



اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی
خراسان رضوی



امور کمیسیون ها
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی

برنامه راهبردی برای تحول و توسعه زیست بوم تجارت الکترونیک

در آفاق ۱۴۰۷

تهیه کننده:

مرکز توسعه تجارت الکترونیک

کمیسیون کسب و کارهای دانش بنیان و اقتصاد دیجیتال
اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی خراسان رضوی





برنامه راهبردی زیست بوم تجارت الکترونیکی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَالْعَصْرِ
إِذَا نَشَأَ الْفَجْرُ
إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا

وَعَمَلُوا الصَّالِحَاتِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

فصل ۱ : معرفی

فصل ۲ : مدل پایه

فصل ۳ : نظام مسائل

فصل ۴ : ارکان راهبردی

فصل ۵ : اهداف راهبردی

فصل ۶ : دستاوردها

فصل اول : معرفی

امروزه توسعه صنعتی در دنیا در مرحله انقلاب چهارم (استفاده از فناوری‌های دیجیتال جهت خلق و تحویل ارزش) است و در برخی از کشورها نیز به انقلاب صنعتی پنجم (مبتنی بر پایداری، انسان‌محوری و تاب‌آوری) تکامل یافته است که فناوری‌های دیجیتال در تحقق انقلاب پنجم نیز نقش برجسته‌ای دارند.



مرکز توسعه تجارت الکترونیکی به استناد ماده ۸۰ قانون تجارت الکترونیکی جهت استقرار، پیاده‌سازی و توسعه تجارت الکترونیکی در کشور و به‌عنوان نهاد واسط توسعه، مأموریت تسهیل و توسعه زیست‌بوم تجارت و کسب‌وکارهای الکترونیکی را در کشور بر عهده دارد.

مرکز با تأکید بر توسعه پایدار، افزایش رفاه عمومی و بهبود فضای کسب و کار، عهده دار سیاستگذاری، برنامه ریزی، هدایت و نظارت راهبردی، ایجاد زیرساخت ها، استقرار و توسعه کاربردهای تجارت الکترونیکی در کشور می باشد، که با بهره مندی از استانداردها و تعاملات بین المللی به حمایت از فعالیت های تجارت الکترونیکی می پردازد.

فصل دوم : مدل پایه

به منظور طراحی و تدوین راهبردها و برنامه های عملیاتی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، پس از بررسی الگوها و تجربیات جهانی از الگوی جامع و یکپارچه **زیست بوم تجارت الکترونیکی** استفاده شده است که مداخلات سیاستی را مبتنی بر اقتضائات و ظرفیت های ملی - منطقه ای ایران در هفت زیرنظام در نظر می گیرد.



زیست بوم به عنوان مجموعه‌ای از **عاملان** (مانند دستگاه‌های دولتی، تشکل - های حرفه‌ای کسب و کار، شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات کسب و کار و نهادهای تأمین مالی و غیره) و **فاکتورهای ملی - منطقه‌ای به هم پیوسته** (مانند زیرساخت‌ها، عوامل فرهنگی و اجتماعی، عوامل اقتصادی، مالی و سیاستی و قانونی) معرفی می‌کند که به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر توسعه تجارت و کسب و کارهای الکترونیکی تاثیر می‌گذارد.



✓ حکمرانی زیست بوم محور و مشارکتی

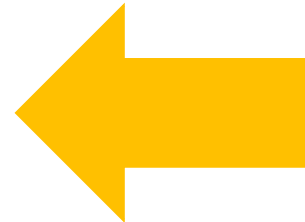
✓ مدیریت مبتنی بر برنامه

✓ رویکرد کسب و کاری مبتنی بر زنجیره ارزش

✓ رویکرد فراگیر و پرشمول

✓ تجارت الکترونیکی فرامرزی

✓ تجارت الکترونیکی مبتنی بر نسل ۴



○ حکمرانی جزیره‌ای

○ مدیریت مبتنی بر آزمون و خطا

○ رویکرد سامانه محور

○ رویکرد متمرکز چندبخشی

○ تجارت الکترونیکی محلی و داخلی

○ تجارت الکترونیکی مبتنی بر نسل ۲

تدوین برنامه راهبردی تجارت الکترونیکی و کسب و کارهای دیجیتالی برای ترسیم مسیر تجارت الکترونیکی ایران از سال ۱۴۰۳ تا ۱۴۰۷، حاصل نشست‌های تخصصی با فعالین کلیدی زیست‌بوم (در قالب نظام مسائل)، نظرسنجی گسترده از کسب و کارهای دارای اینماد، مدیران و کارشناسان مربوطه و بهینه‌کاوی تجربیات و الگوهای بین‌المللی بوده است.

