

المحاضرة 6 - السوق وآليات تحديد الأسعار

أولاً: مفهوم السوق

يُعدّ السوق من المفاهيم الأساسية في علم الاقتصاد، إذ يمثل المكان الذي تلتقي فيه قوى العرض والطلب لتحديد الأسعار وتبادل السلع والخدمات.

ولا يُقصد بالسوق بالضرورة المكان الجغرافي فقط، بل كل وسيلة يتم من خلالها التواصل بين البائعين والمشتريين لإتمام عملية التبادل.

تعريف السوق اقتصادياً:

هو الإطار الذي يتم فيه التقاء العرض (من جانب المنتجين) والطلب (من جانب المستهلكين) لتحديد الأسعار والكميات المتبادلة من السلع والخدمات.

أشكال السوق من حيث المفهوم:

سوق مادية (كالأسواق التجارية والمحلات)

سوق افتراضية (كالأسواق الإلكترونية والبورصات)

ثانياً: وظائف السوق

يقوم السوق بعدة وظائف اقتصادية مهمة، من أبرزها: تحديد الأسعار:

من خلال التفاعل بين العرض والطلب، يتحدد سعر التوازن الذي يرضي الطرفين. توزيع الموارد:

يوجّه السوق الموارد الاقتصادية نحو الأنشطة الأكثر ربحية وكفاءة. تنسيق القرارات الاقتصادية:

يساعد السوق على تنسيق قرارات المنتجين والمستهلكين دون الحاجة إلى تدخل مباشر من الدولة. تحقيق الكفاءة الاقتصادية:

فالسوق التنافسي يشجع المنتجين على تحسين الجودة وتقليل التكاليف. تحفيز الابتكار والإنتاج:

المنافسة داخل السوق تدفع المنتجين إلى التجديد وتطوير المنتجات والخدمات.

ثالثاً: خصائص السوق

تتسم الأسواق بعدة خصائص تميزها عن غيرها من المؤسسات الاقتصادية، منها: وجود عدد من المشتريين والبائعين.

حرية الدخول والخروج من السوق.

تجانس السلع أو تمايزها.

توفر المعلومات عن الأسعار والمنتجات.

وجود نظام تسعيري مرن يعتمد على العرض والطلب.

رابعاً: أنواع وأشكال الأسواق

يمكن تصنيف الأسواق وفق عدة معايير، أهمها:

1. حسب طبيعة السلع والخدمات:

سوق السلع والخدمات الاستهلاكية.

سوق عوامل الإنتاج (سوق العمل، رأس المال، الأرض...)

2. حسب النطاق الجغرافي:

سوق محلية (داخل مدينة أو منطقة)

سوق وطنية (على مستوى الدولة)

سوق دولية (تشمل عدة دول، مثل سوق النفط العالمية)

3. حسب درجة التنظيم:

سوق منظمة: مثل البورصات.

سوق غير منظمة: مثل الأسواق الشعبية.

4. حسب طبيعة المنافسة:

سوق المنافسة الكاملة.

سوق المنافسة الاحتكارية.

سوق الاحتكار القلة.

سوق الاحتكار التام.

خامساً: مفهوم المنافسة وهيكل السوق

المنافسة:

هي الحالة التي يسعى فيها عدد من المنتجين إلى بيع منتجات متشابهة أو بديلة، فيحاول كل منهم جذب المستهلكين عن طريق تحسين الجودة وتخفيض الأسعار.

هيكل السوق:

هو الإطار الذي يحدد طبيعة المنافسة وعدد البائعين والمشتريين ومدى سيطرة كل منهم على الأسعار.

أهم هيكل السوق:

سوق المنافسة الكاملة:

عدد كبير من البائعين والمشتريين.

تجانس السلع.

حرية الدخول والخروج.

لا يملك أي فرد تأثيراً على السعر.

السعر يتحدد تلقائياً بقوى العرض والطلب.

سوق الاحتكار التام:

بائع واحد فقط.

يحدد السعر والكمية المنتجة.

لا توجد بدائل قريبة للسلعة.

سوق احتكار القلة (الأوليغوبول)

عدد قليل من الشركات الكبرى تسيطر على السوق.

قرارات كل شركة تؤثر على الأخرى (مثل شركات السيارات)

سوق المنافسة الاحتكارية:

عدد كبير من البائعين يقدمون منتجات متشابهة ولكن غير متطابقة (مثل المقاهي، محلات الملابس)

تميز المنتج يلعب دوراً في جذب المستهلكين.

سادساً: آليات تحديد الأسعار

تُعدّ آلية العرض والطلب الأساس في تحديد الأسعار داخل السوق.

1. الطلب:

هو الكمية التي يرغب المستهلكون في شرائها من سلعة معينة عند مستويات مختلفة من الأسعار، وخلال

فترة زمنية محددة.

قانون الطلب:

كلما ارتفع السعر قلّت الكمية المطلوبة، وكلما انخفض السعر زادت الكمية المطلوبة، مع ثبات العوامل

الأخرى.

2. العرض:

هو الكمية التي يكون المنتجون على استعداد لبيعها من سلعة معينة عند أسعار مختلفة وخلال فترة محددة.

قانون العرض:

كلما زاد السعر زادت الكمية المعروضة، وكلما انخفض السعر قلّت الكمية المعروضة.

3. تفاعل العرض والطلب (نقطة التوازن)

تتقاطع منحنيات العرض والطلب عند نقطة التوازن.
عند هذه النقطة يتحدد سعر التوازن والكمية المتوازنة.
إذا كان السعر أعلى من التوازن → يحدث فائض في العرض.
إذا كان السعر أقل من التوازن → يحدث نقص في العرض.

4. تدخل الدولة في تحديد الأسعار:

في بعض الحالات، قد تتدخل الدولة لتصحيح اختلالات السوق من خلال:

تحديد سعر أدنى (سعر ضمان)

تحديد سعر أقصى (لحماية المستهلك)

دعم السلع الأساسية أو فرض ضرائب.

خلاصة

السوق هو الإطار الذي تلتقي فيه قوى العرض والطلب لتحديد الأسعار والكميات. تختلف أنواع الأسواق حسب طبيعتها وهيكلها. المنافسة هي المحرك الأساسي لكفاءة السوق. آلية العرض والطلب تحدد الأسعار تلقائياً في الاقتصاد الحر. تدخل الدولة يكون ضرورياً في حال وجود اختلالات أو احتكارات.