



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران  
معاونت بررسی‌های اقتصادی

## وضعیت تجارت الکترونیک B2C ایران و سایر کشورها در سال ۲۰۱۹



در گزارش اخیر سازمان آنکتاد از شاخص تجارت الکترونیک بین کسب‌وکار و مشتری (B2C) سال ۲۰۱۹، میزان آمادگی ۱۵۲ اقتصاد جهان برای پشتیبانی از خرید آنلاین اندازه‌گیری و ارزیابی شده است. نتایج نشان می‌دهد کشور هلند بالاترین آمادگی برای مشارکت و بهره‌مندی از تجارت الکترونیکی را داراست. ایران در سال ۲۰۱۹ بعد از روسیه و یونان، ۴۲ امین کشور از منظر شاخص تجارت الکترونیک B2C است که جایگاه آن نسبت به شاخص سال ۲۰۱۸ بهبود ۷ پله‌ای داشته است و در موقعیت بهتری نسبت به کشورهای قطر، ترکیه و چین قرار دارد. از میان کشورهای در حال توسعه، ایران بعد از امارات و مالزی در جایگاه ششم قرار دارد.

تهیه‌کننده: طاهره کرمی دستمالی

آزمایشگاه ۱۳۹۸



## شاخص تجارت الکترونیک B2C

شاخص تجارت الکترونیک بین کسب و کار و مشتری B2C<sup>۱</sup> آنکتاد<sup>۲</sup> میزان آمادگی اقتصادها را برای پشتیبانی از خرید آنلاین اندازه گیری می کند. این شاخص از چهار مولفه<sup>۳</sup> تشکیل شده که تا حد زیادی به خرید آنلاین و پوشش گسترده خدمات آنلاین در کشور بستگی دارد. میزان خرید آنلاین افراد در یک کشور با ارزش این شاخص همبستگی دارد. در فهرست گزارش شاخص سال ۲۰۱۹، کشور تاجیکستان نیز اضافه شده و تعداد کشورهای مورد بررسی به ۱۵۲ اقتصاد رسیده است. با توجه به محدودیت داده های کاربران اینترنتی در سال ۲۰۱۸ و دسترسی به آمار سال ۲۰۱۷ برای حساب های مالی، شاخص امسال باید موقت تلقی شود، چرا که تغییرات گزارش حاضر نسبت به نسخه قبلی عمدتاً از سرورهای مطمئن متاثر شده است.

### شاخص تجارت الکترونیک B2C آنکتاد

این شاخص توسط میانگین چهار مولفه (با ضریب وزنی یکسان) و با استفاده از داده های مربوط به سال ۲۰۱۸ یا آخرین اطلاعات موجود محاسبه می شود.

- ۱- دارا بودن حساب در یک نهاد مالی یا استفاده از خدمات مالی مبتنی بر موبایل (درصد از جمعیت بالای ۱۵ سال - با استفاده از داده های بانک جهانی)
- ۲- کاربران اینترنت (درصد از جمعیت - با استفاده از آمار اتحادیه ارتباطات بین المللی)
- ۳- قابلیت اطمینان سیستم پستی (با استفاده از آمار اتحادیه جهانی پست)
- ۴- سرورهای اینترنتی ایمن (به ازای هر ۱ میلیون نفر - با استفاده از آمار Netcraft برگرفته از بانک جهانی)

در میان ده کشور برتر در شاخص تجارت الکترونیک B2C آنکتاد ۲۰۱۹، هلند به طور قابل توجهی بالاترین آمادگی برای مشارکت و بهره مندی از تجارت الکترونیکی را دارد. سوئیس دومین کشور و سنگاپور سومین کشور با بیشترین آمادگی در تجارت الکترونیک هستند. در این میان، هشت اقتصاد از ده اقتصاد برتر در شاخص تجارت الکترونیک متعلق به اقتصادهای اروپایی می باشند.

در انتهای دیگر طیف، کشورهای کمتر توسعه یافته<sup>۴</sup> ۱۸ جایگاه از ۲۰ جایگاه پایین این فهرست را در اختیار دارند. توجه به شکاف های گسترده بین کشورهایی که بالاترین و پایین ترین سطح آمادگی الکترونیک را دارند و رفع این شکاف ها، می تواند در شکل گیری اقتصاد دیجیتال فراگیر با هدف بهره برداری برای بسیاری از افراد ایجاد نماید.

<sup>۱</sup>Business-To-Consumer (B2C)

اصطلاح کسب و کار به مصرف کننده (B2C) به فرایند فروش محصولات و خدمات به طور مستقیم بین مشتریانی که کاربر نهایی محصولات یا خدمات آن هستند اشاره دارد. شرکت هایی که خدمات و محصولات خود را مستقیماً به مصرف کنندگان می فروشند جزء شرکت های B2C محسوب می شوند.

<sup>۲</sup>UNCTAD

<sup>۳</sup>Indicator

<sup>۴</sup>least developed countries

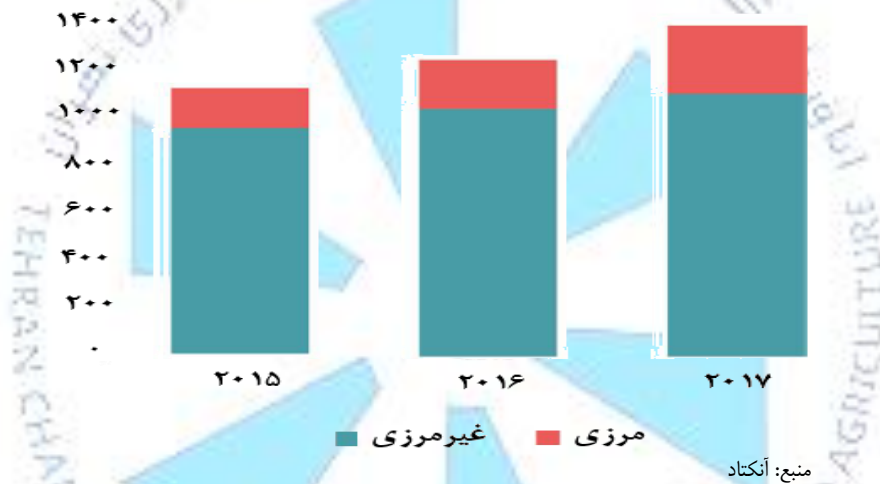
معاونت بررسی های اقتصادی

سهم افرادی که اقدام به خرید آنلاین در جهان می کنند، رو به افزایش است

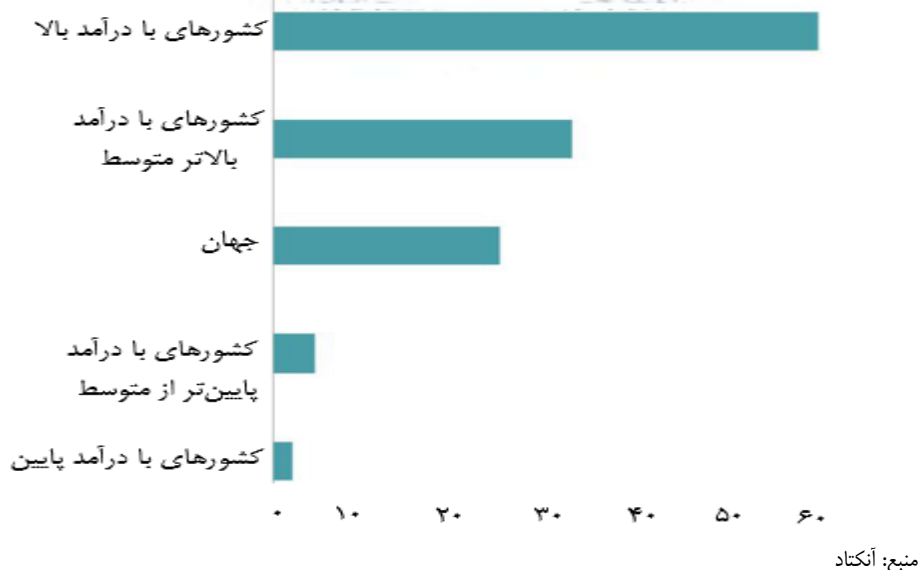


تجارت الکترونیکی به مصرف کنندگان این امکان را می دهد تا از گزینه های بیشتر و قیمت های پایین تر بهره مند شوند. در سال ۲۰۱۷، حدود ۱,۳ میلیارد نفر، یا یک چهارم جمعیت جهان در سن ۱۵ سال و بالاتر، به صورت آنلاین خرید کرده اند که این تعداد نسبت به سال ۲۰۱۶ حدود ۱۲ درصد افزایش داشته است (نمودار ۱). در کشورهایی که درآمد پایینی دارند، سهم کاربران اینترنت که به صورت آنلاین خرید می کنند، بسیار کمتر است و این امر به اهمیت لزوم افزایش آمادگی تجارت الکترونیکی در تمامی کشورها اشاره دارد (نمودار ۲).

نمودار ۱- تعداد خریداران (بالای ۱۵ سال) آنلاین جهان در سال های ۲۰۱۷-۲۰۱۵ (میلیون نفر)



نمودار ۲- استفاده از اینترنت برای خریدهای آنلاین بر حسب درآمد کشوری در سال ۲۰۱۷ درصد از جمعیت ۱۵ سال و بیشتر



معاونت بررسی های اقتصادی

مقایسه نسبت خریداران آنلاین به کاربران اینترنت در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که در ۶ کشور دانمارک، آلمان، هلند، نروژ، سوئد و انگلستان بیش از ۸۰ درصد از کاربران اینترنت، خرید خود را بصورت آنلاین انجام می‌دهند (جدول ۱). در مقابل، حدود ۳۲ کشور با درآمد متوسط و پایین وجود دارد که در آن‌ها کمتر از ۱۰ درصد از کاربران اینترنت خرید را به صورت آنلاین انجام می‌دهند.

**جدول ۱ - کشورهایایی که بیش از ۸۰ درصد کاربران اینترنت در آن به صورت آنلاین خرید می‌کنند - ۲۰۱۸**

نام کشور	سهم خریداران آنلاین از کل استفاده کنندگان اینترنت (درصد)	سهم خریداران آنلاین از کل جمعیت (درصد)
دانمارک	۸۶	۸۴
آلمان	۸۲	۷۵
هلند	۸۴	۸۰
نروژ	۸۱	۷۹
سوئد	۸۴	۷۷
انگلستان	۸۷	۸۳

منبع: آنکتاد

در ایران ۴۲ درصد از کاربران اینترنت خرید را بصورت آنلاین انجام می‌دهند که این نسبت برای کل جمعیت، ۲۶ درصد است. (جدول ۲)

**جدول ۲ - سهم خریداران آنلاین از استفاده کنندگان اینترنت در ایران و کشورهای منتخب**

نام کشور	سهم خریداران آنلاین از کل استفاده کنندگان اینترنت (درصد)	سهم خریداران آنلاین از کل جمعیت (درصد)	آخرین اطلاعات
کره جنوبی	۶۰	۵۴	۲۰۱۷
امارات متحده عربی	۵۲	۵۰	۲۰۱۷
ایران	۴۲	۲۶	۲۰۱۷
ترکیه	۳۵	۲۵	۲۰۱۸
روسیه	۳۴	۲۶	۲۰۱۸
عربستان سعودی	۲۷	۲۵	۲۰۱۷
مالزی	۲۳	۱۹	۲۰۱۷

منبع: آنکتاد

**کشور هلند در صدر شاخص تجارت الکترونیک B2C در جهان قرار دارد**

همانطور که پیش‌تر گفته شد، هشت کشور از ده کشور برتر شاخص تجارت الکترونیک B2C (همانند سال ۲۰۱۸) کشورهای اروپایی هستند. مقایسه رتبه‌ها و امتیاز نشان می‌دهد که در این ده اقتصاد مقادیر شاخص بسیار نزدیک هستند و امتیاز بین رتبه اول و دهم تنها ۵ واحد تفاوت دارد. هلند با بالاترین رتبه در کشور از نظر شاخص، و پس از آن سوئیس و سنگاپور قرار دارند (جدول ۳). فهرست





معاونت بررسی های اقتصادی

ده کشور برتر در این شاخص در سال ۲۰۱۹ نسبت به شاخص سال قبل تغییراتی داشته؛ بطوریکه سه کشور (ایسلند، نیوزیلند و سوئد) از این فهرست حذف و کشورهای فنلاند، آلمان و استرالیا جایگزین آن شدند که این تغییرات به علت بدتر شدن رتبه آن‌ها و کاهش امتیاز عمدتاً در سرورهای مطمئن و قابلیت اطمینان پست بوده است. به عنوان مثال ایسلند افت قابل توجهی در قابلیت اطمینان سیستم پستی داشته و در سوئد نسبت افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند کاهش یافته است.

جدول ۳- ده اقتصاد برتر جهان در شاخص تجارت الکترونیک B2C در سال ۲۰۱۹

رتبه شاخص ۲۰۱۹	اقتصادها	درصد کاربران اینترنت (سال ۲۰۱۸ یا بعد)	درصد دارندگان حساب آنلاین (۱۵ سال و بیشتر در سال ۲۰۱۷)	سرورهای امن اینترنتی (نرمال شده، سال ۲۰۱۸)	نمره قابلیت اطمینان پستی (سال ۲۰۱۸ یا بعد)	ارزش شاخص در سال ۲۰۱۹	تغییر ارزش شاخص (بر اساس اطلاعات ۲۰۱۸-۲۰۱۷)	رتبه شاخص ۲۰۱۸
۱	هلند	۹۵	۱۰۰	۹۸	۹۳	۹۶.۴	۰.۳	۱
۲	سوئیس	۹۴	۹۸	۹۵	۹۵	۹۵.۵	۰	۳
۳	سنگاپور	۸۸	۹۸	۹۷	۹۷	۹۵.۱	-۰.۲	۲
۴	فنلاند	۹۴	۱۰۰	۹۰	۹۴	۹۴.۴	۰.۷	۱۳
۵	انگلستان	۹۵	۹۶	۸۸	۹۸	۹۴.۴	-۰.۸	۴
۶	دانمارک	۹۸	۱۰۰	۱۰۰	۷۹	۹۴.۲	۲.۱	۱۰
۷	نروژ	۹۷	۱۰۰	۸۶	۹۱	۹۳.۴	-۱.۱	۵
۸	ایرلند	۸۲	۹۵	۹۵	۱۰۰	۹۳.۳	-۰.۱	۷
۹	آلمان	۹۲	۹۹	۹۴	۸۶	۹۲.۹	۰.۹	۱۲
۱۰	استرالیا	۸۷	۱۰۰	۸۹	۹۱	۹۱.۸	-۰.۷	۱۱

منبع: آنکتاد

با توجه به اینکه در گزارش قبل سازمان آنکتاد تفسیر گسترده‌ای در مورد ده کشور برتر در شاخص مزبور ارائه شده - از جمله بحث مفصلی در مورد سیستم اقتصادی B2C هلند- در این گزارش تحلیل مختصری برای سه عضو جدید ارائه شده است. مطابق جدول ۱، در شاخص سال ۲۰۱۸، آلمان و استرالیا در رده‌های دوازدهم و یازدهم قرار داشته و در میان ده کشور برتر قرار نداشتند اما در شاخص جدید به رتبه ۹ ام و ۱۰ ام ارتقاء یافته‌اند. علاوه بر این، پیشرفت کشور فنلاند بسیار چشمگیر بوده که از رتبه ۱۳ در گزارش قبل به رتبه ۴ ام صعود کرده است که علت اصلی آن بهبود امتیاز در شاخص قابلیت اطمینان پستی بوده است. در مقابل کشورهای ایسلند، نیوزیلند و سوئد که از فهرست ده کشور برتر حذف شده‌اند نیز کاهش قابل توجهی در رتبه شاخص خود داشته‌اند.

### کشورهای آسیایی در بین اقتصادهای در حال توسعه پیشرو هستند



در میان کشورهای در حال توسعه، تمام ده اقتصاد برتر در شاخص تجارت الکترونیک B2C از منطقه آسیا هستند و همه آنها دارای درآمد متوسط روبه بالا و یا درآمد بالا هستند (جدول ۴). پنج جایگاه اول این شاخص در سال ۲۰۱۹ نسبت به سال ۲۰۱۸ تغییری نداشته است. همچنین، بر خلاف ده رتبه برتر جهانی، دامنه مقادیر شاخص در میان کشورهای در حال توسعه گسترده‌تر است و ۲۳ امتیاز تفاوت بین رتبه اول (سنگاپور) و رتبه دهم (ترکیه) وجود دارد. در مقایسه با شاخص سال ۲۰۱۸، تنها یک تغییر در ترکیب این گروه ایجاد شده است: شیلی از فهرست ده کشور برتر کشورهای در حال توسعه حذف شده و قطر با قرار گرفتن در جایگاه هفتم در بین ده اقتصاد در حال توسعه جایگزین شده است. عامل اصلی بهبود رتبه قطر سطح بالایی از استفاده از اینترنت است. در حقیقت، براساس داده‌های وزارت حمل و نقل و ارتباطات این کشور، عملاً کل کشور بصورت آنلاین (۹۹,۷٪) است. کشورهای حاشیه خلیج فارس در مقایسه با دیگر ۱۰ کشور برتر در حال توسعه، از نظر شاخص‌های دیگر نسبتاً ضعیف هستند.

در میان ده کشور برتر اقتصادهای در حال توسعه، تنها تایلند و ترکیه با کاهش جایگاه شاخص نسبت به سال قبل مواجه شده‌اند و سایر کشورها بهبود داشته‌اند. سنگاپور دارای بهترین رتبه در این گروه و سومین رتبه در جهان است و پس از آن کشورهای چین و کره جنوبی رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند. ایران در سال ۲۰۱۸، ۴۹ امین کشور جهان در شاخص تجارت الکترونیک بوده که جایگاه آن در سال ۲۰۱۹ با هفت پله صعود به ۴۲ ام جهان و ۶ امین کشور در میان کشورهای در حال توسعه رسیده است.

جدول ۴- ده اقتصاد برتر در میان کشورهای در حال توسعه در شاخص تجارت الکترونیک B2C در سال ۲۰۱۹

رتبه شاخص ۲۰۱۹	اقتصاد	درصد کاربران اینترنت (سال ۲۰۱۸ یا بعد)	درصد دارندگان حساب آنلاین (۱۵ سال و بیشتر در سال ۲۰۱۷)	امن اینترنتی (نرمال شده، سال ۲۰۱۸)	نمره قابلیت اطمینان پستی (سال ۲۰۱۸ یا بعد)	ارزش شاخص در سال ۲۰۱۹	تغییر ارزش شاخص (بر اساس اطلاعات ۲۰۱۷-۱۸)	رتبه شاخص ۲۰۱۸
۳	سنگاپور	۸۸	۹۸	۹۷	۹۷	۹۵.۱	-۰.۲	۲
۱۵	هنگ کنگ، چین	۸۹	۹۵	۸۵	۹۲	۹۰.۵	-۱.۱	۱۶
۱۹	کره جنوبی	۹۶	۹۵	۶۷	۹۹	۸۹.۴	-۲.۴	۲۲
۲۸	امارات متحده عربی	۹۸	۸۸	۶۵	۸۴	۸۳.۸	-۰.۱	۳۳
۳۴	مالزی	۸۱	۸۵	۷۵	۸۶	۸۱.۹	-۰.۸	۳۴
۴۲	<b>ایران</b>	<b>۷۰</b>	<b>۹۴</b>	<b>۵۶</b>	<b>۸۸</b>	<b>۷۶.۹</b>	<b>۱.۱</b>	<b>۴۹</b>
۴۷	قطر	۱۰۰	۶۶	۵۴	۷۷	۷۴.۲	۶.۴	۵۹
۴۸	تایلند	۵۷	۸۲	۶۱	۹۴	۷۳.۵	-۳	۴۳
۴۹	عربستان سعودی	۹۳	۷۲	۴۷	۸۱	۷۳.۳	-۰.۲	۵۲

