

د. سعيدة حمود

مقياس انثربولوجيا اقتصادية

اولى ماستر علم اجتماع تنظيم وعمل

محاضرة :أنثربولوجيا السوق

تمهيد

لم تكن الاقتصاديات الكلاسيكية الحديثة من النوع التقليدي قابلة للتطبيق على اقتصاديات العصر الحجري ، فحاجات الناس كانت قليلة وكانت لهم موارد وفيرة وعملو تبعا لأخلاقيات العائلية ،فلذلك كان لزاما البحث عن إطار نظري لتفسير و فهم اقتصاديات المجموعات والقبائل ، وكان هذا الإطار النظري على يد الباحث الهنغاري كارل بولاني بحيث انكر بولاني ان الكفاح من اجل النضال ضد الندرة في المجتمعات البدائية كان منظم وفق قواعد السوق ، لأنه لم تكن هناك سوق يمكن فيها مقارنة قيم السلع ،بحيث كانت النشاطات الانتاجية تمشي وفق النمط العائلي ، أي تخدم الاكتفاء الذاتي فقط ، و تسير ايضا وفق عمليات التبادل مع الجار والقريب وكان كل نمط من عمليات التبادل ملائما للتعبير عن العلاقات التبادلية ضمن مختلف الزمر الاجتماعية ، تبعا للباحث مارشال سالينز Marshall Sahlins ان هذه العمليات الاقتصادية ما قبل الرأسمالية التي لازالت موجودة بحيث قابل المجتمع الغني بقبائل الكونغ وهم صيادون مكتفين بما ينتجونه ،إلا ان كان بعض الرجال الكبار يحول نفسه إلى رئيس ، وبدأ بفرض رسوم اقتصادية من اسر الصيادين وبالتالي يضطرون إلى إنتاج أكثر مما يحتاجون وتم بالتدريج التخلي عن نمط الإنتاج المنزلي ليستبدل إلى نمط السوق القائم على اقتصاد الأوامر .

أولا :انماط الأسواق التقليدية بين كارل بولاني و مارشال سالنز

يرى كارل بولاني ان الاقتصاديات الحديثة توجد السوق في كل مكان و ان التبادل متواصل وهذا التواصل في التبادل يناسب وينتج عنه تواصل وتعميم في الأماكن التي تباع وتشترى فيها السلع ولذلك فهو يرى ان التبادل معمم والسوق معمة ، أما اسواق المجتمعات القديمة

هي محدودة التجارة " وهو بقعة تجارية تصل بين امبراطوريتين ولقد درس علماء الانثروبولوجيا ما اسموه بالتجارة " الصامته : وحسب هذا الشكل من التجارة لا تدخل القبائل المتبادلة بعلاقات مباشرة بينها وتكتفي بوضع سلع المبادلة - أو أخذها بعد فترة زمنية - على الحدود الأرضية لكل قبيلة - وبهذا فإن أمن المتعاملين التجاريين يصل حده الأقصى ويجرى التبادل بشكل سلمي مثل مرافىء طنجة قبل 1965) يذكرنا بمرافىء التجارة هذه ، بالواقع كانت سلطات المدينة تسهر على احترام العقود وعلى نظامية التبادل، لقد حاول بعض علماء الانثروبولوجيا احداث تصنيف لأشكال الأسواق كما في مقدمة كتاب لـ "بوهنان" و " رالتون" حول مكانة السوق

وحسب هذان المؤلفان نستطيع ان نميز في افريقيا بين الأسواق التالية :

أ. مجتمعات بدون سوق

في هذه الحالة تتلف السلع في مكان انتاجها او توجه نحو مركز الاستهلاك دون ان يتدخل التبادل مثال ذلك عندما يقدم قسم من المحصول إلى السيد او الى رئيس القرية ، فليس هناك سوق لقد وجدت أشكال موازية لهذا في اوروبا في القرون الوسطى .

