

التسعير المسئول:

حالة الممارسات الحالية للصناعة¹

ورقة مناقشة لحملة الذكية

يوليو، ٢٠١٠



أعدت هذه الورقة لصالح اللجنة التوجيهية لحملة الذكية بواسطة فرقة عمل تطوير المبادئ. صاغها السيد لاري ريد، مع مساعدات من الكسندرا فيوريلز. شكر خاص لووكالة Microfinance Transparency لاستخدام المواد التي صممتها والتوجيه بشأن المحتوى.

تمت ترجمة هذه الوثيقة بواسطة سنابل: شبكة التمويل الأصغر للبلدان العربية، مع دعم من مؤسسة أوكسفام نوفيب.
“This document was translated by Sanabel, the Microfinance Network of Arab Countries, Inc., with support from Oxfam Novib.”

المحتويات

٢	الملخص.....
٣	حماية العميل والأسعار.....
٤	تأجير الأموال.....
٦	منحنيات التكلفة والسعر.....
٨	نهج لتحديد التسعير المسئول.....
١٤	التقييم الذكي: النهج "ما وراء القوانين".....
١٦	تطوير حالة الممارسة: نحو توافق المبادئ التوجيهية.....
١٧	ملاحظة ختامية.....

جدول الاشكال

٦	مستويات التعادل حسب حجم القرض الفائدة
٦	حجم القرض وعائد المحفظة الحقيقي
٨	حجم القرض ونسبة التكاليف التشغيلية
٩	حجم القرض وعائد المحفظة الحقيقي
١٢	حجم المنتج مقابل الفائدة

الجداول

٩	الجدول ١
١١	الجدول ٢

الملخص

في ديسمبر ٢٠٠٩، عدلت الحملة الذكية لحماية العملاء مبدأ "التسعير الشفاف" ليصبح "التسعير الشفاف والمسئول". ينص المبدأ على "أن الأسعار يجب أن تكون معقولة للعملاء ومستدامة للمؤسسات المالية". تؤكد هذه الصيغة أن انخفاض الأسعار جيد للعملاء، مع السماح للواقع العملي الموجود في تقديم القروض الصغيرة وحسابات التوفير منخفضة القيمة. بتعديل المبدأ، تؤكد الحملة أهمية التسعير المسئول مع الاعتراف بأن الوضع الحالي للممارسة لا يوفر توجيهات أو معايير واضحة لتحديدها.

من أجل التحرك باتجاه توجيه أوضح، أعدت الحملة هذه الورقة، التي تدرس مجموعة كاملة من النهج لتسعير القروض المسئول، بدءاً بتشجيع المنافسة، إلى قيود العوائد على حقوق المساهمين والحدود القصوى لأسعار الفائدة ووصولاً إلى الشفافية النسبية. تناقش هذه النهج في سياق منحنيات التكلفة التي وضعتها مؤسسة Microfinance Transparency، والتي توضح معلومات مفصلة عن التسعير والشروط المشتركة بين جميع الجهات المقرضة (المشاركة) في البلاد. من بين أهم الرسائل المستفادة من بيانات Microfinance Transparency:

- التسعير وهياكل التكلفة التي تحدده تختلف اختلافاً كبيراً من بلد إلى آخر. من المنطقي الحكم على المؤسسات في بلدها ومقابل منافسيها.
- تتطلب القروض الصغيرة أسعاراً فائدة ورسوماً أعلى، وأحياناً أعلى بكثير. هذا يقدم حجة ضد تحديد الأسعار أو معدل الفائدة، والتي تعاقب المؤسسات التي تحاول الوصول إلى العملاء الأصعب خدمة، مثل الفقراء.
- ينبغي لتحليل المقدمين فردياً حساب عوامل مثل الوصول إلى المناطق الريفية (أكثر تكلفة)، توفير الخدمات غير المالية، الأرباح العالية، أو عدم الكفاءة. كل هذه العوامل تساهم في تحديد ما إذا كان التسعير النهائي مسئولاً.

تستخدم أدوات التقييم التي وضعتها الحملة الذكية نهج الشفافية النسبية، كما هو موضح في دليل التقييم الميداني الذي صممه مشروع "ما وراء القوانين" والمتوفر عبر موقع الحملة تحت عنوان "دليل تقييمات حماية العميل". هذا نفس النهج الذي تستخدمه Microfinance Transparency. بينما يتماثل النهجان نظرياً، حيث أن كلاهما يقيم التسعير في السياق القطري وبمقارنة المنتجات المماثلة التي تقدمها مؤسسات متعددة، إلا أنهما يعالجان جوانب مختلفة من التحدي.

بناءً على تحليل الحالة الراهنة لهذه الممارسة، تؤيد الحملة الذكية استمرار التركيز على الشفافية النسبية على مستوى البلاد. سيعمق هذا العمل الجاري فهم الصناعة للتسعير بواسطة تحليل البيانات والمناقشات، ويؤمل أن نصل في النهاية إلى وضع مبادئ توجيهية عامة. في الوقت نفسه، يمكن أن تخدم الشفافية النسبية للضغط على المؤسسات للتسعير المسئول، لأن المراقبين سوف يستخدمون البيانات لتطبيق معاييرهم الخاصة.

^٢ Microfinance Transparency منظمة غير ربحية تأسست عام ٢٠٠٨ تجمع وتنشر معلومات التسعير من مؤسسات التمويل الصغير (لكل بلد).

تخطط الحملة لتطوير و/أو دعم أدوات بالتنسيق مع لاعبين آخرين، لا سيما Microfinance Transparency، لتعزيز الشفافية النسبية على مدى الأشهر المقبلة. في المدى الطويل، من المهم أيضا أن تجعل الصناعة ضمن أولوياتها معرفة المزيد عن القدرة على تحمل التكاليف من خلال دراسة العملاء. ينبغي أيضا تثقيف المستثمرين، العملاء، والمنظمين حول العوامل التي تسهم في تحقيق الاستدامة.

حماية العميل والأسعار

التحدي المتمثل في تحديد التسعير المسئول في مجال التمويل الأصغر أصبح في الآونة الأخيرة قضية لفتت انتباه صحيفة نيويورك تايمز؛ كتب نيل مكفاركوar: "ان الجهاد للحفاظ على الهالة المحيطة بالقطاع يدور حول سؤال مدى الفائدة والربح المقبولين وما يشكل الاستغلال." تصف المقالة حالات أسعار فائدة مرتفعة تفرض على الفقراء للغاية، حيث بدأ العملاء ومقدموا الخدمات والمستثمرون غافلين عن المعدلات الحقيقية³.

السؤال الذي طرحته المقالة هام وينبغي لصناعة التمويل الأصغر التعامل معه. من الواضح أن تكلفة 10,000 قرض صغير بمبلغ ١٠٠ دولار لكل منها أعلى من اعطاء قرض واحد قدره مليون دولار، وبالتالي فإن الأسعار على القروض الصغيرة يجب أن تكون أعلى. ولكن هذا أدى إلى مجموعة محيرة من تقنيات التسعير وتسعيرات تجعل من الصعب تحديد السعر الحقيقي للحصول على قرض. عند مزج هياكل التسعير المحيرة مع اختلال ميزان القوة بين مقدم القرض (الذي يملك أموالا للإقراض) والفقير (الذي يحتاج إلى الحصول على التمويل من أجل كسب ما يكفي من المال لتوفير الغذاء والمأوى لأسرته)، تحصل على ظروف تمكن المقدمين عديمي الضمير من استغلال الفقراء.

تسعى مبادئ حماية العملاء في الحملة الذكية لمساعدة صناعة التمويل الأصغر والتركيز على تحسين خدماتها للعملاء الفقراء. في فبراير ٢٠١٠، عدلت الحملة الذكية ثاني المبادئ الستة لتشمل التسعير المسئول باعتباره جزءا رئيسيا من حماية العميل. ينص المبدأ الآن (تظهر العبارات المضافة بخط عريض) على:

التسعير الشفاف والمسئول: يجب أن يكون تسعير وشروط المنتجات المالية (بما في ذلك الفوائد، أقساط التأمين، جميع الرسوم، وغيرها) شفافة وموضحة بشكل يفهمه العملاء. **التسعير المسئول يعني أن التسعير والشروط توضع بطريقة تجعلها معقولة الأسعار للعملاء ومستدامة للمؤسسات المالية.**

جاء هذا التعديل انطلاقا من مناقشات عقدتها فرقة مبادئ الحملة الذكية على مدى عدة أشهر والتي وافقت عليها اللجنة التوجيهية للحملة وقبلها رعاة الحملة.

لدينا جميعا فهما الذاتي لمفهومي "معقول" و "النتمية المستدامة." الأسعار المعقولة للعملاء تعني أن يجني العملاء فائدة صافية من الخدمة حتى بعد دفع التكلفة الكاملة لها. الاستدامة للمؤسسات تعني أن الإيرادات كافية للحفاظ على سيولة المؤسسة (أي يجب أن تدر أرباحا) على مدى فترة طويلة من الزمن. ليس من السهل على الإطلاق تقديم توجيهات محددة حول ما هو مقبول وما هو غير مقبول أو الاستدامة، كما سيظهر المناقشة التالية. استعراضنا لحالة ممارسة التسعير المسئول يدل على أن صناعة التمويل الأصغر لم تنشئ حتى الآن

³ نيل مكفاركوar، "البنوك تحقق أرباحا كبيرة من القروض الصغيرة"، نيويورك تايمز، ١٣ أبريل ٢٠١٠

وسيلة لتحديد سعر في متناول العميل ومستدام للمؤسسة المالية، رغم أنها حققت الكثير من التقدم في هذا الاتجاه خلال السنوات القليلة الماضية.

تستعرض هذه الورقة حالة الممارسة لتقييم التسعير المسئول، تصف الأساليب الحالية التي تم طرحها من قبل مختلف المراقبين، وتعرض بعض الأساليب المستخدمة أو التي نظرت فيها الحملة الذكية. كما انها تعطي توصيات لتحسين حالة الممارسة في المستقبل. لكن أولاً، نعرض خلفية عن سبب عدم وضوح مفهوم التسعير المسئول للقروض الصغيرة كما ينبغي.

تأجير الأموال

يثير مفهوم التسعير المسئول جدلاً قليلاً. يوافق معظم الأفراد في المجتمع المالي على أنه ينبغي وضع شروط التسعير بطريقة تجعل السعر معقولاً للعملاء ومستداماً للمؤسسات المالية. يكمن التحدي في الانتقال من المفهوم إلى التطبيق. كيف يمكننا تحديد ما إذا كانت الأسعار التي يتقاضاها مزود التمويل الأصغر تلبى معيار التسعير المسئول؟

لفهم بعض التحديات الكامنة في تقييم التسعير المسئول، نحن بحاجة إلى أن ننظر عن كثب على كيفية تسعير الخدمات المالية. بالنسبة لمعظم القروض والمدخرات، تستعمل أسعار الحسابات كأسعار فائدة. هذه المعدلات تعطينا النسبة المئوية التي سندفعها أو تدفع لنا لكل وحدة من العملة المقترضة أو المدخرة لوحدة معينة من الوقت.

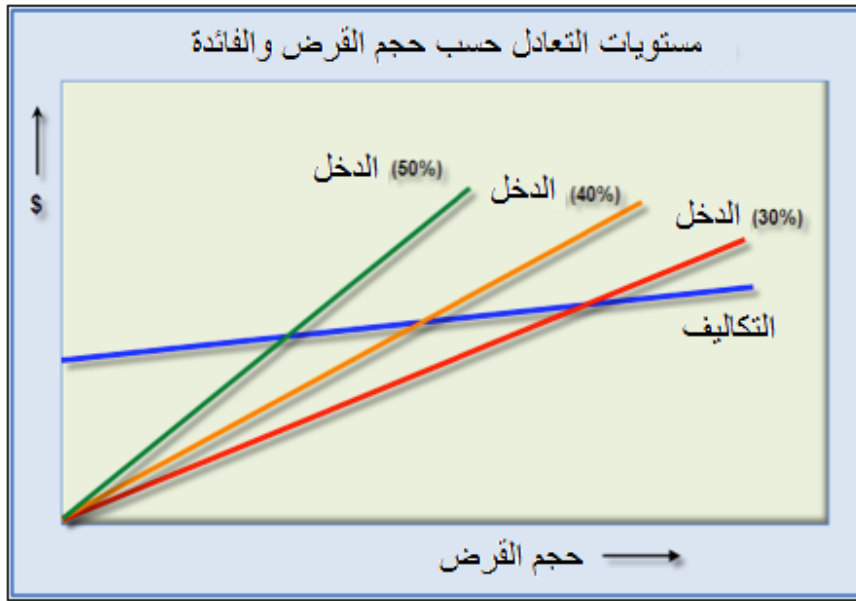
بهذه الطريقة، تشبه الخدمات المالية تأجير العقارات. عند الحصول على قرض، فكأنما تستأجر مال شخص آخر لفترة معينة من الزمن وتوافق على أن تدفع لهم على أساس كمية المال وطول وقت الاستئجار. عند الادخار، فكأنما تؤجر مالك لشخص آخر ويوافق على دفع مبلغ محدد لك لفترة تمتعه به. هذا ما يجعل المقارنة بين المنتجات المالية من خلال أسعار الفائدة مشابهة لإيجارات العقارات حسب السعر للقدم المربع الواحد (أو المتر).

في قطاع العقارات، تؤثر عدة عوامل على تكاليف توفير العقارات وبالتالي أسعار الاستئجار، وهذه تشمل التكاليف التي تكبدها صاحب المبنى (تكلفة شراء العقار، التمويل، الصيانة، الضرائب، الخ) موقع العقار، الخدمات، المساحة التي ترغب في استئجارها، وفترة التأجير. تؤثر عوامل مماثلة على تكلفة استئجار الأموال، بما في ذلك التكاليف التي يتكبدها المقرض (تكلفة رأس المال، تكاليف التشغيل، الديون المعدومة، والضرائب)، قرب الخدمة للعملاء، الخدمات الإضافية التي يمكن توفيرها (مثل التدريب أو التأمين)، المبلغ المقرض، ومدة العقد.

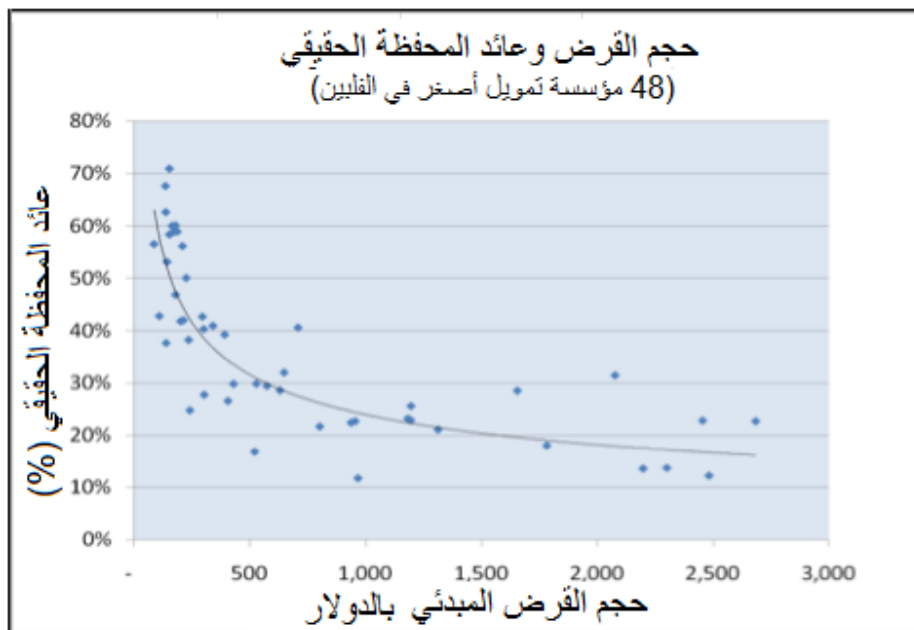
مقارنة استئجار المال باستئجار شقة يساعد على تفسير بعض التحديات في تقييم التسعير المسئول للمال. كما تتباين التكاليف لكل قدم مربع من العقارات حسب الموقع، كذلك يختلف ثمن المال حسب البلد والمواقع داخل

بلد ما. مثلما يرتفع السعر لكل قدم مربع من العقارات، أحيانا بشكل كبير جدا، بتدني حجم الوحدة وطول فترة الإيجار، هذا يحصل أيضا مع تأجير المال.

