

معرفی تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک واژه‌ای است که برای تجارت از طریق سیستم‌های اطلاعاتی، ارتباطی بکار می‌رود. تجارت الکترونیک با وجود این که مدت زمانی زیادی از عمر آن نمی‌گذرد ولی نقش بسزا و چشم‌گیری در زندگی روزمره ما به عهده گرفته‌است به طوری که اجتناب از آن کار آسانی نیست. یکی از ساده‌ترین و کارآمدترین نقش تجارت الکترونیک در زندگی روزمره کاربران اینترنتی، خرید و فروش اجناس و تبادل وجوه مربوطه از طریق کارتهای هوشمند می‌باشد.

تجارت الکترونیک مجموعه ارتباطات، مدیریت اطلاعات و قابلیت‌های امنیتی است که به سازمانها، بنگاهها، شرکتها، عامه مردم، دولت و... اجازه می‌دهد که اطلاعات خدمات و کالاهای خود را بهینه‌تر آسانتر و سریع‌تر با استفاده از شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری، به ویژه اینترنت عرضه دارند. تجارت الکترونیک، تجارت بدون کاغذ است. به وسیله تجارت الکترونیک تبادل اطلاعات خرید و فروش و حمل و نقل کالاها، با زحمت کمتری انجام می‌گیرد.

تجارت اینترنتی باعث می‌شود ارتباط شرکتها بنگاهها و کلیه نهادها ی مرتبط با تجارت ساده‌تر و سریع‌تر انجام گیرد. تجارت الکترونیک مجموعه‌ای فعالیت‌ها و خدماتی است که جستجوی اطلاعات، مدیریت اطلاعات و تبدلات، بررسی وضعیت اعتبار، ایجاد اعتبار، پرداخت مجازی، گزارش‌گیری و مدیریت اعتبارها را در اینترنت با ارتباط دیجیتالی امکان‌پذیر می‌سازد. بسیاری از مردم، تجارت الکترونیک را منحصر به خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می‌دانند، در حالیکه این امر فقط بخش کوچکی از تجارت الکترونیک را تشکیل می‌دهد در اصل تجارت الکترونیکی می‌تواند کلیه جنبه‌های تجاری و اقتصادی را دربرگرفته باشد. به سادگی می‌توان هرگونه فعالیت تجاری و مالی بین موسسات و افراد مختلف را در حیطه تجارت الکترونیک دانست. و می‌توان گفت تجارت الکترونیک پل الکترونیکی بین مراکز تجاری، خریداران و فروشندگان است.

در تجارت سنتی، خریدار و فروشنده توانایی برقراری ارتباط فیزیکی را با هم داشتند. اما در تجارت الکترونیک، طرفین باید با زبان دیجیتالی یکسان با هم به گفتگو بنشینند. این دنیای مجازی، باعث می‌شود که طرفین مبادلات تجاری توانایی رد و بدل کردن اطلاعات را داشته باشند و همدیگر را ارزیابی کنند. اما نکته بسیار مهمی که در این زمینه باید مورد توجه قرار گیرد امنیت ارتباط در تجارت الکترونیک است چرا که بر خلاف تجارت سنتی، خریدار و فروشنده همدیگر را در هنگام مبادله تجاری نمی‌بینند و باید راهی برای شناسایی منبع اطلاعات و گارانتی صحت اطلاعات در هنگام جابجایی و حفاظت اطلاعات پایه گذاری شود. در ابتدای پیدایش تجارت الکترونیک، چیزی بیش از یک اطلاع‌رسانی ساده تجاری نبود و هرکس می‌توانست محصولات خود را با استفاده از صفحات وب بر روی اینترنت تبلیغ نماید. اما اکنون هدف از بکارگیری تجارت الکترونیک، ارائه روشی جدید در انجام امور بازرگانی می‌باشد.

هدف از تجارت الکترونیک که در واقع ترکیبی از تکنیکها و شگردهای بازرگانی است. همکاری، رقابت و بازدهی بیشتر شرکتها را مختلف می‌باشد به طوری که طی ۱۵ سال گذشته سبب توانایی شرکتها در زمینه‌هایی مثل اصلاح روشهای تجاری و پیشرفت در زمینه ارتباطی با شرکتها مرتبط و بالاخره گسترش دامنه بازرگانی، تجاری حتی در مقیاسهای بزرگ و جهانی شده‌است. تجارت الکترونیک دارای زیرشاخه‌های عمده‌ای به شرح زیر می‌باشد:

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

تجارت الکترونیک

کسب و کار الکترونیک

بازاریابی الکترونیکی

بانکداری الکترونیکی

کارتهای هوشمند

مدیریت روابط عمومی با مشتری

تاریخچه تجارت الکترونیک

انسان از ابتدای خلقت تاکنون روشهای تجاری متفاوتی را تجربه کرده است. در ابتدا سیستم تبادل کالا رایج بود. شکارچی گوشت را با سلاح عوض می کرد. این سیستم اشکالات فراوانی داشت. مثلاً ممکن بود شکارچی نتواند سلاح سازی را پیدا کند که به گوشت احتیاج داشته باشد. در این صورت گوشتها فاسد می شدند.

