جدول بازنگری

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **تاریخ** | **نسخه** | **توضیحات** | **نویسندگان:** |
| 08/08/1394 | 1.0 | نسخه اولیه | **سرگروه : فهیمه محمدی**  **اعضای گروه** :  فاطمه رشیدی  سحردولت آبادی |

فهرست

پیش گفتار...............................................................................................................................................................................................................4

هدف [4](#_Toc433915881)

کاربرد تجارت الکترونیک [5](#_Toc433915881)

تعریف تجارت الکترونیک [5](#_Toc433915881)

کسب کار الکترونیک چیست؟ [6](#_Toc433915881)

تفاوت تجارت الکترونیک و کسب کار الکترونیک چیست ؟ [7](#_Toc433915881)

آنواع کسب و کار الکترونیکی چیست؟ [7](#_Toc433915881)

تعریف پرداخت الکترونیک و ویژیگی آن  [8](#_Toc433915881)

دید کلی [8](#_Toc433915881)

منابع و ماخذ [9](#_Toc433915881)

بیان مسئله و اهمیت ضرورت تحقیق [10](#_Toc433915881)

آزمون [11](#_Toc433915881)

تحولات آتی تاثیر گذار بر مسئله [11](#_Toc433915881)

جایگاه پروژه در رفع مشکلات فعلی [12](#_Toc433915881)

[بررسي تبعات انجام پروژه از لحاظ بهبود امور](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124577) [15](#_Toc433915881)

[بررسي تاثير انجام پروژه در افزايش دقت و سرعت عمل](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124578)  [16](#_Toc433915881)

[بررسي تبعات انجام پروژه از لحاظ کاهش هزينه‌ها](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124579) [17](#_Toc433915881)

[تشريح موقعيت محصول](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124580) [19](#_Toc433915881)

[موقعيت و گستردگی جغرافيايي حرفه](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124581)   [21](#_Toc433915881)

[شرح ذينفعان و كاربران](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124582)  [22](#_Toc433915881)

[مشخصات ذينفعان](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124583) [23](#_Toc433915881)

[كاربران اصلي سيستم](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124584)  [25](#_Toc433915881)

[مشخصات دست اندر كاران سيستم](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124585)  [26](#_Toc433915881)

[انتظارات كلان ذينفعان و كاربران از سيستم](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124586) [27](#_Toc433915881)

[نیازمندی های کارکردی اصلی](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124587) [28](#_Toc433915881)

[اعمال اطلاعات پايه](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124588) [29](#_Toc433915881)

[ثبت نام متقاضیان آزمونها](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124589) [30](#_Toc433915881)

[آزمونهای آنلاین](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124590)  [32](#_Toc433915881)

[وبلاگ و انجمن و امکانات شبکه های اجتماعی](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124591) [33](#_Toc433915881)

[مدیریت تبلیغات و محتوای تبلیغاتی..](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124592)  [34](#_Toc433915881)

[مدیریت محتوای سایت](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124593)  [34](#_Toc433915881)

[نیازمندی های غیر کار کردی اصلی](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124594) [35](#_Toc433915881)

[اعمال سطوح دسترسي به اطلاعات](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124595)  [35](#_Toc433915881)

[مديريت ارتباطات الكترونيكي بين كليه ذينفعان](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124596) [37](#_Toc433915881)

[عملكرد بالاي سيستم](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124597)  [38](#_Toc433915881)

[برخورداري از راهنماي داخلي (Help)](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124598) .........................................................................................................................................................39

[مرور محصول توليدي](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124599) [41](#_Toc433915881)

[چشم اندازي از محصول](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124600) [42](#_Toc433915881)

[خلاصه قابليتهای نرم افزار](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124601) [42](#_Toc433915881)

[فرضيات و نيازهای محصول](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124602)  [43](#_Toc433915881)

[محدوديتها](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124603) [45](#_Toc433915881)

[كيفيت](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124604) [39](#_Toc433915881)

[امكانات محيط كاري كاربر](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124605) [41](#_Toc433915881)

[سرويس گيرنده (client)](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124606)   [41](#_Toc433915881)

[سویس](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124612) دهنده (server) [42](#_Toc433915881)

[ساير نيازمنديهاي محصول](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124608) [42](#_Toc433915881)

[نيازمنديهاي سيستمي](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124609) [43](#_Toc433915881)

[نيازمنديهاي اجرايي](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124610) [45](#_Toc433915881)

[نيازمنديهاي محيطي](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124611) [46](#_Toc433915881)

[مستندات](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124612) [46](#_Toc433915881)

پیشگفتار:

تجارت الکترونیکی را می توان انجام هر گونه امور تجاری بصورت آنلاین و از طریق اینترنت بیان کرد . این تکنیک در سالهای اخیر رشد بسیاری داشته است و پیش بینی می شود بیش از این نیز رشد کند . تجارت الکترونیکی به هر گونه معامله ای گفته می شود که در آن هر گونه خرید و فروش کالا یا خدمات از طریق اینترنت صورت پذیرد و به واردات و یا صادرات کالا و یا خدمات منتهی می شود . تجارت الکترونیکی معمولا کاربرد وسیع تری دارد ، یعنی نه تنها شامل خرید و فروش از طریق اینترنت است بلکه سایر جنبه های فعالیت تجاری ، مانند خریداری ، صورت برداری کالاها ، مدیریت تولید و تهیه و توزیع و جابه جایی کالا ها و همچنین خدمات پس از فروش را در بر می گیرد . البته مفهوم گسترده تجارت الکترونیک کسب و کار الکترونیک می باشد .

هدف :

هدف اصلی از تجارت الکترونیکی همکاری، رقابت و بازدهی بیشتر شرکت های گوناگون است؛ به طوری که طی 15 سال گذشته سبب توانایی شرکت ها در زمینه هایی (مانند اصلاح روش های تجارتی و پیشرفت در مسیر ارتباطی با شرکت های مرتبط و گسترش دامنه بازرگانی و تجارت) در مقیاس های بزرگ جهانی شده است.

هدف از به کارگیری تجارت الکترونیکی، ارایه روشی جدید در انجام امور بازرگانی است. به واسطه این تاجران قادرند که محصولات و خدمات خود را به شکل تمام وقت به خریداران سراسر جهان، مستقل از مرزهای جغرافیایی و ملیت، عرضه کنند. بسیاری از مردم، تجارت الکترونیکی را منحصر به خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می دانند، در حالی که این امر تنها بخش کوچکی از تجارت الکترونیکی را تشکیل می دهد و این مفهوم اکنون گستره وسیعی از جنبه های مختلف تجاری و اقتصادی را در برگرفته است. به سادگی می توان هر گونه فعالیت تجاری و مالی بین موسسات و افراد مختلف را در حیطه تجارت الکترونیکی گنجانید.تجارت الکترونیکی روش دیگری برای تبادلات الکترونیکی اطلاعات و انجام مبادلات تجاری است که یک پل الکترونیکی را بین مراکز تجاری ایجاد کرده است. تجارت الکترونیکی با حجم کمتری از اطلاعات که لزوما در قالبی یکسان نبوده و میان مردم عادی رد و بدل می شود، سروکار دارد.

**کاربرد تجارت الکترونیک:**

با وجود اين كه مدت زمان زيادى ازعمر تجارت الكترونيك نمى گذرد، نقش بسزا و چشم گيرى در زندگى روزمره ما به عهده گرفته است به طورى كه اجتناب از آن كارآسانى نيست.خريد و فروش اجناس و تبادل وجوه مربوطه از طريق كارت هاى اعتبارى يكى از ساده ترين و كار آمد ترين نقش هاى تجارت الكترونيك در زندگى روزمره كاربران اينترنتى مى باشد. البته زمينه های كاربرد تجارت ا لكترونيكی بسيار گسترده تر از مبادله كالا، خدمات و وجوه است و در تعريف آن و تبيين سياستهای مورد نظر بايد علاوه بر كاربردهای بالفعل به كاربردهای بالقوه آن نيز توجه داشت. اينترنت در حال حاضر جاى خود را در كنار  تلويزيون و تلفن در زندگى روزمره مردم باز كرده است  و مى تواند بيش از ساير شيوه هاى ارتباطى، تسهيلاتى  را براى كاربران فراهم آورد .

تعریف تجارت الکترونیک :

تجارت الکترونیک انجام کلیه فعالیتهای تجاری با استاده از شبکه های 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 ونقل کالاها ، با زحمت کمتر و مبادلات بانکی 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 می پذیرد . ارتباط فروشندگان با مشتریان نیز میتواند به صورت یک به یک با هر مشتری باشد . به عبارت دیگر ، تجارت الکترونیک نامی عمومی برای گستره ای از نرم افزارها و سیستم ها 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 می گیرند . این سیستمها زیربنای اساسی فعالیتهای مبتنی بر اینترنت را فراهم می آورند . هدف از بکارگیری تجارت الکترونیک ، ارائه روشی جدید در انجام امور بازرگانی می باشد . 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 ملتها – عرضه کنند . بسیاری از مردم ، تجارت الکترونیک را منحصر به خرید وفروش از طریق اینترنت می دانند ، در حالیکه این امر فقط بخش کوچکی از تجارت الکترونیک را تشکیل می دهد و این مفهوم اکنون گستره وسیعی از جنبه های مختلف تجاری و اقتصادی را در برگرفته است . به سادگی می توان هرگونه فعالیت تجاری و مالی بین موسسات و افراد را در حیطه الکترونیک گنجاند .

تجارت الکترونیک روش دیگری برای تبادلات الکترونیکی اطلاعات و انجام مبادلات تجاری است که یک پل الکترونیکی را بین مراکز تجاری ایجاد کرده است . تجارت الکترونیک با حجم کمتری از اطلاعات که لزوما در قالب یکسانی نبوده و بین مردم عادی رد و بدل می شود ، سر و کار دارد . تجارت الکترونیک در ابتدای پیدایش خود ، چیزی بیش از یک اطلاع رسانی ساده تجاری نبود و هرکس می توانست محصولات خود را با استفاده از صفحات وب بر روی اینترنت تبلیغ نماید . آمار منتشر شده از 500 شرکت نشان می دهد که حدود 34 درصد از آنها در سال 1995 و حدود 80 درصد در سال 1996 از روش فوق برای تبلیغ محصولات خود استفاده کرده اند . تا پایان سال 2010 بیش از 220 بیلیون دلار معاملات مالی توسط صدها سایت تجاری بر روی اینترنت انجام پذیرفت .

# کسب و کار الکترونیک چیست؟

[کسب و کار الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%DA%A9%D8%B3%D8%A8-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA) معنا و مفهومی عام تر و کلی تر نسبت به [تجارت الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA/%D9%85%D9%81%D8%A7%D9%87%DB%8C%D9%85-%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%AA-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9) دارد.

اولین بار توسط شرکت IBM در سال 97 میلادی این مفهوم عنوان شد، که [تجارت الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA/%D9%85%D9%81%D8%A7%D9%87%DB%8C%D9%85-%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%AA-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9) را  نیز شامل می شد. همچنین به راهکار هایی در خود داشت که باید در درون شرکت و یا نهاد و یا سازمانی که در آن کار تجارت را انجام می دهیم، تا بتوانیم تجارت موفقی در [تجارت الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%DB%8C%D9%81-%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%AA-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA) داشته باشیم.

[کسب و کار الکترونیکی](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%DA%A9%D8%B3%D8%A8-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA) **شامل این موارد می باشد:**

* [تجارت الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%DB%8C%D9%81-%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%AA-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA)
* هوشمندی شرکت ها
* مدیریت روابط شرکت ها
* مدیریت زنجره ی تامین منابع داخلی شرکت
* برنامه ریزی بر روی منابع شرکت

# تفاوت تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک چیست؟

همان گونه که در تعریف [کسب و کار الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%DA%A9%D8%B3%D8%A8-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA) گفتیم، [کسب و کار الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%DA%A9%D8%B3%D8%A8-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA) معنایی جامع تر از تجارت الکترونیک را دارد.

[تجارت الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA/%D9%85%D9%81%D8%A7%D9%87%DB%8C%D9%85-%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%AA-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9)، بیشتر بر روابط خارجی و بیرونی شرکت ها و افراد از طریق وب سایت ها تکیه دارد، در حالی که [کسب و کار الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%DA%A9%D8%B3%D8%A8-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA) علاوه بر این ارتباطات خارجی شرکت ها و سازمان ها، به راهکارهایی که باید در درون شرکت و یا نهاد و یا سازمانی که در آن کار تجارت را انجام می دهیم، تا بتوانیم تجارت موفقی در [تجارت الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA/%D9%85%D9%81%D8%A7%D9%87%DB%8C%D9%85-%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%AA-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9) داشته باشیم، تمرکز و توجه نیز دارد.

# انواع کسب و کار الکترونیکی چیست؟

همانگونه که گفتیم [کسب و کار الکترونیکی](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%DA%A9%D8%B3%D8%A8-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA) که ما از طریق [طراحی سایت](http://sitedesign-co.com/) ها به آن می خواهیم دست پیدا کنیم، شامل، تلفیق و پیوند دادن سیستم ها، فرآیند های درون سازمانی، زنجیره تامین منابع می باشد، که با استفاده از اصول و فناوری های [طراحی سایت جدید](http://sitedesign-co.com/)و ابزار اینترنت مناسب به این هدف دست خواهیم پیدا کرد.

[کسب و کار الکترونیک](http://sitedesign-co.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA/%DA%A9%D8%B3%D8%A8-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%A7%D9%84%DA%A9%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%DB%8C%DA%A9-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA) را بسته به نوع ارتباطات در آن، در 8 مدل معرفی می نمایند:

* مصرف کننده با مصرف کننده ( C to C  )
* شرکت با شرکت ( B to B  )
* شرکت با مصرف کننده ( B  to C  )
* مصرف کننده با شرکت ( C  to B  )
* شرکت با دولت ( B  to G  )
* دولت با مصرف کننده ( G to C  )
* شرکت با کارکنان ( B to E  )
* دولت ها با دولت ها ( G to G)

**تعریف پرداخت الکترونيکي:**

1. ارائه خدمات مالي از طريق شبکه هاي ثابت و بي سيم اينترنت و ساير شبکه هاي کامپيوتري به بنگاه‌هاي اقتصادي ، افراد و خانوارها .
2. عبارت است از پرداخت پول در مقابل كالا و خدمات در تجارت الكترونيك از طريق وسايل الكترونيكي بخصوص اينترنت .
3. پرداخت اینترنتی به پرداختن پول از طریق اینترنت، در قبال دریافت کالا یا خدمات اطلاق می شود به طوری که این پرداخت بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک یا فروشگاه و از طریق اینترنت انجام شود. در واقع خریدار با استفاده از کارت بانکی خود می تواند از اینترنت خرید کند و پول آن را همان موقع پرداخت نماید.

**ويژگي هاي يک روش پرداخت الکترونيکي مناسب**

1. امنيت 2- قابليت بررسي 3- کارايي 4- قابليت اطمينان 5- مقياس پذيري 6- قابليت مجتمع شدن 7- قابليت پذيرش

8- هزينه پايين 9- گمنامي 10- عدم تكذيب11-تقسيم پذيري

دید کلی :

هدف کلی از تجارت الکترونیک اینکه تجارت‌ الكترونيك‌ واژه‌ معادلي‌ است‌ براي‌ خريدوفروش‌ محصولات، خدمات‌ و اطلاعات‌ به‌وسيله‌ زيرساختارهاي‌ شبكه‌اي و به‌ معني‌ اطلاع‌رساني، تبليغات‌ و خريدوفروش‌ كالاها و خدمات‌ و حفظ‌ و برقراري‌ روابط‌ تجاري‌ ازطريق‌ سيستم‌هاي‌ مخابراتي‌ و ابزارهاي‌ پردازش‌ داده‌ها است.

‌ ‌ويژگي‌ اصلي‌ همه‌ اين‌ فعاليتها تسهيل‌ فرايندهاي‌ تجاري، حذف‌ فرايندهاي‌ غيرضروري‌ در انجام‌ امور بازرگاني‌ و كاهش‌ هزينه‌ها ازطريق‌ بهبود و افزايش‌ هماهنگي، كاهش‌ هزينه‌هاي‌ اداري‌ به‌ويژه‌ هزينه‌ مكاتبات‌ و كاغذبازي‌ و بهبود دسترسي‌ به‌ بازار و افزايش‌ تنوع‌ براي‌ مشتريان‌ به‌ معناي‌ عام‌ است و همچنین راحت کردن کار مردم

منابع و ماخذ:

1-سيدابراهيم‌ ابطحي، متن‌شناسي‌ ساخت‌ يافته‌ فناوري‌ بزرگراههاي‌ اطلاعاتي‌ در زبان‌ فارسي، ص‌ 66، تهران، وزارت‌ كشاورزي، اداره‌ كل‌ آمار واطلاعات، 1376.   
2-دكتر بيژن‌ هاشمي‌ ملايري‌ و فريده‌ باستاني، مقدمه‌اي‌ بر اينترنت‌ و شبكه‌ وسيع‌ جهاني، بخش‌ اول، مجله‌ علوم‌ پزشكي‌ تربيت‌ مدرس، تابستان‌ 77 شماره‌ 1; ص‌ 111.   
3- دكتر بيژن‌ هاشمي‌ ملايري‌ و فريده‌ باستاني، مقدمه‌اي‌ بر اينترنت‌ و شبكه‌ وسيع‌ جهاني، بخش‌ اول، مجله‌ علوم‌ پزشكي‌ تربيت‌ مدرس، تابستان‌ 77 شماره‌ 1 ص‌ 112.

4- مژده قزل ایاغ، تجارت الکترونیکی مبتنی بر اینترنت، همایش جهانی شهرهای الکترونیکی و اینترنتی، 1380.

5- نیلی ، هادی و بوالحسنی ، حمید رضا ؛ بررسی کاربردها و آثار تجارت الکترونیک در توسعه صادرات ، همایش ملی تجارت الکترونیک در سال 1386

6- هاشمی ، سید مجید ، بررسی تاثیر کاربری تجارت الکترونیک بر میزان صادرات ، همایش ملی تجارت الکترونیک در سال 1386

7- <http://sitedesign-co.com>

www.iriran.net/help/ecommerce.php-8

9- سایت ایرانیان [http://www.iriran.net](http://www.iriran.net/)

**10- golzar-it.persianblog.ir**

**بيان مساله و اهميت و ضرورت تحقيق**

براي دسترسي آسان و سريع و مطمئن به اطلاعات تجاري و فرصتهاي سرمايه گذاري و انجام معاملات بازرگاني در حداقل زمان و هزينه ممكن و رسيدن به رشد و توسعه اقتصادي پايدار و داشتن سهم بيشتر در تجارت جهاني، مجهز شدن به فن آوريها و ابزار و امكانات و زير ساختارهاي اساسي براي بهره­گيري از شيوه­هاي نوين تجارت، امري ضروري است. تجارت الكترونيك و مبادله الكترونيكي داده ها (EDI)از جمله شيوه هايي است كه تحقق آن تحولي عظيم در ساختار اقتصادي كشور ايجاد خواهد كرد. شركت­ها و سازمان‌ها همواره نسبت به تحولات محیط بیرون حساس بوده و بهترین گزینه‌ها را در بهترین زمان برای دست‌یابی به منفعت و موقعیت بهتر در رقابت انتخاب می‌نمایند که باعث ایجاد فاصله بزرگی با سایر سازمان‌هایی خواهد شدک که درک مناسبی از تحولات محیطی به‌خصوص فناوری‌‌ها ندارند. برخورداری بنگاه‌های اقتصادی از فناوری اطلاعات و ورود به عرصه تجارت الکترونیکی در دهه اخیر نه به عنوان یک کیفیت و رویکرد انگیزشی بلکه یک رویکرد پایه‌ای تلقی شده و در عرصه رقابت هوشمندانه موجود در تمامی عرصه‌های خدماتی و تولیدی یک ضرورت برای بقاء و تداوم حضور در صنعت می‌باشد. همچنين مهمترين پيامد جهاني شدن اقتصاد كشورها رشد تجارت الكترونيك است كه عناصر آن بازار الكترونيك، تبادل الكترونيك داده و تجارت اينترنتي هستند كه مبين ارتباط تنگاتنگ بين فناوري اطلاعات و ارتباطات با فرايندهاي بازار و مديريت است. بنابراين، براي باقي ماندن مديران در عرصه رقابتهاي اقتصادي بايد ابزارهاي مختلف اطلاعاتي و ارتباطي با ديدي روشن و طبق نيازهاي سازمان تامين و راه اندازي شوند. درنهايت آنچه در راستاي تجارت الكترونيك براي مديران داراي اهميت است بسترسازي مطلوب براي توسعه فناوري اطلاعات و ارتباطات در ساختار سازماني توأم با شناخت كافي و نگرش مثبت مديران به ضرورتهاي حضور اين پديده در روند فعاليتهاي سازمان است. تجارت بين المللي در حال تحولي شگرف و عميق است و كشورهايي كه به تكنولوژي تجارت الكترونيكي و مبادله الكترونيكي داده ها نائل نشوند از محيط تجارت جهاني حذف و منزوي خواهند شد.

آزمون :

**نام آزمون تجارت الکترونیک**

من به علتی نام آزمون خود را تجارت الکترونیک گذاشتم که انجام کلیه فعالیتهای تجاری با استفاده از شبکه های 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 ونقل کالاها ، با زحمت کمتر و مبادلات بانکی شتاب بیشتر انجام خواهد شد .

[تحولات آتي تاثيرگذار بر مسئله](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124575) **:**

اگر تغییری در سیستم شود کار مردم زود انجام می شود خود همین خرید و فروش یه نوع تجارت با زمان کم است پس برای کسانی که به زمان زیادی احتیاج دارند بهتر است.

* بازارهای الکترنیکی را تعریف نموده و اجزاء آن را آنها را ذکر نمائید.
* انواع بازارهای الکترونیکی را ذکر نموده و ویژگی های آنها را تشریح کنید.
* زنجیره تأمین و زنجیره ارزش را تعریف نموده و به نقش آنها پی ببرید.
* نقش واسطه ها در تجارت الکترونیکی را توصیف کنید.
* مباحث رقابت، کیفیت و نقدینگی را در بازارهای الکترونیکی تشریح نمائید.
* کاتالوگ های الکترونیکی ف چرخ دستی های خرید و موتورهای جستجو را توصیف نمائید.
* انواع مختلف حراجیها را بیان نموده و ویژگیهای آنها را مشخص کنید.
* مزایا، محدودیتها و تأثیرات حراجیها را بیان نمائید.
* تأثیر بازارهای الکترونیکی بر روی سازمان ها را بیان نمائید.

[جايگاه پروژه در رفع مشکلات فعلی](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124576) **:**

اگر فاکتور های بالا برای تهیه یک استراتژی کلی تجارت الکترونیک قابل استفاده باشد باز هم با مشکلاتی مواجه خواهیم بود. این مشکلات عبارت خواهند بود از:

عدم موفقیت در درک مشتریان، چرا مشتریان خرید می کنند و چگونه خرید می کنند. گاهی اوقات یک محصول با ارزش بالا می تواند به خاطر عدم درک صحیح انگیزه ها و انتطارات مشتریان جایگاه خود را در بازار از دست بدهد. این گونه موارد با بررسی و تحقیقات بازاریابی قابل جلوگیری است.

عدم موفقیت در موقعیت های رقابتی. شما باید قادر باشید مدل های کسب و کار را در جهت تداوم و به دست آورن موفقیت در بازار رقابتی پیاده سازی کنید. آیا آمادگی رقابت با شرکت آمازون را دارید؟ این گونه مشکلات می تواند با توجه به رقبا، ابتکار شما، تحقیقات بازار کمتر شود.

توانایی پیش بینی فعل و انفعالات محیطی: رقبا چه خواهند کرد؟ آیا آنها نام تجاری یا وب سایتهایی را برای پیروزی در بازار مطرح خواهند کرد. آیا آنها نسبت به سرویس هایی که ارائه می کنند پشتیبیانی لازم را ارائه می کنند؟ آیا آنها در سایت های شما اقدامات خرابکارانه خواهند کرد؟ آیا جنگ قیمت به راه خواهند انداخت؟ دولتها چه نقشی خواهند داشت؟ تمام این سوالات می تواند با توجه همه جانبه و ایجاد سیستمی در جهت بررسی اجمالی تغییرات محیطی پاسخ داده شود.

برآورد های فراتر از توانمندی سازمان. آیا نیروها، توان سخت افزاری، توان نرم افزاری و سیستم های پردازش شما می توانند استراتژی جدیدی را پیاده سازی کنند؟ آیا با استخدام کارمندان و گزینش شیوه های مدیریتی احتمال شکست وجود دارد؟ این مورد می تواند با برنامه ریزی کامل برای منابع سازمانی و آموزش دقیق کارکنان حل شود.

عدم موفقیت در هماهنگ سازی. این مشکل می تواند با طراحی یک ساختار سازمانی همه جانبه نگر، مسئولیت ساز و قابل انعطاف حل شود.

عم موفقیت در پیدا کردن کارمندان مناسب

عدم موفقیت در پیدا کردن مدیران مناسب

  عدم تخمین صحیح زمان مورد نیاز. اقدام به پیاده سازی سیستم تجارت الکترونیک برای سازمان به زمان و پول قابل توجهی نیاز دارد و عدم توجه صحیح به زمان و رعیت ترتیب مناسب در برنامه ها می تواند هزینه های قابل توجهی به همراه داشته باشد. که می تواند با لحاظ کردن زمان های احتمالی این هزینه ها را کاهش داد.

  عدم موفقیت در حرکت در مسیر برنامه. این مشکل را می توان با محک زدن، برجسته کردن، پیگیری اختلافات و مشکلات و جریمه اقدامات اشتباه و تشویق اقدامات درست و بالابردن شفافیت کار حل کرد.

**مشكلات، موانع و چالشهای تجارت الكترونيك در ايران**  
الف-  موانع ساختاري  
ب-  موانع قانوني  
ج-  موانع فني  
د-  موانع فرهنگي

مشكلات، موانع و چالشهای تجارت الكترونيك در ايران  
الف-  **موانع ساختاري**  
\*  ناسازگاري نظام بانكي كشور(ويژگي سنتي) با تجارت الكترونيكي.  
\*  حفظ اطلاعات اقتصادي بمنظور جلوگيري از سرقت آنها توسط رقبا.  
\*  عدم تأمين امنيت لازم براي انجام مبادلات الكترونيكي و محرمانه ماندن اطلاعات مربوطه.

مشكلات، موانع و چالشهای تجارت الكترونيك در ايران  
ب-  **موانع قانوني**  
\*  فقدان يا نارسايي قوانين مربوط به تجارت الكترونيك.  
\*  نبود يا نارسايي‌هاي روش دريافت  و پرداخت پول به شيوة الكترونيك در چهارچوب نظام بانكي .  
\*  فقدان زمينه‌هاي حقوقي لازم و كافي براي استفاده از تجارت الكترونيكي.  
\*  عدم عضويت و اجراي قانون كپي‌رايت.

مشكلات، موانع و چالشهای تجارت الكترونيك در ايران

ج-  **موانع فني**  
\* نارسايي  زيرساختهاي لازم در سیستم مخابراتی کشور   
\* نفوذ به شبكه‌هاي خصوصي بمنظور انواع كلاهبرداري ‌هاي  مالي و غيرمالي.  
\* ناكارائي نظام بروكراتيك دولتي.  
\*عدم تواناييهاي فني (سخت افزاري \_ نرم افزاري)  براي مقابله با سوء استفاده‌كنندگان و برقراری امنیت   
\*كمبود آگاهي و دانش لازم مديران عالي جامعه از كاركردهاي تكنولوژي جديد.

مشكلات، موانع و چالشهای تجارت الكترونيك در ايران  
د-  **موانع فرهنگي**  
\*  عدم اطلاع كافي مؤسسات بزرگ و كوچك داخلي از مزاياي تجارت الكترونيك.  
\* كمبود دانش و فرهنگ استفاده از تجارت الكترونيكي.  
\* وجود باورهاي منفي ناشي از تبليغات رسانه‌هاي سنتي.  
                    
مشكلات، موانع و چالشهاي تجارت الكترونيك در ايران  
4 - **موانع فرهنگي**  
\*  فقدان فرهنگ استفاده از پول الكترونيك.  
\*  جوان بودن تجارت الكترونيك در ايران و جا نيافتادن آن بدليل تبليغات منفي.  
\* پيرذهني مديران جامعه و درنتيجه ايستادگي در برابر دگرگوني.

[بررسي تبعات انجام پروژه از لحاظ بهبود امور](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124577):

بخشی از این عوامل به طور فهرست وار عبارتند از:

الف: ضعف شبکه ارتباطی داده‌ها و نبود پی بستر مناسب ملی در کشور، عدم وجود سیستم‌های سخت اقراری مناسب و نبود شرکت‌های خدماتی قوی پشتیبانی همه‌گیر جهت ایجاد نصب و نگهداری شبکه‌ها و سایت‌های مورد نیاز نه نقاط مختلف کشور.

ب: همه‌گیر نبودن فرهنگ کاربری مناسب از کامپیوتر در بین عامه مردم ایران و گران بودن آن نسبت به درآمد در سطح کشور.

ج: علاقه سنتی مردم به حضور فیزیکی در بازار به دلیل عدم اعتماد و ناآشنا بودن به اینگونه پدیده‌های نوین و دلایل فرهنگی.

د: گستردگی فراوان مغازه‌ها، فروشگاه‌ها و مؤسسات عرضه کننده کالا در مقایسه با سایر کشورهای توسعه یافته جهانی که ترس از بیکاری را در پی دارد.

