

تعارف مصرف کننده با مصرف کننده

مولانا مهندس فاطمه رستمی

مهندس مریم دکتر آزاد خستمی

سرشناسه	: نیک‌نژاد، مریم، ۱۳۶۱-
عنوان و نام پدیدآور	: تجارت مصرف‌کننده با مصرف‌کننده / فاطمه رستمی، مریم نیک‌نژاد
مشخصات نشر	: تهران: آمه، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۸۶ص. : جدول.
شابک	: ۵-۳۸-۶۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸-
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی
شناسه افزوده	: رستمی، فاطمه، ۱۳۵۷-
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۲ ت۳ ن/۳۲/۴۸۵۵۴۸ HF
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۴:
شماره کتابخانه ملی	: ۳۲۶۱۷۶۷:

انتشار آمه

میدان فردوسی - خیابان فرصت - ساختمان ۴ - پلاک ۱۹۵۵۸-۸۸۳

تجارت مصرف‌کننده با مصرف‌کننده

• مؤلفین: مهندس فاطمه رستمی - مهندس مریم نیک‌نژاد

• ناشر: آمه

• خدمات نشر: واحد فنی سبزان

۸۸۳۳۸۹۹۱-۸۸۳۱۹۵۵۷

• نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۳

• تیراژ: ۵۰۰ نسخه

• قیمت: ۵۰۰۰ تومان

• چاپ و صحافی: معراج

فروش اینترنتی و online از طریق سایت آی‌آی‌کتاب www.iiketab.com

شابک ۵-۳۸-۶۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸-5 978-600-6242-38-5 ISBN

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	پیشگفتار.....
	فصل اول: مصرف کننده با مصرف کننده
۸	تعریف تجارت الکترونیکی.....
۹	انواع مدل های تجارت الکترونیکی.....
۱۱	معرفی تجارت مصرف کننده با مصرف کننده.....
۱۲	مدل کسب و کار در تجارت مصرف کننده با مصرف کننده.....
۱۴	مزایای تجارت مصرف کننده با مصرف کننده.....
۱۴	معایب تجارت مصرف کننده با مصرف کننده.....
۱۵	راه های کاهش معایب تجارت مصرف کننده با مصرف کننده.....
۱۶	طبقه بندی تجارت مصرف کننده با مصرف کننده.....
	فصل دوم: حراجی آنلاین شناخته شده ترین نوع تجارت مصرف کننده با مصرف کننده
۲۵	حراجی آنلاین.....
۲۶	انواع حراجی های آنلاین.....
۲۹	مقایسه حراجی آنلاین با حراجی سنتی، خرده فروشی سنتی و خرده فروشی آنلاین.....

۳۱.....	رفتار مصرف کننده در حراجی های آنلاین
۳۷.....	حراج آنلاین روشی با پتانسیل بالا برای کشورهای در حال توسعه
۳۷.....	عوامل کلیدی موفقیت وبسایت های حراج آنلاین در کشورهای در حال توسعه

فصل سوم: اعتماد، مهمترین چالش تجارت مصرف کننده با مصرف کننده

۴۵.....	چالش های تجارت مصرف کننده با مصرف کننده
۴۵.....	فروشنده های آنلاین
۴۶.....	اعتماد
۵۴.....	تراکنش های مالی

فصل چهارم: ایچ بی و وبسایت های تجارت مصرف کننده با مصرف کننده

۵۷.....	مورد کاوی هایی در سایت مصرف کننده با مصرف کننده
---------	---

فصل پنجم: سایر راه های ارتباطی با تجارت مصرف کننده با مصرف کننده

۶۳.....	تعاملات الکترونیکی مصرف کننده با مصرف کننده
۶۵.....	تعاملات مصرف کننده با مصرف کننده در بستر مجازی
۶۷.....	التزام در تجارت مصرف کننده با مصرف کننده
۶۸.....	منافع سودگرایانه و لذت طلبانه در تجارت مصرف کننده با مصرف کننده
۶۹.....	کیفیت

فصل ششم: مطالعات انجام شده در زمینه تجارت مصرف کننده با مصرف کننده

۷۳.....	تحقیقات و مطالعات اخیر در زمینه تجارت مصرف کننده با مصرف کننده
۸۱.....	منابع و مأخذ

امروزه، حضور و اطلاعات در تمامی مراحل زندگی از جمله فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، ضرورتی را بر نغز کرده است. به طوری که اصطلاحاتی با پسوند الکترونیک در همه عرصه‌ها خیزش یافته می‌کند؛ کلماتی چون تجارت الکترونیکی، دولت الکترونیکی، بانکداری الکترونیک، آموزش الکترونیکی و ... ساز و کارهای سنتی فعالیت بشر را دستخوش تغییرات اساسی نموده و در لایه لایه زندگی بشر جای گرفته‌اند.

حضور در بازارهای چهار وجهی به کمک شیوه‌های موفق و کارآمد از ضرورت‌های تطبیق با نظام بین‌المللی است. یکی از معاد این حضور، تجارت است که در دهه‌های اخیر با پیشرفت‌های بسیاری همراه بوده است؛ به طوریکه واژه تجارت مبتنی بر اینترنت یا همان تجارت الکترونیکی که یکی از گزین واژه تجارت سنتی شده است. چرا که تجارت الکترونیکی، بسیاری از محدودیت‌های تجارت سنتی را از پیش رو برداشته و نه تنها فرم و شکل ظاهری تجارت سنتی بلکه محتوای تجارت را نیز دستخوش تحول نموده است. همچنین استفاده از اینترنت به عنوان اصلی‌ترین بستر ارتباطی در این نوع تجارت باعث به وجود آمدن مدل‌های گوناگونی در این سبک از تجارت شده است. این مدل‌ها که حاصل تعامل بین گروه اصلی؛ یعنی دولت، مصرف‌کننده و کسب و کار یا بنگاه اقتصادی می‌باشد، باعث توسعه و گسترش مدل‌های مختلف تجارت الکترونیکی گردیده است. تجارت مصرف‌کننده با مصرف‌کننده از جمله این مدل‌ها می‌باشد، در این مدل

فضایی ایجاد می‌شود که خریداران و فروشندگان که هر دو از گروه نهایی هستند در تعامل با یکدیگر قرار گرفته و در این میان ردپای تولیدکننده و یا واسطه دیده نمی‌شود. نمونه رایج این شیوه از تجارت را می‌توان در جمعه بازارها و یا حراج‌های محلی و منطقه‌ای دید که هر کس کالای تولیدی خود را به صورت تک‌فروشی در معرض فروش خریداران قرار می‌دهد. این کتاب در شش فصل به مسائلی که به نوعی با این مدل در ارتباط می‌باشند، پرداخته است.

www.ketab.ir