مستند

**Business Case**

فروشگاه اینترنتی

فهرست

[1- خلاصه­ی اجرایی](#_Toc434688191) 3

[1-1- مشکلات](#_Toc434688192) 3

[1-2- پیش­بینی خروجی­ها](#_Toc434688193) 3

[1-3- توصیه­ها](#_Toc434688194) 3

[1-4- توجیه](#_Toc434688195) 3

[2- افراد تیم تحلیل پروژه](#_Toc434688196) 4

[3- توضیح مشکلات](#_Toc434688197) 4

[4- تکنولوژی حلی](#_Toc434688198) 5

[5- پروژه در دیدگاه کلی](#_Toc434688199) 5

[5-1- شرح پروژه](#_Toc434688200) 5

[5-2- اهداف پروژه](#_Toc434688201) 5

[5-3- قابلیت اجرایی پروژه](#_Toc434688202) 6

[5-4- محدودیت­های پروژه](#_Toc434688203) 6

[6- تحلیل سود مالی](#_Toc434688204) 7

[7- تحلیل جایگزین](#_Toc434688205) 7

# 1- خلاصه­ی اجرایی

## 1-1- مشکلات

مشکلاتی که باعث می­شود نیاز برای داشتن چنین سیستم بیش از پیش احساس شود نیاز مردم برای بدست آوردن کالایی با دقت و کیفیت بالاتر در کمترین زمان است. به عبارت دیگر مشتری در روزگار فعلی می­خواهد که با آسودگی بیشتر و نیز در زمان کمتر بتواند به کالای مطلوب خودش دسترسی پیدا کند. این توقع مشتری با امکانات و شرایط فعلی فروشگاه­ها سازگار نبوده و نیز نه مشتری را برای رسیدن به مقصودش به بهترین نحو یاری می­رساند و نه زمان خرید وی را به زمان اندکی کاهش می­دهد. بنابراین مردم رقبت کمتری برای خرید پیدا می­کنند و تعداد مشتریان فروشگاه­ها کاسته می­شود.

## 1-2- پیش­بینی خروجی­ها

پیش­بینی می­شود که میزان خرید مردم با تشکیل شدن یک فروشگاه اینترنتی بالاتر می­رود زیرا مشکلات مطرح شده با این سیستم جدید رفع شده و به عنوان مانع برای رسیدن به سود موجود نمی­باشند. به این طریق میزان سود بدست آمده از میزان سودی که مردم باید به صورت حضوری در فروشگاه حاضر شده و خرید را انجام دهند، افزایش خواهد یافت و این سود به مرور زمان نیز افزایش می­یابد.

## 1-3- توصیه­ها

برای دست­یابی به هدف سود بیشتر، مسیرهای مختلف را بررسی کردیم و در نهایت سیستمی که می­تواند این هدف را به خوبی و نیز در زمان کمتر و با سود بیشتر به همراه داشته باشد، ساخت یک فروشگاه اینترنتی می­باشد. به وسیله­ی این سیستم پیشنهاد می­شود که خرید از طریق اینترنت صورت پذیرد و تحویل در محلی که مشتری می­خواهد انجام گیرد.

زمانی که خرید مردم توسط اینترنت صورت پذیرد یا به عبارت دیگر فروشگاه اینترنتی داشته باشیم، آنگاه هر شخص بدون آنکه بخواهد زمان و هزینه­ای بابت رفت و آمد صرف کند می­تواند به لیست تمام محصولات فروشگاه دسترسی داشته باشد. همچنین این شخص نیازی نیست که برای مقایسه­های بین کالاهای مختلف از محصولی که می­خواهد بخرد زمان صرف کرده و در جایی دیگر مشخصات آن را دیده و مقایسه کند. زیرا سایت اینچنین مقایسه بین هر دو کالایی را به کاربر نشان می­دهد. در صورتی که کالای مورد نظر خریدار موجود نباشد (به علت اتمام کالا) آن فرد می­تواند این کالا را در لیستی قرار داده و در صورتی که کالا موجودیت یافت به وی خبر داده شود.

