



دومین کنفرانس بین‌المللی تجارت الکترونیک و تجارت جهانی
The Second International e-commerce
and World Trade Conference
ارائه‌ی نوآوری‌ها و چالش‌های بازار تجارت الکترونیک

ارائه یک مدل دو بُعدی برای ارزیابی موفقیت سیستم های تجارت الکترونیک، B2B

بهشید بهکمال^۱، محمد کاظم اکبری^۲، محسن کاهازی^۳

^۱گرایش ارزند، دانشکده مهندسی، کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشکده مهندسی، امیرکبیر

تهران، ایران

Behkammal@gmail.com

^۲استادیار، گروه کامپیوتر دانشکده مهندسی، دانشکده فوردوسی

تهران، ایران

Akhan@ce.aut.ac.ir

^۳استادیار، گروه کامپیوتر دانشکده مهندسی، دانشکده فوردوسی

تهران، ایران

Kahani@um.ac.ir

چکیده

هدف این مقاله ارائه یک مدل دو بُعدی برای ارزیابی موفقیت سیستم های کاربردی تجارت الکترونیک (B2B) است. از آنجاییکه موفقیت سیستم های تجارت الکترونیک متأثر از عوامل متعددی است که مهمترین آنها آمادگی زیرساختهای محیطی و کیفیت سیستم کاربردی می باشد، این مدل موفقیت نرماوزارهای B2B را از دو جنبه زیرساخت های تجارت الکترونیک و کیفیت سیستم کاربردی B2B مورد ارزیابی قرار می دهد. از این رو ابتدا فرایند توسعه مدل پیشنهادی ارائه خواهد شد. سپس با استفاده از یک سیستم کاربردی به عنوان مطالعه موردی، مدل بصورت تجربی بکار گرفته خواهد شد.

- 1. Implementation of Advanced Encryption Standard
- 2. FULL FACTORS CONTRIBUTING TO E-COMMERCE
- 3. Adoption and Its Integration with Enterprise Systems
- 4. Adoption of Infrastructures and Electronic Readiness
- 5. or finding patterns and predicting users' behaviors
- 6. Internet Governance or Internet Control
- 7. friction based on the Modified Direction Feature
- 8. Business e-Commerce Partner Interface Processes
- 9. Industry for e-commerce and e-resour Success
- 10. Review of Accessibility Evaluation Tools
- 11. Management (CRM) in E-commerce and M-commerce
- 12. Key on electronic payment systems in e-commerce
- 13. CONSUMERS: RISK, RISK PERCEPTION AND TRUST
- 14. ارائه شاخصهای مناسب برای ارزیابی رضایت مشتریان
- 15. ارائه مدل کارآ جهت بکارگیری استانداردهای جهانی
- 16. ارائه مدلی مفهومی جهت بررسی موفقیت تجارت الکترون
- 17. ارائه یک مدل دو بعدی برای ارزیابی موفقیت سیستم
- 18. ارزیابی عملکردی سازه ارائه مدله مفهومی ارائه یک شاخه
- 19. امکان سنجی پیاده سازی پیچیده واحد B2B WINDOW
- 20. اولویت بندی چالشهای توسعه عملکردی الکترونیک
- 21. عملکردی الکترونیک؛ بررسی موفقیت و راهکارهای توسعه
- 22. بررسی چالشگاه گسب و کار الکترونیک و تجارت الکترون
- 23. بررسی عوامل مؤثر در گرایشهای کاربران بکارگیری الکترون
- 24. بررسی مقایسه میزان آمادگی بکارگیری تجارت الکترون
- 25. بررسی نقش پیوسته الکترونیک سلامت و سیستم اط
- 26. بررسی وضعیت آمادگی سرمایههای بکارگیری تجارت الکترون
- 27. بررسی وضعیت سیستم های فروش و پرداخت الکترون
- 28. بررسی ویژگی های فروشگاههای الکترونیک در ایران
- 29. پانک فناوری مجازی: مدلی برای ایران
- 30. تاثیر بکارگیری مفاهیم امنیت ارتباطی امنیتی الکترون
- 31. تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر محیط ارتباط
- 32. تبیین چالشگاه عملکردی الکترونیک در صنعت خدمات ارائه
- 33. تجارت الکترونیک و تغییر آن بر جریانهای تجارت WTO
- 34. تجارت الکترونیک در ایران
- 35. تجارت ایران در بستر سازه؛ بررسی چالشها و امکانش
- 36. ثبت نام Online و عرضه محصولات و خدمات در بسترش
- 37. دستاورد فنی از تجارت الکترونیک