

المقرر / اقتصاديات الإنتاج الحيوانى والداجنى

محاضرة الأسبوع العاشر

إعداد

أ.د/ عفاف عبد المنعم محمد

د/ فيروز أحمد عبد المالك

الأسواق

• مفهوم السوق:

تتكون الأسواق من مجموعة من البائعين والمشتريين على اتصال وثيق فيما بينهم يتم فيها تبادل السلع والخدمات المنتجة. وقد تكون هذه الأسواق متصلة ببعضها أو قد تكون معزولة كلياً أو جزئياً عن بعضها.

• أشكال السوق :

تتوقف الدرجة التي تختلف بها الأشكال المتعددة للأسواق على مدى تأثير كل من البائع أو المشتري على السعر السائد في السوق وتتوقف درجة الاختلاف على العوامل التالية :

- درجة تجانس السلعة أو الخدمة المنتجة.

- عدد البائعين في السوق.

- عدد المشتريين في السوق.

- درجة التعاون أو الاستغلال بين البائعين أو المشتريين.

يقصد بتجانس السلعة أو الخدمة المنتجة:

- أن المشتري ينظرون إلى الوحدات المنتجة والمعروضة للبيع لمختلف البائعين على انها واحدة وليس بينها أى اختلاف، وكذلك فإن البائعين ينظرون إلى المشتريين على أنهم جميعا سواء لا يختلف واحد عن الآخر. والتجانس فى مفهومه هذا له أهميته الكبرى فى تحديد درجة الحرية التى تتصرف فى إطارها كل وحدة إنتاجية والتى تعتبر حافزا لها عند وضع سياستها الإنتاجية مستقلة عن باقى الوحدات الإنتاجية ، إما إذا انعدم شرط التجانس هذا، بأن تصبح الوحدات المنتجة من سلعة أو خدمة ما بمختلف المنتجين غير متشابهة تماما.

أحوال السوق

• تتأثر طريقة تحديد السعر والكمية المنتجة لسلعة أو خدمة بالعوامل التالية:

➤ نوع العلاقات السائدة في السوق بين البائعين والمشتريين

➤ وجود الأنظمة والقوانين السائدة في المجتمع والتي تحدد نشاط مختلف الوحدات الاقتصادية في المجتمع

➤ مستوى المعرفة المتوفرة عن أحوال السوق لمختلف الأفراد .

➤ مستوى قابلية عناصر الإنتاج على الانتقال من استخدام إلى آخر.

فالحالات التي تقل فيها المعرفة بأحوال السوق من جانب بعض الأفراد والتي تقل فيها قدرة عناصر الإنتاج على الانتقال من صناعة إلى أخرى تعرف بحالات عدم الكمال.

• المعرفة غير الكاملة :

• يعتبر عدم توافر المعلومات من جانب أصحاب عناصر الإنتاج وأصحاب الأعمال من أهم مصادر عدم الكمال في سوق من الأسواق ، فالعمال مثلا قد لا تكون لديهم المعلومات الكافية عن احتمالات العمالة المتوفرة في صناعات أخرى أو في وحدات إنتاجية أخرى بنفس الصناعة ، وقد تكون معلومات رجال الأعمال عن احتمالات الربح عند إنشائهم مشروعات إنتاجية جديدة محدودة ، كما قد تكون معلومات بعض البائعين عن الكميات المتوقعة بيعها عند مستويات الأسعار المختلفة غير كافية، وقد يكون بالتالي من الصعب نتيجة هذه العوامل تحقيق أكبر مستوى للدخل لتلك الفئات، ويمكن القول بأنه نتيجة لعدم كمال المعرفة بأحوال السوق فإن كمية الناتج لمختلف السلع والخدمات تكون مخالفة لما قد تكون عليه في حالة توفر المعرفة .

انتقال عناصر الإنتاج

أولاً: عوائق دخول وحدات جديدة إلى الصناعة:

١ - العرض المحدود للمواد الخام:

قد تتواجد المواد الخام اللازمة للصناعة في أماكن قليلة وبكميات محدودة ، وفي نفس الوقت يكون العرض الكلي في أيدي وحدات إنتاجية قليلة .

