

مجله درآمد اینترنتی پرشین تولز

شماره اول - شانزدهم آبان هشتاد و هشت - Persian Tools Internet Income Magazine -
هشت صفحه - قیمت: مجانی

مجله درآمد اینترنتی پرشین تولز یک مجله جامع در مورد کسب و کار اینترنتی و درآمدهای به دست آمده از طریق اینترنت میباشد. در این مجله سعی خواهد شد روش های کارآمد در زمینه درآمد اینترنتی معرفی شود تا در بهبود روش های کسب درآمد اینترنتی به شما کمک کنیم.

چه گروه هایی از
اینترنت کسب درآمد
می کنند؟

صفحه 8

آیا پول در آوردن از
اینترنت ساده است؟

صفحه 7

چگونه میتوانیم یک
دامنه خوب داشته
باشیم؟

صفحه 5



مبانی و مفاهیم تجارت الکترونیک ...

صفحه 2





مبانی و مفاهیم تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیکی (E-Commerce) مفهوم و جریان قدرتمندی است که زندگی بشر کنونی را دستخوش تغییرات اساسی کرده است. تجارت الکترونیکی از نمودهای عینی انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه اقتصاد است. این سبک از تجارت به دلیل مزایا و منافع سرشاری که برای انسان داشته، به سرعت در حال گسترش است. می توان به قطعیت ادعا کرد که تجارت الکترونیکی بسیاری از محدودیت های تجارت سنتی را از پیش روبرداشته است و نه تنها فرم و شکل ظاهری تجارت سنتی را بلکه محتوای امر تجارت را نیز دستخوش تغییرات خود کرده است، تغییری که مبنای هرگونه اقدام و نظر در عرصه اقتصاد واقع شده است.

وجود بازارها، پاساژها و مغازه های مجازی که هیچ مکان فیزیکی را اشغال نکرده اند و در عین حال امکان بازدید و گردش در این بازارها به صورت لحظه ای و در هر نقطه از جهان بدون ترك منزل میسر است و نیز انتخاب و سفارش خرید کالاهایی که در نقاط نامعلومی از جهان در ویتترین های مغازه های مجازی قرار دارند و بر روی شبکه مجازی نیز تبلیغ می شوند از طریق پرداخت های الکترونیکی فراهم شده است. همه این گزینه ها سبب شده اند که تجارت الکترونیکی (E-Commerce) معجزه قرن تلقی شود.

تعریف تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک عبارت است از خرید (buy) و فروش (sell) و مبادله (Exchange) کالا (product)، خدمات (services) و اطلاعات (Information) از طریق شبکه های رایانه ای از جمله اینترنت. این نوع از تجارت بر پردازش و انتقال الکترونیکی داده ها شامل متن، صدا و تصویر مبتنی است. تجارت الکترونیک فعالیت های مختلفی از جمله مبادله، تحویل فوری مطالب دیجیتال، انتقال الکترونیکی وجوه، مبادله الکترونیکی سهام، برنامه الکترونیکی، طرح های تجاری و مهندسی و خدمات پس از فروش را نیز در برمی گیرد. ویژگی اصلی این نوع از تجارت تسهیل فرآیندهای تجاری، حذف فرآیندهای غیرضروری و زائد در انجام امور بازرگانی و کاهش هزینه ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی، کاهش هزینه های اداری خصوصاً هزینه مکاتبات و نیز بهبود دسترسی به بازار و افزایش تنوع برای مشتریان است. در این میان، فناوری های نوین ارتباطی مانند اینترنت، اکسترانت، پست الکترونیک و تلفن های همراه در گسترش و توسعه تجارت الکترونیک نقش بسزایی دارند.

مایکل دل، مؤسس شرکت Dell که روش فروش مستقیم را برای فروش رایانه های خود انتخاب کرده است، در مورد تجارت الکترونیک می گوید: بسیاری از فروشگاه ها تبدیل به نمایشگاه خواهند شد. فروشگاه های اخیر سونی و اپل برای این منظور طراحی شده اند که محصولات این شرکت ها را به نمایش بگذارند تا بسیاری از مردم جهان این محصولات را به صورت online بخرند. احتمال دارد جهان آن لاین و آف لاین در هم ادغام شوند. فروش های چند کاناله می تواند ترکیبی از فروشگاه های سنتی - کاتالوگ چاپ نشده - خط تلفن و یا شاید هم يك وب سایتی برای تجارت الکترونیکی باشد، اما سرانجام همان وب سایت مکانی است که سفارش خرید را از مشتری دریافت خواهد کرد.

تاریخچه اینترنت

اینترنت کنونی در اواخر دهه 1960 در وزارت دفاع آمریکا پدید آمد. در آن زمان وزارت دفاع آمریکا آژانس پروژه های پژوهشی پیشرفته را پایه گذاری کرد که نهادی برای گسترش فناوری های اطلاعاتی بود و شبکه ای که بدین ترتیب پایه گذاری شد آرپانت (ARPANET) نام گرفت. آرپانت اولیه تنها شامل مراکز پژوهشی و نظامی بود که رایانه های آن ها به هم متصل بود و این اتصال از طریق خطوط تلفن انجام می گرفت.

ادامه در صفحه بعد

☆ نقطه سر خط ...

سلام دوستان.
خیلی خوشحالم که من و دیگر دوستانم از این به بعد میتونیم با مجله درآمد اینترنتی پرشین تولز در خدمت شما عزیزان باشیم و بتونیم در کنار همدیگه مجله پر بار و مفیدی رو داشته باشیم.
این شماره اولین شماره مجله هست و به طور یقین از معایب بسیار زیادی برخوردار است، معایبی که میتواند دلایل بسیار زیادی داشته باشد!

یکی از مهمترین دلایل ضعیف بودن این شماره برمیگرده به یک نفره بودن استارت مجله!

مطمئناً سطح سواد و دانش من به تنهایی برای پر بار کردن یک مجله کافی نیست و همیشه بیشتر از این انتظار داشت! و همونطوری که همه میدونیم، همه چیز را همگان دانند!

امیدوارم از شماره های بعدی دوستان بیشتری اعلام آمادگی کنن و هر کسی در حوزه ی تخصص خودش بتونه کمک کنه و با کمک همدیگه سطح مجله رو بالاتر ببریم.

من در ابتدا وقتی دیدم دوستان کار خاصی نمیکنن و کسی مطلبی از خودش نداره، تصمیم گرفتم فقط مقالات نوشته شده توسط خودم رو در شماره اول کار کنم، اما از آنجایی که حوزه تخصص من محدود به چند روش کسب درآمد و تجارت الکترونیک بیشتر نیست، از مقالات دیگر دوستانم که در خارج از پی تی فعالیت میکنند استفاده کنم.

با این حال اعتقاد دارم دوستان فعال در پی تی بیشتر از دوستان دیگرم میتوانند به من کمک کنند و مقالات پر باری رو به دستم برسونن.

برای شماره بعدی منتظر شما هستم.

[بدریس](#)

ادامه از صفحه قبل

هدف اصلی از راه اندازی این مرکز ایجاد سیستمی غیرمتمرکز برای ارتباطات پژوهشی میان مراکز بود، به گونه ای که در شرایط اضطراری با از کار افتادن هر بخش از شبکه سایر اجزای شبکه به فعالیت خود ادامه دهند. در سال 1984 تعداد رایانه ها متصل به آرپانت به 100 عدد رسید. پژوهشگرانی که برای انجام امور پژوهشی از آرپانت کمک می گرفتند، به سوی شبکه های رایانه ای با سرعت بالاتر روی آوردند. در سال 1986 مؤسسه ملی علوم آمریکا شبکه NSFNET را برای ارائه ارتباطات شبکه ای به مراکز تحقیقاتی بیشتر و گسترش شبکه های بین المللی تأسیس کرد. تعداد رایانه های فعال در این شبکه تا سال 1989 به 100 هزار رایانه رسید. در سال 1990 آرپانت به پایان عمر خود رسید اما اینترنت رشد کرد و در سال 1992 تعداد رایانه های فعال به 1 میلیون و در سال 1993 به 2 میلیون رسید و دوران رشد اینترنت از این سال به بعد آغاز شد.

تاریخچه تجارت الکترونیکی

در سال های ابتدایی دهه 1970، واژه تجارت الکترونیکی به معنای داده های الکترونیکی برای ارسال اسناد تجاری مانند سفارش های خرید یا صورت حساب های الکترونیکی اطلاق می شد و بعدها با گسترش این صنعت واژه تجارت الکترونیکی به تجارت از طریق شبکه وب برای خرید کالا و خدمات گفته می شد.

زمانی که نخستین شبکه جهانی وب به صورت فراگیر و شناخته شده در 1994 رواج یافت، بسیاری از پژوهشگران پیش بینی کردند که این شیوه از تجارت یعنی تجارت مبتنی بر وب به زودی به بخش مهمی در اقتصاد دنیا تبدیل خواهد شد اما 4 سال طول کشید تا پروتکل های مبتنی بر http به طور گسترده در اختیار کاربران قرار بگیرد.

اولین کسب و کارهای الکترونیکی را می توان در 1998 و در میان تعدادی از کسب و کارهای معتبر در کشور آمریکا و اروپای غربی شاهد بود. کسب و کارهایی که با راه اندازی وب سایت هایی ابتدایی شکل گرفت و سپس توسعه یافت. در سال 2005، تجارت الکترونیکی در اکثر شهرهای آمریکا، اروپا و آسیای شرقی به سرعت توسعه و رواج یافت.

عده ای معتقدند که قدمت تجارت الکترونیکی (E-Commerce) به پیش از پیدایش اینترنت کنونی بازمی گردد اما به دلیل هزینه های سنگین این سبک از تجارت، امکان استفاده از آن تا چند سال گذشته مختصراً در اختیار شرکت ها، بنگاه های تجاری و مؤسسات اقتصادی بود اما با فراگیر شدن اینترنت و امکان استفاده همه مردم این فرصت به دست آمد که ساختار تجارت الکترونیکی تغییر کرده و از حالت اختصاصی بودن برای طبقه خاصی خارج شده و به صنعتی در دسترس تبدیل شود.

چارچوب تجارت الکترونیک

چارچوب های تجارت الکترونیک از 3 سطح تشکیل یافته است که برای داشتن تجارت الکترونیک موفق وجود این چارچوب ها لازم است: زیرساختار: بخش اول از چارچوب های مورد نیاز تجارت الکترونیک شامل سخت افزار، نرم افزار، پایگاه های داده ای و ارتباطی است که



برای انجام وظیفه در قالب خدمات worldwide web بر روی اینترنت و یا سایر روش های پیام گذاری و پیام گیری بر روی اینترنت و یا سایر شبکه ها به کار می رود.

خدمات: بخش دوم از چارچوب ها شامل دامنه گسترده ای از خدمات که توانایی پیدا کردن و ارائه اطلاعات را فراهم می آورند و شامل جست و جو برای شرکای تجاری و همچنین مذاکره و توافق در مورد مبادلات تجاری هستند.

محصولات و ساختارهای تجارت الکترونیک: این بخش از چارچوب های (E-Commerce) مشتمل بر پیش بینی و تدارک مستقیم کالاها و خدمات تجاری وابسته به اطلاعات برای مشتریان و شرکای تجاری، همکاری و سهیم شدن در اطلاعات داخل و خارج سازمان و سازمان دهی محیط بازار الکترونیکی و زنجیره تهیه و پشتیبانی است.

مراحل تجارت الکترونیک

مراحل رشد و گسترش تجارت الکترونیک را می توان به 5 بخش تقسیم کرد که هر چه به گام های پایانی تر نزدیک می شویم در حقیقت به تجارت الکترونیک واقعی نزدیک تر شده ایم و شرکت ها و سازمان هایی که در جست و جوی بازار الکترونیکی برای کالاها و خدمات خود هستند، سعی در رسیدن به مراحل پایانی این چرخه دارند.

در مرحله اول از مجموعه مراحل پنج گانه، شرکت یا سازمان متقاضی تجارت الکترونیک سعی در ایجاد یک سایت ساده شامل اطلاعات محصولات و خدمات تولیدی خود را دارد تا این اطلاعات از طریق اینترنت در اختیار مشتریان قرار بگیرد. در حقیقت، مرحله اول به معنای به وجود آمدن وبسایتی بر

روی شبکه جهانی وب برای بازدیدکنندگان است تا اطلاعات مورد نظر خود را از طریق این صفحات دریافت کنند.

این مرحله شامل توسعه و گسترش مرحله اول است. در این مرحله سایت شرکت تبدیل به یک پایگاه داده ای (DataBase) قوی شده، برای نگهداری اطلاعات مورد استفاده قرار می گیرد. در این مرحله، اطلاعات همه محصولات و خدمات و شرح کامل آنها در بانک اطلاعات قرار می گیرد و کاربران امکان ارسال سفارش خرید از طریق این وب سایت را خواهند داشت، اما هنوز زیرساخت های لازم برای پرداخت اینترنتی فراهم نشده است و پرداخت پول به همان روش سنتی انجام خواهد گرفت. برقراری امکان تعامل از مهمترین نکات مرحله سوم است. در این مرحله، کاربران امکان تعامل با مدیر سایت را خواهند داشت که این تعامل از طریق e-mail، chat و voice خواهد بود و کاربران در بازه زمانی بسیار کوتاه مدت پاسخ خود را از مدیر سایت دریافت خواهند کرد و امکان پرسش و پاسخ online میان فروشنده و خریدار و نیز رد و بدل شدن اطلاعات در مورد کالا و یا خدمات خواسته شده وجود دارد. در این مرحله، امکان پرداخت اینترنتی برای کاربران فراهم خواهد شد و مشتریان پس از ارسال فرم های سفارش خرید و دریافت کالا، وجه مورد نظر و توافق شده را از طریق پایانه های فروش بانک ها و مؤسسات ...



ادامه از صفحه قبل

یافته مدل قدیمی (Electronic Data Interchange) EDI اما در این مدل واسطه ها کاهش یافته، همین خود سبب کاهش قیمت ها خواهد شد.

مدل Business to Consumer یا B2C و Consumer to Business یا C2B مدل های B2C و C2B بیان کننده ارتباط متقابل تولیدکننده و خریداران نهایی محصولات و خدمات است. مدل های دوگانه B2C و C2B دارای مزایایی مانند خرید ارزان تر کالا نسبت به دنیای واقعی، امکان ارسال خریداری شده به مکان درخواستی مشتری و غیره است. این مدل از تجارت الکترونیک به عنوان ساده ترین نوع تجارت الکترونیک شناخته می شود که منجر به ارتباط نزدیکی میان مشتری و فروشنده خواهد بود و در این میان به دلیل کاهش قیمت ها به دلیل از بین رفتن واسطه ها خریدار منفعت بیشتری خواهد داشت.

مدل Consumer to Consumer یا C2C این مدل از تجارت الکترونیک بیشتر به خرده فروشی های کالای دسته دوم خانگی اختصاص دارد. جایی که خریداران و فروشندگان هر دو از گروه نهایی هستند و در این میان ردپای تولیدکننده و واسطه ای دیده نمی شود. نمونه رایج این شیوه از تجارت را می توان در جمعه بازارها و یا حراج های محلی و منطقه ای دید که هر کس کالای تولیدی خود را به صورت تک فروشی در معرض فروش خریداران قرار می دهد. از مشهورترین نمونه های این مدل از تجارت الکترونیک می توان به سایت ebay اشاره کرد.

مدل Government to Business یا G2B و Business to Government یا B2G در این مدل ها، سازمان ها و مراکز دولتی و خصوصی در ارتباط با مراکز اقتصادی و بنگاه های تجاری دولتی هستند. در این ساختار، دو طرف با مراجعه به وب سایت های طرف قرارداد و تعامل با یکدیگر از طریق شبکه های رایانه ای امور بازرگانی مورد نیاز خود را انجام می دهند. این امور شامل مواردی چون ارسال درخواست های بانکی برای مؤسسات دولتی، گرفتن مجوزهای لازم برای انجام امور اداری، پرداخت وجه مورد درخواست سازمان ها و بانک ها و غیره است. مزیت اصلی این دو مدل صرفه جویی در انجام امور برای شرکت های دولتی و سازمان های خصوصی و نیز کاهش زمان انجام کارها است و نیز سبب تحویل فرایندهای اداری توسط دولت شده است.

مدل Government to Customer یا G2C و Customer to Government یا C2G در این مدل ها، ارتباط میان مردم و دولت مطرح است و این رابطه بیش از آن که ماهیتی تجاری داشته باشد، ماهیتی خدماتی دارد و شامل خدماتی است که دولت می تواند به مردم ارائه دهد و یا زمینه ای برای تسهیل ارتباطات مالی مردم و دولت در امور مالیاتی است و یا درخواست خدماتی که از سوی شهروندان به دولت ارائه می شود که می تواند شامل درخواست های مختلف در زمینه اقتصادی و یا بازرگانی باشد.

مالی طرف قرارداد برای فروشنده ارسال خواهند کرد که این حمل و نقل پول به صورت بسیار امن از طریق اینترنت برای مشتریان فراهم خواهد شد.

مرحله آخر که آخرین مرحله از مراحل پنج گانه است، به مرحله یکپارچگی معروف است. در این مرحله، سیستم های واسطه ای میان فروشنده و خریدار با سیستم های موجود در سازمان و یا شرکت به حالت یکپارچگی کامل درخواهند آمد. بدین معنا که اگر کالایی فروش رود، موجودی کالای فروش رفته به میزان خریداری شده از موجودی انبار کسر شده و همزمان دستور خرید جدیدی برای جایگزین کردن کالای فروش رفته به انبار ارسال خواهد شد و در خریدهای بعدی موجودی انبار بلافاصله به نمایش درخواهد آمد. این مرحله از مجموعه مراحل تجارت الکترونیک کامل ترین مرحله در تجارت الکترونیک است که در آن نتیجه همه عملیات مربوط به داد و ستد در همه سیستم های سازمان منعکس می شود.

تجارت الکترونیک پاره ای

در این سبک از تجارت الکترونیک، تنها بخشی از فرایندهای داد و ستدی به صورت غیرالکترونیک و سنتی انجام می شود و سازمان تنها از اینترنت به عنوان یک پل ارتباطی با مشتریان خود بهره می گیرد و پس از دریافت سفارش کالا اجناس را تحویل مشتری می دهد و پول کالا و خدمات را به صورت نقدی دریافت می کند. این مدل از تجارت الکترونیک نمونه ای بسیار کارا و اثربخش برای کشورهایی است که از زیرساخت های مناسبی برای تجارت الکترونیک بهره نمی برند.

مدل های تجارت الکترونیک

استفاده از اینترنت به عنوان اصلی ترین بستر ارتباطی در تجارت الکترونیک باعث به وجود آمدن مدل های گوناگونی در این سبک از تجارت شده است. این مدل ها که حاصل تعامل 3 گروه اصلی تجارت الکترونیک یعنی دولت، مشتری و بنگاه های اقتصادی است، باعث توسعه و گسترش مدل های مختلف تجارت الکترونیک شده است:

مدل Business to Business یا B2B این مدل از تجارت الکترونیک مهمترین نوع تجارت الکترونیک است که در حدود نصف درآمدهای تجاری الکترونیک را به خود اختصاص خواهد داد. این مدل سبب پیدایش ارتباطی گسترده میان تأمین کنندگان، تولیدکنندگان، توزیع کنندگان و فروشندگان خواهد بود.

در این مدل، ارتباط میان دو یا چند سازمان، توسعه اقتصادی، تولیدکنندگان مواد اولیه و ارائه کنندگان انواع گوناگون خدمات مورد نظر است. در حقیقت، این مدل را به نوعی می توان توسعه

مدل Government to Government یا G2G در این مدل، ارتباط متقابل میان دو یا چند سازمان دولتی و یا وزارتخانه مطرح است و مواردی چون ارتباط شهرداری با پلیس، ادارات برق و آب با شهرداری ها، نهادهای نظامی و انتظامی با وزارتخانه ها و غیره را شامل می شود. در این مدل، امکان تبادل اطلاعات میان مؤسسات دولتی و یا دادوستد بازرگانی میان شرکت های دولتی فراهم شده است. به علاوه، بخش نامه ها و دستورالعمل های دولتی را می توان از طریق این مدل کسب و کار الکترونیک برای سازمان ها ارسال کرد. اهمیت وب سایت در تجارت الکترونیک وب سایت ها تأثیر فراوانی بر فعالیت تجاری شرکت ها دارند. شرکتی که به دروازه ورود الکترونیک خود بی اعتناست، سبب ورشکستگی تجارت و کسب و کار خود خواهد شد. وب سایت دروازه ورود به یک مارک تجاری - محصولات و خدمات شرکت سازنده محصول است. وب سایت بی استفاده و رنگ و رو رفته همانند ویرین قدیمی و رنگ و رو رفته در کسب و کار سنتی است و سبب خواهد شد که مشتریان رغبتی به خرید محصول نداشته باشند، اما در مقابل بهترین سایت ها هم اگر امکان یافتن آن از طریق اینترنت برای مردم در نظر گرفته نشده باشد و اصطلاحاً دولت با کاربرد (User Friendly) نباشد، هیچ توفیقی نخواهد داشت و لذا شرکت ها باید درنتایج جست و جوی اینترنتی جای پای خود را محکم کنند. برای بسیاری از کاربران، سایت های جست و جو (search engine) نقطه ورود آن ها به اینترنت است.

مزایای تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیک اطلاعات کامل و گسترده ای درمورد هرکالا در اختیار خریداران و فروشندگان فراهمی دهد که به دست آوردن چنین اطلاعاتی در دنیای واقعی ارزش تجاری بسیاری دارد، اما بدون صرف هزینه و زمان امکان نخواهد داشت. امکان ایجاد ارتباط با همه افرادی که برای تکمیل فرایند بازرگانی لازم است از طریق e-mail، chat، voice و غیره. حذف واسطه ها یکی دیگر از باارزش ترین هدایای تجارت الکترونیک به خریداران است که باعث کاهش بی سابقه قیمت ها خواهد شد که این کاهش قیمت 15 تا 50 درصد خواهد شد و به علاوه سبب کاهش...
ادامه در صفحه بعد

چگونه یک دامنه خوب داشته باشیم؟

چنانچه مستحضرد، اولین قدم ورود و حضور در دنیای مجازی، ثبت يك نام ارزشمند برای سایت اینترنتی می باشد و به این نام که به صورت انحصاری ثبت می گردد دامنه یا Domain می گویند. این دامنه می تواند نام مؤسسه یا نام محصول و یا هر نام دلخواه دیگر (به شرط آنکه قبلاً توسط شخص دیگری ثبت نشده باشد) باشد و پسوند آن با توجه به نوع و کاربرد سایت می توان به زبان انگلیسی و حتی فارسی! انتخاب نمود. پس، دامین یا نام دامنه اینترنتی هر سایتی، اصلی ترین شناسه آن به شمار می رود که کاربران اینترنت با به خاطر سپردن آن نام به سراغ وب سایت مذکور می روند و اگر این نام درست انتخاب شود، موتورهای جستجوی اینترنت نیز آن را در صدر جستجو خواهند آورد. همانطور که اشاره شد، هر دامنه اینترنتی از ۲ بخش تشکیل شده است، WWW که در بسیاری از سایتها مشترک است؛ نام سایت، که بهتر است از کوتاه ترین و سلیس ترین نام استفاده شود؛ و پسوند. پسوندها یا عمومی است مانند .com و .net و .org و .fr و .uk و از همه مهمتر برای ما ایرانیان و فارسی زبانان! (.ir) با نام انگلیسی و (.ایران) با نام فارسی!

مشهورترین پسوند دامنه اینترنتی در سطح بین المللی .com است چرا که تنها پسوندی است که کاربران می توانند بدون درج پیشوند و پسوند آن در نوار آدرس مرورگر و تنها با گرفتن هم زمان دکمه های Ctrl و Enter بعد از نوشتن نام مورد نظر خود، به سرعت به سایت مورد نظر دسترسی پیدا کنند. اما اهمیت دامنه های (.ir) و (.ایران) بعنوان دامنه های رسمی ایران کمتر از .com نیست!

شایان ذکر است هدایت کردن چندین دامنه روی يك وب سایت امری متداول است و پرتال هر سازمان می تواند روی دامنه ای با نام آن سازمان به زبانهای مختلف و با پسوندهای گوناگون راه اندازی شود؛ بدین ترتیب که يك سایت طراحی می شود ولی مخاطبین از روش های گوناگون و حتی با نشانی های اینترنتی و نامها و پسوندهای متفاوت به آن دسترسی خواهند داشت!

جالب است بدانید، دامنه iran.com اسرنوشت عجیبی پیدا کرده است. این دامنه که در سال ۱۹۹۵ یعنی حدود ۱۳ سال پیش ثبت شد و دست به دست بین خارجی ها چرخید تا به امروز که صاحب این دامنه با برگزاری مزایده ای، دامین iran.com را با قیمت پایه ۷۳۵ هزار دلار به فروش گذاشته است و فعلاً بالاترین رقم پیشنهاد شده برای خرید دامین iran.com تاکنون 735 هزار دلار است. این دامین يك بار در ژوئن 2006 با قیمتی برابر با 400 هزار دلار فروخته شده است. یکی از بالاترین قیمت هایی که در سال 2007 برای دامین شامل نام يك کشور به فروش رسیده است chinese.com است که با قیمت 810 هزار یورو به فروش رسید.

اما آیا نوع نام یک دامنه تنها برای کسانی که خرید و فروش دامنه میکنند، اهمیت دارد؟ جواب سوال واضح است. باید بگویم خیر! کسی که میخواهد یک وبسایت شخصی تاسیس کند و یا کسی که برای تاسیس فروشگاه میخواهد دامنه ثبت کند و یا ... همه و همه باید به نام انتخابی دامنه خود دقت کنند. نام انتخابی دامنه برای بهتر بودن و برای اینکه کارایی بهتری برای صاحبش داشته باشد باید یک سری خصوصیات داشته باشد.

ادامه در صفحه بعد

افزایش سرمایه گذاری و اشتغال در بخش های درگیر با تجارت الکترونیکی. امکان گسترده شدن و افزایش تعداد خریداران و فروشندگان در این نوع از بازار فراهم می شود. با وجود تعداد زیاد خریداران و فروشندگان امکان رقابت کامل در بازار فراهم خواهد شد و هیچ يك از خریداران و فروشندگان نمی توانند اثری بر روی شرایط و قیمت بازار داشته باشند. تجارت الکترونیکی سبب تحولی در شیوه های کسب و کار خواهد شد که این تحول با افزایش شدید مقیاس تولید، کاهش هزینه های مبادله، کاهش هزینه های توزیع، افزایش رقابت و... همگی سبب کاهش هزینه های تولید شده و خود سبب افزایش رفاه اجتماعی خواهد شد. در بازار کسب و کار الکترونیکی، ادامه حیات شرکت ها و مؤسسات به میزان خلاقیت و نوآوری شرکت در مراحل مختلف تولید و توزیع وابسته است و هر شرکت که نوآور و خلاق باشد، گوی سبقت را از سایر رقبا خواهد برد و این خلاقیت به کل بازار سرایت می کند و محرکی برای چرخه اقتصادی جامعه خواهد شد.

موانع تجارت الکترونیکی

برای راه اندازی کسب و کار الکترونیکی موانعی وجود دارد که شامل موارد زیر است:

کمبود دانش و فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی و شبکه اینترنت لزوم حمایت از حقوق مصرف کنندگان در تجارت الکترونیکی نبود زیرساخت های حقوقی در استفاده از تجارت الکترونیکی مانند عدم قبول اسناد و امضاهای الکترونیکی امنیت پائین نقل و انتقال وجود الکترونیکی در برخی از کشورها سرعت پائین و نیز محدودیت های استفاده از شبکه اینترنت عدم اطلاع کافی مؤسسات و شرکت های واسطه ای و تولیدی از مزایای کسب و کار اینترنتی تأمین امنیت لازم و نیز محرمانه ماندن اطلاعات رد و بدل شده

M-Business

این سبک از تجارت را که تجارت الکترونیکی از طریق فناوری بی سیم می دانند، جدیدترین نوع تجارت الکترونیکی محسوب می شود. اگرچه این سبک از تجارت هنوز مراحل ابتدایی خود را پشت سر می گذارد اما تاکنون رشد سریعی را آغاز کرده است. این سبک از تجارت سبب خواهد شد که کاربران به اطلاعات حساس تجاری و بازرگانی در هر زمان و در هر موقعیتی دست یابند. فناوری های تشخیص موقعیت مکانی (GPS) امروزه به عنوان راهکاری در توسعه فروش و مدیریت ارتباط با مصرف کنندنده (CRM) و تجارت شرکت با مشتری (B2C) و شرکت با نماینده فروش (B2E) مورد استفاده قرار می گیرد. در صورت نزدیک بودن قیمت مکانی خریدار به یکی از شعبات فروشنده، امکان تحویل کالا به خریدار در همان موقعیت فراهم خواهد بود.

نتیجه E-commerce

صرف نظر از تمامی برتری ها هنوز دارای نقاط ضعفی است. توانایی دسترسی به رایانه های شخصی و سرعت پائین نقل و انتقال اطلاعات بر روی بستر اینترنت امکان دستیابی به پایگاه های اینترنتی را با مشکل مواجه می سازد و در نتیجه تأثیر این موارد، اثر تجارت الکترونیکی را کمرنگ می کند ولی با افزایش کاربران اینترنت و سهولت دستیابی به دنیای مجازی اینترنت، تجارت الکترونیکی به دنیای آینده چهره ای دگرگون خواهد بخشید.



ادامه از صفحه قبل

پسوند دامنه

هدف از تاسیس یک سایت در انتخاب پسوند دامنه بسیار اهمیت دارد. تجاری، عمومی، خدماتی و یا فرهنگی و ... امروزه در بیشتر کشورها پسوند دامنه های محلی وجود دارد، این دامنه ها مثل .ir یا .uk. که نمونه ای از دامنه های محلی هستند بیشترین کاربردشان در زمینه های شخصی میباشد. افراد حقیقی، چهره های سیاسی و مراکز آموزشی در بیشتر کشور های دنیا از دامنه های محلی استفاده میکنند. البته این دامنه ها کاربرد های دیگری نیز دارد، گروه ها و ارگانهایی که کار تخصصی و بین المللی انجام میدهند بیشتر علاقه دارند از دامنه های بین المللی برای سایت های خود استفاده کنند، اما این پسوند های بین المللی با محدودیت اسم مواجه هستند و هر روز حق انتخاب کمتری به وجود می آید برای ثبت یک دامنه جدید!

این محدودیت ها باعث شده در تمامی کشور ها دامنه های محلی نیز مورد مقبولیت قرار بگیرند، این پسوند ها به علت قدمت کمتری که نسبت به دامنه های بین المللی دارند، به مراتب با آزادی بیشتری به ثبت کننده اجازه ثبت یک دامنه را میدهند.

به طور کلی مناسب ترین دامنه و عمومی ترین آنها دات کام میباشد و پس از آن دات نت و او آر جی، اما بعد از این گونه دامنه های بین المللی بهترین انتخاب، ثبت دامنه محلی در هر کشوری میباشد.

نام دامنه

نام یک دامنه باید در مرحله کوتاه باشد.

کوتاه بودن نام یک دامنه بسیار مهم است به گونه ای که گران ترین دامنه های حتی بی معنی دنیا، دامنه های کوتاه هستند.

بعد از کوتاه بودن نام یک دامنه مورد بعدی و مهم در این زمینه، معنی دار بودن نام است.

Free را در نظر بگیرید، اگر فرض را بر این بگذارید که دامنه های چهار حرفی زیادی برای ثبت موجود میباشد، دامنه .pree تنها یک دامنه بی ارزش خواهد بود!

میبینیم که بعد از موجود بودن دامنه های آزاد چهار حرفی در این مورد دیگر کوتاه بودن ارزشی ندارد و تنها معنی اهمیت پیدا میکند.

نداشتن کاراکتر نیز در مرحله بعد اهمیت پیدا میکند. نام دامنه تا آنجا که امکان دارد نباید دارای کاراکتر باشد.

اگر نام یک دامنه تک کلمه ای نباشد، و ما مجبور باشیم از نامی دو کلمه ای استفاده کنیم، باید روش بهتر را انتخاب کنیم:

فرض کنید میخواهید دامنه E Shop را ثبت کنید، در این حالت بهترین انتخاب برای شما EShop میباشد. و نباید در صورت خالی بودن این حالت از E-Shop استفاده کنید.

صفت یک دامنه

مطمئناً امروزه پیدا کردن دامنه های یک کلمه ای و آزاد کار بسیار مشکلیست! اما اگر برای ثبت کردن دامنه با کلمه ای خاصی اسرار داشتید، بهترین کار چسباندن یک سری حروف، صفات و یا کلمات به ابتدا و انتهای نام اصلیت.

در نظر بگیرید که شما میخواهید در مورد فروشگاههای عمومی با محصولات مختلف یک نام انتخاب کنید، در این حالت ابتدایی ترین کاری که باید انجام دهید هویز گرفتن از معادل لاتین فروشگاه میباشد. شما کلماتی مانند: Shop , Store , Market , Shopping را هویز میگیرید اگر پسوند مورد نظر شما خالی نبود به سراغ چسباندن حرف های مربوط به این کلمات بروید، حرف E مناسبترین گزینه است که میتوانید به ابتدای این کلمات اضافه کنید. بعد از انجام دادن این روش ناامید نشوید!

یک The به ابتدای این کلمات بچسبانید و دوباره تلاش کنید. اگر باز هم به نتیجه نرسیدید سراغ چسباندن کلماتی مانند: Best , Top و ... بروید. اگر باز به نتیجه نرسیدید میتوانید نامی فارسی را که به کار شما ارتباط دارد به صورت فینگلیش یا معادل لاتین به ابتدا یا انتهای کلمات بچسبانید. مانند: ArzanShop .

دامنه را کجا ثبت کنیم؟

به احتمال بسیار زیاد با طی کردن این مراحل نام دامنه مورد نظر خود را پیدا خواهید کرد! حالا در این صورت باید چه کاری انجام دهید؟

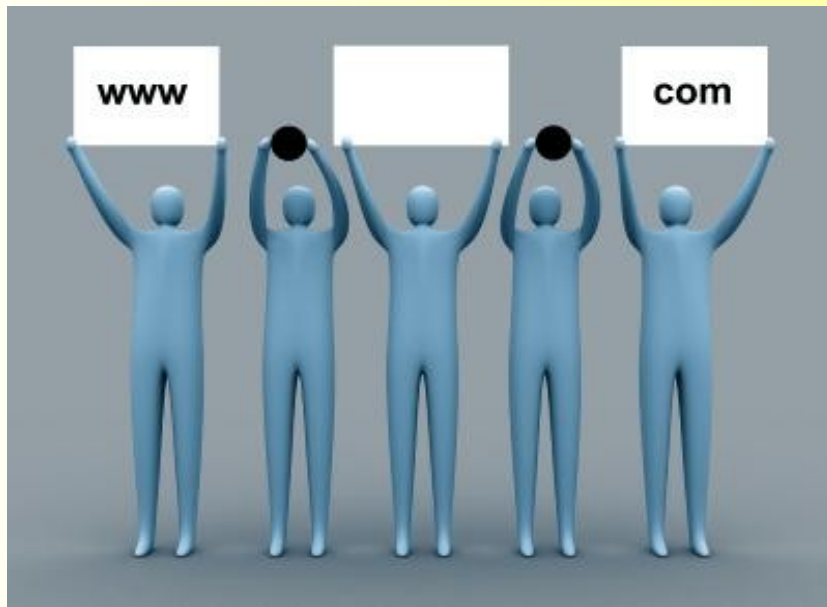
مرحله آخر و بسیار مهم ثبت یک دامنه زمانی است که شما میخواهید یک جا را برای ثبت کردن دامنه انتخاب کنید!

توجه داشته باشید که با توجه به پسوندی که انتخاب کرده اید دامنه را پیش معتبر ترین ثبت کننده دامنه، سفارش دهید.

اشتباه شما در انتخاب ثبت کننده معتبر میتواند زحمات کشیده شده شما در پیدا کردن نام یک دامنه را به باد دهد!

دامنه را جایی ثبت کنید که مالکیت واقعی را به شما بدهد و شما را مالک تام الاختیار دامنه بداند و حقوق شما را رعایت کند.

فراموش نکنید! اگر در این انتخاب پایانی اشتباه کنید شاید هیچ گاه نتوانید این اشتباه را جبران کنید!





آیا پول درآوردن از اینترنت ساده است؟

در این روش درآمد کسب شده نسبت به روش های قبلی بالاتر بوده و میتواند منبعی خوب برای کسب درآمد اینترنتی باشد. اما این روش هم معایبی دارد، از جمله: داشتن رقیب های بزرگ که به علت فروش بالا و تولید انبوه از نظر قیمت نمیتوان با آنها رقابت کرد. فروش پایین سود مناسبی ندارد. یکی از روش های دیگر ارسال ایمیل های تبلیغاتی میباشد. این روش بسیار بازده پایینی دارد اما میتوان به عنوان یک روش معرفی کرد.

خرید و فروش دامنه های اینترنتی نیز یکی دیگر از روش های خوب برای کسب درآمد از اینترنت میباشد.

در این روش شخص میتواند به ثبت دامنه های مناسب پرداخته و یا دامنه های خوب را از صاحبانشان به قیمت خوب خریداری کند و بعد

دامنه هایی را که در اختیار دارد در سایت های تخصصی دامنه به فروش برساند.

در روش دیگر میتوان به داشتن یک سایت خوب اشاره کرد. سایتی که میتواند بازدید کننده های خوبی را به سمت خود جذب کند، این سایت ها میتوانند با گرفتن تبلیغات دیگران و داشتن اسپانسر به کسب درآمد بپردازد.

خرید و فروش وب مانی و پول های اینترنتی، پرداخت های اینترنتی، نمایندگی، فروش هاست، طراحی سایت، سهام، سرکایه گذاری، بازاریابی الکترونیک، ایکارنسی ها،

حراجی و ... هر کدام روش هایی هستند که میتوانند وسیله کسب درآمد اینترنتی باشند.

دنای امروز و حجم وسیع تبادلات اینترنتی باعث شده گروهی به صورت گسترده از این راه به درآمد های کلان برسند. اما در ایران به تجارت الکترونیک اهمیت چندانی داده نمیشود، و متاسفانه شاهد آن هستیم که کسی که از طریق اینترنت بیست هزار تومان درآمد کسب میکند را تاجر الکترونیک میخوانند!

چرا باید اینگونه باشد؟ آیا پول در آوردن از اینترنت کار مشکلیست؟ یا ما روش پول درآوردن از اینترنت را بلد نیستیم؟ به طور کلی و برای جمع بندی باید اشاره کنم:

پول درآوردن از اینترنت روش های زیادی دارد که بیشتر آنها نیاز به تخصص در زمینه ای خاص و یا سرمایه گذاری دارد. در این بین روش های دیگری نیز وجود دارد که نه نیازی به تخصص دارد و نه نیاز به سرمایه!

اما باید در نظر بگیرید که درآمد های حاصله از این روش ها محدود و کم است و نمیتوان به اشخاصی که از این روش ها درآمد کسب میکنند، یک تاجر الکترونیک گفت! و یا کسی که درآمد اینترنتی دارد! پول در آوردن در اینترنت آسان نیست و این کار نیاز دارد به تخصص، هوش، ذکاوت، زرنگی، سرمایه، ریسک و ...

بیشتر کاربران اینترنتی علاقه دارند درآمد اینترنتی داشته باشند! امروزه این یک حقیقت است که از اینترنت و دنیای مجاری حتی میتوان از دنیای حقیقی نیز بیشتر کسب درآمد داشت! اما سوال اینجاست، آیا پول درآوردن از اینترنت راحت هست؟ جواب این سوال راحت نیست!

شرایط افراد، زمینه فعالیت افراد، هوش و ذکاوت افراد و ... میتونه در جواب دادن به این سوال تاثیر داشته باشه.

اما ساده ترین روش کسب درآمد برای کاربران آماتور و حتی بعضا حرفه ای، تبلیغات کلیک میباشند.

در این روش وب مستر ها میتوانند با عضویت در سایت های ارائه دهنده سیستم های تبلیغات کلیک، تبلیغاتی را در وبلاگ ها یا وب سایت های خود قرار دهند و با ورود بازدیدکنندگان به این تبلیغات مبلغی به حساب کاربری وب مستر اضافه میشود.

این مبالغ با افزایش بیشتر میتواند یک راه مناسب برای کسب درآمد وب مستری باشد. بدون انجام فعالیت خاصی و تلاش زمان بری! البته معایب این روش نیز زیاد است.

یکسری از معایب رو بر میشماریم:

شمارش کم کلیک ها در سیستم های کلیک.

تعداد بازدیدکنندگانی که بر بروی تبلیغات کلیک میکنند بسیار پایین است.

زمان تسویه حساب با سیستم در بیشتر مواقع در اختیار وب مستر نیست.

برای تسویه حساب کردن باید به مقدار مشخصی از درآمد رسیده باشید.

و ... روش بعدی کسب درآمد همکاری کردن با سایت های فروشگاهی میباشد.

این روش به طور کلی درآمد بیشتری را به وب مستر میدهد. وب مسترها میتونن با فروشگاهها همکاری کنند و تبلیغات بعضی از محصولات اونها رو در وبلاگ ها یا وب سایت هاشون قرار بدن و به صورت درصدی از فروش سهم میبرن.

این روش هم معایب خودش رو داره که میشه به مهمترین اون اشاره کرد. بازدید کننده های هر سایت و یا وبلاگی اصولا برای موضوع خاصی وارد اون پایگاه میشن، در این شرایط اگر محصولات معرفی شده ارتباط خاصی با بازدید کننده ها نداشته باشه، فروش در این طور مواقع بسیار پایین خواهد بود.

وب مستر ها باید به مربوط بودن محصول به سایت خود دقت کنند. مثلا در یک سایت ورزشی تبلیغات محصولات ورزشی بسیار مناسب خواهد بود.

اما روش بعدی کسب درآمد تاسیس یک فروشگاه اینترنتی میباشد.



چه گروه هایی از اینترنت درآمد دارند؟

نکته: دوستان عزیز این ترجمه ایست که یکی از دوستان برای من فرستاده، متن زیاد قوی و مرتبطی نیست، اما این رو برای شروع و به عنوان نمونه اینجا میزارم که دوستان بدون اگر از خودشون هم مقاله ای ندارند می توانند مقالات مناسب را ترجمه کنن و برای ما بفرستن تا ما اون رو تو مجله کار کنیم. پس به غیر از نوشتن مقالات از تجربیات خودتون، مقالات لاتین رو هم میتونید ترجمه کنید.