ب. مجتمعات ذات سوق محيطية

يوجد سوق في هذه المجتمعات ولكن معيشة هذه الافراد لا تتعلق بهذه السوق . لا نقصد السوق إلا لهدف محدد . والأسعار هي اسعار اجتماعية محدودة قبل التداول . وبشكل عام أن الانتاج لا يتعلق بالسوق ، ولا تعرف السوق اهم كمية في الانتاج ، التوضيح هذه النقطة لنأخذ مثالين من الجزائر

1.المثال الأول : سوفاني : شبه جزيرة القلة

ترتبط الحياة الريفية في شبه جزيرة القلة بالأرض ارتباطا وثيقا ، عدا العاملين في الارض نجد الحرفيين والتجار الصغار ، ولكن نشاط هؤلاء منحصر بالتجارة او الحرفة لأنهم اولا وقبل كل شيء مزارعين . ان مكانة السوق في هذا المجتمع هي ثانوية.

لتصنع الان لما يشرحه احد الفلاحين المسنين في ولد سلطان : « كنا نحاول في السابق ان لا نشترى شيئا من السوق ، السعيد الذي يريد ان لنفسه جنة هو من ينتج شيئا من الخضار : بعض البصيلات والطماطم ، ويؤمن مؤونة سنته وبنفس الحال بالنسبة للفواكه .. ان هذا

الإنسان الذي يعيش في جنة أذهب ويبيع في السوق ... ؟ أنه لم ينتج من أجل ان يبيع الى الآخرين، لا يسمح إلا ببيع ما يزيد من الحبوب أو من لحيوانات التي جعلت لذلك ، ان السوق بفواكهه و خضره، قد وجد السوق من أجل سكان المدينة وليس لنا، ويضيف فلاح آخر من نفس القبيلة " لم اشتر قط حبوبي من السوق ، لقد انتجتها بنفسي وهي دائما عندي في السوق يوجد القمح القديم بدون اية بركة ، انه قمح فارغ لا يغذي وإضافة على ذلك عندما تبدأ بالشراء من السوق فلا تتوقف وليس لذلك نهاية ، ان ما نشتره من السوق ليس إلا قفف صغيرة "

ما نلاحظ ، ليس هناك اندماج للإنتاج والتبادل. ان التبادل محيطي فلو عدنا الآن واستعملنا تعبير كارل بولاني " يظهر السوق كمكان للقاء ولتسوية بعض الخلافات امام الجماعة وعرض الحيوانات وتبادل الفائض، ليس هذا السوق اقتصادي بذاته كما هو الحال في السوق و الحديثة "

2.المثال الثاني : السوق في المزاب

إن كل محاولة لتقريب الاسواق القديمة والأسواق و الحديثة ، تبقى دون جدوى، ونلاحظ هذا عندما نحلل سير السوق في ميزاب تتكون السوق في ميزاب من وجود مجلس الاعيان ، ولا تجري المعاملات بشكل حر عن طريق العرض والطلب ولكن دائما بواسطة مجلس الاعيان وذلك من طريق الهمس من الفم الى الاذن.

وهكذا فان مجلس الاعيان يحدد معدل التبادل . ولكن تدخله ولا يشكل دليل على انه ليست النوعية الخاصة للصناعة . مي التي تحدد معدل التبادل . وهنا ايضا لا تكون السوق المكان البسيط لتبادل المنتجات المفيدة و انما بشكل اساسي مكانا للأبهة.

في النهاية يدرس المؤلفون المجتمعات ذات الاسواق ويسمونها الاقتصاديات الفلاحية (يكون لدينا بهذه الحالة اندماج الانتاج والتبادل ، وبهذا الصدد يوجد تخصص في الاعمال وتلعب العملة بشك واقعي دور وسيط في التبادل علما بأن هناك اسواقا كثيرة تبقى غالبا دون علاقة بين بعضها البعض، لا يوجد هناك نظام للسوق يجمع مثلا كل اقتصاد البلد إن نظام السوق يميز النظام الرأسمالي.

