

# اصول تجارت الکترونیکی

## مرور تجارت الکترونیکی

دانشگاه شیراز  
واحد دانشگاه مجازی

1. تعریف تجارت الکترونیک (EC) و شرح بخش های مختلف آن
2. شرح و توصیف محتوا و چارچوب EC
3. توصیف انواع تراکنش های EC
4. بیان انقلاب دیجیتالی به عنوان محرکی برای EC

5. توصیف محیط کسب و کار به عنوان محرکی برای EC
6. توصیف تعدادی از مدل های کسب و کار EC
7. توصیف مزایای EC برای سازمان ها، مشتریان و جامعه
8. توصیف محدودیت های EC
9. توصیف نقش EC در پاسخ دهی سازمان ها به فشارهای محیطی

## ■ تجارت الکترونیک (EC)

- فرایند خرید، فروش یا معاوضه کالا، خدمات یا اطلاعات از طریق شبکه های کامپیوتری

■ EC از جنبه های زیر تعریف می شود

- ارتباطات
- تجارت
- فرایند کسب و کار
- خدمت
- یادگیری
- مشارکتی
- اجتماع

## ■ کسب و کار الکترونیک

- تعریف کلی تری از EC که نه تنها شامل خرید و فروش کالا و خدمات است بلکه شامل:
    - سرویس دهی به مشتری
    - مشارکت با شرکای تجاری
    - هدایت تراکنش های الکترونیکی درون یک سازمان
- نیز است.

## ■ EC کامل در مقابل جزیی

- EC بسته به درجه دیجیتالی بودن چندین شکل به خود می گیرد  
(انتقال از فیزیکی به دیجیتالی)

(1) محصول (خدمت) فروخته شده

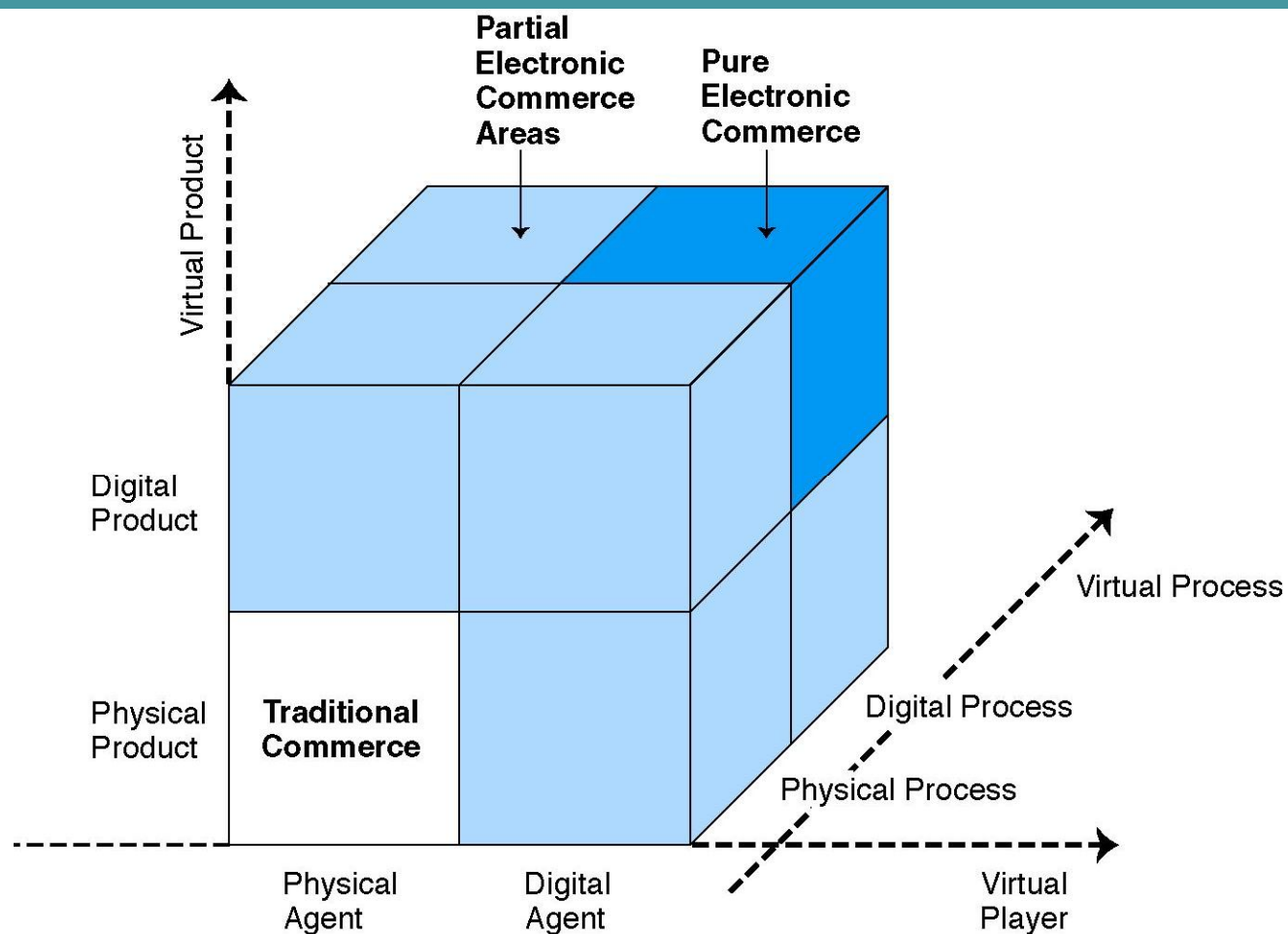
(2) فرایند

(3) عامل (یا واسط) تحویل

## تعاریف و مفاهیم (ادامه)

- EC کامل (همه ابعاد دیجیتالی هستند)
  - سازمان های کاملاً آنلاین (مجازی)
  - سازمان های اقتصاد جدید
  - فروش محصولات و خدمات تنها بصورت آنلاین
- EC جزئی : ترکیبی از ابعاد فیزیکی و دیجیتالی
  - سازمان های click and mortar
  - هدایت فعالیت های EC
  - کسب و کار اصلی خود را در دنیای فیزیکی انجام می دهند





شکل 1: ابعاد تجارت الکترونیک

## ■ سازمان های EC

### ● سازمان های Brick-and-mortar

- سازمان ها (شرکت ها) ی اقتصاد قدیم قسمت اعظم کسب و کار خود را بصورت آفلاین انجام می دهند. محصولات فیزیکی را بوسیله عامل های فیزیکی می فروشند.

### ● سازمان های مجازی (کاملا الکترونیکی)

- سازمان هایی که فعالیت های کسب و کار خود را تنها بصورت آنلاین انجام می دهند.

### ● سازمان های click-and-mortar (click-and-brick)

- سازمان هایی که بعضی فعالیت های تجارت الکترونیک را هدایت می کنند اما کسب و کار اصلیشان را در دنیای فیزیکی انجا میدهند.

## ■ EC در کجاها بکار گرفته می شود

### ● بازار الکترونیکی (e-marketplace)

○ بازار آنلاینی که خریداران و فروشندگان برای معاوضه کالا، خدمات، پول یا اطلاعات همدیگر را ملاقات می کنند.

### ● سیستم های اطلاعاتی بین سازمانی (IOS)

○ سیستم های ارتباطی که اجازه پردازش تراکنش های معمول و جریان اطلاعات بین دو یا چند سازمان را می دهند.

### ● سیستم های اطلاعاتی درون سازمانی

○ سیستم های ارتباطی که انجام فعالیت های تجارت الکترونیک درون یک سازمان را ممکن می سازند.

## چارچوب، دسته بندی و محتوای EC

■ محاسبات شبکه ای زیرساخت EC است و به سرعت در حال تبدیل شدن به محیط محاسباتی استاندارد برای برنامه های تجاری، خانگی و دولتی است.

- محاسبات شبکه ای کامپیوترها و دیگر ابزارهای الکترونیکی که در مکان های مختلف قرار دارند را با استفاده از شبکه های ارتباطات راه دور برای مثال وایرلس به یکدیگر متصل می کند.
- به کاربران اجازه دسترسی به اطلاعات ذخیره شده در مکان های فیزیکی مختلف و نیز ارتباط برقرار کردن و همکاری با دیگر افراد که در فواصل جغرافیایی دور قرار دارند را می دهد.

## ■ اینترنت

- شبکه داخلی یک سازمان یا دولت که از ابزارهای اینترنتی مانند مرورگرهای وب و پروتکل های اینترنت استفاده می کند.

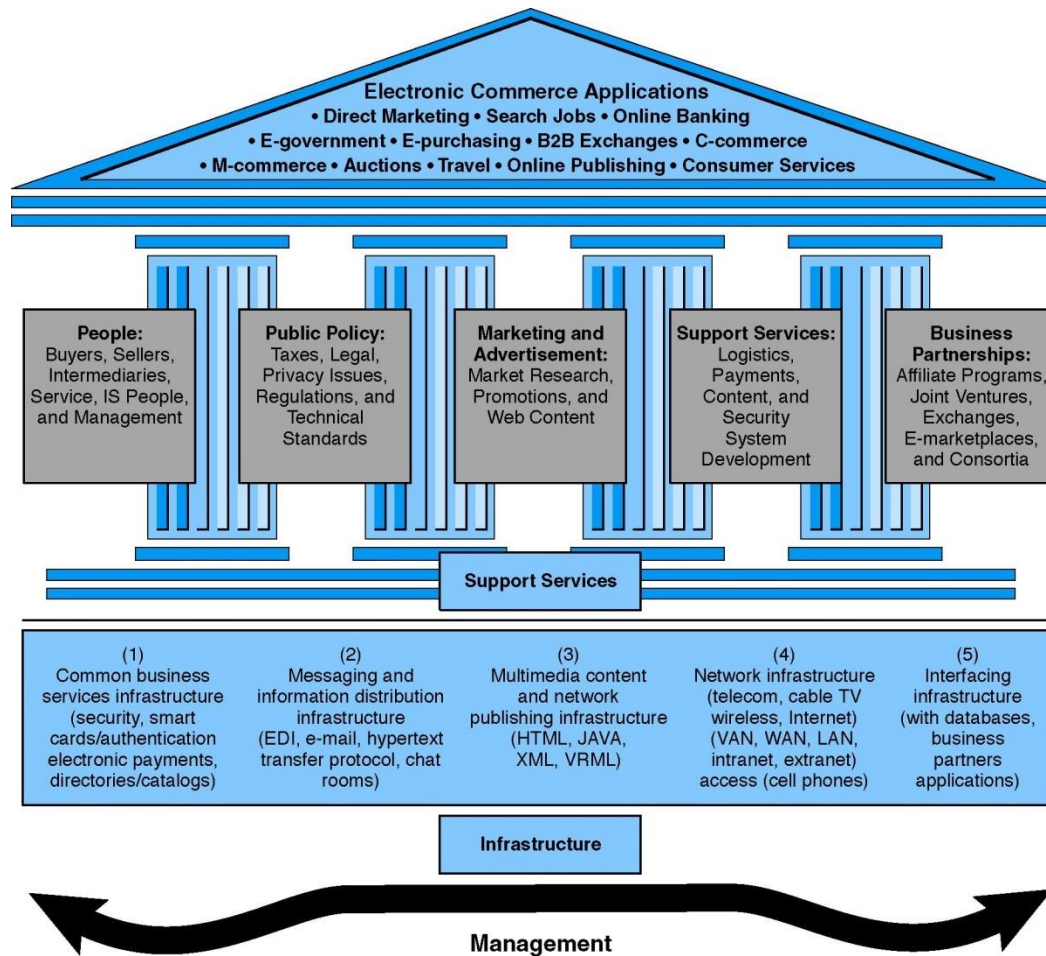
## ■ اکسترانت

- شبکه ای از اینترنت برای متصل کردن چند اینترنت استفاده می کند.

## چارچوب، دسته بندی و محتوای EC

■ یک چارچوب EC از 5 حوزه سیاست پشتیبانی می کند

- افراد
- سیاست های عمومی
- بازاریابی و تبلیغات
- خدمات پشتیبانی
- شرکای کسب و کار



شکل 2: چارچوبی برای تجارت الکترونیک

■ دسته بندی بر اساس طبیعت تراکنش ها یا محاورات

## ● business-to-business (B2B)

○ مدل تجارت الکترونیکی که همه شرکت کنندگان در آن کسب و کارها یا دیگر سازمانها هستند.

## ● business-to-consumer (B2C)

○ مدل تجارت الکترونیکی که در آن کسب و کارها به مشتریان فردی کالا و خدمات می فروشند.



## ■ خرده فروشی الکترونیک (e-tailing)

- خرده فروش آنلاین، معمولاً B2C

## ■ business-to-business-to-consumer (B2B2C)

- مدل تجارت الکترونیکی که در آن یک کسب و کار محصولات و خدماتی را برای یک کسب و کار دیگر که مشتریان خود را دارد فراهم می کند.

## ■ consumer-to-business (C2B)

- مدل تجارت الکترونیکی کی که در آن اشخاص از اینترنت برای فروش کالا و خدمات خود به سازمان ها استفاده می کنند یا اشخاص در آن به دنبال فروشندگانی برای گذاشتن پیشنهاد بر روی کالاها و خدمات مورد نیازشان هستند.

## ■ consumer-to-consumer (C2C)

- مدل تجارت الکترونیکی که در آن مشتریان مستقیما به مشتریان دیگر می فروشند.

## ■ نظیر به نظیر (peer-to-peer)

- تکنولوژی که به اشتراک گذاری داده و پردازش در کامپیوترهای شبکه شده نظیر به نظیر را با یکدیگر و بطور مستقیم فراهم می سازد.

## ■ تجارت سیار (m-commerce)

- تراکنش ها و فعالیت های تجارت الکترونیک که در یک محیط وایرلس مدیریت می شود.

## ■ تجارت مبتنی بر مکان (l-commerce)

- تراکنش های تجارت سیاری که برای افراد در مکان ها و زمان های خاص هدفمند می شوند.

## ■ EC درون کسب و کار

- دسته ای از تجارت الکترونیک که همه فعالیت های درون سازمانی شامل مبادله کالا، خدمات یا اطلاعات بین واحدها و افراد مختلف سازمان را در بر می گیرد.

## ■ business-to-employees (B2E)

- مدل تجارت الکترونیکی که در آن یک سازمان خدمات، کالا و یا اطلاعات را به کارمندان خود تحویل می دهد.

## ■ تجارت مشارکتی (c-commerce)

- مدل تجارت الکترونیکی که در آن افراد یا گروهها با یکدیگر بصورت آنلاین ارتباط برقرار کرده و یا همکاری و مشارکت می کنند.

## ■ آموزش الکترونیکی (e-learning)

- تحویل آنلاین اطلاعات برای اهداف یادگیری یا آموزش

## دسته بندی EC

### ■ تبادل (الکترونیکی)

- یک بازار الکترونیکی عمومی با تعداد زیادی خریدار و فروشنده

### ■ exchange-to-exchange (E2E)

- مدل تجارت الکترونیکی که در آن تبادلات الکترونیکی بطور رسمی به منظور تبادل اطلاعات با یکدیگر به هم متصل می شوند.

### ■ e-government

### ■ دولت الکترونیکی

- مدل تجارت الکترونیکی که در آن یک موجودیت دولتی کالا، خدمات و یا اطلاعات را از کسب و کارها یا شهروندان خریداری یا برای آنها فراهم می کند.

- در حالت کلی رشد EC در آینده قابل پیش بینی بطور قوی ادامه خواهد داشت
- علیرغم شکست شرکت ها و ابتکارات شخصی، حجم کلی EC هر ساله 15 تا 25 درصد رشد می کند.

# تکامل دیجیتال EC را به حرکت وامی دارد.

## ■ اقتصاد دیجیتال

- اقتصادی که بر پایه تکنولوژی های دیجیتال شامل شبکه ای ارتباطی دیجیتال، کامپیوترها، نرم افزار و دیگر تکنولوژی های اطلاعاتی مرتبط است. همچنین اقتصاد اینترنتی، اقتصاد جدید و یا اقتصاد وب خوانده می شود.

- انقلاب دیجیتالی به تجارت الکترونیک با فراهم آوردن مزیت های رقابتی برای سازمان ها و بوجود آوردن زمینه برای نوآوری شتاب می بخشد.



## محیط کسب و کار EC را به حرکت وامی دارد

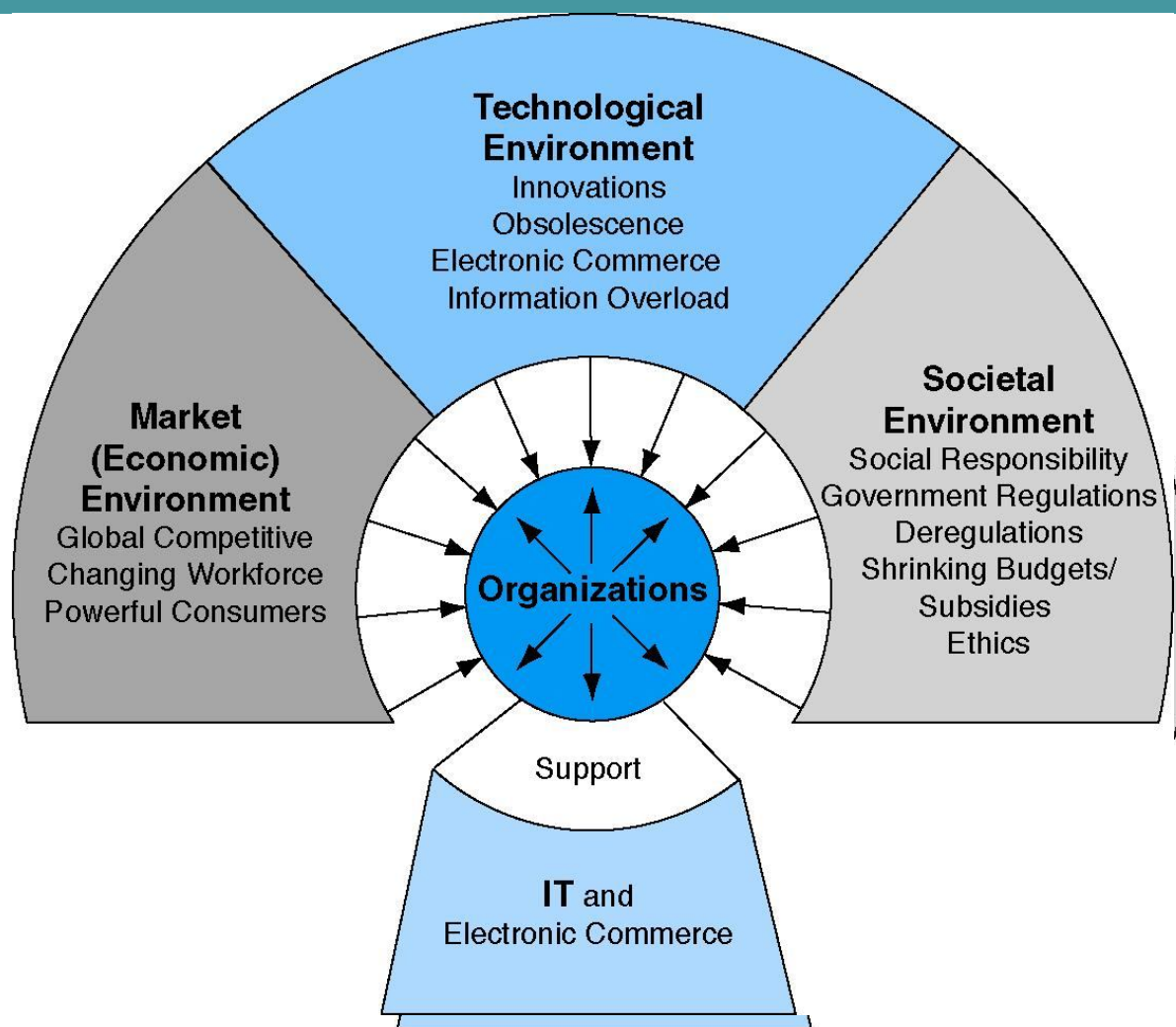
- فاکتورهای اقتصادی، قانونی، اجتماعی و تکنولوژیکی محیط کسب و کار پر رقابتی را بوجود آورده است که در آن مشتریان قدرتمندتر می شوند

## محیط کسب و کار EC را به حرکت وامی دارد

### ■ مدل پشتیبانی از پاسخ محیط

- شرکت ها نه تنها باید فعالیت های سنتی مانند **کاهش قیمت** و **بستن امکانات غیر سودآور** را لحاظ کنند بلکه باید فعالیت های خلاقانه ای مانند **سفارشی سازی**، ایجاد **محصولات جدید** و یا فراهم کردن **خدمات مشتری** بسیار خوب را معرفی کند.

