

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه پیام نور استان تهران

مرکز / واحد لواسانات

گروه فنی مهندسی

پروژه کارشناسی

رشته ی مهندسی کامپیوتر

عنوان پروژه:

وب سایت فروشگاه اینترنتی

استاد راهنما:

جناب دکتر سید علی رضوی ابراهیمی

تهیه کننده:

محمد صادقی بدیع

۱۴۰۰/۶/۸

کلیه حقوق مادی مرتبت بر نتایج مطالعات ابتکارات

ونوآوری های ناشی از این پروژه متعلق به :

"دانشگاه پیام نور استان تهران / مرکز لواسانات"

می باشد

چکیده

وب سایت فروش اینترنتی (celarinet.ir)

فروشگاه آنلاین (فروشگاه اینترنتی) یک وب سایت است که مانند یک فروشگاه سنتی، اجناس مختلفی را برای فروش عرضه می کند. خریداران پس از ورود به سایت فروشگاه، کالاهای مورد نظر خود را سفارش می دهند. پس از تکمیل سفارش، هزینه ی آن به چند شیوه قابل پرداخت است: با کارت های بانکی (سامان، پارسیان و ...)، شیوه پرداخت نقدی به مأمور پست در زمان تحویل کالا، و یا واریز به حساب. پس از مشاهده و تأیید سفارش توسط مسئول فروشگاه، مأمور پست کالا را در محل فروشنده تحویل می گیرد و به دست خریدار می رساند.

به اینصورت که با استفاده از این روش، خریدار علاوه بر صرفه جویی در وقت و هزینه (خصوصاً هزینه های ایاب و ذهاب)، با آرامش کامل، کالاهای مورد نظر خود را انتخاب و خریداری نموده و بدون هیچ مشکلی آنها را درب منزل و یا محل کار تحویل می گیرد.

با توجه به مطالب فوق و رشد روز افزون از کامپیوترها در مراکز مختلف کشور، این حقیر با اندک بضاعت علمی خود که مرهون اساتید زحمتکش خود هستم، تصمیم گرفته ام تا پایان نامه خود را در مورد طراحی و تولید وب سایت فروش اینترنتی محصولات و ایجاد طرح های تبلیغاتی ارائه دهم.

فصل اول	۱
مقدمه	۱
۱-۱ تجارت	۱
۲-۱ افراد موجود در یک تجارت	۲
۳-۱ المان ها در تجارت	۲
۴-۱ المان های تجارت الکترونیک	۴
۵-۱ برتری تجارت الکترونیک	۴
۶-۱ نکاتی که در تجارت الکترونیک باید در نظر داشت	۵
۷-۱ ویژگی های یک وب سایت برای مشتریان	۶
جمع بندی	۶
فصل دوم	۷
مقدمه	۷
۱-۲ دیجی کالا	۷
۱-۱-۲ پیشنهاد	۷
۲-۱-۲ سرمایه گذاری	۸
۳-۱-۲ بخش ها و سرویس ها	۸
۴-۱-۲ ساختمان ها	۹
۵-۱-۲ کانون های پردازش کالا	۱۰
Dell ۲-۲	۱۰
نتیجه گیری	۱۱
فصل سوم	۱۲
مقدمه	۱۲
۱-۳ مراحل انجام کاری	۱۲
۲-۳ طراحی سیستم و DFD ها	۱۲
۳-۳ نام دامنه، لگو و زیبایی ظاهری	۱۳
۴-۳ ابزارهای مورد استفاده در انجام این پروژه	۱۳
HTML ۱-۴-۳	۱۳
CSS ۲-۴-۳	۱۴
PHP ۳-۴-۳	۱۴
JavaScript ۴-۴-۳	۱۵
ASP.NET ۵-۴-۳	۱۵
۵-۳ انواع صفحات وب	۱۵
۱-۵-۳ صفحات استاتیک وب	۱۶
۲-۵-۳ صفحات دینامیک وب	۱۶
۶-۳ نحوه نمایش اطلاعات سایت برای کاربر	۱۷
۷-۳ پایگاه داده SQL	۱۸
۸-۳ نحوه استفاده از سایت برای کاربران	۱۹

نتیجه گیری	۲۰
فصل چهارم	۲۲
مقدمه	۲۲
۱-۴ مزایای تجارت الکترونیک	۲۲
۱-۱-۴ مزایای تجارت الکترونیک برای مشتریان	۲۲
۲-۱-۴ مزایای تجارت الکترونیک برای صاحبان تجارت	۲۳
۲-۴ معایب تجارت الکترونیک	۲۴
۱-۲-۴ معایب تجارت الکترونیک برای مشتریان	۲۴
۲-۲-۴ معایب تجارت الکترونیک برای صاحبان تجارت	۲۵
نتیجه گیری	۲۶
فصل پنجم	۲۷
۱-۵ جمع بندی	۲۷
۱-۱-۵ مزایای فروشگاه اینترنتی	۲۷
۲-۱-۵ پیشنهاد	۲۸
۳-۱-۵ تبلیغات	۳۰
پیوست ها	۳۳
کد های مربوط به دسته بندی محصولات	۳۳
کد های مربوط به ثبت نام در سایت	۳۹

فصل اول

مقدمه

تجارت الکترونیکی طی سالیان اخیر با استقبال گسترده جوامع بشری روبرو شده است . امروزه کمتر شخصی را می توان یافت که واژه فوق برای او بیگانه باشد. نشریات ، رادیو و تلویزیون بصورت روزانه موضوعاتی در رابطه با تجارت الکترونیکی را منتشر و افراد و کارشناسان از زوایای متفاوت به بررسی مقوله فوق می پردازند. شرکت و موسسات ارائه دهنده کالا و یا خدمات همگام با سیر تحولات جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی در تلاش برای تغییر ساختار منطقی و فیزیکی سازمان خود در این زمینه می باشند.

۱-۱ تجارت

قبل از بررسی " تجارت الکترونیکی "، لازم است در ابتدا یک تصویر ذهنی مناسب از تجارت سنتی را ارائه نمایم. در صورت شناخت " تجارت "، با " تجارت الکترونیکی " نیز آشنا خواهیم شد. برای واژه "تجارت" در اکثر واژه نامه ها تعاریف زیر ارائه شده است .

مبادلات اجتماعی : تبادل ایده ها ، عقاید و تمایلات (خواسته ها) مبادله یا خرید و فروش کالا در مقیاس بالا که شامل ترابری از نقطه به نقطه دیگر است. در ادامه تعریف دوم ارائه شده برای "تجارت" را بعنوان محور بحث انتخاب و بر روی آن متمرکز خواهیم شد. تجارت در ساده ترین نگاه ، (مبادله کالا و خدمات بمنظور کسب درآمد) پول است . زندگی انسان مملو از فرآیندهای تجاری بوده و تجارت با میلیونها شکل متفاوت در زندگی بشریت نمود پیدا کرده است . زمانیکه کالای مورد نظر خود را از یک فروشگاه تامین و خریداری می نمائید ، در تجارت شریک و در فرآیندهای آن درگیر شده اید. در صورتیکه در شرکتی مشغول به کار هستید که کالایی را تولید می نماید ، درگیر یکی دیگر از زنجیره های تجارت شده اید

۱-۲ افراد موجود در یک تجارت

تمام جلوه های تجارت با هر رویکرد و سیاستی دارای خصایص زیر می باشند :

خریداران : افرادی که با استفاده از پول خود قصد خرید یک کالا و یا خدمات را دارند.

فروشندهگان : افرادی که کالا و خدمات مورد نیاز خریداران را ارائه می دهند.

فروشندهگان به دو گروه عمده تقسیم می گردند : خرده فروشان و عمده فروشان

خرده فروشان که کالا و یا خدماتی را مستقیماً در اختیار متقاضیان قرار داده و عمده فروشان و عوامل فروش ، که کالا و خدمات خود را در اختیار خرده فروشان و سایر موسسات تجاری می نمایند. تولیدکنندگان : افرادی که

کالا و یا خدماتی را ایجاد تا فروشندهگان آنها را در اختیار خریداران قرار دهند. یک تولید کننده با توجه به ماهیت کار خود همواره یک فروشنده نیز خواهد بود. تولیدکنندگان کالای تولیدی خود را به عمده فروشان ، خرده فروشان و یا مستقیماً به مصرف کننده گان می فروشند. همانگونه که مشاهده می گردد ، " تجارت " از زاویه فوق دارای مفاهیم ساده ای است . تجارت از خرید یک محصول ساده نظیر " بستنی " تا موارد پیچیده را شامل می گردد.

تمام جلوه های تجارت از ساده ترین سطح تا پیچیده ترین حالت آن ، بر مقولاتی همچون : خریداران ، فروشندهگان و تولیدکنندگان متمرکز خواهد بود. عناصر تجارت زمانی که قصد معرفی عناصر ذیربط در تجارت و فعالیت های تجاری وجود داشته باشد ، موضوعات و موارد مورد نظر بدلیل درگیر شدن با جزئیات پیچیده تر بنظر خواهند آمد.

۱-۳ المان ها در تجارت

عناصر ذیل تمام المان های ذیربط در یک فعالیت تجاری معمولی را تشریح می نماید. در این حالت ، فعالیت شامل فروش برخی محصولات توسط یک خرده فروش به مصرف کننده است :

- مسئله اساسی داشتن کالا و یا خدماتی خاص برای عرضه است . کالا می تواند هر چیزی را شامل گردد. فروشنده ، ممکن است کالای خود را مستقیماً از تولید کننده و یا از طریق یک عامل فروش تهیه کرده باشد. در برخی حالات ممکن است فروشنده ، خود کالائی را تولید و بفروش برساند.
- فروشنده برای فروش کالا و یا خدمات می بایست " مکانی مناسب " را در اختیار داشته باشد. مکان مورد نظر می تواند در برخی حالات بسیار موقتی باشد. مثلاً یک شماره تلفن خود بمنزله یک مکان است . در چنین

- مواردی متقاضی کالا و یا خدمات با تماس تلفنی با فروشنده قادر به ثبت سفارش و دریافت کالای مورد نظر خود خواهد بود. برای اکثر کالاهای فیزیکی می بایست مکان ارائه کالا، یک مغازه و یا فروشگاه باشد.
- برای فروش کالا و یا خدمات، فروشندگان می بایست از راهکارهایی برای جذب افراد به مکان خود استفاده نمایند. فرآیند فوق "مارکتینگ" نامیده می شود. در صورتیکه افراد از محل و مکان ارائه یک کالا و خدمات آگاهی نداشته باشند، امکان فروش هیچگونه کالائی وجود نخواهد داشت. انتخاب محل ارائه کالا در یک مرکز تجاری شلوغ، یکی از روش های افزایش تردد به مکان ارائه کالا است. ارسال پستی کاتالوگ های مربوط به محصولات، یکی دیگر از روش های معرفی مکان ارائه یک کالا و یا خدمات است. استفاده از شیوه های متفاوت تبلیغاتی، راهکاری دیگر در معرفی مکان ارائه کالا است.
 - فروشنده نیازمند روشی برای دریافت سفارشات است. استفاده از تلفن و نامه، نمونه هایی از روش های دریافت سفارش متقاضیان می باشد. حضور فیزیکی در مکان ارائه یک کالا و یا خدمات از دیگر روش های سنتی برای ثبت سفارش کالا است. پس از ثبت سفارش، فرآیندهای لازم توسط پرسنل شاغل در شرکت و یا موسسه ارائه دهنده کالا و یا خدمات انجام خواهد گرفت.
 - فروشنده نیازمند روشی برای دریافت پول است. استفاده از چک، کارت اعتباری و یا پول نقد روش های موجود در این زمینه می باشند. در برخی از فعالیت های تجاری از فروشنده تا زمان توزیع کالا پولی دریافت نمی گردد.
 - فروشنده نیازمند استفاده از روشی برای عرضه و توزیع کالا و یا خدمات می باشد. در برخی از سیستم ها به محض انتخاب کالا توسط مشتری و پرداخت وجه آن، عملیات توزیع کالا بصورت اتوماتیک انجام خواهد شد. در سیستم های ثبت سفارش مبتنی بر نامه، کالای خریداری شده پس از بسته بندی به مقصد مشتری ارسال خواهد شد. در مواردیکه حجم کالا زیاد نباشد از مبادلات پستی بمنظور ارسال کالا استفاده شده و در مواردیکه حجم کالا زیاد باشد از کامیون، قطار و یا کشتی برای ارسال و توزیع کالا استفاده می گردد.
 - در برخی موارد، خریداران یک کالا تمایل و علاقه ای نسبت به آن چیزی که خریداری نموده اند نداشته و قصد برگشت آن را دارند. فروشندگان کالا و یا خدمات می بایست از روش هایی برای قبول موارد برگشت از فروش استفاده نمایند. در برخی موارد ممکن است کالائی در زمان توزیع آسیب دیده باشد. فروشندگان می بایست از روش های برای تضمین گارانتی استفاده نمایند.
 - برخی از کالاهای ارائه شده به مشتریان دارای پیچیدگی های خاص خود بوده و نیازمند استفاده از خدمات پس از فروش و یا حمایت فنی می باشند. در چنین مواردی وجود بخش هایی در شرکت و یا موسسه ارائه دهنده کالا و یا خدمات الزامی خواهد بود. کامپیوتر یکی از نمونه کالاهائی است که نیازمند خدمات پس از فروش و

حمایت فنی از دیدگاه مشتریان (خریداران) خواهد بود. تمام عناصر اشاره شده را می توان در یک شرکت تجاری سنتی مشاهده کرد. فعالیت های تجاری شرکت های فوق می تواند شامل مقوله های متفاوتی باشد.

۴-۱-۴ المان های تجارت الکترونیک

در تجارت الکترونیکی تمام عناصر اشاره شده، حضوری مشهود با تغییرات خاصی دارند. بمنظور مدیریت و اجرای تجارت الکترونیکی به عناصر زیر نیاز خواهد بود:

یک محصول محلی برای فروش کالا. در تجارت الکترونیکی یک وب سایت بمنزله مکان ارائه کالا و یا خدمات خواهد بود. استفاده از روش و یا روش هایی برای مراجعه به سایت. استفاده از روشی برای ثبت سفارش (اغلب بصورت فرم هایی در نظر گرفته می شود). استفاده از روشی برای دریافت پول (کارت اعتباری از نمونه های متداول است) استفاده از روشی برای توزیع کالا، استفاده از روشی برای موارد برگشت داده شده توسط خریداران، استفاده از روشی برای موارد مربوط به گارانتی، استفاده از روشی برای ارائه خدمات پس از فروش (پست الکترونیکی، ارائه پایگاه های اطلاع رسانی و...).

۵-۱-۵ برتری تجارت الکترونیک

دلایل زیر علل گیرایی و جاذبه فراوان تجارت الکترونیکی است:

- کاهش هزینه ها: در صورتی که سایت تجارت الکترونیکی بخوبی پیاده سازی گردد، هزینه های مربوط به ثبت سفارش قبل از ارائه کالا و هزینه های خدمات پس از فروش بعد از ارائه کالا کاهش می یابد.
- خرید بیشتر در هر تراکنش: سایت آمازون ویژگی را ارائه می دهد که در فروشگاه های معمولی نظیر آن وجود ندارد. زمانیکه مشخصات یک کتاب را مطالعه می نمائید، می توان بخشی با نام "افرادی که کتاب فوق را سفارش داده اند، چه چیزهای دیگری را خریداری نموده اند"، را نیز مشاهده نمود. بدین ترتیب امکان مشاهده سایر کتب مرتبط که سایرین خرید نموده اند، فراهم می گردد. بنابراین امکان خرید کتب بیشتر توسط مراجع کنندگان به سایت نسبت به یک کتابفروشی معمولی بوجود خواهد آمد.

- در صورتیکه وب سایت بگونه ای طراحی شده باشد که با سایر مراحل مربوط به تجارت درگیر شده باشد . امکان اخذ اطلاعات بیشتری در رابطه با وضعیت کالای خریداری شده برای مشتریان وجود خواهد داشت .
- بهبود ارتباط متقابل با مشتریان . با طراحی مناسب سایت و استفاده از ابزار های مربوطه ، امکان برقراری ارتباط متقابل با مشتریان با روش های مطمئن تر و بدون صرف هزینه ، فراهم می گردد. مثلاً " مشتری پس از ثبت سفارش با دریافت یک نامه الکترونیکی از ثبت سفارش خود مطمئن شده و یا در صورت ارسال کالا برای مشتری ، می توان از طریق نامه الکترونیکی وی را مطلع نمود. همواره یک مشتری راضی و خوشحال تمایل به خرید مجدد از شرکت و یا موسسه ارائه دهنده کالا را خواهد داشت.
- در شرکت های تجاری مبتنی بر ثبت سفارش پستی ، هزینه های زیادی صرف چاپ و ارسال کاتولوگ ها ، پاسخگویی به تلفن ها و ردیابی سفارشات ، می گردد. در تجارت الکترونیکی ، هزینه توزیع کاتولوگ و ردیابی سفارشات به سمت صفر میل خواهد کرد. بدین ترتیب امکان عرضه کالا با قیمت ارزانتر فراهم خواهد شد.

۱-۶ نکاتی که در تجارت الکترونیک باید در نظر داشت

زمان ایجاد یک سایت تجارت الکترونیکی موارد زیر می بایست مورد توجه قرار گیرد:

- تامین کنندگان : بدون وجود تامین کنندگان خوب امکان عرضه کالا وجود نخواهد داشت.
- قیمت : یکی از مهمترین بخش های تجارت الکترونیکی ، عرضه کالا با قیمت مناسب است . امکان مقایسه قیمت یک کالا به سادگی برای مشتریان وجود داشته و همواره قیمت یک کالا با موارد مشابه که از طریق سایر فروشندگان ارائه میگردد.
- ارتباط با مشتری: تجارت الکترونیکی مجموعه ای متنوع از روش های موجود جهت برقراری ارتباط با مشتری را ارائه می نماید. پست الکترونیکی ، پایگاه های دانش ، تالارهای مباحثه ، اتاق های گفتگو و ... نمونه هایی در این زمینه می باشند. مشتری همواره می بایست احساس نماید که در صورت بروز مشکل و یا درخواست اطلاعات بیشتر ، بدون پاسخ نخواهند ماند.
- توزیع کالا ، خدمات پس از فروش و امکان برگشت از فروش از جمله مواردی است که در موقعیت یک سایت تجارت الکترونیک نقش بسزائی دارد.

۱-۷ ویژگی های یک وب سایت برای مشتریان

- امکان ثبت یک سفارش طی چند روز
- امکان پیگیری محصول و مشاهده قیمت های واقعی
- امکان ایجاد آسان سفارش های اختصاصی پیچیده
- امکان مقایسه قیمت کالا بین چندین فروشنده
- امکان جستجوی آسان برای کاتالوگ ها

جمع بندی

در این بخش با تجارت سنتی و الکترونیک آشنا شدیم و نکات و ویژگی های تجارت انواع تجارت را بیان کردیم و به این نتیجه رسیدیم که تجارت الکترونیک برای فروشنده و هم خریدار راحت تر و کم خرج تر است.

فصل دوم

مقدمه

در این بخش به معرفی کارهای مشابه و مرتبط که توسط دیگران در زمینه موضوع پروژه ارائه شده است می پردازیم.

۱-۲ دیجی کالا

دیجی کالا بزرگترین بازارگاه و فروشگاه آنلاین در ایران و مستقر در تهران است که روزانه بیش از ۵,۴ میلیون بازدیدکننده دارد و ۸۵ درصد سهم بازار فروش آنلاین در ایران را از آن خود کرده است و یکی از بزرگترین خردهفروشیهای آنلاین در خاورمیانه است. بنا بر آمار منتشر شده تا اوایل سال ۱۴۰۰ در این بستر بیش از ۴ میلیون کالای مختلف توسط ۱۶۰ هزار فروشنده برای فروش عرضه شده است و ظرفیت پردازش ۶۰۰ هزار کالا در روز را دارد.

مدل کسب و کار دیجی کالا یک آمیختگی از بازار مجازی و خردهفروشی است. به غیر از فروشگاه آنلاین، زیرمجموعههای دیجی کالا شامل دیجی استایل (پوشاک)، فیدیبو (کتاب الکترونیک)، دیجی پی، دیجی نکست (نوآوری)، دیجی کلاب (تشویق مشتریان وفادار)، دیجی پلاس و دیجی اکسپرس هستند.

