



دانشکده آموزشهای الکترونیکی

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مهندسی فناوری اطلاعات  
گرایش تجارت الکترونیکی

**عنوان:**

بررسی و تعیین پیش نیازهای پیوستن ایران به سازمان  
تجارت جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی

توسط :

پگاه گلستانی

استاد راهنما :

دکتر محمد موسی خانی

اساتید مشاور :

دکتر صحرائیان

دکتر مصلح شیرازی

دی ماه ۱۳۸۷

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

به نام خدا

## اظهار نامه

اینجانب پگاه گلستانی (شماره دانشجویی ۸۴۴۱۰۸ مهندسی فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیک د الکترونیکی اظهار می کنم که این پایان نامه حاصل پژوهشهایم است که از منابع دیگران استفاده کرده ام، نشانی در آن را نوشته ام. همچنین اظهار می کنم که تحقیق و تکراری نیست و تعهد می نمایم که بدون مجوز دانشجو منتشر ننموده و یا در اختیار غیر قرار ندهم. کلیه حقوق آیین نامه مالکیت فکری و معنوی متعلق به دانشگاه ش

نام و نام خانوادگی: پگاه گلستانی

تاریخ و امضاء: ۱۳۹۸/۰۸/۰۸

به نام خدا

بررسی و تعیین بیش نیازهای پیوستن ایران به سازمان تجارت

در زمینه تجارت الکترونیکی

به وسیله‌ی:

پگاه گلستانی

پایان نامه

ارائه شده به تحصیلات تکمیلی دانشگاه به عنوان

از فعالیتهای تحصیلی لازم برای اخذ درجه کارشناس

در رشته:

مهندسی فناوری اطلاعات (تجارت الکترونیک)

از دانشگاه شیراز

شیراز

جمهوری اسلامی ایران

ارزیابی شده توسط کمیته پایان نامه با درجه:

دکتر محمد موسی خانی، استادیار بخش مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تهران ( )

پرفسور مهدی صحرانیان، استاد بخش اقتصاد

دکتر علی نقی مصلح شیرازی، دانشیار بخش مدیریت

دی ماه ۱۳۸۷

# تقدیم به

همسر عزیزم به خاطر حمایت‌های بی دریغش .

### سپاسگزاری

اکنون که این رساله به پایان رسیده است بر خود فرض می دانم که از استاد محترم راهنما جناب آقای دکتر محمد موسی خانی ، استادان محترم مشاور جناب آقای دکتر صحرائیان و دکتر مصلح شیرازی و تمام کسانی که در انجام این پژوهش و تدوین آن مرا یاری نموده اند، تشکر و قدردانی نمایم.

پگاه گلستانی

## چکیده

### بررسی و تعیین پیش نیازهای پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی

به کوشش

پگاه گلستانی

این تحقیق به بررسی پیش نیازهای پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی خواهد پرداخت. نوع تحقیق کاربردی و روش تحقیق توصیفی پیمایشی از نوع دلفی است. جامعه آماری خبرگان و صاحبان نظران در زمینه تجارت الکترونیکی و آشنا با شرایط پیوستن کشورها به سازمان تجارت جهانی است. نمونه آماری نداریم و از سرشماری استفاده شد. ابزار مورد استفاده پرسشنامه می باشد.

نخست با بررسی اصول و اهداف سازمان تجارت جهانی، مراحل و شرایط پیوستن کشورها به سازمان مذکور و اصلاحاتی که کشور ایران از دیدگاه کلان برای پیوستن به سازمان مذکور باید انجام دهد، ضرورت استفاده از تجارت الکترونیکی برای بهره برداری بهینه از فرصتهای پیوستن به سازمان تجارت جهانی تبیین و سپس با بررسی وضعیت تجارت الکترونیکی در ایران و مقایسه با برخی کشورهای عضو سازمان مذکور پیش نیازهای پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی استخراج گردیدند. در ادامه با استفاده از تشکیل پانل دلفی و تهیه و ارسال دو دور پرسشنامه دیدگاه صاحب نظران در خصوص پیش نیازهای فوق و نیز اولویت بندی آنها جمع آوری گردید. سپس با استفاده از روشهای آماری (میانگین، تست فریدمن، ضریب هماهنگی کندال) نتایج حاصله تجزیه و تحلیل و معتبر بودن آنها آزمون شد. نتایج تحقیق نشان داد که پیش نیازهای پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی را می توان به ۷ دسته کلی تقسیم بندی کرد که به ترتیب اولویت شامل:

۱- پیش نیازهای ساختاری ۲- پیش نیازهای فنی و تکنولوژیکی ۳- پیش نیازهای اقتصادی ۴- پیش نیازهای حقوقی و قانونی ۵- پیش نیازهای راهبردی ۶- پیش نیازهای فرهنگی و اجتماعی ۷- پیش نیازهای آموزشی؛ می باشند. همچنین مؤلفه های هر کدام از پیش نیازهای عنوان شده نیز تعیین و اولویت بندی شدند.

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	<b>فصل اول: کلیات</b>
۲	۱-۱- مقدمه
۳	۲-۱- مسأله اصلی تحقیق
۴	۳-۱- ضرورت تحقیق
۶	۴-۱- اهداف تحقیق
۶	۵-۱- پرسشهای تحقیق
۷	۶-۱- قلمرو تحقیق
۷	۱-۶-۱- قلمرو زمانی تحقیق ♦
۷	۲-۶-۱- قلمرو مکانی تحقیق ♦
۸	۷-۱- سابقه تحقیقات و مطالعات انجام گرفته
۹	۸-۱- تعریف واژه ها و اصطلاحات تخصصی طرح
۹	۹-۱- محدودیتهای تحقیق
	<b>فصل دوم ادبیات موضوع</b>
۱۱	۱-۲- مقدمه
۱۳	۲-۲- روند تاریخی تشکیل سازمان تجارت جهانی



۱۹	۳-۲: موافقت نامه عمومی تعرفه و تجارت ( گات )
۲۵	۴-۲: عضویت در سازمان تجارت جهانی
۲۸	۵-۲: ساختار سازمان تجارت جهانی
۳۲	۶-۲: اهداف سازمان تجارت جهانی
۳۲	۷-۲: اصول سازمان تجارت جهانی
۳۵	۸-۲: مزایای عضویت در سازمان تجارت جهانی
۳۵	۹-۲: روند نظارت بر عملکرد کشورهای عضو
۳۷	۱۰-۲: مراحل عضویت در سازمان تجارت جهانی
۳۹	۱۱-۲: شرایط ( پیش نیازهای ) پیوستن به سازمان تجارت جهانی
۴۲	۱۲-۲: الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی
۴۳	۱۳-۲: تجارت جهانی و تجارت الکترونیکی
۴۷	۱۴-۲: تعریف تجارت الکترونیکی
۴۹	۱۵-۲: تعریف کسب و کار الکترونیکی
۴۹	۱۶-۲: تاریخچه تجارت الکترونیکی
۵۰	۱۷-۲: انواع تجارت الکترونیکی
۵۴	۱۸-۲: مهمترین مزایای تجارت الکترونیکی در مقایسه با تجارت سنتی

۵۵ ۱۹-۲: بررسی اجمالی و وضعیت تجارت الکترونیکی در ایران و جهان

۷۳ ۲۰-۲: چارچوب نظری تحقیق

### فصل سوم متدلوژی و ابزار تحقیق

۷۶ ۱-۳: مقدمه

۷۷ ۲-۳: روش تحقیق

۷۸ ۳-۳: روش دلفی

۷۸ ۴-۳: هدف این روش

۷۸ ۵-۳: قلمرو کاربرد

۷۹ ۶-۳: چگونگی روش دلفی

۸۴ ۷-۳: معیار اتفاق نظر

۸۶ ۸-۳: جامعه و نمونه آماری تحقیق

۸۶ ۹-۳: ابزار جمع آوری اطلاعات

۸۷ ۱۰-۳: روش توزیع و جمع آوری پرسشنامه

۸۹ ۱۱-۳: اعتبار (روایی پرسشنامه)

۹۰ ۱۲-۳: قابلیت اعتماد (پایایی) پرسشنامه

### فصل چهارم روش دلفی و پیمایش

۹۲ ۱-۴: مقدمه

۹۳ ۲-۴: آمار توصیفی داده ها

۹۳ ۱-۲-۴: گروه سنی پاسخ دهندگان ♦

- ۹۴ ♦ ۲-۲-۴ : میزان تحصیلات پاسخ دهندگان
- ۹۵ ♦ ۳-۲-۴ : گروه تحصیلی پاسخ دهندگان
- ۹۷ ♦ ۴-۲-۴ : آشنایی با تجارت الکترونیکی
- ۹۸ ♦ ۵-۲-۴ : آشنایی با سازمان تجارت جهانی

۱۰۰ ۳-۴ : دور اول پرسشنامه

۱۰۴ ۴-۴ : دور دوم پرسشنامه

۱۱۴ ♦ ۱-۴-۴ : اولویت بندی پیش نیازها (تست فریدمن)

۱۲۴ ♦ ۲-۴-۴ : ضریب همبستگی کندال

### فصل پنجم : نتیجه گیری و پیشنهادات

۱۳۰ ۱-۵ : مقدمه

۱۳۰ ۲-۵ : نتیجه گیری

۱۳۱ ♦ ۱-۲-۵ : پیش نیازهای ساختاری

۱۳۲ ♦ ۲-۲-۵ : پیش نیازهای فنی و تکنولوژیکی

۱۳۲ ♦ ۳-۲-۵ : پیش نیازهای اقتصادی

۱۳۳ ♦ ۴-۲-۵ : پیش نیازهای حقوقی و قانونی

۱۳۴ ♦ ۵-۲-۵ : پیش نیازهای راهبردی

۱۳۴ ♦ ۶-۲-۵ : پیش نیازهای فرهنگی و اجتماعی

۱۳۴ ♦ ۷-۲-۵ : پیش نیازهای آموزشی

۱۳۵ ۳-۵ : پیشنهاد به پژوهشگران

۱۳۶

منابع

## ضمائم

صفحه	عنوان
۱۴۴	ضمیمه الف : پرسشنامه دور اول
۱۵۳	ضمیمه ب : پرسشنامه دور دوم
۱۵۹	ضمیمه پ : آلفای کرونباخ
۱۶۰	ضمیمه ت: میانگین و انحراف معیار دور اول پرسشنامه
۱۶۳	ضمیمه ث: میانگین و انحراف معیار دور دوم پرسشنامه
۱۶۷	لیست کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی و تاریخ عضویت
۱۷۳	لیست کشورهای عضو ناظر سازمان تجارت جهانی

## فهرست جداول

صفحه	عنوان
۱۸	جدول ۱-۲ : تاریخچه ایجاد سازمان تجارت جهانی
۲۴	جدول ۲-۲ : دوره‌های تجاری گات
۵۷	جدول ۳-۲ : هزینه ICT کشورهای منتخب آسیا و جهان
۵۸	جدول ۴-۲ : بزرگترین شرکای تجاری ایران از لحاظ ارزش واردات در سال ۸۶
۵۹	جدول ۵-۲ : بزرگترین شرکای تجاری ایران از لحاظ ارزش صادرات در سال ۸۶
۶۰	جدول ۶-۲ : مقایسه وضعیت زیرساخت‌های ICT در ایران با زیرساخت‌های مذکور در کشورهای شریک تجاری ایران
۶۵	جدول ۷-۲ : امتیازات کسب شده در معیارهای ارزیابی آمادگی الکترونیکی
۹۳	جدول ۱-۴ : توصیف آماری گروه سنی پاسخ دهندگان
۹۵	جدول ۲-۴ : توصیف آماری میزان تحصیلات پاسخ دهندگان
۹۶	جدول ۳-۴ : توصیف آماری گروه تحصیلی پاسخ دهندگان
۹۷	جدول ۴-۴ : توصیف آماری میزان آشنایی پاسخ دهندگان با تجارت الکترونیکی
۹۹	جدول ۵-۴ : توصیف آماری میزان آشنایی پاسخ دهندگان با سازمان تجارت جهانی
۱۰۱	جدول ۶-۴ : توصیف آماری نظر پاسخ دهندگان دور اول
۱۰۶	جدول ۷-۴ : توصیف آماری نظر پاسخ دهندگان دور دوم
۱۰۹	جدول ۸-۴ : درصد رتبه های تخصیص یافته به پیش نیازهای کلی
۱۰۹	جدول ۹-۴ : درصد رتبه های تخصیص یافته به پیش نیازهای فنی و تکنولوژیکی
۱۱۰	جدول ۱۰-۴ : درصد رتبه های تخصیص یافته به پیش نیازهای فرهنگی واجتماعی
۱۱۰	جدول ۱۱-۴ : درصد رتبه های تخصیص یافته به پیش نیازهای اقتصادی
۱۱۱	جدول ۱۲-۴ : درصد رتبه های تخصیص یافته به پیش نیازهای راهبردی

- ۱۱۱ جدول ۴-۱۳: درصد رتبه های تخصیص یافته به پیش نیازهای ساختاری
- ۱۱۲ جدول ۴-۱۴: درصد رتبه های تخصیص یافته به پیش نیازهای حقوقی و قانونی
- ۱۱۴ جدول ۴-۱۵: درصد رتبه های تخصیص یافته به پیش نیازهای آموزشی

### فهرست تصاویر و نمودارها

صفحه	عنوان
۲۵	شکل ۲-۱: وضعیت عضویت کشورها در WTO
۳۱	شکل ۲-۲: ساختار سازمان تجارت جهانی
۸۴	نمودار ۳-۱: فرآیند دلفی
۹۴	نمودار ۴-۱: نمودار میله ای گروه سنی پاسخ دهندگان
۹۵	نمودار ۴-۲: نمودار دایره ای میزان تحصیلات پاسخ دهندگان
۹۶	نمودار ۴-۳: نمودار دایره ای گروه تحصیلی پاسخ دهندگان
۹۸	نمودار ۴-۴: نمودار میزان آشنایی پاسخ دهندگان با تجارت الکترونیکی
۹۹	نمودار ۴-۵: نمودار میزان آشنایی پاسخ دهندگان با سازمان تجارت جهانی

= سازمان تجارت جهانی	(World trade organization)	WTO
= فناوری اطلاعات	(Information technology)	IT
= سازمان تجارت بین الملل	(International trade organization)	ITO
= تجارت بنگاه با بنگاه	(Business to Business)	B2B

#### فهرست نشانه های اختصاری

=تجارت بنگاه با مصرف کننده	(Business to consumer)	B2c
=فناوری اطلاعات و ارتباطات	(Information technology communication)	ICT
=مهندسی مجدد فرآیند کسب و کار	(Business process reengineering)	BPR
= مدیریت زنجیره تأمین	(Supply chain management)	SCM
-----	(Growth competitiveness index)	GCI
=اتحادیه جهانی مخابرات	(International telecommunication union)	ITU
= اجلاس جهانی جامعه اطلاعاتی	(World summit on information society)	WSIS
= کنفرانس توسعه و تجارت ملل متحد	(United Nation Conference On Trade And Development)	UNCTAD
= واحد اطلاعات نشریه اکونومیست	(Economist information unit)	EIU

# فصل اول

## کلیات

۱- کلیات



## ۱-۱- مقدمه :

تعاملات بین المللی و وابستگی اقتصادی شدیدی که امروزه میان کشورهای مختلف جهان مشاهده می شود توانسته زنجیرهای اتصال اقتصادهای مالی را برپایه پارامترها و مؤلفه های اقتصادی نظیر بازارهای مالی و سرمایه ، سرمایه گذاری خارجی اندازه اقتصاد ، اندازه بازار ، تجارت خارجی ، تولید بین المللی و ... قرار دهد و زمینه یکپارچگی و ادغام اقتصادی را فراهم آورد . در این میان نقش تجارت بین الملل و تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات بسیار حائز اهمیت است، به طوریکه با تأثیرگذاری متقابل این دو پارامتر اقتصادی ، روند فرآیند جهانی شدن اقتصاد تسهیل گردیده و منجر به افزایش تجارت جهانی شده است. (کریمی و طیبی ، ۲۰۰۵)

پیشرفتهای اخیر بشر در زمینه سخت افزار و نرم افزارهای کامپیوتری، تکنولوژی ارتباطات از راه دور و تکنولوژی اطلاعات ، بواسطه تعریفی جدید از مبادله اطلاعات و نیز تأثیر مبادلات تجاری اقتصادی در فرهنگ اجتماعی، نوع زندگی را در سراسر جوامع دنیا تغییر داده است .

