



# 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)