



محاضرات في مبادئ الاقتصاد

إعداد: أ / ادريس سليمان عبدالله



مقدمة في علم الاقتصاد :

كثيراً ما تستخدم كلمة " اقتصاد " في أحاديث الناس اليومية وخطبهم ، إلى ذلك الحد الذي يوحي بأن لهذه الكلمة مفهوماً واحداً محدداً ، ومعروفاً لدى العامة من الناس . ولكن في الواقع أن الكثير يجهلون ماهية علم الاقتصاد .

فقد اختلفت مفاهيم الاقتصاد كعلم كثيراً ، لدرجة أننا لا نكاد نقرأ كتاباً في الاقتصاد يعرفه ككتاب آخر ، بل إن الكتاب الواحد قد يدرج عدة تعاريف لهذا العلم .



معنى كلمة اقتصاد

عرّف الإغريق القدامى كلمة " اقتصاد " بأنه الإدارة الرشيدة الواعية المنظمة للبيت والأسرة ، أو هو عبارة عن القواعد والقوانين التي يتمكن من خلالها رب الأسرة من إدارة شؤون بيته وأسرته .

ولم يقتصر استخدام الإغريق لكلمة اقتصاد على تدبير شؤون البيت فحسب ، بل اتسع المفهوم ليشمل تدبير شؤون الدولة أو وضع القواعد والقوانين المنظمة لشؤون الدولة على اعتبار أن الدولة بيتاً وجميع المواطنين أفراد أسرة واحدة .
وذلك عندما قام " آدم سميث " **Adam Smith** (أب الاقتصاد الحديث) بتقديم كتابه " ثروة الأمم " **Wealth of Nation** قائلاً : بأن الاقتصاد هو ذلك العلم الذي يسعى إلى تحقيق الثراء للشعب والدولة .



مما سبق يمكننا تعريف علم الاقتصاد بأنه :

هو ذلك الفرع من العلوم الاجتماعية الذي يبحث في كيفية استخدام الموارد المحدودة في إشباع حاجات إنسانية متعددة وغير محدودة .



لماذا ندرس علم الاقتصاد ؟

وما هي المشكلة الاقتصادية ؟



لو أننا نعيش في عالم الخيال حيث كل ما يتمناه المرء يدركه ، لما كانت هناك جدوى لدراسة علم الاقتصاد . ولو أوتي الفرد مصباح علاء الدين لطلب ما يتمناه ، لما كف عن طلب أشياء وأشياء، وكلما تحققت له رغبة يطلب أخرى وأخرى ، ولما كف عن طلب المزيد . فالفرد منا يريد منزلاً مريحاً واسعاً ، ويرغب في سيارة فاخرة ، ويتمنى شراء ملابس أنيقة كما يتطلع للسفر والنزهة . هذا فضلاً عن كونه يأمل في الحصول على مستوى معقول من التعليم والثقافة والرعاية الصحية و...و... وأشياء أخرى يصعب حصرها ولا يمكن وضع حد لها .



ولكن هل من الممكن إشباع كل هذه الرغبات دفعة واحدة؟

مما لا شك فيه أننا نعيش في عالم الواقع وليس الخيال ، وهذا الواقع إنما يضعنا أمام حقيقتين هامتين هما :

- ١ / إن الحاجات الإنسانية المراد إشباعها متعددة وغير محدودة
- ٢ / إن الموارد المتاحة لإشباع الحاجات الإنسانية محدودة .



اولا : الحاجات الانسانية :-

إن الحاجات الإنسانية **Human needs** تتمثل في شعور بالحرمان مصحوب برغبة **Desire** معينة لدى الفرد في الحصول على وسائل الإشباع المختلفة لإزالة هذا الحرمان . وللحاجة ايا كان موضوعها ثلاثة عناصر هي :-

- احساس بالالم (كالجوع او العطش ..) - معرفة الوسيلة لاطفاء هذا الالم

- الرغبة في استخدام هذه الوسيلة لازالة هذا الاحساس

والحاجات الإنسانية إما فطرية يولد بها الإنسان ويحتاجها تلقائياً ، كالحاجة إلى الغذاء والمأوى والملبس . وإما مكتسبة تتطور وتظهر وتختلف مع نمو الإنسان وتغير ظروفه ، كالحاجة إلى مختلف السلع الكمالية والخدمات . ويقوم الفرد باستهلاك تلك السلع أو الخدمات التي تشبع لديه رغبة أو حاجة معينة والتي تحقق له منفعة اقتصادية .

س\ هل ان الحاجة الى النوم او الحاجة الى الراحة حاجة الاقتصادية ؟ ولماذا؟

خصائص الحاجات والرغبات الإنسانية

تتميز الحاجات والرغبات الإنسانية بعدد من الخصائص ، نورد أهمها فيما يلي :

١ / التعدد : عند النظر إلى الحاجات والرغبات الإنسانية التي يسعى الفرد لإشباعها نجد أنها غير محدودة العدد ، فهناك الحاجة إلى مختلف أنواع الطعام أو الشراب إضافة إلى الملابس والمسكن وسلع وخدمات كثيرة يصعب حصرها .

٢ / التنافس : وهي خاصية تنتج عن محدودية وسائل الإشباع ، إذ تتنافس الرغبات فيما بينها حول الموارد المحدودة وذات الاستعمالات البديلة . فالرغبة في شرب القهوة قد تنافس الرغبة في شرب الشاي ، والحاجة إلى العمل مثلاً تنافس مع الحاجة إلى وقت إضافي للراحة ، والحاجة إلى السفر لقضاء العطلة الصيفية مثلاً تنافس الحاجة إلى شراء سيارة جديدة هذا العام ... وهكذا .



٣ / التكرار : تميل معظم الحاجات التي نشعر بها ونرغب في إشباعها إلى التكرارية ، فبعد كل إشباع نحتاج إلى آخر وهكذا . فالحاجة إلى الطعام على سبيل المثال لا تشبع مرة واحدة وإنما تتكرر وبصفة دورية مستمرة ، وكذلك الحاجة إلى الملابس والتعليم وغير ذلك .

٤ / التجدد : تتجدد الحاجات الإنسانية وتتغير من فترة لأخرى مع نمو الإنسان وتطور رغباته وميوله وذوقه ، وبإشباع حاجات معينة تثور في النفس حاجات أخرى جديدة لم يكن يرغب فيها من قبل .

٥ / التكامل : هناك رغبات تتماشى مع بعضها البعض ، حيث تسوق كل منها إلى الرغبة في الأخرى ، أو أن إشباع رغبة لا يحدث إلا بإشباع رغبة أخرى . فالرغبة في الشاي قد لا تشبع بدون وجود سكر ، والحاجة إلى السيارة لا تشبع إلا بوجود البنزين مثلاً ، وهكذا ..



٦ / القابلية للإشباع : فالحاجات الإنسانية عادة قابلة للإشباع ، وإن كانت الطاقة الإشباعية تختلف من فرد لآخر . فقد يقف الأفراد عند حد معين من الإشباع بينما يستمر آخرون لفترة أطول حتى يحصل على الإشباع المطلوب . إذا تشبع الحاجة بمجرد استعمال السلعة أو الخدمة المعنية سواء مباشرة ، أو باستهلاكها لعدة مرات .

٧ / النسبية : تتصف الحاجات الإنسانية بالنسبية لكونها تختلف من شخص لآخر ومن مكان لآخر ومن زمن لآخر . فالحاجة إلى الملابس الصوفية قد تكون أكثر إلحاحاً في البلدان الباردة منها في الحارة ، وفي فصل الشتاء أكثر منها في الصيف ، بل وما يحتاجه شخص منها قد لا يكون كذلك بالنسبة لشخص آخر .



ثانياً : الموارد

يتضح لنا أن هناك حاجة إنسانية تتحول إلى رغبة تتطلب الإشباع ، وهناك وسائل كفيلة بإشباع هذه الرغبات . هذه الوسائل هي الموارد **Resources** والمتمثلة في السلع **Goods** والخدمات **Services** المختلفة . فكل شيء له القدرة على الإشباع يسمى في العرف الاقتصادي ” سلعة ” بغض النظر عن نوعها . والسلع منها ما هو مادي أو ملموس يمكن توصيفه كما وكيفاً ، فنطلق عليه عموماً ” السلع ” كالمواد الغذائية والملابس والأدوات .. الخ . ومنها ما هو غير مادي وغير ملموس ، ويعرف بـ ” الخدمات ” كالتعليم والصحة والنقل وخلافه .

وهناك تقسيمات عديدة للسلع منها :



السلع الاقتصادية والسلع الحرة :

السلع الاقتصادية Economic Goods ” هي تلك التي لا توجد في الطبيعة إلا بكميات محدودة بالنسبة للدرجة فيها ، ويخصص في سبيل إنتاجها قدر معين من الموارد ” .

أما السلع الحرة Free Goods فهي ” تلك السلع التي توجد في الطبيعة بكميات كبيرة ، ولا يبذل الإنسان أي جهد في سبيل الحصول عليها ، كما لا يخصص لإنتاجها أي قدر من الموارد ” ، كالهواء والماء (أحياناً) .

او بمعنى الاخر وهي السلع التي تكون في وقت معين ومكان معين متوفرة بكميات غير محدودة مثل الهواء والماء . والافراد يحصلون على هذه السلعة مجاناً او من الناحية العملية بإمكانهم الحصول عليها دون جهود او دون دفع مقابل وهذه السلع تكون خارج نطاق علم الاقتصاد



السلع الضرورية والسلع الكمالية :

السلع الضرورية Necessary Goods هي ” تلك السلع التي تشبع حاجات الإنسان البيولوجية ، كالحاجة إلى الطعام والشراب والملبس والمسكن ”

أما السلع الكمالية Luxurious Goods فهي ” السلع التي يرى غالبية الناس أن الحاجة إليها على أدنى درجة من الإلحاح ” .

بيد أن التفرقة بين ما هو ضروري وما هو كمالي ليست بالأمر السهل ، فما هو كمالي لشخص قد يكون ضروري لآخر والعكس صحيح . بل إن ما يكون كمالياً للشخص في وقت معين قد يصبح ضرورياً في وقت آخر .



السلع العادية والسلع الدنيا :

السلع العادية Ordinary Goods هي ” السلع التي يزيد الطلب عليها كلما زاد دخل المستهلك ، ويقل الطلب عليها عندما يقل دخل المستهلك ” .

أما السلع الدنيا (الرديئة) Inferior Goods فهي ” السلع التي تشبع حاجة إنسانية مباشرة ولكنها على درجة منخفضة من الجودة يقل إقبال الفرد عليها عندما يرتفع دخله ليتحول إلى استهلاك سلعة أخرى أكثر جودة ” .



السلع الفانوية والسلع المعمرة :

السلع الفانية **Perishable Goods** هي ” السلع التي تستنفذ قدرتها الإشباعية بمجرد استعمالها مرة واحدة ” . كالمواد الغذائية .

أما السلع المعمرة **Durable Goods** فهي ” السلع التي تحقق سلسلة من الإشباعات دون أن تفقد قدرتها الإشباعية دفعة واحدة إنما تدريجياً ” . كالملابس والآلات والمعدات .



السلع المكملة والسلع البديلة :-

السلع المكملة **Complementary Goods** هي ” السلع التي لا تستخدم إحداها إلا بوجود الأخرى لإشباع حاجة معينة ” .
كالورق والقلم ، السيارة والبنزين ، الشاي والسكر .

أما السلع البديلة **Substitute Goods** فهي ” السلع التي يمكن إحلال أحدها محل الأخرى لإشباع حاجة معينة ” .
مثل الشاي والقهوة ، اللحوم والأسماك ، النقل الجوي او البري،.....



السلع الاستهلاكية والسلع الرأسمالية :

السلع الاستهلاكية **Consumer Goods** هي ” السلع التي تنتج بغرض الاستهلاك النهائي ، أو هي التي تشبع الحاجة الإنسانية مباشرة دون إجراء عمليات تحويلية عليها ” . كالملابس والغذاء .

أما السلع الرأسمالية **Capital Goods** فهي ” السلع التي لا يمكن استخدامها مباشرة في إشباع الحاجات الإنسانية إنما بطريق غير مباشر ” . كالآلات والمعدات المختلفة .



المشكلة الاقتصادية مشكلة ندرة

يقصد بالندرة هنا الندرة النسبية **Proportional Scarcity** وليست الندرة المطلقة **Absolute Scarcity** . فالموارد متوفرة وليست نادرة الوجود ، ولكن نظراً لزيادة الحاجات فإن هذه الموارد تصبح نادرة بالنسبة للحاجة إليها .



المشكلة الاقتصادية مشكلة اختيار :

إن تزايد الحاجات وتعددتها مع محدودية الموارد يضع حدوداً أمام ما يمكن للفرد الحصول عليه من سلع وخدمات مما يجعل عملية الاختيار أمراً لا مفر منه .
 فإذا واجهت الفرد مشكلة الاختيار ، وتمكن من اختيار أحد البدائل المتاحة ، فقد اتخذ قراراً اقتصادياً . واختيار سلعة أو خدمة معينة إنما يعني التضحية بأخرى ، وتسمى تكلفة الاختيار المتمثلة فيما تم التضحية به ” تكلفة الفرصة البديلة ”

Opportunity Cost .

