

# أصول التسعير

إشارة إلى التسعير في قطاع الخدمة السعودي و السوداني

Principles of Pricing

الدكتور / جعفر عبد الله موسى إدريس  
أستاذ إدارة التسويق المساعد

الدكتور / الفاتح محمد عثمان مختار  
أستاذ الإقتصاد والتجارة الدولية المساعد

جامعة الطائف

بحمد الله وتوفيقه تمكنا خلال أكثر من عشرون عاماً من العطاء والاجتهاد في بناء دار نشر أصبحت صرح من صروح المعرفة، فقد أوكلنا على عاتقنا المساهمة الفعالة لجميع الجامعات والكليات والمعاهد العلمية وذلك بالوقوف جنباً الى جنب في نشر الكتب العلمية لجميع أعضاء هيئة التدريس، وتوصيلها للطلاب والطالبات والقراء في جميع أنحاء الوطن العربي، ويحدونا الأمل أن نساهم في تغيير الصورة النمطية للنشر في محاولة للاستثمار والإبداع في مجال النشر، وما نزال في تعاون مستمر مع المؤلفين لتحقيق أهدافنا السامية، ونحن على استعداد تام للتعاون مع كل صاحب علم يريد توصيله للمتعلم أينما كان.

## منصة اكاديميك تيك بوك

www.academictechbook.com



انطلاقاً من رؤية المملكة 2030 ودعمها للتعليم الالكتروني فإن منصة (اكاديميك تيك بوك/ACADEMIC TECH BOOK) التابعة لخوارزم العلمية هي من اقوى المنصات التي تقوم بتحويل ودعم وتوفير الكتاب الالكتروني والتي تحتوي على الخدمات الالكترونية التالية:

1. الخدمات التفاعلية بين الطالب والكتب الالكترونية وتصفح المحتوى بطريقة e-pub.
2. خدمات شرح فيديو صوت وصورة لكل فصل على حد لكل كتاب من الكتب الالكترونية
3. بنك أسئلة وواجبات منزلية متكاملة
4. تفاعل الطالب مع عضو هيئة التدريس
5. ربط المنصة بالنظام التعليمي الالكتروني للجامعات LMS
6. إمكانية عمل اشتراكات سنوية عن طريق الدخول الذي
7. تقارير مفصلة تخدم المستخدم والمستخدمين

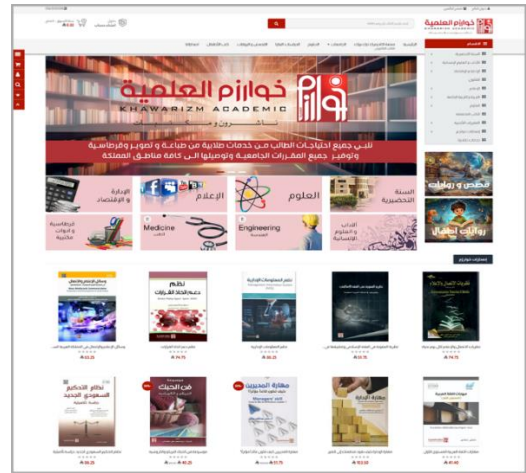
## اتصل بنا

المملكة العربية السعودية - جدة - بجوار مدارس دار الفكر الاهلية

0561005008 www.kh.sa  
info@kh.sa gm@kh.sa

## متجر خوارزم العلمية الالكتروني

www.kh.sa



يعد متجر خوارزم العلمية (www.kh.sa) من أكبر المتاجر المختصة في توفير وبيع الكتب والمقررات الجامعية، ويولي المتجر كافة احتياجات الطلاب والطالبات بالجامعات السعودية بشكل مميز. حيث يتمتع المتجر الالكتروني بالميزات التالية:

- 1- توفير جميع المقررات الجامعية بالمتجر حسب الكليات والأقسام المختلفة.
- 2- إمكانية الشراء والدفع بخيارات دفع متعددة.
- 3- سهولة التصفح والتنقل بين اقسام الموقع وسهولة البحث عن الكتب والمؤلفين ودور النشر.
- 4- إمكانية وصول الطالب لجميع المقررات المقررة عليه
- 5- تقديم أفضل الأسعار وخدمات التوصيل مع أفضل شركات الشحن الى جميع مناطق المملكة.

## حقوق الطبع محفوظة للناسر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لخوارزم العلمية ولا يسمح بطبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد هذا الكتاب أو أي جزء منه، أو تخزينه في أي نظام لحفظ المعلومات، أو نقله على أي هيئة، أو بواسطة أي وسيلة، سواء كانت الكترونية أو ميكانيكية أو تسجيلياً أو غير ذلك إلا بإذن كتابي مسبق من الناشر.

الصفحة	الموضوع
٧	الإهداء
١٥	المقدمة

### الفصل الأول

#### مدخل إلى التسعير

١٩	تمهيد
١٩	تعريف التسعير
٢٠	التطور التاريخي للتسعير
٢٢	أهمية التسعير
٢٢	مراحل تحديد التسعير
٢٢	١. أهداف التسعير
٢٥	٢. دراسة الأسواق المستهدفة
٢٦	٣. تحليل الطلب
٣٤	أنواع التسعير
٣٧	طرق التسعير
٣٨	أولاً: التسعير حسب التكلفة
٤٠	ثانياً: التسعير حسب الطلب
٤٠	ثالثاً: التسعير حسب المنافسة
٤٠	اختيار السعر النهائي
٤٠	التعديلات التي تطرأ على الأسعار

الصفحة	الموضوع
٤١	سياسية التمييز السعري
٤٢	جهاز التسعير

### الفصل الثاني

#### نظرية التسعير

٤٥	تمهيد
٤٦	افتراضات نظرية السعر
٤٧	نظرية وقانون الطلب
٤٩	مرونة الطلب السعرية
٥٤	العوامل المؤثرة على مرونة الطلب السعرية
٥٧	طرق بحوث التسعير بالنسبة لتاجر التجزئة
٦٤	المشاكل العملية لنظرية التسعير

### الفصل الثالث

#### التسعير وسلوك المستهلك

٦٩	تمهيد
٧٠	مفهوم وأنواع سلوك المستهلك
٧٣	عملية إتخاذ قرار الشراء للمستهلك
٧٥	العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك
٧٩	أنواع قرار الشراء



الصفحة	الموضوع
٨٠	تأثير السعر على سلوك المستهلك

### الفصل الرابع

#### البيئة الاقتصادية وانعكاساتها على عملية التسعير

٩٧	تمهيد
٩٧	التسعير في ظل سوق الاحتكار
٩٩	التسعير في ظل سوق احتكار القلة
١٠١	التسعير في ظل سوق المنافسة الكاملة
١٠٣	التسعير في ظل سوق المنافسة الاحتكارية
١٠٤	دور التشريعات والقوانين على عملية التسعير
١٠٤	دور القوة الشرائية على عملية التسعير
١٠٥	تخفيض أو إنقاص السعر

### الفصل الخامس

#### التسعير حسب المرحلة الاقتصادية ودورة حياة المنتج

١٠٩	تمهيد
١٠٩	التسعير حسب الحالة الاقتصادية
١٠٩	١. التسعير في مرحلة الانتعاش الاقتصادي
١١٠	٢. التسعير في مرحلة الكساد الاقتصادي
١١١	التسعير حسب دورة حياة المنتج
١١١	١. تسعير المنتج الجديد

الصفحة	الموضوع
١١٢	٢. تسعير المنتج في مرحلة النمو
١١٣	٣. تسعير المنتج في مرحلة النضج
١١٤	٤. تسعير المنتج في مرحلة الانحدار

## الفصل السادس

### الاعتبارات الأساسية لتسعير السلع و الخدمات

١١٩	تمهيد
١١٩	الاعتبارات الأساسية لتسعير سلع المستهلك النهائي
١٢١	الاعتبارات الأساسية لتسعير السلع الصناعية
١٣١	طرق تسعير السلع الصناعية
١٣٢	الاعتبارات الأساسية لتسعير الخدمات

## الفصل السابع

### التسعير الدولي

١٣٩	تمهيد
١٣٩	تعريف التسعير الدولي
١٤٠	أهمية التسعير الدولي
١٤٠	تكاليف التصدير للأسواق الدولية
١٤١	العوامل المؤثرة في قرارات التسعير الدولي
١٤٧	مداخل التسعير الدولي
١٤٩	استراتيجيات التسعير الدولي
١٥٠	التسعير الدولي والتسعير المحلي

### الفصل الثامن

#### أهمية البحوث والدراسات في عملية التسعير

١٥٥	تمهيد
١٥٦	دور السعر في المزيج التسويقي
١٥٦	١. أهمية المعلومات الثانوية في عملية التسعير
١٥٨	٢. أهمية الدراسات الميدانية في عملية التسعير
١٥٩	خطوات البحث التسويقي للسعر

### الفصل التاسع

#### تسعير المنتجات عبر الانترنت

١٦٥	تمهيد
١٧٢	النقد الإلكتروني والبطاقات الذكية
١٧٥	الانترنت والأسعار
١٨٠	الانترنت والتسويق
١٨١	التجارة الإلكترونية

### الفصل العاشر

#### التسعير في القطاع الخدمي السعودي والسوداني

١٨٩	تمهيد
١٨٩	أولاً: تسعير خدمات الكهرباء في المملكة العربية السعودية
١٨٩	١- أسس تسعير الخدمة
١٩١	٢- مراجعة التعرفة

## الفهرس

أصول التسعير

الصفحة	الموضوع
١٩١	٣- المحددات والضوابط التي يتم بموجبها تحديد التعرفة المناسبة
١٩٨	٤- تأثير تغيير التعرفة
٢٠١	٥- الرؤية المستقبلية لسياسة التسعير
٢٠٤	ثانياً: تسعير الخدمات المصرفية في السودان
٢٠٥	١- أسس تسعير الخدمات المصرفية في المصارف السودانية
٢٠٦	٢- التغييرات التي مرت بها أسعار الخدمات المصرفية خلال الفترة من (٢٠٠٥ - ٢٠٠٠)
٢٢١	المراجع

