

۱۴۵۲۲۷۳

به نام خداوند جان و خرد

## تجارت الکترونیکی

مؤلفین:

مریم شریعتی

علی سامانی

www.ketab.ir



www.andisheasr.com

نام کتاب: تجارت الکترونیکی

مؤلفین: علی سامانی - مریم شریعتی

ناشر: اندیشه عصر، ۶۶۹۱۴۳۰۱-۶۶۴۲۴۶۱۷

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت: چاپ اول-۱۳۹۵

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۲۱-۰۸۱-۲

قیمت: ۱۶۰۰۰ تومان

عنوان و پدید آورنده: تجارت الکترونیکی / علی سامانی - مریم شریعتی

مشخصات نشر: تهران: اندیشه عصر، ۱۳۹۵

مشخصات ظاهری: رقعی

وضعیت فهرست نویسی: فیا

موضوع: بازرگانی الکترونیکی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۲۱-۰۸۱-۲

رده بندی کنگره: ۳۷۳.۱۳۹۵/۵۵۴۸/۳۲/۲ HF

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲

شماره کتابشناسی ملی: ۴۴۸۱۷۱۲

مركز پخش: تهران- میدان انقلاب- ابتدای خیابان ارادی- روبه روی سینما مرکزی

بازار بزرگ انقلاب- طبقه زیر همکف- پلاک ۹ تلفن ۶۶۹۱۴۳۰۱-۶۶۴۲۴۶۱۷

## فهرست مطالب

| عنوان                                                      | صفحه |
|------------------------------------------------------------|------|
| مقدمه:.....                                                | ۱۰   |
| فصل اول: تاریخچه تکنولوژی اطلاعات.....                     | ۶    |
| فصل دوم: تاریخچه تجارت الکترونیکی.....                     | ۳۱   |
| پیدایش اینترنت.....                                        | ۱۴   |
| تشریح تاریخچه تجارت الکترونیکی.....                        | ۱۹   |
| تجارت الکترونیکی در عصر حاضر.....                          | ۳۱   |
| فصل سوم: اهمیت تجارت الکترونیکی.....                       | ۳۴   |
| فصل چهارم: رونق تجارت الکترونیکی.....                      | ۵۱   |
| رسالت سازمان.....                                          | ۵۲   |
| رسالت تجارت الکترونیک.....                                 | ۵۲   |
| فصل پنجم: مفاهیم پایه ای تجارت الکترونیک.....              | ۶۲   |
| اطلاعات.....                                               | ۶۳   |
| سیستم اطلاعاتی.....                                        | ۶۳   |
| مؤلفه های تاثیر گذار بر تجارت الکترونیکی.....              | ۶۹   |
| فصل ششم: گام ها اجرایی ورود به دنیای تجارت الکترونیکی..... | ۷۶   |
| کسب و کار الکترونیکی.....                                  | ۷۸   |
| مراحل راه اندازی یک کسب و کار الکترونیکی.....              | ۸۰   |
| مقایسه تجارت سنتی با تجارت کنونی.....                      | ۸۳   |
| اولین ابزار ورود به تجارت الکترونیکی.....                  | ۸۸   |
| بررسی اجمالی تجارت الکترونیکی در ایران.....                | ۱۰۰  |
| دلایل عقب ماندگی تجارت الکترونیکی در ایران.....            | ۱۳۰  |
| واژه ها و اصطلاحات مرتبط با تجارت الکترونیکی:.....         | ۱۴۱  |
| اهداف تجارت الکترونیکی.....                                | ۱۴۲  |

- ۱۴۳..... تجارت الکترونیکی به عنوان یک فرآیند
- ۱۴۵..... انواع تجارت الکترونیکی
- ۱۴۸..... مدل های تجارت الکترونیکی
- ۱۵۰..... پویایی های بازارهای تجارت الکترونیکی در قرن ۲۱
- ۱۵۲..... استراتژیهای پویا برای تجارت الکترونیکی
- ۱۵۸..... نتیجه گیری
- ۱۵۹..... منابع

سازمانهای عصر حاضر در حال پی بردن به این نکته هستند که اطلاعات عنصری حیات بخش در اقتصاد دیجیتالی است. در چنین فضایی، کلید موفقیت در گرو جذب، پردازش و بهره گیری صحیح از این اطلاعات و اتخاذ تصمیماتی سریع و کاراست. بر این اساس، تصمیمات تجاری نامناسب تصمیماتی است که مبتنی بر اطلاعات ناقص اتخاذ شده باشد؛ چنین تصمیماتی می تواند زیان های کلانی به بار آورد. هنوز برخلاف این اصل، تعدادی از سازمان ها مردد مانده اند که آیا الزامی بایست در مقوله ی کسب اطلاعات با تکیه بر ابزارهای نوین سرمایه گذاری کنند یا خیر. دلیل ریشه ای این تردید، در نحوه ارزیابی سازمان ها از مفهوم هزینه و سرمایه گذاری است. چرا که پرداختن به مقوله گسترش سطح فناوری اطلاعات و هزینه نمودن در آن، در حقیقت یک سرمایه گذاری راهبردی و ارزشمند است. اطلاعات ارزشمند و هدایت کننده، کمک میکند که یک خریدار این اطمینان را پیدا کند که یک سرمایه گذاری با بازگشت عالی انجام داده است. بسیاری از اقتصاددانان و متخصصان بر این عقیده اند که انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته که جهان را وارد عرصه اطلاعات ساخته و بسیاری از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی عظیم نموده است. رشد روز افزون فن آوری بخصوص فن آوری اطلاعات (IT) در جهان، موانع و مشکلات زمانی و مکانی مربوط به امور تجاری را کاهش داده است و دسترسی عمومی مردم به اینترنت باعث شده امکان تجارت و کسب و کار از طریق اینترنت و یا به عبارتی تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی از جایگاه ویژه ای برخوردار

شود. در پرتو این نگرش است که در سالهای اخیر کشورهای توسعه یافته با کنار گذاشتن تدریجی تجارت سنتی مبتنی بر کاغذ و مبادله فیزیکی اسناد، به شیوه تجارت الکترونیکی روی آورده‌اند.

در تجارت رقابتی، پیچیده و در حال تغییر کنونی، وجود بینش صحیح و به هنگام از فعالیت ها و شرایط تجارت برای کنترل میزان سلامت و مطابقت با نرم افزارهای های تجاری ضرورت دارد. مسلماً اطلاعات لازم برای دستیابی به این بینش نقش حساس بازی کرده و می تواند مفید واقع شود؛ مشروط بر آن که هنگام داده، متمرکز، به هنگام و به سادگی قابل دسترس بوده و هر دو جنبه کلان استراتژی (و خرد (عملیاتی) شرایط را نشان دهد. به خاطر پیشرفت فناوری اطلاعات تکنولوژی های هنرگونه نظیر هوش تجاری توسعه داده شده اند تا ترکیب فول را آماده کنند (محقر و همکاران، ۱۳۸۷، ۱۰۵).

اینترنت در ابتدا برای اتصال دستگاه ها و مراکز دولتی خاص بود اما امروزه این تکنولوژی به صورت فراگیر در آمده است؛ به طوری که هر شخص می تواند به وسیله ابزارهایی همچون کامپیور به اینترنت متصل شود. استفاده از تکنولوژی و وسایل ارتباطی جدید بخصوص کامپیور به اینترنت روز به روز افزایش می یابد. (ابطحی، ۱۳۸۷، ۲۵۸).

تجارت الکترونیکی در طول چند سال اخیر با استقبال فراوان جوامع بشری روبرو شده است. امروزه کمتر شخصی را می توان پیدا کرد که واژه تجارت الکترونیکی برای او نا آشنا باشد. نشریات، رادیو و تلویزیون بصورت روزانه موضوعاتی در رابطه با تجارت الکترونیکی را منتشر و افراد و کارشناسان از

زوایای متفاوت به بررسی آنها می پردازند؛ شرکتها و موسسات ارائه دهنده کالا و خدمات همگام با سیر تحولات جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی در تلاش برای تغییر ساختار منطقی و فیزیکی سازمان خود در این زمینه هستند. پیشرفتهای فناوری، با سرعت هر چه بیشتر، جوامع سنتی را به جوامعی بر اساس دانش و آگاهی تغییر داده است. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات این فرصت را برای نهاد ها بوجود آورده است تا فعالیتهای تجاری خود را به سرعت انجام دهند. پیشرفتهای بدست آمده در اواخر قرن بیستم باعث شکل گیری تجارت الکترونیک شده است و بدین شکل، انقلاب بزرگی در تجارت و کسب و کار رخ داده است.

به عبارتی دیگر تجارت الکترونیک نحوه زندگی انسانها را در کشورهای پیشرفته متحول ساخته است. کشورهای پیشرفته تجارت الکترونیکی را پذیرفته اند و به تدریج با مسائل و مشکلات آن آشنا شده اند و برای گسترش تجارت الکترونیکی تلاشهای فراوانی صورت گرفته است. علاوه بر کشورهای پیشرفته، کشورهای در حال توسعه نیز رای استفاده و گسترش تجارت الکترونیکی در حال برنامه ریزی و تلاش هستند. در همین راستا در ایران نیز تلاشهای زیادی در این خصوص در جریان است. این کتاب در تلاش است با معرفی ابعاد گوناگون این موضوع، قدمی هرچند کوچک در مسیر حرکت به سمت اقتصاد پویای دیجیتالی مبتنی بر فناوری اطلاعات بردارد. لذا کتاب حاضر، با هدف افزایش سطح آگاهی مخاطبان از مفاهیم و ابعاد تجارت الکترونیکی، ابتدا به مقوله تکنولوژی اطلاعات و تاریخچه ی آن پرداخته و سپس وارد بحث تجارت الکترونیکی و مدلها و انواع آن گردیده و به بحث پیرامون وضعیت تجارت الکترونیکی در جهان و ایران می پردازد.