

الفصل الثالث

نظرية الأسواق

المبحث الأول: مفهوم السوق وأشكاله

المبحث الثاني: توازن السوق

تقديم:

سبق أن درسنا 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 الإنتاجية 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 اموار 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، وسنرى 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 فالحدود

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. وتتم 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، والملح 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 وتتحدد أثمانها طبقاً لقوى العرض والطلب، والتفرقة بني السلع الخاصة والسلع الاجتماعية لا تؤسس فقط على مجرد طبيعة ونوعية الحاجة التي تشبعها 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 المزلحمة 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 الثلاجة والسيارة، وسلع 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، وهى 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، وهى بذلك تنقسم إلى أجهزة وآلات، أى سلع رأسمالية، ومكونات الإنتاج أى سلع وسيطة، وموارد تندمج في الناتج وتتحول 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 الإستخراجي، 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 أيضاً 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 أيضاً 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 يطرح المنتجات أى السلع والخدمات للتداول وتقييمها للأطراف المقابلة في السوق في مقابل الحصول على أثمان أو دخول نتيجة هذا التقييم.

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 بسلطة السلع والخدمات التي تحصل عليها من السوق مقابل إنفاق دخلها أو جزء منه، وهى 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، أى 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 ومزوجة، 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، وهى 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، ويتبادل 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 ويبسر 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 سلعاً 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 ويقدرات المستهلكين أي قوتهم الشرائية، ويمدى العلاقة بين لاستهلاك ولاخار، 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 لإحقيق هذا التوزيع دخولاً 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 المشتريين لتبادل سلعة معينة، إذ يغلب علي هذا التعريف أنه يربط السوق بمكان معين لا يتعداه، وبأسلوب معين للتعامل وهو المقابلة المباشرة بين البائعين والمشتريين، 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 إنتاجها، 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 النرق أو أي طريقة أخرى.

فلنا 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 للسوق النموذج المثالي للرأسمالية كما تصورها الاقتصاديون الكلاسيك، كما أنها أساس تطبيق غالبية التحليل الاقتصادي الودي، ومن ثم فتوافرها هو الشرط الأساسي لصحة هذا التحليل، غير أن الواقع العملي لم يشهد تطبيق وجود 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 علي أحوال السوق، أو كان هذا الاتفاق بين مجموعة من المنتجين ومجموعة من المشتريين علي 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 عدم 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 بقنون الإنتاج لدرجة لا تمكن أحد المنتجين الافراد بفن إنتاجي يمكن إنتاج السلعة بتكلفة أقل من غيره، وإلا أدى ذلك إلي تمتعه بقوة احتكارية تميزه عن غيره من المنتجين.

٤- حرية الدخول 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 الدخول أن أي فرد أو شركة تستطيع أن تدخل مجال الإنتاج، دون أن تقابل بمعارضة من جانب المنتجين القائمين متمثلة في شكل تكاليف 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، كان 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

في 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، أي تعدد المشروعات أو المنتجين، ولكن العدد هنا وسط بين القلة وبين الكثرة في مواجهة الكثرة من الطلبين، وقد تكون المنافسة الاحتكارية من جانب الطلب حيث عدد الطلبين هنا ليس كثيراً وليس قليلاً، ولكن يقابلهم عدد كبير من العارضين.

إذا ما حاولنا تقييم شروط سوق المنافسة الكاملة ومدى واقعيتها، لوجدنا أنه كلما توافر مثل هذه الشروط مجتمعة إلا بالنسبة للندر القليل من الأسواق، وبصفة خاصة تلك التي يتم فيها تبادل المواد الخام، وخصوصاً علي المستوى الدولي. في حين أن معظم السلع الأخرى، يتم تبادلها في أسواق لا تتوفر 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 علي 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 إلي 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 علي 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 أي 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 بقدر 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 إلى آخر ومن مكان إلى 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، وهتش 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 الموجودين 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 تتسم قرارات المتعاملين في مثل هذه السوق بنوع من الحذر الشديد، بل يمكن القول أن المنافسة بين هذه القلة عادة ما تتعد تماماً عن الأسعار فلا يحاول أي منتج أن يخفض من سعر سلعته خوفاً من أن يحذوا 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 اذا شعر أحد المنتجين أنه علي درجة من الكفاءة أعلي من بقية المنتجين ويأنه يستطيع أن ينتج السلعة بتكلفة أقل، فإنه في هذه الحالة لن يتردد في خفض السعر بصورة ملحوظة، يكون من نتيجتها إحراج بقية المنتجين من الصناعة وانفراد به، ليكون هو المنتج الوحيد. وفي هذه الحالة نكون قد خرجنا عن نطاق سوق احتكار القلة ولخنا في نطاق نوع آخر من الأسواق يسمي 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، وتتنطبق هذه الحالة كثيراً بالنسبة للسلع الزراعية، فعندما تحتكر الدولة شراء سلعة أو محصول معين، كالتفاح مثلاً، فإنها تستطيع تحديد ثمن احتكار شركة أو مشروع وحيد لشراء بعض المواد الخام الزراعية كالجوت والكتان، والخبان، 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 كمشتريين أو مستهلكين، أو كعارضين أى كبائعين 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 وأثمانها 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 أيضاً بين نوعين أساسيين من الأجل، يختلف في كل منها سلوك المنتج عن النوع الآخر.

