



# بررسی زیرساخت‌ها و تجارت الکترونیک در کشورهای چین، فرانسه و آمریکا

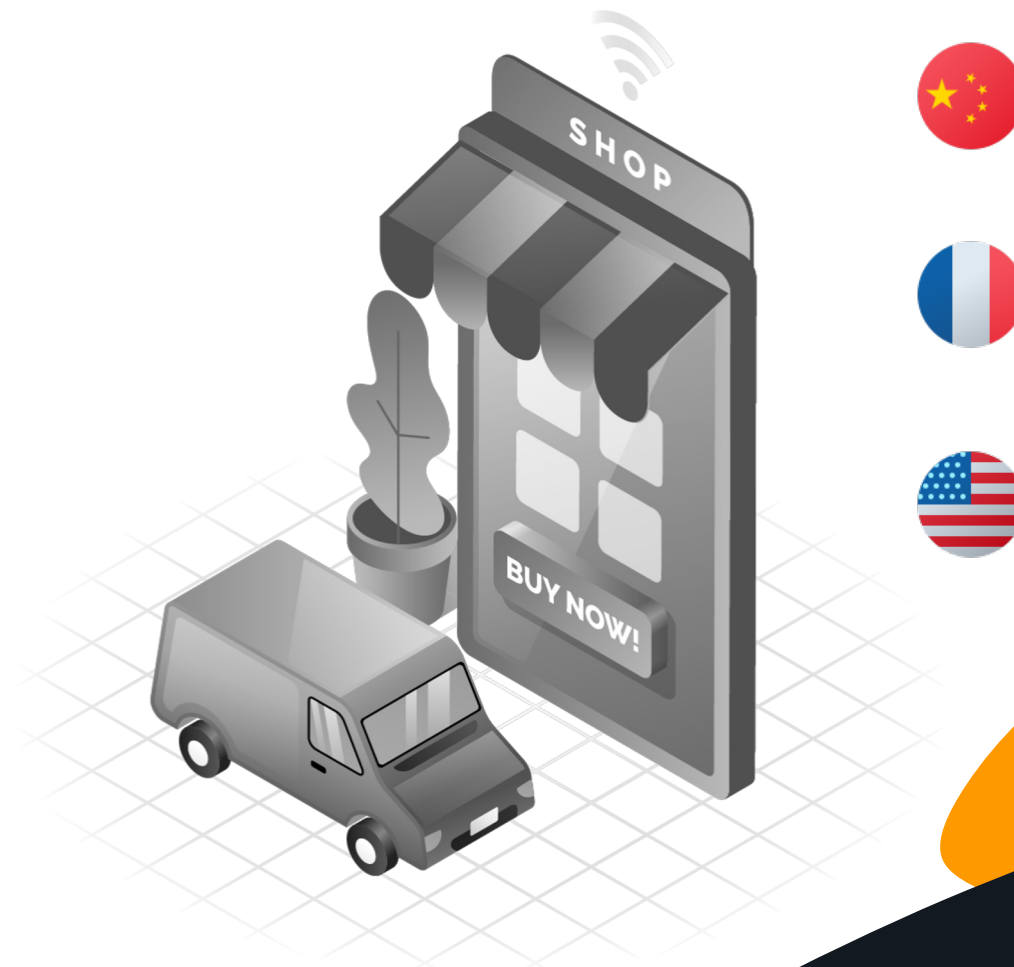
درس؛  
تجارت الکترونیک

نگین فراهانی  
شقایق محمودی  
سیدعلی نیکونیا

دانشجویان کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار  
اردیبهشت ۱۴۰۲



استاد: دکتر علی اخوان قنادی  
دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب



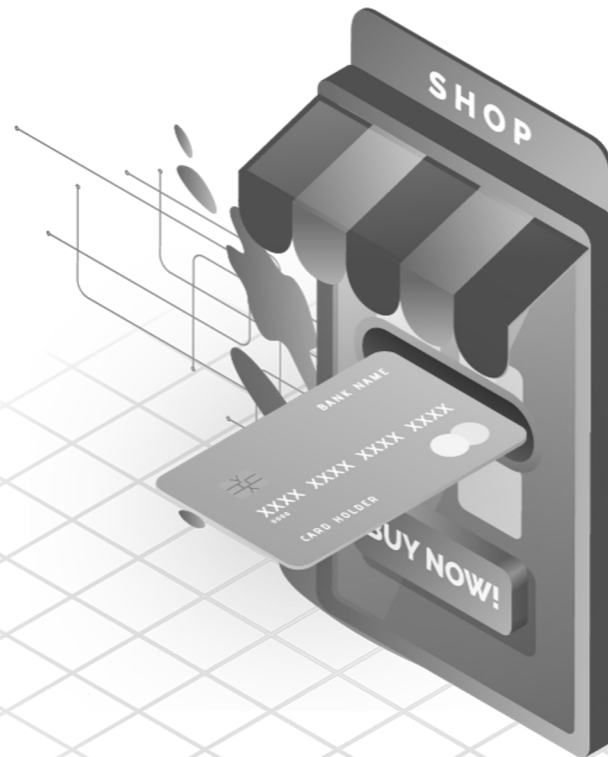
## تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک، خرید و فروش کالاها و خدمات یا انتقال وجوه یا داده ها از طریق یک شبکه الکترونیکی و در درجه اول اینترنت است.

که بر پایه فناوری‌هایی مانند تجارت سیار، انتقال الکترونیکی وجوه، مدیریت زنجیره تامین، بازاریابی اینترنتی، پردازش تراکنش آنلاین، تبادل الکترونیکی داده‌ها، سیستم‌های مدیریت موجودی، و سیستم‌های جمع‌آوری خودکار داده‌ها می‌باشد.

و به انواع زیر دسته بندی می‌شود:

- B2G کسب و کار به دولت
- B2B کسب و کار به کسب و کار
- B2C کسب و کار به مصرف کننده
- C2C مشتری به مشتری (واسطه‌ای)





## زیرساخت تجارت الکترونیک

شامل مواردی است که برای ایجاد و توسعه تجارت الکترونیک مورد نیاز هستند.

- اینترنت پرسرعت و پهنای باند بالا
- زیرساخت‌های مخابراتی قابل اعتماد
- شبکه‌های امن اینترنت و امنیت اطلاعات
- سرورها و دیتاسنترها
- سیستم‌های پرداخت الکترونیک
- سامانه‌های مدیریت محتوا و فروشگاه‌سازها
- نرم‌افزارهای مدیریت و پشتیبانی مشتری
- حمل و نقل الکترونیک و لجستیک
- فناوری‌های هوشمند و هوش مصنوعی
- نظام‌های مالی و حقوقی مورد نیاز
- فرهنگ و قوانین مربوطه



# ارکان اصلی زیرساخت های تجارت الکترونیک



## زیرساخت اینترنت

پذیرش مصرف کننده  
زیرساخت داده  
استفاده تجاری از اینترنت

## سیستم های پرداخت





چشم انداز پرداخت برنامه همکاری های  
منطقه ای آسیای مرکزی  
پرداخت بدون پول نقد

## زیرساخت تحویل و تدارکات

اجرای شدن  
تسهیل تجارت فرامرزی

## بازار تجارت الکترونیک

اندازه بازار  
دیدگاه و ویژگی کشورها

Internet infrastructure	Payment systems	Delivery and logistics infrastructure	E-commerce market
 <b>Consumer adoption</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Affordability of and access to ICT</li><li>Coverage</li><li>Gap analysis: online shopping</li><li>Barriers to internet use</li></ul> <b>Data infrastructure</b> <ul style="list-style-type: none"><li>International internet bandwidth</li><li>Internet exchange points</li><li>Data centers</li><li>Cloud services</li></ul> <b>Business use of internet</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Business internet-related infrastructure (fixed broadband, autonomous system numbers, cybersecurity)</li></ul>	 <b>CAREC payment landscape</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Bank cards</li><li>Mobile payments</li><li>Internet banking</li><li>Payment card infrastructure</li><li>Noncash payment usage and volume</li><li>Supporting merchants</li></ul> <b>Cashless payment environment</b>	 <b>Fulfillment</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Delivery</li><li>Hubs</li><li>Warehousing</li></ul> <b>Cross-border trade facilitation</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Paperless trading</li><li>Electronic single windows</li><li>De minimis</li></ul>	 <b>Market size</b> <b>Country profiles</b>



# استاندارد تجارت الکترونیک

برای اطمینان از اینکه دستگاه‌ها و شبکه‌ها به طور موثر با هم کار می‌کنند تا دسترسی به محتوا و ارتباطات را فراهم کنند، وجود استانداردها ضروری هستند. همچنین برای کاهش هزینه‌های معاملات تجارت الکترونیکی بین مشاغل، تاثیرگذار هستند. و از کشوری به کشور دیگر تفاوت‌هایی دارد...

- نظیر رسید دیجیتال و اسناد الکترونیک
- تایید هویت و صحت اطلاعات
- متناسب با نوع معامله مشتری نظیر مستقیم، آنلاین، B2B و ...
- رعایت پرتکل‌های امنیتی ضروری
- دستورالعمل‌های ذخیره‌سازی در انبارها
- دستورالعمل‌های حمل و نقل
- انتقال اطلاعات از پلتفرم‌ها به نهادهای زیربند جهت نظارت
- وابستگی به دیگر نهادها نظیر امنیت، بهداشت، کشاورزی و ...
- اصول و شیوه‌نامه محرمانگی
- و ...
- **اعتمادسازی** Extended Validation
- **امنیتی** SSL/TLS
- **پرداخت آنلاین** PCI DSS
- **دستورالعمل‌های کسب و کار** eTOM
- **مجوزهای نظارتی** Agencies
- **تجربه کاربری** UX/UI و WCAG
- **حریم خصوصی** CCPA و GDPR

# ۱۰ کشور برتر در میزان فروش بر پایه تجارت الکترونیک تا سال ۲۰۱۹



آمریکا  
ژاپن  
چین  
کره جنوبی  
انگلستان  
فرانسه  
و ...



Table 1.1: E-commerce Sales—Top 10 Countries and Global Estimate, 2019

Rank	Economy	Total E-commerce Sales (\$ billion)	Share of Total E-commerce Sales in GDP (%)	B2B E-commerce Sales (\$ billion)	Share of B2B E-commerce Sales in Total E-commerce (%)	B2C E-commerce Sales (\$ billion)
1	US	9,580	45	8,319	87	1,261
2	Japan	3,416	67	3,238	95	178
3	PRC	2,604	18	1,065	41	1,539
4	ROK	1,302	79	1,187	91	115
5	UK	885	31	633	72	251
6	France	785	29	669	85	116
7	Germany	524	14	413	79	111
8	Italy	431	22	396	92	35
9	Australia	347	25	325	94	21
10	Spain	344	25	280	81	64
	Total for Top 10	20,218	36	16,526	82	3,691
	World	26,673	30	21,803		4,870

B2B = business to business, B2C = business to consumer, GDP = gross domestic product, PRC = People's Republic of China, ROK = Republic of Korea, UK = United Kingdom, US = United States.

Source: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) 2021. Estimates of Global E-commerce 2019 and Preliminary Assessment of COVID-19 Impact on Online Retail 2020. *Technical Notes on ICT for Development*. No. 18. Geneva: UNCTAD.

