**ويمكن أن نســتنتج أن عمليـة اكتشــاف أســعـار المنتجـات الزراعيــة تتـم على مرحـلتـين:**

الأولى: تقييم قوى العرض والطلب وتقدير السعر السائد في السوق.

الثـانية: تطبيق هذا السعر المحدد على الصفقة موضع الاعتبار مع مراعاة الفروق النوعية أو الشكلية أو المكانية أو الزمانية، وقوة المساومة أو التسهيلات المقدمة.

ومن الجدير بالذكر إمكانية حدوث الكثير من الأخطاء في كلتا المرحلتين، ويمكن أن تقـل الأخطاء بتوفير المعلومات السوقية الدقيقة.

وتوجــد أنـظمــة كثــيرة لاكتشــاف الســعـر من أهمهـــا:

(1) المفاوضـات الـلامركـزيـة الفــرديـة

 حيث يتم اكتشاف السعر من خلال المفاوضة بين المنتج الزراعي مع المشترين. ويتفاوت السعر بالطبع من صفقـة إلى أخرى، كما يتوقف على مهارات المساومة للبائع و المشتري.

(2) اكتشاف السعر من خلال الأسـواق المركـزيـة المنظمـة

 حيث يتم اكتشـاف السعر في السوق الذي يتجمع فيه عدد كبير من البائعين والمشترين وتجرى المزادات العلنيـة.

(3) أنظمـة المعـادلات السـعرية

 حيث الاقتداء بالأسعار السائدة في الأسواق المركزية في اكتشاف أسعار للمنتجات التي لا تدخل السوق، فقد يدفع سـعر للمنتج عند مستوى المزرعة له علاقة بسعر السوق الذي عادة تقـدره وتنشـره جهـات رسـمية، وعـادة ما تستخدم معادلة معينة تضع في اعتبارها الاختـلافات في تكاليف النقـل ونوعيـة المنتـج وما شـابه ذلك.

(4) أســعار المسـاومـة

 وهي تعني التسعير الجماعي، حيث يمكن أن تستخدم المساومة الجماعية في الفواكه والخضروات، وخاصة تلك التي ينتجها عدد قليل من المنتجين، أو التي تكون مركزة في منطقـة جغرافية معينة، أو التي يمكن تخزينها والتحكم في ورودها للسوق، ويمكن لاتحادات المنتجين أن تستخدم هذا الأسلوب في اكتشاف السعر.

(5) أنظمـة التسـعير الحكومية

 حيث تكون الحكومة طرفـاً ثالثـاً في عملية اكتشاف السعر من خلال دعم الأسعار وتحديد حد أدنى أو أعلى لأسـعار بعض المنتجات الزراعية، ومراقبة عرض المنتجات.

التقلبـات والاختـلافـات السـعريـة للمنتجــات الزراعيــة:

 من الملاحظ وجود تقلبات وتغيرات في أسعار المنتجات الزراعية باختلاف الوقت، كما يلاحظ أيضاً تفاوتها بدرجة كبيرة بين مختلف النوعيات، ولذلك سوف يتناول هذا الجزء التقلبات السعرية للمنتجات الزراعية مع الزمن، وكذلك الاختلافات السعرية الناتجة عن النوعية.

أولاً ـ تقلبــات الأســعار مع الـزمــن **Price Variations Over Time**

إن ما نشاهده من تقلبات وتغيرات في أسعار المنتجات الزراعية بصفة عامة ما هو إلا محصلة لخليط من التغيرات قصيرة المدى والتغيرات الموسـمية والتغيرات السـنوية.

(1) التغـيرات السـعرية قصـيرة المـدى **Short Run Price Variation**

 لاحظ اختلاف أسعار بعض المنتجات الزراعية من أسبوع إلى أسبوع أو من يوم إلى يوم وحتى خلال اليوم الواحد، فعند زيارة أي من أسواق الخضر والفاكهة نجد أن البائعين يتمسكون بأسعار مرتفعة في الصباح ولا يتنازلون عنها في معظم الحالات أما في نهاية اليوم (وخاصة في أوقات الصيف وفي حالة المنتجات التي لا يمكن تخزينها للغد أو التي تقل جودتها بعد اليوم الأول مثل الفراولة) يحاول التجار تخفيض السعر لجذب المشترين لشراء ما تبقى لديهم من سلعة سريعة التلف، فهم يقبلون سعراً منخفضاً عن السعر الذي كانوا يبيعون به في الصباح لأنهم يعلمون أنه إذا لم يتم تصريف ما تبقى لديهم من هذه المنتجات فـإنّ البديل الآخر هو إعـدامهـا. ومن الناحية الأخرى فـإنّ المشتري الذي يقبل على شراء سلعة سريعة التلف والفساد في نهاية اليوم يعلم أن الموقف التساومي للبائع ضعيف. وعلى ذلك فـإنّ تغيرات السعر تحدث مهما قصرت الفترة الزمنية طالماً أن عملية اكتشاف السعر هي عملية مستمرة، فكلما حدثت مساومة وتبادل بين البائعين والمشترين يتم تحديد سعر معين وهذا السعر يختلف باختلاف ظروف المساومة سواءاً كان ذلك في صالح البائع أو المشتري، وعلى ذلك يلاحظ أن أسعار المنتجات الزراعيـة تتـغير باستمرار وهذه التغيرات التي تحدث في الفترات الزمنية القصيرة تسمى بالتغيرات السـعرية قصـيرة المدى.

(2) التغيــرات السـعريـة الموســميـة **Seasonal Price Variation**

 وتنتـج التغيرات السعرية الموسمية من الموسمية في الطلب أو الموسمية في العرض أو من الاثنين معاً. فكل نمط سعري يتكرر ويكتمل مرة كل سنة كاملة يطلق عليه تغيرات سعرية موسمية. فأسعار معظم المنتجات المزرعية لا تظل ثابتـة خلال الموسم بل تتبع في سلوكها نمطاً موسـمياً معيناً، ويجب ألا يفهم أن هذا السلوك الموسمي في أسعار المنتجات الزراعية دليل على عدم كمال السوق من ناحية الزمان، فارتفاع سعر أي منتج زراعي في بعض شهور السنة عن بعضها الآخر هو نتيجة لأسباب متعددة. فالمحاصيل الحقلية عادة ما تكون منخفضة السعر في وقت الحصاد عن أي وقت آخر لأن تكاليف التخزين تكون مساوية للصفر تقريباً في هذا الوقت ولأن الكميات المنتجة تدخل إلى الأسواق بغزارة في وقت الحصاد، ثم ترتفع الأسعار بعد ذلك تدريجيا كلما ابتعدنا زمنيا عن وقت الحصاد. ويتوقف الارتفاع الموسمي في الأسعار على الاختلافات في تكاليف التخزين، إذ أن تكاليف التخزين تزيد كلما طالت فترة التخزين، ومن ثم يكون من المتوقع أن تكون أسعار بعض المنتجات الزراعية مرتفعة في نهاية الموسم عن بدايته، ولكن إذا كان ذلك يفسر نمط التغير الموسمي للمنتجات الحقلية التي تنتج مرة واحدة في العام مثل القمح والشعير والتمور وغيرها، فكيف يمكن تفسير النمط الموسـمي في أسعار المنتجات الحيوانية وأسعار المنتجات الزراعية سـريعة التـلف والتي تنتج طوال العام ؟ حقيقـةً أن مثل هذه المنتجات يمكن أن يستمر تدفقها إلى الأسواق من الإنتاج مباشرة وليس فقط من المخزون لأنها تنتج في كافة شهور العام تقريباً، إلا أنه يجب ملاحظة أن مستوى الإنتاج يختلف موسـمياً في نفس العام بسبب العوامل البيولوجية التي تتضمنها العملية الإنتاجية وكذلك نتيجة للاختلافات في الظروف الجوية والاختلافات الموسـمية في تكاليف الإنتاج، ونتيجة لتغير العرض السوقي خلال العام نتيجة لواحد أو أكثر من هذه الأسباب، فـإنّ السعر أيضاً يتبع في سلوكه نمطـاً موسـمياً غالبـاً ما يكون متشـابهاً من عام إلى آخر.

 ومن المتوقع أن تكون التقلبات الموسـمية في أسعار المنتجات الزراعية القابلة للتلف أكثر حدة من التقلبات الموسـمية في أسعار المنتجات القابلة للتخزين إذا لم يكن إنتاجها منتظماً طول العام، وهذا لا يمكن تحقيقه بالنسبة للكثير من المنتجات الزراعية. والموسـمية في الطلب على المنتجات الزراعية (والتي تنعكس في التغيرات السعرية للمنتجات الزراعية) ترتبط هي الأخرى بعوامل جوية وكذلك بالمواسم والأعياد. فقد يزيد الطلب على بعض المنتجات في الشتاء عن الصيف أو العكس، وقد تحمل بعض المواسم والأعياد في طياتها طلباً متزايداً على بعض المنتجات، فمثلا يلاحظ زيادة الطلب على الضأن في موسم الحج ويزيد الطلب على المنتجات الصوفية في الشتاء، كما ويزيد الطلب على التمور واللبن في شهر رمضان المبارك.

 وعموماً فـإنّ تغـيرات العرض أكـثر أهمية وأكثر وضوحاً من تغيرات الطلب على المنتجات الزراعية في كثير من الحالات، وبالتالي يكون جانب العرض هو مصدر الموسـمية الأساسي في معظم المنتجات الزراعية ويمكن توضيح ذلك من خلال أثر موسـمية العرض على السلوك السعري. فلو فرضنا أن السنة تتكون من ثلاثة مواسم (على سبيل التبسيط) وان دالـة الطلب هي نفسها في كل المواسم (أي لا تتغير) وهذه حالة يمكن قبولها بالنسبة للكثير من المنتجات الزراعية والتي تعتبر احتياجات غذائية أساسية طول العام، ونفرض أن المحصول يحصد في الموسم الأول فيكون للبائعين الاختيار في البيع في أي من المواسم الثلاثة، وحيث أن المنتج (الفلاح) يمكنه أن يبيع في الموسم الأول أو يخزن محصوله لبيعه في الموسم الثاني أو الثالث، يلاحظ انه كلما اتجهنا من الموسم الأول إلى الثاني إلى الثالث يصبح منحنى العرض أكـثر انحداراً (أقل مرونة) ومن ثم يجب أن تكون الأسعار أعلى لتغطي تكاليف التخزين، ومن ناحية أخرى فـإنّ مرور الوقت يقلل فرصة الكميات الممكن تخزينها.