ولحل المشكلة الاقتصادية فإنه ينبغي الإجابة على الأسئلة الأساسية التي تواجه أي مجتمع كان ، وتتطلب الإجابة . هذه الأسئلة هي (او ما يسمى بركان المشكلة الاقتصادية) :-



١ / ماذا تنتج ؟ أي تحديد ما هي السلع والخدمات التي يتعين على المجتمع إنتاجها ؟ .. هل هي الملابس ؟ أم المواد الغذائية ؟ أم الآلات ؟ .

٢ - كم نتج ؟ أي تحديد الكميات المنتجة من كل سلعة والخدمة

٣ / كيف نتج ؟ وهو أن يحدد الكيفية التي ينتج بها تلك السلع . وهذه العملية إنما تتطلب حصر كل الموارد المتاحة للإنتاج وتخصيصها على الاستخدامات المختلفة بحيث نحقق من خلال ذلك أقصى استغلال ممكن ، وتحديد الأسلوب الفني والتقني الأمثل لإنتاج السلع والخدمات المطلوبة .

٤ / لمن نتج ؟ وهي الكيفية التي يتم بها توزيع الإنتاج على أفراد المجتمع وتحديد المنتفعين منه .



ثانياً : الإمكانيات الإنتاجية المتاحة للمجتمع :

لاستيعاب عملية الاختيار التي تواجه المجتمع ، والتي تمثل صلب المشكلة الاقتصادية ، نلجأ إلى البناء النظري ، وبعض الافتراضات كما يلي :

- ١ - أن هناك كميات محدودة من الموارد الاقتصادية (العمل ، الأرض ، رأس المال) وهذه الموارد رغم تخصصها يمكن أن تدخل في أكثر من استخدام .
- ٢ - أن المعرفة الفنية أو التقنية ثابتة ، فليس هناك اختراع أو تطور تكنولوجي على الأقل في المدى القصير .
- ٣ - أن المجتمع ينتج سلعتين فقط أو مجموعتين من السلع .
- ٤ - أن الاقتصاد يوظف جميع موارده توظيفاً كاملاً . ويقصد بالتوظيف الكامل **Full-employment** الحالة التي تكون فيها جميع الموارد المتاحة مستخدمة وموظفة بالكامل دون وجود أي موارد عاطلة أو غير مستغلة .

السلع الزراعية	السلع الصناعية	التوليفات
صفر	٧	أ
٣	٦	ب
٦	٤	ج
٧	٢	د
٨	صفر	هـ



يعرف منحنى إمكانية الإنتاج

Production Possibility Curve

بأنه : ” ذلك المنحنى الواصل بين النقاط المختلفة والتي تمثل كل منها توليفة من الكميات التي يمكن إنتاجها من السلعتين باستخدام جميع الموارد المتاحة للمجتمع ” .

تمرين (١)

الجدول التالي يوضح الإنتاج الكلي من الغذاء والملابس في مجتمع معين ، وذلك بافتراض الاستخدام الأمثل للموارد . والمطلوب :

أ - رسم منحنى إمكانية الإنتاج .

ب - هل يمكن لهذا المجتمع أن ينتج (٧) وحدات من الغذاء ، و (٥) وحدات من الملابس ؟ ولماذا ؟

ج - هل يمكن إنتاج (٦) وحدات غذاء ، و (٨) وحدات ملابس ؟ ولماذا ؟

د - إذا حصل هذا المجتمع على قرض من صندوق النقد الدولي ، ووجه هذا القرض لزيادة الإنتاج الغذائي ، ماذا يحدث لمنحنى إمكانية الإنتاج ؟ وضح ذلك بالرسم .

٠	٤	٦	٨	٩	١٠	الغذاء
١٢	٩	٧	٤	٢	٠	الملابس

تمرين (٢)

الجدول التالي يبين حالة مجتمع يمكنه إنتاج النحاس أو الحديد ، التوليفات من أ إلى هـ تعبر عن الإمكانيات الإنتاجية من السلعتين .

التوليفات	أ	ب	ج	د	هـ
نحاس	٢	٦	٨	١٢	١٤
حديد	٢٠	١٦	١٤	٨	٢٠

أولاً : ارسم منحنى إمكانية الإنتاج .

ثانياً : افترض حدوث تقدم تقني كان من شأنه زيادة إنتاج الحديد بمقدار وحدتين إضافيتين لكل توليفة ، ماذا يحدث لشكل منحنى إمكانية الإنتاج ؟

ثالثاً : لو كان التقدم التقني في صالح السلعتين بحيث زاد كل من إنتاج الحديد والنحاس بمقدار وحدتين لكل توليفة ، كيف يكون شكل منحنى إمكانية الإنتاج عندئذ ؟ .



ثالثاً : بعض التقسيمات والمفاهيم الاقتصادية

• التحليل الاقتصادي الجزئي والتحليل الاقتصادي الكلي :

تتدرج المشكلة التحليلية الاقتصادية تحت اتجاهين رئيسيين ، اتجاه جزئي وهو محل دراستنا ، وآخر كلي يدرس في المستوى اللاحق لمبادئ الاقتصاد .

أولاً / التحليل الاقتصادي الجزئي **Micro-economic Analysis** :

ويعرف بالاقتصاد الوحدي وهو التحليل الذي يتناول دراسة الوحدات الاقتصادية والفردية في المجتمع ، كالمستهلك الفرد والمنتج الواحد والسلعة والسوق الواحد .. وهكذا .

ثانياً / التحليل الاقتصادي الكلي Macro-economics Analysis

التحليل الاقتصادي الكلي أو التجميعي يرتبط بفكرة الشمول والعلاقات الكلية ، حيث يقوم بدراسة العلاقات والظواهر الاقتصادية في مجموعها كعلاقة شاملة كلية بدلاً من دراسة عمليات منفصلة بذاتها أو قرارات اقتصادية فردية . أي أن التحليل الكلي هو ذلك النوع من التحليل الاقتصادي الذي يتناول دراسة الموضوعات المتعلقة بالاقتصاد القومي في مجموعه ، بغض النظر عن سلوك الوحدات الفردية في هذا الاقتصاد . فهو يدرس السلوك الاقتصادي لوحدات الاقتصاد القومي ككل مثل الناتج القومي والدخل القومي والاستهلاك الكلي والتوظيف والبطالة والمستوى العام للأسعار والأجور .



السوق

* السوق عبارة عن المكان الذي تلتقي فيه قرارات البائعين والمشتريين بشأن تبادل السلع .

* السوق هو العملية التي يتم من خلالها تحديد الأسعار والكميات المتبادلة من السلع والخدمات المختلفة .



العوامل لتحديد نطاق ونوع السوق

- ١ - عدد البائعين أو المنتجين للسلعة أو الخدمة .
- ٢ - عدد المشترين أو المستهلكين للسلعة .
- ٣ - درجة تجانس السلعة أو الخدمة المنتجة .
- ٤ - طبيعة السلعة ونوعها .
- ٥ - مدى الارتباط بين البائع والمشتري وسهولة الاتصال بينهما .



أنواع (أشكال) السوق

أولاً / سوق المنافسة التامة Perfect Competition .

وهي تلك السوق التي تتوفر فيها أربع خصائص تميزها عن سائر أشكال الأسواق الأخرى ، أو شروط لا بد من توافرها ، والتي إن تخلف أحدها انتفى أن تكون السوق هي سوق منافسة تامة أو كاملة . وهذه الخصائص هي :



١ - كثرة عدد الباعين والمشتريين :

فلا بد من وجود عدد كبير من المنتجين الباعين للسلعة أو الخدمة ، وعدد كبير من المستهلكين المشتريين للسلعة أو الخدمة ، مع ضآلة نصيب كل منهم .

وبذلك تعتبر المنشأة أو المنتج في حالة سوق المنافسة التامة متلقياً للسعر **Price Taker** السائد في السوق وليس صانعاً له .

٢ - تجانس السلعة تجانساً تاماً :

فالسلعة هنا متشابهة ومتجانسة **Homogeneous** تماماً ، بحيث يمكن إحلال أي سلعة منها محل الأخرى في إشباع نفس الحاجة لدى المستهلك .



٣ – حرية الدخول والخروج من السوق :

ولذلك لعدم وجود أي حواجز **Barriers** أو قيود **Restriction** إدارية كانت أو قانونية أو اقتصادية تمنع منشأة جديدة من الدخول في السوق أو منشأة قائمة من الخروج .

٣ – العلم التام بأحوال السوق :

حيث يشترط توافر كامل البيانات والمعلومات لدى جميع البائعين والمشتريين ، سواء بالثمن السائد أو أي أمور أخرى تتعلق ببيع وشراء السلعة في السوق .



ثانياً / سوق الاحتكار Monopoly .

المحتكر هو المنتج الذي يقوم بالاستحواذ والسيطرة على جميع مخرجات صناعة معينة دون سواه ، وذلك بالشروط التالية :

- ١ - أن يكون هناك منتج واحد للسلعة أو الخدمة .
- ٢ - أن يقوم هذا المنتج ببيع سلعة ليس لها مثيل في السوق .
- ٣ - عدم إمكانية دخول منتجين آخرين للصناعة أو السوق .

وهنا يصبح المنتج المحتكر صانعاً للسعر **Price Maker** .



ويُفرق البعض بين نوعين من الاحتكار : احتكار البيع **Selling** واحتكار الشراء **Monopsony** و **Monopoly**

فاحتكار البيع هو ” السوق الذي يتولى فيه منتج واحد بيع سلعة ليس لها مثيل في السوق ” .

أما احتكار الشراء فيعني ” قيام مستهلك واحد بشراء سلعة ليس لها مثيل في السوق ”

وهناك نوع ثالث يعرف بالاحتكار المزدوج **Bilateral Monopoly**

ويقصد به ” السوق الذي يقوم فيه منتج واحد ببيع سلعة لا مثيل لها في السوق لمشتري واحد ” ، أي يقف هنا محتكر البيع وجهاً لوجه أمام محتكر الشراء .



ثالثاً / سوق المنافسة الاحتكارية Monopolistic competition

خصائص هذا السوق فيما يلي :

- ١ - وجود عدد كبير من المنتجين البائعين .
- ٢ - تماثل السلعة مع شيء من التمييز بينها . .
- ٣ - حرية الدخول والخروج من السوق .



رابعاً / سوق احتكار القلة Oligopoly

وهي سوق يتولى فيها عدد محدد من المنتجين بيع سلعة أو خدمة متماثلة أو متنوعة يستأثر كل منهم بنسبة كبيرة من الإنتاج أو الصناعة ، ويؤثر بقراراته وبسياساته الإنتاجية أو التسويقية السعرية تأثيراً مباشراً في باقي المنتجين .



العرض

والطلب

والتوازن



الطلب Demand :

” هو الكميات التي يكون المستهلكون راغبين وقادرين على شرائها من السلعة أو الخدمة عند مختلف الأثمان المفترضة لها ” .
وبذلك يكون الطلب هو الرغبة المدعومة بالقدرة على الشراء .

محددات الطلب :

هناك عدد من العوامل التي تؤثر في الطلب أو الكميات التي يرغب الأفراد في شرائها من السلعة أو الخدمة . هذه العوامل أو المحددات هي :



أولاً : العوامل والمحددات الكمية :

وهي تلك التي يمكن قياسها كمياً بوحدات نقدية أو عينية ، وتتمثل في الآتي :

١ – ثمن السعر Price :

وهو السعر الذي تباع به السلعة . فكلما ارتفع ثمن السلعة تنخفض الكمية التي يرغب المستهلك في شرائها منها ، وكلما انخفض الثمن تزيد الكمية المطلوبة منها .

وبذلك تكون العلاقة بين ثمن السلعة والكمية المطلوبة منها علاقة عكسية .



٢ - دخل المستهلك Income :

العلاقة هنا طردية ، زيادة دخل المستهلك تعني زيادة مقدرته الشرائية وبالتالي تزيد الكمية التي يطلبها من السلعة أو الخدمة ، والعكس إذا انخفض الدخل تقل قدرة المستهلك الشرائية فيقلل من الكمية التي يطلبها من السلعة أو الخدمة .

٣ - أثمان السلع الأخرى المرتبطة بالسلعة The Prices of other goods

السلع المكملة وهي التي تكمل بعضها البعض في الاستهلاك . فالعلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة وثمان السلعة المكملة لها علاقة عكسية سالبة .

السلع البديلة وهي تلك التي يمكن إحلال إحداها محل الأخرى . فثمان أحدها والكمية المطلوبة من الأخرى على علاقة طردية موجبة .



ثانياً : العوامل والمحددات النوعية :

وهي المتغيرات أو العوامل التي لا يمكن قياسها سواء بوحدات عينية معينة أو نقدية ، إنما يمكن توصيفها فقط ، كالعادات والتقاليد ، والتفضيلات المختلفة للمستهلك .

وتحصر كل هذه العوامل تحت ما نطلق عليه ” ذوق المستهلك ”

صيغة دالة الطلب : **Demand Function**

ك ط = د (ث ، ل ، ث ب ، ث م ، ق)

عندما يرتفع ثمن السلعة فإن الكمية المطلوبة من هذه السلعة سوف تنخفض ،
وعندما ينخفض ثمن السلعة فإن الكمية المطلوبة منها سوف ترتفع ، هذا مع افتراض
ثبات العوامل الأخرى على حالها .



Price Demand

دالة الطلب السعرية

LOGO

Function

هي عبارة عن العلاقة الرياضية التي تربط الكمية المطلوبة من السلعة بثمنها .
ويمكن التعبير عن دالة الطلب في أبسط صورها (الصورة الخطية) على النحو التالي :

$$ك ط = أ - ب ث$$

حيث أن :

ك ط : الكمية المطلوبة من السلعة .
ث : ثمن السلعة .

أ : مقدار ثابت ويعبر عن الكمية المطلوبة من السلعة عندما يكون ثمنها صفراً ،
وبعبارة أخرى هي الكمية المطلوبة التي لا تتأثر بالثمن .

ب : مقدار التغير في الكمية المطلوبة من السلعة والناجم عن تغير الثمن بوحدة واحدة .

$$\text{أي أن : } \frac{ب}{\Delta ك ط} = \Delta ث$$

مثال:

- إذا كانت الكمية المطلوبة من سلعة معينة عن الثمن صفر ، تساوي (١٢) وحدة .
وأدت زيادة الثمن بريال واحد إلى انخفاض الكمية المطلوبة من هذه السلعة بمقدار (٢) وحدة . فما هي دالة الطلب الممثلة للعلاقة السابقة ؟

الصورة العامة لدالة الطلب هي : $ك ط = أ - ب ث$ ، وعليه تكون الدالة الممثلة للعلاقة المذكورة هي :

$$ك ط = ١٢ - ٢ ث$$

جدول الطلب Demand Schedule :

هو عبارة عن قائمة توضح الكميات التي يطلبها المستهلك من السلعة أو الخدمة عند الأثمان المختلفة . على النحو التالي :

ك ط	ث
١٢	صفر
١٠	١
٨	٢
٦	٣
٤	٤
٢	٥
صفر	٦



منحنى الطلب Demand Curve :

هو عبارة عن المنحنى الواصل بين النقاط المختلفة والتي تمثل الأثمان المختلفة المفترضة للسلعة أو الخدمة والكميات المطلوبة عند كل ثمن .

التغير في الطلب والتغير في الكمية المطلوبة

التغير في الكمية المطلوبة إنما يعني الانتقال من نقطة إلى أخرى على منحنى الطلب نتيجة لتغير ثمن السلعة . هذا مع افتراض ثبات العوامل الأخرى على حالها .

أما التغير في الطلب فيعني انتقال منحنى الطلب بأكمله من مكانه جهة اليمين عندما يزيد الطلب أو جهة اليسار عندما ينخفض الطلب .



الطلب الكلي (طلب السوق) Market Demand

هو مجموع الكميات المطلوبة من السلعة لإجمالي المستهلكين عند الأسعار المختلفة .
مثال : يوضح الجدول الكميات التي يطلبها إجمالي المستهلكين (أ ، ب ، ج) من سلعة ما ثم الطلب الكلي أو طلب السوق على هذه السلعة .

الطلب الكلي (طلب السوق)	طلب المستهلك (ج)	طلب المستهلك (ب)	طلب المستهلك (أ)	ثمن السلعة
٢٥	١١	٦	٨	٢
٢٠	٩	٥	٦	٤
١٥	٧	٤	٤	٦
١٠	٥	٣	٢	٨
٥	٣	٢	صفر	١٠



طلب السوق هو إجمالي الكميات التي يطلبها المستهلكون الثلاثة عند كل ثمن من الأثمان المفترضة للسلعة . أما منحني طلب السوق فهو عبارة عن التمثيل البياني لمجموع النقاط التي تمثل إجمالي الكميات التي يطلبها الأفراد عند كل ثمن . (أي الجمع الأفقي لمنحنيات الطلب الفردية)



الحالات الاستثنائية للطلب

هناك حالات استثنائية لا ينطبق فيها قانون الطلب ، ولا تكون العلاقة بين الكمية المطلوبة والتمن علاقة عكسية كما عهدناها . من هذه الحالات ما يلي :

- ١ - حالة السلع التي تطلب لذاتها ولكونها باهظة الثمن . كسلع الرفاهية من مجوهرات وأحجار كريمة وتحف نادرة .
- ٢ - حالة السلع التي يعتقد الأفراد أن ارتفاع ثمنها دليلاً على جودتها . كأدوات ومساحيق التجميل مثلاً .



- ٣ - حالة السلع التي يزيد الطلب عليها عند ارتفاع ثمنها خوفاً من ارتفاع أكبر في المستقبل .
ويحدث ذلك غالباً في أوقات الحروب والأزمات خاصة بالنسبة للسلع الاستهلاكية .
- ٤ - حالة السلع التي لا تستهلك إلا مرة واحدة في العمر . مثل التطعيمات الطبية .
- ٥ - حالة سلع " جيفن " .

تمرين (١)

إذا كانت دالة الطلب هي : $K = 175 - 5T$ ، فأكمل الجدول التالي ، ثم ارسم منحنى الطلب الذي يمثل هذه العلاقة .

ك ط	ث
١٧٥	صفر
١٥٠	٥
١٢٥	١٠
١٠٠	١٥
٧٥	٢٠
٥٠	٢٥
٢٥	٣٠



تمرين (٢)

ما هي الدالة التي تمثل البيانات الواردة بالجدول التالي :

٥٠	٤٠	٣٠	٢٠	١٠	صفر	الثمن
٢٤	٣٢	٤٠	٤٨	٥٦	٦٤	الكمية المطلوبة



Elasticity of Demand مرونة الطلب

إن العلاقة الدالية بين الطلب كمتغير تابع والعوامل المؤثرة فيه كمتغيرات مستقلة ، تعني أن الكمية المطلوبة من السلعة ستتغير عند تغير أي عامل من العوامل أو المتغيرات السابقة . ولكن ما مدى هذا التغير ؟

مرونة الطلب هي :

درجة استجابة الكمية المطلوبة من السلعة أو الخدمة للتغيرات التي تحدث في أحد العوامل المؤثرة في الطلب .

أولاً / مرونة الطلب السعرية :

مرونة الطلب السعرية **Price Elasticity of Demand** هي درجة استجابة الكمية المطلوبة من السلعة للتغيرات التي تحدث في ثمن السلعة .

$$م\ث = \frac{\Delta ك\ط}{\Delta ث} \times \frac{ث}{ك\ط}$$

يحدد معامل المرونة خمس درجات أو حالات لمرونة الطلب . وهي كالتالي :



Infinitely

الطلب لا نهائي المرونة

LOGO

Elastic

وهي الحالة التي يؤدي فيها تغير في ثمن السلعة إلى تغير لا نهائي في الكمية المطلوبة منها . أي أن المستهلكين لشراء كل الكمية التي يمكنهم شرائها من السلعة عند ثمن معين ، ولكنهم غير مستعدين لشراء أي كمية منها إذا ارتفع ثمنها ولو بنسبة ضئيلة جداً .

[م ث = ∞]

أما عن منحنى الطلب لا نهائي فيكون على شكل خط مستقيم يوازي المحور الأفقي .



أي الحالة التي تتغير فيها الكمية التي يطلبها المستهلكون من السلعة بنسبة أكبر من التغير الذي يحدث في ثمنها .

$$[\infty < م < ١]$$

أما منحنى الطلب المرن فيكون أقرب لموازاة المحور الفقي إلا أنه لا يوازيه .



٣ / الطلب متكافئ المرونة

وهي الحالة التي تتغير فيها الكمية المطلوبة من السلعة أو الخدمة بنفس نسبة التغير في الثمن .

$$[م ت = ١]$$

أما منحنى الطلب متكافئ المرونة فيكون من نوع القطع المتكافئ .



٤ / الطلب غير المرن

هو ذلك الذي تتغير فيه الكمية المطلوبة من السلعة أو الخدمة بنسبة أقل من نسبة التغير في الثمن .

[صفر > م > ث > ١]

أما منحنى الطلب الغير مرن فهو أقرب إلى موازاة المحور الرأسي ولكنه لا يوازيه .



٥ / الطلب عديم المرونة

وهو يعني أن الكمية المطلوبة عديمة الاستجابة لتغيرات الثمن .

[م ث = صفر]

ويكون منحنى الطلب عديم المرونة عبارة عن خط مستقيم يوازي المحور الرأسي .



العوامل المؤثرة في مرونة الطلب السعرية :

تتوقف درجة حساسية الطلب على السلعة نتيجة للتغيرات التي تطرأ على ثمنها على عدد من العوامل . وهي :

١ - أهمية السلعة وضرورتها للمستهلك :

فكلما كانت السلعة ضرورية ، وتشبع حاجة أساسية للمستهلك كلما كان الطلب عليها أقل مرونة . وعلى ذلك يكون الطلب غير مرن في حالة السلع الضرورية ، ومرناً في حالة السلع الكمالية .

٢ - مدى توافر بدائل للسلعة :

كلما كان هناك بدائل أكثر للسلعة تمكن المستهلك من الاستغناء عن كمية أكبر منها عند ارتفاع ثمنها ، والاستعاضة عنها بسلعة أخرى بديلة . بمعنى أنه كلما كان هناك بدائل أكثر للسلعة كلما كان الطلب أكثر مرونة . والعكس إذ يكون الطلب غير مرن في حالة السلع التي ليس لها بديل .

كلما تعددت استعمالات السلعة كانت أكثر أهمية للمستهلك وبالتالي كانت أقل مرونة للتغيرات التي تحدث في ثمنها ، أو بعبارة أخرى يمكن القول بأن السلعة كلما كانت ذات استعمالات متعددة كلما كانت مرونتها منخفضة .

كلما زاد مستوى الدخل تقل المرونة . فمرونة الطلب على السلع المختلفة لدى الأغنياء أقل منها لدى الفقراء ، خاصة وأن ما يعتبره الأغنياء ضرورياً هو كمالياً بالنسبة للفقراء فارتفاع سعر سلعة ما لا يتأثر به الأغنياء وذوي الدخل المرتفعة ، حيث قد تنخفض الكمية المطلوبة بمقدار بسيط ، أما ذوي الدخل المنخفض فإن ارتفاع الثمن يؤثر على الكمية التي يطلبونها من السلعة وبشكل واضح .

٥ - نسبة ما ينفق على السلعة من الدخل :

إذا كانت السلعة باهظة الثمن ويشكل ما ينفق عليها نسبة كبيرة من دخل المستهلك ، فإن أي تغير في ثمنها سوف يؤثر على الكمية المطلوبة منها بشكل كبير .
وعليه فإن مرونة الطلب تزيد كلما زادت النسبة المنفقة على السلعة من الدخل ،
والعكس فالسلعة التي لا يشكل الإنفاق عليها سوى نسبة ضئيلة جداً من الدخل يكون
الطلب عليها منخفض المرونة .

كلما طالت الفترة الزمنية كلما تمكن المستهلك من تغيير عاداته الاستهلاكية ، وكلما أصبح أكثر قدرة على تغيير الكمية المطلوبة من السلعة التي تغير ثمنها . حيث يتطلب تغيير عادات الفرد الاستهلاكية فترة من الزمن يتكيف فيها مع استهلاك كمية أقل من سلعة معينة أو الاستعاضة بسلعة أخرى محلها وهكذا .
لذلك نقول بأن مرونة الطلب تزيد مع زيادة ومرور الزمن .



أهمية حساب المرونة

مرونة الطلب والإيراد الكلي للمنتج :

إن المبلغ الكلي الذي ينفق على شراء السلعة يمكن أن يطلق عليه الإنفاق الكلي للمستهلكين (المشترين) ، وهو في الوقت نفسه الإيراد الكلي للمنتجين (البائعين) .

وتختلف علاقة المرونة بالإيراد الكلي حسب معامل المرونة أو نوع مرونة الطلب
كما يلي :

١ - في حالة الطلب لا نهائي المرنة :

يؤدي ارتفاع الثمن إلى انخفاض الإيراد الكلي إلى الصفر ، أما انخفاض الثمن فيؤدي إلى زيادة الإيراد الكلي إلى ما لا نهاية .

٢ - في حالة الطلب المرن :

يؤدي ارتفاع ثمن السلعة إلى انخفاض الإيراد الكلي ، وذلك بسبب انخفاض الكمية المباعة بنسبة أكبر من نسبة ارتفاع الثمن . هذا ويؤدي انخفاض الثمن إلى زيادة الإيراد الكلي للمنتج .

٣ - في حالة الطلب متكافئ المرنة :

لا يتغير الإيراد الكلي الناشئ عن البيع ، سواء ارتفع ثمن السلعة أو انخفض . وذلك لكون انخفاض ثمن السلعة أو ارتفاعه سيؤدي على ارتفاع الكمية المطلوبة أو انخفاضها بنفس النسبة ، وبالتالي لا يتأثر الإيراد الكلي .



٤ - في حالة الطلب الغير مرن :

يؤدي ارتفاع الثمن إلى زيادة الإيراد الكلي لكون الكمية المطلوبة من السلعة ستنخفض ولكن بنسبة أقل من نسبة ارتفاع الثمن ، فتكون المحصلة النهائية هي زيادة الإيراد .
أما عند انخفاض الثمن فإن الإيراد الكلي ينخفض بسبب زيادة الكمية المطلوبة ولكن بنسبة أقل من نسبة انخفاض الثمن .

٥ - في حالة الطلب عديم المرونة :

يزداد الإيراد الكلي بنفس نسبة زيادة الثمن وينخفض بنفس نسبة انخفاضه ، وذلك لأن الكمية المباعة أو المطلوبة لا تتغير .

مثال :

إذا كانت الكمية التي يطلبها المستهلكون من سلعة معينة هي ١٠٠ وحدة ، بسعر الوحدة ٥ ريالات . وعندما قام المنتج برفع ثمنها إلى ٦ ريالات ، انخفضت مبيعاته منها لتصبح ٩٠ وحدة بدلاً من ١٠٠ . فهل يعتبر رفع الثمن قراراً حكيماً من المنتج أم لا ؟ ولماذا ؟

لمعرفة أثر سياسة رفع الثمن على الإيراد الكلي للمنتج لا بد من قياس مرونة الطلب كالتالي :

$$\text{مرونة الطلب} = \frac{\Delta \text{ك ط}}{\Delta \text{ث}} \times \frac{\text{ث}}{\text{ك ط}} = \frac{١٠}{١} \times \frac{٥}{١٠٠} = \frac{٥٠}{١٠٠} = ٠,٥$$

ثانياً / مرونة الطلب الدخلية :

هي ” درجة استجابة الكمية المطلوبة من السلعة للتغيرات التي تحدث في دخل المستهلك ” .
 إذاً : مرونة الطلب الدخلية = نسبة التغير في الكمية المطلوبة / نسب التغير في دخل المستهلك

$$\text{مرونة الطلب الدخلية} = \frac{\Delta ك ط}{ل} \times \frac{ل}{ك ط}$$



١ - تنخفض نسبة الدخل المخصصة للإنفاق على المواد الغذائية كلما زاد الدخل .

٢ - تظل نسبة الدخل المخصصة للإنفاق على الملابس والمسكن والتدفئة والإضاءة ثابتة مع زيادة الدخل .

٣ - تزداد نسبة الإنفاق على الحاجات الأخرى كالتعليم والترفيه والسياحة والادخار مع زيادة الدخل .



ثالثاً / مرونة الطلب التقاطعي :

تعرف مرونة الطلب التقاطعي **Cross Elasticity of Demand**

بأنها درجة استجابة الكمية المطلوبة من السلعة للتغيرات التي تحدث في ثمن سلعة أخرى مرتبطة بها .

$$م ق = \frac{\Delta ك ط}{\Delta ث ق} \times \frac{\Delta ث ق}{\Delta ك ط}$$

تكون الإشارة موجبة في حالة السلعة البديلة ، لكون العلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة و ثمن السلعة البديلة لها علاقة طردية . أما في حالة السلع المكملة فالإشارة تكون سالبة . حيث أن العلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة و ثمن السلعة المكملة لها علاقة عكسية .

تمرين

- أ / إذا قام بقال بتخفيض ثمن كيلو التفاح من ٦ إلى ٤ ريالات ، فزادت الكمية التي يبيعها من ٨٠ إلى ٩٠ كيلو ، فهل يعتبر الطلب على التفاح مرناً أو غير مرن ؟
- ب / هل يعتبر قرار البائع بتخفيض ثمن التفاح لزيادة مبيعاته قراراً في صالحه أم لا ؟ أثبت إجابتك بحساب الإيراد الكلي الناشئ عن البيع في الحالتين .
- ج / إذا أدى تخفيض ثمن التفاح إلى تخفيض الكمية المطلوبة من البرتقال ، فهل يعتبر البرتقال في هذه الحالة بديلاً أم مكماً للتفاح ؟ ولماذا ؟ .

تمرين

إذا كان " أحمد " يستهلك ١٠ كيلو من الأرز شهرياً ، وبافتراض أن ثمن كيلو الأرز ٨ ريالاً . فما درجة تأثير طلب أحمد على الأرز بتغيرات دخله ؟ إذا علمت أن زيادة دخله الشهري من ٤٠٠٠ إلى ٤٥٠٠ ريال ، قد أدت إلى زيادة الكمية التي يستهلكها من الأرز بمقدار ٢ كيلو شهرياً . هل ينطبق قانون " إنجل " في هذه الحالة أم لا ؟ ولماذا . ؟



العرض

العرض **Supply** ” هو الكميات التي يكون المنتجون مستعدين لبيعها فعلاً في السوق من السلعة أو الخدمة عند مختلف الأثمان المفترضة لها ” .

محددات العرض :

هناك العديد من العوامل التي تؤثر في الكمية التي يرغب المنتج في عرضها من السلعة أو الخدمة ، ومن أهمها ما يلي :



١ - ثمن السلعة :

ترتبط الكمية المعروضة بعلاقة طردية مع ثمنها . فكلما ارتفع ثمن السلعة أو الخدمة ، زادت الكمية التي يرغب المنتج في عرضها منها والعكس بالعكس .

٢ - أثمان عناصر الإنتاج :

كلما زادت أثمان عناصر الإنتاج (العمل ، الأرض ، رأس المال ، التنظيم) التي تستخدم في إنتاج السلعة ، كلما أدى ذلك إلى زيادة تكاليف إنتاج السلعة وبالتالي انخفضت الكمية المعروضة من السلعة . وعلى ذلك تكون العلاقة بين أثمان عناصر الإنتاج المستخدمة في إنتاج السلعة والكمية المعروضة منها علاقة عكسية .



٣ - أثمان السلع الأخرى :

ترتبط الكمية المعروضة من السلعة بعلاقة عكسية مع ثمن السلعة البديلة لها في الإنتاج ، وعلاقة طردية مع السلعة المكملة لها في الإنتاج .
فمثلاً لو ارتفع ثمن اللبن الرائب فإن الكمية المعروضة من الحليب ستتناقص ، لكون اللبن الرائب بديل للحليب في الإنتاج . أما لو ارتفع ثمن الزبدة فإن الكمية المعروضة من الحليب ستزيد لأن الزبدة مكملة في الإنتاج للحليب .

٤ - حالة الفن الإنتاجي :

يؤثر المستوى الفني والتقني للإنتاج على كمية ونوعية السلع المنتجة ، وكذلك على تكاليف الإنتاج . لذلك فكلما تحسن الأسلوب الفني والإنتاجي المستخدم كلما زادت الكمية المعروضة من السلعة والعكس بالعكس .



٥- أهداف المنتجين :

تختلف أهداف المنتجين من أحدهم إلى الآخر، فقد يهدف المنتج إلى تعظيم الأرباح أو إلى تقليل الخسائر، أو لمجرد انتاج سلعة أو تقديم خدمة تعود بالنفع على المجتمع . فإذا كان الهدف يتطلب التوسع في الانتاج فإن الكمية المعروضة من السلعة بدون شك ستزيد أو العكس إذا هدف المنتج إلى تقليص نشاطه .

ك ع = د (ث ، ث ص ، ث ب ، ث م ، ف ، ه ،)



دالة العرض السعرية :

هي العلاقة الرياضية التي توضح العلاقة بين الكمية المعروضة من السلعة وثمانها ، مع افتراض بقاء العوامل الأخرى المؤثرة في العرض على حالها .

$$ك ع = أ + ب ث$$

مثال :

لو كان ثمن السلعة في السوق هو الصفر ، وكان المنتج لا يرغب في عرض أي كمية من سلعته عند هذا الثمن بل كانت الكمية التي يعرضها هي (- ٣) . وأن تغير الثمن بريال واحد يؤدي إلى تغير الكمية المعروضة بمقدار ٣ وحدات . فما هي دالة العرض الممثلة للعلاقة السابقة ؟

$$دالة العرض تكون : ك ع = - ٣ + ٣ ث$$



جدول العرض :

هو عبارة عن القائمة التي توضح الكميات التي يرغب المنتج في عرضها من السلعة أو الخدمة عند الأثمان المختلفة . ولتكوين جدول العرض نعوض

٥	٤	٣	٢	١	صفر	الثلث (ث)
١٢	٩	٦	٣	صفر	٣-	الكمية المعروضة (ك ع)

منحنى العرض :

وهو عبارة عن التمثيل البياني لجدول العرض أو دالة العرض .



تغير كمية المعروضة وتغير العرض :

التغير في الكمية المعروضة هو الانتقال من نقطة إلى أخرى على منحنى العرض نتيجة لتغير ثمن السلعة ، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى (ظروف العرض) وبقيائها دون تغير .

ولكن إذا تغير أحد العوامل المؤثرة في العرض ماعدا الثمن فإن منحنى العرض ينتقل بأكمله تعبيراً عن تغير في العرض بأكمله وليس الكمية المعروضة فقط .

العرض الكلي (عرض السوق) :

هو عبارة عن مجموعة الكميات من السلعة أو الخدمة التي يقوم جميع المنتجين بعرضها عند مستويات الثمن المختلفة . وبذلك يكون منحنى عرض السوق هو التمثيل البياني لمجموع النقاط التي تمثل مجموع الكميات التي يعرضها المنتجون عند كل ثمن من الأثمان



مرونة العرض :

مرونة العرض **Elasticity of Supply** هي : "درجة استجابة الكمية المعروضة من السلعة أو الخدمة نتيجة للتغيرات التي تحدث في ثمنها، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى على حالها " (مرونة العرض السعرية)

١ . عرض لا نهائي المرونة :

الحالة التي يؤدي فيها تغير بسيط في ثمن السلعة إلى تغير بمقدار لا نهائي في الكمية المعروضة منها . أي أن نسبة التغير في الكمية المعروضة أكبر من نسبة تغير الثمن [م ع = ∞] .

ويكون منحنى العرض لا نهائي المرونة على شكل خط مستقيم يوازي المحور الأفقي

٢. عرض مرن :

في حالة العرض المرن ، تتغير الكمية المعروضة بنسبة أكبر من التغير الذي يحدث في الثمن . ويكون معامل المرونة $[\infty < م < ع < ١]$ ومنحنى العرض يكون منخفض الميل أي أقرب إلى أن يكون موازياً للمحور الأفقي ولكنه لا يوازيه .

٣. عرض متكافئ المرونة :

عندما يتغير الثمن بنسبة معينة فتتغير الكمية المعروضة من السلعة بنفس النسبة يكون العرض متكافئ المرونة .

وبناء على ذلك يكون معامل المرونة $[م = ع = ١]$ ، ومنحنى العرض عبارة عن خط 54 الذي يقسم الزاوية القائمة إلى نصفين .



٤. عرض غير مرن :

هنا يؤدي التغير في ثمن السلعة بنسبة معينة إلى تغير بنسبة أقل في الكمية المعروضة من السلعة . ومعامل المرونة في هذه الحالة تتراوح قيمته بين الواحد الصحيح والصفـر [$١ < م < ع < صفر$] ، ومنحنى العرض الغير مرن يكون أقرب إلى أن يوازي المحور الرأسـي ولكنه لا يوازي .

٥. عرض عديم المرونة :

الحالة التي لا تتأثر فيها الكمية المعروضة من السلعة بأي تغيرات تحدث في الثمن ، إي أن العرض عديم الاستجابة لتغيرات الثمن [$م = صفر$] . ومنحنى العرض يكون عبارة عن خط مستقيم يوازي المحور الرأسـي .



العوامل المؤثرة في مرونة العرض :

١ . القابلية للتخزين :

فكلما كانت السلعة قابلة للتخزين وبتكلفة معقولة، كان عرضها أكثر مرونة للتغيرات التي تحدث في الأسعار . ولكن إذا كانت السلعة سريعة التلف وغير قابلة للتخزين (كالخضراوات) فإن عرضها يكون غير مرن .

٢ . قابلية النقل :

عندما تكون السلعة قابلة للنقل من مكان لآخر وبتكاليف مناسبة، فإن هذا يعني أن مرونتها تكون أكبر . فإذا انخفض سعر السلعة في المنطقة وكانت السلعة قابلة للانتقال تمكن المنتج من نقلها وبيعها في منطقة أخرى لم تنخفض فيها الأسعار .



٣. طبيعة العملية الإنتاجية :

كلما كان هناك إمكانية لتغيير حجم الإنتاج بنفقات أقل وبطريقة أسهل ، كلما كان عرض السلعة أكثر مرونة . كما أن سهولة تغيير عوامل الإنتاج المستخدمة وسهولة إحلالها ببعضها البعض وتعدد أوجه استخدامها ، يزيد من مرونة السلعة ، والعكس بالعكس .

٤. التوقعات المستقبلية للأسعار :

إذا كانت التوقعات توحى بأن الارتفاع الحالي للأسعار سيستمر ، فإن العرض يكون أكثر مرونة مما لو كانت التوقعات تشير إلى أنه ارتفاع مؤقت يتبعه انخفاض في الأسعار .



٥. الفترة الزمنية :

مع مرور الوقت وطول الفترة الزمنية يتمكن المشروع من تغيير حجم إنتاجه بشكل أكثر مرونة عند حدوث تغيير في ثمن السلعة التي ينتجها . فمثلاً لو ارتفعت الإيجارات ، لن تزيد الشقق المعروضة للإيجار بسرعة وفي نفس الفترة ، بل تحتاج لفترة زمنية حتى تزيد . هذا ما يدعونا إلى القول بأن العرض في المدى القصير غير مرن ، وأنه كلما طالت الفترة الزمنية كلما زادت مرونة العرض .

تمرين (١)



يشمل الجدول التالي الكمية التي يعرضها أحد مراكز التسوق من السلعتين س ، ص عند مستويات مختلفة للأسعار . ومطلوب منك التالي :

الكمية المعروضة من (ص)	الكمية المعروضة من (س)	ثمن الوحدة المباعة
٥٠	١٠٠-	صفر
١٠٠	صفر	٥
١٥٠	١٠٠	١٠
٢٠٠	٢٠٠	١٥
٢٥٠	٣٠٠	٢٠
٣٠٠	٤٠٠	٢٥

أولاً : إيجاد دالتي عرض السلعتين س ، ص .

ثانياً : حساب مرونة عرض كل من س ، ص عندما يتغير ثمن كل منهما من ١٠ إلى ٢٠ ريال .

ثالثاً : أي السلعتين أسرع تلفاً وأقل قابلية للتخزين ؟ ولماذا؟



توازن السوق :

التوازن هو ” الوضع الذي تم التوصل إليه فلا يوجد ما يدعو إلى تغييره ما لم تحدث تغيرات خارجية تؤدي إلى ذلك ” وثمان التوازن هو ” الثمن المتحقق فعلاً في السوق ، بتساوي الكمية التي يكون المستهلكون مستعدين لشرائها من السلعة أو الخدمة ، مع الكمية التي يكون المنتجون مستعدين لعرضها منها “ .

مثال :

إذا كانت دالة الطلب هي : $ك = ١٢ - ٢ ث$

ودالة العرض هي : $ك = ٣ + ٣ ث$



تمرين (١)

إذا أعطيت دالة الطلب : ك ط = ٢١٠ - ٢٤ ث

ودالة العرض : ك ع = ٦٠ - ٣ ث

فأوجد كل من ثمن التوازن والكمية التوازنية جبرياً ، ثم أكمل الجدول التالي :

١٢	١٠	٨	٦	٤	٢	صفر	ثمن السلعة
							الكمية المطلوبة
							الكمية المعروضة



– تغيرات وضع التوازن :

إن ثمن التوازن السابق والمتحقق في السوق لا يبقى مستقراً على حاله إنما يتغير نتيجة لتغيرات قوى الطلب أو قوى العرض أو كليهما .

أولاً – تغير الطلب مع ثبات العرض .

ثانياً – تغير العرض مع ثبات الطلب .

ثالثاً – تغير الطلب والعرض معاً .

وهي أربع حالات :

أ. حالة زيادة الطلب وزيادة العرض .

ب. حالة نقص الطلب ونقص العرض .

ج. حالة زيادة الطلب ونقص العرض .

د. حالة نقص الطلب وزيادة العرض .



رابعاً – بعض التطبيقات على نظرية العرض والطلب

أ – حالة فرض ضريبة غير مباشرة Indirect Tax :

إن فرض ضريبة غير مباشرة على السلعة التي يبيعها منتج معين تؤدي إلى زيادة تكاليف الإنتاج فيلجأ المنتج إلى تخفيض العرض .

فكلما زادت المرونة تضعف قدرة المنتج على رفع الثمن ، حيث أن رفع ثمن السلعة ذات الطلب المرن يؤدي إلى انخفاض الكمية المطلوبة بنسبة أكبر من نسبة ارتفاع الثمن . وعلى ذلك فإنه كلما كانت السلعة ذات طلب أكثر مرونة تحمل المنتج العبء الأكبر من الضريبة . والعكس يحدث عندما يكون الطلب على السلعة غير مرن ، إذ يتمكن المنتج من رفع الثمن ليحمل المستهلك الجزء الأكبر من العبء الضريبي .

وبناء على ما تقدم فإن المنتج في حالة السلعة ذات الطلب لا نهائي المرونة يتحمل عبء الضريبة وحده وبالكامل ، هذا في حين يتحمل المستهلك كامل العبء عندما يكون الطلب على السلعة عديم المرونة .

ب - حالة منح إعانة Subsidy :

إن تأثير منح إعانة إنتاج من الحكومة يهدف تخفيض ثمنها لمصلحة المستهلك أو تشجيع الإنتاج المحلي ، هو عكس تأثير فرض الضريبة الغير مباشر ، حيث يمكن اعتبار الإعانة ضريبة سلبية .

أما عن توزيع الإعانة بين المنتج والمستهلك ، أيهما يستفيد أكثر ، فيعتمد أيضاً على مرونة الطلب . فكلما كانت المرونة أكبر كلما استفاد المنتج أكثر من الإعانة ، والعكس كلما انخفضت المرونة استفاد المستهلك أكثر . وعلى ذلك نجد أن المستهلك في حالة الطلب عديم المرونة يستفيد وحده من الإعانة إذ ينخفض ثمن السلعة بمقدار الإعانة كاملاً . أما في حالة الطلب لا نهائي المرونة فالمنتج هو المستفيد وحده من الإعانة ، ولن يكون هناك أي انخفاض في ثمن السلعة .



التسعير الجبري "تدخل السلطات العامة في تحديد أثمان بعض السلع والخدمات".
ويتخذ التسعير الجبري أحد شكلين ، هما : وضع حد أقصى للثمن ، وضع حد أدنى للثمن .
أ. وضع حد أقصى للثمن :

غالباً ما تلجأ السلطات إلى التدخل في أثمان بعض السلع خاصة الضرورية والاستهلاكية منها ، وذلك بوضع حد أقصى للثمن لا يجوز البيع بأكثر منه ، بغض النظر عن الثمن السائد في السوق والمتحدد بقوى العرض والطلب .

ب . وضع حد أدنى للثمن :

قد تقرر السلطات وضع حد أدنى لسعر بعض السلع والخدمات لا يجوز البيع بثمن أقل منه ، ومن أمثلة ذلك تحديد الأجور ، أو وضع حد أدنى للأجور حماية للعمال .



نظرية سلوك المستهلك

Consumer's Behavior Theory

يعد سلوك الفرد وتصرفاته في السوق هي نقطة البداية في هذه النظرية الوصفية ، التي تصف تصرفات المستهلك الاقتصادية . وعند دراسة سلوك المستهلك نبي دراستنا على افتراض هام وأساسي ، وهو أن المستهلك شخص رشيد من الناحية الاقتصادية .

فالمستهلك إنما يهدف إلى تحقيق أقصى إشباع ممكن من إنفاقه لدخله المحدود ، محاولاً الحصول على أكبر قدر من السلع والخدمات ، وهو بصدد الاختيار بين البدائل المتاحة له من مختلف السلع والخدمات ، وكذلك الكميات التي يختارها من كل منها .



وتحليل سلوك المستهلك يمكن أن يتم بإحدى الطريقتين التاليتين

الطريقة الأولى : طريقة المنفعة Utility Method : ويقصد بها فكرة الاشباع قابل للقياس الكمي في تحليل سلوك المستهلك .

الطريقة الثانية : طريقة المنحنيات السواء Indifference Curves Method : ويقصد بها استخدام فكرة الاشباع الغير قابل للقياس الكمي في تحليل سلوك المستهلك .

أولاً – توازن المستهلك باستخدام فكرة المنفعة الحدية :

نظرية المنفعة :

وبافتراض إمكانية القياس العددي للمنفعة نقول مثلاً ، لو كان المستهلك يحصل على (٥) وحدات منفعة من أول كوب يشربه من القهوة ، وأن حصوله على كوب ثاني يعطيه (٧) وحدات من المنفعة ، فإن منفعة الكوب الأخير أكبر . وقد تزيد منفعة الكوب الثالث لتكون (٩) وحدات منفعة . لكن عند استهلاكه لكوب رابع من القهوة ، فإنه قد يحصل على اشباع أقل من ذلك الذي حصل عليه من استهلاكه للكوب السابق ، ويعطيه الكوب الأخير أي الرابع (٦) وحدات من المنفعة . وهكذا يقل الاشباع الذي يحصل عليه مع كل كوب إضافي يستهلكه الفرد من القهوة

هذه الظاهرة أو تناقص المنفعة التي يحصل عليها المستهلك عند زيادة استهلاكه لسلعة

معينة تعرف بـ " قانون تناقص المنفعة الحدية " **Law of Diminishing**

Marginal Utility ، الذي ينص على أنه عندما تزداد الكمية المستهلكة من سلعة ما فإن المنفعة التي تعود على الفرد المستهلك منها تميل إلى التناقص . وهذا يعني أن المنفعة

الحدية تتناقص مع زيادة استهلاك وحدات إضافية من السلعة حتى تعادل الصفر ، عند

مستوى التشبع ، ثم بعد ذلك تصبح المنفعة الإضافية (الحدية) سالبة ، أن أي كوب إضافي لن يحقق أي منفعة للمستهلك بل يعطيه منفعة سالبة (أو ضرر) . هنا تبدأ المنفعة

الكلية أو إجمالي وحدات المنفعة التي يحصل عليها المستهلك في التناقص مع كل زيادة في الاستهلاك .

المنفعة الكلية (م ك) : Total Utility

هي إجمالي وحدات المنفعة التي يحصل عليها المستهلك الفرد من استهلاكه لوحدات معينة من السلعة .

المنفعة الحدية (م ح) : Marginal Utility

هي مقدار المنفعة التي تضيفها الوحدة الأخيرة المستهلكة من سلعة . أو بعبارة أخرى هي مقدار التغير في المنفعة الكلية نتيجة لتغير عدد الوحدات المستهلكة من السلعة بوحدة واحدة

$$\frac{\Delta م ك}{\Delta ك} = م ح$$



الوحدات المستهلكة	المنفعة الحدية	المنفعة الكلية
١	٥	٥
٢	٧	١٢
٣	٩	٢١
٤	٦	٢٧
٥	٣	٣٠
٦	١	٣١
٧	صفر	٣١
٨	٢-	٢٩
٩	٤-	٢٥



توازن المستهلك باستخدام فكرة المنفعة الحدية :

المستهلك سحصر رشيد يهدف إلى تحقيق أقصى إشباع أو منفعة ممكنة من استهلاكه لمختلف السلع والخدمات التي ينفق عليها دخله . فإن المستهلك وهو بصدد السعي لتعظيم منفعته يواجه قيدين أساسيين هما :

١. أن دخله محدود وثابت خلال فترة زمنية معينة لا يستطيع التحكم فيه .

٢. أن أسعار السلع والخدمات في السوق محدودة ولا يمكن للمستهلك بمفرده التأثير فيها .

لو افترضنا أن المستهلك ينفق دخله على شراء سلعة واحدة فقط ، فما هي الكمية التي يشتريها منها ليحقق التوازن ويحصل على أقصى منفعة ممكنة ؟

يمكن المستهلك من تعظيم منفعته باستهلاكه للكمية التي تحقق له أقصى إشباع ممكن ، أي أنه يستمر في استهلاكه لوحدات إضافية من السلعة ، وذلك طالما أن المنفعة التي تعود عليه من الوحدة الإضافية تزيد عن منفعة الريال الواحد المضحي به نتيجة دفعه لثمن السلعة



وبناءً على ما تقدم نقول بأن توازن المستهلك يتحقق بالشرط التالي :

المنفعة الحدية للسلعة = منفعة المبلغ المنفق على الوحدة الواحدة

المنفعة الحدية للسلعة = منفعة الريال الواحد × ثمن السلعة

أو بصورة أخرى :

$$\frac{\text{م ح}}{\text{ث}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة}}{\text{ثمن السلعة}} = \text{منفعة الريال (م ر)}$$

المستهلك لا ينفق دخله على سلعة واحدة ، إنما عدد كبير من السلع ، وكونه يواجه مشكلة الاختيار بين العديد من السلع والكميات التي يستهلكها من كل منها، فإنه يحقق التوازن عند تساوي المنافع الحدية لما قيمته ريال واحد لمختلف السلع والخدمات التي يطلبها .

$$\frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (ع)}}{\text{ثمن السلعة (ع)}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (ص)}}{\text{ثمن السلعة (ص)}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (س)}}{\text{ثمن السلعة (س)}}$$

ثمن السلعة (ع)

ثمن السلعة (ص) مبادئ الاقتصاد م. ادريس سليمان عبد الله

ثمن السلعة (س) ١٠٢

وهذا الشرط هو الذي يحقق أقصى إشباع ممكن ، ولكن ليكون هذا الإشباع في حدود إمكانيات دخله المحدود ، فإن مجموع إنفاقه على السلع الثلاثة لا بد وأن يساوي الدخل . أي أن يكون :

$$\text{دخل المستهلك} = \text{ثمن (س)} \times \text{الكمية المستهلكة منها} + \text{ثمن (ص)} \times \text{الكمية المستهلكة منها} + \text{ثمن (ع)} \times \text{الكمية المستهلكة منها}$$

أو بصورة عامة :

$$ل + ث ١ \times ك ١ + ث ٢ \times ك ٢ + + ث ن \times ك ن$$

اشتقاق منحنى الطلب :

٦	٥	٤	٣	٢	الكمية
٣	٦	٩	١٥	٢١	المنفعة الحدية



تمرين (٢)

الجدول التالي يوضح الكميات التي يستهلكها " عمر " من السلعتين س ، ص والمنفعة الكلية التي يحصل عليها من كل منهما وكان ثمن (س) = ١٠ ريال ، و ثمن (ص) = ٣٠ ريال .

[ص]				[س]			
منفعة الريال	المنفعة الحدية	المنفعة الكلية	عدد الوحدات	منفعة الريال	المنفعة الحدية	المنفعة الكلية	عدد الوحدات
	٨٠	٢٠٠	٤			٦٥	١
		٢٩٠	٥			١١٠	٢
		٤١٠	٦			١٣٠	٣
		٥٦٠	٧			١٦٠	٤

والمطلوب : إكمال بيانات الجدول ، وتحديد الكميات من س ، ص التي تحقق توازن "عمر" وحساب الدخل الذي ينفقه في سبيل الحصول عليها .

تمرين (٣)

تنفق " ندى " دخلها باكملة على شراء سلعتين فقط (أ) و (ب) . فإذا كانت الكميات التي يمكن استهلاكها من السلعتين ، والمنفعة الكلية التي تعود عليها من جراء ذلك هي كما يوضحها الجدول الآحق ، فالمطلوب ما يلي :

أولاً – إكمال بيانات الجدول ، علماً بأن ثمن الوحدة من (أ) = ١٥٠ ريال ، و ثمن الوحدة من (ب) = ١٠٠ ريال

عدد الوحدات	المنفعة الكلية	المنفعة الحدية	منفعة الريال	عدد الوحدات	المنفعة الكلية	المنفعة الحدية	منفعة الريال
١	٦٥	٨٠	٤	٢	١١٠	٢٩٠	٥
٣	١٣٠	٤١٠	٦	٤	١٦٠	٥٦٠	٧



ثانياً – ما هي الكميات التي تحقق توازن " ندى " من السلعتين ، إذا علمت أن دخلها المنفق على هاتين السلعتين = ريال .

ثالثاً – لماذا لا تستطيع " ندى " أن تعظم منفعتها باستهلاك وحدة من (أ) و ٨ وحدات من (ب) ؟ ومتى يمكنها ذلك ؟

ثانياً : توازن المستهلك باستخدام فكرة منحنيات السواء :

انتقد الاقتصاديون نظرية المنفعة على اعتبار ان افتراض قابلية المنفعة للقياس الكمي هو افتراض بعيد عن الواقعية ، واستعاضوا عنها بأسلوب السواء والذي يمثل في القياس الترتيبي للمنفعة وهو الأسلوب الأكثر شيوعاً في تحليل سلوك المستهلك .

منحنى السواء Indifference curve : ” هو صورة بيانية توضح تفضيلات المستهلك والتوليفات المختلفة ، والتي تحقق له نفس المستوى من الاشباع “

وتتميز منحنيات السواء بعدد من الخصائص ، وهي :

- ١ . أن هناك عدد لا نهائي من منحنيات السواء وكل منحنى أعلى يعطي إشباع أكبر .
- ٢ . منحنيات السواء لا تتقاطع أبداً .
- ٣ . منحنيات السواء تنحدر من أعلى إلى أسفل جهة اليمين .
- ٤ . منحنيات السواء محدبة إلى نقطة الأصل أو مقعرة إلى أعلى .



المعدل الحدي هو "معدل يوضح عدد الوحدات التي يجب التنازل عنها من السلعة (س) مثلاً (مقابل الحصول على وحدة واحدة من السلعة الأخرى (ص مثلاً) للحصول على نفس المستوى من الاشباع"

وهو عبارة عن ميل منحنى السواء

$$\frac{\Delta \text{ح (س)}}{\Delta \text{ح (ص)}} = \frac{\Delta \text{ص}}{\Delta \text{س}}$$

ويقصد بخط الدخل أو خط الميزانية " ذلك الخط الذي تمثل كل نقطة عليه توليفة معينة من السلعتين ، والتي يمكن شرائها بالثمن السائد في السوق وفي حدود دخل ثابت (أو ميزانية ثابتة) .

لنفرض أن دخل المستهلك = ١٠٠٠ ريال ، وأنه ينفق دخله على سلعتين فقط هما س ، ص ، وكان ثمن س = ٢٠ ريال ، و ثمن ص = ٤٠ ريال . لو رغب المستهلك في انفاق دخله كاملاً على شراء السلعة س فقط ، وعدم شراء أي وحدة من ص ، فإنه سيشتري ٥٠ وحدة من س أما لو أراد انفاق دخله كله على ص وعدم شراء أي وحدة من س ، فإنه سيشتري ٢٥ وحدة من ص (النقطة ب) .

$$ل = ك س \times ث س + ك ص \times ث ص$$

توازن المستهلك باستخدام فكرة منحنيات السواء :

يقصد بالتوازن الحالة التي يحصل عليها المستهلك على أقصى اشباع ممكن في ظل دخله المحدود وأثمان السلع المحدودة في السوق .

$$\frac{م ح (ص)}{ث (ص)} = \frac{م ح (س)}{ث (س)} \quad \text{أي أن :} \quad \frac{م ح (س)}{م ح (ص)} = \frac{ث (س)}{ث (ص)}$$

منحنى الاستهلاك الدخلي :

هو عبارة عن محصلة النقاط التي تحقق التوازن عند تغير الدخل مع ثبات أسعار السلع

منحنى الاستهلاك السعري :

منحنى الاستهلاك السعري أو منحنى السعر / الاستهلاك هو عبارة عن محصلة النقاط التي تحقق التوازن عندما يتغير سعر احدى السلعتين مع بقاء الدخل ثابتاً .



تمرين (٣)

أكمل الجدول التالي بما يلزم لإيجاد توارن المستهلك "علي" مستخدمة أسلوب منحنيات السواء في تحليلك لسلوك هذا المستهلك ثم أجب على الأسئلة اللاحقة . هذا علماً بأن ثمن الوحدة من (س) = ٢ ريال ، و ثمن الوحدة من (ص) = ١٠ ريال .

- أ - ما هي الكميات التي يشتريها "علي" من السلعتين ليحقق التوازن ؟
ب - احسب المعدل الحدي للإحلال عند وضع التوازن ؟
ج - ما هو مقدار ميا خط الميزانية ؟

السلعة [ص]

السلعة [س]

منفعة الريال	المنفعة الحدية	المنفعة الكلية	كمية (ص)	منفعة الريال	المنفعة الحدية	المنفعة الكلية	كمية (س)
		٥٥	١			٣٤	١
		٩٥	٢			٥٤	٢
		١٢٥	٣			٦٦	٣
		١٥٣	٤			٧٦	٤
		١٧٢	٥			٨٤	٥



نظريّة الإنتاج



أولاً / مفهوم الانتاج :

عملية تحويل مختلف عناصر الإنتاج (أرض ، العمل ، رأس المال والتنظيم) إلى سلع وخدمات يكون المستهلك على استعداد لدفع ثمن لها .

عناصر الانتاج :

يقصد بعناصر الانتاج مجموعة العوامل التي تتضافر فيما بينها للإسهام في انتاج الأموال الاقتصادية . أو هي الموارد الاقتصادية التي تجعل من انتاج السلعة أو الخدمة أمراً ممكناً وبدونها يستحيل القيام بهذا الانتاج .

وفيما يلي نتناول كل عنصر من هذه العناصر :



الأرض في معناها الضيق والمحدود تتمثل في التربة ولكن من الناحية الاقتصادية هي

تعبير مختصر للموارد الطبيعية ويقصد بها جميع الموارد المستمدة من الطبيعة والتي تستخدم في الانتاج . فهي تشتمل على الصفات الطبيعية والحيوية والكيميائية والجغرافية لسطح الأرض ، فضلاً عما تحويه في باطنها من معادن ومناجم ومياه جوفية وما يكتنفها من ثروة مائية تتمثل في البحيرات والأنهار والمحيطات ، وما في أعماقها من ثروة سميكة . وهي كذلك تشمل الظروف المناخية المحيطة بها .

والأرض هي الاصطلاح الذي اعتاد الاقتصاديون القدامى اطلاقه على جميع الموارد والثروات المستمدة من الطبيعة .

وللأرض ثلاث خصائص أساسية :

١ - ثبات مساحة الأرض :

فمن الصعب زيادة العرض الطبيعي للأرض والذي يعبر عن سطح الأرض وجوفها والغلاف الجوي المحيط بها

٢ - انعدام نفقة الانتاج :

الأرض هي هبة مجانية من الطبيعة ، أوجدها الخالق عز وجل ، وليس للإنسان دخل في انتاجها .

٣ - عدم تجانس الأرض :

تختلف خصائص الأرض وتباين كثيراً فيما بينها ، فيندر تماثل قطعتين من الأرض تماثلاً تاماً حتى وإن كانتا متجاورتين .

وللخاصية الأولى أهمية خاصة في التحليل الاقتصادي والتي يترتب عليها انطباق ما يعرف بـ ” قانون تناقص الغلة “ .

قانون تناقص الغلة :

”إذا كان هناك عنصرين من عناصر الانتاج ، أحدهم ثابت والآخر متغير ، فإن زيادة العنصر المتغير بوحدات متتالية يؤدي بعد حد معين إلى تناقص في الناتج الحدي والناتج المتوسط“.

الناتج الحدي :

هو مقدار ما يضيفه العامل الأخير للإنتاج ، أو بعبارة أخرى هو " مقدار التغير في الناتج الكلي نتيجة تغير الوحدات المستخدمة من العنصر الإنتاجي (العمل) بوحدة واحدة :

$$\frac{\Delta ج ك}{\Delta ن} = ج ح$$

الناتج الكلي :

هو اجمالي الكميات التي تنتج باستخدام كمية معينة من عنصر الإنتاج .

الناتج المتوسط :

هو مقدار ما ينتجه العنصر الإنتاجي الواحد (العامل) بمعنى أنه عبارة عن الناتج الكلي مقسوماً على عدد الوحدات المستخدمة من العمل ، أي:

$$\frac{ج ك}{ن} = ج م$$



الأرض	وحدات العمل	الناتج الكلي	الناتج الحدي	الناتج المتوسط
٢	١	٨	٨	٨
٢	٢	٢٠	١٢	١٠
٢	٣	٣٦	١٦	١٢
٢	٤	٦٠	٢٤	١٥
٢	٥	٩٠	٣٠	١٨
٢	٦	١٠٨	١٨	١٨
٢	٧	١١٢	٤	١٦
٢	٨	١١٢	صفر	١٤
٢	٩	١٠٨	٤-	١٢
٢	١٠	١٠٠	٨-	١٠
٢	١١	٨٨	١٢-	٨
٢	١٢	٦٠	٢٨-	٥



أن الناتج الكلي يمر بأربع مراحل هي :

المرحلة الأولى : يتزايد فيها الناتج الكلي بمعدل متزايد ، وذلك طالما أن الناتج الحدي يتزايد (من العامل الأول وحتى الخامس) .

المرحلة الثانية : يتزايد فيها الناتج الكلي ولكن بمعدل متناقص ، وذلك طالما أن الناتج الحدي يتناقص (من العامل الخامس وحتى الثامن) .

المرحلة الثالثة : يبقى الناتج الكلي ثابتاً بدون تغيير ، وذلك عندما يكون الناتج الحدي مساوياً للصفر (عند إضافة العامل الثمن) .

المرحلة الرابعة : يبدأ فيها الناتج الكلي بالتناقص ، حيث يصبح الناتج الحدي سالباً (عند إضافة العامل التاسع) .

أما العلاقة بين الناتج الحدي والناتج المتوسط فيمكن تلخيصها فيما يلي

١. يكون الناتج الحدي أكبر من الناتج المتوسط عندما يكون الناتج المتوسط متزايداً .
٢. يبدأ الناتج الحدي في التناقص قبل الناتج المتوسط .
٣. يتساوى الناتج الحدي والناتج المتوسط ، عندما يبلغ الناتج المتوسط أقصى مستوى له .
٤. يكون الناتج الحدي أقل من الناتج المتوسط عندما يكون الناتج المتوسط متناقصاً .



ثانياً : عنصر العمل :

”ذلك الجهد أو النشاط الانساني الموجه نحو الانتاج بصرف النظر عن كونه جسماً أو ذهنياً“.

ثالثاً : عنصر رأس المال :

رأس المال Capital هو ”العنصر الذي ينتجه الانسان ليساعده في العملية الانتاجية متمثلاً في جميع أنواع العدد والآلات والمعدات والتسهيلات والسلع التي يصنعها الإنسان لهذا الغرض“ .

فبعض الثروة يستعمل كأصل رأسمالي وبعضها لا يستعمل . وبالتالي فكل رأس مال ثروة ، ولكن ليست كل ثروة رأس مال ، حيث أن الثروة أعم وأشمل .



١ - رأس المال النقدي ورأس المال الحقيقي

رأس المال النقدي Money Capital هو المفهوم الأقرب عند عامة الناس لرأس المال والذي يتخذ صورة تملك عدد معين من الوحدات النقدية ، وله صفة السيولة التامة . أما رأس المال الحقيقي Real Capital أو العيني فيتمثل في الآلات والمعدات والمباني والأصول المختلفة ، والتي تستخدم في العمليات الانتاجية .

٢ - رأس المال الانتاجي ورأس المال الإيرادي

إن تحول رأس المال النقدي إلى رأس مال عيني أو حقيقي يسهم في العملية الانتاجية ويجعل منه رأس مال انتاجي Productive Capital ويتميز هذا النوع عن رأس المال الإيرادي حيث أن هذا الأخير يتمثل في صورة أسهم وسندات مصدرة من شركات أو من الدولة للاكتتاب العام .



٣ - رأس المال الخاص ورأس المال المقترض

رأس المال الخاص **Private Capital** هو مجموع رؤوس الأموال المملوكة للمنشأة والتي تخصص للإنتاج ، أما رأس المال المقترض **Borrowing Capital** فهو الذي يعمل على استكمال احتياجات المشروع من رؤوس الأموال عن طريق الاقتراض سواء من الأفراد أو البنوك .

٤ - رأس المال الأصلي ورأس المال المكتسب

يمثل رأس المال الأصلي **Original Capital** مجموع الأموال التي ساهمت في تكوين المشروع في مرحلته الأولى وأثناء تكوينه ، بينما يمثل رأس المال المكتسب مجموع الأرباح والغير موزعة التي تضاف إلى رأس المال الأصلي ، ويعاد استثمارها معه .



٥ - رأس المال الثابت ورأس المال المتداول

رأس المال الثابت **Fixed Capital** هو السلع والمعدات والآلات والمنشآت التي تعطي خدماتها على مدى فترة طويلة من الزمن .

أما رأس المال المتداول **Circulating Capital** فهو عبارة عن السلع غير تامة الصنع والتي في طريقها إلى الخطوات الإنتاجية النهائية وتأخذ شكل تدفقات **Flows** مستمرة ، ويستوفي الغرض منها بمجرد استخدامها لذلك تدخل قيمتها بأكملها في نفقة إنتاج السلعة بخلاف رأس المال الثابت والذي توزع قيمته على فترات الإنتاج المختلفة .

رابعاً : عنصر التنظيم :

فالتنظيم هو ”ما يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد للتأليف بين عناصر الإنتاج في شكل علاقة منظمة ونسب محددة ونوعية معينة ، واستخدامها كمدخلات في العملية الانتاجية لمخرجات معينة ، ويتحملوا في سبيل ذلك مخاطر الانتاج .



فالمنشأة تهتم بدراسة تكاليفها وتقارنها بإيراداتها للتعرف على مركزها المالي من حيث الأرباح والخسائر ، وكذلك لمعرفة الاستخدام الأمثل لعناصر الانتاج والذي يحقق أكبر إنتاج ممكن عند مستوى معين من التكاليف ، أو انتاج كمية معينة من الانتاج بأقل قدر من التكاليف . وبذلك تعتبر مقارنة التكاليف بالإيرادات من أهم المؤشرات التي يهتدي بها المشروع وهو بصدد اتخاذ قراراته المتعلقة بعرض كميات معينة من السلعة عند سعر معين أو التوسع في نشاطه الانتاجي أو تصفيته ، وغير ذلك من القرارات المتعلقة بالانتاج .

تكاليف الإنتاج

أنواع التكاليف

أولاً : تكلفة الفرصة البديلة Opportunity Cost

وهي تكلفة الاستخدامات البديلة لعناصر الإنتاج المستخدمة في المشروع

ثانياً : التكاليف النقدية (الصريحة) والتكاليف الضمنية :

التكاليف النقدية أو الصريحة هي تلك المدفوعات التي تتحملها المنشأة وترد صراحة وبوضوح في دفاتر الحسابات . فهي عبارة عما تدفعه المنشأة من نفقات نقدية تلتزم بها اتجاه عناصر الإنتاج المملوكة للغير . أما التكاليف الضمنية فهي التكاليف التي يتحملها المشروع ولكنها لا ترد صراحة في دفاتر الحسابات ، إنما تدخل ضمن صافي الأرباح .

ثالثاً : التكاليف في المدى القصير والتكاليف في المدى الطويل :

المدى القصير **Short Term** هو فترة زمنية تكون من القصر بحيث لا يتمكن المشروع خلالها من تغيير بعض عناصر الإنتاج المستخدمة (كالأرض ، والمباني ، والتجهيزات الفنية الضخمة) . ولذلك فإن تكاليف الإنتاج في المدى القصير تنقسم إلى تكاليف ثابتة **Fixed** وتكاليف متغيرة **Variable** .

التكاليف الثابتة هي تكاليف عناصر الإنتاج الثابتة والتي يظل مبلغها الكلي ثابتاً عند مستواه في الأجل القصير بغض النظر عن حجم الإنتاج .

أما تكاليف الإنتاج المتغيرة فهي تكاليف عناصر الإنتاج المتغيرة والتي يتغير مبلغها الكلي مع كل تغير في حجم الإنتاج .

المدى الطويل **Long Term** هو فترة زمنية تكون من الطول بحيث يتمكن المشروع خلالها من تغيير جميع عناصر الإنتاج المستخدمة . وهنا تصبح جميع التكاليف متغيرة .



التكاليف الكلية :

هي إجمالي التكاليف التي يتحملها المشروع سواء كانت ثابتة أو متغيرة لإنتاج كمية معينة من السلعة . وبذلك تنقسم التكاليف الكلية إلى تكاليف كلية ثابتة وتكاليف كلية متغيرة . أي أن :

$$ت ك = ت ك ث + ت ك غ .$$

التكاليف المتوسطة :

هي عبارة عن ما يتحمله المشروع من تكاليف لإنتاج الوحدة الواحدة من السلعة . أي أن التكلفة المتوسطة = التكلفة الكلية ÷ عدد الوحدات المنتجة . وهذا عبارة عن 'جمالي التكاليف المتوسطة حيث أن التكاليف المتوسطة بدورها تنقسم إلى تكلفة متوسطة ثابتة وتكلفة متوسطة متغيرة . أي أن :

$$ت م = ت ك ÷ ن$$

$$ت م غ = ت ك غ ÷ ن$$

$$ت م ث = ت ك ث ÷ ن$$

هي التكاليف التي يتحملها المشرع عند انتاج وحدة اضافية واحدة من الإنتاج ، أو هي مقدار التغير في التكاليف الكلية نتيجة تغير حجم الانتاج بوحدة واحدة .

أي أن : $\Delta ت ح = \Delta ت ك \div \Delta ن$

منحنى التكلفة الكلية الثابتة هو عبارة عن خط مستقيم يوازي المحور الأفقي وذلك لكون التكلفة الثابتة لا تتغير مهما تغير عدد الوحدات المنتجة . منحنى التكلفة الكلية المتغيرة أن هذه التكلفة تتزايد أولاً بمعدل متزايد مع زيادة الإنتاج

منحنيات التكاليف المتوسطة والحدية ، والتي تبدأ بالتناقص في مراحل الانتاج الأولى ، ثم تتزايد . الحدية تبدأ في التزايد قبل التكلفة المتوسطة



تمرين / بمعلومية البيانات الواردة في الجدول :

التكلفة الحدية	إجمالي التكلفة المتوسطة	التكلفة المتوسطة المتغيرة	التكلفة المتوسطة الثابتة	إجمالي التكلفة الكلية	التكلفة الكلية المتغيرة	التكلفة الكلية الثابتة	كمية الإنتاج
-	-	-	-	-	-	-	٠
-	-	-	-	-	٢	-	١
-	-	-	-	-	٨	١٤	٢
-	-	-	-	-	١٣	-	٣
-	-	-	-	٣٢	-	-	٤
-	-	-	-	٣٥	-	-	٥
-	-	-	-	-	٤٢	-	٦



تكاليف الانتاج في الأجل الطويل :

ان تكاليف الانتاج في الأجل الطويل تختلف عنها في الأجل القصير ، من حيث إمكانية تغيير حجم جميع عناصر الانتاج أو الطاقة الانتاجية بكاملها في المدى الطويل ، بينما لا يتسنى ذلك في المدى القصير . جميع عناصر الانتاج هنا تصبح متغيرة ، يواجه المنتج في هذه الحالة مشكلة القرارات الخاصة بتحديد كمية الانتاج فقط إنما أيضاً الحجم الأمثل للمشروع .

التكلفة المتوسطة في الأجل الطويل :

أن الأجل الطويل ما هو إلا مجموعة من الآجال القصيرة المتعاقبة التي يمكن للمشروع أن ينتقل من أحدها إلى الآخر ، عن طريق تغييره لعناصر الانتاج الثابتة فيه . أو بعبارة أخرى تغيير الطاقة الانتاجية .

ومنحنى التكلفة المتوسطة في الأجل الطويل هو عبارة عن محصلة منحنيات التكاليف المتوسطة قصيرة الأجل بأحجامها المختلفة . فإن منحنى التكلفة المتوسطة في المدى الطويل يكون عبارة عن المنحنى الغلافي للمنحنيات السابقة .



ان اجمالي المبالغ التي يحصل عليها المشروع نتيجة بيع منتجاته في السوق هي ما يعرف بالإيرادات Revenues وهناك ثلاثة مقاييس للإيرادات . وهناك ثلاثة مقاييس للإيرادات كما في حالة التكاليف ، وهي :

الإيراد الكلي Total Revenues :

هو اجمالي المبالغ التي يحصل عليها المشروع نتيجة بيعه لعدد معين من الوحدات المنتجة .
وبذلك فإن الإيراد الكلي = الكمية المنتجة × ثمن الوحدة . أي : $أ ك = ن × ث$

الإيراد المتوسط Average Revenues :

هو نصيب الوحدة المنتجة من الإيرادات أي عبارة عن الإيرادات الكلية مقسومة على عدد الوحدات المنتجة ، $أ م = أ ك ÷ ن$. ولما كان الإيراد الكلي هو عبارة عن $ن × ث$ ، فإن :
 $أ م = \frac{ن × ث}{ن} = ث$ ، أي الإيراد المتوسط يساوي الثمن .

الإيراد الحدى Marginal Revenues :

مقدار التغير في الإيراد الكلي الناتج عن كمية الوحدات المنتجة بوحدة واحدة .

$$\text{أي أن : } \Delta \text{ ح} = \Delta \text{ أ ك} \div \Delta \text{ ن}$$

وكما ذكرنا مسبقاً أن المنتج يقارن بين إيراداته وتكاليفه للتعرف على وضعه المالي ، وتقدير حجم الأرباح التي يجنيها من الإنتاج . والأرباح Profits هي عبارة عن الفرق بين الإيرادات الكلية والتكاليف الكلية ، أي أن : $\text{ر} = \text{أ ك} - \text{ت ك}$.



الربح أو الخسارة	التكاليف الكلية	الايراد المتوسط	الايراد الحددي	الايراد الكلي	ثمن الوحدة	الكمية المنتجة
-	٥٠	-	-	-	٤٠	صفر
-	٥٦	-	-	-	٣٨	١
-	٦٦	-	-	-	٣٦	٢
-	٨٠	-	-	-	٣٤	٣
-	٩٨	-	-	-	٣٢	٤
-	١٢٠	-	-	-	٣٠	٥
-	١٤٦	-	-	-	٢٨	٦



أولاً : توازن المنتج (المشروع) في الأجل القصير :

تناولنا فيما سبق سوق المنافسة التامة ، وتعرفنا على خصائصها وهي :

١. وجود عدد كبير من الباعين والمشتريين .

٢. تجانس السلعة تجانساً تاماً

٣. حرية الدخول والخروج من السوق

٤. العلم التام بأحوال السوق .



هذه الخصائص من شأنها سيادة ثمن واحد في السوق ، ولذلك فإن منحني الطلب الذي يواجه منشأة تعمل في ظل المنافسة التامة هو عبارة عن خط مستقيم يوازي المحور الأفقي .

ولما كان السعر ثابتاً لا يتغير مع زيادة الوحدات المنتجة أو المباعة ، فإن الإيراد الكلي يتزايد بمعدل ثابت . وبالتالي فإن منحني الإيراد الكلي يتخذ شكل خط مستقيم ينبثق من نقطة الأصل . ويترتب على ذلك أن يكون : الثمن = الإيراد الحدي = الإيراد المتوسط حيث أن الإيراد الحدي هو التغير في الإيراد الكلي الناتج عن تغيير عدد الوحدات المنتجة بوحدة واحدة . ولما كان الإيراد الكلي يزيد بمعدل ثابت فهذا يعني أن الإيراد الحدي يبقى ثابتاً ومساوياً للثمن .

أما عن منحني عرض المشروع في الأجل القصير فهو منحني التكلفة الحدية مبتدئ من نقطة الإغلاق Shut – down Point وهي ”النقطة التي يتقاطع عندها منحني التكلفة الحدية ومنحني التكلفة المتوسطة المتغيرة (أقل مستوى لها)“ فإذا كان منحني طلب المشروع هو منحني الإيراد الحدي ، ومنحني عرض المشروع هو منحني التكلفة الحدية فإن توازن المنتج أو المشروع يتحقق عندما تكون :

١ . التكلفة الحدية = الإيراد الحدي

٢ . التكلفة الحدية في حالة تزايد .

ويحقق المنتج توازنه محاولاً الحصول على أكبر قدر من الأرباح ، وهو الهدف الأساسي للمنتج ، إلا أن الأرباح ليس دائماً التحقق ، بل قد ينجم عن المشروع خسارة . وعليه نقول بأن التوازن قد يتحقق عند أقصى قدر من الأرباح أو أقل قدر من الخسائر . ونميز هنا ثلاث حالات للتوازن .

الحالة الأولى – حالة تحقيق أرباح غير عادية :

عندما تكون الإيرادات الكلية أكبر من التكاليف فإن المشروع يحقق أرباحاً غير عادية ، فإذا كان السعر السائد في السوق هو عند (ث) ، فإذا توازن المنتج يتحقق عند النقطة (أ) والتي يتساوى عندها الإيرادي الحدي والتكلفة الحدية . وتكون إيرادات المنتج الكلية تساوي المساحة الممثلة بالمستطيل (أ ب و ث) ، أو (الكمية \times الثمن = ب و \times و ث) . أما التكاليف الكلية فتتمثل بالمستطيل (ج ب و د) ، أو

(الكمية \times التكلفة المتوسطة = ب و \times و د)

ويكون الفرق بين الإيرادات والتكاليف هو حجم الأرباح .

الحالة الثانية – حالة تحقيق أرباح عادية :

عندما تكون الإيرادات الكلية مساوية للتكاليف الكلية فإنه لا يوجد ربح ولا خسارة ، ونطلق على هذه الحالة ”حالة الربح العادي“ لأن المنتج يحقق فيها نسبة الربح التي حسبها مسبقاً ضمن التكاليف (عائد عنصر التنظيم) . فإذا توازن المنتج يتحقق عند النقطة (أ) .

في هذه الحالة يكون الإيراد الكلي عبارة عن مساحة المستطيل (أ ب و ث) أو (الكمية × الثمن = ب و × و ث) والتكلفة الكلية تساوي أيضاً مساحة المستطيل (أ ب و ث) أو (الكمية × التكلفة المتوسطة = ب و × أ ب) . وعليه تكون الأرباح = الإيرادات – التكاليف = صفر

الحالة الثالثة – حالة تحقيق خسارة :

في هذه الحالة تكون الإيرادات الكلية أقل للتكاليف الكلية ، فمثلاً لو كان ثمن بيع السلعة هو عند المستوى (ث) ، فإن توازن المنتج يتحقق عند النقطة (أ) . وعند هذه النقطة يكون الإيراد الكلي عبارة عن مساحة المستطيل (أ ب و ث) أو (الكمية \times التكلفة المتوسطة = ب و \times و د) .

وبذلك فإن مقدار الربح أو الخسارة = الإيراد - التكلفة = مساحة المستطيل (ج أ د ث) . ولما كان الفرق بالسالب أي أن التكلفة أكبر من الإيراد فإن المشروع يحقق خسارة .

ونلخص مما سبق إلى أنه إذا كان ثمن السلعة أكبر من التكلفة المتوسطة تحقق المنشأة أرباحاً غير عادية ، أما إذا كان الثمن مساوياً للتكلفة المتوسطة فإنها لا تحقق ربحاً ولا خسارة إنما تكتفي بالحصول على الربح العادي . وتحمل المنشأة خسارة عندما يكون الثمن المحدد للسلعة أقل من التكلفة المتوسطة الانتاج .

متى يضطر المنتج للتوقف عن الانتاج ؟

يضطر المنتج أن يتوقف عن انتاجه عندما يكون الثمن المحدد للسلعة عند مستوى أدنى من متوسط التكلفة المتغيرة (ث ٣ مثلاً) ، حيث أنه في هذه الحالة يعجز حتى عن تغطية كافة تكاليف المتغيرة .

ثانياً : توازن المنتج (المشروع) في الأجل الطويل :

إن الاختلاف بين الأجلين الطويل والقصير يكمن كما ذكرنا من قبل في أن التكاليف الثابتة تصبح متغيرة في الأجل الطويل ، وبذلك يكون منحنى التكلفة المتوسطة هو نفسه منحنى التكلفة المتوسطة المتغيرة . وفي حين تنحصر المشكلة التي تواجه المشروع في المدى القصير في تحديد الحجم المناسب للإنتاج والذي يحقق التوازن ، فإنها تمتد لتشمل بالإضافة إلى ذلك اختيار حجم الطاقة الإنتاجية للمشروع والتي تحقق توازنه .

تمرين (١)

الجدول التالي يوضح تكاليف وإيرادات منشأة تعمل في ظل المنافسة التامة ، أكمل بيانات الجدول ، ثم أجب على ما يلي :

١. ما مقدار التكاليف الثابتة لهذا المشروع ؟
٢. أي كمية من الانتاج تحقق التوازن ؟
٣. هل يحقق المنتج التوازن بوجود ربح أم خسارة ؟ وضح الحالة بالرسم .

كمية الانتاج	التكلفة الكلية	التكلفة المتوسط ة	التكلفة الحدية	ثمن الوحدة	الإيراد الكلية	الإيراد المتوسط	الإيراد الحدية	الخسارة
١	٢٠٠	٢٠٠	١٦٠	١٠٠				
٢	٣٢٠							
٣	٤٢٠							
٤	٥٠٤							
٥	٥٩٠							
٦	٦٩٠							
٧	٨٢٦							
٨	١٠٤٠							
٩	١٣٠٥							



١. الاحتكار هو الحالة النقيضة تماماً للمنافسة التامة ، ويتمثل في وجود منتج واحد يبيع سلعة ليس لها بديل في السوق ، الأمر الذي ينتفي معه إمكانية دخول منتجين آخرين إلى السوق أو الصناعة .

٢. أن المنشأة المحتكرة هي نفسها الصناعة .

٣. المحتكر Monopolist هو صانع السعر حيث يقوم بوضع السعر بينما يتحدد عن طريق السوق الكميات المطلوبة من السلعة عند كل ثمن من الأثمان . وقد يقوم المحتكر بتحديد الكميات ، وعندها يعمل السوق على تحديد السعر عند تلك الكميات .

٤. منحنى الطلب الذي يواجه المنتج المحتكر هو نفسه طلب السوق الذي يتخذ شكل منحنى يتجه من أعلى إلى أسفل نحو اليمين وهو نفسه منحنى الإيراد المتوسط .

$$P = \frac{N \times T}{N} = \frac{A K}{N} = A M$$

أما الإيراد الحدي فإنه يتمثل بمنحنى مستقل عن الإيراد المتوسط وذلك لكون الثمن ليس ثابتاً ، وعليه فإن الإيراد الكلي لا يزيد بمعدل ثابت . والإيراد الحدي هو التغير في الإيراد الكلي

نتيجة لتغير الكمية المنتجة بوحدة واحدة ، أي : $\Delta = \Delta ك \div \Delta ن$

$$أ ح = ث (١ + \frac{١}{م})$$

منحنى الإيراد الحدي في حالة الطلب الذي يتخذ شكل خط مستقيم ، بحيث تكون أي نقطة واقعة بين النقطتين على منحنى الطلب وعلى المحور الرأسي اللتين تتناسبان مع النقطة المذكورة مما يجعل الإيراد الحدي دائماً أقل من الإيراد المتوسط أو الثمن .

أما الإيراد الكلي فإنه يتزايد بمعدل متزايد ، طالما أن الإيراد الحدي موجباً ويتجه نحو التزايد ويتزايد بمعدل التناقص ، طالما أن الإيراد الحدي موجباً ويتناقص . ولكن بعد أن يصبح الإيراد الحدي سالباً ، فإن الإيراد الكلي يتناقص . وذلك بعد أن يكون هذا الأخير قد بلغ أعلى قيمة له عند القيمة صفر للإيراد الحدي .



ليس هناك اختلاف بين السوقين فيما يتعلق بأسواق شراء عناصر الإنتاج اللازمة لإتمام العملية الإنتاجية ، أو بعبارة أخرى ليس هناك اختلاف في التكاليف فهي ذاتها في السوقين . ولكن الاختلاف يكمن فقط بين الإيرادات أو سوق بيع السلعة . وفي هذه السوق أيضاً يهدف المحتكر إلى تعظيم أرباحه قدر الإمكان وقد يكون ذلك مع وجود أرباحاً أو خسائر كما هي الحال في سوق المنافسة التامة .

ونميز هنا أيضاً بين ثلاث حالات لتوازن المنتج المحتكر وهي حالة تحقيق الأرباح (الأرباح الغير عادية) ، حالة عدم تحقيق ربح أو خسارة (الأرباح العادية) ، وحالة تحمل خسارة .



الحالة الأولى : حالة تحقيق أرباح غير عادية

عندما يكون الإيراد الكلي للمنتج المحتكر أكبر من تكاليفه الكلية ، فإنه يحقق أرباحاً غير عادية . فالمحتكر يتمكن من السيطرة على الثمن الذي يبيع به سلعته ، حيث أنه هو صانع السعر في السوق . ولكنه رغم ذلك يرغب في تعظيم منفعته ، وعلى ذلك فإنه يبيع عند الثمن الذي يكفل له تحقيق التوازن .

الحالة الثانية : حالة تحقيق أرباح عادية

يتحقق التوازن مع وجود الربح العادي أو عدم تحقيق ربح أو خسارة عندما يتساوى الإيراد الكلي مع التكاليف الكلية للمنتج المحتكر .

الحالة الثالثة : حالة تحقيق خسارة

غالباً ما يحصل المنتج المحتكر على الأرباح وليس الخسائر ، خاصة وأنه المنتج الوحيد للسلعة والمسيطر على الصناعة بأكملها . ولكن إن حدث وحققت خسائر فإنه يستمر في الإنتاج طالما أن ثمن بيع السلعة التي ينتجها كافياً لتغطية جميع تكاليفه المتوسطة المتغيرة .



ثانياً : توازن المنتج (المحتكر) في الأجل الطويل

يمكن المحتكر من تحقيق توازنه في الاجل الطويل فإنه سيقوم مشروع بحجم الطاقة الإنتاجية التي تمكنه من انتاج تلك الكمية التي يتساوى عندها الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية طويلة الأجل .

ومما تجدر الإشارة إليه في توازن المحتكر في الأجل الطويل :

١. أن حجم الإنتاج قد يكون أقل من الحجم الأمثل أو هو نفسه الحجم الأمثل للمشروع أو أكبر منه ، وهذا يتوقف على حجم وسعة نطاق السوق .
٢. إن أرباح المحتكر لا تختفي في الأجل الطويل كما في المنافسة التامة ، وذلك لاستحالة دخول منتجين آخرين للصناعة المحتكرة ، بل إن المحتكر يحقق أرباحاً وليس خسائر في المدى الطويل ، وذلك لقدرته على التحكم في الكمية المنتجة ، وامتناعه عن زيادة المعروض منها لتحقيق مزيد من الأرباح .



التمييز السعري "الحالة التي يبيع فيها المحتكر نفس السلعة أو الخدمة بأسعار مختلفة في أسواق مختلفة". فقد افترضنا أن المحتكر يحدد سعراً واحداً لقاء كمية معينة من السلعة التي ينتجها . ولكن في كثير من الأحيان نجد المحتكر يميز في الأسعار ويبيع السلعة نفسها لبعض المشترين بسعر أعلى من المشترين الآخرين . ويطلق على هذه الحالة عموماً "التمييز السعري" أو "الأسعار التمييزية" . فإمكانية وجود تمييز سعري لا يقتصر على سوق احتكار البيع فقط إنما توجد في أي سوق يتوافر ولو قدر من الاحتكار كالمنافسة الاحتكارية أو احتكار القلة .

والأمثلة على التمييز السعري كثيرة :

١. يقوم بالتمييز على أساس الكميات المشتراة كما يحدث أحياناً في احتكارات الخدمات العامة كالكهرباء والنقل والهاتف . كأن تقوم شركة الكهرباء مثلاً بفرض تعرفه أو ثمن معين لاستهلاك كمية محددة من الكيلوات ولكن عندما يزيد الاستهلاك عن قدر معين ، فإنها تحدد للاستهلاك الإضافي تعرفه أو ثمن آخر أعلى من الثمن السابق .

٢. يقوم التمييز سعري على أساس بيع السلعة داخل الدولة بثمن أعلى من الثمن الذي يبيعها به في خارج الدولة ، وهذا ما يعرف بسياسة الإغراق .

٣. كما يقوم التمييز في الثمن أيضاً على أساس أوجه استخدام السلعة أو الخدمة كما في حالة الكهرباء ، وإذا ما كان استخدامها للأغراض المنزلية أو للاستخدام الصناعي التجاري .

٤. هناك أيضاً التمييز على أساساً الموقع ، حيث يبيع المحتكر نفس السلعة في المواقع القريبة بسعر أعلى من المواقع البعيدة .

٥. التمييز سعري كذلك التمييز على أساس مستوى الدخل كخدمات الأطباء والتي يقدمونها بأسعار أقل لذوي الدخل المنخفضة ، وبأسعار أعلى لذوي الدخل المرتفع .

٦. يمكن أن يكون التمييز على أساس الوقت ، حيث تفرض أسعار للمكالمات الخارجية المسائية أقل من تلك التي تفرضها صباحاً .



ولإمكانية انطباق التمييز سعري شرطان أساسيان هما :

١. انحراف الأسواق التي يبيع فيها المنتج سلعته وانفصالها تماماً عن بعضها البعض حتى لا يتمكن إعادة بيع السلعة المشتراة من السوق الأقل سعراً في السوق الأعلى سعراً .

٢. اختلاف مرونة الطلب بين الأسواق ، حيث أن هذا الاختلاف هو أساس إمكانية قيام المنتج بالتمييز سعري . فالمنتج يتمكن من رفع سعر السلعة في السوق ذات الطلب الغير مرن بينما لا يتمكن من ذلك في حالة السوق ذات الطلب الغير مرن .