# رتبه ۱۰ کشور آسیایی و اروپایی در تجارت الکترونیک



**Table 1. Top 10 economies in the UNCTAD B2C E-commerce Index 2018**

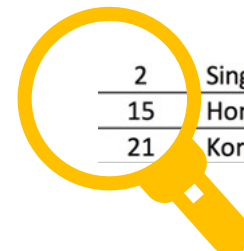
2018 Rank	Economy	Share of individuals using the Internet (2017 or latest)	Share of individuals with an account (15+, 2017 or latest)	Secure Internet servers (normalized) (2017)	UPU postal reliability score (2017 or latest)	Index value (2017 data)	Index value change (2016-17 data)	2017 Index rank
1	Netherlands	95	100	100	90	96.1	-0.1	4
2	Singapore	84	98	98	100	95.2	1.8	18
3	Switzerland	94	98	94	94	95.0	-0.8	2
4	United Kingdom	95	96	90	96	94.4	0.6	6
5	Norway	98	100	87	90	93.5	-0.5	3
6	Iceland	98	99	98	78	93.5	0.3	11
7	Ireland	81	95	95	100	92.8	1.5	19
8	Sweden	96	100	86	89	92.8	0.0	7
9	New Zealand	88	99	87	96	92.6	0.5	10
10	Denmark	97	100	96	74	91.8	-1.6	13

**Table 2: Top 10 developing economies in the UNCTAD B2C E-commerce index, 2018**

2018 Rank	Economy	Share of individuals using the Internet (2017 or latest)	Share of individuals with an account (15+, 2017 or latest)	Secure Internet servers (normalize) (2017)	UPU postal reliability score (2017 or latest)	Index value (2017 data)	Index value change (2016-17 data)	2017 Index rank
2	Singapore	84	98	98	100	95.2	1.7	18
15	Hong Kong (China)	89	95	84	92	90.2	1.1	16
21	Korea (Republic of)	95	95	66	100	89.0	0.6	5
33	United Arab Emirates	95	88	66	75	81.2	-4.6	23
34	Malaysia	80	85	78	80	80.8	2.2	39
43	Thailand	53	82	60	98	73.2	4.3	49
47	Turkey	65	69	74	76	71.1	4.5	60
49	Iran (Islamic Republic of)	60	94	52	77	70.9	0.8	47
50	Chile	82	74	81	44	70.4	-0.8	54
52	Saudi Arabia	80	72	49	74	68.7	0.7	46



1	Netherlands
2	Singapore
3	Switzerland



2	Singapore
15	Hong Kong (China)
21	Korea (Republic of)

# متولی ارتقا زیرساخت‌های تجارت الکترونیک در کشورها



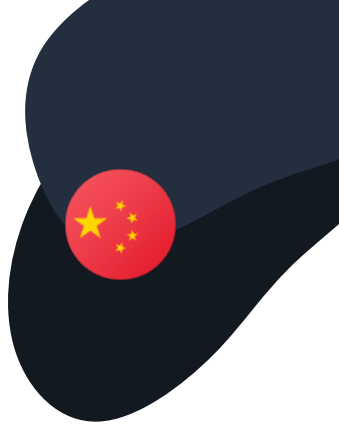
دولت‌ها و سازمان‌های دولتی،  
متولی توسعه و ارتقاء زیرساخت‌های تجارت الکترونیک

- در چین سازمان ملی پست و تلفن متولی ارائه زیرساخت‌های لازم برای تجارت الکترونیک است.  
- در فرانسه، سازمان La Poste به عنوان سازمان ملی پستی، مسئول ارائه زیرساخت‌های حمل و نقل برای تجارت الکترونیک است.  
- در آمریکا، سازمانی به نام "آژانس تجارت الکترونیک" (Electronic Commerce Agency) به عنوان متولی زیرساخت‌های تجارت الکترونیک در کشور فعالیت می‌کند. این سازمان تحت وزارت بازرگانی قرار دارد و وظیفه توسعه و پشتیبانی از زیرساخت‌های تجارت الکترونیک، ارتباطات الکترونیکی، امنیت و حریم خصوصی، قوانین و مقررات مربوط به تجارت الکترونیک و تشویق کسب و کارهای الکترونیکی را بر عهده دارد.

:: در برخی کشورها، سازمان‌های خصوصی نیز در این زمینه فعالیت دارند.

:: در بسیاری از کشورها، وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت و وزارتخانه‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات نقش مهمی در ارتقاء زیرساخت‌های تجارت الکترونیک دارند.

# تجارت الکترونیک در چین



چین، یکی از پیشروان تجارت الکترونیک جهان است با زیرساخت‌هایی قدرتمند در این حوزه می‌باشد.

- شبکه اینترنتی وسیع
- سرعت اینترنت بسیار بالا، در بسیاری مناطق تا ۱۰۰ مگابایت در ثانیه
- دارای بیش از ۹۰۰ میلیون کاربر
- شبکه‌های وای‌فای رایگان عمومی در بیشتر شهرها



شبکه اینترنتی

- دارای یک سیستم پرداخت آنلاین قوی به نام Alipay
- دارای میلیون‌ها کاربر در سراسر جهان
- دارای سیستم پرداخت ملی بنام UnionPay



پرداخت آنلاین

- ارائه قوانین حفاظت از حریم خصوصی کاربران
- بکارگیری از زیرساخت‌های امنیتی و رمزنگاری در تراکنش‌های آنلاین



حریم خصوصی

## هوش مصنوعی



- یکی از پیشروان هوش مصنوعی
- تحقیقات وسیع در پردازش زبان
- تولید وسیع ربات های هوشمند

