

## الفصل الرابع

### السوق

إذا كانت المؤسسة تعتبر ركيزة من ركائز النظام الاقتصادي ، فإنها إطار معين يمارس فيه المنظم نشاطه الاقتصادي بالمزج بين عوامل الإنتاج بالنسب الفنية المثالية . على أن المؤسسة وإن كانت إطاراً عاماً لنشاط المنظم بأنها لا بد وأن تكون موجودة في إطار أشمل هي الدائرة التي تتعامل فيها والتي تعرض فيها إنتاجها وتشتري منها ما يلزمها من خدمات عوامل الإنتاج .

هذا الإطار العام الأشمل هو السوق .

وتحديد أثمان السلع والخدمات ، وأثمان خدمات عوامل 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 عوامل الإنتاج تؤثر في الأثمان التي تدفع لهذه العوامل ، وكذلك بالنسبة لتكاليف الإنتاج وتوزيع الدخل الناشئ من الناتج الكلي بين أصحاب عوامل الإنتاج وأخيراً يعتمد السوق على مدى المعلومات المتوفرة عن العرض والطلب في الماضي والحاضر ، وعلى مدى إمكانية وسهولة تحريك عوامل الإنتاج من خدمة لأخرى .

#### ١ - فكرة السوق :

قبل الكلام عن أشكال السوق لا بد من تعريف السوق ، حيث أن الأثمان والمنتجات تتحدد في أسواق معينة . فالسوق هي إطار يشتمل على مجموعة من المشترين والبائعين على اتصال وثيق ويمكن إجراء التبادل بينهم دون أية قيود . فبعض السلع لها سوق محلية وبعضها يعتبر سوقها عالمياً . ففي السلعة التي يكون سوقها محلياً نجد أن الاتصال يكون بين المنتجين المحليين فقط ، وذلك إما بسبب ارتفاع تكاليف النقل أو بحكم العادة . وهكذا نجد أن هذه السلعة يتحدد فيها الثمن والكمية في كل سوق منفصلة ، والإنتاج القومي كله هو عبارة عن الكميات التي تتحدد في كل سوق بصفة مستقلة .

ويجب أن نلاحظ أن الأسواق المحلية ليست معزولة كلية عن بعد . فإذا كانت فروق الثمن بين سوقين منفصلتين عن تكاليف النقل فإن السلع ستتحرك من سوق لأخرى ، وتصبح السوقان سوقاً واحدة ، وهناك سلع لها أسواق عالمية كالقطن مثلاً . هذه السلع يتحدد ثمنها بالعرض والطلب العالمى .

والعوامل التى تحدد نطاق السوق هى :

١ - سهولة الاتصال : أمكن بفضل وسائل الاتصال الحديثة ربط العالم كله بشبكة من المواصلات . وبهذا الشكل يمكن الاتصال بين بلد وآخر ، وكنتيجة لهذا فأصبح لبعض السلع أسواقاً عالمية كالقطن والقمح والشاى وبعض المعان .

٢ - العرف والعادات : كل بلد له تقاليد معينة ، وهذه جعلت لبعض السلع أسواقاً محلية لا تتعداها .

٣ - طبيعة السلعة : هناك سلع بطبيعتها ذات حجم كبير أو ثقيلة الوزن ، ومثل هذه السلع تميل أسواقها لأن تكون محلية كذلك قابلية السلع للعطب بسرعة تجعل سوق هذه السلعة محلية ، وإن كانت أسواق مثل هذه السلع بدأت فى الاتساع نتيجة بناء بواخر كبيرة مزودة بالتلآجات وأجهزة التبريد ، إلا أن اتساعها يكاد يكون محدوداً نسبياً . ومن السلع التى تتميز أسواقها بأنها لآبد وأن تكون محلية المياه والكهرباء ، فلا يمكن مد مواسير المياه لأبعاد غير محدودة . كما أن شبكة الكهرباء ليس من السهل نقلها لمسافات بعيدة إلا بتكاليف عالية . ولكن أمكن بالعمل الاستفادة من السد العالى فى توصيل شبكة الكهرباء من أسوان إلى القاهرة ثم إلى مديرية التحرير .

٤ - العوائق الصناعية : وتلعب العوائق الصناعية دوراً كبيراً فى تحديد نطاق السوق ففرش الرسوم الجمركية وتحديد حصص معينة ، كل ذلك يضيق من نطاق السوق . وبالعكس إلغاء الرسوم الجمركية يخلق أسواقاً مشتركة كالسوق الأوربية المشتركة ، ومن هنا كان الاتجاه إلى خلق سوق عربية مشتركة لتوسيع دائرة السوق أمام المنتجات العربية .

٢ - أشكال السوق :

هناك اعتبارات تؤثر فى شكل السوق أهمها :

١- تجانس المنتجات .

٢- عدد الباعين والمشتريين .

٣- الثمن السائد في السوق .

و على أساس هذه الاعتبارات تقسم السوق إلى مجموعتين رئيسيتين .

أولاً : سوق المنافسة الكاملة .

ثانياً : أسواق غير المنافسة الكاملة .

أولاً : سوق المنافسة الكاملة

تتميز هذه السوق بالخصائص الآتية :

١- ثبات الثمن .

٢- تجانس المنتجات .

٣- وجود عدد كبير من الباعين والمشتريين .

٤- صغر العرض لكل منتج على حدة وصغر حجم المشتريات لكل مشتري

بحيث لا يستطيع أى منها أن يؤثر فى حجم عمليات السوق .

متى وجدت الصفات السابقة اعتبرت السوق سوقاً منافسة صافية فإذا أضفنا إليها .

٥- العلم التام بظروف العرض والطلب والأثمان السائدة .

٦- إنعدام نفقة النقل .

ولكن لا يوجد من الناحية الواقعية ظروف تحقق تواجد سوق المنافسة الكاملة .

ثانياً : أسواق المنافسة غير الكاملة

إذا إنعدم شرط من الشروط السابقة يتحول السوق من سوق منافسة كاملة إلى أسواق المنافسة غير الكاملة ، وهذه الأسواق يمكن تقسيمها بصفة عامة إلى أربعة أنواع .

## ١ - المنافسة الاحتكارية :

تتميز هذه السوق بوجود عدد كبير من المشترين والبائعين ، ولكن كل منتج يستطيع أن يحدد سياسة مستقلاً عن سياسات الآخرين عن طريق تمييز المنتجات ، بحيث يبيع كل منتج سلعته بثمن يختلف عن أثمان المنتجين الآخرين . وفي هذه الحالة تكون مرونة الطلب أقل منها في حالة المنافسة الكاملة .

## ٢ - احتكار القلة :

في هذه السوق يكون عدد البائعين قليلاً ، ولكن يوجد بينهم علاقات تبادلية أى أن كل منتج يأخذ في الاعتبار رد فعل المنتجين الآخرين . وإذا أصبح عدد المؤسسات في السوق اثنين فقط فإن السوق حينئذ تكون ما يسمى بالاحتكار الثانى .

الأثمان فى هذه السوق مختلفة ، أما المنتجات فإنها متجانسة أو غير متجانسة .

## ٣ - الاحتكار المطلق :

وهى السوق التى يكون فيها منتج واحد يتحكم فى عرض السلعة ، أو مشترى واحد . ومنحنى الطلب هنا غير مرن . ويطلق على هذه السوق عادة الاحتكار .

## قيود الدخول إلى السوق وأثرها فى شكل السوق :

يتأثر شكل السوق بدرجة كبيرة بمدى الحرية الموجودة فى الدخول إلى السوق فقيود الدخول إلى السوق لا تؤثر فقط فى سلوك المؤسسة فى وقت معين ، وإنما لها أثر كبير فى اتجاهات الفترة الطويلة . ويكون الدخول حراً عندما لا تكون هناك أية قيود من أى نوع على المؤسسة فى أن تبدأ عملها الجديد فى أى وقت تشاء وبالطريقة التى تريدها . وقيود السوق تبدأ بالشكل البسيط الذى يمكن حله بسهولة إلى تلك التى تمنع المؤسسات الجديدة من الدخول بصرف النظر عن حافز الربح .

وتنشأ قيود السوق من عدة مصادر أهمها :

## ١ - تركيز عرض المواد الأولية :

عندما يكون عرض المواد الأولية محدوداً ولا توجد إلا منطقة معينة ، وعندما تمتلك المؤسسات الموجودة العرض الكلى من هذه المواد فإن المؤسسات الجديدة لا يمكنها والحالة هذه أن تدخل إلى السوق .

## ٢ - صعوبة الحصول على رأس المال النقدي :

الحصول على رأس المال النقدي يعتمد أولاً وقبل كل شيء على سلامة المركز الائتماني للمؤسسة ونظراً لعدم معرفة المصارف بالمؤسسات الجديدة فإن هذه المؤسسات كثيراً ما تجد صعوبات فى الحصول على رأس المال الضرورى حتى فى الفترات التى يكون فيها عرض المدخرات كبيراً . ولذلك يجب على المؤسسات الجديدة أن تبدأ رؤوس أموال المساهمين ، ثم إعادة استثمار الأرباح المتجزة . وعلى هذا الأساس نجد أن الأشخاص الذين لا يملكون موارد كافية يكون من الصعب عليهم القيام بأى مشروع مهما كانت درجة كفاءتهم ومهما كانت توقعات الربح المنتظرة .

## ٣ - القيود القانونية :

قد تضع الحكومة أحياناً قيوداً على الدخول فى أنشطة معينة ، كما قد تمنع الدخول فى السوق وجود علامة تجارية تحمى مخترعاً معيناً ، وكذلك الرسوم الجمركية المانعة لحماية الصناعات الوطنية . ومن قبل المنع القانونى منع إنشاء صناعات معينة فى أحياء معينة أو يشترط الحصول على ترخيص معين . وأهم هذه القيود هى التى تفرض على صناعات المنافع العامة ، فلا يجوز دخول مؤسسات جديدة إلا بموافقة السلطات الرسمية .

وبعض هذه القيود تفرض للمصلحة العامة فالرقابة على الدخول فى صناعات المنافع العامة مقصود به تبييد الموارد ووجود طاقة إضافية معطلة ، وكذلك تفرض هذه القيود لمصلحة فئة معينة عندما يطلب اتحاد الصناعات فرض الرسوم الجمركية أو منع التراخيص مثلاً .

## ٤ - الشهرة :

عندما تبنى مؤسسة ما شهرة عظيمة عن طريق الإعلان ، ومحفزات البيع المختلفة ، فإن المؤسسات الجديدة تجد صعوبة فى منافسة هذه المؤسسة فى ميدان

تخصصها لأن تحويل المستهلك الذى ارتبط مع المؤسسة الأولى برباط قوى ، يحتاج إلى نفقات ضخمة قد لا تقدر عليها مؤسسة جديدة .

#### ٥ - الظروف الفنية للإنتاج :

تحتاج بعض الصناعات إلى حجم كبير من الإنتاج حتى يمكن تخفيض التكاليف . وهناك معدات رأسمالية معينة لا يمكن أن تستخدم إلا إذا كان حجم الإنتاج كبيراً ، ولذلك فإن المشاكل التى ستصادف المؤسسة الجديدة ستكون كبيرة وليس من السهل عليها حلها . فلا يمكن خلق حجم كبير من المبيعات بين يوم وليلة وخاصة إذا كانت المؤسسات الموجودة قد ثبتت أقدامها وأصبح لها شهرة كبيرة . فإذا دخلت مؤسسة جديدة هذا الميدان فلا بد أنها تتعرض لخسائر جسيمة لفترة طويلة ، وإذا لم يكن لدى ملاك المشروع قدراً كبيراً من رأس المال النقدى فإن الأمر لا بد وأن ينتهى بالمؤسسة الجديدة إلى الإفلاس قبل أن تقف على أقدامها ولهذا تعتبر الشهرة عائقاً هاماً أمام دخول المؤسسة الجديدة .

#### ٦ - مشاكل التوزيع :

إن الصعوبات لا تكمن فى جانب الإنتاج فحسب ، وإنما قد يحدث أن تجابه المؤسسات الجديدة صعوبات كبيرة فى إيجاد العملاء المناسبين الذين سيتعاملون معها إذا امتنع تجار الجملة وتجار التجزئة فى التعامل فى سلع جديدة لم يتعودوا عليها بعد .

#### الكمال فى ظروف السوق :

تحديد الثمن والإنتاج يتأثران لا بعلاقات السوق السائدة بين مختلف البائعين والمشتريين فحسب ، وإنما أيضاً بالعوامل الأخرى التى تؤثر فى تصرفات مختلف الوحدات فى النظام الاقتصادى وهناك نوعان رئيسيان من هذه العوامل :

١ - مدى المعرفة الموجودة عن ظروف السوق ، وتحرك العوامل المختلفة للتعامل مع بعضها البعض .

٢ - الانحرافات عن المعرفة التامة ، أو تحرك العوامل التى تعرف بنقائص السوق ، وفى السوق التى لا توجد فيها نقائص ، كظروف المنافسة التامة نجد أن كل البائعين والمشتريين لديهم معرفة تامة عن أحوال السوق ، ولا توجد فى مثل هذه السوق الانحرافات التى تمنع تعادل العرض والطلب . وكل وحدة موجودة

فى السوق تعلم جيداً كل ظروف التكاليف ولذلك فإنها تستطيع زيادة الأرباح إلى أقصى حد ممكن فى كل الأوقات طالما أن كل وحدات عوامل الإنتاج قادرة على الحركة بحرية ، وهى تتحرك دائماً نحو الوضع الأمثل للتوظيف .

وفكرة الكمال يمكن تطبيقها أيضاً فى سوق المنافسة غير التامة . ففى المنافسة الاحتكارية يحتاج الكمال إلى التحرك التام لعوامل الإنتاج والمعرفة التامة من جانب البائعين للتكاليف وحجم الطلب حتى يمكنهم وضع الأثمان المثالية . وفى إحتكار القلة يحتاج الكمال إلى تعرف المؤسسات لرد فعل المنافسين ، وكل ما يتعلق بزيادة الأرباح إلى حدها الأقصى .