



\ تحديد السعر المناسب

\ ملخص

\ قد يؤثر السعر المناسب على الكميات المتنوعة الأصناف التي يشتريها المستهلكون، وهذا بدوره يؤثر على إجمالي الإيراد والربح في المتجر. وفي النهاية، يكون السعر المناسب للمنتج هو السعر الذي يرغب المستهلك في دفعه نظير ذلك المنتج. لذا، تُعد قرارات التسعير الصائبة عامل مهم في الإشراف الناجح على تجارة التجزئة. ويجب اتخاذ قرارات نظامية ومدروسة بشأن استراتيجيات التسعير وأن يوضع في الاعتبار قطاع عريض من القضايا.

\ إن الخطوة الأساسية لتحقيق الربح في تجارة التجزئة هي بيع السلعة بسعر يزيد عن سعر تكلفتها. ويطلق على الفارق بين تكلفة السلعة وسعرها في بيع التجزئة المبلغ المضاف على التكلفة. وهذا هو المال المتاح لدفع مصروفات تشغيل العمل التجاري. يجب مراعاة النقطتين التاليتين عند تحديد المبلغ المضاف على التكلفة لأحد المنتجات:

- 1- \ تكلفة المنتج المستخدمة في حساب المبلغ المضاف على التكلفة تتكون من سعر الفاتورة الأساسي للسلعة، زائد (+) أية تكلفة للنقل، ناقص (-) أي خصم يمنحه البائع على الكمية والمبلغ المقبوض.
- 2- \ سعر التجزئة - عوضاً عن التكلفة - هو الذي عادة يستخدم لحساب النسبة المئوية للمبلغ المضاف على التكلفة. والسبب في ذلك هو أنه عندما تفرغ أرقام التشغيل الأخرى مثل الأجور، والدعاية، والأرباح، في قالب النسبة المئوية، فإنها جميعاً تعتمد في ذلك على سعر التجزئة وليس على تكلفة السلعة المباعة.

\ تبرز النقاط التالية بعض القضايا التي يجب أخذها في الاعتبار:

\ ركز هدفك على المستهلكين ومزيج التجزئة

\ يوجه هذا الجزء انتباهك نحو السعر وعلاقته بزبائنك المحتملين.

\ هل سعر هذه السلعة مهم جداً بالنسبة لمستهلكيك الذين تستهدفهم؟ عليك أن تعرف رغبات زبائنك تجاه مختلف المنتجات وهل السعر يشكل أهمية في قرار شرائهم؟

\ هل وضعت نطاق للسعر الذي سيدفعه الناس لشراء المنتج؟ وما حد السعر الأقصى والحد الأدنى الذي يجب أن يتخللاه ما سيدفعه المرء لشراء السلعة؟

\ هل أخذت في اعتبارك استراتيجيات السعر التي ستماشى مع مجمل مزيج التجزئة للمتجر والتي تتضمن السلعة، والمكان، والترويج، والخدمات؟

\ هل سيتم قبول الاستبدالات (استبدال منتج قديم بجديد) كجزء من سعر الشراء على منتجات كالأجهزة وأجهزة التلفزيون؟



\ اعتبارات المنافسين

\ تلقي الأسئلة التالية الضوء على حدود تقع خارج نطاق شركتك، وعلى العوامل التنافسية التي لا تستطيع أن تسيطر عليها سيطرة مباشرة:

\ هل تعرف ما الذي يفعله منافسيك المباشرين بخصوص الأسعار؟

\ هل تراجع بصفة منتظمة إعلانات المنافسين لمعرفة معلومات عن أسعارهم؟

\ هل تقوم بمقارنة تسويقية للمنافسين لمعرفة معلومات تختص باستراتيجيتهم التسعيرية؟

\ هل فكرت كيف سيكون رد فعل منافسيك عندما تدخل السوق، وكيف ستتعامل مع ردود أفعالهم؟

\ استراتيجية مستوى السعر

\ إن اختيار مستوى عام من الأسعار مع الأخذ في الاعتبار المنافسة التي تواجهها، يعتبر قرار استراتيجي أساسي، وربما الأكثر أهمية.

