



جایگاه تجارت الکترونیک در اقتصاد ایران

## قفل‌ها در انتظار شاه کلید تجارت

مبادله الکترونیک در حوزه بنگاه با مشتری، فعلاً تنها ۱۰ میلیارد تومان در سال است.

اگرچه ضعف زیرساخت‌های ارتباطی، حقوقی و قانونی ورود به عرصه تجارت الکترونیک را کند نموده اما گسترش و کاربرد فن‌آوری ارتباطات و اطلاعات در حوزه اقتصادی کشور، به خصوص در حوزه تجارت یکی از اهداف و جهت‌گیری‌های کلی برنامه چهارم توسعه و یکی از هشت هدف عمده وزارت بازرگانی در آغاز دولت نهم بوده است. نخستین بار، ارایه یک چارچوب کاری برای تجارت الکترونیک در اواخر دولت هشتم مطرح و در مردادماه سال ۱۳۸۴ تحت عنوان «برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیک» به تمام دستگاه‌ها و ادارات ذیربط اعلام گردید، اما به دلیل وجود مشکلاتی، رشد و توسعه چشمگیری نیافت. در یک تقسیم‌بندی کاربردی، دو حوزه مهم را در خصوص تجارت الکترونیک می‌توان نام برد: تجارت بنگاه با بنگاه (B to B) و تجارت بنگاه با مشتری (B to C).

آقای مسعود موحدی، معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی در گفت‌وگویی اختصاصی با ماهنامه «اقتصاد ایران» بر این باور است که ناآشنایی بنگاه‌های تجاری، مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان و نیز عدم توجه و شناخت دستگاه‌ها، مشکل اصلی در این زمینه است. به همین دلیل، با هماهنگی شورای عالی فن‌آوری اطلاعات، جلساتی را در آذرماه سال گذشته با هدف متقاعد نمودن دستگاه‌ها ترتیب دادیم و با تشکیل کارگروه تجارت الکترونیک و حضور تمام دستگاه‌ها، برنامه سال ۱۳۸۶ را با مزیت عملگرایی، تدوین نمودیم.

اگر چه به گفته مسعود موحدی، رشد ما در حوزه تجارت بنگاه با مشتری خوب بوده است، اما شاید لازم باشد به زیرساخت‌های لازم برای رشد حوزه تجارت بنگاه با بنگاه - که به گفته معاون وزارت بازرگانی بسیار مهم‌تر و حیاتی‌تر است - نیز نگاه پرسشگرانه‌ای داشته باشیم. معاون وزیر بازرگانی معتقد است که زیرساخت‌های ارتباطی و عملیاتی کشور، توسعه یافته‌اند و نمونه این امر را انتقال وجوه و توفیق بانکداری الکترونیک می‌داند. اما زمانی که بحث امنیت سرمایه‌گذاری در این فضای مجازی مطرح می‌شود، می‌گوید: «بحث امنیت سرمایه، مسأله بسیار مهمی است که خود ما هم به آن معتقد هستیم. به همین دلیل، مرکز صدور گواهی دیجیتال در آذرماه سال گذشته افتتاح شد و با وجود کمبودهای ضابطه‌ای که در این زمینه داشتیم، موفق شدیم در شهریور سال جاری، آیین‌نامه تأسیس مراکز صدور و خدمات گواهی الکترونیک را به تصویب هیأت دولت برسانیم و امید می‌رود ظرف مدت یک ماه آینده این مرکز افتتاح شود».

زیرساخت دانشی و آموزشی، زیرساخت دیگری است که برای توسعه این نوع تجارت به آن نیازمندیم. برای رفع این مشکل، بسته‌های آموزشی طی یکسال و نیم گذشته طراحی، تدوین و آماده شده و قرار است در شش ماهه دوم سال در اختیار نهادها و مراکز آموزشی مختلف قرار بگیرد. کمبود و نقص دیگر این حوزه، فقدان قوانینی است که از یک طرف خریدار و از طرف دیگر فروشنده را به ورود به این بازار مجازی، تشویق و ترغیب کند. به گزارش واحد اطلاعات و اخبار ماهنامه «اقتصاد ایران»، در لایحه جدید قانون تجارت که به مجلس فرستاده شده فضای تجارت الکترونیک و شرایط جدید تجارت جهانی مورد توجه قرار گرفته است. ضوابط و قوانین دیگری نیز با توجه به مذاکرات صورت گرفته با دادگستری و قوه قضاییه، در دست تدوین است که از جمله آنها تدوین قواعد مسؤلیت کیفری، حقوق جزایی ماهوی در فضای الکترونیک و مقررات آیین دادرسی مدنی و کیفری می‌باشند. انتظار می‌رود که قانون مسؤلیت مدنی در این فضا نیز تا اواسط سال ۸۷ تدوین و به مجلس شورای اسلامی پیشنهاد شود.

### توسعه زیرساخت‌ها

شاه کلید قفل تجارت الکترونیک، فرهنگ‌سازی در این خصوص است. موحدی ضمن تأکید بر این مطلب می‌گوید: فرهنگ‌سازی مناسب و آگاه نمودن مردم از مزایای این نوع تجارت، بسیار مهم و حیاتی است. زمانی که مردم، سهولت و شیرینی این تجارت را بفهمند و نقش آن را در کاهش هزینه‌ها درک کنند حتماً به آن تمایل و رغبت نشان خواهند داد.

توسعه زیرساخت‌های تجارت بنگاه با بنگاه به خصوص زیرساخت‌های ارتباطی و امنیتی، به دلیل حجم و ارزش بالای مبادلات این حوزه، از اهمیت بسزایی برخوردار است. بر همین اساس، وضعیت سیستم تجاری باید امکان برقراری ارتباط در فضای ملی و بین‌المللی را فراهم کند. آقای موحدی با بیان این مطلب می‌افزاید: «در این حوزه نیز دچار مشکلاتی هستیم اما می‌کوشیم چارچوب‌های مناسب برای مبادلات تجاری را فراهم کنیم. از جمله این چارچوب‌ها، ایجاد شناسنامه و نظام‌های هویتی (طبقه‌بندی و کلاسیک) برای کالا و خدمات است. در اردیبهشت ماه سال جاری، آیین‌نامه اجرایی این نظام به تصویب هیأت دولت رسید. ارایه استانداردهای مشخص برای تجارت الکترونیک در سطح بین‌الملل از دیگر موارد مورد توجه است. توجه و ارایه استانداردهای یک کار زیرساختی است که تلاش شده منطبق بر استانداردهای سازمان ملل تهیه و تدوین

شود؛ چرا که هدف اصلی از راه‌اندازی این سیستم، تسهیل تجارت بین‌المللی است. ثبت الکترونیکی سفارش کالا و فعال‌سازی بانک‌ها در خدمات بازرگانی (نظیر طرح‌ریزی نقدی گندم) از جمله اقداماتی است که در این زمینه انجام شده است».

معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت بازرگانی آمار مربوط به رشد تجارت الکترونیک را امیدوارکننده ارزیابی کرده و می‌گوید: براساس اطلاعات موجود، مبادلات الکترونیکی ما در سال ۱۳۸۵ نسبت به سال قبل، ۲/۵ برابر رشد یافته و انتظار می‌رود در سال ۱۳۸۶ این رشد نسبت به سال قبل پنج برابر شود؛ ضمن این که رشد در حوزه تجارت الکترونیک نمایی بوده و اگر بتوانیم پوشش اولیه را فراهم کنیم، در کوتاه‌مدت به رشد مطلوبی خواهیم رسید. تجربه کشورهای مختلف مانند آمریکا، انگلیس، مالزی و ترکیه - که الگوی تجارت الکترونیکی ما بوده‌اند - نیز مؤید همین مطلب است.

جواب به این سؤال که تجارت الکترونیک تا چند سال دیگر به رشد قابل قبولی می‌رسد سخت است و اما و اگرهای بسیاری با خود دارد. موحدی معتقد است، بستری لازم فراهم شده و رشد خوبی هم داشته‌ایم به طوری که هم‌اکنون می‌توانیم با برخی کشورهای قدر در این زمینه بدون هیچ مشکلی مبادله کنیم. اما شاید یک مانع اساسی، فرهنگ ایرانی و شرقی ما است که روند توسعه ترویج تجارت الکترونیک را به تعویق می‌اندازد. در فرهنگ شرق و به خصوص ایران، تعامل رو در رو بین فروشنده و مشتری و چانه‌زنی بسیار متداول بوده و حذف این ارتباط رو در رو کمی سخت است. اما امید می‌رود ظرف سه یا چهار سال آینده، تحول چشمگیری صورت بگیرد. برآوردها نشان می‌دهند مبادله تجاری در حوزه بنگاه با مشتری در سال ۱۳۸۴ معادل ۴۰ میلیارد ریال و در سال ۸۵ معادل ۱۰۰ میلیارد ریال بوده است و این رقم برای سال ۱۳۸۶ پانصد میلیارد ریال پیش‌بینی می‌شود. این ارقام اگرچه امیدوارکننده می‌باشند اما باید واقع بین بود و اعتراف کرد که هنوز تا رسیدن به جایگاه مناسب جهانی مسیر ناپیموده بسیاری در پیش داریم. حال باید به این موضوع فکر کرد که سرعت حرکت ما چقدر باشد تا بتوانیم قفل‌های تجارت الکترونیک را یکی پس از دیگری بگشاییم. ■