در بعضی تمدنهای سیستم کالای محبوب به وجود آمد. در سرزمینی که گندم غذای اصلی مردم آن بود، شکارچی گوشت را با گندم و گندم را با سلاح تعویض می کرد. این روش هم مشکلات زیادی داشت. کالای محبوب در سرزمینهای مختلف متفاوت بود. از طرف دیگر معیاری برای سنجش ارزش آن وجود نداشت و حمل و نقل آن هم مشکل بود بدون شک اختراع پول اولین انقلاب در زمینه تجارت بود. ارزش آن مشخص بود، حمل آن آسانتر بود، فاسد نمی شد و همه طالب آن بودند. فواید استفاده از پول به اندازه ای بود که حتی تا چند دهه قبل کمتر کسی انتظار یک انقلاب دیگر را داشت. ارتباط بین تجارت و تکنولوژی دیر زمانی است که وجود داشته و ادامه دارد. در واقع، یک پیشرفت تکنیکی باعث رونق تجارت شد و آن هم ساخت کشتی بود. در حدود ۲۰۰۰ سال قبل از میلاد، فینیقیان تکنیک ساخت کشتی را بکار بردند تا از دریا بگذرند و به سرزمینهای دور دست یابند. با این پیشرفت، برای اولین بار مرزهای جغرافیایی برای تجارت باز شد و تجارت با سرزمینهای دیگر آغاز شد. اکنون، شبکه جهانی اینترنت مانند همان کشتی است که نه تنها فواصل جغرافیایی، بلکه اختلافات زمانی را نیز کمرنگ نموده و صحنه را برای نمایشی دیگر آماده کرده است. ترکیب تجارت و الکترونیک از سال ۱۹۷۰ آغاز شد. برای گسترش و پذیرش تجارت الکترونیک لازم است که پیش نیازهای این تکنولوژی از جمله زیرساختار مخابراتی، مسایل قانونی و ایمنی پیام رسانی مهیا شود.

مهمترین هدف در تجارت حال چه از روشهای بسیار پیشرفته الکترونیکی استفاده کند و چه از روشهای سنتی و قدیمی - همانا دستیابی به پول و سود بیشتر است. طبیعتاً در این میان، نقش بانکها و موسسات اقتصادی در نقل و انتقال پول بسیار حیاتی است. هنگامی که در سال ۱۹۹۴ اینترنت قابلیتهای تجاری خود را علاوه بر جنبه های علمی و تحقیقاتی به نمایش گذاشت، موسسات تجاری و بانکها در کشورهای پیشرفته اولین نهادهایی بودند که تلاش جدی خود را برای استفاده هر چه بیشتر از این جریان بکار انداختند. محصول تلاش آنها نیز همان بانکداری الکترونیک امروزی است. سپس به سرعت مشخص شد که اینترنت بستر بسیار مناسبی برای انواع فعالیتهای بانکداری و اقتصادی بشمار می رود.

بانکداری و تجارت الکترونیک هم اکنون در جهان به عنوان یک بحث بسیار تخصصی و در عین حال، بسیار پیچیده تبدیل شده است و تطبیق آن با سیاستهای تجاری و اقتصادی کشورهای مختلف نیاز به تحقیق و برنامه ریزی دقیق دارد.

در بررسی تاریخچه تجارت الکترونیک درمی یابیم که بورسهای اوراق بهادار نیز موسسات دیگری بودند که به

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

سرعت فعالیت خود را با روند پیشرفت اینترنت هماهنگ کردند و موفق شدند که در عرض مدت کوتاهی، با توجه به برتریهای اینترنت در مقایسه با روشهای قدیمی، به دلیل سرعت و دقت بالا، به موفقیت‌های بی نظیری دست یابند.

تجارت الکترونیک، علی‌رغم جوان بودن در جهان شناخته شده و در سالهای اخیر رشد فزاینده و غیرقابل پیش بینی داشته‌است. این رشد تصاعدی حاصل استفاده از یک ابزار، یعنی اینترنت می‌باشد. البته تجارت الکترونیک فقط در شاخصه‌ها یا کشورهای خاصی جا افتاده و استفاده می‌شود. برای مثال، در سال ۱۹۹۷ صنعت جهانگردی و توریسم مسوول ۲۰ تا ۳۰ درصد از فروشهای مجازی بوده.

تعریف تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک انجام کلیه فعالیت‌های تجاری با استفاده از شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری، به ویژه اینترنت است. تجارت الکترونیک، نوعی، تجارت بدون کاغذ است. به وسیله تجارت الکترونیک تبادل اطلاعات خرید و فروش و اطلاعات لازم برای حمل و نقل کالاها، با زحمت کمتر و مبادلات بانکی با شتاب بیشتر انجام خواهد شد. شرکتها برای ارتباط با یکدیگر، محدودیتهای فعلی را نخواهند داشت و ارتباط آنها با یکدیگر ساده تر و سریع تر صورت می‌پذیرد. ارتباط فروشندگان با مشتریان نیز می‌تواند به صورت یک به یک با هر مشتری باشد. به عبارت دیگر، تجارت الکترونیک نامی عمومی برای گستره‌ای از نرم افزارها و سیستمها است که خدماتی مانند جستجوی اطلاعات، مدیریت تبادلات، بررسی وضعیت اعتبار، اعطای اعتبار، پرداخت به صورت روی خط، گزارش گیری و مدیریت حسابها را در اینترنت به عهده می‌گیرند. این سیستمها زیربنای اساسی فعالیت‌های مبتنی بر اینترنت را فراهم می‌آورند. هدف از بکارگیری تجارت الکترونیک، ارائه روشی جدید در انجام امور بازرگانی می‌باشد. به واسطه این روش، تاجران قادرند که محصولات و خدمات خود را به شکل تمام وقت و به تمام خریداران در سرتاسر جهان - مستقل از مرزهای جغرافیایی و ملیتها - عرضه کنند.

بسیاری از مردم، تجارت الکترونیک را منحصر به خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می‌دانند، در حالیکه این امر فقط بخش کوچکی از تجارت الکترونیک را تشکیل می‌دهد و این مفهوم اکنون گستره وسیعی از جنبه‌های مختلف تجاری و اقتصادی را دربرگرفته‌است. به سادگی می‌توان هرگونه فعالیت تجاری و مالی بین موسسات و افراد مختلف را در حیطه تجارت الکترونیک گنجانند.

تجارت الکترونیک روش دیگری برای تبادلات الکترونیکی اطلاعات و انجام مبادلات تجاری است که یک پل الکترونیکی را بین مراکز تجاری ایجاد کرده‌است. تجارت الکترونیک با حجم کمتری از اطلاعات که لزوماً در قالب یکسانی نبوده و بین مردم عادی رد و بدل می‌شود، سر و کار دارد. تجارت الکترونیک در ابتدای پیدایش خود، چیزی بیش از یک اطلاع رسانی ساده تجاری نبود و هرکس می‌توانست محصولات خود را با استفاده از صفحات وب بر روی اینترنت تبلیغ نماید. آمار منتشره از ۵۰۰ شرکت نشان می‌دهد که حدود ۳۴ درصد از آنها در سال ۱۹۹۵ و حدود ۸۰ درصد در سال ۱۹۹۶ از روش فوق برای تبلیغ محصولات خود استفاده کرده‌اند. تا پایان سال ۲۰۰۱ بیش از ۲۲۰ بلیون دلار معاملات مالی توسط صدها سایت تجاری بر روی اینترنت انجام پذیرفت.

مزایاها و معایب تجارت الکترونیک

سوالاتی که ممکن است همینک مطرح شود این است که تجارت الکترونیک غیر از مواردی که پیش از این به آن اشاره شد چه فایده‌ای دارد.

افزایش فروش و در پی آن افزایش درآمد و توان سرمایه گذاری افزایش سطح رفاه زندگی مردم از طریق ایجاد اشتغال، کاهش تردها و افزایش سرعت عمل جهانی شدن کاهش هزینه‌های تبلیغات برای شرکتها و به دلیل عدم حضور واسطه با افتتاح فروشگاه اینترنتی شما این قابلیت را دارید که با هزینه ای کم کالا و سرویس خود را در تمامی نقاط دنیا بازاریابی کنید و به فروش برسانید. در واقع شما مغازه ای دارید که در کل زمان روز و شب باز

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

است و مراجعه کنندگان آن از تمام نقاط دنیا هستند! یعنی می توانید مطمئن شوید که یک تجارت جهانی راه اندازی کرده اید.

در تجارت الکترونیکی دیگر نیازی به واسطه و دلال برای فروش کالا، نیست وقتی که در خرید و فروش سنتی صرف رفت و آمد های اضافه میشد در تجارت الکترونیکی صرف شناسایی نیاز های مشتری شود.

تجارت الکترونیکی وارد شدن به بازارها را آسان کرده ، خریدار اینترنتی میتواند تنها با یک اتصال اینترنت از سرتاسر دنیا به فروشگاه شما متصل می گردد.

تجارت الکترونیکی موقعیت های تجاری جدید برای کارآفرینان را در اینترنت ایجاد می کند.

با تجارت الکترونیک فروشنده قادر به تجزیه و تحلیل بهتر از نیاز های مشتری خواهد بود و خریدار اینترنتی قادر به ارزیابی بهتر قیمت ها و محصول مورد نیاز خود می باشد .

البته همچون تمام فناوریها و تکنولوژیهای ساخت بشر معایبی هم در استفاده از تجارت الکترونیک وجود دارد، برخی از این معایب به قرار زیر است:

تأثیر ناشناخته آن بر روابط اجتماعی انسان

ورشکستگی به علت عدم توانایی شرکتهای کوچک و کاهش تولید

بسترهای لازم برای تجارت الکترونیک

یک سیستم بانکی روان و دقیق

قوانین گمرکی، مالیاتی و بانکداری الکترونیکی

کد تجاری محصول و ایجاد امنیت اطلاعات

تهیه و تدوین نظام مالی اطلاعات و نظام حقوقی اطلاع رسانی (کپی رایت)

محرمانه بودن اطلاعات شخصی

تطبيق مقررات ملی با مقررات متحدالشکل بین المللی

همکاری دانشگاهها، مراکز تحقیقاتی و سازمانهای مختلف

پذیرش اسناد الکترونیکی توسط قوه قضاییه

تأمین، صدور و بکارگیری کارت هوشمند

تأمین خطوط ارتباطی پرسرعت و مطمئن و ایجاد بستر مخابراتی به شکل بی سیم.

مدلهای تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک دارای مدلهای زیر است:

تجارت B2Business-B Business to (تجارت اینترنتی بین دو بنگاه)



www.pardakht.ir

پرداخت
نخستین سامانه تجارت الکترونیک ایران

تجارت C2Consumer-B Business to (تجارت الکترونیکی بین بنگاه و مصرف کننده) خرده فروشی

تجارت C2Consumer-C Consumer to (تجارت الکترونیک بین مصرف کننده و مصرف کننده)

تجارت A2Administration-B Business to (کلیه معاملات مالی و تجاری بین شرکتها و سازمانهای دولتی)

تجارت A2Administration-C Consumer to (هر گونه امور کسب کار بین دولت و مردم)

G2Government- G Government to تجارت

B2G- Government to Business تجارت

Employee E- Government to2G تجارت

P2P - Peer to Peer تجارت

تجارت فروشنده با فروشنده

B2B اولین روش خرید و فروش معاملات الکترونیکی است و بیشترین عایدی را دارد. در این مدل، همه افراد و خدمات مرتبط با تجارت بین المللی از قبیل: تامین کنندگان، خریداران، فرستندگان دریایی کالا، پشتیبانی، خدمات (سرویسها) بازرسی، اخبار بازاریابی و کاربریهای نرم افزار که موجب سهولت در امور تولید و خرید و فروش می شوند، در یک محل گرد هم می آیند. B2B در جایی استفاده می شود که بخواهیم خرید و فروش عمده را به کمک تجارت الکترونیکی انجام دهیم و خارج از حیطه خرده فروشان عمل نماییم، چرا که خرده فروشی در اینترنت با خطرات بسیار همراه است، زیرا مشتریان تمایل ندارند تا همه چیز را از روی اینترنت خریداری کنند. شرکت CISCO یکی از اولین شرکتهای بزرگی بود که در جولای ۱۹۹۶ سایت تجارت الکترونیکی خود را راه اندازی کرد. یک ماه بعد شرکتهای کامپیوتری مانند MICROSOFT و IBM نرم افزارهای تجاری خود را که امکان انجام فروش از طریق اینترنت را فراهم می کرد، به بازار عرضه کردند. به صورت طبیعی، در B2B فروش مستقیم منبع اصلی درآمد به حساب می آید، مانند وقتی که یک فروشنده محصول خود را به یک فروشنده دیگر مستقیماً می فروشد. با وجود این، وب می تواند روی فروش مستقیم تأثیر بگذارد و این قاعده را بر هم بزند. در این نظام جدید، مشکلاتی نیز وجود دارد، از جمله اینکه رودر رو نبودن مشتری و فروشنده باعث می شود که معامله به صورت مجازی صورت گیرد. این مشتریان برای دریافت اطلاعات بیشتر باید با تلفن به مرکز اصلی وصل شوند، اما هیچ تضمینی برای اینکه کسی در آن سوی خط باشد، وجود ندارد.

تجارت فروشنده و مصرف کننده

بیشترین سهم در انجام تجارت الکترونیکی از نوع C2B است که به معنای خرده فروشی می باشد. این نوع تجارت، با گسترش وب به سرعت افزایش پیدا کرد و اکنون به راحتی می توان انواع و اقسام کالاها را از شبکه خریداری کرد. C2B با راه اندازی سایتهایی چون AMAZON و CDNOW آغاز شد. در تجارت الکترونیکی C2B در یک طرف معامله، تولیدکننده (فروشنده) محصول و در طرف دیگر، خریدار (مصرف کننده نهایی) قرار دارد. اما مشکلات امنیتی شبکه تأثیر منفی بر روی حجم معاملات گذاشته است و بسیاری از مشتریان نسبت به دزدیده شدن اطلاعات شخصی شان توسط هکرها ترسیده اند. در عین حال هنوز معاملات

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمابر:

www.pardakht.ir

info@pardakht.ir

بسیاری در این مدل صورت میگیرد در ایران نیز این روش رونق دارد برای مثال می توان شرکت شهروند را مثال زد.

تجارت مصرف کننده با مصرف کننده

در این مدل تجارت الکترونیکی، مزایده ها و مناقصه های کالا از طریق اینترنت انجام میگیرد. مدل C2C شبیه یک سمساری است. ایده اصلی این مدل این است که مصرف کنندگان با یکدیگر بدون واسطه به خرید و فروش بپردازند. EBAY، بزرگترین نمونه اولیه مدل C2C می باشد. EBAY خود چیزی نمی فروشد و به عنوان واسطی بین خریداران و فروشندگان عمل می کند. به عنوان مثال، EBAY اجازه می دهد که فروشنده قیمت اولیه خود را در حراجی قرار دهد و سپس شرکت کنندگان در حراج قبل از اتمام مدت باید روی کالای به حراج گذاشته شده اظهار نظر کنند. سایتهای اینترنتی دیگر مانند AUTOBYTEL و CARSMART نمونه هایی از مدل C2C می باشند. به دلیل ناچیز بودن هزینه تبلیغات در اینترنت، استفاده از مدل C2C برای فروش کالاها مورد توجه قرار گرفته است.

تجارت مصرف کننده با فروشنده

در حالیکه بازار مصرف روی خط روز به روز در حال گسترش است، بسیاری از خریداران دریافته اند که شیوه انتخاب محصول بسیار متنوع است، چون وقتی که مصرف کنندگان، سایتهایی را در ارتباط با فروش محصول مورد نظر خود می یابند، یافتن خود محصول در آن سایت و به دست آوردن قیمت محصول اغلب کاری دشوار است. بنابراین، برای راحت تر کردن امر خرید، نیاز به روشهای جدید خرید و فروش اینترنتی است که در آن شرکتهایی مانند واسطه هایی بین مصرف کننده ها و فروشنده ها تلاش می کنند تا خریداران را به بهترین وجهی در خریدشان کمک کنند. اساس کار آنها هم مبتنی بر مدل BTC می باشد.

تجارت نقطه به نقطه

مدل تجارت الکترونیکی P2P برای تسویه حساب کردن شرکت کنندگان در حراج با فروشنده است که مشهورترین آنها سرویسی است به نام PAYPAL که در قسمت کارتهای هوشمند بیشتر به آن می پردازیم. تجارت P2P در چهارچوبی کار می کند که افراد بتوانند مستقیماً با هم پول رد و بدل کنند و در حالیکه سهم اصلی داد و ستد پولی را نقل و انتقالات رو در رو برعهده دارد، فن آوری تلفنهای همراه تعداد افراد بیشتری را در داد و ستد غیرحضوری سهیم می کند.