وقد جري 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 يؤجرها، 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 مشروعها. 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 لتغيير 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:

ان مشكلة الأثمان لا تطرح نفسها إلا في ظل اقتصاد المبادلة وتصبح القانون الأساسي لحركة اقتصاد المبادلة أو الانتاج 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 يومياً 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؟ الى 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 الانتاج، مواد وأدوات العمل، الى أن تصل الى قوة العقل نفسه

والأصول المعنوية أى الملكية الفكرية التى أصبحت سلعة تباع وتشتري، فكافة الأطراف تتجه الى السوق وتتخذ قراراتها بالبيع والشراء على أساس الأثمان التى تلقاها.

وإذا كان الثمن ليس سوى التعبير النقدي عن القيمة، فان الأفراد يعتبرون الثمن هو ذلك المقدار من النقود التى يدفعونها فى سبيل الحصول على سلعة أو خدمة يتم اتخاذها سواء فى مجال الانتاج أو الاستهلاك.

ان الأثمان تفرض نفسها على صعيد الواقع الاقتصادى العالمى والذي يسوده أسلوب الانتاج الرأسمالى. ففي الجزء المتعلق بالاقتصاد الرأسمالى المتقدم أى الدول الصناعية، وكذلك الجزء المتعلق بالاقتصاد الرأسمالى المتخلف أى الدول النامية، فان الانتاج يتم فيه بقصد المبادلة ويهدف أساسى يتمثل فى تحقيق الربح النقدي، ويتم سير وأداء هذا الاقتصاد عن طريق آليات السوق أى جهاز السوق أو جهاز الثمن، وعندما نتكلم على السوق أو مجموعة الأسواق التى يتكون منها النظام الاقتصادى الرأسمالى فأنا نعنى بذلك التبادل وآلياته، وأداته الرئيسية هى الأثمان.

ويجدر بنا معرفة كيف يتكون ثمن كل سلعة على حدة وكيف يتأثر ثمن كل سلعة بالتغيرات التى تطرأ على أثمان السلع الأخرى انتاجية كانت أو استهلاكية، بديلة كانت أو مكملة؟ وكذلك التعرف على العلاقات الأخرى التى تؤثر فى تكوين الأثمان مثل دخول المستهلكين وأنواقهم والمحاكاة أو التقليد والسياسة الاقتصادية المتبعة وتتدخل الدولة.

لذلك فانه للتعرف على الواقع الاقتصادى فى النظام الرأسمالى يلزم دراسة السوق وتحليل العلاقات التى توجد فيه، والعلاقة الرئيسية المحددة تتمثل فى الأثمان وكيف تتكون فى داخل هذا الاقتصاد على المستوى الداخلى، باعتبارها أداء رئيسية لمعرفة علاقات التشابك والاعتماد المتبادل بين فروع الاقتصاد المختلفة باعتبارها وسيلة من وسائل تعبئة وتوجيه الفائض الاقتصادى، وكذا دورها فى اعادة توزيع الدخل القومى، الى غير ذلك من المهام والوظائف التى تقوم بها. ولا يقتصر دور الأثمان فى داخل الاقتصاد القومى، بل أنها تلعب دورا كبيرا على الصعيد العالمى، ومن ثم الوسيلة الرئيسية لنقل القيم والفوائض الاقتصادية بين الأجزاء المختلفة للاقتصاد العالمى.

إذا كانت القرارات الاقتصادية تتخذ على أساس الأثمان، وما يترتب على هذه القرارات من توزيع معين لقوى الإنتاج يترتب عليه نمط معين لاستخدامها يودى إلى توصل المجتمع إلى حل معين للمشكلة الاقتصادية، فإنه يمكن القول أن أداء الاقتصاد القومى الذي ينجم عن هذه القرارات يتم من خلال الأثمان لذلك يلزم فهم كيفية تكون هذه الأثمان.

وترتكز النظرية الحديثة فى محاولتها لشرح الأثمان على فروض أساسية كما تتطرق من فلسفة محددة وتستند على عدة أفكار أبرزها فكرتي المنفعة والندرة، وينهج الحديون منهجا بمقتضاه تؤخذ سلعة واحدة تمثل ناتج نوع واحد من النشاط الإقتصادى يطلق عليه اسم "صناعة" ويتم البحث عن الكيفية التى يتكون منها ثمن هذه السلعة مع التفرقة بين تحليل جزئى وتحليل وحدي عام.

والأساس الذي يرتكز عليه البناء النظرى للمدرسة الحديثة بالنسبة لمسألة تحديد ثمن السلعة هو التفاعل بين قوى الطلب على السلعة، وقوى العرض لهذه السلعة، وأن ذلك يمكن التوصل إليه على

أساس معرفة سلوك المستهلك في السوق. وبعبارة أخرى فإن التصور الحدي يبدأ من المنفعة إلى الطلب الذي يتحدد بسلوك المستهلك في السوق، ومن الطلب إلى العرض الذي يتحدد بسلوك المنظم في ظل ظروف السوق بأشكاله المختلفة، وعلى أساس الاثنين، سلوك المستهلك وسلوك المنظم، يقدم لنا التصور الحدي نظرية في تحديد أثمان السلع والخدمات التي تخصص لإشباع الحاجات النهائية وكذلك أثمان السلع والخدمات التي تستخدم في الإنتاج، أو ما يطلقون عليه عناصر الإنتاج، والأمر يتعلق في كلتا الحالتين بسلوك في إطار التداول. وستدرس فيما يلي كيفية تكوين الثمن.

ثانياً: تكوين ثمن التوازن:

ثمن التوازن أو ثمن السوق هو الثمن الذي تتساوى عنده الكمية المطلوبة من السلعة أو الخدمة التي يكون المشتريين أو الطالبين على استعداد لشراؤها أو يتم شراؤها فعلاً مع الكمية المعروضة التي يكون البائعون أو العارضين على استعداد لبيعها أو بيعها فعلاً. ويتم التوصل إلى هذا الثمن بالأخذ في الاعتبار وفي نفس الوقت دالة الطلب وقوى الطلب من جهة، ودالة العرض وقوى العرض من جهة أخرى، كما أن الأمر يتعلق بتكوين الثمن في الفترة الزمنية الطويلة.

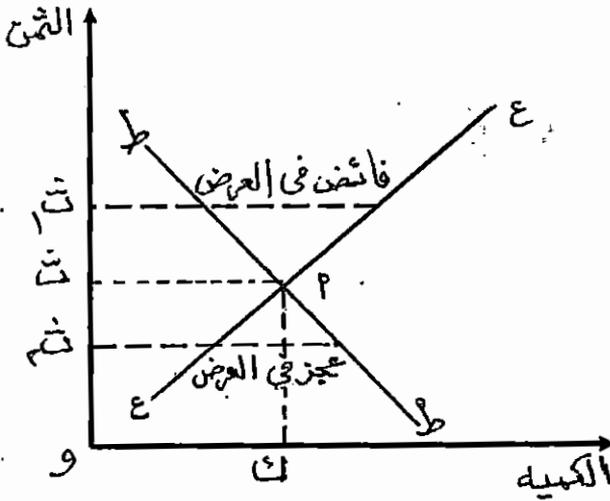
ويمكن التوصل إلى ثمن التوازن وكمية التوازن رقمياً عن طريق جدول السوق، وهو ينتج عن تقابل كل من جدولي الطلب والعرض السابق بيانهما، وكما نعلم فإن العلاقة تكون عكسية بين الكمية المطلوبة والثمن، وطردية بين الكمية المعروضة والثمن، لذلك يترتب على تقابل الجدولين وجود ثمن واحد فقط للتوازن تتساوى عنده الكمية المطلوبة من السلعة مع الكمية المعروضة وذلك مع افتراض ثبات كل من ظروف الطلب وظروف العرض كما في الجدول التالي:

جدول (١٢): الكميات المطلوبة والمعروضة من السلعة

| الكمية المعروضة من السلعة (بالوحدات) | الكمية المطلوبة من السلعة (بالوحدات) | ثمن السلعة بالوحدات النقدية (الجنيه) |
|---|---|--|
| ٢٠٠ | ٢٥ | ٢٠ |
| ١٥٠ | ٥٠ | ١٥ |
| ١٠٠ | ١٠٠ | ١٠ |
| ٧٥ | ١٢٥ | ٧ |
| ٥٠ | ١٥٠ | ٥ |
| ٢٥ | ٢٠٠ | ٣ |

يتضح من الجدول السابق أنه عندما أصبح الثمن ١٠ جنيه فقط تحقق لتساوى بين الكمية المطلوبة والكمية المعروضة وهي ١٠٠ وحدة، وعند أي ثمن أعلى فإن الكمية المعروضة تزيد عن الكمية المطلوبة ويتحقق فائض في الكمية المعروضة أي العرض، وعلى العكس عند أي ثمن أقل فإن

الكمية المعروضة تقل عن الكمية المطلوبة ويتحقق عجز في الكمية المعروضة، وعلى ذلك يكون الثمن ١٠ جنيه هو ثمن التوازن، وتكون كمية ١٠٠ هي كمية التوازن.



شكل (٢٢) : توازن العرض والطلب

الشكل السابق يعبر عن توازن العرض والطلب بيانياً أو هندسياً بالجمع بين منحنى الطلب ومنحنى العرض. وفي هذا الشكل يلتقي منحنى الطلب ط ط مع منحنى العرض ع ع عند النقطة أ، ويتحقق عند هذه النقطة فقط تساوى الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة، وتكون بصدد ثمن التوازن وكمية التوازن (١٠٠ ، ١٠) أو (١٠ ، ١٠٠)، وعند ثمن أعلى منه (ث) يوجد فائض عرض أو عجز في الطلب، وعند ثمن أقل منه (ث) يوجد عجز في العرض أو فائض طلب.

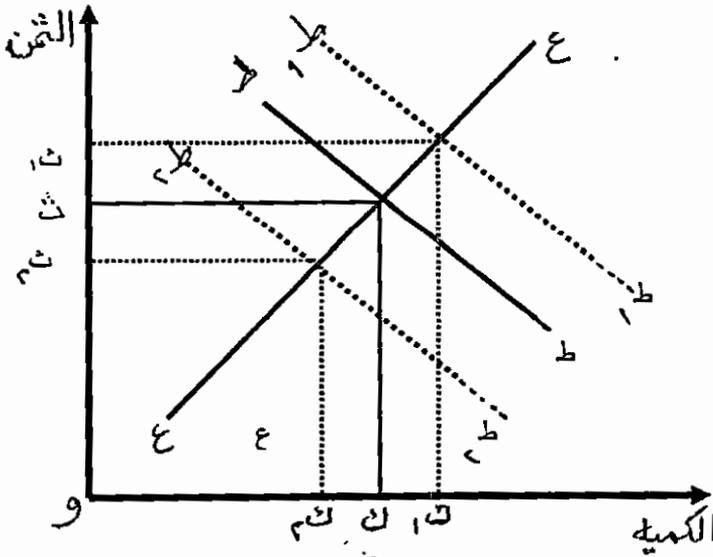
وطبقاً للشروط الواجب توافرها في سوق المنافسة الكاملة فإن أى تغيير في ثمن التوازن فسوف ينشأ عن ذلك عدم التساوى بين الكمية المطلوبة والكمية المعروضة ويترتب على ذلك وجود فائض أو عجز، وتتساقط قوى تؤدي إلى العودة إلى التوازن أى ثمن التوازن وهو وحدة الذي يتحقق فعلاً في السوق ويستمر في التواجد طالما لم يحدث تغيير في كل من دالة الطلب ودالة العرض.

المطلب الثاني: التغيرات في ثمن التوازن:

قد يتغير ثمن التوازن نتيجة تغير الأوضاع التي تكون في ظلها، وبهذا نصل إلى ثمن توازن جديد نتيجة تلاقي منحنى طلب ومنحنى عرض جديد في السوق، وبصفة عامة فإن تغير ثمن التوازن يتم نتيجة طغي ظروف الطلب أو ظروف العرض، أو تغييرهما معاً، ومسرى هذه الحالات باختصار بالنسبة للفترة الطويلة.

أولاً: تغيير ظروف الطلب مع ثبات ظروف العرض:

ان تغيير ظروف الطلب مثل دخل المستهلكين وأثمان السلع الأخرى وذوق المستهلك، مع ثبات ظروف العرض يعنى تغيير دالة الطلب على السلعة، ويتغير جدول الطلب على السلعة وينتقل منحني الطلب إلى موقع جديد خلاف موقعه الأصلي ويترتب على ذلك أنه اذا حدث تغيير في ظروف الطلب في اتجاه معين فإن ثمن التوازن وكمية التوازن يتغيران في نفس الاتجاه، فلو تغيرت ظروف الطلب بالزيادة، بزيادة الدخل مثلاً، فإن منحني الطلب ينتقل إلى موقع جديد هو $ط_١$ ، $ط_٢$ أعلى المنحني الأصلي $ط$ وإلى يمينه، وستزيد الكمية المشتراة والمباعة وتصبح $ك_١$ ، ويرتفع الثمن يصبح $ث_١$ ، أما اذا تغيرت ظروف الطلب بالنقص لانخفاض الدخل مثلاً، فإن منحني الطلب سيأخذ الشكل $ط_٣$ ، أسفل المنحني الأصلي $ط$ وإلى يساره، وسيخفض الثمن ويصبح $ث_٣$ ، وتقلص الكمية وتصبح $ك_٣$ مع ثبات ظروف العرض، وذلك كما في الشكل التالي:



شكل (٣٣) : تغيير ظروف الطلب مع ثبات ظروف العرض

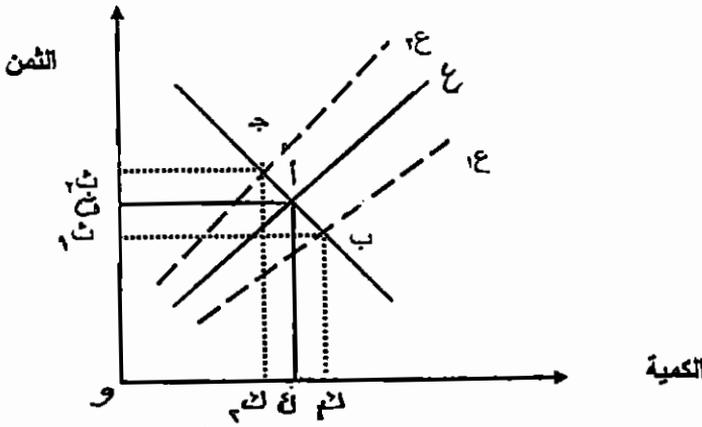
ثانياً: تغيير ظروف العرض مع ثبات ظروف الطلب:

ان تغيير ظروف العرض مثل أثمان عناصر الإنتاج ونفقة الإنتاج والتكنولوجيا وأثمان السلع الأخرى، مع ثبات ظروف الطلب، يعنى تغيير دالة العرض للسلعة. ويتغير جدول العرض وينتقل منحني العرض إلى موقع جديد خلاف موقعه الأصلي. ويترتب على تغيير ظروف العرض في اتجاه معين إلى تغيير ثمن التوازن في اتجاه عكسي لهذا الاتجاه، وتغير كمية التوازن في نفس هذا الاتجاه،

فإذا ما تغيرت ظروف العرض بالزيادة فإن منحني العرض سينتقل إلى موقع جديد هو المنحني ع١ ع٢ أسفل المنحني الأصلي ع ع وإلى يمينه، ونجد أن الثمن انخفض وأصبح و٢، ولكن الكمية المشتراة والمباعة قد زادت وأصبحت بمقدار وك١.

أما إذا تغيرت ظروف العرض بالنقص فإن منحني العرض سينتقل إلى موقع جديد هو المنحني ع٢ ع١ أعلى المنحني الأصلي ع ع وإلى يساره، ونجد أن الثمن ارتفع وأصبح و٢، ولكن الكمية المشتراة والمباعة قد نقصت وأصبحت وك٢.

شكل (٣٤) : تغير ظروف العرض مع ثبات ظروف الطلب



ثالثاً: تغير ظروف العرض وظروف الطلب معاً:

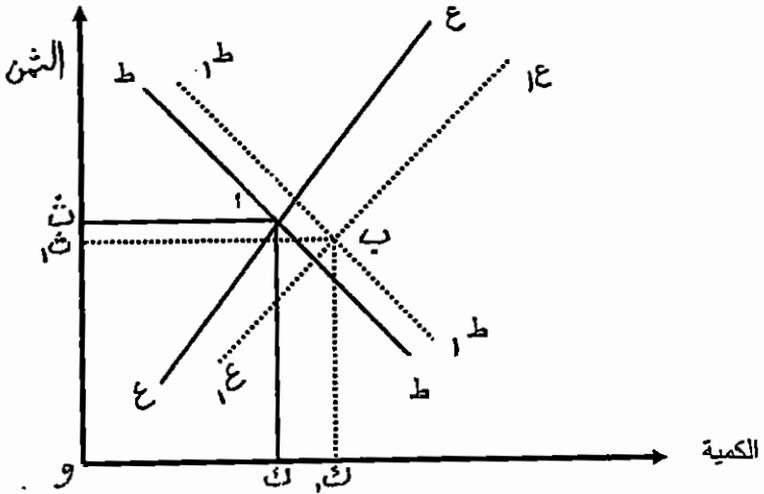
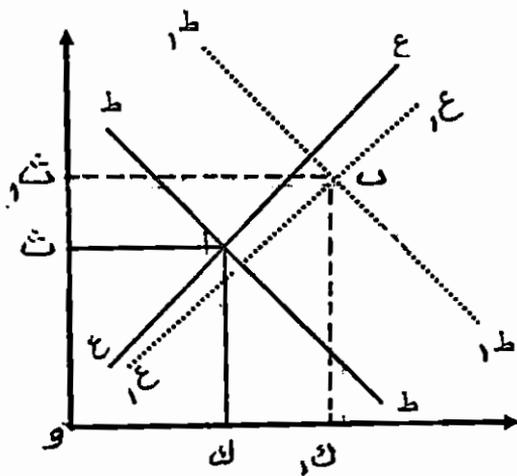
يختلف تأثير تغير ظروف العرض وظروف الطلب معاً وفي نفس الوقت على ثمن التوازن طبقاً لما اذا كان تغيرهما في اتجاه واحد، أى يتغيرا معاً بالزيادة أو النقصان، أو في اتجاهين متعاكسين كأن يتغير الطلب بالزيادة والعرض بالنقص، أو بتغير الطلب بالنقص والعرض بالزيادة، وعلى ذلك سوف نرى أربعة حالات أو افتراضات لتغير ظروف الطلب وظروف العرض معاً، وذلك في اتجاه واحد، ثم في اتجاه متعاكس.

١ - زيادة الطلب وزيادة العرض معاً في نفس الوقت:

ان تغير الطلب بالزيادة تبعاً لظروف الطلب سيؤدي إلى زيادة الكمية المشتراة والمباعة، وكذلك فإن تغير العرض بالزيادة سيؤدي أيضاً إلى زيادة الكمية، أما بالنسبة للثمن فإن زيادة الطلب يؤدي إلى ارتفاع الثمن، ولكن زيادة العرض تؤدي بالعكس إلى انخفاض الثمن. على أن اتجاه التغير في الثمن في النهاية، من ارتفاع أو انخفاض، يتوقف على درجة ونسبة التغير الذي حدث في الطلب والتغير الذي حدث في العرض، فلو كان تغير الطلب بالزيادة بدرجة ونسبة أكبر من تغير العرض

بالزيادة فسيغير الثمن بالارتفاع حيث في الشكل يكون $و_١$ ، $ك$ ، ونتيجة تقابل المنحنيين بعد التغير $ط$ ، $ط$ ، $ع$ ، $ع$ ، ولو كان تغير العرض بالزيادة بدرجة ونسبة أكبر من تغير الطلب بالزيادة فسيغير الثمن بالانخفاض.

الشكل التالي يوضح زيادة الطلب بدرجة أكبر من زيادة العرض (ارتفاع ثمن التوازن)
 شكل (٣٥): زيادة الطلب بدرجة أكبر من زيادة العرض (ارتفاع ثمن التوازن)

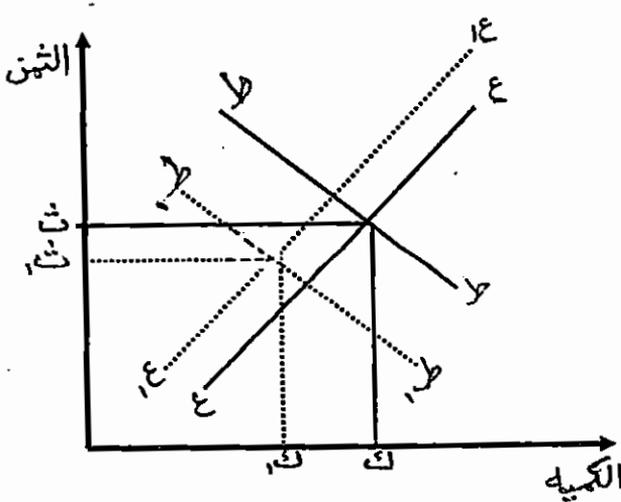


شكل (٣٦): زيادة العرض بدرجة أكبر من زيادة الطلب (انخفاض ثمن التوازن)

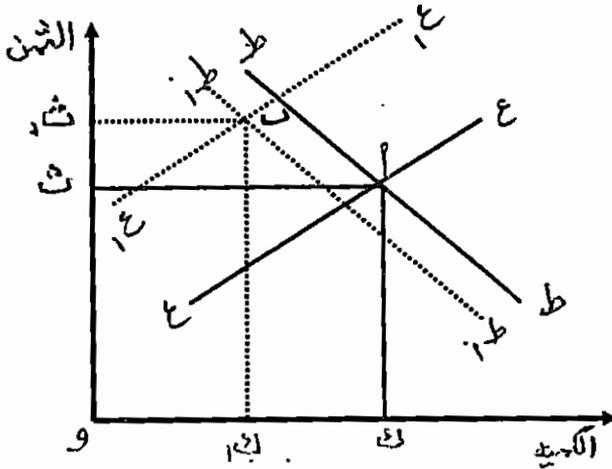
٢ - نقص الطلب ونقص العرض معا في نفس الوقت:

نجد أن تغير الطلب بالنقص نتيجة لظروف الطلب سيؤدي إلى نقص الكمية المشتراة والمباعة، كذلك فإن تغير العرض بالنقص سيؤدي أيضا إلى نقص الكمية، أما بالنسبة للثمن فإن نقص الطلب يؤدي أيضا إلى نقص الكمية، أما بالنسبة للثمن فإن نقص الطلب يؤدي إلى انخفاض الثمن، ولكن نقص العرض يؤدي بالعكس إلى ارتفاع الثمن، على أن اتجاه التغير في الثمن في النهاية من انخفاض أو ارتفاع يتوقف على درجة ونسبة التغير الذي حدث في الطلب والتغير الذي حدث في العرض، فلو كان تغير الطلب بالنقص بدرجة ونسبة أكبر من تغير العرض بالنقص فسيتم تغير الثمن بالارتفاع. ولو كان تغير العرض بالنقص بدرجة ونسبة أكبر من تغير الطلب بالنقص فسيتم تغير الثمن بالارتفاع.

شكل (٣٧) : نقص الطلب بدرجة أكبر من نقص العرض (انخفاض ثمن التوازن ونقص الكمية)



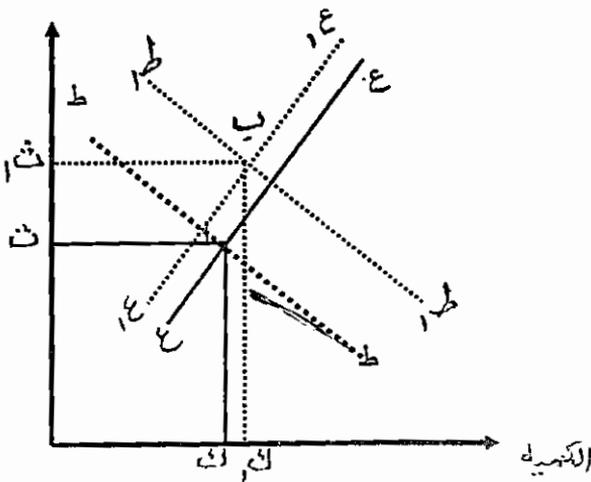
شكل (٣٨) : نقص العرض بدرجة أكبر من نقص الطلب (ارتفاع ثمن التوازن ونقص الكمية)



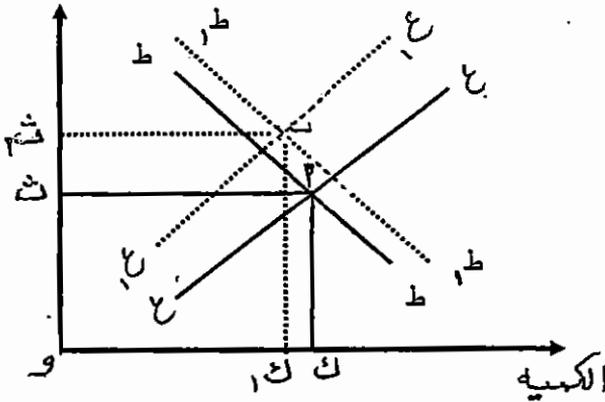
٣ - زيادة الطلب ونقص العرض معاً في نفس الوقت:

في هذه الحالة فإن التأثير على الثمن هو الارتفاع في الحالتين أي في زيادة الطلب، ونقص العرض ولكن التأثير على الكمية لا يكون في نفس الاتجاه حيث أن تغير الطلب بالزيادة يؤدي إلى زيادة الكمية، أما تغير العرض بالنقص فيؤدي إلى نقص هذه الكمية، ويتوقف اتجاه التغير في الكمية على درجة ونسبة التغير الذي حدث في الطلب والتغير الذي حدث في العرض، فلو كان تغير الطلب بالزيادة بدرجة أكبر من تغير العرض بالنقص فستغير الكمية بالزيادة. ولو كان تغير العرض بالنقص بدرجة أكبر من تغير الطلب بالزيادة فستغير الكمية بالنقص.

شكل (٣٩) : زيادة الطلب بدرجة أكبر من نقص العرض (زيادة الكمية وارتفاع الثمن)



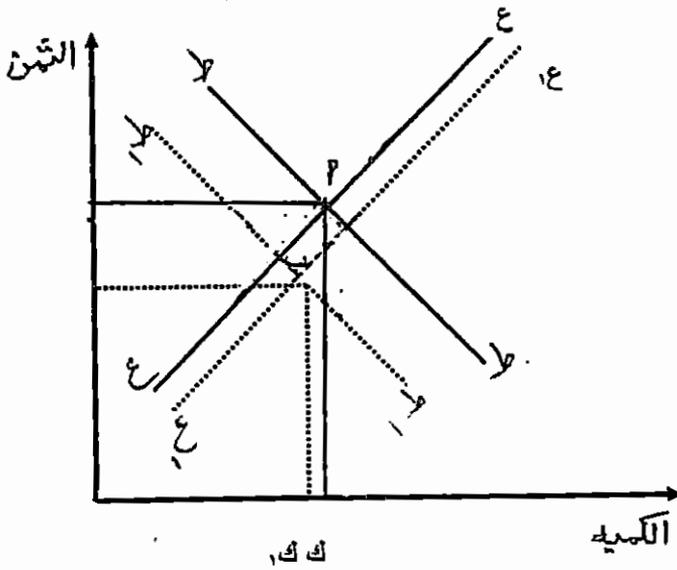
شكل (٤٠) : نقص العرض بدرجة أكبر من زيادة الطلب (نقص الكمية وإرتفاع الثمن)



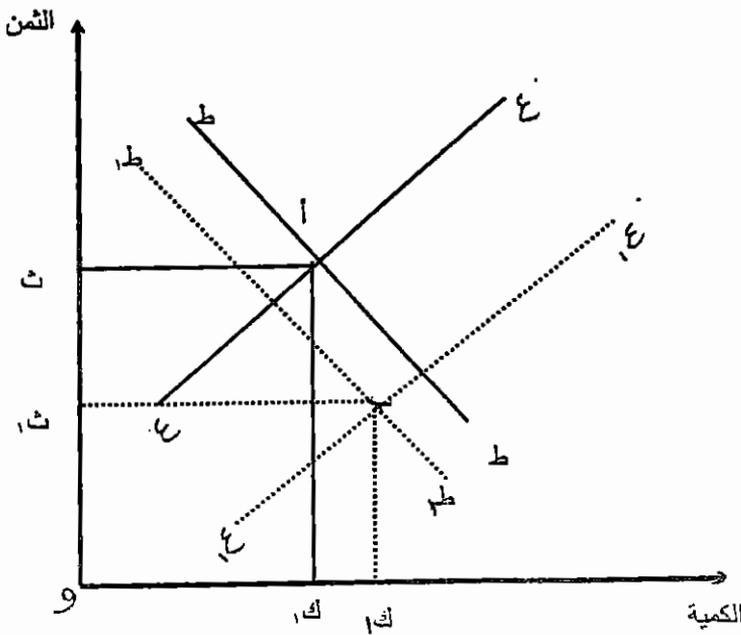
٤ - نقص الطلب وزيادة العرض معاً في نفس الوقت:

في هذه الحالة فإن التأثير على الثمن هو الانخفاض في الحالتين أي في نقص الطلب وزيادة العرض، ولكن التأثير على الكمية لا يكون في نفس الاتجاه حيث أن تغير الطلب بالنقص يؤدي إلى نقص الكمية، أما تغير العرض بالزيادة فيؤدي إلى زيادة الكمية، ويتوقف اتجاه التغير في الكمية على درجة ونسبة التغير الذي حدث في الطلب، والتغير الذي حدث في العرض، فلو تغير الطلب بالنقص بدرجة أكبر من تغير العرض بالزيادة فستتغير الكمية بالنقص. ولو كان تغير العرض بالزيادة بدرجة أكبر من تغير الطلب بالنقص فستتغير الكمية بالزيادة.

شكل (٤١) : نقص الطلب بدرجة أكبر من زيادة العرض (نقص الكمية وانخفاض الثمن)



شكل (٤٢) : زيادة العرض بدرجة أكبر من نقص الطلب (زيادة الكمية وانخفاض الثمن)



نكون بذلك قد انتيينا من دراسة كيفية تكوين الثمن، ولكن في سوق المنافسة الكاملة فقط، وحتى يكتمل التحليل الخاص بالأثمان في إطار النظرية الحديثة، يلزم رؤية تكون الثمن في الأسواق الأخرى وخاصة في ظل الاحتكار والمنافسة الاحتكارية، ومنافسة القلة أو احتكار القلة، وذلك لأهميتها البالغة حيث هي فعلاً الأشكال السائدة والغالبة في الاقتصاد الرأسمالي، ولوجود على الإطلاق لسوق المنافسة الكاملة. وهذا ما يشير إليه في الأجزاء التالية، حيث نتولى بسهولة ممتعة وببساطة ممتعة فتح الأفهام وانتقاد الأدهان لفهم موضوعات في غاية التشابك والتعقيد.

كذلك يلزم تحليل بعض التطبيقات العملية لتكوين الأثمان التي تنشأ عن التدخل الحكومي في تحديد الأثمان بالتسعير الجبري، وسياسة التمييز في تحديد الأثمان، وتحديد أثمان المنتجات الزراعية، وأثمان السلع والخدمات العامة، وتحديد الأثمان المدعومة في حالات منح دعم أو إعانة، وأثار فرض الضرائب غير المباشرة على تحديد الأثمان. لكن هذه الموضوعات ليس مكانها الأصلي هذا الكتاب لمبادئ علم الاقتصاد السياسي وإنما علم المالية العامة الحديثة ما بعد كينز. حتى إذا ما أشرنا إلى بعض موضوعات المالية العامة الحديثة في سياق عرضنا لمنهج الاقتصاد، فذلك مقصدنا أن يستوعب المبتدئ في دراسة علم الاقتصاد السياسي، أصول هذا العلم الهام، مما يساعدنا على فهم قضايا اقتصادية معاصرة ومنها علم المالية العامة الحديثة. ومقصدنا أيضاً أن نوضح للقارئ جدوى وأهمية دراسة أصول علم الاقتصاد السياسي، ذلك العلم الذي ينتفع به والذي ظلّمه الأقمون بتسميته بالعلم الكئيب Odd Science، فدراستنا لعلم الاقتصاد السياسي في رأبي أفضل ما تواجه به النكد العام، لأنها تفتح أمامنا آفاقاً رحبة لفهم الحياه وتغييرها إلى الأفضل.