

المحاضرة الثالثة: التسعير

1-تعريف السعر:

1-1: من وجهة نظر البائع: السعر هو مبلغ من المال يدفعه المشتري مقابل الحصول على سلعة أو خدمة.

1-2: من وجهة نظر المنظمة: السعر هو الوسيلة لتغطية التكاليف والمصاريف، وتحقيق الربح.

1-3: من وجهة نظر المشتري: وهو أكثر ما يهم في التسويق، ويعبر عن ما يتخلى عنه المستهلك أو الزبون أو ما هو مستعد للتضحية به من اجل الحصول على مجموعة من المنافع، فالسعر هو المبلغ المدفوع وكذلك الوقت والتكاليف النفسية المستثمرة بهدف الحصول على المنتج.

2-أهمية السعر: يحتل السعر مكانة خاصة في المزيج التسويقي للخصائص التي تميزه وهي:

- المتغير الوحيد في المزيج التسويقي الذي يحمل عائدا.
- أكثر متغيرات المزيج التسويقي مرونة.
- يشكل في نفس الوقت المشكلة رقم واحد لمسؤولي التسويق والعديد من المنظمات.

3-تحديد السعر: حسب KOTLER فإنه يمر بست مراحل وهي:

- تحديد الهدف: استراتيجية السعر تخدم خمسة أهداف وهي: البقاء، تعظيم الربح، تعظيم الحصة السوقية، الكشط، الصورة، وأهداف أخرى خاصة بالمنظمات العامة والجمعيات الخيرية.
- تقييم الطلب: من خلال دراسة الحساسية السعرية، منحني الطلب، مرونة الطلب بالنسبة للسعر.

- تقدير التكاليف: من خلال معرفة مختلف التكاليف (الثابتة والمتغيرة) والإنتاج المتراكم ومنحنى الخبرة والتكاليف المحددة مسبقا كهدف.
- تحليل أسعار وعروض المنافسين.
- اختيار طريقة للتسعير: وهي التسعير على أساس التكلفة، على أساس معدل الربحية المرغوب، على أساس القيمة المدركة، السعر المنخفض في جميع الأيام، سعر السوق، المزادات (التقليدية أي الصاعدة، النازلة أي المعكوسة، طلبات تقديم العروض أو المناقصات).
- تحديد السعر النهائي: لا بد من الأخذ بعين الاعتبار العوامل التالية: تأثير متغيرات المزيج التسويقي الأخرى، السياسة العامة للتسعير، تقاسم الربح/الخطر بين المنظمة والزبون، المتدخلون الآخرون.

4-تكييف السعر: ونقصد به عدم تحديد سعر منفرد وهناك عدة استراتيجيات لتكييف

السعر وهي:

- التسعير الجغرافي.
- التخفيضات(الخصم، خصم الكمية، الخصم الوظيفي، الخصم الوظيفي، الخصم الموسمي).
- الأسعار الترويجية.
- التمييز بالأسعار: التمييز بين الزبائن، التمييز بين المنتجات، التمييز بالصورة، التمييز حسب شبكة التوزيع، التمييز حسب المكان، التمييز تبعا للوقت.

5-المبادرات بتعديل الأسعار:

- المبادرة بتخفيض السعر.
- المبادرة برفع السعر.
- الاستجابة للتغيرات في أسعار المنافسين.