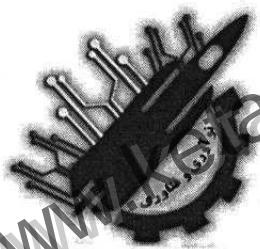


عنوان خدمات ارزش افزوده

تالیف
دکتر نیره زاغری
مهندس مریم قربانی



مرکز آموزش علمی - کاربردی
خانه کارگر واحد کرج

مرداد ماه ۱۴۰۰

این کتاب توسط انجمن علمی فناوری اطلاعات مرکز علمی کاربردی خاتمه
کارگر کرج تهیه گردیده است

خدمات ارزش افزوده

✱ تالیف: نیره زاغری - مریم قربانی

✱ ناشر: سرافراز

✱ تعداد صفحات: ۱۰۵ صفحه

✱ نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۰

✱ شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۲۸-۴۵۲-۴

✱ شمارگان: ۱۰۰ جلد

✱ قیمت: ۷۰۰۰ تومان

کلیه حقوق برای مولف محفوظ است.

سرشناسه	زاغری، نیره، ۱۳۴۹ -
عنوان و نام پدیدآور	خدمات ارزش افزوده/ تالیف نیره زاغری، مریم قربانی؛ [برای] انجمن علمی فناوری اطلاعات مرکز علمی کاربردی خانه کارگر واحد کرج.
مشخصات نشر	کرج: سرافراز، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۵۵ ص.: جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۳۲۸-۴۵۲-۴
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
موضوع	شبکه‌های ارزش افزوده (شبکه کامپیوتری)
موضوع	Value-added networks (Computer networks)
موضوع	تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات
موضوع	Information and communications technologies
شناسه افزوده	قربانی، مریم، ۱۳۵۷ -
شناسه افزوده	دانشگاه جامع علمی - کاربردی. مرکز آموزش علمی - کاربردی خانه کارگر. واحد کرج
رده بندی کنگره	۸۴/TK۵۱۰۵:
رده بندی دیویی	۳۸۲۱/۶۲۱:
شماره کتابشناسی ملی	۸۴۳۵۶۵۲:

کرج - رجائی شهر - بلوار مؤذن شرقی - روبروی بانک ملی دانشگاه آزاد - پلاک ۳۲

پیشگفتار

هر تکنولوژی دو نوع خدمات ارائه می‌دهد: خدمات پایه که هدف اولیه محصول است؛

خدمات ارزش افزوده.

خدمات ارزش افزوده یا VAS، خدماتی است که فراتر از خدمات پیشنهادی اولیه و اصلی هر تکنولوژی است و هم به نفع مشتری و هم به نفع ارائه دهنده این خدمات است.

به عنوان مثال در یک رستوران خدمت اصلی و پایه، تهیه غذا و ارائه آن به مشتریان می‌باشد. اما ممکن است علاوه بر این خدمت، سرویس‌هایی مثل اینترنت و پیک رایگان نیز در اختیار مشتریان قرار بگیرد. این دو سرویس جزء خدمات ارزش افزوده رستوران محسوب و باعث افزایش مشتریان آن می‌شود.

ویژگی‌های خدمات ارزش افزوده:

مجموعه‌ای از خدمات اضافی را به خدمات پایه می‌افزاید؛ باعث افزایش تقاضا برای خدمات پایه می‌شود؛ می‌تواند به صورت مستقل عمل کند؛ منابع درآمد بیشتری برای بنگاه ایجاد می‌کند؛ قدرت مانور مدیریت را افزایش می‌دهد.

در این کتاب سعی شده که برخی از مهمترین خدمات ارزش افزوده در فناوری اطلاعات مورد بحث قرار بگیرد. نمی‌توان ادعا کرد که مطالب این کتاب به تشریح تمام خدمات ارزش افزوده در حوزه فناوری اطلاعات پرداخته است. زیرا فناوری اطلاعات مدام در حال تغییر و پیشرفت است و به همین سبب خدمات ارزش افزوده آن نیز هر روز بهتر و بیشتر می‌شود. برخی از فناوری‌ها مانند NFC که جزء خدمات ارزش افزوده تلفن همراه هستند، هنوز آن طور که باید و شاید در کشورمان توسعه نیافته‌اند و برخی دیگر مانند USSD، در مسیر پیشرفت و تکامل قرار دارند. امید داریم که در کشور عزیزمان نیز همپا با تمام جهان به توسعه فناوری اطلاعات در زمینه‌های مختلف و خدمات ارزش افزوده آن اهمیت داده شود.

در پایان برخود لازم میدانم که از ریاست محترم دانشگاه آقای دکتر حسین افتخاری و پژوهش و انجمن علمی دانشگاه علمی کاربردی خانه کارگر واحد کرج که در تهیه و تدوین این کتاب ما را یاری نمودند کمال تشکر و قدردانی را داشته باشم. بدون شک نخواهم توانست معنایی بالاتر از تقدیر و تشکر بر زبانم جاری سازم و سپاس خود را در وصف استادان گرانمایه آشکار نمایم که هر چه گویم و هر چه سراپم اندک است.

۱ فصل اول: تعریف سرویس های ارزش افزوده (VALUE ADDED SERVICE) ... ۲۰

۲۱	۱-۱ خدمت ارزش افزوده (Value Added Service) VAS
۲۲	۱-۱-۱ انواع خدمات ارزش افزوده
۲۳	۱-۱-۲ Core Services
۲۳	۱-۱-۳ Base Services
۲۳	۱-۱-۴ VAS

۲۳	۲-۱ اکوسیستم خدمات ارزش افزوده
۲۳	۲-۱-۱ تولید کنندگان محتوا
۲۳	۲-۱-۲ توسعه دهندگان محتوا
۲۴	۲-۱-۳ جمع آوری کنندگان محتوا
۲۴	۲-۱-۴ فراهم کنندگان سرویسها
۲۴	۲-۱-۵ توانمند سازان فناوری برای فراهم کنندگان سرویسها
۲۴	۲-۱-۶ اپراتور شبکه سیاره
۲۴	۲-۱-۷ سازندگان گوشی ها

۲ فصل دوم: خدمات ارزش افزوده در مقابل خدمات پایه ... ۲۵

۲۶	۲-۱ انواع خدمات ارزش افزوده
۲۷	۲-۲ خدمات تجارت همراه
۲۷	۲-۳ سرویس پرداخت با تلفن همراه
۲۷	۲-۴ خدمات قابل ارائه سرویس پرداخت با تلفن همراه
۲۷	۲-۵ چهار مدل اصلی برای پرداخت های تلفن همراه وجود دارد

- ۲-۵-۱ پرداخت بر مبنای اشتراک پیام کوتاه : ۲۸
- ۲-۵-۲ صورتحساب مستقیم موبایل : ۲۹
- ۲-۵-۳ موبایل وب (WAP) ۲۹
- ۲-۵-۴ بدون تماس نزدیک رشته ارتباطات ۳۰
- ۲-۶ مزایای استفاده از این خدمات عبارتند از : ۳۰
- امکان استفاده از خدمات پرداخت از طریق تلفن همراه به صورت ۲۴ ساعته فراهم است .
- ۳۰ ۳۰
- ۱-۶-۲ سرویس بانکداری همراه ۳۱
- ۲-۶-۲ سرویس تبلیغات همراه " ۳۱
- ۷-۲ انواع روشهای تبلیغات از طریق تلفن همراه ۳۲
- ۸-۲ خدمات مبتنی بر مکان ۳۲
- ۱-۸-۲ دستگاه کاربر همراه : ۳۲
- ۲-۸-۲ شبکه مخابراتی : ۳۳
- ۲-۸-۳ مولفه موقعیت یابی : ۳۳
- ۲-۸-۴ واحدهای ارائه دهنده خدمات و کاربردها : ۳۳
- ۲-۸-۵ واحدهای ارائه دهنده اطلاعات و محتوا : ۳۳
- ۸-۲-۶ خدمات امنیت عمومی ۳۳
- ۷-۸-۲ مدیریت ترافیک ۳۴
- ۸-۸-۲ خدمات اطلاع رسانی مبتنی بر موقعیت مکانی ۳۴
- ۹-۸-۲ سرگرمی و خدمات اجتماعی ۳۴
- ۲-۹ خدمات دولت الکترونیک بر تلفنهای همراه ۳۵
- ۲-۱۰ خدمات قابل ارائه توسط سرویس دولت همراه ۳۵
- ۱-۱۰-۲ امکان انجام امور شخصی مانند پرداخت قبوض تمدید گذرنامه ۳۵
- ۲-۱۰-۲ تهیه بلیط حمل و نقل با استفاده از سرویس پیام کوتاه ۳۶
- ۲-۱۰-۳ موبایل پارک (استفاده از سرویس پیام کوتاه برای پرداخت هزینه ی پارک اتومبیل)
- ۳۶ ۳۶

۳۶	۴-۱۰-۲ خدمات معلم همراه.....
۳۷	۵-۱۰-۲ خدمات رای گیری و نظر سنجی.....
۳۷	۶-۱۰-۲ خدمات سلامت همراه.....
۳۸	۱۱- خدمات محتوایی.....
۳۸	۱-۱۱-۲ بازی همراه.....
۳۸	۲-۱۱-۲ تلویزیون همراه.....
۳۸	۳-۱۱-۲ دانلو دنباله دار موزیکر ویدئو.....
۳۸	۴-۱۱-۲ آموزش.....
۳۹	۵-۱۱-۲ خدمات اطلاع رسانی.....
۳۹	۱۲- خدمات دستگاه به تلفن همراه و تلفن همراه به دستگاه.....
۴۰	۳۳ فصل سوم خدمات ارزش افزوده در تلفن ثابت.....
۴۱	۱-۳ خدمات ارزش افزوده تلفن ثابت.....
۴۱	۳-۲ خدمات ارزش افزوده مبتنی بر شبکه تلفن ثابت SMS:.....
۴۱	۳-۳ اینترنت پرسرعت (ADSL).....
۴۱	۳-۴ پروژه (ACS) یا سرویس خدمات ارتباطی پیشرفته:.....
۴۲	۳-۵ شبکه هوشمند IN:.....
۴۳	۳-۶ انتقال مکالمه (Call diverting).....
۴۳	۳-۷ انتقال مکالمه از خط اشغال به خطوط دیگر (دایورت مشروط).....
۴۳	۳-۸ انتقال مکالمه بعد از ۵ زنگ (دایورت مشروط).....
۴۳	۳-۹ سرویس انتظار مکالمه یا پشت خطی (Call waiting).....

۴۴	۳- ۱۰ شماره گیری سریع (Speed Dialing)
۴۴	۳- ۱۱ سرویس تلفن گویا
۴۴	۳- ۱۲ سرویس نمایشگر شماره Caller ID
۴۴	۳- ۱۳ سرویس بیدار باش
۴۵	۳- ۱۴ کنفرانس ۳ نفره
۴۵	۳- ۱۵ سرویس هشت ستاره تلفن ثابت
۴۵	۳- ۱۶ ارسال پیامک در شبکه تلفن ثابت
۴۶	۳- ۱۷ صندوق صوتی (VoiceBox)
	۳- ۱۸ سرویس خدمات ارتباطی پیشرفته یا ACS (Access Communication Services)
	Error! Bookmark not defined.
۴۴	فصل چهارم : مکالمه اعتباری (PREPAID) مکالمه رایگان (FPH) FREE PHONE
	شماره فراگیر (UAN) UNIVERSAL ACCESS NUMBER تماس انبوه CALLING
۴۸	 (MAS MASS)
۴۹	۴- ۱ شبکه هوشمند IN
۴۹	۴- ۲ سرویس صندوق پستی VMS
۴۹	۴- ۳ سرویس مکالمات انبوه (Mass Calling Service)
۴۹	۴- ۴ سرویس نظر سنجی (Televoting)
۴۹	۴- ۵ سرویس کارت اعتباری (Prepaid Card Service)
۵۰	۴- ۶ مکالمه رایگان (Free Phone)

- ۴- ۷ شبکه خصوصی مجازی ۵۰
- ۴- ۸ سرویس تفکیک هزینه یا خدمات مشاوره ای (Premium Rate Service) ۵۰
- اینترنت هوشمند ۵۰
- ۴- ۸- ۱ تلفن هوشمند تلفن ۵۰

۵ فصل پنجم: شبکه خصوصی مجازی VIRTUAL PRIVATE NETWORK ۵۱ (VPN)

Virtual Private Network ۱-۵ (VPN): ۵۲

۵- ۲ قابلیت‌های سرویس: ۵۳

۶ فصل ششم: شماره اختصاصی PERSONAL NUMBER SEVIES(PNS) ۵۴

۷ رای گیری (نظر سنجی) تلفنی (VOT) TELEVOTING مشاوره تلفنی ۵۷

۷- ۱ سرویس نظر سنجی Televoting ۵۸

۷- ۱- ۱ قابلیت‌های سرویس: ۵۸

۸ فصل هشتم: تجارت موبایلی (COMMERCE-M) ۵۹

۸- ۱ تجارت سیار و کاربردهای آن: ۶۰

۸- ۲ مشخصه‌های تجارت سیار : ۶۰

۸- ۳ کاربردهای تجارت سیار ۶۰

۸- ۴ دلایل اهمیت تجارت سیار: ۶۳

○ تعداد پایانه های همراه در دسترس، بیشتر از پایانه های کاربران کامپیوتر بوده و از رشد

سریع تری برخوردار است. ۶۳

- ارتباط کاربران با پایانه ها بیشتر است؛ پایانه ها و ارائه خدمات یک ترکیب مناسب و شخصی را نشان می دهند. ۶۳.....
- ۸- ۵ موانع تجارت سیار: ۶۳.....
- ۸- ۶ چالش های تجارت سیار: ۶۳.....
- ۸- EDGE تعریف: ۶۳.....
- ۸- ۸ مزایای فناوری EDGE: ۶۴.....
- ۸- ۹ نحوه ارتباط با کامپیوتر مبتنی بر سیستم عامل ویندوز: ۶۴.....
- ۸- ۱۰ تفاوت DPRS و EDGE: ۶۴.....
- ۸- ۱۱ عوامل موثر بر تجارت سیار: ۶۴.....
- ۸- ۱۲ ویژگی های اقتصادی تجارت سیار: ۶۵.....
- ۸-۱۲-۱ سیار بودن: ۶۵.....
- ۸-۱۲-۲ قابلیت دسترسی گسترده: ۶۵.....
- ۸-۱۲-۳ بوم سازی محصول و خدمات: ۶۵.....
- ۸-۱۲-۴ شخصی سازی محصول: ۶۶.....
- ۸-۱۲-۵ تقویت حضور کامل: ۶۶.....
- ۸-۱۲-۶ اتصال انی: ۶۶.....
- ۸-۱۲-۷ متناسب بودن: ۶۶.....
- ۸-۱۲-۸ افزایش پاسخگویی: ۶۶.....
- ۹ فصل نهم: سرویس های ارزش افزوده SMS. ۶۷.....
- ۹- ۱ فن آوری پیامك: ۶۷.....
- ۹- ۲ کاربردهای عمومی پیامك: ۶۸.....

۹-۳	کاربردهایی پیامک در سازمان ها موسسات و شرکت ها	۶۸
۹-۴	کاربردهای پیامک در مجتمع های تجاری	۶۹
۹-۵	کاربردهایی پیامک در مراکز آموزشی	۶۹
۹-۶	نقش پیامک در امور بانکی	۶۹
۱۰ ۱۰	فصل دهم: سرویس های ارزش افزوده وب	۷۱
۱۰-۱	خدمات ارزش افزوده (Value added Services)	۷۲
۱۰-۱-۱	ارائه خدمات ارزش افزوده در سه سطح مختلف صورت می پذیرد.	۷۲
۱۰-۲	طراحی VAS	۷۳
۱۰-۳	Business Model Canvas	۷۶
۱۱ ۱۱	فصل یازدهم: خدماتی که به طور مستقیم قابل ارایه هستند (DIRECT-)	۷۷
	(PROVIDED SERVICES)	
۱۲ ۱۲	فصل دوازدهم: سرویس های ارزش افزوده مبتنی بر MMS	۸۱
۱۲-۱	MMS یا خدمات ارتباط چند رسانه ای از طریق تلفن همراه	۸۲
۱۲-۲	شرح خدمات ارزش افزوده ی mms	۸۲
۱۲-۳	MMS یا خدمات ارتباط چند رسانه ای	۸۳
۱۳ ۱۳	فصل سیزدهم: خدمات بانکداری موبایلی	۸۴
۱۳-۱	خدمات ارزش افزوده بانکی	۸۵
۱۳-۲	نقش پیامک در امور بانکی	۸۵

۸۶	 ۱۳-۳ USSD
۸۷	 ۱۳-۳-۱ بستر ارائه تکنولوژی USSD :
۸۸	 ۱۳-۴ تفاوت های تکنولوژی USSD با SMS
۸۸	 ۱۳-۵ . دستورات USSD :
۸۹	 ۱۳-۶ گیرنده (دریافت کننده) و پاسخ دهنده پیامهای USSD :
۸۹	 ۱۳-۷ رایج ترین کاربردهای تکنولوژی USSD:
۹۰	 ۱۳-۸ نحوه کار با تکنولوژی USSD :
۹۰	 ۱۳-۹ امنیت سرویس USSD:
۹۲	 ۱۳-۱۰ مزایای تکنولوژی USSD:
۹۳	 ۱۴-۱۴ فصل چهاردهم: خدمات مکان یابی (GPS)
۹۴	 ۱-۱۴ تعریف GPS
۹۴	 ۲-۱۴ تواناییهای گیرنده های GPS
۹۴	 ۳-۱۴ گیرنده دستی GPS در نقشه برداری
۹۵	 ۴-۱۴ استفاده از GPS در حمل و نقل و خودروهای شخصی:
۹۵	 ۵-۱۴ استفاده از GPS برای عملیات های پلیسی و نظامی:
	 ۱-۵-۱۴ در عملیات های نظامی به دو صورت کاربرد هوایی و کاربرد زمینی از GPS استفاده
۹۵	 میشود:
۹۵	 ۶-۱۴ استفاده از GPS در کشاورزی ، منابع طبیعی و علم نجوم:
۹۶	 ۷-۱۴ قابلیت های GPS

مقدمه

دنایای امروز به دلیل ایجاد رقابت بسیار زیاد در زمینه های مختلف و مبتنی بودن کسب و کارها بر ایده های جدید به تدریج از حالت مبتنی بر محصول (Product Orientation) به سمت خدمت گرایی (Service Orientation) حرکت می کند.

دو ویژگی های بازار امروزی برای ارایه خدمات و محصولات

ویژگی بازار امروزی

- در فضای بازاری امروز مرزها تعریف شده اند و قواعد بازی رقابت معلومند.
- می خواهند از رقبای بیشتری بگیرند و سهم بیشتری از بازار را بخود اختصاص بدهند.
- وقتی بازار شلوغ می شود مقادیر پیش بینی سود آوری کاهش میابند و رقابت خونین بین رقبای شکل می گیرد.
- این رقابت از واقعتهای زندگی تجاری است اما در بسیاری از بازارها عرضه بیشتر از تقاضا است و رقابت برای بازارهای در حال انقباض لازم است.

ویژگی های بازار ایجاد شده

- مرزها تعریف نشده اند و فضای بازار نامحدود است .
 - تقاضا خلق می شود .
 - فرصت برای رشد سود آور بسیار است .
 - رقابت بی معنا است زیرا قواعد بازی تعریف نشده است .
 - البته اگر مدیریت ریسک را نادیده بگیریم در حد آرزو باقی می مانند .
- بسیاری از صنایع امروز در گذشته ناشناخته بوده اند ؛ مثل : صنعت موبایل ، خودروهای کوچک ، حمل و نقل ، زیست فناوری ، فروشگاه زنجیره ای ارزان ، قهوه فروشی های مدرن ؛ و صناعی هم در آینده هستند که ما آنها را نمی شناسیم .

رقابت

- قیمت : نوع و کیفیت محصول یکسان ولی قیمت محصول کمتر از رقیب باشد . مثلاً با کاهش هزینه های غیر ضروری