

الفصل الثالث

نظرية الأسواق

المبحث الأول: مفهوم السوق وأشكاله

المبحث الثاني: توازن السوق

تقديم:

سبق أن درشنا أثر كل من الطلب وعلاقات الطلب على الثمن، وكذلك أثر العرض وعلاقات العرض على الثمن، وتم دراسة كل قوى على حده، وحيث أن الواقع العملي يشهد تفاعلها معاً أى تفاعل قوى الطلب وقوى العرض في السوق من أجل تكون الأثمان. وحيث أن العوامل التي تؤثر فيهما تختلف من حالة إلى أخرى، ومن ثم يترتب على اختلاف القوى التي تتحكم في الطلب وفي العرض أن نفرق بين الأنواع المختلفة من الأسواق، وكيفية تكون الأثمان فيها، بأخذ قوى الطلب وقوى العرض معاً من خلال السوق.

المبحث الأول

مفهوم السوق وأشكاله

إذا كانت الوحدات الانتاجية تعتبر ركيزة من ركائز النظام الاقتصادي، فإنها إطار معين يمارس فيه المنظم نشاطه الاقتصادي بالمزج بين عناصر الإنتاج بالنسب الفنية المثالية. وهي لا بد وأن تكون موجودة في إطار أشمل هي الدائرة التي تتعامل فيها والتي تعرض فيها إنتاجها وتشتري منها ما يلزمها من خدمات عناصر الإنتاج، وهذا الإطار العام الأشمل هو السوق.

وتحديد أثمان السلع والخدمات وأثمان خدمات عناصر الإنتاج تتأثر كلها بشكل السوق، فأثمان السلع تختلف في وضع يكون فيه منتج واحد متحكماً في العرض الكلي عن حالة أخرى يوجد فيها عدد كبير من المنتجين كل منهم يعمل مستقلاً عن الآخر. وطبيعة أسواق عناصر الإنتاج تؤثر في الأثمان التي تدفع لهذه العناصر، وكذلك بالنسبة لتكاليف الإنتاج وتوزيع الدخل الناشئ من الناتج الكلي بين أصحاب عناصر الإنتاج. أن بحث طريقة أداء الاقتصاد القومي لوظائفه الأساسية من خلال التحليل الجزئي الجزئي يتطلب إقامة نموذج نحاول من خلاله أن نرى كيف تتكون الأثمان، وكيف يتم تخصيص وتوزيع اموارد بين مختلف الاستعمالات الإنتاجية والاستهلاكية، وكيف يتحقق التبادل والتداول. وإذا كان من المسلم به أن هناك ارتباط وتفاعل بين تلك العمليات وأن السوق هو الذي يقوم بعملية الربط بينها جميعاً، فإن التساؤل الذي يفرض نفسه هو عن معنى السوق وموضوعه، والأطراف المتعاملة في السوق، ووظائف السوق، وأشكال السوق، ومسئول ذلك باختصار.

ويتناول هذا المبحث شرح مفهوم السوق وأشكاله في مطلبين، كما يلي:

المطلب الأول: مفهوم السوق وموضوعه.

المطلب الثاني: أشكال السوق.

المطلب الأول: مفهوم السوق وموضوعه:

أولاً: مفهوم السوق:

يعنى السوق تقليدياً المكان الذي يلتقي فيه كل من البائعين والمشتريين لتبادل السلع والخدمات من خلال عمليات البيع والشراء، ولكن هذه النظرة تغيرت حديثاً بعد تقدم وسائل الاتصال بالحدود

المكانية لم تصبح لها تلك ال أهمية المميزة، حيث يمكن لكل من المشتريين والبائعين إتمام صفقاتهم ومبادلتهم دون شرط التواجد معاً في نفس المكان.

ولذلك فإن السوق أصبح في المفهوم الحديث ينصرف إلى مفهوم التنظيم أكثر منه إلى مفهوم الحيز المكاني والمادي، فهو تنظيم لشبكة من المبادلات، أو شبكة تبادلية من العلاقات، تحدث من خلاله توافق وتعارض الرغبات ممثلة في العرض والطلب والتوازن والاحلال، ووجود زمان ومكان لوقوع الحدث، وسلعة أو ملح موضوعاً للتبادل، وثمن أو أثمان لقياس قيم المبادلة. ويتم العمليات في السوق في شكل تدفقات أو تيارات للمتغيرات الاقتصادية موضوع العلاقة، سواء ما تعلق منها بكمية السلع المباعة أو المشتراة، والأثمان المقابلة، وعلى أساس أن عمليات البيع والشراء هي عمليات مستمرة خلال فترات زمنية معينة، ولأن تتحول تلك التدفقات إلى رصيد إلا عند تحديد مركز التوازن أو الثمن النهائي الذي يسود السوق.

أما موضوع السوق فهو تداول السلع والخدمات، وهنا يلزم التفرقة بين السوق العيني أو الحقيقي والسوق النقدي، فهذه الأخيرة تتعلق بطلب وعرض النقود. أما موضوع السوق هنا فهي السلع والخدمات، ويقصد بذلك سوق المنتجات أو المواد والتي تحولت من صورة غير قابلة للإشباع إلى صورة قابلة للإشباع المباشر في شكل ملح وخدمات قابلة للمبادلة والتداول.

ويتعين التفرقة بين السلع والخدمات الخاصة مثل الملابس المواد الغذائية، الأجهزة الكهربائية، الآلات، والسلع والخدمات الاجتماعية مثل الصحة في المستشفيات العامة، والتعليم العام، وخدمات الأمن والعدالة. فموضوع السوق أساساً هو السلع والخدمات الخاصة: فهذه السلع هي التي تخضع للتداول والتبادل وتعمل على إشباع الحاجات الفردية وتحدد أثمانها طبقاً لقوى العرض والطلب، والتفرقة بني السلع الخاصة والسلع الاجتماعية لا تؤسس فقط على مجرد طبيعة ونوعية الحاجة التي تسببها أو الشعور بها فليس كافياً أن ننظر إلى السلع الاجتماعية باعتبارها تلك السلع التي تكون الحاجة إليها أو الشعور بها جماعياً، وأن نعتبر السلع الخاصة هي تلك التي يكون الشعور بها والحاجة إليها فردياً ن فكل من السلع الخاصة والسلع الاجتماعية تدخل في نطاق احتياجات الأفراد وخريرطتهم التفضيلية. كما أن احتياجات الأفراد تتأثر أيضاً بالبيئة الاجتماعية، ولكن التفرقة بينهما تؤسس على النتيجة أو كيفية الاستفادة من العائد والمنافع المحققة من استخدام السلعة، ومن ثم يكون المعيار أساسه عدم المزاحمة والاستئثار، فالسلع الاجتماعية استخدامها ومنافعها متاحة للجميع مثل الطرق والمدارس، أما السلع الخاصة فإن تخصيصها لمستهلك ما بعد دفع الثمن من خلال السوق يمنع الآخرين من الاستفادة منها في اقتصاد المبادلة النقدية حيث يحصل المستهلك على السلعة ويحصل المنتج على الثمن بالنقود.

