## المحور الرابع – الأسواق الاقتصادية:

##  أولا – تعريف السوق:

يمكن تعريف السوق على أنه مكان يلتقي فيه المشترون والبائعون لتبادل السلع والخدمات وغيرها من المعلومات ذات الصلة، يمكن أن يلتقي كلا الطرفين في مدينة او ولاية او مقاطعة او دولة، وقد يكون السوق مادياً أو افتراضياً.

يبيع الطرف الواحد (البائع) منتجاً أو خدمة إلى مشترٍ مقابل مزايا مالية، وفي معظم الأوقات يوجد أكثر من بائع ومشتري واحد في السوق. تستند قيمة وأسعار المنتج والخدمة على قانون العرض والطلب في السوق.

السوق هو مجموعة من جميع المشترين الفعليين والمحتملين للمنتجات والخدمات.

 **تعريف السوق في علم الاقتصاد:** يختلف تعريف السوق في علم الاقتصاد عن التعريف العامّ المُقترِن بمكان بيع السلع والخدمات، إذ يعرّف اقتصاديّاً بأنّه مجموعة من معاملات البيع والشراء للسلع، وتشكيل سعرها بناءً على عدد لا يُحصى من القرارات، حيث تعتمد هذه القرارات على عاملين رئيسيين يعملان معاً وهما كالآتي:

 الطرف المُنتج للسلعة: وهو الذي يتحكّم بسعر العرض في السوق.

 الطرف المستهلك للسلعة: والذي بدوره يتحكّم بسعر الطلب في السوق. يُحدّد النطاق الجغرافيّ طبيعة السوق الاقتصادية، حيث تختلف إذا كان الاقتصاد ريفيّاً، أو الاقتصاد على مستوى دولةٍ ما، أو على المستوى الاقتصادي لمنطقة معيّنة، أو على مستوى الاقتصاد الدوليّ.

 تعريف السوق في مجال الأعمال يُعرّف السوق في مجال الأعمال بأنّه مجموعات الأفراد أو المنظمات التي تُشكّل مجموعة العملاء الفعليين والمحتملين للسلع والخدمات التي يُقدّمها رجال الأعمال، إذ تُقسم هذه المجموعات إلى واحدة أو أكثر من الفئات الآتية: الفئة الجغرافيّة، أو الديموغرافيّة، أو الاجتماعيّة الاقتصاديّة، أو النفسيّة، أو السلوكيّة، أو القطاعيّة.

* **تعريف السوق في الاقتصاد المؤسسي:** الجديد يُعرّف السوق من المنظور الاقتصادي المؤسسي الجديد على أنّه آلية عمل ما أو نوع من المؤسسات الموجودة بهدف تسهيل التبادل، والتنسيق، وتخصيص الموارد، والسلع، والخدمات بين المشترين والبائعين، وبين المنتجين والوسطاء والمستهلكين، وقد تكون هذه الأسواق مؤسسةً غير كاملة، و ذات طبيعة تنافسيّة وعلى كفاءة عالية، بحيث توفر تنسيقاً فعّالاً لآلية عمل السوق، وتُشجّع تطوير الأعمال، وتسعى لتحقيق أهداف اقتصاديّة على مستوى أوسع، وذلك من خلال تقليل تكلفة ومخاطر تنفيذ المعاملات.

 **ثانيا - حجم السوق:** يختلف حجم السوق بناءً على عدد من العوامل وهي: عدد البائعين والمشترين، وإجمالي الأموال المتضمّنة في السوق سنويّاً،

 ويرتبط بالسوق عدد من المصطلحات بحسب أنواعه المختلفة التي تعتمد على حجم الفئة المستهدفة من عمليّة التسويق، وهي كالآتي:

 **السوق المحتمل:** يستهدف هذا السوق جميع الأفراد المهتمّين بشراء منتج وخدمة معيّنة. السوق المتاح: وهو جزء من السوق المحتمل، ولكنّه يستهدف الأشخاص الذين لديهم أموال كافية لشراء المنتجات والخدمات.

**السوق المؤهل المتاح:** يكون هذا السوق للأشخاص الذين يقصدون السوق المتاح، بشرط أن يكون مسموح لهم شراء المنتجات والخدمات المقدمة فيه.

 **السوق المستهدف:** هو جزء من السوق المتاح، بشرط أن تكون الشركة مستعدّةً لخدمة الأشخاصِ الذين يقصدون منتجاتها وخدماتها.

**السوق المخترق:** ويشمل الزبائن الذين اشتروا المنتجات والخدمات من السوق المستهدف. عناصر تأسيس السوق يُشترط لتكوين السوق وجود مجموعة من العناصر التي تُكمّل بعضها البعض، وهي كالآتي:

 **المشترون:** وهم مجموعة الأشخاص الذين يتوقّعون إشباع رغباتهم واحتياجاتهم في السوق. القوة الشرائية: وهي الدافع الأساسيّ الذي يُحوّل رغبات المشترين واحتياجتهم إلى طلب فعّال.

 **البائعون:** وهم مجموعة الأشخاص الذينَ يَعرضون سلعهم وخدماتهم، ويتوقّعون في المقابل أن يحصلوا على عائد ماديّ، بحيث يوفّر هذا العائد الإيرادات اللازمة لتغطية تكاليف الإنتاج ولتحقيق الربح.

 **وسائل التواصل:** يجب أن تتوفّر وسائل تواصل بين المشترين والبائعين، والتي تقوم بدورها بتقديم السلع والخدمات المعروضة للبيع.

 **الموازنة في المعرفة:** يُشترط لوجود السوق واستمرار عمله، أن يكون هناك موازنة في المعرفة بين المشترين والبائعين، وذلك بتجنّب حجب المعلومات ذات الصلة في عملية الشراء، فلا يتعرّض الطرف الآخر للاستغلال بشكل جزئيّ.

 **وسيلة التبادل:** هي وسيلة لتسهيل عملية التبادل بين الطرفين؛ كالنقود، أو بطاقات الائتمان، أو غيرها. الدفع المؤجل: هو خدمة توفّرها الأسواق للمشتري، بحيث تُتيح له القدرة على الدفع في وقت لاحق.

 **النظام القانوني:** يهدف النظام القانونيّ لتوفير الحماية في العمليات التي تتمّ بين البائع والمشتري، ومن هذه القوانين القانون المدنيّ كالعقود، أو القانون الجنائيّ مثل قوانين مكافحة السرقة.

 **النظام المالي:** يهدف النظام المالي لتمكين الأفراد والشركات من الحصول على قروض عند الحاجة إليها، أو الادّخار إذا كان لديهم أموال فائضة عن حاجتهم.

 **حقوق الملكيّة:** تُؤمّن حقوق الملكيّة الحق للبائع في بيع سلعه وخدماته، والحق للمشتري في شراء احتياجاته، وامتلاك ما اشتراه.

**ثالثا - هياكل السوق و بحوث الأسواق:** يوجد 4 أنواع رئيسيّة لهياكل الأسواق؛ وهي: سوق المنافسة التامة، وسوق المنافسة الاحتكارية، وسوق احتكار القلة، وسوق الاحتكار التام، وتُشير هذه الهياكل إلى خصائص السوق المختلفة، والتي تُحدّد العلاقات بين البائعين بعضهم لبعض، وبين البائعين والمشترين، وأيّ علاقة تبادلية في السوق، وذلك من خلال الخصائص الأساسيّة الآتية:

* العنصر المباع سواء كان سلعةً أو خدمة.
* سهولة أو صعوبة الدخول والخروج من السوق.
* توزيع الحصة السوقية على أكبر الشركات.
* عدد الشركات في السوق.
* عدد المشترين وكيفية عملهم مع البائعين أو ضدهم لتحديد السعر والكمية.
* العلاقة بين البائعين.
* أبحاث السوق تقوم بعض الجهات المتخصصة بعمل أبحاث عن السوق لتقديم معلومات دقيقة وشاملة عنه، وذلك للأهداف الآتية: تخطيط الأعمال، فهيَ تُساعد على تحديد جدوى الأعمال التجاريّة قبل تخصيص موارد كبيرة للمشروع. تقديم المعلومات الضروريّة لرجال الأعمال حول عدد من المحاور الرئيسيّة في مجال الأعمال التجاريّة، مثل: العملاء المحتملين والحاليين، والمنافسة، والصناعة بشكل عام. توضيح تحديات التسويق التي قد تواجهها الأعمال التجاريّة.
* تطوير عدد من الاستراتيجيّات، مثل: تجزئة السوق، وإنشاء هوية المنتجات أو الخدمات التي لا يُمكن تطويرها بدون هذه الأبحاث.

 **تُبنى أبحاث السوق بشكلٍ أساسيّ** على الآتي: [[1]](#footnote-2)

* جمع معلومات عن السوق، وتحليلها، وتفسيرها.
* جمع معلومات حول منتج أو خدمة سيتمّ عرضهم للبيع في السوق.
* جمع معلومات حول العملاء السابقين، والحاليين، والمحتملين للمنتج أو الخدمة.
* البحث في الخصائص وعادات الإنفاق، والموقع، والمنافسين، واحتياجات السوق المستهدف للعمل، والصناعة ككلّ.
* الاحتكار في البيع والشراء قد تتضمّن العمليّات التي تجري في السوق من بيع وشراء نوعاً من الاحتكار، ومن أشكال الاحتكار ما يأتي: الاحتكار في البيع: أن يكون البائع هو المحتكر، إذ تحدث هذه الحالة عندما يكون في السوق بائع واحد مقابل العديد من المشترين، فيحتكر البائع المنتج أو الخدمة دون وجود منافسة من الآخرين، وتكون لديه سيطرة كاملة على المنتجات والخدمات، فيتمكّن من تحديد أو تغيير السعر. الاحتكار في الشراء: حيث يكون في السوق العديد من البائعين ولكن هناك مشتري واحد يُطلق عليه اسم محتكر الشراء، بحيث يُصبح لهذا المشتري سيطرة على البائعين.

**رابعا - أنواع الاسواق الاقتصادية :**

**أنواع السوق**: يُصنّف السوق إلى عدد من الأنواع، وهي كالآتي:

 **السوق السوداء:** وهو سوق غير قانونيّ، ويُقصد به السوق الذي تتمّ المعاملات فيه دون علم السلطات أو الهيئات التنظيمية الأخرى.

 **سوق المزاد:** هو السوق الذي يتجمّع فيه العديد من الناس بهدف بيع وشراء الكثير من البضائع، وما يُميّزه هو عمليّة المزايدة التي تتمّ بينَ المشترين؛ لإعطاء أعلى سعر للبضائع المعروضة، حيثُ تباع العناصر المعروضة لأعلى مُزايدة. **السوق المالي:** هو المكان الذي يتبادل فيه طرفان الأوراق الماليّة المختلفة، والعملات، والسندات، ويُعدّ هذا النوع من الأسواق أساس المجتمعات الرأسماليّة، لأنّه يوفّر مصدراً لتكوين رأس المال والسيولة للشركات.

 **السوق المادي:** هو المكان الذي يُمكن للمشترين مقابلة البائعين فعلياً، وشراء البضائع المطلوبة منهم مقابل المال، ومن الأمثلة على هذا النوع من السوق: مراكز التسوق، والمتاجر، ومتاجر البيع بالتجزئة.

**السوق غير المادي:** ويُسمّى أيضاً السوق الافتراضي، وهو السوق الذي يَعرِض فيها البائعون السلع والخدمات عبرَ الإنترنت، فلا يتمكّن المشترون من رؤيتها بصورتها الماديّة، أو التفاعل المباشر مع البائع.

