

الفصل الخامس

سياسات التسعير والقرارات الادارية

لقد درسنا في الفصل السابق الإنتاج والتكاليف والإيرادات وقد حان الوقت للتعرف على طبيعة السوق التي يقوم المنتج ببيع إنتاجه فيها لذا يعرف السوق هو محل التقاء قوى العرض والطلب (البائعون والمشترون) لتبادل السلع والخدمات ولسوق وظائف هي :-

- 1- تحديد قيم السلع والخدمات.
- 2- تخصيص الموارد الاقتصادية المتاحة بين الوحدات الإنتاجية وبين السلع بكفاءة اقتصادية مثلى.
- 3- توجيه المنتجين نحو إنتاج السلع والخدمات الأكثر تفضيلاً لدى المستهلكين.
- 4- تقنين الاستهلاك حسب حجم الإنتاج عن طريق الأسعار.

اولاً:- العوامل المؤثرة في تحديد الاسعار

يمكن التمييز بين مجموعتين من العوامل

1- العوامل الخارجية:- تشمل هذه العوامل جميع العوامل التي تقع خارج نطاق المنظمة والتي تؤثر في تحديد الاسعار ومنها:-

أ- مرونة الطلب السعرية:- مما لا شك فيه ان هنالك علاقة وثيقة بين مرونة الطلب على سلعة ما وسعرها وهذه المرونة تختلف من سلعة الى اخرى فلا بد للإدارة من معرفة مرونة الطلب على السلعة المراد تحديد السعر لها.

ب- المؤثرات القانونية:- يتأثر القرار المتعلق بتحديد الاسعار بمجموعة من قانون اجراءات صادرة من الدولة وعلى صانعي القرار اخذ بنظر الاعتبار هذه القوانين الخاصة بالقوانين المتعلقة بالسوق نظرا لما لها من تأثير على تحديد السياسات السعرية .

ج- القدرة الشرائية:- ان اختيار السعر المناسب لابد من الادارة الاخذ بنظر الاعتبار القدرة الشرائية للمستهلك التي تعتبر الاساس في تحديد السعر المناسب.

د- المنافسة:- في الوقت الحاضر ، قد لا تجد منظمة تعمل بمفردها في السوق ولها الحرية في تحديد انشطتها الانتاجية والتسويقية بمعزل عن منظمات اخرى نظرا الى ان معظم هذه المنظمات التي تعمل في ظل سوق المنافسة شديده في ما .

ر- العوامل الاقتصادية:- تلعب العوامل الاقتصادية دورا فعالا في تحديد السياسة السعرية ، ومن تلك العوامل مثلا الانتعاش او الانكماش او حالة التضخم والركود الاقتصادي وهذا يتطلب من ادارة المشروع ان تختار سياسة السعرية .

2- العوامل الداخلية:- يقصد بالعوامل الداخلية هي العوامل الموجودة داخل المنظمة التي تقع تحت سيطرتها ومنها:-

أ- اهداف المنظمة:- ان الاهداف المحددة من قبل المنظمة لا بد ان تجد تأثيرها على قرار التسعير ، فاذا كان هدف المنظمة هو تحقيق اقصى الارباح فلا بد ان يكون المعروض من هذه السلع اقل بكثير من الطلب عليها وان تتميز هذه السلعة بجوده العاليه، او قد يكون الهدف هو ضمان الحد الادنى من الارباح في السوق يزداد في المعروض السلعي الى ولا يقابله زيادة في الطلب وان هنالك منافسة شديدة. وقد يكون الهدف هو المحافظة على المركز القيادي في التسعير في السوق الذي تشتد فيه المنافسة او قد يكون الهدف وزيادة حجم المبيعات وكسب زبائن جدد والمحافظة على الحصة التسويقي.

ب- التكاليف:- فمن الضروري اضافة التكاليف الى العوامل الداخلية والخارجية ، فانه لا بد ان يتضمن السعر تغطية جميع التكاليف مع هامش ربحي مناسب يضمن الاستمرار والنمو

ج- اختلاف المنتجات تختلف سياسات السعريه باختلاف المنتجات ، فاذا كانت المنتجات المطروحة في السوق ذات جودة عالية وتكون المنظمة شبه منفردة في طرحها في السوق فانها تمتلك الحرية في اتخاذ القرار السعري المناسب ، اما اذا كانت منتجات المنظمة متماثلة مع منتجات المنظمات المنافسة لها في السوق فأنها سوف تتبع سياسة سعريه تتسجم مع سياسة التسعير هذه المنظمات الاخرى

ثانيا:- أشكال السوق

وبصفة عامة يمكن القول ان هنالك أربعة أشكال للسوق ويتم تصنيف السوق إلى واحد من الأشكال الأربعة وفقا لمعيارين هما عدد المنشآت وتتطابق المنتجات فوفاً للمعيار الأول نجد ان هنالك :

1- منشأة واحدة في السوق (سوق الاحتكار Monopoly) في جانب العرض كما الحال في الاحتكار الطبيعي لبعض الأنشطة الاقتصادية التي تكون فيها التكلفة في الاحتكار كبير الحجم اقل من التكلفة في المنشأة التنافسية الصغيرة الحجم ومن الأمثلة على ذلك إنتاج الكهرباء وخدمات الهاتف الخ.

2- عدد قليل من المنشآت في السوق (سوق احتكار القلة Oligopoly) تتحكم في السعر والكمية المنتجة وهي في حالة أشبه بالاحتكار الصافي الا ان المحتكر هنا هو عدد من المنشآت وليس منشأة واحدة ومن الأمثلة على ذلك السوق التي تباع فيها المياه المعدنية والادوية والصناعات الكيماوية الخ.

3- عدد كبير من المنشآت تزاوّل نفس النشاط ولكنها قد تنتج منتجات متطابقة او منتجات مختلفة وعليه لابد من استخدام المعيار الثاني بخصوص تطابق المنتجات فهناك اذن:
 أ- عدد كبير من المنشآت تنتج نفس المنتجات ولكنها غير متطابقة (سوق المنافسة الاحتكارية **Monopolistic Competition**) كسوق الاغذية المختلفة من قبل مختلف المنشآت وهي سوق يختلف فيها سعر نفس المنتج باختلاف المنشأة المنتجة.
 ب- عدد كبير من المنشآت ذات المنتجات المتطابقة (سوق المنافسة التامة **Monopolistic Perfect**) حيث يوجه المنتج البائع سعراً واحداً فقط يحدده السوق وليس المنتج ومن الامثلة على ذلك سوق المنتجات والمحاصيل الزراعية. ولدراسة اشكال السوق بشكل تفصيلي نقسمها حسب الاتي:

ثالثاً: سوق المنافسة التامة **Market Competition Perfect**

هي حالة افتراضية بحتة وتعني غياب أي قوة احتكارية سواء للمنتج ام للمستهلك ويتميز سوق المنافسة التامة بالاتي

- 1- وجود عدد كبير من المنتجين والبائعين بحيث كل بائع او منتج يساهم بجزء صغير جداً من العرض الكلي للسلعة وكذلك وجود عدد كبير من المشترين (المستهلكين) للسلعة ولا يستطيع أي منهم ان يؤثر في السوق من خلال تغيير حجم مشترياته.
- 2- حرية الدخول والخروج من والى السوق أي لا توجد قيود مثل تدخل الدولة ونقابات العمال.
- 3- المعرفة التامة بظروف السوق من العرض والطلب والأسعار لكل من المنتج والمستهلك.
- 4- تجانس السلعة أي لا يوجد للمشتريين أي تفضيل للمنتجين المختلفين للسلعة أي لا يوجد اختلافات حقيقية بين المنتجات.

تحليل توازن سوق المنافسة التامة في الامد القصير

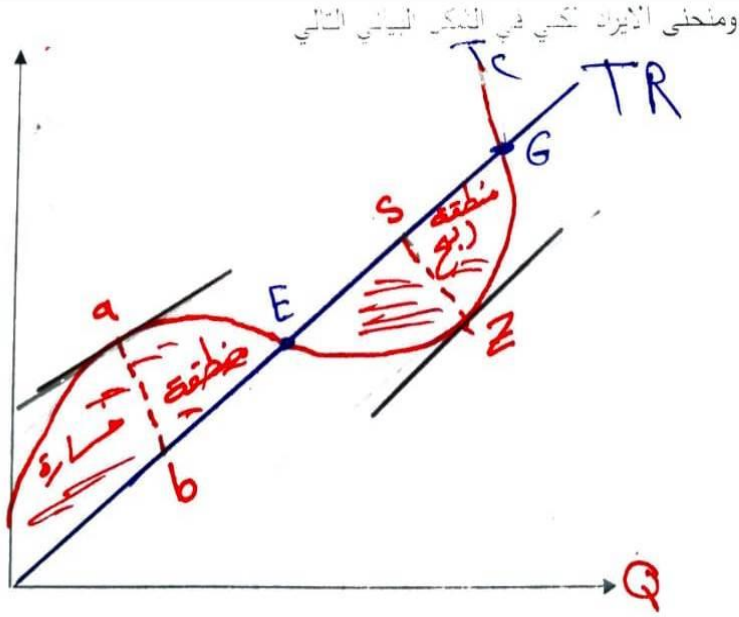
مما لاشك فيه ان هدف أي منشأة يتمثل بالحصول على اقصى ربح ممكن وعادة فان المنشأة في الاجل القصير تتحمل تكاليف ثابتة (FC) ومتغيرة (VC) لذلك من الافضل للمنشأة ان تبقى في السوق في الامد القصير حتى لو تحملت بعض الخسائر طالما كانت تلك الخسائر اقل من تكاليفها الثابتة ويتحقق الانتاج الامثل للمنشأة في الاجل القصير عندما (السعر (P) = متوسط الايراد (AR) = الايراد الحدي (MR)) (P=AR=MR)
 وبصفة عامة يمكن تحديد التوازن في المنشأة التي تعمل في ظل المنافسة التامة في الاجل القصير باسلوبين هما:-

1- اسلوب الكليات (المقارنة بين التكاليف الكلية TC والايراد الكلي TR)

يقصد بتوازن المنشأة او المنتج في الحصول على اقصى ربح ممكن وفقا لهذا الاسلوب اذن لابد من معرفة كل من الايراد الكلي والتكاليف الكلية والمقارنة بينهما لتحديد الارباح او الخسائر لكل مستوى من مستويات الانتاج

بما ان السعر ثابت في سوق المنافسة التامة فان الايراد الكلي = كمية المبيعات X سعر بيع الوحدة الواحدة ($TR=P*Q$) لذا فان منحنى الايراد الكلي يكون على شكل خط مستقيم يبدأ من نقطة الاصل متجها نحو الاعلى من اجل تحديد التوازن لابد من جمع منحنى التكاليف الكلية

ومنحنى الايراد الكلي في الشكل البياني التالي



قبل نقطة التعادل (E) يكون مستوى الانتاج الذي تحققه المنشأة في حالة خسارة لان التكاليف الكلية اكبر من الايراد الكلية فيمكن تحديد اقصى الخسارة تتحملها المنشأة وذلك برسم مماس موازي لمنحنى الايراد الكلي عند النقطة (a) وان الخسارة تتمثل بالمسافة بين (ab).

اما عند المستوى (E) فان المنشأة لا تحقق ربحا ولا خسارة.

اما المنطقة المحصورة بين (E) و (G) يكون مستوى الانتاج الذي تحققه المنشأة في حالة ربح لان الايراد الكلية اكبر من التكاليف الكلية والتي سوف يختارها المنتج لذا فيمكن تحديد اقصى ربح تحصل عليه المنشأة وذلك برسم مماس موازي لمنحنى الايراد الكلي عند النقطة (Z) وان الربح تتمثل بالمسافة بين (ZS).

2- اسلوب الحدييات (المساواة بين التكلفة الحدية MC والايراد الحدي MR)

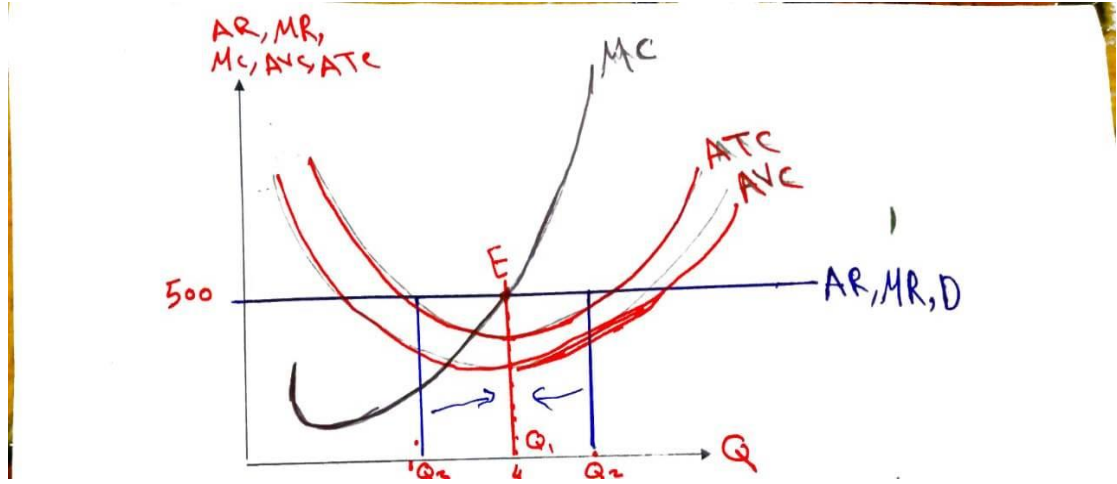
يمكن توضيح فكرة توازن المنشأة التنافسية بهذا الاسلوب بالمثال التالي كما هو مبين في الجدول التالي

التكلفة الحدية (MC)	الايراد الحدي MR	متوسط الايراد AR	اجمالي الربح الاقتصادي TR-TC	اجمالي التكاليف TC	اجمالي الايراد (TR)	الكمية المنتجة (بالطن) (Q)
-	-	-	-300	300	0	0
200	500	500	0	500	500	1
300	500	500	200	800	1000	2
400	500	500	300	1200	1500	3
500	500	500	300	1700	2000	4
600	500	500	200	2300	2500	5
700	500	500	0	3000	3000	6
800	500	500	-300	3800	3500	7
900	500	500	-700	4700	4000	8

يمثل العمود الأول الكميات المنتجة من السلعة أما العمود الثاني فيمثل إجمالي إيراد المنشأة من المبيعات ،وفي العمود الثالث نرى إجمالي التكاليف التي تتحملها المنشأة ولحساب إجمالي الربح نطرح التكلفة من الايراد نحصل على العمود الرابع وبالنظر الى هذا العمود من الأعلى إلى الأسفل نرى أن المنشأة تواجه خسارة عندما لم تنتج شيء كما انها تواجه خسارة عند تجاوزها إنتاج ستة أطنان من السلعة المنتجة ، وان أقصى ربح تحققه المنشأة هو (300) دينار عند مستوى إنتاج أربعة أطنان .

ويمكن النظر الى تحقق شرط التوازن بتساوي الإيراد الحدي (MR) في العمود الخامس مع التكلفة الحدية (MC) في العمود السادس ، وهذا يتحقق عند مستوى إنتاج أربعة اطنان من السلعة ان قرار المنتج في زيادة او تقليل يعتمد على الايراد الحدي (MR) والتكلفة الحدية (MC) وهذا يتضح عند النظر إلى العمودين الخامس والسادس في آن واحد. فعندما يكون الايراد الحدي (500) دينار والتكلفة الحدية (200) دينار، فان هذا سيشجع المنتج على زيادة الإنتاج حتى يصل الى تساوي الإيراد الحدي (MR) مع التكلفة الحدية (MC) ،حيث لا حافز للتوسع بعد ذلك.وبالعكس عندما يصبح الإيراد الحدي (MR) اقل من التكلفة الحدية (MC) ،فان هذا سيدفع المنتج الى تقليل الإنتاج الى مستوى الذي يتساوى فيه الإيراد الحدي (MR) مع التكلفة الحدية (MC) والذي يحقق أقصى أرباح ممكنة كما نلاحظه في العمود الرابع.

ويمكن توضيح هذه العلاقة في الرسم البياني التالي



والشكل أعلاه يوضح حالة التوازن حيث ان توازن المنشأة يتحقق عند نقطة تقاطع منحني الإيراد الحدي (MR) مع التكلفة الحدية (MC) وان الكمية المنتجة هي (Q₁E) التي تتحقق عندها أقصى إجمالي الأرباح وعند النقطة (Q₂) يكون الإيراد الحدي (MR) اكبر من التكلفة الحدية (MC) أي ان (MR > MC) وهذا يشجع المنتج على زيادة إنتاجه الى (Q₂E). وفي حالة إنتاج الكمية (Q₃) يكون الإيراد الحدي (MR) اقل من التكلفة الحدية (MC) أي ان (MR < MC) وهذا سيدفع المنتج الى تقليل انتاج الى (Q₁E).

حالات الربح والخسارة في الامد القصير

تتحد حالات الربح والخسارة في الامد القصير بناء على سعر السوق من جهة وعلى تكاليف المنشأة من جهة اخرى ويمكن تحديد ذلك بالرسوم البيانية التالية

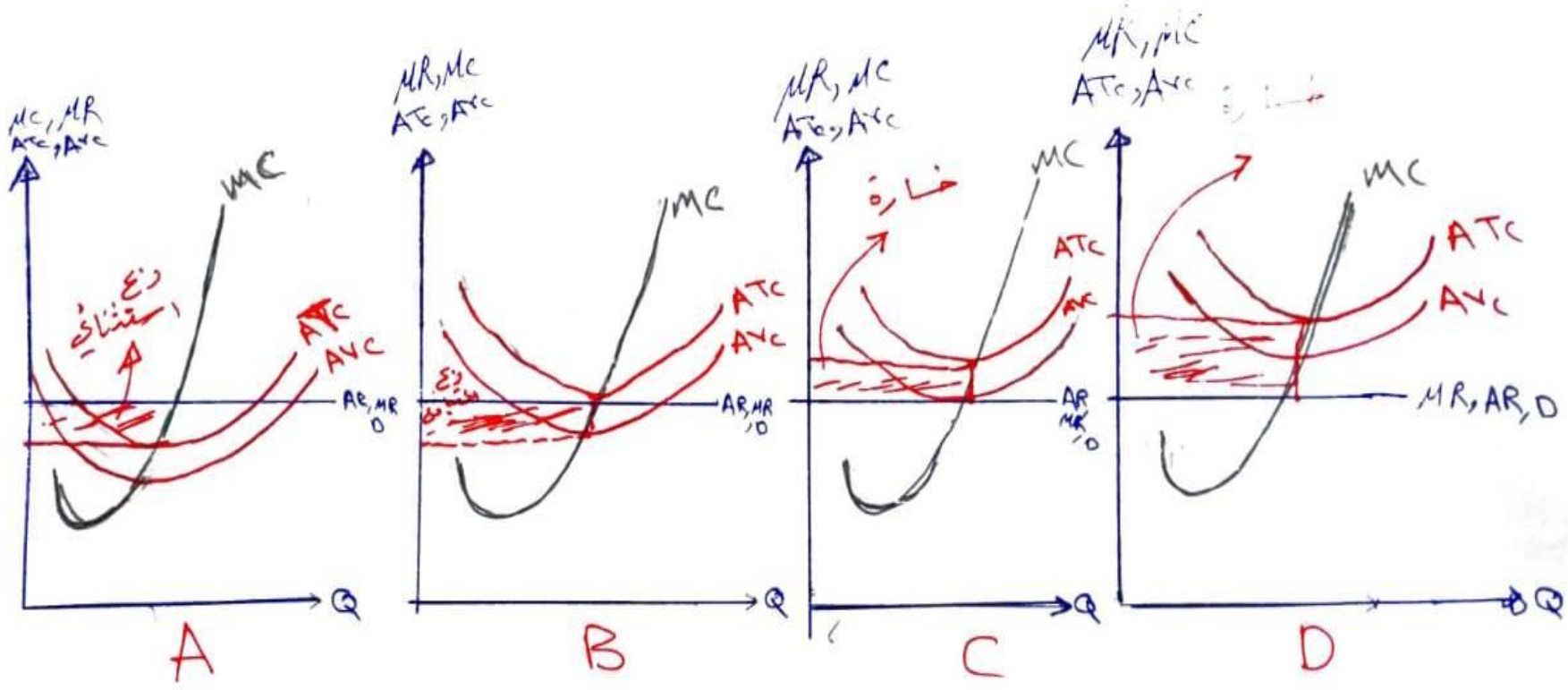
في الرسم (A) يعلو خط السعر (P=AR=MR) منحني (ATC) عند حده الأدنى فان المنشأة تحقق ربحاً استثنائياً يتمثل بمساحة المستطيل المظلل

في الرسم (B) يمس خط السعر منحني (ATC) عند حده الأدنى فان المنشأة تحقق ربحاً عادياً اي ان المشاة لا تحقق خسارة لانها تغطي تكاليفها الثابتة والمتغيرة بالكامل.

في الرسم (C) يقع منحني (ATC) اعلى من خط السعر في حين يمس خط السعر منحني (AVC) عند حده الأدنى وهذا يعني ان المنشأة تغطي تكاليفها المتغيرة فقط وفي هذه الحالة تستمر المنشأة بالعمل لانها استطاعت ان تغطي تكلفتها المتغيرة على الرغم من تكاليفها الثابتة دون تغطية على امل ارتفاع السعر .

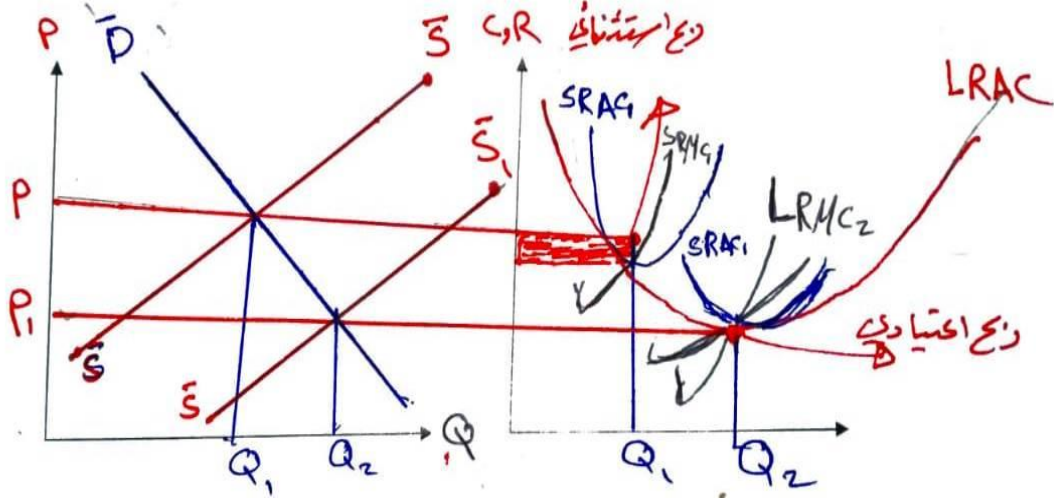
في الرسم (D) يقع كل من منحني (ATC) ومنحني (AVC) اعلى من خط السعر في حين وهذا يعني ان المنشأة لا تغطي تكاليفها المتغيرة وتكاليفها الثابتة اذن لابد من الاغلاق

والانسحاب من السوق



تحليل توازن سوق المنافسة التامة في الالمد الطويل

يتحدد التوازن في سوق المنافسة التامة في الالمد الطويل من خلال الرسم البياني التالي



يلاحظ من خلال الشكل (a) ان سعر السوق الناجم عم النقاء منحني الطلب (DD) ومنحني العرض (SS) هو (P) هو المستوى الذي تحدد بموجبه المنشآت الفردية مستوى انتاجها فيتحقق ربح استثنائيا لدى المنشأة في الالمد القصير بمتوسط تكلفة ادنى من خط السعر السوقي عند (Q_1) الناجم عن تحقق ($SRMC = P = MR$) والمتمثل بالجزء المظلل في الرسم (a)

ان حرية دخول المنشأة الى السوق وامكانية توسيع الطاقة الانتاجية للمنشأة يؤدي الى انتقال منحني العرض (S_1S_1) الى اليمين وبذلك سيكون سعر السوق الجديد هو (P_1) وهذا السعر يمس ادنى مستوى لمنحني متوسط التكاليف في الالمد الطويل (LRAC) وكذلك مستوى متوسط التكاليف في الالمد القصير (SRAC) عند الحجم الامثل (Q_2) وفي هذه الحالة المنشأة تحقق ربحا اعتياديا ويعد هذا الحجم افضل مستوى للانتاج خلال الالمد الطويل ويتحقق شرط التوازن عندما ($LRAC = SRAC = LRMC = SRMC = P = MR$)