

إدارة المخاطر وأثرها في تسعير السلع ونمذجتها دراسة حالة سلعة القمح

الاستلام: 2025/ 04 /26

التحكيم: 2025/ 07 /01

القبول: 2025/ 07 /02

نهال علي عبده عكبور^{(*)،(1)}

© 2025 University of Science and Technology, Aden, Yemen. This article can be distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution License](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

© 2025 جامعة العلوم والتكنولوجيا، المركز الرئيس عدن، اليمن. يمكن إعادة استخدام المادة المنشورة حسب رخصة [مؤسسة المشاع الإبداعي](#) شريطة الاستشهاد بالمؤلف والمجلة.

1 أستاذ مساعد كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة عدن، عدن، اليمن

* عنوان المراسلة: mashmomty.84@gmail.com

إدارة المخاطر وأثرها في تسعير السلع ونمذجتها دراسة حالة سلعة القمح

الملخص:

إن السلع عرضة لمخاطر مختلفة هناك عامل موسمي، ومخاطر التخزين، والعرض والطلب على السلعة، ويتم تداول السلع بشكل متكرر في الأسواق المالية، ويمكن تداولها في الحال أو تداول مشتقاتها في السوق المالي، ومن أكثر أنواع السلع المتداولة شيوعاً السلع الزراعية، والمعادن، ومنتجات الطاقة، وقد أصبحت إدارة مخاطر السوق شائعة في معظم الشركات حول العالم، ولكن التركيز عادة ما يكون حول إدارة المخاطر بأنواعها منها: مخاطر الأسعار، ومخاطر الكمية، ومخاطر التكلفة، والمخاطر التنظيمية. ومن أجل نمذجة أسعار السلع تم استخدام التحليل الوصفي لتقدير أسعار السلع المستقبلية، ويمكن دمج المكونات بمعايير النزعة المركزية، وعلاقتها مع الزمن. فقد توصلت الباحثة إلى أن إدارة المخاطر بأنواعها: الأسعار، والكمية، والتكلفة، والتنظيم، لها أثر كبير في تحديد سعر سلعة القمح في أسواق السلع، ولها أثر في المدى الزمني.

الكلمات المفتاحية: إدارة مخاطر السلع، تسعير السلع، نمذجة السلعة، التكلفة.

The Impact of Risk Management on Commodity Pricing and Modeling – A Case Study of Wheat

Nehal Ali Abdoo Akhboor ^(1,*)

Abstract:

Commodities are subject to various risks. There is a seasonal factor, storage risks, supply and demand for the commodity. Commodities are frequently traded in financial markets and can be traded immediately or their derivatives traded in the financial market. The most common types of traded commodities are agricultural commodities, metals, and energy products. Market risk management is common in most companies around the world, but the focus is usually around risk management of price risks, quantity risks, cost risks, and regulatory risks.

In order to model commodity prices, descriptive analysis was used to estimate future commodity prices, and the components can be combined with criteria of central tendency and their relationship with time.

The research found that risk management of all types - prices, quantity, cost, and regulation - has a significant impact on determining the price of wheat in commodity markets, and it has an impact on the time frame.

Keywords: *commodity risk management, commodity pricing, commodity modeling, cos.*

⁽¹⁾ Assistant professor Department of Business Economics – Faculty, University of Aden, Aden, Yemen

* Corresponding Email Address: mashmomty.84@gmail.com

المقدمة

ترتفع مخاطر التداول بسلعة القمح بسبب سوء الظروف الممكن حدوثها في مختلف الدول، وبسبب الحروب المشتعلة في بعض الدول، الأمر الذي يهدد بارتفاع أسعار المنتجات الغذائية التي يدخل القمح في صناعتها، وهذا من شأنه زيادة أعباء تكاليف الحصول على منتجاتها كالخبز والمعكرونة وغيرها من السلع الأساسية في النظام الغذائي لغالبية سكان العالم، مما يرفع الضغوط التي تواجهها مختلف البنوك المركزية في مكافحة التضخم، وهذا ما أثر في أسعار سلعة القمح في اليمن بالارتفاع، نتيجة لمجموعة من العوامل المؤثرة والمخاطر الذي تبرز أمام سعر سلعة القمح، فمن خلال هذه الدراسة نتعرف على هذه العوامل المؤثرة، ومدى تأثيرها في سعر سلعة القمح خلال فترة الدراسة (2018 - 2024م).

المشكلة

تعد مشكلة تحديد الأسعار مشكلة مؤرقة لكل من التاجر والمواطن في ظل الارتفاع الموهول في أسعار صرف العملات، وبالتالي تدهور قيمة العملة المحلية، مما زاد معاناة الشعب وزاد من حدة الفقر، فبالإمكان القول إن مشكلة الدراسة تكمن بالآتي:

كيف بالإمكان نمذجة سلعة القمح والتنبؤ بالأسعار للمدة (2025 - 2029م)؟ ويشترك منها العديد من التساؤلات الفرعية:

1. ما العوامل المؤثرة في سلعة القمح؟
2. ما إدارة المخاطر على سلعة القمح؟
3. ما أثر الزمن في سلعة القمح؟

الأهداف

سعت الدراسة إلى التعرف على مجموعة من الأهداف تتمثل أهمها بالآتي:

1. التعرف على العوامل المؤثرة في أسعار سلعة القمح.
2. معرفة إدارة المخاطر ومصادرها.
3. مدى تأثير الزمن في أسعار سلعة القمح.
4. التعرف على الأسعار المستقبلية للسلعة.

الأهمية

تكمن أهمية الدراسة في معرفة أهمية سلعة القمح، وكيف يتم التنبؤ بأسعار السلعة؟ وما العوامل المؤثرة عليها؟ وكيف يتم الحد من مخاطر ارتفاع أسعار السلع؟

يُعد السعر أحد المكونات الرئيسية في المزيج التسويقي إلى جانب كل من المنتج والمكان والترويج، لكن الاختلاف الجوهرى بين السعر وباقي مكونات المزيج التسويقي هو أن السعر يساهم في الحصول على إيرادات ويحقق

الربح، في حين أن باقي المكونات تحتاج إلى تكاليف لتعمل بشكل جيد؛ لذلك فإن تسعير المنتجات ذو أهمية بالغة لكل مؤسسة من أجل تحقيق الأرباح.

فرضيات الدراسة

تتمثل فرضيات الدراسة في الفرضيات الآتية:

1. هناك مجموعة من الطرق لعملية التسعير.
2. توجد إدارة الخطر المؤثرة في أسعار سلعة القمح.
3. هناك مجموعة من العوامل المؤثرة في سلعة القمح.
4. لا توجد علاقة ارتباطية بين سلعة القمح والزمن عند مستوى معنوية 5%.
5. هناك ارتفاع في المستوى العام للأسعار لسلعة القمح خلال الخمس السنوات المقبلة.

المنهجية

تم الاعتماد على التحليل الوصفي والقياسي من أجل التنبؤ بأسعار السلع للفترة من (2025 - 2029م)، ومعرفة علاقتها بالزمن وما العوامل عليها.

مصادر البيانات

تم تجميع البيانات من الكتب والدراسات والأبحاث والتقارير المحلية والنزول إلى وزارة الصناعة - عدن، والهيئة العامة للمواصفات، والنقل، ومصلحة الجمارك.

الدراسات السابقة

دراسة: وسام أبو أمين (2013 - 2014م)، دور عوامل استراتيجية التسعير في الحصة السوقية (دراسة ميدانية على شركات الأدوات الكهربائية)، جامعة دمشق، كلية الاقتصاد، سوريا.

يهدف البحث إلى التعرف على العوامل المؤثرة في استراتيجية التسعير، وأثر كل منها في الحصة السوقية للشركة، والتعرف على مستوى الحصة السوقية في الشركات محل الدراسة، والمساهمة في تفعيل دور العملية التسعيرية للكهربائيات المنزلية في سوريا، وقد تم اختيار عينة عشوائية مكونة من (40) شركة (بنسبة 32 %) من إجمالي شركات الكهربائيات المنزلية المسجلة في كل من محافظتي دمشق وريفها لتطبيق الدراسة عليها، وبينت النتائج على: وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل الخارجية لاستراتيجية التسعير في الحصة السوقية في الشركات محل الدراسة، ووجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل الداخلية لاستراتيجية التسعير في الحصة السوقية في الشركات محل الدراسة.

دراسة: عبادلية شرف الدين، ومازوني أيوب (2021 - 2022م)، نظام التسعير وتأثيره على المردودية المالية لمؤسسة الكهرباء: دراسة حالة سونلغاز- قالمة، جامعة ماي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

ناقشت الدراسة أثر نظام التسعير في المردودية المالية للمؤسسة الاقتصادية، تركزت على متغيرين أساسيين: المتغير المستقل (السعر)، والمتغير التابع (المردودية المالية)، والعلاقة فيما بينهما، واستخدم المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، ومنهج دراسة حالة في الجانب التطبيقي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج

أهمها: أن السعر هو من أهم المتغيرات المؤثرة في ربح المؤسسة الاقتصادية ومنه مردوديتها المالية، وأن مؤسسة سونلغاز ليس لها القدرة على التحكم بأسعار منتجاتها بالرغم من أنها مؤسسة احتكارية، لكونها مؤسسة عمومية خاضعة للسياسة الاجتماعية، وأثر سلباً في مردوديتها المالية، رغم وجود تحسن طفيف في مردوديتها المالية بعد الزيادة في الأسعار سنة 2016م مقارنة بالسنوات السابقة.

دراسة: ساطع شملخ، 2008م، العوامل المؤثرة في قرارات تسعير الخدمات في المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة (دراسة ميدانية)، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، غزة.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤخذ بالاعتبار من قبل إدارات المصارف العاملة في قطاع غزة عند تسعير الخدمات المصرفية، والتعرف على الصعوبات التي تواجه المصارف محل الدراسة عند تسعير الخدمات المصرفية، وأثر بعض خصائص المصارف مثل رأس المال ونوع المصرف وعدد الفروع في عملية التسعير، والأهداف التي تسعى المصارف لتحقيقها من خلال عملية التسعير، وخلصت الدراسة إلى أن العوامل المحددة بالدراسة جميعها تؤخذ بالاعتبار عند تسعير الخدمات المصرفية، وكانت هذه العوامل مرتبة بحسب الأهمية (المخاطر، والسيولة، والأرباح المحصلة من العميل، والمنافسة، والتكلفة، وقرارات سلطة النقد، وعدد الخدمات المباعة)، وأن أهم المعوقات التي تواجه المصارف هي سرية العمل المصرفي، وتدخل الإدارة العليا في قرارات التسعير، وأن خصائص المصارف مثل: رأس المال، وعدد الفروع، ونوع المصرف، لا تؤثر في قرارات تسعير الخدمات المصرفية. دراسة: إبراهيم أونور، 2011م، الخيارات وإدارة المخاطر في أسواق السلع: دعوة لرؤى شرعية، المعهد العربي للتخطيط الكويت.

الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على أهم المشتقات المالية المستخدمة في إدارة المخاطر المالية، وهي عقود الخيارات، وكيف استخدامها ضمن أدوات التمويل الإسلامي في أسواق السلع، ومن أهدافها التحوط من خسائر غير مقبولة، والتأكد من مراقبة الأخطار، خصوصاً عندما تتجاوز هذه الأخطار سقف معين، ليتم تحديد السياسات المالية اللازمة لتخفيضها إلى أدنى حد ممكن، إن مخاطر القطاع التمويلي متعددة لكن أهمها مخاطر الائتمان، ومخاطر السوق، ومخاطر السيولة، وتدل النتائج إلى أن هنالك إمكانية لتكييف عقود الخيارات لضوابط، وتصبح ضمن أدوات المخاطر في بورصة السلع، ويمكن الاستفادة منها لخلق أصل مالي جديد خال من المخاطر يستخدم في قياس التكلفة الرسمية بصورة موضوعية.

محاور الدراسة:

تتمثل محاور الدراسة في محورين رئيسيين هما:

أولاً: ماهية التسعير وإدارة المخاطر (الإطار النظري).

ثانياً: التنبؤ بسعر سلعة القمح خلال المدة (2025 - 2029م) (الإطار العملي).

المحور الأول: ماهية التسعير وإدارة المخاطر (الإطار النظري):

أولاً: التسعير:

تعد الأسعار أداة تخطيطية مهمة وفعالة في توجيه الموارد الاقتصادية المتاحة، وترشيد استغلالها، وتحسين الكفاءة الإنتاجية، وإن عدم ملائمة السعر لأوضاع السوق المستهدف قد يترتب عليه فقد العملاء، وهذا قد يحدث في حال

كان السعر أعلى من أسعار السلع المتشابهة، وفي المقابل قد يتسبب في حرمان المؤسسة من تحقيق أرباح بسبب انخفاضه عن مستوى أسعار السلع المشابهة (أبو فارة، 2021م، ص 6)

وعليه فإن اتباع طريقة تسعير معينة قد يكون ناتجاً عن تحليل لعدة معطيات منها أهداف التسعير، والتي تؤثر بطريقة أو بأخرى في معظم الأهداف والوظائف الخاصة بالإدارات والأقسام الأخرى داخل المؤسسة، لذا فإن أهداف التسعير يجب أن تكون مشتقة من الأهداف العامة، وأن تكون منسجمة مع أهداف بقية عناصر المزيج التسويقي، كما يجب على الإدارة تحديد أهدافها من التسعير، بمعنى هل هدفها من التسعير تحقيق الأرباح، أم البقاء في الأسواق، أم زيادة حصتها السوقية، أم غيرها من الأهداف، وبناءً على تلك الأهداف تحدد أسعارها (الحارس، 2004م، ص 14).

بالإمكان وضع تعريف يحدد السعر ويحدد أركانه على النحو الآتي:

"يُعد السعر أحد أهم المحددات الرئيسية للقيمة، التي هي جوهر عملية التبادلية، حيث تحدد قيمة السلع أو الخدمات التي يقدمها المنتج إلى السوق على أساس المنفعة المدركة من جانب المشتريين في السوق لهذه السلع أو الخدمات، وكذلك على أساس السعر الذي يجب على المشتريين دفعه في مقابل الحصول على هذه المنفعة (Kennedy, 2011. p1 & mars).

كما يركز الاقتصاديون على مفهوم القيمة والمنافع في تحديدهم للسعر، فهم يرون أن المنفعة هي مواصفات المنتج التي تحقق له الإشباع لاحتياجاته، والقيمة هي التعبير عن المنتج، والتي يمكن قياسها من خلال السعر الواجب على المستهلك دفعه للحصول على المنفعة المرغوبة، أي أنه من المنظور الاقتصادي يمكن اعتبار السعر هو القيمة النقدية للسلعة أو الخدمة كما تحدد في السوق (إدريس، مرسى، 2005م، ص 28).

ويعرف على أنه "مقدار التضحية المادية والمعنوية التي يتحملها الفرد في سبيل الحصول على السلعة أو الخدمة"، وتكون هذه التضحية نقدية مستقطعة من الدخل، وتضحية معنوية متمثلة في الوقت والجهد المبذولين في سبيل الحصول على المنتج، وكذلك تكاليف الفرص البديلة (أبو قحف، 2002م، ص 660).

بالإمكان القول إن السعر هو مقدار القيمة التي من خلالها يتم تضحية مقدار مادي ومعنوي للحصول على سلعة أو خدمة معينة يعبر عنها بعملية التبادل بين البائع والمشتري خلال فترة زمنية محددة.

أهمية التسعير: تختلف أهمية السعر بالنسبة للمؤسسة والمجتمع والموزعين، على النحو الآتي:

- الأداة الفعالة في تقسيم السوق إلى قطاعات وفقاً للقدرات الشرائية التي يتمتع بها المستهلك.
- يقوم بتغطية التكاليف المترتبة على قيامها بالأنشطة المختلفة، سواء كانت هذه الأنشطة تسويقية، مثل: الترويج، والتوزيع...، أم أنشطة غير تسويقية مثل: العمل، الإدارة، والبحوث...
- يُعد بمثابة المصدر الذي يحقق للمؤسسة العوائد والأرباح، ويؤثر بشكل مباشر في الأرباح، والتكاليف (الجياشي، 2004م، ص 15).
- إن ارتفاع الأسعار تمنع بعض المستهلكين من شراء المنتجات حتى ولو كانوا في حاجة شديدة لها.
- إن أسعار السلع ذات الأضرار البيئية هي أعلى من أسعار السلع ذات الأثر البيئي الأقل، وهذا راجع للضرائب والرسوم التي تفرضها الحكومة، لذا فإن التكلفة البيئية والاجتماعية قد شملها سعر المنتج.
- يُعد سعر المنتج ظاهرة عامة لها صلة بالمسؤولية الاجتماعية، إذ يساهم سعر في رفع الاستهلاك لبعض السلع أو ترشيد الاستهلاك لمنتجات أخرى (هدى، 2017 - 2018م، ص 8).

يُعد السعر مهم لكل من المؤسسة، والمجتمع، والموزعين، والوسطاء الذين يقومون بالتوزيع، فالمؤسسات تقوم بتحديد حجم التكاليف وتعمل على تغطيتها، ومهم للمستهلكين من حيث تحديد قدراتهم الشرائية، ولتجار التجزئة، حيث يتسابقون على توزيع السلع المرتفعة في السعر والتي تحقق لهم أرباحاً عالية، فأهمية السعر تكمن في تحديد السعر المناسب الذي يأخذ بعين الاعتبار طرفي عملية التبادل بمعنى السوق المستهدفة والمؤسسة. أهداف التسعير: تصنف أهداف التسعير إلى الأهداف المتعلقة بالربح، والأهداف المتعلقة بالمبيعات، وأهداف تحافظ على الوضع الراهن، بالإمكان توضيحها على النحو الآتي:

أ. الأهداف المتعلقة بالربح:

- تغطية التكاليف التي يتم إنفاقها على توفير المنتج وإتاحته للمستهلك.
- تحقيق أهداف أصحاب رؤوس الأموال من عملية الاستثمار.

ب. الأهداف المتعلقة بالمبيعات: تشمل هذه الأهداف ما يأتي:

- زيادة كمية الوحدات المباعة: بمعنى تحقيق أقصى إيراد من المبيعات من خلال أقصى حجم من المبيعات.
- زيادة القيمة النقدية للوحدات المباعة: يكون التركيز ضمن هذا الأسلوب على زيادة الإيرادات المتحققة من المبيعات.
- زيادة الحصة السوقية: عندما يزداد الحجم الكلي للمبيعات على مستوى السوق ويدخل منافسون جدد، يجب على المؤسسات أن تراقب بعناية نسبة مبيعاتها في السوق حتى تتمكن من البقاء (العلاق، العبدلي، 1999م، ص 141-147).

ج. أهداف المحافظة على الوضع الراهن:

يمكن إدراج أكثر من هدف للوصول إلى محور الاستمرار والمحافظة على الوضع الراهن من بينها:

- التوجه نحو المستهلك: يُعد هذا الهدف من الأهداف الحيوية كونه يضمن ولاء واستمرار شراء المستهلك لمنتجات المؤسسة وذلك من خلال مستويات سعر مناسبة للمستهلك، وتأكيد سمعة المؤسسة بين المستهلكين، وخلق قيمة المستهلك مقابل النقد المدفوع.
- المحافظة على الحصة السوقية: عندما لا تسمح ظروف البيئة التسويقية بالنمو والتوسع، تكفي المؤسسة بالمحافظة على حصتها السوقية.
- مواجهة المنافسين: قد تلجأ المؤسسات للحفاظ على وضعها إلى الابتعاد عن المواجهة السعرية مع المنافسين والاعتماد على المنافسة غير السعرية كالترويج أو تطوير منتجاتها.
- المحافظة على صورة المؤسسة: في إطار هذا الهدف، تحاول المؤسسة الالتزام بالسياسة السعرية التي خلقت لها مكانة مميزة وصورة قوية في القطاعات السوقية المتعامل معها.
- البقاء: يُعد البقاء في ظل المنافسة الشرسة التي تعرفها الأسواق اليوم هدفاً أساسياً عند وضع سياستها السعرية إلى درجة التسعير أحياناً بأسعار التكلفة أو حتى بأسعار تغطي التكلفة المتغيرة فقط (الجباشي، 2002م، ص 107-109).

يُعد الهدف الأساسي لأي مؤسسة قائمة بتحقيق أقصى ربح ممكن بأقل كلفة ممكنة، وذلك من خلال تحديد السعر الملائم لكل من البائع والمشتري، من أجل زيادة حجم المبيعات التي تساهم في رفع الإيرادات وبالتالي رفع الأرباح، وتعزز البقاء في السوق، والقدرة على المحافظة على الحصة السوقية، ومواجهة المنافسة.

أنواع السلع؛ بالإمكان تقسيم أنواع السلع على النحو الآتي:

- الطاقة: كالنفط، والغاز الطبيعي، والفحم.
- المعادن: مثل الذهب، والفضة، والألمونيوم، والقصدير، والنيكل، والبلاتينيوم، والرصاص، والصفائح، والزنك، والبلاتين، والنحاس، والمعادن المركبة.
- المنتجات الزراعية والأغذية والحبوب: مثل الذرة، والأرز، والقمح، والسكر، والكافوا، والبن، والشعير، والصويا، والفسطق، والبندق، واللوز، والمشمش المجفف، والقطن.
- اللحوم والماشية.
- الأخشاب، والصمغ، والمطاط (الفرن، 2022م، ص10).

العوامل المؤثرة في تحديد السعر: يمكن تقسيم العوامل المؤثرة في تحديد الأسعار إلى نوعين أساسيين:

- أ. العوامل الخارجية: هي البيئة المحيطة بنشاط المؤسسات الخارجية المؤثرة عليها من عدة عوامل، وهي:
 1. الطلب: يؤثر الطلب في السلعة أو الخدمة في تحديد السعر وخصوصاً عند تسعير السلعة لأول مرة، فهناك عوامل كثيرة تؤثر في نمط الطلب على سلعة معينة منها: دخل المستهلك، وتفضيله، والقوى الشرائية، وقوة المنافسين...
 2. المنافسون: يمثل المنافسون عاملاً هاماً ومؤثراً في قدرة المنظمة على تحديد أسعارها، فيجب على الشركة عند تحديد أسعار منتجاتها ملاحظة أسعار المنافسين وتتابعها، والعمل على التنبؤ بسلوك المنافسين، ليس فقط في نفس الصناعة بل في الصناعات الأخرى.
 3. التدخل الحكومي: يؤدي التدخل الحكومي دوراً هاماً في تحديد أسعار منتجاتها في الكثير من الدول وخصوصاً في الدول النامية، وفي الأسواق التي تتميز بنقص المعروض من السلع بالنسبة للطلب عليها، حتى تقضي على أي محاولة لاحتكار سلعة معينة أو فرض أسعارها على المواطنين.
 4. الظروف الاقتصادية: تختلف قدرة المنظمة على التحرك بأسعارها باختلاف الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد، ففي حالات الرواج تزيد قدرة الشركة على تحديد أسعارها على ضوء الظروف التنافسية الموجودة، بعكس حالات الكساد التي تحاول الشركات أن تزيد من الطلب على السلعة، ويكون ذلك سواء بتخفيض الأسعار أو زيادة الخدمات المصاحبة للسلعة ومتابعة ذلك.
 5. الموردون والموزعون: تؤدي الأطراف المشتركة في النظام التسويقي دوراً هاماً ومؤثراً في قدرة الشركة في تحديد أسعارها، فقيام الموردين برفع أسعار المواد الأولية أو الوسطاء في المساومة على رفع هامش أرباحهم يضع قيداً على قدرة الشركة على تحديد السعر الملائم للسوق (الصحن 1998م، ص15).
- ب. عوامل داخلية (داخل المنظمة): وهي العوامل البيئية الداخلية المؤثرة في نشاط المؤسسة من عدة جهات وهي:
 1. الأهداف: إن زيادة الحصة السوقية للشركة قد يدفعها إلى تحديد سعر منخفض لمنتجاتها، بعكس هدف تعظيم الأرباح الذي يصاحبه عادة سعر مرتفع للسلعة.

2. الاختلاف في السلعة: عندما تكون منتجات الشركة متميزة ومنفردة بمزايا تختلف عن المنافسين تكون لها الحرية في تحديد الأسعار، فكثيراً ما نجد أن شركة معينة تتميز باسم تجاري معروف في السوق، ويتميز منتجها بخصائص فريدة في الأداء والجودة، عادة ما تطلب أسعاراً أعلى من منافسيها.
 3. مكان السلعة في دورة حياتها: إن دخول السلعة في مرحلة النضج أو التدهور يحد من قدرة الشركة على فرض سعر معين عكس مرحلة تقديم السلعة، بصفة خاصة إذا انفردت بخصائص معينة فيمكن للشركة أن تكون أكثر حرية ومرونة في تحديد أسعارها.
 4. فلسفة الإدارة: هناك شركات تميل إلى أن تكون أسعار منتجاتها منخفضة، تستخدم هذه الفلسفة في تكوين صورة ذهنية معينة لدى جماهيرها وقطاعاتها المستهدفة خلال مدة من الزمن، فنجد أنه من الصعب على الشركة أن تقوم بتسعير منتجاتها الجديدة أو القائمة بأسعار مرتفعة؛ وذلك لتعود المستهلك على سعرها السابق، وبالمثل بالنسبة للشركات التي تميل إلى أن تكون أسعارها فوق السعر السائد في السوق، بالتالي تتشكل عملية تحديد السعر بفلسفة الإدارة.
 5. المزيج التسويقي: يعد السعر أحد عناصر المزيج التسويقي، فالشركة حين تقرر تسعير منتجاتها بسعر مرتفع فيجب أن تكون جودة السلعة مرتفعة، ويصاحب ذلك جهود ترويجية مكثفة لإقناع المستهلكين بما يبرر السعر المرتفع، أو تقديمها في غلاف مناسب، واختيار منافذ التوزيع التي تسوق السلع مرتفعة الثمن، وبالتالي ينبغي التنسيق بين السعر وباقي عناصر المزيج التسويقي (الخطيب، عواد، 2000م، ص 23).
- فالأهداف، واستراتيجية المؤسسة، والمزيج التسويقي بعناصره المختلفة، وفلسفة الإدارة، ودورة حياة المؤسسة، كلها تؤدي دوراً كبيراً في تحديد السعر، وكذا المخاطر المحيطة بها، وقد تؤدي العوامل المؤثرة دوراً إيجابياً أو سلبياً في نشاط المؤسسة وكيفية تحديد سعر السلعة.
- طريقة التسعير: يوجد عدد من الطرق المختلفة التي يمكن أن تتبعها الشركات في تسعير منتجاتها، من أهم هذه الطرق:
1. التسعير على أساس التكلفة: يمكن أن يتبع معظم الشركات التسعير على أساس التكلفة في تسعير منتجاتها، وتعتمد هذه الطريقة على أساس إضافة هامش معين إلى مجمل التكاليف (الثابتة والمتغيرة) التي تتحملها الشركات أثناء عملية الإنتاج، كما قد يكون هذا الهامش نسبة من سعر بيع المنتج نفسه (النسور، 2012م، ص 305).
 2. التسعير على أساس المنافسة: تعد المنافسة الكاملة قليلة الحدوث بسبب وجود أمرين هما:
 - أ. معرفة ظروف (المستهلكين) أمر يصعب تحقيقه لأن السوق لا يخلو من تأثير المستهلكين خصوصاً في حالة شعورهم بالغبن.
 - ب. طبيعة بعض المنتجات لا تخضع للتوحيد القياسي.
- والمنافسة الاحتكارية هي تفسير لظروف استقرار أسعار المنتجات، حيث هناك العديد من البائعين والعديد من المستهلكين، فالبايع يتخصص في منتج معين يتولى تقديمه ويتم البيع عن طريق المزج بين الجهد البشري والقدرات والمهارات الشخصية، أما بالنسبة للأسواق التي تتميز بتنوع المنتج فقد يكون لدى الشركة حرية أكثر في تقرير السعر، حيث إن اختلاف المنتجات يساعد على إحساس المستهلكين بفرق السعر (المساعد، 1997م، ص 291-292).

1. التسعير على حسب الطلب؛ إن عملية التبادل تعتمد على مدى الإشباع المتحقق بواسطة السلعة للمستهلك، فإذا كان الإشباع المتوقع من السلعة أقل من السعر المدفوع فإن عملية التبادل لن تتم، فالطلب على السلعة يعكس السعر الذي عنده يكون المستهلك مستعداً للحصول على سلعة، والتي عنده تتساوى المنفعة المتحققة من السلعة مع سعرها المعلن، وبناءً على هذا فإن المدخل يعتمد على مدى استعداد المستهلك لدفع سعر معين واستجابته لقيمة السلعة مقارنة بالسعر، وقد تصبح التكلفة عنصراً عند تحديد السعر عندما تكون استجابة المستهلك لقيمة السلعة أقل من السعر المخطط، فعندئذ يجب أخذ التكلفة في الاعتبار قبل تخفيض سعر السلعة (شرف الدين، أيوب، دت، ص16).

2. التسعير على حسب نقطة التعادل: تقوم هذه السياسة على تحديد نقطة التعادل في الشركة، وهي التي تعرف بأنها النقطة التي يتساوى عندها حجم الإيرادات الكلية مع التكاليف الكلية، وتقوم هذه الطريقة على الموازنة بين النفقات والإيرادات (أمين، 2013 - 2014م، ص45).

اختلفت الطرق التي يتم من خلالها احتساب التسعير، فهناك تسعير على أساس حجم التكلفة بعد احتساب التكاليف الثابتة والمتغيرة، واحتساب التسعير بحسب المنافسة سواء احتكارية أم كاملة أم احتكار القلة في نظام السوق، وهناك احتساب السعر وفق حجم الطلب ونقطة التوازن، ونقطة التعادل الذي يتعادل معها حجم الإيراد والتكاليف.

ثانياً: إدارة المخاطر:

تنشأ المخاطر من التصرفات التي لا يمكن التنبؤ بنتائجها. وعدم القدرة على التنبؤ بالنتائج يولد حالة من عدم اليقين، قال كينز (Keynes. J.M. p43. 1974) إن التقلبات التي تطرأ على أسعار السلع أدت إلى إضاعة الموارد بلا ضرورة، وترتبت عليها آثار ضارة بالاستثمار في القدرات الإنتاجية الجديدة، بل أنها كانت تبقي على دورة الاعتماد على السلع، وفي بيئات البلدان الفقيرة، يجب أن تكون هذه الاحتياطات سائلة بالقدر الكافي حتى يمكن التصرف فيها بسرعة في وقت الحاجة، وهذا المستوى الإيجابي والسائل من الاحتياطات يعني أن الموارد المخصصة للمخزونات الوقائية أو ما كان يسمى "التخفيف من مشكلات الاستهلاك" لا يمكن استخدامها في استثمارات مربحة ولكنها غير سائلة، وهذا يؤدي إلى تأثيرات سلبية في النمو عموماً (Pender & M, 1997. 53).

فإدارة المخاطر هي عدم القدرة على التنبؤ بالمستقبل للهدف المراد الوصول إليه سواء بالسعر أم حجم الطلب أم نسبة المبيعات، فقد تحتاج أحياناً للخبرة وأحياناً للدراسة، وقد نحتاج إلى الصدف للوصول إلى المستوى الإيجابي للتخفيف من المشكلات التي بالإمكان أن تحدث حينها.

مصادر الخطر: لا شك أن هناك عدة مصادر للمخاطر على مستوى الشركات، يمكن إيجازها في الآتي:

1. مخاطر سعر الفائدة: تشير إلى التغير في مستوى أسعار الفائدة في السوق بصفة عامة، أي أنها مخاطر تصيب كافة الاستثمارات بغض النظر عن طبيعة وظروف الاستثمار ذاته، مع بقاء العوامل الأخرى على حالها، فإن هناك علاقة عكسية بين سعر الفائدة في السوق والقيمة السوقية للأوراق المالية الممتدولة، أي أن التقلب في معدل الفائدة في السوق يؤثر في العائد المتوقع من الاستثمار، وبالتالي في القيمة السوقية للأوراق المالية.

2. مخاطر السوق: وهي المخاطر التي تنشأ نتيجة لاتجاهات الصعود والهبوط التي تطرأ على سوق رأس المال نتيجة للعديد من الأسباب التي تؤثر في التدفقات النقدية المتوقعة، ومعدل العائد المطلوب على

الاستثمار، سواء كانت الأسباب المؤثرة في الدولة نفسها أم في دول أخرى تربطها بالدولة المعنية علاقات وثيقة.

3. مخاطر القوة الشرائية: ونعني بها احتمال تغير العوائد المتوقعة نتيجة لارتفاع معدلات التضخم، فالقوة الشرائية للنقود التي تم شراء استثمار بها اليوم تختلف عن القوة الشرائية لنفس الكمية من النقود بعد سنة أو سنتين، فيما لو ارتفعت معدلات التضخم وعادة تكون الاستثمارات ذات الدخل الثابت كالسندات مثلاً أكثر تأثراً بانخفاض القوة الشرائية للنقود من غيرها من الاستثمارات.

4. مخاطر الإدارة: وهي تلك المخاطر التي تنشأ نتيجة لاتخاذ قرارات خاطئة في مجال الإنتاج أو التسويق أو الاستثمار، من شأنها أن تترك آثاراً عكسية في القيمة السوقية للأوراق المالية التي تصدرها المنشأة، نتيجة لتأثيرها في التدفقات النقدية المتوقعة ومعدل العائد المطلوب على الاستثمار في تلك الأوراق.

5. مخاطر صرف العملات الأجنبية: تتعلق مخاطر العملات الأجنبية أو فائدة العملات الأجنبية بالخسارة المحتملة بسبب التغيرات في الأرباح على حساب مؤشر الإيرادات والتغيرات في الموجودات والمطلوبات الموضحة بالعملات الأجنبية، وهذا هو في المقام الأول مخاطر السوق.

6. المخاطر التنظيمية والقانونية: تشير المخاطر التنظيمية إلى التأثير الضار للقواعد أو اللوائح القائمة أو الجديدة بشكل عام، تعد الخسارة محتملة وليست فعلية بسبب مجموعة متنوعة من الإجراءات التنظيمية المحتملة، وتعد الدعاوى مثل مسؤولية المقرضين، دعاوى الزبون/ الموظف والمسؤولية عن الالتزام بالبيئة من الأمثلة على هذه المخاطر القانونية، كما تتعرض البنوك لبدائل المسؤولية الائتمانية أو العقود أو المساهمين، يمكن إدارة مخاطر هذا النوع بشكل أساسي إذا تم اتخاذ العناية اللازمة لإصلاح الأسباب التي تسبب مثل هذه الحالات (باطويج، 2010م، ص 18-20).

عند معرفة إدارة المخاطر بالإمكان التعرف على مصادرها المتنوعة الذي بالإمكان أن تؤثر في سعر السلع والخدمات التي تواجه أي مؤسسة، فأسعار الفائدة ومدى تأثيرها في الاستثمار هناك علاقة عكسية بينهما، كما أن التدفقات النقدية ومعدل العائد على الاستثمار يؤثران صغوراً وهبوطاً في الأسعار، كما أن التضخم يؤثر سلباً في القدرة الشرائية للأفراد والقرارات الخاطئة، والإدارة الخاطئة تؤثر عكساً في الأسواق المالية، كما أن مخاطر تقلبات سعر الصرف على الأسواق لها دور كبير في الوضع الاقتصادي وتحديد الأسعار، وكذا مخاطر التنظيم والقانون لها أثر في مخاطر السلع والخدمات.

المحور الثاني: نمذجة أسعار سلعة القمح خلال المدة (2018 - 2029م): (الإطار العملي)

أولاً: تحليل حركة أسعار التجزئة لسلعة القمح المحلية:

من خلال بيانات الجدول رقم (1) الموضح لحركة أسعار القمح نلاحظ ارتفاعاً ملحوظاً خلال الفترة (2018 - 2024م) لحركة أسعار القمح من متوسط سنوي بلغ 8535 ريالاً يمينياً في عام 2018م إلى متوسط سنوي بلغ 33225 ريالاً يمينياً في عام 2024م، أي ما يعادل 3 أضعاف القيمة الذي كانت عليه في عام 2018م، فقد ارتفع من 7500 ريال يمني في يناير 2018م إلى أن بلغ 28500 ريال يمني في ديسمبر 2024م، بنسبة زيادة 280%، وهذه نسبة أعلى من القدرة الشرائية للفرد الواحد في ظل الأوضاع الاقتصادية المتردية. من خلال المعادلة (1) نلاحظ أنه مع مرور سنة واحدة يرتفع السعر بمقدار 4775.5 ريال يمني، كما توجد علاقة ارتباطية قوية بين الزمن وارتفاع الأسعار لسلعة القمح.

$$Q = - 10,00,000 + 4775.5 t \dots (1)$$

$$R = 0.93\%$$

والارتفاع يعود لعدة عوامل مؤثرة نذكر أهمها:

أسعار الصرف للعملة الأجنبية خلال الفترة (2018-2024م):

إن أسعار الصرف ترتفع بوتيرة متسارعة خلال الفترة نفسها من 538.8 ريال يمني مقابل الدولار في 2018م إلى 1369.939 ريالاً يمينياً مقابل الدولار في 2023م، وتدهورت قيمة الريال اليمني مقابل الدولار بمعدل نمو سنوي بلغ من (6.3%) في 2019م إلى معدل نمو سنوي بلغ (45.26%) في عام 2024م، وشهد عام 2022م جملة من التقلبات والتغيرات سواء في المراكز السياسية أم الإجراءات الحكومية المتخذة لتخفيف سعر الصرف المتدهور، إحداها كان قرار العمل بسياسات المزاد المعلن لتخفيف من حدة التدهور فقد انخفض من (1102.69) ريالاً يمينياً/ الدولار، في شهر يناير لعام 2022م إلى (1094.85) ريالاً يمينياً/ الدولار في شهر يونيو، بنسبة انخفاض بلغت (0.72%-)، إلا أن سعر الصرف ارتفع مجدداً وساهم في التدهور القيمة الشرائية للريال اليمني مقابل العملات الأجنبية، فارتفع سعر الصرف من (1137.07) ريالاً يمينياً/ الدولار في شهر يوليو إلى (1159) ريالاً يمينياً/ الدولار في شهر ديسمبر، بنسبة زيادة (1.9%)، وعاود بالارتفاع مجدداً في بداية عام 2023م بحوالي (1230) و(1243) ريالاً يمينياً/ الدولار في شهري يناير وفبراير لعام 2023م، بنسبة زيادة (7%) عما هي عليه في شهر ديسمبر لعام 2023م، وارتفع من (1623) ريالاً يمينياً مقابل الدولار في شهر يناير 2024م إلى (2062) ريالاً يمينياً مقابل الدولار بنسبة زيادة بلغت (27%).

الجدول رقم (1) الموضح لحركة أسعار الفصح للفترة (2018 – 2019م) بالريال اليمني.

البيانات	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
يناير	7500	9100	10700	14800	26300	31500	29000
فبراير	7500	9100	10700	14800	28500	30500	32000
مارس	7500	9100	11500	15300	29000	33700	35200
أبريل	7500	9400	11500	15300	29000	37700	33000
مايو	7500	9000	11500	15300	27500	29100	35000
يونيو	7500	9000	12700	16000	31000	28000	33500
يوليو	8500	9000	13200	16000	32500	30500	33500
أغسطس	8500	9000	13200	16500	34000	29300	33500
سبتمبر	9600	9000	1320	17000	32200	29300	33500
أكتوبر	9600	9200	14500	17000	35000	28000	33500
نوفمبر	9600	9200	14500	17900	3000	28700	33500
ديسمبر	9600	9200	14500	18900	30500	28500	33500
سعر الصرف*	538.38	572.19	735.21	1020.78	1136.2	1369.939	1658.89

المصدر: غرفة العمليات المركزية عدن وزارة الصناعة والتجارة. * البنك المركزي اليمني عدن.

سلوك المستهلك:

من خلال نظرية سلوك المستهلك وفق النظرية الاقتصادية الجزئية لابد من أن يصل إلى مرحلة التوازن (توازن المستهلك)، الذي يقصد بها الكيفية التي يحصل بها المستهلك على أفضل إشباع ممكن من السلع والخدمات التي يحتاجها في حدود الدخل الذي يحصل عليه، وفي ظل الأسعار السائدة، فعند النظر إلى جدول رقم (2) الموضح لرواتب

موظفي الدولة خلال الشهر الواحد نلاحظ أنها لا تكاد تذكر في ظل ارتفاع أسعار الصرف، ولا تكفي لتغطية احتياجات الأفراد للشهر الواحد، إذ بلغ أعلى راتب له بحوالي (135) ألف ريال يمني، أي ما يوازي الـ (112.66) \$، وأدنى حدود الراتب بلغ (41) ألف ريال يمني، أي ما يوازي (34) \$، وفي حال تم إضافة العلاوات السنوية لسبعة أعوام بدون اتباع أي استراتيجية للتقليص في أسعار السلع في ظل تدهور سعر صرف الريال اليمني مقابل الدولار نلاحظ أن الأجور ماتزال زهيدة مقابل الارتفاع الهائل في الأسعار، فالأجر يصل إلى أعلى حدود لها قرابة الـ (163) ريالاً يمينياً ما يوازي الـ (136) \$، وأدناها في حدود الـ (46) ألف ريال يمني أي ما يوازي (39) \$، وهذه أجور زهيدة مقارنة بأسعار السلع المرتفعة، وهذا يساهم في تقليص حجم الاستهلاك العائلي، وكذا العزوف عن العديد من السلع التي قد تكون ضرورية ولكنها ليست بقدرة الأفراد كالدقيق، والملح، والسكر، والأرز. كما وأنها تعمل على إحلال رغبة المستهلك بالذهاب للسلع البديلة التي هي الأخرى أصبحت بأسعار مرتفعة بعيدة عن متناول الأفراد.

جدول رقم (2) الموضح لإجمالي الراتب لموظفي الدولة خلال العام الواحد مع العلاوة السنوية.

البيان	قيمه	إجمالي	30%	العلاوة لـ	إجمالي	إجمالي	الراتب عند سعر	الراتب عند سعر
	العلاوة	الراتب	مع	7 سنوات	الراتب	الراتب بعد	2000 ريال يمني/	صرف الدولار
			المراحل		مع 30%	والعلاوة السنوية	ريال يمني/ دولار	صرف الدولار
المستوى الأول	4000	103990	31200	28000	135190	163190	81.6	759
2	3297	86417	25950	23079	112367	135446	67.72	630
3	2944	77585	23300	20608	100885	121493	60.75	565
المستوى الثاني	2628	69700	20900	18396	90600	108996	54.5	507
5	2434	64833	19450	17038	84283	101321	50.66	471
6	2253	60326	18100	15771	78426	94197	47.1	438
المستوى الثالث	2087	56153	16850	14609	73003	87612	43.81	407
8	2006	54146	16250	14042	70396	84438	42.22	393
9	1858	50431	15150	13006	65581	78587	39.29	366
10	1786	48645	14600	12502	63245	75747	37.87	352
المستوى الرابع	1595	43860	13150	11165	57010	68175	34.09	317
12	1477	40906	12300	10339	53206	63545	31.77	296
13	1420	39487	11850	9940	51337	61277	30.64	285
14	1315	36858	11050	9205	47908	57113	28.56	266
المستوى الخامس	1217	34423	10350	8519	44773	53292	26.65	248
16	1171	33287	10000	8197	43287	51484	25.74	239
17	1084	32353	9700	7588	42053	49641	24.82	231
المستوى السادس	968	32136	9650	6776	41786	48562	24.28	226
19	896	31870	9550	6272	41420	47692	23.85	222
20	800	31390	9400	5600	40790	46390	23.2	216

المصدر: الخدمة المدنية والتأمينات.

أسعار السلع العالمية؛

تعد أسعار السلع العالمية من أهم العوامل المؤثرة في سعر السلع الاستهلاكية، خصوصاً أن اليمن دولة غير منتجة للسلع الغذائية، وعندما تقوم بعملية الاستيراد من الخارج تجلب معها التضخم المستورد، بالإضافة إلى زيادة الطلب على العملة الأجنبية لإتمام عمليات الشراء من الخارج، خلافاً عن ذلك القرارات المفروضة عليهم بالتفتيش خارج البلد، مما يزيد من أعباء تكاليف النقل لداخل البلد، وعند تتبعنا لأسعار السلع العالمية في جدول رقم (3) الموضح لأسعار السلع عالمياً خلال الفترة (2021 - 2024م)، لوحظ تأثر أسعار القمح بالأسعار العالمية من مختلف الدول المستوردة منها (أستراليا، أوكرانيا، الهند، الأرجنتين، فرنسا، أمريكا، روسيا)، فقد تارجحت أسعارها من أدنى سعر لها بـ (114.3) دولار للطن الواحد، وأعلىها (470) دولاراً للطن الواحد.

تعد روسيا وأوكرانيا الدولتين الأكثر تصديراً للقمح إلى اليمن، حيث احتلت نسبة 46% من بين الدول المصدرة للقمح إلى اليمن خلال العام 2021م، وذلك نتيجة للصراع بين روسيا وأوكرانيا، ومن دون شك فإن هذا الوضع سيؤثر في تجارة السلع الغذائية الأساسية وخصوصاً القمح، فالحرب الروسية الأوكرانية فتحت أبواب جديدة لعملية استيراد القمح من مختلف الدول المنتجة لها، ويعد القمح من أهم السلع المستوردة غير النفطية التي تستنزف العملة الصعبة، وتمثل ما يقارب ثلث الواردات الغذائية الزراعية، وخلال السنوات الأخيرة ارتفعت فاتورة استيراد القمح من 700 مليون دولار في عام 2019م إلى مليار و 858 مليون دولار السنة خلال عامي 2020م و 2021م على التوالي (وزارة الصناعة والتجارة عدن، 2022م، مارس).

جدول رقم (3) الموضح للأسعار العالمية لأسعار سلعة القمح (بالدولار)

السلعة	بلد المنشأ	الوحدة	2021	2022	2023	2024
القمح	أسترالي	طن	197.75	155.0833	114.3	114.3
	اوكراني	طن	181	123.6667	88.8	88.8
	روسي	طن	183	125.6667	95.1	95.1
	أمريكي	طن	-	143.6667	107.5	107.5
	فرنسي	طن	-	-	106	106
	هندي	طن	-	179.4444	110.8	110.8
	أرجنتيني	طن	299.25	160.5	113	113

المصدر: وزارة الصناعة والتجارة - عدن، (-) عدم توفر بيانات.

عوامل أخرى:

1. أجور النقل والشحن الخارجي:

تعد عملية استيراد السلع والبضائع ونقلها من الخارج البلد المنشأ إلى البلد المستضيف أمراً مؤرقاً للتجار عامة لتعاملهم بأسعار الصرف المرتفعة والمستهلكين خاصة، كونهم يتحملون انعكاس للارتفاع في أسعار الصرف، فعند نقل سلعة القمح بحاوية 20 قدم إلى البلد يتراوح تكلفت النقل بين أدناها \$1602 وأعلىها \$2596 (الشركة اليمنية المتحدة للملاحة عدن، 2023م) إلا أنه ومن بعد مشكلات البحر الأحمر ارتفعت أجرة التأمين البحري بنسبة 100%، وساهم في تحول اتجاه البواخر من قناة السويس إلى خلف رأس الرجاء الصالح مع مضاعفة تكاليف النقل وأجرة العمال والتفتيش والخزن وغيرها.

2. رسوم النقل الداخلي (الخفيف والمتوسط والثقيل)

النقل الخفيف والمتوسط: تختلف أسعار النقل الخفيف والمتوسط بحسب الحجم والمسافة بمختلف المحافظات في البلد نفسها المستغرقة في نقل البضاعة، فهي تحمل بين (6 بستان للإيجار، و 4 بستان للإيجار، وإيجار جنط 20). (1)

جدول رقم (4) الموضح لأسعار أحجام النقل الخفيف والمتوسط

الحجم / السعر	أدنى سعر	أعلى سعر
6 بستان للإيجار	230.000	700.000
4 بستان للإيجار	180.000	600.000
إيجار جنط 20	250.000	750.000
فارق الديزل 6 بستان	50.000	335000
فارق الديزل 4 بستان	40.000	195000

المصدر: نقابة النقل الخفيف والمتوسط م/ عدن، 2023م.

النقل الثقيل: يصل سعر الحاوية في النقل الثقيل بالحاويات تقريباً إلى 300 ألف عند نقل البضاعة من الميناء لمخازن الشركة المستوردة في البلد نفسها، وبعدها يتم النقل من الشركة المستوردة إلى الفروع بمختلف المحافظات تصل بأدنى سعرها من 40 - 45 طن للقاطرة، 28 ألف إلى 30 ألف للطن الواحد، وأعلىها من 40 - 45 طن للقاطرة، 40 ألف إلى 45 ألف للطن الواحد.

1. رسوم الجمارك: تعمل مصلحة الجمارك جاهدة لتقديم جملة من التسهيلات لإتمام وصول السلع والبضائع

المستوردة من الخارج ودخولها البلد، ومن أهم هذه الإجراءات نستعرض منها الآتي: (الإفراج الجزئي

1 - يقصد بها 6 بستان = 10 طن، 4 بستان = 5 طن، جنط 20 = 13 طن.

للبضاعة، وتقديم تسهيلات المعاينة، واستكمال الإجراءات قبل وصول البضاعة، وعمل حافظة، والإعفاءات من الرسوم لبعض السلع).

جدول رقم (5) الموضح لنسبة المبيعات والسعر الجمركي لسلعة القمح.

نوع السلعة	الرسوم	نسبة المبيعات	القيمة المضافة	أرباح	السعر الجمركي
القمح	10%	معفي	معفي	معفي	250 500

المصدر: مصلحة الجمارك - عدن، 2023م.

جدول رقم (6) سعر الطن (السعر الاسترشادي) والجمركي وفق مصلحة الجمارك لسلعة الدقيق.

الصف	أدنى سعر	أدنى سعر	تحول	تحول لعدد الوحدات	تضرب بسعر
الدقيق للطن	\$450	\$450	للاسترشاد	للكيلو ÷ 1000	صرف أعلى 1500
				0.45	33750
				$22.5 = 50 \times 0.45$	

المصدر: مصلحة الجمارك - عدن.

رسوم المواصفات: (الإدارة العامة الهيئة اليمنية للمواصفات والمقاييس وضبط الجودة - عدن)

يلتزم التاجر بدفع مجموعة من الرسوم للإدارة العامة للمواصفات والمقاييس وتختلف بحسب طبيعتها ونوعها على النحو الآتي:

- رسوم الإفراج: تعد رسوم ثابتة كحد أدنى 10 ألف ريال، وحد أعلى 200 ألف ريال، وما بينهما يتم احتساب 1% من قيمة كل بضاعة مستوردة.
- الغرامات للمخالفات: يلتزم التاجر بدفع غرامة مالية في حالة المخالفة وقدرها 75 ألف ريال يمني لا غير للمرة الواحدة، وفي حال تكرارها يلتزم عليه العقوبة وفق اللائحة المنصوصة في إدارة المواصفات والمقاييس.
- أجور الفحص: تختلف أجور الفحص بحسب نوع السلعة المستوردة، ونوضح سعر سلعة القمح على النحو الآتي:

جدول رقم (7) أجور فحص القمح (بالريال اليمني)

السلعة	القيمة بالريال اليمني
القمح	44000

المصدر: الإدارة العامة للمواصفات والمقاييس.

1. الجبايات غير القانونية، أجر العامل للنقل، النقل، وتسهيل خدمات للبضاعة والسلعة.
2. عملية تحويل العملة الجديدة بالعملة القديمة لنقلها من المناطق المحررة لمناطق سيطرة الحوثي، تشكل عبئاً على التاجر؛ وذلك نتيجة لانقسام النظام المالي والمصرفي.
3. ارتفاع أسعار المشتقات النفطية هي الأخرى تساهم في عملية ارتفاع كلفة النقل وتوزيع المواد الاستهلاكية.

ثانياً: التنبؤ بأسعار القمح المستقبلية للفترة (2025 - 2029م)

باستخدام برنامج الـ spss تم التوصل للتنبؤ بأسعار سلعة القمح المستقبلية لفترة خمسة سنوات قادمة عند مستوى معنوية (0.95)، ونلاحظ أن أسعار سلعة القمح للفترة (2025 - 2029م) سوف ترتفع بنسبة 50 %، فمع مرور عام جديد يرتفع سعر القمح بمقدار 390 ريالاً يمينياً، انظر المعادلة رقم (2) وجدول رقم (9) الموضح للتنبؤ بالأسعار المستقبلية لأسعار القمح للفترة (2025 - 2029م)، كما نلاحظ نسبة الزيادة في أسعار سلعة القمح خلال الفترة (2025 - 2029م) 16% في عام 2025م، و18% في عام 2026م، و20% في عام 2027م، و22% في عام 2028م، و24% في عام 2029م.

$$Q = 3012.42 + 390.27 n \dots (2)$$

جدول رقم (8) الموضح لأثر سلعة القمح بالمستقبل لـ 5 سنوات مقبلة.

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: أسعار							
Parameter Estimates			Model Summary			Equation	
b1	Constant	Sig.	df2	df1	F	R Square	
390.274	3012.421	.000	82	1	347.684	.809	Linear

إعداد الباحثة: باستخدام برنامج الـ spss

جدول رقم (9) الموضح للتنبؤ بالأسعار المستقبلية للقمح للفترة من 2025 – 2029م

البيانات	2025	2026	2027	2028	2029
يناير	36185.67	40868.96	45552.24	50235.52	54918.81
فبراير	36575.95	41259.23	45942.51	50625.8	55309.08
مارس	36966.22	41649.5	46332.79	51016.07	55699.35
أبريل	37356.49	42039.78	46723.06	51406.34	56089.63
مايو	37746.77	42430.05	47113.33	51796.62	56479.9
يونيو	38137.04	42820.32	47503.61	52186.89	56870.17
يوليو	38527.32	43210.6	47893.88	52577.16	57260.45
أغسطس	38917.59	43600.87	48284.15	52967.44	57650.72
سبتمبر	39307.86	43991.15	48674.43	53357.71	58040.99
أكتوبر	39698.14	44381.42	49064.7	53747.98	58431.27
نوفمبر	40088.41	44771.69	49454.98	54138.26	58821.54
ديسمبر	40478.68	45161.97	49845.25	54528.53	59211.81

إعداد الباحثة باستخدام برنامج ال spss

النتائج:

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نسردها بالشكل الآتي:

1. يختلف الهدف من تحديد الأسعار على حسب الهدف، فالأهداف المتعلقة بالربح تعمل على تغطية التكاليف، أما الأهداف المتعلقة بالمبيعات تساعد في زيادة كمية الوحدات المباعة، والمحافظة على الحصة السوقية، ومواجهة المنافسين والبقاء في السوق.
2. ارتفاع أسعار سلعة القمح خلال الفترة (2018 – 2024م) من متوسط سنوي بلغ 8535 ريال يمني في عام 2018م إلى متوسط سنوي بلغ 33225 ريالاً يمينياً في عام 2024م، أي ما يعادل ثلاثة أضعاف القيمة الذي كانت عليه في عام 2018م، فمع مرور سنة واحدة يرتفع السعر بمقدار 4775.5 ريال يمني، كما توجد علاقة ارتباطية قوية بين الزمن وارتفاع الأسعار لسلعة القمح.
3. أسهم في تقليص حجم الاستهلاك العائلي وغيرها مجموعة من العوامل مثل: الطلب، والمنافسون، والموردون، والموزعون، والتدخل الحكومي، والظروف الاقتصادية، والظروف الداخلية مثل هدف المنظمة، ودرجة اختلاف السلعة، والمزيج التسويقي، وتدني أجور المستهلكين مقارنة بأسعار السلع المرتفعة.
4. ارتفاع أسعار الصرف بوتيرة متسارعة خلال فترة الدراسة من 538.8 ريال يمني مقابل الدولار في 2018م إلى 1369.939 ريالاً يمينياً مقابل الدولار في 2023م.

5. تأثر أسعار القمح بالأسعار العالمية من مختلف الدول المستوردة منها (أستراليا، أوكرانيا، الهند، الأرجنتين، فرنسا، أمريكا، روسيا)، فقد تأرجحت أسعارها من أدنى سعر لها بـ 114.3 دولار للطن الواحد، وأعلىها 470 دولار للطن الواحد، خلال مدة الدراسة.
6. ارتفاع أجرة النقل الخارجي بسبب مشكلات البحر الأحمر، وزيادة نسبة التأمين البحري 100%، وارتفاع أجرة النقل الداخلية للنقل الثقيل والمتوسط والخفيف، مع زيادة أسعار المشتقات النفطية.
7. باستخدام برنامج الـ spss تم التوصل للتنبؤ بأسعار سلعة القمح المستقبلية لفترة خمسة سنوات قادمة عند مستوى معنوية (0.95)، نلاحظ أن أسعار سلعة القمح للفترة (2025 - 2029م)، سوف ترتفع بنسبة 50 %، فمع مرور عام جديد يرتفع سعر القمح بمقدار 390 ريالاً يمينياً، وأن نسبة الزيادة في أسعار سلعة القمح خلال الفترة (2025 - 2029م) 16% في عام 2025م، و18% في عام 2026م، و20% في عام 2027م، و22% في عام 2028م، و24% في عام 2029م.

التوصيات:

من خلال الدراسة الذي تمت توصلنا إلى جملة من التوصيات أهمها:

1. تهيئة البيئة الملائمة الداخلية والخارجية للاستثمار في سلعة القمح، والقدرة على تحديد سعر مناسب لجميع الأطراف المستفيدة من سلعة القمح.
2. على الجهات المختصة تكثيف الجهود المبذولة للحد من الارتفاع الحاد في أسعار سلعة القمح في المستقبل، من خلال تفعيل دور الرقابة على تجار سلعة القمح، وتخفيض من قيمة المشتقات النفطية وضبط أسعار صرف العملات الأجنبية.
3. السعي وراء تحسين دخل الفرد، وتقوية القدرة الشرائية لدى الأفراد لقدرةهم على شراء السلع الضرورية المتمثلة بالقمح والدقيق والأرز والسكر وغيرها.
4. الاهتمام بزراعة القمح محلياً والتوسع الرأسي لزراعة القمح للتخفيف من قيمة الاستيراد وزيادة الإنتاجية، والاستفادة من مخرجات البحوث الزراعية.
5. الاختيار المناسب لعقد صفقات استيراد القمح للاستفادة من انخفاض الأسعار الموسمية في البورصات العالمية.
6. السعي وراء توحيد السياسات النقدية المتبعة في اليمن؛ لتسهيل عملية نقل السلع والبضائع وتخفيف أعباء تحويل العملية.

المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب:

أبو القاسم الطبولي، وعلي عبدالسلام، وفرحات شرنتم (1999م)، أساسيات الاقتصاد، ط (9)، الدار الجماهيرية، مصراتة.

أسامة الحارس (2004م)، المحاسبة الإدارية، ط (1)، دار حامد، عمان.

إياد النسور (2012م)، استراتيجيات التسويق مدخل نظري وكمي، الطبعة الأولى، دار صفاء، عمان.

بشير العلاق، وقحطان العبدلي (1999م)، استراتيجيات التسويق، (د، ط)، دار زهران للنشر، الأردن.

ثابت إدريس، وجمال الدين مرسى (2005م)، التسويق المعاصر، الطبعة الأولى، الإسكندرية: الدار الجامعية.
زكي المساعد (1997م)، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع عمان.
عبد السلام أبو قحف (2002م)، التسويق: مدخل تطبيقي، مصر: دار الجامع الجديدة.
علي الجياشي (2002م)، التسعير (مدخل تسويقي)، الطبعة الأولى، (مكتبة الراتب العلمية، عمان الأردن).
علي الجياشي (2004م)، التسعير مدخل تسويقي، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن.
محمد الصحن (1998م)، التسويق المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية.
يوسف أبو فارة (2010م)، إدارة الأسعار في الأسواق التقليدية والإلكترونية وأسواق المياه، ط (1)، دار إشراف، عمان.
ثانياً: الرسائل العلمية:

طرابلسي هدى (2017-2018م)، استراتيجيات التسعير بالمؤسسة الاقتصادية في ظل التنافسية، دراسة حالة طيران
دلتا بالولايات المتحدة الأمريكية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، الجزائر.
عبادلية شرف الدين، ومازوني أيوب (2021 - 2022م)، نظام التسعير وتأثيره على المردودية المالية للمؤسسة: دراسة
حالة مؤسسة سونلغاز - قائمت، رسالة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم
العلوم الاقتصادية جامعة 8 ماي قائمت.
وسام أبو أمين (2013 - 2014م)، دور عوامل استراتيجيات التسعير في الحصة السوقية (دراسة ميدانية على شركات
الأدوات الكهربائية المنزلية)، رسالة ماجستير، جامعة دمشق، سوريا.

ثالثاً: دراسات وتقارير:

القمح والأمن الغذائي في اليمن ملخص سياسي لمتخذي القرار، مارس 2022م، وزارة الصناعة والتجارة عدن.
صبري القرن (2022م)، بورصات السلع، سلسلة كتيبات تعريفية العدد (34)، صندوق النقد العربي، أبوظبي.
عمر باطويح (2010م)، جدوى إنشاء إدارة للمخاطر في الشركات الاستثمارية، ورشة عمل إدارة المخاطر، اتحاد
الشركات الاستثمارية، حضرموت اليمن.

رابعاً: جهات حكومية، ورسمية:

إدارة الهيئة العامة للمواصفات والمقاييس وإدارة الجودة عدن.

البنك المركزي اليمني - عدن.

الشركة اليمنية المتحدة للملاحة - عدن.

مصلحة الجمارك - عدن.

نقابة النقل والخفيف والمتوسط - عدن.

وزارة الخدمة المدنية - عدن.

وزارة الصناعة والتجارة - عدن.

خامساً: مراجع أجنبية:

Dan s Kennedy and Jason mars, (2011) NoB.S. price strategy, (US:entrepreneur press).

Keynes, J.M. (1942)، "The International Control of Raw Materials"، U.K. Treasury Memorandum, reprinted in Journal of International Economics, vol. 4, 1974.

Fafchamps, M., and J. Pender (1997), "Irreversible Investment: Theory and Evidence from Semiarid India", Journal of Business and Economic Statistics, vol. 15(2): 180-193.