وفي إطار السلع الخاصة نفرق بين السلع المادية والخدمات فالسلع المادية هي التي لها حيز أو نطاق مادي من حيث الشكل أو الوزن أو الحجم أو غيرها مثل الملابس والمواد الغذائية والآلات، أما الخدمات فهي تعتمد على عمل الإنسان أصلاً وتحقق إشباعاً معيناً مثل خدمات الطبيب والحلاق والمحامي والميكانيكي والمدرس.. أسبوع الخ. وفي الحالتين فالسلع الاقتصادية الخاصة التي لها ثمن تشتمل على كافة الأشياء المتاحة والتي يتصور الإنسان قدرتها على إشباع حاجاته مباشرة أو بطريقة

غير مباشرة، وهذا يعنى توافر عدة شروط وهى: وجود رغبة إنسانية، الإدراك ب أهمية ذلك، وأخيراً وجود ثمن يتيح لنا الحصول على السلعة وتحقيق الإشباع.

كما يمكن أخيراً أن نفرق بين السلع الاستهلاكية والسلع الإنتاجية، وهذه التفرقة تؤسس على معيار مدى الإنجاز في إشباع الحاجات، فالسلع الاستهلاكية هي تلك التي تحقق الإشباع المباشر للحاجات الإنسانية حيث تستهلك بمجرد استخدامها، وأن كانت فترة الاستهلاك قد تطور أو تقتصر، ولذلك فهي تنقسم إلى سلع معمرة أى يتم استهلاكها خلال فترات زمنية طويلة مثل التلاجة والسيارة، و سلع فورية أى يتم استهلاكها بمجرد استخدامها مثل المواد الغذائية.

وعلى ذلك فالسلع الاستهلاكية هي التي تكون قادرة وبطريقة مباشرة على إشباع احتياجات الإنسان، أما السلع الإنتاجية فهي تلك التي تستخدم في إنتاج السلع الاستهلاكية أو السلع الإنتاجية الأخرى مثل الماكينات والعدد والآلات، وهي تساعد على تحقيق الإشباع بطريقة غير مباشرة، ورغم ذلك فهي أكثر أهمية في التنمية من السلع الاستهلاكية، ويتوقف حجم إنتاج السلع الاستهلاكية على الطاقة الإنتاجية للاقتصاد، أى حجم ما يحوزه من سلع إنتاجية في لحظة معينة. فالسلع الإنتاجية تنصرف إلى أى عنصر إنتاجي اقتصادي يقوم بوظائف متجددة، ويحقق دخلاً أو عملاً دورياً خلال فترات زمنية متتالية، وهي بذلك تنقسم إلى أجهزة وآلات، أى سلع رأسمالية، ومكونات الإنتاج أى سلع وسيطة، وموارد تندمج في الناتج وتحول إلى شكل آخر وهى مواد الإنتاج أو المواد الخام.

ثانياً: الأطراف المتعاملة في السوق:

كما رأينا من قبل فإن الاقتصاد القومي يتكون قطاعات رئيسية ثلاث وهى القطاع الأول ويشمل الزراعة والرعي والصيد والنشاط الإستخراجى، والقطاع الثانوى ويشمل الصناعة، والقطاع الثالث ويشمل التجارة والخدمات. وكل قطاع يتكون من مجموعة من الفروع وهذه الأخيرة تتكون من عديد من الهيئات والمؤسسات والمشروعات والوحدات الإنتاجية، وقد أطلقنا على ذلك الهيكل الاقتصادي.

غير أنه من وجهة نظر التعامل في السوق والأطراف المتعاملة في السوق يمكن القول أن الاقتصاد القومي يتكون من عدة قطاعات أو وحدات اجتماعية تتمثل في المنتجين والبائعين وأصحاب المشروعات، والمستهلكين، والحكومة، وكل وحدة لها وظائفها ومهامها وذلك من خلال عملية التبادل في السوق، ومن خلال تلك العملية أيضا تتفاعل وتتشابك القرارات التي تتخذ على أساس أثمان السوق، والتي على أساسها تتحدد العلاقات بين هذه الوحدات أى أن السوق هو ملتقى للعلاقات بين القطاعات والوحدات المختلفة وأساس لاتخاذ القرارات وذلك في اقتصاد رأسمالي، ونرى هذه الأطراف بالتفصيل:

١ - الطرف الأول: المنتجين أو أصحاب المشروعات والبائعين:

يقوم هذا الطرف مع افتراض أن المنتجين بائعين أيضا بمعرفة اتجاهات الطلب وحجمه من السوق، ثم يحدد حجم الإنتاج بناء على ذلك، وهذا يستلزم بالطبع حصوله على عناصر الإنتاج اللازمة من حيث الكم والكيف، وبذلك يتحدد موقفه في السوق كطالب لعناصر الإنتاج، ثم يقوم بعملية التجميع

والتوفيق بين عناصر الإنتاج من الموارد الطبيعية والعمل ورأس المال والمعرفة الفنية والآلات، بهدف إنتاج السلع والخدمات وتقديمها للمستهلكين، وهو بذلك يعمل كعارض للمنتجات، ومن ثم فإن المنتج أو صاحب المشروع يطلب ويشترى أولاً عناصر الإنتاج من السوق، ثم بعد عملية الإنتاج ي طرح المنتجات أي السلع والخدمات للتداول وتقديمها للأطراف المقابلة في السوق في مقابل الحصول على أثمان أو دخول نتيجة هذا التقديم.

٢ - الطرف الثاني: المستهلكين:

ونقصد بالمستهلك هنا وحدة اجتماعية قد تتمثل في الفرد أو العائلة أو مجموعة من الأفراد يجمعها تنظيم في شكل مشروع أو هيئة مستهلكة للسلع، وهذه الوحدة لا تهدف إلى تحقيق الربح كالمشروع المنتج، إنما الهدف هو تحقيق أقصى إشباع لحاجتها بباطة السلع والخدمات التي تحصل عليها من السوق مقابل إنفاق دخلها أو جزء منه، وهي تحصل على هذا الدخل عن طريق السوق أيضاً عندما تعرض خدماتها للمشروعات المختلفة سواء تمثلت هذه الخدمات في تقديم قوى العمل أو المواد الإنتاجية اللازمة لعملية الإنتاج، وفي هذه المرحلة تعمل تلك الوحدات، أي جميع أفراد المجتمع العاملين تقريبا، كعارض في مقابل عوائد هي دخول أو أثمان عناصر الإنتاج والتي تتمثل في الأجور كدخل للقوة العاملة، والفائدة كدخل لرأس المال، والربح كدخل للتنظيم وصاحب المشروع، والريع كعائد للموارد الطبيعية. فضلاً عن ثمن المواد الأولية، ويستخدم أصحاب هذه الدخول تلك الدخول في الحصول على السلع والخدمات التي تنتجها المشروعات وبذلك تتحول هذه الوحدات في مرحلة ثانية لتمثل جانب الطلب.

٣ - الطرف الثالث في السوق: الحكومة أو الدولة:

وقد أصبحت الدولة شخصية اقتصادية كاملة ومزدوجة، فهي تقوم في بعض الحالات بدور المنتج، فتنتج وتقدم السلع والخدمات للأفراد والمشروعات، كما تقوم بدور المستهلك فتحصل على السلع والخدمات من المنتجين وقد أضيفت وظيفة جديدة لها حيث يرتبط دورها الأساسي بإقامة التوازن، وتصحيح آثار السوق فيما يتعلق بالعلاقات بين المنتجين والمستهلكين مثل التسعير الجبري، ونظام الدعم، والحصص والإعانات، فضلاً عن الوظائف الاقتصادية الأخرى في الدخل أو مع الخارج، وهي تتصل بدرجة أو أخرى بالسوق الداخلي أو السوق الخارجي.

وهكذا تصبح كل وحدة اجتماعية، أيا كانت مسمياتها، مرة عارضة، ومرة أخرى طالبة حسب موقعها من السوق والمبادلة، وهذا يعنى أن تدخل هذه الوحدات في علاقات، وتتبادل فيما بينها السلع والخدمات التي تشبع احتياجاتهم وذلك من خلال السوق، فكل وحدة اجتماعية تنتج أو تستهلك، ففي نفس الوقت هي منتج للسلع والخدمات، ومستهلك للسلع والخدمات، وكلما تقدم المجتمع وزاد التخصص وتقسيم العمل، كلما اتسعت وتعددت القرارات في المجتمع وتحددت وظائف كل عنصر، وأصبح هناك احتياج واعتماد متبادل، وبالطبع فإن استخدام النقود في المبادلة يسهل ويسر من أداء الاقتصاد لوظائفه التبادلية والتي يلعب السوق دوراً رئيسياً فيها.

ثالثاً: وظائف السوق:

يعد السوق الأداة الرئيسية في التحليل الاقتصادي الرأسمالي بصفة عامة، حيث كما رأينا يتم سير وأداء وإدارة هذا الاقتصاد بواسطة جهاز السوق، أى من خلال ميكانيزم السوق، كما يتم الاعتماد عليه في بلورة وصياغة العديد من النظريات الاقتصادية بالنسبة للنظرية الحديثة، وذلك كما رأينا في أساسها الفلسفي، والمبادئ العامة التي تحكمها، ويمكن أن نذكر وظائف السوق باختصار فيما يلي:

الوظيفة الأولى: تحديد أثمان السوق:

كما رأينا فإن الأثمان هي أساس اتخاذ القرارات من جانب العناصر المتقابلة في السوق، صحيح أن المبادلة بين المنتجين تتم في السوق من خلال تقديم سلع وخدمات مقابل نقود، ولكن النقود هنا هي التعبير النقدي " الخارجي " لقياس قيم المبادلة، أى أن النقود أو الدخل يقدر على أساس الأثمان وتقاس كفاءة السوق بمدى التعادل بين الأثمان أو القيم النسبية، أى قيم مبادلة عناصر الإنتاج وخاصة العمل وقيم السلع والخدمات وخاصة السلع الاستهلاكية والتي يقدمها المنتجون مقابل حصولهم على خدمات عناصر الإنتاج، ويترتب على عدم التعادل الاختلال في الأثمان النسبية ومن ثم عدم تناسب القدرات أو الدخول الفردية مع أثمان السلع الاستهلاكية التي يحتاجها الفرد، فإذا كان عدم التعادل يعود لصالح المنتج على حساب المستهلك فسوف ترتفع أثمان السلع والخدمات المنتجة دون أن ترتفع بنفس النسبة أثمان أو دخول عناصر الإنتاج وخاصة العمل.

الوظيفة الثانية: تخصيص وتوزيع الموارد:

ويقصد بذلك توزيع الموارد الاقتصادية على الفروع الإنتاجية المختلفة من خلال آليات السوق، وكذلك كيفية استخدام الموارد بطريقة تحقق أحسن نتيجة ممكنة بواسطة جهاز السوق أيضاً.

ويترتب على هذه الوظيفة وطبقاً للتصور النظري، والذي قد لا يتحقق عملاً إلا مع سيادة المنافسة الكاملة، عدة خطوات:

أ - الخطوة الأولى: تتعلق بتحديد حجم الإنتاج كما ونوعاً، وهو يتحدد من خلال السوق وعلى أساس دراسة الاحتياجات والطلب الحالي والمتوقع لرغبات المستهلكين، أو ما يعرف بمبدأ سيادة المستهلك.

ب - الخطوة الثانية: تتعلق بتقدير وتوفير الموارد وعناصر الإنتاج اللازمة لهذا الإنتاج، وهذا يتحقق أيضاً من خلال السوق والعلاقة بين المنتجين وأصحاب عناصر الإنتاج.

ج - الخطوة الثالثة: تتعلق بالاختيار الفني، واختيار طريقة الإنتاج المثلى التي تحقق الحصول على أحسن نتيجة ممكنة بأقل جهد ونفقة ممكنة، وهذا يتحقق أيضاً من خلال السوق بالمقارنة بين التكاليف النسبية، أى المقارنة بين أثمان عناصر الإنتاج وكمياتها في كل طريقة لإنتاج حجم معين من الناتج.

د - الخطوة الرابعة: طرح المنتجات في التداول وتحديد أثمانها، وهذا يتحدد أيضاً من خلال السوق.

وفى جميع الحالات فإن زاوية المعالجة في اتخاذ القرارات الخاصة بالتخصيص في كافة المراحل تتم بصورة جزئية ووحدية على مستوى المشروع الفردي وليس على مستوى الاقتصاد القومي من

خلال الوحدات الفردية الممارسة للنشاط الإنتاجي وطبقاً لمصالحها الذاتية، والذي تحكمه الربحية التجارية وتعظيم الأرباح، والذي يقوم بعملية التنسيق بين تلك القرارات هو السوق.

الوظيفة الثالثة للسوق: التوزيع:

يتعلق ذلك بتوزيع الناتج أو المنتجات التي أصبحت سلعة وخدمات بين المستهلكين، فالإنتاج الرأسمالي إذا كان يتحدد على أساس رغبات المستهلكين، فلا بد أن يتوجه عند إتمامه عند إتمامه إلى هؤلاء المستهلكين، فالتوزيع يتم هنا من خلال السوق ويرتبط بأثمان السلع ويقدرت المستهلكين أي قوتهم الشرائية، ومدى العلاقة بين الاستهلاك والاختار، ومدى قدرة السلع والخدمات على إشباع احتياجاتهم، وإذا كانت قدرة المنتج على تصريف منتجاته تتوقف على القدرات الشرائية للمستهلكين، فإن هذه الأخيرة تتحدد على أساس ما تلقوه مسبقاً من المنتج من دخول مقابل مساهمتهم أو مشاركتهم في العملية الإنتاجية، وهنا تنتقل إلى الوجه الثاني والهام من المشكلة وهي مشكلة توزيع الدخل بين العناصر المشاركة في الإنتاج بصورة مباشرة أو غير مباشرة، وهذا يتوقف على أثمان عناصر الإنتاج، وتلك الأثمان تتحدد أيضاً في السوق من حيث الكم والقيمة طبقاً لقوى العرض وقوى الطلب، وفي بعض الأحيان لا يحقق هذا التوزيع دخلاً كافية لإشباع احتياجات الأفراد، أو يؤدي إلى التفاوت في توزيع الدخل مما يؤدي إلى الاختلال بين العرض والطلب كارتفاع في الأثمان مثلاً، أو وجود فائض في المعروض، وكذلك الكميات التي يمكن إنتاجها واستهلاكها، وترتبط هذه الوظيفة للسوق بكفاءة أدائه للوظائف الثلاث السابقة.

الوظيفة الرابعة للسوق: التنبؤ المستقبلي:

وهي تتعلق بقدرة السوق على مواجهة المستقبل، ففي السوق يتحدد الاستهلاك، كما يتحدد الاستثمار والفائض، أي احتياجات التجديد والتوسع في الطاقة الإنتاجية لمواجهة زيادة الطلب المتوقعة، أي أن وظيفة السوق هي هنا التوفيق بين الطلب والعرض بالرغم من اختلاف المراحل الزمنية بينهما. وإن كان من المشكوك قيام السوق بوظيفة التنبؤ المستقبلي بدقة حيث أنه يعكس الوضع كما هو عليه، لا كما يجب أن يكون.

المطلب الثاني: أشكال السوق:

يرفض الاقتصاديون حالياً تعريف السوق بأنه المكان الذي يتقابل فيه عدد من البائعين وعند من المشترين لتبادل سلعة معينة، إذ يغلب على هذا التعريف أنه يربط السوق بمكان معين لا يتعداه، وبأسلوب معين للتعامل وهو المقابلة المباشرة بين البائعين والمشترين، بينما نجد أن معظم السلع التي نعرفها في الوقت الحاضر، يتم تبادلها في أسواق غير محددة بمكان معين، إذ قد تشمل العالم كله، فسوق نوع معين من السجائر المصرية قد تشمل كل مكان في الجمهورية، وقد تتعداها إلى دول أخرى. كذلك نجد أن سوق سلعة أخرى كالسيارات مثلاً لاتحددها الحدود السياسية أو الجغرافية للدولة المنتجة لها، بل قد تتعداها إلى كل مكان في العالم يوجد به أشخاص علي استعداد لشرائها، وهكذا الحال بالنسبة للكثير من السلع، أو بالأحرى بالنسبة للغالبية العظمى من السلع، فقد يتم تبادلها في أماكن قد تكون بعيدة، كل البعد عن مكان إنتاجه، وتكون منتشرة جغرافياً للدرجة التي لا يمكن أن نضع لها

حدود. كذلك يلاحظ أنه لا يشترط لقيام السوق أن يتم التقاء مباشر بين البائعين والمشتريين، إذ قد يتم الالتقاء بينهم بأي وسيلة من وسائل الاتصال كالمراسلة أو الرق أو أي طريقة أخرى.

قلنا أن الاقتصاديين المحدثين يعتبرون أن السوق قائمة إذا كان هناك وسيلة للاتصال بين مجموعة من البائعين والمشتريين لتبادل سلعة معينة بسعر معين وفي ظل ظروف معينة. وباختلاف هذه العناصر من سوق إلي أخرى، فإننا نفرق بين أربعة أنواع من الأسواق وهي سوق المنافسة الكاملة وسوق المنافسة الاحتكارية وسوق احتكار القلة وسوق الاحتكار الكامل. وسنتاولها بالشرح فيما يلي:

أولاً: سوق المنافسة الكاملة: Perfect Competition

عندما يتعلق الأمر بوجود عدد كبير من المنتجين أو البائعين وكذلك عدد كبير من المشتريين، والتجانس التام بين وحدات السلعة لا يستطيع منتج بمفرده أو مستهلك بمفرده أن يؤثر في السوق بل ويكون الثمن السائد في السوق كعملي، أي كطرف محدد في السوق تحديداً لإرادة للمشروع فيه، ويمثل هذا الشكل للمسوق النموذج المثالي للأسمالية كما تصورها الاقتصاديون الكلاسيك، كما أنها أساس تطبيق غالبية التحليل الاقتصادي الوحدى، ومن ثم فتوافرها هو الشرط الأساسي لصحة هذا التحليل، غير أن الواقع العملي لم يشهد تطبيق ووجود المنافسة الكاملة على الإطلاق، أو وجودها في إطار تاريخي محدود جداً.

تعتبر السوق تنافسية كاملة إذا ما توافرت فيها مجموعة من الشروط تبين الظروف العامة التي تسودها، سواء من حيث طبيعة السلعة، أو من حيث طبيعة المتعاملين وعددهم، ويمكن إيجاز هذه الشروط فيما يلي:

١- كبر عدد المتعاملين:

يشترط أن يكون في السوق عدد كبير جداً من البائعين والمشتريين، وكبر العدد هنا لا يحده رقم معين بقدر ما تحده الأهمية النسبية للفرد في هذه السوق. فيعتبر عدد المنتجين كبيراً إذا كان العرض الفردي لأي منتج من المنتجين من الصفر بحيث لا يستطيع أن يؤثر على العرض الكلي للسلعة، أو للدرجة التي يمكننا فيها القول بأن دخول منتج جديد في مجال إنتاج هذه السلعة لن يؤدي إلي زيادة العرض الكلي لها بدرجة تؤثر على السعر. وبأن خروج منتج من الفائزين بالإنتاج، لن يؤدي إلي نقص العرض الكلي بدرجة تؤثر على السعر. وبنفس الطريقة، يمكننا القول بأن عدد المشتريين يكون كبيراً، إذا كان الطلب الفردي لأي مشتري من الصفر بحيث لا يؤثر على الطلب الكلي للسلعة.

٢- عدم وجود اتفاق بين المتعاملين:

يشترط لتوافر حالة المنافسة الكاملة، إلا يكون هناك أي نوع من الاتفاقات المعقودة، بين مجموعتين من المتعاملين في السوق، سواء كان هذا الاتفاق بين مجموعة من المنتجين وبعضهم البعض لإتباع سياسة إنتاجية معينة، أو تحديد سعر معين، أو للوقوف ضد مجموعات أو أفراد أخرى من المنتجين. أو كان هذا الاتفاق بين مجموعة من المشتريين وبعضهم البعض لأحداث تأثير معين على أحوال السوق، أو كان هذا الاتفاق بين مجموعة من المنتجين ومجموعة من المشتريين على تبادل كمية معينة من السلعة بشروط خاصة خارج تلك التي تحددها قوى السوق. ويعتبر شرط عدم وجود اتفاق بين

المتعاملين في السوق مكملاً لشرط كبير عدد المتعاملين، إذ أن الغرض من كلا الشرطين هو عم وجود عناصر احتكارية تؤثر علي السوق.

٣- المعرفة الكاملة بأحوال السوق:

يشترط أيضاً في سوق المنافسة الكاملة أن يكون جميع المتعاملين علي معرفة كاملة بأحوال السوق السائدة فعلاً، وعلي علم دائم بأي تغيرات تحدث فيها، بحيث لا يستطيع أي منتج رفع سعره مدعياً أن السلعة التي يعرضها تفضل غيرها مما يعرضه بقية المنتجين، أو مدعياً حدوث تغيرات في أحوال السوق تستوجب رفع السعر. ويفترض من جانب المنتجين أنهم علي معرفة تامة بقرن الإنتاج لدرجة لا يمكن أحد المنتجين الافراد بقرن إنتاجي يمكن إنتاج السلعة بتكلفة أقل من غيره، وإلا أدى ذلك إلي تمتعه بقوة احتكارية تميزه عن غيره من المنتجين.

٤- حرية النحول والخروج:

وتعني حرية الخروج أن أي منتج من المنتجين يستطيع أن يتوقف عن الإنتاج سواء بصفة مؤقتة أو بصفة دائمة في أي وقت يشاء، دون وجود أي مانع يحول دون توقفه. كما تعني حرية النحول أن أي فرد أو شركة تستطيع أن تدخل مجال الإنتاج، دون أن تقابل بمعارضة من جانب المنتجين القائمين متمثلة في شكل تكثف لإغلاق السوق عليهم، أي دون الحاجة إلي الحصول علي تصريح خاص أو امتياز معين من جانب الحكومة.

٥- تماثل وحدات السلعة:

يعني هذا الشرط أن تكون وحدات السلعة التي ينتجها كل منتج متماثلة أو متجانسة تماماً مع الوحدات التي ينتجها، بحيث لا يوجد أي نوع من الاختلاف بين هذه الوحدات، سواء كان هذا الاختلاف حقيقياً أو وهمياً، حيث أن وجود اختلاف، حتي وإن كان وهمياً، كأن يكون قاصراً علي اسم السلعة أو لونها أو الطريقة التي تغلف بها، قد يكون من شأنه أن يخلق اختلافاً في الأسعار بين المنتجين لا يتفق أو لا يتناسب مع اختلاف النوعية.

٦- ضرورة وجود سعر واحد:

إذا ما توافرت جميع الشروط السابقة، فإنه بناء علي ذلك سوف يسود السوق سعر واحد تتم عنده جميع المبادلات. وأي منتج يحاول أن يرفع سعره عن هذا السعر سيكون من نتيجته أعراض جميع المشتريين عنه وتحولهم إلي غيره من المنتجين، وخصوصاً أننا نفترض أن المشتريين علي معرفة كاملة بأحوال السوق، وأن بالسوق عدد كبير من المنتجين قادرين علي مواجهة تحول طلب المشتريين من هذا المنتج إليهم، وأن السلعة التي يتم التعامل فيها ذات وحدات متماثلة بحيث لا يستطيع هذا المنتج أن يبرر سعره المرتفع باختلاف النوعية. كما أن خفض السعر عن طريق أحد المنتجين سيؤدي إلي تحول جميع المشتريين إليه، ولكنه بناء علي افتراضنا السابق فإن هذا المنتج سوف يبيع كل ما لديه من السلعة عند السعر المنخفض، في حين يظل الطلب الكلي علي السلعة كما هو، بحيث يستمر التعامل في السوق بالسعر السائد.

ثانياً: سوق المنافسة غير الكاملة أو المنافسة الاحتكارية: Monopolistic Competition

فى نهاية العشرينات وبداية الثلاثينيات من القرن العشرين أوضحت الجهود التحليلية لبعض علماء الاقتصاد أنه لم يعد من المستساغ إزاء التغييرات التي تمت في واقع الاقتصاد الرأسمالي واتجاهه نحو سيطرة الشكل الاحتكاري على الأسواق، أن نفترض أن الشكل العام للمشروع يتمثل في المشروع الذي ينتج في ظل المنافسة الكاملة، وأن الاحتكار لا يمثل إلا حالة استثنائية، وإنما يتجه الشكل العام نحو مشروع ينتج في سوق يوجد فيه عدد من المشروعات من الكبر بحيث يمكن القول بوجود المنافسة، ولكنه ينتج وحدات من السلعة غير متجانسة مع وحدات السلعة التي تنتجها المشروعات الأخرى الموجودة في هذا الفرع من فروع الإنتاج، وهذا ما يعبر عنه بالقول بأن المشروع يبدأ في تمييز وحدات سلعته عن المشروعات الأخرى الموجودة في هذا الفرع من فروع الإنتاج، وهذا ما يعبر عنه بالقول بأن المشروع يبدأ في تمييز وحدات سلعته تمييزاً يعطيه نوعاً من الاحتكار بالنسبة للوحدات التي ينتجها. وهنا يتعلق الأمر بشكل من أشكال السوق يسمى بسوق المنافسة الاحتكارية، أو سوق المنافسة غير الكاملة بصفة عامة هذا، وقد تكون المنافسة الاحتكارية من جانب العرض كما رأينا، أى تعدد المشروعات أو المنتجات، ولكن العدد هنا وسط بين القلة وبين الكثرة في مواجهة الكثرة من الطالبين، وقد تكون المنافسة الاحتكارية من جانب الطلب حيث عدد الطالبين هنا ليس كثيراً وليس قليلاً، ولكن يقابلهم عدد كبير من العارضين.

إذا ما حاولنا تقييم شروط سوق المنافسة الكاملة ومدى واقعيتها، لوجدنا أنه قلما تتوافر مثل هذه الشروط مجتمعة إلا بالنسبة للنذر القليل من الأسواق، وبصفة خاصة تلك التي يتم فيها تبادل المواد الخام، وخصوصاً على المستوى الدولي. في حين أن معظم السلع الأخرى، يتم تبادلها في أسواق لا تتوافر فيها كل أو بعض هذه الشروط. فنجد مثلاً أنه بالنسبة للشروط الخاصة بكبر عدد المتعاملين فإن معظم السلع يتم إنتاجها عن طريق عدد من المنتجين، ليس من الكبر بحيث تصبح الأهمية النسبية لكل منهم من الصفر للدرجة التي لا يستطيع أن يؤثر فيها على السوق، كذلك نجد أنه قد يسود السوق بعض الاتفاقات بين المتعاملين، سواء كانت هذه الاتفاقات صحيحة أو ضمنية، بمعنى أن كل منتج قد يجد أن عليه مراعاة بعض القواعد العامة، وعدم اتباع سياسة قد تضر غيره من المنتجين، ليس حرصاً عليهم ولكن خوفاً من ردود فعلهم وما قد يقابل به من سياسات مضادة.

هذا بالإضافة إلى أن توافر المعرفة الكاملة بأحوال السوق شرط قد يصعب تحقيقه، إذ نجد أن المنتجين يتفاوتون فيما بينهم من حيث كفاءتهم ومعرفتهم بظروف السوق وأحوالها، فالبعض قد يعرف بعض فنون الإنتاج لا يعرفها غيره، والبعض قد يكون على دراية بمصادر الخامات الرخيصة قد لا يعرفها غيره.

كذلك نجد أن شرط توافر حرية الدخول والخروج غير موجود بصفة عملية إلا في حالات قليلة، إذ أن أى فرد يحاول دخول مجال إنتاج سلعة معينة لا بد وأن يقابل بنوع من القيود، التي قد تتمثل في شكل صفات خاصة قد تحددها الحكومة، أو التزامات معينة يتعهد بها المنتج، أو تتمثل في شكل معارضة من جانب المنتجين القائمين بالإنتاج.

ومن النادر أن نجد سلعة معينة تتماثل فيها الوحدات المنتجة عن طريق مختلف المنتجين، إذ أن كل منتج يحاول بقر الإمكان أن يميز سلعته عن سلعة غيره، سواء كان هذا التمييز متمثلاً في نوعية أفضل للسلعة، أو شكل مميز لها أو إلحاق السلعة بمجموعة من الخدمات التي قد تجذب نحوه فئة من المشترين. وأخيراً فإنه نتيجة لكل هذه الأسباب، فإننا نجد أن السوق لايسودها سعر واحد، بل تتفاوت فيها الأسعار وتختلف من فرد إلي آخر ومن مكان إلي آخر .

لكل الأسباب السابقة، فإنه يمكننا القول أن سوق المنافسة الكاملة تعتبر من الأنواع النادرة الوجود في الحياة العملية. في حين أن ما يسمى بسوق المنافسة الاحتكارية هو ذلك النوع الشائع الوجود بالنسبة للغالبية العظمى من السلع. وفي ظل هذه السوق نجد أن هناك عدد كبير من البائعين، كل منهم ينتج سلعة، وإن كانت متشابهة مع ما ينتجه الآخرون، إلا أن المنتج يحاول أن يضيف إليها مجموعة من الصفات تميزها عن غيرها، للدرجة التي يستطيع بها أن يقنع المشترين أن ما ينتجه يعتبر مخالفاً لما ينتجه الآخرون، وبذلك يحاول أن يخلق لنفسه سوقاً خاصة به.

ثالثاً: سوق منافسة القلة أو احتكار القلة: Oligopoly

في نهاية الثلاثينيات من القرن الماضي تركز الاهتمام في مجال دراسة سلوك المشروع على المشروع الذي يعمل في ظل شكل آخر من أشكال السوق، ويتم ذلك بفضل الدراسات التي قام بها بول سوزي، وهنس وهول، ويتعلق الأمر بالمشروع الذي يعمل في ظل منافسة القلة أو ما يطلق عليها احتكار القلة، وذلك عندما توجد مجموعة قليلة العدد من المشروعات أو المنتجين تنتج كل أو الجزء الأكبر من الكمية المنتجة في فرع من فروع الإنتاج، وقد يتم الإنتاج دون تمييز في السلعة أو الإنتاج، وقد يلجأ البعض إلى تمييز إنتاجهم مثلاً بالعلامة التجارية والعلامة المميزة أو بنوع محدد، وهذا هو الغالب في هذا الشكل من السوق، والذي أصبح له وجود كبير في كثير من المجالات، ويسود غالبية الاقتصاديات الرأسمالية الآن، وخصوصاً في مجال الشركات متعددة الجنسيات.

وتنشأ في هذا الشكل علاقات وروابط متبادلة بين المشروعات بشأن السياسات المتبعة خصوصاً فيما يتعلق بالسيطرة على الأسواق وتقسيمها، وإستراتيجية تحديد الأثمان والتسويق والمبيعات، فضلاً عن أن كل مشروع يراقب جيداً المشروعات الأخرى المنافسة له. وغالباً ما يصعب الدخول في مجالات إنتاج احتكار القلة بسبب سيطرة الموجدون فعلاً، وضرورة توافر استثمارات كبيرة جداً، والحاجة إلى تكنولوجيا متقدمة، وأحياناً توجد سيطرة تجارية محددة لشركات الأدوية العالمية وشركات أدوات التجميل العالمية.

ويتشابه هذا النوع من الأسواق مع سوق المنافسة الاحتكارية من حيث وجود اختلافات بين وحدات السلعة المنتجة، وبالتالي وجود أسعار مختلفة لكل منهم. ولكن تختلف عنها من حيث عدد البائعين، إذ قد يكون هذا العدد من الصفر بحيث أن أي فرد منهم يستطيع أن يؤثر تأثيراً مباشراً وفعالاً علي أحوال السوق من ناحية، وعلي غيره من المنتجين من ناحية أخرى، ولذلك تنتم قرارات المتعاملين في مثل هذه السوق بنوع من الحذر الشديد، بل يمكن القول أن المنافسة بين هذه القلة عادة ما تبتعد تماماً عن الأسعار فلا يحاول أي منتج أن يخفض من سعر سلعته خوفاً من أن يحزنوا الآخرون حذوه، ومن ثم يضيعوا عليه فرصة الاستفادة من تخفيض السعر، وعادة ما يسود سوق احتكار القلة نوع من

الاتفاق بين جميع المنتجين علي إتباع سياسة سعرية واحدة، بل قد يصل الأمر بهم إلي تخصيص حصة إنتاجية لكل منهم.

أما إذا شعر أحد المنتجين أنه علي درجة من الكفاءة أعلي من بقية المنتجين وأنه يستطيع أن ينتج السلعة بتكلفة أقل، فإنه في هذه الحالة لن يتردد في خفض السعر بصورة ملحوظة، يكون من نتيجتها إخراج بقية المنتجين من الصناعة وانفراده بها، ليكون هو المنتج الوحيد. وفي هذه الحالة تكون قد خرجنا عن نطاق سوق احتكار القلة ودخلنا في نطاق نوع آخر من الأسواق يسمى سوق الاحتكار.

رابعاً: سوق احتكار البائع أو المشتري، Monopoly، والاحتكار الثنائي Duopoly:

الاحتكار الكامل يعنى أن هناك منتج واحد للسلعة، وليس لهذه السلعة بديل قريب يمكن أن يحل محلها، ولايستطيع المحتكر التحكم في ثمن هذه السلعة والتحكم في كميتها في السوق، وهذه حالة افتراضية نادرة الوقوع في الحياة العملية. والشائع في الحياة العملية هو احتكار البائع أو المشتري والاحتكار الثنائي، كما يلي:

(١) احتكار البائع:

إذا كان هناك منتج أو مشروع واحد يقوم بإنتاج السلعة ولكن يوجد لهذه السلعة بديل غير كامل أو غير جيد، مما يترتب عليه إمكانية منافسة ومزاحمة المشروع من بعض المشروعات الأخرى التي تنتج هذه السلعة البديلة غير الكاملة، وهذه الحالة أكثر وجوداً في الحياة العملية، ومن الطبيعي أن تكون سلطته أقل ولكن تظل كبيرة في تحديد الثمن، كما قد يلجأ إلى التمييز في الثمن للحفاظ على وضعه الاحتكاري، فقد يكون التمييز على أساس اختلاف الأسواق، وقد يكون على أساس اختلاف فئات المستهلكين.

(٢) احتكار المشتري:

إذا كان السوق يتكون من عديد من المنتجين أو المشروعات، الذين ينتجون السلعة، ولكنهم عند عرض وبيع السلعة يواجهون بمشتري وحيد فقط، وتطبق هذه الحالة كثيراً بالنسبة للسلع الزراعية، فعندما تحتكر النولة شراء سلعة أو محصول معين، كالقطن مثلاً، فإنها تستطيع تحديد ثمن احتكار شركة أو مشروع وحيد لشراء بعض المواد الخام الزراعية كالجوت والكتان، والدخان، وقصب السكر. ويستطيع هذا المشروع الوحيد أما تحديد الثمن، أو التأثير على هذا الثمن عن طريق تحديد الكمية المطلوبة.

(٣) الاحتكار الثنائي: يتعلق الأمر هنا باحتكار من ناحية المنتج أو البائع، ويقابله أيضاً وضع احتكاري من جانب المشتري أو الطلب، كما في حالة مشروع واحد في مواجهة مشتري واحد، وهو ما قد يحدث عملاً على سبيل المثال في تفاوض نقابة العمال مع جمعيات رجال الأعمال أو الحكومة بشأن تحديد الأجور أي أثمان قوة العمل، كما يمكن أن تحدث في مفاوضات التجارة الدولية حول تبادل مواد خام مقابل منتجات صناعية، ويمكن القول أن الثمن يتحدد على أساس التفاوض والقوة التفاوضية لكل طرف، وغالباً ما يكون وسطاً بين حد أدنى وحد أقصى.

موجز لأشكال السوق:

رأينا أن السوق يتكون من عديد من الأطراف، ولكن هذه الأطراف تتخذ في الواقع موقعين رئيسيين، أما كطالبيين أى كمشترين أو مستهلكين، أو كعارضين أى كبايعين أو منتجين. وكما رأينا فإن العلاقات بين هذه الأطراف سوف تتوقف على قدرة كل طرف في التأثير في الطرف الآخر. ومن المتصور تبادل المواقع بين الطرفين، فقد يكون الطالب "المشترى" عارضاً في ظروف أخرى عندما يقدم عمله والعكس صحيح. إذ بناء على هذا التأثير سوف تتحدد كمية المنتجات وعناصر الإنتاج المقدمة في السوق من جهة وأعمالها من جهة أخرى، وترتبط تلك القدرة على عدد كل طرف من أطراف العلاقة في السوق، وهذه التعددية هي التي تحدد في النهاية شكل السوق.

ويمكن ايجاز أشكال السوق كما في الجدول التالي:

جدول (١١) : أشكال السوق

شكل السوق	نوع وحدات السلعة	عدد المنتجين العارضين والطالبين
المنافسة الكاملة	متجانسة (كل منها بديل كامل للوحدات الأخرى)	كبير
المنافسة الاحتكارية أو غير الكاملة	غير متجانسة (كل منها بديل غير كامل للوحدات الأخرى)	كبير
منافسة القلة دون تمييز (احتكار القلة)	متجانسة	محدود (قليل)
منافسة القلة مع التمييز (احتكار القلة)	غير متجانسة	
الاحتكار الثنائي		اثنان
الاحتكار التام		واحد

الأجل الطويل والأجل القصير:

بعد التفرقة بين الأنواع المختلفة من الأسواق، علينا أن نفرق أيضا بين نوعين أساسيين من الأجل، يختلف في كل منها سلوك المنتج عن النوع الآخر.

وقد جرى العرف الاقتصادي إلي تقسيم الأجل إلي مايلي:

١- الأجل القصير: وهو تلك الفترة التي يستطيع فيها المنتج أن يغير من حجم إنتاجه عن طريق تغيير عناصر الإنتاج المتغيرة فقط، كأن يغير من كمية الخامات التي يستخدمها أو كمية العمل التي يوجرها، إلي آخر ذلك من عناصر يمكن تغييرها في فترة قصيرة، ولا يحتاج إلي ترتيبات خاصة. ويلاحظ أن الأجل القصير غير مرتبط بفترة زمنية محددة، إذ يختلف من صناعة لأخرى، فقد يكون الأجل القصير لصناعة معينة هو بضعة أيام وقد يصل بالنسبة لصناعة أخرى إلي بضعة شهور.

٢- الأجل الطويل: وهو تلك الفترة التي يستطيع فيها المنتج أن يغير من حجم إنتاجه عن طريق تغيير عناصر الإنتاج جميعها، المتغير منها والثابت، كأن يغير من كمية الآلات التي يستخدمها أو يغير من حجم مشروعه. ويلاحظ هنا أيضا أن الأجل الطويل يختلف من صناعة إلى أخرى حسب الفترة اللازمة لبناء رأس المال الثابت للصناعة.

٣- الفترة السوقية: بالإضافة إلى هذين النوعين من الآجال، يفضل الكثير من الاقتصاديين التمييز بينهما وبين نوع ثالث تكون فيه الفترة من القصر بحيث لا يستطيع فيها المنتج أن يغير من حجم إنتاجه، وبالتالي يكون عرض السلع فيها ثابتاً إلا من التغيرات التي قد تنشأ نتيجة لتغير المخزون منها، وتسمى هذه الفترة بالفترة السوقية.

المبحث الثاني توازن السوق

يتناول المبحث الثاني شرح توازن السوق في مطلبين، كما يلي:

المطلب الأول: أهمية الأثمان وكيفية تكونها.

المطلب الثاني: التغيرات في ثمن التوازن.

المطلب الأول: أهمية الأثمان وكيفية تكونها:

أولاً: أهمية الأثمان في الواقع الاقتصادي:

إن مشكلة الأثمان لا تطرح نفسها إلا في ظل اقتصاد المبادلة وتصبح القانون الأساسي لحركة اقتصاد المبادلة أو الإنتاج السلعي الرأسمالي، ويظهر ذلك جلياً من خلال تحليل الوضع على صعيد الواقع الذي تشهد العملية الاقتصادية أياً كان نوع النظام الاقتصادي.

عندما نحاول الاقتراب من الواقع الاقتصادي بغرض معرفته وتحليله واكتشاف القوانين التي تحدد كيفية أدائه فإننا سوف نجد مئات الألوف من السلع والخدمات التي يتم انتاجها وتبادلها، كما أن الفرد العادي في حياته اليومية يستخدم ويستهلك العشرات من السلع والخدمات، أي أن هناك آلاف القرارات التي تتخذ يومياً فيما يتعلق بعملية الانتاج والاستثمار والمعايير التي تحدد ذلك، وفيما يتعلق بعملية تبادل وتوزيع واستهلاك السلع والخدمات المنتجة، وكذلك تلك القرارات المتعلقة بكيفية توزيع فائض العملية الانتاجية والدخول على مختلف الطبقات والفئات التي ساهمت في تلك العملية.

ويثور التساؤل على أي أساس تتخذ هذه القرارات؟ وماهي المؤثرات التي تحدد اتخاذ قرارات معينة في مجالات الاستثمار والإنتاج والتبادل والتوزيع؟ وكيف تتم المفاضلة بين مختلف السلع والخدمات؟ إلى غير ذلك من التساؤلات سوف نجد أن الأثمان تمثل المحور الرئيسي الذي تتخذ هذه القرارات على أساسها، وذلك في مختلف جوانب العملية الاقتصادية، فالأثمان هي المقياس أو المؤشر الذي تقاس به كافة الظواهر الاقتصادية، فالاقتصاد الحديث وخاصة الرأسمالي هو بالدرجة الأولى اقتصاد سلعي تتسع فيه عملية البيع والشراء لتشمل كل شيء ابتداءً من الحاجات الأساسية، ثم مختلف السلع والخدمات ووسائل الإنتاج، مواد وأدوات العمل، إلى أن تصل إلى قوة العقل نفسه