أولا ـ مستوى الأسعار يمتلك المستهلك القدرة على شراء سلعة أو خدمة بثمن يساوى أو يزيد على التكلفة الحدية للبائع يستطيع شراء تلك السلعة. وإذا كان المستهلك ذاته لا يستطيع شراء تلك السلعة بعدها يمكننا القول بأن الأسعار المطروحة في السوق غير فعالة، ولكي تصوغ هذا النشاط بأدوات رياضية محكمة سنحاول أن تطرح على أنفسنا المسألة التالية : جدوى استمرار هذه العملية بعاملين : تكلفة إنجاز عملية البحث والتقصي الوقت والمال والجهد) . ثانياً ـ المرونة السعرية : وتعد المرونة السعرية مؤشراً إضافياً لتحديد القدرة التنافسية للشركة ذلك لأن زيادة المرونة السعرية تحمل بين ثناياها أكثر من دلالة اهمها وجود بدائل للسعة وانخفاض تكلفة البحث والاستقصاء. وبالنسبة لشبكة الإنترنت فإن إمكانية انخفاض تكلفة البحث والاستقصاء وتوفر المنتجات البديلة من خلال نقرة واحدة على الفارة سينتج عنه ارتفاع ملحوظ في الحساسية السعرية ومن أجل هذا ستكون إحدى الطرق لتحديد كفاءة وفاعلية سوق الإنترنت من خلال معاينة حجم ثالثاً ـ تكلفة القائمة السعرية : وتتألف مفردات هذه الفقرة ذات التكاليف من المبالغ المطلوبة لتغيير بطاقة السعر المثبتة على السلعة المعروضة Price Label لا شك أن هذه المفردة ذات التكلفة تكون محدودة جداً في دائرة بيئة الإنترنت لأن عملية تغيير السعر لن تتطلب أكثر من نقرة واحدة بفارة الحاسوب وعليه كلما قلت تكلفة تعديل القائمة السعرية سينتج عن هذا الأمر زيادة في الفاعلية والقدرة التنافسية للشركة المقيمة في البيئة الرقمية . رابعاً ـ الانتشار السعرى :

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي