

ما «نقطة السعر».. ولماذا يصعب تغييرها؟



«دبي»: الخليج

هل سمعت يوماً بعبارة «نقطة السعر»؟

□ هو سعر تنافسي تقترحه الشركة المصنعة لمنتج معيّن، أو يتم تحديده «Price Point» نقطة السعر» أو بالإنجليزية «بناءً على العرض والطلب. كما أنه السعر الذي يجذب المستهلكين لسلعة ما، في حال تمت مقارنة التسعير مع شركة منافسة أخرى

وعادة ما يتم حساب نقطة السعر من منظور اقتصادي أكثر من كونها معادلة مالية. ولتحديد نقطة السعر، هنالك العديد من العناصر التي على الشركات أخذها في عين الاعتبار، مثل: الكميات المطلوبة، والمعرض وأسعار المنتجات البديلة وهامش الربح لكل وحدة. وكما تنص قوانين العرض والطلب، فإنه في حال زادت الأسعار، سيتراجع الطلب. ويزيد المعرض من منتج أو سلعة ما

ومع ذلك، وفي حال لم تكن هنالك منافسة، تستطيع الشركة رفع أسعار منتجاتها بالقدر الذي تريده؛ حيث لا توجد (خيارات أخرى) (احتكار).

ومن ناحية أخرى، إذا كانت هناك منافسة شرسة والعديد من البدائل الأخرى للمنتج أو السلعة، فإن زيادة نقطة السعر قد تؤدي إلى خفض الكميات المباعة من المنتج بشكل كبير. وهذا هو السبب الذي يدفع الشركات إلى دراسة السوق بعناية، لتحديد نقطة السعر المناسبة، والأخذ بعين الاعتبار كل العوامل الأخرى بغية المحافظة على قدرتها التنافسية.

وفي العادة يكون لدى شركات التصنيع نقطة سعر مقترحة يحددونها لتجار التجزئة. ومع ذلك، واعتماداً على المشهد العام، قد يقررون خفض أو زيادة نقطة السعر، لتحقيق أهداف محددة.

ولنأخذ على سبيل المثال الحلاق أبو رامي، وهو صاحب محل حلاقة صغير، وعادة ما يكون زبائنه من الرجال الذين يعيشون بالقرب من المحل، وهو معروف بشكل جيد في الحي. وفي الآونة افتتح حلاق جديد محلاً على بعد 3 أمتار من محل «أبو رامي»، إلا أن الأخير شعر بالقلق من أن هذا الأمر قد يتسبب في فقدانه لزبائنه. ويتقاضى «أبو رامي» 20 درهماً مقابل قصة الشعر، إلا أنه سمع أن الحلاق الجديد يتقاضى 15 درهماً فقط.

ويدرك أبو رامي أن سعره أعلى، ولكن نظراً لأنه يعمل لسنوات عديدة في نفس الحي، يعرف أن الطلب على محله جيد جداً، وقد حسب بأن أن أقل سعر يمكنه تحصيله لكل قصة شعر للمحافظة على الربحية هو 19 درهماً. وبعد أن أجرى أبو رامي هذه الحسابات، شعر بالارتياح لأن المتجر الجديد سيرفع أسعاره في نهاية المطاف، لأنه لا يستطيع الاستمرار في حال بقي على هذا السعر؛ لذلك أبقى أبو رامي تسعيرته عند المستوى الحالي 20 درهماً لأنه «نقطة سعر». وكما توقع أبو رامي، رفع محل الحلاقة الجديد أسعاره إلى 20 درهماً لكل قصة شعر بعد شهرين من العمل.

مثال آخر، وقد حدث مؤخراً أن تم رفع سعر كوب شاي الكرك الذي كان لسنوات من درهم إلى درهم ونصف الدرهم، في الكثير من الكافيتريات، ومرد ذلك كان ارتفاع سعر الحليب والشاي والسكر. ولكن الارتفاع الأخير في الأسعار لم يكن الأول ولن يكون الأخير.. فلماذا استمر السعر عند الدرهم لسنوات من دون تغيير؟

يقول الخبراء: إن السعر كان يفترض أن يتغير منذ سنوات، ولكن بما أن «الدرهم»، نقطة سعر قوية، فإن من الصعب رفع سعر كوب الشاي إلى 1.25 درهم على سبيل المثال. بالمقابل تلجأ الكافيتريا إلى رفع أسعار وجبات أخرى لتغطي الكلفة الإضافية الناشئة عن ارتفاع الأسعار، وتبقي «نقطة السعر» عند الدرهم قدر المستطاع. وهنا يعد التغيير جرأة من أصحاب الكافيتريا، ومن المرجح أن يجر معه تغييراً عاماً؛ بحيث تصبح «نقطة السعر» 1.5 درهم، ويستمر ذلك لسنوات.