۱-۱-۲ پیشینه

حمید و سعید محمدی درباره چرایی راهاندازی شرکت دیجی کالا اعلام کردند که در سال ۱۳۸۴، هر دو عکاسی دیجیتال را پیگیری می کردند و پس از جستجو در اینترنت درباره دوربینها، دوربین دلخواه را از بازار خیابان جمهوری تهران خریداری کردند. اما پس از چند روز، پی بردند که لنز روی دوربین، دست دوم و تعمیرشده است. این رویداد، انگیزه نخستین ایجاد فروشگاههای مطمئن که اطلاعات درستی به کاربران بدهد را در ذهن آنها ایجاد کرد. برادران محمدی در سال ۱۳۸۵، دیجی کالا را بنیان گذاشتند. شمار پرسنل نخستین این شرکت، ۵ تن

بود؛ شمار کارکنان، تا اسفند ۱۳۹۲ به ۲۰۰ تن افزایش پیدا کرد و بر پایه گفته‌های مدیران، تا پایان سال ۱۳۹۳ به ۷۰۰ تن و در شهریور ۱۳۹۷، به نزدیکی ۲۲۰۰ تن رسیده‌است.

۲-۱-۲ سرمایه گذاری

دیجی کالا با سرمایه شخصی اولیه ۲۰ میلیون تومانی حمید و سعید محمدی شروع به کار کرد. شش سال پس از بنیان گذاری، با جذب سرمایه گذار وارد فاز بعدی گسترش کسب و کار خود شد. شرکت خصوصی ایرانی سرآوا پارس در سال ۱۳۹۱ سرمایه گذاری در دیجی کالا را آغاز کرد. راند دوم سرمایه گذاری دیجی کالا سال ۱۳۹۴ با جذب سرمایه یک صندوق سرمایه گذاری اروپایی شرکت اینترنتی اینترنات اینو استمنت (IIIC) آغاز شد. بر پایه گزارش ۱۰۰ روزه دولت، دیجی کالا از دی ماه سال ۱۳۹۴ فرایند جذب سرمایه را از طریق IIIC و به مبلغ ۱۰۰ میلیون دلار در قالب افزایش سرمایه و در ازای ۲۱ درصد سهام آغاز کرد. این فرایند جذب سرمایه با گرفتن مجوز سرمایه گذاری خارجی، از سازمان سرمایه گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران کامل شده‌است. بنا به گفته مدیران دیجی کالا در آذر سال ۱۳۹۷، ۳۵ درصد سهام گروه دیجی کالا در اختیار سرآوا، ۳۵ درصد برادران محمدی، نزدیک ۲۵ درصد در اختیار صندوق اروپایی IIIC و بقیه نیز سهم تشویقی ۸۰ نفر از مدیران کلیدی دیجی کالا است

۳-۱-۲ بخش ها و سرویس ها

دیجی کالا از ابتدا تنها کالاهای دیجیتالی و الکترونیکی را به شکل آنلاین به فروش می‌رساند تا اینکه از سال ۱۳۹۳ از فروش کالای دیجیتال به فروش دیجیتال کالا تغییر استراتژی داد و از آن پس، به فروشگاه آنلاین کالا در همه دسته‌های کالایی تبدیل شد. کالاهای دیجیتال، هنری، لوازم آرایشی، بهداشتی و سلامت، خودرو، ابزار و اداری، مد و پوشاک، لوازم خانه و آشپزخانه، کتاب، نوشت افزار، اسباب بازی، کودک و نوزاد و تجهیزات ورزش و سفر در این فروشگاه قابل دسترسی هستند. سوپرمارکت دیجی کالا نیز در تیرماه تابستان ۱۳۹۷ به این مجموعه افزوده شده‌است.

- دیجی کالا مگ :

دیجی کالا مگ یک رسانه برخط زیرمجموعه دیجی کالا است که در دامنه اصلی این شرکت، میزبانی می شود و در تابستان ۱۳۹۴ توسط شرکت اصلی راه اندازی شده است. این وبگاه مقالاتی درباره فناوری و سبک زندگی منتشر می کند.

- سوپر مارکت:

دیجی کالا در تیرماه سال ۱۳۹۷ با خرید «سوپرمارکت اینترنتی روکولند»، فروش محصولات تازه سوپرمارکتی به صورت آنلاین را آغاز کرد.

- دیجی کلاب:

دیجی کلاب، باشگاه کاربران دیجی کالا است که با قرعه کشی، جوایزی را برای اعضای آن، پیشنهاد می دهد.

- دیجی پلاس:

دیجی پلاس، خدمات ویژه دیجی کالا برای کاربرانش است. این سرویس در سال مرداد ۱۳۹۹ راه اندازی شد.

- فیدیبو:

دیجی کالا در سال ۱۳۹۵ بخشی از سهام فیدیبو را خرید و در سال ۱۳۹۶ با افزایش سرمایه گذاری، مالک اصلی آن شد. فیدیبو فروشگاه قانونی کتاب الکترونیک فارسی است که از اسفند ۱۳۹۲ فعالیت خود را آغاز کرده است. فیدیبو با همراهی دیجی کالا در اردیبهشت ۱۳۹۷ اولین کتابخوان انحصاری خود را با نام فیدیبوک با پشتیبانی از زبان فارسی عرضه کردند.

- دیجی استایل:

دیجی استایل که از وبگاه های زیرمجموعه دیجی کالا شمرده می شود. این وبگاه، در زمینه آرایشی و بهداشتی نیز وارد شده است. گستره محصولات دیجی استایل تا پایان سال ۱۳۹۷، شامل لباس مردانه، زنانه و بچگانه، انواع کیف های مردانه و زنانه، انواع کفش های ورزشی و رسمی، عینک، ساعت، دستبند، دستکش، کلاه، زیورآلات از برندهای گوناگون بوده است.

۲-۱-۴ ساختمان ها

دفتر مرکزی و دفتر دوم (دفتر فنی و مالی) در تهران و دفتر سوم در خارج از تهران در جاده قدیم کرج (فتح) در شهرک دانش واقع شده است. دیجی کالا سه مرکز پردازش و انبار کالا در تهران و ۲۳ مرکز توزیع در شهرهای بزرگ ایران دارد.

۲-۱-۵ کانون های پردازش کالا

نخستین مرکز پردازش کالای دیجی کالا در سال ۱۳۹۲ راه اندازی شد. در این مرکز زنجیره ای از فعالیت های به هم پیوسته وجود دارد که در فرایند تحویل به موقع سفارش تأثیر مستقیم دارد. این فعالیت ها با انتقال کالا از فروشندگان و تامین کنندگان آغاز می شود و بعد از قرار گرفتن در زنجیره تأمین، پردازش و ارسال در نهایت با تحویل سفارش مشتری در بازه زمانی از پیش تعیین شده پایان می یابد. دیجی کالا در آبان ۱۳۹۶ دومین مرکز پردازش کالای خود را نیز افتتاح کرد، این مرکز بزرگترین مرکز پردازش کالا در خاورمیانه است که ظرفیت ثبت سفارش کاربران را به ۴۰۰ هزار کالا در روز افزایش داده است.

بخشی از کالاهای موجود در مرکز پردازش، کالاهای فروشگاه اینترنتی دیجی کالا هستند و بخشی نیز کالاهای فروشندگان دیگر هستند که به صورت امانی در انبارهای دیجی کالا نگهداری می شوند تا آماده ارسال باشند. در کنار کالاهای موجود در مرکز پردازش بخشی از کالاها بعد از ثبت سفارش، از سوی فروشنده در اختیار دیجی کالا قرار می گیرد. هنگام ثبت سفارش، پردازش کالای مشتری بر اساس نوع کالا در نظر گرفته می شود. این فرایند به صورت هوشمند انجام می شود و زمان ارسال کالا را مشخص می کند.

۲-۲ Dell

Dell یکی از موفقترین شرکت های موجود در زمینه تجارت الکترونیکی است. بدین منظور شایسته است در این بخش به بررسی وضعیت شرکت فوق در زمینه تجارت الکترونیکی پرداخت :

Dell یکی از صدها شرکتی است که کامپیوترهای شخصی تولیدی خود را در اختیار مشتریان حقیقی و یا حقوقی قرار می دهد. فعالیت اقتصادی Dell با درج آگهی در پشت جلد مجلات کامپیوتری و فروش کامپیوتر از طریق تلفن، آغاز گردید. امروزه حضور شرکت Dell در عرصه تجارت الکترونیکی بسرعت متداول و عمومی شده است. شرکت فوق، قادر به ارائه کالاهای بیشماری از طریق وب شده است. بر اساس آمارهای موجود، فروش روزانه Dell، چهارده میلیون دلار بوده و تقریباً ۲۵ درصد فروش این شرکت از طریق وب انجام می گیرد. شرکت Dell قبل از استفاده از تجارت الکترونیکی، اکثر سفارشات خود را از طریق تلفن اخذ و با استفاده از پست آنها را برای خریداران خود، ارسال می کرد. با توجه به فروش ۲۵ درصدی شرکت فوق از طریق وب می توان به جایگاه و اهمیت موضوع تجارت الکترونیکی پیش از گذشته واقف گردید.

شرکت Dell سایت خود را خیلی زود طراحی و پیاده سازی نموده و از این طریق از سایر رقبای خود پیشی گرفته است.

نتیجه گیری

نتیجه می گیریم در فضای مجازی بایک برنامه ریزی درست می توان در مدت زمان مشخص کار خود را به بهترین شکل گسترش دهیم و به بهترین درآمد برسانیم .

فصل سوم

مقدمه

در این فصل روش حل و متد های طراحی شده و نحوه انجام پروژه و ابزار های به کار گیری برای طراحی یک سایت تشریح می شود.

۱-۳ مراحل انجام کاری

پس از آنکه متوجه شدیم که ما بدین گونه از سایت ها نیاز داریم و از لحاظ تکنیکی و تاکتیکی نیز هم قابلیت اجرا و پیاده سازی را دارد نوبت به آن می رسد که شروع به انجام پروژه کنیم اما برای اینکه این کار به نحوه احسن انجام شود همانند برنامه نویسی ما نیازمند ایجاد یک الگوریتم کاری کلی می باشیم ما برای تولید این سایت از مراحل زیر پیروی کردیم و نتیجه بخش هم بود :

شناسایی سیستم، طراحی مستندات و نقشه سایت، طراحی پایگاه داده، کد نویسی برنامه، طراحی ظاهر برنامه، تست برنامه و اشکال زدایی، آپلود برنامه، ورود اطلاعات.

۲-۳ طراحی سیستم و DFD ها

پس از آنکه ما متوجه شدیم از برنامه چه اطلاعاتی را می خواهیم و دارای چه جداولی هستیم نوبت به رسم نمودارهای DFD می رسد که جریان انجام کار را به ما نمایش می دهند این نمودارها به ما این کمک را می کنند که هنگام کدنویسی برنامه دیگر مشکل چگونگی انجام کارها و چگونگی ارتباطات بین اجزا را نداشته باشیم و فقط به فکر کد نویسی و قواعد کدنویسی باشیم و با دیدن DFD هر مرحله نحوه چگونگی انجام کار و ارتباطات را متوجه می شوید

۳-۳ نام دامنه، لگو و زیبایی ظاهری

باید آسان ترین و مرتبط ترین نام دامین را برای وبسایت خود به ثبت برسانیم تا به راحتی بتواند فعالیتمان را به کاربران معرفی کند.

گاهی می خواهیم درمورد یک برند صحبت کنیم اما هرپه فکر می کنیم اسم آن یادمان نمی آید . اما احتمال اینکه لگوی آنرا فراموش کنیم کم است ، پس به خاطر سپردن یک تصویر راحت تر است . لگو چهره کسب و کار شما است.

سایت های زیبا از نظر طراحی همواره کاربران بیشتری را به سمت خود جذب میکند . پس باید از ابتدای طراحی آنرا در نظر بگیریم.

۳-۴ ابزارهای مورد استفاده در انجام این پروژه

همانطور که می دانید این پروژه مربوط به یک فروشگاه اینترنتی می باشد پس در ابتدای کار ما نیاز به یک نرم افزار داریم که بتواند در محیط شبکه و اینترنت کار کند نرم افزار های گوناگون و با قابلیت های مختلفی در این زمینه وجود دارد که هر کدام از این نرم افزارها قابلیت های خاص خود را دارا می باشند.

۳-۴-۱ HTML

مخفف Hyper Text Markup Language می باشد که به معنی زبان نشانه گذاری ابر متن می باشد.

اولین زبان نشانه گذاری مبتنی بر اینترنت است . HTML نشانه گذاری هسته ای برای تمام صفحات وب است و بخشی جدایی ناپذیر از وب محسوب می شود.

ساختار یک صفحه وب را تعریف می کند. این زبان نشانه هایی را فراهم می کند که مرورگر بتواند به طرز مناسبی صفحه وب را نمایش دهد. یک سند HTML می تواند بسیار ساده یا پیچیده باشد تا ویژگی های بیشتری را ارائه دهد.

مرورگرهای وب ، اسناد HTML را از یک وب سرور دریافت می کنند و آنها را به عنوان صفحات وب نمایش می دهند. مرورگر وب کد HTML را درک می کند تا چیدمان صفحه را بر اساس آن تغییر دهد و تصاویر ، لینک ها و رسانه ها را به صفحات وب اضافه کند.

عنصر با براکت های زاویه اطراف آن ، تگ (<tag>) را تشکیل می دهد. تگ ها بر روی صفحه نمایش قابل مشاهده نیستند ، اما به مرورگر کمک می کنند تا بدانند که چه چیزی را باید نمایش دهد. یک تگ باز ، آغاز یک عنصر را نشان می دهد ؛ در حالی که یک تگ بستن ، پایان عنصر را نشان می دهد.

CSS ۲-۴-۳

ابزاری است که بوسیله ی آن میتوانید صفحات وب خود را زیبا و چشم نواز کنید. شما با استفاده از HTML میتوانید ساختار کلی صفحه وب خود را بسازید و در واقع اسکلت بندی صفحه ی وب خود را داشته باشید. و حالا با استفاده از CSS میتوانید ساختار سایت خودتان را زیبا کنید، به آن رنگ اضافه کنید، اندازه ی آن ها را مشخص کنید، روش نمایش آن ها را تنظیم کنید. در واقع CSS به شما کمک میکند تا صفحات وب زیبا و چشم نوازی داشته باشید. یک زبان سمت کاربر است.

حقیقت این است که HTML و CSS هیچکدام به تنهایی هیچ مزیت خاصی ندارد. با HTML به تنهایی نمیتوانید صفحات وب حرفه ای و چشم نواز طراحی کنید. CSS هم به تنهایی کاربردی نمیتواند داشته باشد . HTML و CSS در کنار یکدیگر هستند که میتوانند قدرت فوق العاده ای پیدا کنند و صفحات وب چشم نواز و زیبایی را طراحی کنند.

PHP ۳-۴-۳

یک زبان برنامه نویسی است که میتوانیم با استفاده از آن اقدام به ساخت صفحات وب داینامیک (Dynamic) کنیم. با استفاده از PHP میتوانیم سایت و اپلیکیشن های تحت وب قدرتمندی را برنامه نویسی کنیم. یک زبان سمت سرور است.

با استفاده از PHP نمیتوانید ظاهر سایت را تغییر دهید. PHP یک زبان برنامه نویسی است که تاثیر مستقیمی روی ظاهر سایت ندارد. با استفاده از PHP میتوان اطلاعات مختلف را از پایگاه داده بگیرد و به کاربر نشان دهد.

- میتواند برای شما صفحات داینامیک تولید کند.
- میتواند اطلاعات را به دیتابیس بفرستد، از دیتابیس اطلاعات را بخواند و همینطور اطلاعات موجود در دیتابیس را ویرایش یا حذف کند.
- میتواند با فرم های HTML شما ارتباط برقرار کند و اطلاعات ورودی کاربران در فرم ها را پردازش کند و کارهای مدنظر شما را روی آن ها انجام دهد.

- به شما امکان کار با Cookie ها و Session ها را میدهد.
- امکان رمزگذاری کردن اطلاعات حساس را دارد و این امکان نیز در آن تعبیه شده است.

۳-۴-۴ JavaScript

به طور خلاصه، JavaScript یک زبان برنامه نویسی است که به توسعه دهندگان وب اجازه می دهد تا سایت های تعاملی (interactive) طراحی کنند. بیشتر رفتارهای پویا که در یک صفحه وب مشاهده می کنید، به لطف JavaScript است که کنترل ها و رفتارهای پیش فرض مرورگر را تقویت می کند. کدهای جاوا اسکریپت در سمت کاربر و به وسیله مرورگرها اجرا می شوند. جاوا اسکریپت در سمت کاربر و به وسیله مرورگرها اجرا می شوند.

۳-۴-۵ ASP.NET

- تکنولوژی میکروسافت برای تولید صفحات دینامیکی (صفحات فعال سرویس دهنده - Active Server Pages).
- تکنولوژی جدید تری از میکروسافت به نام .NET Framework.

همانطور که در بالا نیز گفته شده ASP.NET از ترکیب ۲ تکنولوژی بوجود آمده که نتیجه آن در تولید صفحات وب ایجاد سهولت در خلق چنین صفحاتی بوده است

۳-۵ انواع صفحات وب

برای اینکه موضوع بهتر و روشن تر شود بهتر است کمی با انواع صفحات وب آشنا شویم به طور کلی صفحات اینترنت به دو دسته تقسیم می شود:

۱- صفحات استاتیک وب .

۲- صفحات دینامیک وب .

۳-۵- اصفحات استاتیک وب

این صفحات ، صفحاتی هستند که از قبل تولید شده اند و معمولا محتویات این صفحات از قبیل لینک ها و عکس ها و سایر اطلاعات آن به صورت ثابت می باشند این صفحات معمولا دارای پسوند های Htm و یا Html می باشند از ویژگی های مهم این صفحات این است که محتویات آن از قبل مشخص شده است .

از محدودیت های این مدل صفحات می توانیم به آن اشاره کنیم که در صفحات استاتیک امکان هیچ گونه تغییری بر اساس شرایط اجرا را ندارد .

از دیگر محدودیت های این نوع صفحات که بسیار خطرناک نیز می باشد این است که این گونه صفحات هیچ گونه امنیتی ندارند آنها روی سرویس دهنده وب هستند تا هر کسی که خواست آنها را بردارد . به عنوان مثال اگر بعد از تلاش زیادی موفق به این شدید که سایتی زیبا و چشمگیر تولید کنید هیچ گون ضمانتی وجود ندارد که کسی آن صفحه را بر ندارد و با کمک کدهای موجود در آن دقیقا آنرا به اسم خودش نزنند.

۳-۵-۲ صفحات دینامیک وب

با توجه به این که صفحات استاتیک دارای محدودیت های فراوانی می باشند ما احتیاج به صفحات داریم که بتواند این محدودیت ها را از بین ببرد صفحاتی با امنیت بالا و امکان اینکه کاربر بتواند با آن در محاوره باشد و بتواند نیازهای خود را به آن داده و از طرفی دیگر صفحات نیز بتوانند پاسخ مناسبی را به کاربر دهند .

صفحات دینامیک وب خود به دو نوع تقسیم می شوند :

صفحات دینامیک سمت - مشتری و صفحات دینامیک سمت - سرویس دهنده .

- صفحات دینامیک سمت - مشتری :

در این مدل از صفحات تمام عملیاتی که لازم است در صفحه انجام شود در سیستم بازدید کننده سایت انجام می شود . این به این معناست که ابتدا صفحه دریافت می شود و در سیستم بازدید کننده دستورات آن اجرا می شود و

نهایتاً دستورات خروجی آن تولید می شود این عملیات در مرورگر بازدید کننده از طریق ماژولهای افزودنی Add-ins خاصی که در مرورگر موجود می باشد انجام می گیرد .

در مدل صفحات دینامیک سمت - مشتری از زبان های برنامه نویسی مانند JavaScript و VBScript استفاده می شود . این تکنولوژی امروزه کمتر مورد استفاده قرار می گیرد چون زمان زیادی صرف بارگیری صفحه html و کدهای آن می شود . از طرف دیگر از آنجایی که تولید صفحه وب خروجی در مرورگر وب صورت می گیرد هیچ تضمینی وجود ندارد که خروجی آن دقیقاً مانند خواسته طراحی سایت باشد و همچنین چنین صفحاتی دارای امنیت بالای نمی باشند زیرا که بازدید کننده می تواند همانند صفحات html از طریق View source به کدهای سایت دسترسی پیدا کرده و همچنین اینکه اگر صفحه ما دارای پایگاه داده مانند SQL باشد باز مشکلات ما دوچندان خواهد شد چون ممکن است این نرم افزار بر روی سیستم بازدید کننده نصب نباشد و در نتیجه وب ما نیز با مشکل روبه رو شود بنابراین این نوع از صفحات نیز دارای ویژگی ها و مشکلات خواص خود می باشند .

- صفحات دینامیک سمت - سرویس دهنده :

برای رفع مشکلاتی که در مدل صفحات دینامیک سمت - مشتری وجود داشت ، صفحات دینامیک سمت - سرویس دهنده بوجود آمدن در این مدل هم خروجی مورد نظر از طریق اجرای کدهای نوشته شده در صفحه وب (یا فایل های جداگانه) تولید می شود . اما در این مدل همه کارها (اجرای دستورات صفحه وب و تولید خروجی) در سرویس دهنده وب انجام می گیرد و فقط استریم نهایی به کاربر فرستاده می شود .

۳-۶ نحوه نمایش اطلاعات سایت برای کاربر

- طراح وب صفحه Html اصلی (و دستورات لازم برای تولید خروجی نهایی) را طراحی کرده و آنرا روی سرویس دهنده وب قرار می دهد .

- بازدید کننده وب با وارد کردن URL این صفحه در مرورگر در خواست دریافت آنرا می کنند .
- سرویس دهنده وب صفحه مورد نظر را باز می کند .
- سرویس دهنده وب دستورات موجود در این فایل را اجرا کرده و خروجی نهایی را تولید می کند .
- سرویس دهنده وب استریم HTML را از طریق شبکه به مرورگر می فرستد .
- مرورگر محتویات این صفحه HTML را پردازش کرده و نمایش می دهد .

امنیت این روش بسیار بالاست چون فقط خروجی به کاربر فرستاده می شود و کدهای صفحه وب اصلی در همان سرویس دهنده می ماند . و نکته دیگر آنکه چیزی که بازدید کننده می بیند دقیقا همان چیزی است که مطلوب طراح صفحه می باشد .

۳-۷ پایگاه داده SQL

(زبان ساخت یافته پرس و جو Structure Query Language)

خب تا این جا با قسمت اول کار تا حدودی که در سطح مقدمه بود آشنا شدید ولی کار هنوز تمام نشده است در قسمت بعدی ما احتیاجی به امکاناتی داریم که بتواند تراکنش ها و اطلاعات لازم برای یک صفحه را در خود ذخیره کند. اطلاعاتی که ممکن است در یک صفحه لازم باشد می تواند یک رمز باشد و یا هر چیز دیگری باشد .

وقتی دستورات SQL در یک قالب پیچیده می شوند به آن روال ذخیره شده (Stored procedure)

گفته می شود. از این نظر روالهای ذخیره شده چند مزیت عمده بر دستورات ساده SQL دارند :

- ایمنی : با استفاده از روالهای ذخیره شده برنامه از دستبرد نفوذگران در امان خواهد ماند .

- سرعت : وقتی برای اولین بار یک روال ذخیره شده را فراخوانی می کنید بهینه سازی می شوند و از آن به بعد با سرعت بیشتری اجرا خواهند شد .
- تفکیک : با استفاده از روالهای ذخیره شده در دستورات SQI از کد اصلی برنامه جدا می شوند .

۳- ۸ نحوه استفاده از سایت برای کاربران

ابتدا کاربر باید آدرس سایت (celarinet.ir) را در یکی از مرورگر ها سرچ کند . سپس وارد صفحه اصلی سایت کلارینت می شود .

- منو (سه خط افقی)

شما با کلیک کردن در کامپیوتر یا لمس کردن روی این گزینه در گوشی همراه . به دسته بندی محصولات دسترسی پیدا می کنید و در این بخش قسمتی را که میخواهید محصولات مرتبط با آنرا مشاهده کنید انتخاب می کنید.

- گزینه سرچ (ذره بین)

شما در این قسمت هم به لیست محصولات دسترسی دارید و هم می توانید نام محصول مورد نظرتان را سرچ کنید تا آن محصول برای شما نمایش داده شود

- لیست علاقه مندی (قلب)

شما می توانید محصولات مورد علاقتون رو به این قسمت اضافه کنید. در کنار هر محصول یک قلب وجود دارد که با لمس کردن یا کلیک کردن روی آن به محصولات مورد علاقه شما اضافه می شود. برای حذف کردن محصول از لیست مورد علاقه باید ابتدا وارد لیست شوید و روی ضربدر (Remove) بالای آن کلیک کنید .

- گزینه محصول (سبد خرید)

در پایین هر محصول قسمتی به نام افزودن به سبد خرید وجود دارد که شما با لمس کردن آن ، محصول را به سبد خرید خود اضافه می کنید

و در آخر می توانید وارد سبد خرید خود شوید و در اینجا محصولات انتخاب شده شما به شما نمایش داده می شود

با کلیک بر روی مشاهده سبد خرید محصولات انتخابی شما نمایش داده می شود و شما در این قسمت می توانید محصولی را حذف یا تعداد آن را تغییر دهید و در این بخش قسمتی به نام کد تخفیف وجود دارد در صورت داشتن کد تخفیف آنرا وارد کرده و گزینه اعمال کد تخفیف را بزنید.

در پایین ای قسمت مجموع قیمت محصولات خریداری شده شما نمایش داده می شود

با کلیک بر روی تسویه حساب شما به پنل کاربری خودتان منتقل می شوید و در این قسمت با کمک درگاه های پرداختی مبلغ نمایش داده شده را واریز می کنید و ثبت سفارش شما کامل می شود. در صورتی که در سایت حساب کاربری ندارید ابتدا باید حساب باز کنید

• حساب کاربری من (چرخ دنده)

با وارد شدن به این بخش صفحه ای برای شما باز می شد که از شما ایمیل یا نام کاربری یا شماره همراه را می خواهد. این بخش برای افرادی است که از قبل حساب کاربری خود را در سایت ایجاد کرده اند و می خواهند به پنل شخصی خود وارد شوند. ولی اگر از قبل حساب کاربری نداشتید باید روی قسمت ایجاد حساب کاربری کلیک کنید و در این قسمت نام کاربری و ایمیل و شماره همراهتون را وارد کنید بعد از این کار برای شما یک کد از طریق پیامک ارسال خواهد شد که با وارد کردن آن کد حساب کاربری خود را افتتاح می کنید و به مجموعه کلارینت اضافه می شوید

• محصولات

شما وارد هر محصول که شوید مواردی مانند عکس محصول، نام کامل محصول، قیمت محصول، توضیحات در مورد محصول، افزودن به سبد خرید، افزودن به علاقه مندی ها را می توانید مشاهده کنید و در پایین در این بخش نظرات کاربران قرار دارد.

نتیجه گیری

با توجه به آنچه گفته شد می توانیم نتیجه بگیریم که ما به یک پایگاه داده مناسب احتیاج داریم چون در این پروژه ما می خواهیم کلمه عبور و رمز کاربران را بگیریم و در جایی ذخیره کنیم و یا سفارشات آنها را دریافت کنیم و با اینکه محصولات موجود در فروشگاه را به کاربر نمایش دهیم و خیلی کارهای دیگر. و در این بخش با کار

های زبان های برنامه نویسی مختلف مانند html, css برا طراحی وب سایت آشنا شدیم. و یک سایت باید

گزینه و قسمت های مختلفی را در اختیار کاربر خود قرار دهد و جذابیت ظاهری سایت هم خیلی مهم است.

فصل چهارم

مقدمه

در این فصل به مزایا و معایب تجارت الکترونیک برای دو طرف یعنی هم فروشنده و هم خریدار بدون جانب داری بیان میشود و به یک نتیجه گیری کلی در ارتباط با این کار میرسیم

۴-۱ مزایای تجارت الکترونیک

۴-۱-۱ مزایای تجارت الکترونیک برای مشتریان

- راحتی

هر محصولی را که بخواهید، به معنای واقعی کلمه، تنها با یک اشاره بر روی اینترنت قابل مشاهده است. فقط کافی است نام محصول مورد نظرتان را در موتور جستجوی مورد علاقه‌تان تایپ کنید تا تمام گزینه‌ها به شکلی سازماندهی شده و مرتب، تنها پس از چند ثانیه ظاهر شوند.

- صرفه جویی در زمان

با تجارت الکترونیک دیگر نیازی نیست که ساعت‌ها رانندگی کنید و به امید پیدا کردن چیزی که می‌خواهید، مغازه‌ها را نگاه کنید و جستجو کنید. فروشگاه‌های آنلاین لیست کامل محصولات خود را به شما ارائه می‌دهند و به جای استفاده از مغازه برای ارائه‌ی محصولات‌شان، از انبارهای کالا استفاده می‌کنند. محصولات را به راحتی پیدا می‌کنید و ظرف چند روز به درب منزلتان می‌رسند.

- وجود طیف وسیعی از گزینه‌های مختلف

در تجارت الکترونیک، مشتری می‌تواند بدون نیاز به رفتن از این مغازه به مغازه‌ی دیگر، به راحتی محصولات را با یکدیگر مقایسه کند و متوجه شود که کدام فروشنده، بهترین قیمت را ارائه می‌دهد و

گزینه‌های بیشتری برای انتخاب دارد. در دنیای واقعی هر فروشگاه فضای محدودی دارد، ولی همان فروشگاه می‌تواند بر روی اینترنت، کل موجودی انبار را ارائه بدهد.

- راحتی در مقایسه

در تجارت الکترونیک، مقایسه‌های دو به دو به راحتی قابل انجام هستند. وقتی کالاها به صورت آنلاین عرضه می‌شوند، تمام مشخصات و ویژگی‌های آن‌ها بیان می‌شود و فروشگاه‌های اینترنتی از شما می‌خواهند تا کالاهای آن‌ها را با سایر کالاها مقایسه کنید تا متوجه شوید که آن‌ها بهترین گزینه‌ها را ارائه می‌دهند و دوباره برای خرید به آن فروشگاه بازگردید.

- دسترسی به نظرات دیگران

شرکت‌ها به دلیل بالا بودن رقابت، از شما می‌خواهند تا به نظرات و بررسی‌های سایر مصرف‌کنندگان نگاهی بیندازید. بررسی‌های مثبت و منفی در هر وب‌سایتی وجود دارد و علاوه بر آنکه می‌توانید نقدها و نظرات مثبت مربوط به هر کالا را مشاهده کنید، از دلایل کسانی که آن محصول را دوست نداشته‌اند نیز آگاه می‌شوید.

۴-۱- مزایای تجارت الکترونیک برای صاحبان تجارت

- افزایش پایگاه مشتریان

پایگاه مشتریان از دغدغه‌های اصلی تمام کسب‌وکارهای آنلاین و غیرآنلاین است. نیازی نیست که کسب‌وکارهای آنلاین، نگران برخورداری بودن از بهترین ویژگی‌ها در شهر خود باشند، زیرا مردم از سراسر جهان، به محصولات آن‌ها دسترسی دارند و می‌توانند در هر زمانی برای خرید به آن‌ها بازگردند.

- افزایش فروش

کسب‌وکارهای آنلاین، نیازی به اداره کردن یک فروشگاه ندارند و می‌توانند فروش آنلاین بیشتری با حاشیه سود بالاتری داشته باشد. آن‌ها می‌توانند به روش‌های مختلفی پول را از مشتری دریافت کنند تا خرید را برای مشتری سریع‌تر و راحت‌تر کنند. این کسب‌وکارها با در دسترس بودن به صورت بین‌المللی، می‌توانند محصولات بیشتری را به فروش برسانند.

- دسترسی ۲۴ ساعته در ۳۶۵ روز سال

اگر هوا برفی باشد و جاده‌ها بسته باشند یا هوا آنقدر گرم و مرطوب باشد که حتی نتوانیم از خانه بیرون برویم، یا روز تعطیلی باشد و تمام مغازه‌ها در شهر بسته باشند، بازهم تجارت آنلاین شما ۲۴ ساعته و در تمام ۳۶۵ روز سال، برای مشتری‌ها باز است. درها هرگز بسته نمی‌شوند و سود کسب‌شده همچنان افزایش می‌یابد.

- تراکنش‌های فوری

در تجارت الکترونیک دیگر نیازی به انتظار برای نقد شدن چک یا انتظاری ۳۰ روزه برای انواع دیگر پرداخت‌ها نیست. تراکنش‌ها بلافاصله انجام می‌شوند یا حداکثر به ۲ یا ۳ روز زمان نیاز دارید تا پول، از طریق سیستم بانکی وارد حساب‌تان

۲-۴ معایب تجارت الکترونیک

۲-۴-۱ معایب تجارت الکترونیک برای مشتریان

- حریم خصوصی و امنیت

پیش از انجام تراکنش‌ها به صورت آنلاین، ابتدا گواهی‌های امنیتی (نظیر نماد اعتماد الکترونیکی و ...) آن وب‌سایت را بررسی کنید. درست است که خرید آنلاین ساده و راحت است، ولی هیچ‌کس دوست ندارد اطلاعات شخصی‌اش به سرقت برود. بسیاری از سایت‌ها قابل اطمینان هستند، ولی باز هم همیشه باید تحقیق کنید و سایت‌هایی را که از امنیت کافی برخوردار نیستند، شناسایی کنید.

- کیفیت

با وجود اینکه در تجارت الکترونیک، همه چیز به راحتی در دسترس قرار گرفته است، مشتری فقط پس از تحویل گرفتن محصولات می‌تواند آن‌ها را واقعاً ببیند و لمس کند. بنابراین حتماً باید پیش از خرید، روش بازگرداندن کالا در صورت عدم رضایت از آن را بررسی نمایید

- هزینه‌های پنهان

مشتری در زمان خرید، از قیمت کالا، هزینه حمل و نقل، بارگیری و مالیات آگاه می‌شود. ولی باید مراقب باشید، زیرا ممکن است هزینه‌های پنهانی وجود داشته باشد که بر روی صورت حساب خرید شما ذکر نشده‌اند، ولی بر روی فرم پرداخت ظاهر می‌شوند. ممکن است هزینه‌های اضافه‌ای برای جابجایی و بارگیری در محل فروشنده کالا وجود داشته باشد (به ویژه در مورد خریدهای بین‌المللی).

- **تاخیر در دریافت کالا**

اگرچه در بیشتر موارد، تحویل محصولات، سریع تر از زمان مورد انتظار انجام می شود، باید آمادگی تاخیر در دریافت کالا را نیز داشته باشید.

- **فقدان برقراری ارتباط مستقیم با فروشنده**

زمانی که قوانین و مقررات یک فروشگاه در پیش چشمانتان ظاهر می شود می بایست شروع به خواندن کلی مطلب کنید که می تواند پیچیده و گیج کننده باشد مخصوصا در قسمت های مشروعیت قانونی. در خرید های سنگین تر و مهم تر شما نمیتوانید با کسی رو در رو صحبت کنید و سوالات خود را مطرح کرده و نگرانی هایتان را در میان بگذارید.

۲-۲-۴ معایب تجارت الکترونیک برای صاحبان تجارت

- **مساعل امنیتی**

با وجود اینکه کسب و کارها اقدامات فراوانی انجام می دهند تا امنیت خود و مشتریان شان را حفظ کنند، افرادی وجود دارند که می توانند از هر دیوار آتیشینی عبور کنند و اطلاعاتی را که می خواهند به دست بیاورند. همه ی ما در سال های اخیر شاهد این مسئله بوده ایم که بزرگ ترین و مشهورترین کسب و کارها نیز ممکن است هک شوند.

- **مساعل پرداختی مالی**

زمانی که که فروشنده و مصرف کننده بر سر صورتحساب با هم به اختلاف بخورند، بسیاری از شرکت های اعتباری طرف مشتری را می گیرند، زیرا می خواهند مشتری خود را حفظ کنند. این مسئله زمانی که کالاها قبلا به مشتری تحویل داده شده اند، ولی مبلغ پرداخت شده به حساب مشتری برگشته است، موجب تحمیل شدن خسارت به کسب و کار تجارت الکترونیک می شود.

- **ارجاع کالا و خدمات پس از فروش**

زیرساخت های کسب و کار آنلاین، باید کامل و بی عیب باشند. این نیز هزینه های دیگری را برای کسب و کار ایجاد می کند، زیرا مشتریانی هستند که پس از تحویل گرفتن کالا، از کیفیت آن راضی نبوده و کالا را ارجاع می دهند. به ویژه مصرف کنندگانی هم وجود دارند که چیزی بیش از بازپرداخت مبلغ خود را می خواهند.

نتیجه گیری

هر کاری علاوه بر مزیت هایی که دارد می تواند مشکلاتی داشته باشد اما رفتن به سمت اینترنت و فضای مجازی برای کسب و کار یک امر اجتناب ناپذیر است مخصوصا در این زمان که بیشتر کار ها به سمت آن در حال حرکت هستند و بیشتر کاربران و خریداران دنبال راحتی خود هستند و دوست دارن در وقت خود صرفه جویی کنند .

امروزه اینترنت یک بستر مناسب برای کسب و کار ها را فراهم کرده و نمیتوان از آن چشم پوشی کرد و اگر کسب و کار شما به صورت سنتی است باید برای آن وقت بزارید و هزینه کنید تا برای آن یک وب سایت طراحی کنید تا کارتان و محصولاتتان را همه به راحتی بتوانند ببینن و شما به بهترین درآمد برسید.

با شکل گرفتن تجارت الکترونیک صاحبان آن می بایست برای باقی ماندن در عرصه رقابت آماده ایجاد هر تغییری باشند . همگام با رشد تکنولوژی می بایست سیستم های کسب و کار شما به روز و در صورت نیاز با مدل های جدید جایگزین شوند.

فصل پنجم

۵-۱ جمع بندی

۵-۱-۱ مزایای فروشگاه اینترنتی

- عدم محدودیت جغرافیایی: در حالی که یک فروشگاه سنتی به منطقه‌ی بسیار محدودی خدمات می‌دهد، خرید و ارسال سفارش از یک فروشگاه آنلاین به دورترین نقاط کشور و (در صورت فروش با کارت‌های اعتباری بین‌المللی) به تمام نقاط دنیا امکان‌پذیر است
- فروشگاه اینترنتی در هر لحظه از شبانه روز آماده سرویس دهی به مشتریان است. فروشگاه شما در ۳۶۵ روز سال و ۲۴ ساعت شبانه‌روز باز است حتی زمانی که در خواب هستید، کسب و کار شما ادامه دارد.
- کاهش هزینه‌های جانبی نظیر اجاره محل، هزینه ویتترین و انبار، فروشنده، خواب سرمایه و غیره .
- ارائه‌ی خدمات بهتر به مشتریان: با ارائه‌ی اطلاعات کامل هر کالا در سایت، مشتریان خود را راضی نگاه خواهید داشت. در حالی که ارائه این اطلاعات به هر مشتری در یک فروشگاه سنتی معمولاً امکان‌پذیر نیست.

توجه داشته باشید که شاید هنوز فرهنگ خرید به صورت کاملاً آنلاین بدون حتی یک تماس هنوز در ایران کاملاً جا نیفتاده است اما داشتن فروشگاه اینترنتی سبب آشنایی هزاران نفر با محصولات شما خواهد گردید که هر کدام از آنها می‌توانند به صورت سنتی و یا تماس مستقیم با تلفن از شما خرید نمایند

۵-۱-۲ پیشنهاد

راه های افزایش فروش فروشگاه اینترنتی

- ارائه کوپن تخفیف

کوپن همیشه از اجزای اصلی تبلیغات خرده فروشی های آنلاین بوده است. بنابراین نیازی نیست که درمورد قدرت آن چیزی بگوییم. از بزرگترین فروشگاه های اینترنتی ایران تا نوپاترین آن ها همواره در حال ارائه کدهای تخفیفی به مناسبت ها و روش ها و بهانه های گوناگون هستند. اما باید بدانید که از کوپن های تخفیف می توان استفاده بهتری نیز کرد که نقشی فراتر از صرفاً افزایش انگیزه خرید ایفا می کند .

