



بازاریابی و پرداخت های الکترونیکی

نیلوفر مظفری



ارزیابی محیطی بازاریابی الکترونیکی

- در بازاریابی الکترونیکی، تحلیل عوامل محیطی خاص فضای مجازی از اهمیت خاص برخوردار است. در میان عوامل محیطی فضای مجازی، دو عامل میزان آمادگی الکترونیکی و زیرساخت های فناوری اطلاعات و ارتباطات از یک سو و جنبه های حقوقی و قانونی تجارت الکترونیکی از سوی دیگر حائز بیشترین اهمیت هستند.



تعریف امضای الکترونیکی در قانون تجارت الکترونیک

- تعریف امضای الکترونیکی طبق بند الف ماده ۲ راهنمای ۲۰۰۱ آنیسترال چنین است "امضای الکترونیکی عبارت از داده دیجیتالی است که با انضمام یا وابستگی منطقی آن به یک داده پیام، موید شخصیت انحصاری امضاکننده و قبول وی نسبت به همان داده پیامی است که آن داده دیجیتالی به آن منضم شده یا با آن وابستگی منطقی دارد."
- امضای الکترونیکی در دستورالعمل اتحادیه اروپا به این صورت تعریف شده است "داده های الکترونیکی که به سایر داده پیام های الکترونیکی مضم شده یا به نحو منطقی به آنها متصل شده و به عنوان وسیله ای برای مستندسازی بکار می رود."



تعریف امضای الکترونیکی در قانون تجارت الکترونیک

- در قانون تجارت الکترونیکی ایران نیز در بند "ی" از ماده ۲ امضای الکترونیکی تعریف شده است. طبق این تعریف که مشابه تعریف آنیسترال و اتحادیه اروپا است، امضای الکترونیکی عبارت است از هر نوع علامت منضم شده یا به نحو منطقی متصل شده به داده پیام است که برای شناسایی امضاکننده پیام مورد استفاده قرار می گیرد.



آثار حقوقی امضای الکترونیک

- امضای الکترونیکی به هر تاییدی اطلاق می شود که به صورت الکترونیکی ایجاد شده و ممکن است یک علامت، رمز، کلمه، عدد، یک نام تایپ شده، تصویر دیجیتال یک امضای دست نویس و یا هر نشان الکترونیکی اثبات هویت باشد که توسط صادرکننده و یا قائم مقام وی اتخاذ و به یک قرارداد و یا هر سند دیگری ملحق شده باشد. به عبارت ساده تر، امضای الکترونیکی یک داده است که به سایر داده ها منضم شده و ارتباط امضاکننده را با داده هایی که به آنها منضم شده، مشخص می کند. باید پذیرفت امضای الکترونیکی همانند امضای دست نویس دارای اثر حقوقی احراز هویت امضاکننده سند و التزام وی به مندرجات آن است.



امضای الکترونیکی

- ماده ۱۰. امضای الکترونیکی مطمئن باید دارای شرایط زیر باشد:
- الف- نسبت به امضاکننده منحصر به فرد باشد.
- ب- هویت امضاکننده ی "داده پیام" را معلوم نماید.
- ج- به وسیله ی امضاکننده و یا تحت اراده ی انحصاری وی صادر شده باشد.
- د- به نحوی به یک "داده پیام" متصل شود که هر تغییری در آن "داده پیام" قابل تشخیص و کشف باشد.



دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی

- ماده ۳۱. دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی واحدهایی هستند که برای ارائه خدمات صدور امضای الکترونیکی در کشور تاسیس می شوند. این خدمات شامل تولید، صدور، ذخیره، ارسال، تایید، ابطال و به روز نگهداری گواهی های اصالت (امضای) الکترونیکی می باشد.
- ماده ۳۲. آیین نامه و ضوابط نظام تاسیس و شرح وظایف این دفاتر توسط سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و وزارتخانه های بازرگانی، ارتباطات و فناوری اطلاعات، امور اقتصادی و دارایی و دادگستری تهیه و به تصویب هیات وزیران خواهد رسید.



قواعد تبلیغ

- ماده ۵۰- تامین کنندگان در تبلیغ کالا و خدمات خود نباید مرتکب فعل یا ترک فعلی شوند که سبب مشتبّه شدن و یا فریب مخاطب از حیث کمیت و کیفیت شود.
- ماده ۵۱- تامین کنندگانی که برای فروش کالا و خدمات خود تبلیغ میکنند، نباید سلامتی افراد را به خطر اندازند.
- ماده ۵۲- تامین کننده باید به نحوی تبلیغ کند که مصرف کننده به طور دقیق، صریح و روشن اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را درک کند.
- ماده ۵۳. در تبلیغات و بازاریابی باید هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغات به نفع اوست، روشن و صریح باشد.



قواعد تبلیغ (ادامه)

- ماده ۵۴. تامین کنندگان نباید از خصوصیات ویژه معاملات به روش الکترونیکی جهت مخفی نمودن حقایق مربوط به هویت یا محل کسب خود سواستفاده کنند.
- ماده ۵۵. تامین کنندگان باید تمهیداتی را برای مصرف کنندگان در نظر بگیرند تا آنان راجع به دریافت تبلیغات به نشانی پستی و یا پست الکترونیکی خود تصمیم بگیرند.



نماد اعتماد تجارت الکترونیکی در ایران

- نماد اعتماد الکترونیکی نشانه ای است که به عنوان تاییده از طرف مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت که به فروشگاه های اینترنتی داده می شود.
- هر سایتی که دارای فرآیند خرید و یا پرداخت وجه به هر صورتی در ازای خرید و یا فروش کالا و یا ارائه خدمات باشد، می تواند متقاضی دریافت نماد اعتماد الکترونیکی باشد. اگر سایتی دارای خدمات پس از فروش، خرید و فروش کالا، بازاریابی غیرهرمی، غیرشبکه ای باشد، می تواند متقاضی دریافت نماد اعتماد باشد و در تعریف کسب و کار الکترونیکی جای می گیرد.



نماد اعتماد الکترونیکی

نماد موقت: اعطای نماد موقت جهت تسریع در فرآیند اعطای نماد صورت گرفته است. در این مرحله فروشگاه با حداقل معیارهای ضروری جهت راه اندازی فروشگاه اینترنتی مورد ارزیابی قرار میگیرد.

نماد دائم یک ستاره: پس از اعطای نماد موقت، فرآیند بررسی فروشگاه جهت دریافت نماد دائم آغاز میشود. اعطای نماد دائم، مستلزم احراز مجموعه ای معیارهاست.

نماد دائم دو ستاره: فرآیند اعطای نماد دائم دو ستاره از لحاظ معیارهای ارزیابی کاملاً مطابق با نماد اعتماد تک ستاره است. تنها تفاوت الزام فروشگاه برای نصب گواهی امنیت SSL در وبسایت فروشگاه است.



برخی از شرایط دریافت نماد اعتماد الکترونیکی

- اعلام دقیق مشخصات کالاها و نام و مشخصات دقیق تولیدکننده آن به همراه ویژگی های کارکردی و فنی.
- اعلام میزان مالیات برارزش افزوده به صورت مشخص و تفکیک شده به خریدار.
- اعلام هزینه هایی که برای خرید کالا یا خدمات بر عهده مشتری خواهد بود. (قیمت کالا یا خدمات، هزینه تماس، هزینه حمل، هزینه بسته بندی و ...)
- واضح بودن روند برگرداندن کالا و یا انصراف از دریافت خدمت و روش های بازپرداخت وجه.
- ردیابی وضعیت ارسال کالاهای سفارش داده شده.
- زبان اصلی سایت، فارسی باشد.



مرجع

- بازاریابی الکترونیکی، دکتر علی کمندی، انتشارات سیمای دانش، ۱۳۹۵.

