

أطروحة

مقدمة لنيل شهادة

دكتوراه علوم

في: علوم التسيير

تخصص: علوم التسيير

محددات السياسة السعرية للمنتجات الموجهة للتصدير

دراسة عينة من المنتجات الزراعية

من إعداد:

زريق عمر

تاريخ المناقشة: 2020/06 /25

أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة:

<u>الاسم واللقب</u>	<u>الرتبة العلمية</u>	<u>المؤسسة</u>	<u>الصفة</u>
أ.دخابه عبد الله	أستاذ التعليم العالي	جامعة المسيلة	رئيسا
أ.د. برحومة عبد الجميد	أستاذ التعليم العالي	جامعة المسيلة	مشرفاً و مقرراً
أ.د عمر شريف	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة	ممتحنا
أ.د. شنشونة محمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة بسكرة	ممتحنا
د. حميدة مختار	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجلفة	ممتحنا
د. شريف مراد	أستاذ التعليم العالي	جامعة المسيلة	ممتحنا



إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع

إلى من قال فيهما الرحمان ووصى بهما من فوق سبع سموات

"وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا"

اللهم ارحمهما كما ربياني صغيرا

اللهم اجعل هذا العمل في ميزان حسنات أبي العزيز رحمه الله

وأجعله ذخرا لأمي الغالية وأحفظها من كل سوء

إلى دفاء البيت وسعادته، زوجتي العزيزة "أم يزن" وأبنائي الأحباء "محمد

محمد القادر" و"يزن محمد الجليل"

إلى النجوم التي زينت حياتي إخوتي وأخواتي

إلى كل من جمعني معهم مشواري الدراسي والمهني وجميع الأهل و

الأصدقاء

شكرو تقدير

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات، أحمده على أن وفقني لإتمام هذا العمل

بداية لا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ المشرف الأستاذ الدكتور **برحومة محمد الحميد** الذي تفضل بقبوله الإشراف على الأطروحة ولم يبخل علينا بإرشاداته ونصائحه القيمة والسديدة، والتي كان لها الأثر البالغ في إخراج هذه العمل إلى النور بالشكل الذي هو عليه الآن.

كما أتقدم بشكري وتقديري كذلك للدكتور **يعقوبي محمد** على نصائحه وتوجيهاته طيلة مراحل إعداد هذه الأطروحة، ولا يفوتني أن أتقدم بشكري الخاص إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تحملهم عناء قراءة هذه الأطروحة ومساهمتهم في إثرائها بملاحظاتهم القيمة وتقديم التوجيهات والنصح.

وفي الختام الشكر موصول لكل من ساهم و تفضل بتقديم يد المساعدة و العون التي سهلت مهمتي في إتمام هذا البحث وليعذروني على عدم ذكر الأسماء فهم كثر ويستحقون كل الاحترام والتقدير.

الباحث

هدف البحث إلى معرفة أهم العوامل التي تؤثر في أسعار المنتجات الزراعية المتمثلة في (التمر والبطاطس والحمضيات) في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)، من خلال تقدير دوال الطلب والعرض لهذه المنتجات باستخدام نموذج المعادلات الآنية.

وتم التوصل إلى النتائج الآتية :

كأن أسعار المنتجات الزراعية تتحدد وفق آلية السوق ؛ أي تخضع لقانون العرض والطلب؛

كأن أهم العوامل المؤثرة على استهلاك المنتجات الزراعية هي: سعر المنتج الزراعي،، والدخل المتاح لاستهلاك؛

كأن أهم العوامل المؤثرة على الإنتاج الزراعي هي السعر والمساحة المزروعة وبتغير الزمن.

كأن تتأثر أسعار المنتجات الزراعية بكل من سعر الصرف والأسعار العالمية للغذاء؛

الكلمات المفتاحية: السعر – السياسة السعرية – تسعير الصادرات – السياسة السعرية الزراعية – نموذج المعادلات الآنية

Abstract:

The research aimed to know the most important factors that affect the prices of agricultural products represented by (dates, potatoes and citrus) in Algeria during the period (2000-2015), by estimating the demand and supply functions of these products using the simultaneous equations model.

The following results were reached:

- The prices of agricultural products are determined according to the market mechanism; that is, they are subject to the law of supply and demand;

- The most important factors affecting the consumption of agricultural products are the price of the agricultural product, and the income available for consumption;

- The most important factors affecting agricultural production are the price, cultivated area, and time variable;

- Prices of agricultural products are affected by both the exchange rate and world food prices.

Key words: price; price policy; export pricing; agricultural price policy; simultaneous equations model.

Résumé:

La recherche visait à connaître les facteurs les plus importants qui influent sur les prix des produits agricoles représentés par (dates, pommes de terre et agrumes) en Algérie au cours de la période (2000-2015), en estimant la demande et l'offre de ces produits l'utilisation du modèle d'équations simultanées.

Les résultats suivants ont été atteints:

- Les prix des produits agricoles sont déterminés selon le mécanisme du marché; c'est-à-dire qu'ils sont soumis à la loi de l'offre et de la demande;

- Les facteurs les plus importants affectant la consommation de produits agricoles sont le prix du produit agricole et les revenus disponibles pour la consommation;

- Les facteurs les plus importants qui influent sur la production agricole sont le prix, la superficie cultivée et la variable de temps;

- Les prix des produits agricoles sont affectés à la fois par le taux de change et les prix alimentaires mondiaux.

Mots-clés: prix; politique de prix; prix à l'exportation; politique des prix agricoles; modèle d'équations simultanées.

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
I	فهرس المحتويات
XIV	فهرس الأشكال
XV	فهرس الجداول
أ - ر	مقدمة
66 - 11	الفصل الأول سياسة تكوين الأسعار
12	المبحث الأول: مدخل مفاهيمي إلى السعر
12	المطلب الأول: تعريف السعر وأهميته
12	أولاً- تعريف السعر
14	ثانياً- أنواع الأسعار
15	ثالثاً- أهمية السعر
16	المطلب الثاني: أهداف التسعير
16	أولاً- الأهداف المتعلقة بالربح
17	ثانياً- الأهداف المتعلقة بالمبيعات
18	ثالثاً- أهداف البقاء
18	رابعاً - زيادة التدفقات النقدية
18	خامساً - المحافظة على الوضع الراهن
18	سادساً - المحافظة على الجودة
19	المبحث الثاني: نظرية السعر في الفكر الاقتصادي
19	المطلب الأول: السعر حسب الكلاسيك
19	أولاً- السعر حسب آدم سميث
20	ثانياً- السعر حسب دافيد ريكاردو
21	ثالثاً- السعر حسب كارل ماركس
23	المطلب الثاني: السعر و القيمة عند المدرسة الكلاسيكية الحديثة المدرسة الحديثة
26	المبحث الثالث: العوامل المحددة للسعر
26	المطلب الأول: الطلب
26	أولاً - تعريف الطلب
26	ثانياً- العوامل المؤثرة في الطلب
27	ثالثاً- دالة الطلب
29	رابعاً- مرونة الطلب السعرية

32	المطلب الثاني : العرض
32	أولا - تعريف العرض
33	ثانيا - محددات العرض
34	ثالثا- جدول ومنحنى العرض
35	رابعا - مرونة العرض
36	خامسا - العوامل المؤثرة على مرونة عرض السلعة
37	المطلب الثالث : محددات أخرى للسعر
37	أولا - الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها
37	ثانيا - درجة تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي
38	ثالثا- حالة ووضع النشاط الاقتصادي
38	رابعا - النشاط التسويقي
38	خامسا - العوامل الأخرى ذات الطبيعة الاجتماعية والاقتصادية
40	المبحث الرابع: طرق وسياسات تحديد السعر
40	المطلب الأول: السياسة السعرية في حالة تعظيم الربح باستخدام التحليل الحدي
41	المطلب الثاني : السياسة السعرية وتحقيق عائد معين على رأس المال المستثمر
42	المطلب الثالث: السياسة السعرية وتغطية التكاليف
42	أولا - طريقة نسبة الإضافة
42	ثانيا - طريقة متوسط التكلفة
42	ثالثا- تحديد السعر عن طريق التكلفة الحدية
43	رابعا - أسلوب التسعير على أساس تحليل نقطة التعادل
43	المطلب الرابع: سياسات أخرى لتحديد السعر
43	أولا- السياسة السعرية والأخذ بمعدلات الأسعار السائدة
43	ثانيا- السياسة السعرية والتمييز السعري
44	ثالثا- السياسة السعرية لسلع التصدير
45	المبحث الخامس: السياسة السعرية وربحية المؤسسة في الأسواق
45	المطلب الأول : السياسة السعرية في المؤسسة
45	أولا-التعريف بالسياسة السعرية وأهدافها
45	ثانيا- أهمية السياسة السعرية وتحديد الأسعار
46	المطلب الثاني : التسعير في سوق المنافسة الكاملة
46	أولا- مفهوم وخصائص سوق المنافسة الكاملة
48	ثانيا- التسعير وربحية المؤسسة في سوق المنافسة

51	المطلب الثالث : الأسعار في سوق الاحتكار التام
51	أولا- مفهوم وشروط سوق الاحتكار
52	ثانيا- كيفية تحديد السعر في سوق الاحتكار
54	ثالثا- الاستراتيجيات السعرية في سوق الاحتكار
55	المطلب الرابع: سياسة التسعير في سوق المنافسة الاحتكارية
55	أولا- مفهوم وخصائص سوق المنافسة الاحتكارية
56	ثانيا- تقييم سوق المنافسة الاحتكارية
58	المطلب الخامس: الأسعار في سوق احتكار القلة
58	أولا- تعريف سوق احتكار القلة
59	ثانيا- خصائص سوق احتكار القلة
61	ثالثا- الأسعار في سوق احتكار القلة
63	رابعا - نماذج سوق احتكار القلة
66	خاتمة الفصل
99-67	الفصل الثاني: السياسة السعرية في الأنظمة الاقتصادية
68	المبحث الأول : مفاهيم عامة في السياسة السعرية
68	المطلب الأول : تعريف السياسة السعرية
68	أولا - تعريف السياسة
68	ثانيا - السياسة السعرية
69	ثالثا - وظائف الأسعار
69	المطلب الثاني: الأسعار كأداة من أدوات السياسة التجارية
69	أولا - الرسوم الجمركية
71	ثانيا - الإعانات (إعانات التصدير)
71	ثالثا - الإغراق
73	رابعا - تخفيض سعر الصرف
74	المطلب الثالث: أثر السياسة السعرية وفعاليتها
74	أولا - زيادة الإنتاج
75	ثانيا- الأسعار والدخول مستقرة
75	ثالثا- التأثير في توزيع الدخل
76	رابعا - المستوى العام للأسعار
78	المبحث الثاني : السياسة السعرية في النظام الرأسمالي
78	المطلب الأول : خصائص الأسواق في النظام الرأسمالي

78	أولا - الحرية الاقتصادية
78	ثانيا - تحقيق الأرباح
78	ثالثا- نظام الأسعار
79	رابعا- الملكية الخاصة
79	خامسا - دور الدولة في النشاط الاقتصادي
79	المطلب الثاني : الأسعار في السوق الرأسمالي
79	أولا-الدور الأساسي لنظام الأسعار
80	ثانيا-العوامل المؤثرة في الأسعار
80	المطلب الثالث : الشكل الغير التنافسي لهيكل السوق الرأسمالي المعاصر
80	أولا-اتجاه الأسواق الرأسمالية نحو التركز والاحتكار
81	ثانيا- الشركات المتعددة الجنسيات
81	ثالثا -سياسة الإغراق
82	رابعا - رأسمالية النمو التكنولوجي والفائض الاقتصادي
82	المطلب الرابع: النتائج المترتبة للشكل الغير التنافسي لهيكل السوق الرأسمالي المعاصر
82	أولا- هدر الموارد وسوء استخدام عوامل الانتاج
83	ثانيا- تزايد البطالة ووجود الأزمات الدورية والتقلبات الاقتصادية
83	ثالثا - انعدام العدالة في عملية توزيع الدخل
84	المبحث الثالث: السياسة السعرية في النظام الاشتراكي
84	المطلب الأول : مفهوم وخصائص الاقتصاد الاشتراكي
84	أولا -تعريف النظام الاقتصادي الاشتراكي
84	ثانيا -خصائص الاقتصاد الاشتراكي
85	المطلب الثاني : الأسعار في الاقتصاد الاشتراكي
85	أولا-السياسة السعرية في الاقتصاد الاشتراكي
86	ثانيا-نظام الأسعار في البلدان الاشتراكية
87	المطلب الثالث :تخطيط الأسعار في الاقتصاد الاشتراكي
87	أولا-التخطيط المركزي
87	ثانيا- دور الأسعار في الاقتصاد المخطط
88	ثالثا - مراقبة الاسعار
88	المطلب الرابع:السياسة السعرية في الأنظمة الاقتصادية المختلطة
88	أولا- النظام الاقتصادي المختلط
89	ثانيا-السياسة السعرية في الاقتصاديات المختلطة

91	المبحث الرابع: معايير السياسة السعريية في الاقتصاد الإسلامي
91	المطلب الأول: الاقتصاد الإسلامي وخصائصه
91	أولا - مفهوم الاقتصاد الإسلامي
91	ثانيا - أركان الاقتصاد الإسلامي
92	المطلب الثاني :خصائص السوق في النظام الاقتصادي الإسلامي
92	أولا - المنافسة في إطار القيم الإسلامية
92	ثانيا- أهداف المنافسة الإسلامية وتمثل فيما يلي
93	المطلب الثالث: السياسة السعريية في الاقتصاد الإسلامي
93	أولا- تخصيص الموارد المادية والمالية
93	ثانيا- إدخال منجزات التقدم الفني العلمي واستخدامها في الإنتاج
93	ثالثا- الإسهام في تحديد حد الكفاية وإعادة النظر فيه
94	المطلب الرابع : ماهية السوق في الاقتصاد الإسلامي
94	أولا - آلية عمل السوق في الاقتصاد الإسلامي
95	ثانيا - تدخل ولي الأمر في تحديد الأسعار
95	ثالثا - السعر العادل في السوق الإسلامي
96	رابعا - الضوابط المعززة لآلية السوق الإسلامية
97	المطلب الخامس : الحسبة كجهاز الرقابة السعريية في الاقتصاد الإسلامي
97	أولا- مفهوم الحسبة
98	ثانيا - دور الحسبة في تنظيم الأسواق ومراقبة الأسعار
99	خاتمة الفصل
125-100	الفصل الثالث تسعير الصادرات
101	المبحث الأول : مفاهيم أساسية للصادرات
101	المطلب الأول: الصادرات
101	أولا- مفهوم التصدير
102	ثانيا - أهمية التصدير
102	ثالثا - مزايا وعيوب التصدير
103	المطلب الثاني: نظريات السلوك التصديري
103	المطلب الثالث: دوافع التصدير علي مستوى المؤسسات
103	أولا- العوامل الساحبة
104	ثانيا- العوامل الدافعة
106	المبحث الثاني :محددات السياسة السعريية الدولية وعلاقتها بالأسعار المحلية

106	المطلب الأول : محددات التسعير الدولي
106	أولا - مفهوم سياسة التسعير الدولية
106	ثانيا- أبعاد سياسة التسعير الدولية
107	ثالثا- العوامل التي يجب أن تأخذها الشركة الدولية في الاعتبار عند تحديد السعر في الأسواق الدولية
109	المطلب الثاني: علاقة أسعار التصدير بالأسعار المحلية
110	أولا -تحديد سعر التصدير أقل من سعر السلعة محليا
110	ثانيا-تحديد سعر التصدير مساويا للأسعار المحلية
110	ثالثا- سعر التصدير أعلى من السعر لنفس السلعة في السوق المحلية
111	المطلب الثالث: تحديد أسعار التصدير
111	اولا- السعر الموحد عالميا
111	ثانيا- التسعير الثنائي \ المزدوج
111	ثالثا- التمايز (الاختلاف) السعري
111	رابعا- العوامل المؤثرة في تحديد أسعار التصدير
112	المطلب الرابع : سياسات تسعير المؤسسات المصدرة
112	أولا- سياسة التكيف السعري
112	ثانيا- سياسة الأسعار متعددة المراكز (النمطية)
112	ثالثا - سياسة مركزية الأسعار
113	المبحث الثالث: استراتيجيات التسعير الدولي ومشكلات تسعير الصادرات
113	المطلب الأول:العوامل المؤثرة في سياسات التسعير الدولية
113	أولا- تباين الأسعار بتعدد الأسواق
113	ثانيا- تعدد القنوات التوزيعية
113	ثالثا- اختلاف أسعار صرف العملات
113	المطلب الثاني: استراتيجيات تسعير الصادرات
113	أولا - إستراتيجية قشط السوق
114	ثانيا- إستراتيجية إغراق السوق
114	ثالثا- إستراتيجية التسعير المساوية لإستراتيجية التسعير الخاصة بالمنافسين
115	رابعا- إستراتيجية التسعير النمطي
115	خامسا- إستراتيجية تكيف السعر
115	المطلب الثالث: عروض أسعار التصدير
115	أولا - تسليم مكان العمل: EXW

116	ثانيا - تسليم الناقل: FCA
116	ثالثا-تسليم جانب الباخرة: FAS
117	رابعا- تسليم ظهر السفينة: FOB
117	خامسا- النفقات وأجور الشحن: C&F
117	سادسا - النفقات والتأمين وأجور الشحن: CIF
117	سابعا- أجور النقل مدفوعة حتى : CPT
117	ثامنا-أجور النقل والتأمين مدفوعة حتى: CIP
118	تاسعا -استلام الحدود: DAF
118	عاشرا-استلام ظهر السفينة: DES
118	حادي عشر -استلام الرصيف (الرصيف المدفوعة: DEQ
118	ثاني عشر- الاستلام مع الرسوم غير المدفوعة : DDU
119	ثالث عشر- الاستلام والرسوم المدفوعة: DDP
119	المطلب الرابع: نموذج هيكل سعر التصدير
122	المطلب الخامس : نموذج لتحديد أسعار التصدير للسلع الزراعية
122	أولا-أسلوب البيع بالأمانة
122	ثانيا-أسلوب البيع بالحملة
122	ثالثا-أسلوب البيع بالحد الأدنى المضمون
122	رابعا-أسلوب البيع بالحد الأدنى والحد الأقصى
123	المطلب السادس: مشاكل تسعير الصادرات
123	أولا- مشكلة تهريب المنتج من السوق المصدر إليه إلى سوق مجاور
123	ثانيا -مشكلة تأثير سعر السلعة كمنتج نهائي وسعر أجزائها على ربحية الشركة
123	ثالثا - مشكلة عدم تناسق السعر مع باقي عناصر المزيج التسويقي للشركة
123	رابعا - مشكلة ارتفاع أسعار التصدير
124	خامسا - الآثار الحرجة والمشكلات الناجمة عن أسعار التحويل
125	خاتمة الفصل
167-126	الفصل الرابع: السياسة السعرية للمنتجات الزراعية في الجزائر
127	المبحث الأول: السياسة السعرية الزراعية
127	المطلب الأول: مفهوم السياسة السعرية الزراعية
127	أولا- مفهوم السياسة السعرية الزراعية
127	ثانيا - خصائص الأسعار الزراعية
128	المطلب الثاني: أهداف ومبررات التدخل الحكومي في الأسعار الزراعية

128	أولا- مبررات التدخل الحكومي
128	ثانيا -أهداف السياسة السعرية الزراعية
129	المطلب الثالث: دعم أسعار المنتجات الزراعية
129	أولا- دعم أسعار المنتجات الزراعية على مستوى الاستهلاك
130	ثانيا-دعم أسعار المنتجات الزراعية على مستوى الإنتاج
130	ثالثا- الدوافع الأساسية للسياسة دعم المنتجات الزراعية
130	المطلب الرابع: أنواع السياسات السعرية الزراعية
131	أولا- سياسة التوريد الإجباري
131	ثانيا- سياسة احتكار المدخلات
131	ثالثا- سياسة التحكم وتنظيم العرض السلعي
132	رابعا - سياسة الدعم والإعانات
132	المطلب الخامس: كفاءة وسبل نجاح التدخل الحكومي في السياسة السعرية الزراعية
133	أولا- أساليب التدخل الحكومي في السياسة السعرية
133	ثانيا - سبل نجاح السياسة السعرية الزراعية
134	المبحث الثاني: تطور السياسة السعرية الزراعية في الجزائر
134	المطلب الأول: السياسة السعرية قبل التحول نحو اقتصاد السوق
134	أولا- التخطيط الشامل للأسعار الزراعية (1962-1974)
135	ثانيا - دعم الإنتاج الزراعي
136	ثالثا - سيطرة الدولة واحتكارها للسوق
137	رابعا - مرحلة التحرير التدريجي للأسعار في القطاع زراعي 1981/1990 ومشروع المخطط الخماسي الأول في مجال الأسعار
138	المطلب الثاني: السياسة السعرية الزراعية بعد تحرير السوق
138	أولا - مفهوم تحرير الأسعار
139	ثانيا- إلغاء الدعم وانعكاساته على أسعار المدخلات الزراعية وتحرير أسعار المنتجات الزراعية
139	ثالثا -برنامج التكيف الهيكلي
140	رابعا- نظام ضبط أسعار المنتجات الزراعية
141	المبحث الثالث: واقع الإنتاج الزراعي للسلع محل الدراسة في الجزائر
141	المطلب الأول : مساهمة قطاع الزراعة في الناتج المحلي الإجمالي
142	المطلب الثاني : تطور الإنتاج الزراعي (التمور -الحمضيات -البطاطس) للفترة 2000- 2015

142	أولا - الإنتاج والمساحة المزروعة للبطاطس
144	ثانيا - الإنتاج والمساحة المزروعة للحمضيات
145	ثالثا - الإنتاج والمساحة المزروعة للتمور
146	المطلب الثالث: دعم المنتجات الزراعية محل الدراسة
146	أولا- سياسة الدولة في دعم المنتجات الزراعية
147	ثانيا- دعم زراعة البطاطس
149	ثالثا- دعم زراعة النخيل
153	رابعا - دعم زراعة الحمضيات
155	المبحث الرابع: تحليل تطور سعر الصرف ومعدل التضخم وأسعار المنتجات الزراعية
155	المطلب الاول: تطور معدل التضخم في الجزائر خلال الفترة 2000-2015
156	المطلب الثاني : تطور سعر الصرف في الجزائر خلال الفترة 2000-2015
157	المطلب الثالث: تطور أسعار البطاطس في الجزائر خلال الفترة 2000-2015
158	المطلب الرابع :تطور أسعار التمور في الجزائر خلال الفترة 2000-2015
159	المطلب الخامس: تطور أسعار الحمضيات في الجزائر خلال الفترة 2000-2015
161	المبحث الخامس: تحليل المنتجات الزراعية المصدرة
161	المطلب الأول: الميزان التجاري الإجمالي 2000-2015
161	أولا - الصادرات
162	ثانيا - الواردات
162	المطلب الثاني : مساهمة الزراعة في التجارة الخارجية
162	أولا - الميزان التجاري للمنتجات الزراعية
164	ثانيا - تطور الصادرات الجزائرية من التمور للفترة 2000-2015
165	المطلب الثالث : المشاكل المتعلقة بالصادرات الزراعية
165	أولا - أهم العوائق ومشاكل التصدير للمنتجات الزراعية
166	ثانيا - دعم الصادرات
167	خاتمة الفصل
199-168	الفصل الخامس: التحليل الاقتصادي لأسعار عينة من المنتجات الزراعية
169	المبحث الأول: نموذج المعادلات الآنية للعرض والطلب
169	المطلب الأول: نماذج المعادلات الآنية
169	المطلب الثاني : نماذج المعادلات الآنية العرض والطلب
169	أولا - نموذج العرض والطلب

170	ثانيا- البناء الهيكلية والصورة المختزلة للمعادلات
171	ثالثا- الصورة المختزلة للنموذج
172	رابعا - التحيز في مقدرات طريقة المربعات الصغرى العادية
173	المطلب الثالث: تقدير المعادلات الآنية باستخدام المربعات الصغرى ذات المرحلتين- Two Stag Least Squares (2SLS)
174	المطلب الرابع: مشكلة التمييز وشرط الترتيب في نموذج المعادلات الآنية
174	أولا- مشكلة التمييز
176	ثانيا- شرط الترتيب
176	ثالثا - شرط الرتبة
177	المبحث الثاني: محددات أسعار المنتجات الزراعية على المستوى الجزئي
177	المطلب الأول: تحويل الأسعار الجارية للأسعار الحقيقية (الثابتة)
177	المطلب الثاني: توصيف النموذج لتحديد أسعار المنتجات الزراعية لعينة الدراسة
178	أولا- العوامل المؤثرة على عرض المنتجات الزراعية
178	ثانيا- العوامل المؤثرة على الطلب للمنتجات الزراعية
179	ثالثا- تمييز النموذج
179	المطلب الثالث: النموذج الآني للتمور
180	أولا- النموذج الآني للعرض والطلب على التمور
181	ثانيا- التقييم وفق النظرية الاقتصادية
181	ثالثا- التقييم وفق المعيار الإحصائي
184	المطلب الرابع: النموذج الآني للبطاطس
184	أولا- النموذج الآني للعرض والطلب على البطاطس
185	ثانيا- التقييم وفق النظرية الاقتصادية
185	ثالثا- التقييم وفق المعيار الإحصائي
188	المطلب الخامس: النموذج الآني للحمضيات
188	أولا- النموذج الآني للعرض والطلب على الحمضيات
188	ثانيا- التقييم وفق النظرية الاقتصادية
189	ثالثا- التقييم وفق المعيار الإحصائي
192	المبحث الثالث: محددات أسعار المنتجات الزراعية على المستوى الكلي

192	المطلب الأول: وصف النموذج
193	المطلب الثاني: تحليل نتائج الدالة الخطية
194	أولا - تحليل مصداقية المعادلة وفق النظرية الاقتصادية
195	ثانيا - التقييم الاحصائي
196	المبحث الرابع: مناقشة فرضيات الدراسة
196	المطلب الأول : منتج التمور
197	المطلب الثاني: منتج البطاطس
198	المطلب الثالث: منتج الحمضيات
199	المطلب الرابع: أثر سعر الصرف وأسعار العالمية للغذاء على أسعار المنتجات الزراعية
200	خاتمة الفصل
204-201	خاتمة
211-205	قائمة المراجع
222-212	الملاحق

فهرس الأشكال والجداول

قائمة الأشكال

الصفحة	قائمة الأشكال	رقم الشكل
25	السعر من المنظور الاقتصادي	01
28	منحنى الطلب	02
29	أنواع مرونة الطلب	03
35	منحنى العرض	04
51	توازن المؤسسة في سوق المنافسة التامة	05
53	توازن المؤسسة الاحتكارية	06
57	منحنى الطلب في سوق المنافسة الاحتكارية	07
57	توازن المؤسسة التنافسية الاحتكارية في المدى القصير	08
62	توازن المؤسسة في سوق احتكار القلة	09
120	هيكل سعر التصدير	10
121	نموذج تسعير الصادرات	11
143	تطور إنتاج البطاطس في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)	12
144	تطور إنتاج الحمضيات في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)	13
145	تطور إنتاج النمرور في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)	14
157	تطور أسعار البطاطس في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)	15
158	تطور أسعار التمورور في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)	16
160	تطور أسعار الحمضيات في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)	17

فهرس الجداول

الصفحة	قائمة الجداول	رقم الجدول
14	مسميات السعر	01
27	جدول الطلب	02
34	جدول العرض	03
37	الأنواع المختلفة لمرونة العرض السعرية	04
65	الفرق بين الأسواق الأربعة	05
141	القيمة المضافة في قطاع الزراعة من إجمالي الناتج المحلي للفترة (2000-2015)	06
142	تطور الإنتاج والمساحة (التمور - الحمضيات - البطاطس) للفترة (2000-2015)	07
144	معادلة الاتجاه العام للمساحة وحجم الإنتاج البطاطس	08
145	معادلة الاتجاه العام للمساحة وحجم الإنتاج للحمضيات	09
146	معادلة الاتجاه الزمني العام للمساحة وحجم الإنتاج التمور	10
148	دعم زراعة البطاطس	11
150	دعم زراعة النخيل	12
154	دعم زراعة الحمضيات	13
155	تطور معدلات التضخم في الجزائر للفترة (2000-2015)	14
156	تطور معدلات سعر الصرف في الجزائر للفترة (2000-2015)	15
158	متوسط أسعار البطاطس بالجملة والتجزئة في الجزائر للفترة (2000-2015)	16
159	تطور أسعار التجزئة للتمور في الجزائر للفترة (2000-2015)	17
160	تطور أسعار التجزئة للحمضيات في الجزائر للفترة (2000-2015)	18
161	الميزان التجاري الإجمالي في الجزائر للفترة (2000-2015)	19
162	الميزان التجاري الزراعي في الجزائر للفترة (2000-2015)	20
164	تطور صادرات منتج التمور في الجزائر للفترة (2000-2015)	21
179	تمييز النموذج الآني للدراسة	22
180	النموذج الآني للتمور	23
181	اختبار جودة التوفيق للنموذج الآني للتمور	24
182	اختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج التمور	25

183	مشكلة الارتباط الذاتي لنموذج التمور	26
184	اختلاف مشكلة التباين النموذج الآني للتمور	27
184	النموذج الآني للبطاطس	28
186	اختبار جودة التوفيق للنموذج الآني للبطاطس	29
186	اختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج البطاطس	30
187	مشكلة الارتباط الذاتي لنموذج الآني للبطاطس	31
187	اختلاف مشكلة التباين للنموذج الآني للبطاطس	32
188	النموذج الآني للحمضيات	33
189	اختبار جودة التوفيق لنموذج الآني للحمضيات	34
190	اختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج الحمضيات	35
191	مشكلة الارتباط الذاتي لنموذج الحمضيات	36
191	اختلاف مشكلة التباين لنموذج الحمضيات	37
193	تطور سعر صرف الدولار ومعدل التضخم والرقم القياسي لمتوسط أسعار المنتجات الزراعية	38
194	اختبار معنوية المعالم المقدرة لدالة الخطية الأسعار المنتجات الزراعية (التضخم ، سعر الصرف ، الأسعار العالمية للغذاء)	39
195	اختبار معنوية المعالم المقدرة لدالة الخطية الأسعار المنتجات الزراعية (سعر الصرف ، الأسعار العالمية للغذاء)	40

مقدمة

تمهيد:

تعد الأسعار وأنظمة التسعير من أهم الأولويات في السياسات والاستراتيجيات الاقتصادية في مختلف بلدان العالم؛ ذلك لأن جميع القطاعات الاقتصادية في الدول تتأثر سلباً وإيجاباً بالسياسات الاقتصادية المطبقة والمتعلقة بالإنتاج والتسويق والتجارة، والتي تساعد وترتبط بين تلك القطاعات، من تلك السياسات نجد السياسة السعرية المنتهجة، فهي إحدى الأدوات الرئيسية التي يمكن من خلالها تأطير وتوجيه جميع القطاعات الاقتصادية، كما تؤدي السياسة السعرية بشكل عام دوراً مركزياً في النظرية الاقتصادية، من خلال توجيه القرارات الإنتاجية والاستهلاكية باعتبارها محركاً أساسياً لكافة الأنشطة الاقتصادية، خاصة إذا لم توضع أي قيود كمية من قبل السلطة المركزية للدولة التي تحكم حركة واتجاه هذه القرارات.

كما نجد أن السياسة السعرية خاصة منها الزراعية تختلف باختلاف النظام الاقتصادي السائد في البلد، والمرحلة التي يمر بها الاقتصاد، فهي تعد أداة أساسية في تنفيذ خطط التنمية الاقتصادية وتحقيق أهدافها، بالإضافة إلى دورها الفعال في تحريك قوى الإنتاج الزراعي من ناحية، وتحريك القوى المؤثرة على الاستهلاك الغذائي وترشيد الطلب عليه من ناحية أخرى.

يفيد بيان رسم السياسات السعرية الواجب إتباعها على قطاعات الاقتصاد الوطني درجة تأثيرها في المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والمالية، فضلاً عن طبيعة القطاع والمهام الاقتصادية والاجتماعية الموكلة له، وبالتالي فإنه من الطبيعي أن تكون السياسة السعرية محل مراجعة وإصلاح من وقت لآخر، حتى تساير التغيرات التي قد تطرأ على الأهداف والتوجهات التي تقرها الدولة، ويفرضها المحيط بما يخدم مصالح المؤسسات والأفراد.

بدأت الكثير من الدول النامية في العقود الأخيرة تهتم اهتماماً خاصاً بالسياسة السعرية الزراعية، وبإقامة مؤسسات متخصصة مع تجهزتها اللازمة لتطوير المتابعة والتنفيذ، ولجأت حكوماتهم إلى اتخاذ إجراءات مختلفة للمحافظة على مستويات الأسعار والدخل الزراعي بضبط آلية السوق، وقد شملت هذه الإجراءات التعريفات والرسوم على المستوردات وحصص الاستيراد، والإعانات المدفوعة على الصادرات والإعانات المباشرة للمزارعين وتحديد الإنتاج لتخفيض العرض، والعمل على مراقبة الأسعار والإنتاج بصفة مستمرة.

عرفت الجزائر كغيرها من الدول تطورات واهتمامات متزايدة في سياساتها السعرية خلال السنوات الماضية، خاصة التي ارتبطت ببرامج الإصلاح الهيكلي وجاءت أساسا استجابة لمشاكل المديونية، وكذا سياسة الأسعار التي صاحبت مخططات التنمية الفلاحية وما رافقها من سياسة دعم الإنتاج الزراعي.

يعتبر القطاع الزراعي من أهم القطاعات الأساسية في الاقتصاد الوطني؛ حيث يمثل الهدف الأساسي الأول لأي إستراتيجية زراعية الهادفة إلى تحقيق الاستغلال الأمثل لكافة الموارد المتاحة (طبيعية وبشرية ومالية) من جهة، وتحقيق الاكتفاء الذاتي من جهة أخرى؛

شهدت الجزائر في مراحلها الأولى تطبيق سياسات اقتصادية؛ خاصة في القطاع الزراعي، تتمثل في أسلوب التخطيط المركزي الشامل لتحقيق الأهداف العامة لهذا القطاع، وذلك بالسيطرة على غالبية الأراضي الزراعية واحتكارها للإنتاج والتسويق والأسعار، كل هذا أدى إلى اختلالات اقتصادية واجتماعية وسياسية، جراء إتباع سياسات اقتصادية غير مناسبة لا تتلاءم مع ظروف واحتياجات المجتمع، فكانت السياسة الحتمية تتمثل في تحرير الاقتصاد الوطني ورفع يد الدولة عن احتكار النشاط الاقتصادي، وضمان أحسن لتخصيص الموارد، وتنويع الاستثمارات بين فروع الإنتاج.

إن تحلي الحكومة الجزائرية بعد عملية الإصلاحات الاقتصادية، عن تعميم سياسة الدعم الزراعي وقصرها فقط في عدد معين من المنتجات الزراعية الأساسية، دون الأخذ بالمحددات الاقتصادية في اتخاذ قرارات الدعم، والتركيز على دعم المنتجات الزراعية ذات المردودية العالية دون المنتجات الأخرى، شجع المنتجين على إحلال المنتجات المدعمة.

هذا الوضع يجعل انتقال الموارد الاقتصادية لا يخضع لقانون المنفعة الحدية لمناطق الإنتاج المختلفة، وبالتالي توسع الموارد الاقتصادية الكامنة، وهذا ما يعكس ازدواجية الإنتاج، والذي بدوره يؤثر في أسعار المنتجات الزراعية بصفة دائمة.

1- إشكالية البحث

كان لتعاقب موجات الرواج والكساد السلعي للمنتجات الزراعية في الجزائر، أثر كبير في تذبذب الأسعار، وفي مختلف أوجه النشاط الاقتصادي للمؤسسات الزراعية، وكانت دراسة طبيعة التذبذب السعري وأسبابه من أولويات اهتمام الحكومة و المؤسسات، بغية التقليل من التشوهات السعرية، وقد أخذت الحكومة الجزائرية في السنوات الأخيرة على عاتقها مراقبة الأسعار المتذبذبة والإنتاج تجاوبا مع ضغوط المزارعين، والمعروف اقتصاديا أن عدم استقرار أسعار

المحاصيل الزراعية ينتج من بطء تجاوب المزارعين مع تغيرات الطلب على المنتجات ومع تذبذب أسعارها ومن عدم الاستقرار في الدخل الزراعي الصافي، لهذا فإن إجراءات التدخل الحكومي في الجزائر أخذت اتجاه آخر ينصرف نحو تحقيق هدف زيادة الإنتاج من خلال استخدام أساليب دعم تأخذ بعين الاعتبار زيادة دخول المزارعين.

لهذا سينصرف بحثنا إلى بيان الآثار الاقتصادية للتدخل الحكومي، من خلال السياسة الزراعية المنتهجة وفق مخطط التنمية الفلاحية، لتحقيق زيادة في المساحة المزروعة والإنتاجية لتغطية الطلب الاستهلاكي أولاً، والعمل على التصدير ثانياً، وتكمن مشكلة الدراسة في كيفية وآلية تحديد أسعار المنتجات الزراعية، والعوامل التي تؤثر في أسعار المنتجات الزراعية من خلال دراسة الطلب والعرض على هذه المنتجات، وإشكالية تصريف الفائض الإنتاجي للأسواق الأجنبية.

مما سبق يمكن طرح السؤال الرئيسي الآتي:

ما هي محددات أسعار المنتجات الزراعية الموجهة للتصدير في الجزائر؟

ولمعالجة موضوع البحث والإجابة على الإشكالية الرئيسية تم طرح الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1) ما هي أهم التطورات التي مرت بها السياسة السعرية في الجزائر؟
- 2) ما هي العلاقة بين أهم المتغيرات التي تؤثر في أسعار المنتجات الزراعية؟
- 3) هل تتأثر المنتجات الزراعية (التمور؛ البطاطس؛ الحمضيات) بسعر الصرف ومعدل التضخم؟
- 4) هل تتأثر أسعار المنتجات الزراعية (التمور؛ البطاطس؛ الحمضيات) بالأسعار العالمية للغذاء؟
- 5) ما هو النموذج القياسي المناسب لدراسة محددات أسعار المنتجات الزراعية محل البحث؟

2- فرضيات البحث

للإجابة على الأسئلة الفرعية السابقة، يمكن صياغة الفرضيات الآتية:

1) أدت السياسة السعرية الزراعية في الجزائر بعد الإصلاحات الهيكلية؛ من إلغاء الدعم وتعويم أسعار الصرف إلى ارتفاع أسعار عوامل الإنتاج، والمنتجات الزراعية، وتعميق حالة الاختلال الهيكلي القائم في استخدام الموارد الإنتاجية وتركيب المحاصيل الزراعية؛

2) هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية متبادلة بين الإنتاج الزراعي، وأسعار هذه المنتجات والمساحة

المزروعة؛

- 3) هناك علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية متبادلة بين الاستهلاك وأسعار المنتجات الزراعية، وعلاقة طردية في الدخل المتاح للاستهلاك؛
- 4) تتأثر أسعار المنتجات الزراعية محل البحث إيجاباً مع سعر الصرف، ومعدل التضخم، والأسعار العالمية للغذاء؛
- 5) الصيغة المناسبة لدراسة محددات دالة العرض والطلب للمنتجات الزراعية محل البحث هو نموذج المعادلات الآتية.

3- أهداف البحث

يهدف البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف تتمثل في:

- 1) البحث في سياسة تكوين الأسعار في الأنظمة الاقتصادية المختلفة؛
- 2) معرفة أهم التطورات التي مرت بها السياسة السعوية الزراعية في الجزائر؛
- 3) معرفة محددات أسعار المنتجات الزراعية لعينة البحث (التمور؛ البطاطس؛ الحمضيات) في الفترة (2000-2015) للجزائر، من خلال دراسة طبيعة العلاقة التي تحكم أسعار المنتجات الزراعية، وهل تخضع لقوى السوق والعوامل المؤثرة فيها؛
- 4) معرفة العلاقة بين المتغيرات التي تؤثر في أسعار المنتجات الزراعية، من خلال تقدير دالتي الطلب والعرض للمنتجات الزراعية (التمور؛ البطاطس؛ الحمضيات) باستخدام نماذج المعادلات الآتية.

4- أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في النقاط التالية:

- 1) الوظيفة التي يكتسبها عنصر السعر في اقتصاد السوق باعتباره العامل الموجه للمجال الاستهلاكي والإنتاجي، والتخصيص الأمثل للموارد خاصة في الاقتصاد الموجه؛ حيث يعتبر السعر أهم العوامل المنظمة لتخطيط الإنتاج والاستهلاك وتحقيق الكفاءة الاقتصادية؛
- 2) أن الأسعار في النظرية الاقتصادية لها دور كبير في تحقيق التوازنات الاقتصادية في مختلف الأسواق؛
- 3) تبحث المؤسسات عن أفضل الأسعار لتحقيق أعظم إيراد في ظل تكاليفها، ويبحث المستهلك عن أفضل الأسعار لتحقيق أعظم منفعة في ظل دخله المتاح، لذا يعتبر السعر عنصر مهم في حياة كل من المنتج والمستهلك؛
- 4) الأسعار الزراعية لها دور كبير في زيادة الإنتاج الزراعي، وتحسين النوعية وزيادة المنافسة وتنظيم المحاصيل الزراعية؛

5) أن الأسعار هي من أدوات السياسة التجارية والتي تعمل على تشجيع عمليات التصدير وكبح الواردات.

5- حدود البحث

للبحث حدود موضوعية وحدود زمانية:

1) **الحدود الموضوعية:** في الجانب النظري؛ سنتناول مفهوم السياسة السعرية على مستوى جزئي وسيتم دراسة سياسة تكوين الأسعار والسياسة السعرية على مستوى الدولي من خلال تسعير الصادرات، أما الجانب التطبيقي؛ سيتم اختيار عينة من المنتجات الزراعية تتمثل في (التمور؛ البطاطس؛ الحمضيات) باعتبارها منتجات أساسية في القطاع الزراعي للجزائر، وهي منتجات واسعة الاستهلاك، وتمتاز بتذبذب في أسعارها وكذا سياسة دعم الدولة لعوامل ومستلزمات إنتاجها؛

2) **الحدود الزمانية:** سيتم اختيار الفترة (2000-2015)؛ أي بعد مرحلة التحرير التام للأسعار وبداية مخطط دعم القطاع الفلاحي، وتوفر البيانات الخاصة بهذه الفترة.

6- منهج البحث و أدوات الدراسة

لدراسة هذا الموضوع والإجابة على الإشكالية المطروحة والتساؤلات المختلفة المدعمة لها، سنعتمد على:

- 1) المنهج الوصفي الذي يستند إلى الدراسات النظرية التي تناولت الموضوع وتفسيره؛
- 2) الأسلوب القياسي (التحليل الاقتصادي الكمي)، ويستند على طرائق وأساليب الاقتصاد القياسي والنظرية الاقتصادية الجزئية، لغرض التحقق من فرضيات البحث، وهذا باستخدام نموذج المعادلات الآتية؛
- 3) مصادر جمع المعلومات: سيعتمد الباحث على المعلومات والتقارير المجمعة من المؤسسات الحكومية والدولية، تتمثل في وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، وبنك الجزائر، والديوان الوطني للإحصاء ومنظمة الزراعة والأغذية العالمية (FAO)، ومعطيات البنك الدولي.

7- الدراسات السابقة

قام الباحث بالإطلاع على الدراسات السابقة، وتم اختيار الدراسات التي لها علاقة بموضوع البحث، والاستفادة منها في رسم خطة البحث وكانت كالآتي:

01- **دراسة الباحث:** خبايا عبد الله، السياسة السعرية في إطار العولمة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - قسم العلوم الاقتصادية، 2007، جامعة الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى معالجة إشكالية تمحورت حول ما هي السياسة السعرية المناسبة للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في ظل العولمة الاقتصادية، وما هو تأثير العولمة الاقتصادية على السياسة السعرية في الجزائر، بين الباحث بأن السياسة السعرية في الاقتصاديات المختلطة، تأخذ بعين الاعتبار جملة المؤثرات الاقتصادية الاجتماعية النابعة من أدوات العولمة الاقتصادية، من خلال معالجة ثلاث محاور رئيسية تمثلت في دراسة السعر في النظرية الاقتصادية، وتأثير العولمة على السياسة السعرية، والسياسة السعرية في الجزائر وآفاقها في ظل العولمة الاقتصادية و قد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- أن التسيير البيروقراطي للأسعار، أدى إلى ارتفاع الطلب في السوق الرسمية، وانتشار الظواهر السلبية، كالندرة في السوق الموازية؛

- تحديد الأسعار من طرف الحكومة، وممارسيم متغيرة، أدى إلى خلق فوضى في الأسعار؛

- الأسعار المدعومة لم تطبق بصورة اقتصادية، مما نتج عنه اختلال في التوازنات، وخلل في تصرفات المتعاملين الاقتصاديين؛

- عدم التكامل بين الأسعار والأجور والإنتاجية؛

- تأثر الاقتصاد الجزائري بالعولمة الاقتصادية في مجال السياسة السعرية، بسبب الاتفاقيات (الشراكة الأوروبية-متوسطة - والاتحاد الأوربي)، بالإضافة إلى سعي الجزائر لتأهيل اقتصادها مع المتغيرات الدولية.

02- دراسة الباحثة: عاطف يوسف حنا ضيف دكتوراه فلسفة في العلوم الزراعية بعنوان، أثر التغيرات السعرية على الإنتاج واستهلاك لأهم المنتجات الزراعية في ظل التحرر الاقتصادي المصري، كلية الزراعة جامعة عين شمس، 2003.

استهدفت الدراسة التعرف على ملامح التغيرات السعرية في مصر لأهم المنتجات الحيوانية والنباتية، خلال فترتي قبل وبعد التحرر الاقتصادي، وقياس مدى فاعلية التغيرات السعرية في تحديد قرارات المزارعين، من خلال درجة استجابة أهم المنتجات الزراعية للتغير في أسعارها، وأسعار السلع المنافسة، وبعض المتغيرات الأخرى التي تتحكم في قرار المزارع نحو زراعة منتج من آخر، كذلك قياس مدى فاعلية التغيرات السعرية في تحديد قرارات المستهلكين، من خلال التغيرات في الكمية المستهلكة، والمتاحة للاستهلاك، والطلب على أهم المنتجات الزراعية، كما قامت الباحثة بدراسة تغيرات أهم المؤشرات المتعلقة بمعاملات الحماية، والميزة النسبية، وقياس رفاهية المنتج والمستهلك، وكفاءة استخدام الموارد، كأدوات لتقييم السياسة السعرية المطبقة في مصر، وقد توصل الباحث إلى نتيجة رئيسية، تمثلت في

انخفاض معاملات، ومعدلات الحماية الاسمي والفعالة، لمعظم المنتجات الزراعية خلال الفترة الأولى ما قبل التحرر الاقتصادي، حيث فرضت الدولة ضرائب مباشرة وغير مباشرة على الإنتاج الزراعي، وحماية الأسعار في السوق المحلي لصالح المستهلك، ثم ارتفعت تدريجيا في الفترة الثانية خلال التحرر الاقتصادي للدولة، بسبب السياسة التي انتهجتها الدولة بزيادة الأسعار المحلية لتقارب الأسعار الدولية.

03- دراسة الباحث: عمر شعبان، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية موسومة ب: **السياسة السعرية وآثارها على تطور الإنتاج الفلاحي والتبادل الدولي للمنتجات الفلاحية**، جامعة الجزائر نوقشت بتاريخ 1997/07/24.

عالجت إشكالية مفادها أن حقيقة تخلف القطاع الفلاحي في البلدان النامية مرده إلى السياسة السعرية المنتهجة ، وهل أن السياسة السعرية تقوم على التحرير التام للأسعار الفلاحية ،كم تطرق إلى أن السياسة السعرية يمكن لها أن تدفع بقطاع الفلاحة للأمام من خلال تحقيق فائض يوجه نحو التراكم دون أن ينجم على ذلك آثار تضخمية ضارة اقتصاديا واجتماعيا، وتطرق الباحث إلى دراسة السياسة السعرية من عدة جوانب على المستوى الجزئي والكلبي والدولي، كما تطرق الباحث إلى دراسة خصائص الأسواق الزراعية، وسياسات التسعير مع النظر في استجابة الإنتاج الفلاحي للأسعار، وفي الأخير ربطها بالتبادل الدولي للمنتجات الزراعية، وتحليل تطور السياسة السعرية الزراعية في الجزائر ، وتوصل إلى النتائج التالية:

أن إجراءات تحرير الأسعار الفلاحية التي تمت في إطار الاتفاق مع الصندوق الدولي، والتي لم يجري تنفيذها حاليا، لم تسمح بدفع قوي الإنتاج الزراعي؛

- لازال اللجوء إلى الخارج مستمر من أجل إشباع حاجيات المستهلك، رغم تحرير الأسعار الزراعية في الآونة الأخيرة من خلال حوصصة النشاط الزراعي؛

- تطور ونمو الإنتاج الزراعي في الجزائر يخضع للعوامل السعرية والغير السعرية؛ مع مراعاة أن العوامل السعرية لها أثر محدود على الإنتاج.

04- دراسة الباحثان: داود فهد عبد الله وخالد ياسين الزبيدي، مقالة بعنوان: **التحليل الاقتصادي والقياسي للسياسة السعرية للمحاصيل الإستراتيجية في العراق للمدة (1990-2013)**، صدرت في مجلة تكريت للعلوم الزراعية، المجلد 16، العدد1، 2016.

وعالجت إشكالية مفادها أن السياسة السعرية في العراق تعاني من مشكلات كثيرة، مما أدت إلى عدم تحقيق استقرار في أسعار السلع الزراعية، وأن سياسة دعم أسعار المنتجات الزراعية، لم تكن محفزة للمنتج، ولم تساهم في دفعه نحو إنتاج المحاصيل الإستراتيجية التي تحقق الاكتفاء الذاتي، وهدف هذا البحث إلى معرفة تأثير متغيرات السياسة السعرية للمحاصيل الإستراتيجية في العراق على الناتج المحلي منها، من أجل الاسترشاد بقيمة المتغيرات الاقتصادية ومدى تأثيرها في رسم السياسة السعرية الزراعية الملائمة للزراعة في العراق، وعالج الباحثان سلسلة زمنية مداها أربعة وعشرون عاماً، واعتمد فيها على الأرقام القياسية لأسعار المحاصيل الإستراتيجية (الحنطة؛ الشعير؛ الأرز)، وكل من متغير الاستهلاك المحلي والإنتاج، بالإضافة إلى سياسة الدعم والأسعار العالمية، وتوصل الباحثان إلى النتائج الآتية:

- أن ارتفاع أسعار المحاصيل الإستراتيجية لا يؤدي إلى انخفاض الكميات المستهلكة من هذه المحاصيل الإستراتيجية؛

- أن السعر العالمي للمحاصيل المدروسة، كان له تأثير إيجابي ومعنوي على الأرقام القياسية لأسعار المحاصيل المدروسة؛

- اتضح أن سياسة الدعم (معامل الحماية الاسمي)، كان ذو تأثير إيجابي ومعنوي على الرقم القياسي لجميع المحاصيل الإستراتيجية المدروسة، ويدل على أن الحماية كانت موجهة لصالح الأسعار طيلة مدة الدراسة.

05- دراسة الباحثان: مزاحم محمد يحيى، محمود حمدون عبد الله، مقالة بعنوان: استخدام طريقتي (2SLS-3SLS) في تقدير منظومة المعادلات الآنية للأسعار العالمية للحبوب للمدة (1961-2002) صدرت في مجلة تنمية الرافدين، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العدد 93 مجلد 31، 2009.

وعالجت إشكالية: هل أن العلاقة التي تحكم الأسعار العالمية للحبوب تخضع لسيطرة احتكار القلة؟ أي أن الأسعار تتحدد بناء على توافقات المصدرين الرئيسيين للحبوب، أم أنها تخضع لقوى السوق والعوامل المؤثرة فيها، فضلاً عن دراسة مدى مساهمة متغيرات الأزمات الدولية في ارتفاع الأسعار العالمية للحبوب، وقد توصل الباحثان إلى النتائج الآتية:

- تبين أن العلاقة التي تحكم الأسعار العالمية للحبوب تخضع لقوى السوق، ولا تخضع لسيطرة احتكار القلة، (توافقات المصدرين الرئيسيين)؛

- الأسعار العالمية تتأثر بجانب العرض والطلب على حد سواء؛

- متغير المخزون العالمي من الحبوب، لا يحدث تغييرات في الأسعار العالمية للحبوب؛

- معدل الإنتاج العالمي من الحبوب في تناقص مستمر، ذلك لأن التطور التكنولوجي في الدول المتقدمة قد وصل إلى مستويات عالية، في حين مازالت الدول النامية تعتمد على اليد العاملة الزراعية في الإنتاج، فضلاً عن أنها عاجزة عن تطبيق أساليب الإنتاج الحديثة بسبب التكاليف العالية لهذه التكنولوجيات، وتدني قدرة المزارعين في الدول النامية على استيعاب الأساليب الحديثة في الإنتاج؛

- الأزمات النفطية هو المتغير الوحيد من بين متغيرات الأزمات الدولية الذي ظهر أن له تأثيراً كبيراً في ارتفاع الأسعار العالمية للحبوب.

ما يميز هذا البحث عن الدراسات السابقة ما يلي:

- هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة من خلال فترة الزمن حيث تعالج السياسة السعرية في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)، وكذا دراسة عينة من المنتجات الزراعية تتمثل في التمور والبطاطس والحمضيات؛

- كما أنها تختلف عن الدراسات السابقة من خلال المتغيرات؛

- كما أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة من خلال نوع النموذج؛ حيث إن جميع تلك الدراسات اعتمدت على نموذج المعادلة الواحدة لتفسير التغيرات في الأسعار، بينما تم استخدام في دراستنا نموذج المعادلات الآنية لدالتي العرض والطلب للمنتجات الزراعية محل البحث، لمعرفة المتغيرات التي تؤثر في أسعار المنتجات الزراعية؛

- كما جاءت هذه الدراسة لتبين أثر التضخم وسعر الصرف والأسعار العالمية للغذاء على أسعار المنتجات الزراعية.

08- هيكل البحث

لمعالجة موضوع البحث والإجابة على إشكالية البحث، سيتم تقسيم البحث إلى قسمين:

القسم الأول نظري؛ سيضم ثلاث فصول كرسه الباحث لمعالجة السياسة السعرية على مستوى جزئي، وعلى المستوى الكلي وكذا الدولي، وسيأتي العرض النظري في هذا القسم وفق النظريات الاقتصادية، حيث سيعالج الفصل

الأول سياسة تكوين الأسعار، وهذا بدراسة التطور التاريخي لنظرية السعر في الفكر الاقتصادي، والعوامل المحددة للسعر، وطرق تحديد الأسعار بالإضافة إلى السياسة السعرية وربحية المؤسسة في الأسواق، والفصل الثاني سنتناول فيه السياسة السعرية في الأنظمة الاقتصادية، من خلال تقديم المفاهيم والقواعد التي تحكم السياسة السعرية في كل نظام اقتصادي وآلية تحديد الأسعار في النظام الرأسمالي، وتخطيط الأسعار في النظام الاشتراكي، وصياغة السياسة السعرية في النظام الإسلامي. أما الفصل الثالث فسيخصص لتسعير الصادرات وستتطرق فيه إلى المفاهيم الأساسية للصادرات، وكذا محددات السياسة السعرية الدولية وعلاقتها بالأسعار المحلية، واستراتيجيات التسعير الدولي ومشكلات تسعير الصادرات.

القسم الثاني سيخصص للجانب التطبيقي؛ الفصل الرابع سيهتم بالسياسة السعرية الزراعية في الجزائر وإسقاطها على عينة من المنتجات الزراعية التي تعمل الدولة على تنمية صادراتها وعالج خصائص الأسعار الزراعية، وأنواع السياسات السعرية الزراعية، وكذا تطور السياسة السعرية الزراعية في الجزائر، مع معرفة اتجاهات أسعار أهم السلع الزراعية وتحليلها، بالإضافة إلى الفصل الخامس الذي سيتم تخصيصه إلى التحليل الاقتصادي لأسعار المنتجات الزراعية باستخدام نموذج المعادلات الآتية.

الفصل الأول: سياسة تكوين الأسعار

تمهيد:

تعتبر الإحاطة بنظرية تكوين السعر أمراً ضرورياً لأي فرد أو مؤسسة، يريد معرفة الكيفية التي يعمل بموجبها قطاع المشاريع الخاصة والعامّة في الاقتصاد، لأن الأسعار من المحددات الرئيسية التي تؤدي دوراً كبيراً في نجاح أو فشل المؤسسات؛ فالأسعار وسياساتها والقرارات المتعلقة بها من الأعمال والأنشطة التي تزداد أهميتها يوماً بعد يوم، كما أن السعر يقدم الأدوات التحليلية لتقييم وانتقاء إجراءات السيطرة الاقتصادية، التي تقوم بها الدولة على الأسعار والإنتاج، وتمارسها الحكومة يومياً.

والسعر من القرارات المهمة في إدارة التسويق، نظراً لارتباطه الواضح بالمزيج التسويقي، باعتباره جزءاً أساسياً فيه، يؤثر ويتأثر بالقرارات الإستراتيجية الأخرى (المنافسة - الطلب - صعوبة حساب التكاليف - قوة الأثر النفسي للسعر في ذهن المستهلك).

في هذا الفصل سنوضح مفهوم السعر وأهميته، ونركز على التطور التاريخي لمفهوم السعر والقيمة، وكذا عملية تحديد الأسعار في مختلف الأسواق، من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي إلى السعر؛

المبحث الثاني: نظرية السعر في الفكر الاقتصادي؛

المبحث الثالث: العوامل المحددة للسعر؛

المبحث الرابع: طرق تحديد السعر؛

المبحث الخامس: السياسة السعرية وربحية المؤسسة في الأسواق.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي إلى السعر

يتناول هذا المبحث مفهوم السعر وعلاقته بكل من المنفعة والقيمة، والسعر من وجهة نظر المستهلك والمنتج وأهمية السعر على مستوى المؤسسة والمستهلك والمجتمع، والأهداف التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها من خلال عملية تحديد الأسعار.

المطلب الأول: تعريف السعر وأهميته

للسعر عدة تعاريف ترتبط بالأهمية التي يؤديها.

أولاً- تعريف السعر

يمكن تقديم التعاريف الآتية للسعر:

السعر هو القيمة المحددة للمنافع التي يحصل عليها الفرد من السلع أو الخدمات، أو هو المقابل أو المبلغ النقدي المدفوع للحصول على كمية معينة من السلع أو الخدمات، أو هو مقدار التضحية المادية والمعنوية التي يتحملها الفرد في سبيل الحصول على السلعة أو الخدمة¹.

السعر هو القيمة النقدية للمنتج أو الخدمة التي يدفعها المستهلك، بقصد حصوله على السلعة أو الخدمة².

السعر هو القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة، والتي يتم التعبير عنها في شكل نقدي؛ فالمنفعة التي يحصل عليها المستهلك من شراء سلعة أو خدمة معينة يعبر عنها في شكل قيمة معينة، يتم ترجمتها من جانب المؤسسة في شكل سعر معين، يدفعه المستهلك ثمناً لهذه المنفعة، وبالتالي فالسعر المدفوع لا يعكس فقط المكونات المادية للسلعة، ولكن يمكن أن يشمل أيضاً العديد من النواحي النفسية، جوهر المنتج، مجموع الخدمات المقدمة والمرتبطة ببيع السلعة أو الخدمة.

يعتبر هذا التعريف شاملاً، لأنه أبرز مفهوم السعر من جوانبه الثلاثة، من جانب المنتج ومن جانب المستهلك وكذا من جانب السوق، فمن جهة المنتج يمثل السعر ثمن الموجودات التي تقوم بها المؤسسة لإنتاج وتسويق منتج ما، أما من جهة المستهلك فيعبر السعر عن إمكانياته المالية وقدراته الشرائية، ومن جهة السوق فيعبر السعر عن مستوى العرض والطلب كما يعتبر مقياساً لجودة المنتج³.

السعر هو مجموع كل القيم التي يستند إليها المستهلك عن فوائد امتلاك أو استخدام المنتج (المادي/الخدمي)⁴.

¹- عبد السلام أبو قحف، التسويق مدخل تطبيقي، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، 2002، ص 606.

²- حميد الطائي، بشير العلق، تطوير المنتجات وتسعيرها، دار البازوري، الأردن، 2008، ص 113.

³- رضوان محمود عمر، مبادئ التسويق، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص 237.

⁴- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك، دار المناهج، الأردن، 2008، ص 180-181.

يتحدد مفهوم السعر بالنسبة للمشتري والبائع كالاتي¹:

1) **السعر من وجهة نظر المشتري:** يمثل السعر من وجهة نظر المشتري الثمن الذي يدفعه لسلعة أو خدمة تضحية بقوة شرائية، مقابل الحصول على تلك السلعة أو الخدمة، هذا بالنسبة للمشتري الاستهلاكي أو النهائي. أما المشتري الصناعي فإن السعر يمثل له تكلفة الحصول على المنتجات، ويعتبر السعر كذلك وسيلة وأداة مقارنة بين السلع والخدمات البديلة المنافسة، ومعيارا أساسيا لمقارنة عدة صفقات بالنسبة للمشتري الصناعي أو التجاري؛

2) **السعر من وجهة نظر البائع:** يعني السعر من وجهة نظر البائع سواء كان منتجا أو وسيطا، أنه الوسيلة الأساسية التي يحقق من خلالها عائدا معينا، كما أنه المحدد الأول للربح؛ حيث أن السعر الذي يحدده البائع يحدد الإيراد المتوقع من عملية البيع .

وعليه، فإن هناك مفهوم شامل للسعر، يتضمن الشروط والظروف المصاحبة لعملية التبادل والحصول على السلعة، بالإضافة إلى المقابل النقدي لها، أي أن السعر يمثل القيمة التي يكون المستهلك على استعداد لتحملها، مقابل المنفعة التي يحصل عليها من استعمال السلعة أو الخدمة.

مما سبق، يتضح أن التعاريف السابقة ركزت على مفهومي (القيمة/المنفعة)، لكن مع تطور الأهداف الاقتصادية وعوامل الإنتاج والإنتاج في حد ذاته، تظهر أنها أهملت جوانب أخرى تدخل في تحديد قيمة الأشياء (سلع/ خدمات)، لأن السعر يتغير بتغير المكان والزمان أيضا، والتعريف التالي يظهر تأثير الزمن في تحديد السعر: "يعتبر السعر أنه المبلغ المدفوع حاليا من طرف فرد لكل وحدة من المنتج الذي سيكون تحت خدمته"².

كتعريف للسعر، السعر هو القيمة المعطاة للسلعة أو الخدمة، والتي يتم التعبير عنها في شكل نقدي والمتبادلة مع مجموعة من الخصائص الملموسة وغير الملموسة، والمعبر عنها بالمنفعة، بهدف تحقيق الإشباع للمستهلك، وريح معقول للمنتج.

والجدول الآتي، يبين العديد من مسميات الأسعار في الحياة الاقتصادية للمؤسسات والأفراد في جميع القطاعات، وحسب كل منتج، سواء كان سلعة أو خدمة.

¹ - أمين عبد العزيز حسن، إستراتيجية التسويق في القرن الواحد والعشرين، دار قباء للنشر، القاهرة، 2001، ص 209.

² - élémentaire, Dunod, 10^{ème} Edition, Paris, 1990, p R-E Quandt, Microéconomie, formulation mathématique J-M Henderson,

الجدول رقم (01): مسميات السعر

العملية التبادلية	التسمية باللغة الأجنبية	صور الأسعار
مقابل سلع/ خدمات	Price	الثلن
مقابل منفعة التعليم	Tuition fees	المصاريف الدراسية
مقابل منفعة الاقتراض	Interests	الفوائد
مقابل منفعة السكن	Rent	الإيجار
مقابل منفعة النقل	Fare	التعريفية
مقابل منفعة الحمامة	Fee	أتعاب
للموظف	Salary	مرتب
للعامل	Wage	أجر
خدمات وسيط أو سمسار	Commission	عمولة
مقابل اشتراك في الهاتف مثلا	Dues	مستحقات
في حالة مخالفة المرور	Fine	غرامة
مقابل خدمات النادل	Tips	إكرامية
كثمن للخدمات التي تقدمها الحكومة للمواطنين	Taxes	ضرائب

المصدر: زكريا أحمد عزام، علي فلاح الزعبي، سياسات التسعير، دار المسيرة، الأردن، 2015، ص 33.

ثانيا- أنواع الأسعار

تأخذ الأسعار أحد الأشكال الثلاثة الآتية¹:

- 1) **السعر السوقى**: يتحدد ذلك بناء على تفاعل كل من العرض والطلب في السوق، وفي هذه الحالة لا يكون للمؤسسة أي سيطرة على السعر، ويكون هذا السعر في ظل المنافسة الكاملة؛
- 2) **السعر المحدد أو المتحكم فيه**: هو السعر الذي تحدده المؤسسة في ضوء أهدافها وقراراتها، وتقدم السلعة إلى السوق بهذا السعر، وللمستهلك حرية الشراء من عدمه، وليس للسوق أي سيطرة على هذا السعر، على الرغم من أن قوى السوق ذات تأثير على السعر الحقيقي، ولكنها لا تتحدد هذا السعر؛

¹ - عمر زريق، استخدام دورة حياة السلعة في تحديد استراتيجية التسعير، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم التسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2007، ص

3) **السعر الحكومي:** حيث تقوم الحكومة بتحديد أسعار بعض السلع أو تكتفي بالرقابة عليها والتأكد من أنها لا تتعدى حدودا معينة.

ثالثا-أهمية السعر

من الجانب التسويقي، السعر هو العنصر الوحيد من عناصر المزيج التسويقي الذي يدر عائدا، بينما تمثل العناصر الأخرى تكلفة تتحملها المؤسسة؛ بالإضافة إلى أن السعر يعد من أكثر عناصر المزيج التسويقي مرونة، إلا أنه الأكثر تعقيدا في نفس الوقت، ويعود سبب ذلك إلى كثرة المتغيرات التي تؤثر في تحديد أفضل الأسعار التي ينبغي البيع بها.

يؤدي السعر دورا هاما في نجاح المؤسسة؛ إذ يعتبر وسيلة لإقناع المستهلكين بجودة السلعة، ويمثل لهم قيمة المنفعة المحصلة؛ كما يعتبر العنصر الذي يدر ويعظم إيرادات المؤسسة، بخلاف العناصر الأخرى التي تمثل التكاليف، ومن خلاله يتم تغطية التكاليف وتحقيق الأرباح المستهدفة؛ كما يستخدم كأداة للمحافظة على الحصة السوقية وزيادتها؛ وتستطيع المؤسسة أن تستخدم السعر في الحصول على السيولة والنقدية في الوقت المناسب¹.
للسعر أهمية كبيرة في السياسات التسويقية تنعكس على الفرد والمؤسسة، وتظهر هذه الأهمية فيما يلي²:

- من وجهة نظر المؤسسة، فإن للسعر دور حيوي في تأثيره على كل من الإيراد والأرباح حيث أن:

$$\text{الإيراد} = \text{المبيعات} \times \text{السعر}$$

إلا أن كمية المبيعات تتوقف على السعر ذاته، وبالتالي فإن السعر لا يحدد فقط الإيراد وإنما يحدد أيضا كمية المبيعات وبالتالي الأرباح أي:

$$\text{الربح} = \text{الإيرادات} - \text{التكاليف}$$

ونجد أن التكاليف تتوقف أيضا على السعر؛

- تعد الأسعار في المؤسسة أكثر تأثرا بالأنظمة والقوانين التي تصدرها الدولة من أي عنصر من عناصر المزيج التسويقي (المنتج - الترويج - التوزيع)؛ حيث نجد أغلب القوانين والأنظمة الأساسية نجدها أكثر تطبيقا في مجال التسعير؛

- يؤدي السعر دورا كبيرا في إعطاء صورة عن جودة السلعة، إذ يعتقد البعض أن انخفاض السعر إنما يكون على حساب الجودة؛

¹ - خالد عبد المنعم البستنجي، التسعير بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 14.

² - أحمد شاکر العسكري، التسويق، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص، ص 170، 175.

- يعد السعر الخاصة الوحيدة للسلعة التي يسهل على أساسها مقارنة هذه السلعة مع غيرها من السلع؛
- تؤثر الأسعار المدفوعة للحصول على عوامل الإنتاج المختلفة (العمل، الأرض، رأس المال، التنظيم) في تحديد أسعار السلع والخدمات الموجهة للاستهلاك، وعليه أصبح السعر أداة منظمة لكامل النظام الاقتصادي.
- وعملها يدخل عامل السعر كأحد عناصر المزيج التسويقي في الكثير من القرارات التسويقية¹؛
- قد يستعمل السعر كبديل عن استخدام الترويج المكثف، الذي قد تنفق عليه المؤسسة مبالغ كبيرة لإخراجه بالشكل الذي يخدم تسويق العلامة من السلعة موضوع الاهتمام، وخاصة في أوقات الكساد والرواج؛
- قد يستعمل السعر للحصول على حصة سوقية أكبر، وهذا يعتمد على طبيعة وحدثة السلعة المطروحة في السوق، كونها قديمة أو معدلة أو جديدة؛
- قد يستخدم السعر للحصول على المزيد من الأرباح، مع الأخذ بعين الاعتبار ظروف المنافسين الرئيسيين والمزيج التسويقي الجاري تطبيقه، وكذا سياسة التسعير المتبعة؛
- قد يستخدم السعر للحصول على المزيد من الأموال الإضافية، لاستخدامها في البحث والتطوير المتعلق بالسلع الحالية والجديدة.

المطلب الثاني: أهداف التسعير

هناك عدة أهداف للسعر تتمثل في:

أولاً- الأهداف المتعلقة بالربح: وهي أهداف في العادة تكون دقيقة بالمقارنة مع الأهداف السعوية الأخرى، وتشمل ما يلي:

1) تحقيق العائد على الاستثمار: حيث تقوم بعض المؤسسات بإتباع سياسة سعوية معينة، للحصول على

عائد مقبول أو مناسب لاستثماراتها المخصصة أصلاً لإنتاج السلع، فيتم تحديد سعر المنتج في ضوء معدل

عائد مستهدف².

وتكون معادلة العائد على الاستثمار كالتالي:

$$\text{عائد الاستثمار} = \frac{\text{الربح صافي}}{\text{حجم الاستثمار}}$$

¹ - توفيق عبد المحسن، التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للتصدير، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص ص 215-216.

² - يوسف أبو فارة، سياسات التسعير، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2013، ص 48.

- (2) **تحقيق العائد على المبيعات:** يرتبط هذا الهدف بكمية المبيعات المتوقعة، وتكاليف هذه المبيعات، والنسبة التي تريدها المؤسسة كهامش ربحي مناسب، وقد يكون هامش الربح محدد لكل نوع من أنواع المنتجات، أي موحد، وبالتالي تتمكن المؤسسة من تحقيق هدف تسعيري لجميع أنواع المنتجات¹؛
- (3) **تعظيم الأرباح:** من أهداف المؤسسة الواضحة والأكيدة هي تحقيق الربح، وقد تظهر نتائجه في المدى البعيد، إلا إذا كانت المؤسسة ترغب في الحصول على أقصى ربح ممكن من سلعة ما قبل سحبها من السوق، ومن الناحية المالية يرتبط هدف تعظيم الأرباح بزيادة القوة الإيرادية للمؤسسة.
- ثانياً-الأهداف المتعلقة بالمبيعات:** هناك ثلاثة أهداف مهمة ترتبط بحجم المبيعات هي²:
- (1) **زيادة كمية الوحدات المباعة:** بما يضمن تحقيق أعظم إيراد من المبيعات، من خلال بيع أقصى حجم منها، وبالتالي زيادة الأرباح. ولهذه الطريقة مزايا نوجزها فيما يلي:
- زيادة عدد الوحدات المباعة يؤدي إلى زيادة معدل دوران المخزون، وبالتالي زيادة الربح الإجمالي، ويمكن أن يتحقق ذلك عن طريق تخفيض السعر بإتباع سياسة التغلغل في السوق؛
 - زيادة الوحدات المباعة يؤدي إلى انخفاض التكلفة الثابتة للوحدة الواحدة، الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض التكلفة الكلية، وبالتالي الاستفادة من مزايا منحنى الخبرة انطلاقاً من انخفاض التكلفة و زيادة الخبرة.
- (2) **زيادة القيمة النقدية للوحدات المباعة:** وذلك بالتركيز على زيادة الإيرادات المحققة من المبيعات.، ويمكن اختلاف هذا الهدف عن الهدف السابق، في أنه لا يركز على الكمية المباعة، وإنما يركز على زيادة القيمة النقدية المحققة من المبيعات؛ حيث تقوم المؤسسة بالتركيز على زيادة السعر، قصد تمييز منتجاتها، ويتم توجيه منتجاتها إلى قطاع سوقي معين، يكون قادراً على دمج منتجاتها في حدود هذه الأسعار؛
- (3) **زيادة الحصة السوقية:** تهدف بعض المؤسسات إلى تعظيم الحصة السوقية، ولتحقيق هذا الهدف، يجري غالباً تخفيض للأسعار والوصول إلى حجم الحصة السوقية المستهدف؛ حيث يمكن حساب الحصة السوقية كالآتي³:

$$\text{الحصة السوقية} = \frac{\text{مبيعات المؤسسة}}{\text{مبيعات أكبر المنافسين من نفس المنتج}}$$

¹ - بشير العلاق، تطوير المنتجات وتسعيرها، دار البازوري، الأردن، 2008 ص ص 118 - 120.

² - عائشة مصطفى المياوي، سلوك المستهلك، المفاهيم والاستراتيجيات، مكتبة عين الشمس للنشر، مصر، 1998، ص 185.

³ - يوسف أبو فارة، إدارة الأسعار، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 79.

ثالثاً- أهداف البقاء: تهدف المؤسسات الجديدة إلى البقاء والاستمرارية في بداية عملها، ومعرفة أوضاع السوق وكسب خبرة أكثر في التعامل معها، بالإضافة إلى معرفة أوضاع وردود المنافسين، ومعظم المؤسسات سواء كانت قديمة أو جديدة، تسعى في نشاطها الاقتصادي إلى تحقيق هذا الهدف، بغية تحقيق حصة سوقية ومبيعات، وبالتالي تحقيق الأرباح، وتجنب المشاكل التي تؤدي إلى انخفاض المبيعات، والذي قد يؤدي إلى عدم القدرة على الوفاء بالتزاماتها، وبالتالي تعرضها لمشاكل مالية يمكن أن تكون سبباً في خروجها من السوق¹؛

رابعاً- زيادة التدفقات النقدية: يقصد بالتدفقات النقدية هنا المال الذي يدخل إلى خزانة المؤسسة من المبيعات وغيرها من الإيرادات، ويخرج منها على شكل مدفوعات نقدية إلى الموردين والعاملين، والسعر في هذه الحالة يعتبر هدفاً تستخدمه المؤسسات للحصول على النقدية للوفاء بالتزاماتها، وخاصة في ظروف الركود الاقتصادي أو متطلبات خاصة تتعرض لها تلك المؤسسات، ومن بين الطرق لتحقيق الزيادة في التدفقات النقدية تخفيض الأسعار (تخفيض هامش الربح)، بحيث يزيد الطلب على السلع، أي زيادة المبيعات مع إعلان أن التخفيضات مشروطة بالدفع النقدي²؛

خامساً- المحافظة على الوضع الراهن: ويكون هذا عندما تريد المؤسسة على وضعها الراهن، فهي لا تريد اعتماد في سياسات سريعة قد تحملها المخاطر؛ حيث تقوم بتسعير منتجاتها بأسعار قريبة أو مساوية لأسعار المنافسين، فتكون عندها المؤسسة تابعة لمؤسسات أخرى، لأنها تحاول تقليد الآخرين، الأمر الذي يمكنها من المحافظة على حصتها السوقية، هذه السياسة المتبعة هي سياسة دفاعية، وينبغي عدم إتباعها على المدى الطويل، وتصلح هذه السياسة في عدد من الحالات والظروف مثلاً³:

- في حالة عدم الرغبة في الدخول بمواجهة مباشرة مع المنافسين؛
- عندما تكون الأسعار والسوق الكلية مستقرة نسبياً، وفرص النمو ضعيفة أو معدومة؛
- عندما تكون السلع نمطية إلى حد كبير، بحيث يصعب تمييز أي منها بخصائص مميزة.

سادساً- المحافظة على الجودة: تلجأ المؤسسة في الغالب إلى هذه الطريقة عندما تكون منتجاتها تحظى بجودة عالية، وغالباً ما تكون أسعار مثل هذه المنتجات عالية لتغطية تكاليف البحث والتطوير التي تكون هي الأخرى مرتفعة، وهدف المؤسسة من هذا هو الحصول على مكانة عالية في نظر المستهلك (تحقيق مكانة ذهنية لدى المستهلك)⁴.

¹ - خالد عبد المنعم البستنجي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

² - المرجع نفسه، ص 34.

³ - زكرياء أحمد، فلاح الزعبي، سياسات التسعير، دار المسيرة، الأردن، 2015، ص 155.

⁴ - محمد إبراهيم عبيدات، أحمد محمد زامل، سياسات التسعير الحديثة، دار وائل، الأردن، 2010، ص ص 16-17.

المبحث الثاني: نظرية السعر في الفكر الاقتصادي

تعددت وجهات النظر في الفكر الاقتصادي حول مفهوم السعر وعلاقته بكل من القيمة والمنفعة، والأهمية البالغة للأسعار، فنجد أن الاقتصاديين فرقوا بين نظرية القيمة ونظرية السعر لاختلاف مدلول كل منهما عن الآخر، وإن كان البعض يعارض هذه التفرقة على أساس أن القيمة والسعر وجهان لحقيقة واحدة، ودأب الفكر الإنساني منذ قدم العصور على محاولة التوصل إلى مفهوم القيمة كي يستطيع وضع نظام سليم لتقييم السلع وتبادلها. في هذا المبحث نعرض مفهوم الأسعار وأهميتها في الفكر الاقتصادي، وعلاقة السعر بمفهوم القيمة وأهم الأفكار الاقتصادية التي تناولت هذه المسألة بالدراسة والتحليل.

المطلب الأول: السعر حسب الكلاسيك

أولاً- السعر حسب آدم سميث

عبر آدم سميث عن اعتقاده بأن كلمة قيمة لها معنيين¹:

- القيمة التي تعبر عن منفعة السلعة، وتسمى قيمة الاستعمال؛

- القيمة التي تعبر عن قدرة السلعة على شراء سلعة أخرى، وتسمى قيمة التبادل.

يطابق سميث بين القيمة ونفقات الإنتاج، فيبين بأن أسعار البضائع تتضمن أجزاء (مداخيل) ثلاثة: الأجور والأرباح والريع؛ فالقيمة التي ينتجها العمال تشكل مداخيل طبقة العمال وطبقة الرأسماليين، وإضافة إلى هذين العنصرين يشارك في تشكيل أسعار البضائع عنصر ثالث أيضاً هو الريع، الذي يشكل دخل طبقة المالكين العقاريين. يستنتج سميث بأن القيمة بكاملها تتوزع إلى مداخيل، ويصل إلى هذه النتيجة بعد المطابقة بين قيمة البضاعة والجزء المنتج حديثاً من القيمة. في الحقيقة ليست قيمة البضاعة التي تتوزع إلى مداخيل، وإنما فقط الجزء المنتج حديثاً منها، فقيمة البضاعة تزيد عن قيمة الجزء المنتج منها بمقدار قيمة رأس المال الثابت في تشكيل أسعار (قيم) البضائع. كما يؤكد سميث بأن أسعار البضائع في المجتمع الرأسمالي تتأرجح حول "السعر الطبيعي"، الذي يعادل في مفهومه مجموع المداخيل، أي نفقات الإنتاج، وأنه يطابق بين القيمة و"السعر الطبيعي" الذي يتحدد وسطياً في سوق المنافسة على أساس "المعدلات الطبيعية للأجور والأرباح والريع"².

استنتج آدم سميث في نظريته بأن هناك نوعين من الأثمان "القيمة" الثمن الجاري أو ثمن السوق، والثمن الحقيقي وهو ما يعرف بالثمن الطبيعي، وتوصل إلى وجود علاقة بين الثمن الجاري وبين العرض والطلب، وأما الثمن

¹ - كوثر شغراب، عبلة بخاري، مبادئ الاقتصاد الجزئي، مكتبة دار جدوة، السعودية، 2005، ص 45.

² - سكيبة بن حمودة، دروس في الاقتصاد السياسي، دار الحديث للكتاب، الجزائر، 2014، ص 245.

الحقيقي يتوقف على الجهد (الأ لم) الذي يبذله للحصول عليه.

ربط آدم سميث قيمة المبادلة بمضمون هذا الجهد الذي يتوقف على بدائية الجماعات وتمدنها ويبين أن:

- قيمة المبادلة في الجماعات البدائية، وهي الجماعات التي تملك الأرض سابقا، وتراكت رؤوس الأموال لديها، وقد استنتج آدم سميث أيضا بأن تلك الجماعات كانت ترى أن العمل هو العنصر الوحيد الذي يتحمل الجهد في سبيله، وأن كمية العمل هي قيمة المبادلة؛

- قيمة المبادلة في الجماعات المتمدنة، وهي الجماعات التي تتمتع بالأرض موضوعا للملكية، وكذلك تراكم رؤوس الأموال بدون العمل وبمعكس الجماعات البدائية، وحيث أن تفسيره للقيمة بنفقة الإنتاج (الأجر، الربح، الربح).

ثانيا- السعر حسب دافيد ريكاردو

طور ريكاردو نظرية آدم سميث حول أهمية الحجم المطلق لتكاليف الإنتاج، وتميز نظرية ريكاردو في القيمة كما يلي:

- إدخال عامل آخر في تحديد القيمة وهو الأجر؛

- استبعاد الربح في تحديد القيمة.

كما تتوقف أسعار البضائع حسب ريكاردو على زمن العمل المبذول في إنتاجها، وفي حديثه عن العلاقة بين الأجر وأسعار البضائع والأرباح والربح، يقول ريكاردو بأن تغيرات الأجر تنعكس لا على قيمة وأسعار البضائع وإنما على النسبة التي تتوزع بموجبها القيمة بين الطبقات، فمستوى الأجر يتحدد بالعوامل الموضوعية (قيمة قوة العمل) ويميل إلى الحد الأدنى لوسائل المعيشة، أما الأرباح فترتفع أو تنخفض تبعا لانخفاض وارتفاع الأجر، وبالنسبة للعلاقة بين الربح وأسعار البضائع، يؤكد بأن الربح لا يؤدي إلى ارتفاع المنتجات الزراعية، ويفترض ريكاردو بأنه إذا تحلى مالكو الأراضي عن الربح فإن أسعار المنتجات الزراعية لن تنخفض¹.

و يعتبر ريكاردو العمل أساس القيمة التبادلية، لكن عنصر العمل لا ينفرد وحده في تفسير المبادلة، بل يساهم معه في ذلك رأس مال بقسميه رأس المال الثابت ورأس المال المتغير، فرأس المال الثابت يشمل الآلات والمباني وأدوات الإنتاج، التي تستعمل في عملية الإنتاج، في حين أن رأس المال المتغير يتكون من المادة الأولية التي تستعمل مرة واحدة في العملية الإنتاجية، وهذه الأخيرة هي نتاج المرحلة السابقة من مراحل العملية الإنتاجية، وهذه المادة الأولية تحصل عليها من نتاج العمل وأدوات العمل.

¹ - سكبنة بن حمودة، مرجع سبق ذكره، ص 245.

و حاول ريكاردو إرجاع رأس المال إلى عنصر العمل الذي ساهم في إنتاجه، ولهذا يفرق بين نوعين من العمل في إنتاج كل سلعة: العمل المباشر والعمل غير المباشر. أما العمل المباشر فهو الجهد العضلي والفكري الذي يبذله الإنسان أثناء عملية الإنتاج، في حين يتمثل العمل غير المباشر في مجموع أدوات العمل التي سبق وأن صنعت وتستخدم في عملية الإنتاج، والتي تعتبر عملا مخزنا ناتجا عن مرحلة سابقة. وبناء عليه فإن قيمة المبادلة بين السلعتين تتحدد استنادا إلى ما بذل في إنتاج السلعتين من عمل مباشر وعمل غير مباشر¹.

في الأخير نجد أن ريكاردو فرق بين السعر الطبيعي والسعر الجاري، فالسعر الطبيعي يتحدد بمدة ونوعية العمل المبذول في إنتاج السلعة، أما السعر الجاري (سعر السوق) فيتحدد في السوق بتفاعل كل من العرض والطلب. إن سعر السوق كثيرا ما ينحرف عن السعر الطبيعي تحت تأثير قانون العرض والطلب، لكن هذه الانحرافات لا تستمر طويلا، بل تتعدل بفعل آلية السوق، فارتفاع الأرباح في قطاع ما يؤدي إلى جذب رؤوس الأموال إليه للاستفادة من الأرباح السائدة فيه، غير أن زيادة الإنتاج في هذه الصناعات نتيجة تدفق رؤوس الأموال عليها يؤدي إلى انخفاض الأسعار، بحيث لا يلبث سعر السوق أن يقترب بصورة آلية وفي مدة قصيرة من مستوى السعر الطبيعي. فتغيرات السعر نتيجة التغيرات في الطلب غير مستمرة وأنها مؤقتة، ويؤكد ريكاردو من ذلك بأن السعر الطبيعي مستقل عن الطلب والعرض، وهو مرادف لتكلفة الإنتاج ومكوناته المتمثلة في الأجور والأرباح فقط، حيث استبعد الربح لأنه لا يدخل في ثمن السلعة، وبذلك لا يدخل ضمن تكلفة الإنتاج كما فعل آدم سميث².

ثالثا- السعر حسب كارل ماركس

يتحدد مفهوم القيمة عند ماركس بمقدار العمل الضروري اجتماعيا (أي العمل الكفء المبذول في الظروف العادية) الذي يتجسد في السلع المعينة، أي أن قيمة كل سلعة على حدى، يخلقها جزء من مجموع العمل الاجتماعي، وعلى هذا فإن القيمة تعبر عن العلاقات الإنتاجية بين الناس، ويحدد مقدار القيمة بكمية ما ينفق من زمن العمل الضروري في ظروف إنتاج طبيعية، وفي مستوى متوسط من المهارة، ولكن الزمن الضروري اجتماعيا لإنتاج وحدة واحدة يتبدل مع إنتاجية العمل، لذا فإن مقدار قيمة السلعة يتناسب طرديا مع كمية العمل المبذول في إنتاج هذه السلعة، وعكسيا مع إنتاجية هذا العمل وتبدد القيمة في القيمة التبادلية³.

¹ - سعيد النجار، تاريخ الفكر الاقتصادي من التجار إلى نهاية التقليديين. دار النهضة العربية، بيروت، 1973، ص 210.

² - عمر شعبان، السياسة السعرية وآثارها على تطور الإنتاج الفلاحي والتبادل الدولي للمنتجات الفلاحية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 1997، ص ص 14-15.

³ - كارل ماركس، الأجور والأسعار والأرباح، ترجمة وتحقيق: إلياس شاهين، دار التقدم، موسكو، 1974، ص ص 43-44.

ويقول ماركس نستطيع تخيل أن قيمة أي بضاعة تتحدد بكمية العمل المبذول خلال إنتاجها، فكلما تكاسل الإنسان في عمله أو كان غير ماهر، كلما كانت قيمة البضاعة مرتفعة، وهذا بسبب استعماله فترة أطول في إنتاجه لها¹.

نستنتج أن أثر إنتاجية العمل في تحديد السعر تعتمد على درجة التطور للقوة المنتجة للعمل المستخدم في إنتاج سلعة، فإذا حدث تطور تقني حيث تقلص المدة المستغرقة في إنتاج سلعة معينة، فإن العمل الاجتماعي يقل ويقل معه سعر هذه السلعة، فإذا تحدثنا عن العوامل التي تجعل السعر يرتفع أو يقل، فهذا يسوقنا للحديث عن الأجور ودورها في تحديد الأسعار².

إن النظرية الماركسية التقليدية تنكر من الناحية الواقعية دور الطلب في تحديد القيمة، كذلك فإن فكرة المنفعة الحدية مرفوضة، لأنها تتعارض مع الافتراض القائل بأن القيمة تتحدد بشكل موضوعي عن طريق محتوى العمل. واعتمادا على وجهة النظر التقليدية الماركسية فإن القيمة تتحدد وفقا للمعادلة التالية³:

$$C+V=M$$

حيث:

C: التكلفة الثابتة لرأس المال؛

V: النفقات المتغيرة (الأجور)؛

M: الناتج المضاف، أي ربح متوسط المجتمع يضاف إلى السلعة ويتناسب مع الأجور.

ويعتقد الاقتصاديون الاشتراكيون بأن التسعير يجب أن يعتمد على سعر الإنتاج، وليس القيمة فقط، وبالتالي نخلص إلى وجود السعر الطبيعي وسعر السوق، يعبر السعر الطبيعي عن التكلفة الحقيقية للسلعة، في حين يعبر سعر السوق عن السعر الذي يتحدد نتيجة التقاء الكميات المعروضة بالكميات المطلوبة على السلعة محل الاعتبار. فعندما تكون ظروف العرض والطلب مستقرة، أي هناك توازن بين الطلب والعرض على السلعة، فإن سعر السوق يكون مساويا للسعر الطبيعي، بمعنى أن قيم السلع تتبادل بنفس كمية العمل الاجتماعي المبذول لإنتاجها.

ويرى ماركس أنه في المدى البعيد جميع السلع تباع بأسعارها الطبيعية، لأنها تتميز بإمكانية تغير الطلب والعرض وتحقيق التوازن بينهما. فماركس يؤكد في كتابه "أجور وأسعار وأرباح" أن العرض والطلب لا يفسران قيمة السلعة فقط، بل ينظمان التغيرات والتقلبات المؤقتة في السوق، فالعلاقة بين العرض والطلب توضح فقط أن سعر

¹ - Alain Samuelson , *Les grands courants de la pensée économique. Concepts de base et questions essentielles*, OPU, Alger, 1993, p 334.

² - كارل ماركس، مرجع سبق ذكره، ص 52.

³ - منير المحمش، اقتصاديات التجارة الداخلية، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، سوريا، 1975، ص 514.

السلعة مرتفع أو منخفض عن قيمة السلعة الحقيقية، ولكنها لا تفسر هذه القيمة الحقيقية في حد ذاتها، ففي حالة توازن القوة المؤثرة في العرض مع القوة المؤثرة في الطلب، فإن سعر السوق يعادل القيمة الحقيقية لأية سلعة، فسعر السوق هنا يستقر عند نقطة السعر الحقيقي الذي يشكل مركز التذبذب.

ويرى بعض الاقتصاديين الماركسيين أن المنفعة هي مصدر ثان في تحديد القيمة، ففي الحالة التي تتعادل فيها التكاليف الإنتاجية للبضائع فإن العامل الحاسم يبقى في تقدير المنافع التي يمكن الحصول عليها من هذه البضائع. فماركس يرى ضرورة التفرقة بين المنتج والمستهلك عند النظر إلى القيمة الاستعمالية، فهذه الأخيرة حسب ماركس قليلة الأهمية بالنسبة للمنتج وإلا لما حملها إلى السوق¹.

في حين يهتم المستهلك بإشباع حاجاته بأقل النفقات، فهو يولي اهتماما للقيمة الاستعمالية للبضائع. إن السبب الذي جعل بعض الماركسيين يهتمون بالخصائص الاستعمالية للسلعة في تحديد القيمة، يرجع إلى ما لاحظوه في السوق من أن بعض السلع رغم إنتاجها بكمية أكبر من العمل مقارنة بسلع أخرى لا تشبع نفس الحاجة، فالعمل المبذول في إنتاج الفحم يتميز بأنه أصعب وأطول زمنا من العمل المبذول في إنتاج النفط، لكن نظرا للخصائص الاستعمالية والتي يتميز بها النفط فإن سعره في السوق أكبر من سعر الفحم، وهكذا فالبضائع التي تتميز بجودتها العالية تكون أسعارها مرتفعة حتى ولو أن إنتاجها لم يتطلب إلا جهد محدود.

نخلص للقول أن كمية العمل المبذول في إنتاج السلعة رغم قيمته لا يمكن الاعتماد عليه دائما في تفسير قيم السلع؛ إذ أن بعض السلع تطلبت جهدا كبيرا، ولكنها منخفضة القيمة، في حين هناك بعض الأعمال رغم صغرها وبساطتها تنتج سلعا ذات قيم كبيرة مثل اللوحات الزيتية.

المطلب الثاني: السعر و القيمة عند المدرسة الكلاسيكية الحديثة (المدرسة الحديدية)

ظهرت في المدرسة الكلاسيكية الحديثة ثلاثة آراء من الرواد الأوائل الذين لم يقدر لآرائهم الانتشار والاكتمال، وهم (ديبوي - وجوسين - وكورنو)، وقد اكتسبت نظرية المنفعة مكانتها المرموقة في الفكر الاقتصادي في السبعينيات من القرن التاسع عشر (1870) بظهور آراء الثلاثي (جيو فونز - منجر - ولراس)، وعبر كل منهم عن نظريته في القيمة، وتشابه أسلوبهم في معالجة هذا الموضوع بشكل كبير، تنادي هذه المدرسة بالرأي القائل بأن القيمة لا تتوقف عن نفقة الإنتاج، إنما على منفعة السلعة المستهلكة، ولقد جاء تعبير هؤلاء عن القيمة في إطار يعرف بنظرية المنفعة الحديدية، والتي تقوم على افتراض أساسي وهو أن المنفعة التي يحصل عليها المستهلك لكل وحدة إضافية من السلعة تتناقص مع زيادة عدد الوحدات المستهلكة، وأن المستهلك رشيد بحيث يهدف إلى تحقيق أقصى قدر ممكن من

¹ - دليلة عارف، أهم التطورات في نظرية القيمة والسعر في الفكر الاقتصادي البرجوازي، منشورات دار الفجر، حلب، 1979، ص 63.

المنفعة، أما التنسيق بين الآراء المتعارضة المختلفة حول تفسير القيمة، فيرجع إلى الاقتصادي ألفريد مارشال والذي نجح في إعطاء إجابة مقنعة للسؤال: ما الذي يحدد قيمة السلعة؟ نفقة إنتاجها أم منفعتها للمستهلك؟ فقد توصل إلى الإجابة بأن القيمة أو الثمن تتحدد بكلا الجانبين منفعة المستهلك ونفقة الإنتاج، أو بعبارة أخرى الطلب والعرض¹.

وتفسير نظريتهم المتعلقة بالمنفعة الحدية (الهامشية) تخلص إلى أن الوحدة الأخيرة من الشيء (على فرض أنه قابل تجزئة)، أي الوحدة الأخيرة في سلم الرغبات تحدد منفعة الشيء كله، فإذا كانت هذه الوحدة الأخيرة لا تملك نفعاً (بسبب غزارة السلعة) فإن قيمتها الاقتصادية تهبط إلى الصفر، وربما إلى ما تحت الصفر إذا كانت الكثرة تؤدي إلى الضرر.

وبما أن المنفعة تمثل القيمة حسب رأي هذه المدرسة، فإن المنفعة الهامشية تمثل قيمة الشيء، وتوجد ما بين درجة الإشباع المحصل عليها من استهلاك الخيرات المختلفة، وندرة الأموال الاقتصادية علاقة مفادها كلما قلت عدد الوحدات المستهلكة بقيت المنفعة عند مستوى عال، وكلما زادت الوحدات المستهلكة (عدم وجود ندرة) تقل المنفعة الحدية لهذه السلعة المستهلكة، وهو ما يعبر عنه بقانون تناقص المنفعة الحدية.

ولهذا ترتبط فكرة القيمة بفكرة الندرة، لأن منفعة كل وحدة من الشيء تتعلق بغزارة الحاجات الحالية والملحة المراد إشباعها، ومن الطبيعي أن السلعة تفقد المنفعة كلما كانت غزيرة. فالسلع التي يكون لها قيمة هي إذن السلع الاقتصادية وحدها والسلع التي تكتسي أهمية بالنسبة للإنسان، والتي لا تفيض كميتها عن الحاجة. فإذا فاقت الكمية المتاحة من سلعة ما الحاجة المطلوبة (كالماء الغزير)، فإنها لا تفقد نفعها طبعاً ولكنها تفقد قيمتها الاقتصادية.

تحدد قيمة السلعة عند الاقتصادي منجر بعد حساب العلاقة بين السلعة والحاجة إليها، وبهذا يعتقد أن القيمة الاقتصادية يمكن أن تكون قيمة استعمالية، كما يمكن أن تكون قيمة تبادلية والمقياس هو الحاجة. مثلاً لدى سلعة لها عندي قيمة استعمالية لأنها تسد حاجتي الآنية، لكن أفكر بمتعة أخرى يمكن أن تجلبها لي مبادلة هذه السلعة بسلعة أخرى موجودة لدى شخص آخر، فتتقلب قيمة السلعة الاستعمالية إلى قيمة تبادلية. وبالعكس يمكن أن يكون هناك سلعة تبادلية (كالخضار) فإذا زاد لديه كمية منها ذبلت في آخر الأسبوع، يمكن أن يحملها إلى بيته ليستعملها طعاماً لأسرته.

¹ - كوثر شغراب، مرجع سبق ذكره، ص 46.

قيمة السلعة الاقتصادية تتوقف إذن على أهميتها في نظرنا من حيث أنها تشبع حاجة مباشرة (قيمة استعمالية) أو غير مباشرة (قيمة تبادلية). ولكن الحاجات متعددة وأهميتها بالنسبة للإنسان مختلفة، كما أن أهميتها تختلف أيضا تبعا لإشباع الحاجة التدريجية منها.

يعتقد كارل منجر أن مفهوم القيمة هو الأساس في علم الاقتصاد، أما السعر فليس إلا مفهوما عارضا ينشأ عن مبادلة يتوخى منها طرفين تحقيق زيادة في المتعة بين السلعة التي يتحصل عليها وتلك التي يتخلى عنها، والسعر يختلف حسب الزمان والمكان، وبحسب تقدير الأشخاص ومهارتهم في البيع والشراء، ولهذا يمكن القول أن المدرسة الحديثة لم تقدم نظرية وافية للأسعار والقيمة.

في الأخير نخلص إلى علاقة السعر بكل من القيمة والمنفعة ، أي السعر من المنظور الاقتصادي هو:

المنفعة: هي مواصفات السلعة التي تحقق إشباعا لاحتياجات المشتري.

القيمة: هي التعبير الكمي عن السلعة والتي يمكن قياسها من خلال الثمن (السعر) الواجب على المشتري دفعه للحصول على المنفعة المرغوبة.

الشكل رقم (01): السعر من المنظور الاقتصادي



المصدر : د أحمد شاعر العسكري : التسويق الصناعي مدخل استراتيجي ، دار وائل للنشر ، عمان ، الطبعة الأولى، 2000، ص

المبحث الثالث: العوامل المحددة للسعر

تتحدد الأسعار بتفاعل قوى الطلب وقوى العرض في السوق، وهو المكان الذي تلتقي فيه قرارات البائعين والمشتريين بشأن تبادل السلع. وإن كان هذا يشير إلى انحصار السوق في بقعة محدودة كما كان عليه سابقاً، فإن السوق اليوم ومع تطور وسائل الاتصالات والمواصلات لم يعد محمداً بمكان معين، بل أصبح العالم كله يمثل حدود لسوق بعض السلع والخدمات. سنتناول في هذا المبحث محددات الطلب والعرض والعوامل الأخرى المؤثرة في تحديد الأسعار.

المطلب الأول: الطلب

يعتبر الطلب العنصر الأول المؤثر في تحديد الأسعار.

أولاً - تعريف الطلب

الطلب الكلي على السلعة هو "الكميات التي يكون المستهلكون مستعدين وقادرين على شرائها من السلعة عند مختلف الأثمان المحتملة خلال فترة زمنية معينة". والطلب الكلي هو مجموع طلب الأفراد على السلعة عند كل مستوى من مستويات الثمن المحتمل أن تتحدد في السوق.

ثانياً- العوامل المؤثرة في الطلب

تتمثل العوامل التي تؤثر في الطلب الكلي على السلعة فيما يلي¹:

- 1) **ثمن السلعة:** تكون العلاقة بين ثمن السلعة والكمية المطلوبة منها علاقة عكسية بحيث إذا ارتفع ثمن السلعة تنخفض الكمية المطلوبة منها، وإذا انخفض الثمن تزداد الكمية المطلوبة؛
- 2) **دخل المستهلكين:** وتكون العلاقة بين دخل المستهلكين والكمية المطلوبة من السلعة علاقة طردية، بحيث أنه إذا زاد دخل المستهلكين تزداد الكميات المطلوبة من السلعة لزيادة قدرتهم على الشراء، وبالعكس إذا انخفض الدخل تقل الكميات المطلوبة؛
- 3) **أثمان السلع الأخرى البديلة والمكملة:** ترتبط السلعة بسلع أخرى تتأثر بها وتتغير أثمانها وفق نوع الارتباط بينهما بديلة كانت أم مكملة (السلع البديلة هي السلع التي يمكن أن تحل محل بعضها البعض في الاستهلاك وتشبع حاجة المستهلك مثل اللحوم والدجاج)، وتكون العلاقة بين ثمن السلعة والطلب على السلعة البديلة لها علاقة طردية، بحيث إذا ارتفع ثمن سلعة مثل اللحوم يزداد الطلب على السلعة البديلة مثل الدجاج، وأيضاً إذا انخفض ثمن اللحوم يقل الطلب على السلعة البديلة وهي الدجاج. أما السلع المكملة

¹ - كوثر شغراب، مرجع سبق ذكره، ص ص 52-53.

فهي السلع التي تكمل بعضها البعض في الاستهلاك، بحيث أن استهلاك أحدها يؤدي إلى استهلاك السلع الأخرى معها مثل الشاي والسكر. وتكون العلاقة بين ثمن سلعة والطلب على السلعة الأخرى المكمل لها علاقة عكسية فمثلاً، إذا ارتفع ثمن سلعة مثل السكر يقل الطلب على السلعة المكمل وهي الشاي، لأن ارتفاع ثمن السكر سوف يقلل الكمية المطلوبة منه، كما يقلل أيضاً الطلب على السلع المستخدمة معه مثل الشاي؛

(4) **أذواق المستهلكين:** إذا تغيرت أذواق المستهلكين بالشكل الذي يؤدي إلى زيادة إقبالهم على السلعة، فإن الطلب على السلعة يزداد، وأما إذا تغيرت الأذواق بالشكل الذي يؤدي إلى عدم إقبال المستهلكين على السلعة فإن الطلب على السلعة يقل.

ثالثاً- دالة الطلب:

يوضح قانون الطلب العلاقة العكسية بين ثمن السلعة والكمية المطلوبة منها، ومضمونه هو أنه عندما يرتفع ثمن السلعة فإن الكمية المطلوبة منها تنخفض، وعندما ينخفض ثمن السلعة تزداد الكمية المطلوبة منها، وذلك مع افتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب.

تعبّر دالة الطلب السعرية عن العلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة و ثمن السلعة، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى. ويمكن التعبير عن دالة الطلب السعرية في شكل جدول يسمى جدول الطلب، أو شكل منحني الطلب، أو في شكل معادلة رياضية هي معادلة الطلب السعرية وذلك على الوجه الآتي:

(1) **جدول الطلب:** عبارة عن قائمة توضح الكميات التي يطلبها المستهلك من السلعة أو الخدمة عند الأثمان المختلفة، فإذا أردنا التعبير عن دالة الطلب السعرية بجدول للطلب فسيكون على النحو الآتي:

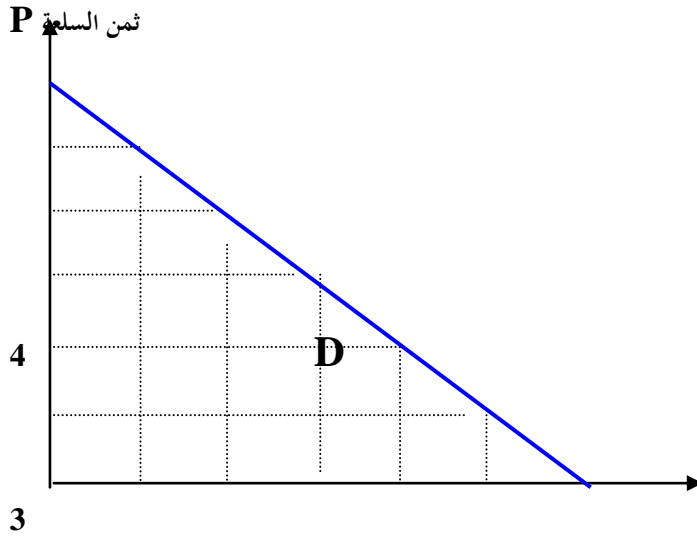
الجدول رقم (02): جدول الطلب

الكمية المطلوبة (Q_d)	ثمن السلعة (P)
12	0
10	1
8	2
6	3
4	4
2	5
0	6

المصدر: كوثر شغراب، عبلة بخاري، مبادئ الاقتصاد الجزئي، مكتبة دار جدة، السعودية، 2005، ص 54.

(2) **منحنى الطلب:** وهو المنحنى الممثل للعلاقة العكسية بين ثمن السلعة والكمية المطلوبة منها. وينحدر المنحنى من أعلى إلى أسفل متجهاً جهة اليمين أي أن ميله سالب، حيث أن انخفاض ثمن السلعة يؤدي إلى زيادة الكمية المطلوبة منها، والعكس صحيح، ويكون هناك انتقال من نقطة لأخرى على نفس منحنى الطلب وهذا يسمى تغير الكمية المطلوبة كما هو موضح في الشكل الآتي:

الشكل رقم (02): منحنى الطلب



المصدر: كوثر شغراب، عبلة بخاري، مبادئ الاقتصاد الجزئي، مكتبة دار جدة، السعودية، 2005، ص 54

(3) **معادلة الطلب:** يمكن التعبير عن دالة الطلب السعرية، وهي العلاقة الرياضية بين الكمية المطلوبة من السلعة وثنائها على الشكل الآتي:

$$Q_d = a - bP$$

حيث:

Q_d : الكمية المطلوبة من السلعة؛

P : ثمن السلعة؛

a : معامل ثابت يعبر عن الكمية المطلوبة من السلعة بفرض أن ثمنها يساوي صفراً؛

b : مقدار التغير في الكمية المطلوبة من السلعة، عندما يتغير الثمن بوحدة واحدة، وهو يمثل نسبة التغير في

الكمية المطلوبة إلى التغير في ثمنها، أي أن:

$$b = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P}$$

وتكون قيمة المعامل سالبا، لأن تغير الكمية المطلوبة يكون في عكس اتجاه التغير في الثمن، أي تكون العلاقة بين الكمية المطلوبة والثمن علاقة عكسية.

رابعاً- مرونة الطلب السعرية

1) تعريف المرونة: يقصد بالمرونة بشكل عام مدى الحساسية أو الاستجابة لأحد المتغيرات أو شيء معين.

ويعتبر الاقتصادي ألفريد مارشال أول من وضع صيغة واضحة لمفهوم المرونة، فعرفها بأنها عبارة عن النسبة المئوية للتغير في الكمية إلى النسبة المئوية للتغير في السعر¹.

المقصود بمرونة الطلب السعرية "درجة استجابة الكمية المطلوبة من السلعة للتغيرات التي تحدث في ثمن السلعة". فإذا أدى تغير ثمن السلعة بنسبة معينة إلى تغير بنسبة أكبر في الكمية المطلوبة منها يكون الطلب على تلك السلعة طلباً مرناً، وأما إذا تغير الثمن بنسبة معينة فأدى ذلك إلى تغير الكمية المطلوبة بنسبة أقل فيكون الطلب على السلعة طلباً غير مرناً، وأما إذا أدى تغير الثمن بنسبة معينة إلى تغير الكمية المطلوبة بنفس النسبة فيكون الطلب على السلعة طلباً متكافئاً المرونة. وتقاس مرونة الطلب السعرية كالاتي²:

$$\text{مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{نسبة التغير في الكمية}}{\text{نسبة التغير في السعر}}$$

$$\text{مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير في الكمية}}{\text{التغير في السعر}} \times \frac{\text{السعر الاصيلي}}{\text{الكمية الاصلية}}$$

$$e_d = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \times \frac{P}{Q_d}$$

وتكون إشارة معامل مرونة الطلب السعرية سالبة نظراً للعلاقة العكسية بين الثمن والكمية المطلوبة، حيث أن تغير الكمية المطلوبة يكون في عكس اتجاه التغير في الثمن. و يمكن معرفة درجة مرونة الطلب على السلعة، وهل هو طلب مرناً أم غير مرناً أم متكافئاً المرونة، بالنظر إلى القيمة العددية لمعامل مرونة الطلب، فإذا كان معامل المرونة أكبر من الواحد الصحيح يكون الطلب على السلعة مرناً، وإذا كان معامل المرونة أقل من الواحد الصحيح يكون الطلب على السلعة غير مرناً، وإذا كان معامل المرونة يساوي الواحد الصحيح يكون الطلب على السلعة متكافئاً المرونة.

¹ - ضياء مجيد الموسوي، النظرية الاقتصادية التحليل الاقتصادي الجزئي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص 57.

² - Robert Pindyck, Daniel Rubinfeld, *Microéconomie*, Pearson, 6^e édition, Paris, 2005, p 32.

(2) أهمية المرونة: الواقع أن فكرة المرونة من أكثر الموضوعات تطبيقاً في مجال السياسة الاقتصادية، وهي مهمة جدا في الدراسات التي يقوم بها قطاع الأعمال لتسويق منتجاتهم بالإعلان عن تخفيضات موسمية في الأسعار، فإذا كان الطلب على السلع مرناً فإن التخفيضات في الأسعار تؤدي إلى زيادة الإيراد الكلي. وفي مجال السياسة الاقتصادية، تستخدم المرونة في الدراسات الخاصة بآثار الضرائب والإعانات أو الرسوم الجمركية على الأفراد والمؤسسات، فعندما تقرر الدولة صرف إعانة لسلعة معينة فإن معرفة مرونة الطلب ومرونة العرض من تلك السلعة ضروري لتحديد الجهة التي تحصل على أكبر فائدة ممكنة من الإعانة، وكذلك الحال في السياسات الخاصة بالضرائب أو سياسات التسعير المختلفة.

(3) أنواع مرونة الطلب: يمكن تقسيم الطلب حسب قيمة المرونة السعرية لخمسة أقسام، هي طلب كامل المرونة، طلب مرن، طلب متكافئ المرونة، طلب غير مرن وطلب عديم المرونة¹:

أ- **الطلب كامل المرونة**: وهو الطلب الذي يستجيب استجابة كبيرة جدا للتغير في السعر، بحيث أن تغيراً طفيفاً في السعر يؤدي لتغير لا نهائي في الكمية المطلوبة، وتكون المرونة مساوية ما لا نهاية $E_p = \infty$.

يمثل الطلب كامل المرونة بمنحنى أفقي موازي للمحور السيني وذلك على النحو المبين في الشكل (A).

ب- **الطلب المرن**: هو الطلب الذي يستجيب استجابة كبيرة للتغير في السعر، بحيث تكون نسبة التغير في الكمية المطلوبة أكبر من نسبة التغير في السعر، وتكون المرونة محصورة بين الواحد وما لا نهاية $1 < E_p < \infty$.

يمثل الطلب المرن بمنحنى يكون أقرب للوضع الأفقي وذلك على النحو المبين في الشكل (B).

ج- **الطلب متكافئ المرونة**: هو الطلب الذي يستجيب استجابة معقولة للتغير في السعر، بحيث أن نسبة التغير في السعر تساوي نسبة التغير في الكمية المطلوبة، وتكون المرونة مساوية الواحد الصحيح $E_p = 1$.

يمكن تمثيل الطلب متكافئ المرونة بمنحنى يأخذ وضع وسط لا هو أقرب للوضع الأفقي ولا هو أقرب للوضع الرأسي وذلك على النحو المبين في الشكل (C).

د- **الطلب غير المرن**: هو الطلب الذي يستجيب استجابة محددة للتغير في السعر، بحيث تكون نسبة التغير في الكمية المطلوبة أقل من نسبة التغير في السعر وتكون المرونة محصورة بين الواحد والصفر $0 < E_p < 1$.

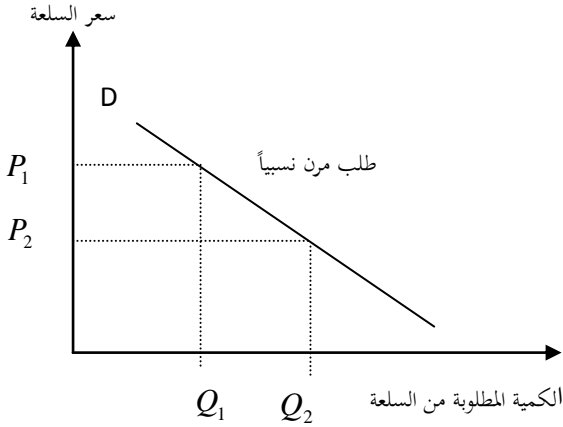
يمثل الطلب غير المرن بمنحنى يكون أقرب للوضع الرأسي وذلك على النحو المبين في الشكل (D).

هـ- **الطلب عديم المرونة**: هو الطلب الذي لا يستجيب إطلاقاً للتغير في السعر، بحيث أن المرونة تساوي صفر $E_p = 0$.

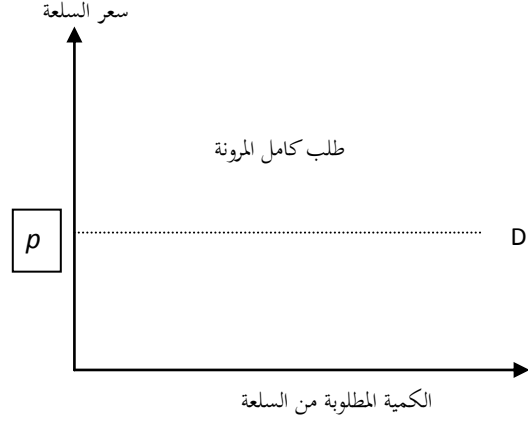
¹ - فليح حسن خلف، المدخل إلى الاقتصاد، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2015، ص 71-73

يمثل الطلب عدم المرونة بمنحنى رأسي موازي للمحور الصادي وذلك على النحو المبين في الشكل (E).

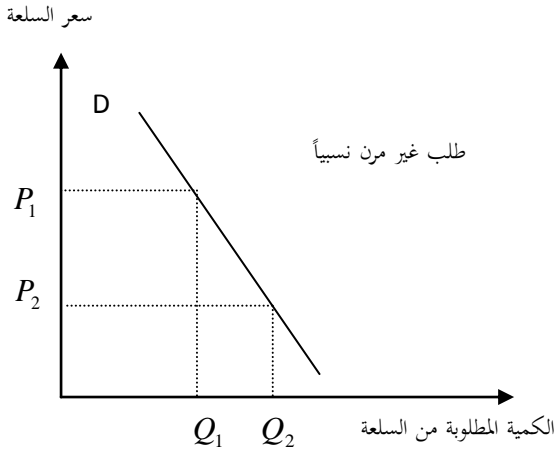
الشكل رقم (03): أنواع مرونة الطلب



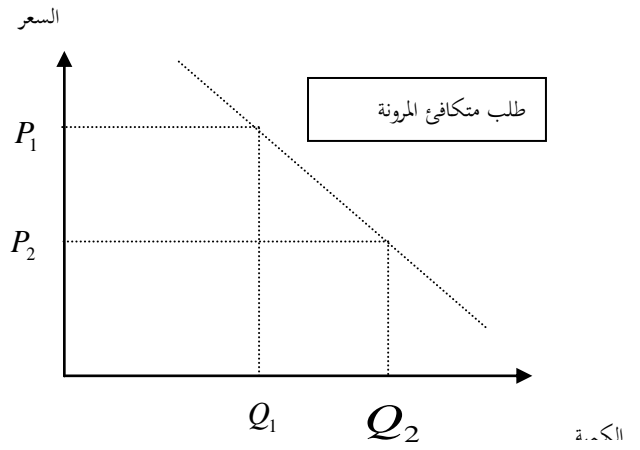
الشكل (B)



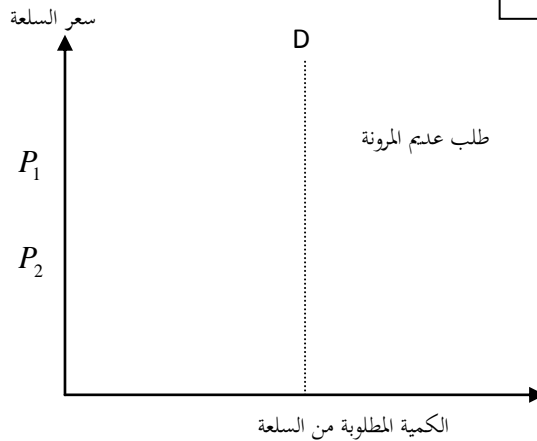
الشكل (A)



الشكل (D)



الشكل (C)



الشكل (E)

المصدر: فليح حسن خلف، المدخل إلى الاقتصاد، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2015، ص 74.

4) محددات مرونة الطلب السعرية: تتأثر المرونة بالعوامل الآتية¹:

- أ- وجود بدائل للسلعة:** كلما توفرت البدائل للسلعة تحقق الإشباع للمستهلكين، و كان الطلب عليها مرناً في حالة ارتفاع وانخفاض الأسعار، فعند ارتفاع الأسعار فإن المستهلكين يتجهون إلى السلع المنافسة والبديلة؛
- ب- حجم الإنفاق من دخل المستهلك:** أي نسبة ما ينفقه المستهلك من دخله، فكلما ارتفع نصيب السلعة من دخل الفرد كلما كان أكثر تحسناً من تغيرات سعرها، فالسلع مثل السيارات التي تمثل قيمتها نسبة كبيرة من دخل المستهلك يتوقع أن يكون الطلب عليها مرناً، أما السلع مثل الكبريت أو الملح التي تمثل قيمتها نسبة قليلة من دخل المستهلك فيتوقع أن يكون الطلب عليها غير مرناً؛
- ج- أهمية السلعة للمستهلك:** تقسم السلع إلى سلع ضرورية وأخرى كمالية، فتقل مرونة الطلب السعرية كلما زادت درجة أهمية السلعة، فالسلع المهمة والضرورية يكون الطلب عليها غير مرناً، لأن المستهلك لا يجد بديلاً عنها، بينما السلع الكمالية يكون الطلب عليها مرناً. ويعود ذلك إلى أن السلع الضرورية لا يستطيع المستهلك الاستغناء عنها حتى لو ارتفع سعرها، وبالتالي تظل الكمية المطلوبة ثابتة أو تنخفض قليلاً عن ارتفاع السعر؛
- د- الفترة الزمنية:** بصورة عامة، فإن مرونة الطلب على سلعة معينة في المدى الطويل يكون أعلى بكثير من مرونة الطلب في المدى القصير، نظراً لصعوبة التكيف في المدى القصير، خصوصاً بالنسبة لسلوك المستهلك، و لعدم توفر الزمن الكافي لخلق البدائل لهذه السلعة؛
- هـ- مرونة الطلب الدخلية:** درجة استجابة الكمية المطلوبة للتغير في دخل المستهلك مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

المطلب الثاني: العرض

العرض هو العنصر الثاني المؤثر في عملية تحديد الأسعار، وهو يتعلق باختيار المنتج. ويتحدد العرض بتأثير عاملين: أحدهما داخلي، يتعلق بسير العمل في المؤسسة، وهو عامل التكاليف؛ والثاني خارجي، يتحدد في السوق وهو عامل السعر.

أولاً- تعريف العرض

يعرف عرض السلعة على أنه الكمية من السلعة أو الخدمة التي ترغب المؤسسة في بيعها، ولها القدرة على تقديمها للبيع بالسعر السائد في سوق معينة خلال فترة زمنية معينة، و يتكون العرض الكلي من مجموع ما يعرضه كل منتج للسلعة عند كل مستوى من مستويات الثمن المحتمل أن يتحدد في السوق.

¹ - فائق جمعة العبيدي، الاقتصاد الإداري، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص ص 69-70.

ثانيا - محددات العرض

يتحدد العرض بعوامل أهمها¹:

(1) **أسعار عوامل الإنتاج:** إذا ارتفعت أسعار مدخلات الإنتاج المستخدمة لإنتاج سلعة ما، فهذا يؤدي إلى زيادة تكاليف الإنتاج وبالتالي يقلل من الإنتاج ثم العرض. وعلى العكس من ذلك إذا انخفضت أسعار مدخلات الإنتاج، فهذا سيؤدي إلى انخفاض تكاليف الإنتاج ويزيد الربح المتحقق من إنتاج هذه السلعة، وبالتالي يزيد عرض السلعة؛

(2) **هدف المؤسسة:** قد ترغب المؤسسة بالاحتفاظ بجزء من كمية الإنتاج لغرض الاستهلاك الذاتي مثل المزارعين، وهذا يؤثر في الكمية المعروضة في السوق ويؤثر على الأسعار، أما إذا كان هدف المؤسسة تعظيم الإيرادات يتوقع أن تعرض سلع أكثر من المؤسسة التي تنصرف إلى تعظيم الأرباح، لأن مستوى الإنتاج الذي يحقق أعلى إيراد ممكن أكثر من مستوى الإنتاج الذي يحقق أعلى ربح ممكن، إذن يختلف عرض السلعة باختلاف أهداف المؤسسة؛

(3) **أسعار السلع البديلة:** تتأثر الكميات المعروضة في السوق من منتج ما، بأسعار المنتجات البديلة وهي السلع المنافسة للسلعة في عملية الإنتاج، حيث توجد علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة من كل سلعة وأسعار السلع الأخرى؛

(4) **المدة الزمنية للإنتاج:** تتأثر الكمية المعروضة من منتج ما، بالمدة الزمنية اللازمة لإنتاجه، فهناك منتجات تتطلب مدة زمنية طويلة لإنتاجها، مثل الكثير من المنتجات الزراعية، وهناك منتجات يمكن إنتاجها باستمرار وفي مدة قصيرة؛

(5) **التنبؤ بالأسعار المستقبلية للمنتوج:** إذا توقع المنتج زيادة أسعار سلعة ما في المستقبل سيؤدي ذلك إلى زيادة الإنتاج من هذه السلعة وزيادة العروض منها، أما إذا كانت المؤشرات تشير إلى انخفاض في أسعار المنتوج فإن المؤسسات تعمل على تخفيض الكميات المعروضة؛.

(6) **الإعانات الحكومية:** نلاحظ أن الكمية المعروضة من كل سلعة من السلع تتأثر بسياسات الحكومة الاقتصادية، مثلاً يتأثر العرض بسياسات الضرائب، حيث أن الزيادة في معدلات الضرائب تقلل من الحافز للإنتاج وبالتالي تخفض العرض، كما أن تخفيض الضرائب يحفز على الإنتاج ويؤدي لزيادة الكميات المعروضة، هكذا الحال بالنسبة للسياسات الأخرى، بصفة يمكن القول بأن سياسات الحكومة القائمة على

¹ - يوسف أبو فارة، سياسات التسعير، مرجع سبق ذكره، ص 19.

تشجيع الإنتاج تؤدي لزيادة العرض، كما أن سياسات الحكومة القائمة على عدم تشجيع الإنتاج تخفض العرض؛

7) التكنولوجيا المستخدمة وكفاءة العمليات الإنتاجية: إذا حدث تطور في التقنية المستخدمة لإنتاج سلعة ما، فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة الإنتاج، وتقليل تكلفة الإنتاج الواحدة الواحدة فيزيد هامش الربح، ويشجع ذلك على زيادة إنتاج السلعة ثم زيادة العرض؛

8) سعر السلعة نفسها: كلما زاد سعر السلعة باعتبار ثبات تكاليف إنتاجها على حالها، كلما زادت الأرباح الناتجة عن عرض هذه السلعة، وبالتالي أدى ذلك إلى زيادة عرضها وعلى العكس من ذلك، انخفاض سعر السلعة يؤدي إلى انخفاض الأرباح المتحققة من إنتاج هذه السلعة، وذلك يقود إلى انخفاض عرضها، فالعلاقة بين سعر السلعة وعرضها علاقة طردية؛

9) العوامل المناخية: تتأثر السلع الزراعية إلى حد كبير بالأحوال المناخية، فإذا ما كانت الأحوال المناخية ملائمة لإنتاج سلعة ما، سيؤدي ذلك إلى زيادة الإنتاج ثم زيادة المعروض من هذه السلعة.

ثالثاً-جدول ومنحنى العرض

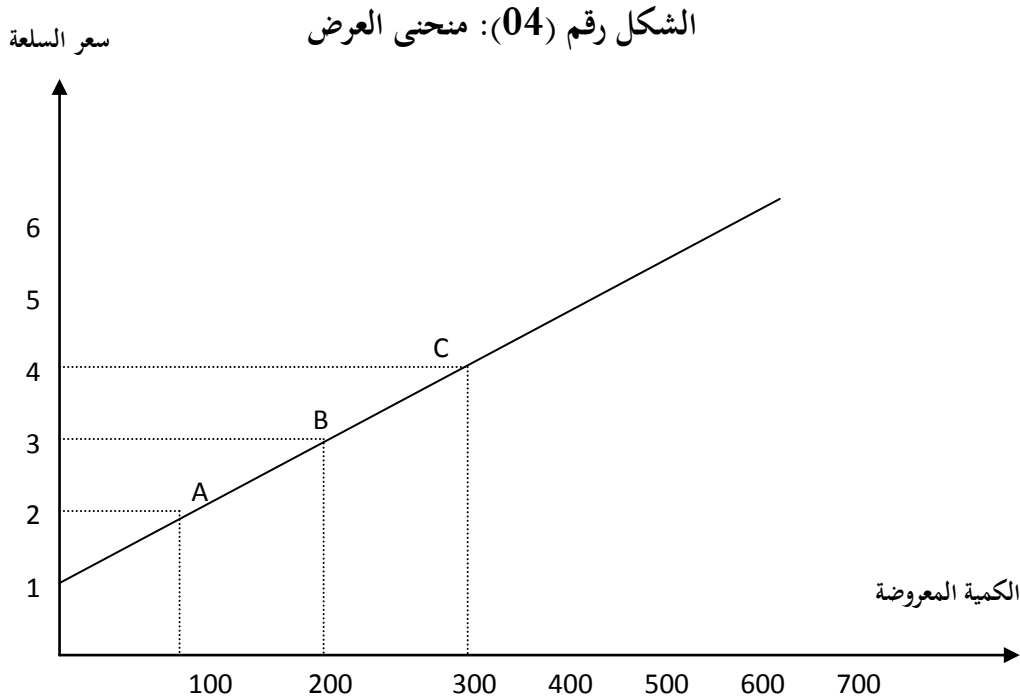
يعتبر سعر السلعة نفسها من أهم العوامل المؤثرة في العرض، لذلك نفترض فيما يلي أن كل العوامل المؤثرة في العرض ثابتة على حالها، والعامل الوحيد الذي يتغير هو سعر السلعة، هذه العلاقة يمكن ملاحظتها بالنسبة للسلعة X في الجدول الآتي، والذي يعرف بجدول العرض:

الجدول رقم (03): جدول العرض

سعر السلعة	الكمية المعروضة من السلعة
1	0
2	100
3	200
4	400
5	500
6	700

المصدر: كوثر شغراب، عبلة بخاري، مبادئ الاقتصاد الجزئي، مكتبة دار جدة، السعودية، 2005، ص 81

يمكن رسم العلاقة بين سعر السلعة والكمية المعروضة منها بيانيا في الشكل الآتي:



المصدر: كوثر شغراب، عبلة بخاري، مبادئ الاقتصاد الجزئي، مكتبة دار جدة، السعودية، 2005، ص 82

رابعا- مرونة العرض

مرونة العرض السعرية هي درجة استجابة الكمية المعروضة من السلعة للتغيرات التي تحدث في ثمنها (مع افتراض ثبات العوامل الأخرى على حالها).

ويمكن قياس مرونة العرض بالاعتماد على مرونة النقطة كالاتي:

$$\text{مرونة العرض} = \frac{\text{التغير في الكمية المعروضة}}{\text{التغير في السعر}} \times \frac{\text{السعر الاصلی}}{\text{الكمية الاصلیة المعروضة}}$$

وتكون إشارة معامل مرونة العرض موجبة، نظرا للعلاقة الطردية بين ثمن السلعة والكمية المعروضة منها، حيث تكون تغيرات الكمية المعروضة في نفس اتجاه التغيرات التي تحدث في الثمن.

وإذا كان معامل مرونة العرض أكبر من الواحد الصحيح يكون عرض السلعة مرنا، حيث تكون نسبة التغير في الكمية المعروضة أكبر من نسبة التغير في الثمن، وتكون استجابة الكمية المعروضة للتغير في الثمن كبيرة. أما إذا كان معامل مرونة العرض أقل من الواحد الصحيح يكون عرض السلعة غير مرن، حيث تكون نسبة التغير في الكمية المعروضة أقل من نسبة التغير في الثمن. وإذا كان معامل المرونة يساوي الواحد الصحيح فهذا يعني أن العرض

متكافئ المرونة، حيث يؤدي تغير ثمن السلعة بنسبة معينة إلى تغير الكمية المعروضة بنفس النسبة. وهناك حالتان استثنائيتان لمرونة العرض، وهما حالة العرض عديم المرونة وحالة العرض اللانهائي المرونة¹.

وتتوقف مرونة عرض السلعة على مدى قدرة المنتجين أو البائعين على تغيير الكمية المعروضة من السلعة بالزيادة (أو النقصان) عند حدوث تغير في ثمن السلعة بالزيادة (أو النقصان).

خامسا - العوامل المؤثرة على مرونة عرض السلعة

تعتمد مرونة العرض على قدرة البائعين على تخفيض الكمية التي يعرضونها إذا انخفض السعر، وقدرتهم على زيادتها إذا ارتفع السعر، وتلك القدرة أو الرغبة في تغيير الكمية المعروضة استجابة لتغيرات الأسعار تتأثر بعدة عوامل أهمها²:

1) **تكلفة التخزين:** فالسلع سريعة التلف من الصعب تخزينها لمدة طويلة، ما يجعل مرونة عرضها منخفضة. ومن

الأمثلة على ذلك السلع الزراعية والغذائية مثل الطماطم والفواكه بأنواعها والألبان؛

2) **طبيعة العملية الإنتاجية:** إذا كان بالإمكان تغيير العملية الإنتاجية بسهولة لإنتاج سلعة بديلة، فإن العرض

لهذه السلعة يكون أكثر مرونة. إذا انخفضت أسعار القمح مثلا، فإنه من السهولة نسبيا تحويل الإنتاج إلى

الشعير، مما يجعل العرض من القمح أكثر مرونة لوجود بديل الإنتاج المتمثل في الشعير؛

3) **طول المدة الزمنية أو قصرها:** إذا ارتفعت الإيجارات في إحدى السنوات، فإننا لا نتوقع زيادة كبيرة في عدد

البيوت والشقق، مما يجعل العرض في الزمن القصير (سنة مثلا) غير مرن، ولكن مع مرور المدة يزداد العرض

من المنازل، مما يجعل العرض أكثر مرونة؛

4) **التوقعات الخاصة بمستقبل الأسعار:** إذا ارتفعت أسعار إحدى السلع فإن العرض منها لن يزداد تلقائيا،

لأن المنتجين يمكن ألا يقوموا بزيادة الكمية التي يعرضونها إلا إذا توقعوا أن الأسعار ستبقى مرتفعة. أما إذا

كانت توقعاتهم مبنية على أساس أن الارتفاع في الأسعار مؤقت، فمن الأرجح أنهم لن يقوموا بزيادة الطاقة

الإنتاجية، وتحمل تكاليف لا يستطيعون تغطيتها في المستقبل، لذلك فإذا كانت التوقعات توحى بأن

الارتفاع في الأسعار سيستمر، فإن العرض سيكون أكثر مرونة عما إذا كانت التوقعات مبنية على احتمال

انخفاض مستقبلي في الأسعار. ويوضح الجدول رقم (04) الأنواع المختلفة لمرونة العرض السعري.

¹ - عبد الوهاب أمين، فريد بشير، الاقتصاد الجزائري، مركز المعرفة للاستشارات والخدمات التعليمية، المامة، 2005، ص 129-130.

² - John Sloman, Principes d'économie, Pearson Education, 6^{ème} Edition, Paris, 2008, p 74.

الجدول رقم (04): الأنواع المختلفة لمرونة العرض السعرية

معامل المرونة	التغير النسبي	نوع المرونة
$E_s > 1$	$\% \Delta Q_s > \% \Delta P$	عرض مرن
$E_s < 1$	$\% \Delta Q_s < \% \Delta P$	عرض غير مرن
$E_s = 1$	$\% \Delta Q_s = \% \Delta P$	عرض أحادي المرونة
$E_s = 0$	الكمية المعروضة لا تستجيب للتغير في السعر	عرض عديم المرونة
$E_s = \infty$	الكمية المعروضة تستجيب بشكل هائل للتغير في السعر	عرض لا نهائي المرونة

المصدر: كامل علاوي الفتلاوي، حسين لطيف الزبيدي، الاقتصاد الجزئي النظريات والسياسات، دار المناهج، عمان، 2010، ص 115

المطلب الثالث: محددات أخرى للسعر

كما نجد عوامل أخرى تدخل في تحديد السعر وهي¹:

أولاً- الأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها

تستهدف المؤسسات تحقيق أقصى ربح ممكن من إنتاجها، فهي تجعل السعر محددًا بهذا الهدف، بحيث تقوم بتحديد سعر أعلى لإنتاجها في حالة انخفاض درجة مرونة الطلب وبالشكل الذي يحقق لها أكبر ربح ممكن، في حين أن ارتفاع درجة مرونة الطلب على إنتاجها يجعلها لا تتجه إلى رفع أسعار منتجاتها، بل قد تقوم بتخفيض هذا السعر من أجل زيادة مبيعاتها، ومن ثم تحقيق هدفها الأساسي المتمثل بتحقيق أقصى ربح ممكن، وهو الأمر الذي يتم إتباعه في حالة زيادة المبيعات، والحصة السوقية، وهو ما يعني أن أهداف المؤسسة، هي العامل المهم في تحديد السياسة السعرية التي تقوم المؤسسات باتخاذها، وبما يسهم في تحقيق أهدافها؛

ثانياً- درجة تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي

الإجراءات التي تتخذها الدولة بقيامها بصورة مباشرة بتحديد الأسعار للسلع والخدمات عموماً، أو لسلع وخدمات معينة، يعني انتفاء قدرة المؤسسات على اتخاذ سياسة سعرية بخصوص إنتاجها، نتيجة للدور التدخلية المباشر للدولة بتحديد الأسعار في مثل هذه الحالة أو الحالات التي يتم فيها هذا التدخل، كما أن الدولة يمكن أن تمارس دوراً مهماً في التأثير على أسعار السلع والخدمات التي تنتجها المؤسسات بصورة غير مباشرة، من خلال السياسات الاقتصادية التي تتخذها، إذ أن رفع الضرائب في إطار السياسة المالية يؤدي إلى الإسهام في رفع الأسعار والعكس صحيح، كما أن توفير التمويل للمؤسسات بأسعار فائدة منخفضة من خلال السياسة النقدية يسهم في

¹ - فليح حسن خلف، مرجع سبق ذكره، ص 61-62.

خفض تكاليف قيام المؤسسات بأعمالها ونشاطاتها، ومن ثم انخفاض أسعار تكاليف إنتاجها، في حين أن رفع أسعار الفائدة يزيد من ارتفاع تكاليف قيام المؤسسات بأعمالها ونشاطاتها، ومن ثم يرفع أسعار إنتاجها، كما أن زيادة الاستيراد في إطار السياسة التجارية يمكن أن يؤدي إلى زيادة عرض السلعة المنتجة محليا وانخفاض أسعارها، ويحصل العكس في حالة تخفيض الاستيراد، وهذا ينطبق كذلك على سياسة التصدير في إطار السياسة التجارية هذه، وينطبق على السياسات الاقتصادية الأخرى ذات الصلة بأسعار عوامل الإنتاج؛

ثالثا- حالة ووضع النشاط الاقتصادي

والتي تمثل البيئة الاقتصادية التي تؤدي المؤسسات أعمالها ونشاطاتها فيها، فهي تؤثر على الأسعار والسياسة السعرية التي يمكن للمؤسسات اتخاذها، وذلك بحكم ارتباطها بالوضع الاقتصادي، حيث عندما يتسم الوضع الاقتصادي وحالات النشاطات الاقتصادية بالانتعاش والرواج، فإن السياسة السعرية يمكن أن تتضمن العمل على رفع الأسعار، في حين إذا كانت الحالة السائدة للاقتصاد ووضعه ونشاطاته تتسم بالانكماش والركود، لا يمكن لسياسة السعرية أن تتضمن العمل على رفع الأسعار؛

رابعا- النشاط التسويقي

طبيعة النشاطات التسويقية التي تمارسها المؤسسات والمتضمنة للدعاية والإعلان، والتغليف والتعبئة، وخدمات ما بعد البيع وغيرها من جهود البيع ونشاطات التسويق، والتي يمكن أن تقود إلى توفير إمكانية اتباع سياسة سعرية تتضمن رفع السعر في حالة القيام بنشاطات تسويقية مناسبة لتحقيق ذلك، أما إذا كانت النشاطات التسويقية غير مناسبة يمكن أن يؤدي إلى حصول العكس، أي تحقيق انخفاض في السعر دون ارتفاعه، ويرتبط بذلك نظام منافذ التوزيع، ورجال البيع في إطار النشاطات التسويقية التي تقوم بها المؤسسات، إضافة إلى الموقع الجغرافي للمؤسسة بالنسبة للأسواق، سواء أسواق مستلزمات الإنتاج، أو أسواق تصريف الإنتاج فهو يساهم في تحقيق ونجاح السياسة السعرية ويوفر إمكانية لرفع الأسعار؛

خامسا- العوامل الأخرى ذات الطبيعة الاجتماعية والاقتصادية

تؤدي التغيرات الحادة السريعة في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية إلى تغيرات واضحة وسريعة في أوضاع السوق، أي في حالة العرض والطلب، وبما يحقق معه عدم استقرار السوق، وبالتالي عدم إمكانية تحقق السياسة السعرية التي تتخذها المؤسسة، ويحصل العكس عندما تتوفر عوامل اقتصادية واجتماعية وسياسية منتظمة ومستقرة نسبيا، حيث تنتفي معها حصول تغيرات حادة وسريعة في العرض والطلب، وتؤدي إلى استقرار السوق وانتظامه، وهو الأمر الذي يوفر إمكانية لتحقيق نجاح أكبر للسياسة السعرية التي تتبعها المؤسسات، كما أن طبيعة التقاليد والقيم

والعادات السائدة في المجتمع تؤثر على السياسة السعرية، حيث أن وجود أنماط استهلاكية تتضمن الميل لتوسع في الاستهلاك وبالشكل الذي يقود إلى زيادة الطلب، ورفع السعر، وهو ما يمكن أن يسهم في ضمان نجاح السياسة السعرية التي تستهدف تحقيق مثل هذا الرفع للسعر، في حين أن عدم وجود مثل هذه الأنماط الاستهلاكية، وذلك بوجود أنماط استهلاكية تتضمن العقلانية والرشد في السلوك الاستهلاكي، كما يتم افتراض ذلك في النظرية الاقتصادية، فإن النتيجة التي تنجم عن وجود مثل هذا السلوك عدم التوسع في الاستهلاك، وبالتالي عدم تحقق زيادة في الطلب غير مبرر اقتصاديا نتيجة لذلك، وهو ما يؤدي إلى عدم توفر الإمكانية لنجاح السياسة السعرية التي تتضمن رفع الأسعار، إضافة إلى ذلك نجد التركيبة السكانية حسب العمر، والجنس، والبيئة، وحركة السكان بين مناطق الدولة، ومنها وإليها، وحجم الدخل الوطني، وتوزيعه بين فئات المجتمع وأفراده، والدخل الفردي، كلها عوامل مهمة في تأثيرها على السعر الذي يمكن أن تتضمن السياسة السعرية تحديده، أو التأثير عليه.

المبحث الرابع: طرق وسياسات تحديد السعر

تختلف السياسة السعرية في تحديد أفضل الأسعار لمنتجات المؤسسة باختلاف الهدف من التسعير والذي يرتبط بدوره بالأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها، ومن هنا تنوعت السياسة السعرية في مجال البحث وتحديد أفضل الأسعار لمنتجات المؤسسة حسب الهدف من عملية التسعير لتحديد الأسعار وظروف وأوضاع المؤسسات وفيما يلي أهم أشكال السياسة السعرية:

المطلب الأول: السياسة السعرية في حالة تعظيم الربح باستخدام التحليل الحدي

حيث تتجه السياسة السعرية إلى الأسلوب الحدي في تحديد السعر الذي يحدد أقصى ربح (ويستخدم في ذلك الأساليب الرياضية والأشكال البيانية)، حيث نجد¹:

1) أن المسألة في سوق المنافسة الكاملة لا تحتاج إلى تحديد التكلفة الحدية (مع الاتجاه إلى الترشيد وتخفيض التكاليف كلما أمكن)، والتي تتساوى مع الإيراد الحدي والأخير يساوي سعر آخر وحدة مباعه ويساوي أيضا التكاليف المتوسطة؛

2) يستخدم هذا الأسلوب أيضا في حالات المنافسة الاحتكارية حيث:

سعر المنتج = التكلفة الحدية = الإيراد الحدي (لتحقيق أقصى ربح ممكن)؛

3) يستخدم في حالة الاحتكار حيث يكون سعر المنتج = سعر التكلفة الحدية، وكذلك الإيراد الحدي (لتحقيق أقصى ربح ممكن).

ومن الضروري الإشارة إلى أن هناك جدلا حول مبدأ تحقيق أقصى ربح ممكن عند رسم السياسة السعرية.. هل يتم تحقيقه في الأجل القصير - وهناك من يفضل ذلك- أم يتم تحقيقه في الأجل الطويل فقط- وهذا ما تتجه إليه المؤسسات الكبيرة بعد انفصال الملكية عن الإدارة؟ وانتهت الآراء إلى أنه في المؤسسات الكبيرة يمكن تحقيق أقصى ربح عملي ممكن في الأجل الطويل، والذي يسمح بتحقيق ربحية معينة، مع تحقيق أهداف أخرى مثل تعظيم المبيعات وغيرها...

في كل الأحوال، تؤدي دراسة مرونة الطلب وخاصة السعرية دورا هاما في هذا المجال، وتتجه المؤسسات التي تكون في مركز احتكاري إلى تطبيق الأسلوب الحدي في رسم السياسة السعرية، لمعرفة الربحية القصوى الممكنة في ظل تعظيم الطلب (المبيعات)، أو اتباع سياسة التمييز السعري الاحتكاري.

¹ - عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية (تحليل جزئي)، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2003، ص 120.

وتجدر الإشارة إلى أن الأسلوب الحدي (رغم أنه من الأساليب النظرية) يحظى بالتطبيق من جانب بعض المؤسسات الناجحة، ويرجع ذلك لإمكاناتها الكبيرة في توفير بيانات دقيقة وسليمة، ونظام تكاليف سليم، ونظام محاسبي كفء، وعلى العكس من ذلك عزفت عنه وأهملته معظم المؤسسات الأخرى، لعدم توافر تلك الإمكانيات وخاصة المؤسسات الموجودة في الدول النامية.

وستتناول كل ما سبق بشيء من التفصيل في المبحث الخامس.

المطلب الثاني: السياسة السعرية وتحقيق عائد معين على رأس المال المستثمر

استخدمت هذه السياسة السعرية من طرف المؤسسات التي كانت تسعى لتحقيق عائد معين، وخاصة في الأجل الطويل، ويمكن أن يكون هامش الربح المطلوب تحقيقه على النحو التالي¹:

$$ه ح = 100 \times \left(\frac{م}{ت ج} \times د \right)$$

حيث أن:

ه ح = هامش الربح المراد تحقيقه؛

د = النسبة المئوية للعائد المطلوب تحقيقه على رأس المال المستثمر؛

م = رأس المال المستثمر؛

ت ج = مقدار التكاليف الإجمالية للإنتاج.

ويصبح

$$ه ح = \left(\frac{ت ج}{ج} \right) \times \left(\frac{م}{ت ج} \times د \right)$$

حيث أن:

ع = سعر البيع للمنتج؛

ج = حجم الإنتاج؛

ه ح = العائد المطلوب تحقيقه على رأس المال المستثمر.

¹ - عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 121.

المطلب الثالث: السياسة السعرية وتغطية التكاليف

هذا الأسلوب من أكثر الأساليب شيوعاً في الحياة العملية، ويسمى أحياناً بأسلوب تحليل التكاليف، حيث يتم تغطية كافة تكاليف الإنتاج مع إضافة هامش للربح، يمثل العائد العادل على رأس المال المستثمر في الإنتاج، وفي هذه الحالة تأخذ كافة التكاليف الثابتة والمتغيرة في الحسبان. وقد ذهب بعض الاقتصاديين إلى الاتجاه نحو الأخذ بأفضلية تحديد السعر على أساس التكلفة المتوسطة للوحدة، كما هو واضح من المعادلة، على أن أساس تحديد سعر البيع على أساس التكاليف الكلية يعني تحقيق فائض كبير للمؤسسات التي تعمل بكفاءة أقل، نظراً لانخفاض سعر البيع في هذه الحالة عن التكاليف الإنتاجية، أما في اتباع أسلوب التكلفة المتوسطة، ففيه ما يمكن بواسطته تحديد أسعار السلع التي تعمل في نشاط مماثل مع العمل على رفع إنتاجية المؤسسات. وفي ما يلي شرح لأهم الطرق المستخدمة¹:

أولاً- طريقة نسبة الإضافة

تعتبر هذه الطريقة من أبسط أساليب التسعير وأكثرها استخداماً، ويطلق عليها مدخل التكلفة زائد، وتقوم هذه الطريقة على أساس إضافة نسبة من الربح على تكلفة السلعة، للوصول إلى تحديد سعر البيع.

$$\text{السعر} = \text{التكاليف الكلية} + \text{نسبة إضافة}$$

وقد تحدد نسبة الإضافة كهامش ربح بنسبة مئوية من التكاليف، أو كنسبة تحقق عائد على الاستثمار، وتعتبر هذه الطريقة من الأساليب المناسبة لكثير من المؤسسات الصناعية والخدمية، ومتاجر الجملة والتجزئة، لأنها تقوم بتغطية تكاليفها و تضمن البقاء في السوق؛

ثانياً- طريقة متوسط التكلفة

هذه التقنية الأكثر بساطة والمطبقة لعدد كبير من المؤسسات، بحيث يتم الأخذ في عين الاعتبار جميع التكاليف مهما يكن نوعها، وقسمتها على عدد الوحدات المنتجة للحصول على سعر المنتج.

$$\text{السعر} = \frac{\text{مجموع التكاليف} + \text{الربح المحدد}}{\text{عدد الوحدات المباعة}}$$

ثالثاً- تحديد السعر عن طريق التكلفة الحدية

يعد التحليل الحدي أحد الأساليب التي يمكن بواسطتها توضيح العلاقة بين الطلب والتكلفة والأرباح، والذي يمكن عن طريقه تحديد السعر، ويقصد بالوحدة الحدية الوحدة الإضافية من الإنتاج والمبيعات، وفي هذا

¹ - عمر زريق، مرجع سبق ذكره، ص 27-30.

المدخل فإن المؤسسة تحاول بيع وحدة إضافية من السلعة في مقابل التكلفة الإضافية التي تتحملها لإنتاج هذه الوحدة، وفي ظل هذا المدخل من التسعير فإن المؤسسة لا تغطي كافة التكاليف، وإنما التكاليف التي تدخل في إنتاج السلعة فقط، وهي التكاليف المتغيرة، وتستخدم هذه الطريقة في أوقات معينة؛ حيث تسعى المؤسسة إلى البقاء في السوق أو مواجهة المنافسة لفترة زمنية معينة، على أمل أن تتحسن الظروف مستقبلاً، وتستطيع تحديد السعر الذي يغطي كل أنواع التكاليف، بطريقة تحديد السعر على أساس التكلفة الحدية تؤدي إلى تحقيق الفصل بين هدف تحقيق الإيرادات وتحسين الموارد؛

رابعاً- أسلوب التسعير على أساس تحليل نقطة التعادل

يعتمد أسلوب تحليل التعادل على حساب كل التكاليف الكلية والإيرادات الكلية، لمعرفة الحجم الذي يمكن المؤسسة من أن تغطي عنده تكاليفها، أي الحجم الذي تتعادل فيه الإيرادات مع التكاليف الكلية عنده لا تحقق المؤسسة أي أرباح أو تتحمل خسائر، وقد يستخدم هذا التحليل أيضاً لتحديد الأسعار المناسبة التي تعطي أقصى أرباح ممكنة.

$$\text{نقطة التعادل} = \frac{\text{التكاليف الثابتة} + \text{الربح المستهدف}}{\text{سعر البيع} - \text{التكاليف المتغيرة للوحدة}}$$

المطلب الرابع : سياسات أخرى لتحديد السعر

بالإضافة إلى وجود سياسات أخرى في تحديد الأسعار تتمثل في¹:

أولاً- السياسة السعرية والأخذ بمعدلات الأسعار السائدة

حيث تتخذ السياسة السعرية من الأسعار المعلنة للمنتجات المثلثة بواسطة المؤسسات الكبيرة أو السائدة في السوق أساساً للتسعير، وبالطبع هذه الطريقة تكون أكثر نجاحاً في حالة وجود السعر القائد، حيث تؤخذ به ويعني المؤسسة من الدخول في حرب الأسعار، كما يحدث في احتكار القلة، ومشكلة هذا الأسلوب هو صعوبة اختيار الوقت المناسب للتطبيق؛

ثانياً- السياسة السعرية والتمييز السعري

تتجه السياسة السعرية هنا إلى تحديد أكثر من سعر للمنتج الواحد، وفقاً لدرجة جودة السلعة أو تفاوت بعض المميزات المقدمة للعملاء، عند شراء أنواع مختلفة من السلع، أو الاستفادة من بعض الخدمات، ويستخدمها المنتج

¹ - عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 123-125.

المحتكر أحيانا لتجزئة السوق التي تباع فيها السلعة، وينتشر التمييز سعري في الحياة العملية في العديد من المجالات، مثل أسعار تذاكر السينما والطائرات والسكك الحديدية. نلاحظ ذلك أيضا في بعض المنتجات الاستهلاكية. والهدف من اتباع سياسة التمييز السعري، هو إرضاء الأذواق والرغبات المختلفة، ومراعاة مستوى الدخل بالنسبة لمختلف فئات المستهلكين، ناهيك عن محاولة تثبيت أقدام المؤسسة في السوق أو تجزئة السوق، لكسب المزيد من العملاء والمستهلكين، بالإضافة إلى تعويض السلعة الراجحة للخسائر الناجمة عن بعض السلع الأخرى أو انخفاض معدلات الأرباح منها؛

ثالثا- السياسة السعريّة لسلع التصدير

من الطبيعي أن نجد أسعار المنتجات المصدرة تتحدد على أساس تكاليف الإنتاج، وحسب المكون الأجنبي والمحلي المستخدم في إنتاجها، مع الأخذ في الاعتبار الأسعار العالمية، وقلما نجد السلعة تصدر بأقل من تكلفتها، لأنها تخفض من قيمة العملة، ومع تطبيق الجات سنتتهي مثل هذه الاتجاهات، حيث سيطبق عليها ما يعرف بسياسة الإغراق التي تحاربها الجات ومنظمة التجارة العالمية، لذلك يفضل دراسة تكلفة المكون الأجنبي وتكلفة المكون المحلي، وتحديد الأسعار التي تؤدي إلى تحقيق إضافة جوهرية لموارد الدولة من النقد الأجنبي، لزيادة قيمة العملة الوطنية في مواجهة العملات الأخرى، مع الأخذ في الاعتبار الأسعار العالمية.

المبحث الخامس: السياسة السعرية وربحية المؤسسة في الأسواق

إن تحديد معالم واتجاهات السياسة السعرية في المؤسسة والوصول إلى أسعار البيع المناسبة، تعتبر من أهم القرارات على مستوى المؤسسة، لما لذلك من تأثير بالغ على الإيراد الكلي والتكلفة الكلية، ومن ثم على ربحية المؤسسة. ونجد أن تحديد أسعار المنتجات، وتحديد كميات الإنتاج والأرباح تعتمد على هيكل السوق الذي تمارس فيه المؤسسة نشاطها، وقد حدد الاقتصاديون أربعة أنواع أساسية للأسواق، وتواجه كل مؤسسة في كل نوع من هذه الأسواق تحديات مختلفة فيما يتعلق بقرار التسعير.

المطلب الأول: السياسة السعرية في المؤسسة

أولاً- تعريف السياسة السعرية وأهدافها

يمكن تعريف السياسة السعرية للمؤسسة على أنها "مجموعة القواعد والأساليب والإجراءات والتدابير، التي تعمل على تحديد السعر المناسب لمنتجات المؤسسة، الذي يكفي تحقيق الأهداف الموضوعية، وذلك خلال فترة زمنية معينة"¹.

يتضح من ذلك، أنه في ضوء اتجاهات السياسة السعرية للمؤسسة، فإن قرارات التسعير للمنتجات تكفل تحقيق الأهداف التسويقية، ولذلك يمكن أن نجد علاقة وطيدة بين السياسة السعرية والسياسة التسويقية، وسياسة الإنتاج وحجم الإنتاج ونوعيته ومواصفاته والأرباح والتكاليف، ويتركز هدف السياسة السعرية في الوصول إلى السعر المناسب الذي يحقق أهداف المؤسسة، سواء هدف تحقيق أقصى ربح ممكن أو أي أهداف أخرى.

والسعر المناسب هو الذي لا يكون مرتفعاً لدرجة قد تؤدي إلى انخفاض الطلب (المبيعات)، بحيث لا تجد المؤسسة مشترين لما تعرضه من إنتاج، وقد يترتب على ذلك عدم الاستغلال الكامل للطاقة الإنتاجية، وبالتالي ترتفع تكاليف الإنتاج بسبب وجود طاقة إنتاجية عاطلة متزايدة، وليس السعر المناسب هو السعر المنخفض للغاية للدرجة التي لا يستطيع معها المؤسسة تغطية تكاليفها.

ثانياً- أهمية السياسة السعرية وتحديد الأسعار

تنبع أهمية السياسة السعرية وتحديد أسعار المنتجات في المؤسسات من خلال ما يلي²:

1) تمثل السياسة السعرية واحدة من أهم الأنشطة الاقتصادية، لأنها تحدد وجود المؤسسة واستمرارها في السوق من عدمه، وأنها تؤدي دوراً فعالاً في نجاح أو فشل المؤسسة، حيث أن السعر يعتبر هو العنصر الوحيد الذي

¹ - عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 106.

² - فائق جمعة العبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 184.

يمثل إيرادا للمؤسسة، وأن جميع الأنشطة الأخرى تمثل مجموع التكاليف الكلية، وبما أن الهدف الأساسي للمؤسسة هو تحقيق الأرباح المناسبة من خلال تغطية التكاليف الكلية، لذلك فإن تحديد السعر بشكل دقيق، ووضع سياسة سعرية مدروسة لها الأهمية الكبيرة في ضمان استمرار وبقاء المؤسسة؛

(2) لا بد من معرفة أهمية السياسة السعرية أيضا، من خلال كثرة الصعوبات التي يمكن أن تواجهها المؤسسات عندما ترغب في أن تحدد سعرا معيناً لمنتجاتها، وذلك بسبب وجود العديد من العوامل، سواء كانت داخلية أو خارجية، وبالتالي تدفع هذه الصعوبات المؤسسة لدراسة العوامل المختلفة دراسة دقيقة ومعقدة، لاسيما الأسعار التي تعتمدها المؤسسات المنافسة في السوق، وتحليلها بالشكل الذي يؤدي إلى اتخاذ القرار المناسب والصحيح في تحديد السعر، الذي يلقي قبولا ويضمن استمرار وزيادة المبيعات وإيجاد موقع تنافسي في السوق؛

(3) من خلال ما جاء في النقطتين أعلاه، فإن ذلك يبين لنا مدى خطورة السياسة التسعيرية وأهميتها، حيث أن تحديد أسعار غير مناسبة سواء كانت مرتفعة أو منخفضة قد يؤدي إلى الفشل والخروج المبكر من السوق، بسبب تعرضه إلى أخطاء السياسة السعرية، حيث أن تحديد أسعار منخفضة بشكل لا يتناسب مع أسعار السلع التنافسية في السوق، قد يعث رسالة خاطئة إلى المستهلك، مما يفقده الثقة بجودة السلعة ويدفعه إلى التوجه نحو شراء السلع المماثلة (البديلة)، وهذا ما يؤدي في نهاية المطاف إلى خسائر كبيرة قد لا تستطيع المؤسسة تحملها، وبالتالي خروجها من السوق، وكذلك ففي حالة تحديد أسعار مرتفعة نسبة للأسعار التنافسية للسلع المماثلة، فإن ذلك قد يؤدي إلى انخفاض في الكمية المطلوبة من قبل المستهلكين، أي انخفاض في حجم المبيعات، وبالتالي سيكون له تأثير سلبي على إيرادات المشروع؛

(4) أن أهمية تحديد السعر واتباع سياسة سعرية مناسبة ومعتدلة ستعود بالفائدة الكبيرة على المؤسسة، من خلال ضمان بقائها في السوق، والذي تستطيع تحقيقه عن طريق السمعة الجيدة التي تكتسبها بفعل سياستها التسعيرية المتوازنة، والتي تأتي عن طريق بذل الجهود والدراسة الشاملة لكل المتغيرات والمؤثرات.

المطلب الثاني : التسعير في سوق المنافسة الكاملة

أولاً- مفهوم وخصائص سوق المنافسة الكاملة

يشترط لقيام سوق المنافسة الكاملة توافر الشروط الآتية¹:

¹ - يعقوب علي جانقي، محمد الجاك أحمد، مبادئ الاقتصاد، منشورات مدرسة العلوم الإدارية، الخرطوم، 2009، ص 170.

1) **تعدد البائعين والمشتريين:** يلزم لكي نكون في ظل المنافسة الكاملة أن يتعدد كل من البائعين (المنتجين) والمشتريين (المستهلكين)، بحيث لا يستطيع أي واحد منهم لو انسحب من السوق أو دخل إليه بعد أن كان غائبا، أن يؤثر في السعر السائد في السوق. في ظل المنافسة الكاملة يعتبر الباعة ملتقى أسعار، فلا يمكن لأي منهم بمفرده أن يؤثر في السعر، لأن حجم البائع الواحد أو المشتري الوحيد صغير جدا مقارنة بحجم السوق؛

2) **تجانس السلع:** يشترط أن تكون السلعة التي يجري التعامل عليها في السوق متجانسة، بحيث يعتبر مستهلك كل وحدة منها متساوية تماما مع أية وحدة أخرى منها من ناحية الإشباع الذي تحققه له. وبعبارة أخرى يجب أن تكون الوحدات من السلعة الواحدة متماثلة من وجهة نظر المستهلك، بحيث لا يكون هناك سبب يدعو أن يفضل وحدات من السلعة يقوم بإنتاجها منتج معين، أو تعمل علامة معينة فالتجانس هنا يعني التشابه والتطابق في كل شيء، فالسلع المتجانسة هي السلع المتشابهة في كل مواصفاتها وخصائصها؛

3) **حرية الدخول والخروج من السوق:** الحرية هنا لا تعني فقط حرية المشتري والكمية التي يريدتها، وإنما تعني أيضا حرية البائع في أن يبيع أو لا يبيع. وكذلك حرية المنتجين في أن يدخلوا ميدان الإنتاج لهذه السلعة، وفي أن يخرجوا من هذا الميدان وقت ما يشاؤون، وبعبارة أخرى يتعين أن يكون باستطاعة المؤسسات التي تتنافس في إنتاج السلعة، أن لا تعارض دخول مؤسسة جديدة إلى ميدان إنتاج السلعة، وأن هذا الأخير يستطيع أن يحصل في يسر وسهولة على عناصر الإنتاج اللازمة لإنتاج السلعة. هذا الشرط ضروري لتوفر السلعة بالقدر الكافي في كل الأحوال، لأن الشرط يسمح للمؤسسات صاحبة الإنتاج الفائض بالانسحاب من ميدان الإنتاج وقت ما شاءت، كما يسمح بدخول مؤسسات جديدة للصناعة التي تعاني من نقص؛

4) **العلم الكامل بظروف السوق:** ويقصد بها أن تتوفر لدى البائع والمشتري معلومات كافية عن الأسعار التي تعرض بها السلع للبيع أو تطلب عندها للشراء. تتمثل أهمية هذا الشرط في منع استغلال الباعة للمشتريين، كما يساهم في المحافظة على التوازن في سوق السلع في كل الأوقات، حيث أن المعلومات الكافية تمكن من الحركة بين الصناعات المختلفة؛

5) **حرية انتقال عناصر الإنتاج بين فروع الإنتاج المختلفة:** ويقصد بهذا الشرط ألا تكون هنالك عوائق أو حواجز قانونية أو فعلية، تمنع عناصر الإنتاج المختلفة من أن تنتقل إلى ذلك الفرع الذي ينتج السلعة، إذا كان هناك اتجاه للتوسع في إنتاجها، أو أن تنتقل من الفرع الذي ينتج السلعة إذا كانت ظروف السوق تتطلب خفض الإنتاج؛

6) ألا يؤدي انتقال السلعة من مكان لآخر داخل السوق إلى تحمل البائع أو المشتري تكاليف إضافية تضاف إلى سعر السلعة: يقصد بهذا الشرط أن السعر متساوي في السوق الواحد، وبالتالي إذا قام أحد الباعة بترحيل سلعة من مكان إلى آخر لا تؤدي عملية الترحيل هذه لزيادة سعر السلعة، حتى ولو أدت عملية النقل هذه لزيادة التكاليف فسيتحملها صاحب السلعة ولا يحملها للمشتري. كما أن من خصائص هذا السوق¹:

7) تعظيم الربح: كل المؤسسات العارضة في سوق المنافسة الكاملة تهدف إلى تعظيم أرباحها، وليس لها أهداف أخرى يمكن الإشارة إليها؛

8) عدم وجود تدخل حكومي: لا يوجد أي نوع من التدخل الحكومي في هذه الأسواق، من خلال فرض ضرائب أو تقديم إعانات لبعض المؤسسات العارضة دون الأخرى، هذه الخاصية تؤكد صحة الفرضية، أن المؤسسة آخذة للسعر وأن منحى الطلب على منتجها مرن تماما

ثانيا- التسعير وربحية المؤسسة في سوق المنافسة

تتحدد أسعار المنتجات في سوق المنافسة الكاملة (التامة) على أساس المدى الزمني القصير، ولا تمتلك المؤسسات القدرة على التحكم في الأسعار بسبب ضخامة عدد البائعين، ويتحدد السعر في هذا السوق وفقا لآلية تساوي العرض مع الطلب، ويكون السعر ثابتا في سوق المنافسة الكاملة في المدى القصير، لكن قد يتغير في المدى المتوسط والطويل، والتغير في السعر يقود إلى التغير في الإيراد الحدي*.

الهدف الأساسي لأي مؤسسة هو تعظيم الأرباح التي تحصل عليها، وفي نفس الوقت فإن تعظيم الأرباح يعني تخفيض التكاليف التي تتحملها. وبصورة عامة تستمر المؤسسة في الإنتاج طالما كان بإمكانها تغطية تكاليفها الكلية. والمقصود بتغطية التكاليف هنا، أن تكون التكاليف الكلية أقل من أو مساوية للإيرادات التي تحصل عليها المؤسسة، أما إذا لم تستطع المؤسسة تغطية هذه التكاليف، فإنها قد تضطر إلى التوقف عن الإنتاج لتقليل خسائرها. بحيث تتحمل دائما التكاليف الثابتة بغض النظر عن مستوى الإنتاج.

ويمكن تحديد قرار المؤسسة المتعلق بالاستمرار في الإنتاج أو التوقف عن الإنتاج باستخدام عدة طرق:

1) طريقة الكليات: في هذه الحالة، نقوم بعمل مقارنة بين الإيراد الكلي للمؤسسة (Revenue Total)، وإجمالي التكلفة المتغيرة (TVC)، كما يلي²:

¹ - عبد الحميد برحومة، مبادئ الاقتصاد الجزئي، الجزء الثاني، دار الهدى، الجزائر، 2013، ص 9.

* الإيراد الحدي: هو حجم التغير في الإيراد الكلي الناجم عن التغير في الوحدات المباعة بوحدة واحدة، وفي سوق المنافسة الكاملة يكون السعر مساوي للإيراد الحدي.

² - دومينيك سالفاتور، يوجين ديولفو، مبادئ الاقتصاد، ترجمة فؤاد صالح، أكاديميا للنشر والطباعة، بيروت، 2001، ص 293.

