

بسم الله الرحمن الرحيم

تجارت الکترونیکی

بنگاه با بنگاه

www.ketab.ir

نویسندگان:

دکتر بهزاد سلمانی

استاد گروه اقتصاد دانشگاه تبریز

سر شناسه	۱۳۴۵ - سلمانی، بهزاد
عنوان و پدیدآور	تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه/ نویسنده: بهزاد سلمانی
مشخصات نشر	تهران، نور علم، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	۱۹۸ ص. نمودار، جدول.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۶۴۱-۱
یادداشت	پشت جلد به انگلیسی Business to Business E-Commerce
موضوع	تجارت الکترونیکی Electronic commerce
	کسب و کار - تکنولوژی اطلاعات Business - Information technology
	بازرگانی الکترونیکی -- راهنمای آموزشی (عالی)
	Electronic commerce -- Study and teaching (Higher)
رده بندی. کنگره	HF ۵۵۴۸/۳۲
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲

نشر نور علم و بخش قلم سینا: تهران - انقلاب - خ ۱۲ فروردین - پلاک ۲۸۶ - تلفن: ۰۶۶۴۰۵۸۸۰ و

۰۹۱۲۳۴۶۲۸۱۱ و ۰۶۶۹۵۷۱۲۰ و ۰۶۶۹۵۷۰۲۱

وب سایت <https://www.modiranketab.ir> پیج اینستاگرام - @modiranketab

عنوان کتاب: تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه

نویسنده: دکتر بهزاد سلمانی

ناشر: نور علم

شمارگان: ۵۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۶۴۱-۱

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۳

طراح جلد: فاطمه خانی

چاپ و صحافی: سورنا

قیمت: ۱۹۰۰۰۰ تومان

در صورت عدم دسترسی به کتابهای این انتشارات، از طریق تماس با
کتابها با پست به تمام نقاط ایران ارسال می شود. ۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹

پیش گفتار

خداوند را شاکرم تا پس از انتشار کتاب تجارت الکترونیکی بنگاه با مصرف‌کننده فرصتی فراهم شد تا دوباره یک کتاب درباره یک مدل مهم دیگر تجارت الکترونیکی تدوین کنم. در این کتاب تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه به صورت خلاصه، جامع و روزآمد و با بهره‌مندی از نمونه‌های جهانی در چارچوب یک کتاب درسی عرضه شده است. در این نوشتار در راستای اهداف آموزشی (به‌ویژه برای کلاس‌های مجازی) از نمودارهای بسیاری استفاده شده است. دانشجویان می‌توانند از این کتاب در بخش تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه در درس تجارت الکترونیکی در دوره کارشناسی و کارشناسی ارشد استفاده کنند. همچنین امیدوارم این کتاب برای کارآفرینان، مدیران و کارشناسان سودمند باشد.

از همه بزرگوارانی که به نویسنده در نگارش و نشر این کتاب کمک کرده‌اند، تشکر می‌کنم. از ناشر گرامی برای همکاری ارزشمند در نشر این کتاب تقدیر می‌کنم. از همکاری‌های ارزنده آقای مهدی اشرف‌گندمی و خاتم بیتا خمین خیابانی دانش‌آموختگان دوره کارشناسی ارشد اقتصاد تجارت الکترونیکی دانشگاه تبریز تشکر می‌کنم. همچنین فرصت را مغتنم شمرده و از همراهی، شکیبایی و پشتیبانی ارزشمند خانواده گرامی خود نیز تشکر و تقدیر می‌کنم. از خوانندگان گرامی درخواست می‌شود نکات و پیشنهادهای خود درباره کتاب را به نشانی زیر اعلام کنند:

- behsalmani@gmail.com

بهزاد سلمانی

استاد گروه اقتصاد دانشگاه تبریز

فهرست مطالب

فصل یکم: دیپاچه.....	۵
اهداف آموزشی فصل یکم.....	۵
۱-۱. تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۶
۱-۲. هدف و رویکرد کتاب.....	۱۰
۱-۳. کاربران کتاب.....	۱۱
۱-۴. ساختار کتاب.....	۱۳
فصل دوم: مبانی تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۱۴
اهداف آموزشی فصل دوم.....	۱۴
۲-۱. مرور تجارت بنگاه با بنگاه.....	۱۵
۲-۲. مرور تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۱۹
۲-۳. تحول تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۲۷
۲-۴. پیشران های تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۳۳
۲-۵. خدمات الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۳۴
۲-۶. منافع تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۳۴
۲-۷. چالش های تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۳۵
۲-۸. روندهای تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۳۶
پرسش های فصل دوم.....	۴۱
فصل سوم: مدل کسب و کار تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۴۳
اهداف آموزشی فصل سوم.....	۴۳
۳-۱. مدل کسب و کار تجارت الکترونیکی.....	۴۴
۳-۲. مدل های کسب و کار تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه.....	۴۶
۳-۳. توزیع کننده الکترونیکی.....	۴۷

۴۸	۳-۴. تدارکات الکترونیکی
۴۹	۳-۵. بازار سازمان یافته
۵۱	۳-۶. کنسرسیوم صنعتی
۵۲	۳-۷. شبکه خصوصی بنگاه با بنگاه
۵۳	پرسش های فصل سوم
۵۴	فصل چهارم: تدارکات و زنجیره تامین
۵۴	اهداف آموزشی فصل چهارم
۵۵	۴-۱. دیباچه
۵۶	۴-۲. گام های تدارکات
۵۸	۴-۳. انواع تدارکات کالاها
۵۸	۴-۴. انواع خرید
۵۹	۴-۵. تجربه مشتری آنلاین
۶۰	۴-۶. لایه های زنجیره تامین
۶۲	۴-۷. چند موضوع در مدیریت زنجیره تامین
۶۳	۴-۸. دیده بانی زنجیره تامین
۶۴	۴-۹. سیستم های اطلاعاتی در مدیریت زنجیره تامین
۶۶	۴-۱۰. اختلالات زنجیره تامین جهانی
۷۱	۴-۱۱. رویارویی با اختلالات زنجیره تامین جهانی
۷۴	پرسش های فصل چهارم
۷۵	فصل پنجم: روندهای زنجیره تامین
۷۵	اهداف آموزشی فصل پنجم
۷۶	۵-۱. مروری بر روندهای مدیریت زنجیره تامین
۷۷	۵-۲. ساده سازی زنجیره تامین، تولید به هنگام و تولید ناب
۸۰	۵-۳. زنجیره تامین تطبیقی

۸۳	۵-۴. زنجیره های تامین پاسخگو: استانداردهای کار
۸۵	۵-۵. زنجیره تامین پایدار
۸۷	۵-۶. تبادل الکترونیکی داده
۹۲	۵-۷. تجارت بنگاه با بنگاه موبایل
۹۴	۵-۸. تجارت بنگاه با بنگاه ابری
۹۷	۵-۹. سیستم های مدیریت زنجیره تامین
۱۰۰	۵-۱۰. بلاکچین، اینترنت اشیاء و مدیریت زنجیره تامین
۱۰۳	۵-۱۱. تجارت تعاملی
۱۰۶	۵-۱۲. تجارت تعاملی ۲
۱۰۷	۵-۱۳. شبکه های اجتماعی
۱۱۰	۵-۱۴. بازاریابی بنگاه با بنگاه
۱۱۵	پرسش های فصل پنجم
۱۱۷	فصل ششم: بازارهای تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۱۱۷	اهداف آموزشی فصل ششم
۱۱۸	۶-۱. دیپاچه
۱۱۹	۶-۲. ویژگی های بازارهای تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۱۲۳	۶-۳. انواع بازارهای تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۱۲۶	۶-۴. توزیع کنندگان الکترونیکی
۱۳۰	۶-۵. تدارکات الکترونیکی
۱۳۳	۶-۶. بازارهای سازمان یافته
۱۳۸	۶-۷. کنسرسیوم صنعتی
۱۴۳	پرسش های فصل ششم
۱۴۵	فصل هفتم: شبکه های خصوصی بنگاه با بنگاه
۱۴۵	اهداف آموزشی فصل هفتم

۱۴۶	۷-۱. دیاچه
۱۴۷	۷-۲. چند نمونه
۱۴۸	۷-۳. اهداف شبکه های خصوصی بنگاه با بنگاه
۱۴۹	۷-۴. تفاوت شبکه های خصوصی با بازارهای بنگاه با بنگاه
۱۵۰	۷-۵. شبکه های خصوصی بنگاه با بنگاه و تجارت تعاملی
۱۵۳	۷-۶. تنگناهای پیاده سازی
۱۵۵	پرسش های فصل هفتم
۱۵۶	فصل هشتم: چند نمونه در تجارت الکترونیکی بنگاه با بنگاه
۱۵۶	اهداف آموزشی فصل هشتم
۱۵۷	۸-۱ دیاچه
۱۵۷	۸-۲ علی بابا
۱۶۶	۸-۳ آمازون بیزینس
۱۷۴	۸-۴ هیولت پاکارد
۱۷۵	۸-۵ تی ای فود
۱۸۰	۸-۶ پراکتر اند گمبل
۱۸۲	۸-۷ جور
۱۸۴	۸-۸ ترو ولیو
۱۸۶	۸-۹ وال مارت
۱۹۲	پرسش های فصل هشتم
۱۹۴	منابع