بسم الله الرحمن الرحيم

# جامعة السّودان المفتوحة

## برنـــامج العـــلوم الإدارية

# الاقتصاد الجزئي

**رمز المقرر ورقمه: أ د ر 202**

**إعداد المادة العلمية: أ.د عثمان إبراهيم السيد**

**التصميم التعليمي: د. محمد الفاتح محمود بشير المغربي**

**مراجعة التصميم التعليمي: أ. موسى فضل الله على**

**مراجعة لغوية: أ. عمر الشيخ هجو**

**التنضيد الطباعي: رشا إبراهيم حسين**

**التصميم الفني: منى عثمان احمد النّقة**

**منشورات جامعة السودان المفتوحة 2005م**

جميع الحقوق محفوظة لجامعة السودان المفتوحة، لا يجوز إعادة إنتاج أيّ جزء من هذا الكتاب، وبأيّ وجه من الوجوه، إلاّ بعد الموافقة المكتوبة من الجامعة.

# مقدمـة المقرر

.

**عزيزي الدارس**

مرحباً بك إلى مقرر الإقتصاد الجزئي الذى يعرض بطريقة منتظمة، بعض الأساليب التحليلية الاساسية أو أدوات التحليل، وعادة ما يعتبر هذا المقرر من أكثر المقررات أهمية بين العلوم الاقتصادية والإدارية كما تدرجه جميع الكليات والجامعات كأحد المقررات الواجب دراستهاعلم الإقتصاد من العلوم المهمة جداً فى منظومة العلوم والمعارف الانسانية لأنه يبنى ويحلل سلوك الانسان، ويبرز الاسس التى يتخذ فى ضوئها الفرد الرشيد قراراته الاقتصادية فى المجتمع. ولاشك أن المتغيرات الاقتصادية العديدة ،والتى تتغير على الدوام فى المجتمعات المتحركة والمتطورة مع الزمن، تقتضى معرفة الاسس العلمية لعلم الاقتصاد عند السعى لوضع السياسات الاقتصادية او اتخاذ القرارات الاقتصادية على نطاق الاقتصاد الوطنى او المنشأة او حتى على مستوى الفرد الواحد. يعنى ذلك أن الاقتصاد علم مجتمع وفرد ،وأن علاقاته تمتد لتوثق صلاته مع العلوم الانسانية الاخرى. ولاهمية علم الاقتصاد اصبح علماء الاقتصاد يحصلون على جوائز التقديرالعالمية كجائزة نوبل لانجازاتهم العلمية فى علم الاقتصاد ،ضمن الجوائز التى تقدم للعلماء فى بعض العلوم الاساسية. يؤكد كل ذلك أهمية علم الاقتصاد الذى تحتضنه جامعات العالم وكلياتها المتخصصة فى المجال.

تحاول هذه الدراسة تناول جانب من جانبى علم الاقتصاد او النظرية الاقتصادية، ونعنى بذلك جانب الاقتصاد الجزئى. الاقتصاد الجزئى ركن اساسى من اركان علم الاقتصاد لابد لطالب الاقتصاد ان يلم به حتى يستوعب بقية جوانب هذه المادة العلمية الاساسية. لذلك درجت الجامعات وكليات الاقتصاد فيها أن تجعل مادة الاقتصاد الجزئى هى الاساس الذى ينطلق منه طالب الاقتصاد لدراسة بقية افرع الاقتصاد. ففهم مادة الاقتصاد الجزئى ضرورة للاستمرار فى دراسة علم الاقتصاد بصورة ايجابية.

نظراً لطبيعته التجريدية العالية التى يتصف بها الإقتصاد الجزئى، فإنه من أصعب المقررات الدراسية، وغالباً ما يكون حجر عثرة فى طريق العديد من الطلبة، ومن هنا الكتاب هو المعاون على تذليل هذه العقبة بمعالجة اقتصاديات الوحدة باسلوب التعلم بالممارسة.

وقد روعى فى كل وحدة من وحدات هذا المقرر عند ذكر النظريات والقواعد والمعلومات الخلفية أن تكون بشكل وأضح للغاية وأن تكون مدعمة بأمثلة توضيحية – ويتبع ذلك مجموعة من أسئلة التقويم الذاتى والتدريبات متعددة الإختبارات مع إجاباتها التفصيلية، وتشرح هذه التدريبات المحلولة النظرية وتزويدها وضوحاً وتجلب الرؤيا السليمة لكثير من النقاط الدقيقة والتى بدونها يشعر الطالب أنه ما زال على أرصد غير مأمونة، كما تعمل هذه الأمثلة والتدريبات على تقديم التطبيقات وما يدعم النظرية وكلها تعتبر حيوية للغاية لتحقيق التعليم الفعال.

ومهمتنا فى هذا المقرر أن نرافقك فى رحلتك الميمونة عبر دهاليز " الإقتصاد الجزئى" لنكشف معاً نظرية الإقتصاد الجزئى – مفهومه وأهميته وأهدافه ووظائفه وأدواته، والبيئة التى يعمل ضمنها– آملين أن يكون هذا المقرر مكملاً لجميع نظرية الإقتصاد الجزئى الأصلية الحالية. إلا ان ما احتواه من نظريات وقواعد يعتبر كاملاً وبدرجة كافية تسمح باستخدامه أيضاً كمرجع مستقل.

