



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

ارزیابی تعامل سازه های ساختمانی اعتماد-الکترونیکی با حمل و نقل

چکیده

صنعت حمل و نقل، پویا ترین مولفه جامعه است. در قرن بیست و یکم، با رشد تکنولوژی و استفاده گسترده از اینترنت و ظهور تجارت الکترونیک و تعامل کسب و کار الکترونیکی و صنعت حمل و نقل فعال، داشتن طیف گسترده ای از خدمات الکترونیکی برای جامعه حمل و نقل به منظور استفاده از سرمایه گذاران با تجربه های جدید و متنوع در این صنعت سزاوار است. از آنجا که تمام توابع و امکانات برای حمل و نقل مسافران و کالاها در دو زمینه در این مقاله تعریف شده است و همچنین سیستم های تجارت الکترونیک و حمل و نقل و تعامل دو حوزه بررسی شده است، و سپس ما به زمینه اعتماد در تجارت الکترونیکی و سازه های اعتماد-الکترونیکی در حمل و نقل مسافران و کالاها نگاه خواهیم کرد.

کلمات کلیدی: ITS، تجارت الکترونیکی، حمل و نقل، اعتماد، پرداخت الکترونیکی

در جهان امروز تجارت های و کسب و کارها به فضای مجازی و خدمات الکترونیکی گره خورده اند. امکانات در حوزه خدمات حمل و نقل را می توان به دو دسته تقسیم نمود؛ تعامل سیستم های حمل و نقل و منطقه کسب و کار الکترونیکی را نیز می توان به دو دسته طبقه بندی نمود. تجارت الکترونیک و صنعت حمل و نقل دارای نیازهای متقابل هستند و مدرکی دال بر این مدعا ندارند. اثرات متناوب هزینه های حمل و نقل و امور اداری، تجاری و غیره که هر شهروند سالانه باید پردازد. از سوی دیگر، بازار سودآور نیازهای جامعه حمل و نقل، نقش معاملات تجارت الکترونیک را قوی تر می سازد.

به طور کلی، در امکانات حمل و نقل مربوط به انسان، ما خدماتی مانند بلیط الکترونیکی، سیستم های پرداخت عوارض الکترونیکی، خرید و فروش الکترونیکی، خدمات دولت الکترونیک و غیره را داریم. محصولات در حمل و نقل، هر چهار شاخه از حالت های مختلف حمل و نقل (راه آهن، جاده، دریا و هوا) از تجارت الکترونیک را استفاده می کنند و همچنین یک بازار بزرگ برای سرمایه گذاران را تشکیل می دهند. حمل و نقل مسافران و همچنین فن آوری

ها برای هر 4 حالت از حمل و نقل برای حرکت به سمت بهره وری بیشتر در تجارت الکترونیک نیز ارائه شده است. اعتماد مشتری به نقش به عنوان یکی از عوامل اصلی درگیر در کسب و کار الکترونیکی، آشکار است. بنابراین از این منظر، ما به بررسی مفصل تقابل تجارت و صنعت حمل و نقل می پردازیم.

نقش اعتماد در فضای تجارت الکترونیکی

اعتماد نقش مهمی در خدمات وب ایفا می کند. به طور کلی، خدمات وب و تجارت الکترونیک فقط در صورتی می توانند موفق باشند که محیط های مجازی، اعتماد مردم را به دست آورند. عدم اعتماد یکی از دلایلی است که موجب جلوگیری کاربران اینترنت در برقراری ارتباط با خدمات وب با نام تجاری می شود. صنعت حمل و نقل، که در حال حاضر بخش بزرگی از منابع و هزینه ها را در بر می گیرد، برای اهداف بلند مدت در استراتژی تنظیم شده در راهبرد در توسعه ITS، به اعتماد قابل توجه کاربران در خدمات تجارت الکترونیک نیاز دارد. بنابراین این مقوله در تمام زمینه های فعالیت، سیستم های حمل و نقل، لازم است؛ استراتژی ها باید به منظور به دست آوردن اعتماد مردم علاوه بر کاهش هزینه ها، صرفه جویی در زمان و جلوگیری از هدر رفتن انرژی و کارآفرینی در فضای مجازی، و جذب سود کسب و کار بیشتر بررسی شوند.