## اینترنت اشیا



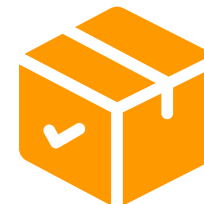
- پیشتاز در توسعه اینترنت اشیا
- فعالیت Xiaomi و Huawei در حوزه تولید دستگاه های هوشمند و ارتباطات M2M
- توسعه شبکه های 5G جهت قرارگیری گسترده اینترنت

## داده های بزرگ



- توانمندی قابل توجه در حوزه پردازش داده های بزرگ
- فعالیت شرکت هایی مانند Alibaba ، Tencent ، و Baidu در حوزه تجزیه و تحلیل داده های بزرگ و توسعه برنامه های کاربردی

## حمل و نقل



- پیچیدگی ارسال بین شهرها با توجه به جمعیت بیش از ۱ میلیارد و ۴۰۰ میلیون نفری
- مشارکت شرکت های بزرگ حمل و نقل مانند Alibaba و JD.com در ایجاد شبکه های حمل و نقل و ارسال کالاهای تجاری در سراسر چین
- سرعت و بهبود کارایی با بکارگیری از پیشرفته ترین فناوری ها در شبکه های حمل و نقل هوایی و زمینی



# استانداردهای تجارت الکترونیک چین

## امنیت شبکه:

استاندارد امنیت شبکه GB / T 22239-2008 و استاندارد امنیت شبکه اطلاعاتی ذخیره سازی GB / T 31346-2014.

## پرداخت الکترونیک:

نسخه ۷ قوانین و مقررات پرداخت، استاندارد پرداخت و اطلاعات مالی چین و سیستم پرداخت سریع چین UnionPay

## مدیریت حقوقی:

استاندارد حفاظت حقوق مصرف کنندگان چین و استاندارد مدیریت حقوق مالکیت فکری چین.

## پست الکترونیکی:

استاندارد های پست الکترونیکی GB / T 18487-2015، GB / T 20940-2007 و GB / T 35273-2017 هستند.

## حفاظت اطلاعات شخصی:

استاندارد حفاظت اطلاعات شخصی GB / T 35273-2017 و استاندارد حفاظت اطلاعات شخصی چین.

## بازار، تراکنش‌ها و پرداخت بر پایه تجارت الکترونیک در چین

چین دارای بزرگترین بازار تجارت الکترونیک در سطح جهان است و تقریباً ۵۰٪ از مبادلات جهان را انجام می‌دهد.

بر طبق گزارش eMarketer، تراکنش‌های خرده‌فروشی آنلاین چین، به بیش از ۷۱۰ میلیون خریدار دیجیتالی رسیده.

تراکنش‌های پرداخت در سال ۲۰۲۰ به ۲.۲۹ تریلیون دلار رسیده و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۴ به ۳.۵۶ تریلیون دلار برسد.



## سرمایه‌گذاری چین در زیرساخت و تجارت الکترونیک

در سال ۲۰۲۰



۲.۱  
تریلیون دلار

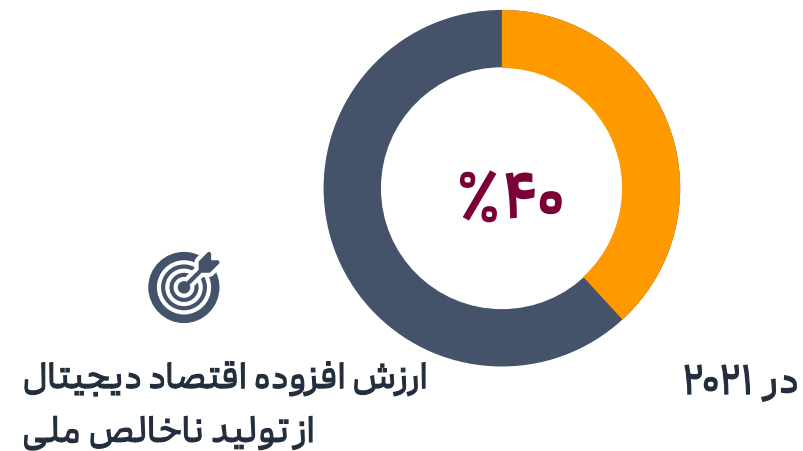
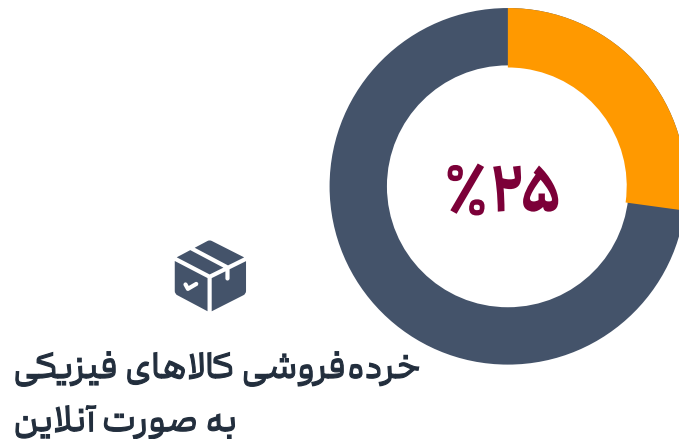
در حدود

یکی از بزرگترین تولیدکنندگان کابل‌های فیبر نوری و بیشترین سهم از تولید کابل‌های فیبر نوری جهان

- شبکه‌های ارتباطی
- سرورها
- دیتاسنترها
- فناوری‌های پردازش ابری

نرخ رشد  
سالانه ۱۴.۸٪

# ظهور بازار تجارت الکترونیک چین، عصر جدیدی را در اقتصاد این کشور آغاز کرد.



- ۱۴/۱% در سال، رشد خرده فروشی
- ضریب نفوذ خرید آنلاین ۸۰%
- ۲۵% سهم فروش آنلاین کالاهای تندمصرف (FMCG) در ۲۰۲۰

