

خدمات ارزش افزوده در فناوری اطلاعات

براساس کتاب آقای علی ترکمانی

خدمت چیست؟

- خدمت ترجمه کلمه انگلیسی Service است. البته در میان مردم کلمه سرویس نیز بسیار استفاده می شود. برای تعریف خدمت، به دو رویکرد زیر توجه نمایید:
- خدمت عبارت است از عمل یا فعالیتی که توسط یک فرد یا سازمان برای یک فرد یا سازمان دیگر انجام می گیرد.
- خدمات یا سرویس ها به هر گونه فعالیت یا مزیتی می گویند که از یک طرف به طرف دیگر ارائه می شود و لزوماً نامحسوس است و مالکیت چیزی را به دنبال ندارد.
- در حوزه مهندسی کامپیوتر، سرویس نرم افزاری به صورت زیر تعریف میشود:
کاری که به وسیله یک سرویس دهنده انجام می شود که ممکن است انجام یک درخواست کوچک روی داده مانند دریافت یا ذخیره اطلاعات باشد یا مربوط به انجام کاری پیچیده تر مانند چاپ یک تصویر باشد.

محصول چیست؟

- محصول یا فرآورده product، به معنای چیزی است که توسط نیروی انسانی یا تلاشی تولید می شود یا نتیجه یک عمل یا یک فرایند را گویند. محصول به معنای حاصل شده و فرآورده به معنای فرآوری شده یا تولید شده است

مقایسه محصول و خدمت

- اکثر خدمات ناملموس هستند؛
- خدمات ناهمگون و ناهمسان هستند؛
- خدمات از یک مشتری به مشتری دیگر با در ایام مختلف سال متفاوت هستند؛
- تولید و مصرف خدمات همزمان اتفاق می افتند؛
- عرضه خدمت باید خیلی سریع اتفاق بیفتد؛
- کیفیت تنها شامل خروجی نمی شود و مشتریان تمام فرایند را مدنظر قرار می دهند؛
- خدمات از طریق کانال های مختلفی عرضه می شوند (کانال های حضوری و الکترونیکی).

آمیخته بازاریابی چیست؟

- آمیخته بازاریابی یک ابزار کنترلی است که شرکت‌ها از آن برای ارائه خدمات ارزش افزوده به مشتریان استفاده می‌کنند و به 4P نیز مشهور است:
- محصول یا product: کالایی که به بازار عرضه می‌شود باید از لحاظ تنوع محصول، کیفیت، طراحی، ابعاد، بسته‌بندی، خدمات پس از فروش و برندینگ در شرایط مناسبی باشد؛
- قیمت یا price: هر کسب و کاری برای ارائه بهترین خدمت به مشتریان باید قواعد مشخصی برای قیمت‌گذاری محصولات داشته باشد. مشخص بودن لیست قیمت، تخفیف‌ها، زمان پرداخت و نوع تسویه به ایجاد حس مناسب در مشتریان منجر خواهد شد؛
- مکان عرضه یا place: در عرضه خدمات به مشتریان باید به مکان و دسترسی مشتریان به خدمات توجه کرد. توجه به کانال‌های توزیع، نحوه حمل کالا و بسته‌بندی، محل عرضه کالا، جورچینی کالا، انواع پایانه فروش و... ضروری است.
- ترویج یا promotion: در ترویج باید به مجموعه‌ای از اقدامات توجه کرد که سازمان باید برای افزایش فروش از آن استفاده کند. اقداماتی مانند: تبلیغات، مدیریت فروش، بازاریابی، روابط عمومی، باشگاه مشتریان، پاسخگویی به مشتریان و...

ارکان ۸ گانه مدیریت خدمات یکپارچه

- افراد People: در خدمات باید با مشتریان تعامل کرد؛
- فرایند Process: برای ارائه بهترین خدمات باید به طراحی فرایندها پرداخت؛
- عناصر محصول: مدیران باید به مزایای مورد انتظار مشتریان توجه کنند تا نسبت به رقبا تمایز پیدا کنند؛
- مکان و زمان: نحوه توزیع و سرعت دسترسی به خدمات به عنوان یک مزیت رقابتی محسوب می شود؛
- بهره‌وری و کیفیت: افزایش بهره‌وری برای کنترل هزینه‌ها ضروری است اما هرگز نباید باعث کاهش کیفیت شود؛
- قیمت: تمامی هزینه‌های که مشتریان برای به دست آوردن یک محصول انجام می دهند؛
- شواهد فیزیکی: ظاهر دفتر، رفتار کارکنان، تجهیزات و تمامی شواهد محسوس در هر شرکتی بر روی خدمات آن‌ها اثر می گذارد؛
- فعالیت‌های پیشبردی: برای ارائه موفق خدمات باید یک طرح و برنامه عملیاتی مشخص داشت.

خدمات پایه یا Core Service چیست؟

- خدمات پایه چیزهای اساسی یا پایه‌ای هستند که مشتریان از محصولاتی می‌خواهند که آنها را خریداری می‌کنند. به عنوان مثال، نیاز انسان‌ها به برقراری ارتباط با یکدیگر، از طریق خدمات پایه‌ای به شرح ذیل برآورده می‌شود:
 - خدماتی که اداره پست برای جابجایی نامه‌ها ارائه می‌دهد؛
 - خدماتی که شبکه مخابرات به همه مشترکان عرضه می‌کند. این خدمات در مقابل خدمات تکمیلی است که مشترک بابت آنها باید هزینه اضافی به صورت ماهیانه به شرکت مخابرات بپردازد؛
 - خدمات ارتباطی که تلفن همراه از طریق شرکت‌های مرتبط، به افراد ارائه می‌دهد.

خدمت ارزش افزوده یا Value Added Service چیست؟

- خدمات یا سرویس‌های ارزش افزوده، خدماتی هستند که امتیازات و گزینه‌های بیشتری را برای مشتریان ارائه می‌دهند و مکمل خدمات پایه محسوب می‌شوند. خدمات ارزش افزوده غالباً پس از خرید خدمت پایه توسط مشتریان، به آن‌ها ارائه می‌گردد. در بعضی موارد، ارزش افزوده، بدون دریافت هزینه اضافی، به مشتریان ارائه می‌شود. اما در موارد دیگر، خدمات ارزش افزوده در قبال اخذ وجه به مشتریان ارائه می‌گردد.

مثال‌هایی از خدمات ارزش افزوده

- به عنوان مثال، اگر استفاده از تلفن همراه را به عنوان یک خدمت پایه برای برقراری ارتباط بین افراد در نظر بگیریم، ارسال اس‌م‌اس یا همان پیامک به عنوان یک خدمت ارزش افزوده مطرح است و دارای کاربردهای زیر است:
 - استفاده از پیامک برای تبلیغات و امور تجاری؛
 - دعوت از اشخاص برای شرکت در سمینارها، همایش‌ها، جشن‌ها و نمایشگاه‌ها؛
 - مطلع شدن دانشجویان، دانش‌آموزان و اولیای آن‌ها از وضعیت تحصیلی؛
 - ارسال گزارش‌های تخلفات رانندگی توسط پیامک؛
 - اطلاع مشترکین تلفن قبل از قطع تلفن؛
 - ارائه خدمات بانکی از طریق پیامک از جمله موجودی حساب‌ها و آخرین گردش‌های حساب‌ها.
- خدمات ارزش افزوده موجب رضایت مشتری، جلب مشتری و حفظ مشتری می‌شود. دنیای رقابتی امروز، بر ارائه خدمات ارزش افزوده متکی است.

ارزش افزوده در اقتصاد (EAV)

- گاهی اوقات برخی افراد خدمات ارزش افزوده را با ارزش افزوده که در اقتصاد مطرح است اشتباه می‌گیرند. ارزش افزوده در اقتصاد سودی است که پس از کسر سرمایه گذاری انجام شده باقی می‌ماند. البته اقتصاد همواره برای تمام انسانها مهم بوده و فناوری اطلاعات نقش مهمی را با ارائه خدمات ارزش افزوده در توسعه اقتصادی داشته است.

ویژگی های خدمات ارزش افزوده

- ارزش کلی خدمات پایه را افزایش می دهند؛
- تقاضا برای خدمات پایه را افزایش می دهند.
به عنوان مثال، اگر اپراتور تلفن همراهی خدمات ارزش افزوده بیشتری ارائه دهد، مشتریان بیشتری را جذب خواهد کرد؛
- از نظر سودآوری، مستقل هستند؛
- ممکن است به عنوان ضمیمه خدمات پایه محسوب شود و با قیمت پایینی فروخته شود؛
- طول عمر خاصی دارند.
به عنوان مثال، خدماتی که در حال حاضر به عنوان خدمات ارزش افزوده تلقی می شوند، وقتی کامل متداول شدند و به طور گسترده مورد استفاده قرار گرفتند، به عنوان امتیاز رقابتی محسوب نمی شوند و از آن پس به عنوان خدمات پایه تلقی می شوند.

انواع خدمات ارزش افزوده از دیدگاه عملیاتی

- **خدمات ارزش افزوده مستقل:** این نوع خدمات، مستقل از خدمات پایه قابل ارائه هستند ولی می توانند با آنها نیز ترکیب شوند. این گروه از خدمات ارزش افزوده غالباً به عنوان یک خدمت اختیاری یا تکمیلی همراه با خدمات پایه ارائه می شوند، ولی بدون خدمات پایه و به تنهایی نیز قابل ارائه هستند. مثال پیامک می تواند بدون تماس تلفنی ارسال شود و مورد استفاده قرار گیرد.
- **خدمات ارزش افزوده وابسته:** خدمات ارزش افزوده وابسته آنهایی هستند که مستقل نیستند، بلکه ارزشی را به خدمات موجود اضافه می کنند. به عنوان مثال، تلفن همراه به عنوان یک خدمت پایه برای برقراری ارتباط وجود دارد، ولی سیستم اطمینان از تحویل پیام، توسط گزارش دریافت پیام، یک ارزش افزوده برای خدمت موجود است. به عنوان مثالی دیگر، تماس تصویری می تواند ارزش افزوده دیگری محسوب شود که به خدمت موجود اضافه می گردد.

چند نمونه از خدمات ارزش افزوده

- خدمات ارزش افزوده در هتل‌ها: اینترنت رایگان، رزرو بلیط هواپیما، سرویس رفت و برگشت به مراکز دیدنی، لیدر و...
- خدمات ارزش افزوده در رستوران: تحویل درب منزل، سفارش تلفنی یا اینترنتی غذا، پخش موسیقی در رستوران، پخت غذای سفارشی و...
- خدمات ارزش افزوده در مراکز خرید: دریافت لیست خرید و آماده‌سازی سفارشات، صندلی برای افراد مسن، محل بازی کودکان، تحویل کالا درب منزل و...

خدمات ارزش افزوده در فناوری اطلاعات

- فناوری اطلاعات انرژی‌های نهفته‌ای دارد که می‌تواند تولید خدمات، شیوه ارائه خدمات، انواع خدمات و شکل‌های خدمات را دگرگون سازد.

فناوری اطلاعات در مدت کوتاه طول عمر خود، در تمامی خدمات پایه‌ای که انسان‌ها به آن‌ها نیاز داشتند وارد شد و خدمات ارزش افزوده‌ای را ایجاد کرد. خدمات ارزش افزوده فناوری اطلاعات در حوزه‌های مختلف از قبیل اینترنت، دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک، بانکداری الکترونیک، حمل و نقل هوشمند، آموزش الکترونیک قابل بررسی است که بسیاری از این حوزه‌ها در این درس بررسی می‌شوند.

خدمات ارزش افزوده در صنعت مخابرات

- تامین خدمات ارزش افزوده در صنعت مخابرات توسط اپراتورها، یکی از منابع اصلی درآمد آنها به شمار می آید. اپراتورهای مخابراتی با ارائه خدمات مختلف به منظور جذب مشتریان بیشتر با یکدیگر به رقابت می پردازند. این خدمات به بخشی از کسب و کار اصلی اپراتورهای شبکه تبدیل شده اند. مشتریان بیش از پیش انتظار خدماتی فراتر از تماس های صوتی ساده را دارند. بنابراین برای اپراتورها در سراسر جهان مهم است که خدمات ارزش افزوده جدید و مبتکرانه ای را ارائه دهند تا هم مشتری بیشتری جذب کرده و هم بازار را در دست خود نگه دارند. به طور خلاصه، خدمات ارزش افزوده به عنوان مهمترین بخش برای اپراتورها در نظر گرفته شده است و تقاضا برای این نوع خدمات در میان مشتریان بسیار بالاست.

فصل دوم: خدمات ارزش افزوده در تلفن‌های ثابت

- شبکه هوشمند مخابرات (Intelligence Network) از سال ۱۹۸۰ توسط شرکت‌های Bell با اهداف زیر ارائه شدند:
 - استقرار سریع خدمات در شبکه تلفن
 - مستقل از فروشندگان به همراه واسطه‌های استاندارد
 - ایجاد فرصت‌هایی جدید برای ارائه خدمات متفاوت از سایر شرکت‌ها
- شبکه هوشمند (IN) ساختاری است که مشترکین مخابرات با کمک آن از خدمات مرتبط با فناوری با سهولت بیشتری استفاده می‌کنند. استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی و فراهم نمودن امکان دسترسی مشترکین زمینه را برای افزایش درآمد اپراتورهای مخابراتی افزایش داده و همچنین باعث بهره‌وری در استفاده از منابع و سرویس‌ها خواهد شد.

فواید شبکه هوشمند

- سهولت استفاده از سرویس‌ها
- عدم نیاز به تجهیزات پیشرفته
- کاهش هزینه‌های سفرهای درون شهری برای استفاده از برخی خدمات
- مقرون به صرفه بودن قیمت خدمات ارائه شده
- تنوع بیشتر خدمات و ایجاد قدرت انتخاب برای مشتری
- امکان سفارشی سازی خدمت
- معرفی خدمات جدید با سرعت بیشتر
- افزایش تعداد مکالمات موفق

خدمات شبکه مخابرات هوشمند

- مکالمه اعتباری: امکان برقراری ارتباط تلفنی را از طریق کارت مکالمه اعتباری (شماره کارت و رمز) فراهم می آورد
- مکالمه رایگان: بسته‌های تشویقی برای مشترکان پر مصرف به هدف جلب رضایت آنان
- ارائه شماره اختصاصی: خطوط اختصاصی با شماره‌های خاص یک امکان ویژه برای شرکت‌هایی است که دفتری ندارند و قصد دارند از یک شماره خاص در یک محدوده مکانی مشخص استفاده کنند.
- شماره فراگیر: در این خدمت یک شماره معرفی می‌شود و تماس‌های ورودی بر حسب منطقه تماس گیرنده به بخش‌های مختلفی انتقال داده می‌شوند. این سرویس برای شرکت‌هایی مناسب است که دارای چندین شعبه بوده یا در زمینه‌های مختلفی فعالیت می‌کنند.

ادامه خدمات شبکه مخابرات هوشمند

- مشاوره تلفنی: استفاده از خدمات مشاوره‌ای در زمینه حقوقی، شغلی، روانشناسی، خانواده، تربیت کودک، مباحث فنی و... از جمله موارد این خدمت است.
- نظرسنجی تلفنی: مشتریان امکان شرکت در نظرسنجی‌های مختلف را از طریق سیستم پیام صوتی و با درج یک عدد دارند همچنین از این روش برای پیش‌بینی مسابقات ورزشی نیز استفاده می‌شود.
- انتقال شماره: در صورتی که مشتری از مکانی به مکان دیگری منتقل شود، امکان انتقال خط تلفن قدیمی که توسط مشتریان شناخته شده است را به خط جدید دارد. سیستم هدایت شماره تلفن برای سازمان‌ها، افراد و شرکت‌های کوچک کاربردی است.
- پست صوتی: سرویس پست صوتی برای زمانی مناسب است که امکان پاسخگویی به مشتریان وجود ندارد و آن‌ها پیام صوتی می‌گذارند تا شرکت یا سازمان به آن پاسخ دهد. در صندوق پستی امکان ثبت اطلاعات دقیق از مشترک نظیر تلفن، نامبر و ایمیل وجود دارد. از این سیستم به‌عنوان تلفن مجازی نیز نام برده می‌شود.
- تماس انبوه: در بسیاری از مواقع نیاز است تا یک تماس با محتوای ثابت با تعداد زیادی از مشترکان برقرار شود. تماس با تعداد زیادی مشترک و ارسال پیام صوتی از طریق تماس انبوه صورت می‌پذیرد.
- اینترنت هوشمند: امکان دسترسی به اینترنت را از طریق شبکه تلفن (ثابت یا همراه) فراهم می‌آورد.

معرفی چند سرویس مهم در تلفن ثابت

- انتقال مکالمه یا Call Diverting: در صورت مشغول بودن خط یا در دسترس نبودن امکان انتقال تماس به شماره دیگری وجود دارد
- سرویس انتظار مکالمه یا Call Waiting: سرویس پشت خطی زمانی اتفاق می افتد که در حال مکالمه با فرد دیگری هستیم و فرد سوم منتظر پایان مکالمه اول برای برقراری ارتباط باقی می ماند.
- شماره گیری سریع یا Speed Dialing: به جای شماره گیری سریع از یک کد مخصوص برای تماس با مخاطب استفاده می شود.
- انتقال مکالمه از خط مشغول به خطوط دیگر یا Call Forwarding: برای اینکه تماس گیرندگان با بوق اشغال مواجه نشوند، امکان انتقال تماس ها به خطوط دیگر سازمان وجود دارد.
- سرویس بیدار باش: با اشتراک این سرویس، زنگ تلفن در ساعت مشخص شده به صدا در می آید.
- سرویس نمایشگر شماره تماس یا Caller ID: شماره تماس گیرنده را مشاهده می کنید. این سرویس نقش مهمی در کاهش مزاحمت های تلفنی دارد.
- دایورت پس از ۵ زنگ: بعد از ۴ بار زنگ خوردن گوشی در زنگ پنجم تماس به شماره جدیدی که اعلام کرده اید منتقل می شود.

ادامه معرفی چند سرویس مهم در تلفن ثابت

- پیامک با تلفن ثابت: امکان ارسال پیام کوتاه متنی از طریق تلفن ثابت وجود دارد.پ
- سرویس هست ستاره: با شماره گیری *8 به خدماتی نظیر فال حافظ، دفتر تلفن، موسیقی، سرویس سلامت و... دسترسی خواهید داشت. این سرویس در ۷ روز اول رایگان و بعد آبونمان دارد.
- سرویس تلفن اعتباری: پیش پرداخت برای حق مکالمه صورت می پذیرد
- مکالمه کنفرانسی: امکان ارتباط تلفنی بین ۳ نفر همزمان برقرار می شود
- سرویس کنتور خانگی: امکان مشاهده هزینه های تلفن ثابت از طریق نمایشگر تلفن وجود دارد
- سرویس اینترنت پرسرعت خانگی یا ADSL: با استفاده از مودم امکان استفاده از خطوط تلفن برای دسترسی به اینترنت ایجاد می شود.
- سرویس ارتباط بدون شماره گیری: مشترک در شرایط اضطراری با برداشتن گوشی تلفن و گذشتن مدت زمان مشخصی با تلفنی که از قبل تعیین کرده به صورت خودکار تماس می گیرد.

فصل سوم: خدمات ارزش افزوده تلفن همراه

- خدمات ارزش افزوده تلفن همراه به سرویس‌های فراتر از مکالمه صوتی اطلاق می‌شود. این خدمات علاوه بر درآمدزایی فراوان برای اپراتورهای تلفن همراه و رقابتی کردن این صنعت، منافع بسیاری را برای مشتریان و کسب و کارها ایجاد می‌کنند.

خدمات ارزش افزوده پیامک یا SMS

عموم افراد، با هر شغل و حرفه‌ای از پیامک برای انتقال پیام‌های خود به دیگران استفاده می‌کنند:

- اطلاع‌رسانی جلسات، همایش‌ها، کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها؛
- ارسال صورت حساب از طریق پیامک؛
- پرداخت قبوض؛
- انجام کارهای بانکی؛
- بازیابی رمز عبور سایت‌ها از طریق پیامک.
- ارسال پیامک تبریک در مناسبت‌های مختلف؛
- ارسال پیام‌های تبلیغاتی؛
- دریافت پیشنهادات و انتقادات مشتریان؛
- برگزاری نظرسنجی در یک موضوع خاص؛
- برگزاری مسابقات از طریق پیامک؛
- تبلیغات؛

کاربردهای پیامک در مشاغل مختلف

- رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها: تشکر از میهمانان، نظرسنجی، پیام‌های مناسبتی، رزرو میز، ارائه کد تخفیف، برگزاری مسابقه، ارسال منو غذا و...
- در مراکز آموزشی و دانشگاه‌ها: اعلام نمرات دانشجو، برگزاری کلاس یا عدم تشکیل کلاس‌ها، دریافت انتقادات و پیشنهادات و...
- بازاریابی سیار: بسیار از کسب و کارها از موبایل به‌عنوان ابزاری برای فعالیت‌های ارتباطی و تجاری استفاده می‌کنند: معرفی محصولات، معرفی کمپین‌ها، معرفی خدمات و...
- ویروسی شدن پیامک‌های بازاریابی از ویژگی‌های مهم آن است. برخی از ویژگی‌های دیگر:
 - سیار بودن، بدون نیاز به مکان خاص
 - قابلیت دسترسی گسترده
 - قابلیت حضور دائم بر روی گوشی فرد
 - سادگی فرایند ارسال انبوه
 - محلی سازی پیامک‌ها براساس موقعیت افراد

بازاریابی از طریق پیام کوتاه یا SMS Marketing

• شیوه‌ای موثر برای بازاریابی، دستیابی به مشتریان جدید، حفظ مشتری، اطلاع‌رسانی و تبدیل سرنخ به فروش قطعی است. بازاریابی پیامکی یک شیوه خاص از بازاریابی سیار است. با رشد شبکه‌های تلفن همراه امکان ارسال تصویر و پیام صوتی نیز از طریق پیامک وجود دارد. برخی از مزایای این شیوه بازاریابی:

- بالا بودن سرعت ارسال پیام
- پایین بودن هزینه ارسال پیامک
- سادگی کار با پنل‌ها ارسال پیامک انبوه
- اثربخشی بالا به نسبت سایر شیوه‌های بازاریابی و تبلیغات
- بالا بودن درصد خوانش پیام‌ها
- اطلاع‌رسانی و ارسال کدهای تخفیف
- توسعه برند
- معایب ارسال پیامک:
 - آزاردهندگی پیامک‌های تبلیغاتی
 - افزایش کلاه‌برداری و سوءاستفاده از طریق پیامک تبلیغاتی

تجارت موبایلی یا تجارت سیار (Mobile Business)

- افزایش گوشی‌های هوشمند و ارتباطات سیار باعث رشد مفهوم تجارت سیار یا تجارت موبایلی شده است.
- تجارت سیار به خرید و فروش کالا و خدمات از طریق تجهیزات بی‌سیم و گوشی‌های تلفن همراه گفته می‌شود. بر همین اساس کسب و کارهای سیار یا Mobile Business هم در جوامع شکل گرفته‌اند. اهمیت تجارت سیار:
 - تعداد گوشی‌های تلفن همراه هوشمند روزبه‌روز در حال افزایش است.
 - اکثر کاربران از طریق شبکه اینترنت تلفن همراه به پلتفرم‌ها یا وبسایت‌ها دسترسی دارند.
 - ظهور فناوری‌های مانند GPS امکان بازاریابی مبتنی بر مکان را فراهم می‌آورند.
 - برای خرید دیگر نیازی به کامپیوتر نیست.
 - فرهنگ استفاده از تجارت سیار در حال رشد است.
 - زیرساخت‌هایی مانند اینترنت در حال گسترش هستند.

ویژگی‌های اقتصادی تجارت سیار

- سیار بودن
- قابلیت دسترسی گسترده
- بومی‌سازی محصولات یا خدمات براساس موقعیت مکانی
- شخصی‌سازی محصولات
- اتصال آنی به شبکه و مراکز تجاری
- امکان ذخیره‌سازی داده‌ها
- افزایش پاسخگویی

کاربردهای تجارت سیار

- تجارت مبتنی بر مکان یا Local commerce: با کمک تجارت سیار با تعیین موقعیت مکانی مشتری، خدمات از نزدیکترین مرکز فروش یا نمایندگی به مشتریان عرضه می‌شود. در این فناوری GPS اهمیت بسیاری دارد.
- مفهوم تجارت الکترونیک در کنار تجارت سیار شکل گرفته است.
- روش پرداخت پول به صورت آنلاین یکی از کاربردهای تجارت سیار است که منجر به شکل‌گیری بانکداری آنلاین شده است.
- خرید سیار از مهمترین کاربردهای تجارت سیار است.
- امکان جستجوی فروشگاه‌ها، کسب و کارها و... باعث رشد سریع تجارت می‌شود.
- بازی و سرگرمی‌های سیار رونق تجاری را ایجاد می‌کنند.
- دیگر در مدیریت سیار انبار نیاز به دپوی کالاها به شکل انبوه نداریم.
- دفتر کار سیار مفهومی جدید ولی کاربردی است.
- آموزش از طریق تلفن همراه از کاربردهای تجارت سیار است.

فرصت‌ها و تهدیدهای تجارت سیار

- فرصت‌ها: دسترس‌پذیری و سیار بودن منجر به ارزش‌زایی و خدمات ارزش افزوده بسیاری برای کسب و کار و ایجاد مزیت رقابتی می‌شود.
- تهدیدها: مشکلات زیرساختی، کمبود پهنای باند، قوانین محدود‌کننده دولتی و... از معضلاتی است که کسب و کارها باید راهکاری برای آن بیابند.

خدمات ارزش افزوده MMS

- پیام‌های چندرسانه‌ای ارزش افزوده بسیاری را برای تجار و بازرگانان دارد. عدم محدودیت در ارسال متن، تصویر، صوت یا ویدیو باعث می‌شود تا از MMS برای کاربردهای مختلف بازاریابی و تجاری استفاده شود. پیام‌های تصویری نقش مهمی در خدمات سرگرمی و جلب توجه مخاطبان دارند.

سایر خدمات ارزش افزوده تلفن همراه

- اطلاعات مبتنی بر مکان در نرم افزارهای موبایلی نظیر بادصبا
 - صورتحساب مبتنی بر مکان
 - ردیابی افراد/ رهگیری
 - دوست یابی
 - یافتن افراد مسن
- کنترل از راه دور وسایل خانگی با موبایل
- خدمات ارزش افزوده محتوایی از طریق تلفن همراه مانند فیدیبو، طاقچه، نوار و...
- بازی همراه
- تلویزیون همراه
- پخش موزیک و پادکست
- آموزش
- و...

فصل چهارم: خدمات ارزش افزوده بانکداری آنلاین

- با گسترش تجهیزات الکترونیک و امکان واریز وجوه به صورت آنلاین بحث خدمات ارزش افزوده در بانکداری از طریق تلفن همراه مطرح شد.
- در بانکداری اینترنتی مشتریان قادر به بررسی حساب خود به صورت آنلاین هستند. استفاده از پیامک، اپلیکیشن و وبسایت های امن (https) امکان ارائه انواع خدمات بانکداری به مشتریان وجود دارد.
- WAP مجموعه ای از پروتکل ها است که امکان دسترسی تجهیزاتی نظیر موبایل که پردازنده ضعیفی دارند را به اطلاعات حجیم در وبسایت ها فراهم می آورد. در واقع WAP معادل پروتکل TCP/IP هست و نقش مهمی در توسعه بانکداری آنلاین داشته است.
- WTLS پروتکل دیگری برای تامین امنیت ارتباط بین موبایل و درگاه WAP است که معادل SSL در وبسایت ها است.

پیاده سازی بانکداری موبایلی

۱. استفاده از طریق سرویس پیام کوتاه و نسل ۲ ارتباطات مخابراتی پیامک ابزاری مطمئن، سریع و ارزان برای اطلاع رسانی از عملیات های بانکداری به مشتریان می باشد
۲. پیاده سازی بانکداری الکترونیک از طریق اشتراک داده و دسترسی به شبکه اینترنت

خدمات ارائه شده در بانکداری آنلاین

- کنترل مانده حساب؛
- پرداخت قبوض؛
- مشاهده چند مبادله مالی آخر مشتری و درخواست دریافت موجودی حساب؛
- صورتحساب؛
- تبلیغات بانکی؛
- انتقال پول بین حسابها؛
- مسدود کردن حساب، چک یا کارت؛
- درخواست دسته چک؛
- اخذ قیمت سهام یا خرید و فروش؛
- ارسال پیام کوتاه از طرف بانک به مشتری؛
- تغییر رمز عبور یا ارسال رمز موقت؛
- ...

پرداخت سیار

- هر گونه پرداخت از طریق تلفن همراه را "پرداخت سیار" می نامیم. تلفن همراه به عنوان کیف پول محسوب شده و با امنیت بالا امکان خرید و برداشت وجه را فراهم می آورد.
- در پرداخت سیار باید تمامی بازیگران از جمله خریداران کالا، فروشندگان، موسسات مالی، اپراتورهای تلفن همراه و نهادهای دولتی راهکاری متناسب را ارائه کند. فناوری های زیر مهمترین موارد در زمینه پرداخت سیار هستند:
 - پیامک؛
 - USSD
 - اینترنت
 - نرم افزارهای موبایلی
 - NFC

مزایای استفاده از پرداخت سیار

- ۷۲۴ (هفت روز هفته، ۲۴ ساعت شبانه‌روز)
- دسترسی بالا (تلفن همراه) و سادگی دریافت خدمات
- سریع و ارزان بودن (صرفه‌جویی در زمان و هزینه)
- امنیت مناسب در نقل و انتقال وجوه زیاد (عدم نیاز به حمل پول نقد)
- دیگر نیازی به انتقال کارت بانکی یا کیف پول ندارید
- امکان معرفی چندین حساب بر روی یک گوشی تلفن

کاربرد پیامک در امور بانکی

• سامانه ارسال پیامک یک طرفه (از سمت بانک به مشتری) ابزاری برای اطلاع‌رسانی تراکنش‌ها است. البته در مواردی امکان ارسال پیامک دو طرفه بین مشتری و بانک نیز وجود دارد. امنیت بالا باعث شده تا پیامک مورد توجه بسیاری از موسسات مالی باشد.

- اریال صورت‌حساب برای مشتری
- دریافت رمز دوم
- مانده حساب
- پرداخت یا دریافت چک
- اطلاع‌رسانی درباره برداشت یا واریز

پرداخت از طریق پیامک یا USSD

- در روش پرداخت از طریق پیامک مشتری تقاضای پرداخت وجه را از طریق پیامک به حساب مقصد برای بانک ارسال می کند. در ایران به علت امنیت پایین سیستم رمزنگاری پیامک ها از این شیوه استفاده نمی شود.
- USSD متنی است که از طریق تلفن همراه با یک برنامه کاربردی در مقصد صورت می پذیرد. تراکنش USSD فقط از طریق تلفن همراه روشن و تنها در عرض یک ثانیه صورت می پذیرد. بین پیامک و USSD تفاوت هایی وجود دارد:
- پیامک در شبکه ذخیره می شود و بعد از وقفه ای ارسال می شود اما USSD در شبکه ذخیره نمی شود
- USSD یک روش ارتباط بین تلفن همراه با شبکه است. این در حالی است که پیامک روشی برای ارتباط بین گوشی با گوشی است. بنابراین USSD امنیت بیشتری نسبت به پیامک دارد.
- برای استفاده از USSD نیازی به هیچ نرم افزاری دیگری ندارید و تنها با یک کد مثلا #720* وارد منو نرم افزار می شوید.

نرم افزارهای کاربری پرداخت سیار

- بسیاری از بانک‌ها برای بهبود خدمات از نرم‌افزارهای اختصاصی استفاده می‌کنند تا تجربه کاربری بهتری را برای کاربران ایجاد کرده و امنیت بیشتری را به وجود آورند.
- در این روش اطلاعات قبل از ارسال از نرم‌افزار بر روی شبکه باید رمزگذاری شود تا امنیت داده‌های حساس از بین نرود. در سمت بانک نیز اطلاعات رمزگشایی می‌شوند.
- در کنار نرم‌افزارها مرسوم، تکنولوژی‌هایی مانند بلوتوث، RFID و QR code، NFC، کیف‌های پول نرم‌افزاری (ولت‌ها) مانند جیرینگ و... نیز در بانکداری الکترونیک استفاده می‌شوند.

فصل پنجم: خدمات ارزش افزوده وب

- وب جهانی (WWW) برای دستیابی به اسناد
- متنی در محیط وب ایجاد شد و توانست در مدت کوتاهی رشد قابل توجهی را تجربه کند که خود زمینه‌ساز توسعه فناوری‌های دیگر شد.
- ایمیل؛
- تفریح و سرگرمی در وب؛
- خرید بلیط از طریق وبسایت‌ها؛
- آگاهی از شرایط آب و هوایی؛
- مسافرت مجازی؛
- رادیو تلویزیون در وب؛
- گفتگو (Chat)؛
- روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های اینترنتی؛
- تجارت الکترونیک؛
- ارتباط بنگاه با بنگاه B2B
- ارتباط بنگاه با مصرف‌کننده B2C
- ارتباط مصرف‌کننده با مصرف‌کننده C2C
- ارتباط مصرف‌کننده با دولت یا بلعکس C2G یا G2C

مزایای تجارت الکترونیکی با وب

- گسترش بازارهای محلی به بازارهای مالی و بین المللی
- دسترسی سریع به اطلاعات دقیق تجاری و جلوگیری از اتلاف وقت
- کاهش هزینه‌های تبلیغات از طریق بازاریابی الکترونیکی
- ارتقا رفاه عمومی مردم
- افزایش رقابت و ارتقا 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 کالا و محصولات و گسترش گزینه‌های انتخابی مشتریان
- افزایش سرعت تحویل محصولات و خدمات
- امکان شرکت در حراج‌های مجازی
- امکان ارتباط مشتریان در فضای الکترونیکی
- کاهش هزینه‌های رفت و آمد برای خرید کالا
- کاهش ترافیک و آلودگی محیط زیست
- حذف واسطه‌ها

معایب تجارت الکترونیکی

- بروز مشکلات امنیتی در تعاملات تجاری از طریق شبکه‌های اینترنتی
- کاهش حجم فروش و سطح درآمد مردم
- تضعیف بازارهای داخلی با فروش کالا با بازارهای خارج
- احتمال از بین رفتن ایده‌های نوآورانه توسط رقبا
- کاهش نیروی شاغل تجارت سنتی و افزایش نرخ بیکاری

محدودیت‌های تجارت الکترونیکی

- نیاز به بانکداری الکترونیکی توانمند و دقیق
- فقدان استانداردها و قواعد پذیرفته شده جهانی در حوزه امنیت، کیفیت و قابلیت اعتماد؛
- کم بودن پهنای باند شبکه‌های ارتباطی؛
- ضعف ابزارهای کاربردی در تجارت الکترونیک؛
- نیاز به حفظ امنیت اطلاعات و محرمانگی اطلاعات شخصی (حفظ حریم خصوصی)
- ضرورت توسعه محیط حقوقی لازم به منظور اجرای تجارت الکترونیک؛
- نیاز به روش‌های مطمئن و کارا برای تایید احراز هویت خریدار و فروشنده؛
- فقدان اعتماد و مقاومت مشتریان و نبود استفاده از فرهنگ استفاده از تجارت الکترونیکی؛
- تحریم‌های بین‌المللی.

بازاریابی الکترونیکی

- اینترنت فرصت‌های جدیدی را برای بازاریابی فراهم کرده است.
- بازاریابی یعنی یافتن یا ساختن بهترین بازار برای عرضه کالا یا خدمات به مشتریان بالقوه که از طریق سنتی و فیزیکی صورت می‌پذیرد یا امکان بازاریابی مجازی (آنلاین/اینترنتی/الکترونیک) وجود دارد.
- بازاریابی از طریق ایمیل
- بازاریابی از طریق موتورهای جستجو
- بازاریابی از طریق تبلیغات در وبسایت‌ها
- بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی
- بازاریابی از طریق پیامک
- ...

نمونه‌هایی از تجارت الکترونیک بر بستر وب

- آموزش الکترونیکی (سیستم‌های مدیریت آموزشی یا LMS)
- خدمات پزشکی از راه دور
- سایت‌های خبری
- فروشگاه‌های آنلاین
- بازی‌های تحت وب
- برندینگ دیجیتال
- و ...

فصل ششم: خدمات ارزش افزوده رایانش ابری

- رایانش ابری به برنامه‌ها و سرویس‌هایی اشاره دارد که در یک شبکه توزیع شده اجرا می‌شوند. از نظر مفهومی در رایانش ابری از منابعی استفاده می‌شود که مجازی و نامحدود بوده و به طور کامل متفاوت از سیستم کاربر هستند.
- ابر یا Cloud به مفهوم استفاده هم‌زمان از چندین سیستم در کنار یکدیگر است که منابع سخت‌افزاری آن‌ها به صورت فیزیکی یا مجازی با یکدیگر اشتراک‌گذاری می‌شوند تا قابلیت بیشتری در ارائه خدمات داشته باشند.
- مهمترین ارائه‌دهندگان خدمات ابری در جهان شرکت‌هایی مانند گوگل و آمازون هستند. سرویس‌های ابری به شکل چشمگیری هزینه‌ها را کاهش داده و نقش مهمی در رشد تجارت آنلاین دارند. بسیاری از ایده‌های نوآورانه بر بستر ابر شکل می‌گیرند و مفاهیمی مانند SaaS و Paas و IaaS ایجاد می‌شوند.

مزایای رایانش ابری

- اتصال به ابر از طریق اینترنت ساده است و از هر مکانی امکان پذیر است.
- امکان توسعه پذیری سریعی دارد.
- نیاز به دانش فنی بالایی ندارد و سریع پیاده سازی می شود.
- باعث مدیریت هزینه ها می شود.
- کیفیت سرویس از استاندارد بالایی برخوردار است.
- قابلیت اطمینان در رایانش ابری زیاد است.
- امکان برون سپاری خدمات فناوری اطلاعات با کمک ابر ایجاد می شود.
- هزینه های نگهداری به شدت کاهش می یابد.

خدمات ارزش افزوده رایانش ابری

- آموزش سیار؛
- بهداشت و درمان، ویزیت آنلاین و...
- نرم افزارهای سیار مانند طراحی لوگو و...
- ذخیره سازی ابری؛
- رایانش ابری یک مدل کسب و کار.

فصل هفتم: خدمات ارزش افزوده در شبکه‌های اجتماعی

- شبکه‌های اجتماعی (Social Networks) ساختاری اجتماعی است که از گره‌هایی تشکیل شده‌اند که توسط یک یا چند نوع وابستگی به یکدیگر متصل می‌شوند.
- رسانه‌های اجتماعی موجب می‌شوند تا:
 - تعاملات اجتماعی بهبود پیدا کند؛
 - رسانه‌های اجتماعی کاربرد فناوری را در زندگی نشان می‌دهند؛
 - امکان ایجاد خدمات ارزش افزوده توسط کسب و کارها برای مشتریان از طریق شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌شود؛
 - به افزایش آگاهی کمک می‌کنند.

انواع رسانه‌های اجتماعی

- وبلاگ‌ها؛
- شبکه‌های اجتماعی؛
- اخبار اجتماعی؛
- پیام‌رسان‌های اجتماعی مانند تلگرام، واتساپ، ایتا و...
- ارتباطات اجتماعی مانند فیس‌بوک؛
- میکرو بلاگ‌ها مانند توییتر سابق؛
- سایت‌های پرسش و پاسخ اجتماعی مانند انواع فروم‌ها
- شبکه‌های اشتراک‌گذاری تصویر و ویدیو مانند اینستاگرام،
- یوتیوب، آپارات، پینترست و...
- ارتباطات کاری مانند لینکدین؛
- کامنت در صفحات محصول فروشگاه‌ها؛
- انتشار پادکست مانند کست باکس یا شنوتو؛
- سایت اشتراک‌گذاری محتوا مانند اسلاید شیر؛
- ویکی‌پدیا؛
- ارائه توصیه؛
- محتوای تولید شده توسط کاربر مانند ویرگول

مزایای اجرای کمپین‌های تبلیغاتی از طریق شبکه‌های اجتماعی

- امکان یافتن شبکه اجتماعی متناسب با کسب و کار؛
- افزایش تعامل با اعضا و ارائه خدمات پشتیبانی که منجر به افزایش رضایت مشتری می‌شود؛
- ابزاری برای اطلاع‌رسانی سریع و به موقع؛
- امکان آموزش و افزایش آگاهی مخاطبان؛
- توسعه برندینگ دیجیتال (وایرال شدن محتواها در شبکه‌های اجتماعی)؛
- انتقال ترافیک انبوه به سمت کسب و کار؛
- امکان استفاده از انواع محتواهای تصویری، متنی، صوتی، ویدیویی، اینفوگرافی، کتاب آنلاین و...
- کامنت مارکتینگ و استفاده از بازخورد مخاطب؛
- یکپارچگی با دیگر فعالیت‌های بازاریابی؛
- توسعه هویت بصری و دیجیتال برند؛
- نرخ بازگشت بالای سرمایه؛
- امکان هدف‌گذاری دقیق و سنجش معیارها؛
- و...

مزایای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بازاریابی

- هزینه پایین نزدیک به صفر؛
- ماهیت و طبعت تکثر گرای شبکه‌های اجتماعی، امکان اجرای بازاریابی ویروسی؛
- افزایش ترافیک هدفمند؛
- امکان استفاده از اینفلوئنسرمارکتینگ یا همان افراد تاثیر گذار؛
- ساخت شبکه‌ای از ارتباطات موثر در حوزه کاری؛
- امکان بروز خلاقیت و نوآوری

معایب استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بازاریابی

- پیچیدگی تعیین استراتژی مناسب
- احتمال اشتباه و آسیب به اعتبار برند
- لزوم صرف زمان بیشتر برای جذب مخاطبان به نسبت شیوه‌های تبلیغاتی سنتی
- نیاز به آشنایی با مفاهیم روز فناوری اطلاعات و ارتباطات و شناخت تغییرات الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی
- تاثیر منفی بر بهره‌وری افراد به علت درگیر شدن با شبکه‌های اجتماعی در محل کار.
- امکان ایجاد صدمات روحی و فیزیکی.

برخی از مهمترین خدمات ارزش افزوده در شبکه‌های اجتماعی

- سرگرمی و بازی
- آموزش
- اطلاع‌رسانی
- معرفی فناوری‌های جدید
- ارائه تخفیف
- تقویت ارتباطات با مشتریان و دریافت بازخورد
- ایجاد ترافیک موثر برای وبسایت‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی

فصل هشتم: GPS و خدمات ارزش افزوده

- مکان‌یابی یا مسیریابی یا ناوبری از خدمات فناوری اطلاعاتی است که ارزش افزوده بسیاری را برای کسب و کارهای نوآور ایجاد می‌کند. GPS یا Global Position System یک سیستم موقعیت‌یابی جهانی است که اطلاعات دقیقی را از محل و زمان حضور افراد در مکان‌های مختلف به نمایش می‌گذارد.
- برای اجرای جی‌پی‌اس باید به ماهواره‌های مخابراتی دسترسی داشت. GPS منظومه‌ای از ۲۴ ماهواره است که به دور زمین می‌چرخند و در هر مدار جغرافیایی ۴ ماهواره قرار می‌گیرند. با کمک این فناوری امکان یافتن موقعیت جغرافیایی افراد یا اشیاء مختلف را خواهیم داشت.

مزایای خدمات ارزش افزوده GPS

- استفاده در فعالیتهای شهری و نیازهای روزمره
- ردیابی کودکان و افراد مسن
- استفاده در ورزشهای کوهنوردی، شکار و مسافرت
- مسیریابی توسط رانندگان
- افزایش امنیت رانندگان
- فعالیتهای نقشه برداری
- عملیات پلیسی و نظامی
- پیش بینی زلزله (تعیین گسل، انتقال تجهیزات به
- موقعیت زلزله و...) (موقعیت زلزله و...)
- کشاورزی و منابع طبیعی
- مطالعات زمین شناسی، معدن، جغرافیا و...
- دریانوردی
- علوم نجوم
- اهداف سازمانی (بهینه سازی مدت زمان ارائه سرویس به مشتریان، کنترل پرسنل، پوشش مناطق خدمت و...)
- و...

فصل نهم: شبکه خصوصی مجازی VPN

- شبکه‌های خصوصی مجازی Virtual Private Network پلی برای ارتباط چند شبکه محلی LAN هستند تا امنیت انتقال داده‌ها تامین شود. در حقیقت VPN یک تونل امن و رمزگذاری شده برای ارسال اطلاعات توسط افراد مشخص شده است.
- VPN برخلاف نامی که عامه افراد در ایران از آن تصور دارند، ابزاری برای برقراری ارتباط در شبکه است. VPN یک شبکه اختصاصی است که از یک شبکه عمومی مانند اینترنت برای ایجاد کانال ارتباطی مخصوص بین چندین کاربر و دسترسی به اطلاعات استفاده می‌کند.
- برخی از مزایای VPN:
 - افزایش امنیت: تمامی اطلاعات کد می‌شوند
 - هزینه پایین: نیازی به راه‌اندازی خطوط اختصاصی بین کلاینت با سرور نیست
 - دسترسی بالا: بعد از اتصال به سرور جزیی از آن شبکه می‌شوید و به تمامی منابع دسترسی دارید

چه زمانی از VPN استفاده می کنیم؟

- در شبکه‌هایی که نیاز به بستری برای تبادل امن داده‌ها دارند مانند بانک‌ها، وزارتخانه‌ها و...
- شبکه‌هایی که نیازمند ارتباط پایدار و همیشگی با شبکه هستند
- شبکه‌هایی که باید در کوتاه‌ترین زمان ممکن راه‌اندازی شوند
- شبکه‌هایی که کلاینت‌های آن دارای پراکندگی زیادی هستند و امکان اجرای شبکه LAN یا WAN را ندارند.
- **منظور از تونلینگ (Tunneling) در شبکه‌های VPN چیست؟**
در VPN از یک تونل ارتباطی منحصر به فردی برای انتقال داده‌ها ارسال می‌شود که با کمک فایروال امنیت شبکه خصوصی تامین می‌شود.

بررسی انواع VPN

- VPDN یا VPN با امکان دسترسی از راه دور. در این نوع از VPN از هر نقطه‌ای که به اینترنت دسترسی وجود داشته باشد، امکان دستیابی به شبکه خصوصی وجود دارد.
- Site to Site VPN یا همان VPN سایت به سایت که قابل اتصال چندین سایت از طریق شبکه اینترنت به یکدیگر هستیم. این شیوه خود دارای دو حالت اینترنت و اکسترانت است.

امنیت VPN

- امنیت VPN از طریق فایروال تامین می شود. همچنین AAA Server نیز وظیفه بررسی هویت، مجوزها و نقش های کاربران را برعهده دارد.
- با استفاده از کدگذاری Encryption و روش های رمزنگاری امنیت داده ها در VPN تامین می شود. در لایه شبکه نیز با پروتکل IPSec امنیت تونل تامین می شود.

فصل دهم: خدمات ارزش افزوده در دولت الکترونیک

- دولت الکترونیک (E-Government) به ابزارها و روش‌هایی اطلاق می‌گردد که مردم توسط آن‌ها به بنگاه‌های اقتصادی، موسسات و کارکنان دولت دسترسی ساده‌تری دارند. در دولت الکترونیک تلاش می‌شود تا با خودکارسازی فرایندها زمان انتظار مردم برای دریافت خدمات کاهش یابد.
- در تعریفی دیگر، به ارائه خدمات دولتی به کلیه افراد یک جامعه و سازمان‌ها به صورت شبانه‌روزی با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) دولت الکترونیکی گفته می‌شود.
- دولت الکترونیکی به شیوه‌های نوین استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات گفته می‌شود که به افراد جامعه برای دسترسی سریع به اطلاعات و خدمات دولتی کمک می‌کند.

اهداف اصلی دولت الکترونیک

-
- ایجاد محیط کسب و کار بهتر
 - ارائه خدمات یکپارچه
 - کاهش هزینه ارائه خدمات
 - کوچک سازی اندازه دولت
 - شفاف سازی مقررات و قوانین حاکم
 - جلب مشارکت بیشتر مردم
 - تسهیل ارتباط بین سازمان ها و بخش های دولتی
 - افزایش انعطاف پذیری بدنه دولت
 - بهبود کیفیت تصمیم گیری های دولتی
 - جلب اطمینان بیشتر شهروندان
 - تاکید بر جامعه مبتنی بر داده و دانش
 - افزایش سیستم های نظارتی
 - به کارگیری درست و به موقع از سیستم های اطلاعات مدیریتی
 - کارآفرینی و بهبود بهره وری
 - ...

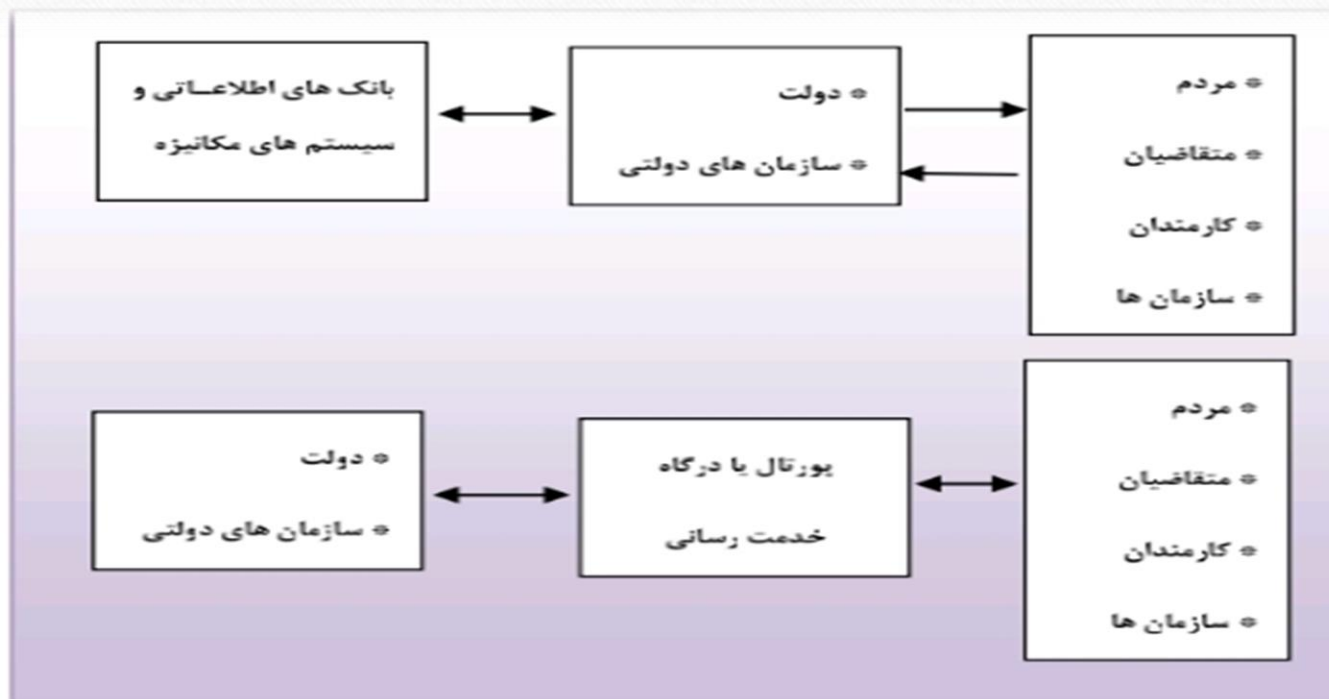
مزایای استفاده از دولت الکترونیک

- کاهش هزینه‌های خدمات و کسب و کار
- حرکت در جهت سادگی کارها و رفع پیچیدگی فعالیت‌ها
- جلب اطمینان مردم
- تقویت تعاملات بین مردم و دولت
- بهره‌مندی کامل از فضای مجازی
- صرفه‌جویی چشمگیر در زمان
- ارتقای سطح آگاهی مردم
- ارائه خدمات به صورت ۲۴/۷
- رفع تبعیض و برقرار عدالت در ارائه خدمات به مردم
- ایجاد بهبود در مدیریت ادارات و سازمان‌ها
- کاهش سیستم بروکراسی اداری
- کاهش فساد اداری و نظام‌مند شدن سیستم‌ها
- امکان ارائه خدمات به صورت یکپارچه و بهینه

الزامات اصلی برای اجرای دولت الکترونیک

- تدوین و تعریف استانداردهای اطلاعاتی
- تعریف جزئیات خدمات و فرایندها و نحوه بهینه‌سازی آنان
- ایجاد سیستم‌های الکترونیکی پرداخت
- سیستم مدیریت هویت کاربران
- سیستم مدیریت پروفایل کاربران
- سیستم‌های اطلاع‌رسانی به کاربران
- ایجاد زیرساخت کلید عمومی برای خدمات و مبادلات
- الکترونیکی
- ایجاد سیستم یکپارچه مدیریت مستندات
- ایجاد کارت هوشمند چندمنظوره ملی
- ایجاد درگاه ملی خدمات
- تدوین زیرساخت‌های حقوقی دولت الکترونیک
- ایجاد مراکز داده

خدمات ارزش افزوده دولت الکترونیک



- کاهش ترافیک و آلودگی هوا با عدم نیاز به رفت و آمد مردم
- شکل گیری مفهوم دولت سیار: در دولت سیار با استفاده از سامانه های آنلاین خدمات به مردم ارائه می شود.

شکل ۱-۱: مقایسه خدمت رسانی در مدل قدیم و جدید .

خدمات ارزش افزوده شهر الکترونیک

- شهر الکترونیکی شهری است که تمامی شهروندان به خدمات سازمان‌ها به صورت آنلاین به صورت ۷۲۴ دسترسی داشته باشند. در چنین شهری ابزارهای الکترونیک و فناوری اطلاعات و ارتباطات موجب افزایش کارایی و اثربخشی سازمان‌ها، شرکت‌ها و افراد جامعه می‌شود.
- شهروند الکترونیکی به فردی گفته می‌شود که با استفاده از فناوری اطلاعات امکان دریافت انواع خدمات الکترونیک را داشته باشد.

مزایای استقرار شهرهای الکترونیکی

- بهبود کیفیت زندگی شهروندان
- افزایش سطح آگاهی شهروندان
- ایجاد امکانات آموزشی و ارتقا سطح فرهنگ عمومی
- تحقق مدیریت واحد شهری
- برقراری ارتباط بهتر بین سازمان‌ها و نهادها مختلف شهری
- افزایش نظم و انضباط اجتماعی
- ارائه خدمات ۲۴ ساعته در ۷ روز هفته
- صرفه جویی در وقت و انرژی
- افزایش رقابت پذیری در حوزه مدیریت شهری
- توسعه کسب و کارهای الکترونیکی
- کاهش ترافیک شهر و آلودگی هوا
- ایجاد فرصت‌های شغلی
- توزیع مناسب و یکسان خدمات شهری
- کاهش فساد اداری

خدمات اصلی دولت الکترونیکی

- خدمات اطلاعاتی مانند اطلاعات درباره مشاغل، آموزش، بهداشت، ورزش، فرهنگ و...
- خدمات ارتباطی مانند ایمیل شهری، پورتال‌های مدیریت شهری و سازمانی، شبکه‌های اجتماعی و...
- خدمات تراکنشی مانند سیستم شهرسازی، اعتبارات و...

سازمان‌های مجازی یا الکترونیکی در دولت

- شهرداری مجازی یا الکترونیکی
- کتابخانه مجازی
- دانشگاه مجازی یا آنلاین
- دادگاه مجازی
- موزه مجازی
- سفارت مجازی
- بیمارستان مجازی
- و ...

فصل دهم: خدمات ارزش افزوده VoIP

- VoIP مخفف Voice over Internet Protocol است و به معنای انتقال صدا از طریق اینترنت است. از ویپ به عنوان IP تلفنی نیز یاد می شود و امکان مکالمه تلفنی ارزان قیمت با هر نقطه جهان فراهم می شود. مهمترین مزیت VoIP نسبت به تلفن سنتی هزینه مناسب آن است. البته برای تبدیل سیگنال صوتی به دیجیتال باید از ابزارهایی مانند کامپیوتر یا گوشی هوشمند استفاده کنید.
- مزیت مهم VoIP این است که امکان ارتباط با تلفن های سنتی را نیز دارد. البته مخابرات باید این امکان را فراهم کرده و یک IP واسط را در نظر بگیرد. از معایب این روش تاخیر، نوسانات، تخریب بسته های صوتی، تاخیر صدا و... است.
- امنیت VoIP از تلفن های سنتی پایین تر نیست ولی از آنجایی که بسته های صوتی در اینترنت جابه جا می شوند، نگرانی هایی وجود دارد. نسل آینده شبکه های تلفنی در مخابرات از شبکه های سیمی و سوئیچینگ مخابراتی به سمت VoIP خواهد رفت.
- از VoIP در سازمان هایی که دارای چندین شعبه هستند به شکل گسترده ای استفاده می شود.

پاپان