در این بحث چند فعالیت متفاوت در اینترنت مورد بحث قرار می گیرد تا ببینیم چگونه از این طریق کسب درآمد می شود. سپس تعدادی از روشهای اصلی تجارت در اینترنت را بررسی مینمایم. که شما میتوانید با استفاده از آنها از طریق شبکه کسب درآمد کنید، زیرا بسیاری از مردم هنوز با مفهوم این نوع کسب و کار آشنایی ندارند. امروزه تنها چهار نوع شرکت اصلی وجود دارد که با وجود تمام مشکلات محیط شبکه به این نوع تجارت مشغولند.

شرکت های بزرگ.

بسیاری از این دسته از شرکتها هیچگونه تبلیغاتی در محیط شبکه انجام نمی دهند.

آنها در اینترنت و تبلیغات آنها در خارج از شبکه URL شاید این گونه می اندیشند که برای شناساندن کسب و کارشان کافی باشد و شاید این تفکر در مورد اغلب آنها درست باشد. آن دسته از شرکتهایی که در محیط شبکه دست به تبلیغات می زنند، ترجیح می دهند در

سایتهایی که بازدید کننده بیشتری دارند محل هایی را برای تبلیغ به روش بنر خریداری نمایند. روشی که ظاهراً مفید هم می باشد.

شرکت های متوسط و چابک.

شرکت هایی که در این دسته قرار می گیرند کابوهای الکترونیکی همچون و شرکتهای ارائه کننده خدمات اینترنتی می باشند. این شرکت ها از روش بسیار متفاوتی در تجارت اینترنتی ISP معروف به استفاده می کنند و امیدوار هستند که این روش ها روزی سود سرشاری را برای آنها فراهم آورد. بسیاری از این نوع شرکت ها ورشکست می شوند، اما تعداد اندکی نیز موفق شده و بطور خارق العاده رشد می نمایند. شرکت هایی که در بالا نام بردیم از نوع موفق در این گروه می باشند. برای مثال شرکت یاهو انتظار داشت که باخدماتی چون قرار دادن رایگان س ایتها در لیست های حاصل از جستجوی کاربران، مردم از آن استقبال نموده و شبکه توسط عموم مردم تسخیر گردد. یاهو پول فراوانی را خرج کرد بدون اینکه در ابتدای کار هیچ گونه درآمدی داشته باشد، اما هنگامی که اینترنت گسترش یافت، آنها توانستند مبالغ گزافی را از طریق تبلیغات در سایتهايشان کسب نمایند که بیش از ۱۵ میلیون مراجعه در روز داشتند. یاهو آنقدر گسترش یافت



که توانست تبدیل به شرکت سهامی عام گردد و با ارایه سهامش در بورس، صاحب میلیون ها دلار پول شود. یاهو دست به خطر بزرگی زد و در ابتدا متحمل زیانهایی نیز گردید تا اینکه سرانجام توانست سود سرشاری کسب نماید. همین اتفاق برای شرکت نت اسکپ هم رخ داد. آنها نرم افزار هایشان را بطور رایگان به مردم ارایه نمودند تا به نیروی برتر تبدیل گردند و انحصاری در مرورگرهای وب بدست آورند. سپس با فروش بسته های نرم افزاری تبلیغاتی شان و با شریک شدن در دیگر کالاهاشروع به کسب درآمد نمودند، روشی خطرناک که میلیاردها دلار هزینه بردوششان گذاشت.

شرکت های بی تجربه کوچک.

این گروه، شرکت هایی را در بر می گیرد که توسط یک نفر اداره می شوند و دارای تجربیاتی در تجارت سنتی یا تجارت اینترنتی هستند. طرز فکر آنها در باره تجارت اینترنتی همانند طرز فکر جستجوگران طلا است که به منطقه ای که احتمال کشف طلا وجود دارد هجوم می برند و همان اشتباهی را مرتکب می شوند که افراد بی تجربه در هر ریسک تجاری مرتکب می گردند. این نوع تجارت پیشگان اغلب فکر میکنند رازی برای موفقیت وجود دارد و اگر تنها بتوانند آن ترفند را بیابند، کارشان به انجام می رسد و از آن پس میتوانند با دارا بودن یک حساب بانکی که پیوسته در حال افزایش است ذر

کنار ساحل دراز کشیده و به استراحت پردازند. اما همانگونه که خو اهیم دید، هیچ راز بزرگی در میان نیست و تنها چند تدبیر کوچک در این کار وجود دارد.

شرکت های کوچک و چابک.

برندگان این نوع تجارت شرکت های کوچکی هستند که توسط افراد با تجربه اداره می شوند و سطح بالایی از آگاهی را به نمایش می گذارند. آنها به سختی کار می کنند تا وب سایتشان ارتقا پیدا کند. در حال حاضر این دسته از شرکتها دارای میزان بالایی از موفقیت در اینترنت هستند. درست مانند آن تجارت پیشگانی که در همسایگی شما به بیشترین موفقیتها دست پیدا کرده اند. این شرکت ها که معمولاً در هنگام شروع توسط یک نفر اداره می شوند می توانند بطور خارق العاده ای توسعه پیدا کرده و به شرکت هایی بزرگ با تعداد بسیار زیادی کارمند تبدیل گردند.

هر روشی که انتخاب می کنید سعی شود از اشتباهات دیگران درس بگیرید و اشتباهات آنها را تکرار نکنید. در غیر این صورت دست به کار خطرناکی زده اید. الگوهایی را برای تجارت خود انتخاب کنید که قبلاً با موفقیت همراه بوده و شما نیز احتمالاً موفق خواهید بود.

مدیر مسئول:

امین (fotocopy)

سردبیر:

یوسف (Domain Sara)

صفحه آرایی:

یوسف (Domain Sara)

اعضای تحریریه:

فعلا فقط:

یوسف (Domain Sara)

مجله درآمد اینترنتی پرشین تولز از تمامی دوستان عزیز و کاربران محترم پی تی که میتوانند در زمینه های:

درآمد های اینترنتی

دومین

وب سایت ها

تجارت الکترونیک

و

با ما همکاری کنند، دعوت به همکاری میکند.

دوستانی که علاقمند به همکاری با ما هستند

میتوانند با مدیر مسئول یا سردبیر تماس بگیرند.

اضافه میکنم که فعالیت در این مجله اینترنتی برای هیچ کس منفعت مالی به دنبال ندارد.