B2C  
C2C

- بیش از ۷۰% تجارت چین
- به ارزش ۱/۳ تریلیون دلار
- بیشترین صادرات به ایالات متحده، سنگاپور و روسیه تا ۲۰۲۳



B2B

## برخی چالش‌های تجارت الکترونیک در چین

کاهش سودآوری رقابت بسیار بالا در بین فروشگاه‌های آنلاین برای جذب مشتریان بیشتر

تقلب مشکلی به شدت مخاطره‌آمیز و باعث کاهش اعتماد مشتریان به بازار تجارت الکترونیک

حریم خصوصی مواجه با چالش‌های اعتماد مشتریان به جهت سیاست‌های دولتی خود

تامین منابع و زیرساخت حمل و نقل کمبود نیروی کار در مقابل رشد سریع خدمات ارسال

## برخی از دیگر چالش‌ها

رقابت شدید با شرکت‌های بزرگ      مواجهه شرکت‌های جدید و کوچک در مقابل مثلاً Alibaba و JD

مسائل قانونی      توسعه قوانین چالش‌هایی برای شرکت‌های بین‌المللی

مالی‌ت فکری      تردید ورود شرکت‌های جهانی به جهت تقلید از برندها و سرقت حقوقی

مسائل مالی و پرداخت      استفاده از سیستم‌های متفاوت و نیاز به ارائه گزارش به دولت

# ویژگی‌های خاص تجارت الکترونیک در چین



حجم بسیار بالای فروشگاه‌های آنلاین

بازارهای آنلاین، با بیش از ۸۰۰ میلیون کاربر اینترنتی

رشد روزافزون تراکنش‌های الکترونیکی





## تجارت الکترونیک در فرانسه

فرانسه به عنوان یکی از کشورهای پیشرفته و با اقتصاد قدرتمند در اروپا، دارای زیرساخت‌های قوی برای توسعه تجارت الکترونیک است. برخلاف چین که بازار تجارت الکترونیک بسیار بزرگی دارد، فرانسه با بازار کوچکتر، به دلیل دسترسی به فناوری‌های پیشرفته و کیفیت زیرساخت‌های خود، همچنان در حال رشد است.



### شبکه ارتباطی

- شبکه ارتباطی پیشرفته و سریع اینترنت و تلفن
- دسترسی ۹۷/۲٪ مردم به اینترنت آزاد
- سرعت میانگین ۵۱/۸ مگابایت اینترنت
- دسترسی کم هزینه برای بیشتر شهرها



### پرداخت امن

- امنیت بالا در سیستم‌های پرداخت
- پشتیبانی از تکنولوژی رمزنگاری از اطلاعات شخصی و حساب بانکی
- فراهم نمودن بستر استفاده از کارت اعتباری و کیف پول الکترونیک



### حریم خصوصی

- قوانین بسیار سختگیرانه
- حفاظت از مشتریان در برابر تقلب و تضمین نقض قراردادهای تجاری
- قانون جلوگیری از استفاده اطلاعات شخصی کاربران بدون رضایت

- تحقیقات و پروژه‌های دانشگاهی گسترده بر روی تشخیص تصاویر، پردازش زبان
- سیستم‌های توصیه‌گر و تحلیل داده‌های بزرگ



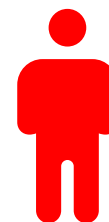
## هوش مصنوعی

- بیش از ۵ دیتا سنتر بزرگ بین‌المللی نظیر OVH و Telehouse
- امنیت و پایداری بالا
- میزبانی سرویس‌های بزرگ نظیر Amazon و Azure



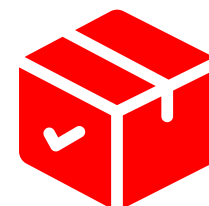
## مراکز داده

- رشد چشمگیر فرهنگ خرید آنلاین در سال‌های اخیر
- تمایل عمده از خرید آنلاین از وب‌سایت‌های فرانسوی از ویژگی‌های خاص
- اهمیت کاربر به خرید از وب‌سایت دارای پرداخت امن فرانسوی



## فرهنگ خرید آنلاین

- دارای شبکه حمل و نقل عمومی پیشرفته
- وجود شرکت‌های حمل و نقل بزرگ برای ارسال محصولات
- امکان پست رایگان یا با هزینه بسیار پایین



## حمل و نقل موثر



# استانداردهای تجارت الکترونیک فرانسه

## ایمنی و امنیت اطلاعات SSL :

این استاندارد برای ایمنی و امنیت اطلاعات در تجارت الکترونیک استفاده می شود.

## تبادل پرداخت SEPA :

این استاندارد برای تبادل پرداخت های الکترونیکی در اتحادیه اروپا استفاده می شود.

## امنیتی PCI DSS :

استاندارد برای ایمنی و امنیت پرداخت های الکترونیکی استفاده می شود.

## حریم خصوصی GDPR :

این استاندارد نیز برای حفاظت از حریم خصوصی کاربران در تجارت الکترونیک در اتحادیه اروپا طراحی شده است.

## سرمایه‌گذاری فرانسه در زیرساخت و تجارت الکترونیک در سال ۲۰۲۰



۱۱  
میلیارد دلار

در حدود

پشتیبانی دولت از شرکت‌های  
فناوری و تدوین قوانین  
محافظت از حریم خصوصی از  
منظر حقوقی

- شبکه‌های ارتباطی
- امنیت سایبری
- دیتاسنترها
- فناوری‌های پردازش ابری

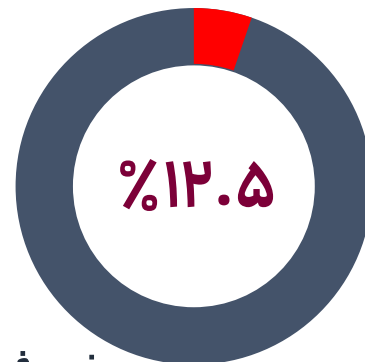
نرخ رشد  
سالانه ۱۱٪

# نتیجه تحولات جدی تغییر الگوی رفتار، در تجارت الکترونیک فرانسه

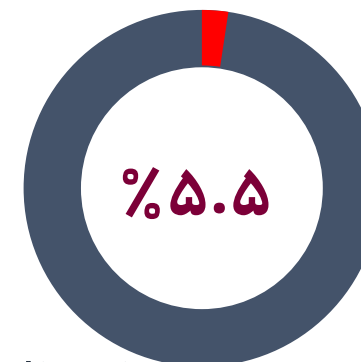
ایجاد شغل در بخش  
تجارت الکترونیک



خرده‌فروشی کالاهای فیزیکی  
به صورت آنلاین



ارزش افزوده اقتصاد دیجیتال  
از تولید ناخالص ملی



در ۲۰۲۰

- رونق فروشگاه‌های آنلاین Carrefour و Leclerc  
- خرید حداقل یکبار ۹۰٪ کاربران اینترنتی فرانسه  
- ۱۴۲ میلیارد یورو حجم فروش آنلاین در سال ۲۰۲۰

**B2C**



- بیش از ۵۰٪ مربوط به محصولات و  
خدمات IT و تجهیزات الکترونیکی و کامپیوتر  
- اختصاص ۲۶٪ از کل حجم بازار ۲ تریلیون یورویی  
- بازار بسیار پویا به جهت وجود صنایع خودرو، فولاد و تجهیزات الکترونیک



**B2B**

## برخی چالش‌های تجارت الکترونیک در فرانسه

سرعت اینترنت سرمایه‌گذاری بالا در بهبود سرعت اینترنت و پوشش بیشتر اینترنتی

رقابت وجود شرکت‌های بزرگ بین‌المللی در کنار شرکت‌های کوچک داخلی

حریم خصوصی محدودیت‌های استفاده از داده‌های شخصی مشتریان

مالیات و قوانین محلی پرداخت مالیات‌های عمومی و ارزش افزوده

# ویژگی‌های خاص تجارت الکترونیک در فرانسه



تمرکز بالا بر روی بازارهای کسب و کارهای داخلی

حمایت بسیار بالای دولت و تدوین قوانین حمایتی

عدم ارائه محصولات با قیمت‌ها و تخفیف بسیار پایین





## تجارت الکترونیک در آمریکا

آمریکا یکی از کشورهای پیشتاز در زمینه فناوری و ارتباطات است و دارای زیرساخت‌های قوی در حوزه اینترنت است و از دهه ۱۹۹۰ با شروع استفاده از اینترنت به رشد و توسعه رسید. همچنین در دهه ۲۰۱۰ با گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ایجاد بسترهایی مانند پرداخت الکترونیکی، تجارت الکترونیک در آمریکا به اوج خود رسید.

- بکارگیری فیبرنوری وسیع در بیشتر شهرها
- میانگین سرعت اینترنت ۸۰ مگابایت در شهرها
- ۹۱٪ سطح دسترسی مردم در شهرها و روستا به اینترنت آزاد
- ایجاد شبکه‌های ارتباطی پوشا و وسیع
- پوشش وسیع شبکه‌های تلفن همراه

- ایجاد بستر پرداخت الکترونیک سریع نظیر Stripe و PayPal، Square

- تدوین قوانین متعدد در حوزه اطلاعات پزشکی، اطلاعات مالی و خصوصی کاربران
- قانون حمایت از حریم خصوصی آنلاین کودک زیر ۱۳ سال



شبکه ارتباطی



پرداخت امن



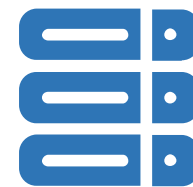
حریم خصوصی

- پیشگام توسعه و یادگیری عمیق  
- ارابه واحدهای آموزش و تحقیقاتی در دانشگاه‌های استنفورد، ماساچوست و ...  
- بکارگیری در مواردی نظیر تشخیص چهره، خودروهای بدون سرنشین، سیستم‌های پیشنهاد دهنده محتوا، خدمات پشتیبانی مشتری، برنامه‌های گردشگری هوشمند، سیستم‌های امنیتی، امور نظامی و بیماری‌ها و سلامت



## هوش مصنوعی

- داشتن بزرگترین و دهها مراکز داده ابری استراتژیک نظیر Equinix و Sabey  
- بکارگیری تکنولوژی‌های به روز زیرساخت با حدود ۱۰۰۰ نماینده در سراسر جهان نظیر، AWS، Azure، Google Cloud، Equinix، Digital Realty



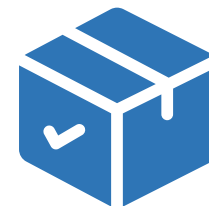
## مراکز داده

- شرکت‌های بسیار بزرگ در حوزه کسب و کار آنلاین و پیشرو نظیر Amazon و eBay  
- وجود شرکت‌های توسعه تکنولوژی نظیر Microsoft و Google و Facebook



## فضای کسب و کار

- وجود شرکت‌های معتبر حمل و نقل نظیر FedEx و UPS و USPS  
- حمل و نقل سریع و مطمئن



## حمل و نقل



# استانداردهای تجارت الکترونیک آمریکا

## ارتباطات امن بین مرورگر SSL :

این استاندارد برای ارتباطات امن بین مرورگر و سرور وب استفاده می‌شود.