آیکون اعتماد-الکترونیکی در کشورهای ما به تازگی برای شرکت هایی طراحی شده است که دارای مجوزهای لازم برای ورود به عرصه تجارت الکترونیکی هستند. استانداردهایی برای حفاظت از امنیت مالی مشتریان آنها لازم می باشد. دارنده نماد، نماد مشتریان این شرکت، در صورت هر گونه مشکل در معاملات الکترونیکی و خرید آنلاین، می بایست رهگیری و احقاق حقوق آنها را امکان پذیر نماید [1].

اعتماد در رابطه کسب و کار شامل دو بعد می شود:

الف) اعتبار: مقدار اعتباری که در آن خریدار به تخصص فروشنده و توانایی برای عملکرد درست معتقد است.

ب) حسن نیت: خریدار به انگیزه های فروشنده در منافع خریدار اعتقاد دارد [2].

ساختار کلی اعتماد در روابط کسب و کار الکترونیکی را می توان به صورت زیر بیان نمود:

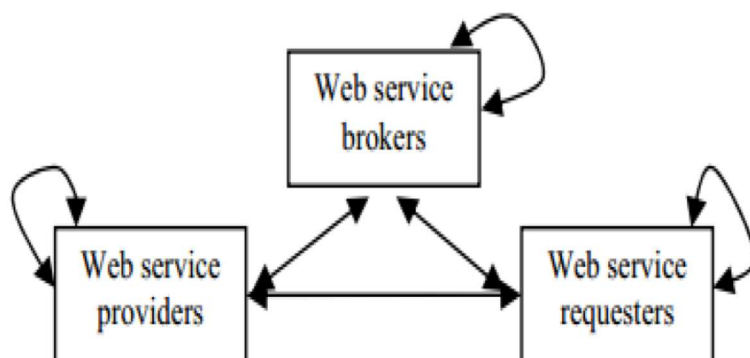
اعتماد مشتری به محصول خدمات الکترونیکی به دو رده عامل بستگی دارد: عوامل فردی و عوامل اجتماعی. از عوامل فردی، جنس، سن، تحصیلات و اشغال، و عوامل اجتماعی را می توان اشاره کرد که قدرت و قابلیت اطمینان از فرهنگ ریسک بسته به میزان اعتماد به عوامل، متفاوت خواهد بود.

ایجاد اعتماد و اعتماد در مدیریت تجارت الکترونیک

مدیریت اعتماد یک مفهوم جدید در خدمات وب است [3]، این مدیریت می تواند به ما کمک کند تا این اهداف برسیم. بنابراین نیاز به دنبال نمودن یک رویکرد به مدیریت کل اعتماد در سیستم های تجارت الکترونیک وجود دارد. مدیریت اعتماد، عملیات، برنامه ریزی، پیاده سازی و کنترل اعتماد و تبادل ارگان و یا مجموعه ای از معاملات برای دستیابی به کیفیت خدمات مورد نظر در دنیای مجازی است. ایجاد اعتماد در تجارت الکترونیکی فضای مجازی برای همه سرویس ها و خدمات در سیستم های حمل و نقل مسافران و محصولات بدون استثنا مفید است، به طوری که مستحق الزام اعتماد از روش از لحاظ فنی و روانی است. با توجه به مطالعه انجام شده توسط یک تیم از محققان در دانشگاه از Shijiazhuang، چین [3] یکی از این روش های ایجاد اعتماد، مدیریت فضای سایبری و مهندسی است. Junqing Sun و همکارانش دریافتند که در فضای سایبر، برای ایجاد قابلیت اطمینان خدمات، بهره برداری و واسطه گری در روابط آنها با همکاران خود و اعتماد آنها به دو گروه دیگر حس می شود. روش پیشنهاد شده در زیر نشان داده شده است که طرح حاصل، یک مدل برای تکنیک اعتماد در فضای سایبر بود:

واسطه گران خدمات وب

درخواست کنندگان خدمات وب فراهم کنندگان خدمات وب



شکل 1. یک مدل چند عامل رابطه اعتماد در خدمات وب.

در واقع، رابطه بین شکل گیری شبکه ای از خدمات وب را می توان یک شبکه اعتماد نامید. مدیریت اعتماد به عنوان یک فعالیت برای جمع آوری، تدوین، تجزیه و تحلیل و ارائه علائم ایمنی به منظور بررسی اعتماد و تصمیم گیری های به روابط تجارت الکترونیک مربوط می شود [4]، در واقع، استراتژی مدیریت اعتماد، پیاده سازی و ارزیابی اعتماد کلی برای اینست که یک ارگان یا مجموعه ای از خدمات وب به اهداف بلند مدت خود برسد. سیستم های مدیریت اعتماد در وب سایت خدمات تجاری، درک و ارزیابی خطرات در تجارت را برای کاربران و ارائه دهندگان با حداقل ضرر و زیان میسر می سازد. استراتژی مدیریت اعتماد قابل اجرا برای مراحل زیر [3] نشان می دهد که آنها برای معاملات الکترونیکی در حمل و نقل نیز قابل استفاده هستند و می توانند مفید باشد:

مرحله 1.a) آغاز اعتماد: شروع فرآیند با آغازکننده. برای مثال، افراد A و B تا کنون برای ایجاد یک اتصال بین خود ملاقات نموده اند. می توانیم یک جلسه بین آنها را در فضای مجازی ترتیب دهیم تا به یکدیگر اعتماد کنند و برقراری ارتباط در این فضا شروع شود.

مرحله 1.b) توصیه اعتماد: گزینه ای برای شروع فرآیند اعتماد معرفی می شود. به عنوان مثال، C به A به B اعتماد خود را اطلاع رسانی خواهد کرد، پس از آن A و B یک رابطه کسب و کار وب را با خدمات قابل اعتماد خود شروع می کند، حتی اگر A و B هنوز از نظر فیزیکی یکدیگر را ملاقات نکرده باشند، C نیز به راه اندازی اعتماد مربوط می شود.

مرحله 2) ارزیابی اعتماد: همزمان با شکل یک رابطه اعتماد بین A و B، ارزیابی اعتماد آغاز می شود. این ارزیابی به منظور بررسی میزان اعتماد از A به B، بر اساس معیارهای دقیق در این زمینه انجام می شود. ارزیابی ها در فضای وب را می توان برای تصمیم گیری ها بر اساس تمام نشانه هایی که در یک ارتباط کسب و کار در فضای مجازی می توانند جمع آوری شوند، مورد اعتماد قرار داد. در فضای سایبر هر مجموعه A می تواند به مجموعه B به طور

مستقیم یا با کمک یک جمع آوری در یک ارزیابی مجموعه (به عنوان مثال، مجموعه C) اعتماد نماید. این ارزیابی، یک فرایند مداوم برای مدیریت اعتماد در فضای سایبر است.

مرحله 3) نظارت بر اعتماد: در حین مدیریت اعتماد به خدمات کسب و کار وب، کنترل اعتماد به این دلیل نیز ظاهر می شود که مجموعه A همیشه در تلاش برای رسیدن به حداکثر سود در این معاملات قبل از عدم اعتماد در روابط هستند. بنابراین کنترل اقدامات استراتژیک برای ایجاد یک رابطه پایدار برای اعتماد به کسب و کار خدمات وب لازم است.