٢ - صعوبة الحصول على رأس المال:

تتوقف القدرة على الحصول على رأس المال الأول على سمعة الفرد الائتمانية ، لذا تجد كثير من الواحدات الإنتاجية الجديدة صعوبات في الحصول على القروض اللازمة لها نظراً لحداتها في السوق المالية ، وتظهر خطورة ذلك العائق في خطوط الإنتاج التي تستلزم كميات ضخمة من الاستثمارات الأولية.

٣ - عوائق قانونية :

فإن التعريفات الجمركية قد تحمي المنتجات المحلية من منافسة المنتجات الأجنبية ، واقوى العوائق القانونية هي التي توجد في صناعة الخدمات العامة والتي يتسنى فيها للوحدات الإنتاجية الحصول على إذن من السلطات الحكومية قبل دخول ميدان الإنتاج.

٤ - السمعة المكتسبة :

يلاحظ أن بعض الوحدات الإنتاجية في كثير من الأحيان قد كونت لمنتجاتها سمعة ممتازة وذلك عن طريق الدعاية المنظمة أو عن طريق استخدام وسائل البيع الحديثة ، لذا قد نجد الوحدات الإنتاجية الجديدة صعوبة كبيرة في الدخول إلى الصناعة ، وبالتالي في الحصول على نصيب من الكميات المباعة في السوق .

تابع العوامل المؤثرة على انتقال عناصر الإنتاج

• ٥- ظروف الإنتاج التكنولوجية:

• يستلزم استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة للإنتاج فى كثير من الصناعات أن يكون حجم الإنتاج كبيرا جدا حيث تتوقف بعض السلع الرأسمالية على كبر حجم إنتاجها . لذا تقابل الوحدات الإنتاجية الجديدة صعوبات كثيرة عند بدء إنتاجها وذلك لعدم حصولها على نصيب كبير من إجمالي المبيعات عند بدء إنشائها ، وبالتالي تصاب بخسائر كبيرة.

• **ثانيا: صعوبة تكيف عناصر الإنتاج للاستخدامات الجديدة:**

• يتحدد انتقال عناصر الإنتاج من صناعة إلى أخرى كنتيجة لتغير ظروف العمل بمدى قابلية عناصر الإنتاج للتعبير لتلائم مستلزمات الاستخدامات الجديدة لها ، وتشاهد المشكلة بوضوح فى انتقال العمال من حرفه إلى أخرى تصادفه صعوبات كثيرة ، فالعمال المدربون على عمليات إنتاجية خاصة يكون من الصعب تحويلهم إلى عمليات جديدة ، كذلك فإن الانتقال الجغرافى للعمال أى انتقالهم من منطقة إلى أخرى يحده كثير من العوامل مثل تكاليف الانتقال نفسها والروابط العائلية وتفضيل الإقامة فى مكان عن آخر .

الأشكال الرئيسية للسوق

سوق المنافسة الكاملة :

يعرف سوق المنافسة الكاملة بأنها السوق التي تعجز فيها المنشأة الفردية على التأثير على الأسعار السائدة بالسوق و في هذه السوق تتفاعل قوى العرض و الطلب لتحديد الأسعار، و يعرف عن طريق تغيرات عرض منتجاتها بمفردها السعر الذي يتقرر بآليات السوق المتمثلة في (تحديد السعر عن طريق قوى العرض والطلب بالتنظيم الآلى للسعر أى العرض والطلب. وهو السعر الذي يتساوى عنده الكميات المطلوبة بالكميات المعروضة

أهم خصائص سوق المنافسة الكاملة:

- أن تكون السوق مكونه من عدد كبير من البائعين و المشترين بحيث أن سلوك كل منهم بصفة انفرادية سواء من ناحية القرارات التي يتخذها بالبيع أو الشراء.
- تجانس السلعة : وهي تعنى أن تكون السلعة المنتجة أو المعروضة للبيع فى السوق متماثلة تماما.
- توافر المعلومات والأنباء التسويقية للمتعاملين في السوق ، حيث أن السوق هي شبكة اتصالات ومعلومات و على كل وحدة إنتاجية أو استهلاكية أن تكون على معرفة تامة بظروف و أحداث السوق و كميات و نوعيات السلع المعروضة.
- حرية انتقال الموارد الاقتصادية من وإلى الصناعة في أى وقت وفى أى زمان .
- عدم وجود قيود من أى نوع تعوق تقلب الأسعار صعودا أو هبوطا مثل التدخل الحكومي في وضع قيود على الكميات المنتجة من السلعة أو تقييد الاستهلاك مثل نظام توزيع بعض السلع كحصص البطاقات.

سوق الاحتكار الكامل

- يعني الاحتكار الكامل وجود منتج واحد داخل الصناعة أى وجود بائع واحد يواجه بمفرده دالة طلب السوق للسلعة التي ينتجها، و يكون هو المتحكم فى الكمية المعروضة من السلعة فى السوق، ومن ثم يكون له تأثير على سعر السلعة ولكي توصف السوق بأنها احتكار مطلق فلا بد من توافر الشروط أو الخصائص
- **خصائص سوق الاحتكار الكامل :**
- وجود بائع واحد أو منتج واحد (للسلعة داخل الصناعة)
- وجود سلعه لا بديل لها ، أى أنها غير قابلة للإحلال تماما محل أى سلعه أخرى.
- المنتج الوحيد يستطيع منع المنتجين الآخرين من دخول الصناعة ، و ذلك إما لتمتعه بمزايا طبيعية مثل القرب من أماكن المادة الخام أو قانونية (مثل براءة الاختراع (أو إدارية) مثل حق الامتياز الحكومي أو أنه يتبع سياسات سعرية لا تجذب المنتجين الآخرين للدخول فى الصناعة.
- وجود عدد كبير من المشترين.
- صعوبة دخول أو عدم إمكانية دخول منتجين أو منشآت جديدة مجال الصناعة، و من أمثلة الاحتكار المطلق شركات الكهرباء أو المياه أو هيئة التليفونات

سوق المنافسة الاحتكارية

• وهى سوق وسط بين سوق المنافسة الكاملة و سوق الاحتكار الكامل، و إن كانت أقرب إلى المنافسة الكاملة ، فهي تماثل سوق المنافسة الكاملة فى كثرة عدد المنتجين ، و كذلك وجود أنواع من السلع تعتبر بدائل لبعضها ، و تماثل سوق الاحتكار فى قدرة كل منتج على خلق سوق مستقل لسلعته نتيجة التمييز السلعي) الاختلاف فى مواصفات نفس السلعة (أى أنه فى سوق المنافسة الاحتكارية يوجد طلب مستقل و مستهلكين مستقلين لإنتاج كل وحدة إنتاجيه من السلعة التي تختلف فى مواصفاتها عن نظيرتها المنتجة من الوحدات الإنتاجية الأخرى . و لكي يمكن الحكم على سوق سلعة ما بأنها سوق منافسة احتكارية فإنه لابد من توافر الشروط التالية :

• خصائص سوق المنافسة الاحتكارية :

- دخول المنشآت أو المنتجين الجدد إلى ميدان الصناعة رغم أنه متاح و ممكن إلا أنه قد يكون مصحوبا بكثير من العقبات على عكس الحال فى المنافسة الكاملة، حيث أن المحكر فى هذه الحالة ينتج سلعه لها سمة جديدة غير نظيرتها المتاحة بالسوق ، وهو ما يتطلب جهودا إعلانية لتعريف المستهلك بها ، و من ثم خلق الطلب عليها.
- وجود عدد كبير من البائعين الذين يتصرفون و كل منهم مستقل عن الآخر ، أى أن كل منتج أو بائع أو كل منشأة تقوم بإنتاج نسبة صغيرة من حجم الإنتاج الكلى المعروض فى السوق.
- عدم تجانس السلعة المنتجة ، بمعنى وجود نوع من التمييز السلعي ، فبالرغم من أن جميع المنتجين فى الصناعة ينتجون نفس السلعة ، إلا أن السلع المنتجة لا تكون بدائل كاملة لبعضها لوجود التمييز السلعي مثل الاختلافات الطبيعية فى مواصفات الناتج ، أو اختلاف طريقة التعبئة، إلى غير ذلك من المواصفات.

التمييز السعري

• توجد حالة التمييز في الأسعار عندما يقوم المحتكر ببيع نفس السلعة بأسعار مختلفة، وتأتي أهمية التمييز في الأسعار نتيجة لزيادة المبيعات على الإيراد الكلى. وحتى تنجح سياسة التمييز في الأسعار فإنه يجب أن تباع السلعة في أسواق منفصلة تختلف فيها مرونة الطلب السعرية. كأن تكون مرونة الطلب في أحد الأسواق أعلى أو أقل من مرونة الطلب في السوق الأخر، ويساعد على انفصال الأسواق عوامل كثيرة، جغرافية وفنية واقتصادية واجتماعية.

١. فقد يكون الانفصال في الأسواق بسبب العوامل الجغرافية حيث يقوم المحتكر ببيع السلعتين في سوقين يبعد كل منهما عن الأخر أو يتعذر إعادة نقل السلع المبيعة من أحدهما إلى الأخر بسبب مشاكل المواصلات أو ارتفاع تكاليف النقل والرسوم الجمركية. ويحاول المحتكر ان يستفيد من هذا الانفصال بين الأسواق بإتباع سياسة سعرية تمييزية حيث يتم البيع في الأسواق الداخلية مثلا بأسعار أقل او أعلى من بيع نفس السلعة في الأسواق الخارجية.

٢. قد يكون الانفصال بين الأسواق راجعا إلى اعتبارات اقتصادية واجتماعية، وذلك عندما يتميز كل سوق بمجموعة أو فئات معينة من المستهلكين تختلف من حيث السن أو الذوق او الدخل عن فئات المستهلكين في السوق الأخر. وعادة ما تكون مرونة الطلب لدى المجموعات المختلفة من المستهلكين في الأسواق المنفصلة مختلفة.

شروط التمييز السعري:

• يتوقف نجاح سياسة التمييز السعري على تحقق الشروط التالية:

١. ضرورة انفصال السوقين حيث تباع نفس السلعة لمجموعتين مختلفتين من المستهلكين.

٢. ضرورة اختلاف مرونة الطلب السعرية في كل من السوقين.

٣. أن يكون انفصال السوقين بالقدر الذى يجعل من غير المزيج محاولة إعادة شراء السلعة من السوق الذى تباع فيه بسعر منخفض لإعادة بيعها فى السوق الذى تباع فيه بسعر مرتفع.

سوق احتكار القلة

- يوجد هذا النوع من الأسواق عندما يسيطر عدد قليل من المنتجين أو البائعين على سلعة في السوق، ويكون لكل منهم نصيب كبير في السوق ، و بدرجة تجعل قرارات و سياسات أى منهم مؤثرة على باقي المنتجين . و حيث أن كل منتج يعرض نسبة كبيرة من إجمالي إنتاج الصناعة ، فان الإجراءات التي يتخذها أى منتج بغرض زيادة نصيبه في السوق سيكون لها أثر مباشر و فوري على باقي المنافسين .
- و في هذا النوع من الأسواق يجب التمييز بين نوعين من الاحتكار : أولهما الاحتكار المتعدد البحت و يتسم بتجانس وحدات الناتج من السلعة لدى مختلف المحتكرين . و ثانيهما الاحتكار المتعدد المميز و يتسم بعدم تجانس وحدات الناتج من السلعة الواحدة لدى مختلف المحتكرين

• خصائص سوق احتكار القلة :

- (١) وجود عدد قليل من البائعين بحيث يكون لإجراءات أحدهما أثارا جوهري على الآخرين .
- (٢) السلعة المنتجة قد تكون متجانسة كما هو الحال في المنافسة الكاملة ، وقد تكون سلعة تتسم بالتمييز كما هو الحال في المنافسة الاحتكارية . ففي حالة احتكار القلة لإنتاج المواد الخام ، أو السلع النصف مصنعه فان السلع المنتجة غالبا ، تكون متجانسة، أما في حالة احتكار القلة لإنتاج السلع نهائية الصنع فان السلع المنتجة غالبا ما تكون سلع غير متجانسة أى تتسم بالتمييز السلعي و ذلك كما هو الحال في إنتاج السيارات.
- (٣) دخول منتجين جدد إلى ميدان الصناعة و إن كان ممكنا إلا انه تعترضه بعض الصعوبات ، ففي ظل احتكار القلة فان دخول منتج جديد إلى ميدان الصناعة يتطلب من المنافس الجديد أن يكون من البداية منتج كبير و من ثم فانه يصعب دخول منتجين ذوى أحجام إنتاجية صغيرة . هذا بالإضافة إلى أن دخول منتجين جدد إلى ميدان الصناعة في حالة احتكار القلة يستلزم جهدا كبيرا في الإعلان لتعرف المستهلك على نوعية السلعة ذات السمة الجديدة ، و من ثم خلق الطلب عليها حتى يمكن اكتساب حصة من السوق لبيعها