## 1-4- توجیه

با وجود راه­حل­های دیگری که برای رفع مشکلات پیشنهاد شده بود، این راه­حل را برای توسعه­ی سیستم خرید و فروشگاه انتخاب کردیم. دلایل برگزینی این راه­حل در مقابل راه­حل­های دیگر:

* دسترسی آسان و راحت به سایت فروشگاه، که تنها با وصل شدن به شبکه­ی اینترنت صورت می­پذیرد.
* کم هزینه بودن توسعه­ی این سیستم در مقایسه با سیستم­های پیشنهادی دیگر
* 20% افزایش سود فروشگاه مجازی (به صورت اینترنتی) در 6 ماه ابتدای اجرای طرح در مقایسه با سود فروشگاه در خرید حضوری
* 25% افزایش تعداد مشتری در 6 ماه ابتدای اجرای طرح

# 2- افراد تیم تحلیل پروژه

افرادی که در تیم مسئول تحلیل سیستم هستند در زیر با نقش، توضیح فعالیت و نامشان آورده شده است:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| نقش | توضیح | نام |
| بانی اجرایی | بر عهده داشتن حمایت از جنبه­های مختلف در اجرای پروژه | علیرضا حریری |
| حامی فنی | فراهم آوردن امکانات و فناوری­های مورد نیاز سخت­افزاری در پروژه | پیام الماسیان |
| بهبود فرآیند | راهنمایی و توصیه در فرآیندهای تولید پروژه | پیام الماسیان |
| مدیر پروژه | مدیریت تیم پروژه و business case | پیام الماسیان |
| حامی نرم­افزاری | فراهم آوردن امکانات و فناوری­های مورد نیاز نرم­افزاری در پروژه | علیرضا حریری |

# 3- توضیح مشکلات

بر اساس نتایج بدست آمده از بررسی­های صورت گرفته در طول یک ماه اخیر، دریافت شد میزان خرید کردن در جامعه نسبت به سال­های گذشته کاهش قابل توجهی یافته است. پس از بررسی و تحقیق بر روی وقوع چنین مشکلاتی، علل زیر به عنوان علل کاندید و مؤثر نتیجه گرفته شدند:

1. بسیاری از مردم به دلیل کمبود وقت و مشکلات ترافیکی کمتر خرید حضوری انجام می­دهند و بنابر پرسشی از ایشان فهمیده شد که در صورت وجود راه دیگری به صورت غیر حضوری اکثریت آن را به خرید حضوری ترجیح می­دهند.
2. یکی از معضلات موجود در خرید، مقایسه بین کالاهای متنوع از یک محصول است. به عبارت دیگر خریدار می­خواهد بین محصولات یکسان ولی تولید شده توسط شرکت­های مختلف مقایسه انجام دهد و آنچه را مناسب­تر است، بخرد. برای این امر خریدار باید به فروشگاه­های مختلف رجوع کرده و خودش این مقایسه­ها را انجام دهد که بسیاری از افراد این کار را نخواهند کرد و سطح خرید مردم پایین می­آید. از سوی دیگر، اگر کسی نیز چنین کند، در اغلب موارد نمی­تواند دو کالایی که فروشندگان متفاوتی مشخصات آن­ها را گفته­اند، در کنار هم مقایسه کند.
3. گاهی شخصی محصولی را می­خواهد ولی آن محصول در فروشگاه موجود نیست و آن فرد باید دوباره برای خرید مراجعه کرده یا آنکه آن محصول را از جایی دیگر تهیه نماید؛ که حالت دوم به ضرر فروشگاه بوده و باعث از دست دادن مشتری­اش می­گردد. همچنین در صورت مراجعه برای خرید جنس از مکانی دیگر همان مشکلات مطرح شده در مورد اول، یعنی کمبود وقت و مشکلات ترافیکی نیز گریبان­گیر خریدار خواهد بود.
4. خرید حضوری برای افرادی که ممکن است دارای ناتوانی­های جسمی بوده و یا مسن باشند سخت و دشوار است. بنابراین این افراد کمتر به خرید خواهند رفت و فروشگاه­ها گروهی از مشتریانشان را از دست خواهند داد.
5. در شرایطی که شخصی خریدی فوری داشته باشد، باید خود به فروشگاه مراجعه نماید و به دلایل مطرح شده در مورد اول (کمبود وقت و ترافیک در رفت و آمد) چنین امری برایش دشوار خواهد بود.

