



دانشکده آموزشهای الکترونیکی

**پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته مهندسی فن آوری اطلاعات
(تجارت الکترونیک)**

بررسی وضعیت تجارت الکترونیک در استان فارس و ارائه راهکارهای توسعه آن

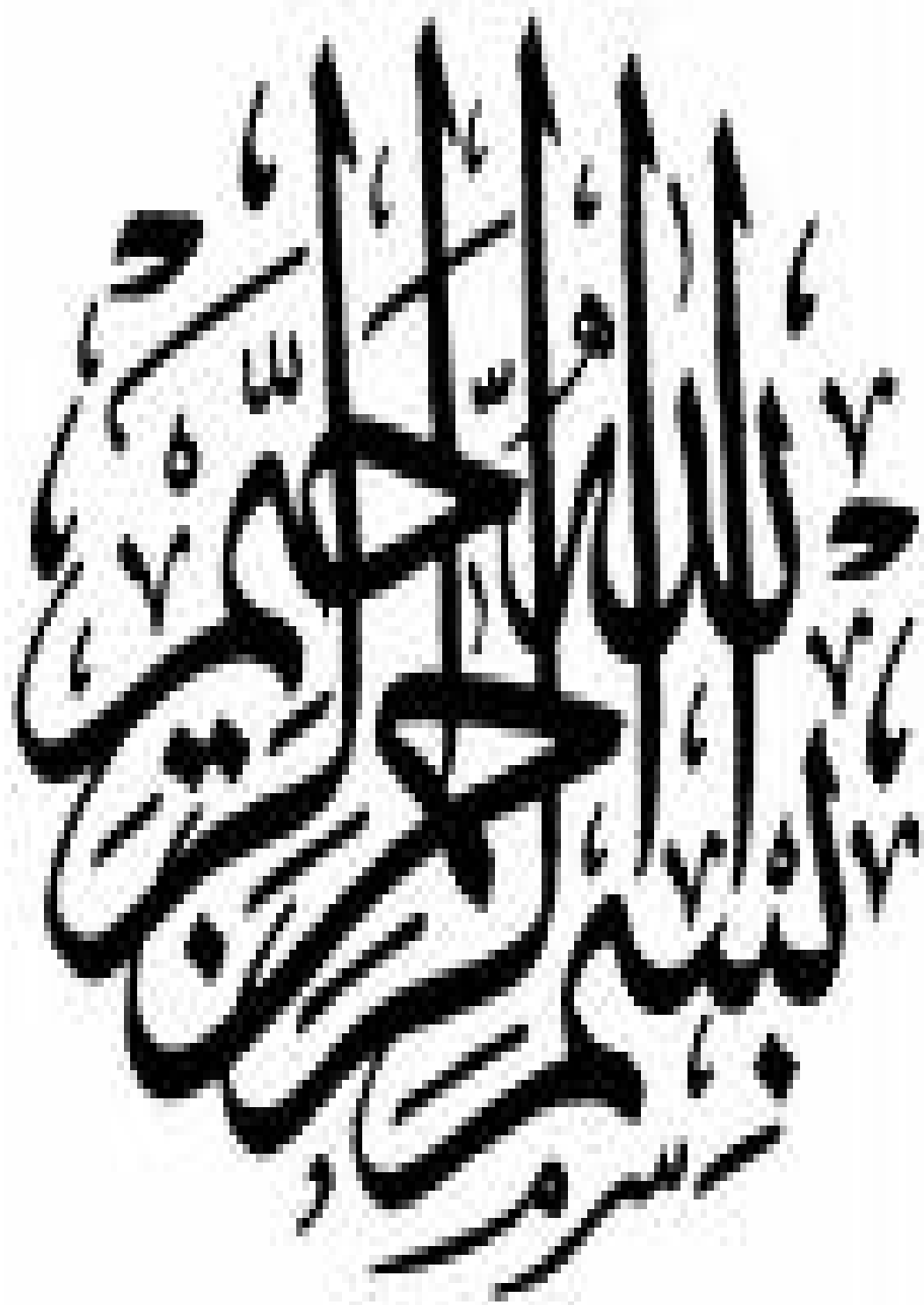
بوسیله:

علی امینی

استاد راهنما

دکتر ابراهیم هادیان

بهمن ماه ۱۳۸۷



به نام خدا

اظهارنامه

اینجانب علی امینی (۸۵۴۵۶۴) دانشجوی رشته‌ی مهندسی معماری شه آری املا عا گرایش تجارت الکترونیک دانشکده‌ی واحدهای الکترونیک دانشگاه تبریز اظهار می‌کنم که این پایان نامه حاصل پژوهش خودم بوده و در جاهایی که از منابع دیگران استفاده کرده‌ام، نشانی دقیق و مشخصات کامل آن را نوشته‌ام. همچنین اظهار می‌کنم که تحقیق و موضوع پایان نامه تکراری نیست و تعهد می‌نمایم که بدون مجوز دانشگاه دستاوردهای آن را منتشر ننموده و یا در اختیار غیر قرار ندهم. کلیه حقوق این اثر مطابق با آیین‌نامه مالکیت فکری و معنوی متعلق به دانشگاه شیراز است.

نام و نام خانوادگی: علی امینی
تاریخ و امضا:
۸۷/۱۲/۱۵

به نام خدا

بررسی وضعیت تجارت الکترونیک در استان فارس و ارائه راهکارهای توسعه آن

بوسیله ی:

علی امینی

پایان نامه

ارائه شده به تحصیلات تکمیلی دانشگاه به عنوان بخشی از فعالیت های تحصیلی لازم برای اخذ
درجه کارشناسی ارشد

در رشته ی:

مهندسی فن آوری اطلاعات (تجارت الکترونیک)

از دانشگاه شیراز

شیراز

جمهوری اسلامی ایران

ارزیابی شده توسط کمیته پایان نامه با درجه : عالی

دکتر ابراهیم هادیان استادیار بخش اقتصاد دانشگاه شیراز (رئیس کمیته)

دکتر محمدحسن نکویی مهر

محمد رفیع خوارزمی عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شیراز

بهمن ماه ۱۳۸۷

**تقدیم به تمامی کسانی که در
راه اعتلای علمی و تکنولوژیکی
کشور گامهای مهم و موثری
برداشته و در این راه زحمات و
مشقات فراوانی را تحمل نموده
اند**

من لم يشكر المخلوق ، لم يشكر الخالق

در اینجا لازم می دانم مراتب تشکر و امتنان خود را از همکاری کلیه افرادی که اینجانب را در تهیه و تدوین این پایان نامه باری نمودند ابراز دارم .

استاد راهنما جناب آقای دکتر ابراهیم هادیان استاد بخش اقتصاد دانشگاه شیراز که انتخاب موضوع پایان نامه از ایشان نشأت گرفت و با راهنمایی های لازم و به موقع امکان انجام آن را فراهم نمودند .

استاد مشاور جناب آقای دکتر محمد حسن نکویی مهر ریاست محترم سازمان بازرگانی استان فارس که توصیه های ارزشمندشان در بهبود کیفیت پایان نامه نقش قابل توجهی داشته است .

استاد مشاور جناب آقای محمد رفیع خوارزمی استاد محترم بخش فن آوری اطلاعات دانشگاه صنعتی شیراز که توصیه های ارزشمندشان در بهبود کیفیت پایان نامه نقش قابل توجهی داشته است .

استاد گرامی جناب آقای دکتر فرخ حاجیانی که قبول زحمت فرموده و به عنوان استاد مدعو در جلسه دفاعیه حضور یافتند و با ارائه نظرات تکمیلی برغناهی کار پایان نامه افزودند .

کارمندان محترم دانشکده آموزشهای الکترونیکی دانشگاه شیراز خصوصاً جناب آقای مهرداد منوچهری و خانمها آیت الهی ، الوند و محمدنژاد که با راهنمایی های مفید و ارزشمند خود ، اطلاعات لازم را در اختیار اینجانب قرار دادند .

جناب آقای دکتر ناصر نوشادی کارشناس سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان فارس که باصبر و حوصله فراوان در ارائه مشاوره در رابطه با تکنیک های آماری و نگارشی مورد نیاز پایان نامه اینجانب را یاری نمودند.

