





عنوان : بانک اطلاعاتی یک فروشگاه اینترنتی (دیجی کالا)
(پروژه آزمایشگاه پایگاه داده ها)

استاد مربوطه : دکتر قدیری
TA : آقای مروج

نام دانشجو : مریم سعیدمهر
شماره دانشجویی : ۹۶۲۹۳۷۳
رشته : مهندسی کامپیوتر

* فروشگاه اینترنتی چیست؟؟

فروشگاه اینترنتی به وب سایتی گفته می شود که تعدادی کالا یا خدمات از هر نوعی را در ویتترین خود عرضه می کند. مشتریان برای استفاده از آن خدمات یا کالا ها می توانند به فروشگاه سفارش بدهند؛ و حتی هزینه خدمات یا کالا را به صورت آنلاین پرداخت نمایند .

برای دریافت سفارش از مشتری معمولاً سیستمی به نام سبد مجازی خرید وجود دارد که می توان سفارشات را در آن ثبت نمود . سایت های پیشرفته حتی سبد خرید مشتری خود را تا مراجعه بعدی به سایت محفوظ نگه می دارند.

بنابراین مشتری در طی چند روز می تواند یک سبد خرید را تکمیل نماید و سپس هزینه ی آن را پرداخت کرده و خدمات و کالای خود را دریافت نماید . ارائه خدمات در فروشگاه های اینترنتی می تواند به صورت فیزیکی یا غیر حضوری (مجازی) باشند از خدمات فیزیکی می توان خرید کتاب، مایحتاج زندگی، موبایل و . . . را برشمرد؛ و از خدمات مجازی می توان به فروش فیلم، موسیقی و . . . اشاره نمود. مهمترین مزیت فروشگاه های اینترنتی در دسترس بودن آنهاست؛ خریدار در هر مکان و موقعیتی فقط با دسترسی به اینترنت می تواند خرید خود را انجام دهد . این روش یک نوع تغییر مدل در شیوه ی تجارت محسوب می شود؛ و برای فروشنده و مشتری سودمند می باشد . اما شروع این تجارت هم نیاز به یک سری عوامل دارد که عدم رعایت آنها می تواند ضررهایی را در پی داشته باشد.

¶ در ذیل به برخی از این عوامل و نکات اشاره می شود:

- یک فروشگاه اینترنتی از نظر سرمایه گذاری و مدیریت، هیچ فرقی با یک فروشگاه فیزیکی ندارد. همان طور که شما برای راه اندازی یک مغازه در یک مرکز خرید باید هزینه صرف کنید اگر برای طراحی سایت خود هزینه ی کافی انجام ندهید، هیچ سودی عاید شما نخواهد شد.

- امنیت فروشگاه اینترنتی بسیار حائز اهمیت است. همان طور که افراد به فکر امنیت مغازه ی خود هستند، باید خیلی بیشتر امنیت فروشگاه اینترنتی را در نظر بگیرند؛ زیرا سارقان اینترنتی خیلی ماهرتر از سارقان فیزیکی عمل می کنند.
- فروشگاه اینترنتی هم نیاز به تبلیغات کارآمد دارد . همان گونه که افراد برای رونق مشاغل خود از تبلیغات استفاده می نمایند؛ یک فروشگاه اینترنتی هم برای اینکه مطرح شود باید در وهله اول فروشگاه خود را در بین مردم مطرح کند و لازمه ی این کار انجام تبلیغات گسترده است . با وجود این که اینترنت یک رسانه جدید محسوب می شود؛ ولی قوانین اصلی کسب و کار به قوت خود باقی و در این رسانه نیز کاربرد دارد.

*** امکاناتی که برای این فروشگاه در نظر دارم :**

- تعریف کالا : امکان تعریف محصول در فروشگاه اینترنتی با قرار دادن کالا در قفسه های مجازی. درج توضیح مختصر یا مفصل برای هر محصول ، نحوه استفاده از آن ، کاربردها یا مزایای آن نسبت به دیگر کالاها ، ویژگی های خاص آن ، تحلیل کارشناسی کالا و بررسی و معرفی جامع محصول. درج مشخصات محصول شامل مدل محصول ، وزن کالا ، انواع رنگ ها یا سایز های موجود.
- طبقه بندی محصولات: امکان طبقه بندی (قفسه بندی) محصولات در فروشگاه اینترنتی در تعداد سطوح مختلف بصورت سلسله مراتبی نامحدود. کم و زیاد کردن محصولات. افزودن محصولات جدید یا حذف بعضی محصولات از فروشگاه. تغییر یا تکمیل اطلاعات محصول و ویرایش آن هر چند بار بعد از وارد کردن اطلاعات.
- سیستم مدیریت جامع قیمت: تعیین قیمت هر کالا، امکان نمایش قیمت قبلی و قیمت فعلی ، نمایش قیمت همه یا بعضی کالاها بصورت تومان ، ریال یا دلار یا یورو بر اساس تنظیم دلخواه

مدیر، اعمال افزایش یا کاهش درصدی یا غیردرصدی بصورت دسته ای روی کالاها ، امکان وارد کردن محصول و بروز کردن قیمت محصولات موجود بصورت دسته ای و مکانیزه از دیتابیس های تخصصی شما و یا دستی از روی اکسل

- نمایش عکس محصولات: امکان آپلود و انتساب عکس به یک محصول.
 - جستجوی سریع: امکان سرچ محصول تنها با وارد کردن نام یا بخشی از نام آن و یا شماره مدل محصول و ... در بین تمامی محصولات و نمایش نتایج.
 - صورت حساب مشتری: صدور فاکتور و پیش فاکتور رسمی با پوشش تخفیفات ، مالیات بر ارزش افزوده (تنظیم نرخ ، قابل مدیریت توسط مدیر) و شماره سند منحصربفرد قابل پیگیری توسط کاربر و شماره سفارش تحت نظر و تنظیمات و مجوز مدیر فروشگاه اینترنتی .
 - فعال/غیرفعال کردن کالا: امکان حذف یک محصول و پاک کردن اطلاعات آن
 - ارائه کد رهگیری به خریدار: به هر خریدار بعد از واریز وجه ، شناسه منحصربفردی را به عنوان کد رهگیری ارائه خواهد داد که مشتری می تواند با پرینت گرفتن و یا به خاطر سپردن آن کد در آینده پیگیر سفارش خود باشد.
 - فهرست سفارشات و خرید های قبلی: مشتری از طریق پانل کاربری اش ، می تواند به تمامی سوابق قبلی خود ، از خریدهایی که کالا را دریافت کرده ، یا سفارشات در دست ارسال یا بررسی و ... گزارش بگیرد.
 - بررسی وضعیت سفارش: مشتری می تواند اینکه سفارش اخیرش در چه مرحله ایست را کنترل و بررسی نماید. معلق، تایید شده، در حال انجام، ارسال گردیده، تکمیل شده.
 - ذخیره ی سبد خرید: اگر مشتری مراحل خرید را انجام داد اما به هر علت از پرداخت اینترنتی منصرف شد و یا نتوانست پرداخت انجام دهد ، سیستم سبد خرید وی را ذخیره خواهد کرد تا بتواند در مراجعه بعدی ، ادامه خرید و پرداخت الکترونیکش را انجام دهد.
- (توجه : اینکه تمام امکانات در انتهای کار عملیاتی شود یا نه ، یک امر قطعی نیست !)

* یک جدول بندی اولیه و خام :

