

عنوان مقاله:

امنیت و اعتماد در تجارت الکترونیک

محل انتشار:

سومین کنفرانس سراسری دانش و فناوری مهندسی مکانیک و برق ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

مرتضی بیک لریان - ، کارشناس ارشد مهندسی فناوری اطلاعات، دانشگاه تربیت مدرس

خلاصه مقاله:

امنیت در تجارت الکترونیک بخشی از حوزه امنیت اطلاعات است. به طور خاص به اجزایی اشاره دارد که روی تجارت الکترونیک تاثیر می گذارند و از آن جمله می توان به امنیت کامپیوتر، امنیت داده و دیگر عرصه های گسترده از امنیت اطلاعات می اشاره نمود. کسب و کار الکترونیکی (تجارت الکترونیکی) انقلابی در راه ارتباط بین سهام داران داخلی و خارجی در یک سازمان است. کسب و کار الکترونیکی می تواند منجر به مزیت رقابتی و در عین حال افزایش سودآوری شود. عوامل متعددی در موفقیت کسب و کار الکترونیکی وجود دارد. یکی از مهمترین عوامل اعتماد است. کسب اعتماد مشتریان بستگی به بسیاری از مواردی دارد که تجارت الکترونیک کنترل می کند. برخی از عوامل مرتبط برای اعتماد مشتری عبارتند از: درخواست تجدید نظر وب سایت، ارائه محصول / خدمات، نام تجاری، کیفیت خدمات و مهر و موم قابل اعتماد. در واقع، اعتماد را می توان از زوایای مختلف مانند تراکنش، محتوای اطلاعات، محص، فن آوری و موسسه مشاهده کرد شبکه ارتباط اینترنتی ناامن است و تبادل اطلاعات از طریق اینترنت بدون در نظر گرفتن موارد ایمنی خطرناک است و افراد غیرمجاز ممکن است به اطلاعات حساس در حین انتقال و یا بر روی سرویس دهنده های بانک دسترسی پیدا کنند ، آنها را تغییر دهند و یا حذف کنند. لذا باید مکانیسمی جهت ضمانت انجام هر تراکنش که در آن داده های حساس رد و بدل می شود وجود داشته باشد... تعداد زیادی از تاثیرات در راه کسب و کار ها در مورد طراحی، توسعه و استفاده از برنامه های مبتنی بر وب وجود دارد. خدمات وب ممکن است یک گام تکاملی در طراحی برنامه های کاربردی توزیعی باشد؛ با این حال، آنها بدون مشکل هستند. بنابراین، ما باید به مسیله مربوط به امنیت در خدمات وب از کسب و کار الکترونیکی توجه داشته باشیم. در این مقاله مسایل مربوط به مشکلات و چشم اندازها به افزایش اعتماد و امنیت در تجارت الکترونیکی پرداخته شده و همچنین نگرانی های امنیتی در خدمات وب را مورد توجه قرار داده است. همچنین در مورد نقش اعتماد از دیدگاه مبادله بحث می کند و چیزهایی را که کسب و کار می تواند در ایجاد اعتماد مشتری انجام دهد، تحلیل می کند.

کلمات کلیدی:

کسب و کار الکترونیکی، امنیت، اعتماد، اطلاعات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/726270>