چکیده

بررسی وضعیت تجارت الکترونیک در استان فارس و ارائه راهکارهای توسعه آن

بوسیله:

علی امینی

هدف این پایان نامه بررسی وضعیت تجارت الکترونیک در استان فارس از نظر میزان آمادگی و استفاده بنگاه های اقتصادی استان از تجارت الکترونیکی در معاملات شرکت به شرکت (B2B) و شرکت به مشتری (B2C) می باشد . جهت دستیابی به هدف مذکور، پس از مطالعات انجام شده ابتدا شاخص های تجارت الکترونیک تعیین گردید، و برای بررسی این شاخص ها در استان فارس، با توجه به اینکه جامعه آماری تحقیق که شامل تمامی بنگاه های اقتصادی تحت پوشش اتاق بازرگانی و صنایع و معادن شیراز بود، با کمک فرمول کوکران و نمونه گیری تصادفی ۳۴۱ بنگاه به عنوان حجم نمونه انتخاب گردید. با انجام یک نظرسنجی و در چارچوب یک پرسشنامه پنج قسمتی و با ۳۷ سؤال، به کمک روش های آماری ، ۱۸۷ پرسشنامه تکمیل شده توسط بنگاه های اقتصادی مورد ارزیابی قرار گرفت . نقاط ضعف و قوت استان در خصوص تجارت الکترونیکی تعیین گردید، و در راستای تعدیل این نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت، پیشنهادات و راه کارهایی ارائه گردید، و جهت پیاده سازی و توسعه تجارت الکترونیکی در سطح استان فارس، طرح "بسیج عمومی تجارت الکترونیکی" مطرح گردید، در این طرح دولت و به تبع آن کلیه دستگاه های اجرایی استان مشارکت دارند ، شهروندان و بخش خصوصی و بنگاه های اقتصادی به عنوان دست اندرکاران تجارت الکترونیکی مورد توجه در اجرای این طرح هستند .

(یک)

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول : کلیات تحقیق
۲	۱-۱: مقدمه
۴	۲-۱: بیان مسئله
۵	۳-۱: اهمیت و ضرورت تحقیق
۵	۴-۱: اهداف تحقیق
۶	۵-۱: سوالات تحقیق
۶	۶-۱: محدودیت های تحقیق
۶	۷-۱: روش تحقیق
۹	۸-۱: معرفی فصول آتی

فصل دوم : پیشینه و ادبیات موضوع تحقیق

۱۱	۱-۲: مقدمه
۱۲	۲-۲: تعاریف
۱۳	۳-۲: انواع تجارت الکترونیکی
۱۴	۴-۲: قواعد تجاری
۱۵	۵-۲: مزایای تجارت الکترونیکی
۱۶	۶-۲: معایب تجارت الکترونیکی
۱۶	۷-۲: چرخه تجارت
۱۷	۸-۲: مراحل بهره برداری از تجارت الکترونیکی

(یک)

۱۷	۹-۲: ویژگی ها و خصوصیات تجارت الکترونیکی
۱۷	۱-۹-۲: بازارهای الکترونیکی
۱۸	۲-۹-۲: پرداخت الکترونیکی
۱۹	۳-۹-۲: طبقه بندی سیستم های پرداخت الکترونیکی
۱۹	۴-۹-۲: روشهای پرداخت الکترونیکی
۲۳	۵-۹-۲: جنبه های امنیتی تجارت الکترونیکی
۲۷	۶-۹-۲: امضاء الکترونیکی(دیجیتالی)
۲۸	۷-۹-۲: مالیات در تجارت الکترونیکی
۳۲	۸-۹-۲: مالکیت معنوی
۳۴	۹-۹-۲: استانداردهای فنی
۳۵	۱۰-۹-۲: اعتمادسازی
۳۷	۱۱-۹-۲: محرمانه بودن
۳۸	۱۰-۲: موانع و چالشهای تجارت الکترونیک
۴۰	۱۱-۲: تاریخچه تجارت الکترونیکی
۴۰	۱-۱۱-۲: تاریخچه تجارت الکترونیکی در جهان
۴۳	۲-۱۱-۲: تجارت الکترونیکی در ایران
۴۶	۱۲-۲: مروری بر مطالعات انجام شده
۴۶	۱-۱۲-۲: مطالعات انجام شده در ایران
۵۰	۲-۱۲-۲: مطالعات انجام شده در کشورهای خارجی
۵۳	۱۳-۲: شاخص های تجارت الکترونیکی

فصل سوم : روش تحقیق

۵۷	۱-۳: مقدمه
۵۷	۲-۳: جامعه آماری

(۵)

۵۷	۳-۳: نمونه آماری و روش نمونه گیری
۵۹	۴-۳: روش های آماری
۵۹	۵-۳: ابزار تحقیق
۶۵	۶-۳: روایی و پایایی تحقیق

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده

۶۷	۱-۴: مقدمه
۶۷	۲-۴: تجزیه و تحلیل در خصوص استفاده از کامپیوتر و شبکه های ارتباطی
۷۰	۳-۴: تجزیه و تحلیل در خصوص استفاده از نرم افزارهای تجارت الکترونیکی
۷۲	۴-۴: تجزیه و تحلیل در خصوص استفاده از پروتکل های امنیتی
۷۳	۵-۴: تجزیه و تحلیل در خصوص استفاده از اینترنت و شبکه ی غیر اینترنت
۷۸	۶-۴: تجزیه و تحلیل در خصوص استفاده از افراد با مهارت های کامپیوتری
۸۰	۷-۴: تجزیه و تحلیل در خصوص برون سپاری فعالیت های کامپیوتری

فصل پنجم : نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات و راهکارهای توسعه تجارت الکترونیک

۸۲	۱-۵: مقدمه
۸۳	۲-۵: نقاط ضعف استان فارس در تجارت الکترونیکی
۸۴	۳-۵: نقاط قوت استان فارس در تجارت الکترونیکی
۸۵	۴-۵: پیشنهادات و راهکارهای توسعه تجارت الکترونیکی
۹۶	۱-۴-۵: فرهنگ سازی برای بنگاه های اقتصادی استان
۹۸	۲-۴-۵: تشکیل مرکز آموزش مداوم تجارت الکترونیکی در استان
۹۸	۳-۴-۵: آموزش شهروندان استان
۹۸	۳-۵: نتیجه گیری

(سه)

منابع

۱۰۰

۱۰۳

- منابع فارسی

- منابع انگلیسی

(سه)

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۵۴	جدول ۲-۱: شاخص های تجارت الکترونیکی
۵۹	جدول ۳-۱: شاخص های بررسی تجارت الکترونیکی UNCTAD
۶۰	جدول ۳-۱: شاخص های بررسی تجارت الکترونیکی OECD
۶۰	جدول ۳-۱: شاخص های بررسی تجارت الکترونیکی EUROSTAT
۶۷	جدول ۴-۱: تعداد و درصد بنگاه های اقتصادی استفاده کننده از کامپیوتر در استان
۶۸	جدول ۴-۲: تعداد و درصد کارمندان استفاده کننده از کامپیوتر در بنگاه های اقتصادی دارای کامپیوتر
۶۹	جدول ۴-۳: میزان استفاده از تکنولوژی های ارتباطی مختلف در بنگاه های اقتصادی
۷۰	جدول ۴-۴: استفاده از نرم افزار یا وب سایت در مدیریت ارسال و دریافت سفارشات خرید و فروش در بنگاه های اقتصادی استان
۷۱	جدول ۴-۵: میزان استفاده از نرم افزارهای مختلف توسط بنگاه های اقتصادی
۷۳	جدول ۴-۶: تعداد و درصد بنگاه های اقتصادی بر حسب بهره برداری از اینترنت
۷۴	جدول ۴-۷: بررسی نوع ارتباط شبکه ای، تعداد و درصد استفاده از آنها
۷۴	جدول ۴-۸: اهداف استفاده از اینترنت در بنگاه های اقتصادی استان
۷۵	جدول ۴-۹: اهداف متفاوت جهت تعامل با سایر موسسات از طریق اینترنت در بنگاه های اقتصادی
۷۶	جدول ۴-۱۰: درصد و نوع خدمات و تسهیلات ارائه شده توسط وب سایت بنگاه های اقتصادی استان
۷۹	جدول ۴-۱۱: میزان موانع تکمیل پستهای مشاغل تخصصی کامپیوتر مورد نیاز در بنگاه های اقتصادی استان
۷۹	جدول ۴-۱۲: میزان اقدامات صورت گرفته جهت ارتقاء سطح آگاهی های کامپیوتری در بنگاه های اقتصادی

جدول ۱۳-۴: درصد فعالیتهای کامپیوتری صورت گرفته توسط متخصصین کامپیوتری یک کشور خارجی در بنگاه های اقتصادی استان

۸۰

جدول ۱-۵: پنج گام دولت الکترونیک

۹۰

فهرست اشکال

صفحه	عنوان
۷	شکل ۱-۱: مراحل اجرای پایان نامه
۶۸	شکل ۴-۱: بازیگران تجارت الکترونیکی
۸۷	شکل ۵-۱: ارتباط تجارت الکترونیکی و کسب و کار الکترونیکی
۸۷	شکل ۵-۲: تاثیر کسب و کار الکترونیکی
۸۹	شکل ۵-۳: نمایش تاثیر اینترنت در تجارت الکترونیکی
۹۰	شکل ۵-۴: نقش دولت در توسعه تجارت الکترونیکی
۹۴	شکل ۵-۵: نمایش طرح توسعه تجارت الکترونیکی
۹۵	شکل ۵-۶: کالاها و خدمات تجارت الکترونیکی

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۷۶	نمودار ۴-۱: درصد میزان ارسال سفارش خرید از طریق اینترنت
۷۷	نمودار ۴-۲: درصد میزان دریافت سفارش مشتریان از طریق اینترنت
۸۶	نمودار ۵-۱: مسیر توسعه تجارت الکترونیکی

فصل اول

کلیات تحقیق

- مقدمه
- بیان مسئله
- اهمیت و ضرورت تحقیق
- اهداف تحقیق
- سوالات تحقیق
- محدودیت های تحقیق
- روش تحقیق
- معرفی فصول آتی

۱-۱ - مقدمه

امروزه در جوامع پیشرفته صنعتی با اصطلاح جامعه اطلاعاتی روبرو هستیم . مفهوم این اصطلاح گذر از جوامع پیشرفته از مرحله صنعتی به فراصنعتی است . این پدیده که بعضاً به آن انفجار اطلاعات نیز گفته می شود موجب تغییرات اساسی در کلیه زمینه ها شده و پیش بینی می گردد که این تغییرات اساسی با سرعت و عمق بیشتری در آینده دنبال شود . یکی از مهمترین ابزارها برای دسترسی به جامعه اطلاعاتی ، اینترنت است . اینترنت یکی از ارکان اصلی بزرگراه اطلاعاتی است که در آن کلیه شبکه های کامپیوتر، تلفن موبایل ، ویدئو ، تلفن و ... به هم مرتبط گردیده و بطور متقابل با هم به تبادل اطلاعات می پردازند . گفته می شود که زیربنای اصلی جامعه اطلاعاتی در قرن آینده اینترنت خواهد بود.

با توسعه شبکه اینترنت و سهولت کار با آن و هزینه بسیار پایینی که دربردارد ، بستر بسیار مناسبی جهت مبادلات تجاری را فراهم کرده و ظرف سالیان اخیر به شدت گسترش یافته است . بسیاری از صاحبانظران از اینترنت و تجارت الکترونیک به عنوان مهمترین دستاورد قرن بیستم یاد می کنند که موجب برقراری فرصتهای مساوی برای شرکتهای تجاری اعم از کوچک و بزرگ جهت عرضه محصولاتشان به جهانیان گردیده است . با استفاده از اینترنت امکان ورود شرکتهای متوسط و کوچک و حتی شرکت های خانگی که در آنها افراد از داخل منازل خود به تجارت با اقصی نقاط جهان می پردازند فراهم گردیده است .

بررسی ها حاکی از آن است که ظرف چند سال آینده حجم کالاها و خدماتی که با استفاده از شیوه های تجارت الکترونیکی در سطح بین المللی مبادله می شود به صورت فزاینده ای رو به افزایش است و پیش بینی می شود که این روند در همچنان ادامه یابد . در چنین موقعیتی ناگزیر بایستی شیوه های سنتی تجارت در کشورهای درحال توسعه مورد بررسی و بازنگری قرار گرفته و راههای بکارگیری و پیاده سازی این پدیده جدید در تجارت این کشورها مورد توجه قرار گیرد . بدیهی است عدم توجه به این امر موجب به انزوا گرائیده شدن کشورها در صحنه رقابت بین المللی شده و از دست رفتن بسیاری از فرصت های کسب و کار را دنبال خواهد داشت^۱ .

۲- طاعی (۱۳۸۰) .

هزینه هائی که خریداران در بازارهای الکترونیکی با آن روبرو هستند نسبت به همان هزینه ها در بازارهای متعارف و سنتی فعلی متفاوت است. این تفاوت ها عبارتند از: قیمت تمام شده محصول در بازار الکترونیکی کاهش می یابد در حالیکه این هزینه در بازارهای سنتی افزایش می یابد. هزینه جستجو و انتخاب منبع خرید تا حد قابل ملاحظه ای در بازارهای الکترونیکی در مقایسه با بازار متعارف کاهش یافته است و این خود یکی از علل توسعه تجارت الکترونیکی خواهد بود. تجارت الکترونیکی به دلیل ویژگی های آن، هزینه های مخاطرات معامله را افزایش می دهد. در این شیوه در تجارت احتمال دارد خریداران هرگز با فروشنده روبرو نشوند و حال آنکه معامله رو در رو از هزینه مخاطرات معامله می کاهد. در بازارهای متعارف، خریداران این امکان را دارند تا ترکیب محصول مورد نظر را رویت و پس از بررسی دقیق آن اقدام به خرید کنند. این امکان در بازار الکترونیکی در شرایط کنونی میسر نمی باشد^۱.

با پدید آمدن امواج عظیم تجارت الکترونیکی ظرف سالها و ماههای اخیر ضروری است اقدامات و تدابیر مناسبی در این خصوص در کشور اتخاذ گردد. اتخاذ تدابیر مذکور در بعضی از بخشهای اقتصادی از اهمیت بیشتری برخوردار است. در همین راستا ظرف سالهای اخیر با توجه به روند و رشدی که در بنگاههای اقتصادی استان فارس پدید آمده است و با عنایت به نقش مهمی که در تولید ناخالص ملی کشور ایفا نموده، آمادگی بیشتری در مواجهه با این پدیده تکنولوژیک احساس می شود. جایگاهی که هم اینک تجارت الکترونیکی در بنگاه های اقتصادی دارد، میزان بکارگیری بهینه و مفید و نیز مزیت هائی که در این تکنولوژی برای بنگاههای اقتصادی متصور است ضروری است تحت بررسی قرار گیرد. نحوه مواجهه این بنگاه ها با پیچیدگی ها و مشکلاتی که تجارت الکترونیکی دارد و نیز عوامل تاثیرگذار بر میزان پذیرش آن از عوامل مهم و قابل تامل در این حوزه محسوب می گردد. توجه به عوامل مذکور و بررسی و بدست آوردن پاسخ برای برخی از سوالات مزبور موضوع و انگیزه تحقیق حاضر می باشد^۲.

۱- فتحیان، مهدوی نور (۱۳۸۵).
۲- ماهنامه پیام فردا (۱۳۸۶).

امروزه پیشرفت و توسعه روزافزون فناوری اطلاعات در سطح جهانی (حتی در ایران) باعث تغییر و تحولات بنیادین در ساختار اقتصادی جوامع شده است. بازرگانی، بانکداری، رسانه های گروهی و بسیاری از زیرمجموعه های خدمات فناوری از جمله بخش هایی هستند که بشدت تحت تاثیر این روند بوده اند. پیدایش و گسترش حوزه هایی همچون تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک طی دهه های اخیر نوید بخش تغییرات بسیاری خواهد بود که در نهایت به سهولت بیشتر در امر خدمات رسانی و عرضه کالا و به عبارت دیگر، به تخصیص کاراتر منابع اقتصادی منجر خواهد شد. این امر بویژه در بازار پول و سرمایه و در ارتباط با منابع مالی و اعتباری از اهمیت بسزایی برخوردار است. چراکه کاهش هزینه های مبادلاتی در این بازار به کاهش هزینه های تامین مالی در امور سرمایه گذاری و نهایتاً به منابع مالی ارزانتر منجر می شود و این خود محرک رشد اقتصادی بالاتر در سطح کلان می باشد. گرچه این چشم انداز بسیار مطلوب بنظر می رسد ولی باید دقت داشت که تجارت الکترونیک حتی صرفاً بعنوان یک روش انجام مبادلات تجاری دارای ملزوماتی است که بدون شکل گیری آنها، بستری جهت ایجاد تقاضای موثر برای آن وجود نخواهد داشت و این به معنای فقدان عملکرد موثر بازار تجارت الکترونیک می باشد و تبعاً این نارسائی بطور متقابل اثر خود را باکند نمودن استقرار اجزاء و زیرمجموعه های تجارت الکترونیک از جمله بانکداری الکترونیک جلوه گر می سازد. همچنین در برآورده شدن بخشی از این ملزومات (و نه همگی آنها) ممکن است تنها پاره ای از نتایج عام فناوری اطلاعات. خود را نمایانگر سازد و در نهایت تلفیق نتایج بدست آمده به معنای شکل گیری و نهادینه شدن تجارت الکترونیک در سطح ملی نباشد. لذا توجه به روند شکل گیری این زیربناها و وضعیت فعلی آنها برای سیاستگذاران و استراتژیست های بازارهای تجاری و مالی قطعاً بسیار مهم خواهد بود، زیرا تغییر ساختار بازار (حداقل از نظر نوع ابزارهای مبادله) لزوم اعمال تغییرات مقتضی در استراتژی های آنان را ایجاب می کند، بنابراین آگاهی از پیش نیازها از هر جهت برای ایشان مفید است^۱.

تجارت الکترونیکی در حال رشد بوده و در آینده بسیاری از شیوه های تجاری سنتی را به چالش فرا می خواند. محیط در حال تغییر و غیر ایستا حکم می کند که ما نیز باید راهبرد های اثربخشی را در راستای بستر سازی برای توسعه این پدیده در کشورمان توسعه دهیم. تجارت

الکترونیک می تواند سکوی پرتاب بسیاری از صنایع و کسب و کارهای ما باشد البته اگر ما توان
تطبیق آن را با برنامه های تجاری کسب و کارمان داشته باشیم .

۲-۱- بیان مسئله

تجارت الکترونیکی طی سالیان اخیر با استقبال گسترده جوامع بشری روبرو شده است.
امروزه کمتر شخصی را می توان یافت که واژه فوق برای او بیگانه باشد. نشریات ، رادیو و
تلویزیون بصورت روزانه موضوعاتی در رابطه با تجارت الکترونیکی را منتشر و افراد و کارشناسان
از زوایای متفاوت به بررسی مقوله فوق می پردازند. شرکت ها و موسسات ارائه دهنده کالا و یا
خدمات همگام با سیر تحولات جهانی در زمینه تجارت الکترونیکی در تلاش برای تغییر ساختار
منطقی و فیزیکی سازمان خود در این زمینه می باشند^۱.

موفقیت تجارت الکترونیکی در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه پیشرو به خاطر
شرایط مناسب بسترهای الکترونیکی در این کشورها است . بسترهای تجارت الکترونیکی شامل
فرصتهای مبتنی بر اینترنت ، کیفیت زیرساخت های فن آوری اطلاعات ، فعالیتهای دولت و
تسهیل تجارت است . اندازه گیری و محاسبه میزان پیشرفت تجارت الکترونیکی برای رسیدن
به وضعیت مطلوب بسیار ضروری به نظر می رسد و می تواند در شناسایی عوامل موثر و موانع
فراروی تجارت الکترونیکی و همچنین هماهنگی دستگاههای اجرایی مربوط و رفع موانع موجود
بسیار موثر باشد .

بطور خلاصه این تحقیق ابتدا با تعیین شاخص های تجارت الکترونیکی ، وضعیت آنها را
در استان فارس سنجیده است و با بررسی وضعیت بنگاه های اقتصادی استان فارس نسبت به
برخورداری از زیرساخت های مورد نیاز تجارت الکترونیکی ، میزان ورود به عرصه تجارت
الکترونیکی ، میزان تعاملات با سایر بنگاه ها ، و تعیین نقاط ضعف و قوت آنها در این زمینه به
نتایج قابل توجهی در خصوص پیاده سازی و توسعه این تکنولوژی نوین در سطح استان فارس
دست یافته است .

۲- کمیجانی، محمودزاده (۱۳۸۶).