 كما إن انخفـاض مرونة العرض من الموسم الأول إلى الثاني إلى الثالث راجع إلى فرضية مفادها أن المحصول يجب التخلص منه في نهاية الموسم الثالث ولا يمكن تخزينه أكثر من ذلك، وهذه فرضية طبيعية تابعة من خصائص المنتجات الزراعية (القابلة للتلف). كما ان النمط الموسـمي العادي لمحصول يحصد في فترة قصيرة ثم يباع خلال العام، حيث يرتفع السعر خلال نفس العام كدالة لتكاليف تخزين ذلك المحصول، فإذا كانت توقعات الوسطاء توقعات صحيحة بالطلبات المستقبلية بالنسبة للعروض، ومن ثم قاموا بتخزين الكميات المناسبة فـإنّ السعر يرتفع على نحو متسارع وتكون التغيرات السعرية كافية لتشجيع عمليات التخزين، وبذلك توزع السلعة على مدار العام بواسطة العلاقة بين الأسعار المتوقعة والأسعار الحالية وتكاليف التخزين. وحينما يقترب الموسم التالي فـإنّ السعر يأخذ في الانخفاض التدريجي حتى يصل إلى حده الأدنى في وقت الحصاد.

 وتكاليف التخزين تتضمن بنوداً كثيرة أهمها تكاليف التخزين المباشرة للفراغات التخزينية، والتأمين ضد الحريق، والعائد على الاستثمارات في السلع المخزونة وما شابه ذلك، إضافة إلى بنود أخرى تشمل مخاطر التغيرات السعرية العكسية أثناء فترة تخزين السلعة. فمخاطر انخفاض السعر أثناء فترة التخزين ليست تكاليف مباشرة، ولكنها كثـيراً ما تمثل أعباء إضافية يتحملها القائمون بعملية التخزين من خلال التأمين ضد انخفاض السعر إذا أمكن عمل ذلك من خلال دفع مبلغ معين شـأنه في ذلك شـأن التأمين ضد الحريق.

 ومن الجدير بالذكر أنه قد لا يشاهد النمط الموسـمي العادي خلال أي سنة، إذ كثيراً ما تتم عمليات التخزين في ضوء معلومات غير كاملة، حيث تخزن في بعض الأحيان كميات أكبر من اللازم، وفي أحيان أخرى تخزن كميات أقل مما يجب، وعلى ذلك يكون من المتوقع أن ترتفع الأسعار بأكثر أو أقل من التكاليف التخزينية في مثل تلك السنوات، إلا أنه في المدى الطويل فإن ارتفاع السعر يجب أن يغطي تكاليف التخزين، وعادة ما تكون التغيرات السعرية الموسـمية مختلفة عن ذلك النمط الممهد والموضح في الشكل (4)، فالشكل يعطي صورة مبسطة ليوضح المنطق الذي يحكم النمط الموسمي في الأسعار. ومن ناحية أخرى ففي ظل الظروف الاقتصادية المتغيرة تتغير العوامل الأساسية التي تحكم النمط الموسـمي في أسعار المنتجات الزراعية، فمثلاً الانخفاض في موسـمية الإنتاج كما هو حادث بالنسبة لإنتاج البيض في الحظائر المغلقة المكيفة (البطاريات) أو إنتاج الخيار تحت البيوت المحمية المكيفة في المملكة قد أدى إلى تقليل التغيرات السعرية الموسـمية. كما أن التغيرات في تكاليف التخزين وما شابهها تؤدى أيضاً إلى تغيير النمط الموسـمي للأسعار، فتقنية التخزين والتوسع في إنشاء الفراغات التخزينية المبردة، وسيادة المنافسة بين المنشآت التخزينية، أدى إلى انخفاض تكاليف التخزين مقارنة بالماضي، الأمر الذي قلل الفروق السعرية بين وقت ظهور المحصول وبقية المواسم خلال العام.

(3) التغـيرات الســعـريـة الســنويـة **Annual Price Variations**

 وهي تغيرات الأسعار الزراعية من سـنة إلى أخرى، وتعتبر تغيرات العرض بالنسبة للمنتجات الزراعية هي العامل الرئيسي للتغيرات السعرية السنوية، فالكميات المعروضة من منتج زراعي معين في سنة من السنوات هي محصلة الكمية المنتجة في تلك السنة والمخزون من السنوات السابقة والواردات أن وجدت. وتقلبات الإنتاج من سنة لأخرى هي محصلة لتأثير الكثير من العوامل الاقتصادية وغير الاقتصـادية. ومن ناحية أخرى فـإنّ الطلب أيضاً قد يتغير من سنة لأخرى نتيجة للتغيرات في أسعار البدائل والتغيرات المنتظمة في الدخل وعدد السكان والذوق.

 ومن الملاحظ أن كمية المنتج من أي محصول زراعي عرضة للتغيرات من سنة إلى أخرى نتيجة لحساسية الإنتاجية للظروف الجوية والإصابات الحشرية (الخارجة عن إرادة المزارعين)، إضافة إلى التغيرات السنوية في المساحة المزروعة في ضوء قرارات المنتجين في توزيع مواردهم بين مختلف البدائل الإنتاجية، وعليه تتغير أسعار المنتجات الزراعية من سـنة إلى أخرى كنتيجة لتلك التغيرات السنوية في كل من عرضها والطلب عليها.

(4) الاتجــاه الـعـــام لـلأســـعـار **Trends of Prices**

 يرتبط الاتجاه العام لأسعار المنتجات الزراعية بالتضخم العام أو الركود العام في الاقتصاد إضـافة إلى العوامل الخاصة بالقطاع الزراعي سواء كانت تتعلق بالطلب على المنتجات الزراعية أو عرضها. فهناك تغيرات اتجاهيه تحدث في أذواق المستهلكين وتفضيلاتهم إضافة إلى التغيرات السكانية التي تتوقف بدورها على معدل النمو السنوي في السكان وكذلك الاتجاه العام في مستويات الدخول. كما أن هناك اتجاهات عامة في جانب الإنتاج عادة ما تكون مرتبطة بالتغير التقني والتطور في أساليب الإنتاج الزراعي. وكل هذه العوامل مجتمعة سواء كانت في جانب عرض المنتجات الزراعية أو الطلب عليها تنعكس في الاتجاه العام للأسعار.

 فعلى الرغم من وجود تغيرات سعرية قصيرة المدى وأخرى موسـمية وأخرى سنوية تظهر في سلوك الأسعار إلا أنها بشكل عام تأخذ اتجاهاً عاماً للتزايد.

(5) السـلوك الـدوري للأســعـار **Cyclical Behavior of Prices**

 يمكن تعريف الدورة بأنها النمط الذي يعيد نفسه عادة بمرور الوقت، فالدورة الحقيقية هي التي تعيد نفسها تلقائيـاً Self-Energizing وليس نتيجة لعوامل الصدفة. ووجود مثل هذه الدورة موضع جدل في الاقتصاد فيمكن أن تبدأ الدورة بحدث خارجي External Event ومثل هذه الدورة قد تنتهي ما لم تبدأ من جديد بفعل عامل خارجي آخر. فعلى سبيل المثال قد ينخفض الإنتاج ومن ثم ترتفع الأسعار وتؤدى الأسعار المرتفعة إلى زيادة الإنتاج في الفترة المقبلة والتي بدورها تؤدي إلى انخفاض السعر وهذا يؤدي إلى تقليل الإنتاج وهكذا. ومثل هذه الدورة قد تنتهي ما لم يحركها من جديد عامل خارجي.

 السلوك الدوري في أسعار المنتجات الزراعية لا يتمشى مع التحليل البسيط للطلب والعرض، إذ أن الكمية المعروضة في فترة زمنية (ت) ليست دالة للسعر في نفس الفترة بسبب التأخير البيولوجي والسلوكي، ولكنها دالـة للسعر في فترة زمنية سابقة (ت - ن) حيث (ن) تعبر عن طول فترة التأخير بين حدوث السعر وظهور العرض. فمثلاً إذا ارتفع سعر الطماطم في أحد المواسم فلا يمكن للمنتجين أن يعرضوا من الطمـاطم إلا ما سبق أن خططوا لإنتاجه من قبل والذي يعتبر محـدداً بالفعل بمسـاحة معينـة. وبذلك يمكن القول أن زيادة السعر هذه لا تؤثر على المساحة المزروعة حالياً، ولكن يخطط المنتجون نتيجة لارتفاع السعر في ذلك الموسم لزيادة المساحة المزروعة في الموسم القادم أو العام القادم، ومن هنا فـإنّ زيادة السعر في سنة ما تؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة في السنة المقبلة، وهذا بالطبع بفرض أن عملية زراعة المحصول واتخاذ القرار المتصل بتحديد حجم إنتاجه تتم مرة واحدة في السنة، ومن الطبيعي أن ارتفاع الأسعار في موسم قد يؤثر على الإنتاج في الموسم التالي، حتى إذا كان الموسم التالي في نفس العام إذا كانت هناك فرصة لاتخاذ القرار الخاص بالمساحة المزروعة في الموسم التالي، فقد تشجع أسعار الطماطم في الموسم الصيفي مثـلاً على زيادة مساحتها المزروعة في الموسم الشتوي التالي إذا أمكن ذلك، ولأن الطماطم تمكث في الأرض من ثلاثة إلى أربعة شهور حتى تعطي إنتاجها من ثمار الطماطم. يمكن القول في مثل هذه الحالة أن فترة التأخير الزمني بين السعر وتغـير كمية الإنتاج هي 3 - 4 أشـهر.

 وبالمثل يمكن أن تتصور اثر تحسن أسعار التمور في منطقة الاغوار على سبيل المثال على الكميات المنتجة منها من غرس جديد، فـإذا غرس المنتجون عدداً كبيراً من فسائل النخيل في مساحات شاسعة استجابة للتحسن في أسعار التمور في سـنة من السنوات، فمـــاذا ننتظــر؟ هل سـيزيد إنتاج التمور في نفس العام الذي تحسن فيه السعر؟ أو حتى في العام التالي؟ بالطبـع لا، لأن هذه الفسائل الجديدة التي غرست استجابة لزيادة السعر لن تعطي إنتاجها قبل مرور ثلاث أو أربع سنوات على الأقل. وفي مثل هذه الحالة نستطيع أن نقول أن فترة التأخير الزمني بين تغير السعر وحدوث تغيرات في الإنتاج نتيجة لهذا التغير في السعر تختلف وفقـاً لطبيعـة العمليـة الإنتاجيـة ونوع المنتـج. والمهم أننا نستخلص من ذلك أن **الكمية المنتجـة من منتـج زراعي مـا هـي إلاّ نتيجـةً لأسـعار سـابقة، وسوف تؤثر بدورها على السعر في نفـس السـنة، والذي يؤثر هو الآخر على الكمية المنتجـة في فـترات مقبـلـة.**

 ويعطينـا **النموذج العنكبوتي Cobweb Model The** شرحاً نظرياً للسلوك الدوري لأسعار المنتجـات الزراعية وكمياتها مع الزمن، إذ **ترتبط الأسعار والكميات بعـلاقـة سـببية تعـاقبية متسـلسـلـة تنتـج من ثـلاثـة عـوامـل رئيســيـة:**

الأول: ضرورة وجود التأخير الزمني بين القرار الإنتاجي والإنتاج المحقق بالفعل.

الثاني: أن المنتجين يبنون خططهم الإنتاجية طبقا للأسعار الحاضرة والماضية، ومن ثم يكون الإنتاج المحقق وبسبب التأخير الزمني هو دالة للأسعار السابقة.

الثالث: السعر الحالي هو دالة للعرض الحالي، والذي يتحدد بدوره بالإنتاج الحالي.

 ويتضح أن النموذج العنكبوتي يتضمن علاقتي عرض، الأولى هي الدالة المعتادة في المدى القصير، حيث أنه بسبب التأخير الزمني في العملية الإنتاجية، فـإنّ العرض الحالي هو دالة للأسعار بفترة تأخير كما سبق توضيحه، وبصورة أكثر دقة فـإنّ الإنتاج المخطط هو دالة للأسعار الحالية، وبفرض تحقق الخطط يكون الإنتاج الحالي هو دالة للأسعار السابقة، وبعبارة أخرى فإن الخطط الإنتاجية تعتمد على الأسعار المتوقعة. والأسعار المتوقعة هي دالة للأسعار الحالية والسابقة. وعلاقة العرض الثـانيـة يعـبر عنها بمنحنى قصـير الـمدى جــداً، فحينما يتحقق الإنتاج فـإنّ النموذج يفترض أن هذه الكمية تباع، ويتحـدد السعر الحالي بالعرض الحالي، وهذا الفرض يقـرر أن النموذج أكـثر انطباقا على المنتجـات الزراعيـة سـريعـة التـلـف.

**ويمكن تلخيـص فروض النموذج العنكبوتي فيما يلي:**

(1) تتحـدد الأسـعار في سوق تنافسـي ويأخـذ المنتجون بأسـعار السـوق.

(2) تتحـدد الأسعار بصفـة أســاسـية بمسـتويات تغـير العرض في المدى القصـير جداً (أي أن منحنى العرض عديم المرونة السعرية في كل فترة).

(3) تبنى الخطط الإنتاجية بصفة رئيسـية معتمدة على الأسعار الحالية.

(4) لابد من تأخـير زمني قدره فـترة زمنيـة واحـدة على الأقل حتى يستجيب الإنتاج، وبذلك يوجد تأخير واضح بين التغير السعري وتغـير الإنتاج.

(5) تعتمد الدورة على تساوي الإنتاج المحقق مع الإنتاج المخطط.

(6) لكي يكون النموذج العنكبوتي واضحاً يجب أن تكون علاقات الطلب والعرض سـاكنة Static Analysis.

 ويؤدي النموذج العنكبوتي إلى دورات مستمرة Continuous أو متقاربة Convergent أو متبـاعدة Divergent في الأسـعار والكميات بفـرض علاقات طلب وعرض خطيـة. فـإذا كان ميـل منحنى الطلب مسـاوياً لميل منحنى العرض تنتج دورات مسـتمرة شكل (7)، وإذا كان منحنى الطلب له ميل أقـل من ميل منحنى العرض تنتج دورات متقـاربة، وإذا كان منحنى الطلب له ميل أكـبر من ميل منحى العرض تنتج دورات متباعدة. ويتضمن هذا النموذج أن تكون طول الدورة ضعف فترة التأخير الزمني، طالمـا أن النموذج يفترض أن الإنتاج هو دالـة لأسعار الفترات السابقة.

**شــكل (3) علاقات العرض والطلب الخطية**

السعر

ع

ط

أ

د

ط

ج

 الكمية

ز

و

ج

 فـإذا حدث وان كان السعر مرتفعـاً في سـنة ما عند المستوى (س1) فمن المنتظر أن تكون الكمية المعروضة في الفترة القادمة عند المستوى (ك1)، حيث تتحدد تلك الكمية بالتقاء خط السعر مع منحنى العرض، وعند الكمية (ك1) يتحدد السعر في السوق في نفس الفترة بالتقاء تلك الكمية (والتي تمثل العرض عديم المرونة في المدى القصير) مع منحنى الطلب عند المستوى (س2)، والذي يترتب عليه الكمية (ك2) ثم السعر (س3) ثم الكمية (ك4) ثم السعر (س4) وهكــذا.