چارچوب نقشه راه، ناظر به **الگوی زیست‌بوم** و بر پایه ۷ زیرنظام حکمرانی، زیرساختی، فرهنگی - اجتماعی، تأمین مالی، سرمایه انسانی، دانش و فناوری و بازار و فروش بنا نهاده شده است.

فصل سوم : نظام مسائل

نظام مسائل

- ❖ رویکرد جزیره ای و بخشی نگری در خصوص تجارت الکترونیکی در ساختار حاکمیت
- ❖ نگرش غیرمشارکتی در حکمرانی زیست بوم تجارت الکترونیکی
- ❖ عدم وجود قوانین و مکانیزم بازدارنده و اجرایی قوی در حوزه جرایم تجارت الکترونیکی
- ❖ عدم اطمینان کامل از امنیت اطلاعات در حوزه تجارت الکترونیک
- ❖ کیفیت پائین حمایت از حقوق مالکیت فکری

نظام مسائل

- ❖ فقدان رویکرد زنجیره ارزشی در توسعه زیرساختی
- ❖ نبود سیستم حمل و نقل سریع، ایمن و یکپارچه در کشور
- ❖ تمرکزگرایی نهادهای تسهیل گر در تهران
- ❖ عدم دسترسی مناسب کسب و کارها به داده ها و تحلیل های تجاری

نظام مسائل

- ❖ کمبود نهادهای حمایت کننده مالی تخصصی در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی
- ❖ عدم تنوع در الگوهای حمایتی مالی برای کسب و کارهای الکترونیکی
- ❖ عدم اتخاذ روش های پیشرفته و نوین پرداخت الکترونیکی در بین مصرف کنندگان و فعالین کسب و کار

نظام مسائل

- ❖ عدم بهره گیری مناسب کسب و کارها از همه ظرفیتهای تجارت الکترونیکی
- ❖ عدم اتصال مطلوب مشاغل محلی و خرد به بازارهای ملی و فرامرزی
- ❖ کاهش رقابت پذیری بازار به دلیل انحصارگری، دامپینگ و ...

نظام مسائل

- ❖ عدم اعتماد لازم مصرف کنندگان جهت خریدهای بزرگ آنلاین
- ❖ عدم تمایل استفاده از فناوری های نوین در نسل های قدیمی
- ❖ هم افزایی پائین فعالان جهت توسعه و رشد کسب و کارها

نظام مسائل

- ❖ عدم رسوخ مطلوب فناوری‌های نوین در کسب‌وکارهای سنتی
- ❖ نرخ پائین تحقیق و توسعه دیجیتال محور در کسب‌وکارها
- ❖ نرخ پائین شکل‌گیری کسب‌وکارهای مقیاس‌گرای دیجیتالی
- ❖ عدم بروز بودن دستگاه‌های حاکمیتی در حوزه فناوری‌های نوین دیجیتالی

نظام مسائل

- ❖ نرخ بالای مهاجرت متخصصین حوزه تجارت الکترونیکی
- ❖ کمبود نیروی متخصص در فناوری های نوظهور تجارت الکترونیکی
- ❖ استفاده نامطلوب از ظرفیت نخبگان ایرانی خارج از کشور

فصل چهارم : ارکان راهبردی

در این فصل ارکان راهبردی مرکز شامل مأموریت، چشم
انداز، ارزش ها، استراتژی ها، اهداف راهبردی تبیین می
گردد



ماموریت

حکمرانی زیست بوم

تجارت و کسب و کارهای الکترونیکی

سیاستگذاری، برنامه ریزی، نظارت، تسهیل و توسعه زیست بوم
تجارت و کسب و کارهای الکترونیکی در کشور با تاکید بر افزایش
رفاه عمومی و تحقق اقتصاد پایدار

چشم انداز

تجارت الکترونیکی

آسان، ایمن، فراگیر

تجارت الکترونیکی کشور در افق چشم انداز ۱۴۰۷، زیست بومی است پویا و تکامل گرا، ایمن و تاب آور، فراگیر و ارزش آفرین، رقابتی و متصل به زنجیره های ارزش جهانی؛ متکی بر حکمرانی جامع، مشارکتی و فراگیر با تمرکز بر شکل گیری و رشد کسب و کارهای الکترونیکی و تحول زنجیره های ارزش در بخش های مختلف اقتصادی با استفاده از فناوری های نوین تجارت الکترونیکی

ارزش ها

شفافیت و مسئولیت پذیری

- حمایت از نوآوری
- انصاف
- مسئولیت پذیری
- شفافیت

راهبردها

حکمرانی

❖ ارتقای سیاست های تنظیم‌گری

زیرساختی

❖ تقویت زیرساخت ها با رویکرد زنجیره‌ارزش

تامین مالی

❖ تسهیل پرداخت و تامین مالی

بازار و فروش

❖ توسعه بازارهای جدید و فرامرزی

فرهنگی و اجتماعی

❖ فراگیری و نفوذ مؤثر تجارت‌الکترونیکی

فناوری

❖ رسوخ فناوری نوین تجارت الکترونیکی

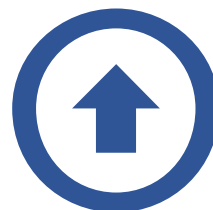
سرمایه انسانی

❖ توانمندسازی و اثربخشی

اهداف برنامه در افق ۱۴۰۷



سهم یک درصدی
تعداد کسب و کارهای
الکترونیکی صادرات محور



افزایش تعداد کسب و کارهای
دارای اینماد فعال به
۴۰۰ هزار کسب و کار



افزایش حجم معاملات
بازار تجارت الکترونیکی به
۵۲۰۰ همت

فصل پنجم : اهداف راهبردی

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
تدوین برنامه راهبردی	بهبود نظام حکمرانی یکپارچه، شبکه ای، جامع، زیست بوم محور و برنامه محور	ارتقای سیاست های تنظیم گری
تدوین برنامه اقدام استانی تجارت الکترونیکی		
توسعه هسته های نرم افزاری تجاری و جریان محصول (طراحی سامانه هوشمند داده کاوی، پیش بینی روند و تشخیص تقلب)		
راه اندازی سندباکس تجارت الکترونیک	کاهش خلأها و تناقضات قانونی و اداری	
فعال سازی کارگروه سیاست گذاری تجارت الکترونیکی کشور		

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
ایجاد پارک فناوری تجارت الکترونیکی	افزایش میزان سرانه فضای استقرار اختصاصی کسب و کارهای دیجیتالی	تقویت زیرساخت ها با رویکرد زنجیره ارزش
زیرساخت سخت افزاری تجاری (میزبانی IaaS)	افزایش تعداد، حوزه کاربرد و سطح بکارگیری زیرساخت های ابری	
ایجاد شبکه ارتباطات تجاری (ذیل شبکه ملی اطلاعات)	افزایش تعداد، ارزش و تنوع محصولات نرم افزاری تسهیلگر	

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
تدکس (تحويل درونشهری کالای سبک)	بهبود شاخص های زیرساختی لجستیک از لحاظ تعداد، حجم و زمان تحويل	تقویت زیرساخت ها با رویکرد زنجیره ارزش
توسعه انبارهای هوشمند (سرویس انبارداری)		
توسعه بازار مراکز میانی	افزایش تعداد اسناد الکترونیکی موثق	
ارزیابی فنی و اجرایی مراکز میانی گواهی الکترونیکی		

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
تجهیز سامانه های دولتی به امضای الکترونیکی	افزایش تعداد اسناد الکترونیکی موثق	تقویت زیرساخت ها با رویکرد زنجیره ارزش
ارتقا الکترونیکی شدن اسناد تجاری		
ایجاد هاب تبادل اسناد تجاری الکترونیکی منطقه ای		
ایجاد شرکت های csp		
ایجاد پنجره واحد تجارت الکترونیکی		

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
درگاه پرداخت امن	افزایش کیفیت و ایمنی گزینه ها و ابتکارات پرداخت	تسهیل پرداخت و تامین مالی
حساب اعتباری		
ایجاد صندوق های CVC و VC های تخصصی	افزایش روش ها و حجم تسهیلات تامین مالی کسب و کار و مصرف کننده	
حمایت از ایجاد بیمه تجارت الکترونیکی ویژه کسب و کار		
راه اندازی شبکه هوشمند مبادلات اقساطی (شبکه هما)		
راه اندازی صندوق ضمانت ایرانیان		

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
برنامه تقویت دیپلماسی اقتصادی فرامرزی	افزایش حجم مبادلات تجارت الکترونیکی بین المللی	توسعه بازارهای جدید و فرامرزی
برنامه حمایت از توسعه گره‌های صادراتی		
برنامه تسهیل بین المللی سازی کسب و کارهای الکترونیکی		
توسعه بازارهای موجود تجارت الکترونیکی	افزایش حجم مبادلات تجارت الکترونیکی داخلی	
رسوخ تجارت الکترونیکی در کسب و کارهای سنتی موجود		
ایجادبازارهای جدید تجارت الکترونیکی		

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
بیمه تجارت الکترونیکی مصرف کننده	افزایش کمیت و کیفیت خدمات توسعه دهنده سرمایه اجتماعی	فراگیری و نفوذ موثر تجارت الکترونیکی
رتبه بندی شرکت های تجارت الکترونیکی		
حمایت از ایجاد اطلس تجارت الکترونیک	افزایش تعداد و حجم رویدادها و محتوای رسانه ای	
حمایت از برگزاری رویدادهای تخصصی		
چشم اندازی سازی تجارت الکترونیکی در استان ها		

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
حمایت از انتقال فناوری در حوزه تجارت الکترونیکی	افزایش تعداد پروژه های انتقال فناوری و انتقال دانش تخصصی	توسعه و رسوخ دانش و فناوری های نوین تجارت الکترونیکی
ارائه تسهیلات انتقال و رسوخ فناوری		

برنامه عملیاتی	اهداف راهبردی	راهبرد
ارتقای دانش تخصصی فعالین زیست بوم تجارت الکترونیکی	افزایش سرانه آموزشی و مهارت آموزی فعالین زیست بوم تجارت الکترونیکی	توانمندسازی و اثربخشی
تعریف رشته های تخصصی فنی و حرفه ای تجارت الکترونیکی		
توسعه شبکه کاریابی تخصصی		
توسعه شبکه منتورینگ	افزایش درصد بکارگیری ظرفیت ایرانیان خارج از کشور در زیست بوم تجارت الکترونیکی	

فصل ششم : دستاوردها



کاهش نرخ مهاجرت
نخبگان و نوآفرینان



توسعه اشتغال مولد و پایدار
در حوزه تجارت الکترونیکی



افزایش درآمدهای ارزی
حاصل از تجارت الکترونیکی
فرامرزی



افزایش تعداد کسب و کارهای
فعال در زیست بوم تجارت
الکترونیکی



افزایش سهم کسب و کارهای
الکترونیکی در تولید ناخالص
داخلی (GDP)

از سال ۱۴۰۳ تا ۱۴۰۷، نقشه راه استراتژیک تجارت الکترونیکی باهدف رسیدن به چشم‌انداز **تجارت الکترونیکی آسان، ایمن و فراگیر** از طریق مداخلات سیاستی و حاکمیتی اجرایی می‌شود.

با مداخلات دولت و با همکاری صنعت در برنامه‌های مختلف تحت هفت محور استراتژیک، انتظار می‌رود شاهد رشد اندازه بازار تجارت الکترونیکی، افزایش نفوذ کسب‌وکارهای دیجیتالی و توسعه صادرات در حوزه تجارت الکترونیکی باشیم.



مرکز توسعه تجارت الکترونیکی

ecommerce.gov.ir