

التجارة الإلكترونية:

سلة المشتريات الإلكترونية

(تعريف) هي تكنولوجيا تنفذ الطلب التي تسمح للمشتري بتجميع المنتجات التي يود شرائها لحين الانتهاء من عملية التسوق و هي تشبه سلة المشتريات الفيزيائية للتسوق العادي من حيث انه تسمح للمتسوق أن يختار ما يشاء ويضعها في سلة مشترياته ثم مراجعة ما تم اختياره وتعديل هذه الخيارات لتحديد القائمة النهائية للشراء.

سلة المشتريات الإلكترونية في نموذج منظمات الأعمال للمستهلك (B2C) : مشابهة لما تم شرحه سابقا (كما ورد بالتعريف).

سلة المشتريات الإلكترونية في نموذج منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال (B2B) : ان سلة المشتريات أكثر تعقيدا من حيث توفيرها الفرصة لمؤسسة الأعمال لأن تتسوق من مواقع عديدة و متنوعة بينما السلة ما زالت في الموقع الإلكتروني للمشتري لتتكامل مع أنظمة الشراء الإلكترونية الأخرى.

قضايا السوق الإلكتروني

عند التطرق لقضايا السوق الإلكتروني لابد من فهم بعض النقاط الجوهرية المتعلقة به مثل السيولة و الجودة و عناصر النجاح

اولا- السيولة : (تعريف السيولة) هي الحاجة الكبيرة لعدد ضخم من المشتريين و البائعين حيث أن كلفة تطوير برامج التجارة الإلكترونية تصبح مرتفعة او مرتفعة جدا إذ لم يتوفر العدد الكبير من مرتادي هذه المواقع الإلكترونية وان يقوموا بعمليات الشراء حيث لا يمكن لأي شركة ان تستمر في تقديم خدماتها او بيع سلعتها إذا لم يتوفر لديها العدد الكبير من الجمهور الذين يقوموا بعمليات الشراء.

فالسيولة عنصر نجاح اساسي في نموذج منظمات الاعمال لمنظمات B2B اي قدرة هذه الشركات على الحصول على العدد الكبير من المستخدمين الذين يستخدمون مواقع الشركة مبكراً قبل أن تبدأ الشركات بالخسارة ولا يمكن لهذه الشركات أن تحصل على هذا العدد المطلوب من الزبائن إذا لم يتوفر لديها المصادقية والقدرة على المنافسة مع الشركات الأخرى بالتطوير المستمر وتحديد طرق جلب الزبائن لمنتجاتها.

ثانيا - الجودة : لاشك ان السعر هو العنصر المهم عند المشتري و لكن لا يمكن انكار دور جودة المنتج او الخدمة في هذه المعادلة خاصة عند الزبون الذي لا يمكنه رؤيه أو لمس المنتج قبل الحصول عليه مثلا عند قيام المستخدم بشراء حاسوب من الشركات المعروضة مثل (Dell, IBM, hp) فانه يكون مطمئن لجودة هذه المنتجات قبل الحصول عليها و لكن عند الشراء من مواقع غير معروفة فانه يشعر بالتردد و يكون عنصر الجودة هو الاله لديه لذلك نستطيع ان نحدد ان عنصر الجودة مرتبط بعنصر الثقة وهنا تظهر اهمية دور الوسيط لضمان الجودة بين البائع و المشتري.

