مسرد المفاهيم والمصطلحات

أشكال السوق وآليات التسعير

السوق: هو المكان أو الإطار الذي يلتقي فيه البائعون والمشترون لتبادل السلع والخدمات وتحديد أسعارها.

التسعير: هو عملية تحديد سعر السلعة أو الخدمة بناءً على عوامل متعددة، مثل العرض والطلب، وجودة المنتج، ودرجة المنافسة.

التنافس (المنافسة): هو سعي البائعين أو الشركات إلى جذب المستهلكين من خلال خفض الأسعار أو تحسين الجودة أو تنويع الخدمات.

أشكال السوق: هي الأنماط المختلفة للأسواق الاقتصادية التي تُصنَّف بحسب عدد البائعين والمشترين ودرجة المنافسة وقدرة المنتجين على التحكم في الأسعار.

سوق المنافسة الكاملة: سوق يضم عددًا كبيرًا جدًا من البائعين والمشترين، وتكون السلع متشابهة، ولا يستطيع أي طرف التأثير في السعر.

سوق الاحتكار الكامل: سوق يوجد فيه بائع أو منتج واحد فقط للسلعة أو الخدمة، ولا يوجد لها بديل، مما يمنحه القدرة على التحكم في السعر والكمية.

سوق احتكار القلة: سوق تسيطر عليه مجموعة قليلة من الشركات التي تتحكم معًا في معظم السوق، وتراقب قرارات بعضها بعضًا عند تحديد الأسعار.

سوق المنافسة الاحتكارية: سوق يضم عددًا كبيرًا من الشركات التي تقدم منتجات متشابهة لكنها غير متطابقة، وتسعى كل شركة إلى تمييز منتجاتها.

تجانس السلع: تشابه السلع المعروضة في السوق من حيث النوع والجودة، بحيث لا يميز المستهلك بينها.

الاحتكار: سيطرة جهة واحدة على إنتاج أو بيع سلعة أو خدمة دون وجود منافسين.

البدائل: سلع أو خدمات أخرى يمكن للمستهلك استخدامها بدلًا من سلعة معينة.

التدخل الحكومي: إجراءات تتخذها الحكومة لتنظيم السوق وضبط الأسعار ومنع الاستغلال وحماية المستهلك.