مرحله 4) تنظیم اعتماد: برخی اوقات، همراه با این فرآیند، رابطه اعتماد بین A و B باید تنظیم شود و تنظیم با توجه به تغییر زمان، مکان و خدمات باید تا زمانی اعمال شود که مذاکرات trustTrade و توافقات بین A و B بتوانند اعتماد خود را به یکدیگر اصلاح نمایند. مرحله 5) پایداری اعتماد: روابط اعتماد پایدار و ناپایدار با اعتماد پایدار در استراتژی مدیریت اعتماد یک هدف مهم برای خدمات کسب و کار وب است. با این حال، اگر یک رابطه اعتماد با هر دلیلی پایدار نماند، اعتماد از دست رفته است و هر گونه مدیریت در این زمینه بی معنی خواهد بود.

لازم به ذکر است که در این مدل، ارزیابی و کنترل مجموعه های مستقل می توانند اعتماد نمایند یا برای مدیریت سیستم های هوشمند (مانند سیستم های مدیریت اعتماد مبتنی بر شاهد) مورد اعتماد قرار گیرند.

TarjomeFa.Com

تعامل تجارت-الکترونیکی با سیستم های حمل و نقل هوشمند(ITS)

A. تعامل تجارت الکترونیک با سیستم های حمل و نقل هوشمند در مورد مسافران

شهروندان روزانه چندین سفر می کنند که زمینه های سرمایه گذاری تجارت الکترونیک را فراهم می کند. در این مورد [5] نرم افزار ITS را از منظر کسب و کار به شرح زیر تعریف می کند:

جدول 1 نرم افزار ITS از منظر کسب و کار

کاربردهای ITS	ذینفع		هزینه ها
	اولین	دومین	
سیستم های مدیریت	نمایندگی های دولتی	سازمان های دولتی	سازمان های دولتی

ترافیک پیشرفته	، خصوصی		
سیستم اطلاعات مسافر پیشرفته	سازمان های دولتی ، خصوصی		سازمان های دولتی ، خصوصی
به دست آوردن یک سیستم عوارض الکترونیکی	سازمان های دولتی ، خصوصی	سازمان های دولتی	سازمان های دولتی ، خصوصی
سیستم عامل برای یک وسیله نقلیه تجاری	سازمان های خصوصی	سازمان های دولتی ، خصوصی	سازمان های خصوصی،
خدمات حمل و نقل دولتی پیشرفته	سازمان های خصوصی و دولتی	-	سازمان های دولتی

پژوهش ها بر روی پروژه های برنامه ریزی استراتژیک در مانیتوبا، کانادا [5] صورت گرفت که از طریق آن، این سرویس به کاربران ارائه می دهد. سیستم های حمل و نقل هوشمند، سیستم های پرداخت الکترونیکی، ترخیص کالا از وسایل نقلیه تجاری، مدیریت حمل و نقل دولتی و فرآیندهای اداری از وسایل نقلیه تجاری را در اولویت قرار خواهد داد. نقش مهم فناوری تجارت الکترونیکی در سیستم های حمل و نقل شناخته شده است که در هر یک از موارد به شرح زیر است:

مدیریت، حمل و نقل دولتی و پرداخت هزینه برای این سفرها، ارائه خدمات حمل و نقل دولتی آسان تر، شتاب دادن به روند بازرسی مرزی و بهبود بهره وری خودروهای تجاری کامیون تدارکات با مزایای ترخیص کالا از گمرک الکترونیکی محصولات فرآیندهای اداری. جالب توجه است که در این مطالعه، در روش، خدمات رتبه بندی منحصر به فرد، خدمات حمل و نقل دولتی، خدمات پرداخت الکترونیکی و وسایل نقلیه تجاری به ترتیب در مواضع سوم تا پنجم هستند.

انتظار می رود که هر دو نوع خدمات در فن آوری تجارت الکترونیک و سیستم حمل و نقل برای بهبود کیفیت رهبری، کاهش هزینه های انرژی و کاهش تجازات جنسی به کار گرفته شوند. خدمات پرداخت الکترونیکی باید قادر به شناسایی و جلوگیری از مجرمان برای اپراتورهای حمل و نقل برای ارائه پردازش الکترونیکی از معاملات به صورت

محلّی یا امکان مرکزی برای اپراتورها به منظور گرفتن عوارض، و روند الکترونیکی برای پرداخت الکترونیکی هزینه های پارکینگ باشند.

1) سیستم های پرداخت کرایه الکترونیک

برای توسعه سیستم های پرداخت، خدمات حمل و نقل دولتی، بلیط الکترونیکی ساخته شده است و ساختارها و روش های شرکتهای حمل و نقل با حذف کارهای دستی و هزینه های اضافی در این مورد تغییر کرده است [6]. بسیاری از نیازها برای رسیدن به یک ساختار سیستم فروش بلیط الکترونیکی را می توان به صورت زیر طبقه بندی کرد:

1. طبقه بندی، فروش، ارسال و احیای الکترونیکی بلیط.

2. کمک به جمع آوری و اعتبار پایگاه داده بر اساس سیستم های بی سیم.

3. مدیریت و کنترل فروش سایت به طور مستقیم یا غیر مستقیم برای انتقال سازمان یافته داده ها و اطلاعات مرتبط بلیط فروخته شده.

4. مدیریت ساختاریافته داده ها و سیستم های الکترونیکی بلیط برای کمک به ارتباط با سیستم های دیگر اطلاعات (خدمات برنامه ریزی، مدیریت تعمیر و نگهداری، محاسبات تحلیلی)

آمار، گزارشات و به اشتراک گذاری منابع بین اپراتورها از سیستم های حمل و نقل برای تناسب با این ساختار طراحی شده اند. مطالعات در مورد مزایای سیستم پرداخت کرایه الکترونیکی در [7] به شرح زیر انجام شد:

جدول 2 مزایای سیستم پرداخت کرایه الکترونیک

مزایای سیستم های پرداخت کرایه الکترونیکی		
نمونه	تاثیر	هدف
-	مثبت	رضایت کاربر
کارت هوشمند پرداخت کرایه الکترونیکی در کالیفرنیا ه خاطر 9.5 میلیون دلار درآمد گم شده ناشی از عدم پرداخت کرایه به سیستم بازده ایجاد شد	مثبت	بازده

کرایه های حمل و نقل عمومی هوشمند می توانند راحت تر برای کاربران پرداخت شوند و با افزایش عمر مفید صورتحساب بانکی در جامعه، هزینه ها به طور چشمگیری کاهش می یابد. سیستم های سیار اخیر، خدمات بلیط را ارائه می دهند و 3 نوع از خدمات را دارند که ما می توانیم این فن آوری را در [6] استفاده نماییم که به شرح زیر تقسیم شده است:

1. مرکز تلفن موبایل: تخمین زده می شود که تا سال 2015 بیش از نیم میلیارد نفر از مردم از طریق سیستم های تلفن همراه، خرید بلیط برای سفر با مترو یا اتوبوس را انجام دهند، در حالی که در سال 2010 کمتر از 100 میلیون نفر در سراسر جهان، خرید بلیط را توسط دستگاه های تلفن همراه انجام می دادند و انتظار می رود این ارقام به سرعت در چند سال آینده افزایش یابد. به تازگی در لندن با فن آوری در تلفن های همراه و کارت های بانکی قابل لمس در مجموعه حمل و نقل لندن، سیستم جدید جایگزین سیستم قدیمی بلیط های NFC و یا یک حوزه تقریباً مرتبط خواهد شد، به جای روی آورده به انتقال داده ها و فایل ها بین دستگاه های تلفن همراه، دستگاه های بلوتوث به جای جستجو برای بلوتوث که نیاز به صرف زمان دارد و دستگاه دوم را می تواند به سادگی استفاده شود. NFC، روش های امنیتی را در صورت نیاز برای تایید دستگاه ارتقا دهد که همچنین از اتصال پشتیبانی می کند. اکثر کاربردهای NFC، پرداخت را از طریق تلفن های هوشمند انجام می دهند.

سیستم قبلی در این کشور رایج بود. خرید و دریافت بلیط ها از طریق اس ام اس تلفن همراه برای اولین بار در سال 2001 استفاده شد.

2. سیستم بارکد گذاری با استفاده از تلفن همراه سیم کارت: امنیت سیستم با توجه به استفاده از اس ام اس که مثال بهتری از استفاده از آن در سال 2005 برای جام جهانی راگی در انگلستان شناخته شده است، برای اپراتورهای تلفن همراه در هر کشور شرکت کننده استفاده شد.

3. با استفاده از سیستم شناسایی فرکانس رادیویی: در این روش، بلیط از طریق خدمات پیام دهی چند رسانه ای با این سیستم، تلفن همراه، یک کارت هوشمند بدون نیاز به تماس مستقیم ارسال می شود.

1) اعتماد در بهره برداری از سیستم های بلیط الکترونیکی

دپارتمان سیستم های اطلاعات مدیریت ZUHAL Tanrikulu و [9] Nurgun Celilbatur ، دانشگاه Bogazici، استانبول، تحقیقاتی را انجام دادند که در آن سوالات زیر، در مورد دلایل عدم اعتماد مردم به سیستم های بلیط الکترونیکی پرسیده شد. 52 پرسشنامه تهیه شد و 70 تا از آنها به صورت دستی پرسیده شد و 51 پرسشنامه از طریق ایمیل توزیع شد و بنابراین آنها 121 پرسشنامه معتبر بودند و نتایج تجزیه و تحلیل نمودند که نزدیک به 50٪ از پاسخ دهندگان زن و 50٪ مرد، و بیش از 75٪ از آنها دارای تحصیلات دانشگاهی بودند و توزیع درآمد نسبتاً پراکنده بود. 85٪ از اینترنت یک بار یا بیشتر در روز استفاده شده است، و حدود 75 درصد از آنها خرید اینترنتی خود را به طور کلی انجام می دادند. شماره سن شرکت کنندگان در محدوده 19 تا 25 سال 50٪ بود.

بر اساس نتایج به دست آمده از این مطالعه عوامل می توانند به طور ذهنی مردم را به خرید الکترونیکی بلیط وادار کنند ولی آنها اعتماد نمی کنند. دو عامل با بیشترین تاثیر روی نگرانی های افراد به ترتیب حریم خصوصی و امنیت هستند. بدین ترتیب آنها در ذهن خود این ایده را پرورش می دهند که اگر یک مشکل در خرید آنلاین رخ دهد، نمی دانند که عامل بعدی برای این عدم اعتماد، عدم ارتباط چهره به چهره برای خرید خود است. عنصر بعد، شک در گرفتن بلیط قبل از افزایش قیمت مقرر شده و هزینه هاست. می توان به این نتیجه رسید که خرده فروشان بلیط آنلاین باید این عوامل را برای اعتماد مردم با بهبود کیفیت خدمات و امکانات به منظور تلاش برای جلب اعتماد افراد در نظر گیرند.

با پیاده سازی عملی نتایج به دست آمده، عوامل اصلی که منجر به به از دست رفتن اعتماد مشتری می شوند به شرح زیر اولویت بندی می شوند:

1. اطمینان از امنیت معاملات

2. داشتن حفاظت ها برای حفظ حریم خصوصی فروشنده

3. فروش به موقع و دقیق بلیط ها

4. کنترل بر فرایند خرید

5. فروشندگان دارای فروشگاه های فیزیکی هستند.

رایج ترین مسائل طراحی که می توانند اعتماد مشتری را تحت تاثیر قرار دهند، استفاده سریع، راحت و پایدار از وب سایت و توجه و نمایش نظرات کاربران، و اقدامات مهم ترین عوامل فروش وب سایت بلیط است.

2) سیستم عوارض الکترونیکی

سیستم عوارض الکترونیکی (ETC) یک فن آوری گسترده است که برای سیاست های قیمت گذاری جاده استفاده می شود. این تکنولوژی در میان مقامات و صاحبان، هزینه سرانه ازدحام جاده در مناطق شهری و آزادراه و عوارض بزرگراه شناخته شده [10] را نشان می دهد. سیستم های مبتنی بر فن آوری ارتباطات و وسایل نقلیه جاده با استفاده از امواج الکترومغناطیسی، امواج مادون قرمز، و یا سیستم موقعیت یابی جهانی تشکیل می شوند [6]. این قطعه بر روی دستگاه نصب می شود.

دروازه های نصب ETC شهری و روستایی برای شهرهای بزرگ مانند سنگاپور، لندن، استکهلم و میلان آسان که دارای تجربه در حمل و نقل عمومی هستند آسان است. سیستم های مهندسی عمومی شامل دو بخش می شود: امکانات سخت افزاری و نرم افزار. سخت افزار و نرم افزاری که شامل خط سخت افزار می شود، ایستگاه عوارض است. بخش سخت افزار به طور عمده متشکل از واحدهای آنتن های کنار جاده ای، موانع الکتریکی، شبکه های کامپیوتری با سرعت بالا و مجموع اثر واحد هستند. این نرم افزار همچنین شامل نرم افزار عوارض ایستگاه خط [11] می شود. ETC یکی از موفق ترین برنامه های کاربردی است که دارای مزایای بسیاری از جمله کاهش تاخیر، بهبود توان و ظرفیت، مصرف سوخت و کاهش انتشار در طرف گیرنده است. مطالعات در مورد مزایای سیستم پرداخت عوارض الکترونیکی [7] به شرح زیر منتشر شد:

جدول 3 مزایای سیستم پرداخت عوارض الکترونیکی

منافع عوارض الکترونیکی		
مثال	تاثیر	هدف
با عدم دقت در رانندگان فلوریدا، 48 درصد	منفی	ایمنی

		افزایش تصادفات در سایت های این ایستگاه است
تحرک	بسیار مثبت	تاخیر وسایل نقلیه با استفاده از این سیستم در نیوجرسی به اندازه 85٪ کاهش یافته است
ظرفیت	مثبت	مطالعات در نیویورک نشان دهنده یک خط استفاده از ظرفیت و غیره از 450 خودرو در هر ساعت ت 1000 خودرو در هر ساعت است
رضایت کاربر	مشخص نشده	_____
بهره وری	مثبت	بر اساس تغییرات در شرایط ترافیک در نیوجرسی با هزینه حدود 19 میلیون دلار در تاخیر و 1.5 میلیون دلار صرفه جویی در سوخت
محیط	مثبت/منفی	مدل های محاسبه شده بر اساس سایت های مونوکسید کربن EPA (7.3٪)، هیدروکربن (کاهش 7.2٪ برای تولید با سرعت بالا و NOX 33.8 درصد افزایش یافته است

B. سیستم های تجارت و حمل و نقل هوشمند در کالاها تعامل پیدا می کنند

استفاده از سیستم های هوشمند حمل و نقل در وسایل نقلیه تجاری ITS می تواند ارتباط بین راننده و سرپرست سازمان را تسهیل نماید. گنجاندن صدور مجوز ثبت الکترونیکی، تبادل الکترونیکی اطلاعات بین سازمان های نظارت و بازرسی (که برای بازرسی بهتر است)، سیستم های تصویربرداری الکترونیکی، و چند عامل دیگر که نقش مهمی در ایمنی و امنیت راننده و ناوگان بازی می کنند، ذکر خواهند شد.

استفاده از اعتبارهای الکترونیکی، در مقایسه با راننده تاییدشده-دولت که باید منتظر اعتبار چاپ کاغذی بماند، کاهش زمان و افزایش درآمد راننده حاصل خواهد شد [7].

این سیستم ها در ردیابی بار و تجهیزات دیگر مانند ظروف و نقل محموله دولتی و بنادر اسکله موثر خواهند بود. مطالعات نشان می دهند که استفاده از سیستم های الکترونیکی نوار منو با استفاده از روش هایی مانند کارت های و فعالیت های صنایع دستی هوشمند منجر به تبادل خودکار اطلاعات کالا بین تولید کنندگان، حمل و فرودگاه می

شود که به نوبه خود باعث کاهش سهم این چرخه می شود و انتظار می رود که این سیستم به طور موثر گسترش یابد.

مطالعات نشان می دهد که استفاده از سیستم های هوشمند منجر به زمان مورد نیاز، در حدود 4 دقیقه (برای تحویل محموله) در واحدهای تولید کامیون و زمان مورد نیاز 3 دقیقه فرودگاه برای ارائه مقدار زمان (در هر حمل و نقل) را کاهش می دهد. تجهیزات ردیابی نصب شده در موقعیت مکانی ماشه وسایل نقلیه ناوگان (تریلر)، تکنولوژی یکپارچه سازی سیستم (GPS) را با اینترنت ایجاب می کند که می تواند ایمنی، امنیت، قابلیت اطمینان و مدیریت را (هزینه بهینه سازی) برای تریلرهای کنترل شده از راه دور به ارمغان آورد.

نتیجه گیری

با توجه به نقش فعال تجارت الکترونیکی در دنیای کسب و کار امروز و پتانسیل برای حمل و نقل، به ویژه در حمل و نقل هوشمند، برای کارشناسان اقتصادی و سرمایه گذاران ضروری است که توجه ویژه ای به مسائل مشترک این دو بخش بپردازند. از بحث بالا این نتیجه حاصل می شود که اعتماد به ساختارهای متعارف در فضای تجارت الکترونیک نیز می تواند در حمل و نقل مفید باشد که باعث پیشبرد اهداف حمل و نقل هوشمند ملی می شود.

TarjomeFa.Com

REFERENCES

- [1] <http://rtcguild.com>
- [2] Sahar Sohrabi , Hossein Nasiri " *Factors of trust in e-commerce and customer clustering algorithm based on colony*"
- [3] Junqing Sun, Zhaohao Sun, " *A strategic model of trust management in web services* ", Physics Procedia 24.2012, p 1560-1566.
- [4] A.Josang, N.Tran, " *Trust management for e-commerce*" 2000. Retrieved from <http://citeseer.nj.nec.com/375908.html> on 01 Oct 2010.
- [5] Systems Strategic Plan Transportation Smart, Department of Education, Research and Technology, Department of Transportation.
- [6] Pouria Znganh Ranjbar, K. Rahimi " *Check the e-ticket applications in urban traffic problems*".
- [7] Naser Pour Moallem , Reza Dezfulian " *An assessment of the benefits and costs of systems and applications Transportation Intelligent Projects Transportation And Traffic* "
- [8] <http://khabaronline.ir>
- [9] Zuhail Tanrikulu, Nurgun Celilbatur " *Trust factors affecting E-ticket purchasing*" Journal of social and behavioral sciences, Volume 73, two thousand and thirteen, p 115-119 .
- [10] Macro Amorim, Antonio Lobo " *Optimal location of electronic toll gantries: The case study of a Portuguese Freeway*" Journal of social and behavioral sciences , Volume 111, 2,014th, eight hundred eighty to eight hundred eighty-nine p.
- [11] Chengzan Chu, Zhu Chengzan " *Electronic toll collection system in engineering quality evaluation and control method Spection* "Journal of social and behavioral sciences, Volume 96, 2,013th, 1,420-1,425 p.

tarjuma.com

برای خرید فرمت ورد این ترجمه، بدون واتر مارک، اینجا کلیک نمایید.



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی