

محاضرة هياكل السوق

مفهوم السوق

السوق: عبارة عن المكان الذي تلتقي فيه قرارات البائعين والمشتريين بشأن تبادل السلع والخدمات.
السوق : هو العملية التي يتم من خلالها تلاقي رغبات البائعين والمشتريين و تحديد الأسعار والكميات المتبادلة من السلع والخدمات.

العوامل لتحديد نطاق ونوع السوق :

- 1 - عدد البائعين أو المنتجين و المشتريين للسلعة أو الخدمة .
- 2- سهولة الحصول على المعلومات
- 3- درجة تجانس السلعة أو الخدمة المنتجة .
- 4- طبيعة السلعة ونوعها .
- 5- مدى سهولة دخول الاسواق

انواع اصناف السوق : للسوق أربعة أشكال هي:

أولاً// هو سوق المنافسة الكاملة ولها شروط ، وهذه السوق إذا نظرنا إلى شروطها ربما يستحيل أن توجد في حياة الواقع لأن شروطها شروطاً غير ممكنة التحقق فهي أقرب إلى سوق تخيلية لا وجود لها إلا في أذهان الاقتصاديين لأغراض التحليل الاقتصادي. فما هي شروط المنافسة الكاملة؟

الشرط الأول: وهو تجانس السلع المنتجة فسوق المنافسة المتكاملة يشترط فيها هذا الشرط أن تكون السلع المنتجة متجانسة، سلع تتوافق في خصائصها ومواصفاتها بشكل كامل بمعنى أن ما ينتجه المصنع (أ) يساوي في جودته ما ينتجه المصنع (ب) يساوي في جودته ما ينتجه المصنع (ج) وبالتالي تكون السلع التي تنتجها المصانع الأخرى بديلاً تاماً للسلعة.

الشرط الثاني: وجود عدد كبير من البائعين أو المشتريين، والحقيقة أن المقصود هو وجود عدد كبير جداً من البائعين أو المشتريين، ومقياس العدد أو الكثرة يمكن التوصل إليه بأنه يصل إلى الحد الذي ينعدم فيه تأثير أي بائع أو مشتري بمفرده على السعر السائد في السوق عندما يكون عدد البائعين والمشتريين كبير جداً إلى درجة أنه لا يتمكن بائع بمفرده ولا مشتري بمفرده أن يؤثر في السعر السائد في السوق؛ يكون قد تحقق شرط من شروط المنافسة الكاملة وأي شرط من شروط المنافسة الكاملة يتحقق يكون شرط ضروري وليس شرط كافياً، إذاً لابد من توافر جميع هذه الشروط حتى توصف السوق بأنها سوق منافسة كاملة.

الشرط الثالث: حرية الدخول والخروج من وإلى السوق، هذا أيضاً شرط أساسي من شروط المنافسة الكاملة ويقصد به عدم وجود أي عوائق أو قيود تحول دون من يريد الدخول مع زمرة المنتجين لهذه السلعة، وأيضاً أن لا تكون هناك قيود تحول بين من أراد أن يصفي مشروعه ويخرج من السوق، لا بد أن تكون هذه الحرية مكفولة، وأن تكون هناك سهولة لمن أراد النفوذ أو الخروج من السوق لكي توصف بأنها سوق منافسة كاملة.

الشرط الرابع: المعرفة التامة لأحوال السوق من قبل الباعة والمشتريين، فيشترط أن يكون الباعة والمشتريين على حد سواء في العلم بأحوال السوق، على علم بما يجري في السوق من تغيرات وعلى علم بالكميات المعروضة والمطلوبة من السوق وعلى علم بكل الأمور التي لها تأثير مباشر أو غير مباشر بالسوق، بحيث لا يبيع البائع السلعة بسعر أقل مما تستحق ولا أيضاً يظلم المشتري فيشتري السلعة بأكثر مما تستحق، وحقيقة لو توفرت هذه الشروط مع الشروط الأخرى التي لم نذكرها لأصبحت هذه

السوق سوق مثالية، ووجود سوق تتوافر فيها هذه الشروط يعني وجود سوق لا يخدع ولا يغبن ولا يظلم فيه أحد، وهذا خلاف واقع الأسواق. والنظام الاقتصادي الإسلامي رغم سموه وتميزه على النظم الاقتصادية ومحارته للظلم والاحتكار إلى أنه لا يدعي هذه المثالية في السوق.

ثانياً// سوق المنافسة الاحتكارية: وهذه السوق هي أكثر الأسواق شيوعاً ولا تتوافر فيها كثير من شروط المنافسة الكاملة فلو نظرنا على سبيل المثال في شرط تجانس السلع الذي يجب توافره في سوق المنافسة الكاملة نجد أن هذا الشرط لا مجال لتوفره في سوق المنافسة الاحتكارية، فالسلع في السوق الاحتكارية غير متطابقة ولا يمكن أن توصف بأنها بديلاً تاماً لبعضها البعض.

من شروط المنافسة الاحتكارية

1/ أن يكون عدد البائعين والمشتريين كبيراً لكنه لا يصل إلى عدد ومستوى البائعين والمشتريين في سوق المنافسة الكاملة، ونحْنُ قلنا في سوق المنافسة الكاملة أن العدد الكبير جداً يصل إلى درجة لا يمكن أن يستطيع بائع بمفرده أو مشتري بمفرده أن يؤثر في السعر السائد في السوق أما بالنسبة للمنافسة الاحتكارية فالعدد كبير لكنه لا يصل إلى هذه الدرجة بل قد يوجد بعض التأثير من قبل البائعين

أو المشتريين على السعر السائد في السوق ولكنه تأثير محدود لا يمكن أن يصل إلى مستوى التأثير الذي يمكن أن يقع في سوق احتكار القلة أو سوق الاحتكار التام وهما السوقان اللذان سوف نذكرهما بعد قليل.

2/ الدعاية والإعلان تعتبر في الحقيقة سمة من سمة أسواق المنافسة الاحتكارية حيث تسعى المصانع والمتاجر والشركات للترويج عن منتجاتها عن طريق الدعاية والإعلان، وكل شركة من الشركات تحاول أن تضيفي من الصفات والمزايا على السلع التي تنتجها هذه الشركات.

3/ وإذا نظرنا إلى شرط حرية الدخول والخروج من وإلى السوق نجد أن هذه الحرية لا تتحقق بنفس الدرجة التي تتحقق فيها في سوق المنافسة الكاملة بمعنى أن هناك بعض القيود والعوائق التي قد تحول دون شركة للدخول إلى السوق أو الخروج منه موجودة لكنها قليلة، بحيث لا تصل إلى نفس مستوى الحرية التي هي سمة من سمات المنافسة الكاملة، إذ سوق المنافسة الاحتكارية هي أكثر الأسواق شيوعاً وتشابه سوق المنافسة الكاملة في جوانب وتختلف في جوانب أخرى فهي لا تخلو من بعض الممارسات الاحتكارية، فعلى سبيل المثال فإنه يمكن أن يوجد بعض المنتجين الذين لهم أثر في التأثير على السوق،

أو قد توجد بعض القيود والعقبات التي تحد من حرية الدخول أو الخروج من السوق ولو كانت قليلة فلا شك أن هذه القيود والعوائق التي تحد من حرية الدخول أو الخروج من السوق في ظل المنافسة الاحتكارية هي أقل منها في سوق احتكار القلة.

