



مفاهیم نوین در تجارت الکترونیکی

مؤلفین و گردآورندگان

مهندس اشکان سرمد، مهندس میثم بشیری، مهندس الهام واحدی

انتشارات میدانچی

بهار ۱۳۹۲

سرشناسه : سره اشکان، ۱۳۶۶ -
 عنوان و نام پدیدآور : مفاهیم نوین در تجارت الکترونیکی / مؤلفین و گردآورندگان اشکان سره، میثم بشیری، الهام واحدی.
 مشخصات نشر : تهران؛ میدانچی، ۱۳۹۲.
 شابک : ۱۱۵۰۰۰ ریال، 978-600-93893-0-8
 وضعیت فهرست‌نویسی : قیفا
 موضوع : مازگانی الکترونیکی
 رده‌بندی کتبه : ۷ ۱۳۹۲ م ۹ ف ۵۵۲۸/۳۲ HF
 رده‌بندی دیویی : ۶۵۸/۸۲
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۲۰۶۴۳۰



مفاهیم نوین در تجارت الکترونیکی

مؤلفین و گردآورندگان:

مهندس اشکان سره، مهندس میثم بشیری، مهندس الهام واحدی

مدیر تولید: معصومه رمضان‌ی

مدیر اجرایی: مرضیه حیدری

طراح جلد و صفحات داخلی: آتلیه انتشارات میدانچی

حروفچینی و صفحه‌آرایی: انتشارات میدانچی

ارتباطات منطقه‌سوری، زهرا جوادی

قطع: رقعی

نوبت چاپ: اول - بهار ۱۳۹۲

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

بها: ۱۱۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۸۹۳-۰-۸

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

هرگونه کپی‌برداری و درج مطالب این کتاب در منابع دیگر ممنوع

به اجازه کتبی ناشر بوده و طبق قوانین حمایتی وزارت فرهنگ و

ارشاد اسلامی، متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

دفتر مرکزی: تهران، سپه‌رودی شمالی،
کوی متحیری، پلاک ۶۰، طبقه ۳، واحد ۱۲

پایگاه اینترنتی

WWW.MEIDANCHI.IR

تلفن: ۸۸ ۵۱۵۱ ۵۰

از مراکز پخش کتاب و کتابفروشی‌های تهران و شهرستان‌ها خواهشمندیم جهت دریافت امتیاز پخش

کتاب‌های انتشارات میدانچی فقط با تلفن ۸۸۵۱۵۱۵۰ تماس حاصل نمایند.

با گذر زمان زندگی تحت تأثیر اختراعات و فناوری‌ها دچار تغییرات بسیاری گشته است؛ به نحوی که برای انسان امروزی حتی تصور و ایجاد تصویری ذهنی در مورد زندگی پیشینیان و چگونگی زیستن آنها قدری دشوار و غیرقابل درک است. در کنار اختراعات تأثیرگذاری مانند برق، تلفن، کامپیوتر و ... یکی از بنیادی‌ترین و کاربردی‌ترین اختراعات، اینترنت بود که روز به روز با گسترش فناوری، موارد استفاده و کاربرد آن افزایش یافته و دامنه آن وسعت می‌یابد. امروزه اینترنت به همه جا نفوذ کرده، به طوری که حتی خریدهای روزمره هم با آن صورت می‌گیرد، از این رو به یکی از مهم‌ترین جنبه‌های زندگی مبدل شده است.

یکی از مهم‌ترین کاربردهای اینترنت موضوع تجارت الکترونیک است. موضوعی فراگیر که بیانش ارتباط افراد و سازمان‌ها به منظور داد و ستد کالا و خدمات است که در این راه قابلیت در برگیری تمام ابعاد تجارت و فرآیند بازار سستی را دارد.

تجارت الکترونیک، مبادله الکترونیکی داده‌هاست. به طور خلاصه می‌توان گفت که مبادله الکترونیکی داده عبارت است از تولید، پردازش، کاربرد و تبادل اطلاعات و اسناد به شیوه‌های الکترونیکی و خودکار بین سیستم‌های کامپیوتری و بر اساس زبان مشترک و استانداردهای مشخص و با کمترین دخالت عامل انسانی. البته تجارت الکترونیک حیطه‌ای به مراتب گسترده‌تر از مبادله الکترونیکی داده دارد و آن تحول و انقلاب در عرصه ارتباطات است. تجارت الکترونیکی در ساده‌ترین تعریف شامل یافتن منابع، انجام ارزیابی، مذاکره کردن، سفارش، تحول، پرداخت و ارائه خدمات پشتیبانی است که به صورت الکترونیکی انجام می‌شود؛ لذا روشی است که بر اساس آن اطلاعات، محصولات و خدمات از طریق شبکه‌های ارتباطات کامپیوتری خرید و فروش می‌شوند و طبیعتاً تأثیر مستقیم و ویژه‌ای در کاهش هزینه و نیروی انسانی دارد و کمک شایانی به سرعت انجام مبادلات می‌کند.

کتابی که پیش روی شما قرار دارد، موضوع تجارت الکترونیک را از تمامی جوانب مورد بحث و بررسی قرار داده است. تفکر مؤلفین این کتاب بر این اساس بود که مطالب به نحوی نوشته و گردآوری شوند که برای تمامی علاقه‌مندان به این حوزه جذاب و قابل فهم باشد و بتواند به پیشرفت و ارتقای اطلاعات آنها کمک کند. به همین منظور کتاب در ابتدا با مفهوم به اشتراک‌گذاری اطلاعات و تجارت بدون کاغذ که به طور بنیادین به مفهوم تجارت الکترونیک و باز کردن آن برای مخاطب پرداخته، آغاز می‌شود، که در این فصول برای درک بیشتر از دو مطالعه موردی هم کمک گرفته شده است؛ در ادامه به ابعاد دیگر این مهم و آشنایی با مفاهیمی مانند امضای دیجیتال، هوش تجاری، رایانش ابری و تجارت سیار پرداخته شده است.

سبک نگارش کتاب در مقایسه با کتاب‌های مرتبط، بسیار ساده، روان، به روز و حاوی مثال‌های جالب و نتیجه‌گیری‌های مربوط به هر فصل و موضوع است. سعی نموده ایم با بیانی ساده و همه گیر به جذابیت و فهم بیشتر مطالب کمک کرده و توجه مخاطبان را جلب کنیم.

دبالتله این کتاب را به دانشجویان، اندیشمندان و علاقه‌مندان حوزه مدیریت و IT در تمامی مقاطع علمی و تحصیلی توصیه نموده و استفاده از آن را به عنوان یک منبع اطلاعاتی کامل و به روز مناسب می‌بینیم.

از کلیه کسانی که در تنظیم و انتشار این کتاب ما را یاری نموده‌اند، به خصوص جناب آقای میدانچی مدیریت مشترک انتشارات میدانچی، صمیمانه سپاسگزاریم. بدون شک هیچ کار انسانی عاری از خطا و بی نیاز از بهبود نیست، لذا از کلیه صاحب نظران و خوانندگان استدعا داریم از ارائه نظرات ارزشمند خود دریغ نورزند.

مؤلفین و محررانان

فهرست مطالب

فصل ۱: به اشتراک گذاری اطلاعات	۹
مقدمه	۹
۱-۱- اهمیت به اشتراک گذاشتن اطلاعات	۱۳
۱-۲- چگونگی به اشتراک گذاشتن اطلاعات	۱۳
۱-۳- عوامل مؤثر در تبادل متون و منابع اطلاعاتی	۱۴
۱-۴- راهبردهای تقویت برقراری تبادل و به اشتراک گذاری منابع اطلاعاتی	۱۵
۱-۵- دولت‌ها و به اشتراک گذاشتن اطلاعات	۱۶
۱-۶- هفت قانون طلایی برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات	۱۷
۱-۷- مزایای به اشتراک گذاشتن اطلاعات	۱۹
۱-۸- جمع‌بندی	۲۱
۱-۹- پیوست فصل اول	۲۲
۱-۹-۱- پروژه به اشتراک گذاری اطلاعات در کشور کره جنوبی (مطالعه موردی)	۲۲
مقدمه	۲۲
۱-۹-۱-۱- اهمیت پروژه	۲۶
۱-۹-۱-۲- سازماندهی	۲۷
۱-۹-۱-۳- فرایند پیاده‌سازی	۳۹
۱-۹-۱-۴- دستاوردها و مزایای مورد انتظار	۳۲
۱-۹-۱-۵- ساختار سیستم	۳۴
۱-۹-۱-۶- نتیجه‌گیری	۴۵
فصل ۲: تجارت بدون کاغذ	۴۷
مقدمه	۴۷
۲-۱- تجارت بدون کاغذ	۴۸
۲-۲- امنیت و رقابت	۴۹
۲-۳- ویژگیهای تجارت بدون کاغذ	۵۰
۲-۴- بررسیهای سیاسی و استراتژیک	۵۱
۲-۵- سیستم تجارت بدون کاغذ	۵۲
۲-۶- چارچوب بهبود فرایند تجارت (صادرات) از طریق الکترونیکی کردن	۵۳
۲-۷- پیوست فصل دوم	۶۰
۲-۷-۱- پروژه توسعه تجارت بدون کاغذ در کشور کره جنوبی (مطالعه موردی)	۶۰
مقدمه	۶۰

۶۱	۲-۷-۱-۱- اهمیت پروژه تجارت بدون کاغذ
۶۲	۲-۷-۱-۲- استراتژیهای توسعه تجارت بدون کاغذ در کره جنوبی
۶۳	۲-۷-۱-۳- سازماندهی و ساختار پروژه تجارت بدون کاغذ
۶۹	۲-۷-۱-۳- همکاریهای بین المللی
۷۰	۲-۷-۱-۴- نتیجه گیری
۷۵	فصل ۳: امضای دیجیتال
۷۵	مقدمه
۷۶	۳-۱- تفاوت امضای دیجیتالی و سنتی
۷۷	۳-۲- امضای دیجیتالی؛ شاه کلید ورود به دولت الکترونیکی
۷۹	۳-۳- تعریف امضای دیجیتالی
۸۱	۳-۴- الگوریتم امضای دیجیتالی
۸۲	۳-۵- تفاوت امضای دیجیتال و رمزنگاری یک متن
۸۳	۳-۶- مزایای امضای دیجیتالی
۸۴	۳-۷- زیرساخت کلید عمومی
۸۴	۳-۷-۱- گواهی نامه دیجیتالی
۸۶	۳-۷-۲- مرکز ثبت نام
۸۶	۳-۷-۳- انتشار اطلاعاتی
۸۷	۳-۸- بررسی گواهی نامه دیجیتالی
۸۷	۳-۸-۱- تفاوت بین امضای دیجیتالی و گواهی نامه دیجیتالی
۸۸	۳-۹- تولید امضاء و بررسی صحت آن
۹۳	۳-۱۰- پروتکل X. 509 امضای دیجیتالی
۹۶	۳-۱۱- جمع بندی
۹۹	فصل ۴: هوش تجاری و تاثیر آن بر محیط کسب و کار
۹۹	مقدمه
۱۰۱	۴-۱- حرکت به سوی هوشمندی سازمانی
۱۰۱	۴-۱-۱- مفهوم هوش
۱۰۲	۴-۱-۲- تاثیر تغییرات سازمانی بر هوش سازمانی
۱۰۲	۴-۱-۳- تاثیر فرهنگ بر هوش سازمانی
۱۰۴	۴-۱-۴- فرآیند مدیریت تغییر (گذار)
۱۰۵	۴-۲- انواع هوشمندی
۱۰۷	۴-۲-۱- هوش مصنوعی
۱۰۸	۴-۲-۲- مدیریت دانش

۱۱۰	۳-۲-۴- هوش تجاری
۱۱۲	۴-۲-۴- هوش رقابتی
۱۱۳	۵-۲-۴- هوش استراتژیک
۱۱۴	۳-۴- ضرورت استفاده از هوش تجاری
۱۱۷	۴-۴- ابزارهای کاربردی در پیاده‌سازی هوش تجاری
۱۱۷	۴-۴-۱- پردازش تحلیلی برخط (OLAP)
۱۱۸	۴-۴-۱-۱- مفاهیم مطرح در پردازش تحلیلی برخط
۱۲۲	۴-۴-۱-۲- نقاط قوت پردازش تحلیلی بر خط
۱۲۳	۴-۴-۱-۳- نقاط ضعف روش پردازش تحلیلی برخط
۱۲۴	۴-۴-۲- OLTP (On-Line Transaction Processing)
۱۲۶	۴-۴-۳- انبار داده تحلیلی (Data Warehouse)
۱۲۷	۴-۴-۳-۱- دلایل نیاز به انبار داده تحلیلی
۱۲۸	۴-۴-۳-۲- مزایای انبار داده تحلیلی
۱۲۸	۴-۴-۳-۳- یافته‌های کلیدی درباره گرایش به انبار داده تحلیلی
۱۲۹	۴-۴-۳-۴- روند جهانی در رابطه با استفاده از انبار داده تحلیلی
۱۳۰	۴-۴-۳-۵- فراداده‌ها
۱۳۳	۴-۴-۳-۶- مفاهیم مطرح در انبار داده تحلیلی
۱۳۵	۴-۴-۴- داده کاوی (Data Mining)- معماری چند لایه
۱۳۷	۴-۴-۵- سیستم تصمیم‌یار هوشمند (IDSS)
۱۳۸	۴-۴-۶- عامل هوشمند
۱۴۰	۴-۴-۷- مدیریت زنجیره تأمین (SCM)
۱۴۱	۴-۴-۸- برنامه‌ریزی منابع سازمانی (ERP)
۱۴۲	۴-۵- هوش تجاری و ETL Services
۱۴۵	۴-۶- نقشه راه ساخت یک پروژه هوش تجاری
۱۴۸	۴-۷- صرفه‌های اقتصادی استفاده از رویکرد هوش تجاری
۱۵۰	۴-۸- نقش بکارگیری هوش تجاری در بهبود محیط کسب و کار
۱۵۱	۴-۸-۱- پیدایش نظریه بهبود محیط کسب و کار
۱۵۴	۴-۸-۲- آثار به کارگیری رویکرد هوش تجاری بر محیط کسب و کار
۱۵۹	فصل ۵: رایانش ابری
۱۵۹	مقدمه
۱۶۲	۵-۱- رایانش ابری
۱۶۳	۵-۱-۱- ویژگی‌های اساسی رایانش ابری در مدل NIST
۱۶۴	۵-۱-۲- انواع مدل ارائه خدمت در رایانش ابری در مدل NIST

۱۶۵.....	۵-۱-۳- مدل‌های پیاده‌سازی رایانش ابری در مدل NIST.....
۱۶۷.....	۵-۱-۴- بررسی وضعیت رایانش ابری در جهان.....
۱۷۲.....	۵-۱-۵- بررسی مزایای اقتصادی رایانش ابری در ۵ اقتصاد بزرگ اروپا [۹].....
۱۷۵.....	۵-۱-۶- رایانش ابری از دیدگاه کارشناسان.....
۱۷۷.....	۵-۲- جمع‌بندی.....
۱۷۹.....	فصل ۶: تجارت سیار.....
۱۷۹.....	مقدمه.....
۱۸۰.....	۶-۱- نیازمندی‌های مشتریان در تجارت سیار.....
۱۸۳.....	۶-۲- چالش‌های موجود در تجارت سیار.....
۱۸۳.....	۶-۳- چالش‌های کاربردی.....
۱۸۶.....	۶-۴- چالش‌های شبکه‌های.....
۱۸۸.....	۶-۵- مشکلات زیرساختی.....
۱۸۹.....	۶-۶- مسایل قانونی.....
۱۸۹.....	۶-۷- تکنولوژی‌های ارتباطی تجارت سیار.....
۲۰۵.....	۶-۸- ارزش در تجارت سیار.....
۲۱۵.....	۶-۹- مدل‌های درآمدی و کسب‌وکار در تجارت سیار.....
۲۲۲.....	۶-۱۰- جمع‌بندی.....
۲۲۵.....	فهرست منابع.....
۲۲۵.....	منابع فصل اول.....
۲۲۶.....	منابع فصل دوم.....
۲۲۶.....	منابع فصل سوم.....
۲۲۶.....	منابع فصل چهارم.....
۲۲۷.....	منابع فصل پنجم.....
۲۲۸.....	منابع فصل ششم.....