إذ أن نجاحها في السوق يعني بقاءها واستمرارها في العمل لذلك يعد ويكونضمن تخطيط املؤسسةفي هذا الجانب هو أن تعمل في املدى البعيد على تغطية القرارات السعرية للكلف املتغيرة والبعض من الكلف الثابتة، ـ2تعظيم األرباح: تسعى املؤسسة عبر هذا الهدف إلى تعظيم األرباح من خالل األسعار التي تضعها ملنتجاتها مفترضة في ذلك تقديرها املسبق للطلب والكلف والبدائل السعرية املتاحة، وهذا الهدف ليس من السهولة بمكان تحققه ملا يكتنفه من صعوبة تتجلى أوال في الدقة لتقدير الطلب والكلف، وثانيا أن إدارة املؤسسة تتجاهل إلى حد كبير ـ3 تعظيم العائد الحالي: بعض املؤسسات تضع أسعارها لتعظيم العائد املتحقق من املبيعات، يرتبط إلى حد كبير مع قدرة املؤسسة على تقدير حجم الطلب املتوقع على منتجاتها، لهذا الهدف بأنه يمكن أن يقودها على األمد البعيد في تعظيم األرباح ونمو نسبةاملساهمةفيالسوق. ـ4 تعظيم نمو املبيعات: ويمكن تسميته أحيانا بالحصة السوقية،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي