

قرارات تسعير الخدمات المصرفية :

يتم اتخاذ قرارات التسعير عندما يكون من المطلوب تحديد أسعار لخدمات جديدة، أو تغيير أسعار الخدمات الحالية، وعند تسعير خدمة جديدة يجب أن يأخذ المصرف ثلاثة أهداف بعين الاعتبار:

- جعل الخدمة مقبولة ومرغوبة من قبل الزبائن.
- المحافظة على قوة المصرف تجاه المنافسين.
- خلق أرباح.

مداخل قرارات التسعير⁽¹⁾ :

وفي هذا المدخل يتم دراسة العرض والطلب للخدمة المصرفية ومرونتها السعرية. فإذا قام البنك بزيادة أسعار خدماته فإن هذا سيؤدي إلى انخفاض مبيعاته منها ولهذا يجب الموازنة عند وضع السعر بحيث يتم الاستفادة من زيادة الإيراد للوحدة الواحدة (الإيراد الحدي) مقابل انخفاض حجم المبيعات الناتج عن زيادة السعر.

هذه الحساسية في المبيعات الناتجة عن تقلب السعر يطلق عليها مرونة الطلب السعرية ويمكن تعريف مرونة الطلب السعرية بأنها مقدار استجابة الكمية المطلوبة من الخدمة المصرفية للتغير في السعر. فإذا كانت استجابة الكمية المطلوبة للتغير في السعر كبيرة فإن الطلب على الخدمة المصرفية يكون مرناً. والعكس صحيح فإذا كانت استجابة الكمية المطلوبة للتغير في السعر ضئيلة فإن الطلب على الخدمة يكون قليل المرونة.

وعليه فإنه حسب هذا المدخل يتم الاعتماد على مرونة الطلب السعرية في تحديد السعر فإذا كان الطلب غير مرن فإنه من الممكن وضع نسبة ربح عالية تضاف إلى التكاليف، في حين أنه لا يمكن وضع نسبة ربح عالية في حال كان الطلب مرناً وذلك لما يقابل ارتفاع السعر من انخفاض أكبر من الكمية المطلوبة.

مدخل التكلفة في التسعير Cost-Based Pricing Approach :

تلعب التكاليف دوراً مهماً في تسعير الخدمات حيث أن اعتبارات التكاليف تزود الإدارة بحدود دنيا لا تستطيع تحقيق عوائد مقبولة بأقل منه. ويتفرع هذا المدخل إلى مدخلين فرعيين هما:

(1) محمد راجح خليل أبو عواد - أهمية استخدام منهج التكلفة المستهدفة في تحسين كفاءة تسعير الخدمات المصرفية - رسالة ماجستير - جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا - يناير ٢٠٠٨.