

به نام خداوند لوح و قلم

تجارت و کسب و کار الکترونیک

تالیف: دکتر همیرا ۵۴۱

(مدرس دانشگاه جامع علمی، کار و صنعت و

عضو هیئت علمی پژوهشگاه ملی اقیانوس شناسی و علوم جوی)



شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۹-۱۷۹-۳

ISBN: 978-964-519-179-3

نام کتاب:	تجارت و کسب و کار الکترونیک
تالیف:	دکتر همیرا آگاه
ناشر:	اندیشمند
تاریخ و نوبت چاپ:	اول - تابستان ۱۳۹۵
حماگان:	۵۰۰
...	۱۲۰۰۰۰ ریال

سرشناسه	: آگاه، همیرا،
وضعیت فهرست نویسی	: تجارت و کسب و کار الکترونیک / تالیف همیرا آگاه.
مشخصات نشر	: تهران: اندیشمند، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۶ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۱۲۰۰۰۰ ریال : 978-964-519-179-3
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۵۱ - ۱۵۵.
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی - موفقیت در کسب و کار
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۴ ت ۳ HF۵۵۴۸/۳۲/۸
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۷۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۰۴۶۹۳۶

انتشارات اندیشمند: تهران - خ دانشگاه - خ روانمهر - پلاک ۴۴ - واحد ۲ - صندوق پستی ۷۴۵۵-۱۹۳۹۵،

تلفن ۶۶۹۵۲۶۱۷ و ۷۱-۶۶۹۶۷۲۷۲ Email: Andishmandpress@gmail.com

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مولف می باشد.

۵	پیش گفتار.....
۷	فصل اول- مبانی تجارت الکترونیک.....
۷	۱-۱: مقدمه.....
۸	۱-۲: تعریف تجارت الکترونیک.....
۱۰	۱-۳: تاریخچه تجارت الکترونیک.....
۱۲	۱-۴: تجارت الکترونیک در قیاس با تجارت سنتی.....
۱۴	۱-۵: مزایا و معایب تجارت الکترونیک.....
۱۸	۱-۶: فرصت های شغلی ایجاد شده پس از گسترش تجارت الکترونیکی.....
۱۸	۱-۷: اهداف استراتژیک در تجارت الکترونیک.....
۱۹	۱-۸: زیرساخت و ضرورت های استقرار تجارت الکترونیک.....
۲۰	۱-۹: مدل های تجارت الکترونیک.....
۲۴	۱-۱۰: مراحل تجارت الکترونیک.....
۲۵	۱-۱۱: قیمت گذاری الکترونیکی.....
۲۶	۱-۱۲: حراجی.....
۳۵	فصل دوم- زیرشاخه های عمده تجارت الکترونیک.....
۳۷	۲-۱: کسب و کار الکترونیک.....
۳۷	۲-۲: بازاریابی.....
۵۷	۲-۳: تبلیغات الکترونیکی.....
۴۹	۲-۴: بانکداری الکترونیکی.....
۷۸	۲-۵: مدیریت روابط عمومی با مشتری.....
۷۹	۲-۶: گردشگری الکترونیک.....
۸۵	۲-۷: بیمه الکترونیکی.....
۹۰	۲-۸: آموزش مجازی یا آموزش الکترونیک.....
۹۷	۲-۹: دولت الکترونیک.....

۱۰-۲: شهر الکترونیک	۱۰۳
۱۱-۲: مشتری مداری الکترونیکی	۱۰۶
۱۲-۲: مسائل امنیتی در تجارت الکترونیک	۱۱۲
۱۳-۲: طراحی وب سایت های تجارت الکترونیکی	۱۲۴
فصل سوم- تجارت الکترونیک در جهان و ایران	۱۲۹
۱-۳: جایگاه تجارت الکترونیک در جهان	۱۲۹
۲-۳: تجربه کشورها در زمینه سیاست تجارت الکترونیکی	۱۳۰
۳-۳: گزینه پذیر بودن تجارت الکترونیکی	۱۳۴
۴-۳: تجارت الکترونیک در ایران	۱۳۵
۵-۳: ضرورت های گسترش تجارت الکترونیک در ایران	۱۳۵
۶-۳: لزوم بومی سازی تجارت الکترونیکی در ایران	۱۳۶
۷-۳: منافع تجارت الکترونیک در ایران	۱۳۶
۸-۳: مشکلات گردشگری الکترونیکی در ایران	۱۳۷
۹-۳: اینکو ترمز ۲۰۱۰	۱۳۸
۱۰-۳: تعریف حقوق تجارت الکترونیک	۱۴۵
منابع	۱۵۱

پیش‌گفتار

با ورود اینترنت به زندگی انسان‌ها، اطلاعات و ارتباطات رشد روزافزونی یافته و سازمان‌ها از شیوه‌های جدید تجارت (تجارت الکترونیکی^۱ و دیجیتالی) تحولات عظیمی در کاهش هزینه‌ها یا مدل‌های جدید رقابت و بازار را تجربه می‌نمایند.

از اواسط دهه‌ی شصت با رشد فناوری اطلاعات و مقارن با بهره‌برداری از ماشین‌های خودپرداز برای دریافت پول و نیز گسترده شدن کاربرد کارت‌های اعتباری، تقاضای بخش‌های خصوصی و عمومی به منظور کسب رضایت مشتری موجب شد روند تبدیل تجارت سنتی به تجارت الکترونیک شتاب بیشتری گیرد. در سال‌های آغازین دهه‌ی ۹۰ با معرفی و توسعه اینترنت، انقلابی در مبادله الکترونیکی اطلاعات و تجارت در سطح بین‌المللی رخ داد. علاوه بر تجارت، این تحول کلیه امور جامعه از بانکداری، تولید و صنعت گرفته تا آموزش، بهداشت و سایر امور اقتصادی و اجتماعی را تحت الشعاع قرار داد.

در حال حاضر تجارت الکترونیک بخصوص نوع اینترنتی آن به‌دولت عامل برتری در رقابت جهانی، فرصت‌های جدیدی در زمینه‌های مختلف بازاریابی، تبلیغات، تدارکات، مدیریت ارتباط با مشتری، زنجیره تأمین و... در اختیار قرار داده است.

تجارت الکترونیک با برهم زدن معادلات معمول فروش، بهره‌مندی از استراتژی‌های جدید خرید و فروش را امکان‌پذیر نموده است. تحولات این نوع تجارت از جمله فروش مستقیم و بی‌واسطه کالا و خدمات، تبدیل واسطه‌ها به مشاوران فنی، معرفی الگوها مدل‌های جدید

تجاری (مدل‌های تجاری B2B, B2C, C2B, C2C, B2B2C, B2G, B2E) موجب شده تا دیر یا زود کلیه جوامع به این حرکت جهانی بپیوندند.

در این کتاب تلاش شده است تا ضمن معرفی تجارت الکترونیک و به‌خصوص نوع اینترنتی آن، خواننده را با فعالیت‌های الکترونیکی مرتبط با تجارت آشنا ساخته و نیز اطلاعاتی در خصوص کاربرد اینترنت در انواع کسب‌وکارهای مختلف ارائه شود. این کتاب علاوه بر موضوعات تجارت الکترونیک، سرفصل‌های خرید و فروش و کسب‌وکار الکترونیک را نیز در بر دارد.

امید است محتویات این کتاب آموزشی بتواند ضمن ارتقاء سطح آگاهی، انتظارات خواننده را در زمینه‌های مفاریم اول تجارت الکترونیک، خرید و فروش الکترونیک و کسب و کار الکترونیک مرتفع ساخته و رشد و زافزون تجارت مدرن کشور را در سطح جهانی موجب گردد.

مرکز علمی، کاربردی طراحی (تویید) بلمان و دکوراسیون با توجه به کمبود آثار منتشر شده در زمینه‌های مرتبط، بر آن است که محسوس بهایی از کتب درسی، کمک درسی را تهیه و در اختیار علاقمندان و دانش‌پژوهان قرار دهد. از سرکار خانم دکتر همیرا آگاه استاد این مرکز که ما را در این مسیر یاری داده‌اند، تشکر و قدردانی می‌شود.

دکتر فاضل لاریجانی

رییس مرکز علمی، کاربردی طراحی و تویید بلمان و دکوراسیون