وينخفض الإنتاج وتقل الحاجة إلى عوامل الإنتاج المادية والبشرية وتسود حالة ركود، والعكس عندما تتناسب الأسعار مع ظروف السوق وقدرات المستهلكين. كما أن السعر يساهم في توزيع الموارد المحددة على أفراد المجتمع، ويساعد في بيان قيمة المنتج بناء على قلة أو ندرة توفر المواد الأولية. أما أهمية التسعير على مستوى الشركة فتكمن في استخدام عملية التسعير كأداة لتحقيق أهداف الشركة على المستوى العام وعلى مستوى وحدات الأعمال الاستراتيجية وعلى المستوى الوظيفي والتشغيلي. وتستخدم الشركة عملية التسعير في تجزئة السوق بحيث تستهدف بكل سعر (أو بكل مدى سعري) قطاعات سوقية محددة. ونجد للسعر أهمية بالنسبة للمنشأة حيث أنه يحدد الإيرادات التي يمكن أن تحصل عليها وحجم الطلب على منتجاتها وعندما يكون الطلب مرنًا، ويلعب السعر دورًا هامًا في نجاح أو فشل المنتجات والمنشأة في التسويق، أما أهمية التسعير على مستوى المستهلك (المشتري) فتتمثل في أن سعر المنتجات من وجهة نظر المشتري يعتبر التكلفة بالنسبة للعميل، إذ قد تكون هذه التكاليف ضمنية أو قد تكون ظاهرة، كما قد تكون تكاليف مالية أو غير مالية. يضاف إلى ذلك أن السعر عادة يمثل القيمة التي يعطيها العميل للمنتج. وهناك عدد من العوامل التي تؤثر على عملية صنع القرارات ذات العلاقة بشراء المنتجات والتي تجعل من الصعوبة للمستهلك التحقق من قيمة المنتج الذي يقوم بشرائه. وأخيرًا فإن السعر يتأثر بقوة الشراء التي يتمتع بها المستهلك، وعليه فإن أولئك الذين لديهم القدرة على الدفع أكثر سيصبحون السوق المستهدف، فأجزاء محددة من السوق قد تكون راغبة (وأيضًا قادرة) على دفع أجور أعلى للشهرة والهيبة المقترنة بالمنتج.

Summarized by © lakhasly.com