

محاضرة رقم 7: إستراتيجية التسعير الدولي

يعتبر التسعير في الأسواق الدولية أكثر تعقيدا عنه في السوق المحلي وذلك لكثرة المتغيرات البيئية الدولية المؤثرة على قرارات التسعير (طبيعة المنافسة، السلوك الشرائي، القوانين، أسعار الصرف العالمي.....) . فقرار تحديد السعر في الأسواق الدولية يكتسي أهمية بالغة لأنه يؤثر بطريقة مباشرة على إيرادات المؤسسة الدولية وبالتالي أرباحها.

1/ تعريف السياسة الدولية للأسعار : "هي عملية تتعلق بتحديد منهجي لمستوى سعر البيع لكل منتج لتشكيلة ما، حسب قناة التوزيع وحسب منتج/سوق. "

2/العوامل المؤثرة على تحديد السعر في الأسواق الدولية

1-2/ العوامل التي يمكن التحكم فيها: وتتمثل في:

- ✓ أهداف التسعير
- ✓ التكاليف الكلية
- ✓ مستوى التكنولوجيا المستخدم
- ✓ عناصر المزيج التسويقي الأخرى.

2-2/ العوامل التي لا يمكن التحكم فيها: وتتمثل في:

- ✓ القوانين والنظم الحكومية (القوانين والتشريعات.
- ✓ درجة المنافسة وطبيعتها (سلوك المنافسين)
- ✓ مستوى الطلب

3/أسس تسعير المنتجات في الأسواق الدولية: إن سياسة الأسعار في المؤسسة تحدد على عدة أسس أهمها:

- ✚ تحديد السعر بدلالة أسعار تكلفة المنتج
- ✚ تحديد السعر على أساس القدرة الشرائية للمستهلك
- ✚ تحديد السعر بدلالة أسعار المنافسين

4/إستراتيجيات التسعير في الأسواق الدولية: هناك عدة إستراتيجيات نذكر منها:

- ✚ إستراتيجية التغلغل (الاقترام)
- ✚ إستراتيجية الكشط
- ✚ إستراتيجية التمييز السعري بين الأسواق