



فرصت ۲۲ تریلیون دلاری تجارت الکترونیک برای کشورهای در حال توسعه

بر اساس اعلام سازمان آنکتاد در روز ۱۸ ژوئیه ۲۰۱۶ در جریان معرفی اقدام جدید تجارت الکترونیک، فرصت تجارت الکترونیک در سال ۲۰۱۵ حدود ۲۲.۱ تریلیون دلار برآورد شده که در مقایسه با سال ۲۰۱۳ با افزایش ۳۸ درصدی همراه بوده است. سازمان آنکتاد توصیه می کند که کشورهای در حال توسعه می باید از این فرصت که به سرعت در حال رشد است در جهت رشد اقتصادی و تجارت خود استفاده کنند.

اقدام جدید این سازمان تحت عنوان تجارت الکترونیک برای همه (eTrade for All)، در نظر دارد تا با گردآوری سازمان های بین المللی و کسب و کارها تحت یک چتر واحد نسبت به تسهیل دسترسی کشورهای در حال توسعه برای دریافت پشتیبانی های فنی و پیشنهاد گزینه های جدید به اهداکنندگان تامین مالی، اقدام کند.

در این اقدام در نظر است تا از مشارکت قوی بخش خصوصی از طریق شورای تحت عنوان شورای مشورتی بخش خصوصی Private Sector Advisory Council و همکاری مالی دولت های انگلیس، ایرلند شمالی، سوئد، فنلاند و جمهوری کره برای پشتیبانی کشورهای در حال توسعه مایل به تقویت تجارت آنلاین، استفاده شود.

اقدام مذکور به کشورهای در حال توسعه در ۷ زمینه سیاستی شامل ارزیابی تجاری الکترونیک، زیرساخت فناوری اطلاعات و ارتباطات، سیستم های پرداخت، لجستیک تجارت، چارچوب های حقوقی و قانونی توسعه مهارتها و تامین مالی برای تجارت الکترونیک، کمک خواهد نمود. همچنین این اقدام درخواست دسامبر ۲۰۱۵ هیات عمومی سازمان ملل در زمینه استفاده بهتر از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای تسهیل دسترسی به اهداف توسعه پایدار را نیز تامین خواهد کرد.

تجارت الکترونیک از طریق ارائه فرصت ها و بازارهای جدید، فرصت های اقتصادی از جمله مشاغل را ایجاد می نماید. در حالی که ۷۰ درصد از مردم دانمارک، لوکزامبورگ و انگلیس، خرید آنلاین می کنند این موضوع در اکثر کشورهای در حال توسعه وضعیت متفاوت دارد. به عنوان نمونه در کشور بنگلادش، غنا و اندونزی، فقط ۲ درصد یا کمتر از جمعیت، خرید آنلاین دارند.

تجارت الکترونیک دو بخش B²B¹ و B²C² را در بر می گیرد که ارزش هریک از آنها وفق برآورد سازمان آنکتاد در سال ۲۰۱۵ به ترتیب برابر با ۱۹.۹ تریلیون دلار و ۲.۲ تریلیون دلار بوده است. ارقام تجارت مذکور عمدتاً در قلمرو داخلی است ولی بین المللی شدن آن در مسیر رشد روزافزون قرار دارد.

داده های جدید آنکتاد نشان می دهد که تجارت الکترونیک به سرعت در حال رشد است و سهم اقتصادهای نوظهور در این تحول قابل توجه است. در شرایط فعلی کشور چین بزرگترین بازار تجارت الکترونیک B²C را هم در زمینه فروش آنلاین و هم تعداد فروشگاه های آنلاین در اختیار دارد.

^۱ business-to-business
^۲ business-to-consumer



معاونت بررسی های اقتصادی

طی سالهای اخیر کشورهای برزیل، هند، جمهوری کره و فدراسیون روسیه نیز به فهرست ده بازار برتر تجارت الکترونیک ملحق شده اند.

جدول زیر آمارهای مربوط به ده بازار برتر تجارت الکترونیک در زمینه B²C به همراه حجم فروش آنها در زمینه B²B، ارائه داده است.

ده بازار برتر تجارت الکترونیک در زمینه B²C در سال ۲۰۱۵،
رتبه بندی شده بر حسب تعداد خریداران آنلاین

ردیف	کشور	فروش B ² C میلیارد دلار	فروش B ² B میلیارد دلار	خریداران آنلاین	
				تعداد (میلیون)	هزینه سالانه به ازای هر خریدار (دلار)
۱	چین	۶۲۳	۲۰۷۸	۴۱۳	۱۵۰۸
۲	امریکا	۵۱۱	۶۰۷۲	۱۶۶	۳۰۷۲
۳	ژاپن	۱۱۴	۲۳۸۰	۵۷	۱۹۹۴
۴	آلمان	۵۲	۹۶۶	۴۱	۱۲۷۰
۵	انگلیس	۱۷۴	۷۰۹	۳۸	۴۵۳۹
۶	برزیل	۱۲	۱۱۲	۳۳	۳۷۶
۷	روسیه	۲۳	۷۰۰	۳۰	۷۵۶
۸	فرانسه	۷۲	۶۰۰	۲۵	۲۹۱۶
۹	جمهوری کره	۴۸	۹۶۹	۲۲	۲۱۲۰
۱۰	هند	۲۰	۲۹۸	۲۲	۸۹۱
جمع ده کشور		۱۶۴۸	۱۴۸۸۴	۸۴۸	۱۹۴۴
برآورد جهان		۲۲۰۴	۱۹۹۰۴	-	-

منبع: سازمان آنکتاد

تجارت الکترونیک در ایران

بنا به آمار مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در انتهای سال ۱۳۹۴ تعداد دارندگان نماد اعتماد الکترونیکی به ۱۵۵۶۱ عدد رسید و در انتهای فروردین سال ۱۳۹۵ این رقم برابر با ۱۶۰۱۵ بود.

تعداد دارندگان نماد اعتماد الکترونیک در سال ۱۳۹۴ نسبت به سال ۱۳۹۳ با ۸۵ درصد رشد همراه بوده است. به استناد اسناد منتشره از شاپرک، حجم تجارت الکترونیکی (ثبت شده) در کشور در سال ۱۳۹۴ نیز رشد ۱۶ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۳ داشته و



معاونت بررسی های اقتصادی

مبلغ خرید اینترنتی به ۶۰۵ هزار میلیارد ریال رسید که از این میزان ۳۳۹ هزار میلیارد ریال تراکنش خرید اینترنتی متعلق به استان تهران (۵۶٪) و ۲۶۶ هزار میلیارد ریال تراکنش دیگر استانها (۴۴٪) بوده است.

مرکز توسعه تجارت الکترونیکی تعداد تراکنش های خرید اینترنتی در کشور در سال ۱۳۹۴ را حدود ۱۹۱ میلیون تراکنش خرید اینترنتی اعلام کرده که نسبت به سال گذشته ۲۵ درصد رشد داشته است.

مبلغ ماهیانه تراکنش در پایانه های اینترنتی به طور متوسط در هر پایانه اینترنتی ۲.۹ میلیارد ریال بوده که در قیاس با متوسط ماهیانه مبلغ تراکنش در هر پایانه فروش به ارزش ۱۷۸ میلیون ریال، ۱۶ برابر است.

در سال ۱۳۹۴ متوسط مبلغ هر تراکنش خرید اینترنتی نیز ۳۷.۱ میلیون ریال بوده در حالی که متوسط مبلغ تراکنش هر خرید از پایانه فروش ۵۵.۱ میلیون ریال بوده است.