



خطوات عملية التسعير  
الفصل الرابع (١٢٣-١٢٤)

# حدد الكتاب الخطوات في ثمان خطوات رئيسية:

---

١. تحديد العوامل المؤثرة على التسعير
٢. وضع الأهداف الإستراتيجية للتسعير
٣. تحديد سياسات التسعير
٤. تقدير الطلب
٥. تحديد العلاقة بين السعر والمبيعات والأرباح
٦. تحديد أسعار المنافسين
٧. اختيار طريقة التسعير
٨. وضع السعر النهائي

# ١- تحديد العوامل المؤثرة على التسعير

## أولاً: العوامل الداخلية

أ- الأهداف المرجو تحقيقها

ب- مدى توفر الموارد المادية والبشرية

ج- تكاليف الإنتاج

د- عناصر المزيج التسويقي

## ثانياً: العوامل الخارجية

أ- الطلب

ب- المنافسة

ج- الظروف الاقتصادية

د- العرف السائد في التسعير

هـ- القوانين الحكومية

(يتم شرحها بالمحاضرة الرابعة)

## ٢- تحديد أهداف التسعير

---

- وتشمل البقاء وتعظيم الأرباح وقيادة الحصة السوقية وقيادة جودة المنتج وغيرها من الأهداف

(سوف يتم شرحها بالمحاضرة الثالثة)

## ٣- اختيار سياسات واستراتيجيات التسعير

• ويقصد بها الرؤية المستقبلية للسعر وسلوكه المطلوب في الأسواق.

### • استراتيجية الشركة إما أن تكون:

١. معتدلة تحاول المحافظة على وضعها الراهن
٢. تميل نحو الريادة والتميز في السعر والجودة
٣. تابعة لغيرها من الشركات المنافسة

(يتم شرحها بالفصل السادس)

## ٤- تقدير الطلب والمرونة السعرية

- العلاقة بين الطلب والسعر علاقة عكسية
- لتقدير الطلب بشكل صحيح لا بد من تحليل مرونة الطلب.
- إذا مرونة الطلب السعرية هي رد فعل المستهلكين بشراء المنتج أو عدمه.
- **مرونة الطلب هي:** مدى التغير النسبي في الكمية المطلوبة مقارنة بالتغير النسبي في السعر

التغير النسبي في الكمية المطلوبة

التغير النسبي في السعر

= مرونة الطلب

# تابع/ تقدير الطلب والمرونة السعرية

**وبناء عليه سيكون هناك ثلاث مستويات لمرونة الطلب:**

١. طلب مرن عندما يكون الناتج أكثر من الواحد (معامل المرونة  $< 1$ )
٢. طلب محايد عندما يكون الناتج يساوي واحد (معامل المرونة  $= 1$ )
٣. طلب غير مرن عندما يكون الناتج أقل من واحد (معامل المرونة  $> 1$ )

# تابع/ تقدير الطلب والمرونة السعرية

• مثال على مرونة الطلب السعرية:

عند السعر ١٠ ريال كانت الشركة تبيع ١٠٠٠ وحدة من أحد منتجاتها، وعندما عدلت السعر إلى ١١ ريال باعت ٨٥٠ وحدة

• معامل المرونة =  $\frac{\text{عدد الوحدات المباعة الجديدة} - \text{عدد الوحدات المباعة قديما}}{\text{السعر الجديد} - \text{السعر القديم}} / \frac{\text{عدد الوحدات المباعة قديما}}{\text{السعر القديم}}$

• معامل المرونة =  $\frac{1000}{(1000-850)}$

$10/(10-11)$

• معامل المرونة = ١,٥

• إذا الطلب على السلعة طلب مرن ، حيث أن نسبة التغير في الكمية المطلوبة أكبر من نسبة التغير في السعر

# ٥- تحديد العلاقة بين السعر والمبيعات والأرباح:

وهي تساعد على تحديد الحد الأعلى والحد الأدنى للسعر

## أولاً: تقدير التكاليف

هناك خمس أنواع للتكاليف:

١. التكاليف المتغيرة

٢. التكاليف الثابتة

٣. التكلفة الإجمالية

٤. متوسط التكلفة الكلية

٥. التكلفة الحدية

## ثانياً: تقدير الإيرادات

• الإيرادات تختلف عن الأرباح!!

• **الإيراد الحدي**: التغير في الإيراد الكلي نتيجة

بيع وحدة واحدة إضافية

# ٦- دراسة أسعار المنافسين

• وهي تساعد الشركة على اختيار السعر المناسب القادر على منافسة العلامات المنافسة لسلعة الشركة

• **يتم ذلك بإحدى الطرق:**

١. طريقة مباشرة (استخدام موظفين يتابعون أسعار المنافسين)
٢. عن طريق شراء قوائم البيع لتلك الشركات.
٣. الاستفسار من المشتريين عن تقديراتهم لأسعار سلع الشركة وجودتها

## ٧- اختيار طريقة التسعير

ويمكن أن تختار الشركة بين مجموعة من الطرق لتسعير منتجاتها:

١. التسعير على أساس إضافة هامش ربح للتكلفة
٢. التسعير على أساس المشتري (القيمة المدركة)
٣. التسعير على أساس أسعار المنافسين
٤. التسعير على أساس التكلفة
٥. التسعير على أساس سعر السوق (سياسة الامتصاص - سياسة الاختراق)

(يتم شرحها بالمحاضرة الخامسة)



## ٨- وضع السعر النهائي والتعديل عليه عند الحاجة

---