- ارائه برنامه وفاداری

شما فقط نمی خواهید مشتریان محصولات شما را بخرند، بلکه می خواهید به خرید از شما ادامه بدهند. برندهای تجارت الکترونیک با ایجاد احساس ارزشمند بودن در بهترین مشتریان خود به این هدف می رسند. برای انجام این کار از طریق یک برنامه وفاداری مشتری به آنها پاداش های ارزشمندی بدهید. برنامه وفاداری ایجاد کنید که به مشتریان انگیزه ای برای خریدهای بیشتر یا هزینه کردن مبلغ بیشتری در هر خرید می دهد. برنامه های وفاداری شکل های گوناگونی دارند، ولی به طور کلی به صورت سیستمی هستند که در آن امتیاز مشتری افزایش می یابد و این امتیازها قدرت خرید بیشتری به او می دهد.

- جایزه بدهید

مردم عاشق چیزهای رایگان هستند. با دادن جایزه کاری کنید که مردم درمورد برند شما صحبت کنند. تبلیغ جایزه ها روی وبسایت و رسانه های اجتماعی، برند شما را در معرض دید افراد بیشتری قرار می دهد و فروش شما یا لیست ایمیل شما را طولانی تر می کند.

- برگزاری مسابقه

برگزاری مسابقه های اینستاگرام و تلگرام (یا مسابقاتی که در هر شبکه اجتماعی یا کانال دیگری برگزار می کنید) یکی از بهترین روش هایی است که برندهای تجارت الکترونیک یا فروشگاه های آنلاین با استفاده از آن می توانند

کاربران بیشتری را از برند خود آگاه کنند، جامعه‌ای تشکیل بدهند، ترافیک و میزان بازدید کنندگان وبسایت خود را بالا ببرند و فروش خود را افزایش دهند

- ریسک مشتری را کم کنید

صفحه اصلی وبسایت شما باید دارای «کاهنده‌های ریسک» باشد، یعنی اعلان‌هایی که به برطرف کردنِ اعتراض‌ها و شکایت‌ها کمک کرده و آرامش خاطر بیشتری به خریداران می‌دهند، مانند: ارسال رایگان، تحویل سریع، تضمین بازگشت پول، امکان مرجوعی کالا.

- نمایش نشان های اعتماد

مشتریان معمولاً وقتی درمورد امنیت پرداخت خود نگرانی‌های داشته باشند، فرآیند خرید را نیمه‌کاره رها می‌کنند. با نمایش یک یا چند نشان می‌توانید مشتریان را متقاعد کنید که این فرآیند ایمن و مطمئن است. نشان‌های اعتماد در کشور ما نماد اعتماد الکترونیکی (اینماد)، نشان ساماندهی اداره رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد، نشان اتحادیه کشوری کسب و کارهای مجازی یا لوگوی بانکی که درگاه پرداختش را به شما داده است. اگر هم از درگاه‌های واسط پرداخت استفاده می‌کنید نماد پرداخت امن آن‌ها نیز موجود است .

- ارسال ایمیل خود کار

مشتریان بالقوه و مشتریان پیشین آدرس‌های ایمیل خود را به شما داده‌اند. پس شما نیز برای آنها چیزی ارسال کنید، یعنی ایمیل بفرستید. با استفاده از بازاریابی ایمیلی می‌توانید پیام‌های هدفمند و به‌موقعی را در مراحل مختلف چرخه خرید ارسال کنید.

- حمایت از خیریه ها

می‌توانید با هر خریدی که مشتریان انجام می‌دهند بخشی از سود آن را برای کمک به مناطق محروم استفاده کنید. این موضوع باعث شهرت و اعتبار برای سایت شما می‌شود. مشتریان نیز رسالت کار شما را درک می‌کنند، قدر می‌دانند و حمایت می‌کنند. به این ترتیب همه برنده‌اند.

- فرستادن کاربران اینستاگرام به فروشگاه خود

اینستاگرام برای افرادی ساخته شده که عاشق تصاویر هستند. ولی ظاهراً اینستاگرام برای افراد عاشق خرید نیز جذاب است. براساس گزارش اینستاگرام ۶۰٪ کاربران می‌گویند در این پلت‌فرم از محصولات و خدمات باخبر می‌شوند و ۳۰٪ نیز چیزی را که در اینستاگرام یافته‌اند، خریده‌اند. کلید بازاریابی اینستاگرام، جذب کاربران و هدایت آنها به وبسایت خود است.

- فروش متقابل

برای افزایش فروش فروشگاه اینترنتی، روی فروش متقابل محصولات خود تمرکز کنیم. به عنوان مثال وقتی مشتری از شما گوشی تلفن همراهی خریده است، به او پیشنهاد دهید که محافظ صفحه نمایش یا قاب گوشی را نیز خریداری کند. پیدا کردن چنین فرصت‌های کاربردی هنر شماست

- نمایش پرفروش ترین محصولات

این طبیعت انسان است که دنباله‌روی جمع باشد. خریداران نیز از راهنمایی استقبال می‌کنند. پرفروش ترین محصولات یا پرفروش‌های محصولات در هر دسته‌بندی را به آنها نشان بدهید. با این کار سردرگمی آنها را کاهش داده و فروش خود را افزایش می‌دهید.

- ساخت ویدئوهای نمایشی

بدون شک نمایش تصاویر به فروش محصولات کمک می‌کند، ولی استفاده از تصاویر روشی معمولی و عادی است. شما می‌توانید فروش محصولات جدید، ویژه یا محبوب خود را با تولید ویدئوهای تبلیغاتی یا ویدئوهای کوتاهی که به بررسی محصول می‌پردازند، افزایش دهید. این ایده را فقط برای چند مورد از محصولات خود امتحان کنید و اثر آن را بسنجید تا متوجه شوید که آیا سرمایه‌گذاری روی تولید ویدئو بازدهی دارد یا خیر. اگر متوجه شدید که نمایش ویدئو موجب افزایش فروش می‌شود، می‌توانید این برنامه را با تولید ویدئوهای بیشتر گسترش دهید.

۵-۱-۳ تبلیغات

امروزه یکی از مهم ترین بخش‌ها در دنیای تبلیغات، تبلیغات اینترنتی می‌باشد که جایگاه خود را در بین اکثر افراد پیدا کرده است. استفاده از بهترین روش تبلیغاتی در این امر منجر به موفق تر شدن کار ما در جهت افزایش بازدید و به تبع آن فروش محصولات بیشتر می‌گردد. فضای مجازی و فروشگاه‌های اینترنتی امروزه به یکی از پرتراфик ترین مکان‌ها جهت عرضه تبلیغات مبدل شده است .

- اینستاگرام

یکی از بهترین روش های تبلیغ است که شما می توانید تبلیغات سایت خود را به یک پیج معروف که دارای فالوور های بالا هست بدهید یا در کنار سایت خود یک پیج در اینستاگرام راه اندازی کنید و تبلیغ سایت و کار خود را در آن پیج انجام دهید. و فالوور هارا به سمت سایت خود جذب کنید یا می توانید در همان اینستاگرام هم فروش داشته باشید.

- اپلیکیشن فروشگاه

یکی از روش های تبلیغات با موبایل، اپلیکیشن های فروشگاه می شوند. از این اپلیکیشن فروشگاه در کنار سایت استفاده می شود که دارای پنل مدیریت نیز می باشد. معمولا افراد پس از طراحی سایت فروشگاه، می توانند به طراحی اپلیکیشن فروشگاه اقدام نمایند. با داشتن این اپلیکیشن، محصولات درج شده در سایت به صورت اتوماتیک در اپلیکیشن نیز نمایش داده می شوند.

- تبلیغ در سایت های دیگر

شما می توانید تبلیغ سایت خود را به سایت های دیگر بدهید و زمانی که کاربر روی آن کلیک کند به سایت شما منتقل شود و محصولات شمارا ببیند.

- تبلیغات اسپانسی

چنانچه جزء افرادی هستید که در حال استفاده از سایت های خاصی همچون آپارات، یوتیوب و غیره می باشید، قطع به یقین با تبلیغات اسپانسی در این فضاها مواجه شده اید و آشنایی دارید. زمانی که شما از این وب سایت ها استفاده می کنید، قبل از پخش ویدئو فیلم کوتاه و یا تصویری به صورت تبلیغاتی برای شما پخش شده و بعد از آن برنامه مورد نظر شما پخش خواهد شد. شما می توانید تبلیغ کار خود را به آنها بسپارید.

- تبلیغ در تلویزیون

این روش تبلیغ احتیاج به سرمایه زیادی دارد. شما کلیپ تبلیغ خود را به یک یا چند شبکه تلویزیونی می دهید تا آن را برای مدت خاصی پخش کنند برای مثال میانگین قیمت هر ثانیه تبلیغ در شبکه سه ۳۳ میلیون تومان است یا میانگین تبلیغ در شبکه پنج ثانیه ای ۹ میلیون تومان است و میانگین تبلیغ در شبکه خبر ثانیه ای ۱۷ میلیون تومان است یا شبکه نمایش که ثانیه ای ۳ میلیون تومان است.

اگر شما یک تبلیغ ۲۰ ثانیه ای دارید . هزینه یک بار پخش شدن تبلیغ شما از شبکه سه ۶۶۰ میلیون تومان می شود . که اگر ای تبلیغ بین یا قبل از برنامه های پر بازدید پخش شو قیمت آن نیز بیشتر می شود.

- بیلبرد های تبلیغاتی در اتوبان ها

این روش هم سرمایه زیادی می خواهد شما تبلیغات خودتان را که به صورت عکس یا فیلم هست را به طرف قرار داد خود تحویل می دهید . که اجاره مکان برای نصب این تبلیغات به صورت ماهانه است برای مثال هزینه نصب آگهی در اتوبان صدر از ۵۰۰ میلیون تومان تا یک میلیارد تومان است

پیوست ها

کد های مربوط به دسته بندی محصولات

```
<div class="wd-search-form wd-header-search-form">
<form role="search" method="get" class="searchform wd-with-cat wd-style-default
woodmart-ajax-search" action="https://celarinet.ir/" data-thumbnail="1" data-
price="1" data-post_type="product" data-count="20" data-sku="0" data-
symbols_count="3">
<input type="text" class="s" placeholder="جستجو برای محصولات" value="" name="s"
aria-label="جستجو" title="جستجو برای محصولات" />
<input type="hidden" name="post_type" value="product">
<div class="wd-search-cat wd-scroll">
<input type="hidden" name="product_cat" value="0">
<a href="#" rel="nofollow" data-val="0">
<span>
انتخاب دسته بندی
</span>
</a>
<div class="wd -dropdown wd-dropdown-search-cat wd-dropdown-menu wd-scroll-
content wd-design-default">
<ul class="wd-sub-menu">
<li style="display:none;"><a href="#" data-val="0">انتخاب دسته بندی</a></li>
<li class="cat-item cat-item-1012"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/off-product/" data-val="off-product" data-
title="پیشنهادهای ویژه">پیشنهادهای ویژه</a>
</li>
<li class="cat-item cat-item-91"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/" data-val="categories" data-
title="دسته محصولات">دسته محصولات</a>
```


- [تجهیزات امنیتی](https://celarinet.ir/product-category/categories/security-equipment/)
 - [دزدگیر اماکن](https://celarinet.ir/product-category/categories/security-equipment/places-alarm/)
 - [چشمی دزدگیر](https://celarinet.ir/product-category/categories/security-equipment/places-alarm/eye-alarm/)
 - [دوربین مدار بسته](https://celarinet.ir/product-category/categories/security-equipment/cctv/)
 - [دوربین مدار بسته آنالوگ](https://celarinet.ir/product-category/categories/security-equipment/cctv/analog-cctv/)
 - [دی وی آر](https://celarinet.ir/product-category/categories/security-equipment/cctv/dvr/)
 - [کابل دوربین و دزدگیر](https://celarinet.ir/product-category/categories/security-equipment/cables/)
- [کالای دیجیتال](https://celarinet.ir/product-category/categories/digital-product/)
- [لوازم پخش صدا](https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/)

```

<ul class='children'>
<li class="cat-item cat-item-1000"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/speaker/" data-
val="speaker" data-title="اسپیکر">اسپیکر</a>
<ul class='children'>
<li class="cat-item cat-item-1037"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/speaker/speaker-
with-wire/" data-val="speaker-with-wire" data-title="اسپیکر باسیم">اسپیکر باسیم</a>
</li>
<li class="cat-item cat-item-1038"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/speaker/wireless-
speaker/" data-val="wireless-speaker" data-title="اسپیکر بی سیم">اسپیکر بی سیم</a>
</li>
</ul>
</li>
<li class="cat-item cat-item-1027"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/airpad/" data-
val="airpad" data-title="ایرپاد و ایرفون">ایرپاد و ایرفون</a>
</li>
<li class="cat-item cat-item-1056"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/headset/" data-
val="headset" data-title="هدست">هدست</a>
</li>
<li class="cat-item cat-item-1001"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/headphone/" data-
val="headphone" data-title="هدفون و هندزفری">هدفون و هندزفری</a>
<ul class='children'>
<li class="cat-item cat-item-1039"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/headphone/wired-
headphones/" data-val="wired-headphones" data-title="هدفون باسیم">هدفون باسیم</a>
</li>
<li class="cat-item cat-item-1040"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-tools/headphone/wireless-
headphones/" data-val="wireless-headphones" data-title="هدفون بی سیم">هدفون بی
سیم</a>
</li>
<li class="cat-item cat-item-1041"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/sound-
tools/headphone/handsfree/" data-val="handsfree" data-title="هندزفری">هندزفری</a>
</li>
</ul>
</li>
</ul>

```

```

</li>
<li class="cat-item cat-item-126"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/" data-
val="computer-accessories" data-title="لوازم جانبی کامپیوتر">لوازم جانبی کامپیوتر</a>
<ul class='children'>
<li class="cat-item cat-item-129"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/network-
and-internet-equipment/" data-val="network-and-internet-equipment" data-
title="تجهیزات شبکه و اینترنت">تجهیزات شبکه و اینترنت</a>
<ul class='children'>
<li class="cat-item cat-item-1044"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/network-
and-internet-equipment/network-cable/" data-val="network-cable" data-title="کابل شبکه">کابل شبکه</a>
</li>
</ul>
</li>
<li class="cat-item cat-item-132"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/internal-
parts-of-the-case/" data-val="internal-parts-of-the-case" data-title="قطعات کیس">قطعات کیس</a>
<ul class='children'>
<li class="cat-item cat-item-1053"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/internal-
parts-of-the-case/power-saplay/" data-val="power-saplay" data-title="پاور ساپلای">پاور ساپلای</a>
</li>
<li class="cat-item cat-item-1052"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/internal-
parts-of-the-case/hard/" data-val="hard" data-title="هارد">هارد</a>
</li>
</ul>
</li>
<li class="cat-item cat-item-1018"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/cool-pad/"
data-val="cool-pad" data-title="کول پد">کول پد</a>
</li>
<li class="cat-item cat-item-128"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/keyboard/"
data-val="keyboard" data-title="کیبورد">کیبورد</a>
<ul class='children'>
<li class="cat-item cat-item-1035"><a class="pf-value"
href="https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-

```

[](https://celarinet.ir/product-category/categories/computer-accessories/keyboard/wired-keyboard/)

<li class="cat-item cat-item-1036">

<li class="cat-item cat-item-1019">

<li class="cat-item cat-item-130">

<li class="cat-item cat-item-127">

<ul class='children'>

<li class="cat-item cat-item-1033">

<li class="cat-item cat-item-1034">

<li class="cat-item cat-item-133">

<ul class='children'>

<li class="cat-item cat-item-1002"><a class="pf-value" href="https://celarinet.ir/product-category/categories/cell-phone-

[accessories/powerbank-and-charger/](https://celarinet.ir/product-category/categories/cell-phone-accessories/powerbank-and-charger/)" data-val="powerbank-and-charger" data-title="پاور بانک و شارژر">پاور بانک و شارژر

- [accessories/powerbank-and-charger/powerbank/](https://celarinet.ir/product-category/categories/cell-phone-accessories/powerbank-and-charger/powerbank/)" data-val="powerbank" data-title="پاور بانک">پاور بانک
- [accessories/powerbank-and-charger/charg-wall/](https://celarinet.ir/product-category/categories/cell-phone-accessories/powerbank-and-charger/charg-wall/)" data-val="charg-wall" data-title="شارژر دیواری">شارژر دیواری
- [accessories/car-charger/](https://celarinet.ir/product-category/categories/cell-phone-accessories/car-charger/)" data-val="car-charger" data-title="شارژر فندکی">شارژر فندکی
- [accessories/charging-cable/](https://celarinet.ir/product-category/categories/cell-phone-accessories/charging-cable/)" data-val="charging-cable" data-title="کابل شارژ">کابل شارژ
- [accessories/gamepad/](https://celarinet.ir/product-category/categories/cell-phone-accessories/gamepad/)" data-val="gamepad" data-title="گیم پد">گیم پد
- [accessories/holder-phone/](https://celarinet.ir/product-category/categories/cell-phone-accessories/holder-phone/)" data-val="holder-phone" data-title="هولدر موبایل">هولدر موبایل

کدهای مربوط به ثبت نام در سایت

```
<div class="login-form-side wd-side-hidden wd-left">
<div class="widget-heading">
<h3 class="widget-title">ورود</h3>
<div class="close-side-widget wd-action-btn wd-style-text wd-cross-icon">
<a href="#" rel="nofollow">خروج</a>
</div>
</div>
```

```
<div class="woocommerce-notices-wrapper"></div>
<form method="post" class="login woocommerce-form woocommerce-form-login
hidden-form" action="https://celarinet.ir/" style="display:none;">
```

```
<p class="woocommerce-FormRow woocommerce-FormRow--wide form-row form-
row-wide form-row-username">
<label for="username">نام کاربری یا ایمیل<span
class="required">*</span></label>
<input type="text" class="woocommerce-Input woocommerce-Input--text input-text"
name="username" id="username" autocomplete="username" value="" />
</p>
<p class="woocommerce-FormRow woocommerce-FormRow--wide form-row form-
row-wide form-row-password">
<label for="password">گذرواژه<span class="required">*</span></label>
<input class="woocommerce-Input woocommerce-Input--text input-text"
type="password" name="password" id="password" autocomplete="current-password"
/>
</p>
```

```
<p class="form-row">
<input type="hidden" id="woocommerce-login-nonce" name="woocommerce-login-
nonce" value="7b8093996e" /><input type="hidden" name="_wp_http_referer"
value="/" /> <input type="hidden" name="redirect" value="https://celarinet.ir/" />
```

```
<button type="submit" class="button woocommerce-button woocommerce-form-  
login__submit" name="login" value="ورود">ورود</button>  
</p>
```

```
<div class="login-form-footer">  
<a href="https://celarinet.ir/login/lost-password/" class="woocommerce-LostPassword  
lost_password">بازیابی رمز عبور؟</a>  
<label class="woocommerce-form__label woocommerce-form__label-for-checkbox  
woocommerce-form-login__rememberme">  
<input class="woocommerce-form__input woocommerce-form__input-checkbox"  
name="rememberme" type="checkbox" value="forever" title="مرا به خاطر بسپار" aria-  
label="مرا به خاطر بسپار" /> <span>مرا به خاطر بسپار</span>  
</label>  
</div>
```

```
</form>
```

```
<div class="create-account-question">  
<p>هنوز حساب کاربری ندارید؟</p>  
<a href="https://celarinet.ir/login/?action=register" class="btn btn-style-link btn-color-  
primary create-account-button">ایجاد حساب کاربری</a>  
</div>  
</div>  
</body>  
</html>
```



Faculty of Engineering
Department of Computer Engineering

B.Sc. Final Project Report

Title of the Report:
Online store website

Under Supervision of:
DR. Seyed Ali Razavi Ebrahimi

By:
Mohammad sadeghi badie

< 2021/8/30 >