## حفاظت اطلاعات پرداخت PCI-DSS :

استاندارد حفاظت اطلاعات مربوط به کارت‌های اعتباری و دیگر اطلاعات حساس در فرآیند پرداخت اینترنتی

## حفاظت اطلاعات پزشکی HIPAA :

این استاندارد برای حفاظت اطلاعات پزشکی حساس استفاده می‌شود.

## حریم خصوصی COPPA :

این استاندارد برای حفاظت از حریم خصوصی کودکان زیر ۱۳ سال در اینترنت استفاده می‌شود.

## سرمايه گذاري آمريكا در زيرساخت و تجارت الكترونيك در سال ۲۰۲۰



۷۹۱  
میلیارد دلار

در حدود

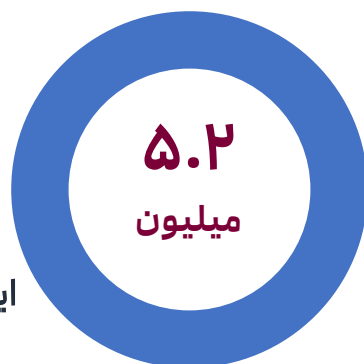
یکی از پیشرفته ترین سیستم های  
پرداخت الكترونيك و ارائه دهنده  
خدمات ابري داده های بزرگ

- شبکه های ارتباطی
- امنیت سایبری
- دیتاسنترها و بهبود آنها
- فناوری های پردازش ابري
- توسعه پرداخت الكترونيك
- بهینه سازی سیستم های حمل و نقل

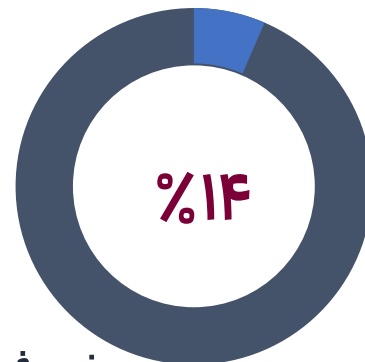
نرخ رشد  
سالانه ۳۲.۴%

# نتیجه رشد استفاده از تلفن همراه، فروش آنلاین و خدمات ابری آمریکا

ایجاد شغل در بخش  
تجارت الکترونیک



خرده‌فروشی کالاهای فیزیکی  
به صورت آنلاین



ارزش افزوده اقتصاد دیجیتال  
از تولید ناخالص ملی



در ۲۰۲۱

- ۳۵۳ میلیارد دلار حجم بازار  
- حداقل یکبار خرید آنلاین ۲۲۵ میلیون نفر شهروند آمریکایی  
- امکان وسیع سفارش توسط مصرف کننده به تولیدکننده

B2C



- به ارزش ۱/۴ تریلیون دلار  
- خرید و فروش ۹۰٪ شرکت‌های بزرگ  
صنایع نفت، خودروسازی، دفاعی و هوا فضا

B2B



## برخی چالش‌های تجارت الکترونیک در آمریکا

سرعت اینترنت    عدم پوشش یکسان دسترسی و استفاده از اینترنت به جهت وسعت منطقه

رقابت شدید    بین شرکت‌های جدید در مقابل شرکت‌های بزرگ با سابقه

حریم خصوصی    وجود بیش از حد داده‌های کاربران و مشتریان و تبادل بین شرکت‌ها

فاصله جغرافیایی    توزیع کالاها و خدمات به جهت وسعت زیاد و گسترده کشور

مشکلات حقوقی    در حفظ حقوق مالکیت فکری و مبارزه با تقلب در فروش کالاهای جعلی

# ویژگی‌های خاص تجارت الکترونیک در آمریکا



























تنوع بسیار بالا در بازار کسب و کار

محل شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ و رقابت بالا بین آنها

بکارگیری از فناوری‌های نوین و فزاینده در ارائه خدمات



Rank	Name	Market Cap	Price	Country
1	 Amazon AMZN	\$1.076 T	\$104.98	 USA
2	 Alibaba BABA	\$214.29 B	\$82.82	 China
3	 Meituan 3690.HK	\$106.38 B	\$17.04	 China
4	 Pinduoduo PDD	\$82.37 B	\$65.15	 China
5	 MercadoLibre MELI	\$62.10 B	\$1,236	 Argentina
6	 Shopify SHOP	\$59.19 B	\$46.37	 Canada
7	 Jingdong Mall JD	\$54.05 B	\$34.23	 China
8	 Sea (Garena) SE	\$41.63 B	\$73.47	 Singapore
9	 Copart CPRT	\$36.75 B	\$77.11	 USA
10	 Coupang CPNG	\$28.28 B	\$15.94	 S. Korea
11	 eBay EBAY	\$23.27 B	\$43.36	 USA
12	 JD Health 6618.HK	\$22.84 B	\$7.18	 China



۵



۰



۳



۱۲ کمپانی برتر  
تجارت الکترونیک  
در جهان بر اساس  
ارزش بازار  
تا سال ۲۰۲۳

برای گسترش زیرساخت‌های تجارت الکترونیک در کشورها، دولت‌ها می‌بایست به عوامل زیر توجه ویژه داشته باشند:

- **ایجاد قوانین و مقررات جدید و سازگار با تجارت الکترونیک:** برای جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و مشتریان، قوانین مشخص و شفاف در زمینه حفاظت از حریم خصوصی، امنیت، مالیات و حقوق مؤلفه‌ها و... تعیین شود.
- **ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال:** از جمله ارتقای اینترنت و افزایش پوشش شبکه‌های ارتباطی و ایجاد بسترهای الکترونیکی برای پرداخت و انجام معاملات اینترنتی.
- **ارتقای سطح آموزش در زمینه تجارت الکترونیک:** با توجه به اهمیت آموزش در این حوزه، دولت‌ها باید برنامه‌های آموزشی مناسبی برای افزایش دانش و توانمندی کارآفرینان و کارکنان صنعت تجارت الکترونیک ارائه دهند.
- **ترویج تجارت الکترونیک در داخل و خارج کشور:** دولت‌ها باید برنامه‌های ترویجی و تبلیغاتی مناسب برای جذب مشتریان و سرمایه‌گذاران خارجی را راه‌اندازی کنند.
- **توسعه بسترهای تجارت الکترونیک بین‌المللی:** باید بسترهایی را برای ارتباط و انجام معاملات بین‌المللی ایجاد کرد و تسهیلاتی را برای حمل و نقل کالا و خدمات در سراسر جهان فراهم نمود.