**سوق السلع الوسيطة:** وهو السوق المخصص لبيع سلع على هيئة مواد خام، والتي تُستخدم للإنتاج النهائيّ لسلع الأخرى.

**سوق المعرفة:** وهو مجموعة من الأشخاص الذين يتبادلون المعلومات والمنتجات القائمة على المعرفة.

كما يمكن تقسيم الأسواق وفقا لمعايير وعوامل مختلفة فقد يتم تحديدها وفقا للتقسيم الاقتصادي لها، أو وفقا للتقسيم الجغرافي أو وفقا لطبيعة السلعة أو وفقا لطبيعة وتركيب السوق، وفيما يلي عرضا لكل منها**.**

**أ - التقسيم الاقتصادى للأسواق:**

ويعتمد هذا التقسيم على وصف الأسواق وتحديد الهيكل وتركيب السوق من وجهه النظر الاقتصادية، وتعددت أنواع الأسواق وفقا لهذا التقسيم منها:

**1 - أسواق المنافسة الكاملة:**
 وتتسم تلك الأسواق بتوافر الشروط التالية:

* أن تكون السلع والمنتجات متجانسة ومتماثلة تماما.
* حرية الدخول والخروج من الأسواق وسهولة حركة السلع والمنتجات من وإلى الأسواق دون أى عوائق.
* توافر الأنباء والمعلومات والبيانات التسويقية لكافة المتعاملين في الأسواق.
* أن تكون معاملات أى بائع أو مشتري صغيرة بالنسبة لحجم السوق الكلي ولا تؤثر تلك المعاملات على التوازن السوقي.
* الحرية الكاملة للأسعار في الارتفاع أو الانخفاض محدثة التوازن السعري للسلع والمنتجات دون أى تدخل من أى طرف.

**2 - أسواق الاحتكار الكامل:**
 وهذه الأسواق عكس أسواق المنافسة الكاملة حيث تتسم اسواق الاحتكار الكامل بوجود بائع وحيد للسلعة وتتسم السلعة بافتقارها إلى بدائل جيدة أو مماثلة لها، ولا يتأثر المحتكر بتقلبات الأسعار أو الإنتاج وهو ما يطلق عليه أحيانا "ملك السوق" أى المحتكر والمتحكم الوحيد في السلعة، والسعر، والتوزيع، وزمن البيع ومن أمثالها مؤسسة الكهرباء أو المواصلات السلكية واللاسلكية.

**3 - أسواق احتكار القلة:**
 تتسم هذه الأسواق بقلة عدد البائعين لسلعة ما بحيث أن غياب الفرد منهم يعتبر ذو تأثير كبير على السوق حيث يؤثر غيابه على السعر والكميات المباعة للقلة الأخرى من البائعين وهم ليسوا بمعزل عن بعض ولكن على دراية وعلاقة بالأسواق ومن هذه الأسواق مثلا أسواق أجهزة التليفزيون مثل توشيبا العربي وجولدى والمستورد أى الشركات التي تعمل في مجال صناعة الأجهزة الكهربائية أو تلك التي تعمل في مجال إنتاج السيارات.

**ب - التوزيع الجغرافي للأسواق:**

ويعتمد هذا التقسيم على التوزيع الجغرافي للأسواق وأماكن تواجدها، وأحيانا ما يسمي السوق باسم المنطقة أو القرية التي تتواجد فيها ومن أنواع تلك الأسواق:

1. **أسواق القرية:**
 وغالبا ما تكون تلك الأسواق في قرية معينة وفي يوم محدد يوم الخميس أو السبت أو الجمعة ويكون معروفا للقرى المجاورة ويتم البيع والشراء في تلك الأسواق بكميات محدودة مقارنة بالأسواق الأخرى.

**2 -  أسواق المركز:**

 ويكون في المركز أو المدينة عاصمة المركز وتكون أكبر حجما من أسواق القرية وأكثر نشاطا وقد يحدد لها يوم معين أو تكون على مدار الأسبوع وتقام في مكان معين وقد يوجد أكثر من سوق داخل كل منطقة كما تتعامل مع سلع ومنتجات مختلفة.

**3 - أسواق المدن:**
 حيث تتواجد تلك الأسواق داخل مدينة ما وتتعامل في سلع مختلفة وقد تتركز داخل عاصمة الدولة ومنها سوق العبور بالقاهرة، وسوق المنتزة بالإسكندرية وغيرها من الأسواق داخل عواصم المحافظات وعادة ما تكون تلك الأسواق هى أسواق الجملة.

**4 - أسواق دولية:**
 وعادة ما تعكس أو تمثل مجموعة من الدول على المستوى العالمي ومنها السوق الأوربية المشتركة أو الكوميسا أو اسيان أو غيرها من التكتلات التي تعكس شكل التجارة والأسواق في منطقة معينة من العالم أو السوق العربية المزمع قيامها.

**ج- توزيع الأسواق وفقا لطبيعة السلع:**

حيث تقسم الأسواق وفقا لطبيعة السلع أو القطاع الإنتاجي لها إلى:

**1-    أسواق السلع الزراعية:**
 وتتخصص تلك الأسواق لتسويق السلع والمنتجات والحاصلات الزراعية وغالبا ما يتعامل فيها العاملين في القطاع الزراعي ومنها مثلا سوق العبور، وأسواق الجملة ونصف الجملة للسلع الزراعية.

**2-    أسواق السلع الاستهلاكية:**
 وهى الأسواق المتخصصة في السلع والمنتجات التي تسهم في الإشباع المباشر للمستهلك النهائي، أى الاستهلاك الشخصي المباشر وتتصف تلك الأسواق بكبر حجمها وتعدد السلع والمنتجات فيها ومنها على سبيل المثال سوق العتبة بالقاهرة.

**3-    أسواق السلع الصناعية:**
 وعادة تكون تلك الأسواق متخصصة لتغذية صناعات بذاتها حيث يتم الشراء من تلك الأسواق للاستخدام في إنتاج سلع نهائية ومنها وكالة البلح بالقاهرة وأسواق الغزل والخيوط وكافة الأسواق المتخصصة في تسويق السلع نصف المصنعة أو المكملة لبعض الصناعات.

**د- التوزيع التسويقي للأسواق:**

وهو ما يقصد به توزيع الأسواق وفقا لطبيعة وتركيب السوق ومنها:

**1-  الأسواق المحلية:**
وهى قريبة من مناطق الإنتاج وتكون صغيرة الحجم وعددها كبير، وتباع فيها السلع والحاصلات لأول مرة حيث يتم تجميعها في تلك الأسواق حسب حجم السوق ويتم البيع مباشرة للمستهلك أو عن طريق الوسطاء المحليين بالمنطقة، وتتميز تلك الأسواق بــ :

* تيسير عملية البيع بسرعة وبأقل مجهود نظرا لتقابل المنتج والمستهلك مباشرة.
* سهولة تعرف المشترين على السلع ودرجة جودتها ونوعيتها نظرا لقلة الكمية.
* تجميع السلع والمنتجات في أقرب مناطق إنتاجها.
1. **الأسواق المركزية:**
وهى بمثابة مراكز تجميع وتخزين للسلع والحاصلات ومن ثم فهى حلقة الوصل بين الأسواق المحلية والمنتجين وبين أسواق الجملة والمستهلكين وقد تكون موجودة بالمدن الكبيرة، وقد يتم فيها بعض الوظائف التسويقية مثل التخزين، وإعادة التعبئة، والتجهيز وغالبا تكون تلك الأسواق كبيرة الحجم.

**3-  أسواق الجملة:**
وهى أسواق كبيرة الحجم ومعدة لتوفير كافة التسهيلات، ومعدات الاتصال ووسائل التخزين ووسائل النقل وتوفير العبوات، وكافة المعلومات والبيانات التسويقية من خلال دفاتر الصادر والوارد بتلك الأسواق لكافة السلع والحاصلات وسهولة التعرف على عدد كبير من التجار وكبار الموردين والوسطاء والموزعون بتلك الأسواق وتلك الأسواق تتواجد في المدن الكبيرة مثل القاهرة والإسكندرية والمنصورة وفي هذه الأسواق تضاف العديد من المنافع للسلع وذلك عن طريق المنافع الزمنية عن طريق التخزين أو المنافع المكانية عن طريق التجميع والنقل أو المنافع الشكلية عن طريق تغيير العبوات والتجهيز لبعض السلع ومن ثم تقترب أسواق الجملة من أسواق المنافسة الكاملة.

**4-  أسواق التوزيع:**
وظيفة تلك الأسواق تجميع السلع سواء من المنتجين أو أسواق الجملة ثم توزيعها على تجار التجزئة ومحلات البيع، وأسواق التجزئة الموجودة في المنطقة ومن ثم فيمكن اعتبار تلك الأسواق كأنها وسيط تسويقي يساهم ويساعد في سرعة وسهولة توزيع السلع.

**5-  أسواق التصدير:**
تتركز تلك الأسواق في المدن الساحلية مثل الإسكندرية وبورسعيد والسويس ودمياط حيث يتم من خلالها تصدير السلع والحاصلات إلى الأقطار الخارجية كما يتم استيراد السلع والخدمات من الدول الخارجية للاستهلاك والتصنيع المحلي. وتركز تلك الأسواق على الأسعار العالمية (سيف – فوب) وفي تلك السواق يتم إعادة تجهيز وتعبئة وفرز وتدريج السلع والخدمات وفقا لمواصفات وشروط كل دولة أو مستورد خارجي وتتوافر في تلك الأسواق وسائل الاتصالات والمراسلات الحديثة وكافة التسهيلات الائتمانية والبنكية ووسائل النقل والشحن وتتصف تلك الأسواق بسهولة ويسر التعرف على المعلومات والإنباء التسويقية العالمية.

**6- الأسواق المختلطة:**
يصعب أحيانا توصيف السوق ومن ثم يكون السوق خليطا ما بين الجملة والتجزئة والتصدير والتوزيع وبالتالي يطلق على مثل تلك الأسواق بالأسواق المختلطة (المتعددة أو المتنوعة) حيث تتعدد وتتنوع وظائف السوق.

**7-  الأسواق التجزيئية:**
وهى أسواق تمثل الحلقة الأخيرة في العمليات التسويقية، وفي هذه الأسواق يتم تجهيز وتعبئة وتغليف السلع والحاصلات في شكلها النهائي وتباع مباشرة للمستهلك النهائي وعادة توجد مثل هذه الأسواق بالقرب من المدن الرئيسية أو القرى وقرب أماكن الاستهلاك ذات الكثافة السكانية المرتفعة.

### خامسا - مستويات السوق:

يبدأ تعريف السوق بإجمالي عدد السكان ويضيق مستوي السوق كلما اتجهنا لمستوي اقل. هناك مصطلحات مختلفة تستخدم لفهم مستويات السوق.[[2]](#footnote-3)
**السوق المحتمل:**هو إجمالي عدد السكان في السوق المهتمين بشراء منتج وخدمة
**السوق المتاح:**  كل هؤلاء الأشخاص داخل السوق المحتمل الذين لديهم أموال كافية لشراء المنتجات والخدمات.

**السوق المتاح المؤهل**: كل الأشخاص في السوق المتاحة المسموح لهم بشراء المنتجات والخدمات المتاحة.
**السوق المستهدف**: إنها شريحة السوق المتاحة التي تكون الشركة مستعدة لخدمتها.
**سوق مخترق:**هؤلاء العملاء في السوق المستهدف الذين قاموا بشراء المنتجات والخدمات.

1. : [https://mawdoo3.com/تاريخ](https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%AE) الاطلاع 08-02-2021 [↑](#footnote-ref-2)
2. https://www.business4lions.com/2020/10/Market-definition-and-market-types.html [↑](#footnote-ref-3)