\ هل مُجمل استراتيجيتك يقوم على البيع بالأسعار السائدة في السوق (؟) أم تريد أن تتبع مستوى أعلى أو أقل من استراتيجية السوق؟

\ هل يجب أن تجاري تخفيضات السعر المؤقتة للمنافسين؟

\ هل يجب أن تُدبر سلعة تحمل علامة تجارية خاصة لكي تتجنب المنافسة المباشرة في الأسعار؟

\ حساب "المبلغ المضاف على التكلفة" المبدئي المخطط له

\ يتعين عليك في هذا الجزء أن تنظر إلى داخل عملك التجاري، واطعاً في الاعتبار قبل تحديد الأسعار: المبيعات، والمصروفات، والأرباح. حيث يجب أن يكون المبلغ المضاف على التكلفة كبيراً إلى حد يكفي لتغطية المصروفات المتوقعة وتخفيضات الأسعار، ومع ذلك، عليك أن تحقق ربحاً مقبولاً.

\ هل قمت بتقدير المبيعات، ومصروفات التشغيل، وتخفيضات الأسعار لموسم البيع القادم؟

\ هل وضعت هدف ربحي لموسم البيع القادم؟

\ مع مراعاة مبيعاتك ومصروفاتك وتخفيضاتك التقديرية، هل خططت للمبلغ المضاف على التكلفة المبدئي؟ يتم حساب "النسبة المئوية للمبلغ المضاف على التكلفة المبدئي" بجمع مصروفات التشغيل، وتخفيضات السعر المزمعة (إنقاصات السعر، شحاحة المخزون، خصومات الموظفين/الزبائن)، والأرباح، جميعها معاً، ثم يُقسم هذا الرقم الإجمالي على صافي المبيعات وتخفيضات السعر المزمعة.

\ وقد يستدعي الأمر استخدام أرقام مختلفة للمبلغ المضاف على التكلفة التمهيدي لاستيعاب خطوط مختلفة من السلع أو الخدمات، خاصة عندما يكون لبعض خطوط المنتجات مميزات مختلفة عن المنتجات الأخرى.



\ سياسات المتجر

\ يدرس هذا الجزء سياسة المتجر الإجمالية والرسالة التي تريد حملها.

\ يجب أن يتماشى تحديد السعر مع سياسات متجرك الراسخة ومتطلبك.

\ هل تستخدم نظام السعر الواحد - الذي يتم فيه تقاضي نفس السعر من كل مشتري لـصنف معين من المنتجات - ويتم تطبيق ذلك على جميع الأصناف (؟) أم يخضع السعر للتفاوض مع الزبون؟

\ هل الأسعار التي تتضمن كسورا مثل \ \$1.98 و \ \$44.95 تجذب بصورة أكثر زبائنك عن الأسعار التي لا تتضمن كسورا؟

\ هل سيشتري المستهلكون أكثر عند استخدام نظام سعري متعدد، مثل: 2 بئمن \ \$8.50؟

\ هل يجب استخدام عُرف المجنذبة في تسعير المنتج؟

\ هل يستخدم تخطيط السعر - عُرف تحديد نقاط سعرية معينة ثم تسعير جميع السلع ذات العلاقة ببعضها بنفس النقاط؟

\ هل تخطيط السعر وفق تقسيم الأماكن سيكون أكثر ملائمة من عُرف النقاط السعرية؟

\ هل ستستخدم كوبونات التخفيض في إعلانات الصحف أو ترسلها بالبريد إلى مستهلكين مختارين في أي مناسبة؟

\ هل عروض البيع المخفض التي تتم بصورة دورية، والتي تضم أسعار مخفضة ودعاية إعلانية مكثفة، متوافقة مع صورة المحل التي تصبوا إلى تحقيقها؟

\ هل روعي تأثير الأصناف المتنوعة - التي تباع في عروض البيع المخفض - على الربح؟

\ هل سيتم إصدار "بطاقات شراء آجلة" للمستهلكين الذين يأتون لعروض البيع المخفض لشراء سلعة ثم لا يجدونها مؤقتاً؟

\ طبيعة السلع

\ يبحث هذا الجزء كيفية تأثير خواص سلعة معينة على المبلغ المضاف على التكلفة المخطط له.

\ هل هذا الصنف حقق ذروة شعبيته؟

\ هل تكاليف المناولة والبيع للمنتج هائلة نسبياً نظراً لضخامته، ومعدل بيعه المنخفض، واستلزامه إجراء احتكاكا شخصيا كبيرا مع الزبائن لبيعه، أو تركيبه أو تبديله.



\ هل يُتوقع مستويات عالية نسبياً من التخفيضات بسبب إنقاص السعر، أو تلفيات، أو كسور، أو سرقة؟

\ هل خدمات العملاء مثل التسليم، والتبديل، وتغليف الهدايا، والتركيب ستكون مجانية للزبائن؟

\ اعتبارات أخرى

\ هل يستدعي الأمر وضع قيمة إضافية على السعر بسبب ارتفاع أسعار الجملة أو لأن السعر المنخفض لأحد الأصناف يتسبب في إثارة شكوك المستهلكين حول جودته؟

\ هل تُمنح خصومات على المشتريات لمجموعات خاصة؟

\ عندما تظهر ضرورة لتخفيض السعر، هل يتم التفكير أولاً في بدائل أخرى، كالبيع الترويجي للخروج من المأزق؟

\ هل تمت محاولة معرفة سبب إنقاصات الأسعار؟

\ هل العلاقة بين توقيت وحجم إنقاصات السعر تم أخذها في الحسبان؟

\ هل من الملائم إعداد جدول بإنقاصات الأسعار التي تحدث تلقائياً بعد عرض سلعة ضمن المخزون لفترات معينة؟

\ هل حجم إنقاص السعر "كاف فحسب" لتحفيز المشتريات؟

\ كيف تراعى موسمية المنتجات؟

\ المبلغ المضاف على التكلفة \ Markup والإيراد الهامشي \ Margin

\ ما الفرق؟

\ "المبلغ المضاف على التكلفة" هو النسبة المئوية من ثمن التكلفة
\ "الإيراد الهامشي" هو نفس المبلغ لكن يُعبر عنه كنسبة مئوية من سعر البيع.

\ مثال:

\ تكلفة منتج \ \$1.00 . يباع بـ \ \$1.50

\ المبلغ المضاف على التكلفة هو \ \$0.50 أو 50% من التكلفة

\ الإيراد الهامشي \ \$0.50 أو 33% من سعر البيع.



\ جدول مقارنة الإيراد الهامشي مقابل المبلغ المضاف على التكلفة

\ % المبلغ المضاف على التكلفة من ثمن التكلفة	\ % الإيراد الهامشي من سعر البيع	\ % المبلغ المضاف على التكلفة من ثمن التكلفة	\ % الإيراد الهامشي من سعر البيع	\ % المبلغ المضاف على التكلفة من ثمن التكلفة	\ % الإيراد الهامشي من سعر البيع
60.0	37.5	28.2	22.0	5.0	4.8
63.9	39.0	30.0	23.1	5.3	5.0
65.0	39.4	31.6	24.0	7.5	7.0
66.7	40.0	33.3	25.0	8.7	8.0
69.5	41.0	35.0	25.9	9.9	9.0
70.0	41.2	35.1	26.0	10.0	9.1
72.4	42.0	37.0	27.0	11.1	10.0
75.0	42.9	38.9	28.0	12.4	11.0
75.4	43.0	40.0	28.6	13.6	12.0
78.6	44.0	40.8	29.0	15.0	13.0
80.0	44.4	42.9	30.0	16.3	14.0
81.8	45.0	45.0	31.0	17.6	15.0
85.0	45.9	47.1	32.0	19.0	16.0
85.2	46.0	50.0	33.3	20.0	16.7
88.7	47.0	51.5	34.0	20.5	17.0
90.0	47.4	53.8	35.0	22.0	18.0
92.3	48.0	55.0	35.5	23.5	19.0
95.0	48.7	56.3	36.0	25.0	20.0
96.1	49.0	58.7	37.0	26.6	21.0
100.0	50.0				

\ يقدم مركز الخدمات التجارية كندا-أونتاريو \ (COBSC/CSECO) معلومات تتعلق بالتجارة والشركات باللغتين الرسميتين لكندا وهما الإنجليزية والفرنسية. وقد ترجمت بعض أهم وثائقنا إلى لغات أخرى وذلك مراعاة منا للأقليات اللغوية. إذا رغبتكم في الحصول على مزيد من المعلومات التجارية فيرجى الإتصال برقم الهاتف \ 4444 \ -576 \ 1-888 أو التكم مع الموظف المسؤول عن إعطاء المعلومات في المركز \ (COBSC/CSECO).