الشكل ١



الشكل ٢



منحنيات التكلفة والسعر^٤

رأت صناعة التمويل الأصغر منذ زمن طويل "أن تكاليف تقديم الائتمان مسطحة نسبياً، فتكلفة تقديم قرض بقيمة ١٠٠ \$ مماثلة لتقديم قرض قيمته 1,000 دولار. لذلك، يجب أن تكون أسعار القروض الصغيرة أعلى." مع ذلك، فإن الآثار الكاملة لهذا لم تتحقق بعد. افترضنا مطولاً أن الأسعار خطية، مع انحدار تدريجي. إلا أنه، كما سنرى، تتبع الأسعار لكل دولار مقرض منحى شديد الانحدار. تتبع تكاليف التشغيل منحى مماثلاً بشكل ملحوظ.

في الشكل ١، يبين محور "س" زيادة أحجام القروض، في حين أن محور "ص" يظهر المبالغ النقدية للإيرادات والمصروفات. يبين الخط الأزرق في الشكل ١ تكاليف مسطحة جداً—تقرب تكاليف القرض الصغير من تكاليف قرض أكبر بكثير. مع ذلك، يتناسب الدخل مع حجم القرض. يظهر الخط الأحمر مقدار الدخل بالنسبة لحجم القرض إذا كان معدل الفائدة %٣٠. يدر قرض صغير جداً دخلاً قليلاً، لكن الدخل يزداد بشكل يتناسب مع حجم القرض. لحجم قرض معين، يلي الدخل المتأتي من القرض تكاليف تقديم القرض، وتصل المؤسسة إلى نقطة التعادل. بسعر معين، تولد القروض الأكبر من مبلغ التعادل أرباحاً، في حين أن القروض الصغيرة تؤدي إلى الخسارة. لكي يتسنى لمؤسسة تقديم قروض صغيرة دون أن تخسر المال، عليها أن ترفع سعر تلك القروض، مثلاً إلى %٤٠. وتستمر العملية، كلما انخفض متوسط حجم القرض ارتفع الثمن المطلوب للوصول إلى نقطة التعادل.

هل تطابق النظرية الواقع؟ يبين الشكل ٢ بيانات عن ٤٨ مؤسسة في الفلبين. كل نقطة تمثل متوسط حجم القروض وعائد المحفظة (أو السعر المتوسط) للمنتجات الأصغر. المؤسسات التي تقدم قروضاً أكبر—حوالي 2,000 دولار—لديها عائدات محفظة منخفضة تقرب من %٢٠. المؤسسات التي تقدم قروضاً أصغر—٢٠٠ دولار—أو عشر المبلغ، لديها عائد محفظة أعلى من ذلك بكثير، في حدود %٤٠-٦٠. تنشئ البيانات من مؤسسات التمويل الأصغر ال ٤٨ منحى علاقة متميز يبين ارتفاع الأسعار التي تتقاضاها مؤسسات التمويل الأصغر التي تقدم قروضاً صغيرة.

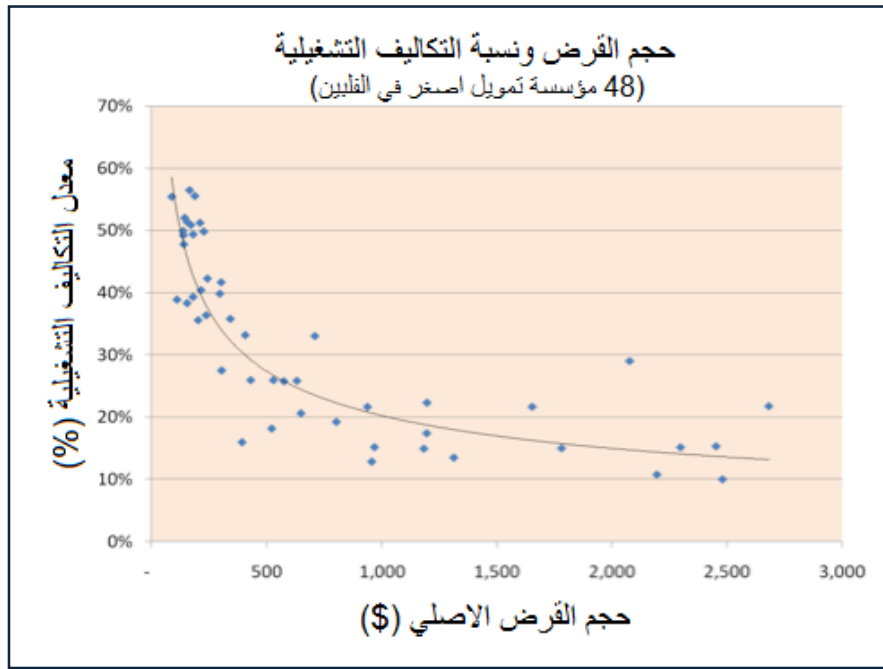
بالمثل، يبين الشكل ٣ منحى مماثلاً جداً لنسب التكاليف التشغيلية لمؤسسات التمويل الأصغر ال ٤٨ نفسها. المؤسسات التي تقدم قروضاً متوسط حجمها 2,000 \$ تحقق مؤشر الصناعة من نسبة تكاليف التشغيل البالغ %١٥. مؤسسات التمويل الأصغر التي تقدم قروضاً أصغر بكثير لديها تكاليف تشغيل أعلى بكثير. توظف هذه المؤسسات أساليباً لخفض تكاليفها للقرض الواحد، مثل الإقراض الجماعي، ولكن هذه النسبة لا تزال مرتفعة لأن القاسم المشترك في المعادلة—حجم القرض—منخفض جداً. مثلاً، يمكن لمؤسسات التمويل الأصغر أن تنفق ٢٠٠ \$ لإدارة قرض بقيمة 1,000 دولار لمدة عام وتحقيق تكاليف تشغيل بنسبة %٢٠. إذا أنفقت مؤسسة تمويل أصغر ٢٠٠ \$ لإدارة قرض قيمته ٢٠٠ دولار، فإن تكاليف التشغيل تصل إلى %١٠٠. خفض مصاريف التشغيل إلى النصف—إلى ١٠٠ دولار—لا تزال النتيجة تكلفة تشغيلية بنسبة %٥٠.

^٤ صممت Microfinance Transparency منحنيات السعر والتكلفة. لمزيد من المعلومات انظر www.mftransparency.org

يستخدم الجدول ١ بيانات من MIX لاعطاء متوسط تكاليف التشغيل لمؤسسات التمويل الأصغر التي تستهدف عملاء فقراء، المؤسسات التي تخدم طائفة واسعة من العملاء، وأولئك الذين يخدمون العملاء الراقون والشركات الصغيرة. في حين أن أولئك الذين يعملون مع أدنى العملاء لديهم أقل التكاليف لتقديم القروض، إلا أن تكلفة التشغيل تقرب من ضعف تلك التي تتكبدها المؤسسات التي تخدم العملاء الأكثر رقياً. النتيجة النهائية هي أن مقدمي التمويل الأصغر بحاجة إلى فرض أسعار مرتفعة بما يكفي لدعم عملياتها، وتلك التي تقدم قروضا صغيرة جدا تحتاج إلى تقاضي اسعار أكثر بكثير من تلك التي تقدم قروضا أكبر. إذا كان أكثر الأفراد فقرا يطلبون أصغر القروض، فإن هذا يعني أنه كلما كان الشخص أفقر ارتفعت نسبة الفائدة التي ستضطر مؤسسات التمويل الأصغر تقاضيها لتكون قادرة على تغطية تكاليفها. حتى الآن، يبدو هذا غير منصف للفقراء في نظر الكثير من المراقبين.

عندما تواجه الحاجة إلى فرض أسعار عالية لتغطية تكاليفها وضغوطا سياسية لإبقاء أسعارها قريبة من المصارف التجارية، تفرض العديد من مؤسسات التمويل الأصغر أسعار فائدة شهرية ثابتة بدلا من معدلات سنوية^٦.

الشكل ٣



^٥ MIX، نشرة الأعمال المصرفية الصغيرة، العدد ١٨، ربيع ٢٠٠٩.
^٦ تمشيا مع مبدأ حماية العميل الخاص بالشفافية، تتطلب وسيلة إبلاغ التسعير والشروط للعملاء مناقشة أكثر تفصيلا مما يمكن شرحه هنا. سوف تعالج الحملة الذكية هذا الجانب من شفافية التسعير في وثائق أخرى.

نهج لتحديد التسعير المسئول

السوق الذي فيه العملاء من الفقراء والأسعار مربكة يوفر مجالا للمقرضين الجشعين. وضعت الحكومات وأصحاب المصلحة الآخرين في الصناعة مجموعة متنوعة من الأساليب لحماية العملاء من رافعي الاسعار، ولكل منها نقاط قوة وضعف. هاكم عرض سريع. بعض المقاربات الموضحة هنا هي في المقام الأول سبل للتوصل إلى أسعار ضمن حدود المسؤولية. يركز البعض الآخر على تحديد كيفية قياس أو تحديد حدود التسعير المسئول. بعض الأساليب يحقق الأمرين معا.

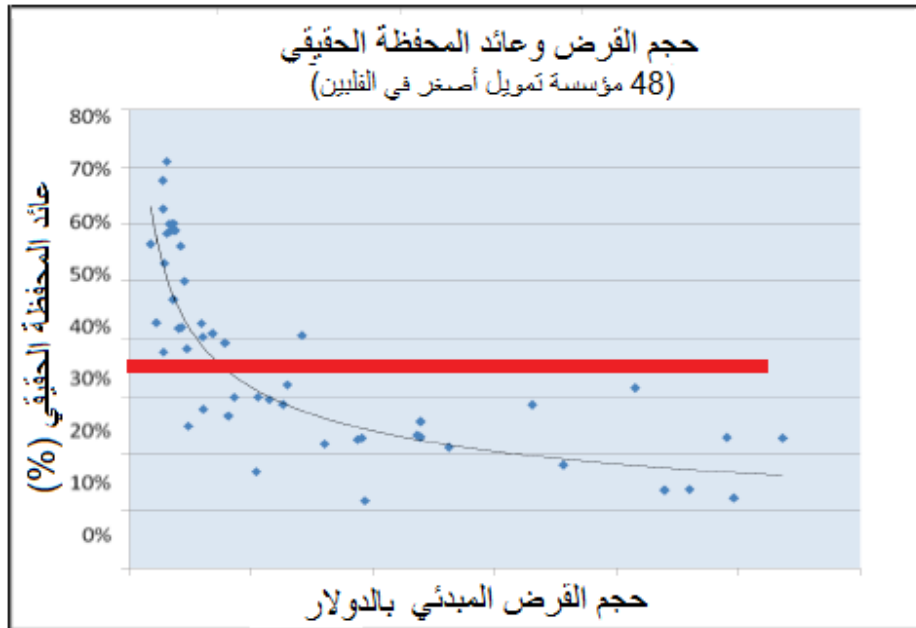
وضعت أكثر من ٣٠ دولة نامية وانتقالية شكلا من أشكال الرقابة لسعر الفائدة كوسيلة لحماية عملاء الخدمات المالية من الاستغلال. تضع هذه الضوابط سقفا للمبلغ الأقصى الذي تتقاضاه مؤسسة مالية من المقرض.

الفضيلة الأساسية لتحديد سقف الفائدة هو بساطتها، فهي سهلة الفهم وتطبق نفس المعايير على جميع المؤسسات المالية.

الجدول ١

متوسط الرصيد	نسبة التكاليف التشغيلية	نسبة حساب خسائر القروض	تكلفة القرض بالدولار	
١٦٤	٢٥.٣	١.٣	٥٤	الادنى
٩٣٧	١٦.٣	١.٤	١٤٥	الواسع
٢١٠.٩	١٣.٧	٠.٩	٢٢٢	الارقي
٢٢٣ و ٢	١٤.١	١.٠	٣٧٤	المشاريع الصغيرة

الشكل ٤



من ناحية أخرى، فإن هذه البساطة هي أيضا احد أكبر نقاط الضعف في هذا النهج. تطبق الحدود القصوى لأسعار الفائدة نفس المعايير على جميع المؤسسات المالية، بغض النظر عن الموقع، نوع العملاء، حجم القرض، أو مدة القرض. ينتهي بهم المطاف بأن يضرروا الفقراء أكثر من مساعدتهم بجعل القروض الصغيرة قصيرة الأجل من المؤسسات المالية غير جذابة. احد الطرق لفهم هذا هو أن ننظر إلى الرسم البياني لمنحنى عائد المحفظة في الفلبين في الشكل ٤. تخيل ماذا سيحدث لو أن الحكومة وضعت حدا أقصى لسعر الفائدة يبلغ %٣٥ في هذا البلد (يمثله الخط الأحمر في الرسم البياني). جميع مقدمي الخدمات الذين يقدمون قروضا أقل من ٥٠٠ دولار تحتاج إما لأن تخرج من العمل أو تبدأ بإعطاء قروض أكبر من أجل كسب ما يكفي لتغطية تكاليفها. في الوقت نفسه، فإن تلك التي تقدم قروضا فوق \$2,000 لا تزال قادرة على تقاضي أكثر من ضعف الفائدة التي يتقاضاها منافسوها والبقاء ضمن سقف سعر الفائدة.

تقترح دراسات أجريت في بلدان متقدمة وبلدان نامية أن الآثار السلبية التالية ممكنة مع حدود قصوى لأسعار الفائدة شديدة الانخفاض:

- الفقراء لديهم خدمات مالية أقل.
- يلجأ الفقراء لمقدمي خدمات مالية غير مرخصة أو غير مشروعة لتلبية احتياجاتهم المالية.
- يخرج مقدموا الخدمات المالية من المناطق الريفية حيث التكاليف أعلى.
- تنخفض معدلات النمو في المؤسسات التي تخدم العملاء الأكثر فقرا.
- تنخفض شفافية الأسعار حيث يجد المقرضون سبلا للتحايل على النظام بإضافة رسوم أخرى^٧.

حدود الهامش: ثمة طريقة أخرى لتقييم التسعير المسئول تأخذ في الاعتبار الاختلافات في التكاليف بين المقدمين، وهي حد أعلى للفرق بين التكاليف الأساسية التي تتكبدها المؤسسات المالية والمبلغ الذي يمكن أن تتقاضاه من المقترضين. اقترح الحائز على جائزة نوبل محمد يونس نسخة من حد الهامش على أساس الفرق بين تكلفة الاقراض لمؤسسة التمويل الأصغر والفائدة التي تتقاضاها. يقترح يونس ثلاث فئات: منطقة خضراء يسميها "المؤسسات التي تركز على الفقراء" التي تتقاضى أسعار فائدة تبلغ %١٠ أو أقل من تكاليف الاقراض؛ منطقة صفراء، تشمل المؤسسات التي تتقاضى ما بين %١٠ و %١٥ من تكاليف الاقراض؛ ومنطقة حمراء يتقاضى أعضاؤها %١٥ أو أكثر فوق تكلفة التمويل^٨.

مرة أخرى، يتميز هذا الأسلوب بالبساطة. يحتاج الشخص فقط إلى معرفة رقمين من أجل تحديد مدى معقولة السعر، تكلفة التمويل للمؤسسة، وسعر الفائدة. ولكن مرة أخرى، هذه البساطة تجعل من الصعب جدا تطبيق هذا المعيار على طائفة واسعة من المواقع والظروف. وجدت دراسة أجرتها MIX أن %٧٥ من مؤسسات التمويل تقع في المنطقة الحمراء، وأن معظم المنظمات غير الحكومية ذات القروض الصغيرة ستقع في نهاية المطاف في هذه المنطقة. السبب الرئيسي لذلك هو أن الصيغة لا تأخذ في الاعتبار الاختلافات في تكاليف

^٧ بريجيت هيلمز، الوصول للجميع (واشنطن: المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء، ٢٠٠٦) ٨٤-٨٥.
^٨ محمد يونس، إيجاد عالم خال من الفقر (دائرة الشؤون العامة، نيويورك، ٢٠٠٧) ٩٦.

التشغيل، وفي كثير من البلدان، متوسط تكاليف التشغيل لتلك المؤسسات تتجاوز هامش ال ١٥% في صيغة يونس^٩.

سياسات العائد على حقوق المساهمين: هناك طريقة أخرى للنظر في التسعير المسئول، وهي الا ننظر مباشرة الى الأسعار، بل الى ما إذا كانت المؤسسة المالية تتلقى أرباحا مفرطة من الفقراء الذين تخدمهم. النظرية هو أنه إذا كان هيكل التسعير يتسبب بأرباح عالية جدا، يمكن تقديم نفس الخدمة بأسعار معقولة دون تهديد الاستدامة المؤسسية.

اعتمدت العديد من المؤسسات التي تخدم المشروعات الصغيرة ومتناهية الصغر العائد على حقوق المساهمين كأداة لتنفيذ التزامها بالتمويل المسئول. بتحديد هدف عائد على حقوق المساهمين، يأملون إدارة التوتر بين ربحية المؤسسة ورسالتها. على سبيل المثال، وضعت مجموعة ProCredit هدف عائد على حقوق المساهمين يبلغ ١٥%^{١٠}. مؤسسة Equitas في الهند لديها هدف عائد على حقوق المساهمين بنسبة ٢٥%، والتي، وفقا لمدير المؤسسة فاسوديفان، أعلى من السائد في القطاع المالي الهندي، ولكن أقل مما يمكن للمؤسسة ربحه^{١١}. باستعمال هذه المؤسسات وغيرها كأمثلة، بدأت شبكة سيب حوارا مع أعضائها حول هذا البديل.

الجدول ٢

العائد على حقوق المساهمين	عدد العملاء لكل موظف	التكاليف لكل مقترض	تكاليف التشغيل للمحفظة	عائد المحفظة	رصيد القرض للمقترض	عدد العملاء	
13.64%	123	100	48.30%	66.53%	224	12,276	المؤسسة ١
33.13%	223	62	25.84%	51.00%	263	49,308	المؤسسة ٢

استخدام أهداف العائد على حقوق المساهمين كنهج للنظر في التسعير المسئول له العديد من المزايا:

- تحلل دراسة اجرتها سيجاب على أسعار الفائدة لدى مؤسسات التمويل الأصغر تأثير القضاء على جميع الأرباح لتقييم مدى حساسية تغيرات أسعار الفائدة. نصت الدراسة على أنه "في المثين العليا [من مؤسسات التمويل الأصغر الرابحة] وخصوصا أعلى ٥%،... يمكن خفض أسعار الفائدة بمقدار

^٩ أدريان غونزاليس، "تحليل اسعار فائدة القروض الصغيرة" موجز بيانات MIX رقم ٤ (٢٠١٠)

<http://www.themix.org/publications/analyzing-microcredit-interest-rates-review-methodology-proposed->

(mohammed-yunus)

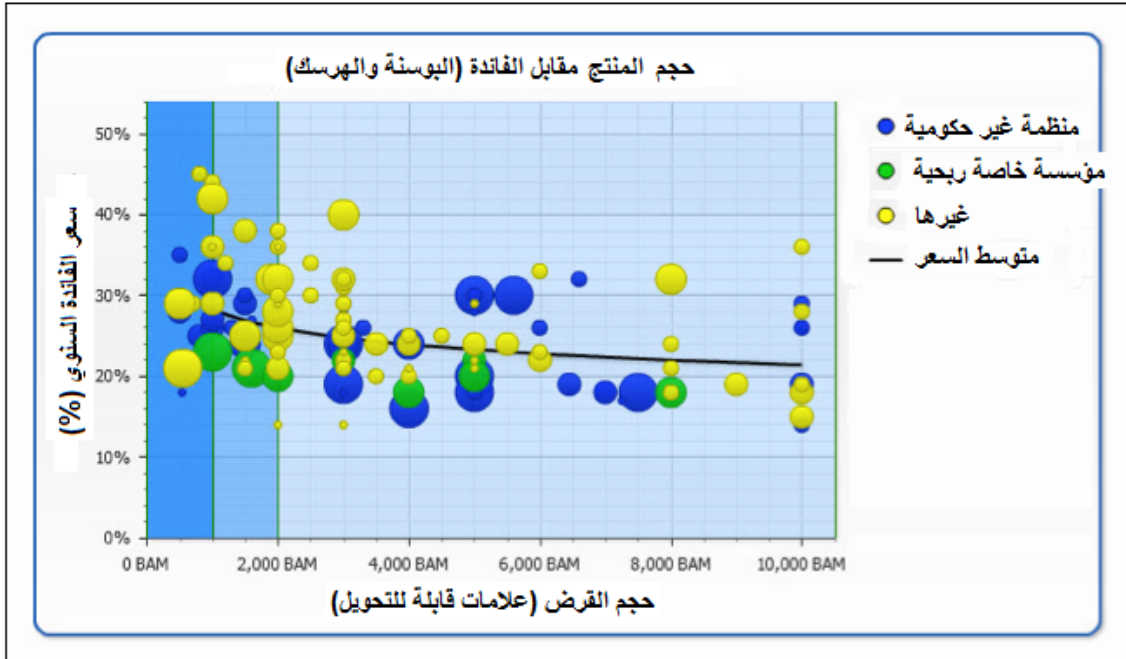
^{١٠} بيتر هينينج، "بنوك ProCredit في جنوب شرق أوروبا: الشراكة الناجحة بين القطاعين العام والخاص في التمويل الأصغر"، في "صناديق الاستثمار في التمويل الأصغر: الاستفادة من رعوس الأموال الخاصة من أجل تحقيق النمو الاقتصادي والحد من الفقر"، إنغريد ماتاوس ماير وج. د. فون بشكه، محرران، سبرينغر، ٢٠٠٧.

^{١١} تعليق من فاسوديفان ناراسيمهان، مؤسس Equitas، في مؤتمر سيجاب حول التمويل المسئول، ١٢-١٣ أبريل، ٢٠١٠.

الثلاثين تقريباً^{١٢}. في الوقت نفسه، تزعم الدراسة أن الحد من الأرباح لن يكون له تأثير يذكر على الجزء الأكبر من المؤسسات ذات أسعار الفائدة المعتدلة.

- تبرر الفروق بين تكاليف التشغيل وتكلفة الأموال بين البلدان وداخل البلدان باستخدام الربحية (مقاسة بالعائد على حقوق المساهمين) كقياس. بهذه الطريقة، يمكن للمؤسسة المالية التي تخدم العملاء الفقراء (مع ارتفاع التكاليف وارتفاع معدل الفائدة) كسب العائد على حقوق المساهمين نفسه كمؤسسة مالية تخدم عملاء أكبر من ذلك بكثير (مع انخفاض التكاليف وانخفاض أسعار الفائدة) ولا تزال تعتبر مسئولة.
- تعطي عدداً مقارناً بين أنواع مختلفة من المؤسسات المالية وبسيط نسبياً للحساب والفهم.
- يمكن لمؤسسات التمويل الأصغر تعيين أهداف العائد على حقوق المساهمين بمستوى يتفق مع رسالتها المؤسسية. هذا يمكن أن يتضمن هدفاً يساعدهم على جذب رؤوس أموال إضافية لتغذية نموها.
- يمكن لمؤسسات التمويل الأصغر إدارة هدف العائد على حقوق المساهمين وضبط الأسعار أو إضافة خدمات إضافية من أجل البقاء ضمن هذا الهدف.

الشكل ٥



هذا النهج ينطوي أيضاً على قيود كأداة لقياس التسعير المسئول. أولاً، يمكن أن يحجب عدم كفاءة المؤسسات المالية. أنظر، على سبيل المثال، إلى مؤسستي التمويل الأصغر في الجدول ٢ (هذه بيانات فعلية لمؤسستين

^{١٢} ريتشارد روزنبرغ، أدريان غونزاليز، وسوشما نارين: "المقرضون الجدد: هل يستغل الفقراء ارتفاع أسعار فائدة القروض الصغرى" سيجاب، ورقة عرضية ١٥، ٢٠٠٩ <http://www.cgap.org/p/site/c/template.rc/1.26.5302>

في نفس البلد). كلتا المؤسساتين تقدمان القروض للفقراء جدا باستخدام منهجية إقراض جماعية كبيرة. مؤسسة التمويل الأصغر ١ لديها عائد على حقوق المساهمين يبلغ %١٤، في حين أن المؤسسة ٢ تكسب %٣٣. هل يعني هذا أن أسعار المؤسسة ١ أكثر مسئولية من أسعار المؤسسة ٢؟ ليس بالضرورة. استنادا إلى عائد المحفظة، يبدو أن المؤسسة ١ تتقاضى أكثر من عملائها في المتوسط (%٦٦) من المؤسسة ٢ (%٥١). المؤسسة ٢ قادرة على تقاضي أسعار فائدة أقل من عملائها وكسب عائد على حقوق المساهمين يبلغ %٣٣ لأن نطاقها الأوسع مكنها من أن تصبح أكثر كفاءة (لديها معدل مصاريف تشغيل يبلغ %٢٦ مقابل %٤٨ للمؤسسة ١).^{١٣}

نقاط ضعف أخرى في هذا النهج:

- يمكن لمؤسسات التمويل الأصغر التي تضع حدا أعلى على العائد على حقوق المساهمين تثبيط المستثمرين التجاريين عن الاستثمار فيه.
- لا يفرق الحد في كيفية استخدام مؤسسات التمويل الأصغر للأرباح. في بعض الحالات، تستخدم أرباح أكبر لتوفير فوائد إضافية للعملاء الحاليين أو الجدد ولا تظهر في النفقات. الاتحادات الائتمانية وغيرها من المؤسسات المملوكة للعميل تسلم أرباحها لعملائها. معظم مؤسسات التمويل الأصغر تحتفظ ببعض، معظم، أو جميع أرباحها وتستخدمها لزيادة عدد الزبائن الذين يمكن أن تخدمهم.
- لا ينطبق هذا النهج على البنوك التجارية الكبيرة التي تخدم العديد من القطاعات المختلفة خارج التمويل الأصغر.

الشفافية النسبية: نهج آخر للتسعير المسئول يتجنب وضع سقف أو حدود، ويدعو بدلا من ذلك للحصول على قائمة عامة للأسعار لجميع منتجات التمويل الأصغر في البلد، وذلك باستخدام طريقة شائعة لتحديد السعر. الرائد في هذا الأسلوب مؤسسة MicroFinance Transparency، التي تزور كل بلد لجمع البيانات عن كل منتج قرض صغير (وأحيانا ادخار) المعروف في البلد، تحسب معدل النسبة السنوية ومعدل الفائدة الفعلي على هذه المنتجات، ومن ثم تنشر المعلومات على موقعها على شبكة الانترنت. تأخذ MicroFinance Transparency بعين الاعتبار تأثير حجم القروض على تكاليف التشغيل من خلال عرض أسعار على الرسم البياني الذي يصور كل منتج قرض حسب تكلفته (معبرا عنه كمعدل فائدة سنوي أو معدل فائدة فعلي) ومتوسط حجم القرض. يبين الشكل ٥ سوق القروض الصغرى في البوسنة والهرسك. تمثل كل دائرة منتج قرض. حجم الدوائر يمثل عدد العملاء لكل منتج. تمثل الألوان أنواعا مختلفة من الكيانات القانونية التي تقدم قروضا (منظمات غير حكومية، شركات خاصة ربحية، وغيرها)^{١٤}.

ينتج هذا الرسم البياني منحني سعر السوق، ويجعل من السهل أن نرى المنتجات التي تحمل أسعار قروض أعلى بكثير من متوسط السوق لتلك الأحجام من المنتجات. لا يميز الرسم البياني بين أهداف القرض (التعليم،

^{١٣} MIX، ملف دولة، "التمويل الأصغر في البيرو".

http://www.mixmarket.org/mfi/country/Peru/calculation_usd.average_balance_borrower%2Ccalculation_usd.cost_per_borrower%2Cbalance_sheet_usd.gross_loan_portfolio%2Cproducts_and_clients.total_borrowers%2Ccalculation_usd.operating_expense_loan_portfolio%2Ccalculation_usd.return_on_equity%2Ccalculation_usd.yield_on_gross_portfolio_nominal/2008/
^{١٤} انظر <http://mftransparency.org/data/countries/ba/data/>.

الإسكان، الأعمال التجارية، الاستهلاك، الخ)، ولكن تلك المعلومات متوفرة في وصف تفصيلي لكل منتج قرض، فضلا عن مجموعة من شروط القرض ونسبة القروض المقدمة في المناطق الحضرية والريفية.

لم تقرر MicroFinance Transparency بشأن ما إذا كان السعر لمنتج قرض معين مسئولاً أم لا، ولكن البيانات التي تولدها وتعرضها على موقعها تسهل على المنظمين والمستثمرين إجراء تقييماتهم الخاصة.

تحسن أداة MicroFinance Transparency قضية تقييم التسعير المسئول بعدة طرق، منها:

- استخدام تعريف موحد للسعر (معدل فائدة سنوي أو معدل فائدة فعلي) لمقارنة منتجات القروض يضع كل الأساليب المختلفة لتقاضي الفائدة والرسوم المرافقة في عدد واحد.
- توفير معلومات عن كل منتج قروض، بدلا من المتوسطات كعائد المحفظة التي قد تمزج المنتجات عالية التكلفة ومنخفضة التكلفة.
- عرض المعلومات متباينة حسب حجم القرض، بحيث لا تعاقب المؤسسات التي تقدم قروضا صغيرة أكثر تكلفة.
- جمع معلومات عن جميع منتجات القروض لبلد واحد في وقت واحد، ما يجعل المقارنات سهلة بينما في الوقت نفسه يساعد مؤسسات التمويل الأصغر بأن يشعرها بأمان الإبلاغ عن البيانات الخاصة بهم.

يمكن للبيانات التي انشأتها MicroFinance Transparency أن تؤدي إلى ضغط نزولي على أسعار الفائدة في بلد ما بالطرق التالية:

- سوف تكون مؤسسات التمويل الأصغر قادرة على النظر الى معدلات فائدها السنوية ومقارنتها مع الآخرين في السوق. قد يؤدي هذا بالذين يتقاضون فوائد أعلى بكثير من منحنى السوق للحد من ارتفاع أسعارهم.
- سيكون المنظمون قادرين على تحديد المؤسسات التي تفرض أسعارا أعلى بكثير من السوق لقرض معين والضغط عليهم لخفض الاسعار.
- يمكن للمؤسسة المالية التي تتقاضى اسعارا أقل من أسعار السوق ان تنشر هذه الحقيقة إلى العملاء المحتملين، مما يؤدي بالمؤسسات الاخرى الى خفض اسعارها.

هذا النهج ينطوي أيضا على نقاط ضعف، بعضها من النهج نفسه والبعض لأن المفهوم لا يزال جديدا ويحتاج إلى تنفيذ على نطاق اوسع قبل أن تتحقق آثاره تماما. بعض نقاط الضعف:

- عملية جمع البيانات طويلة وكثيفة العمالة. في وقت كتابة هذا التقرير، كانت MicroFinance Transparency لديها بيانات عن ثلاث دول فقط على موقعها على الانترنت. قد يمر وقت طويل قبل صدور بيانات من هذا النوع لغالبية مؤسسات التمويل الصغير.
- توفر البيانات معلومات جيدة لوقت جمعها، ولكن لا يزال علينا أن نرى ما إذا كانت البيانات تحدث بانتظام وتبقى دقيقة على مر الزمن.
- لن يستطيع عملاء التمويل الأصغر الوصول إلى هذه البيانات عند شراء الخدمات المالية.

▪ عرض البيانات المقارنة قد لا يساعد كثيرا في تقييم التسعير المسئول في الأسواق التي يوجد فيها مقدمون قلائل يتقاضون أسعارا مماثلة.

تعزيز المنافسة: نهج آخر لتشجيع التسعير المسئول هو تشجيع المنافسة بين مقدمي خدمات التمويل الأصغر. مع منافسة قوية، يمكن لقوى السوق ان تبتكر منتجات افضل و/أو أسعارا اقل. سوق التمويل الأصغر في بوليفيا مثال جيد. في عام ١٩٩٢ تقاضت BancoSol، احد مقدمي خدمات التمويل الأصغر القليلة في البلاد في ذلك الوقت، معدلا سنويا قدره %٦٥. اليوم، في بيئة أكثر تنافسية بعد انضمام العديد من مقدمي التمويل الأصغر الجدد وبعد الزام الكشف عن الاسعار، تتقاضى المؤسسة رسما سنويا قدره %٢٢، وهي مشابهة للمعدلات التي يتقاضاها قرناؤها المباشرون^{١٥}. على المستوى العالمي، بازدياد شعبية التمويل الاصغر ودخول العديد من المقدميين الجدد السوق، انخفض متوسط أسعار الفائدة بمعدل %٢.٣ سنويا بين ٢٠٠٣ و ٢٠٠٦^{١٦}.

تعطي المنافسة العملاء مزيدا من السلطة بمنحهم خيارات. يمكن أن توفر وسيلة فعالة ودائمة لتشجيع مقدمي الخدمات المالية على التسعير والتصرف بمسؤولية. مع ذلك، يمكن للأسواق التنافسية الناضجة أن تستغرق وقتا طويلا لتتطور. بالإضافة إلى ذلك، في عصر الاكتتابات وخيارات الأسهم، يمكن أيضا أن تشجع قوى السوق مقدمي الخدمات المالية لتعظيم الأرباح على المدى القصير بدلا من علاقات مستدامة طويلة الأمد مع العملاء. هذا ما حصل مؤخرا في الهند، حيث أدى الاستكمال المكثف إلى زيادة سريعة في عدد العملاء (من مليون في عام ٢٠٠٢ إلى ١٥ مليونا عام ٢٠٠٩). في حين أن نظرية السوق تشير الى ان المنافسة المتزايدة من شأنها أن تؤدي إلى انخفاض في الأسعار، كان العكس هو الصحيح. ارتفع متوسط عائد المحفظة من %١٩ عام ٢٠٠٢ إلى %٣١ عام ٢٠٠٩. تقترح M-CRIL، وهي وكالة تصنيف تمويل أصغر هندية، أن الزيادة في الأسعار دفعها بعض مؤسسات التمويل الأصغر الأكبر في البلاد التي تسعى إلى زيادة الأرباح من أجل تعزيز قيمة اسهمها^{١٧}.

التقييم الذكي: النهج "ما وراء القوانين"

كجزء من عملها لتشجيع ممارسات حماية المستهلك، تقوم الحملة الذكية بتقييمات ميدانية طوعية لأداء مؤسسات التمويل الأصغر فيما يتعلق بمبادئ حماية العميل، وهذا يشمل تقييم التسعير المسئول. استنبطت اداة التقييم (متوفرة عبر موقع الحملة تحت اسم "دليل تقييم ممارسات حماية العميل") من مشروع "ما وراء القوانين"^{١٨}. تستخدم الاداة نهجا شاملا للسوق، وتبحث في عوامل عدة وتقارنها مع مقدمي الخدمات الأخرى التي تقدم منتجات مماثلة. على وجه التحديد، تقوم الحملة بما يلي:

^{١٥} هلمز وآخرون.

^{١٦} انظر <http://w>

www.cgap.org/p/site/c/template.rc/1.26.5302/.

^{١٧} انظر M-CRIL لتحليل التمويل الاصغر، - [http://www.m-cril.com/BackEnd/ModulesFiles/Publication/M-](http://www.m-cril.com/BackEnd/ModulesFiles/Publication/M-CRILMicrofinanceAnalytics2009.pdf)

CRILMicrofinanceAnalytics2009.pdf.

^{١٨} انظر "٥. إجراء تقييمات العميل: دليل" للدليل الكامل. انظر "١. الاستبيان الاولي: التقييم الذاتي لحماية العملاء لمؤسسات التمويل الأصغر"

للإطلاع على قائمة المؤشرات. ويمكن الاطلاع على الأدوات اذهب الى

<http://www.smartcampaign.org/component/taxonomy/term/list/37/12>

- تحسب معدل الفائدة السنوي لكل منتج قرض عندما تكون المعلومات المتوفرة (أي في بلد جمعت فيه MicoFinance Transparency هذه البيانات أو عندما يطلب البنك المركزي المعلومات)، وتقارنها مع معدلات الفائدة السنوية لمنتجات مماثلة من المنافسين.
- تستخدم البيانات المنشورة لمقارنة نسبة المصاريف التشغيلية والربح العائد على محفظة الأسهم من المؤسسات المالية مع مؤسسات أخرى في البلاد.
- تحلل البيانات الأخرى حول الخدمات، العملاء، والمواقع لتحديد كيفية تأثير هذه التكاليف الأساسية للمؤسسة.

مع هذه المعلومات، يستخدم المقيم رأيه والمعرفة السياقية لتقييم مؤسسات التمويل الأصغر على المؤشرات التالية. تدرس هذه المؤشرات التسعير المسئول من مجموعة متنوعة من الزوايا، مطبقة العديد من الأساليب المذكورة أعلاه. يوجه "إجراء تقييمات العميل" القضية للنظر في المبادئ التوجيهية التالية لأنها تستعرض سياسات التسعير:

- الأسعار ليست مدعومة، يحددها السوق، وتعتبر منافسة في إطار السياق القطري.
 - (*) لا يدفع الزبائن ثمن عدم فاعلية المؤسسة المالية، كما يتبين من مقارنة معدلات الكفاءة والربحية للمنافسين.
 - تحصل المؤسسة على معدل عائد معقول لدعم العمليات والنمو، ويسمح للزبون أن يفعل الشيء نفسه.
 - تستثمر المؤسسة المالية جزءاً من أرباحها لزيادة القيمة للعملاء، مثل خفض أسعار الفائدة أو إضافة أو تحسين المنتجات والخدمات.
 - عقوبات الدفع المسبق أو رسوم إغلاق الحساب وغيرها من العقوبات ليست مفرطة. على سبيل المثال، لن تمنع العملاء من التغيير إلى منتج أو مزود آخر، ولن تراكم الدين على نحو غير معقول.
- يمكن المحلل أخذ عوامل أخرى بعين الاعتبار قبل اتخاذ الحكم النهائي. على سبيل المثال، إذا كانت المؤسسة تنمو بسرعة للوصول إلى المناطق المحرومة أو قطاعات السوق، قد يكون ذلك مبرراً لارتفاع الأسعار، بينما إذا كان يدفع تعويضات مرتفعة بشكل غير عادي للمدراء التنفيذيين، قد يكون حكم المحلل أكثر صرامة.
- في حين أن هذا النهج يأخذ بعين الاعتبار ظروف البلد وغيرها من العوامل التي تؤثر على الأسعار، إلا أن له أيضاً بعض القيود، بما في ذلك:

- لم تحدد المعايير التي يبنى عليها التقييم، بل تعتمد على حكم المقيم.
- في ظل غياب معدلات الفائدة السنوية لمقدمي التمويل الأصغر الأخرى في البلد، يمكن استخدام عائد المحفظة فقط للمقارنة، وهي طريقة غير دقيقة.
- لا يوجد معيار عام ينطبق على جميع البلدان.
- لأن هذا النهج يستخدم مقارنات السوق داخل بلد ما، قد لا تكون فعالة في البلدان التي يقدم فيها مقدمون قليلون منتجات متشابهة مناسبة للمقارنة.

تطوير حالة الممارسة: نحو توافق المبادئ التوجيهية

الخطوات التالية للحملة ذكية. في الوقت الحاضر ليس هناك اتفاق على المعايير والمستويات الملائمة لتسعير الائتمان للاسترشاد بها في تقييم التسعير المسئول. لا يمكن للمعايير أن تظهر إلا بمرور الوقت بينما يواصل قطاع التمويل الأصغر الخوض في هذه المسألة، خصوصا لدراسة بيانات التسعير. (لأن معايير التسعير يجب أن تراعي الفروق في خصائص المنتج، نوع المقدم، وعوامل ظرفية أخرى، لا ينبغي لنا أن نتوقع معيارا واحدا في نهاية المطاف.) مع ذلك، أحرز تقدرا كبيرا مؤخرا على مفهوم المسئولية المالية وأساليب تقييم التسعير المسئول.

نظرا لحالة الممارسة من الناحية العملية، فإن الحملة الذكية تؤيد أساليب الشفافية النسبية لتقييم التسعير المسئول. أي أن الحملة تشيد بمواصلة تطوير أساليب التقييم التي تستخدم تدابير موحدة لمقارنة الأسعار من المقدمين داخل البلد الواحد. العناصر الرئيسية لهذا النهج هي:

- في غياب معايير موحدة، سيطبق المراقبون (سواء كانوا عملاء، منظمين، مستثمرين، أو منافسين) أحكامهم الخاصة بهم وضمنيا معاييرهم الخاصة.
- ينبغي تمكينهم من فعل ذلك، وهذه العملية سوف تعزز الشفافية وتضغط على مؤسسات التمويل الأصغر للتسعير بمسئولية.
- أفضل وسيلة لتمكين المراقبين من تطبيق أحكامهم الخاصة هي توفير بيانات تسعير تستخدم صيغة موحدة أو مؤشرات موحدة وتأتي من مجموعة متنامية من المقدمين المتنوعين.
- سيتم تمكين وضع معايير موحدة في نهاية المطاف بواسطة مقارنات بين المنتجات والمؤسسات المماثلة. يتطلب هذا تحليلا على أساس البلد، فضلا عن أخذ عوامل في الحسبان مثل حجم القرض، التركيز على الريف، تطبيق الأرباح، الخ.

كمتابعة لهذه الورقة، سوف تعمل الحملة الذكية مع MicroFinance Transparency، MIX، وأصحاب المصلحة الأخر لتحويل البيانات وتطوير الأدوات اللازمة لتقييم التسعير بهدف جعلها أكثر سهولة للمشاركين لتقييم معقولية الأسعار بسهولة وسرعة. ستطور أدوات يمكن لمؤسسات التمويل الأصغر استخدامها لتقييم أسعارهم مقابل أقرانهم ولتقارنها بالجمعيات، الشبكات، والممولون لتحديد ما إذا كانت مؤسسات التمويل الأصغر تلبى معايير التسعير المسئول. مثلا، ستستكشف الحملة مناهج مثل مؤشرات قطرية تشمل المعايير المستخدمة في تقييمات "ما وراء القانون" أو نظم العلم الأصفر التي تسهل على المراقب التعرف فورا على القيم المتطرفة التي تتطلب دراسة أعمق.

خطوات على المدى الطويل لهذه الصناعة. لاكتساب فهم أوسع لمعنى التسعير المسئول في التمويل الأصغر وتحسين قدرتنا على تقييم ممارسات تسعير مؤسسة مالية، فإن أصحاب المصلحة في الصناعة (مقدمي الخدمات، الجهات المانحة، المستثمرين، المنظمين، والباحثين) بحاجة إلى مواجهة عدد من التحديات.

اطلب كشفا عن التسعير يستخدم صيغة تسعير قياسية (المنظمون والجمعيات): يجب على جميع المؤسسات المالية تبيان تكلفة القروض، بما في ذلك جميع الرسوم والرسوم الإضافية، باستخدام صيغة مشتركة مثل معدل الفائدة السنوية، معدل الفائدة الثابت، و/أو التكلفة الإجمالية للائتمان. حين تسمح الظروف، ينبغي أيضا

أن تكون هذه المعلومات متاحة للعملاء. ينبغي أن يطلب المنظمون هذه المعلومات من جميع مقدمي التمويل الأصغر، ينبغي أن تطلبها الشبكات من جميع أعضائها، وينبغي أن تطلبها شركات الاستثمار من المستثمرين.

ثقف أصحاب المصلحة على منحنى التكلفة: معظم الكتب المالية لا تتعامل مع الخدمات المالية للعملاء من ذوي الدخل المنخفض جداً، وبالتالي لا يدرك معظم الذين وضعوا النظام المالي كيف يستطيع منحى تكلفة شديد الانحدار أن يرفع أحجام القروض عندما تكون صغيرة جداً. هذا يمكن أن يفضي الى تنظيم يحرم عرضياً الفقراء من الخدمات المالية اللازمة. يجب تقديم المزيد من التدريب للمنظمين، السياسيين، والصحفيين الماليين لمساعدتهم على فهم وإيصال كيفية عمل تكاليف العمل وأسعار الفائدة في هذه الناحية من السوق.

شجع تعليم العميل على مقارنة منتجات القروض: حين انشاء صيغة كشف قياسية لمؤسسات التمويل الأصغر في بلد معين، على الحكومة تطوير التعليم للعملاء لمساعدتهم على فهم كيفية مقارنة منتجات القروض وتحديد الأفضل لاحتياجاتهم الخاصة.

اعرف المزيد عن مستوى العائد على الاستثمار للعميل: بينما نعرف الكثير عن العوائد التي تحققها مؤسسات التمويل الأصغر، فإن القليل جداً معروف عن العائدات التي يحصل عليها العملاء. فائدة مقدارها %٥٠ قد تبدو مرتفعة للكثيرين، ولكن إذا كسب العملاء نسبة %١٠٠ أو أكثر من استثمار المال، تبدو النسبة أكثر معقولة. بدأ كتاب "محافظ الفقراء" والدراسات المالية الجارية بتبيان طرق خلاقية ومعقدة يستخدمها ذوو الدخل المحدود جداً لإدارة الأدوات المالية الرسمية وغير الرسمية لتلبية احتياجاتهم. يمكن تحليل هذه البيانات لتساعدنا في الحصول على صورة أوضح لما يجعل أسعار الخدمات المالية معقولة أو غير معقولة للفقراء^{١٩}.

عزز البيانات التنافسية: على المدى الطويل، المنافسة الصحية مع الرقابة المناسبة يمكن أن تحفز الابتكار الذي يخفض التكاليف ويحسن مجموعة الخدمات المالية التي تقدمها لعملاء التمويل الأصغر. من أجل منع المنافسة من أن تؤدي الى مديونية مفرطة، يجب أن تترافق المنافسة مع إدراج عملاء التمويل الأصغر في مكاتب الائتمان الوطنية. على المنظمين تطوير أطر قانونية تساعد على خفض الحواجز أمام دخول المجال. يتعين على الجهات المانحة والمستثمرين النظر فيما إذا كانت قراراتهم الاستثمارية تساعد على توسيع أو تقليص المنافسة السليمة في سوق التمويل الأصغر.

ملاحظة ختامية

التسعير المسئول، مثل مبادئ حماية العملاء الأخرى، يعتبر ممارسة منطقية من ناحية ادارة الاعمال على المدى الطويل. مع التكلفة المرتفعة نسبياً للحصول على عملاء جدد في مجال التمويل الأصغر، يعتمد مقدموا الخدمات المالية على علاقات العملاء طويلة المدى. تحديد سعر يسمح لمشروع العميل أن يزدهر يساعد على توليد المزيد من الأعمال المستقبلية للمؤسسة المالية. جعل التسعير المسئول جزءاً رئيسياً من مبادئ حماية العملاء وتطوير وسائل مناسبة لتقييم تنفيذها يعود بالنفع على عملاء التمويل الأصغر والمؤسسات المالية التي تخدمهم.

^{١٩} داريل كولنز، جونانان مردوخ، ستيوارت روثفورد، وأورلاندو ريدفن، "محافظ الفقراء"، (مطبعة جامعة برينستون، ٢٠٠٩).