

دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین
درس فن آوری اطلاعات



تجارت الکترونیک

تعريف عام تجارت:

هر نوع ارائه کالا یا خدمات که معمولاً (نه همیشه) به خاطر پول انجام می پذیرد.



تعریف تجارت الکترونیک:



تجارت الکترونیکی را می‌توان انجام هرگونه امور تجاری بصورت آنلاین و از طریق اینترنت بیان کرد. این تکنیک در سالهای اخیر رشد بسیاری داشته است و پیش‌بینی می‌شود بیش از این نیز رشد کند. تجارت الکترونیکی به هرگونه معامله‌ای گفته می‌شود که در آن خرید و فروش کالا و یا خدمات از طریق اینترنت صورت پذیرد و به واردات و یا صادرات کالا و یا خدمات منتهی می‌شود.

تعریف تجارت الکترونیک:

تجارت الکترونیکی معمولاً کاربرد وسیع تری دارد،

یعنی نه تنها شامل خرید و فروش از طریق اینترنت است بلکه سایر جنبه‌های فعالیت تجاری، مانند خریداری، صورت برداری از کالاها، مدیریت تولید و تهیه و توزیع و جابه‌جایی کالاها و همچنین خدمات پس از فروش را در بر می‌گیرد.

البته مفهوم گسترده‌تر تجارت الکترونیک کسب و کار الکترونیک می‌باشد.

تاریخچه:



تجارت الکترونیک به شکل کنونی در سال 1991 محقق شد.

از آن زمان هزاران هزار کسب و کار و تجار وارد این دنیا شده‌اند.

در واقع تجارت الکترونیک برای آسان سازی معاملات اقتصادی به صورت الکترونیک تعریف شد.

استفاده از این فناوری مانند تبادل الکترونیکی اطلاعات و انتقال الکترونیکی سرمایه، که هر دو در اواخر 1970

معرفی شده‌اند. و به شرکتها و سازمان‌ها اجازه ارسال اسناد الکترونیکی را داد.

تاریخچه:

می توان گفت این نوع تجارت از حدود سال 1965 آغاز شد که مصرف کنندگان توانسته اند پول خود را از طریق ماشینهای خود پرداز (ATM) دریافت کرده و خریدهای خود را با کارتهای اعتباری انجام دهند. پیش از توسعه تکنولوژی مبتنی بر اینترنت در سالهای آغازین دهه 90 شرکتهای بزرگ دست به ایجاد شبکه های کامپیوتری با ارتباطات مشخص محدود و استاندارد شده برای مبادله اطلاعات تجاری میان یکدیگر زدند. این روش مبادله الکترونیکی EDI نامیده شد.

تجارت الکترونیکی و فناوری اطلاعات:

تکنولوژی اطلاعات روش کارکرد افراد سازمانها و دولتها را دگرگون کرده و امور اقتصادی و اجتماعی و حتی طرز تفکر مردم را تغییر داده است.

تجارت الکترونیکی نیز به عنوان قسمتهای مهم نشات گرفته از فن آوری اطلاعات است که پیشرفت آن در سایه پیشرفت فن آوری اطلاعات محقق گشته است.





جایگاه تجارت الکترونیکی در جهان:

با توجه به آنچه که گفته شد از آنجا که رشد تجارت الکترونیک وابسته و در ارتباط با رشد فناوری اطلاعات است بهتر است ابتدا نگاهی به رشد صنعت IT در جهان بیندازیم. در جوامع توسعه یافته حدود 80 درصد شغل های جدید به کامپیوتر، اینترنت و IT وابسته اند. رشد IT و ICT اثرات قابل مشاهده فراوانی بر اقتصاد پیشرفته داشته که رشد تجارت الکترونیکی و افزایش حجم اطلاعات و گردش سریعتر و افزایش شمار کاربران اینترنت را نیز در پی دارد.

جایگاه تجارت الکترونیکی در ایران:

در ایران استفاده عمومی از اینترنت بیشتر در دانشگاهها و به منظور انجام امور تحقیقاتی است و مراکز ایجاد شده در شهرها نیز در سطح محدودی فعالیت می نمایند و کاربران بیشتر به منظور الکترونیکی و تلفن از راه دور از اینترنت استفاده می کنند. بعلاوه بسیاری از قوانین و بسترهای لازم برای تجارت الکترونیک در کشور هنوز فراهم نشده است. بنابراین نمی توان انتظار داشت که تجارت الکترونیک به سرعت در جامعه گسترش بیابد.



جایگاه تجارت الکترونیکی در ایران:

رتبه بندی EUI برای سال 2000 در زمینه تجارت الکترونیک در 60 کشور دنیا مؤید همین ادعاست.

در این زمینه رتبه بندی که در حقیقت سهولت و میزان دسترسی به تجارت الکترونیک را در کشورها نشان میدهد، از دو شاخه کلی محیط تجاری و ارتباطات استفاده شده است. برای شاخص محیط تجاری از 70 معیار مختلفی از قبیل گستردگی اقتصاد، چشم انداز ثبات سیاسی، محیط نظارتی، مالیاتی و درجه آزادی تجارت و سرمایه گذاری استفاده شده است که بر این اساس این شاخص نمره کشور ما از 10 عدد 3 است که در رتبه 59 قرار دارد.

جایگاه تجارت الکترونیکی در ایران:

شاخص دیگر اطلاعات است که از معیارهایی از قبیل گستردگی شبکه مخابرات و ارتباطات و دیگر معیارهای مبین وضعیت دسترسی به اینترنت مانند هزینه اتصال به اینترنت، نرخ سواد و... تشکیل شده است. بر اساس این شاخص نیز نمره کشور عدد 3 از 10 است که رتبه 56 قرار دارد در مجموع دو شاخص جایگاه کشور ما رتبه 58 از میان 60 کشور بررسی شده است.

دلایل عقب ماندگی تجارت الکترونیکی در ایران:

§ نبود بسترها و تجهیزات شبکه ای و ارتباطی برای دسترسی سریع و آسان مردم به اینترنت.

§ عدم وجود نظام بانکداری الکترونیکی نوین در سیستم بانکی کشور و کارتهای اعتباری

خرید الکترونیکی.



§ عدم وجود قوانین مدرن و مصوب تجارت الکترونیک.

§ عدم پشتیبانی بسیاری از شرکتهای تجاری فعال در زمینه تجارت الکترونیک از کشورمان.

§ عدم وجود مراکز و شرکتهای دولتی و خصوصی خدمات دهنده تجارت الکترونیک در کشور.

§ پایین بودن سطح آگاهی و توجه مردم به الکترونیک و فناوری اطلاعات در کشور

انواع تجارت الکترونیک:



§ ارتباط بنگاه و بنگاه (B2B): به الگویی از تجارت الکترونیکی گویند، که طرفین معامله بنگاه‌ها هستند.



انواع تجارت الکترونیک:

§ ارتباط بنگاه و مصرف کننده (B2C):

به الگویی از تجارت الکترونیک گویند که بسیار رایج بوده و ارتباط تجاری مستقیم بین شرکتها و مشتریان می باشد.



انواع تجارت الکترونیک:

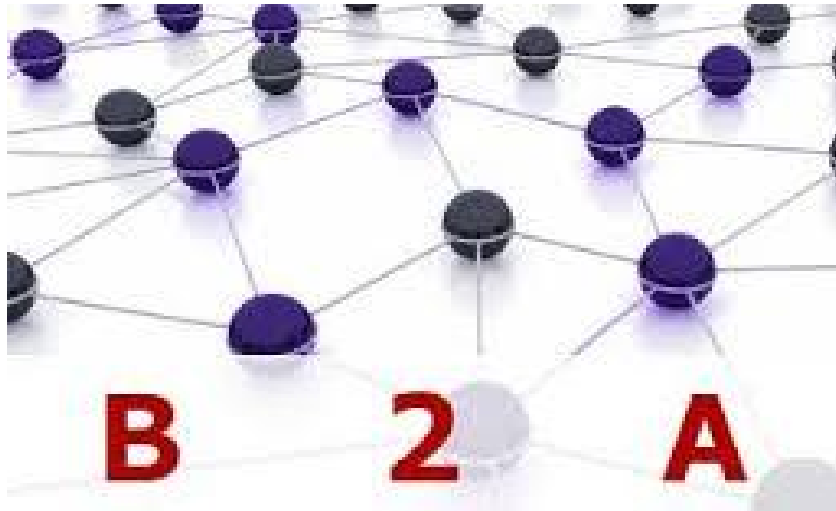


§ ارتباط مصرف کننده‌ها و شرکتها (C2B): در این حالت اشخاص حقیقی به کمک اینترنت فرآورده‌ها یا خدمات خود را به شرکتها می‌فروشند.



§ ارتباط مصرف کننده با مصرف کننده (C2C): در این حالت ارتباط خرید و فروش بین مصرف کنندگان است.

انواع تجارت الکترونیک:



§ ارتباط بین بنگاه‌ها و سازمان‌های دولتی (B2A): که شامل تمام تعاملات تجاری بین شرکتها و سازمانهای دولتی می‌باشد. پرداخت مالیاتها و عوارض از این قبیل تعاملات محسوب می‌شوند.