جهانی شدن محصول انقلاب در دو زمینه حقوقی و تکنولوژی در دنیا بود . تکنولوژیهای جدید بواسطه اینترنت مردم سراسر جهان را به هم متصل کرده است. وسایل ارتباطی قید زمان و مکان را از میان برداشته است .اطلاعات بیشتر از هر زمان در دسترس است و به سرعت منتشر می شود .این انقلاب تکنولوژی بصورت فزاینده ای هر زمینه فعالیتی را که در آن ارسال دیجیتالی اطلاعات در رسیدن به اهداف آن فعالیت مؤثر باشد ، در برخواهد گرفت. حال این زمینه ممکن است در آموزش ، کتابخانه و یا تجارت باشد (Mujahid, ۲۰۰۵). تکنولوژی اینترنت و تجارت الکترونیکی آینده اقتصادی جدیدی را برای کشورها رقم زده که بواسطه آن محدودیتهای فیزیکی در تجارت معنایی ندارد.

در بعد حقوقی نیز شکل گیری سازمان تجارت جهانی و تدوین موافقتنامه های چندجانبه بین کشورهای عضو ، موجب رواج تجارت ، استانداردسازی صنعتی محصولات و

رویه های تجاری ، افزایش دسترسی به بازارها و رعایت تشریفات لازم برای عرضه کالاها و خدمات در خارج از کشور مبداء گردیده است. با این اوصاف دنیای تجارت و اقتصاد افق های جدیدی را در مقابل خود دارد که کشورهای جهان بسته به میزان آمادگی و ایجاد پیش نیازهای لازم می توانند از آن منتفع گردند.

## ۱-۲- مسأله اصلی تحقیق :

سازمان تجارت جهانی از نهادهایی است که در جهت توسعه تجارت آزاد فعالیت می نماید و در مسیر افزایش سهم کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته از رشد و افزایش تجارت بین المللی حرکت می کند. در این مسیر سیاست های رفع تبعیض های تجاری تا کاهش موانع و تعرفه های گمرکی ، توسعه تجارت بین الملل و رسیدن به نرخهای رشد اقتصادی بالاتر توسط این سازمان اتخاذ گردیده و دنبال می شود . نقش اساسی سازمان تجارت جهانی در توسعه تجارت آزاد از عوامل اصلی توسعه فرآیند جهانی شدن اقتصاد می باشد.(کریمی و طیبی، ۲۰۰۵)

افزایش تعداد اعضای سازمان تجارت جهانی و در نتیجه تنگتر شدن حلقه انزوای کشورهای غیر عضو و نیز تجربه موفق کشورهای عضو در اجرای روان الزامات الحاق و عدم بروز تلاطم های اقتصادی و اجتماعی ، پیوستن به سازمان مذکور را برای همه کشورهای غیر عضو از جمله ایران اجتناب ناپذیر نموده است .

درخواست پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی ۲۷ بار رد و در نهایت در پنجم خرداد ۸۴ به عنوان عضو ناظر پذیرفته شد. طی ۱۰-۵ سالی که برای تبدیل شدن از عضو ناظر به عضو دائم زمان داریم مسئولان باید بسترهای مورد نیاز را فراهم نمایند تا کشور بتواند در کنار بهره برداری از فرصتها ، با تهدیداتی که در اثر پیوستن به این سازمان فراهم می شود نیز مقابله نماید. بر اساس دیدگاههای نظری ، کشورهایی که از توان تولیدی و رقابتی مطلوبی در صحنه اقتصاد جهانی برخوردار باشند ، استحقاق برخوردار بودن بیشتر از منافع تجارت جهانی را دارند .

رشد سریع و روز افزون تجارت الکترونیکی در کشورهای پیشرفته و مزیت‌های رقابتی حاصل از آن به مفهوم آن است که کشورهای در حال توسعه، از جمله کشور ما باید به سرعت در استراتژیها و سیاستهای تجاری و بازرگانی خود تجدید نظر اساسی به عمل آورند. این تحقیق به تعیین پیش نیازهای پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی از نظر تجارت الکترونیکی، خواهد پرداخت.

### ۱-۳- ضرورت تحقیق :

اگر دیر زمانی می شد به مدد دیوارهای حمایتی بلند و ایجاد موانع تجاری از فشار سنگین رقابت خارجی کاست و بازارهای داخلی را در بست در اختیار تولیدکنندگان داخلی گذاشت و از حضور موثر در بازارهای جهانی چشم پوشید، امروزه دیگر با تحولات نوین پدیده آمده و قواعد پی ریزی شده در نظام تجاری جهان و تغییر رویکردها در نظریه های توسعه که به تجارت به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی می نگرد و بر الگوهای توسعه برون گرای صادرات محور پای می فشارد، نه دیگر چنین امکانی به سادگی میسر و نه اتخاذ چنین رویکردی معقول و سازگار با منافع ملی می باشد.

حضور بیش از ۱۵۱ کشور جهان در این سازمان و انتظار پیوستن چندین کشور باقیمانده دیگر به این سازمان می تواند از اهمیت زیاد این سازمان در یکپارچگی و همگرایی اقتصادی کشورهای جهان نشأت گرفته باشد و بهترین ابزار جهت وابستگی های اقتصادی کشورهای جهان در راستای فرآیند جهانی شدن اقتصاد به شمار آید. این مفهوم سبب شده که بحث پیوستن یا عدم آن برای کشورهای جهان مطرح نباشد، چرا که کشورها خواسته یا ناخواسته به این سمت گرایش می یابند تا با حداکثر نمودن منافع حاصل از پیوستن و تبدیل چالشها به فرصتهای مناسب، از این فرصت استفاده کامل را بنمایند و ضمن برخورداری از منافع ایستا و پویای پیوستن به سازمان با افزایش تجارت خارجی خود درآمدهای سرشاری را به کشور خود اختصاص دهند. (طیبی و کریمی، ۲۰۰۵) از سوی دیگر توسعه روز افزون تکنولوژی ارتباطات،

فن آوری اطلاعات ، شبکه های رایانه ای و افزایش تعداد کاربران اینترنتی در فرآیند جهانی شدن این امکان را به وجود آورده که تجارت بدون مرز در کمرنگ نمودن مرزهای جغرافیایی و کاهش فاصله های فیزیکی نقش ویژه ای بازی کنند و با کاهش هزینه های حمل و نقل و ارتباطات حجم در حال افزایش تجارت بین الملل را با افزایش مجدد مواجه کنند به عبارت دیگر رشد و گسترش کاربران اینترنتی به اضافه توسعه شبکه های رایانه ای سبب افزایش حجم تجارت بین الملل گردیده به طوری که چشم پوشی از این تأخیر می تواند سهم گسترده ای از تجارت خارجی کشورها را با کاهش مواجه کند و آنها را در رقابت با سایر کشورهای جهان در اقتصاد جهانی شده امروز دچار نقصان نماید. از این رو تلاش در جهت حرکت به سمت برخورداری از تجارت بدون مرز یعنی تجارت الکترونیک می تواند تضمینی جهت تجارت بین الملل بیشتر باشد و تداوم حضور کشورها را در عرصه رقابت جهانی تضمین نماید.

جهانی شدن امری غیر اختیاری و قطعی است ما به اقتضای زیستن ، با اقتصاد جهانی تعامل داریم و در آن ادغام می شویم .جهانی سازی فرصت ها و چالش هایی را برای ایران بوجود می آورد که باید در تدوین کلیه استراتژیها و سیاست گذاریهای اقتصادی برون گرایی را مورد توجه قرار دادو از هم اینک پیش زمینه های لازم را برای ادغام در اقتصاد جهانی فراهم کرد. (مصلحی ، ۱۳۸۵ )

با توجه به اجرای سیاست اصل ۴۴ قانون اساسی و در راستای حضور موفق شرکت ها و سازمان های ایرانی در عرصه ملی و بین المللی، حضور صنایع برتر در عرصه تجارت جهانی و استفاده از فناوری های نوین از جمله تجارت الکترونیک از ضروریات کشورهای پیشرفته می باشد.

بنابر این لازم است کلیه سازمان ها و صنایع برتر ، کوچک و متوسط از تمامی امکانات جهت رسیدن به اهداف عالی خود با ابزارهای فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک در راستای توسعه صادرات که در راس برنامه چهارم توسعه اقتصادی و چشم انداز بیست ساله کشور قرار گرفته است استفاده نمایند.

بر همین اساس در این تحقیق پیش نیازهای پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی از نظر تجارت الکترونیک مورد بررسی قرار خواهد گرفت .