

图书基本信息

书名：<<电子商务在线信誉评价理论与方法>>

13位ISBN编号：9787303154531

10位ISBN编号：7303154531

出版时间：2012-12

出版时间：于兆吉 北京师范大学出版社 (2012-12出版)

作者：于兆吉

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电子商务在线信誉评价理论与方法>>

内容概要

《电子商务在线信誉评价理论与方法》通过对近些年电子商务在线信誉领域国内外相关专家学者的学术著作、期刊论文、博硕论文、研究报告、现行法规和实证资料等进行系统梳理。

全书共七章节，内容包括引言、电子商务信誉评价的问题分析、评价理论与方法概述、电子商务环境下的在线信誉评价指标体系的构建、电子商务环境下的在线信誉评价指标赋权方法及集成模型建立等

。

书籍目录

第1章引言 1.1问题的提出 1.2国内外相关研究现状述评 1.3核心问题陈述 第2章电子商务信誉评价的问题分析 2.1在线交易问题分析 2.2C2C电子商务信誉风险问题分析 2.3中国B2C电子商务市场的突出问题 第3章评价理论与方法概述 3.1主成分分析理论与方法 3.2统计分析理论 3.3智能算法理论 3.4模糊综合评价理论与方法 3.5多属性综合评价理论与方法 第4章电子商务环境下的在线信誉评价指标体系的构建 4.1在线信誉评价指标体系构建原则 4.2基于PCA和灰色关联理论集成的指标综合方法 4.3电子商务环境下的在线信誉评价指标体系框架 4.4电子商务环境下在线信誉的财务性评价指标体系构建 4.5电子商务环境下在线信誉的蓝筹性评价指标体系构建 4.6电子商务环境下在线信誉的潜力性评价指标体系构建 第5章电子商务环境下的在线信誉评价指标赋权方法及集成模型建立 5.1在线信誉评价相关历史数据整理 5.2基于多属性综合评价理论与智能算法集成的指标权重分析 5.3基于因子分析的在线信誉财务评价模型 5.4基于纵横向拉开档次法的在线信誉评价模型 5.5电子商务环境下的在线信誉潜力评价模型 5.6基于三维立体的电子商务环境下在线信誉集成评价模型 第6章电子商务环境下的在线信誉评价软件设计与开发 6.1电子商务环境下的在线信誉评价系统概述 6.2系统流程设计 6.3系统功能设计 6.4系统信息接口设计 6.5系统数据库设计 6.6软件开发与系统实施 第7章电子商务环境下在线信誉评价的新领域 7.1我国C2C电子商务交易流程中的在线信誉影响机理研究 7.2财务评价视角下的卖方信誉分析及评价模型 7.3行为影响视角下的卖方信誉分析及评价模型 附录系统程序部分源代码 系统主窗体程序部分源代码 企业信誉数据录入系统主窗体程序部分源代码 企业基本财务性评价程序部分源代码 交易蓝筹性评价系统主窗体程序部分源代码 企业信誉可发展评价系统主窗体程序部分源代码 三维立体企业信誉综合评价系统主窗体程序部分源代码 企业信誉综合评价系统主窗体程序部分源代码 参考文献

章节摘录

版权页：插图：2.3 中国B2C电子商务市场的突出问题 1.电子商务区域发展不平衡 东南沿海地区发展远优于中西部地区。

据中国电子商务研究中心最新数据显示，目前国内电子商务服务企业主要分布在长三角、珠三角一带以及北京、上海等经济较为发达的省市。

中西部地区由于基础设施等条件较为落后，所以电子商务的发展也较为缓慢。

在国内东部沿海地区电子商务快速发展的同时，广大中西部地区电子商务的发展却备受考验。

由于基础设施、人民生活水平、电子商务的意识等相对欠缺，造成了中西部地区电子商务的缓慢发展态势。

电子商务行业要在国内取得新的突破，发展中西部电子商务是必选之路。

对此，中国电子商务研究中心特约研究员、深圳斐玛特电子商务有限公司CEO许瑞洪认为：互联网不只是一个产业，更是一个虚拟的社会，单纯用产业化去经营，不足以支持长远的发展。

2.中小企业电子商务发展仍显滞后 中小企业受到自身管理水平、资金和人才等因素的制约，电子商务发展水平相较于大企业，明显滞后。

据统计，只有9%左右的中小企业实施了电子商务。

而在大型企业中，通过电子商务进行采购、销售的比例就已分别达到30%和27%。

近年来，随着电子商务环境的改变，越来越多的中小企业开始加入电子商务的行列。

通过加入像阿里巴巴、网盛生意宝等第三方电子商务环境来实现对电子商务网上贸易的梦想。

3.信誉体系建设不完善 随着世界经济一体化、全球化进程的不断加快，电子商务已经逐渐成为人们进行商务活动的新模式。

电子商务在迅速发展的同时，自身也面临着诸多问题。

在这些问题中，信任与信誉体系的建立已经成为中国电子商务发展的瓶颈。

目前，我国电子商务在线信誉环境与西方发达国家相比，差距还很大，在建立电子商务在线信誉保障体系中，还存在许多制约因素。

包括：普遍缺乏信誉意识和信誉道德规范、企业内部电子商务在线信誉管理制度不健全、信誉中介服务落后、缺乏有效的法律保障和奖惩机制、网上发布虚假、不健康甚至违法商业信息等。

要想国内的信誉体系建设更加的完善，必须从技术、立法和道德三管齐下。

编辑推荐

《电子商务在线信誉评价理论与方法》对电子商务环境下考虑行为影响的在线信誉评价进行初尝试，并取得相应成果，促进我国电子商务事业的健康发展。

《电子商务在线信誉评价理论与方法》给供相关学者参考阅读。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>