

نگاہی جامع بر ابعاد

تجارت الکترونیک



نویسندگان:

محمد کاظم کشور شاہی - محمد رضا رضائی نژاد - امیر حسین رضائی نژاد - مہدی تقوی بافقی



سرشناسه	: کشورشاهی، محمدکاظم، ۱۳۶۴ -
عنوان و نام پدیدآورنده	: نگاه‌های جامع بر ابعاد تجارت الکترونیک / نویسنده: محمدکاظم کشورشاهی، محمد رضا رضائی نژاد، امیرحسین رضائی نژاد، مهدی تقوی بافقی
مشخصات نشر	: یزد: نیکو روش، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۱۰۰ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۶۹۵۲-۱۳-۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
شناسه افزوده	: رضائی نژاد، محمد رضا
شناسه افزوده	: رضائی نژاد، امیرحسین
شناسه افزوده	: تقوی بافقی، مهدی
ردیفی کنگره	: HF۵۵۴۸/۳۲/۶۸۱۳۹۳
تاریخ ثبت دیوید	: ۶۵۸/۸۴
شمع کتاب نویسی	: ۳۴۸۱۳۸۸



نام کتاب: نگاه‌های جامع بر ابعاد تجارت الکترونیک
نویسنده: محمدکاظم کشورشاهی، محمد رضا رضائی نژاد، امیرحسین رضائی نژاد، مهدی تقوی بافقی

ناشر: انتشارات نیکو روش

نوبت چاپ: اول

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: عترة قم

صحافی: ركن الدين

صفحه آرائی: مؤسسه تبلیغاتی اعتبار کویر ۶۲۱۵۶۲۵

طراحی روی جلد: گروه طراحی پیشگامان کویر

قیمت: ۷۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۶۹۵۲ - ۱۳ - ۰

▼ فهرست مطالب ▲

۱۱	مقدمه
۱۵	فصل اول: تعاریف (تجارت الکترونیک؛ کسب و کار الکترونیک)
۱۶	کسب و کار الکترونیک و تجارت الکترونیکی
۱۶	معرفی کسب و کار الکترونیک
۱۷	معرفی تجارت الکترونیک
۱۹	تفاوت کسب و کار الکترونیک با تجارت الکترونیکی
۲۰	تجارت الکترونیک در جهان
۲۱	تجارت الکترونیک در ایران
۲۲	روند گسترش تجارت الکترونیک در جهان
۲۴	روند گسترش تجارت الکترونیک در ایران
۲۹	فصل دوم: دسته‌بندی تجارت الکترونیک
۲۹	چارچوب تجارت الکترونیک
۳۰	تجارت بنگاه با بنگاه
۳۱	تجارت بنگاه با مشتری
۳۲	بنگاه به بنگاه به مشتری
۳۲	تجارت مشتری به مشتری
۳۲	تجارت مشتری با بنگاه
۳۳	تجارت نظیر به نظیر
۳۳	تجارت موبایل
۳۴	تجارت الکترونیک درون سازمانی
۳۴	تجارت الکترونیک بنگاه به کارکنان

۳۴	شراکت الکترونیکی
۳۴	تجارت الکترونیکی غیر کسب و کاری
۳۵	آموزش الکترونیکی
۳۵	بازار به بازار
۳۵	دولت الکترونیکی

۳۹	© فصل سوم: تجارت الکترونیک؛ قابلیت‌ها و محدودیت‌ها
۳۹	پیش‌نیازهای استقرار تجارت الکترونیکی
۳۹	پیش‌نیازهای امن‌زای استقرار و نهادینه شدن تجارت الکترونیکی
۴۰	پیش‌نیازهای درون‌زای استقرار و نهادینه شدن تجارت الکترونیکی
۴۲	منافع تجارت الکترونیکی
۴۳	محدودیت‌ها و موانع تجارت الکترونیکی
۴۳	محدودیت‌های غیر فنی تجارت الکترونیکی
۴۴	ضرورت ورود کشورهای در حال توسعه به تجارت الکترونیکی
۴۵	موانع تجارت الکترونیکی در کشورهای در حال توسعه
۴۶	اقدامات انجام شده در ایران در جهت راه‌اندازی تجارت الکترونیکی
۴۷	موانع و چالش‌های راه‌اندازی تجارت الکترونیکی در ایران

۵۱	© فصل چهارم: تجارت الکترونیک؛ دستاوردها
۵۲	دولت الکترونیک
۵۴	تسهیل‌سازی دولت الکترونیک بر سهولت فضای کسب و کار
۵۶	بانکداری الکترونیکی
۵۶	تاریخچه بانکداری الکترونیک در ایران
۵۶	شیوه‌های عرضه خدمات مالی بانک‌ها
۵۸	مقایسه بین ویژگی‌های بانکداری سنتی و نوین (الکترونیکی)
۵۸	مزایا و معایب بانکداری سنتی و نوین (الکترونیکی)
۵۹	انواع بانکداری الکترونیک
۵۹	بانکداری اینترنتی
۶۰	بانکداری اینترنتی
۶۱	بانکداری موبایل

۶۵

بانکداری از طریق سرویس پیام

۶۶

تلفن بانک

۶۲

تراکنش‌های بین بانکی

۶۷

● فصل پنجم: تجارت الکترونیک: تحقیقات پیشین (بررسی مدل‌ها و کاربردها)

۶۷

تحقیقات خارجی در زمینه تجارت الکترونیک

۸۵

تحقیقات داخلی در زمینه تجارت الکترونیک

www.ketab.ir

پیش‌گفتار نویسندگان

از شاخص‌ترین پدیده‌های اخیر از جنبه اطلاعات، تحول در شیوه‌های سنتی کسب و کار و جایگزینی آن با تجارت الکترونیک است. از این‌رو، به واسطه نقش پول و بانکداری در تجارت، بانکداری الکترونیک اصلی‌ترین زیربنای تجارت الکترونیک محسوب می‌شود.

مسلم است که در این میان، نقش مؤسسات اقتصادی و بانک‌ها در نقل و انتقال پول بسیار حیاتی است. هنگامی که در سال ۱۹۹۴ اینترنت توانایی‌های تجاری خود را علاوه بر جنبه‌های علمی و تحقیقاتی به نمایش گذاشت، مؤسسات تجاری و بانک‌ها در کشورها پیشرفت‌هایی در نهادهایی بودند که تلاش جدی خود را برای استفاده هرچه بیشتر از این جریان به کار ساختند. نتایج تلاش آن‌ها نیز همان «بانکداری الکترونیک» امروزی است. سپس به سرعت مشخص شد که اینترنت بسیار مناسبی برای انواع فعالیت‌های بانکداری و اقتصادی به شمار می‌رود.

با توجه به اهمیت مبحث تجارت الکترونیک و تأثیرگذاری آن در بخش‌های مهم رقابت‌های بازاریابی^۱، توزیع^۲، خدمات و سرویس‌دهی^۳، سعی شده تا ابعاد مختلف این موضوع بررسی شود. در واقع، هدف از این کتاب، کمک به شرکت‌ها، مدیران و دانشجویان و علاقه‌مندان به مباحث تجارت الکترونیک و هماهنگ‌سازی

1- Competition.

2- Marketing.

3- Distribution.

4- Services.

بخش‌های مختلف کسب و کار است.

مباحث این کتاب شامل ۵ فصل است:

*** فصل اول: تعاریف (تجارت الکترونیک؛ کسب و کار الکترونیک)؛**

*** فصل دوم: دسته‌بندی تجارت الکترونیک؛**

*** فصل سوم: تجارت الکترونیک؛ قابلیت‌ها و محدودیت‌ها؛**

*** فصل چهارم: تجارت الکترونیک؛ دستاوردها؛**

*** فصل پنجم: تجارت الکترونیک؛ تحقیقات پیشین (بررسی مدل‌ها و کاربردها).**

در این فصول سعی شده است با نگاهی جامع به موضوع، کلیه مباحث مرتبط با تجارت الکترونیک و مدل‌های کاربردی آن بیان شود. امید است مطالب برای خوانندگان عزیز مورد استفاده قرار گیرد. از تمامی خوانندگان خواهش می‌کنم که هرگونه نقد و یا انتقاد مربوط به این کتاب را با ایمیل ke.hv.shahi@pishgaman.com در میان بگذارند.

از نکات مثبت و قابل توجه این کتاب انتقادات، مدل‌ها و رویکردی در داخل و خارج است که تماماً با ذکر منبع همراه بوده است.

بر خود وظیفه می‌دانیم که از مجموعه محترم گروه تعاون پیشگامان به ویژه جناب آقای مهندس رضایی نژاد، رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل محترم گروه، که از حمایت‌ها و همکاری در تهیه و تدوین این کتاب فروگذاری نکردند، صمیمانه سپاسگزاری کنیم. بی شک فعالیت کردن در چنین مجموعه‌ای پویا سبب شد تا نگارندگان این کتاب به فکر فرو رفته و سعی نمایند، در زمینه‌های مختلف کسب و کار روش‌های علمی را فرا گرفته و در جهت ارتقا مدیریت دانش مدیران، کارآفرینان و علاقه‌مندان به علم و دانش، دست به نوشتن کتاب در زمینه‌های مدیریت و توسعه کسب و کار بگذارند.