



بسمه تعالی

چهار چوب تنظیم درخواست برای پیشنهاد (RFP)

۱- عنوان طرح:

آسیب شناسی و مهندسی مجدد روشهای توسعه و نظارت بر کسب و کارهای اینترنتی با تاکید بر مکانیزم اعتماد به کسب و کارها

۲- معرفی و ضرورت طرح:

یکی از زیرساخت‌های توسعه تجارت الکترونیکی، ایجاد اعتماد برای خریداران (اعم از تاجران و مصرف‌کنندگان) است. در اغلب فعالیت‌های اقتصادی، خریداران (خصوصاً مصرف‌کنندگان که عموماً مردم هستند) بر اساس اعتبارسنجی دولت یا یک نهاد معتمد دیگر، در خصوص اعتماد یا عدم اعتماد به فعالان اقتصادی تصمیم‌گیری می‌کنند. چنانچه خریدار، خود تاجر باشد ممکن است ارزیابی عملیاتی‌تر و دقیق‌تری از فعال اقتصادی طرف مقابل خود داشته باشد و مبتنی یا متوقف بر اعتبارسنجی مذکور نماند. در همین راستا، در حال حاضر، نماد اعتماد به عنوان راهکار حاکمیت در تعیین اعتبار یا عدم اعتبار واحدهای کسب و کار اینترنتی یا تجارت الکترونیکی مد نظر و عمل قرار گرفته است. اگرچه نماد اعتماد موثر بوده و سهم فروشگاه‌های دارای نماد در تخلفات ثبت‌شده کمتر از سهم فروشگاه‌های بدون نماد است، اما با توجه به شواهد و تجارب مختلف و همچنین برخی دلایل منطقی به نظر می‌رسد یا نماد برای این هدف کافی نیست و یا اینکه در طراحی و اجرای آن نواقصی وجود دارد و یا ترکیبی از این دو.

۳- اهمیت طرح:

رشد روزافزون استفاده روزمره از اینترنت و سرعت گسترش آن طی سال‌های گذشته، اهمیت تجارت الکترونیکی و راه اندازی کسب و کارها به صورت اینترنتی را مشخص می‌سازد. تمایل افراد به راه اندازی استارت آپها بدون نیاز به سرمایه گذاری کلان و استقبال خریداران از app ها و وب سایت های راه اندازی شده، فعالیت های تجارت الکترونیکی را با رونق خاصی مواجه ساخته است. لیکن فعالیت در این فضا مستلزم اخذ مجوز فعالیت توسط کسب و کارها می باشد. همچنین الزام ساماندهی کسب و کارها و نظارت بر فعالیت آنها نیز وظیفه ای است که مرکز توسعه تجارت الکترونیکی عهده دار انجام آن می باشد. علاوه بر موارد ذکر شده خریدار نیز برای خرید از کسب و کارهای اینترنتی لازم است از فروشنده شناخت داشته و سازوکاری برای رسیدگی به شکایات و تخلفات کسب و کارها نیز تعریف شده باشد. این رویه‌ها در حال حاضر وجود دارد لیکن لازم است با توجه به تغییر نیازمندیها مورد بررسی و بازبینی قرار گیرد. در این طرح بازتعریف نیازمندیهای ساماندهی و نظارت کسب و کارها در فضای تجارت الکترونیکی مورد بررسی قرار می‌گیرد. تعریف مجدد رویه های تعریف شده، فضای ترسیم شده در این مقوله و اشکالات وارد به آن را اصلاح می‌نماید.

۴- اهداف مورد نظر طرح:

در این طرح، ضمن بازنگری وضعیت فعلی تجارت الکترونیکی در کشور، به مشکلات و چالشهای موجود پرداخته می‌شود. هدف کلان از تدوین این طرح، تحکیم نقش حاکمیتی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در راستای ساماندهی این فضا با محوریت پاسخگویی به نیازمندیهای جدید ذینفعان این حوزه می باشد. سایر اهداف طرح به شرح ذیل می باشند:

- ۱- بررسی وضعیت موجود و شناسایی نیازمندیهای جدید
- ۲- بررسی سیاست های تدوین شده و ارائه پیشنهاد به منظور ایجاد رویه مناسب برای سیاستگذاری درحوزه تجارت الکترونیکی
- ۳- بررسی کمبودهای قانونی و امکان ارائه پیشنهاداتی در خصوص تغییرات لازم در قانون تجارت الکترونیکی و اساسنامه مرکز با توجه به مقتضیات زمان و رشد تجارت الکترونیکی در کشور
- ۴- بررسی مشکلات و چالشهای فعلی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در ارائه خدمات کسب و کارها و فعالان حوزه تجارت الکترونیکی و ارائه راهکار
- ۵- ارائه پیشنهاداتی در خصوص بازبینی سامانه/ زیرسامانه های موجود (enamad.ir) و مهندسی مجدد آنها با توجه به تغییر نیازمندیهای ذینفعان و مقتضیات زمان
- ۶- بازتعریف مفاهیم ساماندهی و نظارت بر فعالیت کسب و کارهای الکترونیکی با توجه به تجارب مرکز و خواسته های ذینفعان

۷- بازتعریف خدمات مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در راستای حمایت از حقوق مصرف کنندگان در فضای تجارت الکترونیکی

۵- سوال اساسی طرح:

با این فرض که، یکی از زیرساخت‌های مهم برای توسعه تجارت الکترونیکی، شکل‌گیری و تداوم اعتماد خریدار به فروشندگان در فضای مجازی است، با سوال (مساله) زیر مواجه هستیم:

۱. چه راهکارهایی برای شکل‌گیری و تداوم اعتماد وجود دارد؟
۲. آیا نماد اعتماد یکی از راهکارهای اصلی است؟ اگر بله، ایرادها و اشکالات اصلی در طراحی و اجرای نماد فعلی چیست؟

۶- سوالات اصلی:

- ۱- برای موضوع ساماندهی به جز مساله الزام ارائه درگاه پرداخت به کسب و کارهای دارای نماد چه راهکار دیگری می‌تواند تعریف شود؟
- ۲- قوانین تجارت الکترونیکی در کشورهای موفق و پیشرو در مقوله تجارت الکترونیکی، مساله ساماندهی را چگونه مطرح نموده‌اند؟
- ۳- در سایر کشورها، سازمانی با عنوان توسعه تجارت الکترونیکی یا عناوینی مشابه وجود دارد؟ وظایف این سازمان توسط چه ارگانی تعریف و به تایید رسیده است؟ ساماندهی کسب و کارهای اینترنتی چگونه توسط این سازمان انجام می‌شود؟
- ۴- در کشورهای موفق، مقوله e-trust در تجارت الکترونیکی چگونه شکل گرفته و پیاده‌سازی شده است؟
- ۵- آیا در سایر کشورها، دستگاه‌های دولتی وظیفه نظارت بر کسب و کارها را برعهده دارند یا این کار به بخش خصوصی واگذار شده است؟
- ۶- چگونه می‌توان نظارت هوشمند را جایگزین نظارت‌های کارشناسی نمود؟
- ۷- چرا برخی از خریداران اعتماد کامل به نماد اعتماد الکترونیکی دارند؟ در حالی که برخی به آن بی‌اعتنا بوده و حتی از کانالها و یا شبکه‌های اجتماعی اقدام به خرید می‌نمایند؟ مبنای اعتماد گروه دوم چیست؟
- ۸- چگونه می‌توان موجبات محبوبیت این لوگو را نزد خریداران فراهم نمود؟
- ۹- انتظارات خریداران از کسب و کارهای دارای نماد چیست؟
- ۱۰- انتظارات خریداران از نماد اعتماد الکترونیکی دریافت چه حمایت‌هایی است؟
- ۱۱- راهکارهای تسهیل فرآیند صدور نماد اعتماد الکترونیکی چیست؟
- ۱۲- مدل‌های نظارت بر فعالیت واحدهای کسب و کار اینترنتی چیست؟ کدام مدل مناسب کشور ماست؟
- ۱۳- برای جبران خسارات مالباختگان یا خریدارانی که در دریافت خدمت دچار خسارت شده‌اند چیست؟ مدل مناسب برای تضمین تعهدات واحدهای کسب و کار اینترنتی و ترمیم اعتماد مردم به این کسب و کارها چیست؟

قلمرو طرح

فرآیندهای صدور مجوز، نظارت و جبران خسارت در فضای تجارت الکترونیکی با توجه به شرایط کشور و با استفاده از تجارب کشورهای دیگر.

توضیحات

موارد مطرح شده در RFP با توجه به مراحل مختلف میتواند شامل تغییراتی باشد.