ه: عدم گسترش شبکه بانکداری الکترونیکی کشور.

و: آشنا نبودن عامه مردم با کارتهای اعتباری و مزایای آن در مقایسه با پول نقد و مشکلات ناشی از آن.

ز: پایین بودن درآمد سرانه مردم ایران در مقایسه با کشورهای توسعه یافته که معمولاً مشکل اعتباری را به دنبال دارد.

ح: وجود برخی از ابهامات فقهی قابل پیش‌بینی که ظاهراً در مقابل با تجارت الکترونیکی‌ می‌باشد و می‌بایست توسط فقها ریشه‌یابی و حل و فصل گردد.

ط: مسأله حفاظت و امنیت تجاری در شبکه‌های کامپیوتری و نبود دادگاه‌های الکترونیکی.

ی: نیاز نه سرمایه‌گذاری اولیه و گسترده جهت ایجاد فروشگاه الکترونیکی و دوره انتظار طولانی جهت سوددهی و بازگشت سرمایه به دلیل نامأنوس بودن مردم با این قبیل فروشگاه‌ها.

ک: تئوریزه نوبدن مراحل تشکیل فروشگاه اینترنتی و عدم آشنایی و کم تجربگی برخی از سرمایه‌گذاران ایرانی در طراحی و تأسیس آن.

در صورت بی‌توجهی به تجارت الکترونیک و اصرار بر شیوه‌های سنتی، درآینده نه چندان دور به احیاء در صحنه سیاست‌های اقتصادی جهانی متصل گردیده و به حاشیه رانده خواهیم شد. بنابراین می‌بایست از هم اکنون اقدامات بنیادی و ریشه‌ای را جهت اتخاذ زمینه‌های لازم به منظور رشد و توسعه تجارت الکترونیک به عمل آوریم.

برخی از راه‌کارها و اقدامات اجرایی لازم عبارتند از:

الف: گسترش شیوه‌های نوین بازرگانی، کدگذاری کلیه کالاها و اقلام تولیدی (بارکد) با استفاده از استانداردهای بین‌المللی.

ب: ایجاد دوره‌‌های آموزشی به منظور آشنایی بازرگانان و صاحبان مؤسسات تجاری و صنعتی با تجارت الکترونیک.

ج: ایجاد برخی تغییرات در سیستم آموزشی عمومی (از دوره ابتدایی تا دبیرستان)جهت گسترش فرهنگ تکنولوژی اطلاعات.

د: بررسی برخی از مسائل تجارت الکترونیکی دارای الهام از بعد حقوقی و فقهی (مانند استناد به دیسکت‌های اطلاعاتی و اطلاعات موجود در کامپیوتر به جای اسناد مکتوب و کاغذی).

ه: گسترش شبکه بانک‌های الکترونیکی و اینترنتی و توسعه کارتهای اعتباری به جای پول نقد.

و: اصلاح ساختار تجاری کشور و تهیه قانون تجارت الکترونیک و زمینه‌سازی جهت مشارکت عامه مردم.

ز: ایجاد ارتباط گسترده و قانونمند با سازمان‌های معتبر بین‌المللی در زمینه تجارت الکترونیک و گسترش فرهنگ آن در جامعه.

[بررسي تاثير انجام پروژه در افزايش دقت و سرعت عمل](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124578) :

بررسی سرعت باعث افزایش کاربر میشود مثلا برقراری سریع ارتباط باصفحات وب شما در اینترنت نیز در حد خود بسیار مهم است. حتی سریعترین اجرای صفحات ، از سطحی از ارتباط متاثر می‌شوند که Web Host شما در اینترنت دارا می‌باشد. اگر بازدیدکنندگان مجبور شوند که برای مشاهده یک صفحه 30 ثانیه صبر کنند، دچار مشکل می‌شوید و پس از مدتی هیچ مشتری نخواهید داشت؛ چرا که 30 ثانیه انتظار در اینترنت معادل 30 دقیقه زمان عادی است. استقرار شبکه‌های [فیبر نوری](http://daneshnameh.roshd.ir/mavara/mavara-index.php?page=%D9%81%DB%8C%D8%A8%D8%B1+%D9%86%D9%88%D8%B1%DB%8C) در اتصالات اینترنت باعث افزایش و اعتبار ارتباطات اینترنتی شده است. این شبکه فیبر نوری به منزله ستون فقرات شبکه ارتباطی شناخته می‌شود. بهتر است Web Host شما به این شبکه فیبر نوری متصل باشد. چرا که میلیونها وب سایت به این ستون فقرات متصل هستند و سرعت کار بیشتر میشود و همچنین به زمان کمتری کارتون انجام می شود .

[بررسي تبعات انجام پروژه از لحاظ کاهش هزينه‌ها](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124579) :

انواع مصرف و عوامل موثر بر آن:

مصرف در لغت يعني استفا ده از کالاها و خدمات که به دوشکل زیر است:

الف ) مصرف نهایی کالا وخدمات خانوار که با هدف کسب رضایت خاطر صورت می گیرد. این مصرف به صورت عمده توسط خانواده ها انجام می شود و هزینه های خدمات و کالاهای نهایی مصرف توسط دولت و موسسات غیرانتفاعی را نیز در بر می گیرد براین اساس مصرف نهایی را به مصرف خصوصی و دولتی نیز تقسیم می کنند. هدف مصرف کننده(خانوار ) کسب رضایت خاطر بیشتر و هدف دولت یا موسسات غیر انتفاعی، کسب حداکثر رفاه برای جامعه است.

ب ) مصرف واسطه ای به استفاده از کالاها و خدمات با هدف انجام تولید کالاها و خدمات نهایی یا واسطه ای دیگر گفته می شود. به این نوع کالاها و خدمات، مواد اولیه و مصارف واسطه ای تولید نیز گفته می شود. (عزتی،1388 )هدف نهایی تولید کننده کسب منافع بیشتر است پس نوع هزینه ها را می توان به هزینه های مصرفی خانوار یا افراد ، موسسات غیر انتفاعی و دولتی و مصرف واسطه ای تفکیک کرد.

**نقش تجارت الكترونيك در اصلاح الگوي مصرف:**

يكي از راههاي اصلاح الگوي مصرف، کاهش هزينه ها‏ي موجود با استفاده از فناوري‏هاي نو در كشور است، فناوري‏هايي كه موجب تغيير كسب وكار از روش سنتي به مدرن گرديده است . يكي از اين فناوري ها وجود اينترنت است كه موجب تجارت الكترونيكي گرديده است.

ر قابت در صحنه‏ي بازارهاي بين المللي صادركنندگان را وادار مي‏سازد تا براي پاسخگويي به نياز مشتريان و بازارها وهمچنين براي بهبود كيفيت محصولات خود، به فناوري پيشرفته و مؤثر دانش بازار و تحقيق و مديريت بهتر روی ‏آوردند و اينترنت به عنوان ابزاري براي افزايش كارايي تجاري مورد پذيرش همگان در بازارهاي جهاني قرارگرفته است

تجارت الكترونيك موجب اصلاح الگوي مصرف وقت و هزينه گرديده است كه بصورت متنوع در ذيل به آنها مي‏پردازيم:

**جستجوي اينترنتي:**

هنگامي كه مشتري نياز به كالايي داشته باشد براي خريد آن بايد زماني از وقت خود را صرف يافتن آن در بازارهاي مختلف نمايد كه خود ضمن اتلاف وقت و زمان موجب صرف هزينه‏هاي مختلف مانند هزينه‏هاي اياب وذهاب و نيروي انساني و ... مي‏گردد. چون يافتن كالا با كيفيت مورد نظر و خدمات مورد نياز و قيمت مناسب هزينه بر مي‏باشد، با جستجوي اينترنتي مشتريان با بررسي سايتهاي فروشندگان مختلف ضمن حذف هزينه هاي گوناگون با مقايسه‏ي كالاهاي شركتهاي مختلف كالاي مورد نياز خود را در اسرع وقت مي‏يابند یعنی در جستجوی سنتی با مصرف مختلف منابع خربدار محصول خود را میابد ولب در جستجو گری اینترنتی نحوه پیدانمودن محصول مورد نظر اصلاح می گردد و در خیلی از هزینه ها صرفه جویی می گردد.

**خريد سريع وتبادل اطلاعات آني:**

در صورت انتخاب كالا توسط مشتري، خريدار و فروشنده ميتوانند بصورت آنلاين ارتباط داشته باشند و در همان لحظه مشتري كالاي مذكور را خريداري و وجه را بصورت الكترونيكي پرداخت نمايد كه خود ضمن حذف هزينه هايي را در بردارد بطوری که خرید سنتی با مصرف منابعی خرید انجام می شود مثل پرداخت وجه که انتشار پول با هزینه های کلان تهیه می شود که ایجاد بانکداری الکترونیک موجب کاهش و حذف پول کاغذی و استفاده از کارتهای بانکی می گردد و این هزینه های انتشار پول کاهش و یا حذف می گردد .

**تبليغات:**

فروشندگان يا تجار با اين نوع تجارت بدون پرداخت هزينه هاي زياد براي تبليغات وآگهي ها ي مختلف بصورت ساده توسط وب سايت به معرفي وسيع وكم هزينه برند شركت مي‏پردازند.

**حذف واسطه ها:**

در خريد و فروشهاي سنتي واسطه هاي مختلفي بين خريدار و فروشنده قراردارد كه موجب فروش كالا با قيمت بالا مي‏گردند كه وجود واسطه ها ضمن ايجاد هزينه‏هايي براي دولت وكشور مي‏گردند وكالا را با قيمت‏هاي چند برابر به خريدار مي‏رسانند و حذف این واسطه ها موجب اصلاح توزیع کالا با قیمت مناسب و حتی بهای تمام شده و کاهش هزینه مصرف عموم می شود.   
درواقع تجارت الکترونیک به نوعي موجب مي‏شود هزينه ها به صورت زنجيره اي در كشور كاهش يابند و اين اصلاح الگوي مصرف را نتيجه مي‏شود. انجام پرداختها و دریافتها با کارتهای اعتباری، تولید کالاها با توجه به نيازها ودرخواستها، كاهش هزينه‏هايي همچون انبارداري، بالا رفتن کیفیت کالاهاجهت رقابت، اصلاح الگوی مصرف کارخانجات و حذف هزینه هایی که دارای ارزش افزوده در تولید و خدمات نیستند، گسترش بازارهاي فروش و كاهش تبليغات تجاري، جلوگيري از اتلاف وقت مشتريان و فروشندگان جهت بازاريابي، كاسته شدن حمل ونقل براي امور تجاري وحذف كاغذ از انجام فعالیتها ، { اگرشركتی بخواهد كالاهايي را خريداري كند بايد به صورت بررسي در شركتهاي تجاري و انجام استعلام از چند شركت با صرف هزينه‏هاي مختلف پس از بررسي مجدد به شركت تجاري پذيرفته شده برود وپس از انعقاد قرارداد با دادن چك كالارا خريداري نمايد كه خود مستلزم پرشدن دهها فرم جهت استعلام ، درخواست خريد، مجوزات لازم در صورت خريد از شركت تجاري، صدورچك و غيره مي‏باشد ومجددا" عكس آن نيز براي شركت تجاري فروشنده تا دريافت چك از بانك اتفاق مي‏افتد}را می توان نمونه ای از اصلاح الگوی مصرف در زمینه تجارت الکترونیک دانست. امروزه با الكترونيكي شدن تجارت كليه اين امور بدون نياز به رفت وآمد فيزيكي فقط با رايانه از طريق اينترنت انجام مي‏شود كه خود موجب كاهش هزينه‏هاي زيادي چه براي شركتها وچه براي كشور وصرفه جويي در وقت مي‏ گردد.

[تشريح موقعيت محصول :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124580)

سوالی که ممکن است هم اینک مطرح شود این است که تجارت الکترونیک غیر از مواردی که پیش از این به آن اشاره شد چه فایده ای دارد .

# مزایا تجارت الکترونيکى :

* تحقیقات بازاریابی از طریق اینترنت آسان تر، سریع تر و کم هزینه تر انجام می گیرد
* مدیریت صحیح اطلاعات از طریق اینترنت
* کاهش هزینه ها ، صرفه جویی در وقت و تلاش
* معرفی وسیع تر و کم هزینه تر برند شرکت
* حذف واسطه ها و برقراری ارتباطات بهتر و آسان تر با تولیدکنندگان کالاها و مشتریان
* حذف مرزهای جغرافیایی و دسترسی سریع تر به بازارهای جهانی
* تبلیغات سریعتر و ارزانتر از طریق اینترنت.
* در تجارت الکترونیکی تأخیر ناشی از تهیه و ارسال مدارک از بین می رود
* در تجارت الکترونیکی از آنجا که داده ها به دفعات وارد سیستم نمی شوند احتمال بروز خطا کاهش می یابد.
* در تجارت الکترونیکی به علت اینکه زمانهای تأخیر کاهش می یابد جریان اطلاعات از روانی و اطمینان بیشتری برخوردار خواهد بود.
* کاهش هزینه های اجتماعی : تجارت الکترونیکی باعث کاهش هزینه های رفت و آمد افراد, صرفه جویی در وقت, کاهش ترافیک, کاهش آلودگی هوا, شلوغی معابر و سایر هزینه های اجتماعی می گردد.

# معايب تجارت الکترونيکى :

# تأثير ناشناخته آن بر روابط اجتماعى انسان‌ها

* کاهش حجم فروش
* کاهش نيروى شاغل (افزايش نرخ بيکاري)
* کاهش سرمايه‌گذارى صنعتي
* کاهش توليد شرکت‌هاى ورشکسته
* کاهش سهام صنعت در توليد ناخالص داخلي
* کاهش نيازهاى ارزى کشور براى تأمين احتياجات جامعه جوان و روبه‌رشد کشور
* افزايش ميزان استقراض خارجى و بدهى‌هاى کشور
* کاهش درآمدهاى مردم و سطح زندگى آنها که در تباين با اهداف کلان سازمان جهانى تجارت است.

[موقعيت و گستردگی جغرافيايي حرفه :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124581)

ايجاد و توسعه سريع شبكه اينترنت امكان مبادله سريع اطلاعات را فراهم كرد و به تدريج به افزايش قابليت هاي جديد اينترنت شكل جديدي از تجارت به وجود آمد كه امروزه به تجارت الكترونيك معروف است. تجارت الكترونيك به دليل سرعت، كارآيي، كاهش هزينه ها و بهره برداري از فرصتهاي زود گذر، عرصه جديدي را در رقابت گشوده است تا آنجا كه گفته مي شود، عقب افتادن از اين سير تحول نتيجه اي جز منزوي شدن در عرصه اقتصاد جهاني نخواهد داشت.  
بنابراين از يك سو با تجارت الكترونيك به عنوان بستر اشتغال زائي جهاني روبرو هستيم و از سوي ديگر با كار آفريناني مواجه مي شويم كه هر روز فرصتهاي جديدي را براي جويندگان شغل و كار در فضاي مجازي ايجاد مي كنند. در نتيجه اقتصاد دنياي امروز بر پايه نوآوري، خلاقيت و استفاده از دانش به ويژه دانش اطلاعات و ارتباطات استوار است، چنين اقتصادي را اقتصاد مبتني بر دانش يا اقتصاد دانش محور مي گويند. در اقتصاد مبتني بر دانش، نوآوران و صاحبان فكر سرمايه هاي اصلي شركت هاي توليدي و كار آفرين هستند.

تجارت الکترونیکی در این سال ها با استقبال بسیاری مواجه شده است که کلیه شبکه های روزنامه ای و رسانه ای و کل جهان و کارشناسان به بررسی این مسئله پرداخته اند

1-خریداران:

به افرادی گفته می شود که با استفاده از توان مالی خود به خرید محصول کالا می پردازند .  
 2-فروشندگان:

به افرادی گفته می شوند که محصول یا خدمات مورد نیاز خریداران را تامین می کند که به دوصورت کلی می باشد :  
الف  - خرده فروش ها : به افرادی گفته می شوند که مستقیما محصول یا خدمات را در اختیار متقاضیان قرار می دهند  
ب - عمده فروش ها یا عوامل فروش : به افرادی گفته می شود که محصوات یا خدمات را در اختیار خرده فروشان قرار می 3-

3 - تولید کنندگان :

به افرادی گفته می شوند که محصول یا خدماتی را ایجاد کرده و در اختیار فروشندگان قرار می دهند

[شرح ذينفعان و كاربران :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124582)

از نظر کاربران تجارت الکترونیک تجارتی که انجام کلیه‏ی فعالیت های تجاری با استفاده از شبکه‏های ارتباطی کامپیوتری به ویژه اینترنت که به اصطلاح نوعی تجارت بدون کاغذ است. به وسیله‏ی تجارت الکترونیک تبادل اطلاعات خرید و فروش و اطلاعات لازم برای حمل و نقل کالا با زحمت کمتر و مبادلات بانکی باشتاب بیشتر انجام خواهد شدو توسعه دهندگان وب که در این زمینه فعالیت دارند می گویند که به معنی مدیریت روابط با مشتری است. یک استراتژی است که برای کسب آگاهی بیشتر در مورد نیازها و رفتار مشتریان برای ارتباط بیشتر با آنان استفاده می شود.و همچنین میتوان گفت :

خدمات بهتری به مشتری ارائه کند  
مراکز گویا را تاثیرپذیرتر کند  
فروش محصولات را تا حد زیادی موثرتر کند  
به پرسنل فروش برای زودتر معامله کردن (زودتر فروختن ) کمک کند  
فرآیندهای فروش و بازاریابی را ساده تر کند  
مشتریهای جدید بیافریند  
درآمدهای مشتری را افزایش دهد

# عوامل اصلی موفقیت در تجارت الکترونیکی

# عوامل متعددی وجود دارند که در موفقیت تجارت الکترونیکی نقش ایفاء می‌کنند. در ذیل به برخی از مهمترین عوامل اشاره می‌گرددو باعث ایجاد کاربر در سیستم می شود :

# ۱) ایجاد ارزش برای مشترکان: فروشندگان می‌توانند به این مورد بواسطه سفارش یک تولید یا خط تولید دست یابند همانگونه که در تجارت غیر الکترونیک وجود داشته و می‌توانند پتانسیل‌های مشتریان را در یک قیمت رقابتی جذب ‌کنند.

# ۲) ارائه خدمات و عملکرد کار با ارائه نمایندگی: برقراری ارتباط با مشتری از طریق روشهای جدید می‌تواند زمینه‌های نیل به هدف عملکرد و خدمت کارآمد را فراهم آورد.

# ۳) تدارک یک وب سابت جذاب: استفاده از رنگ گرافیک و انیمیشن گیرا، عکس‌ها و فونت‌ها و خلق فضاهای مناسب می‌تواند. این چشم‌انداز را فراهم نماید.

# ۴) تدارک جایزه و پاداش برای مشتریان: به خاطر خرید و مراجعت و معرفی خدمات به سایرین، ترفیعات و ارتقای روشهای فروش نظیر کوپن‌ها، خدمات ویژه و تخفیف، شرکت دادن در قرعه‌کشی‌ها، ایجاد لینک‌های وابسته به خدمات تکمیلی برای مشتری، پخش برنامه‌های تبلیغاتی مربوطه از طریق رسانه‌های فراگیر.

# ۵) تدارک خدمات ویژه شخصی: ایجاد وب سایتهای شخصی (ایمیل رایگان، پیشنهادهای خرید مطابق با سلیقه‌های روانشناسی و شخصیتی و سفارش ویژه خصوصی می‌تواند در موفقیت تجارت الکترونیک مؤثر باشد.

# ۶) تدارک فکر و مسئولیت اجتماعی: اتاق‌های ویژه گفتگو. گروههای بحث و تبادل نظر به صورت فیزیکی و به صورت مجازی، دریافت داده‌های مشتریان، انتقادات و پیشنهادات آنها، برنامه‌های مستمر و هدفمند می‌تواند به این هدف کمک نماید. ۷) قابلیت اطمینان پایایی و امنیت به کلیه فعالیت‌ها و خدمات کسب و کار: خدمات تکمیلی و نه موازی، سخت افزارجانبی و نه مازاد بر نیاز (اضافی)، وجود فناوری قابل اطمینان، اطلاعات شفاف غیرمهم در کسب و کار و احترام به اطلاعات مربوط به حیطه خصوصی افراد می‌تواند در بهبود و ارتقای این اطمینان موثر باشد.

# ۸) تدارک چشم‌انداز و منظر ۳۶۰ درجه: ارتباط با مشتری بدین معنی که کلیه کارکنان عرضه‌کنندگان و شرکاء یک نظر کامل دارند و همین منظر برای مشتری وجود دارد.

# ۹) فراهم نمودن زمینه‌ای برای دریافت کلیه تجارب مشتریان: مدیریت کسب و کار می‌تواند پتانسیل‌ها و امکانات و شیوه‌های برقراری کلیه راههای ارتباط با مشتری با تجربه زمینه را برای دریافت تجارت ایشان فراهم نماید. ۱۰) کارآمد ساختن فرآیندهای کسب و کار: این موضوع از طریق مهندسی مجدد و بکارگیری و فناوریهای اطلاعاتی و ارتباطی میسر خواهد گردید.

# ۱۱) ایجاد امکاناتی که مشتریان خودشان بدون نیاز به دستیار یا راهنما، راهنمایی و رهبری شوند. این امکان بواسطه تهیه یک سایت خودکار و جامع که کار با آن آسان ـ بدون نیاز به دانش فنی ـ باشد، امکان‌پذیر می‌گردد. ۱۲) بنا گذاشتن یک مدل کسب و کار بازرگانی: امروزه خیلی از کسب و کارهای تجاری موفق که سایت‌های آن در اختیار همگان قرار دارد. وجود دارند. که از مدل قوی و ریشه‌داری برخور دارند.

# ۱۳) مهندسی یک زنجیره «ارزش الکترونیکی» که در آن بر یک تعداد محدود و معینی از صلاحیت‌ها و قابلیت‌های اساسی تمرکز می‌کند. (مغازه‌های الکترونیکی می‌تواند به صورت تخصصی و یا به صورت عمومی به گونه‌ ای که خوب، برنامه‌ریزی شده باشد، ظاهر شوند.

# ۱۴) تنظیم و دایر کردن سازمان کسب و کار مبتنی بر هوشیاری و چابکی در پاسخ سریع به هرگونه تغییرات اقتصادی، اجتماعی و فیزیکی در محیط.

[مشخصات ذينفعان](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124583) :

##### **دیدگاه های مشتریان**

[درکی عمیق از مشتریان](http://www.yadbegir.com/new/?p=2699) و بازاری که مختص به شماست ضروری است تا بتوانید درباره کاربران خود تصمیم درستی بگیرید. باید نسبت به خواسته های آنان دقیق و حساس باشید باید متوجه باشید با چه کسانی روبرو هستید و در فرایند خرید از زمانی که مشتری تصمیم به خرید می گیرد تا رمانی که فرایند تکمیل می شود نقش شما تعیین کننده است با بی توجهی به راحتی می توانید نرخ کاربر به درآمد خود را به خطر بیندازید. این باید بخشی از استراتژی شما باشد.

##### **کارایی و قابل استفاده بودن**

اگر فقط روی کارایی و قابل استفاده بدون وب سایت خود کار کنید، خواهید دید که در نرخ تبدیل کاربر به درآمد نتایج بهتری کسب خواهید کرد. فقط با برداشتن موانع و ساده سازی روند انجام کار در وب سایت تان به کاربران خود کمک کرده اید کارهای خود را به ساده ترین شکل ممکن و بدون اذیت شدن انجام دهند به این ترتیب آنها در میانه راه وب سایت شما را ترک نمی کنند و این تجربه مطبوع را به خاطر خواهند داشت. به کاربران خود کمک کنید، تا به جیب خود کمک کرده باشید.

##### **اینرسی**

کاربرانی که وارد وب سایت شما می شوند برای کلیک کردن در مسیری که برای شما ارزش آفرینی می کند فکر می کنند. به عبارت دیگر یک اینرسی در برابر اقدام کردن دارند این اقدام همانطور که قبلاً هم گفته شد می تواند خرید کردن یا هر چیز دیگری که برای کسب و کار شما ارزشمند است باشد. در این میان [طراحی وب سایت](http://www.yadbegir.com/new/?cat=835)، [بهینه سازی](http://www.yadbegir.com/new/?cat=834)، [رنگ هایی](http://www.yadbegir.com/new/?p=572) که استفاده می کنید، شعار، بنری که طراحی می کنید و… همه باید در مسیری باشند که به کاربر کمک کنند بهتر تصمیم بگیرد و روی مسیر درآمد زایی شما کلیک کنند. باید این اینرسی را کم کنید یا تصمیم گیری را برای او ساده کنید و سرعت عمل او را افزایش دهید. باید از پیچیدگی زیادی پرهیز کنید و مسیر را برایش مشخص و آماده کنید تا نرخ تبدیل بالایی داشته باشید.

##### **اعتماد و اعتبار بالا**

نمی توان به نرخ تبدیل کاربر-درآمد بالا فکر کرد اما روی جلب اعتماد مشتری کار نکرد. این عاملی که به شما کمک کند نیست بلکه یک پیش نیاز و بسیار ضروری است. نمی توانید کاربری را که به شما اعتماد ندارد وادار به خرید کنید. این اصلی ساده و روشن است که کسی درباره آن شک ندارد.

با کار کردن و بهینه سازی وب سایت با توجه به عواملی که گفته شد می توانید وب سایت بهتری داشته باشید اما این فاکتور ها باید در جهت رسیدن به هدف کسب و کار یا سازمان شما سازماندهی شوند تا مشتریان خاص خود و بازار خاص خود را به بهترین شکل ممکن هدف قرار دهید و سود در خوری کسب کنید. فراموش نکنید رقابت سخت و نفس گیری در دنیای مجازی در جریان است و آنهایی برنده هستند که با چشم باز عمل می کنند و قواعد بازی را رعایت می کنند.

[كاربران اصلي سيستم و مشخصات آن ها :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124584)

* **چطور مطمئن شویم که یک گروه ارزش سرمایه گذاری ما را دارد؟**

چطور مطمئن شویم که گروهی که می خواهیم در آن فعالیت کنیم گروه مناسبی است و ارزش وقت گذاشتن ما را دارد. بهتر است با پاسخ دادن به سوالات زیر ارزش یک گروه را برای خود مشخص کنید:

* چه کسی مدیر گروه است؟ آیا خود مدیر گروه به خوبی در بحث ها شرکت می کند یا خیر؟
* قوانین گروه چیست؟ اگر قوانین مشخصی برای فعالیت در گروه وجود ندارد احتمال این که مدیریت گروه ضعیف باشد افزایش می یابد.
* آیا بیشتر بحث های مطرح شده در گروه مشارکت بالای اعضا را با خود به همراه دارد؟
* آیا لینک های تبلیغاتی زیادی وجود دارد و یا افراد زیادی به صورت واضح به تبلیغ مهارت های خود پرداخته اند؟ در این صورت احتمال این که اعضای گروه به دنبال دریافت نکات عمیق و حل مشکلات خود باشند کم است.
* آیا افراد تاثیر گذار در گروه (top influencer)  افراد قابل اتکا و حرفه ای هستند؟
* آیا مدیر گروه جزو افراد تاثیر گذار گروه است؟

نکته دیگر این که یادتان باشد تعداد اعضای یک گروه لزوما ارتباط مستقیمی با میزان کیفیت گروه ندارد. بنابراین فقط روی این نکته تصمیم گیری نکنید.

* **چطور در گروه مشارکت موثر داشته باشیم؟**

اگر فقط در گروه ها عضو می شوید که بتوانید محصولات یا خدمات خود را تبلیغ کنید کاملا وقت خود را تلف می کنید. هیچ کس به فردی که دائم در مورد خودش صحبت کند گوش نمی دهد. بلکه باید سعی کنید مفید واقع شوید و واقعا از تخصص خود در جهت کمک به افراد استفاده کنید. به همین منظور سعی کنید:

* از لینک های مرتبط و کاربردی خود(پست های وبلاگ خود) در پاسخ به پرسش ها و سوالات مطرح شده توسط اعضای گروه استفاده کنید.
* سوالات مناسب بپرسید و سعی کنید پاسخ عمیق و کاربردی ارائه کنید.
* در مباحث مطرح شده توسط اعضای گروه شرکت کنید و نظرات حرفه ای خود را با دیگران به اشتراک بگذارید.
* محتوای کاربردی، با معنی و جالب و مطابق با علاقه مندی اعضای گروه را ایجاد و به اشتراک بگذارید.

توجه داشته باشید کسانی که زیر پست های مربوط به حوزه کاری خود کامنت می گذارند سه برابر بیشتر مخاطبان را به پروفایل خود جذب می کنند. خوب است از کارمندان خود نیز بخواهید مشارکتی فعالانه در گروه های لینکدین داشته باشند و به پرسش های تخصصی پاسخ دهند و از تجربیات حرفه ای خود بگویند.

اگر در لینکدین فعال نیستید خوب است همین امروز شروع کنید. موثر باشید و روابط دوطرفه با مشتریان خود بسازید تا درنهایت رابطه ای برد-برد برای مشتریان و کسب و کار خود خلق کنید.

[انتظارات كلان ذينفعان و كاربران از سيستم :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124586)

انتظارات کلان از نظر کاربران باید نسبت به خواسته های آنان دقیق و حساس باشید باید متوجه باشید با چه کسانی روبرو هستید و در فرایند خرید از زمانی که مشتری تصمیم به خرید می گیرد تا رمانی که فرایند تکمیل می شود نقش شما تعیین کننده است با بی توجهی به راحتی می توانید نرخ کاربر به درآمد خود را به خطر بیندازید. این باید بخشی از استراتژی شما باشد.

بدون شک هر فردی می تواند یک وب سایت با ظاهر قابل قبول ایجاد کند، اما چگونه می توان طراحی وب سایت را به صورتی انجام داد که آن وب سایت برای شما پول ساز باشد و بازدیدکننده را به خود جلب کند؟

یا به اصطلاح به آهنریابی برای جذب مشتری تبدیل شود. این دو دلیل بسیار با اهمیت است و هر کسی قادر به انجام آن در طراحی سایت نیست. مهم نیست که شما چه کسی هستید یا وب سایت شما چه مورد استفاده ای دارد. به هر حال یکی از این دو معیار باید در طراحی سایت توسط طراح وب سایت تامین شود.

وب سایت شما که بیانگر کسب و کار الکترونیکی شماست باید بازدیدکننده را جذب کند: در غیر این صورت داشتن یک وب سایت هیچ فایده ای برای شما نخواهد داشت. حتی اگر شما فقط به منظور داشتن سرگرمی یا ارتباط با افراد خانواده، دوست و آشنا (بهتر است این کار با رسانه های اجتماعی انجام شود!) اقدام به ساخت و طراحی وب سایت نموده اید تا افراد آن را ببینند؛ اگر مایل به کسب در آمد از طریق وب سایت هستید پس هنوز هم به بازدیدکننده نیاز دارید و باید بتوانید آن ها را برای خرید از طریق وب سایت خود متقاعد کنید.

این بدان معنا است که باید با افراد تماس خود را حفظ کنید؛ باید آدرس ایمیل و نام و مشخصات بازدیدکنندگان وب سایت خود را نگه داشته و با آن ها در تماس باشید. به بازدیدکنندگان وب سایت خود پیشنهادات ویژه ارائه کنید یا به آنها اطلاعات ارائه نمائید تا در نهایت اعتماد ایجاد شده و آن ها از شما خرید کنند.

برای ایجاد شناخت و مواجه افراد با محصولات شما و ایجاد چشم انداز در وب سایت و به منظور فروش و در نهایت بازگشت افراد به وب سایتتان، تبلیغات بسیار ضروری است. در اکثر وب سایت ها که به شما نحوه ایجاد وب سایت را نشان می دهند، به شما نمی گویند که هنگام طراحی سایت باید ساختار وب سایت به گونه ای باشد که برای شما به اصطلاح کار کند.

این کار مانند خرید ماشین است. شما فقط برای این ماشین نمی خرید که در درون ماشین درست مانند تاکسی، فقط بنشینید و به مقصد خود بروید. باید یاد بگیرید چگونه آن را برانید. هنگامی که یاد گرفتید می توانید رانندگی کنید.

[نیازمندی های کارکردی اصلی](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124587) :

کاربران مبتدى که به اينترنت دسترسى دارند و از تجارت مبتنى‌بر اينترنت سود ميبرند، در هريک از مراحل چرخه تجارت با موانعى نيز مواجه مى‌گردند که بستگى به تجربه کاربر نيز دارد اما اين موضوع براى کاربرانى که براى اولين‌بار اقدام به انجام معامله ازطريق تجارت الکترونيکى مى‌نمايند، تفاوت دارد، آن‌ها معمولاً براى اولين‌بار از يک فروشگاه در خارج کشور و با استفاده از يک زبان غيرمأنوس خريد مى‌کنند.

* **اعتماد به کالاهايى که رؤيت نشده‌اند**

در يک فروشگاه واقعى شخص مى‌داند چه کالايى را دريافت مى‌کند آن را مى‌بيند و حتى آزمايش مى‌کند و اين برخلاف خريد يک کالا از فروشگاه الکترونيکى است که در اين‌گونه خريدها، خريدار تنها با توضيحاتى راجع به کالا يا خدمات و احتمالاً عکسى از آن روبروست.

* **آشنايى با چگونگى سفارش الکترونيکى**

صدور سفارش الکترونيکى مستلزم پرکردن فرم‌هايى است که براى کاربران مبتدي، تازگى دارد. کاربران اطلاعاتى را در فرم‌هاى سفارش پرمى‌کنند که بعضاً نگرانى سوءاستفاده از آن اطلاعات را نيز خواهند داشت.

* **اعتماد در پرداخت‌ها**

فرم‌هاى سفارش انواع مختلفى از اطلاعات را دريافت مى‌کنند ازجمله شماره کارت‌هاى اعتبارى که کاربر مى‌بايست به عدم سوءاستفاده از اين اطلاعات اعتماد کافى داشته باشد.

* **اعتماد به تحويل**

کالا سفارش داده مى‌شود و بهاى آن نيز پرداخت مى‌گردد اما آيا آن کالا تحويل خواهد شد؟ آيا بليطى که وجه آن پرداخت شده در فرودگاه تحويل مسافر خواهد گرديد؟ آيا سايتى که اقدام به اين معامله تجارى کرده يک سايت جعلى نيست؟ اين موارد ازجمله چالش‌ها و نگرانى‌هاى پيش‌روى کاربران تجارت الکترونيکى محسوب مى‌گردند.

* **اعتماد به خدمات پس از فروش**

در فروشگاه‌هاى واقعى کالاى معيوب مرجوع مى‌گردد اما اين نگرانى در يک خريدار الکترونيکى وجود دارد که درصورت وجود مشکل در کالا يا خدمات آيا مى‌توان از خدمات پس از فروش نيز استفاده کرد. اين موانع در مدل چرخه تجارت در شکل ذيل نمايش داده شده است.

[اعمال اطلاعات پايه](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124588) :

به منظور پياده‌سازي تجارت الكترونيك در سطوح مختلف، مدلهايي تدوين شده و براي هر يك تعاريفي جهت مشخص شدن نيازمنديها در سطوح مختلف شامل جنبه‌هاي حقوقي، مالياتي، زيرساخت ارتباطي و نحوه پياده‌سازي تبيين شده است. ارتباطات اين مدلها در شكل (1) نشان داده شده است.  
برخي ملاحظات مورد نياز براي پياده‌سازي همه اين مدلها عبارتند از:  
- يك سيستم بانكي روان و دقيق  
- قوانين گمركي، مالياتي و بانكداري الكترونيكي  
- كد تجاري محصول  
- تهيه و تدوين نظام مالي اطلاعات و نظام حقوقي اطلاع‌رساني (كپي رايت)  
- امنيت اطلاعات  
- محرمانه بودن اطلاعات شخصي  
- تطبيق مقررات ملي با مقررات متحدالشكل بين‌المللي  
- تامين خطوط ارتباطي پرسرعت و مطمئن و ايجاد بستر مخابراتي به شكل بي‌سيم  
براي راه‌اندازي يك تجارت الكترونيك بايد مراحل زير را دنبال كرد:  
1- ايجاد domain و ثبت آن  
2- طراحي و ساخت سايت  
3- اجاره فضا بر روي اينترنت (Host)  
4- پرداخت الكترونيكي  
5- تامين امنيت سايت  
6- بازاريابي، تبليغ و جذب مشتري

اهدافی که سازمان تجارت جهانی برای خود تعریف کرده‌است بدین شرح می‌باشد:

* ارتقای سطح زندگی
* تأمین اشتغال کامل در کشورهای عضو
* توسعه تولید و تجارت و بهره‌وری بهینه از منابع جهانی
* دستیابی به [توسعه پایدار](https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%88%D8%B3%D8%B9%D9%87_%D9%BE%D8%A7%DB%8C%D8%AF%D8%A7%D8%B1) با بهره‌برداری بهینه از منابع
* [حفظ محیط زیست](https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%AD%D9%81%D8%B8_%D9%85%D8%AD%DB%8C%D8%B7_%D8%B2%DB%8C%D8%B3%D8%AA)
* افزایش سهم کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته از رشد [تجارت بین‌المللی](https://fa.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%AA_%D8%A8%DB%8C%D9%86%E2%80%8C%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%84%D9%84%DB%8C)

[ثبت نام متقاضیان آزمونها](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124589) :

مثلا ثبت نام آزمون تجاری پارس مراحل ثبت نام آن به این گونه است :

صدور وارسال گواهینامه

مراحل ثبت نام

بررسی پروژه و تماس با دانشپذ یر برای رفع اشکال

بررسی و انتخاب دوره

ارسال پروژه ی پایانی

از ناحیه ی کاربری

تماس و مشاوره

جهت تکمیل اطلاعات

دریافت بسته موزشی

و نام کاربری و رمز عبور

رفع اشکال از طریق

پنل کاربری

ثبت نام و پرداخت وجه

درب منزل یا آنلاین

[آزمونهای آنلاین](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124590) :

آموزش مجازی پارس :

# 2- [آزمون های ادواری سنجش مهارت بصورت الکترونیکی و آنلاین](http://tnews.ir/%d8%a7%db%8c%d8%b3%d9%86%d8%a7/D23B50825216.html#%d8%a8%d8%b1%da%af%d8%b2%d8%a7%d8%b1%db%8c-%d8%a2%d8%b2%d9%85%d9%88%d9%86-%d9%87%d8%a7%db%8c-%d8%a7%d8%af%d9%88%d8%a7%d8%b1%db%8c-%d8%b3%d9%86%d8%ac%d8%b4-%d9%85%d9%87%d8%a7%d8%b1%d8%aa-%d8%a8%d8%b5%d9%88%d8%b1%d8%aa-%d8%a7%d9%84%da%a9%d8%aa%d8%b1%d9%88%d)

# 3- آزمون های مدرسان شریف

### 4-[نرم افزار تصحیح خودکار آزمون های چهار گزینه ای گزینه برتر](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=0CFIQFjAJahUKEwjI7uDvvOfIAhUIbBoKHV8GAYw&url=http%3A%2F%2Fwww.ydc.ir%2Fgbartar.htm&usg=AFQjCNFERCDrJ16ZoSDT4TgGLxjU7y8Y7g)

# 5- مرکز آموزش های الکترونیکی

1**-آموزش مجازی پارس چیست ؟**

آموزش مجازی پارس به عنوان برترین مرکز آموزش مجازی است که دروس و برنامه‌های آموزشی را از طریق شبکه [اینترنت](http://elearnpars.org/%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%87-%D8%A2%D9%85%D9%88%D8%B2%D8%B4%DB%8C-computer-basic-%D9%85%D8%A8%D8%A7%D9%86%DB%8C.html) و پکیج های آموزشی به دانشجو ارایه می‌کند و او با استفاده از سامانه اینترنتی نیازهای آموزشی خود را، از راه دور رفع می‌نماید.

مرکز آموزش های مجازی پارس اولین و برترین برند آموزش مجازی کشور برگزارکننده دوره های آموزشی (بیش از 500 دوره) به صورت مجازی و غیر حضوری می باشد و در پایان دوره به دانش پذیران محترم گواهینامه های پایان دوره معتبر داخلی و بین المللی اعطا می نماید.

امکانات آموزش مجازی پارس:

– وجود بیش از 500 دوره آموزش مجازی در سامانه

آموزش دوره ها به روش های متنوع:

– آموزش مکاتبه ای (محتوای آموزشی در بسته های جامع و کامل با اتوران حرفه ای و کد فعال سازی منحصر به فرد)

آموزش آنلاین (محتوای آموزشی به صورت آنلاین در سامانه [مدیریت آموزشی](http://elearnpars.org/%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%87-%D9%85%D8%AF%DB%8C%D8%B1%DB%8C%D8%AA-%D8%A2%D9%85%D9%88%D8%B2%D8%B4%DB%8C.html) LMS و ارزشیابی از طریق آزمون آنلاین)

– آموزش موبایلی (محتوای آموزشی به صورت اپلیکیشن های اندرویدی که به صورت رایگان در کافه بازار و سایر اندروید مارکتها موجود است)

سامانه دانش پذیری و ارسال مقالات پایان دوره با سیستم جامع رهگیری وضعیت ثبت نام

**آزمون های ادواری سنجش مهارت بصورت الکترونیکی و آنلاین:**

## به موازات برگزاری آزمون های پایان دوره آموزشی مراکز و واحدهای آموزش دهنده درادارات کل آموزش فنی وحرفه ای استان ها، که به طورمرتب وماهیانه انجام می شود. برای متقاضیانی که بدون شرکت دردوره های آموزشی کلاسیک می خواهند گواهینامه مهارت فنی وحرفه ای رادریافت نمایند و کسانی که میخواهند مدرک قالی بافی یا فرش و غیره با ثبت و ازمون های آنلاین می توانند شرکت کنند .

**آزمون های مدرسان شریف**

انتشارات مدرسان شریف دارای مجوز رسمی از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، متشکل از متخصصان باتجربه حوزه آموزش، قویترین و معتبرترین مرکز برگزاری دوره های آمادگی آزمونهای دکترا، کارشناسی ارشد و کاردانی به کارشناسی می باشد.

مدرسان شریف برای داوطلبانی که محدودیت زمانی دارند و به هر دلیلی نمی توانند در کلاس های حضوری شرکت کنند، بسته های پیشنهادی بسیار جامع و مفیدی در نظر گرفته است که با استقبال فراوانی از سوی داوطلبان سراسر کشور رو به رو شده است.

-مشاوره و برنامه ریزی تحصیلی (حضوری)  
-مجموعه کتب و جزوات تخصصی موردنیاز هر رشته   
-4 مرحله آزمون های آزمایشی حضوری جامع کشوری   
-2 مرحله آزمون خودسنجی به همراه پاسخنامه تشریحی   
-کتاب مشاوره، برنامه ریزی و اطلاعات مفید هر رشته   
-DVD آموزش مجازی درس زبان به همراه کتاب زبان عمومی

[**نرم افزار تصحیح خودکار آزمون های چهار گزینه ای گزینه برتر**](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=10&ved=0CFIQFjAJahUKEwjI7uDvvOfIAhUIbBoKHV8GAYw&url=http%3A%2F%2Fwww.ydc.ir%2Fgbartar.htm&usg=AFQjCNFERCDrJ16ZoSDT4TgGLxjU7y8Y7g)**:**

امکان برگزاری چندین آزمون به صورت همزمان

\*  چاپ فرم های سفید آزمون برای هر فرد به صورت جداگانه به همراه اطلاعات لازم مانند شماره صندلی و اطلاعات شناسایی دیگر

\*  چاپ کارت ورود به جلسه و برچسب صندلی

\*  امکان خواندن گزینه های علامت خورده بر روی پاسخنامه  به صورت خودکار توسط اسکنر های معمولی تصویر یا اسکنر های خودکار

\*  امکان برگزاری آزمون های جامع که شامل دروس مختلف میباشند.

\*  محاسبه رتبه و تراز به صورت تفکیکی و کلی در دو سطح گروه و کل

\*  چاپ کارنامه به همراه نمودار ، تصویر پاسخنامه داوطلب و تصویر داوطلب

\*  امکان چاپ گزارش کلی نتایج آزمون ، گزارشات درس به درس ، نفرات برتر  و ....

[وبلاگ و انجمن و امکانات شبکه های اجتماعی](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124591)

سایت های شبکه های اجتماعی (SNSs) یکی از برنامه های کاربردی اینترنتی بوده اند که دو دهه اخیر به سرعت رشد نموده اند. در واقع، دنیا شاهد موفقیت روز افزون برخی از این SNSs مانند فیس بوک، مای اسپیس، QQ، یوتیوب، فلیکر و لینکدین بوده است. SNSs اشاره دارد به:

خدمات مبتنی بر وب سایت که به افراد این امکان را می دهد که (الف) یک پروفایل عمومی یا شبه عمومی در یک سیستم محدود ایجاد کنند،(ب) دسترسی به فهرست سایر کاربرانی که فرد می تواند با آنها در ارتباط باشد و (ج) مشاهده و به اشتراک گذاری فهرست ارتباطات خود و ارتباطاتی که توسط دیگران ایجاد شده است در سیستم.

افراد از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند تا به سایر کاربران (مانند دوستان، اعضای خانواده، همکاران) متصل شده، اطلاعات را به اشتراک بگذارند (مانند بلاگ ها، تصاویر، فیلم ها) و به سایر افراد و سازمان ها با اهداف دیگر کمک نمایند (مانند توسعه محصول جدید، استخدام افراد). محققان و متخصصان علمی اهمیت SNS ها را با در نظر گرفتن این نکته که چگونه این وب سایت ها می توانند به ایجاد ارتباطات تعاملی بین کسب و کارها و مصرف کنندگان و بین گروه های مصرف کنندگان کمک کنند درک نموده اند.

یکی از سایت های شبکه های اجتماعی که اخیرا بسیار مورد استفاده متخصصان و حرفه ای ها قرار گرفته است سایت لینکدین

می باشد.

**لینکدین** با بیش از 200 میلیون کاربر، یک سایت شبکه اجتماعی حرفه ای می باشد. این شبکه این امکان را برای شما فراهم می آورد که با همکاران، مشتریان و کارجویان به منظور دستیابی به اهداف حرفه ای ارتباط برقرار نمایید. افراد یک پروفایل عمومی ایجاد می کنند که می توانند نظرات و پیشنهاداتی را ارسال و دریافت نموده و به گروه هایی با علایق مشترک بپیوندند.

**ﺍﻧﻮﺍﻉ ﺷﺒﻜﻪ ﻫﺎﻱ ﺍﺟﺘﻤﺎﻋﻲ:**

ﺑﻪ ﻃﻮر ﮐﻠﯽ ﻣﺤﯿﻂ ﻫﺎي ﺷﺒﮑﻪ اﺟﺘﻤﺎﻋﯽ ﺑﺮ اﺳﺎس ﻧﻮع ﮐﺎرﺑﺮاﻧﺸﺎن ﺑﻪ ﮔﺮوه ﻫﺎي زﯾﺮ ﺗﻘﺴﯿﻢ ﻣﯽ ﺷﻮﻧﺪ :

1. ﻣﺤﯿﻂ ﻫﺎ ي دوﺳﺘﺎﻧﻪ ﮐﻪ اﻓﺮاد ﺑﯿﺸﺘﺮ ﺑﻪ ﮔﻔﺘﮕﻮ و ﺗﺒﺎدل ﻧﻈﺮات ﻣﯽ ﭘﺮدازﻧﺪ . ﻫﺪف از ﺗﺸﮑﯿﻞ اﯾﻦ ﮔﺮو ﻫـﺎ دوﺳـﺘﯿﺎﺑﯽ و اﺷـﺘﺮاك ﻋﮑﺲ و ﻓﯿﻠﻢ ﺑﻪ ﺻﻮرت راﯾﮕﺎن ﺑﯿﻦ دوﺳﺘﺎن ﻣﯽ ﺑﺎﺷﺪ.
2. ﻣﺤﯿﻂ ﻫﺎي ﺗﺠﺎري ﮐﻪ ﮐﺎرﺑﺮان اﯾﻦ ﻣﺤﯿﻂ ﻫﺎ ﺑﻪ ﺷﮑﻞ ﻓﺮوﺷﻨﺪه و ﯾﺎ ﺧﺮﯾﺪار ﺑﻪ اﻧﺠـﺎم اﻣـﻮر ﺗ ﺠـﺎري ﻣـﺸﻐﻮل ﻫـﺴﺘﻨﺪ . ﻫـﺪف از ﺗﺸﮑﯿﻞ اﯾﻦ ﮔﺮوه ﻫﺎ ﺑﺮاي ﻓﺮوﺷﻨﮕﺎن، ﻣﻨﺎﻓﻊ ﻣﺎدي و ﺑﺮاي ﺧﺮﯾﺪار، ﺑﺮآورده ﺳﺎزي ﻧﯿﺎز ﻣﯽ ﺑﺎﺷﺪ.
3. ﻣﺤﯿﻂ ﻫﺎي ﺗﺮﮐﯿﺒﯽ ﮐﻪ ﮐﺎرﺑﺮان اﯾﻦ ﮔﺮوه ﻫﺎ ﺗﺮﮐﯿﺒﯽ از ﮐﺎرﺑﺮان ﻣﺤﯿﻂ ﻫﺎي دوﺳﺘﺎﻧﻪ و ﻣﺤﯿﻂ ﻫﺎي ﺗﺠﺎري ﻫـﺴﺘﻨﺪ . ﺑـﺎ ﮔﺬﺷـﺖ زﻣﺎن، دو ﻣﺤﯿﻂ ﺗﺠﺎري و دوﺳﺘﺎﻧﻪ ﺗﺮﮐﯿﺐ ﺷﺪه و ﺗﺒﺪﯾﻞ ﺑﻪ ﻣﺤﯿﻂ ﻫﺎي ﺗﺮﮐﯿﺒﯽ ﺧﻮاﻫﻨﺪ ﺷﺪ.

[مدیریت تبلیغات و محتوای تبلیغاتی](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124592) :

تبليغات اينترنتي از زمان پيدايش ( سال 1994 ) تا كنون شاهد رشد بسيار زيادي بوده است . بطوريكه حجم درآمد تبليغات اينترنتي  از رقم 267 ميليون [دلار](http://www.poolsaz.net) در سال 1996 به رقم 8087 ميليو ن [دلار](http://www.poolsaz.net) در سال 2000 رسيده است . ولي در بين سالهاي 2001 و 2003 اين صنعت شاهد رشد منفي بوده است . روند رشد در سال 2004 تغيير جهت داده و دوباره شاهد رشد مثبتي در اين صنعت مي‌باشيم . درآمد تبليغات اينترنتي در سال 2006 به حدود 17 ميليارد [دلار](http://www.poolsaz.net) رسيد . نمودار زير رشد درآمد تبليغات اينترنتي را در خلال سالهاي 2000 تا نيمه اول سال 2007 نشان مي‌دهد .

تبليغات اینترنتی ابعاد مختلفی را شامل می شود

مدلهاي كسب و كار به يك ايده تجاري و برنامه استراتژيك در مورد نحوه به دست آوردن پول براي يك كسب وكار اشاره دارد .تبليغ اينترنتي موثر مي‌بايست داراي مدل كسب و كار مناسبي باشد كه موجب موفقيت آن كسب و كار شود . از جمله مدلهاي كسب و كار تبليغات اينترنتي مي‌توان به امور زير اشاره كرد :

1-1) مدل كسب و كار مبتني بر محتوا :

بر اساس اين مدل از كسب وكار ، ناشران اينترنتي مي‌بايست با ارائه محتواي ارزشمند و مهم براي مخاطبين خود ، ترافيك سايت خود را افزايش دهند . تلاش اصلي مديران سايتها در اين مدل مي‌بايست معطوف به فراهم آوردن مطالب جالب براي افزايش ترافيك سايت شود .

1-2) مدل مبتني بر ارائه خدمات متنوع اينترنتي :

در اين روش ناشران اينترنتي ، خدمات متنوعي را براي مخاطبين فراهم مي‌آورند كه از آن جمله مي‌توان به فراهم آوردن امكان استفاده از پست الكترونيك ، اتاقهاي گفتگو و يا پيغام‌ رسان‌ها اشاره كرد . در اين روش ميزان موفقيت سايت به كيفيت خدمات ارائه شده بستگي دارد ، چرا كه تعداد استفاده كنندگان از اين خدمات با ميزان كسب درآمد تبليغاتي اين شركتها رابطه مستقيم دارد . از سايتهاي معروف در اين زمينه مي‌توان به آ.او.ال اشاره نمود .

1-3) مدل مبتني بر فراهم آوردن امكان جستجوي سايتهاي مختلف :

سايتهاي مبتني بر اين مدل با فراهم آوردن امكان جستجو در ميان سايتهاي گوناگون و طبقه‌بندي آن سايتها بر اساس محتوا ، خدماتي را به كساني كه در جستجوي موضوع يا مطلب خاصي مي‌باشند ارائه مي‌نمايند . از زمره سايتهاي بسيار معروف در اين گروه مي‌توان ياهو و گوگل و لايكوس را نام برد .

1-4) مدل مبتني بر ارائه خدمات تبليغاتي :

شركتهاي اين گروه به كساني كه مايل هستند در اينترنت تبليغ نمايند ، خدماتي را ارائه مي‌دهند . اين خدمات شامل طراحي تبليغ و كمك به يافتن مكان مناسب جهت نمايش تبليغ مي‌باشد . بسياري از اين شركتها حتي خدمات ردگيري تبليغات و نيز اندازه‌گيري‌هاي مربوط به اثربخشي آن تبليغات را نيز انجام مي‌دهند . از جمله شركتهاي اين گروه مي‌توان از دابل كليك نام برد .

1-5) مدل مبتني بر شبكه تبليغاتي :

شركتهاي اين گروه فضاهاي ناشران اينترنتي را در معرض خريد تبليغ‌دهندگان قرار مي‌دهند و پس از خريد يا اجاره آن فضاها از سوي شركت تبليغ‌دهندگان ، درصدي را بعنوان حق‌العمل دريافت مي‌نمايند . اد آتلت از جمله اين شركتها مي‌باشد .

[مدیریت محتوای سایت](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124593):

یکی از ابعادی که در زمینه مدیریت محتوا از اهمیت بسیاری برخوردار است دست یابی به نگرشی تجاری برای تولید و هدایت محتوای فارسی و ایرانی است. منظور اینکه به واسطه امکانان فنی حاصل از فناوری های توسعه وب ضمن هدفمند ساختن جریان تولید محتوا، شرایط را برای کاربری هدفمند از محتوا نیز فراهم آوریم یعنی ماهیت وب فارسی را از حالت ایستا و غیر فعال فعلی خارج سازیم و روح پویایی و کاربردی بودن را در‌آن بدمیم چه این محتوا به زبان فارسی باشد و چه با هر زبان دیگری در محیط وب ایرانی منتشر شده باشد.

این کار دور از دسترس نخواهد بود در صورتی که با استفاده از تکنیک های برنامه نویسی وب سایتهای هوشمندی طراحی شوند تا قابلیت های مختلفی برای کاربردی کردن محتوا تعریف شود. یکی از مهمترین قابلیت ها برای کاربردی ساختن محتوا در وب، امکان شخصی سازی کاربری محتوا است که به این وسیله می توان ارزش تخصصی اطلاعات را بالا برد و به کاربردان مختلف امکان داد محتوای مورد نظر خود را در قالب و کیفیت مورد نظر دریافت نمایند اما انچه در نهایت به عنوان بحث اساسی و زیرساختی در مدیریت محتوا مطرح است لزوم توجه به مقوله داده کاوی و تکنیک های آن است که می تواند شرایط را برای شکل دهی به مدل های کسب و کار وبی بر اساس تکنیک های مدیریت محتو فراهم سازد.

[نیازمندی های غیر کار کردی اصلی :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124594)

* کارایی

زمان پاسخ گویی

زمان پردازش

زمان گزارش گیری

    ظرفیت و مقیاس پذیری

تعداد تراکنش های

ظرفیت ذخیره سازی

نیاز سنجی رشد

* در دسترس بودن

ساعات کار

موقعیت کارنرم افزار(موقعیت جغرافیایی،نیازمندی های ارتباط و محمدودیت های شبکه داخلی)

* نگهداری نرم افزار

استاندارد معماری

استاندارد کد

* بازیابی اطلاعات

زمان پشتیبان گیری

زمان بازیابی

[اعمال سطوح دسترسي به اطلاعات](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124595) :

در این جا ما به دانستن اطلاعات قبل به اعمال اطلاعات می پردازیم و اطلاعاتی را در اختیار مردم میگذاریم که بتواند از آن استفاده کنند و طوری طراحی کنیم که کاربری وارد می شود به سایت ما اعتماد داشته باشد.

**مدیریت ارتباط الکترونیکی بین کلیه ذینفعان:**

[معني و اهميت واژه ارتباطات، در مدیریت چيست؟  
ارتباط كاركنان، روندي مداوم بوده و مستلزم وجود مهارت در ارسال و دريافت پيام است. واژه ارتباطات به مفهوم انتقال اطلاعات از يك فرد به فردي ديگر و درك آن، توصيف شده است. اين فرآيند به عنوان مسئوليت يك مدیر، گاهي اوقات ((ارتباطات كاركنان)) ناميده مي شود. هر چند كه فرايند ارتباطات بين مدیران با يكديگر و نيز بين مدیران میانی و مدير ارشد نيز از اهميت مشابهي برخوردار است .واژه ارتباطات به ندرت براي توصيف ابزارهاي الكترونيكي و مكانيكي انتقال و در يافت اطلاعات مثل: روزنامه، نشريه خبري، چاپگرهاي رايانه اي، راديو، تلفن و فيلم هاي ويدئويي به كار مي رود. ارتباطات كاركنان، داراي خصوصيات و محدوديتهاي فراوان اما ظريف و پيچيده اي است و به همين علت بايد با دقت هدايت شود.](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124596)

### تماس با ما:

هر وب سایت حتما باید یک بخش فعال برای ارتباط با کاربران داشته باشد. این وظیفه به عهده صفحه تماس با ما می باشد. سعی کنید علاوه بر فرم تماس با ما، حتما شماره تماس، شماره فکس و آدرس دفتر یا شرکت خود را در این صفحه قرار دهید. برای سادگی کار می توانید در صفحه تماس با ما موقعیت خود را بر روی نقشه نمایش دهید.

قرار دادن امکاناتی مانند چت آنلاین و اسکایپ در وب سایت نیز مفید خواهد بود به این شرط که همواره آفلاین نباشید! اگر مدت زیادی از شبانه روز آفلاین هستید توصیه می کنم این دو ابزار را بکار نبرید. زیرا باعث خواهد شد که کاربران سایر بخشهای ارتباطی وب سایت مانند صفحه تماس با ما را نیز جدی نگیرند.

قراردادن آدرس پروفایل شما در شبکه های اجتماعی نیز مفید خواهد بود بشرطیکه حضوری فعال در این شبکه ها داشته باشید.

### با هر اتفاق مهمی که در وب سایت می افتد باید یک پیامک دریافت کنید:

فرض کنید کاربری از طریق صفحه تماس با ما یک پیام برای شما ارسال کرد، نظری برای یکی از مقالات شما درج کرد و یا سفارش خرید یکی از کالاهای وب سایت شما را ثبت کرد. در این حالت اگر در وب سایت خود لاگین نباشید باید نرم افزار وب سایت شما این امکان را داشته باشد که با ارسال یک پیامک شما را از این موضوع آگاه کند.

در این موارد علاوه برا ارسال پیامک، ارسال ایمیل نیز مفید خواهد بود.

یک مدیر خوب پس از اطلاع از این اتفاقات بلافاصله اقدامات مقتضی را انجام خواهد داد.

### با درج اطلاعات دقیق، جلوی تماسهای بی مورد را بگیرید:

با استفاده از صفحه درباره ما، صفحه پرسشهای متداول، صفحات جانبی، درج قیمت محصولات، درج اطلاعات محصولات (مانند مشخصات، کاربردها و مزایای محصولات شما)، درج کاتالوگ، تصاویر، کلیپ های ویدیویی و هر نوع اطلاعات مفید دیگر مانع از این شوید که کاربران برای کسب اطلاعات بیشتر وقت خود و شما را هدر دهند.

اطلاعاتی که در وب سایت قرار می گیرد باید بگونه ای باشد که همه نیازهای کاربر را برطرف کند بگونه ای که پس از مطالعه وب سایت تصمیم نهایی خود را بگیرد.

[عملكرد بالاي سيستم :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124597)

هنگامی یک سایت با عملکرد بالایی برخورد است که وب سایت ها با اهداف مختلفی طراحی و راه اندازی می شوند اما تمامی آنها در یک هدف مشترکند : [افزایش تعداد بازدیدکننده سایت](http://nitaran.ir/%D8%A7%D9%81%D8%B2%D8%A7%DB%8C%D8%B4-%D8%B1%D8%AA%D8%A8%D9%87-%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84-%DB%8C%D8%A7%D9%87%D9%88-%D8%A8%D9%87%DB%8C%D9%86%D9%87-%D8%B3%D8%A7%D8%B2%DB%8C-%D9%88%D8%A8-%D8%B3%D8%A7%DB%8C%D8%AA-%D8%B3%D8%A6%D9%88) رسیدن به این هدف چندان کار آسانی نیست. در میدان رقابت میان صدها سایت و اغلب با موضوعات مشابه یک وب سایت موفق قطعا دارای خصوصیاتی است که آن را نسبت به سایر وب سایت ها برتر می سازد.

یک طراحی سایت خوب باید در درجه اول زیبا باشد. هر وب سایت متناسب با زمینه فعالیتش باید طرحی را انتخاب کند که عامه پسند باشد. صاحب سایت هیچ وقت نباید سلیقه های شخصی خود را بدون در نظر گرفتن نظرات سایرین در طراحی و چیدمان سایت بکار گیرد. طراح سایت می تواند نقش موثری در زیبایی طرح سایت شما داشته باشد چرا که طراح سایت می تواند با ایده های خود یک طراحی سایت حرفه ای و زیبا را به شما ارائه دهد. همیشه بهترین ها به دنبال بهترین ها هستند

برخی از ویژگی های مهم یک طراحی سایت خوب :

- طراحی سایت باید عام پسند باشد

- چیدمان بخش های مختلف سایت باید کاربر پسند باشد

- طراحی سایت باید متناسب با فعالیت سایت باشد

- چیدمان طراحی سایت نباید شلوغ باشد

- فونت ها چه از نظر رنگ و چه از نظر اندازه باید متناسب باشند استفاده افراطی از رنگ ها و یا اندازه های مختلف فونت ها طرح سایت را شلوغ جلوه می دهد

- تحرک ، به طراحی سایت جان می دهد - استفاده از تصاویرمتحرک و جلوه های ویژه در طرح سایت توصیه می شود

- و همچنین سرعت بالای آن باعث جذب مشتری می شود .

[برخورداري از راهنماي داخلي](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124598) :

موقعی که کاربر وارد سایت می شود پیغامی را در اول صفحه نشر دهیم مثلا به سایت من خوش آمدید یا اینکه طرح قالب سایتمون رو طوری طراحی کنیم که باعث جذب مشتری شود و طوری سایتمون رو طراحی کنیم که باعث اعتماد مشتری شود .

در دنياي واقعي و نيز در دنیاي مجازي بايد براي جذب مشتري استراتژي داشت. در شيوه‌ها و روش‌هاي بازاريابي، استراتژي‌هاي مختلف و متعددي براي جذب مشتري وجود دارد، كه ما بايد با توجه به نوع مخاطبين‌مان و صد البته مهمتر از آن با توجه به بازخورهايي كه از مخاطبين‌مان مي‌گيريم، استراتژي يا استراتژي‌هاي جذب مشتري مورد نظرمان را انتخاب كنيم و به كار بگيريم. ما مطمئن هستيم كه مشتري‌هاي احتمالي ما - براي كالا يا خدماتي كه ارائه مي كنيم - روي اينترنت حضور دارند (آنها يا سرگرم جستجو هستند يا اينكه از سايتي به سايت ديگر مي‌روند) - بازديد كننده از سايت ما زماني مشتري واقعي است، كه يك نياز واقعي داشته باشد، و زماني كه ما بتوانيم «نياز» او را بفهميم و «پاسخي» (كالا يا خدمات) مناسب براي آن داشته باشيم، در صورتي كه بازديد كننده «قدرت خريد» داشته باشد و ما توانسته باشيم، در مدتي كه به سايت ما آمده است، توجه او و بعد به مرور زمان اعتمادش را جلب كنيم، مي‌توانيم انتظار داشته باشيم كه بازديد كننده به مشتري احتمالي ما تبديل شود.

بر روي اينترنت، امكان ارتباط رو در رو هنوز آنقدرها فراگير نشده است و متون و تصاوير گرافيكي راههاي اصلي اثرگذاري ما بر روي بازديد كننده‌ها است، ما براي جلب توجه بازديد كننده، فرصت بسيار كمي در اختيار داريم به قولي ۳۰ تا ۴۵ ثانيه و بعد او از سايت ما خارج مي‌شود، اگر توانسته باشيم توجه او را جلب كنيم، او مجدداً باز مي گردد اما يادتان باشد كه طبق آخرين آمار و ارقام و يافته ها، ۸۰ تا ۸۵ درصد از بازديد كنندگان را در همان بازديد اولشان از دست مي‌دهيم بدون اينكه دليل آن را بدانيم (شايد از طراحي ما خوشش نيامده است، شايد از نحوه برخورد ما خوشش نيامده است، ممكن است كالا يا خدمات ما نياز او را برآورده نساخته است و بسياري از شايدهاي ديگر ...) ما بايد بدانيم كه كلاً روي اينترنت پنج نوع آدم حضور دارند: ۱- افرادي كه به دنبال اطلاعات بخصوصي مي‌گردند، اين افراد خوب ميدانند كه به دنبال چه آمده‌اند. ۲- افرادي كه به دنبال همه جور اطلاعاتي هستند، اين افراد هدف خاصي ندارند، به همه چيز علاقه دارند و اين افراد چيز هايي را مي‌خرند كه در همان لحظه به آن نياز دارند. ۳- افرادي كه دنبال چيزهاي رايگان هستند، خيلي سخت مي‌توان به انها چيزي فروخت، چون فكر مي‌كنند، چيزي كه به دنبالش هستند را مي توانند جايي ديگر مفت (يا رايگان (: ) پيدا كنند. ۴- افرادي كه دنبال تفريح و سرگرمي هستند. اين افراد خيلي زود خسته مي‌شوند، چرا كه اصولاً وقتي خيلي خسته شده‌اند براي اينكه حوصله‌شان بيشتر از اين سر نرود، به اينترنت مي‌آيند، علايق ويژه اي دارند مثلاً دنبال بازي‌هاي كامپيوتري يا ديدن فيلم و دريافت فايل‌هاي موسيقي هستند، جذب كردن آنها راحت تر است و البته استراتژي هاي خاص خود را دارد. ۵- افرادي كه حقيقتاً خريدار هستند. اين افراد خيلي خوب مي‌دانند كه به دنبال چه هستند : انها كالا يا خدماتي را مي خواهند كه خيلي راحت سفارش بدهند و خيلي سريع دريافت كنند، عاشق ايده هاي جديد و خلاقيت هستند و اعتماد اين افراد را بايد با برشمردن ويژگي‌هاي كالا يا خدماتي كه ارائه مي دهيم جلب كنيم. ببينيد، شما بايد مخاطب خودتان را مشتري خودتان را بخوبي بشناسيد، بايد از تكنيك ها و تاكتيكهاي جذب مشتري آگاه باشيد تا بتوانيد، مشتريان احتمالي خودتان را در بين اين پنج نوع آدمي كه به اينترنت آمده است جذب كنيد.

شما بايد مشتري را به خوبي بشناسيد و بدانيد كه دقيقاً به دنبال چيست و چه مي‌خواهد، بايد بدانيد كه آيا كالا يا خدماتي را كه ارائه مي‌كنيد، تا چه مدت مي تواند نياز او را برطرف كند، بعد بهترين راه و روش را براي جذب اين خريداران انتخاب كنيد و روش خريد يا سفارش را براي او ساده كنيد.

و همچنین ازاريابي از طريق پست الكترونيك» با رعايت اصول اخلاقي و حرفه‌اي ضمن معرفي كالا و خدمات شما به مخاطبين هدف‌تان، مي‌تواند نام و علامت تجاري شما را در ميان مردم، خصوصاً مخاطبين و مشتريان احتمالي‌تان مطرح كرده و ميزان درجه شناسايي آن را بالا ببرد و جا بياندازد، ميزان حس اعتماد و اطمينان بين طرفين را بالا ببرد، موجب افزايش ترافيك سايت و بازديدهاي پياپي از سايت شود (بالا بردن Repeat Visits) و حجم «ارتباط» شما با مخاطبين را بالا ببرد و در نهايت موجب افزايش فروش شود.

[مرور محصول توليدي](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124599) :

1-محصولی که میخوام بگم از شرکت BtoB

برخی امکانات و **ماژول های تجاری نرم افزار جامع پورتال بیزینس تو بیزینس داده** عبارتند از:  
  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifساخت تبلیغات بنری فلش در پانل مدیریت برای نمایش در باکس های تبلیغاتی سایت  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifارتباط کاربر با **صاحبان بیزینس ها ، محصولات و نیازها** و ارسال مطلب برای ایشان  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifادیتور متن پیشرفته آنلاین با قابلیت های کامل شبیه word و امکان انتقال مطالب از word به آن  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifتغییر تمپلت پیش فرض نرم افزار و ویرایش تم گرافیکی  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifجستجوی تخصصی در **محصولات ، نیازها ، عرضه کنندگان و فروشندگان** و محتوای سایت  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifتنظیم استایل ها و فرمت های نمایش عنوان ، خلاصه و متن مطالب تجاری  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifگزارشگیری و یا نمایش امار میزان بازدید هر محصول یا نیاز  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifنمایش ارشیو اخبار بر روی تقویم جاری و سال های گذشته  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifاسلایدشو عکس های مربوط به یک **محصول** و یا **نیاز**  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifکراپ ، ریسایز و درج واترمارک سایت در عکس های منتشره  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifنمایش عکس های جالب در قالب عکس روز ، مرور تصویری محصولات و فلش های تصویری  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifنمایش سرتیتر اطلاعیه های مهم در قالب تکرار دوره وار یک متن تک خطی با افکت های گوناگون  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifنمایش آیکون هایی برای ترجمه مطالب تجاری و نمایش ترجمه مطلب در زبان های دیگر توسط مترجم گوگل  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifانتساب محصول فارسی با همان محصول در بخش انگلیسی یا زبان های دیگر و بالعکس  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifامکان مشخص کردن دستی یا مکانیزه هوشمند ارتباط محصولات باهم  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifارائه نسخه چاپی Print friendly از متن کامل صفحه  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifامتیاز دهی و نمایش رنک کاربران به هر محصول یا نیاز  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifامکان ارسال یک محصول جالب توسط کاربر به ایمیل دوستان  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifامکان **دسته بندی چندسطحی نامحدود محصولات ، نیازها و شرکتها**  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifثبت نام اعضا و تعیین سطح عضویت و دریافت مبلغ حق عضویت  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifمعرفی دفاتر نمایندگی جذب تبلیغات و ثبت اطلاعاتروی نقشه گوگل  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifایجاد و ویرایش یا حذف و انتقال دسته محصول ف نیاز یا بیزینس  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifامکان انتساب عکس برای thumbnail به هر محصول یا نیاز  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifدرج هر تعداد عکس ، صوت ، فلش یا فیلم در متن توضیحات  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifتعریف فرم دریافت نظرات و انتقادات و پیشنهادات  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifتوزیع سطوح دسترسی برای ایجاد ، ویرایش ، تایید و یا انتشار محصول  
http://parscms.com/my_doc/parscms/my_pictures/menu.gifامکان ارائه خروجی RSS از محصولات و نیازها و بیزینس های هر دست و غیره ....

### -2[نرم افزار تصحیح خودکار آزمون های چهار گزینه ای گزینه برتر](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=8&ved=0CEcQFjAHahUKEwiuz7uI4unIAhUKXRoKHdmZBFg&url=http%3A%2F%2Fwww.ydc.ir%2Fgbartar.htm&usg=AFQjCNFERCDrJ16ZoSDT4TgGLxjU7y8Y7g):

از محصولاتی که این نرم افزار دارد :

\*  امکان برگزاری چندین آزمون به صورت همزمان

\*  چاپ فرم های سفید آزمون برای هر فرد به صورت جداگانه به همراه اطلاعات لازم مانند شماره صندلی و اطلاعات شناسایی دیگر

\*  چاپ کارت ورود به جلسه و برچسب صندلی

\*  امکان خواندن گزینه های علامت خورده بر روی پاسخنامه  به صورت خودکار توسط اسکنر های معمولی تصویر یا اسکنر های خودکار

\*  امکان برگزاری آزمون های جامع که شامل دروس مختلف میباشند.

\*  محاسبه رتبه و تراز به صورت تفکیکی و کلی در دو سطح گروه و کل

\*  چاپ کارنامه به همراه نمودار ، تصویر پاسخنامه داوطلب و تصویر داوطلب

\*  امکان چاپ گزارش کلی نتایج آزمون ، گزارشات درس به درس ، نفرات برتر  و ....

\*  امکان اعلام خودکار نتایج آزمون به داوطلبان توسط اس ام اس

\*  امکان ایجاد سایت آزمون و مشاهده کارنامه ها در سایت اینترنتی توسط داوطلبین

\*  امکان برگزاری آزمون های آنلاین و تلفیق نتایج آن با آزمون های حضوری برگزار شده

\*  امکان چاپ گزارش کلی نتایج آزمون ، گزارشات درس به درس ، نفرات برتر  و و همچنین محصولاتی که ارائه می دهد در سایتش ،نرم افزار

حسابداری ، کتابخانه ، نرم افزار گیم نت ، نرم افزار برگزاری آزمون ،نرم افزار قرائت و پاسخنامه و تصصیح آزمون

[چشم اندازي از محصول](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124600) و [خلاصه ای از قابليتهای نرم افزار](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124601):

یكی از مهمترین وظایف مدیران عالی سازمان و متصدیان تدوین استراتژی تجارت الكترونیك، تعیین چشم‌انداز تجارت الكترونیك سازمان است. چشم اندازهای برتر و عالی تجارت الكترونیك چیزی فراتر از اهداف تجاری و یا درآمدی را منعكس می كنند. چشم اندازهای قوی و مناسب كاركنان را هماهنگ كرده و سرمایه گذاران را به سرمایه گذاری بیشتر در سازمان تشویق می‌كند. وجود چشم انداز قوی، كارا و مناسب علائمی را به بازار می فرستد كه نشان‌دهنده توانایی سازمان جهت كسب رهبری بازار و تسلط بر بازار است (RAYPORT & JAWORSKI, ۲۰۰۲, PP ۱۵-۱۶). میلر (۱۹۹۶,PP ۴۰-۴۲) در تعریف چشم‌انداز بیان می دارد كه چشم انداز مقصد نهایی است كه جامع، گسترده و آینده نگر است. چشم انداز آرزوهای آینده سازمان را نشان می دهد و ابزارهای رسیدن به آن را مشخص می كند. به عبارت دیگر چشم انداز وضعیت ممكن و مطلوب آینده سازمان است. سازمان با تدوین چشم‌انداز تجارت الكترونیك وضعیت موردنظر و مطلوبی را كه قصد دارد در آینده به آن برسد را مشخص می كند و جایگاه خود را در بازار الكترونیك روشن می سازد..

وضعیت سازمان را در مقطع زمانی (TO) نشان می دهد سازمان موقعیت مشخصی در بازار الكترونیك دارد. ممكن است درحال حاضر سازمان فقط یك وب سایت داشته باشد و هیچگونه فروش اینترنتی نداشته باشد و جزء پیروان و رقبای كم اهمیت بازار الكترونیك تلقی شود. سازمان با تدوین استراتژی مناسب تجارت الكترونیك تلاش می كند كه به وضعیت مطلوب در زمان موردنظر (TN) دست یابد.

استراتژی تجارت الكترونیك به عنوان یك وسیله و ابزار در راستای تحقق اهداف استراتژیك تجارت الكترونیك و ازجمله تحقق چشم انداز تجارت الكترونیك عمل می كند. وضعیت مطلوب نشان دهنده آرزوها و خواسته های سازمان درمورد چگونگی موقعیت آینده خود در بازار الكترونیك است كه ازطریق اجرای استراتژی تجارت الكترونیك تحقق می یابد. برای مثال شركت سیسكو چشم انداز خود را بدین صورت تدوین نموده است: تغییر روشی كه كار می‌كنیم، زندگی می كنیم بازی می كنیم و یاد می گیریم.

[فرضيات و نيازهای محصول :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124602)

1.یک سیستم بانکی روان و دقیق   
2.کد تجاری محصول   
3.قوانین گمرکی،مالیاتی و بانکداری الکترونیکی  
4.تهیه و تدوین نظام مالی اطلاعات و نظام حقوقی اطلاع رسانی (کپی رایت)  
5.امنیت اطلاعات  
6.محرمانه بودن اطلاعات شخصی  
7.تطبیق مقررات ملی با مقررات متحدالشکل بین المللی   
8.همکاری دانشگاهها،مراکز تحقیقاتی و سازمانهای مختلف   
9.پذیرش اسناد الکترونیکی توسط قوه قضاییه   
10.تأمین، صدور و بکارگیری کارت اعتباری  
11.تأمین خطوط ارتباطی پرسرعت و مطمئن و ایجاد بستر مخابراتی به شکل بی سیم

[محدوديتها](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124603) :

تجارت الکترونیک هم محدودیتهای تکنولوژی و هم محدودیت های غیر تکنولوژی دارد . محدودیت های اصلی تجارت الکترونیک در زیر بیان شده است . اما با وجود این محدودیت ها ، پیشرفتهای هر روزه در فناوریهای جدید که موجب حذف قسمت زیادی از هزینه ها در تجارت الکترونیک می شود ، موجب شده استفاده کنندگان از تجارت الکترونیک هر روز بیشتر شود . محدودیت های تجارت الکترونیک محدودیتهای تکنولوژیکی تجارت الکترونیک محدودیتهای غیر تکنولوژیکی تجارت الکترونیک عبارتند از:

-1استانداردهای مورد قبول عام برای کیفیت ، امنیت . اعتبار وجود ندارد             
2- نگرانی ، از امنیت مصرف کننده ها را از خرید می ترساند  
- 3پهنای باند کافی وجود ندارد  
- 4در تجارت الکترونیک فروشنده ناشناس است.  
5- ابزارهای نرم افزاری در حد مورد قبول نیست.  
- 6 سود تجارت الکترونیک به سادگی قابل اندازه گیری نیست.  
7- هنوز مشکلاتی در تطابق اینترنت و نرم افزارهای تجارت الکترونیک با برخی برنامه ها  وپایگاه های داده وجود دارد.  
- 8 برخی خریدارها مایلند محصول خریده شده را لمس کنند و خود را با تجارت الکترونیک وفق نمی دهند.  
 -9 اینترنت هنوز گران است.  
 - 10مردم هنوز به تبادلات بدون کاغذ اعتماد ندارند.  
- 11 با کمبود فروشنده و خریدار مواجه ایم.

[امكانات محيط كاري كاربر :](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124605)

وب یكی از سرویس های ارائه شده بر روی اینترنت است . با استفاده از سرویس فوق امكان ارائه و توزیع اطلاعات با محتویات دلخواه و به اشكال متفاوت فراهم می گردد. اطلاعات در حریم های خاصی با نام " صفحات وب " سازماندهی می گردند. روزانه میلیون ها صفحه وب در اینترنت جهت استفاده ، درخواست و مورد مطالعه قرار می گیرد. كاربران( سرویس گیرندگان ) اینترنت با استفاده از نرم افزارهای مربوطه ( معمولا" مرورگرهای وب ) صفحات مورد نظر خود را از سرویس دهندگان اینترنت درخواست می نمایند. سرویس دهندگان ، بمنظور ارائه خدمات مبتنی بر وب از سرویس دهنده وب كمك می گیرند. سرویس دهنده وب درخواست كاربر اینترنت را اخذ و پس از یافتن اطلاعات درخواست شده ، آنها را برای متقاضی ارسال خواهد كرد. متقاضیان وب و سرویس دهندگان وب ، بمنظور مبادله اطلاعاتی از پروتكل Http استفاده می نمایند. در ادامه فرآیند فوق بطور مبسوط بررسی خواهد شد.

سرویس دهنده‌ها: سرویس دهنده‌ها بصورت یک سرویس دهنده متمرکز عمل می کنند و بگونه‌ای طراحی شده‌اند که بتوانند حجم بالای پردازشها و تراکنش‌های مربوط به تجارت را پشتیبانی نموده و درعین حال توانائی خود مدیریتی پیشرفته داشته و نیز بتواند راهکاری بر مبنای سکوهای نرم‌افزاری مختلف چون لینوکس و ویندوز ارائه کند.

**انواع سرویس های تجارت الکترونیکی**  
  
سرویس های تجارت الکترونیکی را از نظر کاربرد می توان به چند دسته تقسیم بندی کرد . این سرویس ها به شرح زیر هستند :  
  
- ( BUSINESS TO BUSINESS  B2B ) در این سرویس طرفین معامله شرکت ها هستند ؛  
  
- ( BUSINESS TO CONSUMER  B2C )در این سرویس شرکت ها با مشتریان در ارتباط هستند ؛

- ( GOVERNMENT TO GOVERNMENT ) G2G )روابط تجاری بین کشور ها را دربر می گیرد و قوانین تجارت بین المللی را با توافق طرفین و ارائه راهکار شامل می شود ؛  
  
- ( CUSTOMER - TO - BUSINESS ( C2B )طبق پیشنهاد مشتری سرویس مورد نظر فراهم می گردد . مثل کرایه یک ماشین از نقطه ای مشخص با مبلغی تعیین شده از یک سایت اینترنتی ؛  
  
- ( CUSTOMER - TO - CUSTOMER ) C2C ) طرفین معامله افراد هستند . سرویس گیرنده فردی است که جنس یا کالایی را از شخص دیگر خریداری می کند . مثل آژانس های هواپیمایی و سمساری های اینترنتی .

**سرویس گیرنده:**

تمام ماشین های موجود در اینترنت سرویس دهنده و یا سرویس گیرنده می باشند. ماشین هائی كه برای سایر ماشین ها ، خدماتی را ارائه می نمایند ، سرویس دهنده نامیده می شوند. ماشین هائی كه از خدمات فوق استفاده می نمایند ، سرویس گیرنده می باشند. اینترنت شامل سرویس دهندگان متعددی نظیر سرویس دهنده وب ، سرویس دهنده پست الكترونیكی و … بمنظور پاسخگوئی به نیازهای متعدد كاربران اینترنت می باشد. یك سرویس دهنده ، ممكن است یك و یا بیش از یك سرویس را بر روی اینترنت ارائه دهد. مثلا ممكن است یك سرویس دهنده دارای نرم افزارهای لازم برای ارائه سرویس های وب و سرویس پست الكترونیكی و یا سرویس FTP باشد. سرویس گیرندگان در زمان ارتباط با سرویس دهنده ، درخواست خود را برای یكی از سرویس های نصب شده بر روی سرویس دهنده ارسال خواهند داشت . مثلا" یك مرورگر وب درخواست خود را برای سرویس دهنده وب، یك برنامه ارسال كننده پیام الكترونیکی درخواست خود را برای یك سرویس دهنده پست الكترونیكی و .. . ارسال می نمانید.

نیازمندیهای سیستمی:

یک سيستم بانکى روان و دقيق

- قوانين گمرکي، مالياتى و بانکدارى الکترونيک

- کد تجارى محصول

- تهيه و تدوين نظام ملى اطلاعات و نظام حقوق اطلاع‌رسانى (کپى رايت)

- امنيت اطلاعات

- محرمانه‌بودن اطلاعات شخصى (Privacy)

- تطبيق مقررات ملى با مقررات متحدالشکل بين‌المللي

- توسعه تکنولوژى عام (Generic) مانند ميکروالکترونيک، مهندسى نرم‌افزار

- وجود يک بستر قانونى جهت اجراى تجارت الکترونيکي

- همکارى دانشگاه‌ها، مراکز تحقيقاتى و سازمان‌هاى مختلف

- پذيرش اسناد الکترونيکى توسط قوه‌قضاييه (بجاى اصل سند مالکيت)

- تأمين صدور و بکارگيرى کارت‌هاى اعتبارى و نظام انتقال الکترونيکى اسناد توسعه شبکه بانکي

- تأمين خطوط ارتباطى پرسرعت و مطمئن و ايجاد بستر مخابراتى به‌شکل بى‌سيم

- معرفى مرجع نمونه گواهى امضاء ديجيتالى در کشور و تأييد احراز هويت خريدار و فروشنده توسط اين مرجع.

نیازمندیهای محیطی :

به دو دسته مستقیم و غیرمستقیم تقسیم شده‏اند، از دو طریق قابل شناسایی می‏باشند:

اول از طریق رویش کتابخانه‏ای:بدین ترتیب که با مطالعه کتابهای مختلف عوامل و موانع محیطی مشخص شده‏اند.

دوم از طریق پرسشنامه باز:این پرسشنامه که برای صاحبنظران داخلی و خارجی ارسال شده است، نظر آنان را در خصوص موانع طبیعی مؤثر در کشور ایران به طور اخص و عوامل محیطی به طور اعم جویا گردیده است.سپس نظرات مشترک آنان را مورد بررسی قرار داده و از این طریق موانع محیطی استخراج گردیده است.

موانع محیطی مستقیم شامل تجار، رقبا، واحدهای توزیع فیزیکی و مشتریان و موانع محیطی غیرمستقیم شامل مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، سیاسی و قانونی، جمعیتی و تکنولوژی می‏باشند.البته این عوامل شامل عوامل محیطی نزدیک بوده و عوامل محیطی دور را در قالب پروژه‏های دیگر مورد بررسی و تحقیق قرار داد.

[مستندات](http://vualzahra.ir/lms/mod/forum/post.php?forum=24#_Toc356124612) :

ارزیابی برنامه جمع آوری اطلاعات به صـــورت دقیق درباره یك برنامه یا برخی جنبه های یك برنامه به منظور تصمیم سازی لازم در زمینه برنامه است. در یك برنامه ۳۵ نوع ارزیابی وجود دارد كه برخی از آنها عبارتند از: نیازسنجــی، اعتبارسنجی، تجزیه و تحلیل هزینه / فایده، اثربخشی، و كارایی مبتنی بر هدف، فرایند، نتایج و از این قبیل. نوع ارزیابی مورداستفاده برای بهبود برنامه بستگی به آن دارد كه خواهان درك چه چیزی درمورد برنامه باشیم. مهم آن است كه به چه اطلاعاتی در تصمیم گیری نیـــــاز داریم و اینكه چگونه می توان اطلاعات مزبور را جمع آوری كرد.

● مزایای ارزیابی

۱ - درك و بازبینی میزان بهبود تاثیر محصول یا خدمات بر مشتریان یا ارباب رجوع؛

۲ - بهبودساز و كارهای ارائه به طور كارآمد و با حداقل هزینه؛

۳ - تحقیق درمورد آنچه كه واقعاً انجام می شود به جـــــای آن چیزی كه فكر می كنیم انجام می شود؛

۴ - بررسی خط مشی كلی برنامه، اهداف، چگونگی دستیابی به اهداف و وضعیت تحقق اهداف؛

۵ - ارائه اطلاعات به منظور اطلاع رسانی در زمینه چگونگی انجام فعالیتها به عموم یا اعضای اتحادیه ها؛  
۶ - انجام مقایسه معتبر بین برنامه ها برای تصمیم گیری درمورد اولویتهای آینده؛

۷ - كسب تجربه به منظور مشخص ساختن برنامه های قابل تكرار.

●روشهای ارزیابی برنامه

▪ارزیابی مبتنی بر هدف: ارزیابی میزان دستیابی برنامه به اهداف از پیش تعیین شده است؛

▪ارزیابی مبتنی بر فرایند: ارزیابی به منظور درك چگونگی اجرای برنامه و نقاط ضعف و قوت آن؛

▪ارزیابی مبتنی بر پیامد: تعیین منافع حاصله برای ارباب رجوع، كاركنان، و دیگر ذینفعان.