

تخطيط العنوان

تسعير الخدمات
الفصل العاشر (٢٦٢ - ٢٧٤)

تعريف الخدمات

- هي نشاط أو أداء غير ملموس يحدث من خلال عملية تفاعل هادفة الى تلبية توقعات العملاء وإرضائهم.
- وهي في الغالب غير محسوسة
- اذا كانت الجوانب الغير محسوسة هي الغالبة في المنتج فإن ذلك يعني إنها خدمة وليست سلعة والعكس صحيح.

خصائص وسمات الخدمات:

١. **اللاملموسية:** (اللامحسوسية) أي ان الخدمة ليس لها وجود مادي وبالتالي لا يمكن عرضها في نوافذ العرض ولا يمكن ادراكها بالحواس الخمس
٢. **التلازمية:** وهي درجة الترابط بين الخدمة ذاتها ومقدم الخدمة فمقدم الخدمة يقوم بدور رجل المبيعات ودور رجل التسويق، بالإضافة لضرورة حضور المستفيد اثناء تقديم الخدمة
٣. **عدم التجانس:** أي (عدم التماثل) في طريقة تقديم الخدمة فهي تختلف حسب وقت ومكان تقديمها وحسب شخص مقدم الخدمة.
٤. **الزوال و الهلاكية:** وتعني عدم قابليتها للتخزين قبل بيعها ، او في حال وجود فائض منها
٥. **الملكية للسلع وعدم الملكية للخدمات:** يعني الحصول عليها واستخدامها لوقت محدد.

مسميات تسعير الخدمات:

ارجعي للفصل الأول ص ٣٣

التسعير وخواص الخدمات:

هناك عدد من الاعتبارات ذات التأثير في عملية تسعير الخدمات:

١- صعوبة الإدراك والمقارنة السعرية من قبل الزبون

٢- المنافسة السعرية

٣- مسؤولية الدولة وتدخلاتها

٤- اخلاقيات المهنة

٥- الصورة الذهنية

٦- القيود على الموارد والامكانيات والطاقات المتاحة

٧- التكاليف

٨- عامل الوقت

طرق تسعير الخدمات:

نلاحظ أن المنافسة الكاملة ليس لها وجود عند تسعير الخدمات وبالتالي لا يمكن استخدام طريقة التسعير على أساس المنافسة كما هو الحال في السلع الملموسة.

وبناءً عليه سيتم تسعير الخدمات باستخدام أحد طريقتين:

١. التسعير حسب التكلفة:

أ- السعر الموجه نحو الربح

ب- الأسعار المراقبة من قبل الحكومة

٢. التسعير حسب السوق:

أ- السعر الموجه نحو المنافسة

ب- السعر الموجه نحو المستهلك

سياسات (استراتيجيات) تسعير الخدمات:

١- التسعير المرن (المتفاوت)

يهدف إما:

أ/ لبناء طلب أولي على الخدمة.

ب/ أو لتوازن التذبذب في الطلب

• أشكاله:

- ١- تفاوت سعري على أساس الوقت
- ٢- تفاوت سعري على أساس القدرة على الدفع
- ٣- تفاوت سعري على أساس المواصفات
- ٤- تفاوت سعري على أساس الاختلاف المكاني

• مشاكله:

- ١- قد يؤجل المستهلك قرار الشراء
- ٢- توقع المستهلك الحصول على حسومات بصورة منتظمة

تابع سياسات (استراتيجيات) تسعير الخدمات :

- ٢- **الحسومات السعرية:** وتهدف لتسويق الخدمات
- ٣- **التسعير المكفول:** ويهدف لضمان الحصول على النتيجة المطلوبة
- ٤- **أسعار الجودة المرتفعة:** وهي عنما يربط العميل سعر الخدمة بجودتها
- ٥- **الأسعار التفاوضية:** تستخدم في خدمات الصيانة
- ٦- **التسعير المهني:** وهو مراقبة السعر من قبل النقابات
- ٧- **الأسعار الفردية** (تسعير نفسي، أسعار القيادة الخاسرة، أسعار المكانة الاجتماعية، المزادات التنافسية)