



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی □ رشته:ترم: دوم سال تحصیلی: ۱۳۹۸ - ۱۳۹۹
نام درس: خدمات الکترونیکی
نام و نام خانوادگی مدرس: مهسا شهیم
آدرس email مدرس m_shahim84@yahoo.com

جزوه درس: خدمات الکترونیکی
text: دارد □ ندارد ■
voice: دارد □ ندارد ■
مربوط به هفته : دهم □ یازدهم □ دوازدهم ■
power point: دارد □ ندارد ■

"جلسه دوازدهم"

تجارت الکترونیکی

تعریف تجارت الکترونیکی

تجارت الکترونیکی، فرایند خرید، فروش یا تبادل محصولات، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه های رایانه ای و اینترنت است.

تجارت الکترونیکی به طور کلی بر سه جنبه خرید، فروش و مبادله با استفاده از روش های الکترونیکی تأکید دارد.

کسب و کار الکترونیکی و رابطه آن با تجارت الکترونیکی

استفاده از سیستم های رایانه ای و شبکه های ارتباطی در کسب و کار است .

برای مثال یک دانشگاه میتواند خدمات ثبت نام، انتخاب واحد، ثبت نمرات، و پرداخت شهریه را از طریق اینترنت ارائه دهد یا یک کارخانه میتواند همه فرایندهای خود را از طریق اینترنت ارائه دهد که عرضه و ارائه کالاها و خدمات نیز فقط بخش کوچکی از فرایندهای آن است .

بنابراین می توان گفت کسب و کار الکترونیکی از معنای وسیع تری در مقایسه با تجارت الکترونیکی برخوردار است که نه تنها شامل خرید و فروش است، بلکه ارائه خدمات به مشتریان، همکاری با شرکای بنگاه و اجرای معاملات در یک سازمان را نیز در برمیگیرد .



کسبوکار الکترونیکی با فرمول زیر بیان میشود :

$$EB = EC + BI + CRM + SCM + ERP$$

	در این فرمول داریم:
EB	کسب و کار الکترونیکی
EC	تجارت الکترونیکی
BI	هوش تجاری
CRM	مدیریت ارتباط با مشتری
SCM	مدیریت زنجیره تأمین
ERP	برنامه ریزی منابع بنگاه

ابعاد و انواع تجارت الکترونیکی

دارای سه بعد است

۱. محصول
۲. خدمت
۳. فرایند و عامل تحویل

در تجارت سنتی هر سه بعد به صورت فیزیکی اجرا می شوند؛ اما تجارت الکترونیکی به دو گروه **تجارت الکترونیکی کامل و تجارت الکترونیکی ناقص** تقسیم بندی میشود

- در تجارت الکترونیکی کامل هر سه بعد کاملاً مجازی است.
 - در تجارت الکترونیکی ناقص یک یا دو بعد به صورت فیزیکی اجرا میشوند.
- برای مثال، در خرید کتاب از یک فروشگاه الکترونیکی اگر تحویل کتاب هم به صورت الکترونیکی یعنی Ebook باشد، تجارت الکترونیکی کامل است. اما اگر تحویل کتاب از طریق پست انجام شود تجارت الکترونیکی ناقص است. در اکثر موارد تجارت الکترونیکی به صورت ناقص انجام میشود.



انواع سازمان ها از لحاظ درجه بهرهمندی از تجارت الکترونیکی

در سه دسته قرار گیرند

- ۱) سازمان های سنتی کاملاً سنتی هستند و از رویه های فیزیکی برخوردارند.
- ۲) سازمان های نیمه سنتی برخی از فعالیت های آنها با بهره گیری از تجارت الکترونیکی انجام میشود
- ۳) سازمان های مجازی مبتنی بر تجارت الکترونیکی کامل هستند.

انواع تجارت الکترونیکی

تجارت الکترونیکی از لحاظ تراکنش ها نیز به انواع زیر تقسیم میشود.

۱. **ارتباط بنگاه و بنگاه B2B** طرفین معامله شرکت ها یا بنگاه ها هستند. مانند ارتباط تجاری بین سازندگان قطعات خودرو و خودروسازان.
۲. **ارتباط بنگاه و مصرف کننده B2C** یکی از متداولترین روشهای تجارت الکترونیکی است که در آن ارتباط تجاری مستقیماً بین شرکتها و مشتریان یا مصرف کنندگان برقرار میشود.
۳. **ارتباط مصرفکنندگان و شرکتها C2B** در این حالت، اشخاص حقیقی به کمک اینترنت فرآورده ها یا خدمات خود را به شرکت ها می فروشند.
۴. **ارتباط مصرف کننده با مصرف کننده C2C** در این حالت ارتباط خریدوفروش بین مصرف کنندگان است. مزایده ها و مناقصه های کالا از طریق اینترنت در این مقوله میگنجد.
۵. **ارتباط بین بنگاهها و سازمانهای دولتی B2A** شامل کل تعاملات تجاری بین شرکتها و سازمانهای دولتی است. پرداخت مالیاتها و عوارض از این قبیل تعاملات محسوب میشود این حالت، ارتباط بنگاه و دولت B2G نیز نامیده میشود.
۶. **ارتباط بین دولت و شهروندان G2C** ارتباط بین دولت و مردم که شامل بنگاه های اقتصادی، مؤسسات دولتی و شهروندان است با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برقرار میشود. این الگو یکی از مؤلفه های دولت الکترونیکی نیز به شمار میرود.
۷. **ارتباط بین بنگاهها و کارمندان B2E** در این حالت یک سازمان خدمات، محصولات یا اطلاعات مورد نیاز را به کارکنان خود تحویل میدهد.
۸. **تجارت سیار MC** به انجام معاملات و فعالیتهای تجاری از طریق تجهیزات بیسیم، تجارت سیار گفته میشود. برای مثال یک فرد میتواند از طریق تلفن همراه خود سفارش خرید یک کالا را ثبت کرده و هزینه آنها نیز پرداخت کند.
۹. **تجارت الکترونیکی درون بنگاهی** شامل کل فعالیتهای مربوط به مبادله کالا، خدمات یا اطلاعات



بین واحدها و کارکنان گوناگون یک سازمان است.

۱۰. **ارتباط بین دولت ها G2G** این الگو ارتباط تجاری بین دولتها در زمینه هایی مانند صادرات و واردات را در برمیگیرد.

۱۱. **تجارت مشترک CC** الگویی از تجارت الکترونیکی است که در آن افراد یا گروه ها به صورت برخط با یکدیگر همکاری دارند.

لازم به ذکر است که سهم تجارت الکترونیکی از طریق B2B و B2C بیش از حالات دیگر گزارش شده است.

مزایای تجارت الکترونیکی

- ارتقای بازارهای محلی به بازارهای ملی و بین المللی
- دسترسی سریع به اطلاعات دقیق تجاری و جلوگیری از اتلاف وقت
- کاهش هزینه های تبلیغات از طریق بازاریابی الکترونیکی
- ارتقای رفاه عمومی مردم
- افزایش رقابت و ارتقای کیفیت محصولات و خدمات
- افزایش سرمایه گذاری و درآمد
- ایجاد فرصتهای شغلی جدید
- امکان خرید محصولات و خدمات از سراسر جهان در زمان کوتاه
- امکان مقایسه کالاها و محصولات و گسترش گزینه های انتخاب برای مشتریان
- افزایش سرعت تحویل محصولات و خدمات، به ویژه محصولات دیجیتالی و بهبود زنجیره عرضه کالا
- امکان شرکت در حراج های مجازی مبتنی بر شبکه های رایانه ای
- امکان ارتباط مشتریان در فضای الکترونیکی و تبادل نظر در مورد کالاهای مختلف یا ارائه تجارب خود از یک کالای خاص
- کاهش هزینه های رفت و آمد برای خرید کالا
- کاهش ترافیک و آلودگی محیط زیست
- حذف واسطه ها.



معایب تجارت الکترونیکی

- بروز مشکلات امنیتی در تعاملات تجاری از طریق شبکه های اینترنت
- کاهش حجم فروش و سطح درآمد مردم
- تضعیف بازارهای داخلی و ارسال فوری تقاضاهای داخلی به رقبای خارجی
- کاهش نیروی شاغل تجارت سنتی و افزایش نرخ بیکاری

محدودیت های تجارت الکترونیکی

- نیاز به بانکداری الکترونیکی توانمند و دقیق
- فقدان استانداردها و قواعد پذیرفته شده جهانی در مورد امنیت، کیفیت و قابلیت اعتماد
- کمبود پهنای باند شبکه های ارتباطی
- ضعف ابزارهای نرم افزاری در کاربردهای گوناگون تجارت الکترونیکی
- نیاز به حفظ امنیت اطلاعات و محرمانه بودن اطلاعات شخصی
- ضرورت توسعه محیط حقوقی لازم به منظور اجرای تجارت الکترونیکی
- نیاز به روش های مطمئن و کارا برای تأیید احراز هویت خریدار و فروشنده
- فقدان اعتماد و نبود فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی و مقاومت مشتریان به استفاده از آن