انواع تجارت الکترونیک:

§ ارتباط بین دولت و شهروندان (G2C):

الگویی بین دولت و توده مردم می باشد که شامل بنگاه های اقتصادی، موسسات دولتی و کلیه شهروندان می باشد. این الگو یکی از مولفه های دولت الکترونیک می باشد.



انواع تجارت الکترونیک:

ارتباط بین دولت‌ها (G2G): این الگو شامل ارتباط تجاری بین دولت‌ها در زمینه‌هایی شبیه واردات و صادرات می‌باشد.



نیازهای تجارت الکترونیکی:

- یک سیستم بانکی روان و دقیق

- قوانین گمرکی، مالیاتی و بانکداری الکترونیک

- کد تجاری محصول

- تهیه و تدوین نظام ملی اطلاعات و نظام حقوق

اطلاع‌رسانی (کپی رایت)

- امنیت اطلاعات

- محرمانه‌بودن اطلاعات شخصی (Privacy)

- تطبیق مقررات ملی با مقررات متحدالشکل

بین‌المللی



نیازهای تجارت الکترونیکی:

- توسعه تکنولوژی عام (Generic) مانند میکروالکترونیک، مهندسی نرم افزار
- وجود یک بستر قانونی جهت اجرای تجارت الکترونیکی
- همکاری دانشگاهها، مراکز تحقیقاتی و سازمانهای مختلف
- پذیرش اسناد الکترونیکی توسط قوه قضاییه (بجای اصل سند مالکیت)
- تأمین صدور و بکارگیری کارت‌های اعتباری و نظام انتقال الکترونیکی اسناد توسعه شبکه بانکی
- تأمین خطوط ارتباطی پرسرعت و مطمئن و ایجاد بستر مخابراتی به شکل بی سیم
- معرفی مرجع نمونه گواهی امضاء دیجیتالی در کشور و تأیید احراز هویت خریدار و فروشنده توسط این مرجع.

مزیت‌های تجارت الکترونیکی:



- افزایش رشد تجارت
- افزایش فروش
- افزایش درآمد
- افزایش سرمایه‌گذاری
- افزایش سطح رفاه زندگی مردم
- ایجاد فرصت‌های تجاری جدید برای صنایع و بنگاه‌های بازرگانی
- افزایش فرصت‌های جدید شغلی (کارآفرینی نسل جوان در درآمدت)

مزیت‌های تجارت الکترونیکی:

- افزایش قابل ملاحظه امنیت دسترسی به بازارهای صادراتی ناشی از تثبیت تعرفه‌ها
- امکان ارائه خدمات و محصولات در سطح جهانی
- جلوگیری از اتلاف وقت و کاهش تردهای بی‌مورد
- کمک به منابع انرژی و محیط زیست
- کاهش هزینه‌های سربار و ایجاد رقابت در سطح بین‌المللی
- دسترسی سریع به اطلاعات
- عدم حضور واسطه
- کاهش هزینه‌های تبلیغات کالا بویژه در سطح بین‌المللی
- ورود به بازارهای فرامنطقه‌ای در جهت بازاریابی جهانی

معایب تجارت الکترونیکی:

- تأثیر ناشناخته آن بر روابط اجتماعی انسانها

- اینترنت یک شبکه بلاصاحب و بدون سیاست‌گذاری خاصی است

- تسلط زبان و فرهنگ انگلیسی که در درازمدت زبان، فرهنگ و هویت کشورها به نفع اینترنت از بین می‌رود.

- در اختیار قراردادن فوری بخش عمده‌ای از تقاضای داخلی به رقبای خارجی



معایب تجارت الکترونیکی:

- بلااستفاده ماندن بیشتر عوامل تولید کاهش میزان تولید
- کاهش حجم فروش
- کاهش نیروی شاغل (افزایش نرخ بیکاری)
- کاهش سرمایه‌گذاری صنعتی
- کاهش تولید شرکت‌های ورشکسته
- کاهش سهام صنعت در تولید ناخالص داخلی
- کاهش نیازهای ارزی کشور برای تأمین احتیاجات جامعه جوان و روبه‌رشد کشور
- افزایش میزان استقراض خارجی و بدهی‌های کشور
- کاهش درآمدهای مردم و سطح زندگی آنها که در تباین با اهداف کلان سازمان جهانی تجارت است

امنیت در تجارت الکترونیک:



منظور از امنیت، حفاظت داده‌ها درمقابل افراد غیرمجاز و خاطی در فرآیند تجارت الکترونیک می‌باشد اینترنت یک شبکه کاملاً باز است و تا هنگامی که تدابیر لازم جهت عدم امکان دسترسی اشخاص غیرمجاز به منظور در اختیار قرار گرفتن اطلاعات و مداخله در آنها پیش‌بینی نگردد اطلاعات می‌تواند مورد دستبرد یا دستکاری قرار گیرد.