## فشارهای اصلی کسب و کار و نقش EC



شکل 3: فشارهای اصلی کسب و کار

# محیط کسب و کار EC را به حرکت وامی دارد

■ دسته های فشارهای کسب و کار

- (اقتصاد) بازار

- اجتماعی

- تکنولوژیکی

## محیط کسب و کار EC را به حرکت وامی دارد

### ■ استراتژی های پاسخ دهی سازمان

- سیستم های استراتژیک
- سیستم های چابک
- تلاش های بهبود مستمر و ساختار بندی مجدد فرایندهای کسب و کار (برای مثال شرکت Dell)
- مدیریت ارتباط با مشتری
- اتحاد کسب و کار (مانند General Motors، Ford و دیگران)
- بازارهای الکترونیک (مانند بازارهای الکترونیکی افقی)
- مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار (BPR)

## محیط کسب و کار EC را به حرکت وامی دارد

- کاهش در مدت زمان چرخه و ورود به بازار
  - کاهش زمان چرخه: کاهش مدت زمانی که یک کسب و کار برای تکمیل یک فعالیت تولیدی از شروع تا پایان صرف می کند.
- تفویض اختیار کردن کارمندان
  - EC اجازه تمرکززدایی تصمیم گیری و اختیار از طریق تفویض اختیار و سیستم های توزیع شده را می دهد، اما بطور همزمان از یک کنترل مرکزی نیز پشتیبانی می کند. (برای مثال CRM)
- بهبودهای زنجیره تامین
  - EC می تواند به کاهش تاخیرات زنجیره تامین، کاهش انبارداری و حذف دیگر ناکارآمدی ها کمک کند.

## محیط کسب و کار EC را به حرکت وامی دارد

- سفارشی سازی انبوه: تولید برای سفارش در تعداد زیاد
  - سفارشی سازی انبوه: تولید اقلام سفارشی شده به تعداد بسیار زیاد
- درون کسب و کار: از اتوماسیون نیروی کار گرفته تا کنترل موجودی
- مدیریت دانش (KM): فرایند ایجاد یا بدست آوردن دانش، ذخیره و حفاظت، به روز رسانی و نگهداری آن و استفاده از آن

## مدل های کسب و کار EC

### ■ مدل کسب و کار

- روش انجام کسب و کار که یک شرکت بوسیله آن می تواند برای بقای خود کسب درآمد کند.

### ■ مدل های کسب و کار زیر مجموعه طرح کسب و کار و یا مورد کسب و کار هستند.



## مدل های کسب و کار EC

### ■ ساختار مدل های کسب و کار

- توصیف **مشتریانی** که باید به آنها خدمت رسانی شود و ارتباط شرکت با این مشتریان (پیشنهاد ارزش به مشتریان)
- توصیف تمام **محصولات** و **خدماتی** که کسب و کار پیشنهاد خواهد کرد
- توصیف **فرایند کسب و کاری** که برای تولید و تحویل محصولات و خدمات مورد نیاز است.

## مدل های کسب و کار EC

### ■ ساختار مدل های کسب و کار

- لیستی از **منابع** مورد نیاز و شناسایی اینکه کدامیک در دسترس هستند، کدامیک در درون خود شرکت توسعه خواهد یافت، و کدامیک باید بدست آورده شود.
- توصیف **زنجیره تامین** سازمان، شامل **تامین کنندگان** و دیگر **شرکای تجاری**
- توصیف درآمدهای مورد انتظار (**مدل درآمدی**)، هزینه های پیش بینی شده، منابع سرمایه گذاری و سودآوری تخمین زده شده (حیات پذیری مالی)

# مدل های کسب و کار EC

## ■ مدل های درآمد

- مدل درآمد: توصیف اینکه چگونه شرکت یا یک پروژه EC درآمد کسب خواهد کرد.

