

پایان نامه کارشناسی مدیریت صنعتی

عنوان:

تجارت الکترونیک

نام دانشجو:

علی اکبر جعفر بگلو

www.marKazdanesh.ir

فصل اول : تجارت الكترونيك چیست وچه مزايایي دارد.

فهرست عناوين:

مقدمه تاريخچه

مقدمه

مبادله الكترونيكي داده ها

فوائد مبادله داده ها

اجراي مبادله داده ها

انجام تداركات از طريق اينترنت

مزايایي تجارت الكترونيك از دیدگاه دولت

مزايایي تجارت الكترونيك از دیدگاه فروشندگان

مد فرایند تجارت الكترونيك

گردش كار در تجارت

تاثير تجارت الكترونيك بر فرایند توليد و مدیریت توليد

دیدگاه دانشمندان از تجارت

چهارچوب هاي تجارت

فصل دوم: امنیت و پرداخت

کارت اعتباری

امنیت شبکه

خرید زیرکانه با کارت اعتباری

روشهای دیگر پرداخت

معاملات امن اینترنتی

خواص معاملات امن اینترنتی

گامهای اصلی برای تبدیل به فروشنده اینترنتی

چالشهای پول نقد الکترونیکی

نتیجه گیری

فصل سوم: قانونی بودن

قانونی بودن تجارت الکترونیک

توافقات تجارت الکترونیک

حقوق بین المللی در تجارت الکترونیک

قرارداد

سندها در تجارت الكترونيك

6-قوانين در تجارت الكترونيك

نتيجه گيري

فصل چهارم :اينترنت و تجارت الكترونيك

تاريخچه تجارت الكترونيك واينترنت

سطوح تماس با اينترنت

دلايل بهره برداري از اينترنت در تجارت الكترونيك

طراحي پادگاه تجاري

ده فرمان براي طراحي سايتي كه مشتري را فراري مي دهد

بازاريابي

انواع تكنولوژي تجارت الكترونيك

چرخه ژنريك تجارت

نتيجه گيري

با تشكر از زحمات بي دريغ استاد راهنما جناب آقاي كاظمي

اميدوارم كه در طول دوران تدريس و در تمامي مراحل زندگي خود همواره موفق و مويد باشند.

علي اكبر جعفر بگلو

www.markazdanesh.ir

با تقدیم و تشکر از زحمات پدر و مادر عزیزم که همواره و در هر زمانی مشوق و یاریگر من در

عرصه زندگی بوده اند.

و با توجه به زحمات بی دریغشان این پایان نامه را تقدیم به آن بزرگواران می نمایم.

علی اکبر جعفر بگلو

www.markazdanesh.ir

نموده هزینه ها منابع و بهترین روشهای بکارگیری تکنولوژی اطلاعات را به منظور تسهیل

تجارت آزمایش می کند.

اکنون توضیحاتی در مورد تجارت الکترونیک پرداخته، که یکی ویژگیهای مهم تجارت الکترونیک

روان ساختن روشهای فعالیت و کاهش هزینه عملیات بازرگانی است. در تجارت بین المللی و

الکترونیک دسترسی آسان و مطمئن به اطلاعات و برقراری ارتباط سریع با بازارها اهمیت و

حساسیت خاصی دارد. با بهره برداری از تجارت الکترونیکی اطلاعات، هزینه تهیه اطلاعات و

پردازش و کاربرد اطلاعات کاهش می یابد فاصله جغرافیایی و زمانی بازارها از میان می رود.

امروزه با توسعه فزاینده فن آوری اطلاعات تجارت الکترونیکی به صورت یکی از راههای محوری

فعالیتهای بازرگانی در آمده است.

در طی 5 سال گذشته استفاده از تجارت الکترونیکی سالانه 35% درصد رشد داشته است و در

چنین فضایی کشورهای در حال توسعه ناگزیرند از روشهای سنتی کناره گیری کرده و به

روشهای جدیدمبادله روی آورند.

تجارت الكترونيك

تجارت الكترونيك عبارت است از مبادله اطلاعات تجاري بدون استفاده از كاغذ است كه در آن نوآوريها مانند مبادله الكترونيكي داده ها- پست الكترونيك وساير فن آوريهاي مبتني بر شبكه به كاربرده مي شود. تجارت الكترونيكه تنها عملياتي را كه در انجام معاملات به طور دستي و با استفاده از كاغذ صورت ميگيرد به حالت خود كار در مي آورد. بلكه سازمان ها را ياري مي كند كه به يك محيط كاملا الكترونيك قدم بردارند و شيوه هاي كار خود را تغيير دهند.

در ظرف چند سال اخير سازمانهاي استفاده از تجارت الكترونيك را از اينترنت شروع کرده اند. اينترنت از لحاظ ديگري موجب پيشرفت تجارت الكترونيك شده است. استانداردهاي تجارت الكترونيك هم اكنون در حال توسعه است.

مبادله الكترونيكي داده ها

از مبادله الكترونيكي داده ها مي توان براي مخابره الكترونيكي واسناد مانند سفارشات خريد- فاكتر- اعلاميه حمل تايبید وصول کالا و ساير مكاتبات استاندارد بازرگاني بين طرفين تجاري استفاده نمود.

مبادله الكترونيكي داده ها شيوه اي است كه معاملات وپيامهاي كاغذي مي نمايد اما اين امر به مراتب يك جايگزين ساده است.

مبادله الكترونيكي ابزاري است كه روش انجام كارها را تازه به فرايندهاي درون سازماني راامكان پذير مي سازد به نحوي كه اين فرايندها و فعاليتها مورد بررسي -بازنگري و طراحي مجدد قرار گيرد و درچارچوب روشهايي كه تحت عنوان بازسازي شيوه هاي كاري، شناخته شده اند. بازسازي و نوآفريني شوند هنگاميكه كه داده ها وارد سيستم رايانه اي خريدار شده و به صورت الكترونيكي ارسال مي شود عين همان داده ها بدون نياز به كليد زدن يا ورودمجدد، وارد رايانه فروشنده نيز مي گردد. اين فرايند را معمولا مبادله الكترونيكي داده ها به صورت کاربرد به کاربرد مي نامند.

مبادله الكترونيكي داده ها را ميتوان با برنامه هاي کاربردي كاملا تلفيق نمود اين فرايند جريان سيستم داده ها بين طرفهاي بازرگاني و همچنين کاربرد داده ها جهت مقاصد درون سازماني در هر يك از طرفهاي تجاري را ميسر مي كند در ارتباطات تجاري سنتي كه بر پايه كاغذ قرار داد. وارد نمودن مكرر يك رشته اطلاعات يكسان و واحد موجب بروز مشكلاتي مي گردد ولي با استفاده از مبادله الكترونيكي اين مشكلات به طور قابل ملاحظه اي كاهش مي يابد. مشكلات بر پايه كاغذ عبارتند از:

1- صرف زمان بیشتر

2- دقت کمتر

3- هزینه بالای نیروی انسانی

4- افزایش ضریب اطمینان

در تجارت الکترونیک برای اسناد تجاری مانند استعلام قیمت، سفارش خرید، اصلاحیه سفارش خرید، بارنامه، فاکتور و مدارک نظیر آنها قالبهای پیام الکترونیکی تهیه شده است. این مجموعه های الکترونیکی رایانه واقع در یک سازمان، سازمان را تا در می سازد که بدون تهیه و اسناد مدارک کاغذی با رایانه واقع در یک سازمان دیگر ارتباط برقرار نماید. بنابراین تلاشهایی که به وسیله انسان برای خواندن طبقه بندی و حمل فیزیکی اینگونه اسناد صرف می گردد حذف شود.

فواید مبادله الکترونیکی

کاربرد مبادله الکترونیکی داده ها بسیاری از مشکلات ناشی از جریان سنتی اطلاعات را از بین می برد به این صورت که :

1- تاخیر ناشی از تهیه مدارک از بین می رود.

2- از آنجا که داده ها به دفعات وارد سیستم نمی شود امکان بروز اشتباه کاهش می یابد.

3- زمان لازم برای ورود مجدد داده ها در سیستم صرفه جویی می شود.

4- چون اطلاعات در مراحل مختلف فرایند مکرر وارد سیستم نمی شود هزینه نیروی کار را

میتوان کاهش داد.

5- در نتیجه کاهش تاخیرهای زمانی جریان اطلاعات از روانی و اطمینان بیشتری برخوردار می

شود.

مزیت دیگر مبادله الکترونیکی آن است که وصول پیام به صورت الکترونیکی به فرستنده اعلام

می شود.

محور مبادله الکترونیکی داده ها

مفهوم محوری مبادله الکترونیکی داده ها آن است که اطلاعات به صورت الکترونیکی و به شکل

قابل پردازش توسط ماشین انتقال می یابد بدین معنی که پیام بلافاصله و عاری از دخالت یا

تفسیر انسان و یا لزوم ورود مجدد به سیستم به وسیله رایانه پردازش می شود بنابراین در

مواردی که هر یک از ویژگیهای زیر وجود داشته باشد مبادله الکترونیکی داده ها ابزار مناسبی

است.

1-حجم زيادي از عمليات استاندارد تكراري

2-حيطة عملياتي بسيار محدود

3-رقابت شديد كه نيازمند بهبود قابل ملاحظه در بهره وري است

4-محدوديتهاي زمان عملياتي

اجزاي مبادله الكترونيكي

سه جزء اصلي در ارسال و دريافت پيامهاي مبادله الكترونيكي داده ها عبارتند از:

1-استانداردهاي مبادله الكترونيكي داده ها

2-نرم افزار مبادله الكترونيكي داده ها

3-شبكه هاي طرف ثالث جهت برقراري ارتباط

1-استانداردهاي مبادله الكترونيكي داده ها

تبادل اسناد تجاري به شكل پيش ساخته ومورد توافق مشترك ايجاب مي نمود كه

استانداردهايي براي اين منظور تدوين شود استانداردهاي مبادله الكترونيكي اساسا استاندارد

داده اي هستند، زيرا تركيب و مفهوم داده هاي مورد مبادله را تعيين مي كنند. سازمان

استاندارد بین المللی مسئولیت تدوین قواعد و ترکیب و فرهنگنامه داده ها را بر عهده دارد.

کمیسیون اقتصادی سازمان ملل نهاد دیگری است که با کاربرد ترویج و استاندارد نمودن

پیامهای الکترونیکی داده سرو کار دارد.

2- نرم افزار الکترونیکی

نرم افزار مبادله الکترونیکی داده ها متشکل از دستورات رایانه ای است که اطلاعات را از قالب

پیش ساخته و مخصوص شرکت به قالب پیش ساخته مبادله الکترونیکی برگردان نموده و سپس

پیام را ارسال می کند. بنابراین نقش عمده نرم افزار مبادله الکترونیکی داده ها تبدیل و قالب

بندی داده ها و ارتباط پیامی یا پیام رسانی است.

3- شبکه های طرف قرارداد

یکی از شبکه های طرف قرارداد در مبادله الکترونیکی شبکه ارزش افزوده می باشد. این شبکه

عبارت از یک شبکه مخابراتی راه دور است که عمدتاً برای انتقال داده ها طراحی شده و داده

ها و اطلاعات را به نحوی پردازش می کند به این ترتیب شبکه مذکور خدماتی را ارائه می دهد

که فراتر از انتقال ساده اطلاعات است.

اینترنت

اینترنت يك شبکه بين المللي متشكل از شبکه ها و يك بزرگراه جهاني اطلاعات است. اینترنت

همچنين منابع اطلاعات موجود در عرضه کنندگان سرویس هاي بي شمار در اختيار کاربران مي

گذارد روند گسترش اینترنت غيرقابل اجتناب به نظر مي رسد اینترنت به صورت نيرويي در

خواهد آمد که با هزینه نسبتا ارزان مبادلات تجارت الكترونيك را منتقل نمايد امروزه تعداد

فزاينده از سازمانهاي بازرگاني به اینترنت متصل مي شوند.

تجارت الكترونيك از طريق اینترنت

تجارت الكترونيك با استفاده از اينترنت از دو طريق انجام مي شود:

نخست اجراي مبادله الكترونيكي داده ها به شكل كنوني آن از طريق اينترنت است. به اين معني

که اينترنت به عنوان يك شبکه ارزان به جاي شبکه هاي گران براي ارتباطات بازرگاني مورد

استفاده قادر مي گيرد.

و ديگري (وب) جهاني است يا بازراري است که کالا ها ، اطلاعات و خدمات را براي فروش

عرضه مي نمايد و خريداران ميتوانند به وسيله مدورگرها اين بازارها مشاهده کنند و درآن خريد

کنند. در ابتدای کار (وب) به عنوان وسیله ای جهت توزیع اطلاعات به عموم طراحی شده بود

و در اهداف خود واقعا موفق بوده است.

وب و اینترنت در واقع در پذیرفته شدن تجارت الکترونیکی نقش موثری داشته اند گر چه ارزش

کالاها و خدماتی که از طریق رسانه های الکترونیکی معامله می شوند بسیار اندک است ولی

طبق پیش بینی های به عمل آمده بزودی افزایش قابل ملاحظه ای خواهد داشت تجارت

الکترونیک نحوه انجام کسب و کار را دگرگون کرده است با وجود اینکه بازرگانی از طریق

اینترنت امروزه هنوز بخش محدودی از تجارت الکترونیک است اما در همین حد نیز نشان

دهنده امکانات بازرگانی قابل توجهی است که در این شبکه وجود دارد.

بیشتر شرکتها جهت فروش کالاها و خدمات از وب استفاده می کنند مثلا شرکت قهوه ها و این

از طریق صفحه خانگی خود در وب قهوه می فروشند و در این کرا نیز موفق بوده است.

شرکتهایی نظیر کداک -راگو-ولو و شرکت آتلانتا چیلی برای فروش تولیدات خود نیز از وب

استفاده کرده اند.

شبکه خرید اینترنت یکی از بزرگترین بازارهای خرده فروش را اداره می کنند که در آن 2000

کالا معروف از 600 شرکت فروشنده مستقیما به اعضا فروخته می شود. این مثال نشان دهنده

ی علاقمندی رو به افزایش فروشندگان نسبت به بازرگانی روی اینترنت است بازرگانی اینترنت

اینک ابزاری است که در اختیار ما قرار گرفته است و شیوه های انجام تجارت و کسب و کار را دچار تحول می سازد با وجود این در شرایط کنونی بازرگانی از طریق اینترنت دارای مشکلاتی است که عمدتاً به مساله امنیت معاملات مربوط می شود چندین شرکت که در رشته های فن آوری تخصص دارند این مشکلات را بررسی می نمایند.

مثل: شرکت کامرس نت

عامل کلیدی در تجارت الکترونیک تامین ایمنی مبادلات است باز بودن اینترنت که مهمترین نقطه قوت این شبکه است از لحاظ ایمنی و در مقایسه با شبکه های ارزش افزوده بزرگترین نقطه ضعف آن است. بنابراین چنانچه ایمنی لازم برای حفاظت از منابع مشتریان فراهم نکرده چه بسا ممکن است مردم در مسیر استفاده از شاهراه های اطلاعاتی متحمل ضررهای مالی شوند موارد زیر از جمله مسائل ایمنی است که سازمان های مختلف در تلاش اند راه حل مناسبی بر آن پیدا کنند از جمله:

1- اعتبار و اصلت طرفهای تجاری در انجام معامله

2- تمامیت پیام های ارسالی و دریافتی توسط طرفهای تجاری

3- محرمانه و باقی ماندن پیامها

4-عدم انکار اصل پیام به این معنی که فرستنده نتواند تهیه و ارسال پیام را انکار کند.

5-محدود ساختن دسترسی تنها به کاربرهای مجاز

زیر ساختار فنی انجام تدارکات دولت ها

دولتها به منظور برقراری تماس با فروشندگان از شبکه های ارزش افزوده بازرگانی استفاده می

کنند. شبکه های ارزش افزوده حامل اطلاعات تدارکات است.

ساختار فنی تجارت الکترونیک بر پایه اصول رفتار واحد با صنایع، سیستمهای باز مبتنی بر

استانداردها، کاربرد بهترین شیوه های تجاری ایمنی، چرخش اطلاعات و مهمترین ملاحظات

مربوط به هزینه های عملیاتی را استوار می کند.

انجام تدارکات از طریق تجارت الکترونیک

انجام خرید از طریق تجارت الکترونیک فرصتی است که با استفاده از آن می تواند فرایندها و

سیستمهای تدارکات را دوباره طراحی، تدوین بازسازی کرد. تنوع معاملات تدارکاتی و مالی با

باجه فروشندگان به تحقیق حداکثر مزایای تجارت الکترونیک کمک می کند.

تجارت الكترونيك فرصتهاي تازه اي براي شرکتهاي كوچك ايجاد مي كند و دسترسي به آنان به

مجموعه منافذهاي دولتي را امكان پذير مي سازد. چارچوب نيازهاي علمي به شرح زير است.

1- سيستمهاي کاربردي درون سازماني از قبيل سيستم حمايت از تداركات و سيستم هاي مالي.

2- زير ساختار استاندارد شده مبادله الكترونيكي داده ها.

3- سيستم هاي کاربردي فروشنده كه در واقع قرينه سيستمهاي تداركاتي ومالي سازمان خريد

كننده است.

4- فروشندگان پيشنهاد را تهيه مي كنند.

5- سيستم تداركاتي خريدار سفارش معامله را تهيه مي كند.

حال به بررسي مزايای تجارت الكترونيك از دیدگاه (دولت -فروشنندگان) مي پردازيم.

مزايای تجارت الكترونيك از دیدگاه دولت

1-افزايش بهره وري خريدار

2-اجراي كامل تجارت الكترونيك تعداد دفعاتي را كه اطلاعات وارد بایگاني ميشود کاهش مي

دهد.

3-زمان لازم براي جابجا کردن كاغذها، پرکردن فرمها وتهيه، فتوكپي کاهش مي يابد.

4- کاهش هزینه معاملات

5- قیمت مناسب

6- بهبود اطلاعات مدیریتی

7- بهبود کنترل موجودی

8- اجرای روش راس موعد و تولید به موقع jit در انبار داری

9- در دسترس بودن قراردادهای دولتی

مزایای تجارت الکترونیک از دیدگاه فروشندگان

1- افزایش کارایی عملیاتی

2- بهبود در فرایند پرداخت

3- کاهش در هزینه های سیستم

4- حذف فاکتور

5- افزایش فرصت شرکت در معاملات دولتی برای شرکتهای کوچک

صرفه جویی هایی که بر اثر اعمال تجارت الکترونیک در وزارتخانه حاصل می شود عبارتند از:

1- صرفه جويي در بارنامه

2- حذف فرم هاي اضافي

3- حذف سفارشهاي كاغذ دار

4- کاهش هزينه بازدهي وپردازش

مدل فرايند تجارت الكترونيك

تجارت الكترونيك به طور عام ومبادله الكترونيكي داده ها و به طور خاص به عنوان ابزاري براي

تغيير در شيوه هاي عملياتي سازما نها طراحي شده اند در اين فرايند حذف معاملات كاغذي

مطرح نيست بلكه همچنين ايجاد تحول در نحوه الكترونيكي داده ها نيز مورد نر مي باشد و اين

خود موجب بازسازي مي شود. در حقيقت بالاترين سطح بهره وري وكارايي زماني حاصل مي

شود كه اين فن آوري پس از بررسي كامل و تجزيه و تحليل فرايندهاي درون سازماني پياده

شود و پس از برقراري آن نيز فراينده به طور مداوم مورد بازنگري و بازسازي قرار مي گيرد.

براي ايجاد يك مدل فرايند تجارت الكترونيك راه هاي مختلفي وجود دارد. طبق نظريه راجر

كلارك يكي از اين مدل هاي مدلي است كه بر پايه پنج مرحله متداول در معاملات عادي قرار

دارد. د راین قسمت از مراحل پنج گانه که راجر کلارک مدنظر دارد. بحث می کنیم. مراحل پنج

گانه عبارتند از:

1-مرحله پیش از قرارداد: این مرحله مربوط به جمع آوری اطلاعات در مورد کالاها یا خدماتی

است که خرید یا فروش آنها مورد نظر باشد.

2- مرحله قرارداد: در این مرحله یک رابطه رسمی بین خریدار و فروشنده بوجود می آید

و شرایط حاکم بر قرارداد مشخص می شود.

3-مرحله سفارش و پشتیبانی: در این مرحله سفارش خرید داده و پردازش می شود کالاها یا

خدمات حمل یا ارائه می شود و امور پس از تحویل مانند بازرسی و قبول موضوع قرارداد انجام

می شود.

4-مرحله تسویه حساب: در این مرحله تهیه فاکتور، صدور دستور پرداخت، اعلامیه حواله

صورت می گیرد.

5-مرحله پس از پردازش: این مرحله شامل جمع آوری و گزارش اطلاعات مدیریتی -انبار داری و

تجزیه و تحلیل نتایج آماری است.

گردش کار و تجارت الکترونیک

هدف از بکارگیری شیوه های تجارت الکترونیک ایجاد سازمان های الکترونیکی است. گرچه این

روش ها معاملات، بدون استفاده از کاغذ را میان بخشهای تجاری رواج می دهد. لیکن غالبا

کارهای کاغذی درون یک سازمان یعنی نامه ها، درخواستهای خرید و فرمها نادیده گرفته می

شود. با توجه به این امر مقصود از خود کارکردن گردش کار، حذف کاغذ در داخل سازمان می

باشد بر این اساس فن آوری گردش کار باید به نحو مناسبی با تجارت الکترونیک تلفیق شود تا

راه حل جامعی برای ایجاد یک محیط تجاری بدون کاغذ فراهم گردد. تمرکز و تاکید این دو فن

آوری بر روان ساختن فرایندهای تجاری یعنی طراحی مجدد آنان از طریق روشهای کاری

قرارداد. مطالعات نشان داده است که اجرای سیستمهای گردش کار ممکن است پذیرش

سیستمهای تجارت الکترونیک را آسان تر سازد.

در بعضی از زمینه ها که در آنها سیستمهای گردش کار با سیستم تجارت الکترونیک با موفقیت

تلفیق شده است. عبارتند از:

1-تدارکات 2-تهیه صورت حساب 3-امور پشتیبانی

4-فروش 5-سفارش

امیدوار است روند ادغام سیستم‌های داخلی گردش کار با سیستم‌های خارجی تجارت الکترونیک

به علت کوچک تر شدن شرکتها و افزایش کارایی آنان جنبه عمومی پیدا کند. در بعضی از موارد

طرفهای تجاری، استفاده از مبادله الکترونیکی داده ها را به سازمان تحمیل می کنند چنین

سازمان هایی باید لزوما فرایندهای داخلی خود را بازسازی کند و در صورت امکان فن آوری

گردش کار را با تجارت الکترونیک که در حیطه سازمانی آنها اجرا می شود. گردش کار را می

توان با تجارت الکترونیک ادغام کرد. چرا که معامله بازرگانی خود نوعی خاصی از گردش کار

است.

تأثیر تجارت الکترونیک بر فرایند تولید و مدیریت تولید

با انقلاب اطلاعاتی در اواخر قرن بیستم شاهد تغییرات عظیمی در حجم، نوع، سرعت و خلاصه

فعالیتها بویژه در جوامع پیشرفته صنعتی و در کلیه زمینه ها اعم از علمی-فرهنگی -صنعتی

و کشاورزی و غیره هستیم قبل از هر چیز لازم است که بگوییم بسیاری از کاربردهای یک اختراع

یا یک صنعت جدید بعد از ایجاد آن روشن میشود. ممکن است در آینده با فراگیر شدن این

تکنولوژی کاربردهای بیشتری برای آن پیدا شود تجارت الکترونیک نوع جدیدی از ارتباط

اطلاعاتی است که چنانچه با دید مدیریتی و به طور صحیح به آن نگریسته شود می توانیم یک

ابزار بلکه يك تحول باشد که چهره يك بنگاه را عوض کند اين موضوع شامل مدیریت تولید مي شود.

نتیجه کار يك مدير تولید با تولید کالاهای دارای کیفیت مورد نظر در زمان مورد نظر و با حداقل هزینه مشخص مي شود. در این راستا مدير باید بتواند برنامه ریزی صحیح برای تولید داشته باشد. برای يك برنامه ریزی صحیح شرط اول داشتن اطلاعات بدون اشتباه است. مدير تولید در کار برنامه ریزی تولید با دو دسته موضوع مواجه است.

1- موضوع هایی هستند که به داخل محل تولید مرتبط مي شوند

2- موضوع هایی است که به خارج از سازمان بر مي گردد.

در رابطه با اطلاعات خارج از محل، تجارت الکترونیک مي تواند بهترین بستر برای سهولت ارتباط باشد. در ارتباطات تجاری سنتی که بر پایه کاغذ قرار دارند وارد کردن مکرر يك رشته اطلاعات یکسان و واحد موجب بروز مشکلاتي مي گردد. ولي با مبادله الکترونیکی این مشکل کاهش مي یابد. يك مدير تولید نیاز دارد که بتواند برای مواد اولیه و قطعات مورد نیاز تولید برنامه صحیحی داشته باشد ممکن است نبود يك قطعه کم ارزش کل خط تولید را به مخاطره اندازد. چه بسا خط تولید به سبب ماندن ماده اولیه در گمرک و یا تعلل تولید کننده مدتها متوقف بماند تجارت الکترونیک مدير تولید و مدير تدارکات را قادر مي سازد که با فروشندگان

قطعات مواد اولیه و سازمان های دیگر ارتباط صحیح برقرار کنند. و از این راه داده های جامعی

در اختیار داشته باشند و از طرف دیگر نیاز بازار و تقاضای خرید نیز بدون کوچکترین وقفه ای

به مدیریت فروش می رسد و از آنجا نیز پس از انجام معامله به صورت الکترونیکی سریعاً و

بدون هیچ گونه اتلاف زمانی به مدیر تولید می رسد لذا مدیر تولید و مدیر برنامه ریزی کلیه

اطلاعات محیط بیرونی را اختیار می کند. و همچنین می توانند ارتباطی روان با آن محیط برقرار

سازند. به این صورت قسمت عمده ای از مشکلات حل خواهد شد.

نکته دیگری که حائز اهمیت است روش های نوین در برقراری ارتباط است که قبلاً به هیچ

عنوان امکان تصور آنها نمی رفت به کمک تجارت الکترونیک یک مدیر تولید اطلاعات مورد نیاز

خود به صورت آنان (ONLINE) در اختیار خواهد داشت و در نتیجه میتواند راجع به تعیین

استراتژی تولید برای آینده و اصولاً نحوه های جدید تولید و ویژگیهای که میتوان به محصول در

سطح بین المللی قدرت رقابت داشته باشد باید:

1- روی بهره وری به اندازه کافی کار شده باشد.

2- برای کاهش هزینه ها بستر سازی شود.

3- منابع و مواد اولیه در زمان مورد نظر در دسترس باشد.

4- کیفیت محصول با استانداردها و خواسته های بین المللی مطابقت داشته باشد.

براي اين منظور داشتن يك چرخه اطلاعاتي صحيح وبا استفاده از رايانه وتجارت الكترونيكي

الزامي است چنين سيستم گردش اطلاعاتي كه بر مبناي تجارت اطلاعات پايه گذاري شود

مزايای زیر را برای تولید به دنبال خواهد داشت.

1- کاهش اشتباهات و افزایش صحت ودقت داده هاي دريافتي و ارسالي

2- افزایش سرعت انتقال داده ها

3- برنامه ريزي تداركات ومباحث كنترل موجودي

برنامه ريزي تداركات ومباحث كنترل موجودي كاملا بستگي به توان توليدكنندگان مواد اوليه،

فاصله زماني بين تصميم ما براي خريد تا حصول توافق با فروشنده ها (يا توليد كنندگان) و

فاصله زماني بين زماني توافق و دريافت کالا دارد. اين همان موضوعي كه درتجارت الكترونيك

وجود دارد.

4- کاهش ميزان موجودي انبار:

تجارت الكترونيك باعث كوتاه شدن زمان مورد نياز بين سفارش تا تحويل کالا مي گردد لذا ديگر

نيازي به نگهداري موجودي مواد اوليه براي مدت طولاني وجود نخواهد داشت. اين کاهش

موجودي مواد اوليه باعث آزاد شدن حجم عظيمي از سرمايه خواهد شد.

5- برنامه ريزي توليد به طور كارآمدتر

دو عامل قبلي خود باعث خواهد شد که کار برنامه ريزي توليد به ميزان قابل ملاحظه اي ساده تر کرد. با افزايش سرعت دريافت اطلاعات امکان برنامه ريزي توليد بر مبناي سفارشات يا نياز بازار امکان پذير باشد.

6- کاهش زمان تحويل کالا

امروزه بسياري از شرکتهای فاصله زماني ميان سفارش تا تحويل خود را ميزان ملاحظه اي با استفاده از تجارت الکترونیک کاهش داده اند به عنوان مثال شرکت آرج.رينولدر توانسته است فاصله زماني ميان سفارش تا تحويل خود را از 5 هفته به 3 روز کاهش دهد بسياري داراي دو نوع زمان تحويل يا با روش الکترونیک را با روش سنتي اند براي روشهاي غير از روش تجارت الکترونیک به مراتب بيشتري است.

7- کاهش قيمت تمام شده

کاهش زمان تحويل کالا، برنامه ريزي توليد به طور ساده تر و کارآمد تر و قابل اطمینان تر، عدم ايجاد مشکلات ناشي از کمبود يا نبود مواد اوليه يا قطعات، کاهش ميزان موجودي انبار مواد اوليه و محصول، افزايش سرعت انتقال داده ها، کاهش اشتباهات و افزايش صحت ودقت داده عدم دخالت انسان در ورود داده ها و کم شدن ميزان مصرف کاغذ موجب کاهش هزينه هاي تمام شده مي گردد که اين موضوع موجب افزايش شرکتهای براي رقابت خواهد شد.

8- نیل به سمت تولید به موقع

اگر بخواهیم مجموعه کاربردهای فوق را جمع بندی کنیم ملاحظه می شود که مجموعه فوق عوامل مختلفی هستند که یا از پیش از پیاده سازی تولید به موقع و یا نتایج آن خواهند بود. برای تبدیل سیستم تولید به سیستم تولید به موقع هیچ راهی جزء پیاده سازی تجارت الکترونیک در موسسه نخواهیم داشت. در واقع هیچ موسسه ای نمی تواند سیستم تولید خود را به تولید به موقع تولید کند. بلکه ابتدا باید يك سري امکانات اولیه در داخل و خارج از سازمان بوجود آید. و سپس تجارت الکترونیک در سطح مبادله الکترونیکی اسناد اجرا گردد. با اجرای مبادله الکترونیکی داده ها امکان تولید به موقع به وجود خواهد آمد. یکی از اهداف نهایی پیاده سازی يك سیستم صحیح تجارت الکترونیک همان ا نیل به سمت تولیدی است که موجودی انبار آن صفر باشد و انبار محصولات نیز نداشته باشد و بتواند سفارشات را به سرعت تحویل دهد.

9- کمک د رتعیین استراتژی تولید

اینکه ما با چه استراتژی تولید خواهیم کرد بستگی به این دارد که ما چه امکاناتی داریم و بازار

ما چگونه است و تا چه میز تغییرات در آن سریع خواهد بود و ما تا چه حد می توانیم در

محصولات خود تغییرات به وجود آوریم. اینکه ما تا چه اندازه سریع می توانیم در تولیداتمان

تغییر ایجاد نماییم بستگی به امکانات مادر دست یابی به قطعات و مواد اولیه جدید و مسائل

داخلی تولیدی ما دارد. مسلح شدن به تجارت الکترونیک با تغییرات شگرفی در موسسه ایجاد

خواهد کرد که در تعیین استراتژی تولید موثر است.

تعاریف تجارت الکترونیک از دیدگاه دانشمندان

1-تعریف لینچ ولیند کوئیست: تجارت الکترونیک به معنای مبادله محصولات و خدمات در مقابل

پول با استفاده از توانایی اینترنت.

2-کالا کوتا و وینسون دو پژوهشگر مشهور تجارت الکترونیک را بدین صورت تعریف می کنند.

تجارت الکترونیک واژه ای است معادل، برای خرید و فروش محصولات، ارائه خدمات و اطلاعات

به وسیله زیر ساختارهای شبکه ای.

تعريف گروه کاري فناوری از تجارت الكترونيك

گروه کاري فناوری يك تعريف از کاربرد تجارت الكترونيك را ارائه ميدهد. تجارت الكترونيك

ارتباطات، مدیریت داده ها و خدمات ایمنی را یکپارچه می سازد تا کاربران تجاری در سازمان

های گوناگون بتوانند به صورت خودکار اطلاعات را مبادله نمایند.

3-ولادیمیز زواس نیز بیان می کند که تجارت الكترونيك به معنی سهیم شدن در اطلاعات، حفظ

ارتباطات تجاری و هدایت مبادلات بازرگانی به وسیله شبکه های ارتباطی.

علیرضا یسمعویی نیز تجارت الكترونيك را به این صورت تعريف می کند:

تجارت الكترونيك به معنی اطلاع رسانی -تبلیغات و خرید و فروش کالاها و خدمات و برقراری

روابط تجاری از طریق سیستم های مخابراتی و ابزارهای پردازش داده ها است.

نکته ای که باید به آن توجه داشت این است که موضوع تجارت الكترونيك بیشتر هدف

،شناخت الگوهای جدید تجارت و ارتباطات موجود در محیط الكترونيكي است همچنین باید

توجه داشت تجارت الكترونيك مجموعه ای از فناوریهای مخابراتی-پردازش و ذخیره داده ها در

ارتباط با بازارها، سازمانها -مشتریان- واسطه ها و سیستم های پرداخت الكترونيكي.

چارچوب هاي نظري تجارت الكترونيك

چارچوب تجارت الكترونيك از سه سطح عادي تشكيل مي شود.

1-زير ساختار:سخت افزارها-نرم افزارها پاينگاه هاي داده ها و ارتباطي را شامل مي شود كه

براي انجام وظيفه در قالب خدمات www بر روي اينترنت يا پشتيباني و ساير اشكال پيام گذاري

و پيام گيري روي اينترنت با ساير شبكه هاي ارزش افزوده بكار مي روند.

2-خدمات:پيام گذاري و پيام گيري ودامنه گسترده اي از خدمات كه توانايي پيدا كردن و ارائه

اطلاعات در صورت نياز در قالب تجاري آن را فراهم مي آورند و شامل جستجو براي شرکاي

تجاري بالقوه وهمچنين مذاكره وتوافق در مورد مبادلات تجاري هستند.

3-محصولات وساختارهاي تجارت الكترونيك:

پيش بيني وتدارك مستقيم كالاها و خدمات تجاري وابسته به اطلاعات براي مشتريان و شرکاي

تجاري وهمكاري و سهم شدن در اطلاعات داخل وخارج سازمان و سازماندهي محيط بازاری

الکترونيكي و زنجيره تهيه و پشتيباني را شامل مي شود.

در اين چارچوب تجارت الكترونيك ونتايج حاصل از آن سه زمينه را پوشش مي دهد.

1-امور بازرگاني با گرايش به مصرف كننده نهايي

2-تجارت میان شرکتهای با فعالیتهای بازرگانی عمده

3-امور تجاری درون سازمان

مهمترین وبازارگراترین عملی تجارت الکترونیک بخش مصرف کننده گرایي آن است. این کاربرد

ها شامل خرید از راه دور، عملیات بانکی و ... را شامل می شود.

در بخش امور تجاری و فعالیتهای میان تهیه کنندگان مواد اولیه و مصرف کنندگان. ارتباطی

بوسیله اینترنت یا پشتیبانی برقرار می شود.

بهترین گروه کاربردها تجارت الکترونیک هستند. سریع رشد ترین زمینه در این سطح از تجارت

الکترونیک همکاری و سهیم شدن در اطلاعات به وسیله اینترنتها است. شبکه های اینترنت از

گشایش پایگاههای داده ای در داخل شرکت، نشر و گسترش اطلاعات در غالب صفحه های وب

و همکاری گروه رایانه و مستقل از موقعیت جغرافیایی در محدوده مرزهای اطلاعاتی شرکت را

پشتیبانی می کنند.

کارت اعتباری و تجارت الکترونیک

فصل دوم: امنیت و پرداختها:

آنچه را که شما در این فصل می خوانید انواع وسایل پرداختها در تجارت الکترونیکی است که

عبارتند از:

1- کارت اعتباری

2- چک الکترونیکی

3- پول نقد الکترونیکی که به ترتیب به شرح آنها می پردازیم.

www.markazdanesh.ir

کارت اعتباری یکی از جانشین های پول نقد میباشد. شما پولی در حساب خود می گذارید و یک کارت که دارای یک شماره حساب یا شماره رمز است دریافت می کنید. در فروشگاه ها با عبور کارت اعتباری از شیار مخصوص دستگاه ویژه، مبلغ خرید به صورت اتوماتیک از موجودی حساب شما کسر می گردد و به حساب فروشنده واریز می گردد.

در خرید اینترنتی شما باید شماره رمز کارت خود را در کادر مخصوص وارد کنید که در اینجا مساله امنیت مطرح می شود که مساله ای مهم و بغرنج است. این امکان وجود دارد که در مسیر ناامن شبکه اطلاعات محرمانه شما نظیر شماره کارت اعتباری به دست کلاهبرداران و شیادان بیافتند و از آنها سوء استفاده شود.

سایت مستر کارد در قسمت پول کارت خود روش استفاده از کارت اعتباری را چهار مرحله بیان میکند که به طور خلاصه چنین برداشت می شود

1- پیدا کردن (Atm) دستگاه پذیرنده کارت مناسب

2- وارد کردن مستر کارد در شیار مربوط، بسیار از ATM به زبانهای مختلفی راهنمایی می کنند

ولی همیشه یکی از انتخابها انگلیسی است.

3- به وسیله صفحه کلید شماره شخصی خود را وارد کنید.

این دستورالعمل روی صفحه نمایش شماره حساب شما را دنبال میکند و مبلغ پولی را که شما

می خواهید از حسابتان بیرون بکشید مبلغ مورد نظر به پول محلی پرداخت می شود.

4- پایانه معامله را فوراً پردازش می کند شما رسیدتان را دریافت می کنید و مبلغ به طور خودکار

از حساب جاری شما کسر می شود.

معروف ترین کارتهای اعتباری ویزا- و مستر کارد است.

مستر کارد اتحادیه ای از بانکها است که یک بانک که در نزدیکی شما می باشد به شما معرفی

می کند.

کارتهای اعتباری در انواع مختلف وجود دارد. که عبارتند از:

1-کارت اعتباری

2-پول کارت

3-کارت دانش آموزی

4-کارت از پیش پرداخت شده

کارت اعتباری خود دارای انواع کارت اعتباری استاندارد، کارت اعتباری طلایی و کارت اعتباری

جهانی می باشد.

این کارتها به ترتیب از استاندارد به جهانی دارای ارزش، اعتبار و خدمات بیشتری می باشد.

معرفی فروشگاهها و مراکز ارائه دهنده تخفیف، اعطای جوایز و فرستادن آدرس الکترونیکی های

ویژه از آن جمله اند.

موسسات اعتباری برای تجار و فروشندگان کارتهای ویژه صادر میکنند و شرکت های زیادی

وجود دارند که امکان فروش مجازی و دریافت پول از طریق اینترنت را برای شما فراهم می

آورند.

در کشور ایران اخیرا کارتهای اعتباری در حال رواج یافتن هستند.

ملی کارت و سایپا کارت نمونه هایی از این کارت ها هستند.

شما می توانید به مستر کارد هم در ایران دسترسی داشته باشید برای این کار میتوانید به

آدرس WWW.ireg.com مراجعه فرمایید.

باید توجه داشت که ارزش کارتهای اعتباری به شماره حساب و شماره رمز آنها است. باید این

کارتها را در بسته پلاستیکی باز نشده یا به عبارتی مهر وموم شده دریافت کرد.

امنیت شبکه

درباره میزان امنیت در شبکه اینترنت سخنان ضد و نقیضی گفته می شود طبیعتاً ارائه دهندگان

کارت های اینترنتی مایل نیستند موضوع چندان بغرنج نشان داده شود. ولی برخی از

نویسندگان و کسانی که احتمالاً خود گرفتار این سوء استفاده ها شده اند وارد کردن اطلاعات

محرمانه و شماره حساب بانکی در اینترنت را دیوانگی می دانند.

روی هم رفته می توان چنین برداشت کرد که وارد کردن اطلاعات محرمانه حداقل بدون

استفاده از سیستمهای جدید امنیتی به مصلحت نمی باشد.

خرید زیرکانه با کارت اعتباری

برای آنکه در معاملات اینترنتی خود احساس راحتی بیشتر کنید توصیه های زیر را به کار ببرید:

1- با احتیاط و پروا خرید کنید. با تجار و فروشندگان شناخته شده معامله کنید یا نام شرکت را در

کتاب فهرست شرکتهای چک کنید.

2- با تکنولوژی بالا خرید کنید و با تکنولوژی پایین پرداخت کنید بسیاری از شرکت ها این امکان

را در اختیار شما قرار می دهد که در اینترنت خرید کنید سپس با تلفن -فاکس و یا حتی پست

پرداخت کنید و کارت اعتباری خود را برای آنها بفرستید. اگر چه این روش مقداری به طول می

انجامد ولی شماره کارت اعتباری شما هرگز به صورت ناامن در شبکه به جریان نمی افتد.

3-یک حساب باز کنید. فروشندگان همچنین ممکن است اجازه دهند که قبل از خرید با هم

توافقات پرداخت داشته باشند.

شما در نزد کاسب یک حساب باز می کنید و اطلاعات کارت اعتباری خود را برای آنها فاکس می

کنید. و کاسب به شما یک شماره شناسایی منحصر به فرد تخصیص می دهد، وقتی که شما

خرید می کنید از شماره شناسایی استفاده می کنید. در این روش شماره کارت اعتباری به

جریان نمی افتد.

4-شماره کارت اعتباری خود را از طریق پست الکترونیک بفرستید.

5-قبل از چک کردن یک تاجر شماره کارت اعتباری خود را ارائه ندهید. برای چک کردن یک تاجر

با دفتر خانه تجاری تماس بگیرید بهتر است به آدرس www.Faran.Org بروید.

روشهای دیگر پرداخت

فروشگاه ها غیر از قبول کارت اعتباری باید امکان پرداخت با چک و تلفن و نمابر در اختیار کاربر

بگذارید تا اطمینان او را جلب کرده و خرید او را از دست ندهند.

نماير

پرېنت گزفتن از فرم سفارش خريد کالا و فاكس كردن آن براي فروشنده روشي است كه منطقا

امن به نظر مي رسد. با اين روش اطلاعات خريد کالا پوشيده ومخفي نگه داشته مي شود.

سفارش تلفني

حالت سفارشي تلفني کالا، فرم سفارش کالا مي تواند با مشخص كردن كد کالا و قيمت آن به

خريد سرعت بخشد. در موارد فوق پرداخت مي تواند به هنگام تحويل کالا صورت پذيرد.

در مورد عمده فروشي و پرداختهاي كلان معمولا از كارتهاي اعتباري استفاده نمي شود و به

جاي آن از روشهايي مانند تبادل الكترونيكي داده ها استفاده ميشود. در اين سيستم پرداخت

در چندمرحله ساده انجام ميشود و در اين روش دو رايانه اطلاعات را از پيش تعيين شده وبراي

يكديگر ارسال مي كند. اين روش براي ارسال بارنامه پرداخت، ارسال صورت حساب و رزرو

مفيد مي باشد.

روش دیگری به نام انتقال یافتن الکترونیکی وجود دارد که این روش مختص به پرداخت است

و پس از تایید پرداخت کننده، مبلغ مستقیماً از حساب بانکی مشخص خریدار به حساب بانکی

مشخص فروشنده ارسال می شود.

برای شروع هر دو روش هزینه های بسیار سنگینی بین 1 تا 5 میلیون تومان یا بیشتر نیاز است.

ولی این روشها برای شرکتهایی که به صورت عمده و مداوم محصولات خود را به توزیع کنندگان

مشخص می فروشند بسیار مفید است و طی چند سال سود، این سرمایه گذاری را پس

خواهد داد.

چك الکترونیکی

چك الکترونیکی روشی آسان و مطمئن برای پرداخت پول می باشد که در کشور ایالات متحده

از آن استفاده می شود.

معاملات امن اینترنتی

تجارت در اینترنت هنوز در مراحل ابتدایی و ناپختگی خود قرار دارد.

مستر کارد بیشترین تلاش خود را جهت افزایش ایمنی شبکه به کار میبرد و در این راستا قصد

دارد تا بزودی با تدوین استانداردهای جدید سبب افزایش امنیت و در نتیجه افزایش استفاده

مردم از کارت های اعتباری در شبکه شود.

معاملات امن اینترنتی از یک سیستم قفل ها و کلید ها به همراه شماره شناسایی تایید شده هم

برای تاجر و هم برای مشتری استفاده می کند. سپس از طریق یک فرایند یکتا با پنهان سازی

اطلاعات مبادله شده بین خریدار و فروشنده، معاملات امن اینترنتی فرایند پرداخت را راحتتر

و امن تر می کند.

ویژگیها و خواص معاملات امن اینترنتی

1- استانداردهای صنعتی برای محرمانه نگه داشتن اطلاعات سفرش و پرداخت شما ایجاد می

گردد.

2- از طریق پنهان سازی میزان امانت تمامی اطلاعات ارسالی را افزایش می دهد.

3- اعتبار لازم برای این که تاجر بتواند پرداخت از طریق کارتهای اعتباری را از طریق ارتباطش با

یک موسسه مالی بپذیرد و فراهم کند را به وجود می آورد.

4-امكان استفاده از بهترين كاركردهاي ايمني و تكنيکهاي طراحي سيستم، جهت حفاظت از

تمامي طرفهاي قانوني را در يك معامله الكترونيكي را فراهم مي سازد.

چگونگي انجام خريد و فروش در تجارت الكترونيك

خريدار به سايت فروشنده مي آيد و در آنجا تصميم به خريد چيزي مي كند. بنابر اين او به ارائه

دهنده معاملات اينترنتي يك شركت برده ميشود. كه در آنجا تمامي اطلاعات كه او ميدهد پنهان

است.

هنگامي كه او سفارش خود را ميدهد اطلاعات از طريق يك دروازه به يك شبكه پردازنده انتقال

داده ميشود. جايي كه آنجا بانك پرداخت كننده و بانك دريافت كننده انجام معامله را تكميل و يا

رد مي كنند اين مراحل بيش از پنج الي هفت ثانيه طول نمي كشد.

گامهاي اصلي براي تبديل شدن به فروشندگان اينترنتي

1-دريافت يك حساب بانكي تاجر اينترنتي

2-ميزباني شبكه

3-كسب يك گواهي ديگيتال

4- یافتن يك تامین کننده معاملات اینترنتی

5- ایجاد و یا خرید يك نرم افزار از گاریچه خرید

پول نقد الکترونیکی

برخی افراد گاهی نیاز دارند که اقلام کم قیمت مانند روزنامه را خریداری نمایند. برای تهیه این

اقلام کم ارزش از طریق اینترنت کارتهای اعتباری ترجیح داده نمی شود. زیرا هزینه آنها بالا

است.

متخصصان اینترنت در تلاش هستند تا راهی مناسب برای پرداخت هزینه کمتر از 5 دلار بیابند.

سیستم های نظیر پول نقد الکترونیکی اجازه می دهند تا مصرف کنندگان پولی در حساب بانکی

خود پس انداز کنند. و يك سلسله اعداد رمزی برای هر واحد پول که به دیسک سخت کامپیوتر

آنها داده می شود دریافت نمایند. در این صورت مشتری می تواند این پول الکترونیکی را به

فروشندهگان اینترنتی که دارای سیستم مناسب و لازمه بوده انتقال دهد. فروشنده هم با

گذاشتن آن پول در بانک می تواند پول خود را به پول واقعی دریافت نماید. ویژگی مهم آن این

است که هنگامی که پول از خریدار به فروشنده انتقال پیدا می کند ، هیچ راهی برای شناسایی

خریدار وجود ندارد. در این مورد پول الکترونیکی نظیر پول واقعی است.

چالشهای پول نقد الکترونیکی

پول الکترونیکی با سختی های زیادی روبرو است که عبارتند از:

- 1- مصرف کنندگان باید نرم افزار مربوطه و ساختار آن را نصب کنند.
- 2- بازرگانان کمی در این برنامه مشارکت می کنند.
- 3- اقلام کم قیمت غالباً در جاهای دیگر به صورت رایگان یافت می شود.
- 4- صورت حسابهای کم ارزش ولی متوالی و زیاد فروشندگان را کم انگیزه می کند.

مردم برای پرداختهای اینترنتی به دو چیز احتیاج دارند که عبارتند از:

- 1- **گواهی دیجیتال:** يك نوع شماره شناسایی است که در اسناد پرداخت الکترونیکی استفاده میشود. يك کیف پول دیجیتالی جایی است که در آن اطلاعات شخصی شما ذخیره و نگهداری می شود. نظیر گواهی دیجیتال، شماره کارت اعتباری، تاریخ انقضا و..
- 2- **کیف دیجیتال:** این يك نرم افزار است که برای نگهداری اطلاعات کارت اعتباری از آن استفاده می شود.

شما يك بار اطلاعات خود را به درون اين برنامه وارد ميكنيد. و همه وقت به هنگام نياز تنها با يك كليك اطلاعات خود را وارد فرم درخواست مي كنيد. از كيف پول ديجيتال همانند كيف پول واقعي به هنگام خريد استفاده مي شود. براي حفظ و ايمني از كيف ديجيتال شما به وسيله يك رمز عبور، محافظت مي شود.

گواهي ديجيتال كه گاهي به آن ديجيتال مي گویند سندي است كه نشان مي دهد كه هويت شما توسط بانك منتشر كننده كارت اعتباري به رسميت شناخته شده است. اين به تاجر مي گوید شما مالك قانوني كارت اعتباري موجود در كيف پول ديجيتال هستيد. دارندگان كارت اعتباري قادر خواهند بود كه اين ديجيتال را از بانك صادركننده كارت درخواست نمايند، كه خود آنها مالك كارت خواهند بود.

امضاي ديجيتال

هنگامي كه پيامي دريافت مي شود ، دريافت كننده ممكن است بخواهد بابت اين كه ، با نامه واقعا از جانب آن كسي كه در نامه ادعا شده است فرستاده شده است مطمئن شود. امضاي ديجيتال همچنين مي تواند براي هر گونه اطلاعات و برنامه هاي صادر شود تا هر موقع كه لازم بود درستي آنها مورد تاييد واقع شود.

يكي از فوايد امضاي ديگيتال اين است كه شما مي توانيد اسناد و مدارك خود را به صورت

ديگيتال امضا كنيد و نيز درستي و امانت اسنادي را كه در شبكه اينترنتي به جريان مي افتد را

تضمين كنيد.

به همراهي گواهي ديگيتال اين امكان فراهم مي شود كه پيام هاي شما تنها به وسيله شخص

مورد نظر قابل خواندن باشد. كه اين امر در جهت امنيت نامه هاي محرمانه بسيار مهم است.

نتيجه گيري :

آنچه را كه بايد بازاريابان آن را مورد توجه قرار دهند چگونگي پرداختها و امنيت است. توجه

جدي بازاريابان به چگونگي پرداختها ممكن است باعث سودآوري و كاهش هزينه ها شود. در

مورد امنيت اين نكته مهم است كه اگر بازاريابان امنيت نداشته باشند آنها نمي توانند به راحتی

معامله كنند.

در مورد قوانين و مقررات مورد نياز در تجارت الكترونيك چند بحث مورد اهميت قرار مي گيرد:

1-قانوني بودن تجارت الكترونيك

2-توافقات در تجارت الكترونيك

3-حقوق بين المللي در تجارت الكترونيك

4-قراردادها در تجارت الكترونيك

5-سندھا در تجارت الكترونيك

6-قوانين در تجارت الكترونيك

www.markazdanesh.ir

فصل سوم : قوانین و مقررات در تجارت الکترونیک:

آنچه که شما در این فصل مطالعه می کنید. قوانین و مقررات چگونه می تواند در تجارت

الکترونیک موثر باشد. در این فصل عواملی که در تنظیم قوانین تجارت الکترونیک موثرند را

مورد بررسی قرار می دهیم.

قانونی بودن تجارت الکترونیک

هر زمانی که از قانونی بودن تجارت الکترونیک سخن به عمل می آید این سوال مطرح می شود

که چگونه سیستمهای مبتنی بر تجارت الکترونیک اهداف قانونی و سنتی ارتباطات را با استفاده

از کاغذ تامین می کنند؟

این سیستمها به ویژه با ذخیره وایمی و ثبت اطلاعات، شرایط و مفاد یک مبادله تجاری و

هماهنگی با قوانین که نیازمند کسب اطلاعات قوانینی دقیق جهت ثبت و امضا می باشد سروکار

دارند.

1- چگونه دولت کنترل و ذخیره اطلاعات مورد استفاده در مبادلات الکترونیکی را انجام می دهد؟

2- چه چیزی جایگزین برگه های کامپیوتری حاوی اطلاعات مربوطه به عملیات کنترلی و ممیزی

خواهد خواهد شد؟

3- شبکه های وسرکای تجاری چگونه باید خطرات احتمالی ناشی از وقوع اشتباهات را میان

خود تقسیم کنند؟

توافقات

بسیاری از مدلهای ملی براساس تلاشهای اولیه اتاق بازرگانی بین المللی بنا شده اند. تا قبل از

سال 1987 میلادی اتاق بازرگانی بین المللی، مجموعه ای از رهنمودهای پیش نهادی را برای

معاملات بین المللی طراحی و ارائه کرده است.

اهداف بسیاری از توافقات و طراحی سیستمهای کنترل عبارتند از:

1- امنیت و قابلیت اعتماد سیستم

2- تضمین این مطلب که شبکه های کامپیوتری سطوح لازم کنترل را دارا است.

3- حفظ يك سیستم متشکل از آمیزه ای از قراردادهای و ارقام ثبت شده عملیات حساب رسی

و گزارشهای شبکه های کامپیوتری

4- تطبیق و رفع اختلاف سیستم کنترلی با پیامها

5- بررسی علل ناهماهنگی و ثبت هماهنگی ها

6- ادامه و تداوم ثبت داده های ارسالی و دریافت شده

7- حسابرسی و کنترل مرتب سیستم به منظور کشف نقاط ضعف موجود در کنترل ها و قابلیت

اعتماد

8- پاسخ به این سوال که آیا باید قوانین در رابطه با اقدامات امنیتی لحاظ شود؟

9- پاسخ به این سوال آیا باید قوانینی در رابطه با امضا وضع گردد؟

حقوق بین المللی

در سطح ملی، فروشندگان خدمات و دیگران در معرض اصلی طبیعی قابلیت اعتماد مجاز می

باشد، اما وضعیت بین المللی به علت اهمیت انتخاب و نوع حقوق پیچیده است. سه عنصر

مرتبت کننده توسط سیستم های قانونی مختلف به منظور انتخاب قانون و حقوق در یک عملیات

بین المللی مورد استفاده قرار می گیرد.

سند

مدتها است که اسناد کاغذی به عنوان مدارک قابل قبول پذیرفته می شود. طول عمر کاغذ زیاد

بوده و کشف هر گونه تغییر و تحریف را ممکن می سازد. پیامهای الکترونیک که ملموس نیستند

اساسا متفاوت مي باشد. شبکه هاي الكترونيك وكاغذي در واقع رسانه هايي جهت حمل

اطلاعات هستند.

براي تقويت اعتبار اسناد مبادله شده از طريق تكنولوژي اطلاعات و تجارت الكترونيك مي توان

از تكنيك هاي زير استفاده كرد:

1- شبکه هاي ارتباطي ارزش افزوده مي تواند ثبت و ضبط پيامها را تداوم بخشند.

2- هر کاربر قادر به ثبت و ضبط محتوای پيامها، امضا الكترونيك و اطلاعات كنترلي و حسابري

مي باشد.

3- مميزي حسابري راميتوان به عنوان مدركي جهت نمايش وقايع بين دريافت داده ها

4- براي جلوگيري از جعل داده ها بايد از رمز استفاده كرد و بايگاني آنها به كار برد.

قوانين

اگر چه در حال حاضر چيزي را كه بتوان آن را حقوق مربوط به اين موضوع مورد بحث ناميد

وجود ندارد، اما قوانين مربوط به موضوع مورد بحث را ميتوان در مقوله هاي زير طبقه بندي

كرد:

1- تسهيل پذيرش پيامهاي الكترونيك به عنوان مدارك محكمه پسند

2-فرمولي کردن چگونگی مبادله الکتریکی داده ها بین مردم و دولتها

3-ممنوعیت دستیابی غیر مجاز به کامپیوتر و دخالت غیرقانونی در داده ای الکترونیکی

4-حمایت از دارایی های ملموس و غیرملموس نظیر شیوه طراحی و نرم افزارهای کامپیوتری

5-رعایت تعهدات بین المللی

نتیجه گیری:

1-تکنولوژی اطلاعات و پیشرفت در زمینه علوم و تحقیقات و گسترش و راه اندازی سیستم

های مختلف می تواند در بهبود وضع اقتصادی، سیاسی و فرهنگی کشورها موثر باشد.

2-برای راه اندازی سیستم های جدید و نو در هر کشوری باید از علوم جدید استفاده کرد در

این راستا چندین موضوع وجود دارد می توانند در راه اندازی سیستم های الکترونیکی کمک

کنند.

الف-مهندسی همزمان

ب-مهندسی مجدد

ج-مهندسی معکوس

د-سایر علوم جدید

3- اگر تکنولوژی اطلاعات و تجارت الکترونیک به خوبی برنامه ریزی و اعمال گردد قادر به

جوابگویی به تمامی مخالفت‌های بنیادی و قانونی خواهد بود. البته همه صاحب نظران بر این

باورند که بیشتر قوانین را باید با پیشرفت علوم هماهنگ نمود.

4- باید برای اجرای تجارت الکترونیک قوانینی وجود داشته باشد تا از آن سوء استفاده نشود.

تاریخچه پیدایش اینترنت

اینترنت در اواخر دهه 1960 در وزارت دفاع آمریکا شکل گرفت در آن زمان وزارت دفاع ایالت

متحده آژانس پروژه های پژوهشی پیشرفته را شکل داد که نهادی بود برای گسترش فناوری

فصل چهارم:

آنچه را که شما در این فصل می خوانید این است که چگونه اینترنت می تواند در تجارت

الکترونیک موثر باشد و دلایل بهره برداری از اینترنت در تجارت الکترونیک چیست؟ حال به

تشریح هر یک از آنه می پردازیم.

اطلاعاتی این شبکه ARPANET نام گرفت. آرپانت اولیه دربردارنده مراکز پژوهشی و نهادهای

نظامی بود که رایانه های آنها به وسیله خطوط تلفن به هم متصل بودند. هدف اصلی از راه

اندازی یک چنین مرکزی، ایجاد یک سیستم غیرمتمرکز برای ارتباطات پژوهشی بود به طوری که

حتی در شرایط اضطراری در صورتی که هر بخش از شبکه به هر دلیلی از کار می افتد سایر

اجزا شبکه به فعالیت خود ادامه می دادند.

در سال 1971 آرپانت با تعداد اندکی رایانه فعالیت خود را شروع کرد. در سال 1984 تعداد

رایانه ها به بیش از 100 عدد رسید.

پژوهشگرانی که با آرپانت کار می کردند به شبکه های رایانه ای، سرعت بالاتر برای تحقیقات

روی آوردند. در سال 1986 موسسه ملی علوم آمریکا شبکه بین المللی تاسیس کرد. در سال

1987 شبکه بین المللی اینترنت مشتمل بر بیش از 100000 دستگاه رایانه گردید. تعداد رایانه

ها تا سال 1989 به 100000000 رسید. در سال 1990 آرپانت به فعالیت خود خاتمه داد اما

اینترنت رشد کرد و در سال 1992 به يك ميليون و در سال 1993 به دوميليون رایانه مجهز

گردید. [10]

آمارهاي موجود نشان میدهند که هم اکنون چیزی بیش از 25 ميليون رایانه مستقيما به اینترنت

متصل هستند و تعداد کاربران آن به حدود 500 ميليون نفر رسیده است. (10)

هدایت و پیشبرد اینترنت و گسترش آن به وسیله هیئت فعاليتهاي اینترنت انجام می شود. هیئت

معماري اینترنت در سال 83 براي هدایت تحول حتي پروتکل TCP/IP و ارائه توصیه هاي

پژوهشي به جامعه اینترنت ایجاد شد ... این سازمان هم اکنون دو گروه اصلي و چند زیر

مجموعه فرعي دارد گروه کاري مهندسي اینترنت و گروه کاري پژوهشي اینترنت دو گروه اصلي

هستند. بخش نخست مسئولیت تحول و پیشبرد پروتکل TCP/IP و استانداردسازي آن با توافق

هیئت معماري و یکپارچه سازي سایر پروتکلهای در قالب عملیات اینترنتی را به عهده دارد. گروه

کاري پژوهشي اینترنت به سازماندهي واکتشاف مفاهيم پیشرفته در شبکه تحت هدایت هیئت

معماري و با پشتیبانی سازمانهای دولتي گوناگون ادامه می دهد. يك اداره منشي گري نیز براي

مدیریت عملکرد روزانه هیئت معماري و گروه کاري مهندسي اینترنت ایجاد شده است. گروه

کاري مهندسي در سال سه بار رسماً با 50 گروه کاري خود دیدار می کند. ثبت آدرسهاي

اینترنت به وسیله سازمان اختصاص شماره هاي اینترنت انجام می شود که بخشی از

مسئولیت‌های خود را در مورد ثبت آدرس‌های اینترنتی تفویض کرده است و به عنوان عامل مرکزی برای اطلاعات مربوط به اینترنت فعالیت می‌کند و خدمات مربوط به مرکز اختصاص شبکه و سیستم آدرس‌های منحصر به فرد ارائه می‌کند. در برخی موارد نیز شعبه‌های برآشی ثبت آدرسها در کشورهای گوناگون دارد.