ثانيا : الأنماط الحديثة المميزة للأسواق

تبلورت مجموعة من المبادئ الأساسية المتفق عليها بين العاملين بالسوق، تنظم أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية، وتعمل كميكانيزمات لحفظ التوازن داخل السوق. وتشمل هذه المبادئ معايير خاصة بتحديد العلاقات بين العاملين بالسوق بعضهم البعض الآخر، وأخرى خاصة بتحديد أنماط العلاقة بينهم وبين رواد السوق من مستهلكين وتجار ووسطاء التجارة. وتتضمن هذه القواعد: المناذاة، المساومة في الأسعار، الاتفاق المسبق على الأسعار، المعايير التي تحدد نمط العلاقة بالمستهلك، استفتاح الجار. وهذا علاوة على اجتماعات الصلح التي ينظمها كبار القائمين بالسوق لحل ما قد يطرأ من صعوبات ومشاكل، من خلال متابعة مدى الالتزام بالقواعد السابقة وردع الخارجين عليها. وتجدر الإشارة إلى أن هذه المبادئ ما زال لأكثرها استمراراً وفاعلية بالسوق حتى الآن.

وجدير بالذكر أن المناذاة ما زالت تشكل أحد القواعد الأساسية للتسويق حتى الآن، وهي تظهر بشكل واضح الآن في الأسواق التي يغلب عليها الطابع التجاري ويقوم بها الصبية والشباب من الذكور بشكل خاص، وعادة ما يتم النداء أمام المتاجر وحولها ولا تتعداها إلى مداخل السوق كما كان يحدث قديماً.

1. المساومة كنمط من أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية في الأسواق التقليدية في

الأنثروبولوجيا:

تشكل المساومة في الأسعار أحد القواعد الأساسية التي تحكم عمليات التفاعل والعلاقات الاجتماعية في كافة الأسواق موضوع الدراسة كالعطارين حيث تتحول المساومة فيه إلى طلب زيادة طفيفة في الوزن أو في كمية السلعة المباعة، ويتم إضافتها بعد الوزن كنوع من إرضاء المشتري وجذبه، حتى في سوق الذهب يلاحظ المساومة على سعر تكلفة الإنتاج المصنعية.

و جدير بالذكر أن مبدأ المساومة في الأسعار يبدو كظاهرة مميزة للأسواق التقليدية. إن عملية إتمام شراء السلعة تتطلب من الوقت والصبر الكثير، حيث يظل التاجر والمشتري في محاورات وإشارات ومشاحنات حول سعر السلعة إلى أن يتم تبديل السعر بإرضاء الطرفين. وفي بعض الحالات التي يصر فيها التاجر على كلمته فإن المشتري ينصرف بعيداً، بينما

يحاول البائع إخفاء استعداده لتقديم مزيد من التنازلات، وفي النهاية قد يقبل البائع سعراً أقل مما طلب .

2. استفتاح الجار كنمط من أنماط التفاعل والعلاقات الاجتماعية في الأسواق التقليدية في الأنثروبولوجيا:

أن استفتاح الجار يشكل أحد المبادئ الأساسية التي كانت تسود بالسوق قديماً، وهو من أكثر المبادئ التي تشهد تراجعاً الآن. ويقصد باستفتاح الجار إتاحة الفرصة للتاجر المجاور، الذي يعمل عادة في نفس النوع من التجارة، لكي يبيع ويتكسب حد أدنى من المبيعات، تضمن له الوفاء بحاجاته الأساسية، حتى وإن تم ذلك على حساب تاجر آخر قد حقق هذا الحد الأدنى من المبيعات .

ويتضمن هذا المبدأ إشارة إلى مدى الوعي بحركة البيع والشراء داخل السوق وفي المتاجر المجاورة، كما يعكس أيضاً بعض القيم المتعلقة بحسن معاشرة الجار والتضامن الاجتماعي. ويعد هذا النمط من أنماط العلاقات بين الحرفيين أحد السمات المميزة للعلاقات الحرفية في الأحياء التقليدية، وتتم العلاقة بالمستهلك كنمط من أنماط التفاعل في الأسواق التقليدية في الأنثروبولوجيا:

يتحدد نمط العلاقة بين التاجر والمستهلك وكيفية التعامل معه أثناء عمليات البيع والشراء في ضوء مجموعة من الاعتبارات كشفت عنها الدراسة الحقلية وتتمثل هذه الاعتبارات فيما يلي :

- خبرة التاجر ووعيهم الكامل بالسوق وآلياته من عرض وطلب وأسعار .
- خبرة التاجر المكتسبة حول سيكولوجية المستهلك، والتي يتم في ضوءها تحديد ما إذا كان المستهلك راغباً في الشراء أو عازفاً عنه.
- حجم ونوع المبيعات التي يطلبها المستهلك، ونسبة تردد المستهلك على السوق والمتجر .

وتشير النتائج في هذا الصدد إلى ارتفاع نسبة الوعي بين العاملين بالسوق حول أنواع البضائع المتوفرة، وأماكن توافرها، وأي المتاجر تتوافر فيه بضائع معينة، وأياً قد نفذت

منه. وتلك معلومات تتجدد بشكل مستمر ودائم خلال عمليات البيع والشراء وفي ضوء هذه الخبرة والدراسة الكاملة بإمكانات السوق يتحدد أسلوب التعامل مع المستهلك .

هذا النمط من التعامل والعلاقات يضمن التردد الدائم للمستهلك على المتجر، بل إن بعضهم أشار إلى أن هذه العلاقات عادة ما يترتب عليها قيام المستهلك بنفسه بجذب مزيد من المستهلكين من أقاربه ومعارفه لنفس المتجر، حتى يصبح لكل متجر رواده، ممن يرتبطون معه بعلاقات القرابة أو علاقات جيرة أو غيرها.

وتجدر الإشارة إلى أن عمليات التفاعل بين الباعة والمستهلكين التي تتم خلال عمليات الشراء داخل هذه الأسواق قد يتخللها حوار ومناقشات، حول موضوعات أخرى غير البيع والشراء والأسعار، تماماً كتلك العلاقات التي تتم بين المنتجين والتجار داخل السوق وتتخطى حدود العمل والإنتاج، وتتطرق إلى موضوعات أخرى. وتلك سمة أخرى من سمات الأسواق التقليدية، حيث تمتزج فيه الأنشطة الاقتصادية بكل مظاهر المجتمع لتبدو في النهاية كعالم متكامل في ذاته، فهي تكشف عن جانب من القواعد والأعراف المتفق عليها في السوق، كما تكشف عن بعض أشكال التفاعل والعلاقات الاجتماعية التي تتم في إطار السوق، والتي يتضح من خلالها الوعي الكامل بالبيضائع الموجودة في كل متجر، واحتمالات رفع أو خفض الأسعار فيه، وأشكال العلاقات بين التجار، التي تظهر فيها أنماط من الصراع والمصادمات، بالرغم من أنماط التكامل والتضامن .

كما تكشف أيضاً عن حقيقة هامة تتعلق بخصوصية أنماط التفاعل مع المستهلكين داخل السوق، وما تتميز به من تلقائية وبساطة، حتى يبدو التجار والمستهلكين على السواء كجماعات اجتماعية، يحدث بينها قدر من التفاعل الاجتماعي أثناء عمليات البيع والشراء .

قائمة المراجع :

1. آدم كوبر، الثقافة التفسير الأنثروبولوجي، ت: صباح صديق الدمولوجي، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، لبنان، 2012.
2. عبد اللطيف بن اشنهو، الاقتصاد السياسي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط6، الجزائر، 2007.
3. محمد الجوهري، مقدمة في دراسة الأنثروبولوجيا، القاهرة، 2007.