روشهای تامین امنیت :



برای تامین امنیت فروشگاه که از مهمترین مسایل تجارت الکترونیکی است روشهای مختلفی وجود دارد که دو روش متداول آن عبارتند از:

SSL -1

روشی است برای برقراری یک ارتباط امن بین فروشنده و خریدار. این روش توسط شرکت Netscape در اواخر سال 1994 طراحی شد و اکنون به عنوان یکی از استانداردهای امنیتی اینترنت پذیرفته شده است.



روشهای تامین امنیت :

SET-2

روشی است برای حفظ امنیت تراکنشهای کارتهای اعتباری بر روی اینترنت.

SET از رمز نگاری برای رسیدن به اهداف زیر استفاده می کند:



1- محرمانه کردن اطلاعات

2- تامین درستی پرداخت

3- تصدیق اصالت فروشگاهها و دارندگان کارت اعتباری

روشهای تامین امنیت :

این روش علاوه بر آنکه اطلاعات را رمز کرده و صحت ادعای طرفین را به یکدیگر ثابت می کند دارای یک امتیاز نسبت به روش **SSL** است. در روش **SET** فروشنده هیچ دسترسی به اطلاعات کارت اعتباری خریدار نخواهد داشت، بعبارت دیگر اطلاعات کارت اعتباری خریدار به هنگام خرید به سایت فروشنده ارسال نشده بلکه بین خریدار و خود بانک مبادله می شود. در حال حاضر **SSL** به خاطر ارزانتر و ساده تر بودن بیشتر از روش **SET** مورد استفاده است .

نقش شبکه های اجتماعی در رونق تجارت الکترونیک:



در این میان شبکه‌های اجتماعی و نفوذ هر چه بیشتر آنها در میان کاربران مختلف در تمام نقاط دنیا باعث شده است که این شبکه‌ها به ابزارهایی مناسب برای تبلیغات و تجارت الکترونیک تبدیل بشوند. ایده پست کردن و به اشتراک گذاشتن آگهی‌های تبلیغی روی سایت‌هایی مانند **Facebook** و **Pinterest** فروش وبسایت‌های فعال در زمینه تجارت الکترونیک را به طرز قابل توجهی افزایش داده است.

به طور کلی میزان فروش تجارت الکترونیک از طریق شبکه‌های اجتماعی رشدی تا سه برابر بیشتر از فروش کل تجارت الکترونیک جهانی در سال گذشته میلادی داشته است.

سهولت بکارگیری:



• ایجاد یک فروشگاه بزرگ مجازی (Mall)

نقش وظایف نمایندگی‌ها در یک فروشگاه مجازی اینترنتی

به‌منظور همگانی کردن فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی سهولت بکارگیری آن توسط مصرف‌کنندگان و کاربران نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

سهولت استفاده از چنین سیستم‌های تجارت الکترونیکی موجب می‌گردد تا مصرف‌کنندگان دقیقاً به کالاها و خدمات موردنیاز خود دستیابند.

هرچند می‌توان کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی و کاهش هزینه‌های مربوطه و امکان بهره‌گیری توسط تمامی اقشار از جمله معلولین و سالمندان را به مجموعه امتیازات فوق افزود.

تجارت الکترونیکی و زنجیره های تأمین:



هدف اصلی تجارت الکترونیکی نیز نزدیک کردن تولیدکننده به مصرف کننده و کم کردن حجم و گستره زنجیره های تأمین است. زنجیره تأمین مسیری است که مصرف کننده را به تولیدکننده یا تولیدکننده را به تولیدکنندگان دیگر متصل می کند و محصول برای رسیدن به دست مصرف کننده نهایی باید آن را بپیماید.

در عرصه تجارت، رفتن به سطوح پایین این زنجیره، سهولت دسترسی به منابع را در پی دارد و رفتن به لایه های بالاتر آن، عرضه محصول را آسان می کند که هدف کمپانی های اقماری است.



چارچوب نظری تجارت الکترونیک:

چارچوب تجارت الکترونیک از سه سطح عالی تشکیل شده است:

- **زیر ساختار:** نرم افزار، سخت افزار، پایگاههای داده ای و ارتباطاتی را شامل می شود که برای انجام وظیفه در قالب صفحات وب بر روی اینترنت یا پشتیبانی از مبادله الکترونیکی داده ها و سایر اشکال پیام گذاری و پیام گیری بر روی اینترنت یا سایر شبکه ها بکار می روند.



چارچوب نظری تجارت الکترونیک:

- خدمات: پیام گذاری و پیام گیری و دامنه گسترده ای از خدمات که توانایی پیدا کردن و ارائه اطلاعات (در صورت نیاز در قالب تجاری آن) را فراهم می آورند و شامل جستجو برای شرکای تجاری بالقوه و همچنین مذاکره و توافق در مورد مبادلات تجاری هستند.



چارچوب نظری تجارت الکترونیک:



- محصولات و ساختارهای تجارت الکترونیک:
پیش بینی و تدارک مستقیم کالاها و خدمات
تجاری وابسته به اطلاعات برای مشتریان و شرکای
تجاری، همکاری و سهام شدن در اطلاعات داخل و
خارج سازمان و سازماندهی محیط بازاری
الکترونیکی و زنجیره تهیه و پشتیبانی.

اشتباهات بزرگ در تجارت الکترونیک:

§ اشتباه اول: سبدهای خرید گیج کننده

§ اشتباه دوم: پرس و جوی بی دلیل

§ اشتباه سوم: مشکل پیدا کردن کالا

§ اشتباه چهارم: پیمایش با دردسر

§ اشتباه پنجم: صورتحسابهای عجیب

§ اشتباه ششم: گیج کردن مشتری

§ اشتباه هفتم: وعدههای پوچ





پر درآمدترین سایت های اینترنتی:

amazon.com

درآمد سایت آمازون به میزان 34 میلیارد دلار است. این سایت معروف در هر ثانیه 1 هزار دلار درآمد کسب می کند. تاریخ تاسیس این سایت به سال 1994 بر می گردد و در حال حاضر 33 هزار و 700 نفر کارمند دارد. سایت آمازون بزرگترین سایت خرده فروشی جهان است که در صدر فهرست پردرآمدترین سایت های جهان قرار گرفته است. درآمد سایت آمازون تنها از محل خرده فروشی نیست بلکه آمازون چند سایت پربازدید دیگر مثل الکسا و زاپوس را در زیرمجموعه خود دارد.





پر درآمدترین سایت های اینترنتی:

ebay.com

سایت ای.بی.بی در سال 1995 توسط یک ایرانی راه اندازی شد. سایت ای.بی.بی بهترین فروشگاه آنلاین است که شما می توانید با مشتریان خود بر سر قیمت چانه زده و اجناس خود را به معرض فروش بگذارید.

در مدت 13 سال گذشته مدیر سایت ای.بی.بی توانسته است 35 شرکت دیگر را از جمله 6 فروشگاه آنلاین در هند، کره جنوبی، فرانسه و سوئد راه اندازی کند.

طبق آخرین آمار درآمد این وبسایت که مدیری ایرانی دارد، 9میلیارد و 156هزار دلار است، درحقیقت این وب سایت در هر ثانیه به اندازه 290 دلار به میزان درآمد خود می افزاید.



Alibaba.com™

پر درآمدترین سایت های اینترنتی:

alibaba.com

سایت علی بابا بر خلاف اسم فارسی که دارد یک سایت خارجی است که وابسته به شرکت Alibaba.com واقع در هنگ کنگ است اما سرور آن در آمریکا قرار دارد.

این سایت با بیش از یک میلیون عضو یک مجموعه کامل از شرکت ها و محصولات آنها را در بردارد که قابلیت جستجو و تحقیق راجع به یک شرکت خاص و یا محصول خاص را به کاربران خود می دهد.

فعالیت سایت علی بابا بیشتر بر تجارت بین کاربرانش متمرکز است. این سایت در حال حاضر 65 میلیون کاربر از 240 کشور جهان را دارد. درآمد این سایت از محل فعالیت هایش 5میلیارد و 558 میلیون دلار است.

نتیجه:

E-commerce صرف نظر از تمامی برتری‌ها هنوز دارای نقاط ضعفی است. توانایی دسترسی به رایانه‌های شخصی و سرعت پائین نقل و انتقال اطلاعات بر روی بستر اینترنت امکان دستیابی به پایگاه‌های اینترنتی را با مشکل مواجه می‌سازد و در نتیجه تأثیر این موارد، اثر تجارت الکترونیکی را کمرنگ می‌کند ولی با افزایش کاربران اینترنت و سهولت دستیابی به دنیای مجازی اینترنت، تجارت الکترونیکی به دنیای آینده چهره‌ای دگرگون خواهد بخشید.

با تشکر از حسن توجه شما

