

<<面向交易过程的电子商务信任研究>>

图书基本信息

书名：<<面向交易过程的电子商务信任研究>>

13位ISBN编号：9787115257550

10位ISBN编号：7115257558

出版时间：2011-7

出版时间：人民邮电出版社

作者：周涛

页数：186

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>

## <<面向交易过程的电子商务信任研究>>

### 内容概要

随着国内相关基础设施的改进，原来阻碍电子商务发展的“瓶颈”，如电子支付、物流配送等已得到大幅改善，而诚信缺失则成为当前我国电子商务发展的最大障碍。

因此，《面向交易过程的电子商务信任研究》通过研究面向交易过程的电子商务信任，分析各阶段的信任形成机制，发现影响各阶段信任的显著因素，为企业提供具体可行的措施来建立用户对网站的信任，从而保障电子商务交易的顺利开展。

《面向交易过程的电子商务信任研究》适合研究电子商务诚信体系构建的专家、学者、企业电子商务管理人员及高等院校相关专业师生阅读参考。

书籍目录

第1章 绪论

- 1.1 研究的背景、目的和意义
- 1.2 电子商务信任的概念
- 1.3 电子商务信任分类
  - 1.3.1 按照信任的发展阶段进行分类
  - 1.3.2 按照信任的发展过程进行分类
  - 1.3.3 按照信任的程度进行分类
  - 1.3.4 按照信任的性质进行分类
  - 1.3.5 按照信任的学科背景与信任对象进行分类
  - 1.3.6 按照信任的产生机制进行分类
  - 1.3.7 按照信任的发展速度进行分类
- 1.4 电子商务信任理论模型
  - 1.4.1 通用信任模型
  - 1.4.2 过程信任模型
  - 1.4.3 跨学科信任模型
  - 1.4.4 交易信任模型
- 1.5 电子商务信任实证研究
  - 1.5.1 初始信任研究
  - 1.5.2 基于制度信任研究
  - 1.5.3 B2C信任研究
  - 1.5.4 跨文化信任研究
  - 1.5.5 B2B信任研究
  - 1.5.6 虚拟社区或C2C信任研究
  - 1.5.7 信任的动态研究
- 1.6 国内研究概况
- 1.7 本书的主要内容与创新点
  - 1.7.1 本书的主要内容
  - 1.7.2 本书的主要创新点
- 1.8 本章小结

第2章 面向交易过程的电子商务信任框架

- 2.1 电子商务交易过程及风险
  - 2.1.1 电子商务交易过程
  - 2.1.2 电子商务交易的特点与风险
- 2.2 电子商务信任模型的拓扑结构
- 2.3 电子商务信任模型的理论基础
  - 2.3.1 理性行为理论
  - 2.3.2 计划行为理论
  - 2.3.3 社会交换理论
  - 2.3.4 平衡理论
  - 2.3.5 社会资本理论
  - 2.3.6 社会影响理论
  - 2.3.7 交易成本经济学
  - 2.3.8 代理理论
  - 2.3.9 信号理论
  - 2.3.10 制度理论

## <<面向交易过程的电子商务信任研究>>

- 2.3.11 技术接受模型
- 2.4 交易前信任模型
  - 2.4.1 消费者个人特征
  - 2.4.2 商家特征
  - 2.4.3 网站系统质量
  - 2.4.4 网站信息质量
  - 2.4.5 初始信任模型
- 2.5 交易中信任模型
  - 2.5.1 隐私保护机制
  - 2.5.2 支付安全机制
  - 2.5.3 电子商务法律、法规
  - 2.5.4 交易中信任模型
- 2.6 交易后信任模型
- 2.7 面向交易过程的整合信任框架
- 2.8 本章小结
- 第3章 基于详尽似然模型的网上信任两阶段发展模型
  - 3.1 理论背景
  - 3.2 网上信任两阶段发展模型
  - 3.3 一个基于详尽似然模型的初始信任模型
    - 3.3.1 研究模型
    - 3.3.2 研究方法
    - 3.3.3 研究结果
    - 3.3.4 讨论
  - 3.4 本章小结
- 第4章 网上市场的价格特征及信任的作用
  - 4.1 价格水平、菜单成本与价格离散
    - 4.1.1 价格水平
    - 4.1.2 菜单成本
    - 4.1.3 价格离散
  - 4.2 数据收集
  - 4.3 数据分析
    - 4.3.1 价格水平
    - 4.3.2 菜单成本
    - 4.3.3 价格离散
  - 4.4 信任对电子市场高价格离散的解释
  - 4.5 本章小结
- 第5章 基于技术接受模型的初始信任研究
  - 5.1 消费者初始信任与技术接受理论
  - 5.2 初始信任模型及研究假设
  - 5.3 问卷设计与数据收集
  - 5.4 信度效度检验及调节与中介作用分析
    - 5.4.1 信度检验
    - 5.4.2 效度检验
    - 5.4.3 模型假设检验
    - 5.4.4 中介与调节作用分析
  - 5.5 研究结果讨论
  - 5.6 本章小结

## <<面向交易过程的电子商务信任研究>>

### 第6章 基于第三方信任机制的交易中信任研究

- 6.1 电子市场中的第三方信任机制分类
- 6.2 C2C市场中的第三方信任机制作用研究
  - 6.2.1 研究模型
  - 6.2.2 问卷设计与数据收集
  - 6.2.3 基于偏最小二乘法的数据分析过程
  - 6.2.4 研究结果讨论
- 6.3 基于内容分析法的网站隐私声明研究
  - 6.3.1 引言
  - 6.3.2 隐私及隐私保护措施
  - 6.3.3 数据收集与内容分析
  - 6.3.4 研究结果
  - 6.3.5 研究结果讨论
- 6.4 本章小结

### 第7章 基于服务质量的交易后信任研究

- 7.1 服务质量与信任、满意度
- 7.2 交易后信任模型及研究假设
- 7.3 问卷设计与数据收集
- 7.4 信度效度检验及二阶因子分析
  - 7.4.1 探索性因子分析
  - 7.4.2 验证性因子分析
  - 7.4.3 通径分析
  - 7.4.4 服务质量二阶因子分析
- 7.5 研究结果讨论
- 7.6 本章小结

### 第8章 网上社区用户信任研究

- 8.1 网上社区及虚拟社区感
- 8.2 研究模型与假设
- 8.3 研究方法
- 8.4 研究结果
- 8.5 讨论
- 8.6 本章小结

### 第9章 基于多层线性模型的网上信任研究

- 9.1 多层线性模型提出的背景
- 9.2 多层线性模型的原理
- 9.3 网上信任多层理论模型
- 9.4 数据分析与结果
- 9.5 本章小结

### 第10章 基于感知价值的移动商务用户信任研究

- 10.1 研究模型
- 10.2 研究方法
- 10.3 研究结果
- 10.4 讨论
- 10.5 本章小结

### 参考文献

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>