

المحور السابع - التسعير الصناعي

1- تعريف السعر والتسعير الصناعي إن تعريف سعر المنتج الصناعي لا يختلف عن سعر المنتج الاستهلاكي، حيث يشير إلى قيمة ما يدفعه المشتري الصناعي للحصول على المنتجات الصناعية اللازمة والتي تلبي احتياجات ومتطلبات العملية الإنتاجية، أو حاجات الأسواق المختلفة.

أما التسعير الصناعي يعرف بأنه "العملية التي تقوم من خلالها إدارة التسويق بتحديد القيمة التبادلية للمنتج الصناعي والتي تستجيب لأهداف المؤسسة الصناعية واستراتيجياتها".

2- العوامل المؤثرة في إستراتيجية التسعير الصناعي:

لا يوجد هناك مدخل سهل لقرارات التسعير الصناعي، أو بعبارة أصح، فإن هذا القرار يعتمد على تفاعل مجموعة من العوامل والتي يجب أخذها بعين الاعتبار، وهي:

أ- أهداف التسعير: تختلف سياسة التسعير باختلاف الهدف الذي تسعى المؤسسة الصناعية على تحقيقه من هذه السياسة، وتتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

- البقاء والنمو في الأسواق.

- أعلى الأرباح في المدى القصير.

- أعلى مبيعات في المدى القصير.

- أقصى تغلغل سوقي.

- أقصى قشط للسوق.

- قيادة جودة المنتج.

ب- تحليل الطلب والتكاليف.

ت- تحليل المنافسة.

ث- الأنظمة والتعليمات الحكومية.

3- استراتيجيات التسعير الصناعي:

3-1 المزايدة/ المناقصة التنافسية في الأسواق التنافسية.

3-2 تسعير المنتجات الجديدة: هناك إستراتيجيتان لتسعير المنتج الجديد في مرحلة التقديم من دورة حياته وهما: القشط أو الاختراق.

3-3 التسعير خلال دورة حياة المنتج: تختلف استراتيجيات التسعير كلما انتقل المنتج خلال دورة حياته:

1. التسعير في مرحلة النمو.

2. التسعير في مرحلة النضج.

3. التسعير في مرحلة الانحدار.

4- المصطلحات الرئيسية المرتبطة بالتسعير الصناعي:

- السعر الأساس.

- الخصم التجاري.

- خصم الكمية.

- الخصم النقدي.

- التسعير الجغرافي.

د. ص. مناني.