



بررسی

# وضعیت تجارت الکترونیک

در جهان و ایران



گزارش گروه اقتصاد و تجارت الکترونیک

---

# بررسی وضعیت تجارت الکترونیک

در جهان و ایران

---

زمستان ۱۳۹۵

---

---

مرکز تحقیقات و آینده پژوهی سازمان سراج

ایمیل: [futures@seraj.ir](mailto:futures@seraj.ir)

تجارت الکترونیک به خرید و فروش کالاها و خدمات بر بستر شبکه‌های کامپیوتری و با استفاده از روش‌هایی خاص (از قبیل صفحات وب، اکسترانت و EDI<sup>۱</sup>) اطلاق شده و کسب و کارهایی را که از طریق تلفن، فکس و یا ایمیل صورت می‌گیرد، شامل نمی‌شود<sup>۱</sup>. فرایند تجارت الکترونیک قابل تقسیم به چهار بخش جمع‌آوری اطلاعات، توافق، تراکنش و تحویل می‌باشد که اعمال این مراحل معادل مدل‌های تجارت B2C<sup>۲</sup> و B2B<sup>۳</sup> است. این نوع از تجارت به عنوان یکی از مهمترین کارکردهای فضای مجازی، نقش مهمی را در تسهیل فرایندهای خرید و فروش، کاهش هزینه‌ها و در نتیجه رشد و توسعه کسب و کار ایفا می‌کند.

نمودار ۱: نقش ICT در زنجیره ارزش معاملات تجارت الکترونیک



منبع: OECD (2013)

۱. Electronic Data Interchange
۲. Business to Consumer
۳. Business to Business

در جدول شماره ۱ که درآمد تجارت B2C را در ۱۰ کشور دارای بیشترین تعداد خریدار آنلاین نشان می‌دهد، مشاهده می‌شود که درآمد کشورهای فوق از این محل در سال ۲۰۱۳ در حدود ۱ میلیارد دلار است که قریب به ۸۲ درصد درآمد جهانی این بخش را تشکیل می‌دهد. البته بر اساس پیش‌بینی ای‌مارکتر<sup>۴</sup> این مقدار برای کشورهای فوق در سال ۲۰۱۸ به بیش از ۲,۴ میلیارد دلار خواهد رسید.

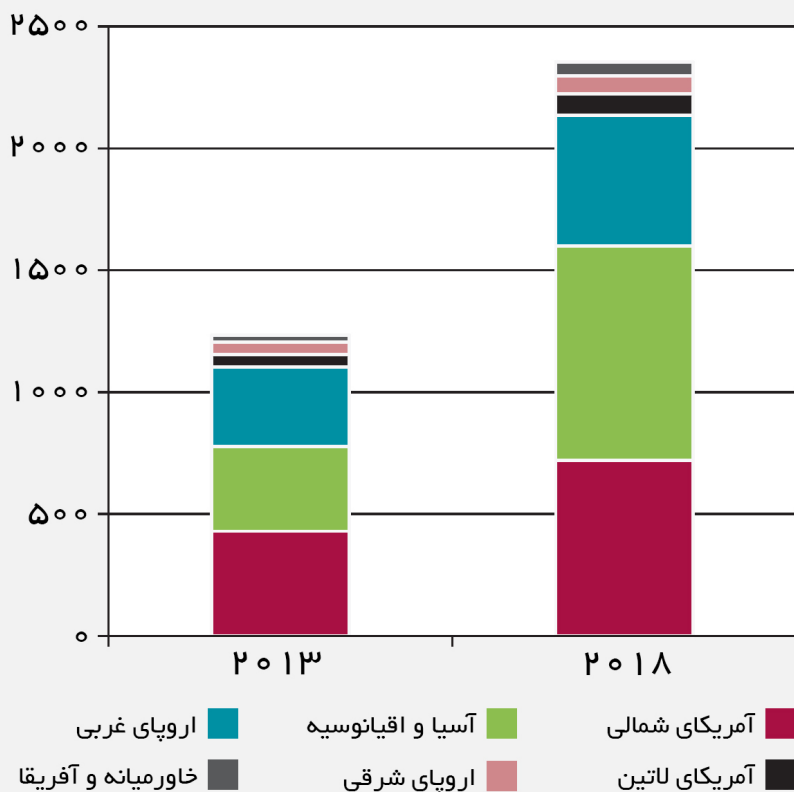
جدول ۱: درآمد B2C در ۱۰ کشور برتر از نظر تعداد خریداران آنلاین

کشور	مدل B2C		خریداران آنلاین	
	۲۰۱۳ (میلیارد دلار)	به عنوان سهمی از B2B (درصد)	تعداد (میلیون نفر)	خرج سالیانه به ازای هر خریدار (هزار دلار)
چین	۳۰۱	۱۸,۵	۲۷۱	۱,۱۱
ایالات متحده	۲۶۳	۴,۷	۱۳۳	۱,۹۷
ژاپن	۱۱۹	۵,۳	۵۵	۲,۱۷
آلمان	۵۲	۴,۵	۳۳	۱,۵۹
بریتانیا	۱۴۴	۵,۲	۳۰	۴,۸۷
روسیه	۱۳	۱۴	۲۰	۰,۶۲
کره جنوبی	۲۲	۲,۲	۱۹	۱,۱۹
فرانسه	۶۸	۱۲	۱۸	۳,۶۹
برزیل	۱۴	-	۱۴	۱,۰۴
کانادا	۱۹	۱۱,۹	۱۳	۱,۴۵
مجموع	۱۰۱۶	۸,۱	۶۰۵	۱,۶۸
برآورد فروش جهانی B2C در سال ۲۰۱۳	۱۲۳۳	ناموجود	-	-

منبع: Information Economy Report 2015

در نمودار ۲ سهم هریک از مناطق جهان از درآمد تجارت الکترونیک در سال‌های ۲۰۱۳ و ۲۰۱۸ به نمایش درآمده است. پیش‌بینی می‌شود سهم کشورهای آسیایی از تجارت B2C با بالاترین رشد از ۲۸ درصد در سال ۲۰۱۳ به ۳۷ درصد در سال ۲۰۱۸ برسد. علاوه بر کشورهای آسیایی تنها منطقه‌ای که پیش‌بینی می‌شود طی این دوره رشد داشته باشد منطقه خاورمیانه و آفریقا خواهد بود که سهم آن از ۲,۲ درصد به ۲,۵ درصد خواهد رسید. این در حالی است که پیش‌بینی می‌شود در مجموع کشورهای آمریکای شمالی و اروپای غربی دارای کاهش سهم از ۶۱ درصد به ۵۳ درصد باشند.

نمودار ۲: فروش جهانی تجارت الکترونیک B2C بر اساس منطقه (میلیارد دلار)<sup>۵</sup>



بر اساس تخمین‌ها در سال ۲۰۱۳، حدود ۱,۱ میلیارد نفر (سن بالای ۱۴ سال) در دنیا حداقل برای یک بار خرید آنلاین داشته‌اند که این تعداد ۴۱,۳ درصد کاربران اینترنت را تشکیل می‌دهد. از نظر تعداد خریداران آنلاین نیز منطقه آسیا و اقیانوسیه با ۴۶۰ میلیون خریدار آنلاین بالاترین رتبه را داراست. در منطقه خاورمیانه و آفریقا در سال ۲۰۱۳، حدود ۱۷۲ میلیون خریدار آنلاین وجود دارد که بیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۱۸، تقریباً ۸۲ درصد رشد داشته باشد که بیش‌ترین میزان در مناطق مختلف خواهد بود. پس از آن نیز منطقه آمریکای لاتین با ۶۴ درصد رشد بیش‌ترین میزان رشد را خواهد داشت. با توجه به رشد بالای تعداد خریداران این دو منطقه در تعداد خریداران آنلاین، این دو منطقه می‌تواند بازارهای خوبی برای فروش محصولات دیجیتال و فیزیکی برای بازرگانان ایرانی باشد. البته ورود به این بازارها نیاز به فراهم بودن زیرساخت‌های قانونی تجارت الکترونیک در سطح بین‌المللی دارد و باید تمهیدات لازم برای این امر فراهم گردد.

### خریداران آنلاین به عنوان سهمی از ...

کاربران اینترنت	جمعیت جهان	کل تعداد خریداران آنلاین جهان
(%)	(%)	(%)
۲۰۱۳	۲۰۱۳	۲۰۱۳
۴۲,۱	۱۴,۹	۴۲,۶
۶۴	۴,۹	۱۶,۹
۷۲	۵۹,۷	۱۶
۳۱,۳	۷,۱	۸,۷
۲۸,۲	۱۸,۶	۷,۸
۴۱,۶	۲۴,۱	۸
۴۱,۳	۱۵,۲	۱۰۰

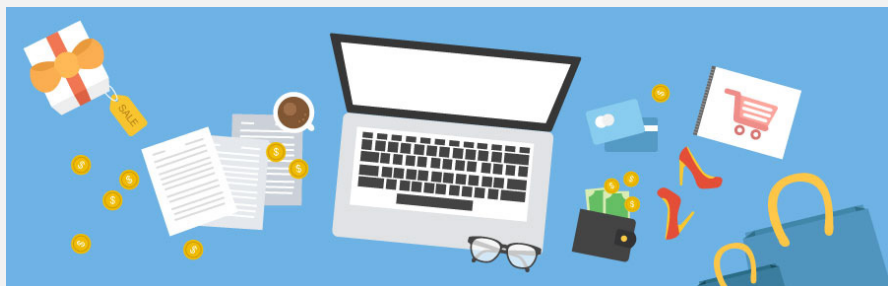


جدول ۲: تخمین تعداد خریداران آنلاین بر اساس منطقه طی سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸

	تعداد (میلیون نفر) ۲۰۱۳	تعداد (میلیون نفر) ۲۰۱۸	رشد بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۸ (درصد)
آسیا و اقیانوسیه	۴۶۰,۳	۷۸۲,۴	۷۰
اروپای غربی	۱۸۲,۳	۲۱۰,۲	۱۵
آمریکای شمالی	۱۷۲,۳	۲۰۳,۸	۱۸
خاورمیانه و آفریقا	۹۳,۶	۱۷۰,۶	۸۲
آمریکای لاتین	۸۴,۷	۱۳۹,۳	۶۴
اروپای شرقی	۸۶,۴	۱۱۷,۴	۳۶
کل جهان	۱۰۷۹,۶	۱۶۲۳,۷	۵۰

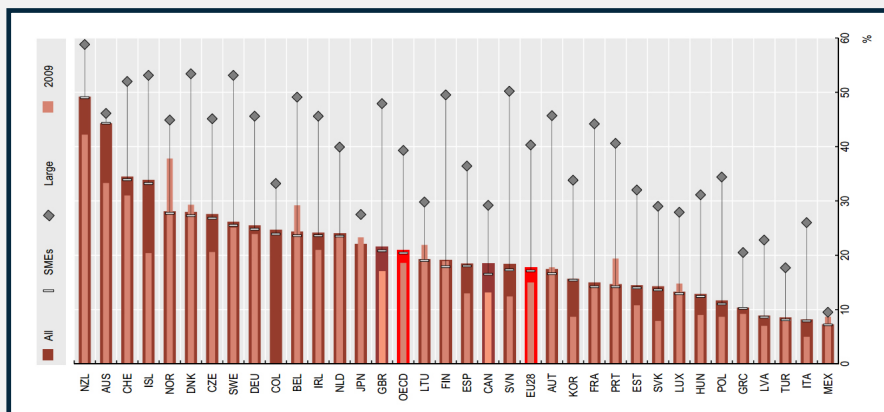
نمودار ۳، درصد شرکت‌های حاضر در OECD که از تجارت الکترونیک استفاده می‌کنند را نشان می‌دهد. همان‌طور که قابل مشاهده است در کشور نیوزلند تقریباً نیمی از شرکت‌ها از تجارت الکترونیک استفاده می‌کنند، اما در کشورهایی مانند ایتالیا، لیتوانی، مکزیک و ترکیه کمتر از ده درصد شرکت‌ها از این ظرفیت بهره می‌برند. البته این رقم برای شرکت‌های بزرگ (بیش از ۲۵۰ کارمند) رقم بالاتری را داراست. در کشورهای OECD، به صورت میانگین ۲۱ درصد شرکت‌ها از تجارت الکترونیک در فروش استفاده می‌کنند که این رقم برای شرکت‌های بزرگ تقریباً دو برابر است [۲]. از جمله مشکلاتی که بر سر راه شرکت‌های کوچک و متوسط در استفاده از تجارت الکترونیک وجود دارد، وجود قوانین بازدارنده در مورد قراردادهای دیجیتال، مالیات و مواردی از این قبیل می‌باشد.

درصد تعداد افرادی که خرید آنلاین انجام می‌دهند در کشورهای مختلف متفاوت است و بازه‌ای بین ۵ درصد در کشور تایلند تا بیش از ۶۰ درصد برای کشورهای انگلستان، دانمارک و استرالیا را شامل می‌شود. در حالت کلی میزان خرید آنلاین توسط کاربران اینترنت در کشورهای در حال توسعه کمتر از کشورهای توسعه یافته است که می‌تواند به دلیل قدرت خرید محدود افراد در این کشورها باشد، اما در عین حال دلایلی از قبیل نبود اعتماد، گزینه‌های محدود خرید (شامل محتوی و زبان) و خدمات تحویل ضعیف نیز می‌تواند بر آن اثرگذار باشد.

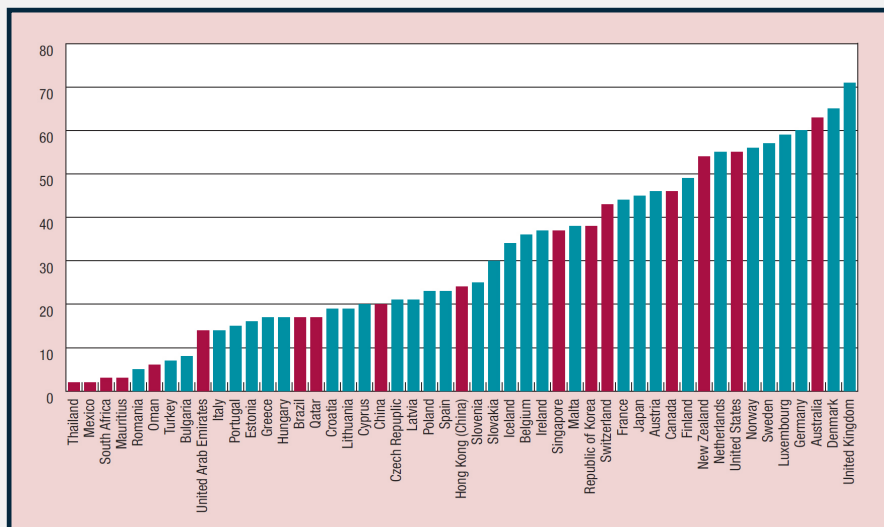




نمودار ۳: درصد شرکت‌های درگیر در فروش با استفاده از تجارت الکترونیک در سال ۲۰۱۳



نمودار ۴: درصد افرادی که در کشورهای منتخب خرید آنلاین می‌دهند در سال ۲۰۱۳



۷. منبع: گزارش Digital Economy Data Highlight (2015)

۸. منبع: گزارش Information Economy (2015)



متأسفانه در مورد جایگاه تجارت الکترونیک در ایران آمار رسمی وجود ندارد. بر اساس اظهارات ریاست مرکز توسعه تجارت الکترونیک، طبق آمار شاپرک در سال ۹۳، حدود ۵۰ هزار میلیارد تومان خرید اینترنتی در کشور صورت گرفته است که پیش‌بینی می‌شود روند رو به رشدی داشته باشد [۳].

در جدول ۳ آماری در مورد

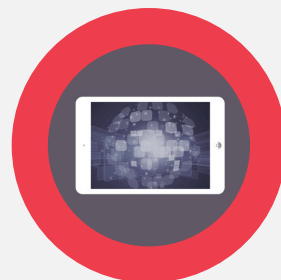
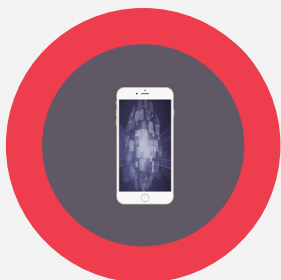
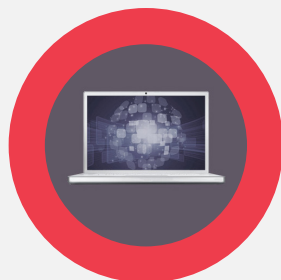
تعداد کاربران اینترنت و سرانه خرید اینترنتی هر کاربر ایرانی ارائه شده است. همچنین بر اساس آمار ارائه شده توسط مسئولین در سال ۱۳۸۳ رتبه ایران در تجارت الکترونیک ۱۰۲ بوده است [۴].

جدول ۳: سرانه خرید اینترنتی کاربران اینترنت در ایران در سال ۱۳۹۳

سرانه خرید اینترنتی هر کاربر (تومان)	میزان خرید اینترنتی (میلیارد تومان)**	تعداد کاربران اینترنت*	کل جمعیت*
۱۲۴۸۵۴۰	۵۰۰۰۰	۴۰۰۴۶۷۸۵	۷۵۱۴۹۶۶۹

\* مهریوز ۱۳۹۳/۰۷/۱۸

\*\* اقتصاد آنلاین ۱۳۹۴/۰۶/۱۷



یکی از مشکلات حال حاضر دنیا سهم پایین فروش الکترونیک در شرکت‌های کوچک و متوسط می‌باشد. از جمله موانع موجود برای این امر عدم ثبات در قوانین بین‌المللی، مالیات، مسائل مربوط به قراردادهای الکترونیک و همچنین نیاز به مهارت‌های مکمل در این زمینه می‌باشد [۵]. از این رو به نظر می‌رسد علاوه بر نیاز به تسریع در فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم از قبیل پهنای باند با سرعت و فراگیری بالا در کشور، لازم است تا زیرساخت‌های قانونی لازم از قبیل قوانین تجارت بین‌الملل با رویکرد تجارت الکترونیک، مالیات خرید و فروش الکترونیک و قراردادهای الکترونیک جهت انجام فعالیت‌های تجارت الکترونیک تهیه و تدوین گردد.



## فهرست منابع:

- [۱] “Science, Technology and Industry Scoreboard” OECD , 2015.
- [۲] “OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2015,” OECD, 2015.
- [۳] سهم-تجارت - Available: [www.eghtesadonline.com/](http://www.eghtesadonline.com/) , [ادرون خطی] الکترونیک .
- [۴] Available: [donya-e-eqtesad.com/news/448768](http://donya-e-eqtesad.com/news/448768) , [ادرون خطی]
- [۵] “Electronic and Mobile Commerce,” OECD, 2015.
- [۶] Available: [donya-e-eqtesad.com/news/920135](http://donya-e-eqtesad.com/news/920135) , [ادرون خطی]