# 4- تکنولوژی حلی

برای تغییر شیوه­ی کار از فروشگاه عادی به فروشگاه مجازی نیاز است که یک سیستم مبتنی بر وب بر روی یک سرور قرار بگیرد. بنابراین تمام اطلاعات اجناس موجود در فروشگاه باید بر روی پایگاه داده­ی موجود در سرور قرار گرفته و دسترسی به هرگونه اطلاعاتی مبتنی بر دسترسی به اینترنت (برای دسترسی خارج از سازمان) و بستر شبکه­ی داخلی (برای دسترسی از داخل سازمان) خواهد بود. در یک دید کلی بر روند تولید این سیستم، پروژه را می­توان به فازهای کلی زیر تقسیم­بندی کرد:

1. فاز 1: تهیه­ی نرم­افزارها و سخت­افزارهای مورد نیاز برای سرور اصلی (و نیز سرورهای جایگزین در صورت لزوم) که توسط تیم IT پروژه صورت می­پذیرد.
2. فاز 2: انتقال اطلاعات اجناس و نیز دیگر اطلاعات مورد نیاز فروشگاه اینترنتی بر روی سرور (سیستم مبتنی بر وب) توسط تیم IT پروژه و نیز کارمندان فروشگاه
3. فاز 3: آموزش کارمندان فروشگاه برای کار با سیستم جدید (فروشگاه اینترنتی)

# 5- پروژه در دیدگاه کلی

در این بخش پروژه را از دیدگاه کلی مورد بررسی قرار می­دهیم و بخش­های مختلف شرح پروژه، اهداف پروژه، قابلیت اجرایی پروژه و محدودیت­های آن را به صورت مشروح بسط خواهیم داد.

## 5-1- شرح پروژه

به طور کلی پروژه­ای که مدنظر است محصولی است مبتنی بر وب که تنها می­توان از طریق شبکه به آن دسترسی داشت. به عبارت دیگر برای دسترسی به آن نیاز به امکانات شبکه­ای است. این محصول نوعی فروشگاه است که افراد می­توانند از آن خرید کنند. هر شخص می­تواند یک حساب کاربری داشته باشد و از دیگر امکانات فروشگاه مانند تخفیف اجناس در ایام خاص استفاده نماید. همچنین در نهایت، سیستم جدید یا همان فروشگاه اینترنتی علاوه بر آنکه تمام امکانات موجود در خرید حضوری را برای مشتری مهیا می­کند، تسهیلات دیگری از قبیل رزرو کالا را برای مشتری فراهم می­آورد.

## 5-2- اهداف پروژه

با گسترش وسعت و قدرت شبکه­های کامپیوتری و اینترنتی در چند ساله­ی اخیر، استفاده­ی مردم از این تکنولوژی افزایش یافته و به نوعی اینترنت در زندگی مردم جزء یکی از ملزومات قرار گرفته است. بنابراین استفاده از این تکنولوژی و همراه شدن با آن می­تواند سودی دوجانبه برای کاربران (خریداران) و نیز فروشنده (مالک این فروشگاه) داشته باشد. همچنین هدف دیگر این پروژه، کاهش و حذف زمان اتلاف شده جهت خرید کالا می­باشد. زیرا در خریدهای حضوری زمان زیادی چه قبل از خرید (رسیدن به فروشگاه که ممکن است ترافیک سنگینی باشد)، در حین خرید (پیدا کردن فروشنده و صحبت با وی) و نیز بعد از آن (مسیر برگشت به خانه) اتلاف می­شود. این فروشگاه اینترنتی (سرویس وب) با فراهم آوردن تمام امکاناتی که خریداران در زمان خرید حضوری از آن بهره می­برند (مانند مقایسه بین کالاها توسط فروشنده) و نیز امکاناتی فراتر از آن برای خریداران، محیطی راحت با قابلیت دسترسی آسان را درست کرده است.

از سوی دیگر خرید یک محصول با دقت بیشتری صورت می­پذیرد زیرا برای خرید یک محصول خریدار می­تواند مقایسه را با محصولات مشابه انجام دهد، بنابراین کیفیت خرید بالاتر خواهد رفت. از سوی دیگر هزینه­های فروشگاه از جنبه­هایی کاهش خواهد یافت زیرا نیاز کمتری به کارمندان در بخش خدمات حضوری به مشتری وجود دارد، بنابراین این موجب کاهش هزینه­های فروشگاه می­شود.

## 5-3- قابلیت اجرایی پروژه

مواردی که باید قابلیت اجرایی سیستم را بسنجند به شرح زیر می­باشند:

|  |  |
| --- | --- |
| فرآیند/سرویس/منبع | اندازه­گیری قابلیت اجرایی |
| گزارش­گیری | قابلیت گزارش­گیری از سیستم به طور متوسط ماهی یکبار به صورت خودکار برای مدیر سیستم ارسال می­گردد. |
| نگه­داری سیستم | 40% کاهش هزینه نسبت به زمانی که فروشگاه به صورت اینترنتی نبود وجود دارد برای نگه­داری از سیستم. |
| زمان پاسخ­گویی | قابلیت پاسخ­گویی هم­زمان به 200 درخواست در دقیقه (با وجود یک سرور) و نیز پاسخ­گویی حتی در ساعات پایانی شب و اوقات غیر اداری و تعطیل |

## 5-4- محدودیت­های پروژه

محدویت­هایی که سیستم با آن مواجه هست به شرح زیر می­باشند:

* محصول نهایی پروژه به دلیل آنکه مبتنی بر وب است نیاز به یک سرور با قابلیت­های بالا و نیز محیطی فیزیکی و امن برای نگه­داری آن می­خواهد.
* در انتهای شب سرعت پاسخ­گویی به سیستم برای بررسی و محاسبه­ی تراکنش­های انجام شده در طول روز اندکی کاسته می­شود.
* تمام قطعات سخت­افزاری مورد نیاز برای سرور به طور سریع قابل یافتن نیستند (به دلیل تحریم­های موجود)، بنابراین در صورت بروز مشکل سخت­افزاری، در رفع آن مشکل زمان زیادی صرف می­شود. البته می­توان از یک سرور جایگزین استفاده کرد.

# 6- تحلیل سود مالی

بر اساس تحلیل­های انجام شده بر روی نتایج مالی حاصل از استفاده از این سیستم، موارد زیر بدست آمدند:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| عمل | نوع عمل | توضیح | سود از استفاده در یک سال اول |
| کارمند کمتر | ذخیره مالی | با استفاده از سیستم پیشنهادی، نیاز به کارمند کمتری بوده و هزینه صرف آن­ها نمی­شود. | 2 میلیارد ریال |
| نصب و راه­اندازی سیستم پیشنهادی | هزینه | برای ساخت و نصب این سیستم هزینه­ای باید پرداخت شود. | 1 میلیارد ریال |
| آموزش کارمندان | هزینه | به دلیل آموزش دیدن کارمندان از استفاده از سیستم، فعالیت فروشگاه مقداری کاسته خواهد شد. | 200 میلیون ریال |
| نگه­داری سیستم | هزینه | هزینه­ی نگه­داری و مراقبت از سیستم جهت جلوگیری از بروز مشکل | 240 میلیون ریال |
| جمع سود حاصله |  |  | 560 میلیون ریال |

# 7- تحلیل جایگزین

برای رسیدن به اهداف بیان شده، راه­حل­های موجود دیگری نیز بودند که به دلایل مختلف رد شدند. در زیر راه­حل­ها و نیز علت رد شدنشان آمده است.

|  |  |
| --- | --- |
| راه­حل | علت رد شدن |
| ساخت سایتی تنها برای نمایش و معرفی کالاها | در این مورد نیز مشتری برای خرید حتماً باید به صورت حضوری مراجعه کند. |
| ساخت برنامه­ای برای کمک در یافتن کالای مورد نیاز برای فروشگاه | این برنامه به دلیل آنکه در خود فروشگاه باید وجود داشته باشد، دوباره نیاز به حضوری مشتری را به همراه دارد. |