# جمع‌بندی

با توجه به اینکه چین، فرانسه و آمریکا هر یک دارای زیرساخت‌های تجارت الکترونیک بسیار پیشرفته‌ای هستند، امکان مقایسه آن‌ها به سادگی و با توجه به یکسان نبودن شاخص‌های ارزیابی امکان‌پذیر نیست. اما با توجه به آمارها و گزارش‌ها، می‌توان انتظار داشت:

چین به دلیل دارا بودن بازار بزرگ و توسعه‌دهنده با استفاده از فناوری‌های مدرن، به سرعت بزرگترین بازار تجارت الکترونیک جهان تبدیل خواهد شد.



آمریکا با داشتن شرکت‌های بزرگ تکنولوژی مانند آمازون، اپل و گوگل و فیسبوک، بخش بزرگی از بازار تجارت الکترونیک جهان را به خود اختصاص دهد.



از طرفی فرانسه نیز با وجود موانع و چالش‌هایی مانند محدودیت‌های مالی و قوانین سختگیرانه، پیشرفت بزرگی در بازارهای تجارت الکترونیک اروپا داشته است.



# مزیت‌های گسترش تجارت الکترونیک جهانی

## دسترسی به بازارهای جهانی

گسترده تر شدن بازار محصولات خود و دستیابی فروش بیشتر

## کاهش هزینه‌های تولید

سود بیشتر در نتیجه کاهش هزینه‌های تولید و توزیع

## افزایش سرعت تبادل اطلاعات

افزایش سرعت تبادل اطلاعات خود را با مشتریان و شرکت‌های دیگر

## افزایش رقابت‌پذیری

بین شرکت‌ها شده و کمک به بهبود کیفیت محصولات و خدمات

## افزایش سودآوری

سود بیشتر با بازاریابی بیشتر و کاهش هزینه‌های تولید

## افزایش رضایت مشتریان

افزایش رضایت مشتریان و کاهش شکایات و برگشت محصولات

## افزایش شفافیت

در فعالیت‌های شرکت‌ها و کمک به کاهش فساد و نامعلومی



1. <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
2. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/781526/e-commerce-carec-countries-infrastructure-development.pdf>
3. <https://parcellab.com/en/blog/which-country-has-the-best-ecommerce-infrastructure>
4. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/china-ecommerce>
5. <https://www.statista.com/topics/1007/e-commerce-in-china/#editorsPicks>
6. [https://unece.org/fileadmin/DAM/cefact/cf\\_forums/2018\\_China/eCommerce\\_Bio-PPT/PPT\\_12\\_SueProbert.pdf](https://unece.org/fileadmin/DAM/cefact/cf_forums/2018_China/eCommerce_Bio-PPT/PPT_12_SueProbert.pdf)
7. <https://chat.openai.com>
8. <https://www.jpmorgan.com/content/dam/jpm/treasury-services/documents/global-e-commerce-trends-report.pdf>
9. <https://www.taadolnewspaper.ir/fa/tiny/news-140232>
10. [https://unctad.org/system/files/official-document/dt1stict2022d1\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/dt1stict2022d1_en.pdf)
11. <https://www.cfr.org/background/state-us-infrastructure>
12. <https://www.statista.com/topics/6488/e-commerce-in-france>
13. <https://www.insiderintelligence.com/content/china-ecommerce-2020>
14. <https://www.aiib.org/en/news-events/media-center/blog/2020/Bringing-E-Commerce-to-High-Speed-via-Good-Ground-Infrastructure-and-Logistics.html>
15. <https://intracen.org/media/file/1387>
16. <https://www.investopedia.com/insights/worlds-top-economies>
17. <https://www.globaldata.com/media/banking/china-continues-to-lead-global-e-commerce-market-with-over-2-trillion-sales-in-2022-says-globaldata/>
18. <https://www.msadvisory.com/ecommerce-in-china>
19. <https://www.insiderintelligence.com/content/france-ecommerce-2020>
20. <https://www.insiderintelligence.com/content/us-ecommerce-2020>
21. <https://www.business.com/articles/10-of-the-largest-ecommerce-markets-in-the-world-b>
22. <https://www.adchina.io/china-ecommerce-market>
23. <https://ec.europa.eu/eurostat/data/statistical-themes>
24. <https://marketingtochina.com/guide-ecommerce-china>
25. <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe/ecommerce-france>
26. <https://www.statista.com/topics/2443/us-ecommerce/>
27. [https://www.researchgate.net/publication/270703307\\_e-Commerce\\_Standards](https://www.researchgate.net/publication/270703307_e-Commerce_Standards)

INSIDER  
INTELLIGENCE

eMarketer

statista



INTERNATIONAL  
TRADE  
ADMINISTRATION

GlobalData.

Ecommerce News

Investopedia



WORLD TRADE  
ORGANIZATION

J.P.Morgan



International  
Trade  
Centre



OpenAI  
ChatGPT 4.0

منابع



با سپاس از توجه شما

