

تلخيص الدرس

كيف تُحدّد أسعار السوق؟

العرض والطلب في السوق الحر

ما هو السوق الحر ومن هم الأطراف الفاعلة فيه؟

تعريف السوق:

السوق هو المكان الذي يلتقي فيه المشترون والبائعون (المستهلكون والمنتجون) الذين يتبادلون السلع والخدمات.

آلية السوق الحر (المنافسة الحرة):

هي حالة يتم فيها التبادل التجاري بين المستهلكين والمنتجين بأقصى درجة من الكفاءة. ويقوم السوق الحر على سبعة شروط أساسية: وجود عدد كبير من المنتجين والمستهلكين؛ عدم وجود تكتلات أو احتكارات (كارتلات)؛ توافر معلومات كاملة لجميع الأطراف عن المنتجات؛ اعتبار السعر معطًى ثابتاً بالنسبة للفرد؛ بيع منتج متجانس؛ حرية انتقال عوامل الإنتاج؛ وعدم تدخل الحكومة في الأسواق. وفي هذا السوق، يتحدد السعر فقط من خلال التقاء عرض المنتجات مع طلب المستهلكين.

الأطراف الفاعلة ودورها في السوق:

- **المستهلك (المشتري):** يمثل "الطلب في السوق" (Demand). ويتمثل دوره في شراء السلع والخدمات التي تلبي احتياجاته.
- **المنتج (البائع):** يمثل "العرض في السوق" (Supply). ويتمثل دوره في إنتاج وبيع السلع والخدمات في السوق.

التفاوض بين الأطراف وتحديد السعر

● السعر هو نتيجة التقاء:

لا تُحدّد أسعار السلع والخدمات في الاقتصاد بصورة عشوائية من قبل البائعين وحدهم أو من قبل المشتريين وحدهم، وإنما تتحدد نتيجة التفاوض والتفاعل بين قوتين: كمية المنتجات المتوافرة في السوق (العرض) مقابل عدد الأشخاص الذين يرغبون في شرائها ويستطيعون دفع ثمنها (الطلب).

● سلوك المستهلكين (الطلب):

يسعى المستهلكون إلى تلبية احتياجاتهم، ويستجيبون للسعر بعلاقة عكسية؛ فكلما ارتفع السعر اشتروا كمية أقل.



ويمكن أن يتغير الطلب لديهم (ارتفاعاً أو انخفاضاً) بسبب عوامل خارجية، مثل: تغير الأذواق، وارتفاع أو انخفاض مصروف الجيب والأجور (الدخل المتاح)، وتغير أسعار المنتجات البديلة أو المنتجات المكملة، وتغير عدد المشترين في السوق.

● سلوك المنتجين (العرض):

يعرض المنتجون السلع ويستجيبون للسعر بعلاقة طردية؛ فكلما ارتفع السعر في السوق، زاد الحافز لديهم للإنتاج والبيع. وتتغير قدرتهم على عرض المنتجات وفقاً لتكاليف الإنتاج (المواد الخام، والأجور، والضرائب)، وإدخال التقنيات الحديثة والأنظمة الآلية، والكوارث الطبيعية أو الأحوال الجوية، وعدد المنافسين والمتاجر العاملة في السوق.

العوامل المؤثرة في الطلب والعرض

العوامل التي تؤدي إلى تغيرات في الطلب (سلوك المستهلكين):

● التغيرات في الأذواق والتفضيلات:

عندما يزداد إقبال المستهلكين على منتج معين (على سبيل المثال نتيجة إعلان إيجابي، أو موضوعة، أو طلب موسمي)، يزداد الطلب على المنتج ويرتفع سعره. وإذا حدث تغير سلبي في الأذواق (مثل الشائعات أو الأخبار السلبية)، ينخفض الطلب وينخفض السعر.

● التغيرات في الدخل المتاح:

عندما يتوافر لدى المستهلكين دخل أكبر (بسبب المنح الحكومية، أو المخصصات، أو تخفيض ضريبة الدخل)، تزداد قدرتهم الشرائية، فيرتفع الطلب على المنتجات ويرتفع السعر.

● سعر المنتج البديل:

المنتج البديل هو منتج يلبي الحاجة نفسها ويُستهلك بدلاً من المنتج الأصلي (مثل الكولا والسبرايت، أو الملف والدفتر). فإذا كان سعر المنتج البديل أقل، ينتقل المستهلكون إليه، فينخفض الطلب على المنتج الأصلي (مما يؤدي إلى انخفاض سعره).

● سعر المنتج المكمل:

المنتج المكمل هو منتج يُستهلك مع منتج آخر (مثل الآيفون والشاحن، أو السيارة والوقود). فإذا ارتفع سعر أحد المنتجين، اشترى المستهلكون منه كمية أقل، وبالتالي ينخفض أيضاً الطلب على المنتج المكمل له.

● عدد المستهلكين في السوق:

كلما انضم مستهلكون جدد إلى السوق (على سبيل المثال نتيجة موجة هجرة إلى البلاد)، ارتفع الطلب العام على المنتجات في ذلك السوق، والعكس صحيح.



العوامل التي تؤدي إلى تغيرات في العرض (سلوك وقدرة المنتجين):

- **التغيرات في تكاليف الإنتاج:**

تشمل نفقات المواد الخام (مثل: انخفاض سعر السكر، أو ارتفاع سعر النفط عالمياً)، وأجور العمال، والفوائد على القروض المخصصة لتطوير المشروع. وكلما انخفضت تكاليف الإنتاج، أصبح من الأسهل على المنتج زيادة العرض (مما يؤدي إلى انخفاض سعر السوق). أما ارتفاع أسعار المواد الخام أو فرض الضرائب على المنتجين، فيزيد من تكلفة الإنتاج، ويقلل العرض، ويرفع السعر على المستهلك.

- **التطور التكنولوجي:**

إن إدخال الأنظمة الآلية، والتكنولوجيا الحديثة، وتحسين أساليب العمل يجعل عملية الإنتاج أسهل وأقل تكلفة، مما يتيح للمنتجين زيادة العرض في السوق، ويؤدي إلى انخفاض السعر بالنسبة للمستهلك.

- **العوامل الطبيعية والأحوال الجوية:**

تؤدي الكوارث الطبيعية، أو الجفاف، أو الأحوال الجوية القاسية إلى الإضرار بالقدرة على إنتاج المواد الخام (مثل تضرر المحاصيل الزراعية). ويؤدي هذا الضرر إلى حدوث نقص في الإنتاج، وانخفاض العرض، وارتفاع أسعار السوق، والعكس صحيح.

- **عدد المنتجين في السوق:**

إن دخول متاجر، أو شركات، أو بنوك جديدة إلى قطاع معين يزيد من كمية المنتجات المتاحة. وتؤدي هذه الزيادة في عدد المنتجين إلى زيادة العرض العام، وإلى انخفاض الأسعار نتيجة المنافسة.

