

<<B2C电子商务非技术风险研究>>

图书基本信息

书名：<<B2C电子商务非技术风险研究>>

13位ISBN编号：9787511204523

10位ISBN编号：751120452X

出版时间：1970-1

出版时间：曾小春 光明日报出版社 (2009-12出版)

作者：曾小春

页数：178

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>

<<B2C电子商务非技术风险研究>>

前言

伴随网络技术的发展,电子商务逐渐渗透到传统商务中。

然而,电子商务在复杂运作过程中可能因种种不确定因素导致的风险,已经给企业和消费者敲响了警钟。

到目前为止,人们把研究电子商务风险的重心较多地放在技术风险上,对非技术风险缺乏足够的重视,更缺乏对非技术风险的产生机制分析和测度研究。

诸多企业在电子商务运作过程中也过分追求设备与技术的先进性,而忽视产生非技术风险的相关因素。

在按交易主体划分的电子商务中,B2C电子商务扮演着重要角色。

已有的研究和相关数据均表明,现实环境下B2C电子商务非技术风险问题令人担忧,已成为电子商务发展中值得关注的问题,对其深入的研究必将有利于企业和消费者防控风险。

基于我国电子商务发展的现实状况和笔者对国内外研究现状的分析,本书主要关注B2C电子商务非技术风险问题,并从企业和消费者两个层面考量。

另一方面,电子商务非技术风险的外在表现可能多种多样,但这不是本书研究的着眼点。

本书主要讨论B2C电子商务非技术风险的产生机制、信任形成机理、信息传递对消费者信任的促进机制和风险度量,然后依据这些讨论并把书中所述多种表现作为影响因素而提出对风险的防范策略。

关于B2C电子商务非技术风险的研究及其防范与控制是一个崭新的课题,特别是对它的系统性研究以及基于消费者视角的风险测度研究在国内尚不多见,本书在这方面进行了初步的探索,其基本贡献和特色如下:第一,首次提出并界定了电子商务非技术风险。

本书认为,依据风险的来源可以把电子商务风险分为技术风险和非技术风险,而非技术风险又有狭义和广义之分。

本书只关注狭义的非技术风险。

在某种意义上,这样的界定和分析问题的视角是对电子商务风险研究的有益补充。

<<B2C电子商务非技术风险研究>>

内容概要

《B2C电子商务非技术风险研究》讨论B2C电子商务非技术风险界定和产生机制、信任形成机理及其促进机制、风险度量以及防控风险的策略等问题，给消费者提供风险警示和网购决策参考，向企业提出改进服务的要求，期望对相关法规制定提供有益的借鉴。

<<B2C电子商务非技术风险研究>>

作者简介

曾小春，博士，现为西安交通大学经济与金融学院研究生导师，全国经济管理院校工业技术学研究会理事长，主要研究领域为网络经济与电子商务、产业经济与公司投融资、战略管理与沟通。获得过陕西省优秀教学成果二等奖，主持和主要参与包括国家社会科学基金、自然科学基金、省软科学基金在内的科研课题十多项，发表论文和论著五十余篇（部）。

书籍目录

前言第一章 绪论 1.1 电子商务非技术风险问题 1.2 国内外的研究 1.3 问题界定与本书的目标 1.3.1 问题的界定 1.3.2 本书的目标 1.4 研究思路与内容安排 1.4.1 研究思路 1.4.2 本书的内容安排 第二章 相关理论与文献综述 2.1 如何理解风险 2.1.1 关于风险的表述 2.1.2 风险与不确定性的关系 2.2 电子商务风险 2.2.1 电子商务风险的界定 2.2.2 电子商务风险的分类 2.3 风险与信任 2.3.1 风险与感知风险 2.3.2 感知风险与信任 2.4 信息传递与信任 2.5 本章小结 第三章 B2C电子商务非技术风险的产生机制 3.1 信息不对称问题 3.1.1 信息不对称及其原因 3.1.2 B2C电子商务中的信息不对称 3.1.3 非技术风险的形成 3.2 交易主体的诚实行为博弈 3.2.1 诚实行为的界定 3.2.2 买卖双方的一次博弈分析 3.2.3 买卖双方的重复博弈分析 3.3 本章小结 第四章 B2C电子商务的信任形成机理 4.1 B2C电子商务信任及其现状分析 4.1.1 信任及其分类 4.1.2 B2C电子商务信任状况 4.2 网上消费者信任形成机理的实证研究 4.2.1 网上消费者信任形成模型 4.2.2 研究假设 4.2.3 实证分析 4.3 有关信任的博弈分析 4.3.1 企业与消费者 4.3.2 企业与监管者 4.3.3 博弈结果及启示 4.4 本章小结 第五章 信息传递对消费者信任的促进机制 5.1 基本模型 5.1.1 参与人和策略集 5.1.2 效用函数和效用矩阵 5.1.3 信息状态 5.2 确定性信息的情况 5.2.1 确定性信息传递对信任的促进 5.2.2 博弈双方承担信息成本的条件 5.3 概率信息的情况 5.3.1 概率信息传递对信任的促进 5.3.2 博弈双方承担信息成本的条件 5.4 修正性信息的情况 5.4.1 修正性信息传递对信任的促进 5.4.2 博弈双方承担信息成本的条件 5.5 本章小结 第六章 B2C电子商务非技术风险测度 6.1 基于企业的风险度量 6.2 消费者网上购物感知风险维度的实证研究 6.2.1 模型与假设 6.2.2 问卷设计与抽样调查 6.2.3 消费者网上购物感知风险维度分析 6.3 基于消费者的风险度量 6.4 本章小结 第七章 B2C电子商务非技术风险防范与控制 7.1 B2C电子商务非技术风险防范与控制流程设计 7.2 B2C电子商务非技术风险防范与控制体系构建 7.3 促进信任的信息传递途径 7.3.1 制度信息的传递 7.3.2 声誉信息的传递 7.3.3 网站质量信息的传递 7.4 非技术层面的风险防范与控制策略 7.4.1 完善相应的法律法规 7.4.2 设计有效的激励机制 7.4.3 强化自律的教育培训 7.4.4 建立可靠的信任体系 7.5 技术层面的风险防范与控制策略 7.5.1 前馈控制 7.5.2 现场控制 7.5.3 反馈控制 7.6 参与主体层面的风险防范与控制策略 7.6.1 电子商务活动中政府应承担的职责 7.6.2 电子商务活动中企业的防控措施 7.6.3 电子商务活动中消费者的防范对策 7.7 本章小结 参考文献 附录

<<B2C电子商务非技术风险研究>>

章节摘录

插图：1.4 研究思路与内容安排1.4.1 研究思路本书遵循如下研究思路：提出问题、界定问题和理论准备_分析、论证和求索一解决问题。

这样一个思路除了形式逻辑的考虑之外，还试图构建一个B2C电子商务非技术风险研究的分析框架，即避开对多种多样的B2C电子商务非技术风险外在表现的过多关注，着重从信息不对称角度分析电子商务非技术风险产生的原因，运用相关博弈模型分析交易主体的行为，揭示B2C电子商务非技术风险的产生机制并据此讨论其度量和防范问题。

本书的研究分为三个阶段：第一阶段是提出问题、界定问题和理论准备阶段，主要包括绪论和相关理论与文献综述；第二阶段是分析、论证和求索阶段，包括风险产生机制、信任形成机理、信息传递对消费者信任的促进机制和风险的测度；第三阶段是解决问题阶段，主要讨论风险的防范与控制。

方法上讲，本书将主要采用定性分析与定量分析相结合、规范与实证研究相结合的研究方法，考虑到风险本身的不确定性以及获取数据的难度，研究中可能会采用一些经验论证、简单枚举、直觉归纳等逻辑思维方法。

另外，本书所用资料和数据来源，主要有学校的网络数据库（中英文）、中国期刊全文数据库、公开出版的中英文纸质图书刊物、国家信息中心资料、艾瑞咨询报告、问卷调查、互联网其他资料等。还有，本书的研究将以相关风险理论、博弈论、统计和计量经济学等理论为基础，以中国B2C电子商务发展的现实状况和存在的问题为背景，对电子商务这种新型商务模式面临的非技术风险进行分析，并阐述关注它的必要性，弄清楚风险产生机制。

在建模和论证的过程中还将以现有的研究文献、统计资料、问卷调查数据等为依据来支持本书观点。

1.4.2 本书的内容安排本书的内容安排包括七章：第一章：绪论。

主要阐述电子商务非技术风险问题、国内外的研究、问题界定与本书的目标、本书的内容安排等。

<<B2C电子商务非技术风险研究>>

编辑推荐

《B2C电子商务非技术风险研究》：汇集高校哲学社会科学优秀原创学术成果，搭建高校哲学社会科学学术著作出版平台，探索高校哲学社会科学专著出版的新模式，扩大高校哲学社会科学科研成果的影响力。

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>