست های مرتبط با تجارت الکترونیک در دوره سوم کلیه ی اقدامات عملیاتی ساماندهی گردید و به اجرا در آمد. از جمله برنامه های عملیاتی می توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. تصویب قانون تجارت الکترونیک در مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۸۲.

۲. تلاش در راستای ایجاد مرکز منطقه‌ای توسعه تجارت الکترونیک، این مرکز که فرار است با پشتیبانی طرح کلمبو راه اندازی شود، توسعه و ترویج تجارت الکترونیک را در بین کشورهای عضو طرح کلمبو عهده دار خواهد بود. «طرح کلمبو از قدیمی‌ترین سازمان‌های بین دولتی است و کشورهای نظیر استرالیا، کره، ایران، ژاپن، اندونزی و مالزی و ... در آن عضو می‌باشند و اهداف اصلی آن حمایت از گسترش همکاری بین کشورهای عضو برای توسعه اقتصادی و اجتماعی می‌باشد.»
۳. ایجاد مرکز توسعه تجارت الکترونیک که این مرکز عهده دار امر سیاست گذاری و هدایت فعالیت‌های توسعه تجارت الکترونیک و کلیه امور اجرایی مرتبط با این موضوع می‌باشد.
۴. راه اندازی دوره‌های دانشگاهی آموزش تجارت الکترونیک و مدیریت فناوری اطلاعات.
۵. آموزش و آگاه سازی فعالان اقتصادی مانند وزارت بازرگانی و سازمان‌های دیگر.

با آغاز این فعالیت در ایران شاهد پیشرفت روز افزون این نوع از تجارت در ایران بوده‌ایم به طوری که تعداد **فروشگاه‌های اینترنتی** در ایران هر روز افزایش می‌یابد و البته مراجع و قانون‌هایی هم برای سازمان دهی به آنان ایجاد شده است.

انواع تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک را از حیث تراکنش‌ها به انواع مختلفی تقسیم می‌کنند .

- ارتباط بنگاه و بنگاه : **(B2B)** به الگویی از تجارت الکترونیک 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 فرآورده‌ها یا خدمات خود را به شرکت‌ها می‌فروشند .
- ارتباط مصرف کننده با مصرف کننده : **(C2C)** در این حالت ارتباط خرید و فروش با مصرف کنندگان است.
- ارتباط بین بنگاه‌ها و سازمان های دولتی : **(B2A)** شامل تمام تعاملات بین شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی می‌باشد .
- ارتباط بین دولت و شهروندان : **(G2C)** الگویی بین دولت و توده‌ی مردم می‌باشد که شامل بنگاه‌های اقتصادی و مؤسسات دولتی و کلیه شهروندان می‌باشد.
- ارتباط بین دولت‌ها : **(G2G)** این الگو ارتباط تجاری بین دولت‌ها در زمینه‌هایی شبیه واردات و صادرات می باشد.

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳

۸۱۴۶۵ - ۹۴۴

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۷۷۷۰

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۱۲۴۱

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

سندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل:

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

۱۰۰۰-۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir



www.pardakht.ir
info@pardakht.ir

پرداخت
نخستین سامانه تجارت الکترونیک ایران

سامانه تجارت الکترونیک پرداخت

اصفهان،

خیابان امام خمینی، ضلع شمالی مخابرات امام خمینی، کوچه جهان فولاد، ساختمان ایران گیت

۸۱۸۹۸۹۷۸۹۳

۸۱۴۶۵ - ۹۴۴

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۷۷۷۰

+۹۸ ۳۱۱ ۳۳۲۱۲۴۱

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

صندوق پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

وب سایت:

ایمیل:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، خیابان بهشهر، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

۱۰۰۰-۲۱-۸۸۴۹۱۶۱۲

www.pardakht.ir

Info@pardakht.ir

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سامانه پیام کوتاه:

وب سایت:

ایمیل: