

مهندسی سیستم‌های تجارت الکترونیک

Electronic Commerce System Engineering (ECSE)

مبانی مهندسی سیستم های تجارت الکترونیکی مروری بر مفاهیم کسب و کار تجاری

تجارت

- ❖ عمل تبادل یا داد و ستد کالا و خدمات برای تامین نیازهای مشتریان
- ❖ زمینه و نوع خاصی از کسب و کار
- ❖ مشتمل بر طیف خاصی از فعالیت های کاری
- ❖ حجم وسیعی از فعالیت ها و کسب و کارها، مبتنی بر فعالیت تجاری است.

مشخصات و ساختار فعالیت های تجاری

◀ افعال فعالیت های تجاری

❖ خرید

✓ شناخت نیاز / انطباق نیاز / جستجو / انتخاب / سفارش / پرداخت / دریافت / احراز هویت کالا / احراز هویت

فروشنده / اعتبارسنجی

❖ فروش

✓ عرضه / بازاریابی / تبلیغات / دریافت سفارش / تامین سفارش / تحویل / احراز هویت خریدار / اعتبارسنجی

خریدار

◀ اقلام فعالیت های تجاری

❖ کالا

❖ خدمات

❖ بسته های کالا و خدمات

عناصر اصلی در فرآیندهای انجام فعالیت های تجاری

- ❖ شناخت و تعریف نیازمندی (اینکه یک خریدار بفهمد که چه کالا و خدماتی می تواند نیازش را برآورده سازد)
- ❖ انطباق (کالا و خدمات با نیاز) (اینکه نیاز خریدار مورد نظر دقیقاً مطابق با کدام کالا است)
- ❖ جستجو (اینکه چه شخص یا ارگانی کالای مورد نظر و مورد نیاز را داراست)
- ❖ سفارش (با چه مکانیزی می بایست سفارش داده شود)
- ❖ حمل و نقل (نوع حمل و نقل کالا تا به دست خریدار برسد به چه صورتی انجام می پذیرد)
- ❖ پرداخت (نوع سیستم پرداخت به چه صورت است)

عناصر اصلی در فرآیندهای انجام فعالیت های تجاری

- ❖ مدیریت موجودی (فروشنده آن سفارشی را که دریافت کرده است از چه محلی و به چه صورت تامین می کند)
- ❖ احراز هویت اشخاص (خرید و فروش ها گاهاً باید در قبال تایید هویت خریدار و یا فروشنده صورت پذیرد)
- ❖ احراز اصالت کالا (چگونه می توان کالای خریداری شده همانی است که ادعا می شود)
- ❖ اعتماد (به عنوان اصل و اساس در هر رابطه تجاری مطرح می گردد)
- ❖ شهرت (بر گرفته شده از اعتماد است و شهرت فروشنده و خریدار می بایست تابع فاکتورهای خاصی باشد)
- ❖

مروری بر مفاهیم کسب و کار تجاری

انواع اشخاص و طرفها در کسب و کار تجاری

❖ اشخاص (C)

❖ بنگاه یا سازمان (B)

❖ دولت ها (G)

❖ بازارها (M or E)

❖ سایر

انواع کسب و کار تجاری

❖ تجارت فرد با فرد (C2C)

❖ تجارت فرد با بنگاه (C2B)

❖ تجارت بنگاه با بنگاه (B2B)

مروری بر مفاهیم کسب و کار تجاری

◀ سازمان تجاری

❖ سیستم سازمانی، که مأموریت آن انجام تجارت در حوزه مشخصی از کالا و خدمات می باشد.

◀ نقش های فعال در تجارت

❖ عبارتند از مجموعه عواملی که در جریان تجارت کالا و خدمات، یک یا چند نقش را ایفا می کنند.

❖ مثال: نقش خریدار، نقش فروشنده، نقش واسطه، نقش تامین کننده، نقش حمل و نقل کننده، نقش جابجا

کننده مالی، نقش تضمین کننده مالی، نقش تصدیق کننده هویت، نقش تصدیق کننده اعتبار و مواردی اینچنینی.

نکته:

❖ ایفا کننده نقش ها می توانند، اشخاص یا سازمان ها باشند.

❖ نقش های فعال در هر تجارت، بسته به نوع و محدوده کالا و خدمات می تواند متفاوت باشد.

اهمیت آشنایی با موضوع تجارت و سازمان های تجاری

سازمان <

❖ محیط هر سامانه فناوری اطلاعات

❖ جامعه کاربران هر سامانه فناوری اطلاعات

نکته:

برای شناخت نیاز، تجزیه و تحلیل و طراحی هر سامانه فناوری اطلاعات، احتیاج به شناخت نوع و طبیعت کاری استفاده کننده

از سامانه و نیازهای مختلف او برای انجام کار خواهیم داشت.