 ويلاحظ من الأشكال أن الدورة تبقى مستمرة حيث تبقى الأسعار تتأرجح من سنة إلى أخرى بين حدين أدنى وأعلى لها في حالة تساوي ميل منحنى الطلب مع ميل منحنى العرض (شكل 7)، بينما تتقارب الدورة السعرية بمرور الوقت في حالة إذا كان ميل منحنى الطلب أقل من ميل منحنى العرض)، كما تتبـاعـد الدورة السعرية مع الوقت عند زيـادة ميل منحنى الطلب عن ميل منحنى العرض.

 ومن المفيد في شرحنا للنموذج العنكبوتي التنويه إلى بعض الملاحظات الهامة إذ أن الفرض الأساسي لهذا النموذج وهو التأخير الزمني بين التخطيط للإنتاج وتحقيق الإنتاج بالفعل هو فرض واقعي لمعظم المنتجات الزراعية سواء كانت منتجات نباتية أو منتجات حيوانية، ولكن الفرض الضمني الذي يفيد بأن الإنتاج الحالي يتقرر بسعر الموسم السابق يعتبر فرضاً ضعيفاً، فقـد لا تكون الأسعار المتوقعة مرتبطـة بشكل كبير بالأسعار السابقة على الرغم من إمكانية ذلك في بعضها. فالسعر الحالي يتوقف بدرجة كبيرة على كمية الإنتاج المعروضة فعلاً في السوق وخاصة بالنسبة للمنتجات سريعة التلف والتي يجب أن تباع بعد الحصاد بمدة قصيرة، ومستويات الأسعار تتحدد بعوامل أخرى يجب أن يأخذها النموذج الواقعي في الاعتبار.

 كما أن بعض المنتجات الزراعية تتأثر بالبرامج الحكومية لدعم المنتجين، وفي مثل هذه الحالة لا يكون النموذج العنكبوتي البسيط مناسباً، كما أنّ الإنتاج المحقق لا يتساوى بالضرورة مع الإنتاج المخطط فكثير من العوامل غير الاقتصادية والعشوائية يمكنها التأثير على مستويات الطلب والعرض، وبذلك حتى مع افتراض استيفاء كافة الفروض الأخرى فليس من الواقعية أن نجـد دوره سعرية واضحة بفترة ثـابتـة.

الاختـلافـات السـعـرية النـوعيــة Price Differences Associated with Quality

 تختلف المنتجات الزراعية في كثـير من الخصائص مثل اللون، والحجم، ونسبة العصير، والمحتوى البروتيني، ونسبة النقاوة وغيرها من الصفات، ونتيجة لذلك تبرز الحاجة إلى تحديد الدرجات Grades والتي عادة ما تنظم عن طريق الهيئات الحكومية بالتشاور مع المنتجين والمستهلكين والمؤسسات التسويقية، كما تتكون الدرجات بطريقة عرفية بين أطراف التبادل. ولإيجاد نظام مناسب للدرجات يلزم تحديد خصائص المنتج الواجب استخدامه كأساس لتحديد الدرجات، كما يلزم توفير معلومات عن تلك الخصائص وكيفية استخدامها وتقديرها لتحديد الدرجة. وما يشاهد في الواقع أن نظام التدريج يجري عادة على أساس خصائص عديدة وهذه الخصائص تختلف باستمرار.

 ويمكن النظر إلى طلب المستهلك على منتج معين على انه طلب على خصائص معينة في المنتج مثل نسبة المواد الصلبة الذائبة أو نسـبة العصير أو المحتوى البروتيني أو الكربوهيدراتي، وقد تتعقد عملية تحديد الدرجات حينما تتعدد أوجه استخدام المنتج وهذا هو حال الكثير من المنتجات الزراعية. إذ يعتبر المنتج عالياً في درجته لاستخدام معين يركز على خاصية معينة في المنتج، بينما يعتبر منخفضاً في درجته من وجهة نظر استخدام آخر يتطلع إلى توافر خاصية أخرى بدرجة أعلى، وبذلك فـإنّ المشترين يضعون في اعتبارهم أهميات اقتصادية مختلفة للصفات المعينة. فمثلاً قد يعتمد نظام تدريجي معين على خصائص مثل المحتوى العصيري والوزن لأن ذلك يكون مناسباً لفئة معينة من مشتري السلعة، بينما ينصب اهتمام المشترين الآخرين على المحتوى البروتيني، ومن ثم فـإنّهم يجدون أن نظام التدريج غير مناسب لأغراضهم، وعموماً ترتبط أنظمة التدريج بتكاليف لازمة لتنفيذها والعمل بها. فبعض خصائص المنتجات الزراعية مثل الحجم والوزن واللون يمكن الاعتماد عليها بسهولة وبتكلفة منخفضة في وضع الدرجات التي تستند عليها إذا ما قورنت بغيرها من الخصائص الأخرى مثل نسبة البروتين أو نسبة السكر وما شابه ذلك من الخصائص. وبذلك فإن تكلفـة نظام التدريج تتوقف على الهدف الذي من أجلـه أنشيء هذا النظام التدريجي.

 والهدف الرئيسي من عملية التدريج هو جعل النظام التسويقي يعمل بكفاءة أعلى. والدرجات بصفة عامة تجعل للمعلومات السوقية فوائد أعلى، فيمكن أن تتم التعاقدات على صفقات كبيرة من المنتجات الزراعية على أساس توصيف الدرجات، ومن ثم لا يحتاج المشترون فحص الصفقات بأنفسهم وخاصة تلك الصفقات التي حددت درجاتها بطرق رسـمية، كما أن التوحيد القياسي يقلل اللايقين بين البائعين والمشترين الأمر الذي يؤدي إلى تقليل التكاليف التسويقية.

 وعادة ما تختلف الأسعار باختلاف الدرجات والنوعيات للمنتجات الزراعية. والاختلافات السعرية بين الدرجات في وقت معين هي بالطبع نتيجة لمستوى عرض الدرجات المختلفة والطلب عليها، وبمرور الوقت تتغير هذه الاختلافات السعرية نتيجة لتغيرات دوال الطلب والعرض، ويصعب التعميم عن العلاقات السعرية بين الدرجات لتعدد توليفات التغيرات في الطلبات والعروض النسبية للدرجات. فعلى سبيل المثـال تؤدي زيادة عرض درجة معينة من السلعة إلى انخفاض سعرها، ومن ثم انخفاض الفرق السعري بينها وبين الدرجات الأقل أو زيادة الفرق السعري بينها وبين الدرجات الأعلى منها، وعلى الرغم من ذلك فـإنّ انخفاض سعر درجة معينة يؤدي إلى انخفاض الطلب على الدرجات الأخرى ومن ثم انخفاض أسعارها. وهذه الأسعار المنخفضة من ناحية أخرى ينعكس تأثيرها على الطلب على الدرجة التي انخفض سعرها أصلاً، ومن ثم فـإنّ زيـادة عرض إحدى الدرجات يؤدي إلى انخفاض في أسعار كل الدرجات، إضافة إلى تغيـيرات في الفروق السعرية بين الدرجات. ويعتمد حجم التغير في الطلب على مقدار مرونة الطلب السعرية للدرجة موضع الاعتبار، ومقدار المرونات السعرية العبورية مع الدرجات الأخرى.

المنافسـة والتسـعير في بيـع الأغـذيـة بالتجـزئـة Competition and Pricing

 إنّ ازديـاد حجم المؤسسات السلسلية لبيع الأغذية وموقعها الاستراتيجي في سوق الأغذية يطرح كثيراً من الأسـئلة التي تتصل بمدى الضخامة والقوة الاقتصادية لهيئات التجزئة وكيفية تأثـير سياسات تسعير وتسويق الأغذية بالتجزئة على مبيعات وأسعار الهيئات الأخرى في سوق الأغذية.

 الحقيقة الواضحة هي أن المنافسة بين بائعي التجزئة للأغذية في عالمنا المعاصر تختلف كثيراً عما كانت عليه في السابق حينما كانت المحـلات (الدكاكين) الصغيرة منتشرة في كل مكان. ويرجع ذلك إلى أنّ حركة المؤسسات السلسلية والأسواق المركزية (السوبر ماركت) حولت بيع الأغذية بالتجزئة في اتجـاه المؤسسات الكبيرة والقوية اقتصادياً، وهذا أدى إلى خروج المحلات الصغيرة المستقلة من السوق، إلاّ أن ذلك لا يعني انخفاض حدة المنافسة في بيع الأغذية بالتجزئة عما كانت عليه في السابق. فلقد أكدت التجربة في الدول المتقدمة وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية أن بائعي التجزئة المتحدين المستقلين قد أخذوا موقعاً تنافسياً مع شركات المؤسسات السلسلية الضخمة، بل أن بعضهم ربما يتفوق تجارياً أو في التكاليف المنخفضة أثناء تنافسهم مع المؤسسات السلسلية. ففي كثير من الأسواق المحلية يتمتع بائعو التجزئة المستقلين النشطين بنصيب كبير من السوق مقارنة بالمؤسسات السلسلية.

 ولقد ضاعفت ارتفاع دخول المستهلكين وزيـادة تحركهم (تنقلهـم) من حـدة المنافسـة في بيع الأغذية بالتجزئة، فمستهلك اليوم ليس مقيداً بالسوق القريب من سكنه والذي قد يعطيه تسهيلات مالية كذلك فإنّ المطاعم قد أصبحت عاملاً مهماً في طبيعة البيع بالتجزئة للأغذية.

 ومن المناقشات الهامة في وقتنا الحاضر ما يدور حول تـأثير حجم وتركيز مؤسـسات بيع الأغذية بالتجزئة على الكفاءة التسعيرية لجهاز تسويق الأغذية، حيث أنه من المؤكد أن وحدات بيع الأغذية بالتجزئة الضخمة تتنافس فيما بينها على كسب ولاء المستهلك وكذلك فإن الكميات الضخمة من السلع الغذائية التي تتعامل بها مؤسسات البيع بالتجزئة وأهميتها الكبيرة في مناطق مختلفة تعطيهما قوة مساومة ضخمة مع المجهزين والوكالات الأخرى في السوق والتي ترغب في توزيع منتجاتها في هذه المناطق.

هـامــش التجــزئـة **The Retail Gross Margin**

 وهـو الفـرق بـين مـا يدفعـه تجـار التجـزئـة للأغـذيـة في شـرائها ومـا يبيعونهـا بـه. ويحتوي هامش التجزئة على تكاليف العمل والأرباح. فـإذا أخـذ كنسـبة مئوية من المبيعات فإن هامش التجزئة يستخدم على نطاق واسع كمقياس لاتجـاهـات تكاليف بيع الأغذية بالتجزئة والجدارة والأرباح. ففي الولايات المتحدة الأمريكية انخفض هامش التجزئة انخفاضاً واضحاً في الفترة من عام 1932م إلى عام 1950م ليعكس الكفاءات العملية في حركة المؤسسات السلسلية والأسواق المركزية، ثم ارتفع في الخمسينات نتيجـة لارتفاع تكاليف الدعاية والعمالة ومعدلات الربح، إلا انه مال إلى الاستقرار في الفترة من 1963م إلى 1975م نتيجـة لتحســن الكفاءة التسـويقية.

هـذه الاتجاهات الدورية Cyclical Trends في هامش التجزئة تتبع نمطاً مألوفاً يسمى **بعجـلـة البيـع بالتجـزئـة Wheel of Retailing** حيث يميل تجار التجزئة إلى جذب المستهلكين عن طريق تعـاقـب سياساتهم **من** التركيز على خدمات منخفضة وأسعار منخفضة **إلى** خدمات مرتفعـة وأسـعار مرتفعـة.

 هـذا ويعتـبر تسـعير التجـزئـة لـلأغـذيـة والممارسات التجارية مهمة جداً لكل من المنتجـين (الفلاحين) والمستهلكين، حيث يؤثر بائعـو التجزئة للأغذية عن طريق سياساتهم السعرية والدعائية على طلب المستهلك والأسعار المزرعية وحركة المنتجات الزراعية. فلا شك أن بيع الأغذية بالتجزئة في صورته الحديثة لم يعد مجرد قناة تسويقية لمرور السلع الغذائية والأسعار المزرعية إلى المستهلكين، بـل أنـه قـد تجـاوز ذلك بكثير.

**وعموماً فـإن عمليـة تسـعير الأغـذيـة بالتجـزئـة عمليـة معـقــدة لســببين:**

(1) بائعو الأغذية بالتجزئة هم بائعون لمنتجـات متعـددة.

(2) يضع بائعـو الأغذية بالتجزئة أسعارهم لتميـيز محلاتهم من منافسـيهم. فأسعار التجزئة للأغذية تعتبر نوع من الدعاية. ولذلك تتأثر هذه الأسعار تتأثر أحياناً بطلب المستهلك وأهداف محلات البقالة المنافسة بدرجة أكبر من تأثرها بالأسعار المزرعية.

السـياسـات التسـعيرية في بيــع الأغـذيـة بالتجــزئـة:

توجـد سـياسـتان رئيسـيتان لتسـعير الأغـذيـة وهمــا:

(1) التسـعير الـمختـلـط Mixed Pricing

 حيث يسعر البائعون كل سلعة على أنها جـزء من خـليـط من السلع الغـذائيـة والغير غذائيـة التي يبيعهـا المحــل. هذه الطريقة تعطي البائع حـريـة أكـثر في تسعير أي سلعة. فعلى الرغم من أنه يجب أن يغطي إجمالي المبيعات تكاليف شراء السلع وتسويقها إلا أنه لا يجب أن يكون كل سعر تجزئة يتبع سعر الجملة أو المزرعة. فقـد يكون سعر التجزئة لسلعة ما أقل من سعر الجملة التي اشتراها المحل به. وبهذه الطريقة قد يقوم مدير المحل بتسعير بعض أنواع السلع بأسعار منخفضة (كالخبز) ولكن يرفع أسعار مجموعة أخرى (كالخضار) بحيث تغطي انخفاض السعر السابق وتعطيه أرباح فوق ذلك. لهذا السبب يجد المستهلك أسعاراً مختلفة لنفس السلعة (أو السلع) في محلات مختلفة.

(2) التسـعير المتعــدد Variable Pricing

 وهو أحـد سـياسـات التسـعير التي تقـلل من اعتمـاد أسـعار التجـزئـة على الأسعار المزرعيـة أو أسعار الجملة، حيث يقوم تجـار التجزئة بعمل تخفيضات على أسعار بعض السلع المختارة وذلك لتميـيز محلاتهم وجذب المستهلكين مثل أسعار نهاية الأسبوع المخفضة.

 وتعتمــد هـذه السـياسـات التسـعيرية على طبيعـة المستهلك وتفضيل الشراء من مكان واحـد One Stop Shopping حيث أنّ الأرباح القليلة أو الخسائر الناجمـة من بيع السلع المخفض سعرها يمكن تعويضـه بالمبيعات من السلع ذات الربحية المرتفعـة (غير المخفضة).