راقب هذه الصفحة عدل حرب الأسعار هو تعبير يستخدم في القطاع الاقتصادي للإشارة إلى حالة من التنافسية الحادة التنافس مصحوبة بسلسلة من خفض الأسعار تفرضها أطراف متعددة. 1] حيث يقوم أحد المنافسين بخفض السعر، ليحذوا المنافسون الآخرون حذوه ويخفضوا أسعارهم بنفس الحد. تبدأ جولة جديدة من خفض الأسعار. وعلى المدى القصير، الذين يمكنهم الاستفادة من الأسعار المنخفضة. إذ أنه مع تراجع عدد الشركات في الصناعة، الأسباب تمييز المنتج: تكون بعض المنتجات، سلع أساسية. يصبح السعر العامل الأساسي للمنافسة. التسعير لاختراق السوق: إذا حاول أحد التجار دخول سوق مستقرة، فإن المنافسين الفاعلين يراقبون عن كثب أسعار كل منهم الآخر، كما أنهم يكونون على استعداد للاستجابة لأي خفض في السعر. فإن العمليات الجديدة قد تساهم في خفض سعر نفس المنتج. وبالتالي توفر السيولة الكافية حتى تتمكن من الصمود. التسعير الطارد للمنافسين: قد يحدد عن عمد التاجر الذي يمتلك رصيدًا بنكيًا كبيرًا سعرًا للمنتجات الجديدة أو القائمة بالفعل في محاولة للإيقاع بالتجار في السوق. المنافسون: قد يستهدف المنافس منتجًا ويحاول كسب الحصة السوقية عن طريق بيع المنتج البديل بسعر أقل. ردود الفعل على تحديات السعر تبدأ حرب الأسعار لأن النشاطات الترويجية البسيطة قد أسيء فهمها بوصفها تغييرات إستراتيجية. [بحاجة لمصدر] ولكن إذا كان الأمر يبدو وكأنه نهج طويل المدى، فحينئذ توجد العديد من ردود الفعل الممكنة: خفض السعر: التحرك الأكثر وضوحًا وشيوعًا هو القيام بما قام به المنافس. استخدام إجراءات أخرى؛ من الممكن استخدام أساليب أخرى ذات تأثير كبير: تحسين الجودة وزيادة الأنشطة الترويجية (ربما لتحسين فكرة الجودة). تجنب حروب الأسعار التجنب هو أفضل السياسات حتى الآن، [بحاجة لمصدر] عدل نظرًا لأنه إذا رفع أحد التجار الأسعار، فلن يقوم المنافس بالأمر نفسه.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي