



**Manara University**  
**College of Business**

جامعة  
المنارة  
MANARA  
UNIVERSITY

**Pricing Policies**

**CBMC208**

**LECTURE 11**

**Prepared by**

**Dr. Rizane Nassour**

**2018-2019**

## تسعير الخدمات

- الخدمة هي نشاط يؤدي أو يقدم لإشباع حاجة معينة للعميل طالب الخدمة، سواء قدمت مقابل مبلغ معين أو قدمت بأجر رمزي أو مجاناً. وهناك عدة تصنيفات للخدمة. وتكتسب الخدمة -كمنتج- عدة خصائص تميزها عن السلعة.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- يمكن تقسيم الخدمات إلى أنواع متعددة تختلف باختلاف الزاوية التي ننظر منها إلى الخدمة، فهناك خدمات تقدم مقابل مبلغ معين، وخدمات تقدم مجاناً، وخدمات لا يمكن تأجيلها، مثل خدمة إنقاذ حالة خطرة في حادث مروري، وخدمات يمكن تأجيلها، مثل عمليات جراحية تدرج بقائمة انتظار أو الذهاب إلى المصيف.



جامعة  
المنارة

MAMARA  
UNIVERSITY

# طبيعة الخدمات

- تختلف الخدمات في طبيعتها عن السلع. فمن المعلوم أن الخدمة ذات خصائص منفردة تميزها عن السلعة، وتجعل تسعير الخدمة أكثر صعوبة من السلعة، وفيما يلي أهم الخصائص المميزة للخدمة :



- ١- الخدمة ليست كيان مادي ملموس، بل هي غير ملموسة وبالتالي لا يمكن عرضها في نوافذ عرض ليتعرف عليها العملاء، ولا يمكن إدراكها بالحواس الخمس.
- ٢- الخدمة غير قابلة للنقل من مكان إلى آخر، وغير قابلة للتعبئة أو الفحص. وهو ما يعني عدم وجود وظيفة التوزيع المادي ( المناولة والنقل والتخزين) في مجال الخدمات.



● ٣- عدم قابلية الخدمة للتخزين قبل بيعها أو لحين الطلب عليها. ومن ثم فإن إجراء تخفيض في السعر قد لا يكون ممكناً في كثير من الحالات. فإذا كان هناك مقاعد خالية في إحدى الحفلات الغنائية أو المباريات الرياضية، فإنه لا يمكن الاحتفاظ بها وعرضها بسعر منخفض فيما بعد.

● ٤- عدم تماثل مستويات الأداء. فالخدمات لا تتسم بالتمطية أو التماثل أو التجانس، حتى وإن كانت مخرجات لنفس النظام الخدمي، فهي ترتبط بشخصية مقدمها وتختلف باختلاف الظروف التي تقدم فيها، وهذا يبرز اختلاف الأسعار لنفس الخدمة باختلاف مقدمها والظروف المحيطة بها.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

● ٥- يتميز الطلب على الخدمات بالتقلب أو بعدم الثبات والاستقرار بشكل عام. فيزداد الطلب على الخدمة الفندقية في المصايف صيفاً وينخفض شتاءً . ولا شك أن ذلك يلقي بظلاله على استراتيجيات تسعير الخدمات مثل التمييز السعري، حيث يمكن أن يتم تخفيض الأسعار في الأوقات التي تتميز نسبياً بالركود، في حين يمكن زيادتها في وقت الذروة.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

● ٦- تداخل وتفاعل وحضور المستفيد مع نظام الخدمة، واعتباره أحد مدخلات العملية التحويلية الخدمية. ويستطيع أن يؤثر من حيث توقيت الطلب والتحديد الدقيق لطبيعة الخدمة، وعلى مستوى جودة الخدمة مثلا تأخر المريض في شراء الوصفة الطبية سيؤثر على شفائه.

● ٧- سيادة الجانب الإنساني على نظم إنتاج وتقديم الخدمة، وشخصية العلاقة بين مقدم الخدمة ومتلقيها.





جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- ٨- تختلف المؤثرات السيكولوجية للخدمة عن تلك الخاصة بالسلعة، فهذه المؤثرات –بالنسبة للخدمة –تتمثل في ملامح متميزة مثل: طبيعة وأسلوب تعامل مقدم الخدمة، لغته، موقع منفذ تقديم الخدمة، مستوى تجهيزات مكان تقديم الخدمة والجو المحيط، والمدة المستغرقة في تقديم الخدمة.



- ٩- تفنى الخدمة بمجرد إنتاجها، أي خاصة تلازم أو آنية إنتاج الخدمة واستعمالها. فهي لا تستهلك على مدى زمنى معين، وإنما يستفاد ويتأثر بها منذ بداية تقديمها وخلال تقديمها. وهو ما يعنى تزامن تقديم الخدمة مع الأثر الذى يصيب المستفيد. إلا أن أثرها النفسى المعنوي أو الجسمي -إن سلباً أو إيجاباً- قد يمتد على مدى زمنى لاحق.



جامعة

المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

١٠ • -يتعذر تجربة الخدمة قبل شرائها. فمن يحتاج لعملية جراحية مثلا لا يمكنه أن يجرب الطبيب أو المستشفى في نفسه أولاً. ومن هنا تكون مخاطرة المستفيد بالخدمة أعلى نسبياً من مخاطرة مشتري السلعة.

١١ • -صعوبة مراقبة الجودة في إنتاج الخدمات عنها في إنتاج السلع، وقد يصعب تقدير طبيعة وقدر الضرر الذي يقع على بعض المستفيدين مقدماً. ومن ثم لا يستطيع المستفيدون بالخدمات تقدير درجة الإشباع المتوقعة.



جامعة  
المنارة

MANSOURA  
UNIVERSITY

- ١٢ - للخدمة طول إجرائي وزماني معين - وتختلف الإجراءات في بساطتها أو تعقيدها من خدمة لأخرى.
- ١٣ - عدم إمكانية حماية الخدمة عن طريق براءات الاختراع، وتنعكس هذه الخصائص المميزة للخدمات على إعداد وتصميم الاستراتيجيات التسعيرية الخاصة بها، من حيث صعوبة التسعير وأهمية تطوير أنظمة متقدمة لمحاكاة التكاليف للمساعدة في تحديد أسعار الخدمة.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

## التسعير الخدمي

- عند تحديد الأهداف التسعيرية للخدمات هناك عدد من العوامل لابد من اخذها بالاعتبار اهمها:
- المكانه السوقية المخطط لها لمنتج الخدمة .
- مرحلة دورة حياة المنتج الخدمي.
- مرونة الطلب.
- الوضع التنافسي.
- اعتبارات التكاليف .
- الدور الاستراتيجي للسعر .

# طرق تسعير الخدمات

- الأولى: طريقة التسعير على أساس إجمالي التكاليف بالإضافة إلى هامش ربح معين. وتستخدم هذه الطريقة بالنسبة لخدمات إصلاح السلع المعمرة كالسيارات والدراجات على سبيل المثال.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- **الثانية**: طريقة التسعير على أساس الطلب وظروف المنافسة في السوق، وتطبق هذه الطريقة على الخدمات الطبية والاستشارات الإدارية والمحاماة وغيرها.

- والمنافسة الكاملة ليس لها وجود بأية صورة، وبالتالي ليس لها تأثير عند تسعير الخدمات. ويرجع ذلك إلى عدم نمطية أو تماثل جودة الخدمات، فالخدمات تتباين بصورة كبيرة عند تقديمها. كذلك من الصعوبة بمكان توفير معلومات كاملة عن السوق، فضلاً عن وجود قيود جغرافية داخل الأسواق تحد من قدرة المستهلك على البحث عن الخدمة، وبالتبعية يكون هناك عدد قليل من مقدمي الخدمات في كل منطقة بيعية. أضف إلى ذلك ضخامة الاستثمارات المطلوبة لتقديم الكثير من الخدمات، والتي تحد من دخول منافسين جدد.





جامعة  
المنارة

MAANSOURA  
UNIVERSITY

- إن كثيراً من أبعاد استراتيجية التسعير المطبقة على القطاع السلعي يمكن تطبيقها أيضاً على القطاع الخدمي. فبعض مقدمي الخدمات يتبعون سياسة السعر المتغير، مثل الأطباء ومراكز الاستشارات الإدارية والمحاماة، بينما البعض الآخر يتبع سياسة السعر الواحد تحت أية ظروف، مثال ذلك المسارح ودور السينما التي تعرض سعراً موحداً طوال اليوم. كذلك يمكن تطبيق السياسات السعرية الجغرافية، فميكانيكي السيارات مثلاً يطلب أجراً عالياً إذا قام بالإصلاح خارج مدينته، والطبيب يتقاضى أجراً عالياً إذا قام بالكشف على المريض خارج عيادته.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

● وفيما يلي أهم السمات المرتبطة بسياسات تسعير الخدمات:

- ١- صعوبة تحديد السعر.
- ٢- قد تقدم الخدمات مجاناً أو بأجر رمزي.
- ٣- يتباين السعر حسب مرونة الطلب على الخدمة.
- ٤- تزايد أسعار الخدمات بارتفاع أسعار السلع المرتبطة بها، مثل كلفة إصلاح التلفاز أو السيارة.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- ٥- قابلية بعض الخدمات -حال إقرار السعر الخاص بها -  
لمفاوضات تخفيض السعر أو منح خصومات. كما هو الحال  
في القوافل أو الأفواج السياحية ورحلات المدارس والجامعات.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- ٦- إمكانية تطبيق سياسة الفروق السعرية ( التمييز السعري )  
(. كما في حالات النقل والسفر بالسكك الحديدية والطيران،  
وحالات العلاج في المستشفيات والمصحات ومراكز  
الاستشفاء الخاصة، فهناك الدرجة الممتازة والدرجة السياحية  
والدرجة الأولى والدرجة الثانية وهكذا.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- وفي هذه الحالة فإن سعر الخدمة في الدرجة الأعلى يسهم في تغطية كلفة الخدمة في الدرجة الأدنى، وهو ما يعني أن سعر الخدمة في الدرجة الأولى يسهم في تغطية كلفة الخدمة في الدرجة الثانية، وهكذا دواليك. ويطلق على هذه الأسعار اصطلاحاً الكلفة التعويضية، مقابل الامتيازات المقدمة للمستفيد في الدرجات العلى.



جامعة  
المنصورة  
MANAARA  
UNIVERSITY

- ٧- إمكانية تحديد السعر على أساس الوقت. كما في حالات نقل الركاب سواء داخل المدينة الواحدة أو بين مدينتين نهاراً بسعر منخفض ومساءً بعد ساعة معينة من الليل بسعر آخر، كذلك في خدمات شركات الهواتف المحمولة، حيث يكون سعر دقيقة الاتصال بعد منتصف الليل وحتى التاسعة صباحاً سعراً مخفضاً عن سعر دقيقة الاتصال بقية اليوم.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

## تسعير مجموعة خدمات

- يقصد بذلك تقديم خدمتين أو أكثر معاً في إطار متكامل بسعر خاص، هذا السعر الخاص يكون أقل من مجموع أسعار تقديم هذه الخدمات بشكل منفرد، والهدف هو زيادة حجم وعائد المبيعات.



جامعة  
المنارة

MARAMA  
UNIVERSITY

- ويرتكز تسويق عدة خدمات بسعر خاص إلى اعتبار مؤداه أن التكاليف الثابتة في معظم منشآت الخدمة تشكل نسبة عالية من هيكل الكلفة وأن نفس التجهيزات والعمالة تشارك بدرجة عالية في تقديم أكثر من خدمة. وهو ما يعنى أن الكلفة الحدية المترتبة على تقديم خدمة إضافية أو أكثر لنفس العميل تكون منخفضة إلى إجمالي كلفة خدمات المنشأة.





● لقد ازداد اتجاه تسعير مجموعة خدمات في السنوات الأخيرة، وهذه أمثلة على ذلك :

● ١- تقدم بعض المشافي والمراكز الطبية عدة فحوصات تشخيصية مثل تحليل أو أكثر، وأشعة ضمن عمليات الكشف على المرضى.

● ٢- تقدم بعض شركات الطيران مجموعة خدمات تتضمن النقل الجوي وتأجير السيارات وخدمات فندقية.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

● ٣- يقدم بعض الفنادق أكثر من خدمة :غرفة وحمام سباحة وعرض ترفيهي.

● ٤- يقدم بعض المصارف عروضاً يحصل بمقتضاها العميل على مجموعة خدمات مصرفية متكاملة.

● ٥- يقدم بعض شركات النقل البرية بين المدن المتباعدة حزمة من الخدمات، ممثلة في النقل وتوافر التكييف وأجهزة تلفاز وفيديو وموسيقى مصاحبة وتقديم وجبة غذائية. كما هو الحال في قطارات الديزل السريع وحافلات النقل السريع والمميز.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

## تسعير الخدمات الحكومية

- تختلف سياسة التسعير في منظمات الأعمال الهادفة للربح
- عنها في المنظمات غير الهادفة للربح .
- فالمنظمات غير الهادفة إلى الربح في أغلبها ذات طابع خدمي ،
- تستهدف تقديم خدمة للمجتمع أو بعض فئاته دون تحقيق الربح .



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- فالجمهور ينتظر منها تقديم الخدمة بدون مقابل أو بأسعار رمزية ، وأن يكون ذلك الهدف الذي له المرتبة الأولى فيها ، لارتباطه بتحقيق أهداف اجتماعية واقتصادية معينة .
- ومن أمثلة المنظمات غير الهادفة للربح المستشفيات العامة والمتاحف
- والحدائق والمتنزهات العامة وما في حكمها .



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- وتواجه قرارات تسعير الخدمات العامة أو الحكومية كثيراً
- من الصعوبات بسبب تعدد أبعادها السياسية والاجتماعية والاقتصادية
- ومن أهم هذه الصعوبات ما يلي :



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- 1- صعوبة حساب التكاليف المرتبطة بإنتاج وتقديم خدمات معينة. لذا ينبغي أن يتوافر للمنظمة الحكومية نظاماً فاعلاً للتكاليف يتيح
- تقديراً دقيقاً لعناصر الكلفة .



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

- 2- أن تسعير الخدمات العامة مسألة ذات أهداف اجتماعية واقتصادية معينة، وربما أبعاد سياسية .
- فمثلاً تسعير الخدمات الصحية قد يقترب من الصفر في المستشفيات العامة بقصد تشجيع الاستفادة من هذه الخدمات ، أما تسعير خدمات مواقف السيارات قد تكون مرتفعة جدا بقصد تقليل حجم الحركة في الأحياء المزدحمة بالسكان في المدن الكبرى ، ناهيك عن أسعار مخالفات قيادة السيارات وتسييرها.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

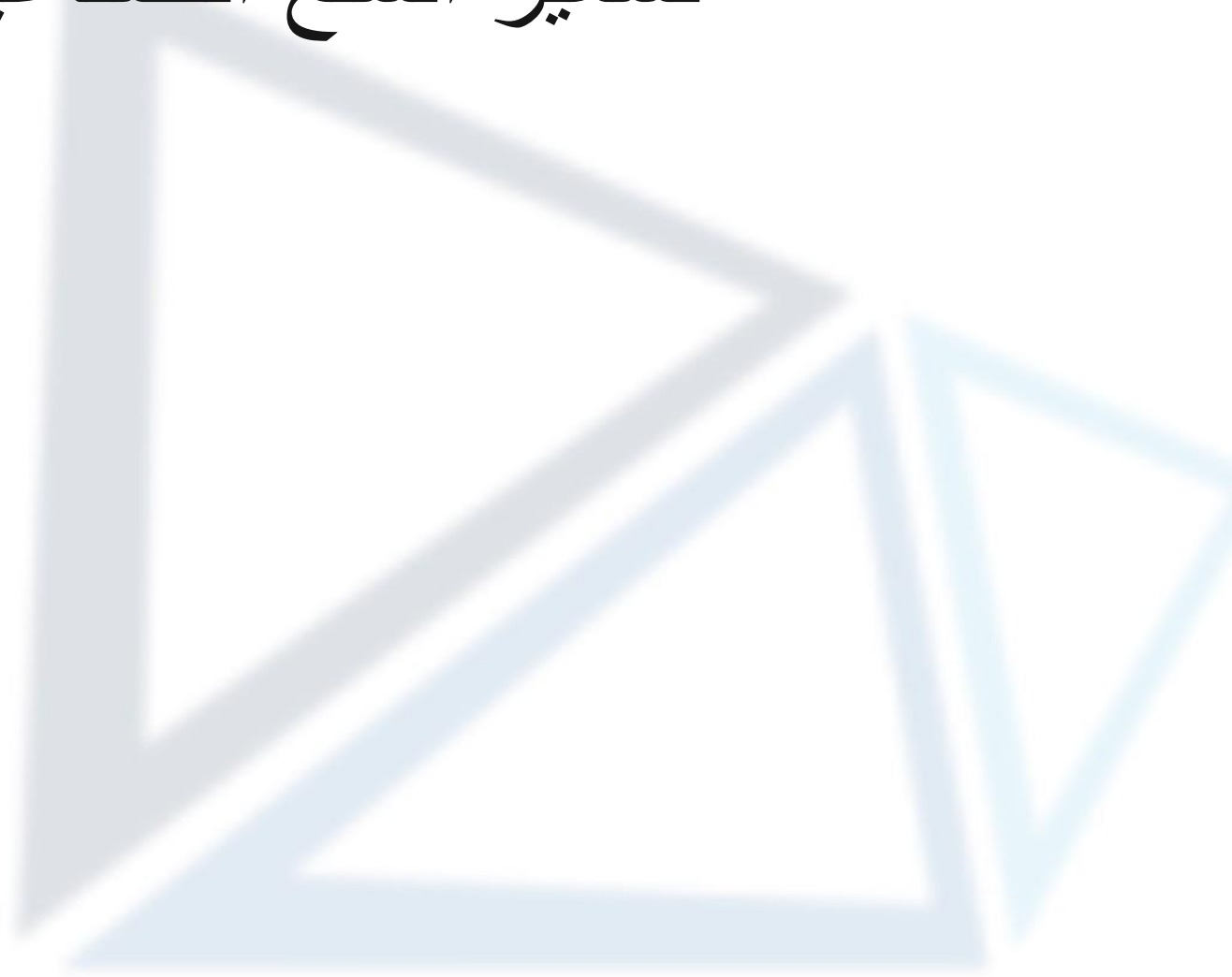
- وتعتمد هذه المنظمات على التبرعات ودعم الدولة من أجل سد العجز
- المالي في ميزانياتها ، حيث تقل الإيرادات عن المصروفات في الغالب
- ومن ثم يتم تحميل الكلفة على المستخدمين وغير المستخدمين من خدمات هذه المنظمات .





جامعة  
المنارة  
MANARA  
UNIVERSITY

# تسعير السلع الصناعية



# الاعتبارات الأساسية عند تسعير 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 أخذها في الحسبان عند تسعير السلع الصناعية وهي :

١- قلة عدد المنافسين

٢- قلة عدد الموزعين

٣- تأثر الاسعار بالكلف النهائية للسلع

٤- المفاوضة والمساومة على الأسعار كبيرة.



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

# طرق تسعير السلع الصناعية:

يوجد طريقتان لتسعير السلع الصناعية وهما:

## أولاً: التسعير على أساس التكلفة الواحدة الواحدة:

وبناء عليه تقوم المؤسسات بفرض الأسعار على السلع المطروحة في الأسواق المستهدفة على أساس تحديد مجموع التكاليف الثابتة والمتغيرة وتكاليف الإدارة والتسويق وغيرها بالإضافة لهامش ربح على كل وحدة.

## ثانياً: التسعير على أساس أحوال الأسواق المستهدفة:

وبناء على هذه الطريقة تسعر المؤسسات الصناعية سلعتها على أساس القدرة الشرائية للمستهلكين و على أساس أسعار المنافسين



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

# السياسات التسعيرية للسلع الصناعية

عادة تباع السلع الصناعية لمختلف المستهلكين وبمناطق وكميات مختلفة ، وعليه فإن الاسعار تتبع السياسات التالية:



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

## 1- سعر الخصم:

تلجأ عادة الشركات الصناعية لسياسة سعر الخصم لتشجيع المستهلك على التعامل مع الشركة وتشجيعه لشراء كميات كبيرة والدفع السريع ومن أنواع السياسة كما تم شرحه مسبقا:

➤ **الخصم التجاري**

➤ **خصم الكمية**

➤ **خصم الدفع المقدم**

## 2- التسعير الجغرافي

العامل الجغرافي مهم في السلع الصناعية وعادة يختار ما بين:

➤ ان يدفع المشتري قيمة الشحن ولا يتغير السعر

➤ ان يدفع البائع اجور الشحن ويرتفع السعر



جامعة  
المنارة

MANARA  
UNIVERSITY

● نهاية المحاضرة