جدول ۴- ده اقتصاد برتر در میان کشورهای در حال توسعه در شاخص تجارت الکترونیک B2C در سال ۲۰۱۹

رتبه شاخص ۲۰۱۹	اقتصاد	درصد کاربران اینترنت (سال ۲۰۱۸ یا بعد)	درصد دارندگان حساب آنلاین (۱۵ سال و بیشتر در سال ۲۰۱۷)	سرورهای امن اینترنتی (نرمال شده، سال ۲۰۱۸)	نمره قابلیت اطمینان پستی (سال ۲۰۱۸ یا بعد)	ارزش شاخص در سال ۲۰۱۹	تغییر ارزش شاخص (بر اساس اطلاعات ۲۰۱۷-۱۸)	رتبه شاخص ۲۰۱۸
۵۳	ترکیه	۷۱	۶۹	۷۳	۷۴	۷۱.۸	-۱.۴	۴۷

منبع: آنکتاد

### کشورهای کمتر توسعه یافته در زمینه آمادگی تجارت الکترونیک عقب مانده اند

کشورهایی که در رتبه های انتهایی این شاخص قرار دارند، از نظر آمادگی برای مشارکت و بهره مندی از تجارت الکترونیکی، ضعیف هستند. از میان ۲۰ اقتصاد با کمترین ارزش در شاخص ۲۰۱۹، ۱۸ مورد جزء کشورهای کمتر توسعه یافته و دو کشور کنگو و سوریه جزء غیر این گروه هستند. طی چند سال گذشته، آنکتاد اقدام به ارزیابی آمادگی برای تجارت الکترونیکی در کشورهای کمتر توسعه یافته نموده است. این ارزیابی ها به منظور افزایش ظرفیت کشورها برای مشارکت موثر در تجارت الکترونیکی بوسیله تعیین شکاف های آمادگی و پرداختن به آن از طریق مشارکت توأم بخش دولتی و خصوصی بوده است. برای بیشتر کشورهای کمتر توسعه یافته، ارزیابی ها می توانند به غلبه بر یک شکست قابل توجه در بازار کمک کنند: واقعیت این است که کشورهای کمتر توسعه یافته فاقد اطلاعات و دانش لازم برای شکل دهی نیازهای خود برای کمک به توسعه تجارت الکترونیکی هستند.



### رتبه بندی منطقه ای

جدول ۵ بالاترین رتبه ها در شاخص تجارت الکترونیک B2C در هر منطقه را نشان می دهد. در میان کشورهای در حال توسعه آسیای غربی و شمال آفریقا، ایران بعد از امارات متحده عربی دومین کشور از منظر شاخص تجارت الکترونیک بوده است.



جدول ۵- ده اقتصاد برتر در میان اقتصادهای در حال توسعه و در حال گذار در شاخص تجارت الکترونیک B2C در سال ۲۰۱۹ برحسب منطقه

شرق، جنوب و جنوب شرق آسیا	آسیای غربی و شمال آفریقا	جنوب صحرای آفریقا	آمریکای لاتین و کارائیب	اقتصادهای در حال گذار
سنگاپور	امارات متحده عربی	موریس	شیلی	بلاروس
هنگ کنگ، چین	ایران	آفریقای جنوبی	کاستاریکا	روسیه
کره جنوبی	قطر	نیجریه	کلمبیا	سربستان
مالزی	عربستان سعودی	کنیا	جمهوری دومینیکن	گرجستان
تایلند	ترکیه	نامیبیا	جامائیکا	مقدونیه شمالی



جدول ۵- ده اقتصاد برتر در میان اقتصادهای در حال توسعه و در حال گذار در شاخص تجارت الکترونیک B2C در سال ۲۰۱۹ بر حسب منطقه

شرق، جنوب و جنوب شرق آسیا	آسیای غربی و شمال آفریقا	جنوب صحرائی آفریقا	آمریکای لاتین و کارائیب	اقتصادهای در حال گذار
چین	کویت	تانزانیا	ترینیداد و توباگو	اوکراین
ویتنام	عمان	غنا	برزیل	مولداوی
مغولستان	بحرین	سنگال	ونزوئلا	قزاقستان
هند	لبنان	بوتسوانا	اوروگوئه	آذربایجان
اندونزی	تونس	اوگاندا	پاراگوئه	بوسنی و هرزگوین

منبع: آنکتاد

جدول ۶ میانگین ارزش را بر حسب منطقه جغرافیایی مقایسه می کند و نشان می دهد اختلافات منطقه ای گسترده ای در این زمینه وجود دارد. در مورد دسترسی به اینترنت، تنها یک چهارم از جمعیت آفریقا در مقایسه با سه چهارم در غرب آسیا از اینترنت استفاده می کنند. کشورهای شرق، جنوب و جنوب شرقی آسیا که در حال حاضر تقریباً نیمی از جمعیت جهان را در خود جای داده است، باید نفوذ اینترنت را تقویت کنند. این نرخ در حال حاضر پایین تر از میانگین جهان است. در آمریکای لاتین و کارائیب، بهبود در قابلیت اطمینان سیستم پستی باید مورد توجه قرار گیرد و کشورهای آفریقایی برای تسهیل در فراگیر کردن تجارت الکترونیکی، نیاز به بهبود در همه زمینه های سیاست گذاری دارند. از منظر منطقه ای، در مقایسه با شاخص ۲۰۱۸، ارزش شاخص در آمریکای لاتین و کارائیب، آسیای غربی و در اقتصادهای توسعه یافته تا حدودی بهبود یافته است، در حالی که برای آفریقا و اقتصادهای در حال گذار اندکی کاهش یافته است.

جدول ۶- ارزش شاخص تجارت الکترونیک B2C بر حسب منطقه - ۲۰۱۹

ارزش شاخص در سال ۲۰۱۸	ارزش شاخص در سال ۲۰۱۹	نمره قابلیت اطمینان پستی (سال ۲۰۱۸ یا بعد)	سرورهای اینترنتی امن (نرمال شده، سال ۲۰۱۸)	سهم افراد دارای حساب آنلاین (۱۵ سال و بیشتر در سال ۲۰۱۸ یا بعد)	سهم افراد در استفاده از اینترنت (سال ۲۰۱۸ یا بعد)	
۳۰	۲۹	۲۲	۲۹	۴۰	۲۵	آفریقا
۵۷	۵۷	۵۹	۵۷	۵۹	۵۳	شرق، جنوب و جنوب شرق آسیا
۴۶	۴۸	۲۸	۵۳	۵۳	۵۹	آمریکای لاتین و کارائیب
۵۷	۵۹	۵۲	۴۹	۵۸	۷۵	آسیای غربی
۶۵	۶۳	۶۵	۶۲	۵۸	۶۷	اقتصادهای در حال گذار
۸۶	۸۷	۸۲	۸۷	۹۳	۸۶	اقتصادهای توسعه یافته
۵۵	۵۵	۴۹	۵۵	۶۰	۵۷	جهان

منبع: آنکتاد