## ■ مدل های اصلی درآمد

- فروش
- حق الزحمه تراکنش
- حق الزحمه اشتراک
- حق الزحمه تبلیغات
- حق الزحمه وابستگی
- دیگر منابع کسب درآمد

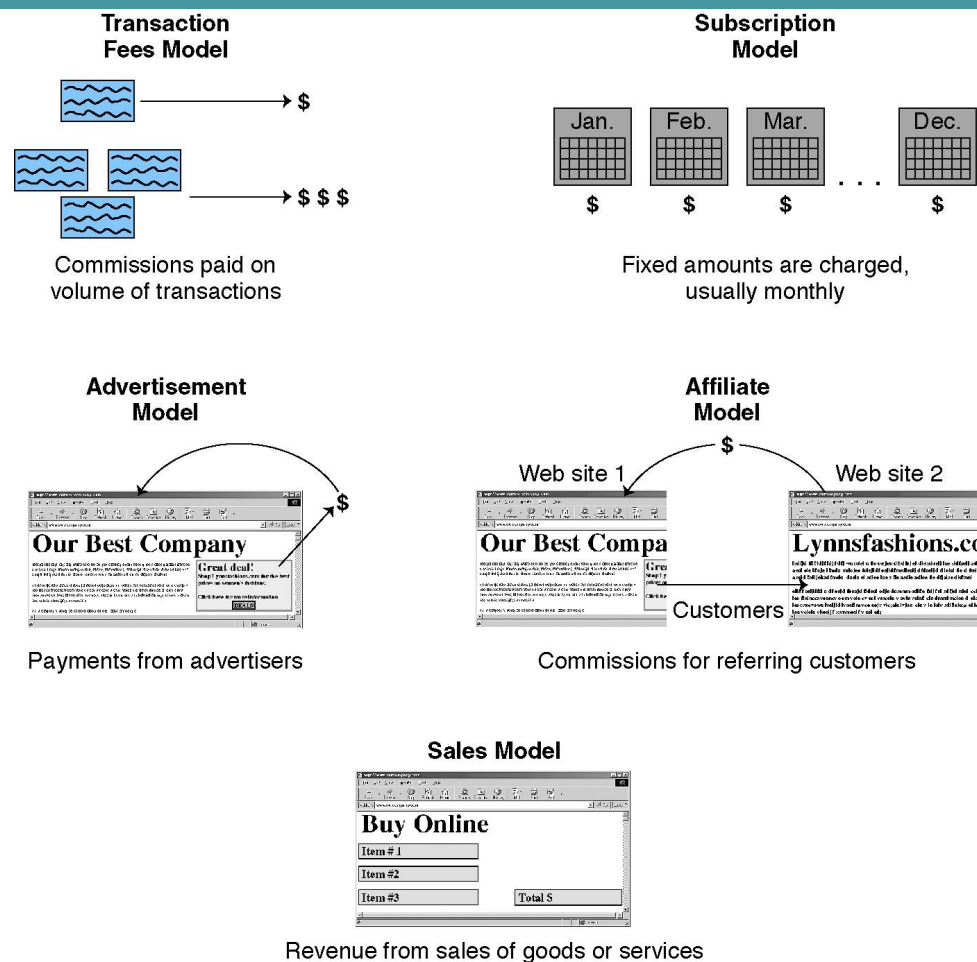
# مدل های کسب و کار EC

## ■ پیشنهاد ارزش

مزایایی که یک شرکت بخاطر استفاده از EC بدست می آورد

## ■ چگونه بازارگاههای الکترونیکی ارزش ایجاد می کنند؟

- راندمان هزینه جستجو و تراکنش
- تکمیل کنندگان (سیستم های click and mortar)
- تازگی (مانند مدل های کسب و کار جدید)



شکل 4: مدل های درآمد

## مدل های کسب و کار EC نوعی

### ■ بازاریابی مستقیم آنلاین (e-market)

- (برای مثال [www.Amazon.com](http://www.Amazon.com))

### ■ سیستم های مناقصه الکترونیکی (حراج معکوس)

- مدلی که در آن فروشندگان پیشنهادات خود را به درخواست خریدار ارائه می دهند. پیشنهاد دهنده با پایین ترین قیمت برنده خواهد شد.

### ■ مدل name-your-own-price

- مدلی که در آن خریدار قیمتی را که مایل به پرداخت است را ارائه می کند و خریداران را برای تامین کالا یا خدمات در آن قیمت دعوت می کند. (برای مثال [www.priceline.com](http://www.priceline.com))

## مدل های کسب و کار EC نوعی

- بهترین قیمت را بیاب

- (برای مثال [hotwire.com](http://hotwire.com) و [www.insweb.com](http://www.insweb.com))

- بازاریابی وابسته

- توافقی که طبق آن یک شریک بازاریابی (یک کسب و کار، یک سازمان، یا حتی یک فرد) مشتریان را به وب سایت شرکت فروشنده ارجاع می دهد (برای مثال [www.cattoys.com](http://www.cattoys.com))

- بازاریابی مجازی

- بازاریابی شفاهی (word-of-mouth) که در آن مشتریان کالا یا خدمات را به دوستان خود یا افراد دیگر پیشنهاد می دهند.

## مدل های کسب و کار EC نوعی

### ■ خرید گروهی

- خرید به تعداد که گروه خریداران را قادر می سازد برای کالای خریداری شده تخفیف دریافت کنند (برای مثال [www.ertana.com](http://www.ertana.com) و [www.aphs.com](http://www.aphs.com))

### ■ e-co-ops

- نام دیگر سازمان های خرید گروهی آنلاین



## مدل های کسب و کار EC نوعی

- حراج های آنلاین
  - (برای مثال [www.eBay.com](http://www.eBay.com) ، [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) ، [www.Amazon.com](http://www.Amazon.com))
- سفارشی سازی محصولات و خدمات
  - ایجاد یک محصول یا خدمت بر طبق مشخصات داده شده خریدار (برای مثال شرکت Dell)
- تبادلات و بازارگاههای الکترونیک
  - (برای مثال پرتال های افقی از قبیل [www.e-steel.com](http://www.e-steel.com) و [www.chemconnect.com](http://www.chemconnect.com))
- واسط های اطلاعات

## مزایا برای سازمان ها

- هزینه ارتباط پایین تر
- تدارکات کارا
- روابط بهبود یافته با مشتری
- لوازم به روز شده شرکت
- No City Business Permits and Fees
- مزایای دیگر
- دسترسی جهانی
- کاهش هزینه
- بهبود زنجیره تامین
- افزایش ساعات
- سفارشی سازی
- مدل های کسب و کار جدید
- ویژه سازی فروشنده
- زمان ارائه به بازار سریع

## مزایا برای مشتریان

- تحویل فوری
- در دسترس بودن اطلاعات
- شرکت در حراج ها
- اجتماعات الکترونیک
- No Sales Tax
- محصولات و خدمات بیشتر
- محصولات و خدمات سفارشی شده
- محصولات و خدمات ارزان تر

## مزایای برای اجتماع

- کار از راه دور (در منزل)
- استاندارد بالاتر زندگی
- امنیت کشور
- امید برای فقر
- در دسترس بودن خدمات عمومی

# محدودیت های EC

## EXHIBIT 1.7 Limitations of Electronic Commerce

### Technological Limitations

Lack of universal standards for quality, security, and reliability.  
The telecommunications bandwidth is insufficient, especially for m-commerce.  
Software development tools are still evolving.  
It is difficult to integrate Internet and EC software with some existing (especially legacy) applications and databases.  
Special Web servers are needed in addition to the network servers, which add to the cost of EC.  
Internet accessibility is still expensive and/or inconvenient.  
Order fulfillment of large-scale B2C requires special automated warehouses.

### Nontechnological Limitations

Security and privacy concerns deter customers from buying.  
Lack of trust in EC and in unknown sellers hinders buying.  
Many legal and public policy issues, including taxation, have not yet been resolved.  
National and international government regulations sometimes get in the way.  
It is difficult to measure some of the benefits of EC, such as advertising. Mature measurement methodologies are not yet available.  
Some customers like to feel and touch products. Also, customers are resistant to the change from shopping at a brick-and-mortar store to a virtual store.  
People do not yet sufficiently trust paperless, faceless transactions.  
In many cases, the number of sellers and buyers that are needed for profitable EC operations is insufficient.  
Online fraud is increasing.  
It is difficult to obtain venture capital due to the failure of many dot-coms.

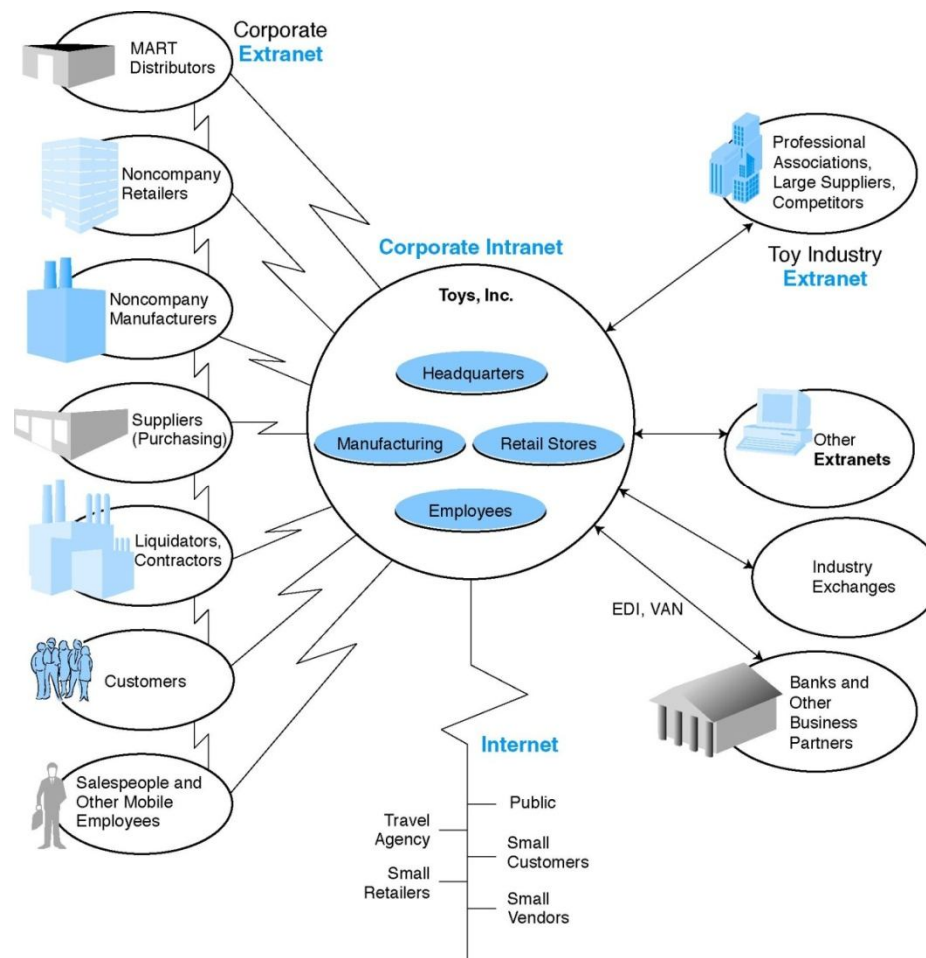
جدول 1: محدودیتهای تجارت الکترونیک

## شبکه هایی برای EC

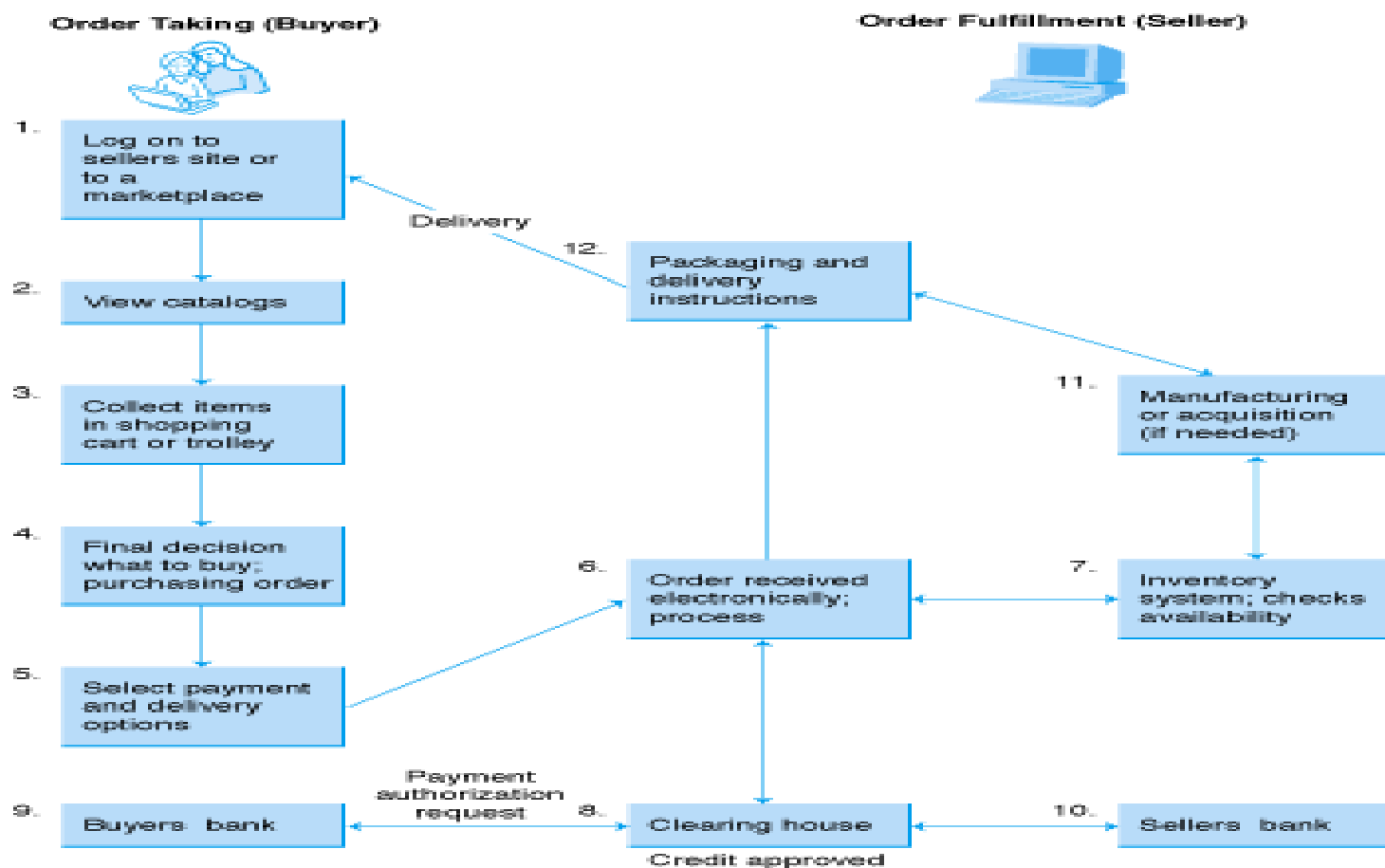
### ■ پرتال سازمان

- یک دروازه اصلی که کارمندان، شرکای تجاری و عموم از طریق آن می توانند وارد وب سایت سازمان شوند.

# سازمان شبکه شده



شکل 5: پورتال شرکت



شکل 6: مثال تجارت الکترونیک



1. تعریف EC و توصیف دسته های مختلف آن
2. محتوا و چارچوب EC
3. انواع اصلی تراکنش های EC
4. نقش انقلاب دیجیتالی
5. نقش محیط کسب و کار به عنوان یک محرک EC

6. مدل های کسب و کار اصلی EC
7. مزایای EC برای سازمان ها، مشتریان و جامعه
8. محدودیت های EC
9. کمک به سازمان ها در پاسخ دهی به تغییرات محیط