با استفاده از سخت افزار MONDEX که زیر مجموعه MASTERCARD می باشد، کاربران قادرند تا نقل و انتقالات الکترونیکی پولی خود را انجام دهند و پول خود را از یک کارت اعتباری، به کارت اعتباری دیگر منتقل نمایند. نحوه استفاده از تلفن همراه بدین صورت است که به جای فن آوری GSM که استاندارد معمول ارتباطی تلفن همراه در بسیاری از کشورها، به ویژه در اروپاست، فن آوری دیگری تحت عنوان پروتکل بکارگیری نرم افزار کاربردی از طریق تجهیزات بی سیم که به اختصار WAP نامیده می شود، جایگزین می گردد. در این شیوه جدید، هر تلفن همراه از طریق مرکز تلفن با یک کامپیوتر سرویسگر مرتبط می شود و می تواند نرم افزار مورد نیاز کاربر خود را بر روی کامپیوتر مذکور فعال نماید. بدین ترتیب، استفاده کننده می تواند اطلاعات خود را از طریق کامپیوتر سرویسگر که خود از طریق اینترنت و یا شبکه های ارزش افزوده (VAN) به مراکز تجاری و خدماتی متصل است، ارسال و دریافت نماید.

تجارت فروشنده با اداره

این نوع تجارت الکترونیکی، شامل تمامی مبادلات تجاری - مالی بین شرکتها و سازمانهای دولتی است. تامین نیازهای دولت توسط شرکتها و پرداخت عوارض مالیاتها از جمله مواردی است که می توان در این گروه گنجانده. تجارت A2B در حال حاضر روشی تازه قلمداد می شود، ولی در آینده ای نزدیک، زمانی که دولتها به ارتقای سطح ارتباطات خود تمایل و توجه نشان دهند، به سرعت رشد خواهد کرد.

تجارت مصرف کننده با اداره

مدل تجارت الکترونیکی A2C هنوز پدیدار نشده است، ولی به دنبال رشد انواع C2B و A2B، دولتها احتمالاً مبادلات الکترونیکی را به حیطه هایی همچون جمع آوری کمکهای مردمی، پرداخت مالیات بر درآمد و هرگونه امور تجاری دیگری که بین دولت و مردم انجام می شود، گسترش خواهند داد.

راه اندازی یک تجارت الکترونیکی

امروزه تجارت B2C قسمت اعظمی از تجارت الکترونیک یا بهتر است بگوییم تجارت جهانی الکترونیک را در بر گرفته چرا که هر شخص می تواند در این عرصه به رقابت پردازد. شما نیز می توانید یک تاجر اینترنتی باشید هر چند که خدمات و یا محصولی که برای فروش دارید کم باشد اما اینترنت و عرصه وسیع تجارت اینترنتی به خرید و فروش شما نیز وسعت می بخشد و حتی امکان رقابتتان را با تجارت جهانی فراهم می کند اما چگونه می توانیم تجارت الکترونیکی خود را در دنیای پر رقابت تجارت جهانی امروز آغاز کنیم برای راه اندازی یک سایت تجارت الکترونیکی ابتدا باید فروشگاه اینترنتی مان را راه اندازی کنیم و به این منظور بایست مراحل زیر را طی کنیم:

۱- دامین و ثبت آن

انتخاب domain name صحیح یا URL:

نامی که انتخاب می کنید باید به گونه ای باشد

-- که با یکبار شنیدن در ذهن بماند مثل Amazon.com

-- این نام باید تجارت الکترونیکی شما را معرفی کند نام سایتتان را مناسب با نام تجارتتان انتخاب کنید

-- نام انتخابی باید کوتاه باشد. تا مشتری با یک بار شنیدن آن را به خاطر بسپارد

۲- طراحی و ساخت سایت

بهتر است در طراحی سایت فروشگاه اینترنتی خود به نکات زیر نیز توجه کنید

تهران،

خیابان کریم خان، خیابان ایران شهر، ضلع شمالی پارک هنرمندان، پلاک ۷، واحد ۶

۱۵۸۳۷۶۷۱۱۱

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۲

+۹۸ ۲۱ ۸۸۴۹۱۶۱۳

کد پستی:

تلفن گویا:

نمبر:

*یک کاتالوگ بر روی سایت برای صرفه جویی در وقت تهیه کنید که اطلاعات کامل راجع به محصولات و خدمات تجارت الکترونیک شما، مثل، قیمت گذاری، خصوصیات محصولات، و اطلاعات دیگر برای هر محصول یا خدمات را در بر داشته باشد.

*یک بخش (FAQ)، جهت پیش بینی و پاسخگویی مسائل و سوالات اساسی که ممکن است به ذهن خریدار اینترنتی برسد را در نظر بگیرید.

*اسکلت سایتتان به گونه ای باشد که مشتریان به آسانی بتوانند راجع به خرید اینترنتی تصمیم گیری کنند، و به سرعت خرید الکترونیکی خود را انجام دهند.

*صفحه اصلی سایت شما (Homepage) مانند وبسایت فروشگاه الکترونیکی شماست. و باید بر مخاطب شما اثر گذار باشد.

مخاطب شما کودکانند؟

افراد بازاری هستند؟

عامه مردمند؟

به این مسئله دقت کنید

در صفحه اول سیاست های زیر نیز به شما کمک می کند که مشتری شما از هر قشری جذب سایتتان شود

نام شرکت، لوگو (نشانه تصویری)، که تجارت اینترنتی شما را معرفی میکند را در صفحه اول قرار دهید

صفحه ای که آدرس و شماره تلفن، فاکس و آدرس پست الکترونیک سایت شما را در بر دارد به طرز مشخص در صفحه اول قرار دهید

از صفحه اصلی به صفحه ای که راجع به فروشگاه اینترنتی شما توضیح داده لینک دهید تا مشتریان بتوانند براحتی راجع به شما و امکاناتی که در اختیارشان قرار می دهید بدانند.

بهتر است یک قسمت جهت اخبار، و معرفی محصولات داشته باشید که همیشه به روز شود این باعث می شود که خریدار اینترنتی زود به زود به سایتتان سر بزنند.

سیاست حفاظت از اطلاعات شخصی خریداران را برای خریداران اینترنتی خود توضیح دهید تا اعتمادشان را جلب کنید و چه بهتر که این توضیح در صفحه اول قرار گیرد.

- * ساختار سایت فروشگاه اینترنتی شما به گونه ای باشد که مشتری برای رسیدن به محصول مورد نظر خود مجبور نباشد کلیکهای زیادی بکند.
- تعداد کلیکها را به حداقل برسانید. ۴ الی ۶ کلیک بهترین کار آیی را دارند. سعی کنید که لینکها نظر مشتریان را جلب میکنند، تا بدانند کجا را باید برای چیزی که به دنبالش هستند کلیک کنند.
- * سایتتان را با عکس، انیمیشن و موسیقی و دیگر چیزهای دیداری یا شنیداری انباشته نکنید. از همان رنگها و قلمهایی که برای سایر ارتباطات مثل لوگو و یا بروشور ها استفاده می کنید استفاده نمائید. مطمئن شوید که تصاویر بکار رفته بر کیفیت سایت می افزاید نه اینکه بازدید کننده را گیج کند و شما را از هدفتان دور نگهدارد.
- * مطمئن شوید که نوشته ها به آسانی قابل خواندن هستند، ممکن است نوشته های سیاه بر روی زمینه سفید زیاد با کلاس بنظر نرسند اما آنها برای خواننده شدن مناسب تر از نوشته های نارنجی بر روی زمینه بنفش هستند.
- * صفحات نباید با تصاویر سنگین پر شده باشند چرا که زمان بار گذاری را افزایش میدهد . اکثر خریداران اینترنتی اگر بار گذاری یک صفحه بیش از ۸ ثانیه طول بکشد، جای دیگری را کلیک می کنند و یا از اینترنت خارج می شوند.

۳- اجاره فضا بر روی اینترنت (Host)

۴- پرداخت الکترونیکی

۵- تأمین امنیت سایت

۶- بازاریابی، تبلیغ و جذب مشتری

۷- بررسی و تحلیل سایت

پس از آنکه سایت شما طراحی و آماده شد میزبان و دامنه نیز برای آن مشخص بود زمان آن می رسد که محل مناسبی برای فروشگاه اینترنتی خود پیدا کنید:

مکانی که مشتری به آن اعتماد داشته باشد و با آن آشنا باشد

مکانی که پرداخت را برای مشتری آسان سازد

مکانی که دنیا را از وجود سایت شما با خبر سازد

تجارت الکترونیک در ایران

ایران مانند دیگر کشورها، دارای شرکتهای بسیاری است که برای توسعه بازار خود به اینترنت وابسته اند. هدف بیشتر این شرکتها از پایگاههایی که در اینترنت ایجاد می کنند، همانا توسعه صادرات است.

مناسفانه فروش در شبکه اینترنت مخارج زیادی دارد و برای بسیاری مقرون به صرفه نمی‌باشد. شرکت‌های بزرگ دنیا با سرمایه‌های کلان و پرسنل کافی، پایگاه‌های تخصصی را برای مواردی چون صادرات و فروش تجاری ایجاد کرده‌اند. شرکت‌های متعددی نیز در ایران دست به ایجاد چنین امکاناتی زده‌اند، اما از آنجایی که هنوز هیچ متولی و مرکزیتی برای این پدیده وجود ندارد، این سازمانها به صورت جزیره‌ای و خود محور اقداماتی را انجام می‌دهند که هنوز پروسه کامل تجارت را در بر نگرفته و به صورت مقطعی انجام می‌شود. هیچ آمار دقیقی هم از کاربران اینترنت و استفاده کنندگان از کامپیوتر شخصی در دست نیست و هنوز به صورت یک طرح ملی به آن نگاه نشده‌است. بنابراین، در مرحله کودکی و نوپایی است و نیاز به مراقبت و حمایت زیادی از طرف دولت دارد. دولت باید با ارایه یک طرح ملی، فرهنگ خرید جامعه امروزی ایران را تغییر دهد. باید توجه داشت که سرمایه گذاری مالی و زمانی بر روی زمینه‌ای که در آینده حرف اول را خواهد زد، مطمئناً باعث پویایی اقتصاد کشور خواهد شد. خوشبختانه، کشور ما از پشتوانه خوبی از نظر نیروی جوان برخوردار است و در نتیجه، وظیفه ارگانهای دولتی و غیردولتی، وارد کردن این تکنولوژی به کشور و تشکیل دادن گروه‌های کاری، برای کار سازمان یافته بر روی این تکنولوژی جدید است.

از سال ۱۳۸۱ پروژه موفق‌تری بصورت آزمایشی با نام پرداخت (www.pardakht.com) در ایران شروع گردید که با وجود همه مشکلات فوق‌الذکر راه حل مناسبی در تجارت الکترونیک ایران پدید آورده است. در این سیستم ابتدا خریدار وارد سایت اینترنتی فروشنده می‌شود و محصول یا محصولاتی را انتخاب و در سبد خرید خود قرار می‌دهد و پس از وارد نمودن اطلاعات ارسال کالا در سایت پرداخت، خرید خود را نهایی می‌کند. این اطلاعات جهت بررسی و تصمیم‌گیری در سایت اینترنتی به اطلاع فروشنده می‌رسد. فروشنده در صورت تمایل به ارسال، سفارش رسیده را آماده کرده و پس از اعلام در سیستم اینترنتی، پست آن را از فروشنده دریافت می‌کند و به دست خریدار می‌رساند و هزینه کالا به همراه هزینه ارسال را از خریدار دریافت می‌نماید. واحد مالی پرداخت در دوره‌های زمانی مشخص با فروشندگان تسویه حساب می‌کند. کلیه مراحل عملیاتی سیستم از طریق اینترنت به اطلاع خریدار، فروشنده، شعبه پستی و مدیریت سیستم می‌رسد. لازم به ذکر است این سیستم به گونه‌ای طرح ریزی شده که امکان اتصال به سیستم‌های الکترونیکی بانکها و موسسات مالی و اعتباری را داشته باشد و در کنار سیستم پرداخت هنگام تحویل قابلیت‌های پرداخت الکترونیکی نیز در آن پیشبینی شده است.

پرداخت زیر ساخت مناسب تجارت الکترونیک و تجارت در ایران است زیرا بستر تعامل فروشگاه اینترنتی و فروشگاه الکترونیکی با خریداران در راستای فروش اینترنتی و خرید اینترنتی به همراه امکانات مناسب پرداخت اینترنتی با کمک اینترنت می‌باشد این سیستم خرید الکترونیکی و فروش الکترونیکی را تسهیل کرده است و حتی بدون نیاز به کارت اعتباری روش‌های نوین پرداخت الکترونیکی را نیز تدوین میکند سرویس دهی تجارت الکترونیک در همه زمینه‌ها از سیاست‌های کلی سیستم پرداخت می‌باشد که با هدف فرهنگ سازی خرید اینترنتی و فروش اینترنتی در ایران صورت می‌پذیرد. مشابه این سیستم در سایر کشورها نیز ایجاد شده که از آن میان می‌توان به چین و کره جنوبی اشاره کرد که هر کدام متناسب با شرایط اجتماعی و اقتصادی خود فعالیت می‌نمایند.

منبع سایت گیتا شاپ www.gitashop.com

تهیه و تنظیم: حسین حسین پور- خود آموز تجارت و کسب و کار از طریق اینترنت، تهران، کتاب الکترونیکی،

پرداخت ارائه دهنده راه کارهای تجارت الکترونیک و فروش مجازی هم اکنون برای مشاوره رایگان تماس حاصل فرمائید:

۰۲۱- ۸۸۴۹۱۶۱۳