- إذا كان $(TR > TVC)$ ، فإن المؤسسة تستمر في الإنتاج؛
- إذا كان $(TR < TVC)$ ، فإن المؤسسة تتوقف عن الإنتاج؛
- إذا كان $(TR = TVC)$ ، وهذا ما يسمى بـ"نقطة الإغلاق" (Shut-Down Point)، حيث يكون للمؤسسة حرية الاختيار إما الاستمرار في الإنتاج، أو التوقف عن الإنتاج، أي أن نقطة الإغلاق تعتبر الحد الفاصل بين إمكانية الإنتاج وإمكانية الإغلاق؛

(2) **طريقة المتوسطات:** أن الإيراد الكلي (TR) الذي تحصل عليه المؤسسة، عبارة عن سعر السلعة مضروباً في الكميات التي قامت ببيعها (Q)، أو:

$$TR = (P) \times (Q) \dots \dots (1)$$

ويمكن الحصول على متوسط الإيراد (Average Revenue)، والذي يعبر عن إيراد الوحدة الواحدة من السلعة المباعة، عن طريق قسمة المعادلة رقم (01) أعلاه على الكمية (Q)، أو:

$$\frac{TR}{Q} = \frac{(P) \times (Q)}{Q} = AR = P \dots \dots \dots (2)$$

وتوضح المعادلة رقم (02)، أن سعر السلعة يساوي الإيراد الحدي الناتج عن بيعها. ويمكن الآن التوصل إلى قرار المؤسسة المتعلق بالاستمرار في الإنتاج أو التوقف عن الإنتاج كما يلي:

- إذا كان $(P > AVC)$ ، فإن المؤسسة تستمر في الإنتاج؛
- إذا كان $(P < AVC)$ ، فإن المؤسسة تتوقف عن الإنتاج؛
- إذا كان $(P = AVC)$ ، وهذا ما يسمى بـ"سعر الإغلاق".

وهو السعر الذي تقوم المؤسسة بمقارنته مع سعر السوق، فإذا وصل سعر السوق إلى سعر الإغلاق الخاص بالمؤسسة فتتوقف عن الإنتاج، أي أن سعر الإغلاق هو أقل سعر يمكن أن تتعامل المؤسسة به وتستمر في الإنتاج.

(3) **الطريقة الحدية:** عندما تقوم المؤسسة بزيادة حجم إنتاجها (مستوى أعلى من Q)، فإن هناك ارتفاعاً في الإيراد الكلي الذي تحصل عليه $(TR = P \times Q)$ ، إلا أن ذلك سيكون مصحوباً بارتفاع في التكلفة الكلية (TC) أيضاً. إذا، عندما تقرر المؤسسة زيادة إنتاجها بمقدار وحدة واحدة مثلاً، تقوم المؤسسة بمقارنة مقدار الزيادة في التكلفة الكلية الناجمة عن زيادة الإنتاج بوحدة واحدة (MC)، مع مقدار الزيادة في الإيراد الكلي الناتج عن زيادة الإنتاج بوحدة واحدة (MR)، أو:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} \quad , \quad MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \dots\dots\dots(3)$$

ويتحدد قرار المؤسسة بالإنتاج أو التوقف كما يلي¹:

- إذا كان $(MR > MC)$ ، فإن المؤسسة تستمر في الإنتاج؛

- إذا كان $(MR < MC)$ ، فإن المؤسسة تتوقف عن الإنتاج؛

- إذا كان $(MR = MC)$ ، فإن هذا هو وضع التوازن، وهو مستوى تعظيم الأرباح.

ويعني شرط التوازن $(MR=MC)$ ، أن الإيراد الإضافي الذي تحصل عليه المؤسسة نتيجة زيادة الإنتاج بوحدة واحدة، يساوي التكلفة الإضافية التي تدفعها المؤسسة نتيجة زيادة الإنتاج. ومن ثم، فلا يوجد دافع لدى المؤسسة نحو زيادة أو تخفيض الكمية المنتجة، حيث أن هذه الكمية هي الكمية الوحيدة التي تعظم أرباح المؤسسة.

أي أن الإيراد الحدي يساوي سعر السلعة، أو أن الإيراد الإضافي الذي تحصل عليه المؤسسة جراء بيع السلعة، يساوي دائماً سعر السلعة. ويمكن تحديد قرار المؤسسة كما يلي:

- إذا كان $(P > MC)$ ، فإن المؤسسة تستمر في الإنتاج؛

- إذا كان $(P < MC)$ ، فإن المؤسسة تتوقف عن الإنتاج؛

- إذا كان $(P = MC)$ ، فإن هذا هو وضع التوازن وهو مستوى تعظيم الأرباح.

ويشترط في وضع التوازن أن يكون $(P = MC)$ عند أدنى مستوى لمنحنى (AVC) .

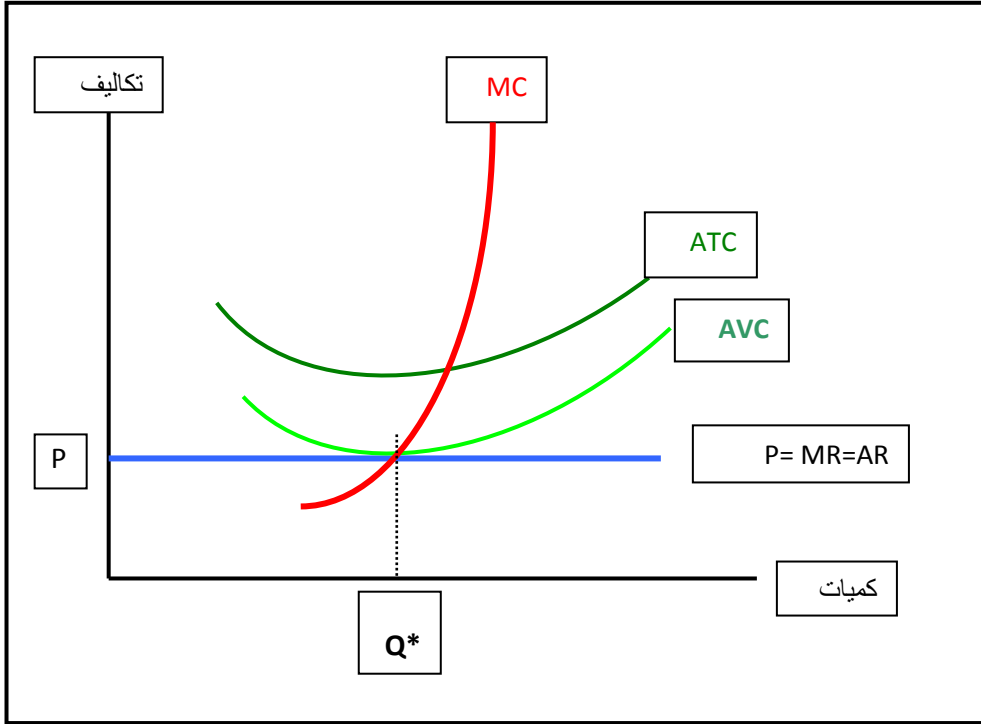
وللتوصل إلى التوازن، نقوم بتطبيق شرط تعظيم الأرباح $(MR = MC)$ ، وفي سوق المنافسة فإننا يمكن أن نعبر عن شرط التوازن كما يلي:

$$(P = MC)$$

ويوضح الشكل رقم (05) وضع التوازن بيانياً.

¹ - دومينيك سالفاتور، يوجين ديوليو، مرجع سبق ذكره، ص 294.

الشكل رقم (05): توازن المؤسسة في سوق المنافسة التامة



المصدر: كامل علاوي الفتلاوي، حسين لطيف الزبيدي، الاقتصاد الجزئي النظريات والسياسات، دار المناهج، عمان، 2010، ص 212.

المطلب الثالث: الأسعار في سوق الاحتكار التام

أولاً- مفهوم وشروط سوق الاحتكار

الاحتكار التام هو أحد صور تنظيم السوق الذي توجد فيه مؤسسة واحدة تنتج سلعة ما ليست لها بدائل قريبة منها، فالمؤسسة هي الصناعة، وتواجه منحنى الطلب على السلعة التي تنتجها الصناعة، ويكون سالب الميل، مما يترتب عليه أن رغبة المحتكر في بيع المزيد من السلعة تستوجب منه تخفيض سعرها، فيكون الإيراد الحدي MR إذن أقل من السعر P بالنسبة للمحتكر، ويقع منحنى إيراده الحدي أسفل منحنى طلبه¹.

يعتبر سوق الاحتكار هو الصورة المتناقضة لسوق المنافسة الكاملة في كافة الشروط، فهو يعني اختفاء كل أثر للمنافسة وفيما يلي شروط الاحتكار²:

(1) منتج (بائع) واحد: فالمحتكر هو المنتج الوحيد للسلعة، ومن ثم فهو يستطيع أن يحدد ثمن السلعة كما يشاء، سواء عن طريق زيادة الإنتاج أو إنقاصه؛

¹ - دومينيك سلفاتور، نظرية اقتصاديات الوحدة، ترجمة سعد الدين محمد الشيبال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 239.

² - فليح حسن خلف، مرجع سبق ذكره، ص 141.

(2) عدم وجود بديل: بمعنى عدم وجود سلعة أخرى في السوق يمكن أن تشبع حاجة المستهلك غير تلك التي ينتجها المنتج الفرد؛

(3) وجود موانع قوية جدا للدخول إلى السوق (السوق مغلق): ففي ظل الاحتكار يكون السوق مغلقا على المخترع المنتج وحده، بحيث أن أي محاولة من جانب أي مؤسسة أخرى للدخول في إنتاج السلعة محل البحث، يقابلها العديد من العوائق التي تضمن للمحتكر أن يظل السوق قاصرا عليه. أضف إلى ذلك أن محاولة خروج المخترع من هذه الصناعة يعني انتفائها تماما لعدم وجود منتج آخر غيره لها؛

(4) انتفاء شرط العلم التام بظروف السوق: إذا كان توفر شرط العلم الكامل بظروف السوق شرطا ضروريا في سوق المنافسة الكاملة، حيث يكون كل بائع (أو مشتري) على علم بالثمن السائد في السوق، فإنه على العكس من ذلك تماما في سوق الاحتكار، حيث المخترع هو وحده الذي يمثل إجمالي إنتاج السلعة في السوق، وحيث لا يوجد إلا الثمن الذي يحدده المخترع بغض النظر عما إذا كان يتلاءم مع ظروف المستهلك أو السوق من عدمه.

كما أن هناك خاصية أخرى لسوق الاحتكار هي أن السياسة السعرية في سوق الاحتكار غير محفزة لدخول مؤسسات أخرى للسوق¹.

وينشأ الاحتكار من مصادر عدة أهمها²:

(1) التحكم أو السيطرة على مورد إنتاجي أو أكثر، يمكن من احتكار إنتاج السلعة والذي بدوره يعطي القدرة للمحتكر على رفع أسعار منتجاته والتحكم في السوق؛

(2) براءات الاختراع تعد من الموانع القانونية، إذ تضمن لمالكها الحق في احتكار براءة اختراعه واستخدامها بشكل تجاري خلال مدة زمنية معينة؛

(3) ضخامة التكاليف اللازمة لإنشاء مصنع ينتج بكفاءة ولاسيما بالنسبة لحجم السوق، وغالبا ما يكون احتكار طبيعي.

ثانيا- كيفية تحديد السعر في سوق الاحتكار

يجب أن نعلم بعض الحقائق عن سوق الاحتكار التام وهي³:

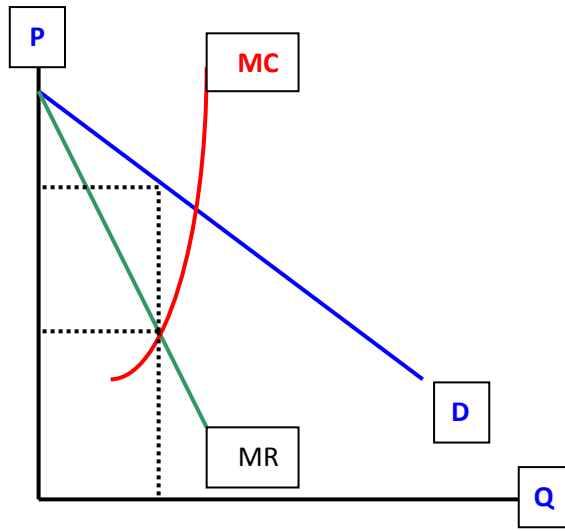
¹- عبد الحميد برحومة، مرجع سبق ذكره، ص 51.

²- كامل علاوي الفتلاوي، حسين لطيف الزبيدي، الاقتصاد الجزئي النظريات والسياسات، دار المناهج، عمان، 2010، ص 235.

³- - فائق جمعة العبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 20.

- 1) أن منحني الطلب على السلعة يساوي منحني الطلب الكلي في السوق، لأن المنتج واحد وهو الذي يتحكم بسوق السلعة؛
- 2) أن زيادة الإنتاج لأية كمية يرغب بها المنتج ستؤدي إلى انخفاض في السعر (زيادة العرض تؤدي إلى انخفاض السعر) والعكس صحيح؛
- 3) ووفقا لما جاء أعلاه فإن سعر السلعة سيشمل الإيراد المتوسط الذي يحصل عليه المنتج، ويكون في نفس الوقت مساويا لمنحني الطلب، وعليه فإن منحني الطلب = الإيراد المتوسط = السعر (AR=P)، كما يوضحه الشكل رقم (06).

الشكل رقم (06): توازن المؤسسة الاحتكارية



المصدر: كامل علاوي الفتلاوي، حسين لطيف الزبيدي، الاقتصاد الجزئي النظريات والسياسات، دار المناهج، عمان، 2010، ص 249. وعليه، لتوضيح علاقة السعر بالإيراد الحدي، فلا بد من القول بأن الإيراد الحدي يعني الزيادة المتحققة في الإيراد الكلي عند زيادة الكمية المباعة بوحدة واحدة، وأن من مصلحة المنتج سواء كان في سوق المنافسة أو في سوق الاحتكار الاستمرار في إنتاجه حتى الوصول إلى كمية التوازن التي تتمثل بتعادل الإيراد الحدي مع الكلفة الحدية لإنتاجه، لأن وجود أي فرق أو اختلاف بينها سيؤدي إلى عدم إمكانية المنتج على تحقيق أقصى ربح ممكن. لذلك لا بد من التذكير بأنه في حالة المنافسة التامة يتساوى الإيراد الحدي مع السعر، ذلك لأنه مهما زاد المنتج من إنتاجه فإن السعر الذي يبيع به لن يتأثر بهذه الزيادة، وأن سعر السوق في حالة التنافس التام لا يتغير.

أما الإيراد الحدي في حالة الاحتكار التام يكون دائما في حالة انخفاض مستمر، وذلك لأن زيادة الكمية المنتجة يترتب عليها انخفاض في السعر، وأن نسبة انخفاض الإيراد الحدي يعتمد على مرونة الطلب على السلعة، ونجد في حالة سوق الاحتكار أن الإيراد الحدي لا يساوي سعر السوق (MR≠P).

ونظرية الأسعار في حالة الاحتكار غير قريبة من الحياة العملية، إذ ليس في إمكان أي مؤسسة أن تحمي نفسها من دخول البدائل. ولذلك فإن نظرية الاحتكار خطوة فقط نحو فهم سلوك التسعير في الأسواق الأكثر تعقيدا.

في الأخير، نجد أن سعر المحتكر أكبر من الإيراد الحدي، والذي يتساوى مع التكلفة الحدية، أي المؤسسة في سوق الاحتكار¹:

$$MC=MR<P$$

ثالثا- الاستراتيجيات السعرية في سوق الاحتكار

هناك استراتيجيات سعرية يعتمد عليها المحتكرون أهمها²:

1) التسعير بأسلوب الحزم السعرية (تحزيم الأسعار): تلجأ بعض المؤسسات الاحتكارية إلى استخدام هذا

الأسلوب، فهي تلزم الزبائن بشراء منتج آخر (سلعة/خدمة) إضافة إلى المنتج الأصلي الذي يرغب الزبون في شرائه، وهذا الأسلوب يحقق أرباح كثيرة للمؤسسة؛

2) التسعير بأسلوب التعريف ذات الشريحتين: سمي هذا الأسلوب بالتعريف ذات الشريحتين، لأنه يتضمن

سعرا مقسوما إلى جزأين، يلتزم المشتري بدفع جزء بصورة إجبارية، أما القسم الآخر فيكون دفعه مرتبطا بالحصول على كميات من المنتج، وتلجأ المؤسسات في سوق الاحتكار إلى تسعير منتجاتها باستخدام هذا الأسلوب، وتطلب من المستهلكين دفع رسوم أولية مقابل الحصول على حق شراء المنتج، مثال ذلك مدينة الألعاب الضخمة تستخدم الرسوم للدخول، وأسعار للألعاب، وأغلب شركات الهاتف الأرضي تتقاضى رسوما أساسية شهرية إضافة إلى أسعار المكالمات.

3) إستراتيجية التمييز السعري: والتي يقصد بها قدرة المحتكر على تجزئة سوق السلعة إلى سوقين أو أكثر،

وبذلك يستطيع المحتكر تحديد سعرين أو أكثر لكل سوق، وحتى يكون التمييز السعري مفيدا للمحتكر يجب توفر ثلاث شروط³:

- أن يكون منحني طلب المحتكر سالب الميل؛

¹ - Gregory Mankiw, **Principles of Microeconomics**, CENGAGE Learning, Eighth Edition, USA, 2018, p 279.

² - يوسف أبو فارة، إدارة الأسعار، مرجع سبق ذكره، ص 182.

³ - كامل علاوي الفتلاوي، حسين لطيف الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 251.

- أن تكون هناك مجموعتان محددتان من المستهلكين مرونتهما مختلفة؛
- قدرة البائع على منع هؤلاء المستهلكين الذين يبيع لهم بسعر منخفض من إعادة بيعها إلى المستهلكين الذين يبيع لهم بسعر مرتفع.

المطلب الرابع: سياسة التسعير في سوق المنافسة الاحتكارية

أولاً- مفهوم وخصائص سوق المنافسة الاحتكارية

هي المنافسة التي يوجد فيها عدد كبير من المنتجين، بحيث تكون سلعة كل منهم مميزة، وبالتالي إمكانية تصرف كل منتج في سلوكه الإنتاجي، بحيث لا يكون له أثر ملحوظ على سلوك المنتجين الآخرين، فالمنافسة الاحتكارية تتمتع ببعض مزايا الاحتكار من خلال تميز منتجاتها، وتتميز هذه السوق بما يلي¹:

1) منحى الطلب الذي يواجه المنتج ينحدر إلى الأسفل نسبياً، وأنه ذو مرونة عالية، مما يمكن المنتج من التحكم نسبياً في أسعار منتجاته؛

2) عدم وجود سعر موحد هو حد لذات السلع التي تنتجها المؤسسات المختلفة في هذا النمط من الأسواق، وإنما هناك أسعار متقاربة نتيجة تمايز السلعة، ونشير إلى أن المنتج يحقق أقصى ربح عندما يتساوى الإيراد

الحدي، مع التكاليف الحدية حيث يتم تحديد السعر (P) والكمية (Q)؛

كما نجد خصائص أخرى تميز المنافسة الاحتكارية²:

3) تكون سلع المنتجين بديلاً قريباً لبعضهما، ولكن هذا لا يعني تجانسها، وهذا ما يميزها عن المنافسة التامة؛

4) عدم وجود عوائق للدخول والخروج من السوق؛

5) يمكن للمؤسسة تغيير سعر السلعة أو تغيير مواصفاتها، وهذا مرتبط بقدرتها وقوتها وسيطرتها في سوق المنافسة الاحتكارية.

وعموماً يتميز سوق المنافسة الاحتكارية عن غيره من الأسواق بما يلي:

6) وجود عدد كبير من المؤسسات الصغيرة نسبياً في السوق: (ليست متناهية في الصغر) ولديها نفس الحصة

من طلب السوق، كما أن منتجاتها ليست متماثلة. وهنا تكون الحصة السوقية لكل مؤسسة منافسة أكبر

نسبياً، مما هي عليه في سوق المنافسة التامة؛

¹ - ضياء مجيد الموسوي، النظرية الاقتصادية (التحليل الاقتصادي الجزئي)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1999، ص 263.

² - عبد الحليم كراجه، مبادئ الاقتصاد الجزئي، دار الصفاء للنشر والتوزيع عمان، 2000، ص 186.

7) لا تأخذ المؤسسات في السوق ردة فعل المنافس في الجوانب السعرية أو حجم الإنتاج، وذلك لأن هناك عددا كبيرا نسبيا من المؤسسات في سوق المنافسة الاحتكارية، ويعتقد المنظمون أن ردود أفعالهم لن يكون لها أي

دور في تخفيض الحصة السوقية للمنافسين؛

8) ليس هناك حافز أو فرصة بين المؤسسات القائمة للاتفاق أو التعاون فيما بينها على تخفيض حدة المنافسة بينها، فهذه المؤسسات لا تشترك مع بعضها لتثبيت الأسعار بهدف زيادة أرباحها، كما أنها لا تستطيع تقييد دخول مؤسسات جديدة إلى السوق، ومنعها من الاستفادة من الفرص الربحية المتاحة في السوق؛

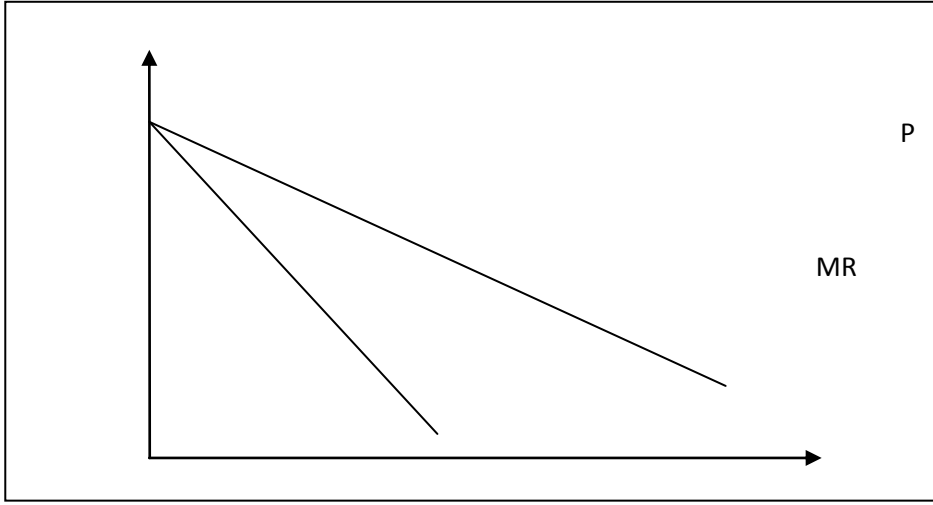
9) أهمية المنافسة غير السعرية في أسواق المنافسة الاحتكارية: يشكل تمايز المنتج علامة فارقة في أسواق المنافسة الاحتكارية، وفي بعض الحالات تتحمل المؤسسات تكاليف أخرى لإضافة خصائص نادرة على المنافسين أيضا، كما تتميز أسواق المنافسة الاحتكارية بربط منتجاتها بأسماء أو علامات معينة، والاستمرار في تطوير وتحسين السلعة. وتساهم هذه التحسينات في تمكين السلعة من المنافسة وتخفيض من السعر نفسه، كما تحقق معدلات من الأرباح مؤقتا قبل أن تقوم المؤسسات المنافسة في السوق بتقليد السلعة أو دخول مؤسسات جديدة تمتلك مواصفات السلعة نفسها.

ثانيا- تقييم سوق المنافسة الاحتكارية

يتصف منحني الطلب للمؤسسة التنافسية الاحتكارية بأنه متناقص الميل، ويكون الإيراد الحدي أقل من السعر عند أية كمية من الناتج كما هي سوق الاحتكارية التامة، ويميل منحني الطلب لأن يكون أكثر مرونة ولكنه ليس تام المرونة كما هو في سوق المنافسة التامة، حيث يكون الطلب فيه أكثر مرونة بسبب وجود بدائل كثيرة للسلعة في السوق.

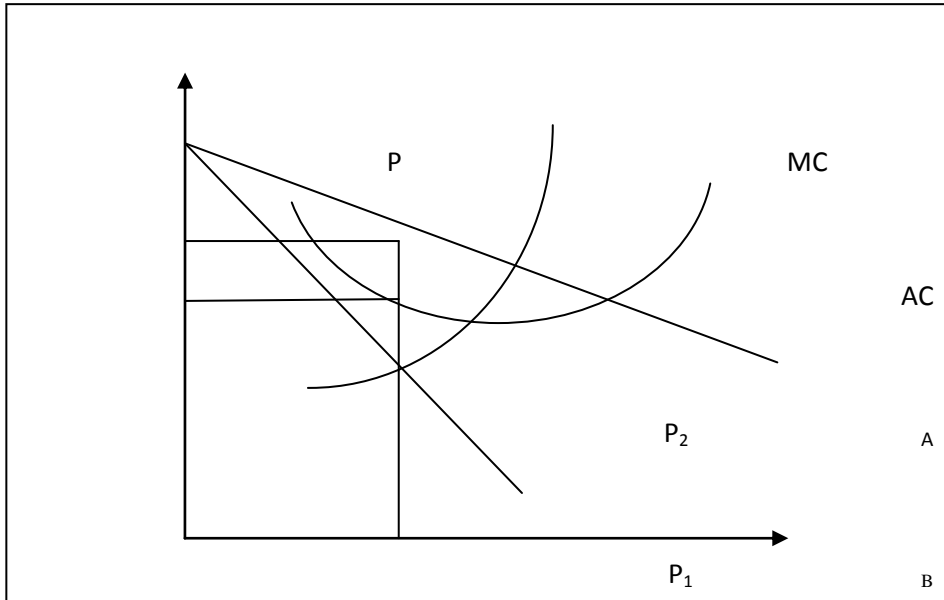
السؤال المهم الذي يبرز هنا هو لماذا يكون منحني الطلب متناقص الميل رغم وجود عدد من المؤسسات التنافسية في السوق؟ نفترض أن المؤسسة تنتج سلعة متميزة عن بقية المنافسين من حيث الجودة والتنوع، ولأن السلعة كذلك يمكن زيادة سعرها دون أي فقدان لعدد المشترين، فالطلب والإيراد الحدي للسلعة يعتمدان على الأسعار التي تحددها المؤسسات المنافسة المنتجة للسلعة نفسها، فإذا قامت تلك المؤسسات بتقليل أسعارها فلن يكون بمقدور هذه المؤسسة عندها بيع كميات إضافية من السلعة عند السعر الأعلى الذي تباع به، والعكس صحيح إذا زاد المنافسون من أسعار بيع السلع. والشكل رقم (07) يبين منحني الطلب في سوق المنافسة الاحتكارية

الشكل رقم (07): منحني الطلب في سوق المنافسة الاحتكارية



ويظهر الشكل رقم (08) توازن المؤسسة التنافسية الاحتكارية التي تعمل في سوق المنافسة الاحتكارية، ونفترض أن المؤسسة تسعى إلى تعظيم الربح من بيع السلعة، ويحصل التوازن للكمية المنتجة في المدى قصير عندما $MR=MC$ ، وهو الشرط نفسه الذي يختار عنده المحترس السعر والكمية المنتجة.

الشكل رقم (08): توازن المؤسسة في سوق المنافسة الاحتكارية في المدى القصير



المصدر: كامل علاوي الفتلاوي، حسين لطيف الزبيدي، الاقتصاد الجزئي النظريات والسياسات، دار المناهج، عمان، 2010، ص 266.

إذا أردنا تطبيق الاحتكار التام في إنتاج هذه السلعة، فإن عوائق الدخول إلى السوق تمنع دخول بائعين جدد من أجل المنافسة فيه، يحقق المنتج في سوق المنافسة الاحتكارية أرباحاً قليلة لكنها تحتفي وتتلاشى في المدى الطويل، وذلك بسبب دخول مؤسسات جديدة إلى السوق مما يؤثر على طلب السلعة.

وفي هذه الحالة ينحدر منحنى الطلب إلى أسفل من الشمال إلى اليمين، ولكن لا يكون الانحدار بدرجة شديدة لأن كل سلعة تواجه منافسة سلع أخرى بديلة وقريبة، ولكن التمييز بين السلع هو الذي لا يجعل الطلب كامل المرونة، مما يترك مجالاً لرسم سياسة للأسعار، ونظراً لعدم وجود حواجز في طريق الدخول إلى الميدان، فإن الأرباح الزائدة تجذب منافسين جدد، ويؤدي ذلك إلى اختفاء الأرباح الزائدة في الفترة الطويلة.

ولما كانت المؤسسة في حالة المنافسة الاحتكارية تواجه عدداً كبيراً من المنافسين، فإن ذلك يجعلها تتجاهل أثر سياسة أسعارها على الآخرين، بعكس الحال لو كان عددها قليلاً وكل منها يرقب الآخرين في سلوكهم المتعلق بالسعر.

خلاصة القول، إن المؤسسات التي تعمل في سوق المنافسة الاحتكارية يمكن أن تحقق أرباحاً اقتصادية أو خسائر، من خلال السياسة السعرية التي تتبعها، أما في الأجل الطويل فإن الأرباح الاقتصادية سوف تكون مساوية للصفر بسبب حرية الدخول والخروج كما في ظل المنافسة التامة¹.

المطلب الخامس: الأسعار في سوق احتكار القلة

أولاً- تعريف سوق احتكار القلة

هي سوق تتكون من عدد قليل من مؤسسات الأعمال التي تراعي ردود أفعال المؤسسات الأخرى عند تحديد أسعارها وعند تقرير سياساتها الإنتاجية، ويقف عدم التوافق بين هذه المؤسسات على الأسعار عائقاً أمام أي مؤسسة تحاول رفع الأسعار، لأنها سوف تخسر جانباً من المستهلكين لصالح المؤسسات الأخرى في السوق والتي لم ترفع أسعارها.

وأسواق احتكار القلة من الأسواق المعروفة في أغلب دول العالم، وتنشأ هذه السوق بسبب التوجه في الكثير من المؤسسات نحو تحقيق اقتصاديات التوسع في الحجم، وكذلك بسبب خروج بعض المؤسسات من السوق، لعدم قدرتها على تخفيض التكاليف قياساً بما حققت مؤسسات أخرى، ومن هنا تتعزز فرص نشوء سوق احتكار القلة².

كما يتميز احتكار القلة بتواجد عدد محدود من المؤسسات في الصناعة (أي التي تنتج السلعة الواحدة) تتقاسم فيما بينها الشطر الأعظم من الطلب على السلعة، وتكون أيضاً بصدد احتكار القلة حتى ولو وجد العدد

¹ - كامل علاوي الفتلاوي، حسين لطيف الزبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 267.

² - يوسف أبو فارة، سياسات التسعير، مرجع سبق ذكره، ص 187.

القليل من المؤسسات التي تتقاسم فيما بينها الجزء الأكبر من الطلب على السلعة، ولكن سلوكها غير مؤثر، فالمؤسسات الكبيرة هي التي تسيطر على السوق، وترسم فيما بينها السياسة التي تضطر المؤسسات الصغيرة الأخرى إلى السير وفقاً لها، خاصة فيما يتعلق بالأسعار أو حجم الإنتاج¹.

ثانياً- خصائص سوق احتكار القلة

يتميز هذا السوق بالخصائص الآتية:

(1) وجود عدد قليل من المؤسسات التي تملك حصة كبيرة من السوق، ويمكن قياس حجم حصة المؤسسة في السوق بتقدير حجم المبيعات أو الإنتاج؛

(2) وجود المنافسة غير السعرية؛

(3) وجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى السوق، وتعطي هذه الميزة "قوة احتكارية" للمنتجين في هذا السوق، إضافة إلى وجود "علاقات متبادلة" بين المنتجين في السوق. وأخيراً، يتوفر في هذا السوق حوافز للاتفاق بين المنتجين في السوق على البيع بسعر معين، أو تقسيم مناطق البيع بين المنتجين وهكذا.

(4) تكون السلعة المنتجة سلعة متميزة أو متجانسة، حيث يكون هناك اختلاف بسيط كنوع التغليف أو خدمات ما بعد البيع، وترتبط هذه الميزة مع المنافسة غير السعرية، ومن ناحية أخرى فإن المؤسسات المتنافسة والتي تنتج سلعا متباينة فإنها تستخدم الطراز والتنوعية والإعلانات كأسلحة للمنافسة. كما أن لسوق احتكار القلة خصائص أخرى منها²:

(5) **الاعتماد المتبادل بين المؤسسات:** لما كان عدد البائعين أو المنتجين في سوق احتكار القلة صغيراً، فإن كل مؤسسة يجب أن تأخذ في حسابها ردود الفعل المتوقعة من منافسيها عندما تصنع قراراتها، حيث أن القرارات التي يتخذها أحد البائعين غالباً ما يكون لها تأثير جوهري على سعر منتجات وأرباح المؤسسات المنافسة، كما أن رفاهية كل مؤسسة في سوق احتكار القلة تعتمد على السياسات التي يتبعها منافسوها؛

(6) **وفورات الحجم الكبير:** في سوق احتكار القلة يكون دخول الصناعة للإنتاج بحجم كبير مقارنة بالحجم الكلي للسوق ضرورة أساسية، وذلك للحصول على تكلفة منخفضة للوحدة من الإنتاج؛

(7) **عوائق دخول قوية:** إن عوائق الدخول إلى أسواق احتكار القلة تحد من قدرة المؤسسات الجديدة على المنافسة بفاعلية، وقد تعتبر وفورات الحجم من أهم عوائق الدخول، فالمنافس المحتمل لا يمكن أن يبدأ صغيراً ثم يبدأ في التدرج إلى الحجم الأمثل، وكذا قد تمثل حقوق الاختراع والتحكم في مورد أساسي تقوم عليه

¹ - يعقوب علي جانقي، محمد جاك أحمد، مرجع سبق ذكره، 2009، ص 179.

² - جيمس جوارتي، ريتشارد ستروب، الاقتصاد الجزئي الاختيار الخاص والعام، ترجمة محمد الصبور محمد علي، دار المريخ، الرياض، 1987، ص ص 319-320.

الصناعة عائقاً، كما تعتبر القيود المفروضة من طرف الحكومة عائقاً يحول دون دخول منافسون جدد إلى السوق.

والمنافسة بين القلة عادة ما تبعد عن الأسعار، فلا يحاول أي منتج أن يخفض من سعره خوفاً من أن يجذو الآخرون حذوه، وعليه يفقد فرصة الاستفادة من التخفيض، وعادة ما يسود سوق احتكار القلة نوع من الاتفاق بين المنتجين على اتباع سياسة واحدة، وقد يصل الأمر إلى تخصيص حصة إنتاجية لكل منهم.

ويمكن أن نخلص إلى أن وجود عدد قليل من المنتجين في حالة احتكار القلة والتنافس فيما بينهم يؤدي إلى ظهور عامل جديد، هو الارتباط المتبادل بين المنتجين للسلعة، ويقتضي هذا العامل دراسة الفعل ورد الفعل لسلوك المنتجين في إطار احتكار القلة، وعليه فإن كل منتج يجب عليه أن يقوم بتقدير وتقييم آثار قراره على المنتجين الآخرين وتقدير احتمال رد الفعل من جانبهم، وبناء على هذا التقدير تقوم المؤسسة باتخاذ قراره.

وإذا شعر أحد المنتجين في سوق احتكار القلة بأنه على درجة من الكفاءة، بحيث تمكنه من إنتاج السلعة بتكلفة أقل من الآخرين، فإنه في هذه الحالة لن يتردد في خفض السعر بصورة واضحة ويكون نتاجها إخراج بقية المنتجين من سوق السلعة وانفراده بها، ويصبح المنتج الوحيد، ونكون في هذه الحالة قد خرجنا من سوق احتكار القلة ودخلنا سوق الاحتكار.

ونميز حالتين من سوق احتكار القلة:

(1) منافسة القلة على أساس سلعة متجانسة: ويطلق عليها منافسة القلة الصافية، وتوجد هذه الحالة بين منتجي المواد الصناعية أكثر مما توجد بين منتجي السلع الاستهلاكية، فمعظم السلع الاستهلاكية تتميز عن بعضها البعض بالعلامات التجارية المسجلة والأغلفة، وعادة ببعض الاختلافات في الخصائص الطبيعية، أما المواد والأجزاء المصنوعة والتي تنتجها مؤسسات مختلفة لكي تستخدم كمدخلات في العمليات الإنتاجية، فإنها غالباً ما تكون متماثلة، وحتى لو كان اسم المنتج على السلعة الصناعية فإن المشتري الصناعي الخبير لا يتأثر بذلك إذا كانت السلعة متماثلة فعلاً مع سلعة منتج آخر؛

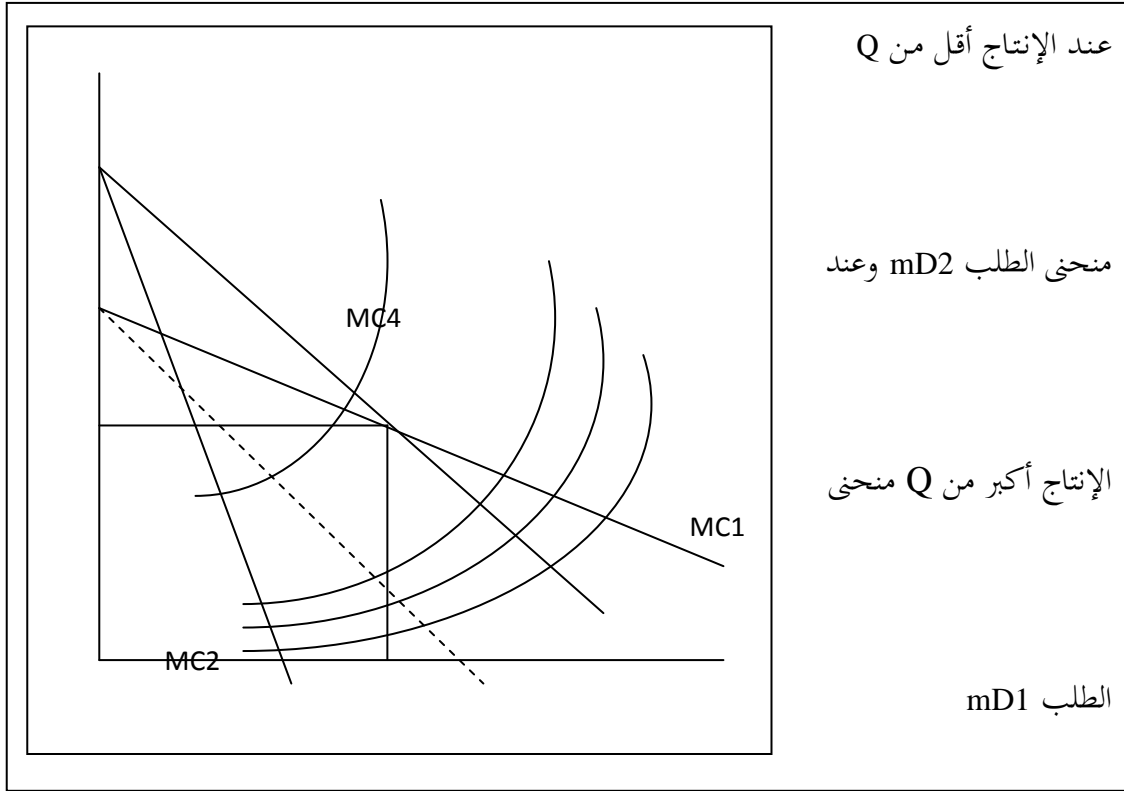
(2) منافسة القلة على أساس سلع غير متجانسة: كما هو الحال في صناعات السيارات والسحائر والآلات الكاتبة وماكينات الخياطة وغيرها، في هذه الحالة أيضاً هناك أثر متداخل بين متنافسي القلة، ولكن كلما زادت الاختلافات بين سلعهم كلما قل الأثر المتداخل.

ثالثاً- الأسعار في سوق احتكار القلة

يتفق كثير من الاقتصاديين على صعوبة تحليل سلوك المؤسسة في حالة احتكار القلة، إذ بينما يعتبر التحليل الخاص بتوازن المؤسسات في حالة المنافسة الكاملة أو الاحتكار أو المنافسة الاحتكارية مقبولاً بشكل عام، فإن كيفية تحديد الأسعار والإنتاج لمؤسسات تعمل في ظل احتكار القلة مازال غير متفق عليه، وهذا عائد إلى وضع المؤسسات في حالة احتكار القلة، إذ أن بعض المؤسسات الكبيرة في الصناعة تؤثر قراراتها الإنتاجية والسعرية على المؤسسات الأخرى، لذلك فإن المؤسسة التي تعمل في ظروف احتكار القلة تأخذ بعين الاعتبار رد فعل المؤسسات الأخرى على تصرفاتها، وهي تراقب تصرفات المؤسسات الأخرى لتعديل سياستها في الإنتاج أو الأسعار على ضوء ما تقوم به تلك المؤسسات، فإذا وجدت ثلاث مؤسسات في الصناعة (أ)، (ب)، (ج) تمتاز بالحجم الكبير، بحيث تؤثر على السوق، فإن ما تقوم به كل مؤسسة يؤثر على قرارات المؤسسات الأخرى. فإذا قامت (أ) بتخفيض الأسعار فإن الاحتمال هو أن تجارها المؤسسات الأخرى وتخفيض الأسعار، لأنها لا ترغب في أن تستأثر (أ) بالسوق وتسحب الزبائن من (ب) أو (ج). أما إذا قامت (أ) برفع الأسعار، فإن الاحتمال هو ألا تجاري المؤسسات الأخرى المؤسسة (أ) في رفع الأسعار، لأنها يمكن أن تبقي على أسعارها كما هي وتزيد مبيعاتها على حساب (أ) التي رفعت الأسعار، إن هذا يعني أن أية مؤسسة في سوق احتكار القلة لن تستطيع تغيير سياساتها في الإنتاج أو الأسعار بدون أخذ ردود فعل المؤسسات الأخرى بعين الاعتبار.

ويتحقق التوازن بالنسبة للمؤسسة التي تعمل في سوق احتكار القلة عندما تتساوى التكاليف الحدية مع الإيراد الحدي كما هو موضح في الشكل رقم (09).

الشكل (09): توازن المؤسسة في سوق احتكار القلة



المصدر : Mc Connell Brue, MICROECONOMICS principles, problems, and policies, U.S .A (Graw-Hill/Irwin, 14th Edition, Mc , 2008. p248)

حينما تسود حالة احتكار القلة في سوق منتج ما، تتحدد الأسعار في السوق طبقاً لأي مما يلي:
 وقد تلتقي التكاليف الحدية مع الإيراد الحدي عند الجزء المتقطع للأخير، وفي هذه الحالة فإن السعر التوازني يكون عند نقطة انكسار منحنى الطلب، ويكون حجم الإنتاج Q والسعر P، ويبقى هذا السعر وتلك الكمية أيا كان مستوى التكاليف الحدية (MC1, MC2, MC3) طالما أنها ((تلتقي)) مع الجزء المتقطع من منحنى الإيراد الحدي، أما إذا تقاطعت التكاليف الحدية (MC4) مع الإيراد الحدي MR2 فإن السعر يكون في الجزء mD2 من منحنى الطلب، حيث لا تزيد المؤسسات الأخرى أسعارها نتيجة زيادة إحدى المؤسسات أسعارها فوق النقطة m، أو قد تتقاطع التكاليف الحدية مع الإيراد الحدي MR1 ويكون السعر في الجزء md1، لذلك فإن الأسعار عندما تصل إلى النقطة m حيث السعر يساوي P فإنها تنزع إلى الجمود. هذا وقد حاول بعض الاقتصاديين ومنهم (فون نيومان ومورجانستيرن) استخدام ما يعرف بنظرية الألعاب لشرح طبيعة سلوك مؤسسة احتكار القلة، حيث تحاول كل مؤسسة أن تحلل الخيارات المتاحة للمؤسسات الأخرى، والخيارات المتاحة أمامها للرد على السياسات التي تتبعها

المؤسسات الأخرى، ويلاحظ من التحليل السابق لسلوك مؤسسة احتكار القلة أن الافتراض الأساس فيه عدم وجود اتفاق مسبق بين المؤسسات التي تعمل في سوق احتكار القلة.

رابعاً- نماذج سوق احتكار القلة

في حالة غياب الافتراض الأساسي لسوق احتكار القلة، فهناك نماذج ندرجها كالاتي:

1) **نموذج القيادة السعرية:** وفق هذا النموذج يكون هناك منتج أو مؤسسة قائدة في السوق ومؤسسات أخرى صغيرة والسلع المنتجة تكون متماثلة، وبالتالي تتولى المؤسسة القائمة تحديد ثمن السلعة والكمية المنتجة التي تحقق لها أكبر ربح ممكن، والتي يتساوى عندها الإيراد الحدي مع التكاليف الحدية، وعلى ذلك تتولى المؤسسة القائمة تحديد ثمن السلعة التي تلتزم به المؤسسات الأخرى الصغيرة، وتقوم بتحديد كميات إنتاجها في ضوء السعر المحدد بحيث تنتج الكمية التي تتساوى عندها الإيراد الحدي مع التكاليف الحدية¹. وربما تختلف أنماط القيادة السعرية، مثلها في ذلك مثل أنماط الاتفاقات السعرية الرسمية، بشكل كبير من صناعة إلى أخرى. فالقائد دائماً يُتبع مباشرة، وفي أحيان أخرى قد يتأخر عنه التابعون في ممانلة أسعاره الجديدة. والقائد دائماً يبدأ التغييرات السعرية في الصناعة، وقد يذهب هذا الدور أحياناً لأحد المنافسين الكبار، وقد يتمسك التابعون بثبات بأسعارهم المعلنة، أو قد يقومون بمنح عروض خاصة مثل الخصومات التي قد تجبر القائد على عمل تخفيض سعري؛

2) **نموذج الطلب المنكسر:** يعتبر نموذج الطلب المنكسر من أشهر نماذج احتكار القلة، فهو يوضح ظاهرة

جمود الأسعار، لأنه عندما تتحد الأسعار في سوق احتكار القلة تبقى ثابتة لعدة أشهر في كل مرة، وفي بعض الأحيان تبقى لسنوات، وكلمة جمود هي نقيض للمرونة، والمقصود بفكرة الجمود هنا هو أن تكون الأسعار قادرة على مقاومة التغييرات الحاصلة في الطلب والتكاليف، إذ لا يوجد سبب قوي، سواء من جهة المؤسسة التي ترمي إلى تحقيق الربح، أو من جهة الرفاهية الاقتصادية، يستوجب تغير الأسعار إلى الأعلى أو الأسفل عند تغير بسيط في الطلب، ومع كل تغير بسيط في التكاليف، وعند المؤسسات الكبيرة يمكن أن يكون إجراء التغير في الأسعار باهض الثمن، إذ يتطلب من المؤسسة إصدار كتالوجات وقوائم جديدة وإحاطة التجار بالتغير الحاصل في السعر، وعلى ذلك لا بد من التمييز بين ثبات الأسعار وجمودها. يقدم منحني الطلب المنكسر نمط السلوك التجاري، حيث لا يتوفر الدافع لدى المؤسسة في رفع أو خفض سعرها، بل يعتمد سلوك المؤسسة على توقعها حول ردود أفعال منافسيها، فهم لا يسلكون سلوكها عند

¹ - كوثر شغراب، عبلة بخاري، مرجع سبق ذكره، ص 253.

رفع أسعارها إلا أنهم يخفضون أسعارهم عندما تخفض المؤسسة أسعارها، ولهذا السبب تتمسك المؤسسة بسعرها المحدد ولا ترى موجبا لتغييره إلا لسبب عام¹؛

(3) احتكار القلة مع الاتفاق - الكارتل -: إن أكثر وسائل تنسيق الأسعار إحكاما هو الاتفاق الرسمي بين

البائعين. وقد يغطي الاتفاق ما يلي:

- الأسعار التي يتقاضاها البائعون للمنتج فقط؛

- قد يذهب لأبعد من ذلك ليغطي الممارسات البيعية ونوعية المنتج؛

- وقد يذهب لأبعد من ذلك أيضا ليقسم السوق، بتخصيص حدود سوقية خاصة لكل بائع.

وينطبق مصطلح كارتل على الاتفاق الشامل والرسمي الذي يقسم الأسواق، وعلى الرغم من ذلك فلا يوجد هناك فاصل لتفريق الكارتل عن الاتفاقات الأقل كمالا، ويتطلب تحقيق أقصى الأرباح المشتركة اتفاق كارتل كاملا يلتزم به كل الأعضاء، وحالات الكارتل الواقعية تكون في العادة غير كاملة للأسباب المذكورة سابقا.

يطلق لفظ الكارتل على كل نوع من أنواع الاتفاق الذي تتوصل إليه المشاريع القليلة في سوق احتكار القلة لمجال اقتصادي معين، ويوصف الكارتل بأنه تنظيم واتفاق صريح بين المشاريع العاملة في سوق معين، بهدف تحويل بعض مهام الإدارة إلى سلطة مركزية لتحسين وضع هذه المشاريع جميعا فيما يتعلق بتحقيق الأرباح والأسعار والكميات. إن هدف الكارتل المركزي الأساس هو تعظيم الربح لكل مؤسسة متواجدا داخل التنظيم، ولكون هذه المشاريع قد أقامت هيئة مركزية حولت إليها مهام تحديد الأسعار والكميات المنتجة، وبالتالي تحديد الأرباح، لذا فإن الهيئة المركزية تكون مسؤولة عن اتخاذ القرارات لكامل المجال الاقتصادي، فهي في الواقع في مركز المحتكر التام.

في حين توجد أنواع أخرى من الكارتل، مثل الكارتل الناقص، حيث تتفق فيه المشاريع على تحديد حدود دنيا للسعر، وتوجد كارتلات تقسم السوق بهدف تقييد المنافسة بين أعضائه عن طريق تحديد حصة ثابتة لكل مؤسسة من الإنتاج الكلي، وقد يأخذ هذا النوع شكلا إقليميا، حيث يقسم السوق جغرافيا بين المشاريع، وكذلك كارتل البيع والذي تكون مهمته بيع المنتجات لكل عضو في الكارتل فقط².

ومن بين أنواع الكارتل، نجد كارتل تحديد السعر، ويهدف هذا النوع من الاتحاد للقضاء على مبدأ المنافسة بين المؤسسات، وذلك باتفاق عدد من المنتجين على تحديد حد أدنى للسعر (أدنى سعر للبيع) مع السماح لأي منتج ضمن الكارتل أن يبيع سلعته المنتجة بسعر أعلى من ذلك السعر المتفق عليه، سواء كان ذلك بالسوق المحلية أو

¹ - دونالدس واتسن، ماري هولمان، نظرية السعر واستخداماتها، الجزء الثاني، ترجمة ضياء مجيد، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ص 180.

² - David C Colander, *Microeconomics*, 7th Edition, McGraw-Hill/Irwin, (U.S.A), 2008, p 288.

السوق الخارجية بشرط أن لا يقل سعره الذي يبيع فيه عن السعر المتفق عليه، وإلا سيعرض نفسه لالتزام دفع التعويضات لبقية أعضاء الاتحاد¹.

وفي الأخير نبين الفرق بين الأسواق الأربعة من حيث عدد المؤسسات وطبيعة المنتج مع إعطاء أمثلة على ذلك.

الجدول رقم (05): يبين الفرق بين الأسواق الأربعة

منحنى الطلب	مثال	طبيعة المنتج	حرية الدخول	عدد المؤسسات	نوع السوق
أفقي المؤسسات تأخذ الأسعار من السوق	منتجات زراعية	متجانسة	نعم	عدد كبير جدا	منافسة كاملة
منحدر وليس أفقي والمؤسسة تمتلك نوع من المراقبة على السعر	خدمات مثل المطاعم والنجارة	مختلفة	نعم	عدد كبير	منافسة احتكارية
منحدر وليس عمودي	سيارات وصناعة الإسمنت	مختلفة أو/ومتجانسة	محدودة	عدد محدود	احتكار القلة
منحدر وليس عمودي والمؤسسة لها رقابة تامة على الأسعار	صناعة الأدوية والمؤسسات العمومية	واحدة ومتجانسة	محدودة أو محاصرة	أحادي	احتكار تام

6^{eme} Edition, Paris, John Sloman, **Principes d'économie**, Pearson Education, **Source**: 2008, p 180.

¹ - فائق جمعة العبيدي، مرجع سبق ذكره، ص 224.

خلاصة الفصل:

ما تم استخلاصه من هذا الفصل:

- هناك عوامل عدة تؤثر على مرونة الطلب مثل مدى ضرورة السلعة، والبعد الزمني، ونسبة ما ينفق على السلعة من الدخل، وشم العوامل التي تؤثر على مرونة العرض منها التكنولوجيا والزمن بالإضافة إلى التوقعات الخاصة بالأسعار؛

- يستخدم تحليل المرونة في كثير من الدراسات الاقتصادية، وخصوصا في الدراسات الاقتصادية الخاصة بجدوى المشروعات أو أثر السياسات الاقتصادية المختلفة، وفي دراسات التجارة الدولية بالإضافة إلى دراسات التسويق وجدوى المؤسسات، تقيس المرونة السعرية مدى استجابة الكمية المطلوبة أو المعروض للتغيرات في السعر؛

- أنه في سوق المنافسة الكاملة لا يكون للمؤسسة سياسة أسعار خاصة بها، لأنها تبيع بسعر السوق الذي لا يمكنها أن تتحكم فيه وليس لديها رقابة عليه، ويميل سعر السوق إلى الوضع الذي يتحقق فيه التوازن بين الكميات، التي يرغب البائعون في بيعها وبين الكميات التي يرغب المشترون في شرائها، وتساهم المؤسسة فرديا في عملية التحرك هذا نحو التوازن، إلا أن تأثيرها في هذه العملية يكون ضئيلا. ويكون منحنى الطلب الذي تواجهه المؤسسة أفقيا، بمعنى أن المؤسسة يمكنها أن تبيع كل ما ترغب فيه بسعر السوق، أما إذا أرادت البيع بسعر أعلى فإنها لن تبيع شيئا، وعلى ذلك يكون لها تقرير الكمية التي ترغب في إنتاجها وبيعها، وفي هذه الحالة تنتج المؤسسة الكمية التي تتساوي عندها التكلفة الحدية مع السعر، إذ أنه إذا أنتجت أكثر من هذه الكمية فإن كل زيادة في الكمية المنتجة ستؤدي إلى زيادة في التكاليف أكبر من الزيادة في الإيرادات؛

- في الأسواق غير تامة، وهي سوق المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة والاحتكار التام تزداد وتقل فيه قدرة المؤسسة على تحديد السعر، فتزداد قدرة المؤسسة في عملية تحديد سعر منتجها إذا كانت تعمل في سوق تحتكر بموجبه إنتاج السلعة وعرضها في السوق، وتخفض القدرة في تحديد الأسعار إذا كانت المؤسسة تعمل في سوق احتكار القلة، والمنافسة الاحتكارية؛

- تلجأ المؤسسات التي تعمل في سوق احتكار القلة إلى الاتفاق فيما بينها في بعض السياسات، كسياسة تحديد السعر والإنتاج والمبيعات والأرباح.

الفصل الثاني:
السياسة السعرية في الأنظمة
الاقتصادية

تمهيد :

تعتبر السياسة السعرية معيارا أساسيا في تمييز الأنظمة الاقتصادية، والملاحظ أنه رغم سيادة المنافسة في أسواق البلدان التي تخضع لاقتصاد السوق، فإن بعض الأسعار تتحد بعيدا عن قوى العرض والطلب، وهي أسعار تحدد من قبل الدولة. لهذا اتجهت الدراسات والبحوث إلى الآليات المختلفة التي يقوم عليها كل نظام اقتصادي في تحديد السياسة السعرية التي ينتهجها بدقة وعناية، وأن يعنى كل نظام اقتصادي بالجهاز الذي يتولى تلك المهمة، بحيث يكون لديه من الفاعلية ما يجعله يؤدي مهمة تحديد الأسعار تحديدا دقيقا يحقق الكفاءة الاقتصادية.

سنتناول في هذا الفصل المباحث الآتية:

المبحث الأول: مفاهيم عامة في السياسة السعرية ،

المبحث الثاني: السياسة السعرية في النظام الرأسمالي؛

المبحث الثالث : السياسة السعرية في النظام الاشتراكي ؛

المبحث الرابع : معايير السياسة السعرية في الاقتصاد الإسلامي .

المبحث الأول: مفاهيم عامة في السياسة السعرية

يتعلق هذا المبحث بمفهوم السياسة السعرية والمهام التي تؤديها في الأنظمة الاقتصادية، من تحديد للموارد وتوزيع الدخل وتشجيع الاستثمار وتكوين رأس المال، والوظائف التي تؤديها الأسعار باعتبارها أداة تستخدم في تحقيق التوازنات الاقتصادية سواء على المستوى الجزئي أو الكلي، وكذا دور الأسعار في السياسة التجارية.

المطلب الأول: تعريف السياسة السعرية

أولاً- تعريف السياسة

(1) **تعريف السياسة لغة:** السياسة في اللغة أصل السياسة، من ساس الرعية يسوسها سياسة، وتعني¹:

- تولى الرياسة والقيادة، وتدير الأمور، والقيام بإصلاحها، والعناية بالرعية؛

- هي فن الحكم وإدارة أعمال الدولة الداخلية والخارجية، ومنها السياسة الاقتصادية وغيرها.

(2) **تعريف السياسة اقتصادياً:** ليس هناك تعريف واحد لمصطلح السياسة يستخدمه جميع الكتاب

الاقتصاديون، فهم يشتركون في تعريف السياسة على أنها أهداف وأساليب تتبناها الحكومات، بقصد التأثير

في المتحولات الاقتصادية مثل الأسعار والدخل الوطني وسعر الصرف، لذا فإن السياسة كمصطلح عام

تتضمن تدخل الدولة في الاقتصاد، في حين تعد السياسات هي الأنماط الخاصة لتدخل الدولة، كسياسة

أسعار المنتج وسياسة أسعار الصرف وسياسة القروض.

والسياسة فن الحكومة، خاص بأحكام فعالة حول ما إذا كان التدخل ضرورياً أساساً، والدرجة المناسبة لهذا

التدخل.

وتعرف السياسة بأنها مسار العمل الذي تختاره الحكومة باتجاه أحد جوانب الاقتصاد، بما في ذلك الأهداف

التي تسعى الحكومة لتحقيقها، واختيار الأساليب التي تسلكها لمتابعة هذه الأهداف².

ثانياً- السياسة السعرية

السياسة السعرية في جوهرها هي الإجراءات والتدابير التي تتخذها الدولة في مجال الأسعار، بهدف حل بعض

المسائل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للمرحلة المعنية بالتطور الاقتصادي والاجتماعي.

تعرف السياسة السعرية بالنسبة للمؤسسة على أنها مجموعة الإجراءات التي يتم من خلالها التأثير على

الأسعار، لذا تعد هذه السياسة من أهم قرارات المؤسسة، والتي يتحدد بناءً عليها حجم الإيرادات وربحيتها.

مما سبق، يمكن استنتاج أن السياسة السعرية هي الإجراءات والتدابير التي تتخذها الدولة في مجال الأسعار،

بهدف حل بعض المسائل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تظهر في كل دورة اقتصادية، ومن هاته المسائل:

- تقوم الدولة عن طريق السياسة السعرية بالتأثير في الفروق الطبقيّة والاجتماعية، بين مختلف فئات السكان،

وفي جميع القطاعات، عن طريق نسب توزيع الدخل الوطني، وإعداد نظام الأسعار المناسب؛

¹ - طارق يوسف حسن جابر، السياسة التجارية الخارجية في النظام الاقتصادي الإسلامي، دار النفائس، الأردن، 2012، ص 39.

² - فرانك إليس، السياسات الزراعية في البلدان النامية، ترجمة إبراهيم يحيى الشهابي، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، 1997، ص 9.

- وضع أساليب تحديد القيمة، والحد من انحراف الأسعار عن القيم؛
- توجيه عملية التداول النقدي في المجتمع، وتنظيم إجراءات المستوى المعيشي للسكان عن طريق تخفيض الأسعار أو رفع الأجور؛
- التأثير في الطلب عن طريق توجيه بعض السلع بحسب متطلبات السياسة الاقتصادية للدولة، والتأثير في البنى والهياكل الإنتاجية (تشجيع- إعاقة) بعض فروع الإنتاج.

ثالثاً- وظائف الأسعار

- يمكن تحديد بعض المهام التي تشترك فيها النظم الاقتصادية السائدة في العالم، من خلال الوظائف التي تؤديها سياسة الأسعار على المستوى الاقتصادي الجزئي والكلبي، ومن أبرز هذه المهام ما يأتي¹:
- 1) توجيه قرارات المستهلك في توزيع دخله، وإنفاقه على السلع والخدمات؛
 - 2) توجيه قرارات المنتجين في استخدام الموارد الاقتصادية في الإنتاج؛
 - 3) توزيع الدخل بين أصحاب الموارد، وهذه الدخل عادة ما تكون في صورة ريع أو أجور أو أرباح أو فوائد، وهو ما يطلق عليه عوائد عناصر الإنتاج؛
 - 4) يحدد جهاز الأسعار حجم الإنتاج الذي يرغب المنتجون في إنتاجه عند سعر بأقل تكلفة ممكنة، لذا فإن المشاريع التي تبقى في السوق هي المشاريع الأعلى كفاءة إنتاجية، أي التي تنتج أكبر حجم من الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة أي تشغيل عناصر الإنتاج بكامل طاقتها الإنتاجية؛
 - 5) التحضر الاقتصادي وتشجيع التقدم التقني، من خلال استخدام تقنية متطورة تعمل على استغلال الموارد في أعلى كفاءة إنتاجية لها، أي استغلالها استغلالاً كاملاً بأقل تكاليف إنتاجية؛
 - 6) إعادة توزيع الدخل الوطني بين الفئات الاجتماعية وتوجيه أنماطه واستهلاكه، و يتم ذلك عن طريق تحديد أسعار السلع الرئيسية التي تستهلكها كل فئة، في ضوء الأهداف والمعايير الاقتصادية والاجتماعية التي تقرها الدولة واستراتيجياتها في هذا المجال، ولا يخفى بأن تخفيض أسعار السلع الاستهلاكية الأساسية يعني زيادة الدخل الحقيقية للفئات الاجتماعية ذات الدخل المحدودة، في حين يؤدي رفع أسعار السلع الكمالية وشبه الضرورية إلى تقليص الدخل الحقيقية للفئات ذات الدخل النقدية العالية.

المطلب الثاني: الأسعار كأداة من أدوات السياسة التجارية

تعتبر الأسعار من أدوات السياسة التجارية والتي تؤثر على مسار التبادل التجاري الدولي، وتقسّم إلى²:

أولاً- الرسوم الجمركية

- 1) تعريف الرسوم الجمركية: هي إحدى السياسات المهمة التي تلجأ إليها الدول في تطوير سياستها التجارية، والرسم الجمركي هو ضريبة تفرضها الدولة على السلعة عند عبورها للحدود الجمركية الوطنية دخولاً

¹ - أبي سعيد الدوجي ودوخي عبد الرحيم الحنيطي، التسويق الزراعي المفاهيم والأسس، دار الحامد للنشر، الأردن، 2002، ص 52.

² - عادل أحمد حشيش، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2000، ص 237.

(واردات)، أو خروجاً (صادرات) ، والغالب أن تفرض الرسوم الجمركية على الواردات كوسيلة أساسية لتطبيق سياسة الحماية التجارية، ويطلق على مجموعة النصوص المتضمنة لكافة الرسوم الجمركية السائدة في الدولة في وقت معين اسم التعريفية الجمركية.

2) أنواع الرسوم الجمركية: يمكن أن نميز عدة أنواع من الرسوم على أساس كيفية التقدير والغرض المنشود من فرضه¹:

- من حيث كيفية تحديد الرسم الجمركي يميز بين الرسوم القيمية، والرسوم النوعية، والرسوم المركبة. أما الرسوم القيمية فتحدد كنسبة مئوية من قيمة السلعة، وتحدد الرسوم النوعية على أساس الوحدة من السلعة بالعدد أو الوزن، بينما تتضمن الرسوم المركبة رسماً نوعياً يضاف إليه رسم قيمي؛

- من حيث الهدف يميز بين الرسوم المالية، والتي تفرض بقصد تحقيق إيراد لخزانة الدولة، والرسوم الحمائية والتي تهدف إلى حماية الإنتاج الوطني من المنافسة الأجنبية؛

- من حيث مدى حرية الدولة في فرضها يميز بين التعريفية المستقلة والتعريفية الاتفاقية، والأولى تنشأ عن إرادة تشريعية داخلية، أما الثانية فتكون بموجب اتفاق دولي مع دول أخرى؛

- وقد يفرق بين التعريفية البسيطة والمزدوجة والمتعددة تبعاً لسعر الضريبة المفروضة، وبجانب التعريفية العادية قد يوجد تعريفية احتياطية تتوقف على الظروف التي تطبق فيها التعريفية الجمركية.

3) الآثار الاقتصادية للرسوم الجمركية: ينتج عن فرض الرسوم الجمركية آثاراً ينعكس بعضها على مستوى الدخل الوطني للدولة وعلى ميزان مدفوعاتها. كذلك تؤثر التعريفية على معدل التبادل التجاري، وتحمي الصناعات المحلية التي تختمى وراءها، وتخفف الاستهلاك من السلع وتعمل على إعادة توزيع الدخل بين المستهلكين والمنتجين، وتوفر إيرادات للحكومة، وتؤدي إلى انخفاض كفاءة تخصيص الوارد، سواء بالنسبة للتجارة التي تنشأ بين الصناعات أو التي تنشأ بين الدول الصناعية².

فمن حيث الأثر على معدل التبادل تستطيع الدولة عن طريق الرسوم الجمركية تحسين معدلات تبادلها، ذلك أنه يترتب على فرض هذه الرسوم ضرورة زيادة حجم السلع الأجنبية للحصول على نفس القدر من السلع الوطنية. ويؤدي فرض رسوم جمركية على الواردات الأجنبية إلى زيادة المعروض من الإنتاج المحلي، نظراً لإمكان البيع بأثمان مرتفعة بعيداً عن المنافسة الأجنبية. وإذا كان فرض حماية جمركية أمر ضروري لحماية الصناعات الناشئة، فإنه يشترط بطبيعة الأحوال أن تكون هذه الصناعات قادرة بعد استكمال نموها، على الإنتاج بدون حماية. أما إذا كانت الصناعة محتاجة إلى حماية بصفة دائمة، فمعنى ذلك أن الدولة لا تتمتع فيها بأية ميزة نسبية، وأولى بها أن تستخدم مواردها في أوجه أخرى تعود عليها بفائدة أكبر.

¹ - المرجع نفسه، ص 238.

² - المرجع نفسه، ص 243-245.

كما أن فرض الرسوم الجمركية يؤدي إلى تخفيض الاستهلاك الإجمالي، إذ يؤدي ارتفاع ثمن السلعة بعد فرض الرسم إلى التقليل من استهلاكها، ويضطر المستهلكون إلى شراء بدائل أقل اشباعاً أو الاستغناء عن هذه السلع كلية. وفيما يتعلق بإعادة توزيع الدخل الوطني، يؤدي فرض الرسوم الجمركية إلى ارتفاع أثمان السلعة الخاضعة للرسم، وهذا من شأنه زيادة دخول عناصر الإنتاج المشغلة بالصناعة المتمتعّة بالحماية الجمركية. وفرض الرسوم الجمركية يؤدي إلى ارتفاع ثمن العنصر الإنتاجي النادر نسبياً. ولذلك فإن الحواجز الجمركية تكون دائماً في صالح أصحاب عناصر الإنتاج النادرة نسبياً، وتؤدي إلى إعادة توزيع الدخل الوطني لصالح هذه العناصر. كما أنه عند فرض الرسوم الجمركية، يترتب على ذلك إعادة توزيع الدخل من المستهلكين إلى المنتجين.

ومن ناحية الدخل الوطني، فإن فرض الرسوم الجمركية إذ ترفع أثمان الواردات فإنها تؤدي إلى زيادة الطلب على السلع المحلية، ومن ثم تساعد على زيادة الدخل الوطني.

وفيما يتعلق بميزان المدفوعات، فالمعتقد بصفة عامة أن فرض الرسوم الجمركية يؤدي إلى تحسينه عن طريق تخفيض الواردات، مع بقاء الصادرات على ما هي عليه، ولكن هذه النظرة تحمل أثر هذا التغيير على الدخل الوطني من ناحية، وأثره على سلوك الدول الأخرى من ناحية أخرى. فانخفاض الواردات مع بقاء الصادرات على ما هي عليه يؤدي إلى زيادة الدخل الوطني، وفي هذه الحالة تؤدي الزيادة في الدخل الوطني إلى زيادة الواردات. ومن هنا فإن النتيجة النهائية في تحسين ميزان المدفوعات تكون أقل من التخفيض الأولي في الواردات، وتتوقف هذه النتيجة على الميل الحدي للاستيراد. ومن ناحية أخرى فإن فرض الرسوم الجمركية على الصادرات قد يدفع بالدول الأخرى لفرض قيود من ناحيتها، مما يضيع الأثر الناجم عن فرض الرسوم الجمركية.

ثانياً- الإعانات (إعانات التصدير)

قد يواجه المنتجون داخل الدولة مشاكل مادية أو تقنية تمنعهم من الوصول إلى الأسواق الخارجية خصوصاً في ظل المنافسة القوية، لذا تعتمد بعض الدول على تفعيل عملية التصدير من خلال تقديم الإعانات والمساعدات، والغرض منها تدعيم قدرة المنتجين الوطنيين على التنافس في الأسواق الدولية، وزيادة نصيبهم منها، وذلك بتمكنهم من خفض الأثمان التي يبيعون على أساسها، والإعانة قد تكون مباشرة حيث تتمثل في دفع مبلغ معين من النقود، يحدد إما على أساس قيمي أو على أساس نوعي، أو غير مباشر، وتتمثل في منح المشروع بعض الامتيازات لتدعيم مركزه المالي، والهدف من كل هذه المساعدات جعل المؤسسات المحلية تستطيع المنافسة أمام الأسعار العالمية، وتحمل الدولة في هذه الحالة الجزء المكمل لسعر البيع من قبل المصدر، وتأخذ الإعانات شكل آخر مثل الإعفاء من الضرائب للمنتجين، أو تخفيض تكاليف النقل، ومنح المنتجين قروض بفوائد قليلة¹.

ثالثاً- الإغراق

وهو أحد الوسائل التي تتبعها الدولة أو المشروعات الاحتكارية للتمييز بين الأسعار السائدة في الداخل وتلك السائدة في الخارج، حيث تكون الأخيرة منخفضة عن الثمن الداخلي للسلعة، مضافاً إليه نفقات النقل وغيرها من

¹ - عطا الله علي الزبون، التجارة الخارجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 53.

النفقات المرتبطة بانتقال السلعة من السوق الوطنية إلى الأسواق الأجنبية. ويمكن التمييز من حيث مدى استمراره بين أنواع ثلاثة من الإغراق:

- **الإغراق العارض:** والذي يفسر بظروف استثنائية طارئة؛

- **الإغراق قصير الأجل أو المؤقت:** والذي ينتهي بتحقيق الغرض المنشأ من أجله؛

- **الإغراق الدائم:** المرتبط بسياسة دائمة يستند إلى وجود احتكار في السوق الوطنية يتمتع بالحماية.

ويشترط لنجاح سياسة الإغراق انفصال الأسواق عن بعضها، وهو ما يجعل من السهل على المحتكر أن يميز من حيث الثمن الذي يفرضه على مختلف الأسواق كل بحسب ظروفه. ويرى أنصار مذهب الحماية ضرورة مكافحة سياسة الإغراق الأجنبية. وتؤكد ضرورة التدخل إذا ما كان الإغراق يهدف القضاء على المنافسة في السوق المحلية، ثم استغلالها برفع الأثمان كما في حالة الإغراق المؤقت. وتتضح خطورة الأثر الهدام للإغراق على هيكل الجهاز الإنتاجي واتجاهات التجارة الخارجية للبلاد.

وهناك مجموعة من الشروط لا بد من توفرها في سياسة الإغراق ويمكن إجمالها فيما يلي¹:

1) أن يتم البيع في السوق الخارجي المصدر بسعر يختلف عن السعر المحلي في الدولة المنتجة للسلعة، كما لا يشترط أن تقل الأسعار في الأسواق الخارجية عن التكلفة الحدية للسلعة أو الخدمة المنتجة، وهذا النوع من السياسات يكون ناجحاً أكثر في السلع الأقل تكلفة وجودة، أو في المجتمعات الفقيرة والتي تفتقر إلى المال في سبيل الحصول على سلع عالية الجودة؛

2) أن يكون البيع للسلعة المصدرة للأسواق الخارجية والسوق المحلي في وقت واحد، بمعنى أن لا يحدث انخفاض في الأسعار لسلعة ما، ثم يعتمد تصديرها ومن ثم بيعها بسعر أقل من الأسعار المحلية. فلا بد من مقارنة الأسعار لبيع السلع في الداخل والخارج في نفس الوقت؛

3) أن تكون شرط البيع في الأسواق الداخلية والخارجية واحدة، لأن الاختلاف في الشروط قد يؤثر في عملية التسعير، ومن ثم قد يكون الاختلاف في التسعير نتيجة الاختلاف في الشروط لا نتيجة الإغراق؛

4) لا بد من أن يكون هناك نوع ما من المرونة في الطلب على السلع المصدرة إلى السوق التي يراد إغراقها، لأن ذلك يؤدي إلى زيادة الطلب عليها في الخارج ومن ثم زيادة كبيرة في تخفيض الأسعار؛

5) أن يكون هناك سياسة جمركية من قبل الدولة المصدرة قادرة على منع السلع المصدرة من العودة إلى السوق المحلي، ومن ثم بيعها بأسعار جديدة، فتصبح حينئذ وكأنها ضريبة تفرضها الدولة على نفسها بطريقة غير مباشرة.

تعتمد المؤسسات سياسة الإغراق في تحديد أسعار صادراتها لتحقيق واحد أو أكثر من الأهداف التالية²:

1) التخلص من فائض إنتاجي في مخازنها والمباشرة بإنتاج سلعة جديدة؛

¹ - المرجع نفسه، ص ص 55-56.

² - بديع جميل قذو، التسويق الدولي، دار المسيرة، عمان، 2009، ص 258.

(2) تشغيل عوامل وطاقات إنتاج معطلة، وتحمل الشركة كلفة الاحتفاظ بها؛

(3) كسب موطئ قدم في السوق الخارجية؛

(4) الحد من نشاط الشركات المنافسة للتفرد بالسوق لوحدها؛

(5) الترويج لسلعة كاسدة في بلد المنشأ.

رابعاً- تخفيض سعر الصرف

يستخدم الرقابة على سعر الصرف في نطاق واسع في الدول الاشتراكية، كجزء من سياسة التخطيط الاقتصادي وتخطيط التجارة الخارجية، والرقابة على الأسعار، والأرباح وتوجيه الموارد المصدرة والمستوردة¹.

والأهداف التي تسعى سياسة تخفيض سعر الصرف إلى تحقيقها²:

(1) تحديد السلع المستوردة من خلال قيام الدولة بحفظ قدر محدود من النقد الأجنبي لاستيراد بعض السلع، وقد

لا تسمح الدولة باستيراد السلع من تلك الدولة، وأحياناً تمنح النقد الأجنبي المطلوب، ولكن بسعر أعلى من العملة الوطنية، مما يؤدي إلى ارتفاع سعرها العادي، مما يترتب عليه ارتفاع في أسعار السلع المستوردة بالعملة الوطنية مما يزيد من المنافسة على السلع الوطنية؛

(2) يعمل نظام الصرف على تحديد الأولوية في عملية الاستيراد، من حيث السلع الضرورية، أو الكمالية أو

السلع الغير ضرورية، أو يتم استيرادها لكن بنسبة محدودة مقارنة مع السلع الضرورية، ويسمح للسلع الضرورية بالنقد اللازم لاستيرادها، وقد يباع لها بالعملة المحلية وبسعر منخفض؛

(3) العمل على توجيه الاستيراد والتصدير إلى دول معينة، بهدف تشجيع العمل التجاري المتبادل معها؛

(4) تنفيذ السياسات الاقتصادية المختلفة داخل الدولة، من خلال عزل الاقتصاد الوطني عن التعامل الخارجي،

ومن ثم استطاعة الدولة تنفيذ الخطط الاقتصادية والمشاريع الوطنية ضمن الأهداف التي تسعى إليها، دون تأثير المجتمع الخارجي عليها، ومن ثم عرقلة الوصول إلى الغايات من تلك الخطط والسياسات التي تسعى إليها الدولة؛

(5) رفع قيمة سعر الصرف للعملة المحلية إلى أعلى من القيمة الحقيقية لها، مع عدم الرغبة في تخفيضها في أسواق

النقد الأجنبي، وما يتعرض له نتيجة التدهور الذي يحدث في سعر التبادل وزيادة الديون الخارجية، والتي تكون فوائدها قد دفعت بالعملة الأجنبية إلى الأعلى، ومن ثم الابتعاد بالعملة المحلية عن الأزمات المالية والنقدية، والتي تعصف بالعملات في أسواق النقد بين فترة وأخرى، مما يؤدي إلى المحافظة على قيمة محددة للعملة المحلية وعدم السير إلى تدهورها.

¹ - عادل أحمد حشيش، مرجع سبق ذكره، ص 253.

² - عطا الله علي الزبون، مرجع سبق ذكره، ص 48.

المطلب الثالث: أثر السياسة السعرية وفعاليتها

تؤثر السياسة السعرية على العمليات الإنتاجية والدخول ودرجة استقرارها، وكذا عملية توزيع الدخل، وفيما يلي شرح كيفية هذا التأثير.

أولاً- زيادة الإنتاج

تعد الأسعار أداة هامة وقوية لتوجيه موارد الدولة نحو استخدامات معينة لعناصر الإنتاج، وكذا التحكم في الاستهلاك عن طريق السياسة السعرية، وما تتضمنه من إجراءات تتخذها الحكومة لتحقيق أهدافها في المجال الاقتصادي والاجتماعي، فالأسعار تعد المرآة التي تعكس الكيفية التي يتم بها توزيع الناتج الوطني بين الاستثمار والاستهلاك، فإذا كانت أسعار السلع الاستهلاكية منخفضة فهذا يعني أن الجزء المخصص للاستهلاك من الناتج الوطني كبيراً، أما في حالة ارتفاع الأسعار فهذا يدل على أن ما خصص للاستثمار يفوق ما خصص للاستهلاك نسبياً.

كما نجد أنه عن طريق الأسعار يمكن التحكم في العلاقة بين القطاع الصناعي والقطاع الفلاحي، مثلاً من ناحية توزيع الجزء من الناتج الوطني المخصص للاستهلاك، فالأسعار هنا تحدد تطور معدلات التبادل وفي أي قطاع تم هذا التطور¹.

وأهمية الأسعار في التخصيص الكفء أو غير الكفء للموارد، وفي توزيع الدخل العادل أو غير العادل ليست محل خلاف بين الاقتصاديين، فالسعر الجيد الذي يفصح عن القيمة ويعبر بحق عنها، والذي هو نتاج سوق سليمة صحيحة يعد محمداً رئيساً للكفاءة الاقتصادية للنظام الاقتصادي. ولذلك فإن كل الأنظمة الاقتصادية تعنى بتوفير النظام السعري الجيد، وما يتضمنه من أسس و أدوات وإجراءات.

وللأسعار آثارها على كل من الاستهلاك والإنتاج والتوزيع. ففي ضوء الأسعار السائدة يتحدد إلى حد بعيد نمط استهلاك المستهلك، وبتغير الأسعار عادة ما يتغير نمط الاستهلاك، وفي ضوء الأسعار السائدة يجرى المستهلك حساباته ويحدد موقفه ويحقق توازنه.

وعادة لا يتم الإنتاج في غياب الأسعار، سواء على مستوى المنتجات، أو على مستوى عناصر الإنتاج. وفي ضوء الأسعار السائدة لعناصر الإنتاج يحقق المنتج توازنه الفني، وفي ضوء الأسعار السائدة للمنتجات يحقق المنتج توازنه الاقتصادي. كما يتحدد في ضوء الأسعار السائدة الموقف تجاه الاستثمارات وما إذا كان من المفضل التوسع فيها أو الإقلال منها.

وعلى صعيد التوزيع نجد أنه في ضوء الأسعار السائدة يتحدد إلى حد كبير نمط التوزيع القائم في المجتمع، توزيع الدخل أولاً ويتبعه توزيع الثروة ثانياً. من هذا نجد أن الأسعار عنصر مؤثر على كل من الاستهلاك والإنتاج والتوزيع.

¹ - عمر شعبان، مرجع سبق ذكره، ص 8.

ثانيا- الأسعار والدخول مستقرة

يعد الاستقرار أحد أقدم الأسباب وأكثرها شيوعا التي تتذرع بها الدولة للتدخل في الأسواق، وتسعى إلى جعل الأسعار مستقرة، فمن ناحية الإنتاج تكون الأهداف هي تقليل المخاطرة وزيادة العرض في الأسواق، واستقرار دخول المنتجين، أما من ناحية الاستهلاك فتكون الأهداف هي تأمين الاستقرار في تكاليف الأجور وحماية المستهلك، واستقرار الأسعار يعطي الرفاه الاجتماعي، وتؤدي إلى مكاسب تعود على المنتجين المستهلكين من خلال استقرار دخولهم¹.

هناك أهمية أخرى للأسعار، فالمعروف أن العلاقة بين الأسعار والدخول علاقة وطيدة فكل منهما يتأثر بالآخر، فالأسعار تؤثر تأثيرا غير مباشر في تحديد الدخل الحقيقية للأفراد، التي تترجم كمية السلع والخدمات التي يحصل عليها الأفراد باستخدام دخولهم الاسمية، وهذا بانخفاض مستوى المعيشة أو تحسنها.

تحدد أسعار المنتجات والأجور، في الاقتصاديات الطبيعية الخالية من التدخلات البشرية، ضمن إطار نظام السوق الطبيعي بنتيجة تفاعل عوامل السوق الثلاثة، الطلب والعرض والسعر. يتميز نظام السوق الطبيعي بمقدرته على التصويب التلقائي، إذ يوفر الظروف الملائمة لتحديد أسعار وشروط تعكس تراضي أطراف التبادل، من خلال حرية التفاعل بين عاملي الطلب والعرض، فيتقلب كلاهما إلى أن يتحقق التوازن بينهما عند السعر المناسب.

ثالثا- التأثير في توزيع الدخل

تؤدي الأسعار دورا كبيرا في تحديد كيفية توزيع الدخل على الأفراد، من خلال ما تولده المؤسسات من دخول عند قيامها بنشاطاتها، وذلك عن طريق عمل آلية السوق، والتي يتحدد من خلالها أسعار عوامل الإنتاج، وتحدد كذلك دخول الأفراد، لأن الدخل في الحقيقة ما هي إلا أسعار خدمات عناصر الإنتاج التي يسهم بها الأفراد في العملية الإنتاجية².

ويتحدد توزيع الدخل في اقتصاد سوقي، إن لم يكن هناك قوى متدخلية بملكية الموارد الإنتاجية، وبالأسعار التي يحددها السوق لهذه الموارد، وإذا أرادت الدولة توزيعا آخرا، فباستطاعتها تغيير نمط التوزيع عن طريق سلطتها بفرض ضرائب، وتوزيع الخدمات الاجتماعية.

كما أن السعر يؤثر ويتأثر بكل من التوزيع والاستهلاك كالاتي:

1) **أثر السعر على التوزيع:** يظهر أثر السعر جليا في التوزيع الوظيفي الذي يعني توزيع العائد على العناصر المساهمة في العملية الإنتاجية، من أرض وعمل ورأس مال وتنظيم، ففي ضوء الأسعار السائدة لعناصر الإنتاج يأخذ كل عنصر نصيبه، فالتنظيم هو أساس العملية الإنتاجية، فمن خلال الأسعار السائدة لعناصر الإنتاج يقرر المنظم الدخل في العملية الإنتاجية، فإذا ارتفع مثلا سعر الفائدة الذي هو عائد رأس المال، بحيث لا تغطي تكلفة

¹ - فرانك إيليس، مرجع سبق ذكره، ص 117.

² - فليح حسن خلف، مدخل إلى الاقتصاد، مرجع سبق ذكره، ص 54.

الإنتاج؛ فإنه يقرر الإحجام عن الإنتاج، فالتوزيع المستقر والعادل للعائد على العناصر الإنتاجية، يسهم في استقرار الأسعار والسير المريح للعملية الإنتاجية؛

(2) الاستهلاك: يظهر أثر السعر على الاستهلاك في قرار المستهلك لحجم وكمية مشترياته من السوق، فكلما انخفضت الأسعار زاد في الكمية، وكلما ارتفعت الأسعار خفّض من كمية مشترياته، على افتراض أن دخله محدود بسقف معين، فالسعر يؤثر تأثيراً مباشراً على حجم الاستهلاك.

من خلال هذه النماذج يظهر لنا الأثر الهام الذي تحدثه الأسعار على مختلف الظواهر الاقتصادية، من توزيع واستهلاك وكذا الإنتاج والاستثمار.

كما نجد أن للأسعار دوراً رئيسياً في التوزيع الأولي للدخل الوطني بين عوامل الإنتاج التي ساهمت في العمليات الإنتاجية في صورة فوائد لأصحاب رأس المال، وأجور للعمال وأرباح للمنظمين وريع لملاك الأراضي فتوزيع الدخل الوطني في صورة مكافآت لعوامل الإنتاج يتم على أساس حركات أسعار عوامل الإنتاج، وهي تتأثر بعرض وطلب كل عامل منهما، والربح هو الفرق بين ثمن المنتجات النهائية وثمان عناصر الإنتاج، والأجر هو ثمن قوة العمل التي يبذلها العامل في الإنتاج، ويتوقف على عرض العمل من جانب العمال والطلب عليه من جانب أصحاب الأعمال، والفائدة هي الثمن الذي يدفع لممول رأس المال.

رابعاً- المستوى العام للأسعار

يشير المستوى العام للأسعار في الاقتصاد الوطني إلى متوسط عام للأسعار السائدة لمجموعة رئيسية من السلع في الاقتصاد، ويمكن قياسه بالرقم القياسي لهذه الأسعار، ولا تكون لمستوى الأسعار أهمية إذا لم تلاحظ مع التغيرات التي تحدث في مستوى الرفاهية أثناء تغير المستوى العام للأسعار، فالارتفاع المستمر في المستوى العام للأسعار (التضخم) يترتب عليه آثار ونتائج غير مرغوبة، نتيجة تخفيض القوة الشرائية للنقود، كما أن الانخفاض المستمر في المستوى العام للأسعار (الانكماش) له آثار سلبية على النشاط الإنتاجي والتوظيف، ولذلك فإن تحقيق استقرار في المستوى العام للأسعار يعتبر هدفاً أساسياً للاقتصاد الكلي¹.

إن لحركة الأسعار دور بالغ في التأثير على مستوى الدخل الوطني وعلى مستويات دخول الأفراد بشكل عام. فعند ارتفاع دخل فرد ما بين سنتين (ن) و (ن + م) بعشر أضعافه مثلاً، والذي يصاحبه ارتفاع عام في الأسعار بين السنتين (ن) و (ن + م) بعشر أمثال مستواها، ففي هذه الحالة لا يكون دخل الفرد ازداد عشر أمثال ما كان عليه، بل إن دخله الحقيقي لم يتغير نتيجة انخفاض قيمة النقود إلى عشر قيمتها السابقة، أي أن القوة الشرائية للنقود لعام (ن + م) لا تساوي إلا عشر أمثال مستواها عام (ن)، ومن ذلك برزت أهمية معرفة المستوى العام للأسعار لأي سنة، كي نستبعد أثر تغيرها حتى تكون لدينا فكرة صحيحة على الدخل الحقيقي وتطوراته عبر السنين².

¹ محمود يونس وآخرون، مبادئ الاقتصاد الكلي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص ص 19-20.

² - ضياء مجيد، الاقتصاد النقدي - المؤسسات النقدية - البنوك التجارية - البنوك المركزية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2000، ص 205.

وتحتل دراسة التغيرات في مؤشرات أسعار الاستهلاك مكانة أساسية في تحليل الاقتصاد الكلي، فمؤشرات أسعار المستهلك تقيس التغير في المستوى العام لأسعار السلع والخدمات التي يكتسبها أو يستخدمها أو يشتريها السكان للاستهلاك على مدار السنة، ويساعد المؤشر العام للاستهلاك بأنه مقياس عام للتضخم، وهذا من خلال الآتي¹:

- 1) مكون هام في تحليل الاقتصاد الكلي، لاسيما عندما تكون أهداف التضخم أحد الأركان الأساسية للسياسة النقدية؛
- 2) يستخدم من أجل إعادة النظر في المعاشات التقاعدية والأجور والمزايا الاجتماعية... لتعويض تغيرات الأسعار، والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلكين؛
- 3) من أجل مراجعة السندات الحكومية وتصحيح العتبات الضريبية.
- 4) تصحيح الأسعار والأجور والرواتب في العقود الخاصة، والمساءلة في القيمة الحالية؛
- 5) لا يكون مؤشر أسعار المستهلك عموما الأداة المثالية لإعادة تقييم الأصول الثابتة، ولكنه غالبا ما يستخدم في حالة الغياب كمؤشر أكثر فعالية في تدوين الحسابات الوطنية؛
- 6) يساعد في حساب النفقات أو الدخل بالأسعار الثابتة (القيمة الحقيقية).

¹- OCDE, Principaux indicateurs économiques analyse méthodologique comparative: Indices des prix à la consommation et des prix à la production, Les éditions de l'OCDE France, 2002, p 19.

المبحث الثاني: السياسة السعرية في النظام الرأسمالي

تمثل الرأسمالية نظرياً، نظاماً اقتصادياً يتميز باحترام الملكية الخاصة لعوامل الإنتاج ومزاولة النشاط الاقتصادي بحرية مطلقة، والأسعار هي نظام أساسي لمفهوم الرأسمالية التقليدية، فكلما كانت درجة المنافسة في السوق أكبر، فإن نظام الأسعار أو نظام السوق يحدد كل ما يتم تبادله من السلع والخدمات والموارد. أما في الواقع العملي فقد تحولت الرأسمالية إلى رأسمالية مالية احتكارية تقود العالم لأزمات مالية إقليمية ودولية.

سوف نتناول في هذا المبحث خصائص السوق في النظام الرأسمالي، وكيفية تحديد الأسعار وفق هذا النظام، وتقييم النظام من ناحية كفاءة السوق والرفاهية الاقتصادية.

المطلب الأول: خصائص الأسواق في النظام الرأسمالي

تتمثل الخصائص الأساسية للنظام الرأسمالي في النقاط الآتية¹:

أولاً- الحرية الاقتصادية

يقود غياب التدخل الحكومي للحرية الاقتصادية، بالفرد مطلق الحرية في ممارسة الأنشطة الاقتصادية التي يريدها، كما أن للمستهلك الحرية الخاصة في صرف دخله على شراء السلع والخدمات، وكمنتج فهو حر في شراء ما يريد من موارد لإنتاج ما يرغبه المجتمع من حاجيات، والحرية الاقتصادية إن كانت تعني أن الفرد حر في ممارسة نشاطه الاقتصادي، فهو سوف يحقق مصلحة المجتمع، وهذا ما أطلق عليه (آدم سميث) اليد الخفية.

ثانياً- تحقيق الأرباح

يؤدي السعي وراء المصلحة الذاتية، إلى سعي المنتج لتحقيق أقصى الأرباح، والواقع أن هذا الهدف يمثل أهم خصائص النظام الرأسمالي، ويدور هذا كله حول قانون التنافس بين القوى المكونة لأنشطة السوق، والتي تمثل التحركات الخاصة بالمنتجين لتعظيم الأرباح، وحركة العمل للحصول على أعلى أجرة، وحركة مالكي الأرض للحصول على أقصى ربح، وحركة المستهلكين لشراء السلع بأقل الأسعار.

ثالثاً- نظام الأسعار

الإنتاج الرأسمالي هو إنتاج تلقائي عفوي يتم عن طريق قوى السوق من خلال جهاز الأسعار، والذي يلعب دوراً حيوياً في توزيع الموارد بين الأنشطة الاقتصادية المختلفة، أي أن حركة الأسعار هي الآلية التي تقوم بدور التنسيق بين القرارات الاقتصادية والسوق الرأسمالي، وذلك أن الأفراد والمؤسسات يتخذون قراراتهم الاستثمارية والاستهلاكية بناء على الأسعار الموجودة في الأسواق، ولكن مجموع هذه القرارات تؤثر على الأسعار وتغيراتها من حين لآخر حتى تقترب الأسواق من وضعية التوازن، وأهم ميزة لهذه النتيجة أنها تلقائية أو عفوية.

ومن الخصائص التي يمتاز بها النظام الرأسمالي كذلك²:

¹ - جلال جويادة عبد القصاص، محددات الأثمان في السوق الرأسمالي والإسلامي دراسة مقارنة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص 14.
² - إسماعيل محمد دعيس، نظرية الفهم لتحديد أسعار المنتوجات وعناصر الإنتاج والتوازن في هياكل الأسواق المختلفة، دار البازوري، عمان، 2012، ص 59.

رابعاً- الملكية الخاصة: ففي هذا النظام يحق لكل شخص امتلاك السلع والموارد الاقتصادية بالوسائل القانونية، التعاقد على استخدامها والتخلص منها متى شاء، والملكية حق طبيعي تحقق ثلاث وظائف اقتصادية، فهي تعطي الفرد الحق في استخدام ما يملك، وكذا فهي تؤثر في توزيع الدخل والثروة من خلال السماح للأفراد بتراكم الموجودات وتحويلها للغير، وأخيراً تحقيق درجة عالية من التبادل؛

خامساً- دور الدولة في النشاط الاقتصادي: إن مبدأ -تدعه يعمل دعه يمر- له مضامين اقتصادية وسياسية هامة، ووفقاً لهذا المبدأ فإن دور الدولة في النظام الرأسمالي يجب أن يكون مقتصرًا على بعض الأنشطة التقليدية، كحفظ النظام العام والدفاع عن الأمة، وفض المنازعات بين الأفراد وسك النقود، وتحديد حقوق الملكية وتشجيع المنافسة، وليس لها أن تتدخل في النشاط الاقتصادي.

المطلب الثاني: الأسعار في السوق الرأسمالي

تتحدد الأسعار في السوق الرأسمالي وفقاً لقانون العرض والطلب، إن هذه القاعدة عامة ولا شك أن تكوين الأسعار في هذه السوق مسألة غاية في التعقيد والتشابك، وتخضع لعوامل عديدة هي نفسها العوامل التي يخضع لها النظام الاقتصادي الرأسمالي والتي تتمثل في:

- 1) الحالة السائدة في السوق، ويمكن أن نميز أربع حالات، المنافسة الكاملة والمنافسة غير كاملة وهي احتكار القلة، والمنافسة الاحتكارية وظاهرة الاحتكار؛
- 2) العرض والطلب والمرونة التي يتمتع بها كل منهما؛
- 3) طبيعة السلع من حيث كونها موجهة للاستهلاك النهائي أو الصناعي، استهلاك مباشر أو كونها سلع معمرة، وما إذا كانت سلع مكاملة أو بديلة؛
- 4) تؤدي تكاليف الإنتاج دوراً مهماً في سياسة الأسعار على المدى البعيد.

أولاً- الدور الأساسي لنظام الأسعار

لعل أهم ميزة أساسية في النظام الرأسمالي أو اقتصاد السوق هي الدور المهم جدا الذي يؤديه السعر في هذا السوق، فعلى أساس الأسعار النسبية لعناصر الإنتاج (العمل، الأرض، رأس المال)، والأسعار النسبية للسلع والخدمات تخصص وتوزع الموارد الاقتصادية أي (عناصر الإنتاج) بين مختلف الاستعمالات، وإذا ما تغيرت تلك الأسعار فارتفعت أو انخفضت أدى ذلك لتعديل التخصيص والتوزيع في الكميات المنتجة من تلك السلع، فالأسعار وحركاتها أداة تنظيمية في اقتصاد السوق، إنها تنظم طريقة ونسب عناصر الإنتاج التي تجمع لتكوين الوحدات الإنتاجية، وتنظم الكميات والأنواع من السلع والخدمات التي تنتج.

إن نظام الأسعار في النظام الرأسمالي يصور مجموعاً دقيقاً من الارتباطات والعلاقات السعرية بين مختلف السلع والخدمات، التي يجري التوازن بينها بصورة مستمرة، ويجري تعديلها تبعاً لما يطرأ في السوق من تغير العرض والطلب.

إن قرارات المنتجين لإحدى السلع هي التي تحدد مجموع تلك السلع، ومجموع قرارات المشترين هي التي تحدد مجموع الطلب على تلك السلع، وعلى أساس التفاعل بين العرض والطلب تتقد شرارة السعر، وكل تغير في الطلب

أو العرض يؤدي إلى حصول تغير في السعر السوقي، وهذا يفضي إلى حصول تغير في الطرق والنسب والموارد الاقتصادية المستخدمة في العملية الإنتاجية، ويتبين مما تقدم أن جهاز الأسعار يقوم بوظيفتين مهمتين في نظام اقتصاد السوق¹:

- 1) تخصيص الموارد الاقتصادية، أي عناصر الإنتاج وتوزيعها بين الاستعمالات المختلفة، وتعديل هذا التخصيص تبعاً لحالات السوق من العرض والطلب، وإن زيادة الرغبة لدى المستهلك أو إعراضه له الأثر البالغ في زيادة الإنتاج؛
- 2) أن الأسعار وسيلة لتوزيع السلع، وإذا كان العرض من إحدى السلع أو الخدمات لا يكفي لسد الطلب المتوقع بالسعر القائم، فإن هذا السعر سوف يرتفع ويستمر في الارتفاع حتى تكون الكمية المطلوبة تعادل تماماً العرض الموجود، وسوف يخرج من السوق من لا يستطيع دفع الثمن المرتفع والعكس صحيح، ويلاحظ أن التوزيع في اقتصاد السوق يعتمد على القدرة في دفع أسعار السلع وليس على أساس الرغبة والحاجة.

ثانياً- العوامل المؤثرة في الأسعار

تتميز السوق الرأسمالية بتذبذب يصيب أسعارها وفقاً لتأثر المواد والسلع المعروضة أو المطلوبة لبعض العوامل، فقد نلاحظ أن بعض السلع تتمتع بقدر معين من الاستقرار والثبات في أسعارها، في حين تتعرض سلع أخرى لتقلبات عنيفة، ويمكن أن نورد بعض العوامل التي تؤثر في الأسعار من حيث استقرارها أو تقلبها:

- 1) ظروف العرض والطلب، فكلما كانت هناك استقراراً في الكميات المعروضة والمطلوبة فإن هذا يعكس استقراراً في الأسعار داخل الأسواق، والعكس فإن تعرض الطلب أو العرض لتغيرات، فسوف يؤدي ذلك إلى اختلال التوازن في الكميات وأسعار المواد والسلع هبوطاً و صعوداً؛
- 2) حدوث أزمات نقدية، وانخفاض في أسعار العملة نتيجة لظهور التضخم النقدي، ولا شك أن ذلك سوف يؤدي إلى ارتفاع الأسعار بنسب متفاوتة تصل أحياناً لأضعاف أسعارها العادية؛
- 3) التغير في الدخل الفعلية للسكان، فزيادة الدخل الفردي يؤدي إلى زيادة ميل الأفراد إلى الاستهلاك بنفس المعدل الذي يزيد به ميل البائعين لرفع أسعار عرضهم، ويؤدي ذلك إلى رفع الأسعار والتغير في الطلب الكلي واختلال التوازن بين العرض والطلب، وهذا ما تفسره الأزمات الاقتصادية المتلاحقة التي تصيب الأسواق الرأسمالية من حين لآخر.

المطلب الثالث: الشكل الغير التنافسي لهيكل السوق الرأسمالي المعاصر

أولاً- اتجاه الأسواق الرأسمالية نحو التركيز والاحتكار

إن الأصل في سوق المنافسة كنموذج للسوق الرأسمالي منذ نشأته هو حرية الدخول والخروج إلى السوق، وتجانس السلع، وتوفر المعلومات بالإضافة إلى وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين، لكن مع نهاية القرن العشرين، تلاشت ظروف المنافسة في السوق واتجهت نحو التركيز والاحتكار، وبدت ملامح المنافسة تختفي نظراً لسعي المؤسسات نحو تمييز منتجاتها عن طريق إنتاج سلع غير متجانسة، بالإضافة إلى تكثيف الدعاية والإعلان بما يعمل

¹ - محمد عزيز، محمد عبد الجليل أبو سنية، مبادئ الاقتصاد، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2012، ص ص 45-47.

على تغيير أذواق المستهلكين، ومن ثم ظهرت المنافسة الاحتكارية التي تعتمد على الأدوات غير السعرية كالجودة وخدمات ما بعد البيع، وأصبحت كل مؤسسة ترسم السياسة السعرية الخاصة بها. وبعد ذلك تطور الأمر إلى أن وصل إلى ظهور ما يسمى باحتكار القلة ثم الاحتكار البحت، واحتكار القلة أصبح هو الغالب في السوق الرأسمالي المعاصر، حيث أصبح يحتكر السوق اليوم عدد قليل من المؤسسات العملاقة، فتكون لها السيطرة في تحديد أسعار البيع مع مراعاة ردود أفعال المنافسين في الكميات المنتجة وسياسة الحد الأدنى، والعلاقة بين المنافسين في احتكار القلة معقدة، لأن مصالحهم مشتركة في جزء ومتعارضة في الآخر، فإذا ما كانوا في انسجام يمكنهم تعظيم أرباحهم الاحتكارية، وقد يحدث أن تتفق المؤسسات في احتكار القلة على عدم التنافس أو اتخاذ سياسات متعارضة لكي لا يؤدي الأمر إلى احتكار ثنائي أو احتكار مطلق.

ثانيا- الشركات المتعددة الجنسيات

الشركات دولية النشاط هي احتكارات تتميز بأن كل منها ينتج على مستوى أقاليم عديدة، فهي تعد أهم صور الاحتكار الرأسمالي الدولي في العصر الحديث، بل أصبحت هي المنظم للأنشطة الاقتصادية، ذلك أن هذه الاحتكارات لم تعد تعتمد على اقتصاديات الحجم، وإنما أصبحت تعتمد على وفورات النشاط، أي الاستغناء عن الوفورات الداخلية والاعتماد على الوفورات الخارجية، وهذا من خلال¹:

- 1) تحكمها المذهل في تجارة السلع الأساسية، فهذه الشركات العملاقة التي تحاول فرض نظامها الاقتصادي العالمي الخاص، ليست ببعيدة عن الاتجاهات الخاطئة لأسعار السلع الأساسية وعلى النسبة الضئيلة جدا للسعر النهائي الذي تحصل عليه البلدان المنتجة، وفي الواقع فإن هذه الشركات تحدد سعرا ما للمنتجات وتبيعهما به وبأي كمية يمكن أن تمتصها السوق، وهذا ما يسمى بـ الأسعار الاحتكارية التي يقررها البائع من أجل الحصول على أعلى قدر من الربح، وبالتالي فإنه -على ضوء عملياته الواسعة- يغطي الانخفاض المحتمل لربحه في مادة معينة بزيادة الربح في مواد أخرى، ويعمل بطريقة تتسم بالدهاء من خلال استغلاله للتشابك القائم بين المنتجات المختلفة؛
- 2) ممارساتها السعرية في التجارة أو ما يسمى بأسعار التحويل، بهدف تقليل الضرائب إلى أدنى حد، فتلجأ هذه الشركات للتلاعب بالأسعار من أجل نقل الأرباح من بلدان تدفع فيها ضرائب أقل. فمثلا إذا كانت ضرائب أرباح الشركة مرتفعة في الدولة الأم، وإذا كانت الشركة الأم تصدر إلى المنشأة التابعة، فإنه سيكون من مصلحة الشركة متعددة الجنسيات أن تسعر صادراتها إلى الدولة المضيفة بسعر أقل من المألوف، ناقلة الأرباح من الشركة الأم إلى المنشأة التابعة تصدر إلى الشركة الأم، وكانت مستويات الضرائب في هذه الأخيرة مرتفعة، فإنها ستسعر صادراتها بسعر أعلى من المألوف، وبهذا تنقص الأرباح الخاضعة للضريبة في الدولة الأم.

ثالثا- سياسة الإغراق

إذا كان نظام السوق يقوم على تفاعل قوى العرض والطلب من أجل تحديد الأسعار بشكل عادل، فإنه ظهرت كإفراز لرأسمالية السوق الحرة بعض الممارسات والأساليب من جانب العرض، بالتأثير على هذه الأسعار

¹ - سلطان محمد سلطان، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار المريخ للنشر، الطبعة العربية، الرياض، 1987، ص 730.

لصالحهم على المدى المتوسط والطويل، ومنها الإغراق وسياسة التمييز السعري، ولأن لهذه الممارسات آثاراً سيئة، نشطت المنظمات المحلية والعالمية لمكافحة مثلما ورد في اتفاقية الجات في المادة السادسة حول الإغراق، وما تواجه به قوانين منع الاحتكار وأساليب المنافسة الجائرة في بعض الدول مشكلة التسعير الضاري*.

ونجد أن المؤسسات الاحتكارية وحدها من تمارس هذه السياسة، وذلك لما تتمتع به من بيع منتجاتها في الخارج بسعر يقل عن التكلفة الحدية، أو يقل عن السعر الذي تباع به السلعة في السوق المحلية لدولة التصدير.

رابعاً- رأسمالية النمو التكنولوجي والفائض الاقتصادي

إن الاقتصاد الرأسمالي المعاصر هو اقتصاد النمو التكنولوجي، فالمشروعات شبه احتكارية والسلطات الضخمة التي تتمتع بها، تعتبر في الظروف الحالية من التقدم الفني، ومن أنسب الأوضاع لتحقيق الابتكار والإبداع، وهي عوامل كلها تؤدي إلى انخفاض النفقات وزيادة الإنتاجية، إن التطور التكنولوجي صاحبه تطور كبير في البناء الصناعي وفي أهداف المؤسسات وعلاقات التنافس بينها، والتقدم التكنولوجي سهل الكثير في عمل المؤسسات من الناحية الإنتاجية والإدارية وكذا توفير المعلومات، فأصبحت الإدارة تتوقع وتعمل على مواجهة المخاطر، كل هذا يؤدي إلى تخفيض التكاليف.

إن البناء الاقتصادي في الرأسمالية أساسه الفائض الاقتصادي عن طريق التحكم في النفقات والأسعار، فالسوق لم تصبح تنافسية كلاسيكية ولا احتكارية وإنما هي سوق خاصة، ولا يمكن تحليل أسعارها في نطاق الاقتصاد الجزئي بل في التحليل الكلي، فالمؤسسات تستطيع أن تختار سعر البيع وتفرضه، لأن هناك اختلاف بين المؤسسات الضخمة وسياسة المشروع المحتكر، وهي غالباً تتم عن طريق عقد اتفاقيات بين المؤسسات، أو عن طريق السعر القيادي الذي يلعبه الأضعف فنياً وإنتاجياً.

المطلب الرابع: النتائج المترتبة للشكل الغير التنافسي لهيكل السوق الرأسمالي المعاصر

تترتب عن الشكل غير التنافسي للسوق في النظام الرأسمالي عدة نتائج تتمثل في:

أولاً- هدر الموارد وسوء استخدام عوامل الإنتاج

ترى الفلسفة الاقتصادية الرأسمالية أن قوى السوق وآلياته كفيلة بتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد في ظل تحقيق التوازن الكامل نسبة لندرة الموارد الاقتصادية، فإن الأسس الاقتصادية لاستخدامها هي المحور الأساسي لعلم الاقتصاد، فهو يهتم بكيفية استخدامها والسياسات التي يجب اتباعها للحصول على أعلى عائد منها بأقل تكاليف، ومن أهم تلك الأسس نظرية الإنتاج وما يتعلق بها من نظريات، كإحلال الموارد محل بعضها، وتخصيص الموارد بين استخداماتها المختلفة، بالإضافة للنظريات المتعلقة بالمحافظة عليها وتنميتها وإدارتها، ولكي يتمكن نظام الأسعار من أداء وظيفته في تخصيص وإعادة تخصيص المورد لابد من توفر شروط المنافسة الكاملة، وأن يكون المورد موظفاً توظيفاً كاملاً مما يؤدي لرفاهية المجتمع، وعندما يخصص كل مورد من الموارد الاقتصادية للتخصيص الأمثل يصل الاقتصاد إلى أقصى حد من الرفاهية، وسيبلغ حد التوازن العام الذي سيستمر ما لم يحدث عامل خارجي و

* التسعير الضاري: ويعني بيع السلع بأقل من تكلفتها بغرض إجبار المنافسين الآخرين على الخروج من سوق السلعة ثم العودة إلى بيعها بأسعار احتكارية.

يحل بهذا التوازن، الأمر الذي يؤدي إلى إعادة التخصيص، مثلاً زيادة سعر سلعة معينة يؤدي إلى زيادة إنتاجها وجذب الموارد من سلعة أخرى؛

ثانياً- تزايد البطالة ووجود الأزمات الدورية والتقلبات الاقتصادية

لقد ساد الاعتقاد أن جهاز الأسعار في إطار من الحرية الاقتصادية كفيل بتحقيق الاستخدام الأمثل والكامل والكفاء للموارد، إلا أن السير الطبيعي للنظام الرأسمالي أدى إلى ظهور البطالة، ودخول الاقتصاد في أزمات دورية متلاحقة، فمع توسع النشاط الاقتصادي في النظام الرأسمالي تزداد أرباح المنتجين، مما يؤدي إلى استخدام الأرباح في توسيع وزيادة الطاقة الإنتاجية من معدات ومصانع وآلات بزيادة هائلة، إلا أن هذه الزيادة في الطاقة الإنتاجية لا يصاحبها زيادة مماثلة في دخول العمال، ومن ثم لا تزداد قدرة العمال الشرائية بالقدر الكافي لاستيعاب الزيادة في الطاقة الإنتاجية، مما يحدث تكديس للمنتجات، ومن ثم يتجه رجال الأعمال إلى تخفيض حجم الإنتاج عن طريق الاستغناء عن أعداد من القوة العاملة، وبالتالي تظهر البطالة والتي تؤدي إلى زيادة الأزمة حدة.

ومن أسباب الأزمات في النظام الرأسمالي أيضاً أن المنتجين لا يمكن أن يتوقعوا بدقة عالية طلب المستهلكين في الأجل الطويل، وخصوصاً في ظل حدوث تغيرات سياسية واجتماعية متلاحقة، ويترتب على ذلك أن الطلب الفعلي على سلعة معينة قد يزيد وقد ينقص عما كان يتوقعه المنظمون، مما يؤدي إلى اختلال التوازن بين الإنتاج والاستهلاك. ولذلك يمكن القول: إن التقلبات الاقتصادية رواج وكساد، هي في الواقع سمة من سمات النظام الرأسمالي الحر، ففي فترة يزداد حجم النشاط الاقتصادي ويحدث رواج وانتعاش، وفي فترة أخرى يقل حجم النشاط الاقتصادي ويحدث كساد وركود¹.

ثالثاً- انعدام العدالة في عملية توزيع الدخل

من العوامل التي تعمل على عدم توزيع الدخل بصورة عادلة نجد²:

- 1) النفوذ الشخصي للأفراد والمؤسسات والذي يسمح لبعض الفئات بالحصول على نصيب من الدخل أكبر مما يتناسب مع عملهم، أو مع ما تحت سيطرتهم على وسائل الإنتاج، يحقق الفساد والذي يؤثر على نمط توزيع الدخل؛
- 2) السياسة المالية للدولة وما تؤدي إليه من إعادة توزيع الدخل، إما من ناحية سياسة الإيرادات والإنفاق، فبعض الأنظمة المالية في الاقتصاديات الرأسمالية عمدت إلى اقتطاعات أكبر من دخول الطبقات ذات الدخل الأدنى سواء عن طريق الضريبة، أو الاقتراض من أصحاب الثروات بفائدة أعلى؛
- 3) بما أن ملكية وسائل الإنتاج في ظل النظام الرأسمالي تعتبر خاصة، فإن تملك البعض يعني استبعاد البعض الآخر، فإذا ما أضفنا إلى ذلك التركيز في الملكية يمكن فهم انعدام التساوي في توزيع الدخل، والذي يترتب عليه انعدام التساوي في المستويات المعيشية .

¹ - بول جريجوري، روبرت ستورت، النظم الاقتصادية المقارنة، ترجمة: طه عبد الله منصور، دار المريخ، الرياض، 1994، ص 155.

² - محمد دويدار، مبادئ الاقتصاد السياسي، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2001، ص ص 857-860.

المبحث الثالث: السياسة السعرية في النظام الاشتراكي

في الاقتصاد الاشتراكي الأسعار هي عبارة عن التعبير النقدي للقيمة، والقيمة كنا قد تناولناها في الفصل الأول بشكل مفصل، وتحدد السياسة السعرية وفق خصائص هذا النظام على مستوى التخطيط المركزي باعتبار أن الدولة تمتلك جميع عوامل الإنتاج، باستثناء العمل وتقوم بتخصيص السلع الاستهلاكية عن طريق السوق. سنتناول في هذا المبحث خصائص الاقتصاد الاشتراكي وعيوبه وكيفية تخطيط الأسعار والرقابة عليها.

المطلب الأول: مفهوم و خصائص الاقتصاد الاشتراكي

أولاً- تعريف النظام الاقتصادي الاشتراكي

لفظ الاشتراكية يعني الكثير من المعاني المختلفة، فقد يطلق أحيانا على مجرد تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي، فتكون الاشتراكية بذلك نقيضا لسياسة الحرية الاقتصادية، كما يستعمل أحيانا للدلالة على تدخل الدولة من أجل تحسين حالة العمال والطبقات الفقيرة في المجتمع، وذلك بسن التشريعات التي تخفف عنهم أعباء الحياة، وتمنحهم بعض المزايا، وبهذا المعنى تصبح الاشتراكية ضربا من ضروب إصلاح خلل النظام الرأسمالي، وبشكل عام يمكن تعريف النظام الاقتصادي الاشتراكي بأنه: النظام الذي يتميز بتملك الدولة لعوامل الإنتاج (أي الملكية الجماعية) كالأراضي والآلات والمصانع، وتتخذ جميع القرارات الاقتصادية فيه من خلال جهاز التخطيط، ومن هنا جاءت تسمية هذا النظام بنظام التخطيط المركزي.

ثانياً- خصائص الاقتصاد الاشتراكي

1) الملكية الجماعية (العامة) لوسائل الإنتاج: يقوم النظام على مبدأ عام هو إلغاء الملكية الفردية للموارد الاقتصادية وأدوات الإنتاج، حيث يجب أن تمتلك الدولة هذه الموارد والأدوات، فالملكية العامة تشمل ملكية الدولة لمصادر الثروة الطبيعية وللمشروعات الصناعية والتجارية وللمشروعات النقل والمصارف وللمشروعات الزراعية، ولا يعني هذا أن الملكية الخاصة محرمة تحريما مطلقا، بل تبقى منحصرة في بعض الجوانب، فالملكية الخاصة نظام طبيعي بالنسبة لأموال و سلع الاستهلاك، فالأفراد يملكون ما يحصلون عليه من دخول، ويملكون ما يحصلونه من مدخرات، ولهم حرية التصرف في ما يملكونه، بالإضافة إلى ملكية السكن والسيارة والملبس والمأكل، في حدود التي لا تخل بالمبدأ العام.

ويؤدي إلغاء الملكية الخاصة إلى تقريب الفوارق بين الطبقات واختفاء طبقة الرأسماليين وملاك الزراعيين أو الصناعيين، وفي هذا النظام يتقاضى الفرد أجره نظير ما يقدمه من الجهد، ويصبح الجهد المبذول في الإنتاج هو أساس التفرقة في مستوى المعيشة بين الأفراد، و تحتفي بذلك الطبقة التي تحصل على دخل دون أن تساهم في الإنتاج بالعمل¹.

2) التخطيط المركزي للاقتصاد الوطني: يتم تنظيم الحياة الاقتصادية وتوزيع موارد الإنتاج على القطاعات المختلفة طبقا لخطة خاصة تضعها السلطة المركزية، وتلتزم بتنفيذها كافة الوحدات الإنتاجية (جهاز التخطيط داخل

¹ - مختار عبد الحليم طلبة، مقدمة في المشكلة الاقتصادية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص 67.

الدولة)، ويساعد السلطة المركزية في وضع الخطة العامة عدد من الإدارات تختص كل إدارة منها بدراسة مشكلة معينة، واقتراح القرارات المناسبة لحلها، فجهاز التخطيط يأخذ شكلا هرميا تمثل قمته هيئة التخطيط العليا التي تضع الخطة الاقتصادية والاجتماعية، وتقوم بالتنسيق بين هيئات التخطيط، وتشمل الخطة العامة جانبي الإنتاج والاستهلاك، ولا تستهدف الخطة تحقيق الربح وإنما تسعى إلى تحقيق المصلحة العامة، وبذلك تكون الإنتاجية عبارة عن العائد الاجتماعي، ولا تنحصر في مجرد الأرباح النقدية.

كما أن المحرك لكافة القرارات الاقتصادية لا يتركز على السوق أو الأسعار، بل على أساس الخطة الاقتصادية. ويرجع غياب السوق في النظام الاشتراكي إلى غياب الحريات على مختلف المستويات. فجهاز التخطيط يأخذ شكلا هرميا تمثل قمته هيئة التخطيط العليا التي تضع الخطة الاقتصادية والاجتماعية، وتقوم بالتنسيق بين هيئات التخطيط. وتشمل الخطة العامة جانبي الإنتاج والاستهلاك، فالخطة تحدد معدلات الإنتاج ونوعه على نحو تفصيلي يبين لكل وحدة من الوحدات الإنتاجية نصيبها من الإنتاج الكلي، وما يلزم لتحقيق هذا الإنتاج من عناصر الإنتاج. وليس لأي وحدة أن تقوم بإنتاج سلعة جديدة دون أن تتلقى بذلك أوامر من سلطة التخطيط العليا، ولا تستهدف خطة الإنتاج تعظيم الربح، وإنما تسعى إلى تحقيق المصلحة العامة، وبذلك تكون الإنتاجية عبارة عن العائد الاجتماعي. وتستهدف الدولة صناعة قوية وجهاز إنتاجي متين عند توزيع الاستثمارات بين الإنتاج والاستهلاك .

(3) **توزيع الناتج الاجتماعي:** يعتبر الاقتصاد اشتراكيًا، إذا كان توزيع الناتج يتم على أساس أن نصيب كل فرد يتحدد طبقا لمدى مساهمته الحقيقية في الاقتصاد، فالعمل هو مصدر القيمة وطبقا لمقدارها يتحدد الدخل النقدي الذي يعبر عن الأجر والمرتبط بالإنتاجية، ويستفيد الفرد من مبدأ التكافل الاجتماعي وأهم صوره الخدمات كالتعليم والصحة والتأمين والمرافق والمواصلات، وحتى ولو تقرر أن أسعار لتلك الخدمات فهي مجرد أسعار رمزية أو مشاركة، ويترتب على هذا أن النظام الاشتراكي يرفض أهداف الكسب النقدي والربح كغاية للنظام، ويستبدلها بمعياري إشباع الاحتياجات الاجتماعية¹.

المطلب الثاني: الأسعار في الاقتصاد الاشتراكي

أولا- السياسة السعرية في الاقتصاد الاشتراكي

تحدد السياسة السعرية في هذا النظام على المستوى المركزي، بناء على فلسفته القائمة على استحواذ الدولة على ملكية وسائل الإنتاج وتحديد الأسعار ضمن خطة اقتصادية عامة وشاملة، فالأسعار تتم بقرارات إدارية مراعية في ذلك الظروف الاجتماعية والاقتصادية. لذا يسمى السعر في هذا النظام بالسعر الإداري أو الجبري، إذ يُحدد بناء على إستراتيجيات وأولويات محددة، بعيدة عن تأثير العرض والطلب، وبعيدا عن أذواق الناس وميولهم، فالخطة المركزية تصدر قائمة الأسعار، فتطبق على كافة الدوائر والمقاطعات، متجاهلة تباين الاحتياجات والأذواق والميول والأولويات الخاصة، وقد أسفرت هذه التجربة العملية عن بروز العديد من المشاكل الاقتصادية، فالتحديد الإداري المركزي للسلعة قد لا يعبر في كثير من الأحيان عن سعرها الحقيقي، فنشأ عن ذلك ما يسمى السوق الموازية -أو السوق السوداء-

¹ - زينب حسين عوض، سوزي عدلي ناشد، مبادئ الاقتصاد السياسي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 168.

ويتولد سعران للسلعة الواحدة، السعر الرسمي الإداري والسعر الحقيقي، وهذه الازدواجية تترك السوق وتنشأ عنها مظالم لأحد أطراف المعاملة، فأضرت السوق الموازية بالتوازنات الاقتصادية. وقد ظهرت هذه العيوب في البلاد التي خضعت للتجربة الاشتراكية مثل الجزائر، فتعقد اقتصادها ونقص إنتاجها بسبب هذه السياسة السعرية فشوّه الجهاز الإنتاجي والخدمي، بحيث أن العامل لا ينال أجر المثل، والمنتج لا ينال قيمة الإنتاج الحقيقية، فيستغل الوسطاء هذه الوضعية، فيحقق أرباحا على حساب المستهلك والمنتج الحقيقي.

وعندما تحدد هيئة التخطيط المركزي أسعار السلع الإنتاجية، يتم إعلام المؤسسات المنتجة بهذه الأسعار ويتطلب منها الإنتاج مع مراعاة قاعدتين، الأولى، إنتاج ذلك المستوى الذي تتساوى فيه التكاليف الحدية مع الأسعار، والثانية، تقليل التكاليف عند ذلك المستوى من الإنتاج، ويترك القطاع العائلي حرا ليقرر بنفسه عرضه للعمل، فإذا حصل بنهاية فترة التخطيط فائض عرض من السلعة يتم تخفيض سعر تلك السلعة عن طريق هيئة التخطيط، أما إذا نتج فائض في الطلب رفعت الأسعار لتتكيف في المستوى الصحيح بين العرض والطلب مع مراعاة اثنين من القواعد، إنتاج ذلك المستوى الذي تساوي فيه الأسعار التكلفة الحدية، وتقليل تكاليف الإنتاج عند ذلك المستوى من الإنتاج¹.

وجهاز الأسعار في النظام الاشتراكي موجود، ولكن المهمة أخرى تختلف عن مهمته في النظام الرأسمالي، فهو جزء من الخطة العامة عن طريق التوازن بين العرض والطلب، وتوزيع قدر من القوة الشرائية للعمال يتناسب مع مقدار الإنتاج².

ثانيا- نظام الأسعار في البلدان الاشتراكية

إن تحديد الأسعار في البلدان الاشتراكية لا يتم بعفوية في الأسواق، كما هي الحال في السوق الرأسمالية، وإنما يتم بطريقة منهجية مبرجة استنادا إلى نفقات العمل الضرورية اجتماعيا، وليس من المفروض أن تكون الأسعار المحددة مساوية للقيمة، وإنما تتحدد بفروق واضحة ما بين السعر والقيمة التي تقررها الدولة بشكل مخطط مع مراعاة³:

1) قيمة السلعة واستخدام قانون القيمة من أجل زيادة الإنتاج وتطويره، وتخفيض التكاليف وضمان عائد مناسب للإنتاج؛

2) العلاقة المتبادلة بين الطلب والعرض؛

3) مصلحة الاقتصاد الوطني، وبالشكل الذي يزيل أي تناقض يمكن أن يحدث بين الإنتاج والاستهلاك، وفي العادة فإن حكومات الدول الاشتراكية هي من تضع سياسات التسعير الإجمالية، وتضع المبادئ العامة والإجراءات الكفيلة بالسيطرة على إدارة الأسعار، وتحديد مهام أجهزة التسعير المختلفة، كما تعمل على تحديد أسعار المنتجات والخدمات ذات الأهمية الرئيسية.

¹ - بول جريجوري، روبرت ستيوارت، مرجع سبق ذكره، ص 192.

² - مختار عبد الحليم طلبة، مرجع سبق ذكره، ص 69.

³ - منير الحمش، اقتصاديات التجارة الداخلية في سوريا، منشورات وزارة الثقافة، دمشق، 1975، ص 515.

ونتيجة لكل ما سبق، تتعرض الأسعار في معظم الاقتصاديات الاشتراكية للتشوهات من خلال الفرق بين الأسعار الفعلية والأسعار الحقيقية، التي كان من الممكن أن تسود في ظل ظروف السوق الطبيعية. ومن أمثلة هذه التشوهات اختلاف أسعار المنتجات الصناعية، وكذلك مدخلاتها الفعلية عن الأسعار الحقيقية بسبب الحماية، والمبالغة في تقدير أسعار المنتجات الغذائية، وبعض المنتجات الصناعية والطاقة في السوق المحلية بأقل من قيمتها، نتيجة للدعم واحتكار الدولة للتجارة الداخلية، وكذلك تشوهات أسعار الصرف نتيجة التحديد الإداري (السعر الرسمي). وكذلك تشوهات الأسعار الناتجة عن التحديد المركزي من قبل الدولة لهيكل الأجور والفائدة. ويظل المصدر الرئيسي لتشوهات الأسعار هو تدخل الدولة في تحديد الأسعار سواء من خلال الملكية العامة لوسائل الإنتاج والهيمنة المباشرة عليها، أو من خلال مفاتيح السيطرة والهيمنة ممثلة في احتكار أنشطة كالتسويق والتوزيع، والتوريد الإجباري، وتشغيل العمالة، أو ملكية البنوك، أو من خلال توظيف أدوات السياسة النقدية والسياسة المالية.

المطلب الثالث: تخطيط الأسعار في الاقتصاد الاشتراكي

أولاً- التخطيط المركزي

يتم التخطيط المركزي تبعاً للنظام الاشتراكي على ما يلي¹:

- 1) تحديد سلم التفضيل الجماعي، أي أهم هم الذين يختارون السلع والخدمات التي ينبغي إنتاجها وترتيبها وفقاً لأهميتها النسبية، من خلال تجميع البيانات عن الاحتياجات الحاضرة للمجتمع وتقدير نموها في المستقبل؛
- 2) بعد تحديد وتخطيط الكميات التي ينبغي إنتاجها من السلع الاستهلاكية والصناعية، تقوم هيئة التخطيط بتوزيع الأهداف الإنتاجية على جميع المشروعات داخل مختلف القطاعات، والمتمثلة في كمية إنتاج السلع والمواصفات المحددة، وكيفية البيع وبالطرق التي تحددها الدولة؛
- 3) القاعدة الأساسية في توزيع الدخل - كل فرد حسب قدرته وحاجته-، أي توزيع الدخل وفقاً للعمل المبذول، والتميز بين المهارات العمالية، وإعطاء الحوافز للأنشطة التي تحقق نجاح متميز، بالإضافة إلى أن الدولة تضمن جميع الخدمات الأساسية المجانية كالصحة والتعليم؛
- 4) نمو الناتج يتحقق من خلال التخطيط الحماسي، وتحديد معدل النمو المطلوب ومتطلبات نجاحه؛
- 5) تنقسم الأسعار في الاقتصاد الاشتراكي إلى أسعار الجملة للصناعة، وأسعار المنتجات الزراعية، وأسعار التجزئة، وتعريفات النقل.

ثانياً- دور الأسعار في الاقتصاد المخطط

تؤدي الأسعار دوراً أساسياً في الاقتصاد المخطط على مستويين من التحليل²:

1) على المستوى الكلي:

- الأسعار وسيلة تحصل الدولة عن طريقها على الإيرادات، وتكون غالباً في شكل ضريبة وتساعد في التخطيط

¹ - عبد الرحمن يسرى، مقدمة في الاقتصاد، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 64.

² - محمد دويدار، مرجع سبق ذكره، ص 1032-1037.

المالي؛

- وسيلة للتأثير على توزيع الدخل عن طريق العلاقة بين أسعار المنتجات في القطاع الزراعي والصناعي، والتأثير الذي تلعبه الأسعار في جانب الفائض واستخداماته؛
- تؤدي الأسعار دورها في تحديد الدخل الحقيقية للأفراد بطريقتين، الأولى مباشرة تتعلق بتوزيع الجزء من السلع الاستهلاكية التي تستهلك جماعيا، والثانية عن طريق سوق التجزئة، وارتفاع الأسعار وانخفاضها يؤثر في الدخل الحقيقية للفرد إذا كانت محددة سلفا؛
- تساعد الأسعار في تحقيق السياسة الاستثمارية واختيار الفن الإنتاجي للمؤسسات، فأسعار عوامل وموارد الإنتاج وعملية توزيعها وتخصيصها بكفاءة، يساهم في الاختيار بين البدائل التي سوف تستخدم في الإنتاج؛
- الأسعار ضرورية للقيام بالعمل التخطيطي عند المستويات المختلفة في جميع القطاعات، فهي تساعد في حساب الكلي في الصورة القيمة أي النقدية، وتحديد معدلات النمو في فروع قطاعات الاقتصاد، وتعمل على إزالة التناقض بين الأهداف المختلفة والوسائل اللازمة لتحقيقها.

2) على المستوى الجزئي

- تعتبر الأسعار وسيلة لتقدير أعمال الإدارة الاقتصادية داخل المؤسسة الإنتاجية والرقابة عليها، من خلال تحقيق الرشادة الاقتصادية، ومحاولة تقليل متوسط نفقة الإنتاج مع ربطها بالكمية المحددة من طرف المؤسسة، وكذلك السعر الذي يتبع به والأجور وأسعار عوامل الإنتاج؛
- تساعد الأسعار في اتخاذ قرارات التسيير على مستوى المؤسسة، خاصة في الحالات التي تكون فيها المؤسسة تفاضل بين الجودة والاستخدام الكفاء للموارد من جهة، والأسعار المرتفعة لعوامل الإنتاج وتعدد أسعار الاستهلاك النهائي (سعر الجملة وسعر التجزئة) من جهة أخرى.

ثالثا- مراقبة الأسعار

تقوم الحكومة في بعض الأحيان بالتدخل في نظام السوق من أجل تحقيق أهداف اجتماعية أو اقتصادية معينة، كتحديد حد أدنى للرواتب أو تحديد أسعار السلع الغذائية الأساسية. و يتم هذا من خلال تحديد سقف سعري أو أرضية سعرية، وهذا بدوره يقلص الدور المهم الذي تقوم به قوى السوق (تفاعل العرض و الطلب) في الوصول إلى وضع توازن السوق.

المطلب الرابع: السياسة السعرية في الأنظمة الاقتصادية المختلطة

أولا- النظام الاقتصادي المختلط

يعتمد هذا النظام على آلية الجمع بين صفات النظام الرأسمالي، وصفات النظام الاشتراكي ليصير إلى نظام آخر يتلاءم مع الفلسفة التي تقوم عليها الدولة في حل مشاكلها الاقتصادية، حيث نجد أن هذا النظام يجمع بين الحرية الفردية والتوجيه الكامل، كما أنه لا يلغي الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج إلغاء تاما، ولا يهدف إلى تركيز وسائل الإنتاج كلها في يد القطاع الخاص، وإنما الهدف منه ترك الحرية للمشروعات الخاصة في إدارة الإنتاج مع العمل على

منع قيام احتكارات كبيرة، وذلك عن طريق الرقابة التي تستهدف ضمان المصلحة لكل من المنتج والمستهلك على قدم المساواة، وفي ظل النظام الاقتصادي المختلط يتم حل المشاكل الاقتصادية جزئياً عن طريق آلية السعر، وجزئياً عن طريق إدارة التخطيط المركزي¹.

وما يتسم به هذا النظام وجود قطاع عام تديره الحكومة، بالإضافة إلى حضور واضح للمستهلكين والمنتجين، أي أن الدولة تمتلك قطاعات اقتصادية أو جزء منه، أو أنها تقوم بوضع سياسات اقتصادية لها أثرها في السوق، ويكون لقرارات المستهلكين والمنتجين أثر مماثل في السوق ذاته، أو قطاعات اقتصادية أخرى².

كما نجد معظم الاقتصاديات المعاصرة هي عبارة عن خليط من النظام الاقتصادي الحر والنظام الاقتصادي الموجه، مع التركيز على أحد الاتجاهين بشكل واضح، فنجد اقتصاداً يغلب عليه الطابع الرأسمالي، مثل الاقتصاد الأمريكي و اقتصاديات أوروبا الغربية، فكل من هذه الاقتصاديات يسود فيها بشكل واضح أسس ومبادئ اقتصاديات السوق الحر، مع وجود عناصر قوية تعكس سيطرة السلطة المركزية أو تدخلها، كما هو الحال في مجالات التعليم، والدفاع، والطرق وفي مجالات سلعية وخدمية أخرى عديدة يتم إنتاجها وتوفيرها في إطار يختلف كثيراً عن إطار السوق الحر. ففي دول أوروبا الغربية تقوم الدولة بإدارة وسائل الاتصال والمواصلات، وبعض الصناعات الرئيسية كصناعة الحديد والصلب والتعدين.

وفي المدة الأخيرة، بدأت البلدان التي كانت تتبنى النظم الاشتراكية تهتم اهتماماً كبيراً بالاستقلال النسبي للمؤسسة، وبإيجاد جو من المنافسة النسبية بين المؤسسات، مما قد يؤدي إلى تخفيض التكاليف وتغيير نوعية الإنتاج، كي يستجيب العرض لبعض رغبات السكان الذاتية التي يفرضها ارتفاع دخلهم، كما يستجيب لمتطلبات الانفتاح على الخارج. وللسعر في هذا الاتجاه أثر إيجابي، ويكون بجانب التخطيط أداة توجيه للتنمية الاقتصادية. كما أن هذا الاتجاه سوف يؤدي إلى زيادة مردودات المؤسسات الاقتصادية.

ثانياً- السياسة السعرية في الاقتصاديات المختلطة

اعتمدت الدول التي تتبع نظام الاقتصاد المختلط عبر اتباعها تشوهات سعرية مقصودة منحرفة عن الأسعار العالمية، من خلال سياسات انتقائية تنموية لمصلحة نهضة اقتصادها ونموها، وهناك السياسات الاحتكارية التجارية لأسعار السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا في ظل اتفاقية الحات، ثم قيام منظمة التجارة العالمية في إطار العولمة، وهناك سياسات التثبيت والتصحيح الهيكلي خلال عملية تحرير الأسعار، والتي تتم بأسلوبين: إما بأسلوب الصدمة المفاجئة أو بأسلوب الخطوة خطوة، مع ربط مشروطية منح القروض وتقديمها من صندوق النقد الدولي، والمؤسسات الدولية إلى الدول الانتقالية لاقتصاد السوق بالتزامها تطبيق هذه الإصلاحات الاقتصادية، وأهمها التخفيف من التسعير المركزي الإداري، أو إلغاء التسعير الحكومي، ثم رفع أسعار السلع والخدمات والطاقة، باعتماد مبدأ التسعير الاقتصادي لا التسعير الاجتماعي، بغض النظر عن الآثار السيئة لتحرير الأسعار، والتضخم، وتردي أحوال المعيشة

¹ - رضا صاحب أبو أحمد، الخطوط الكبرى في الاقتصاد الوضعي، دار مجدلاوي، الأردن، 2006، ص 42.

² - أحمد بركات، مدخل الاقتصاد، دار بلقيس، الجزائر، 2014، ص 65.

للسكان. وإذا كان هدف سياسات التسعير الحكومي الاجتماعي المنخفض هو حماية المستهلكين من ارتفاع وطأة الأسعار وتخفيف حدة التضخم، لتحقيق الاستقرار السعري والنسبي وتخفيض تكاليف المعيشة لجميع فئات السكان، إلا أن هذه السياسات التسعيرية الإدارية اتسمت بارتفاع تكلفتها اقتصاديا وماديا، وأدت إلى آثار سلبية وغير محمودة في جميع قطاعات الاقتصاد الوطني ومن هذه الآثار:

1) **في تطور الإنتاج الزراعي والصناعي:** أدت السياسات التسعيرية المنخفضة الموجهة في عقدي الثمانينيات والتسعينيات الماضيين إلى دعم أسعار المستهلكين، على حساب دخول المزارعين إلى تباطؤ نمو الإنتاج الزراعي، فتناقصت الاستثمارات الزراعية وازداد العجز الغذائي، فأدى ذلك إلى الاعتماد على الاستيراد لتلبية حاجات الاستهلاك المحلي من المواد الغذائية. وأما السياسات التسعيرية الصناعية فقد اتسمت بدعم أسعار القطاع العام الصناعي، من خلال منحه أسعار صرف منخفضة للمستوردات من جهة، ورسوم جمركية منخفضة من جهة ثانية، لهذا تعددت التكاليف والأسعار بين القطاعين العام والخاص بسبب تعدد أسعار الصرف للمواد المستوردة؛

2) **في تطور قطاع الخدمات والسلع:** تباطأ نمو القطاع السعري المادي لمصلحة القطاع الخدمي والتجاري، خاصة في ظل استيراد مستلزمات الإنتاج، فأدى ذلك إلى تزايد عجز ميزان السلع والخدمات منذ بداية عقد السبعينيات وحتى نهاية الثمانينيات، ومن ثم انتقال التضخم المستورد لأسعار السوق المحلية؛

3) **في تطوير الموارد البشرية:** كانت السياسات التسعيرية غير مواتية لتنمية الموارد البشرية وتأهيلها والحفاظ عليها، بسبب تسعير قوة العمل على نحو منخفض من جهة، وتحديد سقوف سعرية لذوي الدخل المحدود من جهة ثانية، وهذا مما أسهم في ضعف تكون رأس المال البشري، إضافة إلى أن هذه السياسات لم تربط بين الرواتب والأجور من جهة، وبين تكاليف المعيشة وارتفاع الأسعار والتضخم من جهة أخرى، فكانت العامل الأساسي في هجرة الكفاءات الفنية والعقول المبدعة، بسبب الخلل الهيكلي بين الأسعار والأجور.

إن السياسة السعرية في الاقتصاديات المختلطة لا تتعلق بمجرد وجود عاملي العرض والطلب بقدر ما يتعلق أيضا بإستراتيجية الأسعار، أي بالسياسة السعرية التي تنتهجها الشركات أو الدولة، ويُعد تدخل الدولة من العوامل الأساسية لتحديد الأسعار في الاقتصاد الحديث. فتستعمل الضرائب عادة لسد حاجياتها ونفقاتها، وتستعملها أيضا في إطار سياسة تحديد الأسعار على صعيد بعض القطاعات، أو على صعيد الاقتصاد الوطني بصفة عامة، فتخفيض معدل الضريبة يؤدي إلى انخفاض الأسعار، كما أن معدل الضريبة يؤثر في الإنتاج وينتج عنه ارتفاع الأسعار، وهكذا يصبح رفع بعض الأسعار عن طريق الضرائب وسيلة لتمويل عدة نفقات حكومية، مثل رفع سعر الطاقة وزيادة نسبة الضريبة على القيمة المضافة، كما تتدخل الدولة لرفع أسعار بعض المواد المستوردة عن طريق رفع حقوق الجمارك. وذلك بغية حماية الإنتاج المحلي أو كمصدر لإيرادات الميزانية.

المبحث الرابع: معايير السياسة السعرية في الاقتصاد الإسلامي

أقر الاقتصاد الإسلامي للأسواق بقيامها بتسعير السلع والخدمات، واحترام آلياتها، ولم يجعل للسلطات الإدارية تدخلا في عملها، طالما كانت بعيدة عن التشوهات التي تعوق قيامها بعملها وبخاصة ما يتعلق بالاحتكارات، والعقود الحرمية، ومختلف أساليب الغش والتدليس، وما يترتب عليه ضرر للأفراد وللمجتمع. فإن فقدت هذه الحصانة، فعلى الدولة أن تتدخل لتقومها وإعادة لها إلى الجادة بما لديها من أساليب وإجراءات، لتصل في النهاية إلى التسعير الإداري. سنتناول في هذا المبحث خصائص الاقتصاد الإسلامي، ومفهوم السعر العادل، ودور جهاز الحسبة في الرقابة على الأسعار.

المطلب الأول: الاقتصاد الإسلامي وخصائصه

أولاً- مفهوم الاقتصاد الإسلامي

الاقتصاد الإسلامي هو مجموعة المبادئ والأصول الاقتصادية، التي تحكم النشاط الاقتصادي للدولة الإسلامية التي وردت في نصوص القرآن الكريم والسنة النبوية، والتي يمكن تطبيقها بما يتلاءم مع ظروف الزمان والمكان، ويعالج الاقتصاد الإسلامي مشاكل المجتمع الاقتصادية وفق المنظور الإسلامي للحياة.

ومن هذا التعريف، يتضح أن الأصول ومبادئ الاقتصاد الإسلامية التي وردت في القرآن والسنة، وهي أصول لا تقبل التعديل لأنها صالحة لكل زمان ومكان، بصرف النظر عن تغير الظروف مثل الزكاة¹. الاقتصاد الإسلامي هو العلم بالأحكام الشرعية العملية عن أدلتها التفصيلية فيما ينظم كسب المال، وإنفاقه، وأوجه تنميته، وفما يلي شرح لهذا التعريف²:

- العلم بالأحكام، يخرج العلم بالذات كزيد، والصفات كسواده وبالأفعال كقيامه؛
- الشرعية، يخرج العلوم العقلية والتجريبية والسمعية والكيمياء والفيزياء واللغة؛
- العملية، يخرج الأحكام الأصولية أصول الدين والفقه وأدلتها التفصيلية، يخرج الأحكام الحاصلة عن أدلة إجمالية. وفيما ينظم كسب المال، يخرج الأحكام الفقهية.

ثانياً- أركان الاقتصاد الإسلامي

يقوم الاقتصاد الإسلامي على ثلاث أركان³:

- 1) الملكية المزدوجة: يقوم الاقتصاد الإسلامي على الملكية الخاصة والعامة في آن واحد، فهو يقر الملكية الفردية والملكية الجماعية، ويجعل لكل منهما المجال الواسع الذي تعمل فيه، فهو يحقق التوازن بين مصلحة الفرد ومصلحة الجماعة، طالما لم يكن ثمة تعارض بينهما، أما إذا كان هناك تعارض وتعذر تحقيق التوازن أو التوفيق بينهما، فالإسلام يقدم مصلحة الجماعة على الفرد؛

¹ - حسن مدني، الاقتصاد الإسلامي، المكتب التعاوني للدعوة وتوعية الجاليات، الرياض، 2008، ص 2.

² - عبد الله بن عبد المحسن، الاقتصاد الإسلامي - أسس ومبادئ وأهداف، مؤسسة الجزيرة للتوزيع، الرياض، 2009، ص 18.

³ - المرجع نفسه، ص 26-27.

(2) الحرية الاقتصادية المقيدة: تقييد الحرية في الاقتصاد الإسلامي يعني إيجاد الضوابط الشرعية في كسب المال، وإنفاقه بخلاف النظام الرأسمالي الذي أطلقها بلا قيود أو ضوابط، وجعل لدى الفرد الحرية المطلقة في الكسب والإنفاق، وبخلاف النظام الاشتراكي الذي صادر تلك الحرية فمنع الناس من التملك، والضوابط الشرعية جعلت تلك الحرية تستهدف تحقيق أمور ثلاث:

- أن يكون النشاط الاقتصادي مشروعاً ومتفقاً مع مبدأ الحلال والحرام والقيم الأخلاقية؛
- كفالة حق الدولة في التدخل لحماية المصالح العامة؛
- تربية المسلم على الإيثار بمصلحة نفسه لمصلحة غيره، فيتوقف عن كل تصرف يعود بالنفع الذاتي عليه ويضر بالآخرين.

(3) التكافل الاجتماعي: شرع التكافل الاجتماعي والتوازن بين أفراد الأمة، منعاً للتناقضات الصارخة في مستوى المعيشة، فشرع الإرث تفتيتاً للثروة، والزكاة لسد حاجات المعوزين، ونهى عن الإسراف والبدخ والترف كي يتقارب مستوى المعيشة، وشرعت الكفارات والهبات والصدقات والقروض كل هذا لسد حاجات الناس.

المطلب الثاني: خصائص السوق في النظام الاقتصادي الإسلامي

تتمثل خصائص السوق الإسلامي فيما يلي¹:

أولاً- المنافسة في إطار القيم الإسلامية

توجد أطر تكفل المنافسة في السوق الإسلامية تتمثل في العلم بالحلال والحرام في البيع والشراء، وهذا يعني أنه من يشتغل في التجارة يجب أن يعلم بالحلال والحرام، وكذلك العلم بأصول التجارة في عملية التبادل، ويقول عمر بن الخطاب رضي الله عنه (لا يبيع في سوقنا إلا من تفقه، وإلا أكل الربا شاء أو أبي)، وكذلك النهي عن الشروط في غير مقتضى العقد، لكي لا تعيق المعاملات في السوق، وإفساد الصفقات لما يترتب عنها مشاحنات والأحقاد، ويولد نوعاً من الطرق غير الشريفة في التنافس، والنهي عن استغلال النفوذ في السوق، ومنح المشروعات والأنشطة الإنتاجية إلى غير ذوي الكفاءة، أو إعفاء الأفراد والمشروعات من بعض الضرائب أو الرسوم أو بما يخل بالتكافؤ وحرية المنافسة.

ثانياً- أهداف المنافسة الإسلامية

وتتمثل فيما يلي:

- (1) تحقيق مبدأ سيادة المستهلك الملتزم بحدود الشرع، فليس هناك طلب على سلع خبيثة كالخمر والمخدرات واللحوم الممنوعة، أو على خدمات مخالفة للشرع، وأن الجانب الكمي للاستهلاك يقوم على مبدأ القوام بين الإسراف والتقتير؛
- (2) ضمان التشغيل الكامل للجهاز الإنتاجي، وبقاء جميع المشروعات في السوق دون تدخل أو ممارسات احتكارية؛

¹ - جلال جويطة عبده القصاص، محددات الأثمان في السوق الرأسمالي والإسلامي -دراسة مقارنة-، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006، ص ص 47-56.

3) تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد، من خلال تحرك الموارد الاقتصادية بين فروع الإنتاج المختلفة خاصة الأنشطة التي يزيد الطلب عليها؛

4) تحقيق الكفاءة التوزيعية للسوق والاكتفاء الذاتي للمجتمع، من خلال التوزيع الوظيفي للدخل والتوزيع الشخصي، والذي يؤدي إلى سد الفجوات، وتؤدي الزكاة هنا دورا مهما في توزيع الدخل، وتنشيط الطلب، وإعادة الكفاءة التوزيعية للسوق الإسلامي بطريقة تلقائية بين الأغنياء والفقراء؛

5) تحقيق الرفاهية الاقتصادية بجانبها المادي، والمتمثل في توفير السلع العامة بدون مقابل، وإشباع حاجيات الأفراد وتحقيق الوفرة في السلع، وكذا الجانب الروحي وهذه خاصية في النظام الاقتصادي الإسلامي، لأن الفرد المسلم لا يشعر بالرفاهية والسعادة وأقربائه وجيرانه يعانون الفاقة ويكابدون الحاجة.

المطلب الثالث: السياسة السعرية في الاقتصاد الإسلامي

تعرف السياسة السعرية في الإسلام بأنها مجموعة المبادئ والإجراءات والأسس التي يتم في ضوئها وضع المعايير والمقاييس للتسعير، ومراقبة هذه المعايير تماشيا مع أهداف السياسة الاقتصادية للدولة الإسلامية القائمة على نظرية الاستخلاف*. وبهذا تكون السياسة السعرية إحدى الوسائل الهادفة التي تتطلبها التنمية الاقتصادية، كما تعتبر إحدى الأهداف الرئيسية التي يتوخاها النظام الاقتصادي في الإسلام، باعتبار أن سياسة الأسعار ترتبط بالعملية الاقتصادية من خلال¹:

أولا- تخصيص الموارد المادية والمالية

للسياسة السعرية دور كبير في مجال إنتاج السلع والخدمات، فهي تعمل على توجيه الإنتاج وفق الخطة التي ترسمها الدولة، من توجيه للزراعة والصناعة والدعم الذي تمنحه الدولة، وكذلك وضع المعايير والمقاييس في احتساب الكلفة وهامش الربح مركزيا، والتأثير على نمط توزيع الدخل بين عملية الاستثمار والاستهلاك، ولولي الأمر الإنفاق من موارد الدولة لتحقيق مثل هذه الموازنات الاقتصادية؛

ثانيا- إدخال منجزات التقدم الفني العلمي واستخدامها في الإنتاج

توجب إقحام الإسلام على كل من يباشر عملا ويتقنه ويكمله، والوسيلة لذلك واجبة أيضا من البحث العلمي في طرق الإنتاج، واستنباط الأساليب في العمل والارتقاء بالإنتاجية من حيث الكم والكيف؛

ثالثا- الإسهام في تحديد حد الكفاية وإعادة النظر فيه

صياغة السياسة السعرية وتنفيذها باعتبار أن توجيه الأسعار مرتبط بالمستوى المعيشي للمستهلكين، وبالشكل الذي يحقق لهم الكفاية المقررة لكل فرد.

لقد أشار العلماء إلى ارتباط حد الكفاية بالسياسة السعرية عندما ذكروا أنه في حالة غلاء الأسعار، يعطى من لا يستطيع القيام بالإعالة من عملية إعادة توزيع الثروة في الإسلام، لسد هذا النقص الحاصل إلى حد الكفاية.

* الاستخلاف: تمكن الله عزَّ وجلَّ للبشر عامة ولبعضهم خاصة في إحلالهم محل من كان قبلهم في ملكية الأرض والمال.

¹ - عبد الستار إبراهيم الهيتي، السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الإسلامي، الورق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 117.

إن الإزاحة الكلية للسوق كجهاز للأسعار أمر غير وارد في ظل الاقتصاد الإسلامي، بمعنى أن دور السوق في تحديد الأسعار دور معترف به، ولا يمكن إنكاره كلية لأن ذلك يتنافى مع حق الملكية الخاصة التي اعترف بها الإسلام، ويتنافى مع مبدأ الحرية الفردية في المجال الاقتصادي وغيره. وقد ورد أن السعر غلا على عهد رسول الله فقال له الصحابة سعر لنا يا رسول الله فرفض أن يسعر لهم، ومعنى ذلك اعتراف الرسول صلى الله عليه وسلم بجهاز السوق، وعدم إهداره كلية، حتى ولو بدا أن الظروف غير عادية. وقد روى البخاري أن الرسول صلى الله عليه وسلم «نهى أن تُتلقى السلع حتى يُهبط بها إلى الأسواق». وروى أيضا قوله صلى الله عليه وسلم في هذا الشأن «دعوا الناس يرزق الله بعضهم من بعض»، أي دعوهم يتوافقون متراضين على الثمن السوقي.

المطلب الرابع: ماهية السوق في الاقتصاد الإسلامي

أولاً- آلية عمل السوق في الاقتصاد الإسلامي

حظيت الأسواق وما يجري فيها، من تبادل وأسعار برعاية واهتمام الإسلام منذ نشأة دولته بالمدينة المنورة في زمن الرسول صلى الله عليه وسلم، وكذلك عبر عصوره الممتدة، فيحدثنا التاريخ أنه كان من أول ما ينظر فيه الخليفة من شؤون المسلمين هو أسواقهم وأسعار سلعهم وخدماتهم.

يعمل النظام الاقتصادي الإسلامي في ظل سوق حرة طاهرة، نظيفة، خالية تماما من الغرر والجهالة والتدليس، والمقامرة والغش والاحتكار والاستغلال والمنازعة...، وكل صور البيوع التي تؤدي إلى أكل أموال الناس بالباطل، ويضبط التزام المتعاملين بذلك كل من الوازع الديني والرقابة الاجتماعية والرقابة الحكومية، ويحقق للدولة التدخل في السوق إذا ما حدث خلل يترتب عليه ضرر للأفراد وللمجتمع.

إن السوق الذي يعمل وفقا لها النظام الاقتصادي الإسلامي، هي سوق ذات طبيعة خاصة، تميزها عن الأسواق الأخرى في محدداتها وضوابطها، فهي ترتبط بضوابط الشريعة الإسلامية، مضامينها ومقاصدها الأساسية ومن بين أهم سمات السوق الإسلامي ما يلي¹:

- 1) الحرية في إجراء التعاملات في السوق، حرية البائع والمشتري وهي ليست مطلقة وإنما هي حرية في إطار الضوابط والمحددات التي تضمن وتحقق العدالة والكفاءة في عمل السوق، ودفع الضرر وفقا لضوابط الشريعة؛
- 2) المعرفة والعلم التام بحالة السوق، وبالشكل الذي يبعد السوق عن الجهالة في التعامل، وبما يحقق تلافي الضرر؛
- 3) منع الاحتكار الذي يحد من تحقيق العدالة والكفاءة في آلية عمل السوق، والظلم الذي يرتبط بالاحتكار وينشأ عنه في معظم الحالات، وخاصة الاحتكارات التي تستهدف أكبر الأرباح على حساب المستهلك والمنتج والمجتمع؛
- 4) يتحدد السعر في هذا السوق من خلال التفاعل الحر بين العرض والطلب وبالشكل الذي يحقق مصلحة المتعاملين في السوق، من خلال ثبوت التراضي في التعاملات، وعدم إلحاق الأضرار بالآخرين.

¹ - فليح حسن خلف، النظم الاقتصادية: الرأسمالية- الاشتراكية- الإسلام، دار جدار للكتاب العالمي، عمان، 2008، ص 326.

ثانياً- تدخل ولي الأمر في تحديد الأسعار

قد يتدخل ولي الأمر أو السلطة لتحديد الأسعار ومراقبتها، وقد حددها ابن تيمية في أربع حالات¹:

1) **حاجة الناس إلى السلعة:** أجمع الفقهاء على أن ما احتاج إليه عامة الناس يجب ألا يباع إلا بسعر المثل، كما أن من أضرط إلى طعام غيره أخذه منه بقيمة المثل وبدون اختياره، ولو امتنع عن بيعه، إلا بأكثر من سعره لم يستحق إلا سعره؛

2) **الاحتكار:** كذلك فإنهم يتفقون على تطبيق الحجر (تقييد حق التصرف بالملك)، وذلك لدفع الضرر الذي يصيب عموم الناس فيما لو ترك المحتكر حراً في تصرفه فيما يملك؛

3) **الحصر (الموزع بلغة العصر):** وتعني قصر في توزيع سلعة معينة على شخص معين من البائعين، فهنا يجب التسعير عليهم بحيث لا يبيعون إلا بقيمة المثل؛

4) **تواطؤ البائعين:** ويتم تواطؤ البائعين بقيام بعضهم بالبيع أقل من سعر السوق، لأن ذلك من شأنه أن يخلق اضطراباً في مستويات الأسعار، وربما أفضى إلى الشغب والخصومة.

إن عملية تحديد السعر في السوق الإسلامي ترتبط بجوانب التعاون والتعاقد والتراحم والأمانة والصدق في التعاملات التي تتم في السوق، ولا يتدخل ولي الأمر في تحديد الأسعار في الحالات التي تتحقق فيها الضوابط الأخلاقية الإسلامية، إلا أن هناك العديد من الأسباب التي تدفع ولي الأمر للتدخل في تحديد السعر:

- عند ارتفاع الأسعار، بحيث يحدث من خلالها ضرر يلحق بالمجتمع أو فئات معينة، خاصة أسعار السلع الضرورية؛

- حصول أحداث طارئة وظروف غير عادية، كالحروب والظروف الطبيعية غير المواتية، والتي قد تسبب أزمات اقتصادية كانهخفاض العرض والذي يؤدي لارتفاع الأسعار؛

- تتدخل الدولة في النظام الإسلامي في حالة وجود قوى احتكارية في السوق منعا للأضرار أو الاستغلال، ويتم هذا من خلال السيطرة على السلع التي يتم احتكارها والمخزنة؛

- سبب تدخل الدولة في تحديد الأسعار هو مراعاة تحقيق العدالة، ومنع حصول الأضرار، وتحقيق العدالة والكفاءة في عمل السوق، والقيام بالنشاطات الاقتصادية التي تتم فيه، ومراقبة آلية عمل السوق عن طريق نظام الحسبة في الإسلام (دقة الموازين - المكييل- ضرورة تحقيق السعر العادل)، ومراقبة عمل الإنتاج والمواد المستخدمة، وفرض عقوبات رادعة للممارسات الخاطئة (الغرامة- السجن) لتحقيق المصلحة العامة للفرد والمجتمع.

ثالثاً- السعر العادل في السوق الإسلامي

السعر العادل في مفهوم النظام الإسلامي، هو ذلك السعر الذي لا يلحق الضرر أو الظلم بأي طرف من المتعاملين في السوق، والسعر العادل هو ذلك الثمن الذي يغطي تكاليف الإنتاج مع هامش ربح معقول، ما إذا كان

¹ - ابن تيمية- شيخ الإسلام- الحسبة- وفيها بيان الأحوال التي يمكن فيها التسعير.

السعر أقل من التكاليف، أو كانت نسبة الأرباح منخفضة فسيؤدي ذلك إلى إلحاق الضرر بالبائعين، وتهيئة الظروف إلى ظهور الأسواق الموازية¹.

و يتحدد السعر العادل لأطراف التعامل في السوق بما يلي:

- 1) إيمان المسلم بالشريعة يجعله يخضع لأحكامها في الجانب القيمي والأخلاقي، من خلال التعامل بالصدق والأمانة والعمل بمبدأ (لا ضرر ولا ضرار)، وبالتالي ينجم عن ذلك تحقيق السعر العادل والذي يمثل ثمن المثل، بحيث يغطي تكاليف السلع والخدمات موضوع التبادل، مع هامش ربح مناسب ومعقول؛
- 2) تضمنت الشريعة العديد من الضوابط والمحددات التي تفرض وتحقق المنافسة النزيهة البعيدة عن إطار الصراع الذي يولد الاحتكار؛
- 3) النهي عن ممارسة الغش في التعامل، من خلال التزام البائع بحيازة السلع، وأن يطلع عليها المشتري، وكذلك عدم بيعها قبل صنعها أو نضجها، من أجل تلافي المخاطرة، وكذلك الإبلاغ عن عيوب السلعة إن وجدت، وكذا أحقية المشتري بالإرجاع؛
- 4) النهي عن بيع الركبان وبيع الحاضر والبادي، وتلقي الوافدين من المناطق البدوية أي الريفية، لما يلحق ذلك الضرر بهم، لعدم توفر المعرفة الكافية والتامة بحالة السوق من أسعار وكميات؛
- 5) النهي عن النجش، والذي بمقتضاه العمل على رفع سعر السلعة بصورة مفتعلة من خلال التواطؤ بين من يقوم بالرفع المفتعل المتعمد للسعر، وغير الحقيقي وبائع السلعة بدون قصد الشراء، وهنا لا يتحقق السعر العادل؛
- 6) عدم استغلال حاجة المستهلك، وذلك بالنهي عن الاحتكار والذي هو وليد المنافسة غير المقيدة والمنضبطة، باعتبار المحتكر خاطئ وملعون.

رابعاً- الضوابط المعززة لآلية السوق الإسلامية

لقد وضع الإسلام جملة من الضوابط تعزز آلية عمل السوق الإسلامية منها:

- 1) حرية الاختيار والتراضي، وهي أساس التعامل، فليس لأحد أن يحصل على مال أو سلعة إلا باختياره ورضاه في إطار ضمان حقوق المتعاملين. روي عن الرسول صلى الله عليه وسلم أنه نهي عن أن يبيع المسلم على بيعة أخيه المسلم فقال: ((لا تحاسدوا ولا تناجشوا ولا تباغضوا ولا تدابروا. ولا يبيع بعضكم على بيع بعض وكونوا عباد الله إخواناً، المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يخذله ولا يحقره، التقوى هاهنا ويشير إلى صدره ثلاث مرات بحسب امرئ من الشر أن يحقر أخاه المسلم، كل المسلم على المسلم حرام دمه وماله وعرضه)) رواه مسلم؛
- 2) أن تكون مواصفات السلعة معلومة، وهذا يعني عرض السلعة بالكيفية التي تظهر حقيقة مواصفاتها والتأكد من مطابقتها للأسس التي يراد التعامل بها، ويشمل هذا سلع البائع، ونقود المشتري أيضاً، إذ لا بد أن تكون غير مزيفة أو مغشوشة، وكذلك يشمل أساليب الدعاية والإعلان، التي ينبغي أن تقوم على أسس صادقة حقيقية؛

¹ - سعيد سعد مرطان، مدخل للفكر الاقتصادي في الإسلام، مؤسسة الرسالة، لبنان، 2004، ص 137.

3) منع التلاعب أثناء عمليات التبادل وتوفير المعلومات الكافية عن السوق، فقواعد المنافسة الشريفة تقتضي عرض السلع وإتمام عمليات التبادل على أساس من الصحة والصدق والوضوح، وعدم التلاعب بالأسعار، فقد روي عن رسول الله صلى الله عليه وسلم أنه قال: (لا تلقوا الركبان ولا يبيع بعضكم على بيع بعض، ولا تناجشوا، ولا يبيع حاضر لباد، ولا تصروا الغنم، ومن ابتاعها فهو بخير النظرين بعد أن يحتلبها أن رضيها أمسكها، وإن سخطها ردها صاعاً من تمر) رواه البخاري؛

4) مراقبة عمليات التعامل في الأسواق، إذ تقتضي قواعد المنافسة الحرة مراقبة عمليات التبادل، وكذلك الأسعار في إطار مؤسسة إسلامية عرفت بالحسبة.

5) كذلك فإن التحسيد العملي لقيمة (الأخوة) يتمثل في التكافل الاجتماعي والاقتصادي، والتكافل يعني (التناصر بين أفراد المجتمع ليسد بعضهم حاجات بعض ويسند الضعفاء من الأقوياء، وكذلك التناصر بينهم في القيام بأعباء العمل الصالح، فيقوي القادرون منهم على ذلك الضعفاء فيه، حتى ينتهي الأمر بهذا وذاك، إلى أن تكون الجماعة المؤمنة بريئة من سواقط الأفراد والفئات التي تعيش على هامش الحياة، حرماناً من كريم العيش، أو عطالة عن العمل الصالح، وينخرط الجميع في حقوق الكرامة والكفاية وفي واجبات العمل والتعمير)؛

6) الابتعاد عن المنكرات الشائعة في الأسواق مثل الكذب في المراجعة وإخفاء العيب، وبيع الملاهي والأواني المتخذة من الذهب والفضة، وكذلك جميع أنواع العقود المؤدية إلى التلبيسات.

7) تحقق السوق الإسلامية في ظل قيمة الأخوة، نمطا من التكافل الاقتصادي يشمل المستهلكين والمنتجين، ولقد وضع القرآن الكريم أسس هذا التكافل من خلال تأكيده الدؤوب على سد الحاجات الأساسية للإنسان المحتاج، وتوفير مستلزمات العمل والإنتاج، من خلال الحث على الإنفاق الذي جعله أحد أهم مقومات التقوى، أو من خلال الحث على سلوكيات اقتصادية محددة، وتعزيزها بطريق المخالفة لسلوكيات مرفوضة إسلامياً.

المطلب الخامس: الحسبة كجهاز الرقابة السعرية في الاقتصاد الإسلامي

أولاً- مفهوم الحسبة

الحسبة وظيفة دينية اجتماعية لها جانبها الاقتصادي والأخلاقي والأمني، فصاحب الحسبة كان يجمع بين الحفاظ على مظاهر الأخلاق العامة في المجتمع، ومراعاة ضبط الأسواق من حيث الأسعار والموازن والمكاييل، وعدم غش البضائع، فضلاً عن الاهتمام بنظافة المدينة وشوارعها وأسواقها ومرافقها العامة، إلى جانب الضرب على أيدي من ينتهكون النظام العام، ويخالفون الشريعة، ويتظاهرون بالمنكرات وما من ذلك من الأمور¹.

1) **التعريف الفقهي:** الحسبة مصدر احتسابك الأجر على الله تعالى، والحسبة بالكسر هي الأجر، والحسبة مصدر الاحتساب من الاعتداد، والاحتساب من الأعمال الصالحة.

والحسبة بمعنى الإنكار والتدبير، يقال احتسب فلان على فلان: أنكر عليه قبيح عمله، ويقال المحتسب ويطلق

¹ - نجوان أحمد سعيد، الحسبة في مصر عصر سلاطين المماليك، عين للدراسات والبحوث الإنسانية والاجتماعية، د ب ن، 2014، ص 5.

على من تولى منصب الحسبة في الدول الإسلامية ليشرف على الشؤون العامة من مراقبة الأسعار ورعاية الآداب وحسن كفاية التدبير والنظر فيه¹.

ذكر الإمام أبي حامد الغزالي الحسبة بأنها "عبارة عن المنع عن المنكر لحق الله صيانة للممنوع عن مقارنة المنكر".

وعرفت الحسبة بأنها "رقابة إدارية تقوم بها الدولة، عن طريق موظفين خاصين على نشاط الأفراد في مجال الأخلاق والدين والاقتصاد، تحقيقاً للعدل والفضيلة، وفقاً للمبادئ المقررة في الشرع الإسلامي، والأعراف المألوفة في كل بيئة زمن"².

(2) **التعريف الاقتصادي:** عرفها أحمد مصطفى المراغي بقوله أن الحسبة هي مشاركة السوق، والنظر في مكائيله وموازينه، ومنع الغش والتدليس، فيما يباع ويشترى من مأكول ومصنوع، ورفع الضرر عن الطريق، والحارات والأزقة، إلى نحو ذلك من الوظائف.

يمكن تعريف الحسبة بأنها الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، اللذين يتجسدان في العمل الرقابي التوجيهي الترشيدي، للنشاط المجتمعي العام والخاص في المجتمع الإسلامي، لينسجم مع الأصول المذهبية والقيم الأخلاقية والمعايير الموضوعية، من أجل رفع كفاءة الأداء، الذي في إطاره يتحقق السلوك الرشيد ويعظم المصلحة المجتمعة الفردية والجماعية الحالية والمستقبلية، الدنيوية والأخروية، وهي مكملة للأعمال الأمنية والقضائية، وحلقة من الحلقات الرسمية للتنظيم المجتمعي.

ثانياً- دور الحسبة في تنظيم الأسواق ومراقبة الأسعار

تتمثل مهام الحسبة كجهاز للرقابة في الاقتصاد الإسلامي فيما يلي³:

(1) **تنظيم الأسواق:** يعنى اهتمام المحتسب بتنظيم الأسواق وترتيبها، سعة وضيقا، طولاً وعرضاً، وحقوق وواجبات البائعين والمشتريين، وتنظيم المحلات والتقسيم النوعي للبضائع؛

(2) **التنظيم الإداري:** من أجل ضمان السير الحسن لعملية التبادل، ومهام جهاز الرقابة وفقاً لأحكام الشريعة وانسجامها مع الضوابط ومحددات الاستخلاف، يختار المحتسب مجموعة من العارفين بأمور الأسواق، يمتازون بالخبرة والدراية خاصة في مجال كمية السلع واستقرار الأسعار، ويدخل في إطار الحسبة مراقبة الموازين والمكاييل، وكيفية التعامل مع الصيغ الخاطئة للبيع والمحرمة شرعاً، وكذلك يعمل المحتسب على توفير السلع الضرورية في الأسواق؛

(3) **إجراءات الحسبة والمحتسب في معالجة الانحرافات الاقتصادية:** وتتمثل في العقوبات المقدرة، وهي العقوبات المنصوص عليها في الكتاب والسنة، من خلال إقامة الحدود والعقوبات الغير مقدرة، والتي لا حد لها وإنما يترك أمر العقوبة للمحتسب في تطبيقها، كعقوبة التعزير والتي تشمل الحجر والنفي والضرب والغرامة المالية والحبس.

¹ - ناجي بن حسن بن صالح حضيري، الحسبة النظرية والعملية عند شيخ الإسلام ابن تيمية، دار الفضيلة، الرياض، 2005، ص 27.

² - يسرى محمد أبو العلا، سياسات التسعير في التشريع الإسلامي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 112.

³ - عبد الستار ابراهيم الهيتي، مرجع سبق ذكره، ص 180-181.

خلاصة الفصل:

عند معالجتنا لهذا الفصل تم استخلاص النتائج الآتية:

- أن للسياسة السعرية أهمية كبيرة على المستوى الجزئي والكلّي، فهي تعمل على التخصيص الجيد للموارد و توزيع الدخل، فالأسعار الجيدة التي تعبر عن القيمة الحقيقية للسلع والبضائع وكل مستلزمات الإنتاج تعد محمدا رئيسا للكفاءة الاقتصادية للنظام الاقتصادي. ولذلك فإن كل الأنظمة الاقتصادية تعنى بتوفير النظام السعري الجيد، وما يتضمنه من أسس ومؤسسات وأدوات وإجراءات؛

- تقوم السياسة السعرية في النظام الاقتصادي الرأسمالي على فكرة حرية السوق أو ما يسمى أحيانا باقتصاد الطلب، المنبثق من السوق بدون ضوابط أو حدود عقائدية أو خلقية، تؤدي في معظم الأحيان إلى تكوين التكتلات والاحتكارات والاستغلال، وهذا هو الواقع في الدول الرأسمالية الآن، والتي بدأت أخيرا بتدخل الدولة للحد من تلك التكتلات والاحتكارات بالمفهوم الجديد للدولة المعاصرة، عن طريق معالجة إخفاقات السوق وبطريقة ضبط هذه الأسواق؛

- تتم السياسة السعرية في النظام الاشتراكي وفق التخطيط المركزي للاقتصاد الوطني، ونظام الأسعار الذي يعتبر المحرك لكافة القرارات الاقتصادية لا يتركز على السوق، بل على أساس الخطة الاقتصادية والاجتماعية، بالتنسيق مع جميع هيئات التخطيط، وتشمل الخطة العامة جانبي الإنتاج والاستهلاك، ولا تستهدف الخطة تحقيق الربح وإنما تسعى إلى تحقيق المصلحة العامة؛

- السياسة السعرية في الأنظمة الاقتصادية المعاصرة هي مزيج بين الرأسمالية والاشتراكية، فقد تتدخل بعض الحكومات أحيانا في السوق بمفهوم الدولة المعالجة لآثار والشكل غير التنافسي في السوق، من خلال تحديد الحد الأقصى والأدنى لأسعار بعض المنتجات، وخاصة الأساسية منها، فيما إذا كانت الأوضاع الاقتصادية السائدة في البلد غير مشجعة، وتتدخل بصفة الدولة الضابطة للسوق في حالة الاحتكار وما شابه؛

- تتميز السياسة السعرية في الاقتصاد الإسلامي بالتفريق في المعالجة بين الحالات العادية والحالات الاستثنائية، وتضع سياسة سعرية في الحالات العادية باحترام قوى العرض والطلب، وتُعطي للدولة حق الإشراف والرقابة على الأسعار في الحالات الاستثنائية، بحيث تراعي المبادئ الأساسية للشريعة الإسلامية التي تتماشى وفق معايير وضوابط ثابتة.

الفصل الثالث:

تمهيد:

تؤدي الصادرات دورا كبيرا في زيادة النمو الاقتصادي لكل بلد، فهي تساهم في نمو الدخل الوطني، وتعد إحدى الطرق الرئيسة لتمويل واردات الدولة بالطريقة التي لا تؤثر سلبا على ميزان مدفوعاتها الخارجية، وتعمل على تنمية الصناعات المحلية وتخفيض تكاليف الإنتاج، وترفع القوة الشرائية للمستهلكين. كما تعمل الأدوات السعرية المطبقة في السياسة التجارية للبلد على تنمية الصادرات، من خلال الرسوم الجمركية المدرجة والإعفاءات والإعانات التي يتحصل عليها المصدرون، لذا فقرار تسعير الصادرات له أهمية خاصة في التسويق الدولي للمنتجات، حيث يؤثر قرار التسعير تأثيرا مباشرا على الكميات المصدرة، وبالتالي على إيرادات وأرباح المؤسسات التي تعمل في مجال التصدير، وقد يؤثر على النمو والبقاء في الأسواق الدولية. ويعتبر قرار التسعير في الأسواق الدولية أكثر تعقيدا من قرار التسعير في الأسواق المحلية، حيث يتأثر بالعديد من المؤثرات الخاصة بالبيئة الدولية، منها طبيعة المنافسة، والطلب على منتجات المؤسسة المصدرة في الأسواق الدولية، والسلوك الشرائي للمستهلكين في الأسواق الدولية، والقوانين المنظمة لعمليات التجارة الدولية، بالإضافة إلى مخاطر التأثير بالتذبذب في أسواق الصرف عالميا.

سنتناول في هذا الفصل المباحث الآتية:

المبحث الأول: مفاهيم أساسية للصادرات؛

المبحث الثاني: محددات السياسة السعرية الدولية، وعلاقتها بالأسعار المحلية؛

المبحث الثالث: استراتيجيات التسعير الدولي ومشكلات تسعير الصادرات.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية للصادرات

يعد التصدير من أبسط أشكال الدخول للأسواق الخارجية، كونه يتضمن أقل نسبة من المخاطر مقارنة مع البدائل الأخرى للدخول (كلاستثمار المباشر)، ويضمن انتقال السلع والخدمات من مكان لآخر، أو من سوق داخلية إلى أخرى خارجية، فالتصدير عبارة عن إستراتيجية تستخدم من قبل العديد من المؤسسات لتصدير منتجاتها إلى أقطار لا يكون الإنتاج المحلي فيها كافياً.

سنتناول في هذا المبحث مفهوم التصدير والدوافع التي تؤدي إلى ممارسة العملية التصديرية.

المطلب الأول: الصادرات

أولاً- مفهوم التصدير

التصدير هو مقدرة الدولة وشركاتها على تحقيق تدفقات سلعية وخدمية ومعلوماتية ومالية وثقافية وسياحية وبشرية إلى دول وأسواق عالمية أخرى، بغرض تحقيق أهداف الصادرات من أرباح وقيمة مضافة وتوسع ونمو وانتشار وفرص عمل، والتعرف على ثقافات أخرى وتكنولوجيا جديدة¹.

أو هو انتقال السلع والخدمات من مراكز إنتاجها إلى مراكز استخدامها واستعمالها، هذا الانتقال يكون بطريقة مباشرة، أي يتصل المنتج مباشرة بالسوق بطريقة خاصة إلى مراكز الاستخدام، أو بطريقة غير مباشرة يستعين فيها بمجموعة من الوسطاء المحليين أو الدوليين في إيصال السلعة².

أو هو تلك العملية التي ترمي إلى تحويل السلع والخدمات بصفة نهائية من قبل الأعوان المقيمة في القطر الاقتصادي إلى الأعوان غير المقيمة فيه، وهناك نوعين من المصدرين³:

1) **المصدر السلبي (العرضي):** يخص تلك المؤسسات التي تهتم بتصريف منتجاتها من حين لآخر إلى الأسواق الأجنبية، أي تعمل بالتصدير حسب الطلب، وبالتالي عملية التصدير بالنسبة لهذه المؤسسات ما هو إلا تصريف للفائض الحاصل في الإنتاج وهو نشاط مكمل وغير متوقع؛

2) **المصدر الإيجابي (النشط):** يخص تلك المؤسسات التي لديها العزيمة لاقتحام الأسواق الأجنبية، وذلك بتلبية منتظمة للطلب على منتجاتها، فالتصدير في مثل هذه المؤسسات يعتبر نشاطاً رئيسياً وهاماً، وتعمل المؤسسات في هذه الحالة على اختيار الأسواق التي تتعامل معها وفقاً للأرباح والمخاطر. يوجد للتصدير أسلوبين هما⁴:

1) **أسلوب التصدير المباشر:** نقصد به ذلك النشاط الذي يترتب على قيام شركة ما ببيع منتجاتها إلى مستفيد عملي، يتولى عملية تصدير المنتج إلى الأسواق في الخارج، سواء كان المنتج بشكله الأصلي أو بشكله المعدل؛

2) **التصدير المباشر:** يتطلب وجود صلة مباشرة بين المؤسسة المنتجة والمصدرة في نفس الوقت، والمؤسسة المستفيدة

¹ - فريد النجار، تسويق الصادرات العربية - آليات تفعيل التسويق الدولي ومناطق التجارة الحرة العربية الكبرى، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 15.

² - جاسم محمد، التجارة الدولية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 116.

³ - فرحات غول، التسويق الدولي، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 190.

⁴ - سعد غالب ياسين، الإدارة الدولية مدخل استراتيجي، دار البازوري العلمية، الأردن، 1999، ص 40.

خارج البلد الأصلي للمؤسسة المصدرة، ويفيد التصدير المباشر في تعميق معرفة وخبرة المؤسسة بالأسواق الدولية، و يساعدها على زيادة كفاءة الإدارة في ميدان الأعمال الدولية أيضا.

ثانيا - أهمية التصدير

تأتي أهمية التصدير في أنه يحقق العديد من المنافع التي تعمل على تنشيط وتوسيع قاعدة التسويق ومنها¹:

- 1) تغير التكنولوجيا العالمية (الرغبة في تصدير التكنولوجيا المتقدمة للغير)؛
- 2) تستهدف بعض المؤسسات تحقيق مركز تنافسي قوي، من خلال تسويق صادراتها والعمل على تحقيق قدرة إدارية في اتخاذ القرارات؛
- 3) قد يتطلب النظام الضريبي في بعض الدول توزيع الفائض في بعض الأسواق الدولية لتجنب دفع ضرائب عالية؛
- 4) يكون التصدير مهم إذا كان العائد على الاستثمار في خارج الدولة أعلى من الداخل؛
- 5) الاستفادة من فروق الأسعار وأسعار الصرف كأحد دوافع التصدير؛
- 6) الحد من مشكلة البطالة بتشغيل عمالة جديدة بالمشروعات التي تتوسع بتصدير إنتاجها للخارج؛
- 7) توفير الموارد اللازمة للحصول على الاستثمارات ودفع عجلة الاقتصاد، وتسديد الديون انطلاقا من تحسين وضعية الميزان التجاري وميزان المدفوعات؛
- 8) تدعيم مركز العملة المحلية بين العملات الأجنبية؛
- 9) تخفيف أثر التقلبات الدولية على الاقتصاد الوطني، وتحقيق التوازن في العلاقة الاقتصادية مع العالم الخارجي.

ثالثا- مزايا وعيوب التصدير

يمكن إيجاز أهمها فيما يلي²:

- 1) المزايا: اعتماد المؤسسة على التصدير للدخول إلى الأسواق الأجنبية يحقق لها مجموعة من المزايا منها:
 - يتجنب التصدير تكاليف إنشاء عمليات التصنيع في دولة مضيقة؛
 - يمكن المؤسسة من تقليل مخاطر التعامل دوليا؛
 - احتياج المؤسسة إلى حد أدنى من رأس المال عند مقارنته بالبدائل الأخرى؛
 - وسيلة مناسبة للحصول على الخبرة الدولية؛
 - ينسجم التصدير مع الإستراتيجية العالمية أو الكونية، ويمكن المؤسسة من تحقيق اقتصاديات الحجم من خلال زيادة المبيعات.

2) العيوب: من بين عيوب الاعتماد على التصدير ما يلي:

- قد لا يلائم التصدير الدولة الأم إذا كان هناك مواقع تكلفة أقل لتصنيع المنتج في الخارج؛

¹ - موسى عيسى، الاتجاهات المعاصرة في محاسبة التكاليف ودورها في تحديد أسعار الصادرات، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2015، ص 148.

² - فرحات غول، مرجع سبق ذكره، ص 91-92.

- في حالة ارتفاع تكاليف النقل تصبح إستراتيجية التصدير غير اقتصادية، خاصة بالنسبة للمنتجات كبيرة الحجم، وأحد الطرق المطبقة للتغلب على هذه المشكلة هي تصنيع المنتجات الكبيرة الحجم؛
- يعتبر حاجز التعريف الجمركية من أهم عيوب التصدير، وهذا الحاجز بإمكانه أن يجعل إستراتيجية التصدير غير اقتصادية (انخفاض تأثير هذا العامل حالياً بفعل المنظمة العالمية للتجارة والتكتلات الإقليمية)؛
- تفويض المؤسسة وكلاء للقيام بأنشطة التسويق في الخارج، مع عدم ضمان قيامه بهذه المهام لصالح المؤسسة، وتكون لديهم ولاءات متعددة، وبالتالي تقل اهتماماته بمنتجات المؤسسة.

المطلب الثاني: نظرية السلوك التصديري

حاولت هذه النظرية على النقيض من النظريات الكلاسيكية في التجارة الخارجية أن تفسر لماذا وكيف تعمل المؤسسة في النشاط التصديري، وركزت نظريات سلوك التسويق التصديري بشكل أساسي على دوافع واستراتيجيات التصدير، وقدرات المؤسسة التسويقية التصديرية، وتفاعلها مع بيئة العمل في الأسواق الخارجية، وتصور مخاطر العمل ومدى توفر المعلومات كمحددات أساسية لنشاطات التصدير، وكذلك مفهوم عملية التطور والتوسع الدولي. وقد عرفت عملية التطور على أنها تطور متعاقب في أعمال نشاط المؤسسة التصديرية، يتضمن التوسع الجغرافي للأسواق، والتوسع في طرق العمليات والأنشطة التسويقية، والتنوع في السلع وتغيرات في فلسفة إدارة المؤسسة وسلوكها التنظيمي، منذ بداية التصدير حتى الوضع الحالي. أي أن هذا التطور هو وظيفة زمنية تتراكم فيها خبرات المؤسسة في مجال العمل في الأسواق الخارجية، والتي من خلالها تزداد درجة تعلمها كيفية العمل في هذه الأسواق. وبذلك، فإن هذه النظرية تحاول شرح لماذا وكيف تدخل المؤسسة في نشاط التصدير، وفهم طبيعته الديناميكية، إضافة إلى تركيزها على حوافز المؤسسات واستراتيجياتها مع بيئة الأسواق الدولية، والمحددات المفروضة على التصدير، ومخاطر عدم التأكد، ونقص المعرفة بمتغيرات الأسواق السائدة والمتوقعة¹.

المطلب الثالث: دوافع التصدير على مستوى المؤسسات

أشارت العديد من الدراسات السلوكية للتصدير إلى مجموعة من القوى المحفزة، والتي تدفع المؤسسات سواء للبدء أو للتوسع في النشاطات التسويقية الدولية، وبصفة عامة قسمت هذه الدوافع حسب سلوك الاستجابة وشكل الاستجابة، أكان مصدرها بفعل العوامل البيئية الداخلية، أو بفعل العوامل البيئية الخارجية (السوق المحلي والسوق الأجنبي)، أو كلاهما كالاتي²:

أولاً- العوامل الساحبة

اعتمدت على عدة شروط وهي:

- 1) **أهداف الربح والنمو:** يعد دافع الربح والنمو من أهم العوامل التي تحفز المؤسسات للاهتمام بالتصدير، حيث تنظر الإدارة للمبيعات الدولية كمصدر محتمل لزيادة أرباحها، وخاصة الربح في الأجل القصير والذي يعد ذا أهمية كبيرة

¹ - بديع جميل قنود، مرجع سبق ذكره، ص 51.

² - هاني احمد الضمور، التسويق الدولي، دار وائل للنشر، الأردن، 2007، ص ص 53-60.

- للعديد من المؤسسات الصناعية، وخاصة الصغيرة والمتوسطة الحجم؛
- (2) **التفوق التكنولوجي (سلعة مميزة):** تمتلك المؤسسة التي تعمل في مجال التصدير تفوقاً تكنولوجياً، وتتوفر لديها سلعة مميزة مقارنة بما يعرضه المنافسون في السوق الدولي، ومن المحتمل أن تنخرط هذه المؤسسة بأعمال التسويق الدولية؛
- (3) **توفر معلومات استثنائية عن السوق الأجنبية:** إن المعلومات عن السوق حافز للمؤسسة للعمل بمجال التصدير، وهذه المعلومات تتضمن خصائص العملاء الأجانب وأحوال الأسواق الخارجية، ومثل هذه المعرفة الخاصة قد تنتج عن رؤية المؤسسة بالاعتماد على البحوث الدولية، أو من خلال الزيارات والاتصالات الخاصة بالأسواق الخارجية، أو من كونها موجودة بالمكان والوقت المناسب؛
- (4) **اتجاهات المديرين:** تؤدي اتجاهات المدراء وتوقعاتهم دوراً حاسماً في تحديد النشاط التصديري للمؤسسات، واتخاذ القرار في العمل بالأسواق الدولية، والعضوية في الاتحادات التجارية والمهنية لها دور كبير في التأثير على سلوك واتجاهات المدراء نحو النشاط الخارجي؛
- (5) **الجدوى الاقتصادية:** عند توفر الجدوى الاقتصادية في الإنتاج والإعلان والتوزيع أو أية نشاطات أخرى، فإن اتساع نطاق السوق عن طريق التصدير يؤدي لتخفيض وحدة التكاليف للوحدات المنتجة، ويعكس تأثير الجدوى الاقتصادية طبيعة الكفاءة المرتبطة بالحجم، ومن خلال التصدير فإن التكاليف الثابتة الناتجة عن الإدارة والتسهيلات والأجهزة والموظفين والبحث والتطوير يمكن توزيعها على وحدات إنتاجية أكثر؛
- (6) **المزايا التسويقية:** إن المعرفة والتخصص التسويقي بين المؤسسة المصدرة ومنافسيها، وتوفر قيمة بيعية ذات مهارات عالية، وبنية تسويقية ذات كفاءة، ونظام خدمة فنية عالية تعمل كحواجز للتصدير؛
- (7) **توفر الفرص التسويقية في الخارج:** إن توفر الفرص في الأسواق الخارجية قد تكون ذات تأثير قوي على رغبة المؤسسة بالتصدير؛
- (8) **وكلاء أو دوافع التغيير:** تؤدي المؤسسات الرسمية وغير الرسمية دوراً رئيسياً في تنشيط وتنمية أعمال التصدير، فمثلاً المؤسسات الحكومية قد تعطي إعفاءات ضريبية، ومنح و ضمان القروض لأعمال التصدير، وتعطي معلومات عن الأسواق الخارجية، وتنظم المعارض التجارية الدولية، وتقوم بالتمويل والمشاركة في المهام التجارية وعقد الاتفاقيات التجارية وغيره.

ثانياً- العوامل الدافعة

- قد تأتي استجابة المؤسسة للبدء أو التوسع بالأعمال التسويقية في الأسواق الدولية بفعل متغيرات، وعوامل بيئية ضاغطة، ودون التخطيط المسبق لها، ومن أهمها:
- (1) **أوامر الطلب الخارجية:** إن المعلومات التي تصل للمؤسسة من العملاء الأجانب عن أسعار ومنتجات المؤسسة قد تكون أكثر الطرق شيوعاً، وعندها تتحدد مدى توفر الفرص التسويقية في الأسواق الخارجية، وقد تكون هذه

- المعلومات نتيجة الإعلان في المحلات التجارية المحلية، أو من خلال الاشتراك في معارض التجارة الدولية أو أية وسائل أخرى؛
- (2) **زيادة القدرة في الموارد:** قد تصبح عملية التوسع الخارجي ذات جدوى عند زيادة القدرة في الموارد البشرية والمادية والمالية غير المستغلة للبدء في التصدير؛
- (3) **القرب من الأسواق الدولية:** إن القرب من العملاء والموانئ، والقرب من الأسواق الدولية يؤدي دورا مهما في النشاطات التصديرية للمؤسسة؛
- (4) **تنوع المخاطر:** في بعض الحالات قد تواجه المؤسسات المصدرة مخاطر سوقية أقل من المؤسسات غير المصدرة، وذلك بسبب ما لديها من أسواق متنوعة، ومن ثم فإن البيع بأسواق متعددة قد يقلل من المخاطر المرتبطة بتدهور أرباح البيع في أي سوق؛
- (5) **زيادة حجم المبيعات الموسمية للسلعة:** بعض القطاعات الصناعية مثل صناعة الملابس والنسيج قد تكون أقل مقاومة لدورات الأعمال من غيرها، فالموسمية في ظروف الإنتاج والطلب في السوق المحلية لصناعة معينة قد تعمل كمؤشر سابق لاكتشاف السوق الخارجية، والتوجه للتصدير من أجل إزالة التذبذب في دورة الإنتاج. لذلك يتوقع إتباع المؤسسات الاستراتيجية المناسبة للتكيف مع هذه المتغيرات؛
- (6) **صغر حجم السوق المحلية:** إن صغر حجم السوق المحلية يدفع بالمؤسسات لعملية التصدير الخارجي، وتتبع المؤسسات التي تنتج سلعا استهلاكية للمستهلكين الدوليين الذين لديهم صفات مشتركة في أسلوب الحياة والدخل كإستراتيجية معدة للاتفاق؛
- (7) **ركود أو تدهور السوق المحلي:** إن تشبع السوق المحلي بالسلع المنتجة محليا قد يكون حافزا للمؤسسات للبحث عن فرص جديدة، فالتوسع الخارجي قد يصبح إستراتيجية ذات جدوى حينما تتدهور السوق المحلي؛
- (8) **ضغوط المنافسة:** خوف المؤسسة من فقدان حصتها السوقية للمؤسسات المنافسة التي استفادت من الجدوى الاقتصادية، والتي حصلت عليها من النشاطات التسويقية الدولية، وخشيتها من فقدان الأسواق الأجنبية بصورة دائمة للمنافسين.

المبحث الثاني: محددات السياسة السعرية الدولية وعلاقتها بالأسعار المحلية

إن عملية إدارة الأسعار والسياسة السعرية المتبعة في مجال التسويق الدولي صعبة ومعقدة مقارنة بالتسويق المحلي، في هذا المبحث سوف نتناول مفهوم السياسة السعرية الدولية، وأبعادها و محددات التسعير الدولي، وعلاقة أسعار التصدير مع الأسعار المحلية.

المطلب الأول: محددات التسعير الدولي

أولاً- مفهوم سياسة التسعير الدولية

سياسة التسعير الدولي هي عملية تحديد مستوى سعر البيع لكل منتج في نطاقه، بواسطة دوائر التوزيع وثنائية (منتج- سوق)، ويجب أن يحسن السعر المحدد من قيمة المبيعات والهامش التجاري لكل خط إنتاجي في الأسواق الأجنبية، مع مراعاة ديناميكية الاقتصاد وتنافسية الأسواق¹.

والسعر في المستوى الدولي، هو ذلك المبلغ النقدي الذي يدفعه المشتري في السوق الدولي، في مقابل الحصول على المنتج الذي يسوق إلى تلك السوق، وهذا السعر يعبر عن مجموع القيم التي يكون المشتري مستعداً لمبادلتها مع مجموعة من المزايا والفوائد والمنافع التي ترتبط بامتلاك أو استخدام المنتج².

ثانياً- أبعاد سياسة التسعير الدولية

يؤثر قرار التسعير بصورة مباشرة أو غير مباشرة على المركز المالي للمؤسسة ومقدار الأرباح التي تحققها، وهذا ما يستلزم استرشاد متخذ القرار بمبادئ وقواعد عامة واضحة، تمثل سياسة المؤسسة. ولأهمية الموضوع وخطورته على المؤسسة ومستقبلها، لا بد أن يشارك في رسم سياسة التسعير كل الأطراف المعنية، للتأكد من مراعاة جميع العوامل والاعتبارات المؤثرة في تحديد السعر، وضمان المساهمة الجادة للجميع في تطبيق تلك السياسة.

قد تضم تلك السياسة أهدافاً مختلفة منها³:

- 1) زيادة الربح إلى أقصى حد، أو تدنية الخسائر إلى أدنى مستوى؛
- 2) تحقيق حصة سوقية مناسبة؛
- 3) استرداد تكاليف تاريخية تتحملها المؤسسة؛
- 4) تجنب استثارة العداء السياسي لحكومة السوق الذي تعمل فيه، أو اتخاذ المواطنين موقفاً معادياً لسلعة المؤسسة الأجنبية المصدرة إلى سوقهم؛
- 5) مراعاة الدول التي تتحكم بأسعار السلع التي تباع في أسواقها المحلية سواء كانت مستوردة أو منتجة محلياً، إلا أنها نادراً ما تستطيع التأثير في أسعار سلعتها المصدرة إلى الأسواق الدولية لأنه ينظر عادة إلى تأثير الدولة في أسعار السلع المباعة في أسواقها المحلية بأنه إجراء داخلي ومسألة سيادية على أراضيها لا يحق لغيرها التدخل في

¹-Charles Croue, Marketing International, Deboeck, 6^e Edition, Paris, 2012, p 48.1

²- يوسف أبو فارة، إدارة الأسعار، مرجع سبق ذكره، ص 318.

³- بدیع جمیل قدو، مرجع سبق ذكره، ص 234.

قراراتها، لكن البعض ينظر إلى الأمر بأنه إجراء يتعلق بالتبادل التجاري الدولي، والعلاقات الدولية... وهي أمور تؤخذ بالاعتبار عندما تتخذ الدولة قرارات بخصوص أسعار السلع الأجنبية في أسواقها. وبما أن الأسعار في الأسواق الخارجية هي أسعار محلية لذلك البلد، فإن كل العوامل المؤثرة في التسعير المحلي تنطبق على التسعير في الأسواق الخارجية للشركة.

ثالثاً- العوامل التي يجب أن تأخذها المؤسسة الدولية في الاعتبار عند تحديد السعر في الأسواق الدولية

يتأثر قرار التسعير بمجموعة من الاعتبارات مثل أهداف التسعير، وتحليل التكاليف وطبيعة المنافسة وتقدير حجم طلب المستهلك على السلعة أو الخدمة المقدمة، بالإضافة إلى القواعد الحكومية المنظمة للتسعير.

1) **أهداف التسعير:** ترتبط أهداف التسعير بأهداف التسويق، والتي يتم تحديدها بناء على أهداف المؤسسة. وتأخذ أهداف التسعير أحد الشكلين، فهي إما أن تكون أهداف مرتبطة بالمبيعات، أو أهداف مرتبطة بالأرباح. وحيث أن النمو يمثل هدفاً أساسياً من أهداف المؤسسات، فإن ذلك يعني أن نمو المبيعات بنسبة معينة أو تحقيق حصة سوقية معينة، يجب أن يكون هدفاً أساسياً من أهداف التسعير. وتشير نتائج العديد من الدراسات عن المؤسسات اليابانية، أن أهداف التسعير لديها غالباً ما ترتبط بتحقيق أكبر حجم من المبيعات، من أجل زيادة الحصة السوقية.

وقد تقوم في بعض الأحيان بعض المؤسسات بتحديد أهدافها من التسعير في أشكال أخرى، كأن تقوم بتحديد الهدف من التسعير في بناء صورة معينة للمؤسسة، أو أن ترغب المؤسسة في أن تعكس إستراتيجية التسعير المستخدمة الطابع الأخلاقي في رسم سياسة المشروع وتحديد أسعار المنتجات. وفي كل الأحوال يجب على المؤسسة الدولية الإجابة على سؤالين اثنين عند تحديدها لأهداف التسعير في الأسواق الدولية. **أولهما**، من الذي يجب أن يقوم بتحديد أهداف التسعير في كل سوق تتعامل فيه المؤسسة الدولية؟ هل هي المؤسسة الأم، أم الوحدات التابعة لها في الأسواق الدولية؟ **الثاني**، هل يجب أن تكون الأهداف موحدة حول العالم، أم ينبغي تعديل الأهداف من دولة إلى أخرى؟

2) **تحليل التكاليف:** يعتبر تحليل التكاليف أحد الاعتبارات الهامة عند تحديد السعر في الأسواق الدولية، وتمثل التكاليف الحد الأدنى للسعر الذي يجب أن تباع به السلعة أو الخدمة المقدمة، ويلزم لعملية التسعير التعرف على أنواع التكاليف الداخلية في إنتاج كل وحدة من وحدات السلعة التفريق بين التكاليف الثابتة، والتكاليف المتغيرة، والتكاليف الحدية، والتكاليف الإضافية، والتكاليف الغارقة، وتكلفة الفرصة البديلة، والتكاليف المعيارية.

ويرى البعض أنه يجب الاعتماد على التكلفة الكلية كأساس لتسعير المنتج في الأسواق الدولية، وتضمن التكلفة الكلية تكاليف التسويق المحلية (مثل نفقات المبيعات والإعلان وتكاليف بحوث التسويق)، والتكاليف الثابتة (مثل تكاليف البحوث والتطوير) وتكاليف التصدير (مثل النولون والتغليف والتأمين والرسوم الجمركية)، هذا إلى جانب بقية التكاليف التي يتم إنفاقها على السلعة.

ويرى البعض الآخر أن قرار التسعير يجب أن يعتمد على التكلفة الحدية لتسعير الصادرات، ويستند هذا الرأي إلى أن بعض التكاليف الإضافية، مثل تكاليف الإعلان في السوق المحلي والتكاليف الإدارية، يجب ألا تضاف عند التسعير للأسواق الخارجية، وأحيانا ما تستخدم التكاليف الفعلية للإنتاج، زائد تكاليف التسويق الخارجي كأساس لتحديد أسعار البيع في الأسواق الخارجية، ويجب ألا يقل هذا السعر عن ذلك الأساس، لضمان عدم تحقيق خسارة، ويمكن دراسة أثر التكاليف على التسعير عن طريق أخذ ثلاث أشياء في الاعتبار وهي:

- نسبة التكاليف الثابتة إلى التكاليف المتغيرة؛

- وفورات الحجم المتاح للمؤسسة؛

- هيكل التكاليف الخاصة بالمؤسسة عند مقارنته بالمنافسين.

(3) **طبيعة المنافسة:** تعتبر طبيعة المنافسة في السوق المستهدفة أحد الاعتبارات الأخرى التي لا بد للمؤسسة الدولية أن تأخذها في الاعتبار عند تحديد الأسعار، ويمكن تحليل طبيعة المنافسة في أي صناعة بالنظر إلى بعض العوامل: مثل عدد المؤسسات العاملة في الصناعة، والحجم النسبي لكل مؤسسة من هذه المؤسسات، ودرجة تمييز المنتج، وسهولة الدخول إلى الصناعة. ويختلف التسعير باختلاف طبيعة المنافسة في السوق، فيختلف التسعير تحت ظروف المنافسة الكاملة عنه في حالة المنافسة الاحتكارية عنه في حالة احتكار القلة عنه في حالة الاحتكار، كما رأيناه في الفصل الأول.

(4) **تحديد الطلب:** يعتبر تحديد الطلب أحد الاعتبارات الرئيسية عند تحديد المؤسسة الدولية للسعر، ويتحدد حجم الطلب بناء على العديد من العوامل منها رغبة المستهلك في الشراء، وقدرته على الشراء، ومن الواضح أن رغبة المستهلك في الشراء تحددها الحاجة إلى السلعة، وأن القدرة على الشراء يحددها الدخل، كما يؤثر على حجم الطلب العديد من العوامل الأخرى، منها الدور الذي تؤديه السلعة في حياة المشتري، وهل هي سلعة ضرورية أم سلعة كمالية، بالإضافة إلى أسعار المنتجات البديلة، ودرجة تشبع السوق وطبيعة المنافسة غير السعرية وسلوك المستهلك بصفة عامة، والقطاعات السوقية الموجودة، كل هذه العوامل تؤثر على حجم الطلب، ومن الصعوبة بمكان تحديد العلاقة بينها وبين حجم الطلب على السلعة على وجه الدقة. ويشمل تحليل الطلب التنبؤ بالعلاقة بين مستوى السعر وحجم الطلب المتوقع، أو ما يطلق عليه مرونة الطلب أو حساسية السعر، ونعني بذلك عدد وحدات السلعة التي يمكن بيعها عند مستويات سعرية مختلفة.

ويجب النظر إلى حساسية السعر على مستويين مختلفين وهما:

- حساسية السعر على مستوى الصناعة ككل؛

- حساسية السعر على مستوى المؤسسة.

ففي بعض الصناعات يتزايد الطلب على السلعة في حالة انخفاض أسعارها، وفي هذه الحالة يوصف الطلب على السلعة بأنه مرن، وفي بعض الصناعات الأخرى لا تتأثر الكمية المطلوبة من السلعة تأثراً كبيراً، نتيجة انخفاض أسعارها، ويوصف الطلب على هذه السلعة بأنه غير مرن، وتؤثر العوامل البيئية التي تختلف من دولة إلى أخرى تأثيراً

مباشراً على مرونة الطلب، فقد يكون الطلب على بعض السلع في بعض الدول مرناً، بينما يكون الطلب على نفس السلع في دول أخرى غير مرن.

5) **القواعد الحكومية:** تفرض العديد من الحكومات في عدد من الدول بعض أشكال التحكم في الأسعار، والتي قد تسود كافة قطاعات الصناعة أو تقتصر على بعض القطاعات فحسب، وبصفة عامة عادة ما يكون التحكم في الأسعار قاصراً على السلع الأساسية فقط، مثل الأغذية والأدوية، وغالباً ما يأخذ شكل تحديد هوامش الربح، ويجب على المؤسسة الدولية أن تأخذ في الاعتبار هذه القواعد والتشريعات الحكومية المنظمة للأسعار عند تحديدها لأسعار منتجاتها في الأسواق الدولية.

ولا تقتصر هذه القواعد والتشريعات الحكومية على الدول المستقبلة للمنتجات، وإنما تشمل أيضاً القواعد والتشريعات الحكومية للدولة الأم التي تنتمي إليها المؤسسة الدولية، حيث تشترط القوانين في الولايات المتحدة عدم قيام أي من المؤسسات الأمريكية، ببيع منتجاتها أو أجزاء منها إلى مؤسسات أجنبية بسعر أقل من سعر البيع للشركات الأمريكية الأخرى، مما قد يؤدي إلى إلحاق الضرر بها فيما يعرف باسم قانون التفرقة السعرية، وترتبط هذه القواعد بطبيعة الحال بالفلسفة أو التوجه الاقتصادي الذي يسيطر على الدولة، وكذلك تختلف التعريفات الجمركية من دولة إلى أخرى، ويؤثر ذلك بطبيعة الحال على سياسات التسعير التي تتبناها المؤسسات المختلفة في الأسواق الدولية.

6) **اختيار العملة للتصدير:** لا يتوقف إعداد سعر عرض التصدير على أخذ المتغيرات السابقة في الحسبان فحسب، وإنما يمتد ذلك إلى تحديد العملة التي سيقدم بها العرض، ويعتبر تغير أسعار صرف العملات يومياً من المشكلات التي تؤرق المصدر. ولهذا يجب توخي الحذر عند اختيار العملة التي يقدم بها عرض التصدير. ويفضل المصدر عادة أن يكون العرض بعملة بلده أو بعملة دولة أخرى قوية تتسم بالاستقرار النسبي، ويتميز بتقديم عروض التصدير بعملة دولة المصدر بالتخلص من مشكلة تغير أسعار صرف العملات، فضلاً عن سهولة إجراء حسابات عملية التصدير والتحصيل. ويشير الواقع العملي إلى صعوبة الأخذ بهذا البديل، خاصة في حالة الدول ذات العملات غير القابلة للتحويل. ولهذا يضطر المصدر إلى تقديم العرض بالعملة التي يفضل المستورد السداد بها. ومن أفضل الاحتياطات التي يمكن أن يأخذ بها المصدر في هذه الحالة، هي أن يجعل فترة السداد أقصر ما يمكن لتجنب التغيرات الحادة في أسعار صرف العملات، أو التامين على قيمة الصفقة ضد مخاطر تغير سعر الصرف. وأخيراً قد يوافق المصدر والمستورد على إدراج بند في العقد يحمي متحصلات المصدر من تغيرات أسعار الصرف، خاصة وإذا تم اختيار عملة تتعرض لتقلبات حادة في سعر صرفها¹.

المطلب الثاني: علاقة أسعار التصدير بالأسعار المحلية

على افتراض التزام المؤسسة بالتصدير المنتظم والمستمر، هادفة للربح في الأجل البعيد، وتحقيق مكانة تنافسية في السوق، وتحمل مخاطر قرارها الدخول إلى الأسواق الخارجية، عليها أن تواجه مشاكل تسعير منتجاتها المصدرة لضمان الربح، وحصصة سوقية مناسبة، ومواجهة المنافسين، والعلاقة بين الأسعار التي تباع بها نفس السلعة محلياً وفي

¹ - يحيى عيد، التسويق الدولي والمصدر الناجح، دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص 173.

الأسواق الدولية، لذلك أمام المؤسسة البدائل الآتية¹:

أولاً- تحديد سعر التصدير أقل من سعر السلعة محلياً

تستخدم هذه السياسة في الحالات الآتية:

- 1) عندما لا تكون السلعة معروفة في السوق الخارجية، وهناك حاجة لضمان قبولها؛
- 2) عندما تكون المنافسة في السوق الخارجية شديدة، وقد تفرض خفض الأسعار؛
- 3) الاعتقاد بأن زيادة الإنتاج تساعد على تخفيض التكاليف الإنتاجية، أي عرض المنتجات بأسعار متدنية في الأسواق الخارجية، لكن مثل هذه السياسة قد تعتبر "سياسة إغراق"، تعرض المؤسسة المسوقة إلى المساءلة القانونية في بعض الدول.

ثانياً- تحديد سعر التصدير مساوياً للأسعار المحلية

تتطلب سياسة تحويل السعر المحلي إلى السوق الخارجي إجراءات خاصة بالمنتج أو المؤسسة التي تتعامل بالتصدير لأول مرة، ويجب على المؤسسة التنبيه لانخفاض الأسعار والمنافسة وأخذها بعين الاعتبار، لأن أسعار التصدير هي نفسها الأسعار المحلية على أساس أن الأهداف متشابهة، إلا أنه يجب أن تدرك المؤسسة أن أهدافها وظروف السوق لا تكون هي نفسها عبر الأسواق المتعامل معها، وتعتمد هذه السياسة في الحالات الآتية:

- 1) الرغبة في الشعور بالأمان عند دخولها السوق الخارجية، حينما لا تتوافر المؤسسة على معلومات عن ظروف المنافسين، ونقص في خبراتها التصديرية السابقة، وتزيل التخوف من الاتهام باعتماد سياسة الإغراق... هذه السياسة (مساواة سعر التصدير مع السعر المحلي)، وهي سهلة التنفيذ، إلا أنها لا تتناسب وحالة كون السعر المحلي متدنياً وأنه سعر طبيعي وليس مفتعلاً؛
- 2) عند عدم المعرفة بمستوى المنافسة الخارجية.

ثالثاً- سعر التصدير أعلى من السعر لنفس السلعة في السوق المحلية

من إحدى الأسباب التي يتكرر تقدمها في تفضيل هذه السياسة زيادة التكاليف الأولية لإعداد المؤسسة للدخول في حقل التصدير، حيث يحتمل أن تكون تكاليف البيع في الأسواق الخارجية أعلى من الأسواق المحلية، بسبب إجراءات التصدير وصعوبات الضمان واختلاف الرسوم الجمركية والإجراءات القانونية وأذواق المستهلكين في تلك الأسواق، وما ينفق لتوفير الكادر المؤهل لممارسة النشاط التصديري، ومتطلبات التعبئة وتكييف السلعة، لضمان قبولها في تلك الأسواق.

تعتمد هذه السياسة في الأحوال الآتية:

- 1) تكلفة توسع المؤسسة في منح الائتمان، وتمويل حسابات الزبائن؛
- 2) تحقيق العائد المناسب على رأس المال المستثمر؛
- 3) مخاطر ممارسة التسويق الدولي في ظروف سياسية غير مستقرة.

¹ - بدعي جميل قذو، مرجع سبق ذكره، ص ص 239-240.

بالإضافة إلى أنه هناك ظروف مكملة لاختلاف الأسعار (تفاوت الأسعار) بين الأسواق الخارجية، هي اختلاف مرونة الطلب والانقسام الواضح للأسواق.

المطلب الثالث: تحديد أسعار التصدير

يتأثر تحديد أسعار التصدير للسلعة بكل من العوامل الداخلية والخارجية، إضافة إلى التفاعلات الحاصلة بينهما، هذه التفاعلات تؤدي إلى خلق فرص للتسعير، وإلى قيود عليها في مختلف الأسواق، أما سياسات التسعير فتنبع من الأهداف العامة للشركة في السوق المستهدف، وتشتمل على مبادئ وقواعد عامة تعتمد على المؤسسة في قراراتها التسعيرية، هذه السياسات تشمل: تعظيم الأرباح، الحصة السوقية، البقاء، معدل العائد على الاستثمار، إضافة إلى مختلف سياسات المنافسة مثل: استنساخ أسعار المنافسين، اعتماد أسعار أحد المنافسين، أو التسعير الذي يجد من الدخول المنافسين إلى السوق.

وهناك ثلاث إستراتيجيات للتسعير في التسويق الدولي هي¹:

أولاً- السعر الموحد عالمياً

وهذا يكون سعراً واحداً بغض النظر عن المشتري (إذا كانت السلعة أجنبية أو كانت كلفة التسويق تافهة - لا أهمية لها)، وقد يعتمد على معدل التكلفة للوحدة الواحدة (الثابتة والمتغيرة وتكلفة التصدير)؛

ثانياً- التسعير الثنائي/المزدوج

حيث يميز بين الأسعار المحلية والأسعار الخارجية، وهناك أسلوبان لتسعير السلع المصدرة:

- أسعار على أساس التكلفة؛

- أسعار على أساس السوق.

ثالثاً- التمايز (الاختلاف) السعري

تعتمد الإستراتيجيتان الأولى والثانية على التكلفة، وهما بسيطتان في تحديد السعر وفهمه، أما الثالثة فتعتمد على الطلب، وبذلك تراعي مفهوم التسويق، وهي الأخرى لا بد أن تأخذ التكلفة بعين الاعتبار في الأمد البعيد.

رابعاً- العوامل المؤثرة في تحديد أسعار التصدير

تصنف جميع العوامل المؤثرة في تحديد أسعار التصدير إلى خمس مجموعات متميزة هي²:

(1) عوامل الاقتصاد الكلي: والتي تشمل التنظيم الحكومي، وتقلبات أسعار الصرف وتقلب معدل التضخم؛

(2) خصائص سوق التصدير: مثل كثافة التنافسية، وطلب السوق، وطول القناة، ومستوى الأسعار في الأسواق، وتطور العملاء، والقوة التفاوضية للموردين؛

¹ - بدیع جمیل قدو، مرجع سبق ذكره، ص 235.

² - Gabriel Snieškienė, Export Pricing Objectives And Factors Influencing Them, Economics And Management, N^o 15, Kaunas University of Technology, Lithuania 2010, p 251.

- 3) خصائص المنتج: والتي تشمل درجة التفرد من المنتج، ودرجة تمايز المنتجات، طبيعة المنتج، مرحلة دورة حياة المنتج وأنماط استخدام المنتج، ومعرفة العملاء الأجانب، وتوافر البدائل والمعلومات النوعية للمنتج؛
- 4) متغيرات الشركة: مثل حجم المبيعات، عدد الموظفين، الخبرة في التصدير، الدول التي تصدر إليها ونظام التوزيع المختار، والمعلومات المتوفرة وأهداف المؤسسة وسياساتها وتكلفة الإنتاج، تكاليف لبحث والتطوير، تكنولوجيا الإنتاج، تكاليف تسويق الصادرات؛
- 5) خصائص الإدارة و أهمية التصدير بالنسبة للمؤسسة كإستراتيجية، وموقف السعر العام للشركة، والالتزام بالمشروع.

المطلب الرابع : سياسات تسعير المؤسسات المصدرة

هناك ثلاث سياسات تتبعها المؤسسات المصدرة في التسعير في الأسواق العالمية¹:

أولاً- سياسة التكيف السعري

يكون سعر السلعة هو نفسه في جميع أنحاء العالم، والمستورد هو الذي يتحمل الشحن ورسوم الاستيراد، وفق هذه السياسة قد لا تتوفر المعلومات حول شرط المنافسة في الأسواق، ويرجع قرار دخول السوق إلى المصدر إذا كان يمتلك المزايا التنافسية، وهي ببساطة الدخول إلى السوق إذا كان سعره يناسب السوق؛

ثانياً- سياسة الأسعار متعددة المراكز (النمطية)

يحاول المصدر مطابقة السعر مع أي فرد محلي يبيع نفس المنتج، هذه السياسة من الناحية العملية تسمح للمصدر بتكوين أي سعر، بحيث يكون مرغوب فيه للغاية وفي جميع الظروف، هذه السياسة قد تسبب مراجعة للمنتج بسبب الأسعار المختلفة في مواقع مغايرة، وقد تضعف استراتيجيات المؤسسات المركزية، لأن في جميع الأسواق المحلية يتمتع مؤسساتها بحرية تحديد سعر أسواقهم، وأسعار مختلفة لأماكن مختلفة قد يكون لها عيب آخر، لأنها قد ترسل إشارة إلى بقية المؤسسات المنافسة والتي تتعارض مع مصالح المؤسسة المصدرة بأن الأسعار تتحرك في أي مكان، خاصة في ظل استخدام الشبكات العالمية في الإنترنت من قبل الشركات، مما يجعل العملاء على دراية بالسعر التنافسي؛

ثالثاً- سياسة مركزية الأسعار

باستخدام هذه السياسة، لا تقوم المؤسسة بتجميع سعر منفرد، ولا تبعد قرارات السعر الفرعية، ولكن بدلا من ذلك تجمع المواقف المتوسطة، مع مراعاة عوامل السوق، مثل التكاليف المحلية، ومستويات الدخل، والمنافسة، والتسويق المحلي، والاستراتيجيات التي ينبغي الاعتراف بها، للوصول إلى قرارات التسعير الصحيحة، وفق هذه السياسة، فإن أفضل طريقة للتسعير التكاليف المحلية، بالإضافة إلى العائد على رأس المال المستثمر، مع مراعاة المنافسين العالميين في تحديد الأسعار، و هذه السياسة تجبر المصدر على النظر في الجوانب المذكورة في أي سوق على مستوى العالم.

¹ - Mehdi Zaribaf, **Pricing Challenges in Global Marketing: a Model for Export Pricing**, International Business and Tourism Society, Islamic Azad University of Iran, 2008, p 24.

المبحث الثالث: استراتيجيات التسعير الدولي ومشكلات تسعير الصادرات

الهدف من تصميم إستراتيجية التسعير الدولي إيجاد الخطط والبرامج الواضحة لعملية تسعير المنتجات المصدرة في الأسواق المستهدفة دوليا، وذلك أن الاستراتيجيات التسعيرية التي يجري تصميمها وتنفيذها ومتابعتها، تشكل الدليل العملي لكل من المسوقين أو المصدرين الدولي ين والمستوردين سواء بسواء. سنتناول في هذا المبحث إستراتيجيات التسعير في الأسواق الدولية، بالإضافة إلى معالجة عروض أسعار التصدير، والتي تتعلق بمراحل انتقال المنتجات من المصدر إلى المستورد، وتحديد المسؤول عن العناصر المختلفة لتكاليف النقل والتأمين.

المطلب الأول: العوامل المؤثرة في سياسات التسعير الدولية

أولا- تباين الأسعار بتعدد الأسواق

تتباين أسعار السلعة الواحدة ما بين سوق وآخر، وذلك وفقا لمستوى الطلب ودرجة مرونته على هذه السلعة من جهة، وللأوضاع الاقتصادية السائدة لدى المستهلكين في السوق المستهدفة من جهة أخرى، ولاختلاف مراحل حياة السلعة ما بين السوق المحلية والسوق المستهدفة، ووفقا لظروف المنافسة وإتباع سياسة الإغراق (البيع بأقل من التكلفة في السوق الخارجي) من قبل بعض المؤسسات، كل هذه العوامل منفردة أو مجتمعة تؤثر بشكل أو آخر في إتباع سياسة تسعيرية مختلفة ما بين سوق وأخرى، تتناسب مع أهداف ومصالح المؤسسة المستقبلية.

ثانيا- تعدد القنوات التوزيعية

يؤدي اختصار قنوات التوزيع إلى اختصار حلقات الوسطاء والعملاء والوكلاء، وهذا يؤدي إلى البيع المباشر أحيانا من المنتج (المصدر) إلى الموزع في السوق الخارجية، ويسمح الوضع في هذه الحالة بتخفيض السعر بما يتلاءم والأرباح أو العمولات التي كان سيحصل عليها الوسطاء والوكلاء، ولكل بلد نظامه التسويقي الخاص به من حيث تعدد أو اختصار حلقات التوزيع والتسويق.

ثالثا- اختلاف أسعار صرف العملات

يؤدي صعود أو هبوط أسعار العملات إلى إحداث تغيير في القوة الشرائية للوحدات النقدية، مما يؤثر في أسعار شراء مدخلات الإنتاج وبيع مخرجاته، لذلك لابد من إتباع سياسات سعرية مرنة في هذه الحالات، والتي يمكن من خلالها الاستمرار في ممارسة النشاط عن طريق فرض السعر، الذي يمكن من إعادة شراء مستلزمات الإنتاج بعد الأخذ بالحسبان معدلات الضريبة التي يجب أن يتضمنها السعر.

المطلب الثاني: استراتيجيات تسعير الصادرات

تتمثل الإستراتيجيات التسعيرية الممكنة إتباعها في الأسواق التصديرية في¹:

¹ - منير نوري، التسويق الدولي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015، ص 308 - 313.

أولاً- إستراتيجية قشط السوق تقوم المؤسسة من خلال هذه الإستراتيجية، بتحديد أقصى سعر للمنتج، سعياً منها لتحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح في أقصر فترة ممكنة، وغالباً ما تكون هذه الإستراتيجية أكثر ملاءمة للمؤسسات التي تعرض منتجات جديدة، وتقوم بتنويع منتجاتها، وتوجد بعض العوامل التي تساعد على نجاح هذه الإستراتيجية تتمثل في:

- 1) عندما يكون المنتج جديداً، ولا يوجد أي أساس لدى المستهلك لمقارنة قيمته بمنتج آخر؛
- 2) عندما يكون الطلب على السلعة غير مرناً بالنسبة للسعر؛
- 3) عندما ترغب المؤسسة في تحقيق أكبر مبيعات ممكنة قبل دخول المنافسين إلى السوق، قد يفضل دخول السوق بسعر مرتفع خاصة، وأنه قد يسهل تخفيض السعر فيما بعد إذا اتضح أنه مرتفع نوعاً ما؛
- 4) إن السعر المرتفع قد يعطي انطباعاً لدى المستهلك أن السلعة ذات جودة عالية؛
- 5) قد تحتاج إدارة المؤسسة إلى تمويل المنتج في المراحل الأولى لتقديمه إلى السوق بهدف تغطية التكلفة؛
- 6) إذا توقع القائمون على المؤسسة إن المنتج سوف لا يستمر لفترة طويلة في السوق، نتيجة لسياسة الابتكار والتجديد.

وترتكز هذه الإستراتيجية على وضع سعر عالي في مرحلة تقديم المنتج للسوق الدولي، وتتبع هذه الإستراتيجية خاصة في عدم وجود بدائل قوية للمنتج في السوق الدولي، حيث ستكون المنافسة في هذه الحالة ضعيفة وغير مؤثرة، إلا أن المنافسة ستزيد مع دخول منافسين جدد لسوق تصدير المنتج، وهنا تبدأ الأسعار بالانخفاض التدريجي، وذلك لتلائم أو لإحداث حالة من حالات التوافق مع الظروف المستجدة في السوق الدولي، وقد يبقى السعر مرتفعاً، وتستمر المؤسسة في البيع لعدد محدد من العملاء، حيث يسمح الولاء للعلامة التجارية في هذا الحال من الدفاع ضد دخول منافسين جدد.

ثانياً- إستراتيجية إغراق السوق

ترتكز هذه الإستراتيجية على فرض أسعار منخفضة نسبياً على المنتجات المراد تصديرها للأسواق الدولية، وذلك بهدف تنشيط الطلب وتوسيع الأسواق وتحقيق حصص سوقية أعلى للمنتجات التصديرية موضوع الاهتمام، وقد تم التطرق إلى سياسة الإغراق في الفصل السابق (الفصل الثاني) بشكل من التفصيل.

ثالثاً- إستراتيجية التسعير المساوية لإستراتيجية التسعير الخاصة بالمنافسين

المقصود بهذه الإستراتيجية أن يتم تسعير المنتجات التصديرية وفق إستراتيجية أو أسعار المنتجات المقدمة من قبل المنافسين، وتجدد الإشارة هنا إلى إن هذا النوع من الاستراتيجيات يمكن أن يكون ناجحاً في حالتين:

- 1) أن يكون هناك تشابهاً نسبياً مدركاً في مواصفات المنتجات التصديرية المتشابهة؛
 - 2) أن يكون هناك تقارباً نسبياً في التكاليف الكلية للمنتجات المنافسة مع المنتجات الخاصة بالمؤسسة المعنية.
- ويرتبط بهذه الإستراتيجية إستراتيجية قائد السوق، حيث يتبع المنافسون الرئيسيون إستراتيجية التسعير المتبعة من قبل قائد السوق، وذلك تجنباً لأي حروب سعرية قد تشن من قبل أولئك المنافسين اللذين لديهم قدرات أو مزايا

تنافسية ملموسة في مجال الحصول على مواد خام ومواد نصف مصنعة أو مصنعة، بأسعار أقل مما تحصل عليه المؤسسة أو المؤسسات المعنية والمطبقة لإستراتيجية التسعير التي يتبعها قائد السوق.

رابعاً- إستراتيجية التسعير النمطي

تتمثل هذه الإستراتيجية في قيام المصدر بوضع لائحة أو قائمة أسعار واحدة لكل المنتجات التي يقوم بتصديرها دولياً، مع ترك فرصة للتفاوض مع المؤسسات المستوردة، وتصدر الإشارة إلى أن بعض المؤسسات التصديرية تلجأ إلى وضع أسعار منخفضة نسبياً للسلع المصدرة، وفي نفس الوقت تفرض أسعاراً أعلى لقطع الغيار الخاصة بها.

خامساً- إستراتيجية تكيف السعر

تكيف السعر مع كل سوق أجنبي هي الوضعية الأكثر تغيراً، كما تسمح بتحقيق أرباح هامة في بعض الأسواق، فالتموضع المختلف للمنتج في الأسواق المستهدفة، يسمح بتطبيق هذه الإستراتيجية، وهذا التكيف يقدم على الأقل أو الأكثر بعض المساوئ:

- 1) اضطراب في إدراك المنتج من طرف المستهلك، وخاصة فيما يتعلق بتموضع المنتج؛
- 2) مخاطر الغش والتهرب في المناطق الحدودية أو الدول المتجاورة.

للتغلب على هذه المساوئ، من الضروري أن يوضع السعر ضمن مجموعة السياسة التسويقية للمؤسسة، إذ ينبغي أن يتناسق السعر مع إستراتيجية الصورة والتموضع التي تضعها المؤسسة للمنتج.

المطلب الثالث: عروض أسعار التصدير

تتعلق هذه العروض بمراحل انتقال المنتجات من المصدر إلى المستورد، وتحديد المسؤول عن العناصر المختلفة لتكاليف النقل والتأمين، وتعتبر أسعار التصدير من العروض التي تقدمها المؤسسة للجهة التي ترغب لاستيراد منتجاتها بالسوق الخارجية، وتختلف قيمة عرض سعر التصدير وفقاً لعدة عوامل أهمها الطرف الذي يتحمل مسؤولية ترتيب إجراءات النقل والتأمين والشحن والتفريغ في بلدي المصدر والمستورد.

ولعل أكثر أنواع عروض أسعار التصدير شيوعاً في السوق الدولية هي (C&F - CIF - FOB)، ويتفق عرض السعر (CIF) مع التوجه بالتسويق أكثر من أنواع العروض الأخرى، أما عرض السعر تسليم مصنع المصدر (Ex-Factory)، فهو يشبه عمليات البيع في السوق المحلية، وبمقتضاه تنتقل ملكية البضائع إلى المستورد في مصنع المصدر، وهو أقل أنواع عروض أسعار التصدير انتشاراً وتكراراً¹.

إن أسعار الصادرات تعد أكثر تعقيداً من تلك الأسعار التي تحدد محلياً، ويرجع ذلك إلى شروط التسليم في التجارة الخارجية، والتي يجب أن تكون واضحة، وتتمثل هذه الشروط في الآتي²:

أولاً - تسليم مكان العمل (Ex works -EXW)

وتكون مسؤولية البائع والمشتري تتمثل في:

¹ - بيومي محمد عمارة، التسويق الدولي، منشورات جامعة بنها، مصر، 2009، ص 114.

² - هاني احمد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص 256- 264.

1) مسؤوليات البائع:

- إعداد وتجهيز البضائع حسب المواصفات المطلوبة؛
- تنتهي مسؤولية البائع عندما تكون البضاعة تحت تصرف المشتري في (الورشة - المصنع - المستودع... إلخ)؛
- إشعار المشتري بالتاريخ الذي يتم وضع البضاعة تحت تصرفه.

2) مسؤوليات المشتري:

- استلام البضاعة في نقطة التسليم المتفق عليه، وتسديد قيمتها حسب عقد البيع؛
- تحميل جميع النفقات والأخطار الناجمة على التوصيل من منشأة البائع لمكان الوصول المطلوب؛
- مسؤولية تحميل البضاعة على واسطة النقل، وتحليص البضاعة جمركياً للتصدير؛
- مسؤولية تحمل كافة النفقات المترتبة على استصدار الوثائق والشهادات الخاصة للشحن والتخليص.

ثانياً - تسليم الناقل (Free CARRIER-FCA)

- 1) يعني تسليم الناقل، أن البائع يفي بالتزامه بالتسليم عندما يضع البضاعة والمخلصة جمركياً، في عهدة الناقل المعين من قبل المشتري في المكان أو النقطة المعينة؛
- 2) يمكن استعمال هذا المصطلح في أية وسيلة من وسائل النقل بما فيها النقل المتعدد الأشكال؛
- 3) تعني تسليم الناقل في عقد النقل: هو أي شخص يتعهد بتنفيذ أو توكيل شخص آخر لتنفيذ عملية النقل بالسكك الحديدية، بالبر، بالبحر، بالجو، أو ممرات المياه الداخلية أو وسائل نقل أخرى؛
- 4) إذا قام المشتري بتوصية البائع بأن يسلم البضاعة إلى شخص غير ناقل مثل "وكيل شحن"؛
- 5) تعني "محطة النقل النهائية" محطة السكك الحديدية، أو محطة الشحن، أو محطة الحاويات النهائية أو ساحاتها أو المحطة النهائية للشحن المتعدد الأغراض أو أية نقطة استلام مشابهة؛
- 6) تشمل كلمة حاوية على وسيلة مستعملة لتوحيد الشحن مثل جميع أنواع الحاويات أو الناقلات المسطحة أو المقطورات أو الصناديق.

ثالثاً - تسليم جانب الباخرة (Free Along Side ship-FAS)

- 1) يعني التزام البائع بتسليم البضاعة ينتهي عند وضع البضاعة بجانب السفينة على الرصيف؛
- 2) يتطلب من المشتري أن يخلص البضاعة جمركياً للتصدير؛
- 3) يستعمل هذا المصطلح في حالي النقل البحري أو النهري؛
- 4) على المشتري إشعار البائع باسم ميناء الشحن والرصيف؛
- 5) يتحمل المشتري كافة النفقات الإضافية المترتبة على عدم وصول السفينة بالوقت المحدد، أو إخفاقه في شحن البضائع على السفينة المقررة؛
- 6) على البائع تزويد المشتري بوثائق الشحن العادية بما في ذلك شهادة المنشأ؛
- 7) على البائع إخبار المشتري بكافة المخاطر والنفقات والمستلزمات المطلوبة لإتمام عملية استيراد البضاعة؛

8) يتحمل البائع المصاريف المترتبة على استصدار الوثائق السليمة والمطلوبة لغايات تسليم البضاعة إلى جانب السفينة.

رابعاً- تسليم ظهر السفينة (Free On Board-FOB)

- 1) يلتزم المصدر بإرسال البضاعة حتى تعبر حاجز السفينة في ميناء الشحن؛
- 2) يتطلب هذا العقد قيام المصدر باستخراج تصاريح التصدير والتخليص على البضاعة المعدة للتصدير، وتحمل مصاريف التحميل على ظهر السفينة.

خامساً- النفقات وأجور الشحن (Cost and Freight-C&F)

- 1) يلتزم المصدر بتسليم البضاعة على رصيف ميناء الوصول المحدد، وعليه دفع نفقات أجور الشحن الضرورية لإيصال البضاعة إلى ميناء الوصول المحدد؛
- 2) يتطلب من المصدر أن يخلص البضاعة جمركياً للتصدير، ويتحمل كافة المصاريف والمخاطر المصاحبة للبضاعة؛
- 3) يتحمل البائع وعلى نفقته استصدار التراخيص والوثائق الرسمية وتزويد المشتري بشهادات المنشأ؛
- 4) يتحمل المستورد كافة المخاطر والتكاليف اللازمة منذ وضع البضاعة تحت تصرفه في ميناء الوصول، وحتى إرسالها للمخازن.

سادساً- النفقات والتأمين وأجور الشحن (Cost Insurance & Freight –CIF)

- 1) يعني أن على المصدر نفس التزامات النفقات والشحن "C&F"، مضافاً إليها القيام بإجراء التأمين البحري ضد مخاطر فقدان والضرر الذي يلحق البضاعة خلال النقل؛
- 2) على المشتري أن يلاحظ أن البائع حسب هذا المصطلح غير ملزم بإجراء التأمين إلا في حدود التغطية الدنيا؛
- 3) على البائع أن يخلص البضاعة جمركياً للتصدير.

سابعاً- أجور النقل مدفوعة حتى تصرف المشتري (Carriage Paid to-CPT)

- 1) يتحمل المصدر تكاليف شحن البضاعة حتى وضعها تحت تصرف المشتري في ميناء الوصول المعين، والمشتري يتحمل مخاطر فقدان أو التلف الذي يلحق البضاعة عندما توضع البضاعة في عهدة المشتري؛
- 2) يشابه مع مصطلح تسليم الناقل، أي وضع البضاعة خالصة التكاليف تحت وصاية الناقل، ويتحمل التخليص الجمركي؛
- 3) إذا تعاقب عدة ناقلين لنقل البضاعة لمكان الوصول المتفق عليه، تنقل مسؤولية الخطر على عهدة الناقل الأول عندما توضع البضاعة؛
- 4) يتطلب من المصدر تخليص البضاعة جمركياً للتصدير؛
- 5) يستعمل هذا العقد مهما كانت واسطة النقل بما فيها النقل متعدد الأشكال.

ثامناً- أجور النقل والتأمين مدفوعة حتى وصولها للميناء (Carriage & Insurance Paid to-CIP)

- 1) يتشابه مع عقد "CPT" ولكن مع إضافة تكاليف التأمين على البضاعة حتى وصولها إلى ميناء الوصول، وأن يلتزم بوضع البضاعة تحت وصاية الناقل مع تحمله لتكاليف الشحن والتأمين، وأن يتحمل تكاليف التخليص الجمركي، وعلى المستورد تحمل كافة تكاليف منذ وضع البضاعة تحت تصرفه مثل عقد "FCA" باستثناء تكاليف الشحن والتأمين والتخليص؛
- 2) على المستورد ملاحظة أنه يترتب على المصدر وفق هذا العقد "CIP" القيام بالتأمين بالحدود الدنيا للتغطية؛
- 3) يمكن استعمال هذا المصطلح في أية وسيلة نقل بما فيها النقل المتعدد الأشكال.

تاسعا- استلام الحدود (Delivered at frontier-DAF)

- 1) يلتزم المصدر بوضع البضاعة تحت تصرف المستورد، وخالصة رسوم التصدير في المكان المتفق عليه على الحدود؛
- 2) يستخدم هذا العقد عندما يتم نقل البضاعة بالطرق البرية أو السكك الحديدية، واستخدام كافة وسائل النقل؛
- 3) يتحمل المستورد كافة التكاليف منذ الوصول للنقطة المحددة على الحدود وحتى المخازن.

عاشرا- استلام ظهر السفينة (Delivered ex ship –DES)

- 1) يتضمن التزام المصدر بتسليم البضاعة خالصة تكلفة الشحن فقط على ظهر السفينة في ميناء الوصول، ويتحمل رسوم التخليص الجمركي على الصادرات، ومخاطر فقد أو تلف البضاعة حتى تسليمها للمستورد في ميناء الوصول؛
- 2) يتحمل المستورد تكاليف التفريغ والتخليص الجمركي على الواردات والسحب وأية تكاليف أخرى منذ تسلمه البضاعة على ظهر السفينة في ميناء الوصول؛
- 3) لا يستخدم هذا المصطلح إلا في حالتي النقل البحري أو النهري فقط.

حادي عشر- استلام الرصيف (الرصيف المدفوعة (Delivered ex quay (Duty paid) –DEQ)

- 1) يلتزم المصدر بتسليم البضاعة على رصيف ميناء الوصول خالصة تكلفة النقل والتأمين والتفريغ والتخليص الجمركي على الصادرات. وأيضا الواردات في ميناء الوصول؛
- 2) إذا رغب الطرفان بأن يقوم المستورد بتخليص البضاعة جمركيا للاستيراد ويدفع الرسوم. يستعمل عبارة "الرسوم غير مدفوعة" بدلا " من "الرسوم المدفوعة"؛
- 3) إذا رغب الطرفان بأن يستثنيا من التزامات البائع بعض التكاليف التي تدفع على استيراد البضاعة (مثل ضريبة القيمة المضافة /VAT)؛
- 4) لا يستعمل هذا المصطلح إلا في حالتي النقل البحري أو النهري فقط.

ثاني عشر- الاستلام مع الرسوم غير المدفوعة (Delivered Duty Unpaid –DDU)

- 1) يتضمن العقد قيام المصدر بتسليم البضاعة في مكان الوصول بدولة المستورد، ويتحمل كافة التكاليف والمخاطر المصاحبة حتى وصول البضاعة للمكان المتفق عليه بدولة المستورد، وباستثناء الرسوم الجمركية على الواردات وكافة

الضرائب والرسوم الأخرى، والمستورد يقوم بالتخليص الجمركي على الواردات وكافة التكاليف والرسوم لتسلمه البضاعة؛

(2) إذا رغب الطرفان على أن يقوم البائع بإتمام الإجراءات الجمركية وتحمل التكاليف والمسئوليات؛

(3) إذا رغب الطرفان أن تتضمن التزامات البائع بعض التكاليف التي تدفع عند استيراد البضاعة؛

(4) يمكن استعمال هذا المصطلح بصرف النظر عن طريقة النقل المستخدمة.

ثالث عشر - الاستلام والرسوم المدفوعة (Delivered Duty Paid - DDP)

(1) يتشابه هذا العقد مع عقد البيع (DDU) في التزام المصدر بتسليم البضاعة في المكان المتفق عليه في دولة المستورد، ويقوم المصدر بدفع كافة الرسوم الجمركية على الواردات والضرائب والرسوم الأخرى اللازمة لاستلام المستورد البضاعة في المكان المحدد؛

(2) يمثل مصطلح (EXW) أدنى التزام على البائع، ويمثل مصطلح (DDP) أكبر التزام عليه؛

(3) يجب ألا يستعمل هذا المصطلح إذا كان المصدر غير قادر على الحصول على إجازة الاستيراد؛

(4) إذا رغب الطرفان بأن يقوم المشتري بتخليص البضاعة جمركياً للاستيراد ودفع الرسوم فيجب استعمال مصطلح (DDU).

المطلب الرابع: نموذج هيكل سعر التصدير

يوضح هيكل السعر التصديري للسلعة العناصر الداخلة في حساب السعر من بوابة المصنع حتى تصل السلعة إلى المستهلك النهائي، وهو يعطي صورة تفصيلية عن كل عناصر التكلفة من بوابة المصنع حتى سعر المستهلك وهيكل السعر يجعل المنتجين أو المصدرين قادرين على:

- تكوين السعر النهائي مرحلة مرحلة؛

- مقارنة السعر عند كل مرحلة بالأسعار المنافسة؛

- تحليل الأسعار لمعرفة إمكانية التوفير من التكاليف في عنصر أو أكثر.

ويمكن تفصيل تكوين السعر التصديري للسلعة حسب الشكل رقم (10).

كما يبين الشكل رقم (11) نموذج لتسعير الصادرات، حيث تراعي المؤسسة عند عملية تحديد سعر التصدير عوامل البيئة الداخلية والمتمثلة في عوامل الإنتاج والإدارة والتسويق، وكذلك على المؤسسة الأخذ بالحسبان متغيرات البيئة الخارجية المتمثلة في عوامل السوق التنافسية في الأسواق الدولية وكذا متغيرات الاقتصاد الكلي والقوانين الحكومية، ويعتبر الهدف من التصدير هو المحدد الرئيسي لأسعار التصدير، كما يجب أن تستفيد المؤسسة من التغذية العكسية لحل مشاكل التصدير التي تواجهها.

الشكل رقم (10) هيكل سعر التصدير

- 1) تكلفة إنتاج السلعة في المصنع
- 2) ربح المنتج . (أ+ب = السعر عند بوابة المصنع).
- 3) التعبئة والتغليف ووضع العلامات التجارية .
- 4) التحميل في المصنع.
- 5) - نفقات النقل للميناء أو محطة السكك الحديدية أو المطار.
- 6) مصروفات ورسوم المناولة في موقع الشحن.
- 7) كلفة أنجاز معاملات الشحن بما فيها رسوم التصدير
- 8) رسوم شهادة المنشأة وتصديقها من الملحقة التجارية للبلد المستورد للسلعة
- 9) الرسوم الجمركية للتصدير إن وجدت.

من (1 وحتى 9) = سعر الفوب FOB

- 10) تكلفة بوليصة التأمين على السلعة .
- 11) مصروفات الشحن
- 12) مصروفات ورسوم المناولة والتداول بميناء الوصول

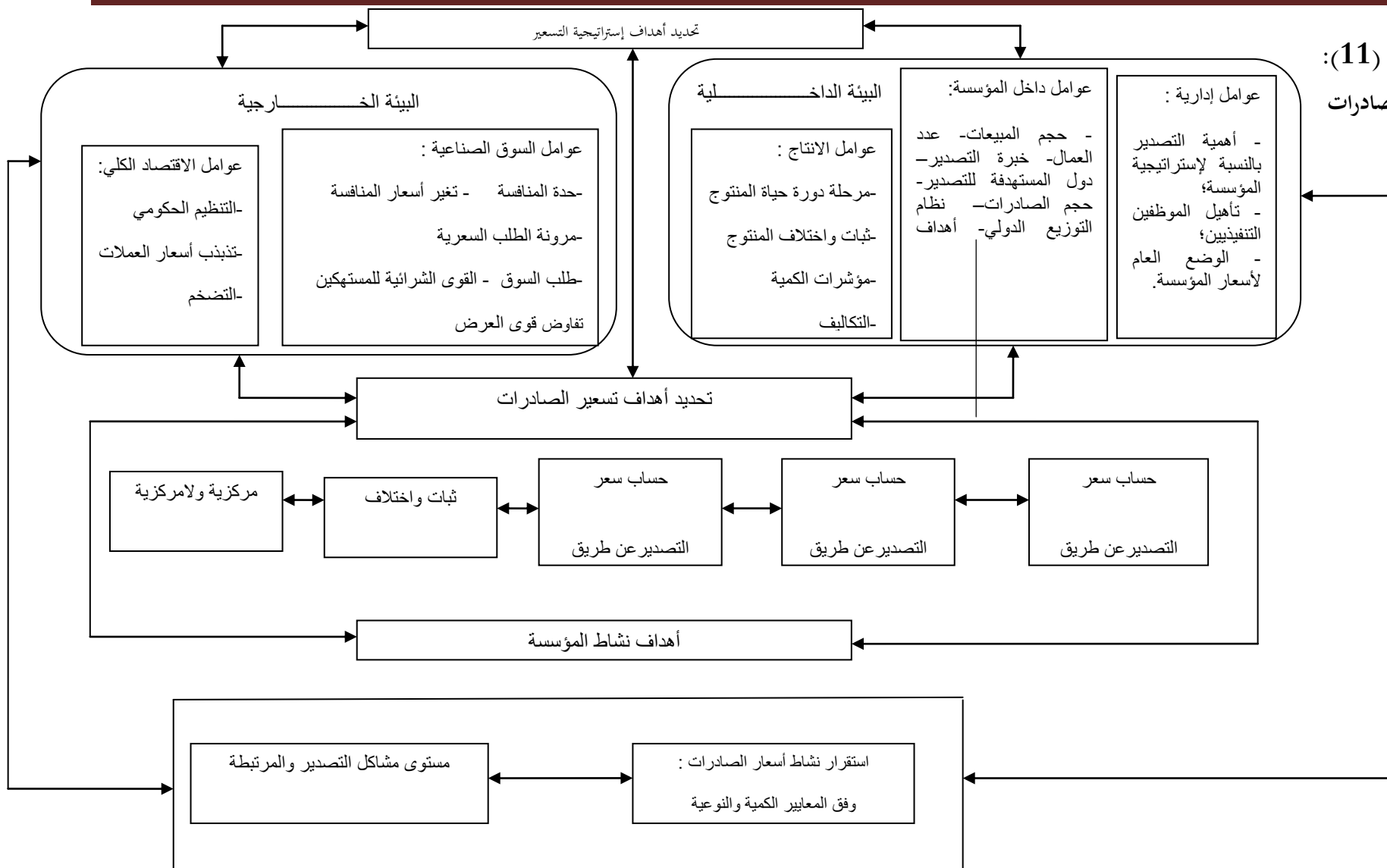
من (1 حتى 12) = السعر سيف CIF

- 13) مصروفات التفريغ في موقع الوصول.
- 14) رسوم وضرائب الاستيراد.
- 15) أتعاب و أجور التخليص الجمركي.

من (1 وحتى 15) = السعر تسليم رصيف ميناء الوصول

- 16) أجور النقل إلى مخازن المستورد.
- 17) هامش ربح المستورد .
- 18) هامش ربح تاجر الجملة .
- 19) هامش ربح تاجر التجزئة .

الشكل رقم (11):
نموذج تسعير الصادرات



المطلب الخامس: أساليب تحديد أسعار التصدير للسلع الزراعية

هناك عدة أساليب لتسعير السلع الزراعية المصدرة أهمها¹:

أولاً- أسلوب البيع بالأمانة

تقوم معظم الدول المنافسة بتصريف إنتاجها من الموالح في بلاد العملات الحرة بنظام الأمانة، وهذا النظام من شأنه أن يختار المصدر أو الدولة المصدر وكلاء لها بالأسواق الخارجية، يقوم هؤلاء الوكلاء ببيع رسائل الموالح التي تشحن إليهم، ويتم البيع في مزادات علنية في بعض البلاد مثل هولندا وبلجيكا، أو يباع رأساً لتجار الجملة كما في إنجلترا وفرنسا.

ومن مزايا أسلوب البيع بالأمانة، حصول المصدر على القيمة الحقيقية الكاملة لسلعته في السوق حسب ما تسمح حالة العرض والطلب، ومع احتمال زيادة هذه القيمة في حالة ارتفاع الأسعار. أما عيوب النظام، فتتمثل في تحمل المصدر وحده كافة المخاطر وخاصة انخفاض الأسعار. وقد اتجهت معظم الدول المنافسة إلى إتباع هذا النظام نظراً لطبيعة السلعة ونظم أسواقها، حيث أنها سريعة التلف.

ثانياً- أسلوب البيع بالجملة

ويتم هذا غالباً مع دول الكتلة الشرقية، ويكون البيع بأن يتم بأسعار محددة ونهائية عند التعاقد وقبل الشحن. من مزايا هذا الأسلوب، تجنب مخاطر تقلبات الأسعار في الأسواق المستوردة. أما عيوبه فتتمثل في:

1) كبار المستوردين الجدد في بلاد العملات الحرة لا يقبلون على الشراء بهذا النظام، أما الباقون الذين يقبلون هذا النظام فإنهم يحددون أسعار منخفضة؛

2) المشترون في بلاد العملات الحرة حينما تشتد المنافسة في السوق وتنخفض الأسعار يحاولون التخلص من مسؤولية تسديد الأسعار المتعاقد عليها، وذلك بالتشدد في الاستلام ومحاولة عدم مطابقة الرسائل للشروط والمواصفات المتفق عليها والمتعاقد عليها.

ثالثاً- أسلوب البيع بالحد الأدنى المضمون

يعتبر هذا الأسلوب نظاماً وسطاً بين النظامين السابقين، وهذا النظام يضمن المستورد للمصدر حداً أدنى من السعر واجب السداد عن الرسائل التي تصل مطابقة للشروط، ويقوم المستورد ببيع الرسائل بالمزادات أو لتجار الجملة، فإذا جاءت نتائج البيع بالخسارة يتحملها المستورد وحده بصفته ضامناً للحد الأدنى، وإذا جاءت نتائج البيع بربح اقتسم مناصفة بين المصدر والمستهلك.

رابعاً- أسلوب البيع بالحد الأدنى والحد الأقصى

يقوم هذا الأسلوب بوضع حدين للسعر، الحد الأدنى المضمون والحد الأقصى، فهو يزيد عن الحد الأدنى بقدر يكون كله لصالح المصدر، حيث إذا ارتفعت أسعار البيع عن الحد الأدنى المضمون فكل هذه الزيادة تكون من حق المصدر إلى أن تصل إلى الحد الأقصى، وإذا ما زادت عن الحد الأقصى تكون الزيادة مناصفة بين المصدر والمستورد.

¹ فؤاد مصطفى محمود، موسوعة التصدير العربية لتنمية وتسويق الصادرات، المجلد الأول، شركة مطابع اللوتس، مصر، 2004، ص 211-213.

المطلب السادس: مشاكل تسعير الصادرات

تواجه عملية تسعير الصادرات عدة مشاكل أهمها¹:

أولاً- مشكلة تهريب المنتج من السوق المصدر إليه إلى سوق مجاور

يحدث هذا عادة إذا كانت المؤسسة تنتهج إستراتيجية التمييز السعري، وكان فارق السعر بين السوقين كبيراً، وينشأ هذا الفارق إذا كان أحد السوقين يتمتع بنظام رقابي من الدولة على الأسعار مع انخفاض معدلات التضخم، وبمرور السنين يتسع الفارق بين السعر في السوقين، مما يشجع على تهريب السلعة من هذا السوق إلى الأسواق الأخرى المجاورة، ويجب على المؤسسة في هذه الحالة أن تراقب فروق أسعارها في الأسواق المتجاورة وتعمل على تقريبها بحيث لا تشجع على تهريب سلعتها.

ثانياً- مشكلة تأثير سعر السلعة كمنتج نهائي وسعر أجزائها على ربحية الشركة

تواجه هذه المشكلة المؤسسات ذات أرقام الأعمال الكبيرة في السوق الدولي، ففي كثير من الحالات تصدر المؤسسة السلعة كمنتج نهائي كما تصدرها في شكل أجزاء، وتبيع حق تصنيعها أو تجميعها في نفس السوق، وهنا يظهر فارق السعر.

ثالثاً- مشكلة عدم تناسق السعر مع باقي عناصر المزيج التسويقي للشركة

لا يمكن تحديد سعر السلعة بمعزل عن عناصر المزيج التسويقي الأخرى، وذلك للتأثير المتبادل بين هذه العناصر، فمثلاً تسمح درجة التطور التجاري والفني للمنتج بتسعيره بشكل لا يماثل أسعار المنافسين بشرط أن تبذل الجهود الترويجية المناسبة التي تستهدف إقناع العميل بتميز منتج المؤسسة، فإذا كانت السلعة أحد سلع الاستهلاك الأخير فيمكن الاتفاق مع الوكيل أو المستورد على بث رسالة إعلانية توضح تميز المنتج لمستهلكي السوق الخارجي المستهدف، وإذا كانت إحدى سلع الإنتاج فيمكن للمصدر تدريب رجال البيع التابعين للمستورد على إقناع المشتري بالخصائص المميزة للسلعة.

كما نجد أن هناك مشاكل أخرى في تسعير الصادرات مثل²:

رابعاً- مشكلة ارتفاع أسعار التصدير

يؤدي التباعد الجغرافي بين مواقع الإنتاج والأسواق إلى تحمل المنتجات المصدرة للعديد من التكاليف، وهو ما ينتج عنه عادة ارتفاع أسعار المنتجات المصدرة عن أسعارها في بلد المنشأ، ومن أمثلة التكاليف التي تتحملها المؤسسة المصدرة نجد تكاليف النقل والشحن والتفريغ والتأمين ومصاريف إعداد مستندات التصدير والتصديق عليها، والرسوم الجمركية وغير الجمركية ورسوم التخليص للشحنة في ميناء الوصول وهامش الربح الذي يضيفه الموزع أو الوسيط. وقد يكون الارتفاع في السعر كبيراً لدرجة أن منتج المؤسسة لا يستطيع منافسة المنتجات الأخرى، ومن هنا يمكن للمؤسسة أن تبني بعض الحلول التالية:

¹ منير نوري، مرجع سبق ذكره، ص ص 320-321.

² بيومي محمد عمارة، مرجع سبق ذكره، ص 141.

- 1) شحن المنتجات مفككة قدر الإمكان لتقليل الرسوم الجمركية؛
- 2) تخفيض تكاليف النقل عن طريق استخدام النقل البحري بدلا من النقل البري أو الجوي؛
- 3) تخفيض سعر عرض التصدير، وما يتبعه من رسوم وأرباح الموزعين المضافة للسعر؛
- 4) تغيير البند الجمركي للمنتج المصدر لتطبيق رسم جمركي أقل منه؛
- 5) اختصار قناة التوزيع قدر الإمكان لتقليل عدد الوسطاء بها، ومن ثم نقل هوامش الربح المضافة لتكلفة المنتج، مثال ذلك التصدير إلى المتاجر الكبرى التي تباع مباشرة لجمهورها؛
- 6) إنتاج المنتج وتسويقه داخل السوق المستهدفة للتخلص من التكاليف المرتبطة بالتصدير.

خامسا- الآثار الحرجة والمشكلات الناجمة عن أسعار التحويل

- تتعدد وتباين المشكلات والآثار الحرجة المترتبة على استخدام أسعار التحويل* بين فروع المؤسسات العالمية، سواء على صعيد الفروع أو بالنسبة للحكومات المعنية ومن أمثلة ذلك¹:
- 1) التأثير على أداء وإنتاجية الفروع وتعقد عملية التقييم؛
 - 2) التعارض في الأهداف والمصالح بين الفروع أو بين البائع والمشتري؛
 - 3) انخفاض الروح المعنوية لمدراء الفروع، نتيجة لعدم ظهور أرباح بسبب استخدام أسعار التحويل أو التلاعب بها أو تعديلها؛
 - 4) معارضة حكومات الدول المضيفة لاستخدام أسعار التحويل كوسيلة لكسر القوانين المحلية والضوابط الحاكمة للتجارة الخارجية.

* أسعار التحويل: السعر المحدد لتحويل أو بيع السلع بين المؤسسات المرتبطة ببعضها البعض أو بين المركز الرئيسي للشركة الأم وفروعها في الأسواق الدولية.

¹ - بيومي محمد عمارة، مرجع سبق ذكره، ص 142.

خلاصة الفصل

عند معالجتنا لهذا الفصل تم استخلاص ما يلي:

- يتأثر قرار التسعير على المستوى الدولي بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية أهمها أهداف التسعير، وتحليل التكاليف وطبيعة المنافسة وتقدير حجم طلب المستهلك على السلعة أو الخدمة المقدمة، بالإضافة إلى القواعد الحكومية المنظمة للتسعير؛
- تحديد سعر التصدير مكون ديناميكي في التسويق الدولي للسلع التي تخضع للضغوط الخارجية، وعلى المؤسسة أن تراعي في عملية تحديد السعر مسؤوليات البائع والمشتري بدقة، لضمان وصول السلعة بالموصفات والشروط المتفق عليها عند عملية التسليم؛
- هناك عدة استراتيجيات تساعد في عملية تحديد الأسعار الدولية يمكن أن تتبعها المؤسسات عند دخول الأسواق الأجنبية سواء بالاختراق أو بالكشط؛
- هناك عدة أساليب لتسعير صادرات المنتجات الزراعية أهمها أسلوب البيع بالأمانة، وأسلوب البيع بالجملة، وأسلوب البيع بالحد الأدنى المضمون؛
- تؤثر أسعار التحويل في عمليات تحديد الأسعار محليا ودوليا، وذلك بالاستفادة من الفروقات السعرية مع المؤسسات المنافسة.
- هناك عدة مشاكل تواجه عملية تحديد أسعار الصادرات تتمثل في عدم تناسق السعر مع باقي عناصر المزيج التسويقي للمؤسسة في الأسواق الدولية مقارنة مع الأسواق المحلية، مما يؤثر على ربحية المؤسسة، خاصة إذا ارتفعت عمليات تهريب المنتج .

الفصل الرابع:
السياسة السعريّة للمنتجات
الزراعية في الجزائر

تمهيد :

يتأثر القطاع الزراعي إيجابيا وسلبيا بمجموعة من السياسات الاقتصادية المتعلقة بالإنتاج والتسويق والتجارة الداخلية والخارجية داخل الاقتصاد القومي، ولعل من أبرز السياسات الاقتصادية التي تساعد على تطوير القطاع الزراعي؛ السياسات السعرية الزراعية، فهي تلعب دورا هاما في القطاع الزراعي؛ بحيث تعمل على تحقيق الكفاءة الاقتصادية للموارد الزراعية، وكيفية استخدامها، من أجل ترشيد الموارد الاقتصادية، أي أن الأسعار الزراعية تقوم بتوجيه الإنتاج الزراعي؛ للحصول على أكبر عائد ممكن من الموارد الاقتصادية المتاحة؛ بتحريك قوي الإنتاج الزراعي من ناحية وتحريك القوي المؤثرة على الاستهلاك الغذائي وترشيد الطلب عليه، وكذلك تهدف السياسة السعرية الزراعية إلى تحقيق العدالة في توزيع الدخل الوطني بين القطاع الزراعي والقطاعات الاقتصادية الأخرى.

عرف النظام الاقتصادي الجزائري منذ الاستقلال عدة تطورات في مجال السياسة السعرية الزراعية، كانت لها أهداف رئيسية في الإصلاحات الاقتصادية، من تحسين للأمن الغذائي، وتطوير الإنتاج الزراعي، والمساهمة في تحسين ظروف المعيشة والعمل بالنسبة للمستهلك والمنتج على حد سواء.

في هذا الفصل سنتناول المباحث التالية:

المبحث الأول: السياسة السعرية الزراعية؛

المبحث الثاني: تطور السياسة السعرية الزراعية في الجزائر؛

المبحث الثالث: واقع الإنتاج الزراعي للسلع محل الدراسة في الجزائر؛

المبحث الرابع: تحليل تطور سعر الصرف ومعدل التضخم وأسعار المنتجات الزراعية؛

المبحث الخامس: تحليل المنتجات الزراعية المصدرة

المبحث الأول: السياسة السعرية الزراعية

تحتل السياسة السعرية الزراعية مكانة هامة في السياسات الاقتصادية في الدول المتقدمة والنامية على السواء، وذلك لارتباطها مع المتغيرات الاقتصادية المتعددة والفعالة في الاقتصاد الكلي، فهي تؤثر على برامج التنمية الاقتصادية في مختلف القطاعات .

سنتناول في هذا المبحث؛ مفهوم السياسة السعرية الزراعية والأهداف المرجوة من تطبيقها، وأنواع السياسات السعرية الزراعية التي تتبعها الدول في صناعة القرارات الاقتصادية.

المطلب الأول: تعريف السياسة السعرية الزراعية

أولاً- مفهوم السياسة السعرية الزراعية

تعتبر السياسة السعرية الزراعية عن كافة الإجراءات التي بموجبها يتم تحديد الأسعار لكافة السلع والحاصلات الزراعية المختلفة، وتتباين هذه الإجراءات باختلاف النظم الاقتصادية، ففي ظل النظام الرأسمالي تتحدد الأسعار وفقاً لآلية السوق للحصول على أقصى الأرباح، أما في ظل النظام الاشتراكي فإن الأسعار تتحدد من خلال التخطيط المركزي، وفقاً جملة من الاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية.¹

كما تعتبر السياسة السعرية الزراعية أيضاً أهم الأجزاء الرئيسية في السياسة الاقتصادية الزراعية، فهي تؤدي دور كبير في مستوى أداء القطاع الزراعي، ويقصد بها مجموعة الإجراءات والقرارات والقوانين التي تؤدي إلى هيكل الأسعار في شتى المجالات الإنتاجية والاستهلاكية، وهي بذلك تؤثر في كل من الإنتاج والاستهلاك والتوزيع؛ حيث من خلالها يمكن التعرف على متوسط نصيب الفرد من السلع، ومستوى الاكتفاء الذاتي، والمستوى الغذائي للفرد؛ فهي تستخدم ضمن مجموعة من الإجراءات اللازمة للإصلاح الاقتصادي، وتصحيح الاختلالات الهيكلية في قطاع الزراعة، وتستخدم السياسة السعرية الزراعية من طرف الحكومات من أجل توفير درجة معينة من الأمان للمنتجين الزراعيين، وتحقيق دخول مجزية لهم، وكذلك تأمين مجموعة المستهلكين من الارتفاع الشديد في أسعار السلع الزراعية.² نستخلص أن السياسة السعرية الزراعية هي جميع الإجراءات والقواعد والقوانين المتبعة من طرف الدولة لتحديد سياسة سعرية مثلى تحافظ فيها على مستوى توازني بين الإنتاج والاستهلاك للسلع الزراعية، وكذا ربطها بالإصلاح الاقتصادي للقطاعات الأخرى.

ثانياً - خصائص الأسعار الزراعية

يعتبر القطاع الزراعي القطاع الوحيد الذي يتأثر بمتغيرات كثيرة في تحديد تكلفة الإنتاج للوحدة الواحدة من المنتج، ويمكن إرجاع ذلك إلى المتغيرات في عرض عوامل الإنتاج والمتمثلة في:³

1) الندرة النسبية لمدخلات الإنتاج وانعكاساتها على ارتفاع الأسعار وبالتالي على التكلفة؛

¹ رحمن حسن الموسوي، الاقتصاد الزراعي، دار أسامة للنشر، الطبعة الأولى، 2013، عمان، ص202.

² فوزية غربي، الزراعة العربية وتحديات الأمن الغذائي حالة الجزائر، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، 2010، بيروت، ص119.

³ رايح زبيري، الإصلاحات في القطاع الزراعي في الجزائر وآثارها على تطوره، أطروحة دكتوراه الدولة، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1996، ص 150.

- 2) تأثير التكنولوجيا في مرونة عرض الإنتاج خلال الفترة الطويلة؛
- 3) تأثير الظروف المناخية والكوارث الطبيعية على دالة عرض الإنتاج يجعل العرض عديم المرونة في الفترة القصيرة مما ينعكس على ارتفاع الأسعار.

المطلب الثاني: أهداف ومبررات التدخل الحكومي في الأسعار الزراعية

لجأت الحكومات إلى اتخاذ إجراءات مختلفة للمحافظة على مستويات عالية للأسعار والدخل الزراعي بضبط آلية السوق، وقد شملت هذه الإجراءات التعريفات والرسوم على المستوردات وحصص الاستيراد، والإعانات المدفوعة على الصادرات والإعانات المباشرة للمزارعين وتحديد الإنتاج لتخفيض العرض ورفع السعر.

أولاً- مبررات التدخل الحكومي

لا شك أن هناك مبررات تجعل الدولة تتدخل في ضبط الأسعار الزراعية مهما كان نوع النظام الاقتصادي المتبع ويرجع ذلك إلى:¹

- 1) العمل على استقرار الأسعار والدخول الزراعية وحماية المزارع من الاستغلال أو الاحتكار؛
- 2) رغبة الحكومة في أن تصل سلعة معينة أو مجموعة من السلع إلى المستهلكين بأسعار مناسبة؛
- 3) تحسين الدخل الزراعي، وخفض تكاليف المعيشة ورفع المستوى الغذائي للفئات محدودة الدخل؛
- 4) حماية المزارعين من آثار حدوث تقلبات غير متوقعة في الأسعار، والعمل على تقليل أضرارها، والتي تنتج عن حدوث تغيرات سعرية غير متوقعة أو غير مخططة في حجم الإنتاج، بسبب خصائص الإنتاج الزراعي الذي يخضع إلى الظروف الطبيعية؛
- 5) تحقيق أفضل وضع لتوزيع وتخصيص الموارد الإنتاجية داخل وخارج القطاع الزراعي؛
- 6) العمل على زيادة الاكتفاء الذاتي من السلع الغذائية، وضمان توفيرها وتنظيم حركة التجارة الداخلية والخارجية للمنتجات الزراعية؛
- 7) العمل على رفع كفاءة الجهاز التسويقي للسلع الزراعية والعمل على تنمية الصادرات؛
- 8) تحقيق الأمن والسلم الاجتماعي والاستقرار الداخلي، وذلك بالعمل على استقرار الأسعار والاحتفاظ بأسعار المنتجات الزراعية والغذائية عند مستويات تتناسب مع دخول معظم الأفراد؛

ثانياً- أهداف السياسة السعرية الزراعية

من بين الأهداف الأساسية للسياسة السعرية والتي تسعى الدولة لتحقيقها:²

- 1) استخدام الأسعار بوصفها أداة سياسية واقتصادية واجتماعية لتوفير السلع الرئيسية للمواطنين بأسعار مناسبة وهوامش ربحية مجزية للمنتجين؛

¹ علاء الدين عبد الصبور أبو الجود، تقييم السياسة السعرية لأهم محاصيل الحبوب في جمهورية مصر العربية، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد زراعي، جامعة المنيا، مصر، 2003، ص13.

² سعيدة مرزوق، محاولة تحليل السياسات السعرية الحكومية للمواد الغذائية في الجزائر، رسالة ماجستير، اقتصاد التنمية، العلوم الاقتصادية، جامعة العقيد الحاج لخضر، الجزائر، سنة 2003، ص17.

- 2) استخدام الأسعار للموازنة بين الدعم الذي تقدمه الدولة لأسعار السلع الزراعية الرئيسية من جهة، وبين زيادة الهامش الربحي للسلع الكمالية التي تطلبها الشرائح الاجتماعية ذات الدخل المرتفعة من جهة أخرى؛
- 3) ضمان تحقيق فائض اقتصادي يهدف لتأمين موارد مالية لأغراض التراكم وتطوير القطاعات الاقتصادية؛
- 4) ضمان تحقيق التوازن بين العرض والطلب .

كما نلخص إلى أن أهداف تدخل الحكومات عموماً في السياسة السعرية؛ هو توجيه الموارد الزراعية، وذلك من خلال تشجيع المنتجين إلى زيادة إنتاج أنواع معينة من السلع أو الإقلال من إنتاجها وفقاً لأهميتها وتبعاً لدرجات التفضيل السائدة في المجتمع، لتحقيق زيادة نسبة الاكتفاء الذاتي من المنتجات الزراعية، لاسيما أن مجمل السلع الزراعية هي متطلبات غذائية.

كما تهدف السياسة السعرية لتحقيق أهداف التخطيط لضمان أقصى استفادة من الموارد المتاحة لرفع مستوى المعيشة لكافة أفراد المجتمع، من خلال توزيع الموارد الإنتاجية وتوجيهها توجيهاً يتماشى مع رغبات أفراد المجتمع من ناحية، وكذلك توزيع الدخل بين أفراد المجتمع بطريقة أقرب للعدالة من ناحية أخرى، مع الحفاظ على قدر معقول من الاستقرار والنمو في المجتمع.

المطلب الثالث: دعم أسعار المنتجات الزراعية

الدعم عبارة عن أداة سعرية تعتمد الدولة لتنظيم أسعارها الداخلية والتأثير في تجارتها الخارجية، وهي تتمثل في مبلغ نقدي تقدمه الدولة للمشتري ليستفيد منه بشكل كلي أو جزئي، ويمكن للإعانة أن تكون مباشرة ويستفيد منها المشتري، وقد تأخذ شكلاً غير مباشر مثل ما هو الأمر بالنسبة للمساعدات التي تقدمها الدولة للبائع، من أجل التأثير على السعر، قصد تخفيضه أو منعه من الارتفاع بفعل ارتفاع تكاليف الإنتاج.

تسعى الدولة لتطوير قطاعها الزراعي وتمكين المستهلكين من الحصول على المنتجات الغذائية بأسعار معقولة، فتقوم بدعم هذا القطاع اعتماداً على نوعين من أشكال الدعم؛ الأول يتمثل في دعم أسعار المنتجات النهائية، أي دعم الأسعار عند دعم الاستهلاك، والثاني دعم أسعار مدخلات الإنتاج أي دعم الإنتاج.

أولاً- دعم أسعار المنتجات الزراعية على مستوى الاستهلاك

تعتبر سياسة دعم الأسعار عند الاستهلاك سياسة مكلفة للدولة، وفي نفس الوقت لا تخدم مصلحتها، كما أنه ينتج عنها تعارض مع مبدأ العدالة الاجتماعية؛ لأن هذا النوع من الدعم يعود بالفائدة أكثر على الفئة ذات الدخل المتوسط، وهذا على حساب الفئة ذات الدخل المحدود، كما أن دعم الأسعار عند الاستهلاك يتم تمويله بواسطة وسائل تضخمية تدفع المستوى العام للأسعار نحو الارتفاع، وهو ما يؤثر سلباً على القدرة الشرائية للمواطن. من ناحية أخرى نجد أن توفير بعض المواد الغذائية بأسعار مدعمة يجعل المستهلكين يتمادون في استهلاك هذه المواد إلى حد تبذيرها، وهو ما يعتبر هدراً للموارد الدولة.

ولهذا أوصى خبراء البنك العالمي؛ الدول النامية بضرورة التخلي عن هذه السياسة المنتهجة من قبلهم، والتوجه إلى دعم المنتج وتخفيضه وتشجيعه، لرفع الإنتاج وزيادة الإنتاجية، لأن هذا الأخير سيساهم في رفع الدخل القومي

وخلق مناصب شغل وتقليص الواردات تجاه العالم الخارجي، كما يسمح هذا النوع من التدعيم للمنتج بتطوير وتنويع إنتاجه حسب القدرات المتاحة والمتوفرة له من الأسمدة، التجهيز والقروض، الائتمان ... إلخ.

ثانيا- دعم أسعار المنتجات الزراعية على مستوى الإنتاج

سياسة الدعم المنتهجة عند الإنتاج تجعل خزينة الدولة تتحمل أعباء كبيرة، إلا أنها تحقق منافع مستقبلية بفعل تشجيع المستثمرين والمنتجين في مجال هذا القطاع الفعال؛ الذي يعتبر المصدر الأساسي لتوفير الثروة والموارد المالية البديلة لتنويع الاقتصاد بعيدا عن مورد النفط.

هذه السياسة طبقت في مختلف دول العالم، فنجد أن الدولة تتحمل جزء من تكاليف الإنتاج والتصدير، من طرف موازنة الدولة، وهذا الدعم يهدف إلى عرض منتجات بأسعار منخفضة في السوق المحلي أو في السوق الدولي، فتوجيه الدعم عند الإنتاج مكلف للغاية لموازنة الدولة، وبالتالي أصبح يلزم أصحاب القرار في توجيه الإعانات بدقة نحو الأشخاص والهيئات التي تكون في حاجة أكثر إليها، ولن يتم ذلك إلا بمراعاة العلاقة بين المزايا والتكاليف الناجمة عن سياسة الدعم.¹

ثالثا- الدوافع الأساسية للسياسة دعم المنتجات الزراعية

تتمثل الدوافع الأساسية للسياسة دعم المنتجات الزراعية في:

- 1) يعتبر دعم الدولة جزء من تكاليف الإنتاج المتمثلة في مدخلات الإنتاج ومخرجاته، خاصة منها التكاليف المتغيرة المباشرة على الوحدة المنتجة، من أجل رفع الفائض الاقتصادي الزراعي والعمل على توسيع تكثيف الإنتاج الزراعي، بتوفير بصفة مستمرة ودائمة لمدخلات الإنتاج بأسعار ثابتة حتى لا تثقل القدرة المالية للمنتجين وتخفزههم على إعادة استمرارية العملية الإنتاجية كما ونوعا، أمام حجم الطلب الكلي المتزايد؛
- 2) تحقيق التوازن في الهيكل الإنتاجي من خلال ضمان وصول المنتجين لأهدافهم، وذلك بتحسين أوضاعهم الاقتصادية والاجتماعية الثقافية، إذ يتم تعيين نسبة كبيرة من اليد العاملة على الدخل الزراعي في تحقيق ذلك؛
- 3) تحقيق النمو المتوازن لباقي القطاعات الاقتصادية؛ من خلال العمل على تحقيق العدالة الاجتماعية في توزيع الدخل الوطني على فئات المجتمع وتحافظ على نصيب الدخل الحقيقي للفرد؛
- 4) دعم التكوين والبحوث الزراعية وانتقال التكنولوجيا عن طريق الإرشاد الزراعي للمنتجين، من أجل تحديد الإنتاج والتكنولوجيا المطبقة في تنمية الزراعة، من خلال التوسع في الإنفاق العمومي للقطاع.

المطلب الرابع: أنواع السياسات السعرية الزراعية

لجأت الحكومات إلى اتخاذ إجراءات مختلفة للمحافظة على مستويات عالية للأسعار والدخل الزراعي بضبط آلية السوق، وقد شملت هذه الإجراءات التعريفات والرسوم على المستوردات وحصص الاستيراد (الكوتا)، والإعانات

¹ عمر شعبان، مرجع سبق ذكره، ص 43

المدفوعة على الصادرات والإعانات المباشرة للمزارعين وتحديد الإنتاج لتخفيض العرض ورفع السعر، كل هذا يندرج ضمن السياسة السعرية المطبقة.

تتمثل أنواع السياسات السعرية الزراعية فيما يلي:¹

أولاً- سياسة التوريد الإجباري

تقوم الدولة باختيار منتجات زراعية إستراتيجية كالحبوب، فتحترس شراء هذه السلع بأسعار محددة سلفاً، وفقاً لآليات تفاعل العرض والطلب في السوق، يتحدد السعر السوقي للسلعة الذي يكون مساوياً لتكلفته الحدية، وقد تقوم الدولة بشراء جزء من الإنتاج وعرضه في السوق بأسعار قد تغطي التكاليف التي تتحملها لقاء الشراء، وأن تبعه بأسعار أقل من التكلفة، وتحمل مقدار الفرق بين السعرين، وفي حالات أخرى تلزم الدولة المنتجين على توريد كمية معينة من الإنتاج وبسعر أقل من سعر السوق، ولكي تحقق الدولة سياستها لا بد من أن يصاحب السعر المحدد من قبل الدولة تسويق كمية محددة من الإنتاج، وإلا قام المنتج بتحويل جزء من ناتجه إلى السوق، إذ السعر فيه أعلى من السعر المعطى أو المحدد من طرف الدولة.

ثانياً- سياسة احتكار المدخلات

بمقتضى هذه السياسة يمكن للدولة أن تتحكم بجزء من الفائض الزراعي، من خلال احتكار سوق المدخلات الزراعية، وبأسعار أعلى من سعر السوق التنافسي، على أن لا تترك الدولة المنتجين يعملون على نقل عبء الاحتكار الحكومي إلى المستهلكين برفع أسعار المنتجات الزراعية، وبذلك تلزم المنتجين بتوريد حصة ثابتة، فإذا احتكرت الدولة المدخلات الزراعية وباعتها بأعلى من سعر السوق، فإن التكلفة الحدية للمنتج سترتفع بمقدار الزيادة الاحتكارية في أسعار المدخلات و هو أمر قليل الاحتمال.

ثالثاً- سياسة التحكم وتنظيم العرض السلعي

تتدخل الدولة لتنظيم الأسعار، لاسيما أسعار السلع الزراعية التي تكون عرضة للتذبذبات، فإذا كان الهدف من تنظيم المعروض السلعي رفع سعر المنتج تعظيماً لدخول منتجها، فإن تنظيم هذا المعروض يكون بوضع حد أدنى للمواد المستخدمة في إنتاج هذه السلعة، أما إذا كان وسيلة لخفض سعر السلعة، تمكيناً لصغار المستهلكين من الحصول عليها، فإن التسعير الحكومي عن طريق تنظيم المعروض السلعي في هذه الحالة يكون بتعظيم مقدار الموارد المستخدمة في إنتاج هذه السلعة.

أما إذا كانت الدولة تستهدف كمية الإنتاج من السلع، فإنها تفرض مستوى للسعر أقل من السعر التوازني، وهي بذلك تعمل على توجيه بعض عناصر الإنتاج المستخدمة في إنتاج سلعة معينة إلى إنتاج سلعة أخرى، كالتحول إلى إنتاج المحاصيل النقدية المعدة للتصدير.

¹ - رقية خلف حمد الجبوري، السياسات الزراعية وأثرها في الأمن الغذائي في بعض الدول العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، 2012، بيروت، ص ص 43-45.

رابعا - سياسة الدعم والإعانات

إن للحكومات سياسات سعرية وضعت لخفض أسعار الغذاء، والسلع الزراعية في بعض الأحيان إلى أقل من مستوى الأسعار التي يفترض أن تكون عليها في السوق بدون دعم، وأن المنطق من وراء ذلك هو مساعدة الفئات منخفضة الدخل من المستهلكين، من خلال خفض الأسعار وتعويض المنتجين عن كل أو بعض تكاليفهم الإنتاجية في المدى القصير، ومن الضروري أن يكون مستوى السعر المتحقق قادر على إزالة التناقض القائم بين السياسات الاقتصادية الحكومية ومصلحة فئات المجتمع من المستهلكين والمنتجين.

وغالبا ما يكون الدعم عبارة عن هامش يوضع بين سعر المنتج والمستهلك لتغطية كلفة السوق أحيانا، وهذا ما أعطى دورا للحكومة في التأثير في عمليات السوق، إلا أنه يساهم في تحقيق عجز في الموازنة العامة للدولة، وهو أحد أسباب تفاقم حالة عدم التوازن الداخلي، وقد يولد تشوهات في الأسعار النسبية، ويتأثر الدعم ويتغير مع حركة الأسعار الدولية، خاصة السلع الرئيسية، والسبب في ذلك أن مكونات السلع المستوردة تشكل الجزء الأكبر من السلع المدعومة، وأن الأسعار المحلية لبيع هذه السلع تكون أكثر ثباتا من أسعار الاستيراد.

ومن ناحية أخرى نجد أن سياسة الدعم تعد حافزا للنشاط الزراعي، لأنه يعوض الفرق بين سعر المنتج وسعر المستهلك، وكذلك يمثل حافزا إنتاجيا يتعلق بالعمالة الزراعية وتوفير أجور مناسبة، كما نجد أن لسياسة الدعم بعد اجتماعي من خلال الارتقاء بالمستويات المعيشية للفئات ذات الدخل المنخفض، وأضحى دعم السلع من بين الأدوات الشائعة في السياسة السعرية من قبل الحكومات، فهو يأخذ أنماط عديدة فقد يكون الدعم صريح أو ضمني.¹

وسياسة دعم الأسعار تشمل:²

-دعم أسعار المنتجين: مثل المحاصيل الإستراتيجية كالقمح والشعير؛

-دعم مدخلات الإنتاج: مثل دعم مياه الري، دعم القروض الزراعية ، ودعم مستلزمات الإنتاج ، ودعم الصادرات؛

-دعم أسعار المستهلكين: ويشمل دعم السلع الزراعية الأساسية.

قد لا تكون السياسة السعرية الزراعية ايجابية في حد ذاتها، فتحتمل إلى ما يكمل عملها من أجل تحقيق الأهداف الاقتصادية، وينبغي أن تأخذ بنظر الاعتبار مسألتين مهمتين الأولى أن لا تعمل على إحداث خلل واسع بالقواعد الأساسية للسوق التنافسية، والثانية أن تكون المنفعة المتوقعة منها أكبر من أعبائها.

المطلب الخامس: كفاءة وسبل نجاح التدخل الحكومي في السياسة السعرية الزراعية

التدخل الحكومي في السياسة السعرية الزراعية يجب أن يهدف إلى إعادة تخصيص الموارد الزراعية لضمان تحقيق النمو الاقتصادي في القطاع الزراعي، وربطه ببقية القطاعات الاقتصادية الأخرى، وتختلف الآثار الاقتصادية

¹ الدعم الصريح يظهر في تخفيض الهامش بين أسعار المنتجين والمستهلكين من خلال الاتفاق الحكومي، بينما يظهر الدعم الضمني عند تخفيض أسعار المنتجين دون المستويات التوازنية التي يمكن إن تسود بدون تدخل حكومي، أي إن المنتجين يخضعون لضريبة ضمنية.

² محمد عبيدات، التسويق الزراعي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن، 2017، ص 126.

للتدخل الحكومي في دعم الأسعار حسب نوع الأسلوب وطريقة التدخل في تحديد الأسعار.

أولاً- أساليب التدخل الحكومي في السياسة السعرية

يمكن إجمال أساليب التدخل كالاتي:¹

- 1) سياسة التسعير الإداري: أي تسعير المنتجات الزراعية من خلال قوائم الأسعار التي تعلن ويلتزم بها المنتجون والمستهلكون على مستوى سعر الجملة والتجزئة، وترتبط هذه السياسة عادة مع وجود سياسة الدعم الحكومي؛
- 2) سياسة الإعانة المالية: ويتم ذلك من خلال دفع إعانات مالية من البنوك الزراعية إلى المزارعين كقروض بدون فائدة؛
- 3) سياسة الأسعار التشجيعية: وتهدف هذه السياسة إلى تشجيع التوسع في زراعة بعض المحاصيل حيث تقوم الحكومة بفرض سعر تشجيعي لشراء محصول معين ويكون هذا السعر أعلى من التكلفة؛
- 4) سياسة ضريبة الدخل: حيث اتبعت الحكومة سياسة إعفاء المزارعين من ضريبة الدخل على الدخول الزراعية فضلا عن الإعفاء الجمركي على مستوردات هذا القطاع من وسائل الإنتاج.

ثانياً - سبل نجاح السياسة السعرية الزراعية

لكي تنجح السياسة السعرية الزراعية في تحقيق الأهداف المرجوة لابد من مراعاة القواعد الآتية:

- 1) التنسيق بين السياسة السعرية للمحاصيل الزراعية وسياسات الاستثمار والأجور والتصنيع والاستيراد والتصدير؛
- 2) الاعتماد على الإحصاءات الموثوق بها في نطاق الأبحاث والتسويق، وفي كل ما يتعلق بالسياسة السعرية الزراعية؛
- 3) مراعاة جودة المحصول ومتوسط تكلفة إنتاجه، وموعد تسويقه، ومصالحة المنتج والوسيط والمستهلك، ومراعاة الأسعار في الأسواق المجاورة والعالمية؛
- 4) تسعير مستلزمات الإنتاج وضمان استخدامها استخداما جيدا، ينسجم مع أهداف الإنتاج والتنمية الاقتصادية الزراعية؛
- 5) دعم الحكومات لأسعار مستلزمات الإنتاج الزراعي وخططه، تشجيعا للمزارعين وتحقيقا لربح جيد؛
- 6) تحديد العلاقة بين أسعار المحاصيل الزراعية وأسعار مستلزمات إنتاجها؛
- 7) أخذ المرونة السعرية للمحاصيل بالحسبان، عند وضع البرامج والسياسات الاقتصادية الزراعية الخاصة باستقرار الدخل الزراعي؛
- 8) تحقيق الثبات النسبي للعرض والطلب، حفاظا على استقرار الدخول الشخصية والقومية؛
- 9) تشجيع الاكتفاء الذاتي وعقد اتفاقات دولية لتبادل المحاصيل.

¹ موقف خزعل، السياسة السعرية الزراعية بين متطلبات نمو الإنتاج و تصحيح الاختلال في التركيب المحصولي، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 40، 2014، ص 61.

المبحث الثاني : تطور السياسة السعرية الزراعية في الجزائر

مرت السياسة السعرية الزراعية في الجزائر بمرحلتين أساسيتين؛ مرحلة ما قبل تحرير الأسعار الزراعية والتي امتدت من بداية الاستقلال إلى غاية 1990، والمرحلة الثانية تميزت بتحرير شبه كلي لأسعار المنتجات الزراعية، امتدت لفترة طويلة، تميزت بتنفيذ مجموعة من السياسات الفرعية في مجال أسعار المنتجات الزراعية، ولقد تدرجت هذه السياسات من دعم الأسعار الزراعية، وأسعار المنتجات الغذائية، إلى غاية رفع الدعم عن أغلب المنتجات الزراعية والغذائية.

المطلب الأول: السياسة السعرية قبل التحول نحو اقتصاد السوق

إتباع الجزائر للنظام الاشتراكي كان له أثر بارز في السياسة السعرية المطبقة، حيث تميزت هذه المرحلة بـ:

أولاً- التخطيط الشامل للأسعار الزراعية (1962-1974)

عمدت الدولة إلى تخفيض التكاليف الصناعية، مما أدى إلى زيادة التراكم بصفة عامة¹، وامتازت هذه المرحلة باستقرار في الأسعار نتيجة المراقبة الصارمة للأسعار، والتي شهدت صدور عدة مراسيم رئاسية تتمحور حول تثبيت هوامش الربح لتجار الجملة والتجزئة، وكذا تثبيت وتحديد أسعار المنتجات المستوردة والخدمات، إذ امتدت هذه المرحلة من 1962 إلى 1974، واعتمدت فيها الدولة على تقديم الإعانات والدعم لمختلف الدواوين العمومية المكلفة بتسويق المنتجات الزراعية، مع فرض رقابة صارمة على أسعار التجزئة، في إطار نظام الأسعار الثابتة المدرجة في إطار المخطط الرباعي الأول.

وأصبحت الأسعار بعد سنة 1970 تحدد بمرسوم معين أثناء الحملة الفلاحية، وعلى اعتبار هذه السياسة سطرت الدولة في المخطط الرباعي الأول، الهيكل التنظيمي لسياسة الأسعار، الذي يحدد الأهداف الاقتصادية والاجتماعية، ويرتكز على مبدئين أساسيين:

- مراقبة السلطات لشروط تكوين الأسعار ومستوياتها لجميع السلع والخدمات؛
- استعمال مستوى الأسعار كأداة للسياسة الاقتصادية والاجتماعية.

وعرفت السياسة السعرية وفق المخطط الرباعي الأول أربعة أنواع للأسعار:²

- 1) **الأسعار الثابتة:** ويخص المنتجات الزراعية ذات الصبغة الأساسية كالحبذ والحليب، فأسعارها تحدد مركزيا لفترة زمنية معينة، وبصورة مماثلة على المستوى الوطني؛
- 2) **الأسعار الخاصة:** تقيم المنتجات الزراعية عند الإنتاج، وتشمل المنتجات الزراعية التي تكون تكاليف إنتاجها مرتفعة وإنتاجها محل متابعة، فالسعر الخاص هنا هو سعر ثابت يسمح بزيادة إنتاج المنتجات الصناعية الموجهة للزراعة، سعرها يحدد عند مستوى تكلفة الإنتاج؛

¹ - Slimane Bedrani، L'agriculture algérienne depuis 1966، OPU، Alger، 1981، p 07.

² - خباياة عبد الله، السياسة السعرية في إطار العولمة الاقتصادية مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 2009، ص ص 394-395.

3) الأسعار المستقرة عند الإنتاج: استعمل هذا النوع من الأسعار بغية التحكم في تكاليف الاستثمار، وتحقيق أفضل تكامل قطاعي، ولا يكون إلا بقرار حكومي، والهدف منه هو إيجاد وضع جديد يسمح باستيعاب التغيرات في السعر مقارنة بالأسعار المستوردة؛

4) الأسعار المراقبة: تخص كل المنتجات الغير خاضعة للأسعار الثلاثة السابقة الذكر، وتحدد من طرف السلطات العمومية، تأخذ سعر معين مع تحديد هوامش الأرباح.

ما يلاحظ عن السياسة السعرية في هذه المرحلة، أنها لم تكن في خدمة القطاع الزراعي، فقد عرفت التوجه نفسه الذي عرفته السياسة الاستثمارية، إذ كانت الأسعار تخضع للتسيير الإداري، والذي لا يراعي التكلفة الحقيقية والعائد، مما يؤدي إلى إجحاف في حق المزارعين، وبالتالي لا يحفزهم على بذل المزيد من الجهد لتحقيق مستويات أعلى في الإنتاج. وتميزت هذه المرحلة بـ:

ثانيا- دعم الإنتاج الزراعي

إن الظهور الأول لنظام الدعم كان في نهاية المخطط الرباعي الأول، فمنذ عام 1974 قررت الدولة سياسة دعم المنتجات الزراعية، وعملت على تقديم الدعم والإعانات لمختلف الهياكل المكلفة بتسويق المنتجات الزراعية، من أجل تخفيض أسعارها، وعموما يمكن القول أن الأسعار الزراعية خلال هذه المرحلة تميزت بالاستقرار؛ بسبب مركزية تحديدها ومراقبتها.

وتشكل نظام الدعم الاجتماعي على ثلاث محاور أساسية:¹

1) الدعم المباشر للأسعار من طرف الدولة؛

2) إدارية وتثبيت الأسعار بعيدا عن التكلفة الحقيقية؛

3) الرجوع النظامي للسوق العالمي من أجل تمويل الأسواق في حالة الندرة المحتملة.

ولم تكن هذه الأسعار تعبر عن حقيقة التكاليف الإنتاجية في القطاع الزراعي، التي كانت مرتفعة نسبيا، ولم تكن تعبر بصدق عن الوضع المالي للمزارع؛ الذي كان يعيش بشكل كبير على المساعدات المالية المقدمة من طرف الدولة، وعلى السحب على المكشوف، وهو ما أدى إلى تزايد مديونية في ظل ارتفاع أسعار عوامل الإنتاج خاصة المستوردة منها.

وكانت سياسة الدعم المنتهجة عند الإنتاج، تجعل خزانة الدولة تتحمل أعباء كبيرة، إلا أنها تحقق منافع مستقبلية، بفعل تشجيع المستثمرين والمنتجين في مجال هذا القطاع الفعال، الذي يعتبر المصدر الأساسي لتوفير الثروة والموارد المالية بعد زوال النفط، كما نجد أن الدولة تتحمل جزء من تكاليف الإنتاج والتصدير، بهدف عرض منتجات بأسعار منخفضة في السوق المحلي أو في السوق الدولي.

لقد كان توجيه الدعم عند الإنتاج مكلف للغاية لموازنة الدولة، وبالتالي أصبح يلزم أصحاب القرار في توجيه

¹ - سعيدة مرزوق، مرجع سبق ذكره، ص52.

الإعانات بدقة نحو الأشخاص والهيئات التي تكون في حاجة أكثر إليها، ولن يتم ذلك إلا بمراعاة العلاقة بين المزايا والتكاليف الناجمة عن سياسة الدعم".¹

كان الدعم الحكومي المقدم للسلع الاستهلاكية الأساسية مرتفعا، وكانت أعباء هذا الدعم تتحملها ميزانية الدولة، ولقد نجم عن هذا الدعم سلبات عديدة استدعت فيما بعد إلغاءه بصورة تدريجية، وتحرير أسعار مستلزمات الإنتاج الزراعي والمنتجات الزراعية، من جهة أخرى اتسم نظام الدعم بعدم الكفاءة بسبب الاستفادة الكبيرة التي كانت تتمتع بها الطبقة المتوسطة، وزيادة على هذا كانت المنتجات المدعمة تحول لاستخدامات غير الاستخدامات التي كانت موجهة لها، أما السلع المدعمة التي كان من السهل نقلها وتحويلها من مكان لآخر، مثل الحليب المجفف والسميد، فقد كانت تهرب عبر الحدود إلى البلدان المجاورة.

ما يلاحظ على هذه المرحلة أن السياسة السعرية المطبقة ارتبطت بسياسة الدولة في تعبئة الموارد اللازمة لتنفيذ برنامج التصنيع الذي بدأ مع المخططات التنموية، وأصبح تدخل الدولة بالاستناد إلى أسلوب التخطيط، شرطا ضروريا لتحقيق التنمية الشاملة والتحكم في مسارها، وهو ما أضفى نوعا من الممارسة الاحتكارية والحمائية للدولة، تتنافى مع مبدأ المنافسة.²

ثالثا - سيطرة الدولة واحتكارها للسوق

تمتاز هذه الفترة باتساع نفوذ وسيطرة الدولة واحتكارها لسوق الجملة للمنتجات الزراعية مع زيادة المراقبة على الأسعار وإجراء تعديل عليها من حين لآخر، بعد سنة 1974 ظهرت مجالات تدخل الديوان والتي تمثلت في حصوله على الفائض من المنتجات على المستوى الولائي لتأمين توزيعها على الولايات الأخرى، كما تحتفظ باحتكار التصدير للخضر والفواكه المنتجة في القطاع المسير ذاتيا أو قطاع الثورة الزراعية.

إن الأسعار التي كانت تعتمد في الجزائر كانت تتم بطريقة إدارية مركزية ويرجع لطبيعة النظام الاقتصادي المتبع. ولقد عرفت الجزائر نظامين سعريين: الأول اعتمد مع انطلاق المخطط الرباعي الأول في سنة 1970، واستمر العمل به إلى غاية سنة 1980، أما النظام السعري الثاني فقد بدأ العمل به مع انطلاق الإصلاحات الاقتصادية المعتمدة في إطار المخطط الخماسي الأول (1980-1984).

إن اعتماد النماذج السعرية السابقة الذكر كان يرمي إلى صيانة القدرة الشرائية للمواطنين إلى جانب العمل على تحديث القطاع الزراعي في الجزائر والتحكم في تكاليفه الإنتاجية.

لقد قسم قانون الأسعار لسنة 1989 المنتجات إلى ثلاث مجموعات هي:

1) المنتجات التي تخضع للأسعار الجبرية وهي تشمل الحبوب، المياه، الغاز والكهرباء، الوقود، النقل والمواصلات، خدمات الموانئ، تكاليف التشييد والبناء والإسمنت؛

¹- عمر شعبان، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² منصورى الزين، دور الدولة في تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في ظل اقتصاد السوق - حالة الجزائر -، مجلة الأبحاث الاقتصادية، جامعة بسكرة، العدد 11، جوان 2012، جامعة بسكرة، ص .

- (2) المنتجات الخاضعة لهوامش ربح محددة وتشمل الشاي، البن، الحليب، العلب المعدنية الخاصة بحفظ الأغذية، صحائف البلاستيك الموجهة للاستعمال الزراعي، الخميرة، أعلاف الماشية، الكرايس والكتب المدرسية، الأدوية، السكر، زيوت الطماطم، والمعدات ومواد ومنتجات التبغ، علب الكبريت، الدقيق الممتاز؛
- (3) المنتجات التي تكون أسعارها حرة، لكنها رغم ذلك تعلن من قبل السلطات.

رابعا- فترة التحرير التدريجي للأسعار في القطاع زراعي(1981/1990)ومشروع المخطط الخماسي الأول في مجال الأسعار

إن توجهات وأهداف المخطط الخماسي في مجال الأسعار، يتركز على جملة من المبادئ الهامة في مجال الاستثمار والإنتاج والتسويق والاستهلاك والتجارة الخارجية، وفي محاولة تخفيف القيود التي كانت تفرض على تسويق المنتج الزراعي وتحديد سعره، وقصد تجنب سلبيات سياسة الأسعار المخططة، وكذلك التحكم في مراقبة الأسعار من أجل حماية الاقتصاد الوطني من تقلبات الأسعار الدولية، وكذلك الأخذ بالمعطيات الجديدة وعلاقتها بالخارج، لذا وضعت سياسة سعرية جديدة دون التخلي على الأهداف الاقتصادية والاجتماعية التي تقوم على المبادئ التالية¹:

- (1) اعتماد السعر انطلاقا من تكاليف الإنتاج فيما، عرف بحقيقة الأسعار؛
 - (2) إعادة الطابع الخاص للأسعار باعتبارها أداة للإنتاج في تنظيم الاقتصاد، وربطها بالمداخيل والأنظمة الجبائية والادخار والاستثمار؛
 - (3) تجنب الإعانة الإنتاجية، وتحريك الهوامش الربحية على مستوى التوزيع والاستهلاك للمحافظة على المردودية للمؤسسات؛
 - (4) تحديد نظام ومستويات الربح المتعلقة بالمنتجات الأساسية.
- ومن أجل المراقبة المرنة المعتدلة والفعالة، فان السياسة السعرية الجديدة تركز على نظامين هما: نظام الأسعار المحددة مركزيا، ونظام الأسعار المراقبة .

اتسمت هذه المرحلة بارتفاع كبير في مستوى الأسعار بسبب اختلال العلاقة بين عرض وطلب المنتجات الزراعية. فمن ناحية تميز عرض المنتجات الزراعية بالركود، بينما تميز الطلب على المنتجات الزراعية بالارتفاع الكبير بفعل النمو السكاني الكبير ولمواجهة هذا الاختلال ما بين عرض المنتجات الغذائية والطلب عليها، لجأت الجزائر إلى استيراد هذه المنتجات من الخارج، ويمكن رد ارتفاع أسعار المواد الزراعية إلى سببين رئيسيين هما²:

- (1) أسعار المنتجات محددة في الأسواق العالمية، في حين لا تمتلك الجزائر أية وسيلة للتدخل في هذه الأسواق قصد التأثير على الأسعار، وهذا ما يطلق عليه التضخم المستورد؛
- (2) تؤدي تكاليف النقل والتأمين إلى ارتفاع أسعار الاستيراد.

¹ - سعيدة مرزوق، مرجع سبق ذكره، ص159

² Slimane Bedrani، OP، Cit، pp 115 – 116.

من جهة أخرى شهدت أسعار المنتجات والتجهيزات المستوردة الموجهة إلى القطاع الزراعي ارتفاعا مستمرا بالإضافة إلى انتشار أشكال المضاربة، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع أسعار المواد الغذائية الزراعية كالسكر، القهوة، الحليب والقمح.

المطلب الثاني: السياسة السعرية الزراعية بعد تحرير السوق

إن تصحيح المسار الاقتصادي في مجال السياسة السعرية الزراعية يعتمد على قواعد المنافسة، التي تؤدي إلى الزيادة في مرونة عرض الإنتاج في الفترة الطويلة أو انخفاض في أسعار المدخلات الإنتاج، وبالتالي تصحيح تشوهات السياسة السعرية وتوجيه الموارد الاقتصادية الزراعية في المسار الصحيح نحو اقتصاد السوق، والإلغاء الكلي لدعم أسعار مدخلات الإنتاج .

أولا - مفهوم تحرير الأسعار

تستخدم سياسة تحرير الأسعار قصد إزالة التشوهات السعرية، وتحديد قيمتها بإلغاء الدعم وكافة أشكال التدخل الإداري، قصد المساهمة في قيام و تطور اقتصاد السوق، إن غياب تحديد الأسعار يمكن أن يقود المؤسسات إلى كبح استثماراتها و عدم التفكير في التجديد و الإبداع باعتبارها لا تستطيع تقدير أرباحها بشكل سليم، و بالمقابل فإن تحديد الأسعار من شأنه أن يولد سلوكيات عقلانية، لأن المؤسسات تعتمد على معلومات غير معرفة و تعكس في ذات الوقت حجم الندرة في المجتمع، وتشجع المؤسسات على الاستثمار والإنتاج قصد تحقيق أرباح أفضل. إن سياسة تحرير الأسعار تعتمد على:

- 1) إلغاء كافة أشكال الدعم الممنوحة للأسعار، لأن هذا الدعم يشكل أعباء على الميزانية العمومية، وهو في ذات الوقت تعبير عن حجم التضخم المكبوت في الاقتصاد، بالإضافة إلى جعل الأفراد يعيشون فوق قدراتهم الاقتصادية بزيادة الطلب على المنتجات، والاتجاه نحو الاستهلاك التبذيري؛
- 2) إلغاء التجديد الإداري للأسعار لكون الإدارة ليس لديها المعلومات الكافية عن طبيعة العرض و طبيعة الطلب و درجة الندرة في المجتمع، كما أن عملية تخصيص الموارد لا تتم وفق قواعد الكفاءة الاقتصادية إذا ما تدخلت الإدارة في تحديد الأسعار.

وفي نطاق سياسات التحرير المتبعة من طرف الدولة الجزائرية، تم تحرير الأسعار بشكل كبير خلال سنوات الإصلاح المتتالية، والبداية كانت بموجب صدور القرار رقم (89-12) المتعلق بالأسعار، وفي سياق مواصلة إصلاح نظام الأسعار صدر في جانفي 1995 الأمر رقم (95-06) الذي يهدف إلى تحرير أسعار السلع والخدمات، وجعلها تعتمد على قواعد المنافسة، كما صدرت العديد من التشريعات التي تخص نظام المنافسة وهيكل السوق و تحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و المتعلقة بممارسة الأنشطة التجارية والمنافسة. الذي جاء ليتمكن الحكومة من التدخل للحد من الارتفاع غير الطبيعي للأسعار، ومنع قيام احتكارات جديدة، كما جاء هذا القانون

من أجل فرض رقابة مشددة على أسعار السلع والمنتجات التي تعتبرها الجزائر إستراتيجية، للحد من تدهور القدرة الشرائية.¹

وسبب الإصلاحات المعتمدة في السياسة السعرية، يرجع إلى نظام الإعانات المعمم والذي وصلت نسبته إلى 50% من الناتج الداخلي الإجمالي، والذي كان ينطوي على مساوئ عديدة منها:²

- 1) تراكم المخزون الموجه إلى المضاربة وندرة عامة لمختلف السلع المدعمة؛
- 2) ظهور السوق الموازي و بيع المنتج إلى المستهلك النهائي بسعره الحقيقي أو أكثر؛
- 3) اتساع حجم التهريب للمواد المدعمة و بكميات كبيرة إلى الدول المجاورة.

وكان لا بد أن يكون لإجراءات ارتفاع الأسعار العالمية انعكاسا بالغ الأثر على الفئات الاجتماعية المختلفة، و خصوصا ذات الدخل الضعيف، لذلك فإن السلطات الجزائرية لجأت إلى إحداث نظام تعويضات للحماية الاجتماعية الذي انطلق في الواقع خلال سنة 1992، غير أنه عرف سوء تنفيذ وكان مكلف للخزينة (2% من الناتج الداخلي الإجمالي) ليتم استبداله سنة 93 ببرنامج آخر يتم بموجبه تشغيل الأشخاص المعنيين لأوقات محددة في أشغال ذات نفع عام ببلديات الإقامة لقاء تقديم تعويض أقل من الحد الأدنى للأجور بهدف تحقيق آثار رفع دعم الأسعار وتخفيض قيمة الدينار، كما تم تقييم منح تعويض التأمين على البطالة للأفراد الذين فقدوا وظائفهم لأسباب اقتصادية، وعموما شهدت هذه الفترة ارتفاع الاستهلاك ونتيجة لذلك انخفضت نسبة الادخار إلى الاستثمار

ثانيا- إلغاء الدعم وانعكاساته على أسعار المدخلات الزراعية وتحرير أسعار المنتجات الزراعية

إن توجه الدولة نحو التحرير الكلي لأسعار المنتجات الزراعية وربط دخول المنتجين بالإنتاج، كان لزاما على الدولة إلغاء دعم أسعار مدخلات الإنتاج التي أدت إلى تشوهات في السوق وإلى عدم توازنها في غياب الفعالية والاختلال المزمع بين العرض والطلب، فكان لا بد من التعويض المباشر أن يحل محل الدعم للجميع بدون استثناء للتقليل من التشوهات والاختلالات التي لازمت الاقتصاد الجزائري لمدة طويلة.³

إن سياسة تحرير الأسعار الزراعية أدت إلى ارتفاع أسعار مدخلات الإنتاج وبصورة أكبر من أسعار المنتجات النهائية الزراعية مما أثر سلبا على الإنتاج النباتي والحيواني، ولهذا فإن آليات السوق لم يتبعها تغيير في المحيط لتنفيذ الإصلاحات.

لقد تضمن إصلاح نظام الأسعار المحلية أيضا إدخال زيادات كبيرة على أسعار المنتجات المدعمة، من أجل جعلها تصل إلى مستوى تكلفتها البديلة، وبموجب هذا الإصلاح تضاعفت أسعار المنتجات الزراعية.

ثالثا- برنامج التكيف الهيكلي

سمحت عملية إعادة هيكلة القطاع الزراعي التي تمت في إطار المخطط الخماسي من تحرير الأسعار النهائية للعديد

¹ - منصورى الزين، مرجع سبق ذكره، ص .

² بطاهر علي، سياسات و برامج الإصلاح الاقتصادي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.

³ عمر شعبان: مرجع سبق ذكره، ص 183.

من المنتجات الفلاحية باستثناء بعض المنتجات الاستراتيجية مثل الحبوب والحليب اللذان لم يحررا بشكل كامل، وبهذا يكون القطاع الزراعي قد اعتمد آليات السوق في تحديد الأسعار على الرغم من قلة العرض وظهور أسواق موازية ويرتبط مفهوم التكيف أو الموازنة بحزمة السياسات التي يوصي بها صندوق النقد الدولي، بضرورة تعويم اقتصاد الدولة من أجل إنقاذها من العجز خاصة من جانب المديونية، ومساعدتها لتظهر على ساحة المعاملات الاقتصادية الدولية وتدور شروط صندوق النقد الدولي حول القضايا التالية:¹

- 1) تقليص عجز الموازنة العامة؛
- 2) العودة إلى حقيقة الأسعار (بتحرير الأسعار الداخلية و الأجور و كذلك أسعار الصرف)؛
- 3) إلغاء الدعم عن طريق الأسعار؛
- 4) تحرير أسعار الفائدة الدائنة و المدينة.

ويمكن إيجاز أهم محاور التكيف الهيكلي في النقاط التالية:²

- 1) إعادة هيكلة العقار الفلاحي؛
- 2) إرجاع الأراضي المؤممة إلى أصحابها؛
- 3) إلغاء سياسة دعم أسعار المدخلات والمخرجات الزراعية التي استمرت إلى غاية 1994؛
- 4) تخفيض قيمة العملة؛
- 5) ضمان السعر عند الإنتاج بالنسبة إلى الزراعات الإستراتيجية؛
- 6) مواصلة دعم الأسعار عند الاستهلاك بالنسبة للمواد الأساسية، كالخبز والحليب؛
- 7) العمل على تمويل النشاطات الفلاحية ذات الاستهلاك الواسع؛
- 8) حرية التجارة الخارجية والأسواق؛
- 9) إعادة هيكلة المؤسسات العمومية وخصخصتها تدريجيا وجزئيا.

رابعا- نظام ضبط أسعار المنتجات الزراعية

وضعت وزارة الفلاحة و التنمية الريفية نظاما لضبط أسعار المنتجات الفلاحية ذات الاستهلاك الواسع والذي يهدف إلى:³

- 1) حماية مداخيل الفلاحين و الاحترافية في أسلوب عملهم؛
- 2) استقرار السوق مع حماية القدرة الشرائية للمستهلكين؛
- 3) يجب على إجراءات الضبط أن تدعم التكامل الفلاحي - الصناعي؛
- 4) أن تخلق الإطار الأمثل للمنافسة بين الهيئات المهنية القوية و المنظمة.

¹ عادل أحمد حشيش، مجدي محمود شهاب، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005، ص278.

² فوزية غربي، مرجع سبق ذكره، ص141.

³ قانون المالية التكميلي، سياسة تجديد الاقتصاد الفلاحي والريفي، وزارة الفلاحة، 2008.

المبحث الثالث: واقع الإنتاج الزراعي للسلع محل الدراسة في الجزائر

تسعى الدولة إلى تحقيق العديد من الأهداف من خلال سياسة الدعم، إذ أن مسؤوليتها الاقتصادية تفرض عليها تشجيع إقامة المشاريع الزراعية وكذلك تشجيع عملية تنمية الصناعات المحلية وتحسين نوعية المنتجات وتوفير السلع الاستهلاكية الأساسية بأسعار مناسبة، كما تعكس سياسة الدعم للقطاع الزراعي موقف الدولة تجاه المنتجين باعتبارها جزء من السياسة الاقتصادية للدولة فهي تعمل على تقليل التقلبات التي تتعرض لها الأسعار من أجل تحسين دخول المنتجين الزراعيين وزيادة الإنتاج وبالتالي تقليل الاستيراد وزيادة الصادرات.

سنتناول في هذا المبحث النقاط التالية:

- مساهمة قطاع الزراعة في الناتج المحلي الإجمالي؛

- تطور الإنتاج الزراعي (التمور - الحمضيات - البطاطس)؛

- سياسة دعم المنتجات الزراعية محل الدراسة.

المطلب الأول: مساهمة قطاع الزراعة في الناتج المحلي الإجمالي

تختلف نسبة مساهمة القطاع الزراعي في إجمالي الناتج الوطني من دولة إلى أخرى، حسب طبيعة اقتصاد كل دولة والأهمية التي توليها الدولة لهذا القطاع ومدى توفير فرص العمل، وفي الجزائر يحتل القطاع الزراعي أهمية كبيرة من حيث مساهمته في تكوين الدخل الوطني، وتوفير الدخل لنسبة كبيرة من السكان من خلال الرفع من متوسط نصيب الفرد والذي يعتبر من أهم المؤشرات التي توضح النمو الاقتصادي للبلاد، والجدول الأتي يوضح تطور مساهمة الناتج الزراعي في الناتج المحلي الإجمالي بالجزائر.

جدول رقم (06) القيمة المضافة في قطاع الزراعة من إجمالي الناتج المحلي للفترة (2000-2015)

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
القيمة المضافة %	8,98	10,50	10,07	10,63	10,18	8,23	8,01	8,03
السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
القيمة المضافة %	7,00	10,07	9,03	8,62	9,40	10,64	11,09	12,61

المصدر : إعداد الباحث بالاعتماد على البنك الدولي (16/01/2016) <https://data.albankaldawli.org>

من الجدول أعلاه؛ نلاحظ أن نسبة مساهمة الناتج الزراعي إلى الناتج المحلي عرفت تطورا كبيرا خلال الفترة (2000-2015) ويرجع ذلك إلى تطبيق المخطط الوطني للتنمية الفلاحية، والذي عرف من خلاله القطاع الفلاحي استقرارا في أسعار المنتجات الزراعية وزيادة في حجم الإنتاج، بفضل رفع حجم الاستثمارات في هذا القطاع وزيادة حجم الدعم لمعظم الفروع الفلاحية، وكانت نسبة مساهمة تقدر بـ 8.98% سنة 2000 لتنتقل إلى 12.61% سنة 2015.

المطلب الثاني : تطور الإنتاج الزراعي (التمور - الحمضيات - البطاطس) للمدة (2000-2015)

يتميز الإنتاج الزراعي في الجزائر بالتنوع ومكوناته المتفاوتة الأهمية وبعدم الاستجابة للزيادات السعرية لقلة مرونة العرض نتيجة لأسباب مختلفة منها عدم كفاية المياه ، الأراضي، المكننة، البذور المحسنة. لذا فإن قلة أو عدم توفرها يسبب قلة أو انعدام مرونة العرض والجدول رقم (07) يبين تطور كل من الإنتاج والمساحة لمزروعة لعينة الدراسة.

جدول (07) تطور الإنتاج والمساحة (التمور - الحمضيات - البطاطس) للمدة (2000-2015)

الإنتاج : (طن) المساحة : (هكتار)

السنوات	بطاطس		الحمضيات		تمور	
	الإنتاج	المساحة	الإنتاج	المساحة	الإنتاج	المساحة
2000	1 207 690	72690	299 583	27 180	365 616	11 901 270
2001	967 232	65790	327 083	32 700	437 332	12 035 650
2002	1 333 465	72560	362 490	36 430	418 427	13 505 880
2003	1 879 918	88660	389 372	40 100	492 217	14 605 030
2004	1 896 270	93144	417 150	42 603	442 600	15 384 010
2005	2 156 549	99717	435 236	45 492	516 293	16 515 090
2006	2 180 961	98825	474 453	45 834	492 188	17 093 630
2007	1 506 859	79339	490 915	46 310	526 921	17 614 850
2008	2 171 058	91841	502 991	46 900	552 765	17 864 775
2009	2 636 057	105121	626 091	46 663	600 696	17 715 095
2010	3 300 311,5	121996	582 496	46 884	644 741	17 921 496
2011	3 862 193,6	131903	814 740	47 103	724 894	17 955 366
2012	4 219 475,8	138666	802 517	47 733	789 357	18 201 640
2013	4 886 538	161156	890 674	47 589	848 199	18 336 385
2014	4 673 515,5	156176	955 206	48 361	934 377	18 418 430

المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، مصلحة الإنتاج والأسعار، 2015.

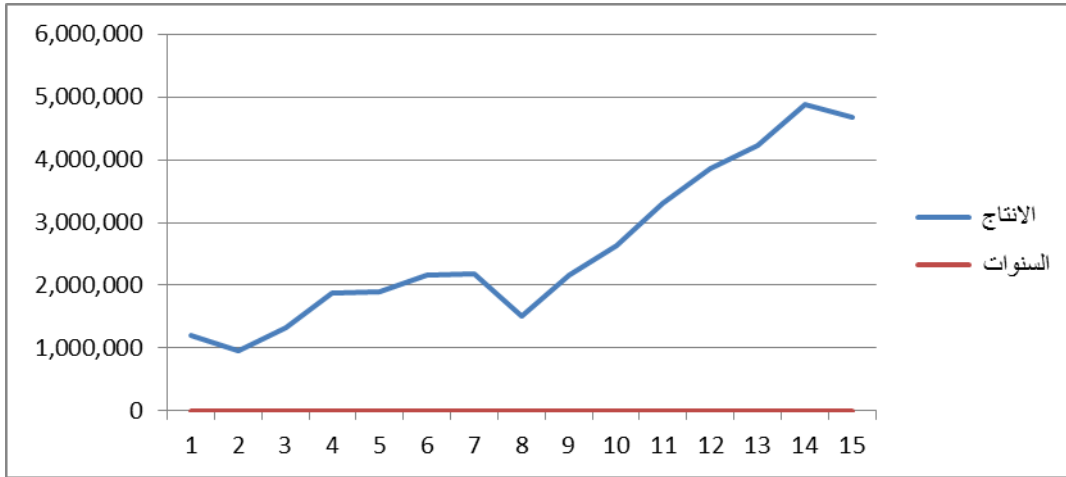
من خلال الجدول أعلاه؛ يظهر أن إجمالي الإنتاج الكلي للمنتجات الزراعية والمساحات المزروعة عرفت تطور

كبير.

أولا - الإنتاج والمساحة المزروعة للبطاطس

بالنسبة للبطاطس كانت أقل قيمة الإنتاج 96 ألف طن سنة 2001 ، كما بلغ أقصى حد 488 ألف طن سنة 2013. كما يلاحظ أن إجمالي إنتاج البطاطس قد أخذ إتجاه عاما متزايد وهذا راجع للبرنامج الذي وضعت وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، رفقة المجلس الوطني المهني لشعبة البطاطس، من خلال المخطط الاستعجالي للتصدي للانخفاض المحسوس لهذا المنتج، أو في حالة وجود فائض من الإنتاج والذي ينتهي بتلف عشرات الأطنان منها، والشكل رقم (12) يبين تطور إنتاج البطاطس.

شكل رقم (12) تطور إنتاج البطاطس في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (07)

كما اتخذت الدولة عدة قرارات للمحافظة على المستوى الإنتاجي للبطاطس، خاصة وأنها سلعة أساسية بالنسبة للمجتمع الجزائري، وكذا ضمان سعر عادل لكل من المنتج والمستهلك، وانعكست هذه الإجراءات والتدابير ايجابية على سياسة المتبعة لزراعة البطاطس، حيث صارت الجزائر تمتلك فائض من هذا المنتج، ووجدت صعوبة في تخزينه، لذا عمدت إلى فتح السبل لتصدير هذا الفائض وهو ما تحقق فعلا وفي هذا الإطار عمدت الحكومة إلى :

1) دفع الأموال المترتبة على منتجي البطاطس الذين باعوا منتجاتهم للمتعامل العمومي "فريجوميديت"، بدعم من بنك الفلاحة والتنمية الريفية "بدر"؛

2) إطلاق عملية تخزين لأكثر من 40 ألف طن من البطاطس في إطار التنظيم الاقتصادي، عبر متعاملي التخزين الخواص المؤطرين من طرف الديوان الوطني لمهنيي الخضار واللحوم خصوصا في الجانب المتعلق بتوفير البذور وكذا التخزين".

وبهدف الحفاظ على المنتج ومستوى الإنتاج الذي تم تحقيقه، وضعت الحكومة خطة مستعجلة من أجل تخزين أزيد من 400 ألف طن من البطاطس خلال موسم 2015-2016 وذلك من خلال "التزام مستعجل في إطار الإجراءات المتعلقة بالضبط الاقتصادي الذي يشرك فيه الخواص أصحاب المخازن".

كما يوضح الجدول رقم (10) أن المساحة المخصصة لزراعة منتج البطاطس قد أخذت إتجاه عام ومتزايد وهذا من خلال توسيع المساحات المستغلة لزراعة البطاطس من 105 ألف هكتار سنة 2009، إلى 156 ألف هكتار سنة 2014. والغرض من توسيع المساحة المزروعة هو تحقيق إنتاج 600 ألف طن مطلع 2019، وبالتالي التقليل من حجم استيراد البذور والتوجه نحو تصدير المادة الطازجة والحولة من البطاطس".

جدول رقم (08) معادلة الاتجاه العام للمساحة وحجم الإنتاج البطاطس

م = المساحة المزروعة بالهكتار ك = الإنتاج الكلي بالطن ز = الزمن بالسنوات

البيان	المعادلة	معامل التحديد R^2	مستوي المعنوية
المساحة	$م = 6251.71ز + 55158.55$	0.85	0.0000
الإنتاج الكلي	$ك = 268917.91ز + 440529.68$	0.87	0.0000

المصدر: إعداد الباحث بناء على معطيات الجدول رقم (07)

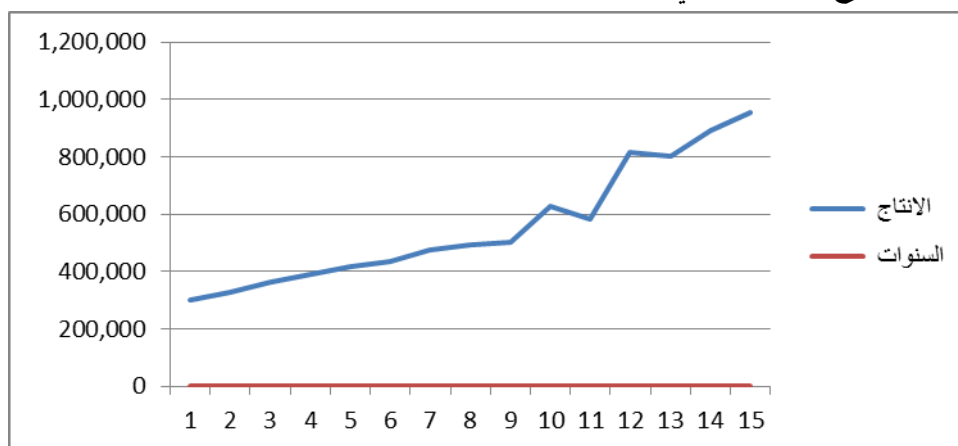
وتوضح معادلة الاتجاه الزمني العام للمساحة المزروعة خلال الفترة (2000-2015) أن هناك اتجاها عاما متزايدا معنوي إحصائيا، كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.85 أي أن التغيرات الحاصلة في المساحة المزروعة ترجع إلى العوامل التي يعكسها عامل الزمن بحوالي 85%.

كما توضح معادلة الاتجاه الزمني العام أن حجم الإنتاج لنفس الفترة، عرف اتجاها عاما متزايدا معنوي إحصائيا. كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.87 أي أن التغيرات الحادثة في إنتاج البطاطس ترجع إلى العوامل التي يعكسها عامل الزمن بحوالي 87%.

ثانيا - الإنتاج والمساحة المزروعة للحمضيات

يلاحظ من الشكل (13)؛ أن إجمالي حجم إنتاج الحمضيات قد اخذ اتجاه عاما متزايد فبعدما كان الإنتاج في سنة 2000 يقدر 299 583 طن قفز الإنتاج ليصل إلى 955 206 طن سنة 2014 و الشكل رقم يبين الاتجاه العام لتطور الإنتاج من الحمضيات ويرجع الارتفاع المتواصل إلى الإجراءات المتخذة من طرف الدولة للمحافظة على المتوسط الإنتاجي لمنتوج الحمضيات.

شكل رقم (13) تطور إنتاج الحمضيات في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (07)

كما يوضح الجدول رقم (09) أن المساحة المخصصة لزراعة الحمضيات قد أخذت إتجاه عام ومتزايد وهذا من خلال توسيع المساحات المستغلة من 27 180 هكتار سنة 2000، إلى 48 361 ألف هكتار سنة 2014.

جدول رقم (09) معادلة الاتجاه العام للمساحة وحجم الإنتاج للحمضيات

م = المساحة المزروعة بالهكتار ك = الإنتاج الكلي بالطن ز = الزمن بالسنوات

البيان	المعادلة	معامل التحديد R^2	مستوي المعنوية
المساحة	$م = 33524.16 + 1208.49ز$	0.72	0.0000
الإنتاج الكلي	$ك = 45638.57 + 192957.89ز$	0.91	0.0000

المصدر: إعداد الباحث بناء على معطيات الجدول رقم (07)

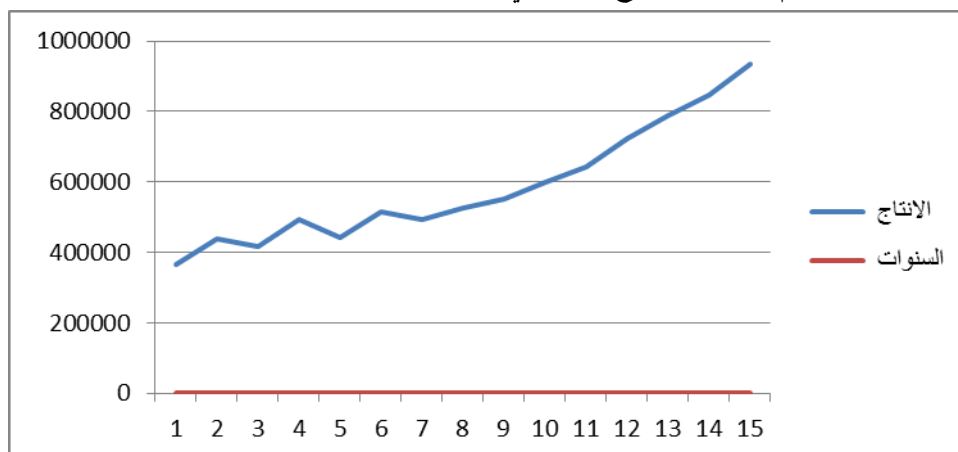
وتوضح معادلة الاتجاه الزمني العام للمساحة والإنتاج للحمضيات خلال الفترة (2000-2015) أن هناك إتجاها عاما متزايدا معنوي إحصائيا، حيث قدرت الزيادة السنوية بنحو 1208.49 هكتار، كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.85 أي أن التغيرات الحاصلة في المساحة المزروعة ترجع إلى العوامل التي يعكسها عامل الزمن بحوالي 85%.

كما توضح معادلة الاتجاه الزمني العام ان حجم الإنتاج عرف إتجاها عاما متزايدا معنوي إحصائيا، و قدر متوسط الزيادة السنوية بنحو 192957.89 كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.87 أي أن التغيرات الحادثة في إنتاج الحمضيات ترجع إلى العوامل التي يعكسها عامل الزمن بحوالي 87%.

ثالثا - الإنتاج والمساحة المزروعة للتمور

تعتبر النخيل من أهم محاصيل الفاكهة التي يمكن الاستفادة منها اقتصاديا في إمكانية التصدير والتصنيع وزيادة الدخل الأسرى في مناطق إنتاجه في الجزائر، يبين الشكل رقم (14) تطور حجم الإنتاج من التمر خلال فترة الدراسة، وتشير البيانات الواردة بالجدول رقم (07) إلى تزايد الإنتاج من التمر من نحو 365 616 طن سنة 2000 ، ليصل إلى 377 934 طن سنة 2014. كما يلاحظ أن إجمالي إنتاج التمر قد اخذ إتجاه عاما متزايد وهذا راجع للبرنامج الذي وضعت وزارة الفلاحة والتنمية الريفية لدعم هذا القطاع واسترداد مردوديته السابقة، وتركز عليه كذلك باعتباره منتج أساسي لتصدير.

شكل رقم (14) تطور إنتاج التمر في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (07)

كما يوضح الجدول رقم (10) أن المساحة المخصصة لزراعة منتوج التمور قد تضاعفت خلال 15 سنة و أخذت اتجاه عام و متزايد وهذا من خلال توسيع المساحات المستغلة من 11 901 270 هكتار سنة 2000، إلى 18 418 430 هكتار سنة 2014. وبمعدل متوسط زيادة قدره 12592526.83 هكتار و قدر معامل التحديد ب 0.83 أي أن التغيرات الحاصلة في الزيادة من المساحة المزروعة ترجع إلى العوامل التي يكتسبها عامل الزمن بنسبة 83 %.

جدول (10) معادلة الاتجاه الزمني العام للمساحة وحجم الإنتاج التمور

م = المساحة المزروعة بالهكتار ك = الإنتاج الكلي بالطن ز = الزمن بالسنوات

البيان	المعادلة	معامل التحديد R^2	مستوي المعنوية
المساحة	$م = 468172.4 + 12592526.83 \cdot ز$	0.83	0.0000
الإنتاج الكلي	$ك = 298126.49 + 35956.04 \cdot ز$	0.90	0.0000

المصدر: إعداد الباحث بناء على معطيات الجدول رقم (07)

وحسب معادلة الاتجاه العام الزمني فان حجم الإنتاج الكلي من التمور قد عرف اتجاه عام تصاعديا خلال فترة الدراسة و قدر متوسط الزيادة السنوية بنحو 298126.49 طن كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.90 أي أن التغيرات الحادثة في إنتاج التمور ترجع إلى العوامل التي يعكسها عامل الزمن بحوالي 90%.

المطلب الثالث: دعم المنتجات الزراعية محل الدراسة

أولاً- سياسة الدولة في دعم المنتجات الزراعية

تهدف الدولة عن طريق سياسة الدعم إلى تشجيع إنتاج محصول معين دون غيره بغرض الاكتفاء الذاتي، ودعم أسعار محاصيل الحبوب الرئيسية، ولكون الإنتاج الزراعي موسمي ويتأثر بالظروف الطبيعية (الحرارة والأمطار) والتي تسبب تذبذبات الإنتاج من موسم إلى آخر، مما يؤدي إلى تقلبات في الأسعار الزراعية وبتجاه معاكس لتذبذب الإنتاج، أي تزداد الأسعار كلما قل الإنتاج وهذا ناتج عن طبيعة الطلب غير المرن على السلع الزراعية. وعليه يتم دعم المنتج النهائي بتحديد أسعار تشجيعية للمنتجات الزراعية قبل الموسم الزراعي وتقوم الدولة باستلام المحاصيل و الوقوف على مدى فاعلية السعر في توجيه الإنتاج وتحقيق الترابط الفعلي بين سياسة الدعم السعرية والسياسة الإنتاجية الزراعية إذ أن السياسات الزراعية مترابطة مع بعضها ولها تأثير على السياسة الاقتصادية العامة للبلد.

عرفت السياسة الزراعية في الجزائر بداية من سنة 2000 وفي إطار دعم القطاع الفلاحي إنشاء مجموعة من الصناديق المتخصصة في دعم مجالات مختلفة من النشاطات الزراعية. واستحدثت سياسة جديدة للنهوض بالقطاع الفلاحي تهدف إلى تنويع الدعم وهذه الصناديق هي على التوالي¹:

1) الصندوق الوطني للضبط والتنمية الفلاحية FNRDA؛ وصندوق ضبط الإنتاج الفلاحي (FNRPA)؛

¹ سالت محمد مصطفى واخرون، سياسة التجديد الزراعي في الجزائر: من أجل تامين الغذاء في ظل تنمية زراعية، مجلة بريد المعرفة، جامعة بسكرة، العدد 21، 2016، ص 144.

- 2) صندوق مكافحة التصحر وتنمية المناطق الرعوية والسهبية (FLDDSP)؛
 - 3) صندوق الحماية الصحية الحيوانية والنباتية (FPZPP)؛
 - 4) صندوق التنمية الريفية واستصلاح الأراضي عن طريق الامتياز (DRMVTC)؛
 - 5) الصندوق الخاص لدعم الموالين وصغار المنتجين الفلاحين و الضمان الفلاحي (FSAEPEA).
- وتعتمد آليات التمويل الصيغ التالية¹:
- 1) القرض المندمج وهو ثلاثي التمويل (القرض البنكي، دعم الصندوق، المساهمة الشخصية) خصص لنحو 800 ألف مشروع؛
 - 2) مشاريع الري 12% ومشاريع زراعة المنتجات الأساسية محل الدراسة كالأبي (زراعة النخيل 27% زراعة الحمضيات 4% زراعة البطاطس 11%)؛
 - 3) قرض الرفيق وهو قرض محسن من أجل دعم مختلف مقومات تجديد الاقتصاد الزراعي ويشمل شراء البذور والأسمدة وأدوات مكافحة وشراء الأعلاف وعتاد التربية وتحصيل المنتجات الزراعية الموجهة للاستهلاك الواسع؛
 - 4) القرض التعاوني وهو قرض موسمي لمختلف المتعاملين من مختلف المؤسسات الاقتصادية وتعاونيات ومجموعات؛
 - 5) قرض التحدي وهو قرض استثماري موجه للمعنيين بإنشاء المستثمرات الفلاحية الجديدة مدعوم مدته 7 سنوات لا يتجاوز حدود المليون دينار يشمل تجهيز وعصرنة المستثمرات الفلاحية.
- وبغية تحقيق إستراتيجية هدفها الاكتفاء الذاتي، تناولت برامج تكثيف الإنتاج وتعبئة الموارد وتحويل نظم الإنتاج وتنمية السهوب، وخصصت اعتمادات مالية في إطار المخطط الخماسي 2010/2014 وصلت إلى 1.000 مليار دج يتم رصدها لدعم التنمية الفلاحية والريفية².

ثانيا- دعم زراعة البطاطس:

- تعتبر البطاطس منتوجا غذائيا أساسيا وذو استهلاك واسع من قبل المجتمع الجزائري، وبهدف تشجيع توسيع زراعتها على مستوى المناطق الملائمة لها، قامت الدولة في إطار المخطط الوطني للتنمية الفلاحية بدعم المنتجين من خلال الصندوق الوطني للضبط والتنمية الفلاحية و يتمثل دعم البطاطس في:
- 1) منحة التخزين في التبريد ب 0.5 دج/كغ لمدة أقصاها ستة أشهر، وذلك بعد الحصول على شهادة ضمان نهائية (CAD) من طرف المركز الوطني للمراقبة والتصديق على البذور والشتلات (CNCC) على أن تكون الشتلات المتحصل عليه من الرتبة A ممتازة موجهة إلى إنتاج بذور البطاطس أو للاستهلاك، والشتلات رتبة B موجهة للاستهلاك؛
 - 2) منحة ضبط التخزين في التبريد للبطاطس الموجهة للاستهلاك 1.80 دج/كغ للبطاطس الموضبة في أكياس شبكية و 1.50 دج/كغ للبطاطس غير موضبة (en vrac).

¹ تقرير بنك الفلاحة والتنمية الريفية، 2014.

² برنامج التنمية الخماسي، 2010-2014.

البيان	مدونة الأعمال المدعمة	مستوى الدعم	تعريف	شروط التأهيل
إنتاج بذور البطاطس	بناء بيت بلاستيكي بنفق بغطاء مضاد للحشرات	بيت بلاستيكي 2م400 500دج/م ² 30 % بسقف 200.000 دج		مؤسسة منتجة تمتلك:
	تجهيز مخبر للمراقبة الذاتية للصحة النباتية لشتاتل البطاطس	30 % بسقف 3.500.000 دج	اقتناء المنشآت والتجهيزات الضرورية	- اعتماد تتعهد المؤسسة مع المصالح الفلاحية على: - احترام التنظيمات التقنية لإنتاج وتسويق البطاطس - ضمان الشروط المثلى لإنتاج وتخزين وحفظ الشتاتل
	عتاد التوضيب	30 % بسقف 1.500.000 دج	اقتناء اجهزة الفرز، المعاييرة، الوزن، التعبئة	
تتمين المنتجات الفلاحية	تطوير قدرات التخزين تحت التبريد 3م2000 ≤ 3م10000 ≥	50 % بسقف 6.000 دج/م ³	عزل وتجهيز منشآت متخصصة تسمح بحفظ المنتجات تحت التبريد	المستثمرون الفلاحون، تعاونيات، تجمعات لمنتجين الذين يثبتون علاقات تعاقدية متعددة السنوات مع فلاحين
	وحدة توضيب الخضر والفواكه الموجهة للتصدير	30 % بسقف 4.000.000 دج	تجهيزات المعاييرة و التوضيب	مصدر يتوفر على محل مناسب يتعهد بتحقيق رقم اعمال عند التصدير يفوق 30 %
	وحدة تحويل البطاطس والحمص	30 % بسقف 4000.000 دج	تجهيزات التحويل	مصدر يتوفر على محل مناسب
الأسمدة	اقتناء الأسمدة واستعمالها لتطوير الإنتاجية	20 % من السعر	استعمال الأسمدة لزيادة إنتاجية الزراعات	اتفاقية مصالح الفلاحة مع الجمعيات والتعاونيات وبحوزتها اعتماد وزارة الطاقة والمناجم يتم الدفع حسب إجراء خاص

الجدول رقم (11) دعم زراعة البطاطس

المصدر: قائمة دعم الاستثمار من الصندوق الوطني للتنمية الفلاحية - ماي 2014-وزارة الفلاحة والتنمية الريفية.

ثالثا- دعم زراعة النخيل:

تعتبر التمور من المحاصيل ذات الميزة النسبية في الاقتصاد الزراعي للجزائر، خاصة في جلب العملة الصعبة عن طريق التصدير، مما أدى بالدولة للاهتمام بهذا النوع من الزراعة، وما زالت تحضى عملية زراعة النخيل باهتمام من قبل السلطات وذلك لاعتبارها من الأنواع الجيدة في صنف التمور على مستوى الأسواق الخارجية. كان إنتاج التمور في السبعينات يمثل 80 % من إنتاج القطاع الخاص و20% من إنتاج القطاع العام، وفي الثمانينات كان على التوالي 94% و6% وفي أواخر التسعينات تدهور الانتاج في قطاع النخيل وأتلف الكثير منها. مما دفع الدولة إلى إعداد مخطط تنموي لإنعاش هذا النوع من الزراعة القاضي بغرس مشاتل جديدة وتدعيمها، واقتلاع الأشجار (المسنة) الغير المنتجة ،خاصة في المناطق ذات القدرة العالية في حجم الإنتاج، وتم دعم زراعة النخيل بمجموعة من أشكال الدعم المقدمة من قبل الصندوق الوطني للضبط والتنمية الفلاحية في إطار المخطط الوطني للتنمية الفلاحية، والمتمثلة فيما يلي:

- 1) دعم قلع الأشجار المريضة والمسنة بـ 1.033دج/للنخلة؛
 - 2) دعم إعادة الغرس (إقتناء الجبار) بـ 12.333دج/للهكتار؛-دعم عزل وحرق الأشجار المصابة بالبيوض بـ 2333دج/للنخلة؛
 - 3) دعم الغرس الجديد من خلال عمليات تحضير التربة للغرس عند حفر الحفر بـ 03.333دج/للهكتار، واقتناء الجبار بـ 12.333دج/للهكتار؛-دعم الحماية الصحية النباتية من خلال مكافحة البوفروة 133 غ كبريت/للنخلة بـ 10دج/للنخلة، مكافحة الميروز 133 غ/للنخلة بـ 12دج/للنخلة المعالجة، وتكون المعالجة لـ 2 هكتار أو 03نخلة على الأكثر؛
 - 4) دعم مكافحة الأعشاب الدخيلة الضارة بـ 2333دج/للهكتار؛-دعم إقتناء آلات لرش المسحوق أو آلات الرش المحمولة على الظهر بـ 033دج لكل آلة رش المسحوق، و 633دج آلة الرش؛-كما يستفيد من دعم الكهرباء والمآزوت كما هو محدد لها في الزراعة بالجنوب
- والجدول رقم (12) يبين كيفية دعم زراعة النخيل

جدول رقم (12) دعم زراعة النخيل

شروط التأهيل	تعريف	مستوى الدعم	مدونة الأعمال المدعمة	ليبيان
مست يجب يشتر ط لدعم عملية قطع النخيل الالتزام القطعي من طرف مقدم الطلب لاعادة زراعتها وفقا لدفتر الشروط التقنية للادارة الفلاحية.	تتمثل العملية في قطع النخلة اقتلاع البصيلة الجذرية والتخلص من منتجات القطع طبقا للشروط المحددة في دفتر الشروط التقنية الذي يعده المعهد التقني لتنمية الفلاحة الصحراوية	30% بسقف 1.200 دج/شتلة كيفية الدفع: 70% من المبلغ عند القلع 30% عند اعادة الغرس	قلع أشجار النخيل القديمة	إعادة تأهيل واحة النخيل
مست ثمرة فلاحية موجودة في مناطق صعود الملح والغوط تمثل اعراض الانحلال الناجم عن صعود المياه. تبقى فرصة الاستثمار بالمبادرة المحلية خاضعة لراي الادارة الفلاحية المحلية (اللجنة التقنية للولاية) تصادق عليه الادارة المركزية.	التحسين المادي للتربة المتواجدة في مناطق صعود الملح والغوط	10.000% دج/هكتار كأقصى حد 2هكتار كيفية الدفع: بعد معاينة الانجاز الفعلي للعمل من طرف الادارة الفلاحية المحلية.	تعديل التربة الرملية	
مستثمر فلاحى يتوفر على :	انشاء واحة نخيل تجديد	30% بسقف 70.000	غرس الجبار حد	عملية الغراسات

<p>-مساحة للغرس لا تقل عن 0.5 هكتار -موارد مائية مؤكدة تتناسب والغرس المتوقع بمعدل تدفق 10ل/ثا/هكتار. يجب ان يؤتى بالجبار حصريا من نفس منطقة الغرس ويخضع لمراقبة مفتشية الصحة النباتية للولاية. يجب ان يشمل الغرس وجوبا مالا يقل عن 20% من الشتائل من مختلف الاصناف المحلية بناء على توصيات خاصة من المعهد التقني لتنمية الفلاحة الصحراوية والمعهد الوطني الجزائري للابحاث الزراعية. يتعهد المستثمر صراحة بحماية غرسه بوضع مصدات الرياح</p>	<p>والزيادة في قدرة زراعة النخيل المنجزة حسب الشروط التقنية المحددة في دفتر الشروط التقنية الذي يعده المعهد التقني لتنمية الزراعة الصحراوية</p>	<p>دج/هكتار لاقتناء الجبار كيفية الدفع: -60% من المبلغ الاجمالي عند الغرس بعد الانجاز الفعلي المعايين قانونا من طرف الادارة الفلاحية المحلية -40% سنة واحدة بعد تاريخ الانجاز على اساس معاينة استرجاع 80% من الجبار المغروس</p>	<p>اقصى 10 هكتارات</p>	<p>الجديدة</p>
<p>يستجيب مشروع الانشاء لخصوصية المنطقة اين يمارس هذا النظام من قبل في المناطق الكنتانية وبوجود المياه الجوفية ومياه العرق . تبقى فرصة الاستثمار بالمبادرة المحلية خاضعة لراي الادارة الفلاحية المحلية تصادق عليه الادارة المركزية.</p>	<p>حفر وازالة التربة حتى الوصول إلى المنطقة الرطبة وذلك لغرس الجبار على مستوى المياه الجوفية</p>	<p>للتذكير</p>	<p>انشاء غوطة او برده</p>	
<p>معاينة تعدها مفتشية الصحة النباتية للولاية لا يمكن اعادة الغرس برخصة من مفتشية الصحة النباتية للولاية وهذا الا بعد سنة من القلع</p>	<p>قلع وحرق النخيل المصابة بالبيوض على اساس شروط الصحة النباتية التي تعدها الادارة الفلاحية المحلية</p>	<p>30% بسقف 1.400 دج للنخلة</p>	<p>قلع واتلاف النخيل المصاب بالبيوض</p>	<p>عملية الحماية</p>
<p>يخضع دعم هذا العمل لصياغة مشروع معالجة يشمل مجموعة من المستثمرات الفلاحية من المنطقة المنسجمة المعنية</p>	<p>المكافحة الكيماوية ضد الامراض المفاجئة بواسطة</p>	<p>30% بسقف 5.000 دج /هكتار</p>	<p>ازالة الاعشاب الموجودة بوحدات</p>	

يقترح المشروع من طرف الراغبين المعنيين وتبادر به الادارة الفلاحية المحلية تخضع عملية المعالجة بشكل فردي وبالنسبة لحالة المستثمرات الفلاحية المعزولة المعترف باصابتها من طرف مفتشية الصحة النباتية للولاية إلى موافقة الادارة الفلاحية المحلية	ميد مصدق مناسب طبقا للشروط التقنية لاستعمال المنتج		النخيل	
تبقى فرصة جار المبادرة المحلية خاضعة لموافقة الادارة الفلاحية المحلية	حماية الانماط بوضعها في اكياس بلاستيكية ضد الامطار الخريفية	30% بسقف 12.000 ج/هـ لكثافة تقدر ب120 نخلة/هكتار	حماية انماط التمور (نوع دقلة نور)	
تحدد الشروط الخاصة للتاهيل بمقرر وزاري (وزارة الفلاحة والتنمية الريفية) او وزاري مشترك (وزارة التجارة/وزارة الفلاحة والتنمية الريفية)	منح علاوة للتحفيز لتصدير التمور	5 دج/كلغ مصدر بدون توضيب 8 دج/كلغ مصدر في تغليف ب1 كلغ واقل		دعم التصدير
تخضع فرصة مشروع اقتناء أو تجديد التجهيزات ذات المبادرة المحلية لمصادقة الادارة المركزية بعد اخذ رأي الإدارة الفلاحية المحلية يتعين على المرقي تقديم 15% كحد أدنى من مبلغ الاستثمار	تجهيز الفرز والغسل والترطيب والمعالجة والتوضيب والتخزين	30% بسقف 4.000.000 دج	توضيب التمور لتصدير: اقتناء العتاد المختص لتجهيز وحدات جديدة أو تجديد تجهيزات وحدات متواجدة	

المصدر: قائمة دعم الاستثمار من الصندوق الوطني للتنمية الفلاحية - ماي 2014 - وزارة الفلاحة والتنمية الريفية

رابعا - دعم زراعة الحمضيات

يهدف تشجيع وتوسيع زراعة الحمضيات واسترجاع أهميتها في الإنتاج الزراعي الوطني، قامت الدولة عن طريق المخطط الوطني للضبط والتنمية الفلاحية بدعم المزارعين على تجديد الأشجار الكبيرة السن وغرس مساحة جديدة من خلال دعم قطع الأشجار الكبيرة السن بمبلغ 23.333 دج/الهكتار، وعند القلع المتقاطع للجدور يتلقى دعم 23.333 دج/الهكتار، في حالة غرس أشجار جديدة تدعم عملية تحضير التربة (الحث العميق أو القلع المتقاطع) لقطعة أرض تقدر 13 هكتار على الأقل بـ 23.333 دج/الهكتار، واستعمال الأسمدة العميقة 13.333 دج/الهكتار، واقتناء الشتلات 033 شتلة/الهكتار كحد أقصى 33.333 دج/الهكتار، وبالنسبة لدعم الأشجار المثمرة (التفاح، المشمش، الجوز، اللوز، التين، الفستق)، يتم دعم الغرس الجديد من خلال دعم تحضير التربة والقيام بالحث العميق بـ 23.333 دج/الهكتار، كما يدعم حفر الحفر 1م³ بـ 23.333 دج/الهكتار، بشرط أن تتواجد هذه الأراضي في المناطق الجبلية والمناطق شبه الجافة، وأن يكتسب المزارع مساحة للغرس لا تقل عن 3.20 هكتار، كما يدعم إستعمال الأسمدة العميقة بـ 23.333 دج/الهكتار كحد أقصى، والأسمدة العميقة بالنشر بـ 63.333 دج/الهكتار، دعم إقتناء الشتلات بالنسبة لهذه الأشجار المثمرة والتي تكون مراقبة من طرف المصالح الرسمية.¹

بالنسبة للحمضيات لم يأتي الإصلاح بأي تغيير كبير ماعدا تخفيض دعم نزع الأشجار المسنة والجدور إلى 103 دج/للشجرة، ودعم إقتناء الشتلات بـ 33 دج/للشتلة، وحد أقصى 033 شتلة/الهكتار، دعم مكافحة الإصابة بـ (nematodes) وحد أقصى 2.033 دج/الهكتار أما دعم زراعة الأشجار المثمرة فإن دعم الحث لم يتغير وحدث تغيير في دعم حفر الحفر 1م³ بـ 133 دج/للحفرة عوض 23.333 دج/الهكتار، كما تم تخفيض دعم الأسمدة العميقة إلى 13.333 دج/الهكتار عوض 23.333 دج/الهكتار، وحدد دعم إقتناء الشتلات وفق مايلي:

-ورديات ذات بذرة 03 دج/للشلة، ورديات ذات نواة 03 دج/للشلة، شتلات الكرز 233 دج/للشلة، شتلات التين 03 دج/للشلة، شتلات الفستق 203 دج/للشلة، شتلات الجوز واللوز 203 دج/للشلة، شتلات الخوخ والدراق بـ 63 دج/للشلة²

ويبين الجدول رقم (13) دعم زراعة الحمضيات

¹ غردي محمد، القطاع الزراعي الجزائري وإشكالية دعم الاستثمار في ظل الانضمام إلى المنظمة العالمية لتجارة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2011، ص 143.

² مرجع نفسه، ص 157.

الجدول رقم (13) دعم زراعة الحمضيات

شروط التاهيل	تعريف	مستوى الدعم	مدونة الأعمال
فلاح يملك: بستان غير منتج عمره 60 سنة فما فوق رخصة مسلمة من اللجنة التقنية لمديرية المصالح الفلاحية /المعهد التقني لزراعة اشجار الفواكه والكروم	اقتلاع شتلات بستان ذو كثافة اقصاها 260 شتلة/هكتار حسب الشروط الملائمة التي ينص عليها دفتر الالتزامات التقنية الذي يعده المعهد التقني لزراعة اشجار الفواكه والكروم	70 دج للاصل بسقف 18.000 دج كيفية الدفع: يمنح الدعم بعد معاينة اقتلاع وتنظيف القطعة	اقتلاع اشجار الحمضيات المسنة
فلاح يملك بستان غير منتج عمره بين 40 و60 سنة يتم التجديد بعد ترخيص تسلمه اللجنة التقنية لمديرية المصالح الفلاحية/المعهد التقني لزراعة اشجار الفواكه والكروم.	حجم تجديد البساتين غير المنتجة بكثافة اقصاها 260 شتلة/هكتار حسب الشروط الملائمة التي ينص عليها دفتر الالتزامات التقنية الذي يعده المعهد التقني لزراعة اشجار الفواكه والكروم	30% بسقف 50 دج/لاصل وكحد اقصى 13.000 دج/هكتار كيفية الدفع: يمنح الدعم بعد الغرس ومعاينة الانبات الفعلي وذلك عند نهاية شهر جوان كحد اقصى من سنة الغرس	احياء الاغراس

المصدر: قائمة دعم الاستثمار من الصندوق الوطني للتنمية الفلاحية - ماي 2014 - وزارة الفلاحة والتنمية الريفية

المبحث الرابع : تحليل تطور سعر الصرف ومعدل التضخم وأسعار المنتجات الزراعية

يمكن حصر اتجاهات تدخل الدولة في تنظيم أسعار المنتجات الزراعية للسلع ذات الأهمية الحيوية في عنصرين رئيسيين هما تحديد مباشر لأسعار منتجات أساسية معينة كالقمح والقطن والشعير ، وفي هذه الحالة فإن الأسعار التي تحددها الدولة للمزارعين تكون ملزمة ما دامت الدولة هي المشتري الأساسي أو الوحيد لهذه المنتجات. بالإضافة إلى العنصر الثاني وهو التأثير في آلية السوق الداخلية في حدود ضيقة، وذلك بشراء منتجات زراعية بكميات محدودة، وبأوقات مختلفة ومؤقتة.

المطلب الأول: تطور معدل التضخم في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

إثر إلغاء الدعم وتحرير الأسعار في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق ورفع نظام الإعانات على أسعار مستلزمات الإنتاج ودعم الاستهلاك، وإزالة الضوابط على أسعار التجزئة وعلى هوامش الربح بالنسبة لمعظم السلع والخدمات، ارتفع معدل التضخم بشكل متسارع خلال الفترة الممتدة بين (2000-2015) بسبب التحولات العميقة والجذرية التي شهدتها الاقتصاد الجزائري والجدول التالي يبين تطور معدلات التضخم.

الجدول رقم (14) تطور معدلات التضخم في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

المصدر : التقارير السنوية حول الوضعية النقدية والمالية للجزائر الصادرة عن بنك الجزائر (2004-2008).

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
معدل التضخم %	0.34	4.23	1.42	4.27	3.96	1.38	2.31	3.67
السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
معدل التضخم %	4.86	5.73	3.91	4.52	8.89	3.25	2.92	4.78

(2015-2011) (<http://www.bank-of-algeria.dz>).

نلاحظ من معطيات الجدول (14)؛ أنه في في بداية الألفية هناك استقرار في معدلات التضخم وتراوح معدلاته بين 2 و4% ويرجع ذلك إلى السياسة النقدية التي تركز على وضع حدود لنمو الكتلة النقدية وتقييد توزيع القروض للاقتصاد، ففي عام 2002 انخفض معدل التضخم إلى أدنى مستوى 1.42% بفضل العوامل الأساسية التي تؤثر على تطور المستوى العام للأسعار وهي التغير في عرض النقود و استقرار في سعر الصرف الاسمي الفعلي، وتحركات أسعار النفط العالمية الملائمة 2003 واستكمال إجراءات تحرير الأسعار، ومواصلة تخلص الخزينة من المديونية الداخلية، وبداية سنة 2008 إلى غاية 2012 شهدت ارتفاع محسوس في معدل التضخم والسبب عدم قدرة العرض الكلي على مواجهة الطلب الكلي المغذي لسياسة نقدية توسعية سببها النفقات الحكومية الضخمة ، كما عرف معدل التضخم ارتفاعا بلغ ذروته سنة 2012 بمعدل 8.89% وهو أعلى معدل يسجله طوال العشرية الأولى من القرن الحالي و يعود السبب إلى ارتفاع التضخم المستورد لاسيما في الدول الناشئة حيث تعرّض الاقتصاد العالمي لأزمة ركود حادة ظهرت تداعياتها بشكل واضح اعتبارا من منتصف عام 2008. وكذا تأثير الارتفاع في أسعار

المنتجات الطاقوية والسلع القاعدية خاصة المواد الغذائية الأساسية وإلى المستوى العالي لأسعار المنتجات الفلاحية المستوردة 2014.¹

المطلب الثاني: تطور سعر الصرف في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

لقد عرف سعر الصرف في الجزائر انخفاض تدريجي خلال فترة (2000-2015)، ولا يرجع هذا الانخفاض إلى تخفيض العملة فحسب؛ بل إتباع البنوك التجارية سياسة تسمح للمتعاملين الاقتصاديين للحصول على العملة الصعبة باللجوء إلى القروض المستندية لتمويل التجارة الخارجية في ظل انفتاح الاقتصاد الجزائري واعتماده في هذه الفترة على الاستيراد، ويبين الجدول رقم (15) تطور معدلات سعر الصرف الدينار الجزائري مقابل الدولار الأمريكي.

الجدول رقم (15): تطور معدلات سعر الصرف في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

المصدر: التقارير السنوية حول الوضعية النقدية والمالية للجزائر الصادرة عن بنك الجزائر (2004-2008).

السنة	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
سعر الصرف مقابل الدولار	75,26	77,22	79,68	77,39	72,06	73,28	72,65	69,29
السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
سعر الصرف مقابل الدولار	64,58	72,65	74,39	72,94	77,54	79,37	80,58	100,69

(<http://www.bank-of-algeria.dz>) (2015-2011)

يبين الجدول رقم (15) أن سعر صرف العملة الوطنية للجزائر شهد استقرارا مقابل الدولار خلال هذه الفترة بمتوسط 77 دج/دولار، حيث أن سياسة سعر الصرف تتميز باستقرار سعر الصرف الفعلي الحقيقي نظرا لتخصيص احتياطات الصرف نحو تغطية الواردات، وحسب بنك الجزائر فإن هذه النسبة كافية لضمان استقرار عملة الدينار المحلي في سوق الصرف، من منظور أنها فعالة من ناحية التنقيط في معادلة التبادل وتداول العملة مقارنة بالعملات الأجنبية ما عد سنة 2008 التي عرفت سعر صرف ب64.58 دج/دولار ويرجع ذلك إلى الأزمة العالمية الأمر الذي يعتبر دافع إيجابي لتعزيز مناخ الاستثمار، وحسب بنك الجزائر، فقد عرف عام 2010 استمرار ضمان استقرار نسبة صرف الدينار من حيث القيمة الفعلية الحقيقية، من خلال اكتساب الدينار لقيمة 2.64%.، رغم تأكيد الخبراء أن الدينار الجزائري خسر 30% من قيمته، وهي نسبة مخيبة، خصوصا إذا ما تم احتساب فاتورة الواردات التي تتضخم سنويا بفعل تزايد قيمة الأورو والدولار عملتا الاستيراد. وبداية من سنة 2013 تعرض الاقتصاد الجزائري من خلال ميزان المدفوعات لضربات مالية موجعة جزاء تقلبات أسعار الصرف في ظل التبعية لصادرات النفط التي تشكل 97% من قيمة مجمل الصادرات ويرجع ذلك إلى السياسة التي تبعتها الحكومة في تخفيض قيمة العملة بهدف كبح فاتورة الواردات والعمل على تشجيع الصادرات خاصة المنتجات الزراعية التي عرفت تطور ملحوظ في قيمة صادراتها خلال السنوات الأخيرة.

¹ التقارير السنوية حول الوضعية النقدية والمالية للجزائر الصادرة عن بنك الجزائر (<http://www.bank-of-algeria.dz>)

المطلب الثالث: تطور أسعار البطاطس في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

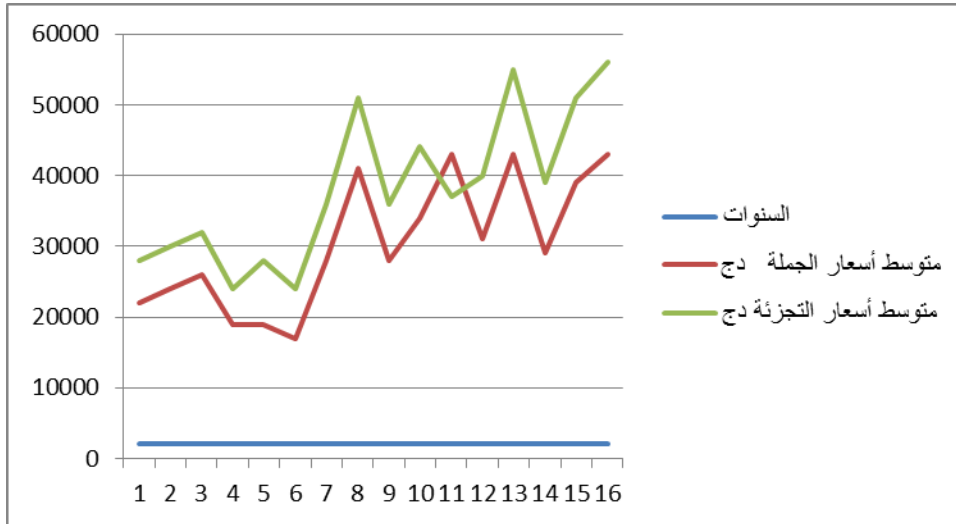
يوضح الجول رقم (16) والشكل (15) سيادة مستويات مختلفة من الأسعار في سوق البطاطس، كما أن أسعار التجزئة بدورها تختلف عن سعر الجملة. ومن ناحية أخرى يلاحظ اختلاف في أسعار الجملة للبطاطس وقد عرفت إتجاه عام متزايد فبعدما كان متوسط الأسعار الجملة 26 دج /كغ ارتفع إلى 43 دج /كغ سنة 2015، وكان أقل سعر للبطاطس هو 17 دج /كغ سنة 2005 وهذا راجع إلى زيادة حجم الإنتاج وارتفاع المردودية بنسب عالية وكذا زيادة المساحة المزروعة .

من جهة أخرى تتفاوت أسعار التجزئة مع أسعار الجملة من سنة إلى أخرى والملاحظ هنا انه بعدما كان الفرق بين أسعار الجملة والتجزئة يتراوح بين 6 دج و7 دج بين سنة 2005/2000 ارتفع هذا الهامش ليصبح يتراوح بين 10 و12 دج للسنوات الأخيرة .

تذبذب أسعار البطاطس ناتج عن التسويق، و ضعف غرف التبريد في استيعاب الإنتاج الوفير لمادة البطاطس خاصة في بعض الولايات مثل عين الدفلى ووادي سوف، جعل شبكة التخزين عاجزة عن المساهمة في استقرار التموين، وكذلك نقص عدد الأسواق الجوارية الذي ساهم بشكل كبير في تضخيم الفارق بين سعري الجملة والتجزئة من طرف الوسطاء الذين يعتمدون إلى رفع الأسعار، ومن ثمة المضاربة، وهو ما يؤدي إلى ارتفاع أسعارها بين الحين والآخر. ويوضح الشكل رقم (15) تطور أسعار الجملة والتجزئة للبطاطس

شكل رقم (15): تطور أسعار البطاطس في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

الوحدة: دج/طن



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 18

(كالبطاطس) في هذه الحالة فإن تحديد حد أقصى لأسعار بعض المنتجات التي تشتريها مؤسسات الدولة 25 دج كغ من البطاطس تؤثر في السوق من الناحية الفعلية بطريق غير مباشر، وبقدر حجم الشراء، لكنها لا تقرر أسعار السوق الحقيقية، وهو ما نلاحظه في أسعار الجملة والتجزئة في مختلف اسواق الوطن كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (16): متوسط أسعار البطاطس بالجملة والتجزئة في الجزائر

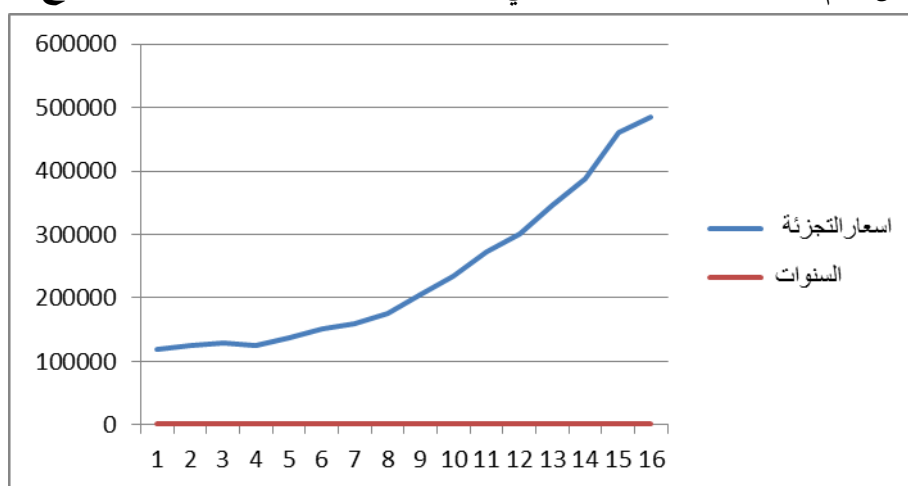
السنوات	متوسط أسعار الجملة دج/كغ	متوسط أسعار التجزئة دج/كغ
2002	26	32
2003	19	24
2004	19	28
2005	17	24
2006	28	36
2007	41	51
2008	28	36
2009	34	44
2010	28	37
2011	31	40
2012	43	55
2013	29	39
2014	39	51
2015	43	56

المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، مصلحة الإنتاج والأسعار، 2015.

المطلب الرابع: تطور أسعار التمور في الجزائر خلال الفترة (2015-2000)

عرف منتج التمور غلاء غير مبرر في الأسعار؛ حيث بلغت في بعض الحالات 400 دينار للكيلوغرام الواحد، وقد أدت هذه الوضعية إلى عدم استفادة المستهلك من المكونات الأساسية لمادة التمر، وهذا بسبب ما يحدث من تحايل في أسواق التجزئة، واستغلال التجار لغرف التبريد لتخزين المنتج وبيعه طوال العام كما هو مبين في الشكل (16) والجدول رقم (17).

شكل رقم (16) تطور أسعار التمور في الجزائر خلال الفترة (2015-2000) دج/طن



المصدر: إعداد الباحث بناء على معطيات الجدول رقم 17

جدول (17): تطور أسعار التجزئة للتمور في الجزائر خلال الفترة (2000-2015) دج/طن

السنوات	أسعار التجزئة
2000	120000,00
2001	125000,00
2002	129000,00
2003	126000,00
2004	138000,00
2005	151000,00
2006	160000,00
2007	176000,00
2008	205000,00
2009	235000,00
2010	273000,00
2011	302000,00
2012	345000,00
2013	387000,00
2014	461000,00
2015	486000,00

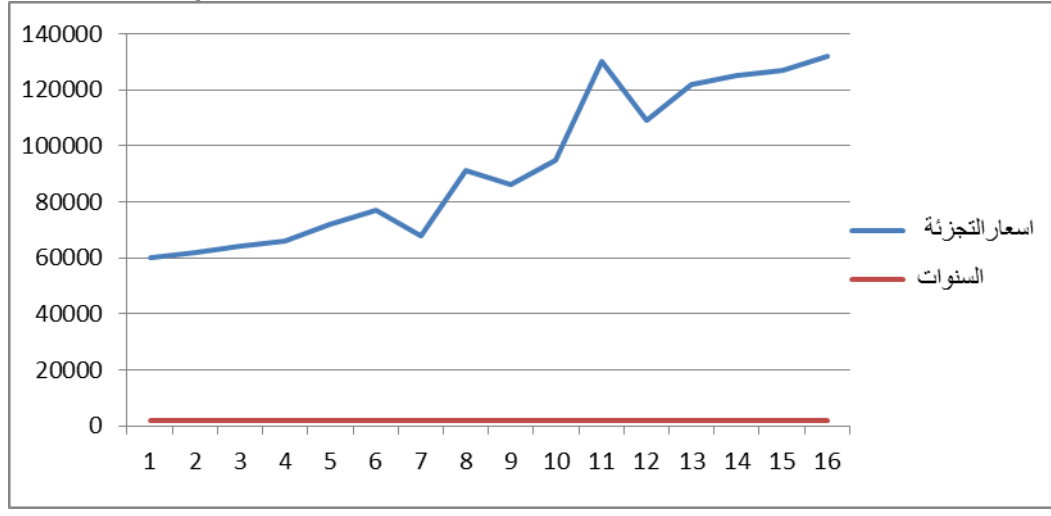
المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، مصلحة الإنتاج والأسعار، 2015.

وما يلاحظ من معطيات الجدول أعلاه أن أسعار التمور عرفت زيادة متواترة ومتباعدة من سنة إلى أخرى، فبعد ما كان سعر الكغ الواحد يساوي 120 دج في سنة 2000 ارتفع إلى 486 دج /كغ، ويرجع ذلك إلى احتكار هذا المنتج وتوزيعه طيلة السنة بالاعتماد على غرف التبريد هذا من جهة ، ومن جهة ثانية ارتفاع الكميات المصدرة نحو الخارج.

المطلب الخامس: تطور أسعار الحمضيات في الجزائر خلال الفترة (2000-2015).

يوضح الجدول رقم (18) والشكل (17) تطور أسعار الحمضيات خلال الفترة (2000-2015) وقد عرفت إتجاه عام متزايد؛ فبعدما كان متوسط الأسعار 60 دج / كغ سنة 2000، ارتفعت وتضاعفت الأسعار لتصل إلى 132 دج /كغ سنة 2015، وهذا راجع إلى انخفاض مردودية حجم الإنتاج مما أدى إلى انخفاض عرض منتج الحمضيات مقابل الطلب المتزايد عليه سواء كان هذا الطلب استهلاك نهائي أو استهلاك صناعي .

شكل رقم (17): تطور أسعار الحمضيات في الجزائر خلال الفترة (2000-2015) الوحدة دج/طن



المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على الجدول رقم 18.

جدول رقم (18): تطور أسعار التجزئة للحمضيات في الجزائر خلال الفترة (2000-2015) الوحدة دج/طن

السنوات	أسعار التجزئة
2000	60000
2001	62000
2002	64000
2003	66000
2004	72000
2005	77000
2006	68000
2007	91000
2008	86000
2009	95000
2010	130000
2011	109000
2012	122000
2013	125000
2014	127000
2015	132000

المصدر: وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، مصلحة الإنتاج والأسعار، 2015.

المبحث الخامس: تحليل المنتجات الزراعية المصدرة

تشكل الصادرات الجزائرية أساسا من المحروقات حيث تمثل 97% من مجموع الصادرات، ولما كانت صادرات المحروقات لا تشملها عملية التحرير فالمتوقع أن الاستفادة من عملية التصدير ستكون محدودة وتقتصر على بعض القطاعات فقط كالصادرات التي تتمتع بمرونة طلب عالية داخل السوق الأوروبية.

المطلب الأول: الميزان التجاري الإجمالي (2000-2015)

تمثل حركة الصادرات والواردات وتأثيرها على ميزان المدفوعات أهم مؤشرات التوازن الخارجي وارتبط تغير الميزان التجاري الجزائري بتغيرات عائدات المحروقات (البتروال والغاز الطبيعي)، بالإضافة إلى انعكاسات تذبذب الواردات على وضعية هذا الميزان، فالميزان التجاري مركز تراكم العملة الصعبة في الجزائر وتدهوره يعتبر سبب الأزمات الاقتصادية التي عرفتها الجزائر، ويبين الجدول رقم (19) وضعية الميزان التجاري للفترة 2000-2015.

الجدول رقم (19): الميزان التجاري الإجمالي في الجزائر للفترة (2000-2015) الوحدة: (مليون دولار)

السنوات	الصادرات المحروقات	الصادرات خارج قطاع المحروقات	اجمالي الصادرات F.O.B	الواردات C.A.F	الميزان التجاري	معدل التغطية
2000	21419	612	22031	9173	12858	240
2001	18484	648	19132	9940	9192	192
2002	18091	734	18825	12009	6816	157
2003	23939	673	24612	13534	11078	182
2004	31302	781	32083	18308	13775	175
2005	45094	907	46001	20357	25644	226
2006	53429	1184	54613	21456	33157	255
2007	58831	1332	60163	27631	32532	218
2008	77361	1937	79298	39479	39819	201
2009	44128	1066	45194	39294	5900	115
2010	55527	1526	57053	40473	16580	141
2011	71427	2062	73489	47247	26242	156
2012	69804	2062	71866	50376	21490	143
2013	62960	2014	64974	55028	9946	118
2014	60304	2582	62886	58580	4306	107
2015	32699	1969	34668	51702	-17034	67

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على: - تقرير التجارة الخارجية للجزائر: 2016 - www.ons.dz

FAOSTAT : Mises à jour 17 mai 2017 -

أولا: الصادرات

يبين الجدول أعلاه؛ أن الصادرات الجزائرية عرفت تطورا ملحوظا، حيث قدرت قيمة الصادرات في سنة 2000 بـ 22031 مليون دولار لتنتقل إلى 34668 مليون في سنة 2015 بمعدل نمو أكثر ويصل مبلغ الصادرات ذروته سنة 2008 حيث بلغ 79298 مليون دولار وهذا نتيجة لارتفاع أسعار المحروقات باعتبارها تشكل ما يقارب من 97% من القيمة الإجمالية للصادرات، وبعدها عرفت الصادرات تذبذبا، ويعود ذلك إلى انخفاض أسعار المحروقات نتيجة الأزمة الاقتصادية العالمية في سنة 2008 والتي أثرت على اقتصاديات كثير من الدول الأوروبية والأمريكية مما أدى إلى انخفاض الطلب العالمي على مادة النفط.

ثانيا: الواردات

ارتفعت الواردات الإجمالية من 9173 مليون دولار سنة 2000 إلى أكثر من 21456 مليون دولار سنة 2006 بمعدل نمو بلغ 59% وهذا نتيجة نمو الصادرات بمعدل أكبر من معدل نمو الواردات؛ إلا انه ابتداء من سنة 2007 بدا معدل تغطية في الانخفاض الصادرات للواردات في وهذا نتيجة لنمو الواردات الإجمالية الناتج عن نمو الواردات من المنتجات الغذائية والمواد الصناعية على وجه الخصوص وانخفاض الصادرات الناتج عن انخفاض أسعار المحروقات. والذي كان سبب في تسجيل عجز في الميزان التجاري لسنة 2015 بقيمة (-17034) مليون دولار.

المطلب الثاني: مساهمة الزراعة في التجارة الخارجية

تبتت الجزائر في سياستها الإصلاحية تحرير التجارة ومنها تجارة المنتجات الزراعية، من خلال تخفيضها للرسوم الجمركية وتقديم الدعم والحوافز للتصدير، مما نتج عنه تحسن مشاركة الزراعة في التجارة الخارجية عن طريق عمليات تصدير واستيراد هذه المنتجات، وهو ما نتناوله فيما يلي:

أولا: الميزان التجاري للمنتجات الزراعية

تعد مساهمة الزراعة في ترقية الصادرات مؤشرا آخر من المؤشرات المهمة للدلالة على أهمية القطاع الزراعي في تنمية الإقتصاد الوطني، وتمثل الصادرات بصفة عامة مصدرا أساسيا من مصادر جلب العملة الصعبة لتغطية مبالغ الإستيراد، وتمويل مشاريع التنمية المحلية، كما يعتبر التصدير منفذا أساسيا للسلع الوطنية إذا عجزت السوق الوطنية على إستيعابها، نتيجة الإكتفاء الذاتي ونقص القدرة الشرائية للمواطنين، ويبين الجدول (20) تطور الصادرات الزراعية ونسبة تغطيتها للواردات.

الجدول رقم (20) : الميزان التجاري الزراعي في الجزائر (2000-2015) الوحدة: 1000 دولار

السنوات	الصادرات الزراعية F.O.B	C.A.F الواردات الزراعية	معدل التغطية
2000	111214.6	2778209	4
2001	151849	3024084	5
2002	126849	3454494	3.7
2003	134731.2	3560592	3.8
2004	150327.6	4653102	3.2
2005	167473	4621693	3.6
2006	162922	4630807	3.5
2007	180855	6076156	3.0
2008	302451	9242160	3.3
2009	234592	8159300	2.9
2010	451619	7640555	5.9
2011	208510	7826710	2.6
2012	840000	11244490	7.4
2013	568510	17517580	3.2
2014	772540	19409380	3.9
2015	795540	11790680	6.7

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على: - المركز الوطني للمعلومات وإحصائيات الجمارك (CNIS)

1- الصادرات الزراعية:

يحتل القطاع الزراعي دورا هاما من ناحية قدرته على توفير الموارد النقدية واستخدامها في الاحتياجات الأساسية للتنمية الاقتصادية من خلال عملية التصدير للمنتجات الزراعية والتي ساهمت في تحصيل إيرادات في الفترة ما بين 2000 و2015 ، ، حيث سجلت الصادرات الزراعية نمو في نفس الفترة حيث انتقلت قيمتها سنة 2000 من 111.2 مليون دولار إلى 302.542 مليون دولار سنة 2008 ثم إلى 451.61 مليون دولار سنة 2010، لتصل إلى 795.54 مليون دولار سنة 2015؛ ويعود هذا التطور في الصادرات الزراعية إلى نتائج برامج الدعم الفلاحي والذي استفاد من أموال ضخمة؛ مما ساهم في ارتفاع الإنتاج الزراعي وتصريف الفائض إلى الأسواق الدولية . ورغم الزيادة في الصادرات الزراعية إلا أنها إذا ما قورنت بإجمالي الصادرات الإجمالية فإننا نلاحظ أنها تساهم بنسبة ضعيفة جدا حيث بلغت نسبتها في سنوات 2000 و2005 و2010 على التوالي 0.51%، 0.37%، 0.84% ولعل ذلك يرجع إلى تنامي صادرات قطاعات أخرى، وخاصة قطاع المحروقات (أمام ارتفاع أسعار النفط في الأسواق العالمية).

2- الواردات الزراعية:

ارتفعت فاتورة استيراد المنتج الزراعي في الفترة ما بين 2000 و2015، حيث بلغت سنة 2000، 2.7 مليار دولار، ثم انتقلت في سنة 2005 إلى 4.62 مليار دولار بمعدل نمو أكثر من 58% لتبلغ سنة 2008 بقيمة 9.2 مليار دولار؛ وتستمر الواردات الزراعية في الارتفاع لتبلغ ذروتها سنة 2014 بمقدار 19.4 مليار دولار وهذا قد يعود إلى زيادة الاستهلاك المحلي مع تحسن المستوى المعيشي (نتيجة وجود برامج تنمية ساهمت في الرفع من مداخيل الافراد والعائلات، إضافة إلى زيادة في الأجور)

أما بالنسبة لتغطية تكلفة استيراد المنتج الزراعي عن طريق المداخيل الناتجة عن تصدير نفس المنتج (معدل التغطية) فقد سجل مستوى ضعيف جدا، حيث بلغ 4% سنة 2000 ثم 3.6% سنة 2005 و2.9% سنة 2009 ، لترتفع إلى 7.4% سنة 2012؛ وتنخفض بعد ذلك نظير السياسة المنتهجة من طرف الدولة وهي كبح الواردات والمحافظة على الاحتياطي من الصرف الأجنبي، والملاحظ أن الجزائر تدفع فاتورة غذائها من مداخيل المحروقات مما ستكون له تداعيات خطيرة على الأمن الغذائي في حال انهيار أسعار المحروقات في الأسواق الدولية، كما يبقى الصبغة المعروفة على الاقتصاد الوطني وهو انه اقتصاد ريعي تأتي جل مداخيله من استخراج المادة الخام (النفط) من باطن الأرض وتصديرها إلى الخارج رغم جهود الدولة في ميدان تنمية الصادرات خارج قطاع المحروقات من خلال ضخ أموال ضخمة للهبوض بالقطاعات المنتجة وبالأخص القطاع الفلاحي.

ثانيا- تطور الصادرات الجزائرية من منتج التمور (2000-2015)

مازال قطاع تصدير المنتوجات الزراعية تعترضه كثير من الصعوبات أهمها:

- 1) سوء تنظيم السوق الداخلي وغياب إطار مهني للمتعاملين في مجال تصدير المنتجات الفلاحية؛
 - 2) عدم مساهمة البنوك في تمويل الصادرات الفلاحية؛
 - 3) صعوبة دخول بعض الأسواق الدولية كالأسواق الأوروبية التي تفرض شروطا صارمة على المنتوجات الزراعية الجزائرية والتي تفتقد الكثير من المعايير التي يجب ان تتوفر في المنتج للتصدير؛
 - 4) ضعف والافتقار لوسائل التبريد والحفظ والنقل التي تحافظ على سلامة المنتوجات التي هي بطبيعتها سريعة التلف.
- والجدول رقم (21) يبين تطور قيمة الصادرات من التمور الجزائرية

الجدول رقم (21): تطور صادرات منتج التمور في الجزائر للفترة (2000-2015)

السنوات	القيمة بمليون دولار
2000	14.748
2001	10.439
2002	16.359
2003	16.453
2004	14.562
2005	19.139
2006	20.043
2007	23.082
2008	19.677
2009	14.307
2010	22.617
2011	25.374
2012	23.010
2013	36.810
2014	26.720
2015	51.110

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا - المركز الوطني للمعلومات وإحصائيات الجمارك (CNIS)

- منظمة الأغذية والزراعة: FAOSTAT Mises à jour 17 mai 2017

نلاحظ من الجدول أعلاه أن هناك نوعا من التذبذب في قيمة الصادرات من التمور في الفترة ما بين 2000 و2009 ويرجع هذا التذبذب في التصدير إلى غياب إستراتيجية تسويقية فعالة وواضحة المعالم سواء من الدولة او الخواص تكون من أهدافها ترقية صادرات التمور من خلال تذليل العقبات والعوائق التي ما تزال تعترض تطوير قطاع تصدير التمور في الجزائر. فقد بلغت قيمة الصادرات من التمر خلال 2005 حدود 19 مليون دولار في حين بلغت القيمة المالية المصدرة من التمور خلال 2007 قيمة 23.082 مليون دولار، ليتراجع الحجم المصدر من هذه

المادة خلال 2009 إلى أقل من 14.307 مليون دولار ؛ بعدها عرفت الصادرات من التمور ارتفاع متزايد حيث بلغت قيمتها 51.110 مليون دولار سنة 2015.

المطلب الثالث: المشاكل المتعلقة بالصادرات الزراعية

تتصف الصادرات الزراعية بشكل عام بالعشوائية ، بالإضافة لتذبذب الإنتاج نتيجة اعتماد معظم الزراعة على الأمطار، مما أدى إلى التقلب في كمية السلع الزراعية المصدرة من عام لآخر، تبقى الجزائر بعيدة عن اعتماد أسس ومبادئ تجعلها تحافظ على أسواقها الزراعية، إذ تقتصر قرارات التصدير على حصول الفائض الذي يدفع إلى البحث عن أسواق للتصدير ، الأمر الذي لا يؤدي إلى قيام أسواق تصريفية ثابتة للمنتج الزراعي على المدى البعيد ، كما يتصف التصدير خارج قطاع المحروقات باللامبالاة، حيث تعرف التمور ذات الشهرة العالمية غياب سياسة تصديرية واضحة تسهر على تطبيقها الجهات الرسمية والمعنية بذلك¹.

أولاً: أهم العوائق ومشاكل التصدير للمنتجات الزراعية

تتمثل أهم العوائق ومشاكل التسويق الخارجي للمنتجات الزراعية فيما يلي:²

- 1) يشتكي المصدرون غالباً من التأخيرات البيروقراطية التي تسمح لهم بالاستجابة بسرعة لزيائتهم فيما يخص ترخيص الموافقة على التصدير؛
- 2) غياب إستراتيجية تسويقية ما بين المصدرين وهذا واضح من خلال غياب التنسيق وروح التعاون بين المصانع من أجل توحيد المواصفات ؛
- 3) عدم اهتمام المصدرين بما فيه الكفاية بضرورة إنشاء أقسام خاصة بتسويق المنتجات وترويج الدعاية اللازمة لها، وأخرى لفحص جودة التمور ونوعيتها ودعمها بالمهارات الوطنية ذات الخبرة والاختصاص.
- 4) مزاحمة التمور الاجنبية للتمور الوطنية وإتجاه المواطنين والمقيمين إلى شرائها بسبب عرضها الجيد للمستهلك الاجنبي رغم ارتفاع سعرها كما هو الحال لتمور التونسية.
- 5) الشروط الزراعية والفنية المشددة في بعض الدول وخاصة دول الاتحاد الاوربي.
- 6) النقص الحاد في المعلومات المتعلقة بالأسواق الخارجية من حيث حجم الطلب والأصناف المرغوبة فيها وحجم العبوات وطرق التغليف والاشتراطات الصحية والمواصفات القياسية في البلد المراد التصدير له.
- 7) ارتفاع تكاليف النقل والشحن.

¹¹ فوزية غربي، مرجع سبق ذكره، ص 316.

² سليمان دحو، التسويق الدولي للمنتج الزراعي كاداة لتنمي الصادرات الجزائرية خارج المحروقات دراسة حالة تسويق التمور في الجزائر، اطروحة دكتوراه علوم، علوم التسيير، جامعة بسكرة، 2016، ص 270.

ثانيا: دعم الصادرات

- عمدت الجزائر على تأسيس صندوق خاص لترقية الصادرات يساهم في:¹
- 1) دراسة الأسواق الخارجية وإعلام المصدرين ودراسة تحسين نوعية المنتجات والخدمات الموجهة للتصدير؛
 - 2) مشاركة المصدرين في المعارض والصالونات المتخصصة في الخارج، والتكفل بمصاريف مشاركة المؤسسات في المنتديات التقنية الدولية؛
 - 3) التكفل الجزئي الموجه للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل إعداد تشخيص (التصدير) وإنشاء خلايا تصدير داخلية؛
 - 4) البحث عن الأسواق الخارجية التي يتحملها المصدرون، وكذا الإعانة المخصصة لإنشاء الوحدات التجارية في الأسواق الخارجية؛
 - 5) الإعانة المخصصة لطبع وتوزيع الدعائم الترقية للمنتجات والخدمات الموجهة للتصدير واستعمال التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال (مواقع الكترونية)؛
 - 6) الإعانة المخصصة لإنشاء العلامة التجارية والتكفل بمصاريف حماية المنتجات الموجهة للتصدير؛
 - 7) تطبيق برامج التكوين في المهن المتعلقة بالتصدير؛
 - 8) جزء من مصاريف النقل لتصدير المواد القابلة للتلف أو ذات الوجهة البعيدة؛
 - 9) جزء من مصاريف متعلقة بتنظيم والمشاركة في التظاهرات الخاصة المنظمة على المستوى الوطني والمخصصة لترقية المنتجات الجزائرية الموجهة للتصدير.

¹ مرسوم رئاسي رقم 302-084 المتعلق بالصندوق الخاص لترقية الصادرات، صادر في 14 سبتمبر 2014.

خلاصة الفصل:

ما تم استخلاصه من هذا الفصل:

- أن أسعار السلع الزراعية تتغير نتيجة لعوامل متعددة مرتبطة بالنشاط الزراعي وهي تتمثل في الظروف المناخية، خصوبة الأراضي، وقابلية بعض السلع للتلف وعدم قابلية البعض منها للتخزين. هذه العوامل كلها ستؤثر في عرض المنتجات الزراعية ؛

- لقد كان الهدف من التشريعات القانونية التي اتخذتها الدولة الجزائرية في مجال السياسة السعرية الزراعية والمتعلقة بالمنافسة في مرحلة تحرير الأسعار و تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و توفير المناخ الملائم لتشجيع المنافسة في الأسواق من خلال تحقيق الانضباط السعري للسلع الزراعية في الأسواق، ، ومنع أي محاولات احتكارية خاصة الواسعة الاستهلاك والسلع الإستراتيجية؛

- السياسة الزراعية في الجزائر خصصت أهمية بالغة للسياسة السعرية، وذلك بتقديم الدعم لمستلزمات الإنتاج الزراعي إضافة إلى تحديد أسعار بعض المنتجات الرئيسية قصد حماية القدرة الشرائية للمستهلكين وضمان هامش ربح للمنتجين؛

- تحديد أسعار شراء محاصيل الحبوب الرئيسية (القمح، الشعير، البطاطس) كان احد أسباب توسع المساحات المزروعة وزيادة الإنتاج من تلك المحاصيل وبالتالي تحقيق أهداف الدعم؛

- عملية التحرير الكامل للأسعار في ظل برامج التعديل الهيكلي الذي اهتم بجانب العرض على أربع محاور أساسية تمثلت في تحريك الموارد المحلية، وتحسين تخصيص الموارد، وتصحيح هيكل الحوافز الاقتصادية، والإصلاحات المؤسسية. ومن من جانب الطلب الذي ركزت فيه الدولة على العودة لأسعار السوق، من خلال رفع الدعم وتخفيض العملة، وتشجيع مساهمة القطاع الخاص وتقليل نشاط الدولة، وإزالة القيود الكمية والموانع الإدارية عن التجارة ، وتشجيع الاستثمارات الزراعية وتوفير المناخ الملائم؛

- تبقى نسبة مساهمة الإنتاج الزراعي في ترقية الصادرات خارج المحروقات وفي تقليص حجم الواردات من السلع الغذائية ضعيفة ، وهذا نتيجة ضعف الإنتاج الزراعي وزيادة الطلب المحلي على هذه السلع، مما أدى إلى زيادة الفجوة الغذائية والتبعية إلى الخارج، وأحدث عجزا كبيرا في الميزان التجاري الغذائي .

الفصل الخامس:

التحليل الاقتصادي لأسعار

عينة من المنتجات الزراعية

تمهيد :

بعد أن تطرقنا في الجانب النظري إلى الأسس النظرية المتعلقة بتحديد الأسعار والعوامل المؤثرة عليها وكذا الدراسات السابقة لموضوع البحث، سنحاول في هذا الفصل إختبار مدى تطابق الجانب النظري مع الجانب التطبيقي وذلك من خلال معرفة العلاقة بين المتغيرات المستقلة التي تؤثر في دالة الطلب والعرض للمنتجات الزراعية محل الدراسة (التمور – البطاطس – الحمضيات) للفترة 2000-2015، وقياس مدى تأثير المتغيرات المستقلة على كل من العرض والطلب، هذا على المستوى الجزئي، ومعرفة المتغيرات التي تؤثر على أسعار المنتجات الزراعية على المستوى الكلي.

سنعالج في هذا الفصل المباحث الآتية:

المبحث الأول: نموذج المعادلات الآنية للعرض والطلب؛

المبحث الثاني: محددات أسعار المنتجات الزراعية على المستوى الجزئي ؛

المبحث الثالث: محددات أسعار المنتجات الزراعية على المستوى الكلي؛

المبحث الرابع: مناقشة فرضيات الدراسة

المبحث الأول: نموذج المعادلات الآنية للعرض والطلب

في مجال الاقتصاد توجد نماذج تتألف من عدة معادلات يجمع بينها تأثير مشترك بواسطة المتغيرات المتضمنة في النموذج، معظم التطبيقات الاقتصادية تتكون من العديد من المعادلات التي تنتمي إلى نظام متداخل، من أهم النماذج في الاقتصاد نموذج العرض والطلب، حيث يتم تداخل تحديد السعر والكمية بين النموذجين، فمثلا لدراسة الطلب على سلعة يجب دراسة العرض لتداخل النموذجين معا، لذا سيتم التعرف في هذا المبحث على نماذج المعادلات الآنية للعرض والطلب.

المطلب الأول: نماذج المعادلات الآنية

يمكن تعريف نموذج المعادلات الآنية؛ بأنه ذلك النموذج الذي لا يمكن تحديد القيمة التوازنية لواحد من متغيراته الداخلية على الأقل دون استخدام جميع المعادلات التي يحتويها النموذج في آن واحد، و من ثم نجد أن من خصائص هذا النموذج ما يلي¹:

(1) أن تكون المتغيرات الداخلية بمعادلات النموذج مرتبطة ارتباطا تبادليا فيما بينها فتظهر كمتغيرات تابعة تارة و مستقلة تارة أخرى؛

(2) ارتباط المتغيرات التفسيرية بحدود الخطأ العشوائية كنتيجة للخاصية الأولى مما يسقط احد افتراضات طريقة المربعات الصغرى العادية و الذي ينص على: أن الحد العشوائي يؤثر على المتغير التابع دون المستقل بالنموذج؛ حتى لا يحدث تداخل في التأثيرات، و نتيجة لسقوط هذا الفرض فإن تقدير النموذج بطريقة المربعات الصغرى يتسم بالتحيز و عدم الاتساق.

المطلب الثاني: نماذج المعادلات الآنية العرض والطلب

أولا - نموذج العرض والطلب

كما هو معروف فان سعر السلعة والكمية المباعة تتحدد عن طريق التفاعل بين منحنى العرض والطلب للسلعة؛ للتبسيط نفترض أن منحنيات العرض والطلب خطيه وبإضافة المتغير العشوائي يمكن كتابة المعادلة كما يلي²:

$$Q_{dt} = \alpha_0 + \alpha_1 P_t + u_{dt} \quad \text{دالة الطلب} \quad \text{حيث } \alpha_1 < 0$$

$$Q_{st} = \beta_0 + \beta_1 P_t + u_{st} \quad \text{دالة العرض} \quad \text{حيث } \beta_1 > 0$$

$$Q_{st} = Q_{dt} \quad \text{التوازن}$$

¹ دعاء ممدوح محمد، يحيى عبد الرحمن يحيى، التحليل الاقتصادي القياسي للاستثمار الزراعي في مصر، المجلة المصرية للبحوث الزراعية، العدد 92 الجزء الثالث، مركز البحوث الزراعية، مصر، 2014، ص 1190.

² شيخي محمد، طرق الاقتصاد القياسي محاضرات وتطبيقات، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، عمان، ص، 161.

حيث تمثل:

Q_{dt} : الكمية المطلوبة في الفترة الزمنية t

Q_{st} : الكمية المعروضة في الفترة الزمنية t

P_t : سعر السلعة في الفترة الزمنية t

u_t : حدود الخطأ

ليس من الصعب أن نلاحظ P و Q متبادلتا التأثير على سبيل المثال المتغير العشوائي u_{1t} تتغير بسبب التغير في المتغيرات التي تؤثر على Q مثل الدخل الثروة الذوق، فيزحف منحني الطلب إلى أعلى إذا كانت موجبة وإلى اليسار إذا كانت u_{1t} سالبة. أي زحف في المنحنى يؤدي إلى تغير قيمة P و Q . وكذلك إذا تغيرت u_{2t} (تغير سعر عناصر الإنتاج، تغيرات في التقنية... الخ) ستؤدي إلى زحف منحني العرض مسببة تغير في P و Q ، بسبب الاعتماد المتداخل بين P و Q ، P و u_{1t} في المعادلة الأولى، و Q و P و u_{2t} في المعادلة الثانية.

أي أن هناك على الأقل عدداً من المتغيرات تتحدد آنياً، أي تؤثر وتتأثر ببعضها البعض، وفي هذه الحالة فإنه لا يمكن استخدام نموذج مكون من معادلة واحدة لوصف العلاقة بين المتغيرين Q و P ، لذلك فإنه لا بد من استخدام نموذج متعدد المعادلات، وإن أحد أهم هذه النماذج التي تنطوي على الاعتماد المتبادل بين المتغيرات هو منظومة المعادلات الآنية

ثانياً- البناء الهيكلي والصورة المختزلة للمعادلات

لمعرفة المشاكل التي تواجه تقدير المعادلات الآنية، يجب تعريف بعض المفاهيم مثل طبيعة نظام المعادلات الآنية، هل التغير في السعر هو الذي يسبب ارتفاع الكمية المطلوبة أو ارتفاع الكمية المطلوبة هو الذي يؤدي إلى التغير في السعر؟ يعني هناك تحديد مرتبط بين المتغيرين، أي أن هناك علاقة سببية بين المتغيرين؛ ارتفاع الأسعار سيؤدي إلى انخفاض الكمية المطلوبة، وانخفاض الكمية المطلوبة سيؤدي إلى انخفاض الكمية المعروضة؛ وانخفاض الكمية المعروضة سيؤدي إلى ارتفاع الأسعار وهكذا، وهذا يتطلب تطبيق المعادلات الآنية¹.

نظام المعادلات الآنية هو النظام الذي يكون فيه تأثير للمتغير التابع على أحد المتغيرات المستقلة؛ بالإضافة إلى التأثير الموجود من المتغيرات المفسرة على المتغير التابع.

لبناء نموذج المعادلات الآنية يجب الفصل بين المتغيرات المحددة آنياً (المتغيرات الداخلية)، والمتغيرات التي لا تحدد آنياً (متغيرات خارجية). يجب ملاحظة أن المتغير يسمى داخلي لأنه مشترك التحديد وليس لأنه يظهر في كلا

¹ شيخي محمد، مرجع سبق ذكره، ص، 164.

المعادلتين، كيف نقرر ما إذا كان متغير داخلي أو خارجي؟ هناك بعض العوامل دائماً خارجية مثل الجو الخارجي، ولكن هناك متغيرات لا تعتبر خارجية ولا داخلية اعتماداً على عدد وطبيعة المتغيرات في المعادلات الأخرى في النظام، وفي بعض النماذج التي تتضمن متباينات زمنية، نجد أن النموذج يتضمن معادلات المتباينات الموزعة، تسمى المتغيرات المتباينة للمتغير الداخلي والمتغيرات الخارجية في النموذج بالمتغيرات المحددة سابقاً؛ أي أن المتغيرات الخارجية والمتغيرات المتباينة محدد خارج النظام لمعادلات محده أو قبل الفترة الحالية¹.

ثالثاً- الصورة المختزلة للنموذج

من الممكن التعبير عن نظام المعادلات الآتية من خلال شكل مختزل للمعادلات، أي معادلات تعبر عن متغيرات داخلية معبر عنها بحد الخطأ، والمتغيرات المحددة سابقاً (المتغيرات الخارجية والمتغيرات المتباينة) فقط. من معادلات الطلب والعرض الآتية:

$$Q_{1t} = \alpha_0 - \alpha_1 P_t + \alpha_2 Y_{1t} + \alpha_2 P_t^c + u_{1t} \dots \dots \dots (1)$$

$$P_t = \beta_0 + \beta_1 Q_t^d + \beta_2 P_t^L + \beta_3 P_t^c + u_{2t} \dots \dots \dots (2)$$

$$Q_s = \beta_0 + \beta_1 P_t + \beta_2 P_t^L + u_{2t} \dots \dots \dots (3)$$

$$Q_{st} = Q_{td}$$

حيث: P_t : سعر السلعة في الفترة t

Q_t^d : كمية السلعة المطلوبة في الفترة t

Q_{st} : كمية السلعة المعروضة في الفترة t

Y_{1t} : الدخل المتاح في الفترة t

P_t^c : سعر السلعة البديلة C

P_t^L : تمثل سعر عناصر الإنتاج L

u_t : حد الخطأ العشوائي

المتغيرات العشوائية للمعادلة الأولى والمعادلة الثانية. u_{1t} , u_{2t} متغيرات خارجية و P^L و P^C ، Y_{1t} متغيران داخليان، و P_t , Q_t حيث

لتحديد المعادلات المختزلة لنموذج العرض والطلب نحصل على معادلتين مختزلتين فقط:

$$Q_t^d = \pi_0 + \pi_1 Y_t + \pi_2 P_t^c + \pi_2 P_t^L + u_{1t}$$

$$P_t = \pi_4 + \pi_5 Y + \pi_6 P_t^c + \pi_7 P_t^L + u_{2t}$$

¹ شبيخي محمد، مرجع سبق ذكره، ص، 166

يظهر السعر في المعادلات المختزلة في الجانب الأيسر لأنه متغير داخلي، حيث v تمثل حدود الخطأ، و π معاملات المعادلات المختزلة.

إن كل معادلة تحوي متغير داخلي واحد فقط، وهو المتغير التابع والمعادلتين كل منهما تحوي نفس المتغيرات المحددة سابقاً، وهذه المعاملات تسمى مضاعفات التأثير؛ وهي تقيس تأثير المتغيرات الداخلية لارتفاع بوحدة واحدة في قيمة المتغيرات المحددة مسبقاً، بعد الأخذ في الاعتبار لتأثير النظام الآني ككل. هناك على الأقل أربعة أسباب لاستخدام المعادلات المختزلة:

- 1) المعادلات المختزلة لا تتضمن الصفة الآنية ولا يمكن تقديرها باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية؛
- 2) يمكن الحصول على المعاملات الهيكلية من المعاملات المختزلة، أي يمكن استخدام المعاملات π للحصول على α ، β للمعادلات في النظام الآني؛
- 3) يتم شرح وتفسير المعاملات للمعادلة المختزلة π بتفسير اقتصادي؛
- 4) المعادلات المختزلة لها دور مهم في تقدير المعادلات الآنية.

رابعاً - التحيز في مقدرات طريقة المربعات الصغرى العادية

لاستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية، يجب أن لا يكون هناك خرق بفروضها، لأنه إذا تم تطبيقها في المعادلات الهيكلية للنظام الآني، فإن مقدرات طريقة (م ص ع) تكون متحيزة، هذا التحيز يسمى التحيز الآني أو تحيز المعادلات الآنية، ولتطبيقها يجب إتباع الخطوات التالية:¹

- 1) إيجاد النموذج المختزل؛ أي التعبير عن المتغيرات الداخلية للمنظومة بدلالة المتغيرات الخارجية والداخلية المرتدة زمنياً؛
- 2) تطبيق طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية لتقدير معالم النموذج المختزل؛
- 3) يتم الحصول على مقدرات المعالم الهيكلية من مقدرات معاملات الشكل المختزل الذي تم الحصول عليه في الخطوة السابقة باستخدام العلاقات الرياضية التي تجمع بين معالم الشكل الهيكلية ومعالم الشكل المختزل.

المطلب الثالث: تقدير المعادلات الآنية باستخدام المربعات الصغرى ذات المرحلتين Two-Stage Least Squares (2SLS)

على الرغم من أن هناك العديد من طرق التقدير متوفرة لتجنب التحيز الموجود في حالة تطبيق م ص ع على المعادلات الآنية؛ إلا أن أكثر طريقة مستخدمة هي طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين؛ حيث أن مقدرات طريقة م ص ع؛ سوف تكون متحيزة لتجنب هذا التحيز يمكن إيجاد متغير يتميز بالآني:

¹ حسين علي بخيت، سحر فتح الله، الاقتصاد القياسي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2007، عمان، ص 322.

1) يكون مساوي في القيمة للمتغير الداخلي؛

2) أن لا يكون مرتبط مع الخطأ العشوائي.

إذا وجد هذا المتغير وتم استبداله بالمتغير الداخلي، سيظهر كمتغير مفسر ويكون غير مرتبط مع الخطأ العشوائي؛ فإن فروض طريقة (م ص ع) تكون موجودة، هذا المتغير يسمى المتغير الأداة Instrumental variable؛ ليحل محل المتغير الداخلي؛ أي يحل محل المتغير التابع Y_1 في المعادلة الأولى؛ حيث أنه لا يوجد سببية causality بين المتغير الأداة وأي من المتغيرات الداخلية؛ واستخدام المتغير الأداة يجنب النموذج مشكلة خرق فرض (م ص ع)، لإيجاد ذلك المتغير نسعى لاستخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين.

$$Y_{1t} = \alpha_0 + \alpha_1 Y_{2t} + \alpha_2 X_{1t} + u_{1t} \dots \dots \dots (1)$$

$$Y_{2t} = \beta_0 + \beta_1 Y_{1t} + \beta_2 X_{2t} + u_{2t} \dots \dots \dots (2)$$

إذا وجدنا متغير مرتبط مع Y_2 في المعادلة الثانية؛ ولكن غير مرتبط مع الخطأ العشوائي U_2 فإنه يمكن استبدال المتغير الجديد للمتغير Y_2 في الجانب الأيمن من المعادلة 2؛ ونتخلص من خرق فرض (م ص ع)؛ هذا المتغير الجديد يسمى المتغير الأداة يحل محل المتغير الداخلي؛ فهو متغير بديل للمتغير الداخلي ومستقل من المتغير العشوائي.

إيجاد المتغير الأداة يتم باستخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين؛ وتعتبر هذه الطريقة الأبسط والأوسع انتشارا وتتضمن الطريقة إيجاد متغيرات أداة لتحل محل المتغيرات الداخلية في النموذج والتي تظهر كمتغير مفسرة في المعادلات الآنية؛ ويقوم ذلك بأجراء انحدار على الشكل المختزل للجانب الأيمن للمتغيرات الداخلية المراد إحلاله، ثم نستخدم مقدرات المتغير التابع من انحدار الشكل المختزل للمتغير الأداة، وتكون مرحلتي التقدير كما يلي:¹

1) المرحلة الأولى: يتم إجراء انحدار لكل متغير داخلي على مجموعة المتغيرات الخارجية الموجودة في النموذج

الهيكلية؛ أي انحدار الصورة المختزلة والذي يقود إلى قيمة مقدرة للمتغير الداخلي؛ كما هو موضح في

المعادلتين الآتيتين:

$$\hat{Y}_{1t} = \hat{\pi}_0 + \hat{\pi}_1 X_t + \hat{\pi}_2 Z_t$$

$$\hat{Y}_{2t} = \hat{\pi}_3 + \hat{\pi}_4 X_t + \hat{\pi}_5 Z_t$$

¹ Eric DOR , Econométrie , Pearson , 2009,France , p133.

المرحلة الثانية: تتضمن استخدام القيم المقدرة للمتغيرات الداخلية الموجودة $\hat{Y}_{2t}, \hat{Y}_{1t}$ على يمين المعادلة الهيكلية؛ وذلك عوضاً عن قيمها الأصلية في انحدار عادي ثاني؛ ويعني ذلك استخدام القيم المقدرة (وتسمى متغير أداة Instrumental variable)؛ بدلا عن القيم الحقيقية لتلك المتغيرات عند إجراء الانحدار، ويتم تقدير المعادلات التالية باستخدام طريقة (م ص ع)؛ كما هو موضح في المعادلتين الآتيتين:

$$Y_{1t} = \beta_0 + \beta_1 \hat{Y}_{2t} + \beta_2 X_t + u_t$$

$$Y_{2t} = \alpha_0 + \alpha_2 \hat{Y}_{1t} + \alpha_5 Z_t + u_t$$

ولتقدير النموذج الآتي باستخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين؛ يجب أن تتوفر عدد من الافتراضات أهمها¹:

- 1) تتميز مقدرات طريقة م ص ذات المرحلتين بأنها متسقة ولكن تظل متحيزة في العينات الصغيرة؛
- 2) يجب التأكد من المتغيرات الداخلة في النموذج المختزل؛ أي القيام باختبارات حسن التوفيق؛
- 3) إذا كانت المتغيرات المحددة سابقا مرتبطة فيما بينها؛ فإن النموذج لن يكون جيدا؛
- 4) نتائج التقدير باستخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين أفضل بكثير من مقدرات طريقة (م ص ع).

المطلب الرابع: مشكلة التمييز وشرط الترتيب في نموذج المعادلات الآتية

أولا- مشكلة التمييز

تشير مشكلة التمييز إلى إمكانية أو عدم إمكانية حساب المعالم الهيكلية لنموذج المعادلات الآتية؛ من معالم النموذج المختزل، ويمكن أن تكون المعادلات في النظام مميزة بالضبط أو زائدة التمييز أو ناقصة التمييز؛ فإذا ما كانت تلك المعادلات معرفة فإنه يمكن أن تقدر بطريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين؛ أما إذا كانت المشكلة غير مميزة فإن ذلك يعني أنه لا يمكن تطبيق طريقة المربعات الصغرى عليها، من المهم معرفة الإشارة إلى أنه إذا ثبت أن المعادلة مميزة؛ فإن ذلك يشير إلى إمكانية تطبيق المربعات الصغرى ذات المرحلتين فقط.²

وشرط التمييز هو متطلب لتطبيق طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين على معادلات النظام الآتي ، والمعادلات الهيكلية تكون مميزة فقط؛ عندما تكون عدد من المتغيرات المحددة سابقا في النظام الآتي محذوفة من المعادلة التي تهم البحث في النموذج؛ لتسمح بأن تكون المعادلة متميزة عن جميع المعادلات الأخرى في النظام؛ يعني قد تكون معادلة واحدة مميزة في النظام وأخرى قد لا تكون مميزة .

¹ عبد القادر محمد عبد القادر عطية، الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2001، ص 623.
² دومنيك سالفاتور، الإحصاء والاقتصاد القياسي، ترجمة سعدي حافظ منتصر، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 1993، ص 237.

كيف يكون هناك معادلات غير مميزة؟ يكون ذلك على سبيل المثال في معادلة عرض وطلب في نظام آني حيث يكون السعر والكمية هي التمييز فقط¹.

$$Q_{Dt} = \alpha_0 + \alpha_1 P_t + u_{Dt} \quad (Demand)$$

$$Q_{St} = \beta_0 + \beta_1 P_t + u_{St} \quad (Supply)$$

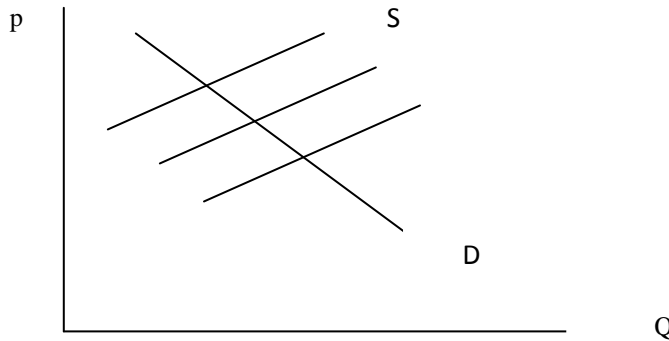
بينما تم تسمية إحدى المعادلة بمعادلة الطلب والأخرى بمعادلة العرض، فإنه لا يمكن تمييز هذه المعادلتين من البيانات

لأن المتغيرات على يمين المعادلة وعلى يسار المعادلة متماثلة، بدون متغيرات محددة سابقاً متضمنة في المعادلة لا يمكن التفريق بين المعادلتين.

لكن بإضافة متغيرات محددة سابقاً إلى إحدى المعادلات مثل معادلة العرض. المعادلة ستكون كما يلي:

$$Q_{St} = \beta_0 + \beta_1 P_t + \beta_2 Z_t + u_{St}$$

أي نميز معادلة العرض بالمتغير Z ، يعني أي تغيير في قيمة Z سيؤدي إلى زحف منحني العرض، ولكن منحني الطلب لن يزحف كما هو موضح في الشلل الآتي:



الطريقة المتبعة لتمييز كلا المعادلتين هو إضافة متغير محدد سابقاً لكلا المعادلتين. فإذا أردنا أن نميز معادلة الطلب نضيف المتغير X_t ؛ لمنحني الطلب عندما تتغير X_t سوف يزحف منحني الطلب ومن ذلك يمكن تمييز منحني العرض والطلب بالمعادلتين الآتيتين:

$$Q_{Dt} = \alpha_0 + \alpha_1 P_t + \alpha_2 X_t + u_{Dt} \quad (Demand)$$

$$Q_{St} = \beta_0 + \beta_1 P_t + \beta_2 Z_t + u_{St} \quad (Supply)$$

¹ Régis Bourbonnais, Econométrie-cours et exercices corrigés, DUNOD, 9^e édition, 2015, Paris, p 222.

ثانياً- شرط الترتيب

يعتبر هذا الشرط ضرورياً ولكنه غير كافٍ لتشخيص أي معادلة في منظومة المعادلات الآنية؛ ولتوضيح فكرة اختبار تحقق شرط الترتيب في معادلة ما في منظومة المعادلات الآنية، نفترض أن عدد المتغيرات الكلية في المنظومة الآنية (المتغيرات الداخلية أو الخارجية أو المتخالفة زمنياً) هو (T) وأن عدد المعادلات الكلية في المنظومة هو (E) وأن عدد المتغيرات في المعادلة محل الاختبار هو (V) فإن¹:

$$(1) \quad \text{تعد المعادلة فوق التشخيص إذا كان } T-V > E-1$$

$$(2) \quad \text{تعد المعادلة مشخصة تماماً إذا كان } T-V = E-1$$

$$(3) \quad \text{تعد المعادلة تحت التشخيص فيما عدا ذلك.}$$

ثالثاً: شرط الرتبة

يعد هذا الشرط تأكيداً لاختبار شرط الترتيب، إذ ترتب كافة المعلمات الهيكلية بدلالة كافة متغيرات المنظومة على شكل مصفوفة، ثم يتم حذف معلمات المعادلة موضع الاختبار، بعد ذلك يتم تجزئة المصفوفة الناتجة إلى كافة المصفوفات الجزئية ذات الدرجة (E-1) فإذا كان محدد واحد على الأقل من المصفوفات الجزئية لا يساوي الصفر فإن المعادلة تكون مشخصة تماماً، أما إذا كانت جميع المصفوفات الجزئية ذات الدرجة (E-1) مساوية للصفر فإن المعادلة تكون تحت التشخيص².

¹ الجبوري وآخرون، تحليل متعدد المتغيرات، دار الكتب للطباعة والنشر، 2000، بغداد، ص 472.

² المرجع نفسه، ص 473.

المبحث الثاني: محددات أسعار المنتجات الزراعية على المستوى الجزئي

يستهدف هذا المبحث التعرف على أهم العوامل المؤثرة على أسعار المنتجات الزراعية قيد الدراسة، و لتحقيق ذلك تم تصميم نموذج قياسي يتلاءم مع هدف الدراسة.

المطلب الأول: تحويل الأسعار الجارية للأسعار الحقيقية (الثابتة)

تشكل ظاهرة تقلبات الأسعار إحدى المؤثرات الأساسية التي تتعرض لها المتغيرات الاقتصادية، سواء كانت كلية أو جزئية، حيث أن بعض من إجراءات تقويم الأداء تتطلب دراسة العلاقات النسبية بين الفترة الحالية والفترات السابقة، وإجراء المقارنات بينها بغض النظر عن طول الفترة الزمنية المذكورة؛ فقد تكون بين أشهر السنة الواحدة أو بين هذه السنة أو السنة السابقة، أو لفترة سنوات مضت، وحيث أن الأسعار تتغير بين فترة وأخرى لذلك يتعين استبعاد أثرها على النتائج المستخلصة، وإلا كانت هذه النتائج مضللة ولا تقدم صورة واضحة ودقيقة عن مدى تقدم أو تأخر أداء الوحدة الاقتصادية.¹

لبيان أهمية استبعاد تأثيرات تقلبات الأسعار ومن أجل معرفة الطرق المتبعة في تحويل الأسعار الجارية إلى الأسعار الحقيقية، نستخدم الأرقام القياسية للأسعار بطريقة باش ونأخذ سنة الأساس 2001، أي (2001=100%)، والتي نقارن بها بقية السنوات، وتحسب الأسعار الجارية لسلع محل الدراسة بالطريقة التالية:²

$$\text{الأسعار الثابتة} = \frac{\text{الاسعار الجارية}}{\text{الرقم القياسي للاسعار}} \times \text{الرقم القياسي لسنة الاساس}$$

وتجدر الإشارة إلى أن سنة الأساس؛ يمكن أن تكون أي سنة من سلسلة السنوات التي يشملها التحليل والقياس لتكون سنة أساس لاعتبار أن جرى التعارف عليها باستقرار الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسعرية، وتماشيا مع اعتبارات فنية وإدارية ضمن القطاع الاقتصادي.³

المطلب الثاني: توصيف النموذج لتحديد أسعار المنتجات الزراعية لعينة الدراسة

تم تحديد المتغيرات التي يتضمنها النموذج من خلال مصادر النظرية السابق ذكرها والمعلومات المتاحة عن الظاهرة المدروسة، وتم تحديد شكل و اتجاه العلاقة ما بين متغيرات هذا النموذج وفقاً للنظرية الاقتصادية في هذا المجال تم تحديد هيكل متغيرات النموذج المقترح على النحو الآتي:

¹ مجيد الكرخي، تقويم الأداء في الوحدات الاقتصادية باستخدام النسب المالية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2014، ص70.
² عبد القادر محمود رضوان، مبادئ الحسابات الاقتصادية القومية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، الجزائر، 1999، ص156.
³ مجيد الكرخي، مرجع سبق ذكره، ص75.

أولاً- العوامل المؤثرة على عرض المنتجات الزراعية

حيث افترضنا أن أهم العوامل التي تؤثر على عرض منتجات الزراعة هي المساحة المزروعة والأسعار الحقيقية بالإضافة إلى عنصر الزمن، وهذه العلاقة يمكن توضيحها من دالة العرض الآتية:

$$Q_{st} = \beta_0 + \beta_1 P_t + \beta_2 S_t + \beta_3 T + u_{st}$$

حيث:

Q_{st} : دالة العرض

P_t : سعر المنتج الزراعي

S_t : المساحة المزروعة

T : الزمن

u : حد الخطأ العشوائي

ثانياً-العوامل المؤثرة على الطلب للمنتجات الزراعية

حيث افترضنا أن أهم العوامل التي تؤثر على طلب المنتجات الزراعية هي أسعار المنتجات الزراعية والدخل المتاح للاستهلاك، وهذه العلاقة يمكن توضيحها من دالة الطلب الآتية:

$$Q_{Dt} = \alpha_0 + \alpha_1 P_t + \alpha_2 R_t + u_{Dt}$$

حيث:

Q_{Dt} : دالة الطلب

P_t : سعر المنتج الزراعي

R_t : الدخل المتاح للاستهلاك

u : حد الخطأ العشوائي

3 - معادلة تعريفية الطلب يساوي العرض: $Q_{Dt} = Q_{st}$

وبالتالي يصبح النموذج الآتي بصيغته الرياضية على النحو الآتي:

$$Q_{st} = \beta_0 + \beta_1 P_t + \beta_2 S_t + \beta_3 T + u_{st}$$

$$: Q_{Dt} = \alpha_0 + \alpha_1 P_t + \alpha_2 R_t + u_{Dt}$$

$$Q_{Dt} = Q_{st}$$

النظام أعلاه يحتوي متغيرين داخليين و هما: Q_t ، P_t و ثلاثة متغيرات خارجية وهي، R_t ، S_t ، T ،

ثالثا- تمييز النموذج

تطبيق شرط الدرجة على معادلات النموذج الآني لعرض والطلب على المنتجات الزراعية:

(1) عدد المتغيرات الكلية في النموذج (المتغيرات الداخلية و الخارجية) هو (T=5)؛

(2) عدد المتغيرات في المعادلة محل الاختبار هو (V)؛

(3) عدد معادلات النموذج هو (E=2).

والجدول رقم (22) يبين تمييز معادلة الطلب ومعادلة العرض للنموذج الآني للمنتجات الزراعية قيد الدراسة.

جدول رقم (22) تمييز النموذج الآني للدراسة

المعادلة	V-T	1-E	نوع التمييز
معادلة الطلب على المنتج الزراعي	3-5	1-2	فوق التمييز
معادلة عرض المنتج الزراعي	4-5	1-2	مميزة تماما

المصدر: إعداد الباحث

من الجدول أعلاه يمكن القول بأن معادلة الطلب على المنتج الزراعي زائدة التمييز ومعادلة العرض مميزة تماما ويمكن تقدير معاملاتها باستخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين.

المطلب الثالث: النموذج الآني للتمور

مما تقدم ولغرض توصيف المتغيرات الداخلة في النموذج الآني لسوق التمور، تم الاعتماد على متغيرات دالة الطلب والعرض والمتمثلة في الرقم القياسي للأسعار الحقيقية للتمور (P)، الرقم القياسي لإنتاج التمور (Q)، الرقم القياسي للمساحة المزروعة (S)، الدخل المتاح (R)، الزمن (T) في الجزائر للفترة (2000-2015)

وتجدر الإشارة إلى أنه تم استخراج الأرقام القياسية الموضحة في الجدول رقم (23) من الملحق رقم (01) للتعبير عن المتغيرات التي تضمنها نموذج البحث وليس على قيمها المطلقة ، وكذا مراعاة فرضيات النظرية الاقتصادية التي تدور غالبا حول التغيرات الحقيقية وليس حول التغيرات النقدية ، وبمعنى آخر تعالج التغيرات النسبية في بعض الظواهر وأثرها في المتغيرات التابعة لها .

الجدول رقم (23) النموذج الآني للتمور

الرقم القياسي للأسعار الحقيقية للتمور (P)، الرقم القياسي لإنتاج التمور (Q)، الرقم القياسي للمساحة المزروعة (S)، الدخل المتاح (R)، الزمن (T) في الجزائر للفترة (2000-2015)

R	S	Q	P	T
92,77	98,88	98,88	100,03	2000
100,00	100,00	100,00	100	2001
107,66	112,22	112,22	101,75	2002
115,08	121,35	121,35	95,32	2003
128,32	127,82	127,82	100,41	2004
138,17	137,22	137,22	108,37	2005
145,89	142,02	142,02	112,23	2006
160,40	146,36	146,36	119,08	2007
180,40	148,43	148,43	132,28	2008
202,62	147,19	147,19	143,4	2009
222,74	148,90	148,90	160,32	2010
246,15	149,18	149,18	169,67	2011
282,02	151,23	151,23	177,95	2012
312,26	152,35	152,35	193,37	2013
339,05	153,03	153,03	223,83	2014
355,19	152,50	152,50	225,2	2015

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الملحق رقم (01)

أولاً- النموذج الآني للعرض والطلب على التمور

بعد تقدير معطيات الجدول رقم (23) باستخدام برنامج Eviews تم التحصل على معادلتين الطلب والعرض لمنتج التمور بالصيغة التالية:

$Q_d = - 2.85 P + 1.62 R + 244.42$	دالة الطلب على التمور
$Q_s = - 155.94 T + 539. S - 2.08 P + 0.62$	دالة العرض

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (02)

ثانياً- التقييم وفق النظرية الاقتصادية

من خلال معادلتى العرض والطلب للتمور أعلاه تم تقييمهما من خلال مطابقة إشارات المعالم المقدرة وفق النظرية الاقتصادية:

- 1) إشارة معلمة السعر في دالة الطلب سالبة وهذا ما تتوافق مع النظرية الاقتصادية التي تقول أن دالة الطلب عكسية في الأسعار؛ أي كلما ارتفعت الأسعار انخفضت الكمية المطلوبة والعكس صحيح؛
- 2) إشارة معلمة الدخل في دالة الطلب موجبة؛ وهي تتفق مع النظرية الاقتصادية؛ بحيث أنه كلما زاد الدخل يزيد الاستهلاك؛
- 3) بالنسبة لدالة العرض فإشارة المعلمة الخاصة بالسعر موجبة وهذا ما تتوافق مع النظرية الاقتصادية التي تقول أن دالة العرض دالة طردية في الأسعار؛ أي كلما ارتفعت الأسعار زادت الكمية المعروضة والعكس صحيح؛
- 4) إشارة المعلمة للمساحة المزروعة في دالة العرض موجبة كذلك وهي تتفق مع النظرية الاقتصادية؛ بحيث كلما زادت المساحة المزروعة أدى ذلك إلى زيادة الإنتاج الزراعي؛
- 5) إشارة المعلمة الخاصة بالزمن في دالة العرض سالبة وهذا يدل أن العوامل الأخرى تؤثر بالسلب على زيادة الإنتاج، وتوضح تناقض الغلة عبر الزمن.

ثالثاً- التقييم وفق المعيار الإحصائي

اختبار جودة توفيق النموذج تتم من خلال قيم معامل التحديد المعدل وكذلك اختبار معنوية المعالم المقدرة.

1- اختبار جودة توفيق النموذج

يعرف هذا الاختبار باختبار القوة التفسيرية للنموذج؛ ويتم ذلك باستخدام معامل التحديد المعدل R^2 فكلما كانت قيمة R^2 عالية؛ دل ذلك على جودة توفيق النموذج والجدول رقم (24) يوضح قيم معامل التحديد المعدل لدالتي العرض والطلب.

الجدول رقم (24) اختبار جودة التوفيق للنموذج الآني للتمور

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة معامل التحديد المعدل R^2
دالة الطلب P	Q R	0.98
دالة العرض Q	P S T	0.96

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (02)

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة R^2 في معادلة الطلب على التمور بلغت 0.98؛ أي أن المتغيرات المستقلة والتي تتمثل في الكمية المستهلكة والدخل المتاح؛ تؤثر بحوالي 98% على المتغير التابع والمتمثل في السعر؛ والتي تم تفسيرها من خلال النموذج، بينما 2% المتبقية تعزى لمتغيرات أخرى خارج النموذج؛ وهذا ما يدل على جودة توفيق معادلة الطلب.

أما بالنسبة لمعادلة عرض التمور فقد كانت قيمة R^2 تساوي 0.96؛ أي أن المتغيرات المستقلة المتمثلة في السعر والمساحة المزروعة وعنصر الزمن؛ تؤثر بحوالي 96% على المتغير التابع والمتمثل في الكمية المعروضة، بينما 4% المتبقية تعبر عن المتغيرات التي لا يتضمنها النموذج، وهذا ما يفسر جودة توفيق معادلة العرض.

2- إختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج

الجدول رقم (25) إختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج التمور

معادلة الطلب على التمور P				معادلة العرض Q _s			
variables	Coefficient	t-Statist	Prob	variables	Coefficient	t-Statist	Prob
C	78.55	6.25	0.0001	C	-155.94	-2.42	0.022
Q	-0.35	-3.03	0.0055	P	0.62	2.42	0.022
R	0.57	22.66	0.000	S	2.08	4.63	0.0001
				T	-9.53	-2.44	0.022

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (02)

تشير النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (25) في معادلة الطلب على التمور أن القيمة الاحتمالية (Prob) لمتغير الكمية تساوي $0.05 \geq 0.0055$ ومنه نرفض الفرضية $H_0: \beta_1 = 0$ ، ونقبل الفرضية

$H_1: \beta_1 \neq 0$ ، أي أن β_1 يختلف معنويًا عن الصفر بمستوى دلالة 5%، وبالتالي هناك علاقة ذات دلالة إحصائية

بين الكمية والمتغير التابع السعر، أي أن القيم المقدرة لديها معنوية إحصائية، كما تشير النتائج على أن قيمة t (22.66) لمعلمة الدخل R ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.000).

بالنسبة لمعادلة العرض نلاحظ أن القيمة الاحتمالية (Prob) لمتغير السعر تساوي $0.022 \geq 0.05$ ومنه نرفض الفرضية $H_0: \beta_1 = 0$ ، ونقبل الفرضية $H_1: \beta_1 \neq 0$ ، أي أن β_1 يختلف معنويًا عن الصفر بمستوى دلالة

5%، وبالتالي هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين السعر والمتغير التابع الكمية، أي أن القيم المقدرة لديها معنوية إحصائية، كما تشير النتائج على أن قيمة t (4.63) لمعلمة المساحة المزروعة S ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.0001)، وأخيرًا تشير النتائج على أن قيمة t (-2.44) لمعلمة الزمن N ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.0022).

3- مشكلة الارتباط الذاتي

يتم اكتشاف مشكلة الارتباط الذاتي عن طريق إحصائية ديبرين واتسون (D.W)؛ فإذا كانت قيمة ديبرين واتسون قريبة من القيمة المعيارية وهي (2) أوتساويها؛ دل ذلك على خلو المعادلة من مشكلة الارتباط الذاتي؛ أما إذا كانت القيمة أصغر من (1.5) دل ذلك على وجود ارتباط ذاتي موجب وإذا كانت القيمة أكبر من (2.5) دل ذلك على وجود ارتباط ذاتي سالب.¹

جدول رقم (26) مشكلة الارتباط الذاتي لنموذج التمور

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة durbin-watson
دالة طلب التمور P	R Q	1.67
دالة عرض التمور Qs	P S T	2.30

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (02)

يوضح الجدول رقم (26) أن معادلتى العرض والطلب للتمور والمعرفة بالسعر والكمية لا تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي، حيث أن قيمة (ديبرين واتسن) في كلتا المعادلتين تقترب من القيمة المعيارية للاختبار وهي: 2.

4- مشكلة اختلاف التباين

أهم الاختبارات المستخدمة للكشف عن مشكلة اختلاف التباين هو اختبار (آرش- وايت)؛ حيث يتم قراءة القيمة الاحتمالية $obs R^2$ ؛ ومقارنتها مع مستوى الدلالة المعنوية (0.05)؛ إذا كانت قيمة الاحتمال أكبر من

¹ حسين علي بخيت، سحر فتح الله، مرجع سبق ذكره، ص 202.

(0.05) يتم قبول فرض العدم الذي ينص على عدم وجود مشكلة اختلاف التباين؛ أما إذا كانت قيمة الاحتمال أقل من (0.05)؛ تم رفض فرض العدم و قبول الفرض البديل الذي ينص على وجود مشكلة اختلاف التباين. والجدول رقم (27) يبين مشكلة اختلاف التباين في النموذج الآني للتمور.

جدول رقم (27) اختلاف مشكلة التباين النموذج الآني للتمور

المعادلة	Obs*R-squared	Probability
الطلب على التمور	10.58593	0.0602
عرض التمور	15.53394	0.0773

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (03)

يتضح من الجدول رقم(27) أن معادلة الطلب و معادلة العرض على التمور؛ لا تعاني من مشكلة اختلاف التباين حيث أن القيمة الاحتمالية لاختبار(آرش- وايت)؛ أكبر من قيمة 0.05.

المطلب الرابع: النموذج الآني للبطاطس

الجدول رقم (28) النموذج الآني للبطاطس

الرقم القياسي للأسعار الحقيقية للبطاطس (P) ، الرقم القياسي لإنتاج البطاطس (Q)، الرقم القياسي للمساحة المزروعة (S)، الدخل المتاح (R)، الزمن (T) في الجزائر للفترة (2000-2015)

R	S	P	Q	T
92,77	110,49	97,25	124,86	2000
100,00	100,00	100,00	100,00	2001
107,66	110,29	105,16	137,86	2002
115,08	134,76	75,65	194,36	2003
128,32	141,58	84,89	196,05	2004
138,17	151,57	71,77	222,96	2005
145,89	150,21	105,22	225,48	2006
160,40	120,59	143,78	155,79	2007
180,40	139,60	96,79	224,46	2008
202,62	159,78	111,87	272,54	2009
222,74	185,43	90,53	341,21	2010
246,15	200,49	93,64	399,30	2011
282,02	210,77	118,20	436,24	2012
312,26	244,96	81,19	505,21	2013
339,05	237,39	103,17	483,18	2014
355,19	226,60	108	467,05	2015

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على الملحق رقم (04)

أولاً- النموذج الآني للعرض والطلب على البطاطس بالصيغة التالية:

بعد تقدير معطيات الجدول رقم (28) باستخدام برنامج Eviews تم التحصل على معادلي الطلب والعرض لمنتج البطاطس بالصيغة التالية :

$Q_d = - 2.11 P + 1.61 R + 177.68$	دالة الطلب على البطاطس
$- 270.88 T + 3.0 S - 3.19 P + 0.53 + Q_s =$	دالة العرض البطاطس

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (05)

ثانياً- التقييم وفق النظرية الاقتصادية

من خلال معادلي العرض والطلب البطاطس أعلاه تم تقييمهما من خلال مطابقة إشارات المعالم المقدرة للنظرية الاقتصادية :

- 1) إشارة معلمة السعر في دالة الطلب سالبة وهذا ما تتوافق مع النظرية الاقتصادية التي تقول أن دالة الطلب عكسية في الأسعار؛ أي كلما ارتفعت الأسعار قلت الكمية المطلوبة والعكس صحيح؛
- 2) إشارة معلمة الدخل موجبة وهي تتفق مع النظرية الاقتصادية بحيث أنه كلما زاد الدخل يزيد الاستهلاك؛
- 3) أما بالنسبة لدالة العرض فإشارة معلمة السعر موجبة وهذا ما تتوافق مع النظرية الاقتصادية التي تقول أن دالة العرض دالة طردية في الأسعار أي كلما زاد الأسعار زادت الكمية المعروضة والعكس صحيح؛
- 4) إشارة معلمة المساحة المزروعة موجبة كذلك وهي تتفق مع النظرية الاقتصادية؛ بحيث كلما زادت المساحة المزروعة أدى ذلك إلى زيادة الإنتاج؛
- 5) إشارة المعلمة الخاصة بالزمن سالبة وهذا يدل أن العوامل الأخرى تؤثر بالسلب على زيادة الإنتاج وتوضح تناقض الغلة عبر الزمن؛

ثالثاً- التقييم وفق المعيار الإحصائي

اختبار جودة توفيق النموذج تتم من خلال قيم معامل التحديد وكذلك اختبار معنوية المعالم المقدرة.

1- اختبار جودة توفيق النموذج

يعرف هذا الاختبار باختبار القوة التفسيرية للنموذج ويتم استخدام معامل التحديد المعدل R^2 لقياس ذلك ، وكلما كانت قيمة R^2 عالية دل ذلك على جودة توفيق النموذج والجدول رقم (29) يوضح قيم معامل التحديد المعدل لداتي العرض والطلب البطاطس.

جدول رقم (29) اختبار جودة التوفيق للنموذج الآني للبطاطس

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة معامل التحديد المعدل R^2
دالة الطلب P	Q R	0.43
دالة العرض Q	P S T	0.99

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews والاعتماد على بيانات الملحق رقم (05)

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة R^2 في معادلة الطلب على البطاطس بلغت 0.43؛ أي أن المتغيرات المستقلة والتي تتمثل في الكمية المستهلكة والدخل المتاح تؤثر بحوالي 43% على المتغير التابع والمتمثل في السعر والتي تم تفسيرها من خلال النموذج، بينما 57% المتبقية تعزى لمتغيرات أخرى خارج النموذج تؤثر في سعر البطاطس. أما بالنسبة لمعادلة العرض البطاطس فقد كانت قيمة R^2 تساوي 0.99؛ أي أن المتغيرات المستقلة المتمثلة في السعر والمساحة المزروعة وعنصر الزمن تؤثر بحوالي 99% على المتغير التابع والمتمثل في الكمية المعروضة، بينما 1% المتبقية تعبر عن المتغيرات التي لا يتضمنها النموذج. وهذا ما يفسر جودة توفيق معادلة العرض

2- اختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج

الجدول رقم (30) اختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج البطاطس

معادلة الطلب على البطاطس P				معادلة العرض البطاطس Qs			
variables	Coefficient	t-Statist	Prob	variables	Coefficient	t-Statist	Prob
C	83.51	8.90	0.0000	C	-270	-4.12	0.0004
Q	-0.47	-3.86	0.0007	P	0.53	1.45	0.1571
R	0.75	3.91	0.0006	S	3.19	7.65	0.0000
				T	-3.00	-0.69	0.4908

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews والاعتماد على بيانات الملحق رقم (05)

تشير النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (30) في معادلة الطلب على البطاطس أن القيمة الاحتمالية (Prob) لمتغير الكمية تساوي $0.05 \geq 0.0007$ ومنه نرفض الفرضية $H_0: \beta_1 = 0$ ، ونقبل الفرضية $H_1: \beta_1 \neq 0$ ، أي أن β_1 يختلف معنويًا عن الصفر بمستوى دلالة 5%، وبالتالي هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية والمتغير التابع السعر، أي أن القيم المقدرة لديها معنوية إحصائية، كما تشير النتائج على أن قيمة t (3.91) لمعلمة الدخل R ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.0006).

بالنسبة لمعادلة العرض نلاحظ أن القيمة الاحتمالية (Prob) لمتغير السعر تساوي 0.1571 وهي أكبر من 0,05 وبالتالي ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين السعر والمتغير التابع الكمية المنتجة من البطاطس ، أي أن القيم المقدرة ليست معنوية إحصائية، وكما تشير النتائج على أن قيمة t (-0.69) لمعلمة المساحة المزروعة S ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.0001)، وأخيراً تشير النتائج على أن قيمة t (-0.69) لمعلمة الزمن ليس لها أثر معنوي عند درجة معنوية (0.4908).

3- مشكلة الارتباط الذاتي

يتم اكتشاف مشكلة الارتباط الذاتي عن طريق إحصائية ديرين واتسون (D.W)

جدول رقم (31) مشكلة الارتباط الذاتي لنموذج الآني للبطاطس

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة durbin-watson
دالة طلب البطاطس P	R Q	1.61
دالة عرض البطاطس Q _S	P S T	1.48

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews بالاعتماد على الملحق رقم (05)

يوضح الجدول رقم(31) أن معادلة الطلب عن البطاطس والمعرفة بالسعر والكمية لا تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي؛ حيث أن قيمة (ديرين واتسون) تقترب من القيمة المعيارية للاختبار وهي: 2 أما معادلة العرض والمعرفة بالسعر والمساحة المزروعة والزمن تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي حيث أن قيمة (ديرين واتسون) أقل من 1.5 ، وهذا ما يدل على وجود ارتباط ذاتي موجب.

4- مشكلة اختلاف التباين:

جدول رقم(32) اختلاف مشكلة التباين للنموذج الآني للبطاطس

المعادلة	Obs*R-squared	Probability
الطلب على البطاطس	3.682684	0.5959
عرض البطاطس	10.17126	0.3368

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (06)

يتضح من الجدول رقم (32) أن معادلة الطلب و معادلة العرض على البطاطس لا تعاني من مشكلة اختلاف التباين حيث أن القيمة الاحتمالية لاختبار(آرش- وايت)؛ أكبر من قيمة 0.05،

المطلب الخامس: النموذج الآني للحمضيات

الجدول رقم (33)

الرقم القياسي للأسعار الحقيقية للحمضيات (P)، الرقم القياسي لإنتاج الحمضيات (Q)، الرقم القياسي للمساحة المزروعة (S)، الدخل المتاح (R)، الزمن (T) في الجزائر للفترة (2000-2015)

P	Q	S	R	T
102,34	92,06	85,07	92,77	2000
100,00	100,00	100,00	100,00	2001
99,07	110,53	108,37	107,66	2002
95,91	119,14	116,45	115,08	2003
322,35	129,61	122,06	128,32	2004
322,35	133,50	127,73	138,17	2005
97,58	144,77	129,32	145,89	2006
108,09	146,71	130,13	160,40	2007
112,65	148,39	131,61	180,40	2008
139,12	179,70	130,73	202,62	2009
143,45	167,70	131,22	222,74	2010
125,39	235,50	131,83	246,15	2011
137,64	231,47	134,36	282,02	2012
135,17	256,37	133,16	312,26	2013
139,57	270,45	135,73	339,05	2014
148,54	263,46	145,48	355,19	2015

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على الملحق رقم (07)

أولاً- النموذج الآني للعرض والطلب على الحمضيات بالصيغة التالية

بعد تقدير معطيات الجدول رقم (33) باستخدام برنامج Eviews تم التحصل على معادلتى الطلب والعرض لمنتج الحمضيات بالصيغة التالية :

$Q_d = - 1.69 P + 1.49 R + 133.28$	دالة الطلب على الحمضيات
$T + 276.63 \quad 22.89 + S 1.60 - P - 0.67 Q_s =$	دالة عرض الحمضيات

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (08)

ثانياً- التقييم وفق النظرية الاقتصادية

من خلال معادلتى العرض والطلب للحمضيات أعلاه تم تقييمهما من خلال مطابقة إشارات المعالم المقدرة وفق النظرية الاقتصادية:

- 1) إشارة معلمة السعر لدالة الطلب سالبة؛ وهذا ما يتوافق مع النظرية الاقتصادية التي تقول أن دالة الطلب عكسية في الأسعار أي كلما ارتفعت الأسعار قلت الكمية المطلوبة والعكس صحيح؛
- 2) إشارة معلمة الدخل موجبة وهي تتفق مع النظرية الاقتصادية؛ بحيث انه كلما زاد الدخل يزيد الاستهلاك؛
- 3) أما بالنسبة لدالة العرض فإشارة معلمة السعر سالبة؛ وهذا ما لا يتوافق مع النظرية الاقتصادية التي تقول أن دالة العرض دالة طردية في الأسعار؛
- 4) إشارة معلمة المساحة المزروعة سالبة كذلك؛ وهي لا تتفق مع النظرية الاقتصادية بحيث كلما زادت المساحة المزروعة أدى ذلك إلى زيادة الإنتاج؛
- 5) إشارة المعلمة الخاصة بالزمن موجبة؛ وهذا يدل على أن العوامل الأخرى تؤثر بالإيجاب على زيادة الإنتاج الحمضيات.

ثالثاً-التقييم وفق المعيار الإحصائي

اختبار جودة توفيق النموذج تتم من خلال قيم معامل التحديد المعدل وكذلك اختبار معنوية المعامل المقدر.

1-إختبار جودة توفيق النموذج

يتم استخدام معامل التحديد المعدل R^2 لقياس جودة توفيق النموذج الخاص بالحمضيات، وكلما كانت قيمة R^2 عالية؛ دل ذلك على جودة توفيق النموذج والجدول التالي يوضح قيم معامل التحديد المعدل لدالتي العرض والطلب

الجدول رقم (34) اختبار جودة التوفيق لنموذج الآني للحمضيات

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة معامل التحديد المعدل R^2
دالة الطلب على الحمضيات P	Q R	0.90
دالة عرض الحمضيات Q	P S T	0.96

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (08)

يوضح الجدول رقم (34) أن قيمة R^2 في معادلة الطلب على الحمضيات بلغت 0.90 أي أن المتغيرات المستقلة والتي تتمثل في الكمية المستهلكة والدخل المتاح تؤثر بحوالي 90% على المتغير التابع والمتمثل في السعر؛ والتي تم تفسيرها من خلال النموذج، بينما 10% المتبقية تعزى لمتغيرات أخرى خارج النموذج؛ وهذا ما يدل على جودة توفيق معادلة الطلب على الحمضيات .

أما بالنسبة لمعادلة عرض الحمضيات فقد كانت قيمة R^2 تساوي 0.96؛ أي أن المتغيرات المستقلة المتمثلة في السعر والمساحة المزروعة وعنصر الزمن تؤثر بحوالي 96 % على المتغير التابع والمتمثل في الكمية المعروضة؛ بينما 4% المتبقية تعبر عن المتغيرات التي لا يتضمنها النموذج. وهذا ما يفسر جودة توفيق معادلة العرض.

2- إختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج الحمضيات

الجدول رقم (35) اختبار معنوية المعالم المقدرة للنموذج الحمضيات

معادلة الطلب على الحمضيات P				معادلة عرض الحمضيات Q _s			
variables	Coefficient	t-Statist	Prob	variables	Coefficient	t-Statist	Prob
C	78.64	4.69	0.0001	C	276.63	3.38	0.0024
Q	-0.59	-1.53	0.1375	P	-0.67	-2.28	0.0308
R	0.88	3.25	0.0032	S	-1.60	-2.30	0.0295
				T	22.89	5.99	0.0000

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (08)

تشير النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (35) في معادلة الطلب على الحمضيات أن القيمة الاحتمالية (Prob) لمتغير الكمية تساوي $0.1375 \geq 0.05$ ومنه نقبل الفرضية $H_0: \beta_1 = 0$ ، ونرفض الفرضية $H_1: \beta_1 \neq 0$ ، أي أن β_1 يختلف معنويًا عن الصفر بمستوى دلالة 5%، وبالتالي ليس هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية والمتغير التابع السعر، أي أن القيم المقدرة ليس لديها معنوية إحصائية، كما تشير النتائج على أن قيمة t (3.25) لمعلمة الدخل R ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.0032).

بالنسبة لمعادلة العرض نلاحظ أن القيمة الاحتمالية (Prob) لمتغير السعر تساوي $0.0308 \geq 0.05$ ومنه نرفض الفرضية $H_0: \beta_1 = 0$ ، ونقبل الفرضية $H_1: \beta_1 \neq 0$ ، أي أن β_1 يختلف معنويًا عن الصفر بمستوى دلالة 5%،

وبالتالي هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين السعر والمتغير التابع الكمية، أي أن القيم المقدرة لديها معنوية إحصائية، كما تشير النتائج على أن قيمة t (-2.30) لمعلمة المساحة المزروعة S ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.0295)، وأخيرًا تشير النتائج على أن قيمة t (5.99) لمعلمة الزمن T ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.0000).

3- مشكلة الارتباط الذاتي

الجدول رقم (36) مشكلة الارتباط الذاتي لنموذج الحمضيات

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	قيمة durbin-watson
دالة الطلب P	R Q	1.15
دالة العرض Q _s	P S T	1.03

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (08)

يوضح الجدول رقم (36) أن معادلة الطلب على الحمضيات والمعرفة بالسعر والكمية والدخل؛ تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي؛ حيث أن قيمة (ديربين واتسون) أقل من (1.5)؛ كما نجد أن معادلة العرض والمعرفة بالسعر والكمية المنتجة والمساحة والزمن؛ تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي كذلك حيث تقدر قيمة (ديربين واتسون) (1.03) وهي أقل من (1.5) مما يدل على وجود ارتباط ذاتي موجب لكلتا المعادلتين.

4- مشكلة اختلاف التباين

جدول رقم (37) اختلاف مشكلة التباين لنموذج الحمضيات

المعادلة	Obs*R-squared	Probability
الطلب على الحمضيات	11.58099	4100.0
عرض الحمضيات	5.650164	78300.

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (09)

يتضح من الجدول رقم (37) أن معادلة الطلب على الحمضيات تعاني من مشكلة اختلاف التباين حيث أن القيمة الاحتمالية أقل من قيمة 0.05، أما معادلة العرض فهي لا تعاني من مشكلة اختلاف التباين حيث أن القيمة الاحتمالية لاختبار (آرش- وايت)؛ أكبر من قيمة 0.05،

المبحث الثالث: محددات أسعار المنتجات الزراعية على المستوى الكلي

تناول هذا المبحث تقدير المعادلة الخطية لمتوسط الأسعار الحقيقية للمنتجات الزراعية متمثلة في (التمور والبطاطس والحمضيات) كمتغير تابع للفترة (2000-2015) مع المتغيرات ذات الأثر المباشر في الأسعار والمتمثلة في المتغيرات الاقتصادية الكلية. باعتبار أن الاتجاه العام لأسعار المنتجات الزراعية يرتبط بالتضخم ومتغير سعر الصرف والأسعار العالمية للغذاء.

المطلب الأول: وصف النموذج

تأثير المتغيرات المختلفة على متوسط الرقم القياسي لأسعار محاصيل عينة الدراسة والذي حسب متوسط أسعار كل من التمور والبطاطس و الحمضيات ، حيث تم إيجاد الرقم القياسي للسعر وذلك من خلال النسبة بين سعر سنة لمقارنة و سعر سنة الأساس في 100 %

1- (Y) متوسط الرقم القياسي للأسعار المحاصيل الثلاث بالأسعار الثابتة

المتغيرات المستقلة وتشمل:

2- (X₁) معدل التضخم

3- (X₂) سعر الصرف

4- (X₃) الرقم القياسي للسعر العالمي للغذاء

والمعادلة على الشكل الآتي :

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 x_{1t} + \alpha_2 x_{2t} + \alpha_3 x_{3t} + u_{Dt}$$

تم تقدير الدالة بالصيغة الخطية وتم اختبارها بـ : (R²) ، F ، t ، (D-W) ، بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (38).

جدول رقم (38) تطور سعر صرف الدولار ومعدل التضخم والرقم القياسي لمتوسط أسعار المنتجات الزراعية والرقم القياسي للسعر العالمي للغذاء

السنوات	متوسط الرقم القياسي للأسعار منتجات محل الدراسة بالأسعار الثابتة	رقم قياسي للسعر العالمي للغذاء	سعر الصرف دينار /دولار	معدل التضخم
2000	99,37	91,1	75	0,34
2001	100	94,6	77	4,23
2002	102,89	89,6	80	1,42
2003	90,54	97,7	77	4,27
2004	96,97	112,7	72	3,96
2005	97,18	118,0	73	1,38
2006	104,54	127,2	73	2,31
2007	129	161,4	69	3,67
2008	113,65	201,4	65	4,86
2009	124,05	160,3	73	5,73
2010	134,92	188,0	74	3,91
2011	128,93	229,9	73	4,52
2012	141,01	213,3	78	8,89
2013	133,49	209,8	79	3,25
2014	150,44	201,8	81	2,92
2015	152,21	164,0	101	3,70

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على بيانات - وزارة الفلاحة، مصلحة الإنتاج والأسعار 2015

-التقارير السنوية حول الوضعية النقدية والمالية للجزائر الصادرة عن بنك الجزائر(2004-2008-2011-2015)

-المنظمة العالمية للأغذية والزراعة FAO . FAOSTAT . Mises à jour 17 mai 2017

المطلب الثاني: تحليل نتائج الدالة الخطية

بعد تقدير معطيات الجدول رقم (38) باستخدام برنامج Eviews تم الحصول على الصيغة التالية:

الدالة المقدره :

$$Y = -26.89 - 0.16X_1 + 1.23X_2 + 0.33X_3$$

$$t = (-1.15) \quad (-0.12) \quad (4.29) \quad (6.41)$$

$$R^2 = 0.82 \quad F = 24.53 \quad D - W = 2.61$$

الجدول رقم (39) اختبار معنوية المعامل المقدرة لدالة الخطية الأسعار المنتجات الزراعية بدلالة (التضخم، سعر الصرف، الأسعار العالمية للغذاء)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LINFLATION	-0.162853	1.329858	-0.122459	0.9046
TAUX_CHANGE	1.233303	0.286983	4.297470	0.0010
INDEX_PRIX_M	0.339345	0.052922	6.412188	0.0000
C	-26.89233	23.22852	-1.157729	0.2695

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (10)

أولاً - تحليل مصداقية المعادلة وفق النظرية الاقتصادية

تشير النتائج كما هو موضح في الجدول رقم (39) على أن: موافقة معلمات الدالة للمنطق الاقتصادي حيث:

- قيمة t (-0.12) لمعلمة متغير التضخم ليس له تأثير معنوي على أسعار المنتجات الزراعية المتمثلة في التمور والبطاطس والحمضيات. عند درجة معنوية (0.9046). وهو غير معنوي؛
- كما تشير النتائج على أن قيمة t (4.29) لمعلمة سعر الصرف ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.0010)، وهذا يدل على أن متغير سعر الصرف له تأثير في تغيرات أسعار المنتجات الزراعية إيجاباً حيث إذا تغير معدل سعر الصرف بوحدة واحدة فستتغير أسعار المنتجات الزراعية بمعدل 1.23 وحدة؛
- وأخيراً تشير النتائج على أن قيمة t (6.41) لمعلمة متغير الأسعار العالمية للغذاء ذات تأثير معنوي عند درجة معنوية (0.000).

وبما أن متغير التضخم غير معنوي تم استبعاده من النموذج لتصبح المعادلة كما يلي:

$$Y = -27.12 + 1.23X_2 + 0.33X_3$$

$$t = (-1.21) \quad (4.48) \quad (7.82)$$

$$R^2 = 0.85 \quad F = 39.80 \quad D - W = 2.57$$

الجدول رقم (40) اختبار معنوية المعالم المقدرة لدالة الخطية الأسعار المنتجات الزراعية بدلالة (سعر الصرف ، الأسعار العالمية للغذاء)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TAUX_CHANGE	1.235382	0.275414	4.485545	0.0006
INDEX_PRIX_M	0.335866	0.042926	7.824337	0.0000
C	-27.12014	22.25945	-1.218365	0.2447

المصدر: إعداد الباحث من نتائج برنامج Eviews و الاعتماد على بيانات الملحق رقم (10)

من البيانات أعلاه نجد أن تغير و زيادة سعر الصرف (X_2) بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى زيادة السعر القياسي بمقدار 1.23% وهو تأثير موجب و معنوي عند المستويات المقبولة بحسب اختبار $t(4.48)$ عند درجة معنوية 0.0006 وهذا تفسيره واضح لكون أسعار كل من التمور والبطاطس والحمضيات تتأثر بتغيرات سعر صرف العملة باعتبار أن أسعار مدخلات عوامل الإنتاج تستورد بالعملة الصعبة في حين نجد أن متغير الرقم القياسي للأسعار العالمية للغذاء (X_3) تأثيره كذلك موجب و معنوي حسب اختبار $t(7.82)$ عند درجة معنوية 0.0000 ، أي عند ارتفاع الأسعار العالمية للغذاء بنسبة 1% سيؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتجات محل الدراسة بمقدار 0.33% وهذا يتوافق مع المنطق الاقتصادي ويبين أن الأسعار المحلية تتأثر بتطورات الأسعار العالمية للغذاء .

ثانيا - التقييم الإحصائي

تم التأكد من معنوية النموذج ككل من خلال اختبار (F) حيث كانت المحسوبة أكبر من (F) الجدولية ، كما تأكد من خلال اختبار (D.W) والذي بلغت قيمته 2.57 ، وهذا يعني ليس هناك مشكل الارتباط الذاتي بين قيم المتغير العشوائي ، ولم تظهر مشكلة الارتباط الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة ، ومن خلال اختبار (R^2) نجد أن المتغيرات المستقلة سعر الصرف والأسعار العالمية للغذاء تفسر 85% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (الأسعار) ، وأن باقي النسبة تعود إلى متغيرات لم يتضمنها النموذج المقدر.

المبحث الرابع: مناقشة فرضيات الدراسة

بعد دراسة وتحليل النموذج الآبي لعينة المنتجات الزراعية محل الدراسة خلال الفترة (2000-2015) وقياس معاملات المتغيرات المؤثرة في دالة الطلب والعرض على المنتجات الزراعية (التمور، البطاطس، الحمضيات) وتحديد إشارة المعالم ودرجة تأثير ميل المتغيرات على بعضها البعض باستخدام نموذج المعادلات الآنية ، وكذا معرفة العوامل المؤثرة على أسعار المنتجات الزراعية على المستوى الكلي ، سيتم مناقشة الفرضيات على النحو التالي:

المطلب الأول : منتج التمور

- 1) هناك علاقة عكسية بين الكمية المستهلكة من التمور والأسعار الحقيقية ، حيث بلغت قيمة معامل السعر (-2.85) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.0055) وهي أقل من 0.05، وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية والسعر وإشارة المعلمة سالبة؛ و يدل على وجود علاقة عكسية بينه؛
- 2) هناك علاقة طردية بين الكمية المستهلكة والدخل المتاح للاستهلاك؛ حيث بلغت قيمة المعامل الاستهلاك (0.57) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.00001)؛ وهي أقل من 0.05، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية والدخل وإشارة المعلمة موجبة وذلك يدل على وجود علاقة طردية بينهما؛
- 3) هناك علاقة طردية بين الكمية المنتجة من التمور والأسعار حيث بلغت قيمة معامل السعر في دالة العرض (0.62) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.022) وهي أقل من 0.05؛ مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة والسعر؛ وإشارة المعلمة موجبة مما يدل على وجود علاقة طردية بينهما؛
- 4) هناك علاقة طردية بين الكمية المنتجة من التمور والمساحة المزروعة؛ حيث بلغت قيمة معامل المساحة المزروعة (2.08) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.0001) وهي أقل من 0.05؛ مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة و المساحة المزروعة؛ وإشارة المعلمة موجبة يعني وجود علاقة طردية بينهما؛
- 5) هناك علاقة عكسية بين الكمية المنتجة من التمور وعنصر الزمن ؛ حيث بلغت قيمة معامل الزمن (-9.53) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.022) وهي أقل من 0.05؛ ويدل ذلك على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة والزمن وإشارة المعلمة سالبة؛ مما يدل على وجود علاقة عكسية بينهما.

المطلب الثاني: منتج البطاطس

- 1) هناك علاقة عكسية بين الكمية المستهلكة من البطاطس والأسعار الحقيقية؛ حيث بلغت قيمة معامل السعر **(-2.11)** والقيمة الاحتمالية لاختبار **(T)** تساوي **(0.0007)** وهي أقل من **0.05**؛ وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية والسعر وإشارة المعلمة سالبة؛ يعني وجود علاقة عكسية بينهما؛
- 2) هناك علاقة طردية بين الكمية المستهلكة من البطاطس والدخل المتاح للاستهلاك؛ حيث بلغت قيمة المعامل الدخل **(1.61)**؛ والقيمة الاحتمالية لاختبار **(T)** تساوي **(0.0006)** وهي أقل من **0.05**؛ وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المستهلكة والدخل المتاح؛ وإشارة المعلمة موجبة وذلك يدل على وجود علاقة طردية بينهما؛
- 3) هناك علاقة طردية بين الكمية المنتجة من البطاطس والأسعار حيث بلغت قيمة المعامل السعر **(0.53)** والقيمة الاحتمالية لاختبار **(T)** تساوي **(0.1571)**، وهي أكبر من **0.05**، و يدل ذلك على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة من البطاطس والسعر؛ وإشارة المعلمة موجبة وذلك يدل على وجود علاقة طردية بينهما؛
ويتم تفسير ذلك أن دعم إنتاج البطاطس من قبل الدولة الجزائرية، وتحديد سعر (25 دج/كغ) كسعر مرجعي وعملية تخزين البطاطس في غرف التبريد كلها عوامل ساهمت في زيادة إنتاج البطاطس، وليس عامل السعر؛
- 4) هناك علاقة طردية بين الكمية المنتجة من البطاطس و المساحة المزروعة؛ حيث بلغت قيمة المعامل المساحة المزروعة **(3.19)** والقيمة الاحتمالية لاختبار **(T)** تساوي **(0.0001)** وهي أقل من **0.05**؛ ويدل ذلك على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة والمساحة المزروعة وإشارة المعلمة موجبة؛ مما يدل على وجود علاقة طردية بينهما؛
- 5) هناك علاقة عكسية بين الكمية المنتجة من البطاطس وعنصر الزمن؛ حيث بلغت قيمة معامل الزمن **(-3.00)** والقيمة الاحتمالية لاختبار **(T)** تساوي **(0.4908)** وهي أكبر من **0.05**؛ مما يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة والزمن وإشارة المعلمة سالبة؛ مما يدل على وجود علاقة عكسية بينهما.

المطلب الثالث: منتج الحمضيات

1) هناك علاقة عكسية بين الكمية المستهلكة من الحمضيات والأسعار الحقيقية؛ حيث بلغت قيمة معامل السعر (-1.69) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.1375) وهي أكبر من 0.05؛ و يدل على عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية والسعر؛ وإشارة المعلمة سالبة مما يدل على وجود علاقة عكسية بينهما؛

2) هناك علاقة طردية بين الكمية المستهلكة والدخل المتاح للاستهلاك؛ حيث بلغت قيمة معامل الدخل المتاح (0.88) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.0032) وهي أقل من 0.05؛ وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية والدخل وإشارة المعلمة موجبة مما يعني وجود علاقة طردية بينهما،

3) هناك علاقة عكسية بين الكمية المنتجة من الحمضيات والأسعار حيث بلغت قيمة معامل السعر (-0.67) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.0308) وهي أقل من 0.05؛ وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة السعر وإشارة المعلمة سالبة؛ مما يدل على وجود علاقة عكسية بينهما وهي مخالفة للنظرية الاقتصادية؛

4) هناك علاقة عكسية بين الكمية المنتجة من الحمضيات والمساحة المزروعة؛ حيث بلغت قيمة معامل المساحة المزروعة (-1.60) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.0295) وهي أقل من 0.05؛ وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة والمساحة المزروعة؛ وإشارة المعلمة سالبة ويبين ذلك أن إنتاج الحمضيات لا يتأثر بزيادة المساحة المزروعة؛

5) هناك علاقة طردية بين الكمية المنتجة من الحمضيات وعنصر الزمن؛ حيث بلغت قيمة معامل الزمن (22.89) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (0.0000) وهي أقل من 0.05؛ وذلك يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الكمية المنتجة والزمن؛ وإشارة المعلمة موجبة وتبين أن إنتاج الحمضيات يتأثر بمتغيرات خارج النموذج.

المطلب الرابع: أثر سعر الصرف وأسعار العالمية للغذاء على أسعار المنتجات الزراعية

1) هناك علاقة طردية بين سعر الصرف وأسعار المنتجات الزراعية حيث بلغت قيمة معامل سعر الصرف (1.23) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (4.48) و يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسعار المنتجات الزراعية وسعر الصرف . وهذا يتفق مع النظرية الاقتصادية والفروض .
وهذا يفسر أن أسعار المنتجات الزراعية تتأثر بتغيرات سعر الصرف تأثيرا غير مباشر، عن طريق أسعار مدخلات عوامل الإنتاج ، مثل البذور و الأسمدة ، الآلات والمعدات الفلاحية؛

2) هناك علاقة طردية بين الأسعار العالمية للغذاء وأسعار المنتجات الزراعية حيث بلغت قيمة معامل الأسعار العالمية للغذاء (0.33) والقيمة الاحتمالية لاختبار (T) تساوي (7.82) ويدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسعار المنتجات الزراعية و الأسعار العالمية للغذاء. وهذا يتفق مع النظرية الاقتصادية والفروض

3) متغير التضخم ليس له تأثير على أسعار المنتجات الزراعية محل الدراسة، وقد تم استبعاده من النموذج.

خاتمة الفصل

بعد الدراسة التحليلية النظرية للفصول الأربعة، عالجنا في الفصل الخامس التحليل الاقتصادي لأسعار عينة من المنتجات الزراعية متمثلة في المنتجات الزراعية (التمور، البطاطس، والحمضيات) وذلك بتقدير دوال الطلب والعرض لهذه المنتجات في الفترة (2000-2015) باستخدام نموذج المعادلات الآتية وتوصلنا إلى النتائج التالية :

- 1) معادلة الطلب والعرض للمنتجات الزراعية تتوافق مع النظرية الاقتصادية ؛
- 2) تتأثر أسعار المنتجات الزراعية بالكميات المستهلكة والدخل المتاح للاستهلاك؛
- 3) تتأثر المنتجات الزراعية بحجم الإنتاج والذي يتأثر بدوره بالمساحة المزروعة وعامل الزمن؛
- 4) تتأثر أسعار المنتجات الزراعية بتغير معدل سعر الصرف والأسعار العالمية للغذاء؛
- 5) ليس هناك تأثير لمعدل التضخم على أسعار المنتجات الزراعية .

خاتمة

كان لتطبيق الإصلاحات الاقتصادية التي باشرتها الحكومة الجزائرية مع بداية الألفية الثالثة في القطاع الزراعي وفق المخطط الوطني للتنمية الفلاحية، نتائج وآثار إيجابية في زيادة حجم الإنتاج الزراعي، واستقرار أسعار المنتجات الزراعية، التي تتماشى مع معدلات الأرقام القياسية للأسعار، خاصة في ظل المتغيرات الاقتصادية الدولية والتي تسعى إلى عوامة الأسعار، وإزالة كل القيود الإدارية والجمركية في المدى المتوسط والطويل، وذلك بربط الأسعار المحلية بالأسعار العالمية دون مراعاة للهيكل الإنتاجي، الذي يتميز باختلالات توازنية حادة جراء القيود الإدارية المفروضة عليه، وكذا تأثر المرحلة الانتقالية بفوضى في ارتفاع مستوى العام للأسعار.

أولاً- نتائج البحث

من بين النتائج المتوصل إليها في هذا البحث ما يلي:

1- نتائج في ضوء تحليل السياسة السعرية الزراعية في الجزائر ومراحل تطورها

- استعرض البحث بعض الملامح النظرية الهامة، المتعلقة بمحددات الأسعار وفق النظرية الاقتصادية كمدخل تأصيلي لموضوع البحث، حيث أشارت هذه الأدبيات إلى أهمية كل من التكاليف والطلب والعرض والمنافسة كمحددات رئيسة للأسعار، كما أن طبيعة السياسات السعرية التي تنتهجها الدول تؤدي دورا هاما في التأثير أسعار منتجاتها؛

- لم ينفرد الاقتصاد الجزائري لوحده بدعم سياسة أسعار مدخلات الإنتاج، بل كل الاقتصاديات المتقدمة ما زالت تراهن على تدعيم القطاع الزراعي للحفاظ عليه، وتبقى سياسة الدعم للقطاع الزراعي حتى بعد تحرير أسعار المنتجات الزراعية والتوجه نحو اقتصاد السوق، من أولويات الحكومات المتعاقبة، بحيث تعمل وتتماشى وفق المتغيرات الاقتصادية المؤثرة على الاقتصاد الجزائري؛

- للسياسة السعرية الزراعية دور كبير في تحقيق التوازن بين الإنتاج والاستهلاك، من خلال المحافظة على دعم أسعار مدخلات الإنتاج، ودعم الصادرات وحماية المنتج المحلي بتصريف الفائض إلى باقي الأسواق العالمية، واستخدام الأدوات السعرية والكمية، متمثلة في رفع القيود الإدارية ونظام الحصص؛

- السياسة السعرية الزراعية المثلى هي التي تتمتع بالمرونة لتتكيف مع التطورات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، مع ضرورة تجنب الآثار السلبية لتحرير الأسعار الزراعية، في التأثير على التكاليف الزراعية، وأرباح المنتجين، وبذل الجهود لتوفير طاقات تخزينية لفائض الإنتاج الزراعي، وكذلك توفير موارد مالية حقيقية لدعم أسعار الشراء الحكومي للمنتجات الزراعية، مثل ما فعلته الحكومة تجاه منتج البطاطس؛

- أدت السياسة السعرية الزراعية في الجزائر، بعد الإصلاحات الهيكلية من إلغاء الدعم و تعويم أسعار الصرف، إلى ارتفاع أسعار عوامل الإنتاج و المنتجات الزراعية، وتعميق حالة الاختلال الهيكلي القائم في استخدام الموارد الإنتاجية و تركيب المحاصيل الزراعية؛

- تؤدي سياسة دعم أسعار مستلزمات الإنتاج إلى تشجيع التوسع في زراعة المحاصيل المدعمة، وبالتالي إلى زيادة الإنتاج واستقرار الأسعار، وهذا ما حصل مع المنتجات الزراعية لعينة الدراسة، فدعم زراعة البطاطس والتمور والحمضيات، كانت لها نتائج في تحقيق استقرار كل من حجم الإنتاج والأسعار؛

- يرجع ضعف تصدير المنتجات الزراعية الجزائرية إلى عدم فعالية الأدوات السعرية المنتهجة في سياستها التجارية الدولية (إعانة الصادرات - الحصص الواردات).

2- نتائج في الجانب التطبيقي:

- الحصول على تقديرات تتفق مع النظرية الاقتصادية ومع الواقع الفعلي، معززة بالنظرية الإحصائية؛

- تبين أن العلاقة التي تحكم الأسعار المنتجات الزراعية (التمور؛ البطاطس؛ الحمضيات) تخضع لقوى السوق، والعوامل المؤثرة في كل من دالتي العرض والطلب؛

- وجود علاقة عكسية بين أسعار المنتجات الزراعية والاستهلاك؛

- وجود علاقة طردية بين الطلب على المنتجات الزراعية والدخل المتاح للاستهلاك؛

- وجود علاقة طردية بين الإنتاج وأسعار المنتجات الزراعية؛

- تؤثر المساحة المزروعة في زيادة الإنتاج الزراعي للمنتجات الزراعية محل البحث؛

- يؤثر عامل الزمن المعبر عنه بالتقدم التكنولوجي في معدل الإنتاج الزراعي للمنتجات الزراعية محل البحث، فهو في تناقص مستمر، ذلك لأن التطور التكنولوجي في الدول المتقدمة قد وصل إلى مستويات عالية، في حين مازالت الجزائر تعتمد على اليد العاملة الزراعية في الإنتاج، فضلا عن أنها عاجزة عن تطبيق أساليب الإنتاج الحديثة، بسبب التكاليف العالية لهذه التكنولوجيات، وتدني قدرة المزارعين على استيعاب الأساليب الحديثة في الإنتاج؛

- يؤثر سعر الصرف في أسعار المنتجات الزراعية، وذلك من خلال زيادة أسعار عوامل ومستلزمات الإنتاج المستوردة، وبالتالي زيادة تكاليف الإنتاج والتي تدفع بالأسعار نحو الارتفاع؛

- تتأثر أسعار المنتجات الزراعية إيجابا بالأسعار العالمية للغذاء.

ثانيا- اقتراحات البحث

على ضوء نتائج البحث يمكن تقديم بعض الاقتراحات، أهمها:

- يجب التطبيق الفعلي للقواعد القانونية لحماية المنافسة ومنع الاحتكار، من خلال توفير بيانات لتحليل السوق وآلية عمله، وهذا لضبط ورقابة الأسواق المحلية والجوارية، واستحداث سوق وطنية رسمية للمنتجات الزراعية، تعكس التغيرات الحقيقية للأسعار، خاصة بين أسعار التجزئة وأسعار الجملة للمنتجات محل البحث؛

- تفعيل دور سياسة الدعم السعري للمنتجات الزراعية، لتشجيع المنتجين على زيادة الإنتاج، وتوسيع المساحات المزروعة من المحاصيل الواسعة الاستهلاك، لتحقيق التوازن في الهيكل الإنتاجي وتركيبية المحاصيل الزراعية، مع تدخل الدولة دائما في امتصاص فائض العرض، وهو جزء من الدعم الذي تحافظ به على دخل المنتجين، وبالتالي تعمل على ضمان حالة من استقرار أسعار المنتجات الزراعية، خاصة المنتجات القابلة للتخزين، وهو ما يساعد الدولة بأن تحافظ على الجانب الاقتصادي والاجتماعي للفرد في حالة ارتفاع الأسعار بطرح الفائض إلى السوق؛

- تدعيم وإنشاء الجمعيات التعاونية للتصدير والاستيراد، سواء كانت خاصة بمستلزمات الإنتاج أو المنتجات النهائية، حتى تكون عملية الدعم مبنية وفق الأسعار الحقيقية، وتفادي المضاربة والغش، للحد من إعاقة السياسة الزراعية المرسومة؛

- أخذ المرونة السعري للمحاصيل الزراعية بالحسبان، عند وضع البرامج والسياسات الاقتصادية الزراعية الخاصة باستقرار الدخل الزراعي، لتحقيق الثبات النسبي للعرض والطلب؛

- المحافظة على قيمة العملة من التدهور، وذلك عن طريق تطبيق سياسة سعر صرف ثابت، بهدف استقرار أسعار مدخلات عوامل الإنتاج الزراعي خاصة المستوردة؛

- استخدام النماذج القياسية والتحليل القياسي في تقييم السياسات السعري؛

- نماذج المعادلات الآنية هي الآلية المناسبة للتعبير عن بيئة الظواهر الاقتصادية، بما فيها الطلب والعرض على المنتج الزراعي.

ثالثا- أفاق البحث

عند معالجتنا لموضوع السياسة السعرية عامة، تبادرت لنا مواضيع بحثية تطرح إشكاليات لها علاقة بموضوع بحثنا، ندرجها لتكون منطلق بحوث مستقبلية:

- التحليل الاقتصادي لأسعار المنتجات الزراعية المدعمة في الجزائر؛
- السياسة السعرية كآلية لتصريف المنتجات الزراعية الجزائرية في الأسواق الخارجية؛
- إستراتيجية تسعير المنتجات الزراعية الجزائرية في الأسواق الدولية؛
- دور السياسة التجارية في ترقية الصادرات الزراعية الجزائرية.

قائمة المراجع

- 1) أبو أحمد رضا صاحب ، الخطوط الكبرى في الاقتصاد الوضعي، دار مجدلاوي، الأردن، 2006.
- 2) أبو فارة يوسف ، إدارة الأسعار، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 3) أبو فارة يوسف، سياسات التسعير، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات ، القاهرة ، طبعة الأولى ، 2013.
- 4) أبو قحف عبد السلام ، التسويق مدخل تطبيقي ، الدار الجامعية الجديدة ، الإسكندرية، 2002
- 5) ابن تيمية - شيخ الإسلام- الحسبة - وفيها بيان الأحوال التي يمكن فيها التسعير .
- 6) أمين عبد الوهاب، بشير فريد ، الاقتصاد الجزئي، مركز المعرفة للاستشارات والخدمات التعليمية، المنامة، 2005.
- 7) البستنحي خالد عبد المنعم ، التسعير بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 8) الجبوري خلف حمد رقية، السياسات الزراعية وأثرها في الامن الغذائي في بعض الدول العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى ، بيروت، 2012.
- 9) الجبوري وآخرون، تحليل متعدد المتغيرات، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد ، 2000.
- 10) الدوجي أبي سعيد و الحنيطي دوخي عبد الرحيم ، التسويق الزراعي المفاهيم والأسس، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر ، الأردن ، 2002.
- 11) الهيتي عبد الستار ابراهيم ، السياسة السعرية في المذهب الاقتصادي الاسلامي، الوراق للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، 2006.
- 12) الحمش منير ، اقتصاديات التجارة الداخلية، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي، سوريا، 1975.
- 13) الطائي حميد ، بشير العلاق، تطوير المنتجات وتسعيرها، دار اليازوري، الأردن، 2008.
- 14) الكرخي مجيد ، تقويم الأداء في الوحدات الاقتصادية باستخدام النسب المالية، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، الأردن، 2014.
- 15) الموسوي رحمن حسن ، الاقتصاد الزراعي، دار أسامة للنشر ، الطبعة الأولى ، 2013 ، عمان .
- 16) الموسوي ضياء مجيد، النظرية الاقتصادية (التحليل الاقتصادي الجزئي)، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 1999.
- 17) الميناوي عائشة مصطفى، سلوك المستهلك ، المفاهيم و الاستراتيجيات ، الطبعة الثانية ، مكتبة عين الشمس للنشر ، مصر ، 1998.
- 18) النجار سعيد ، تاريخ الفكر الاقتصادي من التجاريين إلى نهاية التقليديين. دار النهضة العربية، بيروت، 1973.

- 19) النجار فريد ، تسويق الصادرات العربية ، آليات تفعيل التسويق الدولي ومناطق التجارة الحرة العربية الكبرى ، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2002.
- 20) العبيدي فائق جمعة ، الاقتصاد الإداري ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 2015.
- 21) العلاق بشير ، تطوير المنتجات وتسعيورها ، دار اليازوري ، الأردن ، 2008.
- 22) العسكري أحمد شاكر ، التسويق ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2000.
- 23) الفتلاوي كامل علاوي ، الزبيدي حسين لطيف ، الاقتصاد الجزئي النظريات والسياسات ، دار المناهج ، عمان ، 2010.
- 24) الصميدعي محمود جاسم ، ردينة عثمان يوسف ، سلوك المستهلك ، دار المناهج ، الأردن ، 2008.
- 25) الضمور هاني احمد: التسويق الدولي ، دار وائل للنشر ، الأردن ، الطبعة الرابعة ، 2007.
- 26) بول جريجوري ، روبرت ستيوارت ، النظم الاقتصادية المقارنة ، ترجمة : طه عبد الله منصور ، دار المريخ ، الرياض ، 1994.
- 27) بيومي محمد عمارة ، التسويق الدولي ، منشورات جامعة بنها ، مصر ، 2009.
- 28) بن حسن ناجي بن صالح حضير ، الحسبة النظرية والعملية عند شيخ الاسلام ابن تيمية ، دار الفضيلة ، الطبعة الأولى ، الرياض ، 2005.
- 29) بن عبد المحسن عبد الله ، الاقتصاد الاسلامي - اسس ومبادئ وأهداف ، مؤسسة الجريزي للتوزيع ، الطبعة الحادي عشر ، الرياض ، 2009.
- 30) برحومة عبد الحميد ، مبادئ الاقتصاد الجزئي ، الجزء الثاني ، دار الهدى ، الجزائر ، 2013.
- 31) بركات ، أحمد ، مدخل الاقتصاد ، دار بلقيس ، الجزائر ، 2014.
- 32) بخت حسين علي ، سحر فتح الله ، الاقتصاد القياسي ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، 2007.
- 33) جاسم محمد : التجارة الدولية ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، 2005.
- 34) جويده عبد القصاص جلال ، محددات الأثمان في السوق الرأسمالي والإسلامي دراسة مقارنة ، مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية ، 2006.
- 35) جيمس جوارتي ، ريتشارد ستروب ، الاقتصاد الجزئي الاختيار الخاص والعام ، ترجمة محمد الصبور محمد علي ، دار المريخ ، الرياض ، 1987.
- 36) دويدار محمد ، مبادئ الاقتصاد السياسي ، الجزء الأول ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2001.
- 37) دومينيك سالفاتور ، يوجين ديوليو ، مبادئ الاقتصاد ، ترجمة فؤاد صالح ، أكاديميا للنشر والطباعة ، بيروت ، 2001.
- 38) دومينيك سلفاتور ، نظرية اقتصاديات الوحدة ، ترجمة سعد الدين محمد الشيال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1994.

- 39) دومنيك سالفاتور، الإحصاء والاقتصاد القياسي، ترجمة سعدية حافظ منتصر، الدار الدولية للنشر والتوزيع، مصر، 1993.
- 40) دونالدس واتسن، ماري هولمان : نظرية السعر واستخداماتها ، الجزء الثاني ، ترجمة ضياء مجيد ، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية
- 41) دليلا عارف، أهم التطورات في نظرية القيمة والسعر في الفكر الاقتصادي البرجوازي. ماركسي. منشورات دار الفجر. حلب. 1979.
- 42) دعيس إسماعيل محمد ، نظرية الثمن تحديد أسعار المنتوجات وعناصر الانتاج والتوازن في هياكل الاسواق المختلفة، دار اليازوري، الطبعة الأولى، عمان، 2012.
- 43) حسين عوض زينب ، عدلي ناشد سوزي ، مبادئ الاقتصاد السياسي، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان، 2007 .
- 44) حسن أمين عبد العزيز : إستراتيجية التسويق في القرن الواحد والعشرين ، دار قباء للنشر ، القاهرة ، 2001 .
- 45) حسن جابر طارق يوسف ، السياسة التجارية الخارجية في النظام الاقتصادي الإسلامي ، دار النفائس ، الطبعة الأولى ، 2012، الأردن.
- 46) حشيش عادل أحمد مجدي محمود شهاب، العلاقات الاقتصادية الدولية، دار الجامعة الجديدة، مصر ، 2005،
- 47) طلبة مختار عبد الحليم ، مقدمة في المشكلة الاقتصادية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2007.
- 48) يسرى أبو العلا محمد ، سياسات التسعير في التشريع الاسلامي، دار الفكر الجامعي ، الطبعة الأولى ، الاسكندرية 2008.
- 49) يسرى عبد الرحمان ، مقدمة في الاقتصاد ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، 2008.
- 50) كارل ماكس، الأجور والأسعار والأرباح، ترجمة وتحقيق: إلياس شاهين، دار التقدم، موسكو، 1974.
- 51) كراجه عبد الحليم ، مبادئ الاقتصاد الجزئي ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان 2000 .
- 52) مدني حسن، الاقتصاد الإسلامي، المكتب التعاوني للدعوة وتوعية الجاليات ، الرياض ، 2008.
- 53) موسى عيسى : الاتجاهات المعاصرة في محاسبة التكاليف ودورها في تحديد اسعار الصادرات ، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2015 .
- 54) محمود يونس وآخرون ، مبادئ الإقتصاد الكلي ، الدار الجامعية ، الأسكندرية ، 2001.
- 55) محمود فؤاد مصطفى، موسوعة التصدير العربية لتنمية وتسويق الصادرات ، المجلد الأول ، شركة مطابع اللوتس، مصر، 2004.
- 56) محمود رضوان عبد القادر ، مبادئ الحسابات الاقتصادية القومية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، الجزائر، 1999.

- 57) نجوان أحمد سعيد ، الحسبة في مصر عصر سلاطين المماليك ، عين للدراسات والبحوث الانسانية والاجتماعية ، الطبعة الأولى ، 2014.
- 58) نوري منير ، التسويق الدولي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، الطبعة الأولى ، 2015.
- 59) سكينه بن حمودة ، دروس في الاقتصاد السياسي ، دار الحديث للكتاب ، الجزائر ، 2014.
- 60) سلطان محمد سلطان ؛ العلاقات الاقتصادية الدولية ؛ دار المريخ للنشر ؛ الطبعة العربية ؛ 1987.
- 61) سعد مرطان سعيد ، مدخل للفكر الاقتصادي في الإسلام ، مؤسسة الرسالة ، لبنان ، 2004.
- 62) سعد غالب ياسين ، الإدارة الدولية ، مدخل استراتيجي ، دار البازوري العلمية ، الأردن ، 1999.
- 63) عبد المطلب عبد الحميد : السياسات الاقتصادية (تحليل جزئي) ، مجموعة النيل لعربية ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2003.
- 64) عبد المحسن توفيق : التسويق و تدعيم القدرة التنافسية للتصدير ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2001 .
- 65) عبيدات حمد إبراهيم ، أحمد محمد زامل ، سياسات التسعير الحديثة ، دار وائل ، الأردن ، 2010.
- 66) عبيدات محمد إبراهيم ، زامل أحمد محمد ، سياسات التسعير الحديثة ، دار وائل ، الأردن ، 2010.
- 67) عبيدات محمد ، التسويق الزراعي ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الثانية ، الأردن ، 2017 .
- 68) عزام زكريا احمد ، علي الزعبي ، فلاح سياسات التسعير ، دار المسيرة ، الاردن ، الطبعة الثانية ، 2015.
- 69) عزيز محمد ، ابو سنينة محمد عبد الجليل ، مبادئ الاقتصاد ، دار الكتب الوطنية ، الطبعة الأولى ليبيا ، 2002.
- 70) عطية عبد القادر محمد عبد القادر ، الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق ، الدار الجامعية للطباعة والنشر ، مصر ، 2001.
- 71) عيد يحيى ، التسويق الدولي والمصدر الناجح ، دار الأمين للطباعة و النشر و التوزيع ، الأردن ، الطبعة الأولى ، 1997.
- 72) علي جانقي يعقوب . الجاك محمد أحمد ، مبادئ الاقتصاد ، منشورات مدرسة العلوم الإدارية ، الخرطوم ، الطبعة الأولى ، 2009.
- 73) علي الزبون عطا الله ، التجارة الخارجية ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 .
- 74) عمر رضوان محمود ، مبادئ التسويق ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2005 .
- 75) فرانك ايليس ، ترجمة إبراهيم يحيى الشهابي ، السياسات الزراعية في البلدان النامية ، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق ، 1997.
- 76) قدو بديع جميل ، التسويق الدولي ، دار المسيرة ، عمان ، الطبعة الأولى ، 2009.
- 77) شيخي محمد ، طرق الاقتصاد القياسي محاضرات وتطبيقات ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، 2011.

- 78) شغراب كوثر ، بخاري عبلة ، مبادئ الاقتصاد الجزئي ، مكتبة دار جدة، السعودية، الطبعة الأولى، 2005.
- 79) خبايا عبد الله ، السياسة السعرية في إطار العولمة الاقتصادية مؤسسة الثقافة الجامعية ، الاسكندرية ، 2009.
- 80) خلف فليح حسن ، النظم الاقتصادية :الرأسمالية -الاشتراكية -الإسلام ، دار جدار للكتاب العالمي ، طبعة الأولى ، عمان ، 2008.
- 81) خلف فليح حسن ، المدخل الى الاقتصاد ، عالم الكتاب الحديث ، الأردن ، 2015.
- 82) ضياء مجيد ، الإقتصاد النقدي - المؤسسات النقدية - البنوك التجارية البنوك المركزية ، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية ، 2000 .
- 83) غول فرحات ، التسويق الدولي ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، الطبعة الأولى ، 2008.
- 84) غربي فوزية ، الزراعة العربية وتحديات الأمن الغذائي حالة الجزائر ، مركز دراسات الوحدة العربية الطبعة الأولى ، بيروت ، 2010.

02- الأطروحات والرسائل

- 1) دحو سليمان : التسويق الدولي للمنتوج الزراعي كاداة لتنمي الصادرات الجزائرية خارج المحروقات دراسة حالة تسويق التمور في الجزائر ، أطروحة دكتوراه علوم ، علوم التسيير جامعة بسكرة، 2016.
- 2) زيري رابح ؛ الإصلاحات في القطاع الزراعي في الجزائر وآثارها على تطوره ، أطروحة دكتوراه الدولة. معهد العلوم الاقتصادية. جامعة الجزائر، 1996.
- 3) زريق عمر ، استخدام دورة حياة السلعة في تحديد استراتيجية التسعير ، مذكرة ماجستير ، قسم علوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، 2007.
- 4) مرزوق سعيدة، محاولة تحليل السياسات السعرية الحكومية للمواد الغذائية في الجزائر ، رسالة ماجستير ، اقتصاد التنمية ، العلوم الاقتصادية ، جامعة العقيد الحاج لخضر ، سنة 2003.
- 5) عبدالصبور ابو الجود علاء الدين ، تقييم السياسة السعرية لاهم محاصيل الحبوب في جمهورية مصر العربية ، رسالة ماجستير ، تخصص اقتصاد زراعي ، جامعة المنيا ، مصر ، 2003.
- 6) شعبان عمر ، السياسة السعرية وآثارها على تطور الانتاج الفلاحي والتبادل الدولي للمنتجات الفلاحية ، أطروحة دكتوراه، معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 1997.
- 7) غردي محمد : القطاع الزراعي الجزائري واشكالية دعم الاستثمار في ظل الانضمام الى المنظمة العالمية لتجارة ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادي ، جامعة الجزائر 03 ، 2011.
- 8) خبايا عبد الله ، السياسة السعرية في إطار العولمة الاقتصادية، دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر. 2007.

03-المجلات والدوريات

- 1) بطاهر علي ، سياسات و وبرامج الإصلاح الاقتصادي في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
- 2) ممدوح محمد دعاء ، يحيى عبد الرحمن يحيى، التحليل الاقتصادي القياسي للاستثمار الزراعي في مصر، المجلة المصرية للبحوث الزراعية، العدد 92 الجزء الثالث، مركز البحوث الزراعية، مصر، 2014،
- 3) منصور الزين : دور الدولة في تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في ظل اقتصاد السوق - حالة الجزائر -، مجلة الأبحاث الاقتصادية ، العدد 11 ، جوان 2012، جامعة بسكرة
- 4) سالت محمد مصطفى وآخرون ، سياسة التجديد الزراعي في الجزائر : من اجل تأمين الغذاء في ظل تنمية زراعية، مجلة بريد المعرفة ، جامعة بسكرة ، العدد 21 ، ، 2016.
- 5) خزعل موفق ، السياسة السعرية الزراعية بين متطلبات نمو الانتاج و تصحيح الاختلال في التركيب المحصولي، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، 2014 العدد 40

04-مراسيم وتقارير

- 1) برنامج التنمية الخماسي 2010-2014.
- 2) التقارير السنوية حول الوضعية النقدية والمالية للجزائر الصادرة عن بنك الجزائر(2004-2008-2011-2015) (<http://www.bank-of-algeria.dz>).
- 3) مرسوم رئاسي رقم 084-302 المتعلق بالصندوق الخاص لترقية الصادرات ، صادر في 14 سبتمبر 2014.
- 4) قائمة دعم الاستثمار من الصندوق الوطني للتنمية الفلاحية - ماي 2014-وزارة الفلاحة والتنمية الريفية.
- 5) قانون المالية التكميلي ، سياسة تجديد الاقتصاد الفلاحي و الريفي، وزارة الفلاحة 2008.

05-الهيئات والمؤسسات المحلية و الدولية

- 1) الديوان الوطني للإحصاء (O.N.S). تقرير التجارة الخارجية للجزائر: 2016-Statistiques- www.ons.dz Economique
- 2) وزارة الفلاحة والتنمية الريفية 2015.
- 3) المركز الوطني للمعلومات وإحصائيات الجمارك (CNIS)
- 4) المنظمة العالمية للأغذية والزراعة FAO . FAOSTAT . Mises à jour 17 mai 2017:
- 5) البنك الدولي : (16/01/2016) <https://data.albankaldawli.org>
- 6) المنظمة العربية للتنمية الزراعية الكتاب السنوي للإحصاءات الزراعية- المجلد 32-35 سنة 2016 www.aoad.org/publications

- 1) Alain Samuelson , **Les grands courants de la pensée économique. Concepts de base et questions essentielles**, OPU, Alger, 1993.
- 2) Charles Croue ,**Marketing International**, Deboeck,Paris,6^e Edition , 2012.
- 3) Colander, David C. **Microeconomics** ,7th Ed , McGraw-Hill, , 2008.
- 4) David C Colander,**Microeconomics**, 7th Edition, McGraw-Hill/Irwin, 2008.
- 5) Eric DOR , **Econométrie** , Pearson , France,2009.
- 6) Gabriele Snieskiene :**THE MODEL OF THE STRATEGY OF EXPORT PRICING**، Doctora ، Social Sciences، Economics، KAUNA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY ، LITHUANIAN ،2007.
- 7) Gabriel Snieškienė, **Export Pricing Objectives And Factors Influencing Them, Economics And Management**, N^o 15, Kaunas University of Technology, Lithuania 2010.
- 8) Gregory Mankiw, **Principles of Microeconomics**, CENGAGE Learning, Eighth Edition, USA, 2018.
- 9) J-M Henderson et R-E-**Quandu‘microéconomie-formitation mathématique Élémentaire** ,dunod , denscième ,prise , 1990.
- 10) John Sloman, **Principes d’économie**, Pearson Education, 6^{eme} Edition, Paris, 2008
- 11) Mehdi Zaribaf, **Pricing Challenges in Global Marketing: a Model for Export Pricing**, International Business and Toursim Society, Islamic Azad University of Iran, 2008.
- 12) Mc Connell Brue, **MICROECONOMICS principles, problems, and policies**, 14th Edition, Mc Graw-Hill/Irwin, (U.S .A), 2008.
- 13) OCDE, **Principaux indicateurs économiques analyse méthodologique comparative: Indices des prix à la consommation et des prix à la production**, Les éditions de l'OCDE France, 2002.
- 14) Régis Bourbonnais, **Econométrie-cours et exercices corrigés**, DUNOD, 9^e édition, Paris, 2015.
- 15) Robert Pindyck Daniel Rubinfeld, **Microéconomie**, Pearson, 6^e édition, Paris, 2005.
- 16) Slimane Bedrani, **l’agriculture algérienne depuis1966**,OPU.Alger,1981.

الملاحق

الملحق رقم (01)

بيانات خاصة بمنتوج التمور

السنوات	الأسعار الحقيقية	المساحة	كمية الانتاج	الدخل المتاح
2000	125039	11901270	365616	1714188
2001	125000	12035650	437332	1847731,2
2002	127181	13505880	418427	1989324,1
2003	119149	14605030	492217	2126300,2
2004	125512	15384010	442600	2371024,5
2005	135462	16515090	516293	2553030,1
2006	140289	17093630	492188	2695579,6
2007	148850	17614850	526921	2963819,6
2008	165349	17864775	552765	3333285,8
2009	179252	17715095	600696	3743918,6
2010	200396	17921496	644741	4115566,6
2011	212094	17955366	724894	4548233,7
2012	222437	18201640	789357	5210992,1
2013	241709	18336385	848199	5769782,6
2014	279784	18418430	934377	6264724,7
2015	281494	18354950	881481	6563044,9

الأسعار الحقيقية للتمور : بالدينار للطن

كمية الانتاج: بالطن

المساحة: بالهكتار

الدخل المتاح: بالمليون دينار

المصدر : - مصلحة الإنتاج والأسعار ووزارة الفلاحة والتنمية الريفية 2015

- التقارير السنوية حول الوضعية النقدية والمالية للجزائر الصادرة عن بنك الجزائر(2004-2008-2011-2015)

ملحق رقم (02)

تقدير معادلة الطلب والعرض لمنتوج التمور بطريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين

System: UNTITLED
 Estimation Method: Two-Stage Least Squares
 Date: 12/31/19 Time: 12:43
 Sample: 1 16
 Included observations: 16
 Total system (balanced) observations 32
 Stacked instruments: (R,*) (S,*) (T,*)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	78.55201	12.55811	6.255083	0.0000
C(2)	-0.355027	0.116902	-3.036962	0.0055
C(3)	0.570015	0.025146	22.66793	0.0000
C(4)	-155.9402	64.29246	-2.425482	0.0228
C(5)	0.626258	0.258253	2.424976	0.0229
C(6)	2.084917	0.450239	4.630693	0.0001
C(7)	-9.535744	3.904132	-2.442474	0.0220

Determinant residual covariance 125.1496

Equation: $P = C(1) + C(2)*Q + C(3)*R$
 Eqn specific instruments: P Q C
 Observations: 16

R-squared	0.988152	Mean dependent var	141.4506
Adjusted R-squared	0.986329	S.D. dependent var	44.97361
S.E. of regression	5.258397	Sum squared resid	359.4596
Durbin-Watson stat	1.678745		

Equation: $Q = C(4) + C(5)*P + C(6)*S + C(7)*T$
 Eqn specific instruments: P C
 Observations: 16

R-squared	0.969376	Mean dependent var	136.7934
Adjusted R-squared	0.961719	S.D. dependent var	18.86405
S.E. of regression	3.690830	Sum squared resid	163.4667
Durbin-Watson stat	2.301359		

Estimation Command:

=====
 TSLS

Estimated Equations:

=====
 $P = C(1) + C(2)*Q + C(3)*R$

$Q = C(4) + C(5)*P + C(6)*S + C(7)*T$

Substituted Coefficients:

=====
 $P = 78.552012185 - 0.355027165044*Q + 0.570014933882*R$

$Q = -155.940216942 + 0.626257827168*P + 2.08491714677*S - 9.53574363126*T$

الملحق رقم (03)

مشكلة اختلاف التباين عن طريق استخدام اختبار وايت لمعادلة الطلب على التمر

مشكلة اختلاف التباين عن طريق استخدام اختبار وايت لمعادلة العرض على التمر

Heteroskedasticity Test: White

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic 3.910527 Prob. F(5,10) 0.0317
 Obs*R-squared 10.58593 Prob. Chi-Square(5) 0.0602
 Scaled explained SS 4.187016 Prob. Chi-Square(5) 0.5228

F-statistic 22.22016 Prob. F(9,6) 0.0006
 Obs*R-squared 15.53394 Prob. Chi-Square(9) 0.0773
 Scaled explained SS 10.93523 Prob. Chi-Square(9) 0.2802

Test Equation
 Dependent Variable: RESID^2
 Method: Least Squares
 Date: 12/31/19 Time: 14:09
 Sample: 1 16
 Included observations: 16

Test Equation:
 Dependent Variable: RESID^2
 Method: Least Squares
 Date: 12/31/19 Time: 14:13
 Sample: 1 16
 Included observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-837.8494	431.0065	-1.943937	0.0806
Q^2	-0.218069	0.066394	-3.284451	0.0082
Q*R	0.170276	0.060114	2.832539	0.0178
Q	35.37996	11.16324	3.169326	0.0100
R^2	-0.008323	0.002379	-3.499121	0.0057
R	-21.53236	8.339305	-2.582033	0.0273

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.04E-25	7.35E-26	-1.415459	0.2067
P^2	-9.64E-31	1.16E-30	-0.829065	0.4388
P*S	-5.96E-30	4.02E-30	-1.480453	0.1893
P*T	4.11E-29	3.60E-29	1.140834	0.2974
P	7.44E-28	5.69E-28	1.307110	0.2390
S^2	-5.39E-30	3.78E-30	-1.426017	0.2038
S*T	8.99E-29	6.54E-29	1.373980	0.2186
S	1.52E-27	1.05E-27	1.443148	0.1991
T^2	-3.60E-28	2.82E-28	-1.275270	0.2494
T	-1.19E-26	9.25E-27	-1.291340	0.2441

R-squared 0.661621 Mean dependent var 22.17169
 Adjusted R-squared 0.492431 S.D. dependent var 25.06643
 S.E. of regression 17.85830 Akaike info criterion 8.882810
 Sum squared resid 3189.188 Schwarz criterion 9.172531
 Log likelihood -65.06248 Hannan-Quinn criter. 8.897646
 F-statistic 3.910527 Durbin-Watson stat 2.784903

R-squared 0.970871 Mean dependent var 1.64E-28
 Adjusted R-squared 0.927178 S.D. dependent var 2.68E-28
 S.E. of regression 7.23E-29 Sum squared resid 3.14E-56
 F-statistic 22.22016 Durbin-Watson stat 2.401016
 Prob(F-statistic) 0.000613

الملحق رقم (04)

بيانات خاصة بمنتوج البطاطس

السنوات	الأسعار الحقيقية	المساحة	كمية الانتاج	الدخل المتاح
2000	29176	72690	1207690	1714188
2001	30000	65790	967232	1847731,2
2002	31549	72560	1333465	1989324,1
2003	22695	88660	1879918	2126300,2
2004	25466	93144	1896270	2371024,5
2005	21530	99717	2156549	2553030,1
2006	31565	98825	2180961	2695579,6
2007	43133	79339	1506859	2963819,6
2008	29037	91841	2171058	3333285,8
2009	33562	105121	2636057	3743918,6
2010	27160	121996	3300312	4115566,6
2011	28092	131903	3862194	4548233,7
2012	35461	138666	4219476	5210992,1
2013	24358	161156	4886538	5769782,6
2014	30952	156176	4673516	6264724,7
2015	32436	149081	4517503	6563044,9

كمية الانتاج: بالطن

الأسعار الحقيقية للبطاطس : بالدينار للطن

الدخل المتاح: بالمليون دينار

المساحة: بالهكتار

المصدر : - مصلحة الإنتاج والأسعار وزارة الفلاحة والتنمية الريفية 2015

- التقارير السنوية حول الوضعية النقدية والمالية للجزائر الصادرة عن بنك الجزائر(2004-2008-2011-2015)

الملحق رقم (05) تقدير معادلة الطلب والعرض لمنتوج البطاطس بطريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين

System: UNTITLED
 Estimation Method: Two-Stage Least Squares
 Date: 12/31/19 Time: 15:57
 Sample: 1 16
 Included observations: 16
 Total system (balanced) observations 32
 Stacked instruments: (R,*) (S,*) (T,*)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	83.51582	9.377805	8.905689	0.0000
C(2)	-0.472558	0.122381	-3.861383	0.0007
C(3)	0.757862	0.193761	3.911321	0.0006
C(4)	-270.8878	65.59706	-4.129572	0.0004
C(5)	0.530367	0.363572	1.458766	0.1571
C(6)	3.195676	0.417278	7.658388	0.0000
C(7)	-3.000851	4.290567	-0.699407	0.4908

Determinant residual covariance 23248.20

Equation: $P = C(1) + C(2)*Q + C(3)*R$
 Eqn specific instruments: P Q C
 Observations: 16

R-squared	0.430172	Mean dependent var	99.20187
Adjusted R-squared	0.342506	S.D. dependent var	17.56601
S.E. of regression	14.24357	Sum squared resid	2637.432
Durbin-Watson stat	1.617485		

Equation: $Q = C(4) + C(5)*P + C(6)*S + C(7)*T$
 Eqn specific instruments: P Q C
 Observations: 16

R-squared	0.991992	Mean dependent var	280.4110
Adjusted R-squared	0.989990	S.D. dependent var	137.8955
S.E. of regression	13.79611	Sum squared resid	2283.990
Durbin-Watson stat	1.480232		

Estimation Command:

=====
 TSLS

Estimated Equations:

=====
 $P = C(1) + C(2)*Q + C(3)*R$

$Q = C(4) + C(5)*P + C(6)*S + C(7)*T$

Substituted Coefficients:

=====
 $P = 83.5158198726 - 0.472558459796*Q + 0.757861865421*R$

$Q = -270.887788103 + 0.530366787912*P + 3.19567561819*S - 3.00085064259*T$

الملحق رقم (06)

مشكلة اختلاف التباين عن طريق استخدام اختبار وايت لمعادلة الطلب على البطاطس

مشكلة اختلاف التباين عن طريق استخدام اختبار وايت لمعادلة العرض على البطاطس

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.597969	Prob. F(5,10)	0.7031
Obs*R-squared	3.682684	Prob. Chi-Square(5)	0.5959
Scaled explained SS	1.724900	Prob. Chi-Square(5)	0.8857

Test Equation:
 Dependent Variable: RESID^2
 Method: Least Squares
 Date: 12/31/19 Time: 16:16
 Sample: 1 16
 Included observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-242.8397	371.8806	-0.653004	0.5285
Q^2	0.045089	0.043958	1.025732	0.3292
Q*R	-0.139930	0.137768	-1.015693	0.3337
Q	1.616856	4.878464	0.331427	0.7472
R^2	0.100506	0.109619	0.916868	0.3808
R	1.130756	8.123838	0.139190	0.8921

R-squared	0.230168	Mean dependent var	143.2096
Adjusted R-squared	-0.154748	S.D. dependent var	176.1886
S.E. of regression	189.3309	Akaike info criterion	13.60487
Sum squared resid	358462.0	Schwarz criterion	13.89459
Log likelihood	-102.8389	Hannan-Quinn criter.	13.61970
F-statistic	0.597969	Durbin-Watson stat	2.404351
Prob(F-statistic)	0.703121		

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.163346	Prob. F(9,6)	0.4425
Obs*R-squared	10.17126	Prob. Chi-Square(9)	0.3368
Scaled explained SS	2.100962	Prob. Chi-Square(9)	0.9898

Test Equation:
 Dependent Variable: RESID^2
 Method: Least Squares
 Date: 12/31/19 Time: 16:17
 Sample: 1 16
 Included observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4831.676	4316.458	1.119361	0.3058
P^2	0.278773	0.239081	1.166017	0.2879
P*S	0.341041	0.278846	1.223045	0.2672
P*T	-3.367751	3.318068	-1.014974	0.3493
P	-78.58891	64.38619	-1.220586	0.2680
S^2	-0.010236	0.117007	-0.087478	0.9331
S*T	0.372713	2.354688	0.158285	0.8794
S	-30.43107	37.63320	-0.808623	0.4496
T^2	-5.453326	12.42702	-0.438828	0.6761
T	331.2941	401.7239	0.824681	0.4411

R-squared	0.635704	Mean dependent var	110.3638
Adjusted R-squared	0.089260	S.D. dependent var	97.68243
S.E. of regression	93.22100	Akaike info criterion	12.17699
Sum squared resid	52140.93	Schwarz criterion	12.65986
Log likelihood	-87.41595	Hannan-Quinn criter.	12.20172
F-statistic	1.163346	Durbin-Watson stat	2.251480
Prob(F-statistic)	0.442485		

الملحق رقم (07)

بيانات خاصة بمنتوج الحمضيات

السنوات	الأسعار الحقيقية	المساحة	كمية الانتاج	الدخل المتاح
2000	57309,58	41380	4326350	1714188
2001	56000	48640	4699600	1847731,2
2002	55476,68	52710	5194590	1989324,1
2003	53711,58	56640	5599300	2126300,2
2004	180514,94	59368	6091110	2371024,5
2005	180514,94	62126	6274060	2553030,1
2006	54642,7	62902	6803450	2695579,6
2007	60529,43	63296	6894670	2963819,6
2008	63082,76	64016	6973665	3333285,8
2009	77909,99	63589	8444950	3743918,6
2010	80334,73	63825	7881110	4115566,6
2011	70215,61	64124	11067500	4548233,7
2012	77079,3	65353	10878320	5210992,1
2013	75697,96	64771	12048510	5769782,6
2014	78157,43	66017	12710030	6264724,7
2015	83179,84	70761,5	12381597,6	6563044,9

الأسعار الحقيقية للحمضيات : بالدينار للطن

كمية الانتاج: بالطن

المساحة: بالهكتار

الدخل المتاح: بالمليون دينار

المصدر : - مصلحة الإنتاج والأسعار وزارة الفلاحة والتنمية الريفية 2015

- التقارير السنوية حول الوضعية النقدية والمالية للجزائر الصادرة عن بنك الجزائر(2004-2008-2011-2015)

الملحق رقم (08) تقدير معادلة الطلب والعرض لمنتج الحمضيات بطريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين

System: UNTITLED
 Estimation Method: Two-Stage Least Squares
 Date: 12/31/19 Time: 17:23
 Sample: 1 16
 Included observations: 16
 Total system (balanced) observations 32
 Stacked instruments: (R,*) (S,*) (T,*)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	78.64348	16.75662	4.693277	0.0001
C(2)	-0.596012	0.388453	-1.534321	0.1375
C(3)	0.883811	0.271504	3.255240	0.0032
C(4)	276.6306	81.82442	3.380782	0.0024
C(5)	-0.672640	0.293840	-2.289141	0.0308
C(6)	-1.604526	0.694910	-2.308969	0.0295
C(7)	22.89456	3.818882	5.995095	0.0000

Determinant residual covariance 23084.22

Equation: $P = C(1) + C(2)*Q + C(3)*R$
 Eqn specific instruments: P Q C
 Observations: 16

R-squared	0.900082	Mean dependent var	149.7984
Adjusted R-squared	0.884710	S.D. dependent var	44.00547
S.E. of regression	14.94176	Sum squared resid	2902.330
Durbin-Watson stat	1.157031		

Equation: $Q = C(4) + C(5)*P + C(6)*S + C(7)*T$
 Eqn specific instruments: P Q C
 Observations: 16

R-squared	0.963123	Mean dependent var	170.5847
Adjusted R-squared	0.953904	S.D. dependent var	61.18586
S.E. of regression	13.13662	Sum squared resid	2070.849
Durbin-Watson stat	1.032900		

Estimation Command:

=====
 TSLS

Estimated Equations:

=====
 $P = C(1) + C(2)*Q + C(3)*R$

$Q = C(4) + C(5)*P + C(6)*S + C(7)*T$

Substituted Coefficients:

=====
 $P = 78.6434840124 - 0.596012191605*Q + 0.883811206275*R$

$Q = 276.630560248 - 0.672640160873*P - 1.6045256138*S + 22.8945577996*T$

الملحق رقم (10) تقدير الدالة الخطية لمتوسط الأسعار للمنتجات الزراعية

Dependent Variable: INDEX_MOY_P

Method: Least Squares

Date: 02/20/20 Time: 13:17

Sample: 2000 2015

Included observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LINFLATION	-0.162853	1.329858	-0.122459	0.9046
TAUX_CHANGE	1.233303	0.286983	4.297470	0.0010
INDEX_PRIX_M	0.339345	0.052922	6.412188	0.0000
C	-26.89233	23.22852	-1.157729	0.2695

R-squared	0.859826	Mean dependent var	118.7000
Adjusted R-squared	0.824782	S.D. dependent var	20.45479
S.E. of regression	8.562179	Akaike info criterion	7.344904
Sum squared resid	879.7309	Schwarz criterion	7.538052
Log likelihood	-54.75923	Hannan-Quinn criter.	7.354795
F-statistic	24.53589	Durbin-Watson stat	2.614710
Prob(F-statistic)	0.000021		

Estimation Command:

LS INDEX_MOY_P LINFLATION TAUX_CHANGE INDEX_PRIX_M C

Estimation Equation:

INDEX_MOY_P = C(1)*LINFLATION + C(2)*TAUX_CHANGE + C(3)*INDEX_PRIX_M + C(4)

Substituted Coefficients:

INDEX_MOY_P = -0.162852508977*LINFLATION + 1.23330272795*TAUX_CHANGE + 0.339345265709*INDEX_PRIX_M - 26.8923306179

Dependent Variable: INDEX_MOY_P

Method: Least Squares

Date: 02/20/20 Time: 13:19

Sample: 2000 2015

Included observations: 16

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
TAUX_CHANGE	1.235382	0.275414	4.485545	0.0006
INDEX_PRIX_M	0.335866	0.042926	7.824337	0.0000
C	-27.12014	22.25945	-1.218365	0.2447

R-squared	0.859650	Mean dependent var	118.7000
Adjusted R-squared	0.838058	S.D. dependent var	20.45479
S.E. of regression	8.231414	Akaike info criterion	7.221153
Sum squared resid	880.8302	Schwarz criterion	7.366014
Log likelihood	-54.76923	Hannan-Quinn criter.	7.228571
F-statistic	39.81295	Durbin-Watson stat	2.579201
Prob(F-statistic)	0.000003		

Estimation Command:

LS INDEX_MOY_P TAUX_CHANGE INDEX_PRIX_M C

Estimation Equation:

INDEX_MOY_P = C(1)*TAUX_CHANGE + C(2)*INDEX_PRIX_M + C(3)

Substituted Coefficients:

$$\text{INDEX_MOY_P} = 1.23538152735 * \text{TAUX_CHANGE} + 0.335866410967 * \text{INDEX_PRIX_M} - 27.120135548$$