

اللَّهُ
الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ
مَنْ جَاءَكَ مِنْ
بَنِي إِسْرَائِيلَ

موضوع : اقتصاد دیجیتال و کسب کار خلاق

ارائه دهنده:

دکتر هادی قوامی

عضو هیات علمی گروه اقتصاد دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد
و معاونت امور حقوقی و مجلس وزارت اقتصاد

دوشنبه ۲۸ اذرماه ۱۴۰۱

مقدمه

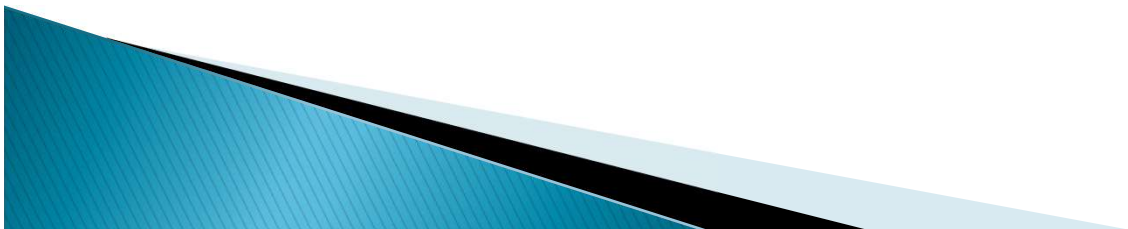


اقتصاد دیجیتال که از آن به عنوان اقتصاد اینترنتی (Internet Economy)، اقتصاد مبتنی بر شبکه (Network Economy)، اقتصاد مبتنی بر وب (Web Economy) و اقتصاد جدید (New Economy) هم نام برده می شود، به صورت ساده،

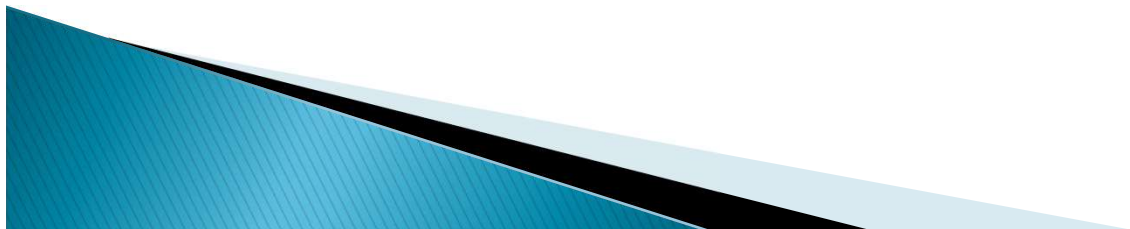


اقتصادی است که قسمت اعظم آن بر پایه فناوری‌های دیجیتال شامل شبکه‌های ارتباطی، رایانه‌ها، نرم‌افزارها و سایر فناوری‌های اطلاعاتی است، و انواع تجارت الکترونیک، بازارهای الکترونیک، دریافت و پرداخت، کارت‌های هوشمند و پول الکترونیک و تراکنش مالی را شامل است.

همچنین می‌توان اقتصاد شبکه را از نظر: حضور بازارهای الکترونیک در صحنه تجارت، ویژگی‌های اقتصاد شبکه، مشاغل نوین مرتبط با جستجو و تولید اطلاعات، شیوه تولید در اقتصاد شبکه و تعامل زمینه‌هایی که برشمردیم مورد مطالعه قرار داد.



اقتصاد دیجیتال، یک تحول انقلابی در ساختار اقتصادی جهان است که ناشی از تحول فناوری در سرمایه‌داری جهانی است که فناوری نوین اطلاعات را با فعالیت‌های مدیریتی و کاری به هم پیوند زده است. ظهور ارتباطات جهانی و کم‌خرج، طلوع عصری است که در آن فاصله، سکونت و جغرافیا بی‌اهمیت می‌شوند. البته مکان هنوز اهمیت دارد و برای مدت طولانی نیز همین‌طور خواهد بود؛ گرچه نظام اقتصادی جدید بیشتر در «فضای مجازی» عمل می‌کند تا در مکان و به مرور، حجم بیشتری از تراکنش‌های اقتصادی به این فضا کوچ خواهند کرد.



اگرچه در حدود سال ۲۰۰۰، بعد از آغاز شکست شرکت‌های اینترنتی این اصطلاحات جذابیت اولیه خود را از دست دادند، اما توسعه زیرساخت‌های ارتباطی در جهان سوم و فراگیری اینترنت و مبادلات مبتنی بر شبکه و تجارت نوین الکترونیکی، به گونه‌ای تازه به این مباحث دامن زده است، و پیشرفت‌های صورت گرفته در فناوری نوین اطلاعات قابلیت‌های جدیدی را به بازار داده است چنانچه سیاستمداران و تجار، اینترنت را مهم‌ترین مرکز بازاری پیشرفته در قرن بیست و یکم توصیف کرده‌اند.



انقلاب صنعتی چهارم



Source: www.britannica.com

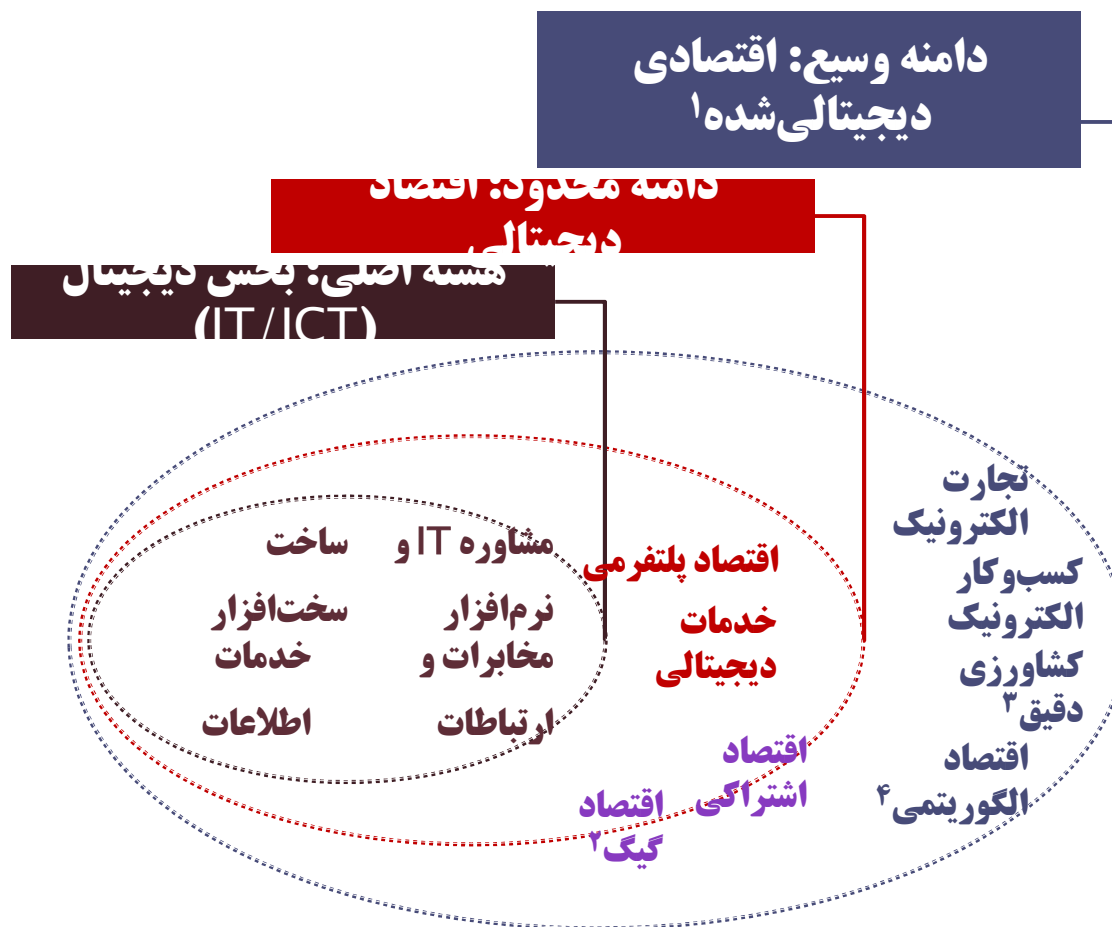
- **انقلاب‌های صنعتی مبتنی بر ظهور فناوری‌هایی هستند که روندهای موجود را تغییر می‌دهند و الگوهای جدیدی را در ابعاد مختلف زندگی بشری، حاکم می‌سازند.**
- **انقلاب صنعتی چهارم نیز از این قاعده مستثنی نیست. لذا شناخت فناوری‌های نوین، پیش‌نیاز مناسبی برای شناخت انقلاب صنعتی چهارم و ابعاد تحولی آن خواهد بود.**
- **در عصر حاضر که تحت عنوان «انقلاب صنعتی چهارم» شناخته می‌شود، جهان با مجموعه‌ای از فرایندهای فناورانه در حوزه دیجیتال مواجه شده است و قاعده بازی در هر کسب‌وکاری بر مبنای تحول‌های دیجیتالی، تغییر یافته است.**
- **بزرگترین تغییر ناشی از انقلاب صنعتی چهارم، «تغییر مبنای ارزش» می‌باشد. در این راستا، بسیاری از منابع سنتی و مرسوم ایجادکننده ارزش، از بین خواهند رفت و با ارزش‌های «مبتنی بر داده»، جایگزین می‌شوند. لذا در عصر حاضر، فرصت‌های بسیاری برای اتصال، هوشمندسازی و دیجیتالی کردن، پیش روی صنایع مختلف قرار گرفته است.**

- **اقتصاد دیجیتال** اصطلاحی است که تأثیر فناوری دیجیتال بر الگوهای تولید و مصرف را نشان می‌دهد و مواردی نظیر تجارت الکترونیک، بانکداری دیجیتال و حتی بخش‌های سنتی اقتصاد مانند کشاورزی، معدن و صنایع که تحت تأثیر کاربرد فناوری‌های نوظهور قرار گرفته‌اند را شامل می‌شود؛

- **اقتصاد دیجیتال** به اقتصاد مبتنی بر محاسبه‌ها و فناوری‌های دیجیتال اطلاق می‌شود که طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را در بر می‌گیرد و توسط شبکه وب پشتیبانی می‌شود؛ اقتصاد دیجیتال تحت عناوین دیگری نظیر «**اقتصاد اینترنتی**»، «**اقتصاد جدید**» یا «**اقتصاد وب**» نیز خوانده می‌شود؛

- **اقتصاد دیجیتال** از میلیاردها ارتباط برخط روزانه بین افراد، مشاغل، دستگاه‌ها، داده‌ها و فرایندها ناشی می‌شود. این موضوع مبتنی بر به هم پیوستگی افراد، سازمان‌ها و ماشین‌ها از طریق اینترنت، فناوری تلفن همراه و اینترنت اشیا است.

قلمرو اقتصاد دیجیتال



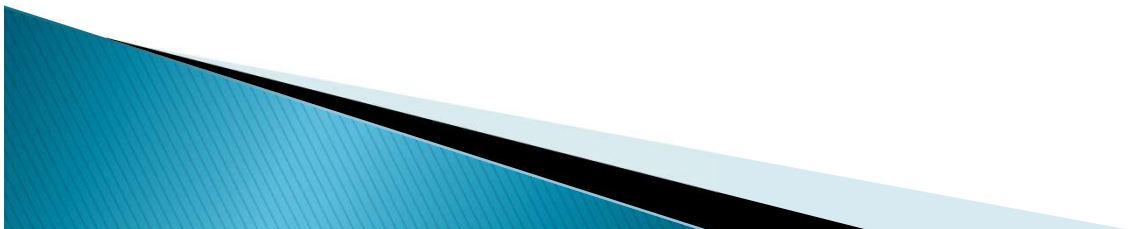
Source: Bukht & Heeks, 2018.

- ۱- اقتصاد دیجیتالی شده (Digitalized Economy): با توسعه فناوری مدرن، اقتصادهای سنتی و دیجیتال در حال ادغام در یک اقتصاد واحد تحت عنوان اقتصاد دیجیتالی شده هستند.
- ۲- اقتصاد گیگ (Gig Economy): در یک اقتصاد گیگ، مشاغل موقت و انعطاف پذیر رایج هستند و از پلتفرم‌های دیجیتال برای ارائه خدمات کوتاه مدت استفاده می‌شود.
- ۳- کشاورزی دقیق (Precision Agriculture): راهبردی است که داده‌های زمانی، مکانی و فردی را جمع‌آوری، پردازش و تحلیل نموده و در تولید کشاورزی مورد استفاده قرار می‌دهد.
- ۴- اقتصاد الگوریتمی (Algorithmic Economy): این اصطلاح به داده‌ستد الگوریتم‌ها یا بخش‌های آن‌ها اشاره دارد که برنامه کاربردی توسط اشخاص مختلف اشاره دارد.

بازارهای دیجیتال



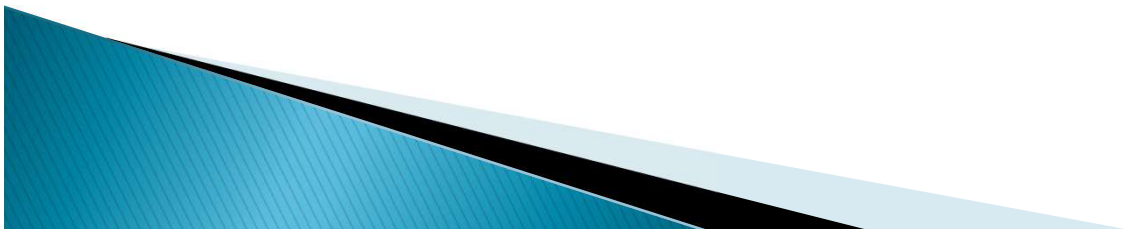
یکی از مؤلفه‌های اقتصاد دیجیتالی بازارهای الکترونیکی است. بازار، شبکه‌ای از تعاملات و ارتباطاتی است که در آنجا اطلاعات، کالاها یا خدمات و پرداخت‌ها مبادله می‌شوند. بازار الکترونیکی فضایی تحت وب است که:



▪ همه تراکنش‌های مورد نیاز را به صورت الکترونیکی پاسخگوست.

▪ مکانی است که در آن خریداران و فروشندگان به صورت الکترونیکی با یکدیگر ملاقات می‌کنند. این مکان ابعاد جغرافیایی ندارد و در واقع فضایی تحت وب است.

▪ فروشندگان و خریداران در این فضا مذاکره می‌کنند، قیمت پیشنهاد می‌دهند و با یکدیگر توافق می‌کنند. سپس سفارش داده می‌شود و معامله عملی می‌گردد.



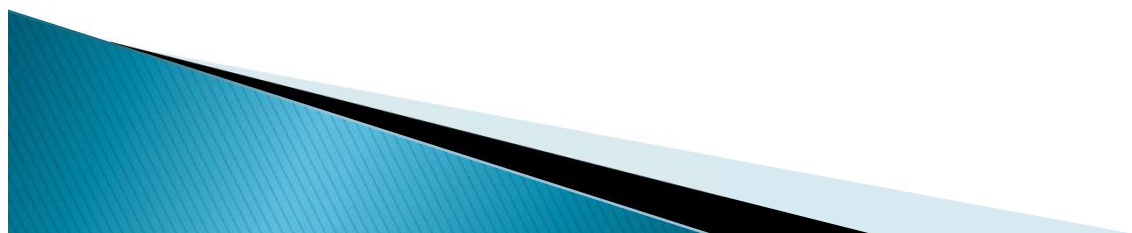
کسب و کار دیجیتال



کسب و کار الکترونیک با تجارت الکترونیک یکی نیست و تجارت الکترونیک تنها یک جنبه از کسب و کار الکترونیک است. یک شرکت مشاوره‌ای ممکن است یک کسب و کار الکترونیک باشد اما یقیناً تجارت الکترونیک نیست.



کسب و کار الکترونیکی، به معنی اجرای کسب و کار با استفاده از ارتباطات راه دور است. برای مثال، فرایند ثبت و صدور مجوز مبتنی بر اینترنت دانشجویان یا اداره یک دادگاه الکترونیکی، از جمله مواردی هستند که در مقوله کسب و کار الکترونیکی قرار می‌گیرند و در حوزه تجارت الکترونیکی قلمداد نمی‌شوند. بنابراین، کسب و کار الکترونیکی از معنای وسیع‌تری نسبت به تجارب الکترونیک برخوردار است که نه تنها شامل خرید و فروش است، بلکه ارائه خدمات به مشتریان، همکاری با شرکای بنگاه و اجرای معاملات در یک سازمان را نیز دربر می‌گیرد.



گاهی کسب و کار الکترونیکی که مفهوم وسیع‌تری نسبت به تجارت الکترونیکی دارد، با فرمول زیر بیان می‌شود:

$$EB = EC + BI + CRM + SCM + ERP$$

در این فرمول داریم:

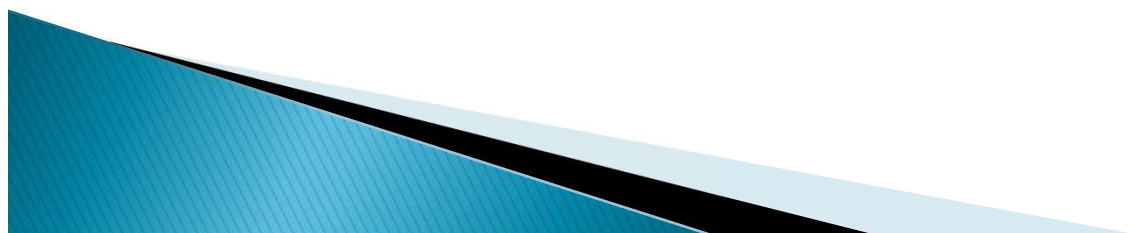
EB: کسب و کار الکترونیکی؛

EC: تجارت الکترونیکی؛

BI: هوشمندی شرکت‌ها؛

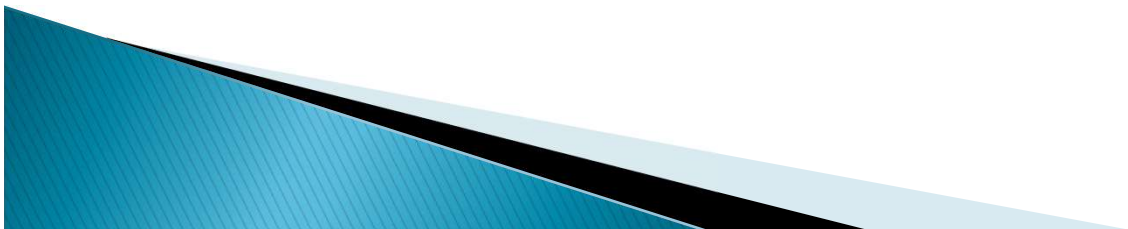
CRM: مدیریت ارتباط با مشتری؛

SCM: مدیریت زنجیره تأمین؛



ERP: برنامه‌ریزی منابع بنگاه.

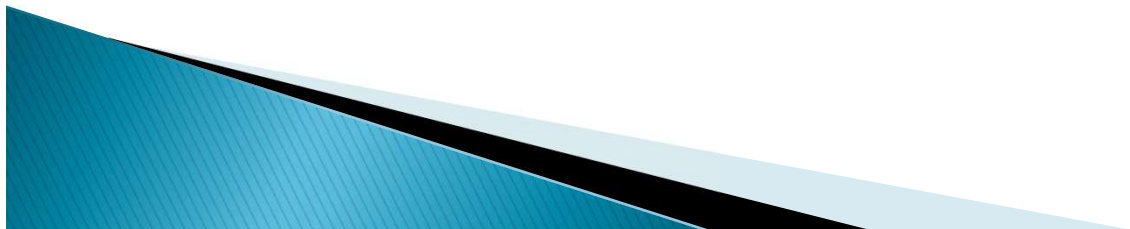
بنابراین تجارت الکترونیکی، یکی از مؤلفه‌های کسب و کار الکترونیکی است که بر خرید و فروش تأکید دارد.



تجارت الکترونیک (E-Commerce)

تجارت الکترونیکی عبارت از فرایند خرید، فروش یا تبادل محصولات، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه‌های رایانه‌ای و اینترنت است.

از اواخر دهه ۱۹۷۰ تجارت الکترونیک مورد توجه قرار گرفت، ابتدا "EFT" (انتقال الکترونیکی سرمایه)، بیشتر در سازمان‌های بزرگ و انستیتوهای مالی مطرح شد. سپس EDI (مبادله با الکترونیکی داده) مطرح شد که کاربردهای غیرمالی را هم شامل می‌شد. بالاخره در دهه ۱۹۹۰، با افزایش نرخ کاربردی اینترنت، تجارت الکترونیکی به معنی فعلی ارائه گردید.



انواع تجارت الکترونیکی



تجارت الکترونیکی بسته به آنکه مبتنی بر شبکه‌های ارتباطی عمومی (مانند اینترنت) باشد یا مبتنی بر شبکه‌های ارتباطی خصوصی (مانند اینترانت)، به دو دسته تقسیم می‌شود.

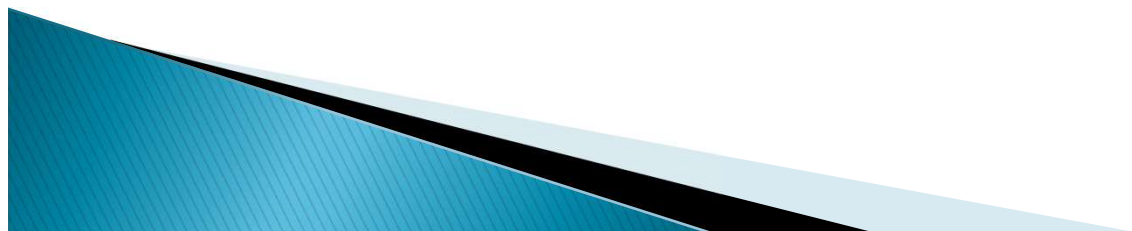


همچنین تجارت الکترونیکی از حیث تراکنش‌ها (Transactions) نیز به انواعی تقسیم می‌شود که برخی از آنها عبارت‌اند از:

الف) ارتباط بنگاه و بنگاه (B2B) الگویی از تجارت الکترونیکی که طرفین معامله شرکت‌ها یا بنگاه‌ها هستند.

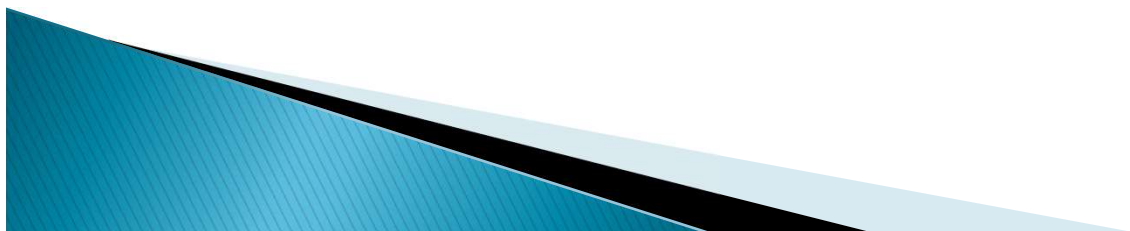
ب) ارتباط بنگاه و مصرف‌کننده (B2C) الگویی از تجارت الکترونیکی که بسیار متداول است و ارتباط تجاری مستقیماً بین شرکت‌ها و مشتریان یا مصرف‌کنندگان برقرار می‌شود.

ج) ارتباط مصرف‌کنندگان و شرکت‌ها (C2B)؛ در این حالت، اشخاص حقیقی به کمک اینترنت فرآورده‌ها یا خدمات خود را به شرکت‌ها می‌فروشند.



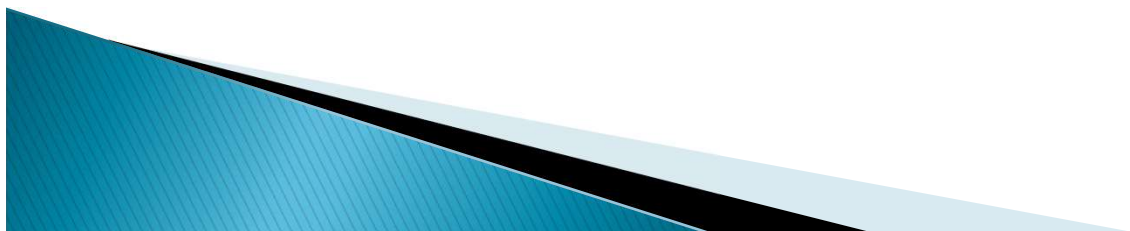
د) ارتباط مصرف‌کننده با مصرف‌کننده (C2C) در این حالت ارتباط خرید و فروش بین مصرف‌کنندگان است. مزایده‌ها و مناقصه‌های کالا از طریق اینترنت در این مقوله می‌گنجد.

ه) ارتباط بین بنگاه‌ها و سازمان‌های دولتی (B2A) شامل کلیه تعاملات تجاری بین شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی است. پرداخت مالیات‌ها و عوارض از این قبیل تعاملات محسوب می‌شود. این حالت، ارتباط بنگاه‌ها و دولت (B2G) نیز نامیده می‌شود.



و) ارتباط بین دولت و شهروندان (G2C) الگویی از تجارت الکترونیکی است که در آن ارتباط بین دولت و آحاد مردم که شامل بنگاه‌های اقتصادی، مؤسسات دولتی و کلیه شهروندان است با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برقرار می‌شود. این الگو یکی از مؤلفه‌های دولت الکترونیکی (E- Government) نیز به شمار می‌رود.

ز) ارتباط بین بنگاه‌ها و کارمندان (B2E) در این الگو یک سازمان خدمات، محصولات یا اطلاعات مورد نیاز را به کارکنان خود تحویل می‌دهد.

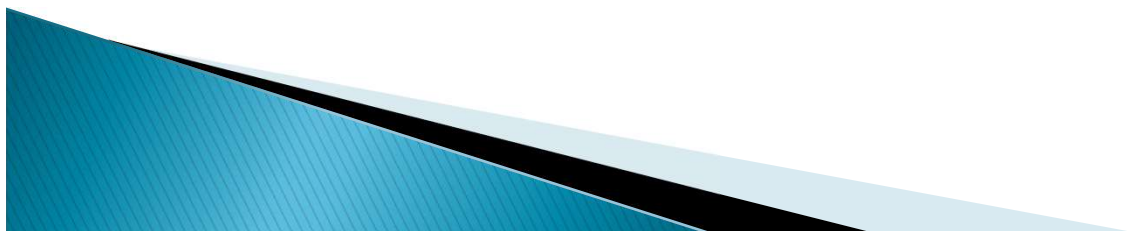


ح) فعالیتهای تجاری سیار (MC) تعاملات تجاری که در یک محیط بی سیم به صورت سیار انجام می پذیرد.

ط) تجارت الکترونیک درون سازمانی؛ شامل کلیه فعالیتهای درون سازمانی در رابطه با مبادله کالا، خدمات یا اطلاعات بین واحدها و کارکنان گوناگون یک سازمان است.

ی) ارتباط بین دولتها (G2G) ارتباط تجاری بین دولتها در زمینههایی مانند صادرات و واردات (و یا بین سازمانهای دولتی).

ک) تجارت مشترک (CC) الگویی از تجارت الکترونیک که در آن افراد یا گروهها به صورت بر خط با یکدیگر همکاری دارند.



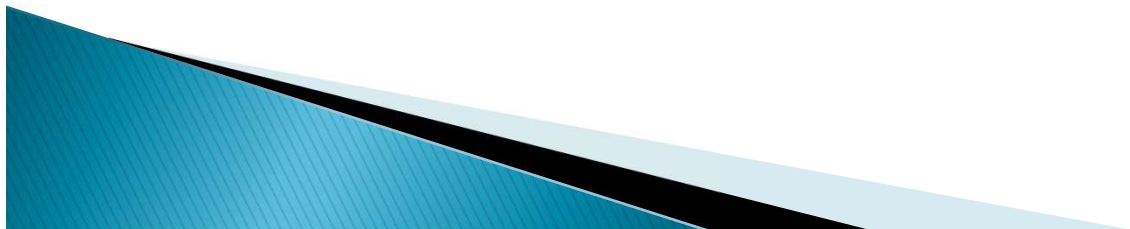
لازم به ذکر است که انواع فوق کاملاً مستقل از یکدیگر نیستند و طبق تعریف، برخی از آنها که تأکید بر خرید و فروش ندارند، در قالب کسب و کار الکترونیکی می‌گنجد. علاوه بر این، سهم تجارت الکترونیک از طریق B2C و B2B بیش از حالات دیگر گزارش شده است.



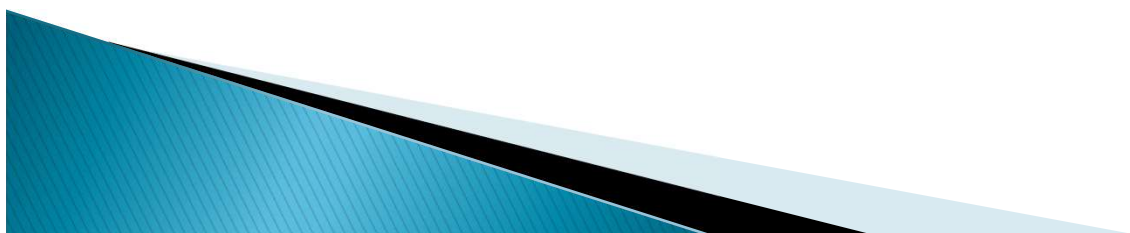
مراحل بهره‌برداری از تجارت الکترونیکی



الگوی ساده ایجاد الکترونیکی از نوع B2C به شرح زیر است:
الف) ایجاد فروشگاه الکترونیکی با توانایی‌های مورد نیاز (یک وبسایت با آدرس مشخص و به صورت مشتری‌پسند)؛



- ج) سفارش خرید به صورت الکترونیکی با استفاده از سبد مجازی، ارسال نامه به روش پست الکترونیکی یا تکمیل و ارسال فرم‌های الکترونیکی؛
- د) پرداخت (توسط کارت اعتباری یا بدون استفاده از کارت اعتباری)؛
- ه) تحویل کالا یا خدمات (به صورت فیزیکی و یا برای محصولات دیجیتال به وسیله اینترنت)؛
- و) خدمات پس از فروش.

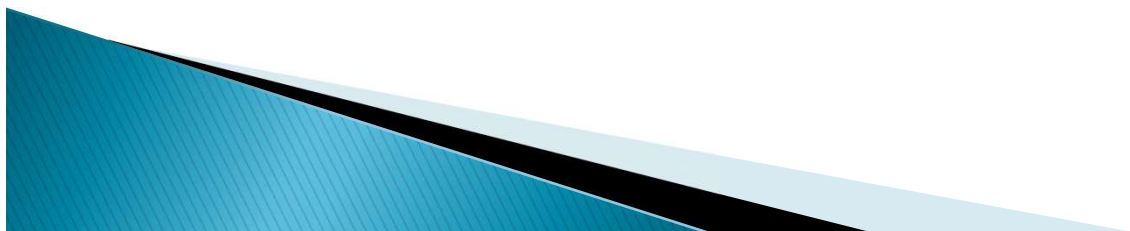


پرداخت الکترونیکی (E-Payment)

در سیستم‌های تجارت الکترونیکی، روش پرداخت نسبت به روش‌های مرسوم، مانند پول نقد و چک متحول می‌شود. پرداخت الکترونیکی، به معنی پرداخت از سوی یک شخص به شخص دیگر، از طریق شبکه‌های رایانه‌ای و بدون مواجهه مستقیم طرفین است.

