

تخطيط العنوان

تسعير السلع الصناعية
الفصل الحادي عشر (٢٧٩-٢٨٠-٢٨٥-٢٨٦-٢٨٧-٢٩٠-
٢٩١-٢٩٢-٢٩٣-٢٩٤-٢٩٥-٢٩٦-٢٩٧)

مفهوم السلع الصناعية

• هي السلع التي يشتريها المستهلك الصناعي بغرض استخدامها في مشروع آخر أو لإنتاج سلعة أخرى وليس بغرض الاستهلاك المباشر.

يختلف المستهلك الصناعي عن المستهلك النهائي من عدة نواحي:

١. المشتري الصناعي لديه الخبرة التي تمكنه من عدم التأثر بالوسائل التسويقية المعتادة التي تسعى للتظليل
٢. لا تتوفر للمشتري الصناعي الحرية في اختيار الموارد وذلك لأن العديد من المنتجات تتنوع بشكل كبير وبالتالي سيضطر لتحديد ما يرغب بشرائه بشكل عام

الاعتبارات الأساسية لتسعير السلع الصناعية:

من المتعارف عليه أن سوق السلع الصناعية يتميز بوجود عدد قليل من الصناع والبائعين إذا ما قورن بسوق سلع المستهلك النهائي.

وعليه توجد العديد من الاعتبارات الأساسية الواجب اخذها في الحسبان عند تسعير السلع الصناعية وهي:

١. قلة عدد المنتجين، المشترين والمنافسين والبائعين
٢. تأثير الأسعار بالكلف النهائية للسلع
٣. تؤثر المدركات الحسية للمشتريين على فرض أسعار السلع الصناعية
٤. تحتاج العروض الى جهود من المشترين
٥. قوة المساومة والمفاوضة تكون كبيرة
٦. مدى حماية التشريعات الحكومية للإنتاج المحلي

طرق تسعير السلع الصناعية:

١- التسعير على أساس التكلفة:

- عن طريق حساب التكاليف المباشرة المرتبطة بعملية الإنتاج وبناء عليها يتم تحديد الطلبات التي تحقق ربحاً أعلى والطلبات التي تحقق ربحاً أقل

- في حالة المنتجات ذات الصفات القياسية أو التي لها أسعار ثابتة في السوق فإن التسعير على أساس التكلفة يكون غير مفضل في هذه الحالة

٢- التسعير من أجل التصدير (بناءً على اختلاف السوق المستهدف)

- ويقصد بها هل المنتج مخصص لخدمة السوق المحلي أم السوق الأجنبي، وفي حال كان المنتج مخصص للسوق الأجنبي فلا بد من ملاحظة:

- السوق التصديرية غالباً ما تكون أكثر تنافسية
- السوق التصديرية تتضمن عدد من التكاليف المختلفة.....

سياسات (استراتيجيات) تسعير السلع الصناعية:

١ - استراتيجية تسعير المنتجات الجديدة:

_ **تسعير منتج جديد جزئياً:** أي أن المنتج شبيه بالمنتج الأصلي الموجود سابقاً، ولكن تم إضافة بعض التغييرات سواء في الحجم أو المواصفات.

التسعير يكون باستخدام سعر المنتج الأصلي كمؤشر للتسعير في البداية ثم يحسب الفرق في سعر المنتج الجديد على أساس الاختلاف في التكاليف المباشرة.

_ **تسعير منتج جديد تماماً:** أي أن المنتج الجديد ليس له صلة وثيقة بأي من المنتجات الحالية ، وهنا لابد من استخدام عوامل مساعدة في تسعير المنتج الجديد مثل

(١) استخدام الأبحاث لتقدير كمية ونوعية الطلب المحتمل ، أو (٢) التسعير بناء على اسم العلامة التجارية **ولدينا حالتين:**

➤ في حال كان المنتج لعلامة تجارية معروفة فإنه يمكن اقناع المستهلكين الأوائل بتجربته مقابل رسوم مناسبة

➤ في حال كان المنتج لا يتبع لعلامة تجارية معروفة سيضطر المُنتج لتسعيه بأقل من سعر المنتجات المنافسة

تابع / سياسات (استراتيجيات) تسعير السلع الصناعية:

٢- التسعير بسعر الخصم:

- **الخصم على الكمية:** ويُعطى مقابل قيام المشتري بشراء كمية كبيرة من البضائع

- **الخصم التجاري:** ويعطى حسب طبيعة العمل التجاري للعميل:

• مبيعات التصدير خصوماتها أعلى من المبيعات المحلية

• المصنعون الذين يبيعون مباشرة لتجار التجزئة يحصلون على خصم اعلى من بائعي الجملة

- **الخصم النقدي:** ويعطى مقابل التعجيل في عملية الدفع