ثالثاً// سوق احتكار القلة: يوجد فيه عدد قليل من البائعين والمنتجين وأيضاً يتسم هذا السوق بأنه يتأثر كل منتج أو بائع بسياسة الآخرين التسعيرية، يعني على سبيل المثال لما يوجد في البلد شركات محدودة للطيران أو شركات محدودة للاتصالات ثم نشاهد في واقع هذه الشركات أن كل شركة منها تتأثر بالسياسة التسعيرية للشركات الأخرى فإذا قامت شركة بحملة تسعيرية أو بدعاية إعلانية لهذه السياسة التسعيرية تتفاعل الشركة الأخرى وتقوم أيضاً بطرح سياسة تسعيرية جديدة تتناسب مع

ما جدّ في السوق من تغيرات، هذا يكون في حالة أسواق الاحتكار القلة لأن المنتجين هنا عدد محدود فإذا اتخذ منتج سياسة تسعيرية جديدة فإنه يؤثر بالتأكيد على بقية المنتجين في السوق، وبالتالي يعيدون النظر في حساباتهم ويجروا التعديل في

سياستهم التسعيرية فهذه السوق إذاً تتميز بقلّة المنتجين أو المقدمين للخدمة، ولكل منتج تأثير على التسعير السائد في السوق والسياسات التي يتخذها أحد المنتجين تنعكس آثارها على بقية المنتجين في هذه السوق وقد يلجأ المنتجين في هذا السوق إلى تنسيق سياساتهم الإنتاجية والتسعيرية مثل: منظمة أوبك على سبيل المثال يمكن أن ينظر إلى الدول المصدرة في منظمة أوبك على أنهم عدد محدود من المنتجين واتحادهم واجتماعهم في منظمة واحدة هو نوع من السياسات الإنتاجية والتسعيرية في هذا السوق.

رابعاً/سوق الاحتكار التام: هو سوق يكون فيه بائع واحد ومنتج واحد للسلعة وإذا كان السوق لا يوجد فيه إلا منتج واحد للسلعة فهو سوق احتكار تام ومع وجود منتج واحد للسلعة لا توجد سلع منافسة وبديلة مع وجود موانع قوية تمنع من دخول منافسين جدد للسوق، يعني إذا كان لا يوجد في السوق إلا منتج واحد وخاصة إذا انعدمت الصناعات المنافسة التي تنتج السلع البديلة نتيجة لوجود موانع قوية تحول دون دخول منافسين جدد فهذا هو الاحتكار التام، والاحتكار التام هو وجود منتج واحد للسلعة وفي هذه الحالة يستطيع أن يفرض السعر الذي يريد.

هذا بالنسبة لأشكال السوق،

ولو عقدنا مقارنة سريعة بين هذه الأشكال الأربعة نجد أنه:

شروط الدخول	نوع السلعة	التحكم في السعر	العدد/المنتج	
سهل جدا	متجانسة	منعدمة	كبير جدا	المنافسة التامة
سهل	متشابهة	قليلة	كبير	المنافسة الاحتكارية
صعب	مختلفة/ بدائل	كبيرة	قليل	احتكار القلّة
مغلق	لا يوجد مثلها	كبيرة جدا	واحد فقط	الاحتكار التام

محاضرة مصادر التمويل

التمويل هو عبارة عن نظام مالي يمكن بواسطته إدارة جميع أموالك بكفاءة، وعادة يتم تصنيف التمويل على أنه أهم فرع من فروع الاقتصاد التطبيقي.

يمكن تحديد أنواع مصادر التمويل المتاحة أمام الشركة أو المؤسسة من خلال النظر مباشرة إلى المصادر الذاتية للمؤسسة أو عن طريق التوجه إلى الأطراف الخارجية، وذلك يختلف وفقاً من العديد من العوامل إلا أنه يمكن عرض أهم صور هذه العوامل المتمثلة في الفقرة التالية، و عليه نقسم مصادر التمويل الى داخلي و خارجي.

1- مصادر التمويل الداخلي أو الذاتي

هناك العديد من مصادر التمويل الداخلي أو الذاتي إلا أن اهتمامنا هنا سوف ينصب فقط على أهم مصادر التمويل الذاتي أو التمويل الداخلي، يتمثل أهم هذه المصادر في ثلاث عناصر أساسية يمكن عرضهم في النقاط التالية:

- الاهتلاك.
- المؤونات.

- الأرباح الغير موزعة.

- الاحتياطات

أولاً: الإهلاك

يمكن تعريف الإهلاك على أنه طريقة يتم بواسطتها تجديد تام لجميع الاستثمارات، أي أن المغزى الحقيقي من حساب الإهلاكات هو ضمان تجديد الاستثمارات عند نهاية عمرها الإنتاجي.

حيث يتم حجز المبالغ السنوية بصفة مستمرة، لذلك فهي تبقى تحت تصرف المؤسسة كتمويل ذاتي إلى يوم صرفها.

ثانياً: المؤونات

يمكن تعريف المؤونة باعتبارها انخفاض من نتيجة الدورة المالية و هذا الانخفاض مخصص لمواجهة كافة الأعباء و الخسائر المحتملة وقوعها أو الأكيدة الحدوث يوماً ما، فهي بمثابة انخفاض غير طبيعي أو غير عادي في قيمة الأصول، وعلى المؤسسة هنا أن تقوم بمحاولة تفادي الانخفاض.

ثالثاً: الأرباح الغير موزعة أو المحتجزة

يمكن اعتبار الأرباح المحتجزة هي الجزء من الفائض القابل للتوزيع الذي تعمل الشركة أو المؤسسة في تحقيقه وذلك من خلال موازلة نشاطها اعتباراً من السنة الجارية أو السنوات السابقة.

لذلك بدل القيام بعملية توزيع كل الفائض المحقق على جميع المساهمين، نجد أن الشركة بتسعي إلى تخصيص جزء من هذا الفائض في مجموعة الحسابات المستقلة.

رابعاً: الاحتياطي

هو عبارة عن الحد الأدنى من الاحتياطي الذي لابد للشركة من توفيره، يتم استخدامه في تغطية جميع خسائر الشركة ويكون في زيادة رأس المال.

يتم تكوين هذا الاحتياطي وفقاً للنظام الأساسي للشركة، حيث يشترط هذا النظام الأساسي للشركة وجوب تخصيص نسبة معينة من الأرباح السنوية لأهداف محددة، إلا أنه يتميز بكونه غير إجباري.

2- مصادر التمويل الخارجي:

- القروض قصيرة الأجل: وهي تلك القروض التي تقل مدتها على سنة واحدة، وتلجأ المؤسسة إلى القروض قصيرة الأجل لتمويل أنشطة الاستغلال، وتمثل هذه القروض معظم قروض البنوك التجارية، وتعد من أفضل أنواع التوظيفات لديها.

- القروض متوسطة الأجل: وتتراوح مدتها من سنتين إلى خمس سنوات وأحياناً سبعة وتمنح بغرض تمويل بعض العمليات الرأسمالية للمؤسسات مثل، شراء آلات جديدة بهدف التوسع بوحدة جديدة أو إجراء تعديلات تطور من الإنتاج.

- القروض طويلة الأجل: وهي القروض التي تزيد آجالها عن 07 سنوات وقد تصل إلى 20 سنة، وهي توجه لتمويل الاستثمارات الطويلة الأجل للمؤسسة، مثل الحصول على عقارات " أراضي مباني لمختلف استعمالاتها المهنية".

-التمويل بالمشاركة: يقصد بالمشاركة أن يدخل البنك في شراكة سواء في مشروع جديد أو قائم برأسمال، أما صاحب المشروع فيقدم الجهد إضافة إلى نسبة من رأس المال، حيث يتم الإتفاق مسبقا على إقتسام الأرباح .

- السندات و الأسهم -الأسواق المالية -:

الأسهم: الاسهم تمثل من وجهة نظر المؤسسة القائمة أو الجديدة وسيلة تمويل رئيسية، وذلك لكون هذا النوع من الاسهم ال يحمل المؤسسة أية أعباء أو تكلفة مالية ثابتة للغير كما هو عليه الحال بالنسبة لمصادر التمويل الاخرى.

السندات: عبارة عن اتفاقية أو عقد قانوني، وهو قابل للتداول كما أنه وعد بتسديد المبلغ الأصلي عند الاستحقاق مع الفائدة المحددة.