روش‌های متفاوتی برای پرداخت الکترونیکی وجود دارند که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از:

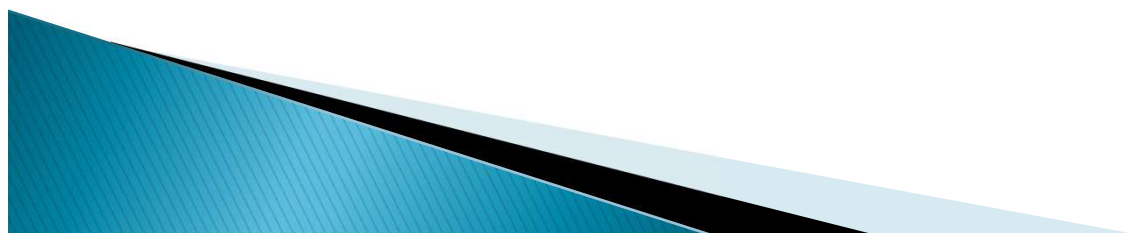
۱. استفاده از کارت‌های الکترونیکی؛ این روش برای تجارت الکترونیکی در مدل‌های B2C و B2B مناسب است و حالات زیر را دربر دارد:



الف) کارت اعتباری (Credit Card) : صاحبان این گونه کارت‌ها بدون آنکه مبلغی در حساب خود داشته باشند، اجازه دارند تا سقف معینی از اعتبار را خرید کنند. پس از خرید لازم است آن مبلغ را به بانک مربوطه بپردازند.

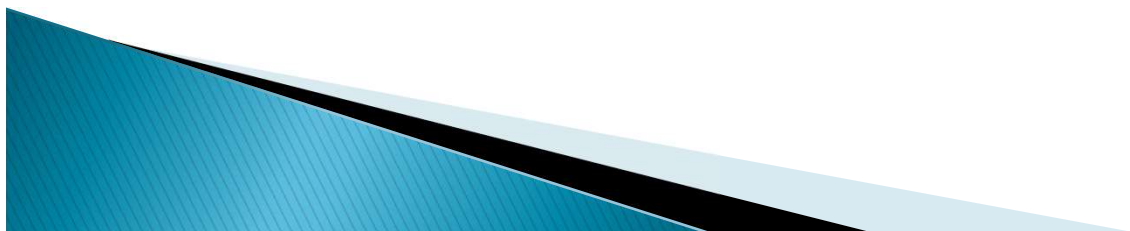
ب) شارژ کارت (Charge Card) : مانند کارت‌های اعتباری هستند، با این تفاوت که دارنده آن‌ها باید حداکثر در مدت زمان ۳۰ تا ۴۵ روز مبلغ بدهی خود را بپردازد. این کارت‌ها از هزینه ثابت سالیانه نیز برخوردارند.

ج) کارت بدهی (Debit Card) : این نوع کارت‌ها حالت اعتباری ندارند و هزینه اقلام خرید شده مستقیماً از حساب جاری شخص برداشت می‌شود. کارت‌های تلفن و عابربانک (ATM) از این نوع هستند.



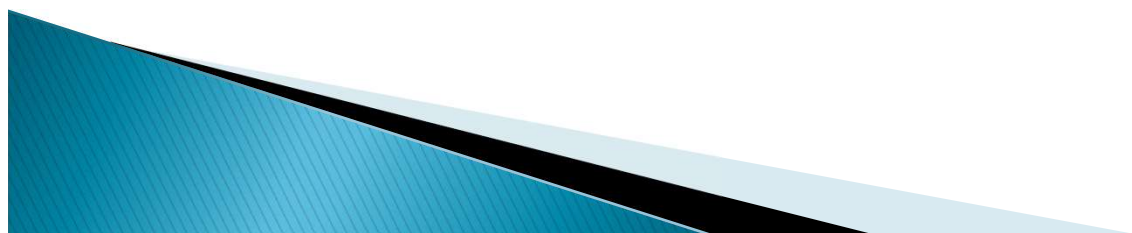
د) کارت خرید (Purchase Card) : این روش برای تجارت الکترونیکی از نوع B2B مناسب است. کارت‌های خرید، نوعی کارت‌های پرداخت با کاربرد ویژه برای خرید خدمات، تعمیرات و نگهداری هستند.

کارت‌های الکترونیکی پیش‌گفته می‌توانند به صورت کارت‌های هوشمند (Smart Card) عمل کنند. کارت هوشمند، کارتی پلاستیکی است که روی آن و یا در بین لایه‌های کارت تراشه‌ای الکترونیکی قرار دارد و قابلیت ذخیره‌سازی بسیاری از اطلاعات و داده‌های مهم را فراهم می‌آورد.

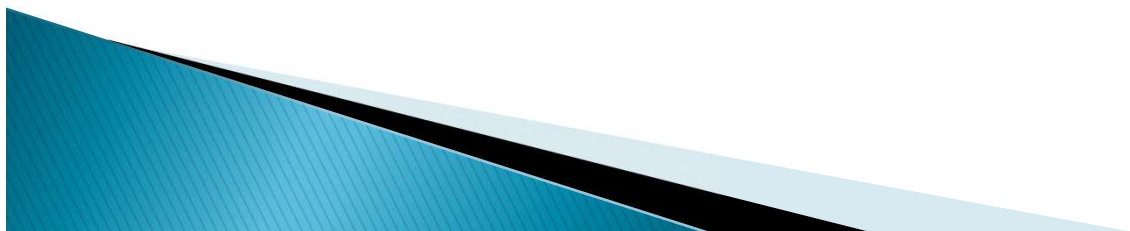


۲. پول الکترونیکی (Digicash/ E-Cash)؛ زمانی که پرداخت‌های مورد نظر خرد باشند (مثلاً زیر ۱۰ دلار)، یعنی اقلامی با ارزش‌های کم خریداری شوند، استفاده از کارت اعتباری چندان مطلوب نیست. به این دلیل از پول الکترونیکی استفاده می‌شود. در این روش خریدار مبلغی را به صورت پول الکترونیکی تهیه می‌کند. برای مثال، خریدار با مراجعه به مراکز مربوطه، سکه‌های الکترونیکی ۵ سنتی (که معادل رشته کاراکترهای چند بایتی است) را می‌خرد و در کیف الکترونیکی خود ذخیره می‌سازد تا در موقع لزوم از آن‌ها استفاده کند.