ماموریت سیستم های تجارت الکترونیک، الکترونیکی نمودن یا مکانیزه نمودن سازمان ها و جریان کار تجاری موجود می باشد.

◀ وجوه تمایز تولید با تجارت

❖ در تولید

- ✓ فرآیند کلان: دریافت سفارش / خرید مواد اولیه، تولید محصول
- ✓ پس از تولید محصول و قرارداد در انبار، کار تولید تمام می شود.

❖ در تجارت

- ✓ خرید محصول، فروش محصول، حمل محصول، تحویل محصول
- ✓ فعالیت تجاری در اصل پس از تولید محصول صورت می پذیرد.

نکته: تولید مقدمه تجارت می باشد در واقع تولید ذیل عمل تامین در تجارت است .

تجارت الکترونیک (تعاریف و مفاهیم)

تعریف تجارت الکترونیک (Electronic Commerce): فرآیند خرید، فروش و مبادله کالا، خدمات و اطلاعات از طریق شبکه‌های کامپیوتری.

تجارت الکترونیک در قالب چشم اندازهای زیر قابل تعریف است:

- ◀ ارتباطات
- ◀ فرآیندهای کسب و کار
- ◀ خدمت
- ◀ بر خط بودن
- ◀ همکاری و تعاون (خرید و فروش)
- ◀ جامعه (ازدیدگاه اجتماعی)

کسب و کار الکترونیکی (E-Business): یک تعریف فراتر از EC است که نه تنها شامل خرید و فروش کالا و خدمات است ،

بلکه خدمت رسانی به مشتری ، همکاری با شرکای تجاری و انجام تراکنش های الکترونیکی داخل سازمان را نیز در برمی گیرد .

از جمله :

➤ پشتیبانی کاربران

➤ تعاملات و تراکنشات بین شرکای تجاری که می تواند عمل خرید و فروش را شکل دهد

➤ فعالیت های الکترونیکی یک سازمان در راستای کسب و کار تجاری

تجارت الکترونیک خالص و نا خالص :

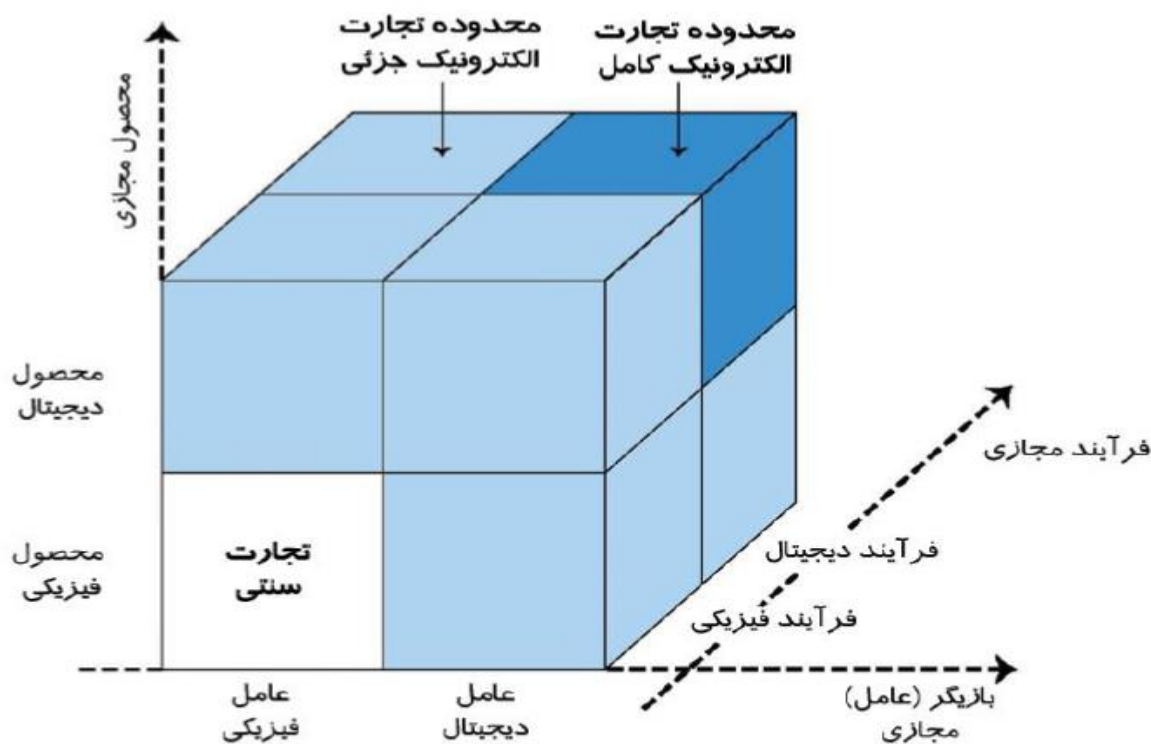
تجارت الکترونیک می تواند بر حسب درجه دیجیتالی بودن به سه دیدگاه تقسیم گردد (تبدیل از حالت فیزیکی به دیجیتالی)