همچنین اداره ثبت اینترنت خدمات مربوط به مرکز نگهداری سیستم نام آدرسها در فهرست پایگاه‌های اطلاعاتی را ارائه می‌کند که این نامها به شعبات توزیع شده سرویس دهنده‌های DNS بر روی اینترنت اشاره دارند.

چگونگی عرضه اطلاعات

در بحث عرضه اطلاعات و دسترسی به آنها بر روی اینترنت باید به چند نکته اشاره شود. اولین نکته نحوه اتصال به اینترنت است نکته دوم شیوه مشخص شدن اطلاعات بر روی این شبکه یا شیوه آدرس دهی اینترنت به شمار می‌رود. نکته دیگر استانداردهای انتقال اطلاعات با پروتکلها بر روی اینترنت است. نهایتاً در مورد صفحات وب و چگونگی استفاده از آنها و دریافت اطلاعات محتوی آنها بحث خواهد شد.

سطوح تماس با اینترنت

به طور کلی به سه شیوه می توان به اینترنت متصل شد:

سطح اول: در این شیوه کاربر به وسیله یک شبکه فرعی که ارتباطی به شبکه جهانی ندارد به

اینترنت متصل می شود. این شبکه از طریق یک دروازه اجازه تماس با شبکه جهانی را فراهم می

کند.. در این سطح از ارتباط امکانات کاربر به امکاناتی که شبکه فرعی در اختیارش می گذارد

محدود می شود.

سطح دوم: کاربر به وسیله یک مودم و یک خط تلفن و رایانه شخص خود به شبکه اینترنت متصل

می شود.. در این حالت رایانه کاربر به وسیله یک نرم افزار مناسب، مودم و خط تلفن به یک

ارائه دهنده خدمات اینترنتی متصل شده و رایانه کاربر مثل یک رایانه کاربر مثل یک رایانه که

مستقیماً به یک رایانه بزرگ متصل است عمل می کند. در این حالت کاربر دستورات را بر روی

رایانه خود تایپ می کند اما این فرامین بر روی رایانه میزبان سرویس دهنده اجرا می شوند.

سطح سوم: در این سطح کاربر ارتباط مستقیم با اینترنت دارد. این سطح عالی ترین و گران

قیمت ترین سطح ارتباط است. در این سطح فرد به صورت مستقیم و از طریق خطوط پرسرعت

(یا ماهواره) و ظرفیت ارتباطی اختصاصی به صورت 24 ساعته با اینترنت در تماس است. این

سطح ارتباط عالی در صورتی مفید است که برای رایانه اصلی با یک سایت رایانه ای با صدها

کاربر به کار می رود. اخیراً روشهایی برای استفاده از ارتباطات در سطح سوم در ساعات مورد

نیاز (و نه 24 ساعته) ابداع شده است که هزینه کمتری دربر دارد. [11]

آدرس های اینترنتی

به هر رایانه ای که مستقیماً به اینترنت متصل است یک شماره منحصر به فرد اختصاص داده

میشود. همچنین حتی رایانه های شخصی که به صورت موقت به اینترنت متصل می شوند نیز

یک آدرس پروتکلی اینترنت موقت اختصاص داده میشود. معمولاً آدرسهای اینترنتی شامل

چهار عدد هستند که به وسیله نقطه از هم جدا می شوند مثل 125.215.128.23 این اعداد نمایانگر

محل و نوع کاربری رایانه هستند. در این مجموعه آخرین عدد (23) شماره منحصر به فرد رایانه

است و شماره ما قبل یعنی 128 نماینده سازمان است. شبکه رایانه ای با عدد 215 و عدد 125

نشان دهنده کشوری است که رایانه در آنجا واقع است. از آنجا که به خاطر سپردن اعداد کار

ساده ای نیست، به جای این اعداد از اسامی استفاده می شود. بر روی شبکه اینترنت در

سایتهای گوناگون یک پایگاه داده ای نگهداری می شود که کار ترجمه کردن و معادل یابی

اسامی را براساس این شماره ها انجام می دهد.

اینترنت ها واکسترانت ها

همراه با گسترش اینترنت، نیاز به کاربردهای مشابه آن برای استفاده در داخل سازمانها و

گروههای متوسط و بزرگ پدید آمد. ایده استفاده از امکاناتی که تکیه بر اینترنت داخلی

درسازمانها و گروهها دارند تا حدی به ایده شبکه های بسته نزدیک است. راه حل این نیاز يك

مینی اینترنت است که همه به جز افراد درون آن یا افراد مرتبط با آن سازمان یاگروه بسته

است. اینترانت يك اینترنت است که تنها برای گروه محدودی از افراد در يك منطقه جغرافیایی

محدود قابل دسترسی است.

تعریف اینترنت: شبکه ای که برای پردازش اطلاعات در يك شرکت یاسازمان طراحی شده

است. کاربردهای آن شامل توزیع اسناد، توزیع نرم افزار، دسترسی به پایگاههای داده ای و

آموزش می شود.

علت نام گذاری اینترنت این است که معمولا اینترانت ها برنامه هایی را به کار می گیرند که

مربوط به اینترنت هستند. مثل صفحات وب، مرورگرهای وب، سایتها FTP، پست الکترونیک،

گروههای خبری و فهرستهای پستی. این خدمات تنها برای آنان که درون سیستم هستند قابل

دسترسی است.[14]

تعريف اكسترانت: يك اكسترانت را ميتوان چيزي بين اينترنت و اينترانت به حساب مي آورد.

اكسترانت يك اينترنت است كه دسترسي محدودي براي غير دارد و براي اين گروه جمع آوري

و ارائه اطلاعات بر روي اينترنت سازمان را امكان پذير مي سازد.

با تاييد اجازه دسترسي به وسيله كلمه عبور براي افراد يا گروههاي از پيش تعيين شده، امكان

تغيير درجه دسترسي به اكسترانت امكان پذير مي شود و امكان كنترل دسترسي به مطالب

حساس مثل قيمتهاي منطقه اي، شرايط انجام امور تجاري، انواع محصولات موجود و غيره

فراهم مي آيد.[15]

پنج مورد بالافناوريهاي ارتباطي پشتيباني كننده تجارت الكترونيك به شمار مي روند. نکته مهمي

كه بايد مورد توجه قرار گيرد اين است كه : ابزارهاي ارتباطي و چه ابزارهاي عملياتي تجارت

الكترونيك تنها محدود به موارد معرفي شده در اين نوشته نمي شوند. امروزه با پيشرفت

تكنولوژي اطلاعات هر روز ابزارهاي جديدي براي تسهيل امور تجاري و بازرگاني پديد مي آيند.

ابزارهاي اجرائي و عملياتي

EDI,EDI ترکیبی، EDI متقابل، پست الکترونیک، ابزارهاي اینترنتی، نمابر پیشرفته، ابزارهاي صوتی، پشتیبانی پیوسته در خواست CALS(12)، انتقال پرونده ها، طراحی و تولید بکمل رایانه، ابزارهاي چند رسانه ای، تابلوهاي اعلان الکترونیکی، کنفرانسهاي راه دور، تعیین هویت به صورت خودکار.

مبادله الکترونیک داده ها

EDI یا مبادله الکترونیکی داده ها یکی از قدیمی ترین و بنیادی ترین ابزارهاي یکپارچه سازی فعالیتهای تجاری است. جالب اینکه به علت ماهیت سازگار و استاندارد سازیهای صورت گرفته، این ابزار هنوز هم یکی از مفیدترین و پیشروترین کاربردهای تجارت الکترونیکی امروزی است.

تعریف EDI: مبادله الکترونیک داده یا EDI، تبادل داده های تجاری در یک الگوی استاندارد شده میان رایانه هاست. در تبادل الکترونیکی داده ها، اطلاعات براساس یک الگوی مشخص که به وسیله طرفین مبادله کننده مشخص شده است سازمانی می شوند به طوری که اجازه می دهند رایانه ها بدون دخالت مبادله را صورت دهند و نیازمند هیچ گونه دخالت عامل انسانی یا ورود

مجدد اطلاعات در دو سر مسیر نیستند. اطلاعاتي که در يك مجموعه مبادله الكترونيك وجود

دارند در بیشتر موارد مثل اسناد چاپي متعارف هستند.[16]

دو دليل عمده براي به کارگيري EDI وجود دارد:

کاهش مبادلات کاغذي؛

کاهش ورود مجدد اطلاعات.

استانداردهاي مبادله داده ها در اسناد الكترونيكي EDI بسيار زياد هستند. حتي صنايع گوناگون

در كشورهاي مختلف نيز استانداردهاي خاص خود را دارا هستند. استاندارد اصلي EDI

استاندارد X12 است که به وسيله کميته استانداردهاي آمريکا تعيين شده است. براي ملاحظه

فهرست کامل استانداردها و نحوه پيشرفت آنها سايت زير را مشاهده کنيد:

[Http://www.ARMYEC.SRA.COM/](http://www.ARMYEC.SRA.COM/)

KNOWBASE/DOCS/DOC/22

مهمترين پيشرفت EDI در سطح بين المللي ايجاد يك ابزار استاندارد شده جهاني به نام

اديفاکت (13) توسط سازمان ملل مي باشد.

EDI متقابل: در بیشتر موارد پیامهای الکتريکي به صورت دسته بندي شده و مشخص پردازش

مي شوند. اما شرايطي وجود دارد که دیدگاه متقابل براي تجارت الكترونيك لازم است. نمایش

این شرایط مي تواند رزرو کردن خدمات مسافرتي و تفریحي براي تعطیلات باشد.

چنین مواردی عوامل متعددي مثل رزرو و پرواز رزرو هتل و اجاره کردن خودرو در مقصد و غیره

باید مورد تایید قرار گیرند. عموماً هر يك از این عوامل مي بایست به وسیله سیستم های

جداگانه اي ترتیب داده شوند و ممکن است برخی موارد را نتوان به شکل متناسب مرتب کرد.

در این موارد اگر بتون سیستم ها را به یکدیگر متصل کرد میتوان عملیات رزرو کلي و یکپارچه

را با توجه به دسترسی کلیه عوامل انجام داد. وظیفه EDI متقابل یکپارچه سازی فرایندهای

گوناگون در يك سیستم چند منظوره ED است.

مبادله الكترونيكي داده های مالي: یکی از تکنولوژی های جدید در صنعت مبادله داده ها انتقال

الکترونيك داده های مالي (FEDI) است. مبادله الكترونيك داده های مالي دربردارنده انتقال رایانه

به رایانه دستورهای پرداخت جزئیات جمع ارقام با استفاده از استانداردهای بین المللي پیام

است. نمونه آن مي تواند يك پرداخت تجاري باشد.

انتقال الكترونيكي و جوه: فناوری جدید دیگر در صنعت EDI، انتقال وجوه به صورت الكترونيكي

است که استفاده از آن براي کاربران EDI مي تواند مبادلات مالي آنها را بسيار تسهیل کند. [18]

به طور کلی برایندهای حاصل از استفاده EDI و سایر زیر مجموعه های آن می توان در دو طبقه

کلی جای داد:

نتایج و مزایای کلی راهبردی شامل: کاهش هزینه های اداری و اجرایی، مزیت بازاریابی نسبت

به رقبایی که کاربر EDI نیستند، افزایش ارزش افزوده از طریق افزایش سرعت، و دقت در

پردازش عملیاتی بهبود کنترل موجودی یکپارچگی استراتژیک داده های DEI و پردازش اطلاعات؛

نتایج و مزایای عملیاتی و فنی شامل: بهبود ارائه خدمات به مشتریان، حذف کاغذ، فکس و پیامهای

پستی بدون الگو، حذف پردازشهای تکراری داده ها، حذف پایانه های رایانه ای وقت گیر و

مشکل ساز و برنامه های محدود کننده، حذف بایگانیهای دستی، حذف نیاز به انطباق اسناد و

نسخه برداری و پرونده سازی، حذف نیاز به ورود کلید واژه ها برای جستجوی اسناد و حذف

استانداردهای مشکل سازی حفظ و نگهداری اسناد و مدارک اداری، کاهش زمان کلی پردازش

معاملات، حذف هزینه های پستی و هزینه طراحی و چاپ فرمهای اداری، بهبود مدیریت

نقدینگی و نظارت بر هزینه های عملیاتی.

پست الكترونيك

كاربرد اصلي پست الكترونيك مبادله پيامهاي محتوي متن از طريق پروتكل پست ساده انتقال

بوده است. همچنين ارسال پرونده هاي ديگري مثل برنامه ها و پرونده هاي صفحه گسترده با

تبديل سيستم كدگذاري آنها به سيستم استاندارد امكان پذير است. همچنين مي توان ساير

پرونده ها را به صورت ضميمه با يك پيام پست الكترونيك ارسال كرد. [19]

امروزه پست الكترونيك بعد از اينترنت ابزار شماره دو تجارت الكترونيك به شمار مي رود.

استفاده از پست الكترونيك باعث کاهش بسيار شديد در هزينه هاي مكاتبات و سرعت در

انتقال و پردازش اطلاعات گرديده است. امروزه به لطف فناوريهاي چند رسانه اي مي توان به

وسيله پست الكترونيك متن، پرونده، تصوير، پيامهاي صوتي و فيلمهاي تبليغاتي و تصاوير

ونمودارهاي گوناگون را به هر جاي دنيا ارسال كرد. سيستم آدرسهاي پست الكترونيكي از

استاندارد آدرس دهی اینترنتی DNS پیروي مي کند. معمولاً يك آدرس پست الكترونيكي به

صورت زير است:

نام رایانه سرویس دهنده پست الكترونيكي @ نام کاربر، نام کاربر كلمه اي است اختياري كه

به وسيله کاربر انتخاب مي شود.

علامت @ نشان مي دهد ك آدرس فوق نمايانگر يك صندوق پستي الكترونيك بر روي رایانه

سرویس دهنده پست الكترونيكي است. سمت راست علامت @ نام رایانه سرویس دهنده

آورده مي شود. این آدرس نیز مثل آدرس هاي اينترنت يك عدد چهاررقمي است كه به نام

ترجمه مي شود.

ابزارهاي اينترنتي

ابزارهاي اينترنتي اشاره دارد به كليه خدمات و برنامه ههايي كه بر روي اينترنت قابل دسترسي

و اجرا هستند. مهمترين این ابزارها صفحات وب، خدمات پیام گذاري و پیام گيري، پست

اينترنتي و.. هستند. دامنه شمول ابزارهاي اينترنتي تقريبا از گسترده تر از همه ابزارهاي ديگر

است.

نماير پيشرفته

نماير پيشرفته اشاره به فناوري دارد كه مي تواند پيامهاي پست الكترونيكي را به صورت نماير بر

روي دستگاه گیرنده ارسال کند.

ابزارهاي صوتي

گروه ابزارهاي صوتي كليه تواناييهاي ابزارهاي تجارت الكترونيك براي ارسال، دريافت، تبليغات و

پيام گذاري به صورتي صوتي را پوشش مي دهد. امروزه تعداد اين ابزارها مثل ابزارهاي اينترنتي

بسيار زياد و کاربرد آنها بسيار متنوع است. يكي از جالبترين اين ابزارها، ابزارهاي پاسخگوي

پيام و ذخيره كننده پيامهاي الكترونيكي است.

دلایل بهره برداري از اینترنت در تجارت الكترونيك

هنگام كه از تجارت الكترونيك، بحث مي شود. در ذهن افراد اين سوال بوجود مي آيد چرا از

اينترنت وامكانات آن بايد در تجارت الكترونيك استفاده كرد؟

در اينجا دلايلي كه موجب مي شود از اينترنت وامكانات آن بهره جست را بيان ميكنيم.

1-احيائي حضور وفرصت:

بايد دانست بيشتر مردم امروزه با اينترنت وكامپيوتر در ارتباطند. و براي آنكه شما بتوانيد اين

حرف را بگويد كه ما مي توانيم به مردم خدمت ارائه كنيم، براي همين منظور بايد با اينترنت

ارتباط داشته باشید و خودتان را به رقباي خود نشان دهید و اگر شما اين كار را انجام ندهيد،

اين را بدانيد حتما رقباي شما اين كار را انجام خواهند داد. پس فرصت را از دست

00000 دلایل بهره برداري از اینترنت در تجارت الكترونيك

هنگامي كه از تجارت الكترونيك، بحث مي شود، در ذهن افراد اين سوال بوجود مي آيد چرا از

اینترنت وامكانات آن بايد در تجارت الكترونيك استفاده كرد؟

در اینجا دلایلي كه موجب مي شود از اینترنت وامكانات آن بهره جست را بيان مي كنيم.

1- احياي حضور وفرصت:

بايد دانست بيشتر مردم امروزه با اینترنت وكامپيوتر در ارتباطند. و براي آنكه شما بتوانيد اين

حرف را بگوويد، كه ما مي توانيم به مردم خدمت ارائه كنيم، براي همين منظور بايد با اینترنت

ارتباط داشته باشید و خودتان را به رقباي خود نشان دهید و اگر شما اين كار را انجام ندهيد،

اين را بدانيد حتما رقباي شما اين كار را انجام خواهند داد. پس فرصت را از دست ندهيد و از

فرصت بدست آمده به طور ایده ال استفاده كنيد.

2- حضور در شبکه:

باید با دیگران در ارتباط باشید. یکی از راههای ارتباط با دیگران پخش کردن کارتهای ویزیت اعتباری است. ناگفته نماند که اکثر تاجران در مورد ارائه کارت خود به دیگران و انعقاد قرارداد بزرگ از طریق یک داستان یا یک ریا با مردم در ارتباطند.

3- در دسترس قراردادن اطلاعات تجاری:

منظور از در دسترس قراردادن اطلاعات تجاری پاسخ به سوالاتی مانند: 1- مشتریان چگونه می توانند با شما تماس بگیرند؟

2- پرداختها و دریافتها چگونه انجام می شود؟

و غیره این امکان در اینترنت وجود دارد به سوالات مشتریان و مخاطبین دیگر پاسخ داده شود.

4- سرویس دهی بهتر به مشتریان

در دسترس قراردادن اطلاعات مربوط به کارتان یکی از راههای سرویس دهی بهتر به مشتریان است. در اینترنت شما راههای بسیاری را خواهید یافت مثلاً از طریق پایگاه اطلاعات شما می توانید بگویید که لباسهایی که در فروشگاه شما موجود است. در چه سایز و چه رنگی است.

5- گسترش علاقه مردم:

اگر شما در اگهی روزنامه ها اجناس خود را تبلیغ می کنید. این امر باعث می شود مردم علاقه زیادی به شما پیدا کنند ولی با در دسترس داشتن آدرس الکترونیکی و آدرس فروشگاه مردم علاقه بیشتری پیدا می کنند. این امر نیز باعث بیشتر محصولات و افزایش سودآوری می شود.

6-رهایی از مساله حساس زمان

از طریق اینترنت محدودیت زمانی نخواهید داشت وب سایت شما در نیمه های شب و هر زمان دیگر در دسترس خواهد بود و اطلاعات موجود در آن با استفاده از تصاویر و سایر توضیحات دیگر برای کار مفید است، به کاربران عرضه می شود.

7-پاسخ به سوالات تکراری

در شرکت شما فردی مسئول پاسخ گویی به تلفن ها می باشد. این فرد به شما می تواند بگوید چقدر از وقتش را صرف پاسخگویی به سوالات تکراری می شود. با قراردادن این اطلاعات در يك صفحه اینترنت می توانید فرصت رسیدگی به کارهای دیگران را پیدا کنید و مسئول پاسخ گویی به تلفنها را هم به مرخصی بفرستید.

8- حفظ وارتباط با مشتریان:

ممکن است کارمندان و خریداران شما به اطلاعات اندکی نیاز پیدا کنند تا از این طریق بتوانند يك معامله را انجام دهند. اگر بدانید که اطلاعات مورد نیاز آنها چیست می توانید با قراردادن آنها روي يك صفحه در اینترنت این مشکل را حل کنید.

9- راه اندازی يك بازار بين المللي

ممکن است نتوانید با تمام بازارهاي بين المللي از طریق نامه و یا تلفن ارتباط برقرار کنید. اما بوسیله اینترنت می توانید با تمام بازارهاي داخلي و خارجي ارتباط برقرار کنید. به یاد داشته باشید که حضور در بازارهاي جهاني فرصت هاي زيادي را براي شما به ارمغان مي آورد.

10- ارائه سرویس 24 ساعته

شما بوسیله اینترنت می توانید به طور 24 ساعته و در هر 7 روز هفته سرویس دهید. این امر، سبب تنظیم میزان عرضه و تقاضا می شود.

11- آزمایش محصولات و خدمات جدید

هنگامي که در سايت شما به جستجو مي پردازند به سادگي، به سرعت و با کمترین هزینه به

شما اين امکان را مي دهند که در مورد محصول جديد خود به آزمون و تحقيق بپردازد. اين

تعجب آور است که شما با طراحي يك يا دو صفحه در اينترنت اين مساله را محقق کرده و

محصول جديد خود را در معرض آزمون مي گذاريد.

12-دستيابي به رسانه ها

هر کار تجاري براي گسترش و ارايه خدمات خود به رسانه ها احتياج دارد. رسانه ها نقش مهمي

در تجارت دارند. رسانه هاي موجود در اينترنت به سرعت، ساده و ارزان وبه صورت Online

اطلاعات مربوط به محصولات شما را پخش مي کنند.

هر چقدر رسانه ها بتواند اطلاعات مربوط به محصول را به طور درست پخش کنند. اثرات

بيشتري را بر خريداران خواهند گذاشت.

13-بازارهاي آموزشي و جوانان

اگر کار شما آموزشي است اين امکان وجود دارد که بيشتتر دانشگاهها به منظور تامين نيازهاي

دانشجويان خود به اينترنت مراجعه کنند.

14-فروش اقلام ويژه:

شاید شما فکر کنید که اینترنت مکان مناسبی برای فروش اقلامی چون ماهی و آثار هنری و....

نیست. و این فکر را بکنید که کامپیوتر و اینترنت فقط برای دانشجویان طراحی شده است. این

در حالی است که اینترنت برنامه‌های جستجوگر خوبی دارد.

گروه مورد نظر شما می‌توانند شما و رقیبان شما را پیدا کرده و محصول مورد نظر را خریداری

کند.

15- عرضه خدمات به بازارهای محلی

تاکنون در مورد ارائه خدمات جهانی از طریق اینترنت صحبت شد. اما نظرتان راجع به

همسایگان خودتان چیست؟

یقیناً کسانی در شهرهای همجوار هستند با مراجعه به وب سایتان و پس از آگاهی از موقعیت

همسایگی می‌توانند به سرعت به شما مراجعه بکنند. و نیازشان را تامین کنند. با توجه به دلیل

مذکور، انتخاب با شماست که چگونه و از چه راهی تجارت خود را انجام دهید.

16- در دسترس قرار دادن تصویر و صدا

17- دستیابی به بازاری مطلوب وسیع جغرافیایی

18- تغییر سریع اطلاعات

19- دریافت باز خور از سوی مشتریان

طراحی پایگاه تجاری:

آنچه را که در ذیل مطالعه می کنید. اصولی است که می تواند در طراحی يك پایگاه تجاری كمك

کند. این اصول که بسیار مهم اند عبارتند از:

1-خریدار را راحت سازید:

خود را به جاي مشتري بگذارید و طراحی خودتان را تست کنید و سوالات زیر را خود بپرسید.

1-چند صفحه و انتخاب لازم است تا خرید انجام شود؟

2-آیا می توان از صفحه اول مستقیماً يك خرید سریع کرد؟

3-در زمانی که کاربران برای بار اول خرید می کنند چه مقدار اطلاعات باید پر کنید و در بار دوم

به چه میزان؟

2-دربار اول تصور قوی ایجاد کنید.

صفحه اول پایگاه تجاری با يك تصور قوی از فروشگاه شما بسازد سپس باید تعریف مجازی

مشخصی از بخشهای مختلف فروشگاه بدهید.

3-حواس کاربران را پرت نکنید. و تبلیغات همیشه لازم نیست

هرگز در صفحه اول و سایر صفحات که خرید انجام می شود از تبلیغات استفاده نکنید علاوه بر

تبلیغات، عواملی را که در فرایند خرید کاربر را منحرف می کند را نیز حذف کنید.

4- پایگاه را شخصی سازید.

به دنبال راهی برای ایجاد یک رابطه نزدیک با خریداران خود باشید اگر کاربر خود را به عنوان یک عضو و یا خریدار ثبت کرده، اطلاعات شخصی او را ثبت کنید. از این اطلاعات می توانید برای خوش آمد گویی استفاده کنید.

5- از دستور العمل های طولانی اجتناب کنید.

اغلب کاربران دستورالعمل های طولانی را نمی خوانند و گیج شده و از پایگاه بیرون می روند

6- محصولات را نمایش دهید.

از محصولات خود عکس تهیه کنید. عکس در سه اندازه کوچک- متوسط- بزرگ و بوسیله عکسهای تهیه شده محصولات را نمایش دهید.

7- اجازه دهید که کاربران اقلام را دسته بندی کنند.

8- خرید خوش جوش را تعقیب کنید.

9- رنگهای زمینه را در لیستهای طولانی تغییر دهید.

10- گرافیک را سبک کنید.

متونی را که به صورت گرافیک در صفحه استفاده کرده اید به صورت متن در آورید. حجم فایل های تصاویر محصولات را کاهش دهید.

ده فرمان براي طراحي سايتي كه مشتري را فراري مي دهد.

بايد دانست كه مردم براي انجام يك معامله به دنبال سايتي مي گردند. بعضي از اين سايتهاي

باعث منحرف شدن مشتري مي گردند. حال اگر بخواهيد خودتان سايتي را ايجاد كنيد كه

مشتري را از خودتان منحرف كند اجراي دستورهاي زير شما را در اين امر راهنمايي مي كند.

1- سايتي داشته باشيد كه جست و جو و گردش در آن مشكل باشد.

اگر کاربراي نتوانند در سايت شما به سرعت به چيزي كه مي خواند دسترسي پيدا كنند. حتماً

از سايت شما خارج مي شوند.

2- ضعيف ترين و بدترين راههاي پرداخت پول را پيشنهاد كنيد

چنانچه پرداختها و دريافتها در تجارت الكترونيك بر مشتريان اثر مي گذارد. اگر پرداختها و

دريافتها آسان باشد ممكن است انگيزه مشتري را بالا ببرد و اين امر باعث تكرار خريد نيز مي

شود، ولي اگر پرداختها و دريافتها سخت و بد باشد . انگيزه مشتري را پايين مي آورد، اين امر

سبب منحرف شدن مشتري مي گردد.

3- از مشتريان خود سوالات زياد و متعدد بكنيد.

اگر از مشتري سوالات زياد و بي ربط پرسيده شود. اين امر باعث منحرف كردن مشتري مي

شود.

4- از نرم افزارهاي فروش از دور خارج شده استفاده كنيد

5- صفحات در هم را طراحي كنيد.

6- مشتري هاي خود را تست كنيد

7- از اطلاعات غير ضروري و بي معني براي كالاهاي خود استفاده كنيد

8- سايتي طراحي كنيد كه مرده به نظر برسد.

9- مشكوك و مخفي به نظر بياييد.

10- محصول نامطلوبي را به مشتري ارائه دهيد.

بازاريابي:

آنچه را كه ما سعي داريم آنها را مورد بحث قرار دهيم. نكاتي است كه در بازيابي تجارتا

الكترونيك با آنها برخورد مي كنيم.

اين نكات عبارتند از:

1- تجارت الكترونيكي به عنوان يك بازار.

تاجر الكترونيكي تنها محدود به خريد و فروش محصولات از طريق شبكه نيست بلكه مانند يكي

از فروشگاههاي محلي مي تواند فروشگاه اينترنتي دروب ايجاد کرده و در سطح جهان به دنبال

مشتری باشد. علاوه بر این مباحث فروشگاه می‌تواند تامین کنندگان مواد فروشگاه-

حسابداری-خدمات بانکی- ادارات دولتی و رقبیهایی خود را در شبکه اینترنت جستجو کند.

2- فضای بازار الکترونیکی.

بازارهای الکترونیکی معمولاً به معاملات روی شبکه. مانند بازارهای سهام و حراجی‌ها از طریق

اینترنت اشاره دارد. اما فضای بازار الکترونیکی به پدیده اقتصادی اشاره دارد.

که محصولات، واسطه‌ها و مشتریان به یک طریق به صورت الکترونیکی با هم تماس و مبادله

دارند.

فضای بازار الکترونیکی نماد مجازی از بازارهای فیزیکی است و به طور کلی فعالیتهای اقتصادی

تحت این فضای الکترونیکی، اقتصاد الکترونیکی ارائه می‌کند فضای بازار الکترونیکی شامل

بخشهای زیر است.

1- بازیگران بازار:

یعنی کارخانجات بازرگان، و عمده فروشها، واسطه‌ها، فروشگاهها و مشتریان. که همگی آنها به

عنوان بازیگران بازار تلقی می‌شوند.

2- کالاها و خدمات

3- فرآیندهای تامین، تولید، بازاریابی، رقابت، توزیع مصرف غیره.

تفاوت بازار فیزیکی و بازار الکترونیکی.

تفاوت دو بازار فیزیکی و الکترونیکی این است که در فضای بازار الکترونیکی حداقل برخی از

ترکیبات یا عناصر، الکترونیکی، دیجیتال، مجازی مستقیم و یا از طریق شبکه می باشد. بازار

الکترونیکی روی شبکه ای بودن تمام فعالیت های در تجارت تاکید دارد.

اگر یکی از فرایندهای تجارت یا مصرف، الکترونیکی باشد قبلاً بخشی از فضای بازار الکترونیکی

ایجاد شده است. به این ترتیب اکثر بازیگران از قبل در فضای بازار الکترونیکی بوده اند.

تفاوت های فضای بازار الکترونیکی با بازارهای الکترونیکی.

برای تکیه بر اقتصاد استاندارد بایستی، استراتژی های تجارت بر اساس مفاهیم دینامیک پایه

ریزی نشوند. از این رو این پرسشها مطرح می شود که آیا فضای بازار الکترونیکی یک بازار کامل

است؟

آیا هزینه های انتقال صفر می شود؟ آیا بازار کاملاً رقابتی، با کمترین قیمت های است؟

آیا تمام پیش بین ها تحقیق می یابد؟

در پاسخ این سوالات باید گفت که ظاهراً فضای بازار الکترونیکی یک بازار کامل با تعداد بسیار

زیادی فروشنده و خریدار از سراسر جهان است که به نوبت دارای اطلاعات کافی درباره بازار

و محصولات هستند وجود واسطه‌ها در این فضا ضروري است چنین بازارهائي كاملاً رقابتي و مفيدند.

با این حال يك دید دقیق‌تر نشان مي دهد کهن جستجوهاي مشتري، به دلیل هزینه بانكهاي اطلاعاتي قابل جستجو و اطلاعات ناکافي از سوي فروشندگان کارايي کمتر دارند. اگر فضاي بازار الكترونيكي به عهده فروشها و خرده فروشهاي نيازي ندارد. اما به واسطه‌هاي ديگري از قبيل تضمين کننده‌هاي مدارك مکانهاي الكترونيكي که کیفیت را تضمين مي کند. نیازمند نکته مهم این است که محصولات دیجیتالي به راحتی قابل تغییر و تکاملند. بر اساس ذائقه‌ها و نیاز مشتریان، محصولات دیجیتالي در شرایط زیر صفر می‌شود.

1- هزینه حاشیه‌اي به طور واقعي صفر شده باشد.

2- رقابت موثر در میان فروشندگان ایجاد شود.

به طور خلاصه، هزینه حاشیه‌اي يك محصول دیجیتالي ممکن است واقعي باشد حتي وقتي نزديك به صفر باشد.

چرخه ژنريك تجارت

در تمامی فعالیت‌های تجاری همواره مجموعه‌ای از مراحل و تبادلات استاندارد وجود دارد،

بگونه‌ای که روش اجرایی هر يك از مراحل و درجه اهمیت آنها بستگی به نوع کالا، نوع خدمات

و نیز طرفین معامله خواهد داشت.

این مراحل به عنوان چرخه و یا سیکل‌های ژنریک نامیده می‌شوند. عبارتند از:

1-فعالیت‌های قبل از خرید

قبل از انجام هر تعامل تجاری خریدار اقدام به جستجو و انتخاب عرضه کننده کالا می‌نماید و

سپس طرفین باید به منظور دستیابی به توافق مذاکراتی در خصوص شرایط معامله با یکدیگر

انجام دهند.

2-فرایند انجام معامله

پس از تصمیم به انجام معامله خریدار نیاز خود را به فروشنده سفارش می‌دهد و در مقابل

فروشنده خدمات و یا کالای مورد معامله را تحویل می‌دهد.

3-تسویه حساب

در هنگام مناسب فروشنده با ارسال صورتحساب درخواست پرداخت وجه توسط خریدار

می‌نماید و متعاقباً خریدار وجه کالا یا خدمات را پرداخت خواهد نمود.

4-خدمات پس از فروش

اتمام فرایند خرید پایان چرخه تجارت نیست بلکه بر حسب نوع معامله ممکن است نیاز به

ارائه خدمات پس از فروش نیز وجود داشته باشد.

موتورهای جستجو

پیدا کردن اقلام مورد نیاز در شبکه وب حتی برای افرادی که تجربیاتی در این زمینه دارند لزوماً

ساده نمی باشد در برخی موارد ممکن است کاربران از طریق تبلیغ یا یک دوست آدرس سایت

مورد نظر خود را دریافت نمایند در حالی که اغلب موارد جستجو بعضاً آدرس هزاران سایت را

در اختیار قرار می دهند که برخی از آنها نیز نامربوط باشد بهر حال یافتن یک سایت برای کالا یا

خدمات مورد نیاز زمان می برد و علاوه بر آن کسب قیمت و مقایسه آن با موارد دیگر نیز باعث

صرف زمان بیشتری می گردد.

نتیجه گیری

1- بدون دسترسی به اینترنت داشتن تجارت الکترونیک غیر ممکن است.

2- می دانیم هدف دولت ایران کاهش بیکاری نیروی انسانی است با داشتن این هدف، و بدون

توجه به سایر عوامل مرتبط تجارت الکترونیک به صرفه نیست. زیرا افزایش بیکاری را به همراه

دارد.

3- دولت با ایجاد مراکز اشتغال از قبیل کارخانجات تولیدی و سازمانها خدماتی می‌تواند در

کاهش بیکاری نقش مهمی را ایفا کند و در همین حال به تکنولوژی اطلاعات و کاربرد آن در

موسسات خدماتی و تولیدی توجه کند.

www.markazdanesh.ir

1-امور بازرگاني با گرايش به مصرف كننده نهايي

2-تجارت ميان شركتها با فعاليتهاي بازرگاني عمده

3-امور تجاري درون سازمان

مهمترين و بازارگراترین عملي تجارت الكترونيك بخش مصرف كننده گرايي آن است. اين

كاربردها شامل خريد از را دور، عمليات بانكي- و ... را شامل مي شود.

در بخش امور تجاري و فعاليتهاي ميان تهيه كنندگان مواد اوليه و مصرف كنندگان. ارتباطي

بوسيله اينترنت يا پشتيباني برقرار مي شود.

بهترين گروه كاربردها تجارت الكترونيك هستند. سريع رشدترين زمينه در اين سطح از تجارت

الكترونيك همكاري و سهيم شدن در اطلاعات به وسيله اينترنتها است. شبكههاي اينترنت از

گشايش پايداههاي داده اي در داخل شركت، نشر و گسترش اطلاعات در غالب صفحههاي وب

و همكاري گروه رايانه و مستقل از موقعيت جغرافيايي در محدوده مرزهاي اطلاعات شركت را

پشتيباني مي كنند.

كارت اعتباري و تجارت الكترونيك