۳. روش پرداخت شخص به شخص (P2P) این روش، انتقال وجه به صورت مستقیم بین دو نفر را از طریق خدمات ویژه فراهم می‌کند.



۴. چک‌های الکترونیکی (E-Checking)؛ گونه الکترونیکی چک کاغذی با سرعت بالاتر و هزینه کمتر است که بیشتر در مدل B2C به کار می‌رود.



مزایای تجارت الکترونیکی



برخی از مزایای تجارت الکترونیکی عبارت‌اند از:

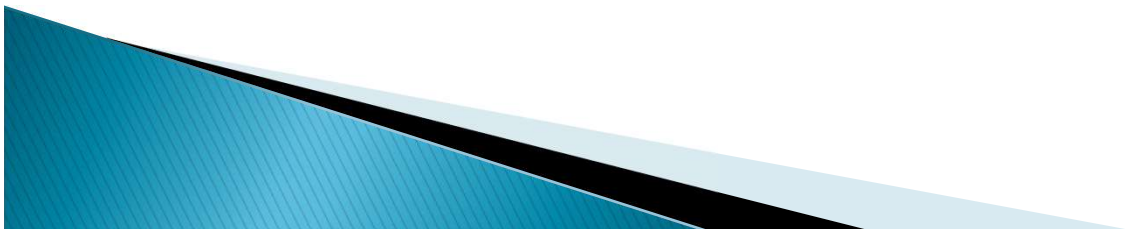
- گسترش بازارهای محلی به بازارهای ملی و بین‌المللی؛
- دسترسی سریع به اطلاعات دقیق تجاری و حذف تلفات زمانی؛



- کاهش هزینه‌های تبلیغات؛
- ارتقای رفاه عمومی مردم؛
- افزایش رقابت و ارتقای کیفیت محصولات و خدمات؛
- افزایش سرمایه‌گذاری و درآمد؛
- کاهش هزینه‌های تولید، پردازش، توزیع، ذخیره‌سازی و بازاریابی اطلاعات؛
- ایجاد فرصت‌های شغلی جدید؛
- امکان خرید محصولات و خدمات از سراسر جهان و در مدت زمان محدود؛
- گسترش فضای انتخاب برای مشتریان؛



- افزایش سرعت تحویل محصولات و خدمات، به‌ویژه فرآورده‌های دیجیتال و بهبود زنجیره عرضه؛
- امکان شرکت در حراج‌های مجازی (مبتنی بر شبکه‌های رایانه‌ای)؛
- امکان ارتباط مشتریان در فضای الکترونیک و تبادل ایده و انتقال تجربیات تجاری؛
- کاهش هزینه‌های رفت‌وآمد شهری و مسافرت برای خرید و در نتیجه کم شدن ترافیک و آلودگی محیطی؛
- بهینه‌سازی ارتباط خریداران و فروشندگان از طریق حذف واسطه‌ها.



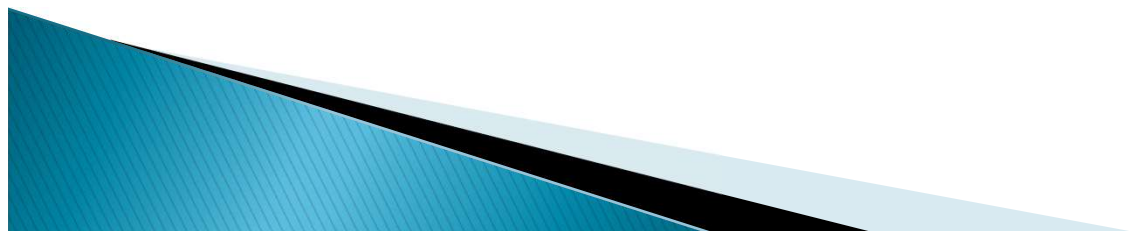
معایب تجارت الکترونیک



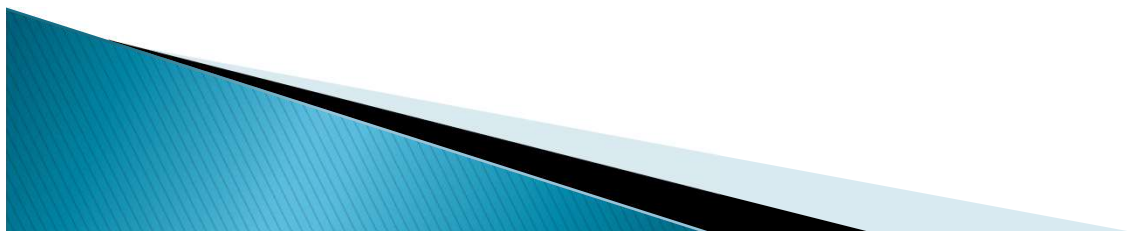
تجارت الکترونیک، اخیراً نگرانی برخی از کشورهای سرمایه‌دار مرکز و شرکت‌های آنها را در رابطه با سلطه و نظارت بر مهم‌ترین بازار قرن جدید، موجب شده است. این نگرانی‌ها در زمینه‌های زیر است:



۱. سفته‌بازی؛ بیشترین تحول و پیشرفت در بازار جهانی در بخش سرمایه‌گذاری و پول صورت گرفته است. فن‌آوری نوین اطلاعات به همراه حذف نظارت دولت، جریان آزاد، سرمایه را در سطح جهان دو برابر کرده است. آمار زیر این جریان را به خوبی شرح می‌دهد: در سال ۱۹۷۱ حدود نود درصد معاملات مالی بین‌المللی به اقتصاد واقعی (تجارت و یا سرمایه‌گذاری درازمدت) اختصاص یافته و تنها ده درصد به معاملات سفته‌بازی (ریسک‌پذیر) (Speculative) مربوط می‌شد؛ حال آنکه در سال ۱۹۹۰ این مسئله برعکس شد در سال ۱۹۹۵، هم‌چنان که چامسکی گفته، «حدود نود و پنج درصد از مجموع سرمایه‌گذاری‌ها سفته‌بازی بود.»



