

به نام آفریدگار جان و خرد

۱۲۲۱۹۲۴

فروشگاه مجازی

از سوری اهل



فروشگاه‌های مجازی از تئوری تا عمل / مؤلف: گروه پایگان

تهران: تابستان ۹۲

ص ۱۵۲

ISBN: ۹۷۸-۹۶۴-۹۳۲۱۰-۲-۸

فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیپا

موضوع: بازرگانی الکترونیکی -- بازاریابی الکترونیکی

رده‌بندی کنگره: ۳۲/۳۸۴۵۵۴۸ HF۵۵۴۸ ۱۳۹۲/۴۵ ف/

رده‌بندی دیویی: ۳۸۱/۱۴۲

شماره کتابشناسی ملی: ۳۲۲۶۶۱۲

انتشارات آب نما

فروشگاه‌های مجازی از تئوری تا عمل

مؤلف: گروه پایگان

شمارگان: ۱۰۰۰

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: تابستان ۹۲

قیمت: ۸۰۰۰۰ ریال

انتشارات آب نما تلفن: ۰۲۱-۶۶۰۴۱۹۱۷

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۳۲۱۰-۲-۸

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۷	مقدمه
۹	پیشگفتار
	فصل اول: تجارت الکترونیک
۱۵	تعریف تجارت الکترونیک
۱۶	بازیگران اصلی تجارت الکترونیک
۱۶	مدل‌های تجارت الکترونیک
۱۹	ابزار مورد نیاز جهت ورود به عرصه تجارت الکترونیک
۲۰	اثرات تجارت الکترونیک
۲۱	جایگاه تجارت الکترونیک در کشورهای توسعه یافته
۲۱	تجارت الکترونیک در ایران
۲۲	آخرین آمار تعداد کاربران اینترنت در جهان در سال ۲۰۰۹

فصل دوم: کسب و کار خانگی

۲۷	تعریف کسب و کار خانگی (Home Business)
۲۷	اهمیت کسب و کار خانگی
۲۸	مزایای کسب و کار خانگی

فصل سوم: خرید و فروش اینترنتی

۳۳		مقدمات خرید و فروش اینترنتی
۳۷		هاست و دامنه
۳۹		انواع خدمات میزبانی وب
۴۳		دامنه

فصل چهارم: بنر و طراحی سایت (فروشگاه مجازی)

۴۷		انتخاب بنر (نام تجاری)
۴۸		طراحی سایت اینترنتی (فروشگاه مجازی)
۴۸		نکات کلیدی در طراحی سایت

فصل پنجم: خرید پستی

۵۹		تاریخچه خرید پستی - خرید اینترنتی
۶۰		پرداخت‌های الکترونیکی
۶۱		مدل‌های مختلف پرداخت‌های الکترونیکی
۶۲		امنیت در پرداخت‌های الکترونیکی
۶۳		انواع فناوری‌های حفاظت و ایمنی اطلاعات
۶۴		تکنولوژی SET
۶۶		شیوه‌های مختلف توزیع
۶۷		توزیع پستی
۶۷		نقش شرکت‌های واسط (Web Master's)
۷۰		بازاریابی و تبلیغات

گوگل رنکینگ (Google Ranking) ۷۵

سئو (SEO) چیست؟ ۷۵

فصل ششم: فرآیند اجرایی سرویس خرید پستی

فرآیند اجرایی سرویس خرید و فروش اینترنتی (خرید پستی) ۷۹

فصل هفتم: چاشنی اعتماد و فیلترینگ

چاشنی اعتماد ۸۷

فیلترینگ ۹۰

چگونه می‌توانیم محصولات مجاز تهیه کنیم؟ ۹۲

ضمائم:

قانون تجارت الکترونیک ۹۷

قانون جرایم رایانه‌ای ۱۱۵

مصادیق جرایم رایانه‌ای ۱۳۰

آیین نامه ساماندهی فروشگاه‌های مجازی ۱۳۵

ممنوعات پستی ۱۴۰

نرخنامه پستی مرتبط با خرید اینترنتی ۱۴۳

نمونه قرارداد شرکت‌های واسطه (وب مسترها) با فروشگاه‌های مجازی ۱۴۶

منابع و مآخذ ۱۵۲

آیا تا به حال با خود اندیشیده‌اید که چرا عصر حاضر را عصر ارتباطات و فناوری اطلاعات نامیده‌اند و چرا ملت‌هایی که دارای اطلاعات بیشتری هستند، از دیگران توانمندتر هستند؟

بشر در طول تاریخ پر فراز و نشیب خود، شاهد تحولات بنیادینی در مناسبات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بوده و این تغییرات، چالش‌های عظیمی را در مقابل وی قرار داده است. اندیشمندان تاریخ زندگی بشر را به پنج دوره تقسیم کرده‌اند: عصر غار نشینی، عصر کشاورزی، عصر صنعتی، عصر فرا صنعت یا همان عصر اطلاعات و دانش (عصر حاضر) و عصر مجازی (عصر آینده).

تفاوت دوران یاد شده نسبت به همدیگر، سوای تفاوت ماهوی، کاهش طول عمر هر دوره‌ای

نسبت به دوران قبلی خود بود است؛ لذا چگونه می‌توان استنباط

نمود که کاهش طول عمر هر دوره‌ای، هوای پیشرفت علمی و

تجلی بلوغ فکری و نبوغ بشر در نحوه اسلام‌تعالیه‌های گوناگون

در ابعاد مختلف اجتماعی و اقتصادی و نیز اتخاذ شیوه‌های نوین

ارتباطی و اطلاعاتی بوده است. در عصر کشاورزی جوامع بشری

برای ادامه حیات و بقا خود، به منابع طبیعی و نیروی انسانی سایر

کشورها محتاج بودند ولی با رشد و پیشرفت علوم و فنون و ارتقا

فرهنگ اجتماعی ملتها و شکل‌گیری ارتباطات مجازی بین آنان، شکاف عمده‌ای از منابع بویژه منابع

دیگران، تعریف جدیدی پیدا نمود. به عبارت دیگر کشورها و جوامع بشری توسعه یافته، با شناخت و

درک درست از نیاز انسان امروزی و سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های علمی و تحقیقاتی و خلق

فناوریهای جدید و نوآوری در علوم و فنون و در نهایت برآورده نمودن این قبیل نیازها، کشورهای

جهان سومی و عقب مانده به لحاظ علمی، اقتصادی و توسعه یافتگی را مجبور ساخته‌اند تا ثروت و

منابع طبیعی خود (همانند نفت و ...) را به منظور تامین نیازهای جدید و روزمره مردم کشور خود،

تقدیم کشورهای توسعه یافته نمایند. یعنی در عصر ارتباطات، دانش و آگاهی بشر جایگزین

فعالیت‌های فیزیکی و منابع طبیعی گردیده است.



با رشد و پیشرفت و نفوذ اینترنت در دنیا، داد و ستد در دنیای مجازی، مقوله‌ای بود که بسیاری از کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را بر آن داشت تا سرمایه‌گذاری‌های ویژه‌ای برای بسط، توسعه و استقرار آن انجام دهند.

در کشور ما نیز که در زمره کشورهای در حال توسعه می‌باشد، اقدامات ارزشمندی در زمینه بستر سازی فعالیتهای مجازی بویژه تجارت الکترونیک انجام گردیده ولی باید اعتراف کنیم که در زمینه تجارت الکترونیک هنوز در ابتدای راه قرار داریم. سعی داریم تا خوانندگان محترم را با مبحث تجارت الکترونیک و خرید و فروش اینترنتی بیش از پیش آشنا سازیم. قصد آن داریم تا تجربیات ده ساله خود را در زمینه خرید و فروش اینترنتی و مدیریت فروشگاه‌های مجازی در اختیار خوانندگان قرار دهیم. می‌خواهیم به این سوال پاسخ منطقی ارائه دهیم که:

آیا بنگاههای اقتصادی و صاحبان کالا و خدمات می‌توانند به فضای مجازی جهت انجام معاملات اقتصادی اعتماد نمایند یا نه؟ و اگر اینگونه است به چه ابزاری جهت ورود به این عرصه و رسیدن به موفقیت نیازمند خواهند بود؟

ظهور و رشد سریع شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی بویژه اینترنت، انقلاب عظیمی را در دنیای امروزی بوجود آورد و کاربرد آن در مقوله تجارت، انقلابی دیگری بود که اقتصاد هر کشوری را متأثر از خود ساخته است. با ورود کشورها به عصر اطلاعات، افق‌های تازه‌ای در اقتصاد آنان نمایان گردید؛ به عبارت دیگر در شرایط کنونی توسعه اقتصادی هر کشوری در وهله نخست، در گرو گسترش فناوریهای ارتباطی و ارتباطاتی و بکارگیری از آنان در جهت توسعه و رونق بخشیدن به خدمات الکترونیکی بویژه در بعد اقتصادی و داد و ستدهای الکترونیکی تعریف می‌گردد.

در سالهای گذشته جهان با یک بحران عظیم اقتصادی روبرو شد. بحرانی که هنوز هم دست از سر برخی از کشورهای اروپایی همانند یونان، فرانسه، اسپانیا، بحرانی که بسیاری از شرکتهای بزرگ تجاری همچون غول خودرو سازی جهان "جنرال موتورز" و بسیاری از خطوط هوایمایی آمریکا و اروپا را با ورشکستگی روبرو ساخت. برخی دیگر از شرکتهای مجبور بودند هزینه‌های خود را با تعدیل و اخراج کارکنان خود کاهش دهند و این یک فاجعه برای هر یک محسوب می‌گردید. اقتصاد کشورها، دچار رکود شدیدی شده بود و این رکود اقتصادی، رشد بسیاری رویه تورم و وخامت وضع معیشتی مردم را در پی داشت. سران کشورهای توسعه یافته اروپایی و آمریکایی در پی یافتن راه حلی جهت برون رفت از این بحران اقتصادی بودند و هر گونه تأخیر در مهار آن، حساسات بحران ناپذیری را به کشورها وارد می‌ساخت. در نهایت اقتصاد دانان به این نتیجه رسیدند که یکی از موثرترین و کارآمدترین راههای برون رفت از این بحران اقتصادی، تقویت مبادلات الکترونیکی و توسعه تجارت الکترونیک می‌باشد. چرا که اقتصاد دانان معتقد بودند، گسترش تجارت الکترونیک بهره‌وری را افزایش و هزینه‌ها را به شدت کاهش خواهد داد.

از اینرو به نظر می‌رسد در شرایط کنونی توسعه یافتگی هر کشوری، ارتباطی مستقیم با بهرمنندی آن کشور از علوم اطلاعاتی و ایجاد و توسعه زیر ساختهای ارتباطی داشته و کشورهایی که از این امر

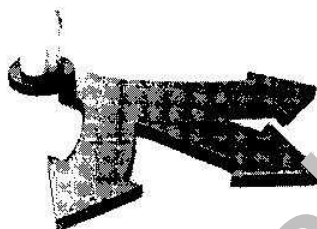
حیاتی عقب افتاده اند، محکوم به تحمل فشارهای اقتصادی و سرسپردگی به کشورهای توسعه یافته و برخوردار از تکنولوژیهای اطلاعاتی، خواهند بود. همگان می دانند که درآمدهای حاصل از منابع طبیعی همچون درآمدهای حاصل از فروش نفت و گاز مستمر، همیشگی و پایدار نخواهد بود، لذا دولتمردان زیرک، باید شیوه های درآمذزایی نوینی را برای جایگزینی با این قبیل درآمدها بیابند. قصد داریم برای روشن تر شدن موضوع به بررسی درآمدهای غیر نفتی دولت هندوستان پردازیم:

کشور هندوستان یکی از کشورهای پر جمعیت جهان است که در سالهای گذشته به دلیل عدم وجود منابع طبیعی همچون نفت و گاز و به منظور حفظ پایداری و ثبات اقتصادی کشور و گریز از بحرانهای تجاری که به دلیل اقتصاد بیمار جهان به آن تحمیل می گردید، به دو صنعت سینما و IT توجه ویژه ای نشان داد. به عبارت دیگر می توان گفت که این دو صنعت، بزرگترین منابع درآمدی و مهمترین اهرم ثبات اقتصاد، هند محسوب می گردند. سینمای هندوستان (بالیوود) جایگاه ویژه ای در بین مخاطبین این صنعت در جهان پیدا کرده است و در جشنواره های بین المللی جوایز ارزنده ای به خود اختصاص داده است. آمارهای رسمی و در صنعت IT برابر آمار اعلامی از سوی دولت هندوستان، درآمد حاصل از فروش نرم افزار در سال ۱۳۸۷، ۷۵ میلیارد دلار برآورد شده است. نکته قابل توجه این است که درآمد حاصل از فروش آرایشی به نام **فکر و خلاقیت** در هندوستان، از درآمد صادرات نفتی کشور ما در همان سال، بیشتر بوده است.

با وصف مراتب مذکور، به نظر می رسد اهمیت توجه به تجارت الکترونیک بر کسی پوشیده نباشد و بر هر فرد و سازمان و تولید کننده ای لازم است تا در حیطه وظایف تعریف شده خود از هیچ تلاشی جهت استقرار تجارت الکترونیک در کشور فروگذار نباشد. ما نیز در این رسالتی که در پیش گرفتیم و تجربه چندین ساله ای که در این زمینه کسب نموده ایم، قصد آن داریم تا علاقمندان تجارت الکترونیک را با مفاهیم و موضوعات مرتبط با آن آشنا ساخته و موانع، مشکلات و چالش های موجود را به نقد و بررسی بنشینیم.

با توجه به اینکه بسیاری از علاقمندان راه اندازی فروشگاههای مجازی از نحوه ورود و فعالیت در این عرصه اطلاعات کافی ندارند، در این کتاب سعی خواهیم کرد تا آنان را با الزامات نرم افزاری، سخت افزاری و قانونی راه اندازی و مدیریت فروشگاههای مجازی آشنا ساخته و تکنیک های کاربردی و شیوه های نیل به موفقیت را برای آنان بیان نماییم تا با دید روشن و علم و آگاهی کامل، وارد عرصه تجارت الکترونیک و خرید و فروش اینترنتی شوند.

نگارش کتاب به گونه‌ای انجام گردیده که هم دانشجویان رشته‌های IT و تجارت الکترونیک (e-Commerce) می‌توانند از مطالب آن بهره‌مند گردند و هم علاقمندان کسب و کار الکترونیکی با حداقل اطلاعات موجود، این امکان را خواهند داشت تا فعالیت خود را در فضای مجازی آغاز و کالاها و خدمات خود را در بستر اینترنت و اینترنت عرضه نمایند.



مطمئن هستیم پس از مطالعه کتاب و رعایت اصول و قوانین ارائه شده، مسیر حرکت (Road Map) خود را در عرصه تجارت الکترونیک خواهید یافت و در نهایت به موفقیت خواهید رسید.

همچنین سعی کردیم در ارائه مطالب از تصاویر زیبا و مرتبط با موضوعات استفاده نماییم تا هم از خستگی شما جلوگیری کرده باشیم و هم توضیحات خود را درج عکس‌های مرتبط کاملتر نماییم.