۱. کالا (خدمت)

۲. فرآیند

۳. روش تحویل

می تواند متفاوت باشد مانند شکل زیر ابعاد تجارت الکترونیک از این حیث را معرفی می نماید :



ابعاد تجارت الکترونیک

تجارت سنتی (brick-and-mortar):

در این نوع تجارت فعالیت اصلی کسب و کار به صورت آفلاین انجام می شود و محصولات

فیزیکی خود با استفاده از عامل های فیزیکی به فروش می رسد .

شاخص های این نوع تجارت :

- ◀ تجارت قدیمی همگی از این نوع بوده اند
- ◀ کسب و کار آفلاین و دستی انجام می پذیرد
- ◀ تمامی عوامل دخیل در تجارت از جمله خرید و فروش نیز فیزیکی بوده اند .

تجارت الکترونیکی یا مجازی (pure-play):

در این نوع تجارت ، فعالیت های کسب و کار فقط به صورت آنلاین انجام می پذیرد و تجارت در این نوع تمام دیجیتالی و مجازی است .

شاخص های این نوع تجارت :

فعالیت های همگی بر خط و آنلاین انجام می پذیرد.

تجارت ها و اقتصاد جدید و بروز معمولاً از این نوع می باشند .

خرید و فروش و دیگر عوامل دخیل در نوع تجارت همگی مجازی و آنلاین و دیجیتالی می باشند .

تجارت (مجازی - سنتی) Click-and-mortar:

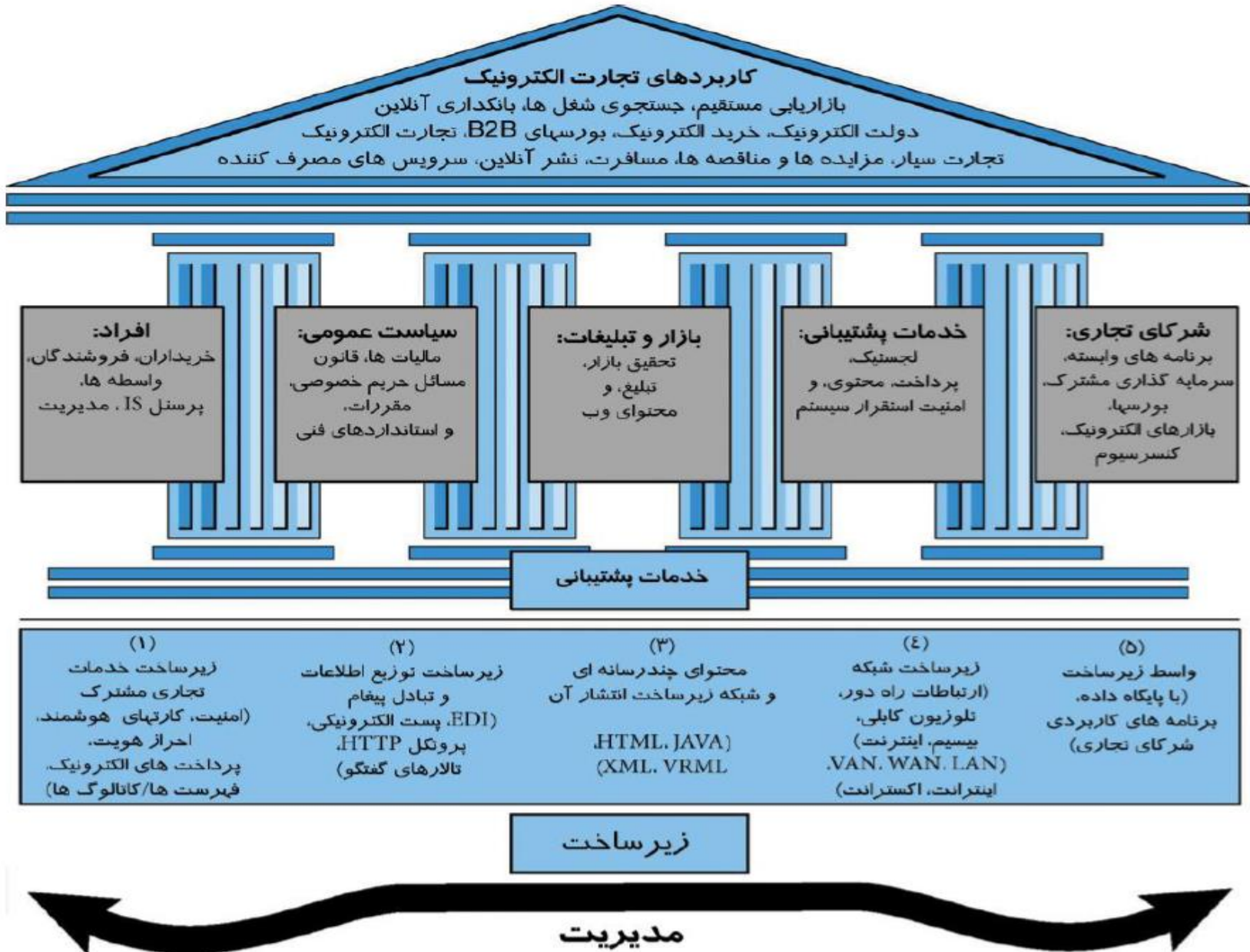
در این نوع تجارت، فعالیت های تجارت الکترونیکی اغلب به عنوان کانال

دیگری برای ارتباط با بازار استفاده می شود و تجارت در برخی از قسمتهای فیزیکی و برخی قسمتهای دیگر به صورت دیجیتالی انجام می پذیرد .

شاخص های این نوع تجارت :

◀ برخی از فعالیت ها فیزیکی و برخی دیگر آنلاین انجام می پذیرد .

شکل زیر چهارچوبی برای تجارت الکترونیک را نمایش می دهد :



طبقه بندی تجارت الکترونیک بر مبنای طبیعت و نوع تعامل

مدل شرکت - شرکت (B2B) : مدل تجارت الکترونیکی که در آن همه ی شرکت کنندگان بنگاه یا سازمان تجاری هستند .

مدل شرکت - مصرف کننده (B2C) : مدل تجارت الکترونیکی که در آن شرکت های تجاری کالا یا خدمات خود را به اشخاص می فروشند .

مدل تجارت الکترونیک شرکت - شرکت - مصرف کننده (B2B2C) : مدلی که در آن بنگاه های تجاری ، محصول یا خدمتی برای یک شرکت دیگر فراهم می کند و آن شرکت این خدمات و محصولات را در اختیار مشتریان خودش قرار می دهد .

مدل مصرف کننده - شرکت (C2B) : مدلی که در آن اشخاص از اینترنت برای فروش محصولات و خدمات به سازمان ها و یا دیگر اشخاصی که دنبال فروشنده می گردند استفاده می کنند تا محصولات و خدمات مورد نیاز را به آن ها پیشنهاد دهند .

مدل مصرف کننده - مصرف کننده (C2C) : مدل تجارت الکترونیکی که در آن مصرف کنندگان مستقیما به مصرف کنندگان دیگر می فروشند .

طبقه بندی تجارت الکترونیک بر مبنای طبیعت و نوع تعامل

تجارت سیار (m-commerce) : تراکنش های تجارت الکترونیکی که در محیط بی سیم انجام می شود .

تجارت مبتنی بر مکان (location based commerce) : تراکنش های تجاری سیاری که افرادی را در یک مکان و در زمانی خاص مورد هدف قرار می دهد .

تجارت میان سازمانی (intrabusiess EC) : طبقه ای از تجارت الکترونیک که شامل همه فعالیت های داخل سازمانی ، شامل مبادله کالا ، خدمات یا اطلاعات بین واحد ها و افراد مختلف در سازمان می شود .

مدل شرکت – کارمندان (B2E) : مدل تجارت الکترونیکی که در آن سازمان ها خدمات ، اطلاعات یا محصولات را برای کارمندان خود فراهم می آورند .

تجارت مشترک (C-Commerce): مدل تجارت الکترونیکی که در آن اشخاص یا گروه ها به صورت آنلاین ارتباط برقرار کرده یا همکاری می کنند .

دولت الکترونیک (E-government - Government to Citizens(G2C)): مدل تجارت الکترونیک که در آن موجودیت های دولتی کالا یا خدمات یا اطلاعات را از شرکت ها می خردند یا برای آن ها یا شهروندان فراهم می آورند .

بورس (الکترونیک): یک بازار الکترونیکی عمومی با تعداد زیادی فروشندگان و خریداران .

بورس - بورس (E2E): مدل تجارت الکترونیکی که در آن بورس های الکترونیکی با هدف تبادل کالا و اطلاعات به هم متصل می شوند .

طبیعت میان رشته ای تجارت الکترونیک :

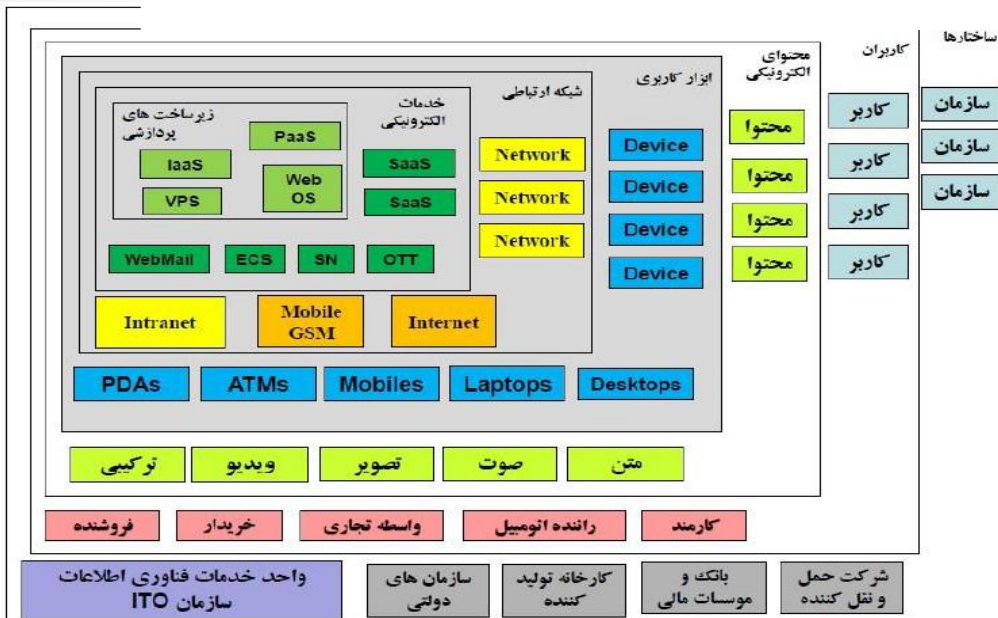
کاربردهای تجارت الکترونیک در رشته ها و علوم مختلف بسیار مشهود و غیر قابل انکار است که می توان به برخی از رشته ها اشاره نمود . رشته هایی مانند :

- بازاریابی
- علوم کامپیوتر
- مالی
- امور اقتصادی
- مدیریت سیستم های اطلاعاتی
- حسابداری و حسابداری
- مدیریت
- قواعد و اخلاق تجاری
- روانشناسی و رفتار خریداران
- و مواردی از این قبیل

طرح کسب و کار سازمانی

مفهوم و اهداف طرح کسب و کار سازمانی

- طرح و کسب و کار سازمانی سندی است که در آن:
 - مشخصات محصول (خدمات یا کالا) جهت کسب در آمد معرفی می گردد.
 - فرآیند و ساختار سازمانی مورد نیاز جهت تولید محصول پیشنهادی مشخص و معین می گردد.
 - نحوه کسب در آمد برای بقای سازمان و خوداتکایی آن مشخص و توجیه می گردد.
 - هزینه های راه اندازی کسب و کار بیان و توجیه می گردد.
 - بسترهای مورد نیاز برای راه اندازی کسب و کار مشخص می گردد.
 - و ...



- هر سیستم تجارت الکترونیکی ابزاری تسهیل کننده (Facilitator) و یا توانمندساز (Enabler) در راستای اجرای یک کسب و کار تجاری (سازمانی) است.
- هر سازمانی که مبنای اصلی فعالیت آن خرید و فروش اقلام کالا یا خدمات باشد، یک سازمان تجاری است.
مثال: بنگاه معاملات اتومبیل یا مسکن - کارگزاری بورس سهام

نکته:

- ❖ سازمانی که کالا یا خدمت تولید شده توسط دیگران را خریداری نموده یا بفروشد، یک سازمان کاملاً تجاری است.
- ❖ سازمانی که کالا یا خدمات تولید شده خود را بفروشد، یک سازمان تولیدی - تجاری است.

- ◀ خلاصه فرآیند مدیریتی
 - ❖ محصولات و خدمات
 - ❖ مشخصات کالا و خدمات
- ◀ فرآیند رقابتی
- ◀ اندازه کسب و کار
- ◀ فرآیند تولید محصول / ارائه خدمات
- ◀ ساختار سازمانی (تولید کننده - فروشنده و)...
- ◀ تحلیل بازار (Market Analysis)
 - ❖ تقسیم بندی بازار
 - ❖ توان بازار و نوع مشتریان
 - ❖ راهبرد تعیین بازار هدف
 - ❖ مشخصات بازار خدمات
 - ❖ مشخصات بازار کالا
- ◀ ارزیابی خطرپذیری (Risk Evaluation)
 - ❖ نقاط ضعف کسب و کار
 - ❖ ارزیابی خطرپذیری در ارتباط با فناوری

◀ برنامه اجرایی (Implementation Plan)

❖ فرآیند تولید محصول / ارائه خدمات

❖ محل اجراء

❖ تجهیزات و ماشین آلات مورد نیاز

❖ تامین کنندگان مواد اولیه

◀ برنامه ریزی مالی (Financial Plan)

❖ پیش بینی حساب سود و زیان

❖ پیش بینی جریان نقدینگی

❖ منابع تامین و کاربرد سرمایه

❖ هزینه ابزار و تجهیزات (جهت راه اندازی کسب و کار)

❖ هزینه کل (جهت راه اندازی کسب و کار)

◀ قبل از طراحی و مهندسی هر گونه سیستم تجارت الکترونیکی، باید طرح کسب و کار مبنا برای ایجاد آن مشخص باشد.

❖ شناخت کسب و کار تجاری موجود برای ایجاد سیستم تجارت الکترونیکی

❖ طراحی کسب و کار برای ایجاد سیستم تجارت الکترونیکی

◀ در طرح های کسب و کارهای الکترونیکی، کالا و خدمات الکترونیکی مبنای کسب و کار قرار می گیرند.

❖ مثال: خرید و فروش شارژ موبایل (کالای الکترونیکی)

❖ مثال: خرید یا فروش خدمات میزبانی وب (خدمت الکترونیکی)

❖ مثال: خرید یا فروش خدمات ارتباط و دسترسی به اینترنت Wimax

❖ مثال: خرید یا فروش خدمات آوای انتظار موبایل

❖ مثال: خرید یا فروش خدمات گرفتن فال حافظ به صورت الکترونیکی (!!!!)

کسب و کار تجاری فیزیکی:

- ❖ کالای فیزیکی و خدمت فیزیکی مبنای کسب و کار قرار می گیرد.
- ❖ بدون سیستم تجارت الکترونیکی هم می توان کسب و کار را اجرا نمود.
- ❖ سیستم تجارت الکترونیکی برای تسهیل عملیات و فرآیند تجارت یا توانمند سازی جهت رقابت بهتر بکار گرفته می شود.

کسب و کار الکترونیکی:

- ❖ کالای الکترونیکی یا خدمت الکترونیکی مبنای کسب و کار قرار می گیرد.
- ❖ در فضای فیزیکی محصول یا خدمت مبنا قابل تولید نیست.
- ❖ برای اجرای آن حتما به سیستم های الکترونیکی نیاز است.
- ❖ خرید یا فروش آن می توان در فضای فیزیکی انجام داد. اما بدلیل سنخیت، ترجیح به استفاده از سیستم تجارت الکترونیکی است.

نکته: با توجه به اجزای مفهومی طرح کسب و کار سازمانی می‌توان آن را زیرمجموعه‌ای از کل یک سازمان

نتیجه: هر سیستم سازمانی می‌تواند بستر اجرایی چندین کسب و کار سازمانی باشد.

نکته: هر سیستم سازمانی (از جمله سازمان‌های تجاری) در ابتدای ایجاد باید حداقل دارای یک طرح کسب و کار سازمانی باشند.

نکته:

- ❖ هر سازمان پس از ایجاد و راه‌اندازی، می‌تواند در درون خود کسب و کارهای جدیدی را ایجاد، یا کسب و کارهای قبلی خود را تغییر یا حتی تعطیل نماید.
- ❖ ایجاد کسب و کارهای جدید در یک سازمان، می‌تواند مولفه‌ای از توسعه آن سازمان به حساب آید.

مدل های کسب و کار

روشی از کسب و کار است که توسط آن یک سازمان می تواند برای خود کسب در آمد نماید .

اتفاقاتی که در آن، شرکت در زنجیره ارزش قرار خواهد گرفت .

مدل کسب و کار جزئی از یک طرح کسب و کار و یا یک مورد کسب و کار محسوب می گردند.

نکته : همه مدل کسب و کار باید در ان شیوه کسب در آمد یا مدل در آمدی خود را (که چگونه شرکت و یا یک پروژه

تجارت الکترونیکی کسب در آمد می نماید) مشخص نمایند

❖ مدل هزینه تراکنش (به ازای وقوع هر اتفاق مورد نظر درصدی از انجام آن وقوع یا خرید یا فروش کسب در آمد

برای صاحب این مدل ایجاد گردد)

❖ مدل عضویت یا حق اشتراکی (همان حق آبونمان است . میزان مبلغی که یک عرضه کننده کالا یا خدمات به ازای

یک دوره زمانی ثابت از متقاضی خود دریافت می نماید)

❖ مدل تبلیغاتی(در سایت تجارت الکترونیک مکانهایی جهت تبلیغ وجود دارد که سایتهای دیگر می توانند در آن

مکان تبلیغات خود را قرار داده و به ازای آن به شما مبلغی را پرداخت نمایند)

❖ مدل وابسته ای(قرار دادن لینکی از سایتهای دیگر و بابت هر بار ارجاع دادن بازدید کننده سایت مبداء به سایت

مقصد از سایت مقصد مبلغی را دریافت می نماید.)

❖ مدل فروش (در آمد مستقیم که بابت فروش کالا یا خدمت از متقاضی دریافت می گردد)

❖ و مدل های دیگر ...

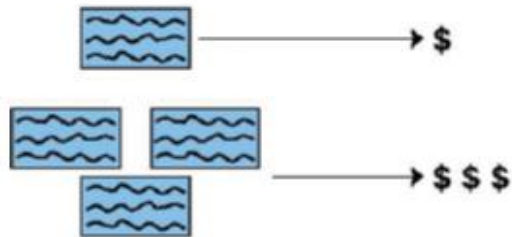
نکته :

در حوزه کسب و کار الکترونیک این الزام وجود ندارد که فقط از یکی از شیوه های بالا استفاده گردد . می تواند همزمان از دو یا چند شیوه هم استفاده نمود .

نکته :

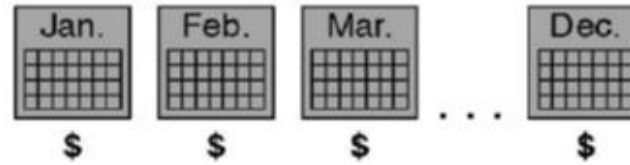
طرح ارزش شرحی است از مزایای یک شرکت که می تواند از تجارت الکترونیک مشتق گردد.

مدل هزینه تراکنش



کمیسیون های پرداخت شده بر اساس حجم تراکنش ها

مدل عضویت



پرداخت مقادیر ثابت معمولاً بصورت ماهیانه

مدل تبلیغ



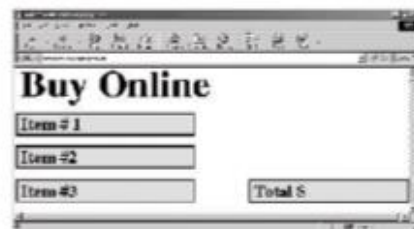
پرداخت توسط تبلیغ کنندگان

مدل وابسته



حق کمیسیون برای مشتریان ارجاع داده شده

مدل فروش



درآمد از فروش کالاها و تبلیغ ها

نکته : بازارهای الکترونیک فضایی ایست که در آن تبادل کالا یا خدمات اتفاق می افتد .

در بازار های الکترونیک می تواند موارد زیر تبادل گردد :

❖ اطلاعات

❖ خدمات

❖ پرداخت ها

❖ و ...

بازارها برای موارد زیر ارزش اقتصادی دارند :

❖ خریدار ها

❖ فروشندگان

❖ واسطه ها

❖ جامعه

- ❖ جستجو و هماهنگی بین فروشندگان و خریداران (کدام خریدار به دنبال کدام فروشنده می باشد و بالعکس)
- ❖ تسهیل تبادل اطلاعات، محصولات، خدمات، و پرداخت در ارتباط با معاملات بازار
- ❖ ارائه زیر ساخت های موسسه ای (مسئولیت پذیری در قبال خرید و فروش در بازار)

❖ فضای بازار

جاییست که در آن فروشندگان و خریداران به صورت الکترونیکی به تبادل کالا و خدمات و یا تبادل پول می پردازند

◀ اجزایی که در یک موقعیت یا در مکان بازار قرار دارند

- ❖ خریداران
- ❖ فروشندگان
- ❖ کالاها (فیزیکی یا دیجیتالی)
- ❖ زیر ساخت ها
- ❖ پیشخوان
- ❖ پسخوان
- ❖ واسطه ها / شرکا تجاری
- ❖ عوامل اجرا کننده خدمات پشتیبانی (حمل و نقل ، اعتبار سنجی)
- ❖ خصوصیتها

مشتريان (خریداران) <

❖ از طریق وب در بازار حضور پیدا می کنند و باید بتوانند

✓ چانه زنی کنند

✓ سفارشات خصوصی و شخصی ارائه دهند

✓ باید بتوانند از بین اقلام عرضه شده اقلام مورد نیاز خود را توسط سبد خرید جمع آوری کنند

✓ سرگرمی داشته باشند .

نکته : غالب شرکت ها نزدیک به ۸۵ درصد از خریداران خود را از روش بالا در بازار نگه می دارند .

فروشنندگان <

❖ صدها هزار فروشگاه های اینترنتی تحت وب را داریم .

❖ تبلیغات و ارائه وب سایت به میلیون ها نفر

فروشنندگان باید قادر باشند که :

کالا یا خدمت را از طریق وب سایت بفروشند

در بازارهای الکترونیکی حضور پیدا کنند .

محصولات

❖ کالاهای فیزیکی

❖ محصولات دیجیتال محصولاتی هستند که بتوانند از طریق اینترنت قابل فروش و یا خرید و قابل ارائه باشند.

نکته :

در واقع نسخه دیجیتالی محصول معمولاً از نسخه فیزیکی به دیجیتالی تبدیل می گردد مانند کتاب که از حالت فیزیکی به حالت دیجیتالی بصورت E-Book نیز قابل ارائه می باشد.

زیر ساخت

❖ سخت افزار

❖ سخت افزار

❖ شبکه

➤ پیشخوان فرآیندهای کسب و کار عبارتند از:

- ❖ پورتال فروشنده
- ❖ کاتالوگ های الکترونیکی
- ❖ سبد خرید
- ❖ موتور جستجو
- ❖ درگاه های پرداخت الکترونیکی

➤ پسخوان فرآیند های کسب و کار عبارتند از :

- ❖ تجمیع سفارشات جهت ایجاد نظم و تحقق بخشیدن به آنها
- ❖ مدیریت موجودی ها (اینکه کالایی را که میفروشیم از تعداد و موجودی آن کالا خبر داشته باشیم)
- ❖ تهیه و سفارش کالا به تامین کنندگان
- ❖ خدمات فرآیند پرداخت ها (پرداخت به تامین کنندگان)
- ❖ بسته بندی و ارسال

◀ واسطه ها

شخص ثالثی است که بین خریداران و فروشندگان ارتباط و تعامل برقرار می کند .

◀ سایر شرکای تجاری

برای هدفی مشترک روی بستر اینترنت با یکدیگر همکاری و تعامل دارند .

◀ خدمات پشتیبانی کننده

❖ صدور گواهینامه و اعتماد خدمات

❖ ارائه دهندگان دانش

◀ سطح افراد

تبادلات بین افراد (فروشنده حقیقی / خریدار حقیقی)

◀ سطح فروشگاه

تبادلات بین یک فروشگاه و مشتریان حقیقی یا حقوقی

◀ سطح بازار (Marketplace)

تبادلات بین فروشگاه ها و مشتریان

◀ سطح تبادلات (Exchange)

تبادلات بین بازارها

منبع:

• **ECES** - دکتر هاشمی - دانشگاه امیرکبیر

EfraimTurban, David King, Jae Lee, Dennis Viehland, **Electronic Commerce 2004: A** ➤
managerial perspective, Prentice Hall, 2004.

John Ganci, SanjoyBanik, **e-commerce Patterns for Building B2C Web Sites**, ➤
ibm.com/redbooks, 2001

Mehdi Khosrow-Pour, **Encyclopedia of E-Commerce, E-Government, and Mobile** ➤
Commerce, IDEA GROUP REFERENCE, 2006

Arthur M. Langer, **Applied Ecommerce: Analysis and Engineering for Ecommerce Systems**, ➤
John-Wiley, 2002.

Treese, G., and L. Stewart., **Designing Systems for Internet Commerce**, Addison-Wesley, 1998. ➤

Whitten Jeffry L., Bentley L. D. and DittmanK. C., **Systems Analysis and Design Methods**, ➤
6th Edition, McGraw-Hill, 2004.