



## جستجوی تأمین کنندگان کالا در اینترنت؛ خطرات و اقدامات احتیاطی

علی باسره

کارشناس ارشد، زبانشناسی، گروه زبانشناسی، دانشکده ادبیات دکتر شریعتی، دانشگاه فردوسی مشهد

*Basereh@msn.com*

### چکیده

با توجه به اهمیت امنیت و حصول اطمینان از اعتبار تأمین کنندگان کالاهای تجاری که آشنایی با آنها از طریق اینترنت می باشد و نیز جهت حفظ امنیت در امر خرید خارجی از تأمین کنندگان جدید، چندین راهکار پیشنهاد گردیده است، از جمله: ارتباط از طریق ایمیل بجای مرکز پیام در پانل وبسایت، تماس مستقیم با تلفن ثابت کارخانه و استعلام اعتبار شخص معرفی شده در وبسایت، خرید از کاربران طلائی سایت و آنهایی که خرید امانی را می پذیرند، بررسی دقیق اطلاعات شرکت و توجه به تمامی جزییات، توجه به معیارهای کیفی محصول و تفاوت آن با استانداردهای کشور واردکننده، توجه به تولید تخصصی یک گروه از محصولات، شفافیت در ارائه مشخصات دقیق و فنی کالا و استانداردهای مورد نیاز، دریافت نمونه و کاتالوگ رایگان.

واژگان کلیدی: جستجوی تأمین کنندگان، امنیت، اینترنت، وبسایت علی بابا.



## Searching Commodity Suppliers on Internet; Risks & Precautions

### Abstract

Because of the importance of safety and assurance of the validity of the suppliers who are found on internet, and to keep international purchase from new suppliers secure, some technics have been proposed; such as: communication via Emails instead of using the message center in the website panel, direct contact with the factory telephone and getting confirmation of the introduced contact person, buying from Gold members of the website and those who accept Screw payment system, exact checking of company information and paying attention to all details, considering the quality criteria and their differences with the standards of the country of destination, paying attention to the exclusive production of one group of products, clearly presenting exact and technical specifications of the product and the required standards, requesting free samples and catalogs.

**Keywords:** Searching Suppliers; Security; Internet; Alibaba Website

### ۱- مقدمه

امروزه در حوزه تجارت و واردات کالا استفاده از اینترنت اجتناب ناپذیر می باشد. ابزارهای فضای مجازی علیرغم ایجاد امتیازاتی همچون برخورداری از مزیت رقابتی و کاهش هزینه واردات از طریق دسترسی سریع به فهرست میلیونی کالاها و یافتن تأمین کنندگان جدید، مسائلی را به همراه دارد که مهمترین آنها رعایت اصول ایمنی در مسیر شناخت تأمین کنندگان جدید بدون افتادن به دام دلالتها و کلاهبرداران می باشد. اطمینان کامل در این حوزه شاید هرگز میسر نیاشد و احتمالاً به همین دلیل است که مقالات اندکی در این خصوص نگارش یافته و آنها نیز عموماً محدود به برخی توضیحات و راهنمایی هایی می گردد که خود سایت مرجع به خریداران و مراجعین ارائه می نماید؛ بعنوان نمونه، صفحات راهنمای خریداران حاوی توصیه های امنیتی در وبسایت (alibaba.com) و لینکها و مطالب ارسالی آن شرکت که از طریق مکاتبه با مدیریت تأمین کنندگان بین المللی وبسایت علی بابا خانم هیلاری هو (hilary-hul@alibaba-inc.com) در اختیار اینجانب قرار گرفته است. در حقیقت مشکل اینجاست که در هیچکدام از این صفحات خلاءهای امنیتی آن سایت یا هر راهکاری که مستلزم خروج کاربر از محیط وبسایت و تماس مستقیم با تأمین کننده باشد ارائه نمی گردد. اما در این مقاله تلاش شده بیطرفانه نکات و راهکارهایی مفید برگرفته از سالها تجربه، با هدف ایجاد اطمینان از اعتبار تأمین کنندگانی که از طریق اینترنت معرفی و فهرست گردیده اند، مطرح گردد. از آنجایی که در صدر تمام نتایج جستجو برای تأمین کنندگان کالاهای گوناگون در موتورهای جستجو نام بزرگترین وبسایت تجارت الکترونیک علی بابا بعنوان بهترین مرجع در این زمینه ظاهر می گردد، سعی گردیده این وبسایت بطور موردی مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد و در نهایت، نکات و راهکارهای مفید و کاملاً کاربردی و بروز برای استفاده واردکنندگان و مدیران خرید خارجی ارائه گردد.

### ۲- شیوه های یافتن تأمین کننده

ابتدا دو شیوه رایج برای یافتن و آشنایی با تأمین کنندگان توضیح داده می شود.



**۱-۲- روش نخست - شیوه سنتی:** این شیوه که پیش از ورود اینترنت مرسوم بود و حتی امروزه نیز تا حدودی توسط برخی بازرگانان مورد استفاده قرار می گیرد، مبتنی بر راهکارهایی زمانبر و بسیار محدود از جمله انجام سفر و حضور در نمایشگاههای خارجی، استفاده از کاتالوگهای چاپی، تماسهای تلفنی و عدم استفاده از ایمیل، کمک گرفتن از شرکتهای بازرگانی در کشور مبدأ یا مقصد، مراجعه حضوری به بازارها و انجام خرید مستقیم در محل عرضه کالای مورد نظر و حتی در مواردی حضور شخص خریدار در کشور مبدأ و نظارت او از زمان خرید و پرداخت (گاهی بصورت وجه نقد) تا پایان بازرگانی را شامل می گردد.

معایب: شیوه سنتی در تجارت امروز بسیار مبتدی، غیر اصولی و ناکارآمد بنظر می رسد و البته معایب و خطرات خاص خود را نیز به همراه دارد؛ از جمله: بالا بودن هزینه سفرهای خارجی، عدم اطلاع سریع از محصولات جدید، افزوده شدن به هزینه تمام شده کالا در صورت کمک گرفتن از شرکتهای بازرگانی واسط و از همه اینها مهمتر امنیت نقل و انتقال پول برای طرف خریدار می باشد که بدلیل عدم ارتباط با تأمین کنندگان مادر، عدم ثبت بانکی وجوه پرداختی و نیز احتمال افتادن به دام دلالها و کلاهبرداران برای خریداران بویژه از کشوری همچون ایران بدون حمایتهای حقوقی بین المللی و عدم امکان گشایش اعتبار اسنادی، خطری بسیار جدی محسوب می گردد.

**۲-۲- روش دوم - شیوه مدرن:** استفاده از فن آوریها و ابزارهای جدید بویژه جستجو در اینترنت، تماس با تأمین کنندگان و انجام خرید و پیگیری آن در فضای مجازی و نیز موارد زیر از جمله ویژگیهای این روش می باشند:

۱-۲-۲- بازدید رایگان و دسترسی سریع به ویتترینهای الکترونیکی هزاران تأمین کننده کالای مورد نظر بدون محدودیت مکانی و زمانی

- ۲-۲-۲- امکان استفاده از کاتالوگها الکترونیکی و تصاویر میلیونها محصول قدیمی و جدید
  - ۳-۲-۲- کاهش شدید هزینه های جانبی جهت خرید
  - ۴-۲-۲- امکان مشاهده و آگاهی از آخرین نوآوریها و فرصتهای نو در حوزه مربوطه
  - ۵-۲-۲- استفاده از فضای رقابتی ایجاد شده میان تأمین کنندگان جهت اخذ پایینترین قیمت و مناسبترین کیفیت
  - ۶-۲-۲- امکان ارتباط مستقیم با کارخانجات تولیدی مادر و حذف واسطه ها و تأمین کنندگان دست دوم
  - ۷-۲-۲- جلوگیری از خطرات مربوط به نقل و انتقال پول به حسابهای نامعتبر و غیر اصلی تولید کننده
- مهمترین ایرادی که از این شیوه می توان گرفت مربوط به دشواری اعتبار سنجی تأمین کنندگان موجود در فضای مجازی و احتمال گیر افتادن در دام واسطه ها می باشد. البته این مشکل نیز با بهره گیری از نکات و تکنیکهایی می تواند به مرور با کسب تجربه و آشنایی با ویژگیهای فضای مجازی تا حد زیادی برطرف گردد.

### ۳- بررسی یک وبسایت تجارت به تجارت (B2B)

جهت آشنایی با نحوه حضور تأمین کنندگان و تکنیکهای اعتبار سنجی آنها در فضای مجازی، وبسایت علی بابا که بزرگترین وبسایت در حوزه تجارت به تجارت (B2B) است را بطور موردی بررسی می نمایم.

نحوه حضور تأمین کنندگان کالا در وبسایت مورد بحث که می توانند شامل کارخانجات تولیدی یا شرکتهای بازرگانی باشند به طرق زیر می باشد:

۱-۳- کاربرهای رایگان تأیید نشده

۲-۳- کاربرهای رایگان تأیید شده

۳-۳- کاربرهای طلایی

عضویت رایگان در وبسایت برای همه کاربران میسر می باشد ولی جهت دریافت عنوان "تأیید شده" کاربر باید فرم موردنظر را تکمیل نماید. امکان برخورداری از این نوع حساب کاربری فقط برای مراجعین از ۴۷ کشور میسر می باشد. اطلاعات



مربوط به نام، آدرس، عنوان شغلی، اطلاعات تماس و شماره ثبت این شرکتها توسط واحدی از مجموعه وبسایت تجارت الکترونیک بررسی و تأیید می‌گردد.

همچنین جهت صعود به رتبه "کاربر طلایی" باید با توجه به نوع پکیج پیشنهادی، سالانه مبلغ ۶۹۹ یا ۲۹۹۹ دلار پرداخت گردد. اعتبار ثبتی و وضعیت مالی این شرکتها نیز توسط واحد مربوطه بررسی و تأیید می‌گردد. برای این دسته از کاربران علاوه بر امکان ایجاد نمایشگاه و صفحات اختصاصی مجازی، اطلاعات مستقیم و کامل تماس با خریداران محصول نیز در دسترس قرار می‌گیرد.

#### ۴- شیوه های استعلام قیمت

راههای ورود خریداران و نحوه استعلام قیمت و محصول مورد نظر در وبسایت به دو روش زیر می‌باشد:

۴-۱- جستجوی مستقیم و یافتن تأمین کننده کالای خاص و ارسال درخواست قیمت و مشخصات به آن تأمین کننده  
 ۴-۲- ارسال عمومی درخواست خرید یک کالای بخصوص در وبسایت و انتظار جهت دریافت نتیجه استعلام و تماس تأمین کنندگان

در هر دو صورت فوق مراجعه کننده می‌بایست یک حساب کاربری برای خود ایجاد نموده و به پانل و صفحه اختصاصی خود جهت اطلاع از پیامهای دریافتی از تأمین کنندگان مراجعه نماید.

پیشنهاد وبسایت علی‌بابا این است که خریداران فقط به تأمین کنندگان طلایی مراجعه و اعتماد نمایند. حتی این امکان برای خریداران فراهم گردیده که به شیوه امانی (SCREW) خرید نمایند. یعنی مبلغ سفارش پس از خرید به وبسایت علی‌بابا پرداخت می‌گردد و پس از پایان خرید، دریافت کالا و تأیید آن توسط خریدار، مبلغ به حساب فروشنده واریز می‌گردد. شاید سؤال این باشد که چگونه واردکنندگان به خود وبسایت اعتماد نمایند و راههای دیگر برای اطمینان از اعتبار تأمین کنندگانی که در فضای مجازی می‌یابیم چیست؟

#### ۵- راهکارهای پیشنهادی:

در زیر راهکارهای پیشنهادی که حاصل سالها تجربه جستجو برای تأمین کنندگان خارجی، انجام خرید خارجی و واردات می‌باشد ارائه می‌گردد:

۵-۱- ارتباط از طریق ایمیل بجای مرکز پیام در پانل شما در وبسایت: سعی کنید راهی برای دور زدن سایتی که تأمین کننده را در آن می‌یابید پیدا کنید و از تأمین کننده مورد نظر بخواهید اطلاعات را به ایمیل شما بفرستد و مکاتبه در پانل خود در وبسایت را خاتمه دهید. بمحض یافتن تأمین کننده مورد نظر نام آن را در موتورهای جستجو وارد نموده و بدنبال وبسایت اصلی آن شرکت، آدرس ایمیل و شماره تلفن آن بگردید. ارتباط مستقیم همیشه احتمال وجود حق دلالی و هزینه اضافه در قیمت را از بین می‌برد. فراموش نکنید که هیچ چیز رایگان نیست و هیچ وبسایت غول پیکری صرفاً برای جلب رضایت شما تأسیس نگردیده است.

۵-۲- تماس مستقیم با تلفن ثابت کارخانه و استعلام اعتبار شخص معرفی شده در وبسایت: وظیفه و نوع ارتباط شخصی که بعنوان رابط طرف تأمین کننده معرفی می‌گردد باید توسط کارخانه تأیید گردد.

۵-۳- از کاربران طلایی سایت و آنهایی که خرید امانی (SCREW) را می‌پذیرند خرید نمایید. در این کار نکاتی نهفته است:

۵-۳-۱- وبسایت تیمی جهت حسابرسی و بررسی و تأیید اطلاعات این کاربران دارد و شرکتهای ثبت نشده و دلالتان بنظر نمی‌رسد که بتوانند از این فیلتر بگذرند.



۳-۲-۵- بالا بودن هزینه عضویت برای یک دلال خرده پای چینی این نکته را در خود دارد که این هزینه عضویت بایستی از طرف یک شرکت پرداخت شده باشد.

۳-۳-۵- عضویت چندساله کاربر طلایی نشان از موفقیت او و بازخورد خوب او در تجارت از طریق سایت دارد و در صورت وجود مورد کلاهبرداری و مشکلاتی از این دست، قطعاً وبسایت با تمدید عضویت موافقت نمی نمود.

۳-۴-۵- برخی تأمین کنندگان سیستم امنی را می پذیرند. این نشانه اطمینان آنها از کیفیت کالا است. گرچه لازم نیست حتماً به این شیوه پرداخت نمایم ولی وجود این گزینه در کنار نام شرکت، برای ایجاد اطمینان خاطر شما کافیست. هرگز یک دلال با هدف کلاهبرداری چنین شرایطی را نمی پذیرد.

۴-۵- بررسی دقیق اطلاعات شرکت و توجه به تمامی جزییات: باید با مراجعه به صفحه پروفایل و اطلاعات شرکت تأمین کننده کلیه جزییات مربوط به آن شرکت را مطالعه و با صفحات وبسایت رسمی آن کارخانه با هدف یافتن هرگونه مغایرت و عدم صداقت مقایسه نمود. در این خصوص توجه به این نکات توصیه می گردد:

۴-۱-۵- نباید نام شرکت یک نام کلی باشد؛ مانند: China Ceramics Industry Center. هرگونه پنهان نمودن نام کارخانه تولیدکننده و اطلاعات تماس با آن نشان دهنده این موضوع است که شما با فرد یا شرکت واسطه طرف هستید و بدتر از آن احتمال زیادی وجود دارد که طرف شما با قصد کلاهبرداری تصاویر و اطلاعات محصول دیگران را به معرض نمایش شما می گذارد و کارخانه بهیچوجه چنین شخصی را نمی شناسد.

۴-۲-۵- اگر نام محصول در نام کارخانه موجود باشد نشان از تخصصی بودن مجموعه و توان تولیدی و کیفی بالاتر آن است. اینگونه تولیدکنندگان با توجه به تنوع بالای محصولات بنحو مناسبتری می توانند از خریدار خود جهت توسعه و حفظ سهم بازار در بازار مقصد حمایت نمایند. این شرکتها توان بیشتری برای نوآوری و خلاقیت در محصول دارند. حتی وبسایت علی بابا نیز اخیراً امکان جستجوی تأمین کنندگانی که نام محصول در نام آنها موجود است را فراهم نموده است.

۴-۳-۵- در چین اغلب نام استان در آغاز نام شرکتهای بزرگ و نام شهر در نام شرکتهای کوچکتر قرار می گیرد. پس وجود نام استان نشانه ای بر بزرگی شرکت مورد نظر دارد.

۴-۴-۵- نوع شرکت می تواند تولیدکننده (manufacturer)، بازرگانی (trading)، و یا هر دو (manufacturer & trading) باشد. طبیعتاً تمام واردکنندگان تمایل دارند با تولیدکنندگان دست اول که در حوزه کاری خود متخصص و حرفه ای می باشند همکاری مستقیم داشته باشند و از هزینه شرکتهای بازرگانی بپرهیزند؛ ولی مسأله اینجاست که برخی از تولیدکنندگان (گاهاً بزرگ) بدلالی همچون سهم بالایشان در بازار داخلی و غیره، نمی توانند یا اصلاً نمی خواهند در حوزه صادرات فعالیت نمایند. شرکتهایی که هم تولیدکننده و هم بازرگانی هستند، احتمالاً شرکتهای بزرگی هستند که در بحث صادرات نیز بطور مستقل توسعه یافته اند و فعالیت می نمایند. همکاری با این شرکتها توصیه می گردد. همچنین در صورتی که کارخانه دارای نماینده انحصاری باشد با استفاده از شرکتهای بازرگانی واسط امکان دور زدن نماینده انحصاری و خرید از این کارخانه وجود دارد و اینگونه شرکتها به چنین راهکارهایی اشراف دارند. البته این تیغ دو لبه ممکن است روزی گریبانگیر شما نیز بشود.

۴-۵-۵- گواهی های شرکت، اسناد ثبتی، تأییدیه ها و استانداردهای کیفی و مجوزهای شرکت می بایست بررسی گردد و در این امر از یک دوست یا یک شرکت در کشور مبدأ می توان کمک گرفت. اما باید توجه نمود که صرفاً دریافت گواهی های معتبر کیفی و مدیریتی در یک مقطع زمانی دلیلی بر رعایت کیفیت در سفارشات اخیر شما از آن شرکت نخواهد بود.

۴-۶-۵- توجه به آدرس و شهر محل کارخانه تولیدکننده: در بسیاری موارد در کشوری مانند چین صنایع خاص در یک شهر خاص توسعه بیشتری یافته اند؛ بعنوان مثال: شهر الکترونیک، هانگزو و شهر سرامیک، فوشان است. این بدلیل نزدیکی به منابع مواد اولیه، شرایط و امکانات لجستیکی منطقه و سایر موارد می باشد. شرکتهایی که توانمند و قوی نباشند نمی توانند در



این مناطق فعالیت نموده و ادامه حیات دهند. رقابت شدید این تولیدکنندگان از نظر کیفیت و قیمت و خلّاقیت مزیت مهمی برای خریدار ایجاد می‌نماید.

۴-۷- در صورت وجود نماینده قانونی (legal representative) شرکت تأمین کننده، یعنی نماینده ای که حق امضاء قرارداد از طرف آن شرکت را دارد، باید توجه نمود که در پایین قراردادهای خرید و فاکتورها، امضاء آن موجود باشد. ۴-۸- سرمایه ثبتي شرکت نباید از ۵۰۰ هزار یوان چین (حدود ۸۰ هزار دلار آمریکا) کمتر باشد. این بهترین نشانه از حجم بالای فعالیت شرکت می‌تواند تلقی گردد. قطعاً سرمایه بالاتر باعث می‌گردد شرکت توجه بیشتری به کیفیت و حفظ اعتبار خود بنماید.

۴-۹- وجود ارز خارجی بعنوان سرمایه ثبتي شرکت نشانه وجود سرمایه گذار خارجی و در نتیجه کیفیت بالای محصول است.

۵-۵- توجه به معیارهای کیفی محصول و تفاوت آن با استانداردهای کشور واردکننده: ممکن است کالای وارداتی علی‌رغم برخورداری از گواهی های کیفی کشور مبدأ توسط کشور واردکننده مجاز تلقی نگردد و یا بدلیل وجود افراد یا شرکتهای قدرتمند یا به اصطلاح مافیای یک محصول خاص واردات آن دشوار گردد. بررسی این موارد و اخذ مجوزها و تأییدیه های کیفی این دسته از محصولات بر عهده خریدار می‌باشد.

۵-۶- توجه به تولید تخصصی یک گروه از محصولات: باید از همکاری با شرکتهایی که در حوزه های مختلف و گاهی بی ارتباط با هم اقدام به تولید می‌نمایند خودداری نمود. در اینگونه شرکتهای عدم توجه به کیفیت و توقف خط تولید برخی محصولات کاملاً محتمل می‌باشد و نمی‌توان بعنوان یک تکیه گاه و تأمین کننده درازمدت به آنها نگریست. ضمناً اگر عمده فعالیت شرکت، تولید محصول مورد نظر شما و بصورت انبوه باشد این می‌تواند با این مزیت همراه باشد که تولیدکننده بدلیل خرید حجم بالای مواد اولیه، هزینه تمام شده کمتر و قیمت پیشنهادی پایینتری داشته باشد.

۵-۷- شفافیت در ارائه مشخصات دقیق و فنی کالا و استانداردهای مورد نیاز: در هنگام استعلام قیمت لازم است بمانند یک خریدار حرفه ای عمل نموده و اطلاعات دقیق و فنی محصول مورد نیاز را به تأمین کننده ارسال نماییم. در شرکتهای بزرگ با تنوع بالای محصولات امکان دارد با درخواست مشخصات بیشتر از نوع و کاربرد کالا و حتی تقاضای ارسال تصویر آن مواجه گردید. این در حالیست که علی‌رغم توضیحات دقیق فنی شما، شرکتهای کوچک و واسطه ها که عموماً تخصصی ندارند ممکن است بسختی متوجه منظور شما از محصول مورد نیاز شوند. عدم تفهیم مشخصات دقیق محصول مورد نیاز شما با تمام پارامترهای ضروری آن و عدم تأکید بر رعایت برخی ویژگیها و استانداردها می‌تواند ضرر بسیاری وارد نماید؛ موردی که عمدتاً دلیل آن توجه بیش از حد به کاهش قیمت می‌باشد؛ بدون توجه به این نکته که تخفیفهای شگفت انگیز گاهی به قیمت کاهش شدید کیفیت محصول انجام می‌گیرد مگر آنکه شخص خریدار تأکید نماید منظور او اخذ تخفیف برای همان کیفیت می‌باشد نه کاهش قیمت بواسطه کاستن از کیفیت.

۵-۸- دریافت نمونه و کاتالوگ رایگان: مشاهده کاتالوگ الکترونیکی محصول بدون مشاهده فیزیکی محصول و آزمایش آن روش صحیحی برای سفارشات در حجم بالا نمی‌باشد. از اینرو در صورت تأیید نسبی نوع و قیمت محصول پیشنهادی تولیدکننده درخواست ارسال پستی نمونه بنمایید. جهت تقبل هزینه ارسال نمونه رایگان توسط تأمین کننده، خریدار می‌بایست از سوی تأمین کننده جدی تلقی گردد؛ بنابراین خریدار باید پتانسیلها و جزئیات فعالیتها و تجربیات شرکت را شرح دهد. نکته موجود در این راهکار اینجاست که برای دلالتها و یا شرکتهای ضعیف امکان ارسال پستی و حتی اختصاص دادن نمونه رایگان اصلاً وجود ندارد.



## ۶- نتیجه‌گیری

در نهایت باید این حقیقت را بیان نمود که پیشرفت فن آوری و حضور اینترنت در عرصه تجارت بین‌المللی اجتناب‌ناپذیر می‌باشد؛ اما از سوی دیگر ما هنوز با چهره دیگری از تجارت سنتی روبرو هستیم؛ چرا که همچنان کالاهای حقیقی بطور فیزیکی حمل، ترخیص و توزیع می‌گردند و در اغلب موارد اسناد و مدارک نیز همچنان بصورت کاغذی مورد استفاده قرار می‌گیرند. تنها تفاوت در شیوه یافتن تأمین‌کنندگان و انجام مذاکرات و مکاتبات با استفاده از ابزار اینترنت می‌باشد که مستلزم بکارگیری تکنیکها و نکاتی جهت بررسی اعتبار تأمین‌کنندگان حاضر در فضای مجازی می‌باشد تا بدین طریق جلوی سوء استفاده‌ها و کلاهبرداری‌های احتمالی گرفته شود. ولی این نکته بسیار مهم را باید مد نظر قرار داد که با توجه به تمام راهکارهای پیشنهادی در این مقاله و سایر منابع هنوز هم احتمال روبرو شدن با کلاهبرداران و واسطه‌ها وجود دارد. شاید هنوز هم برای اطمینان نهایی و قطعی نمودن سفارش بازدید از کارخانه و خط تولید و نمایشگاهها راهکاری مناسب باشد و راهکارهای اعتبار سنجی نسبی ما بیشتر جهت یافتن شرکتهای معتبری می‌باشد که با بررسی‌های دقیقتر احتمال دارد بتوانند بعنوان تأمین‌کننده مورد نظر ما انتخاب گردند.

## منابع و مراجع

- [۱] زینال زاده، ایرج (۱۳۸۸) مدیریت خرید؛ راهنمای خرید خارجی و سیستم‌های خرید (چاپ ششم)، چاپ و نشر بازرگانی، تهران.
- [۲] کورپر، استفانو (۱۳۸۰) تجارت الکترونیک، مترجم خسرو مهدی پورعطایی، مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران، تهران.
- [۳] مهربان، رضا (۱۳۸۸) اصول مکاتبات سفارشات بین‌الملل، نما، مشهد.

- [4] Bidgoli, H.(2002) "Electronic Commerce: Principles & Practice: A Managerial Perspective", Academic Press Publishing, Sandiego California
- [5] [linkedin.com/pulse/20140613011453-317024217-payment-method-options-when-paying-suppliers-in-china](https://www.linkedin.com/pulse/20140613011453-317024217-payment-method-options-when-paying-suppliers-in-china)
- [6] [startupbros.com/how-to-avoid-scams-middle-men-and-fraud-on-alibaba/](http://startupbros.com/how-to-avoid-scams-middle-men-and-fraud-on-alibaba/)
- [7] [tradeassurance.alibaba.com/bao/buyer\\_advertise.htm?tracelog=from\\_heart\\_banner\\_20150113#ssp](http://tradeassurance.alibaba.com/bao/buyer_advertise.htm?tracelog=from_heart_banner_20150113#ssp)
- [8] [www.alibaba.com/help/safety\\_security/class/buying.html](http://www.alibaba.com/help/safety_security/class/buying.html)
- [9] [www.travelchinaguide.com/essential/online-shopping-tips.htm](http://www.travelchinaguide.com/essential/online-shopping-tips.htm)