۲. بیکاری؛ از سویی دیگر گسترش فن آوری نوین اطلاعات در محل‌های کار فرایند تولید را در سطوح مختلف متحول کرده است. علاوه بر جایگزینی نیروی متخصص اندک به جای کارگر انبوه، فن آوری نوین اطلاعات شرکت‌ها را در تولید نوع محصولات خود منعطف کرده است، به گونه‌ای که هر لحظه در پی تولید کالا و خدماتی باشند که بیشترین منفعت را داشته باشد. در سال‌های آینده در کشورهای سرمایه‌دار مرکز شاهد تحولاتی در مراکز مخابراتی و کارخانه‌ها خواهیم بود که هزینه‌های تأمین محل کار را به شدت کاهش خواهد داد. از این منظر فن آوری نوین اطلاعات، شرکت‌ها را قادر خواهد ساخت تا هزینه‌های مربوط به کارگر را کاهش دهند.



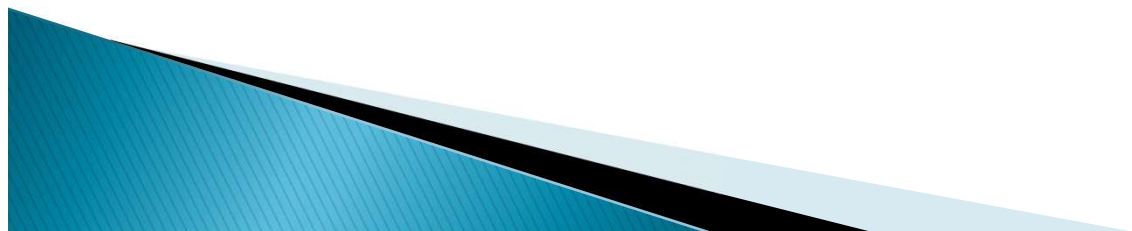
این امر خطر «بیکاری طبیعی» را برای بسیاری از کارگاران در صنایع مختلف به دنبال دارد.

۳. تضعیف بازارهای داخلی و انتقال فوری تقاضاهای داخلی به رقبای خارجی؛

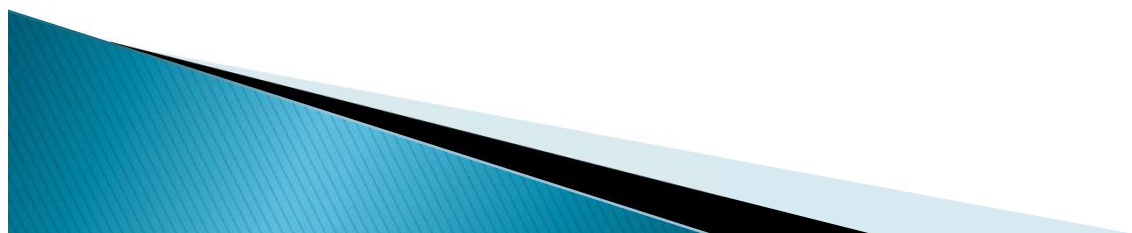
۴. ناامنی مبادلات؛ در این حوزه دو دغدغه امنیتی اساسی وجود دارد:

أ. وجود فروشندگان تقلبی

ب. سرقت اطلاعات و پول‌های کارت اعتباری: فروش از راه دور به علت فقدان استانداردهای پرداخت معمولاً از طریق کارت اعتباری صورت می‌گیرد.



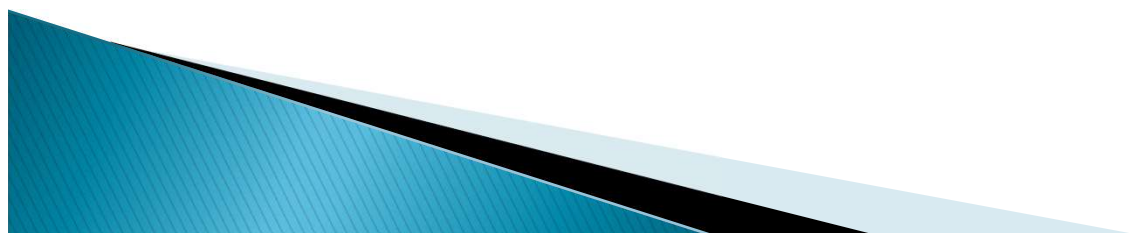
با در نظر گرفتن امر برداشت بهای کالا از حساب بانکی، خریدار به هنگام سفارش کالا اطلاعات لازم و معمولاً حساسی (اسم بانک، شماره کارت، تاریخ انقضاء کارت، نام دارنده کارت) را نیز انتقال می‌دهد. در این سیستم مشکل اصلی فقدان قابلیت اعتماد کامل است و این احتمال وجود دارد که دارنده کارت در معرض آسیب‌پذیری قرار گیرد، اتفاقی که گاهی مشاهده شده است (یک تبهکار آمریکایی در سال ۱۹۹۷ توانست اطلاعات ۱۲۰۰۰۰ کارت را به دست آورد و با آنها خرید کند). از سوی دیگر دستور پرداخت از طریق کارت اعتباری معمولاً به دشواری قابل دسترس است. البته راه‌های متعددی (از قبیل وارد کردن کدهای خاص و متمم) هم برای حل این‌گونه مسایل مورد توجه قرار گرفته است، هرچند که این راه‌ها نه عمومیت دارد و نه کاملاً بدون مشکل است.



محدودیت‌های تجارت الکترونیکی

از جمله محدودیت‌های مطرح در استفاده از تجارت الکترونیکی که لازم است مدنظر قرار گیرند، عبارت‌اند از:

- لزوم وجود بانکداری الکترونیکی توانمند و دقیق؛
- فقدان استانداردها و قواعد پذیرفته شده جهانی در مورد امنیت، کیفیت و قابلیت اعتماد؛
- ناکافی بودن پهنای باند ارتباطی؛
- ضعف ابزارهای نرم‌افزاری در رابطه با کاربردهای گوناگون تجارت الکترونیکی؛



- نیاز به حفظ امنیت اطلاعات و محرمانه بودن اطلاعات شخصی؛
- ضرورت توسعه محیط حقوقی لازم، به منظور اجرای تجارت الکترونیکی؛
- نیاز به روش‌های مطمئن و کارا برای تأیید احراز خریدار و فروشنده؛
- فقدان اعتماد و مقاومت مشتریان و نبود فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی.



با تشکر از توجه شما