يحاول هذا الكتاب أن يتناول الاقتصاد الجزئى باسلوب واضح ومبسط يزيل كثيراً من الصعوبات التى يواجهها طلاب الاقتصاد عند دراسة هذه المادة فى الجامعات ويسعى الكتاب لتمكين طالب الاقتصاد من التعرف على اساليب التحليل الاقتصادى التى تساعد على اتخاذ القرارات الاقتصادية بصورة رشيدة. ولتسهيل المادة للطلاب فقد استخدمت بعض الجداول وكثيراً من الاشكال البيانية ودعمت فصول الكتاب ببعض الاسئلة التى تساعد على فهم المادة.

يعتبر هذا الكتاب اساسى لطلاب البكالريوس فى الجامعات. لكن سيستفيد منه بعض طلاب الدراسات العليا الذين يودون استرجاع بعض المعلومات او الاستوثاق من بعضها او تنشيط الذاكرة فى مجال الاقتصاد الجزئى.

هذا وقد اشتمل المقرر على كل ما يعينك على تعلّمك الذاتي من التدريبات وأسئلة التقويم والمنبهات مع أجوبة التدريبات ونرجو لك التوفيق والسداد.

# الأهداف العامة للمقرر

بعد أن تفرغ من هذا المقرر ينبغى أن تكون قادراً على أن:

1. تميّز المقصود بالمفاهيم الاقتصادية الهامة، وخصوصاً تلك المتعلقة بالاقتصاد الجزئى، والأسس الرئيسة للنظرية الاقتصادية الجزئية.
2. تتعرّف معنى الطلب والعوامل التى تحدده.
3. تتعرّف معنى مرونة الطلب وإحتساب قيمتها وتفسيرها تفسيراً دقيقاً.
4. تدرس معنى العرض وتحدد العوامل المؤثرة فيه وجدول ومنحنى العرض ومرونته.
5. تشرح مفهوم توازن الطلب والعرض.
6. تناقش نظرية سلوك المستهلك.
7. تشتق منحنى الطلب بإستخدام منحنيات السواء وخط الميزانية.
8. تعرف المنفعة والمنفعة الكلية والمنفعة الحدية.
9. تشرح كيف تتم العملية الإنتاجية.
10. تحدد العلاقة بين الإنتاج والتكاليف.
11. تميّز بين أشكل السوق المختلفة من منافسة تامة وإحتكار تام ومنافسة غير تامة.

# محتويات المقرر


| اسم الوحدة | رقم الصفحة |
|---|---|
| 1) مفاهيم أساسية | 1 |
| 2) الطلب | 23 |
| 3) العرض | 73 |
| 4) توازن الطلب والعرض | 99 |
| 5) سلوك المستهلك | 121 |
| 6) الإنتاج | 179 |
| 7) تكاليف الإنتاج | 229 |
| 8) المنافسة التامة | 265 |
| 9) الإحتكار التام | 291 |
| 10) المنافسة غير التامة | 311 |


الوحدة الأولى
مفاهيم أساسية

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | **3** |
| **تمهيد** | **3** |
| **أهداف الوحدة** | **4** |
| **1. مفهوم علم الإقتصاد** | **5** |
| **2. الموارد والحاجات** | **7** |
| **3. المشكلة الاقتصادية** | **9** |
| **4. علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الاجتماعية** | **11** |
| 1.4 علاقة علم الاقتصاد بعلم الاجتماع | 12 |
| 2.4 علاقة علم الاقتصاد بالقانون | 12 |
| 3.4 علاقة علم الاقتصاد بالسياسة | 13 |
| 4.4 علاقة علم الاقتصاد بالجغرافيا | 14 |
| 5.4 علاقة علم الاقتصاد بالتاريخ | 14 |
| 6.4 علاقة علم الاقتصاد بالادارة | 14 |
| **5. الاقتصاد الجزئى والاقتصاد الكلى** | **15** |
| **الخلاصة** | **17** |
| **لمحة مسبقة عن الوحدة التالية** | **17** |
| **إجابات التدريبات** | **18** |
| **مسرد المصطلحات** | **20** |
| **المراجع** | **22** |

# مقدمة

## تمهيد

مرحبا بك عزيزي الدارس إلى الوحدة الأولى من مقرر " الاقتصاد الجزئى " – وهي بعنوان مفاهيم أساسية – وسوف نعرض فى هذه الوحدة بعض التعريفات المختلفة لعلم الاقتصاد، وتطوره، وعلاقته بالعلوم الأخرى، كما سنحاول إبراز العديد من الافكار والمفاهيم الأساسية في علم الإقتصاد والتي سنحاول عرضها عليك باسلوب سهل ومبسط، مع مجموعة من الأمثلة التوضيحية المتنوعة.

ونكون بذلك قد قدمنا فكرة كافية عن هذا العلم وعلاقته بالعلوم الأخرى– آملين أن تستمتع وتفيد من دراسة هذه الوحدة – وأن تكون حافزاً لك لدراسة مقرر الإقتصاد الجزئي.

# أهداف الوحدة



**عزيزي الدارس،** بعد مطالعتك لهذه الوحدة ينبغي أن تكون قادراً على أن:

- تعرف علم الاقتصاد وفروعه المختلفة.
- تميز بين الموارد والحاجات.
- تعرف علاقة الاقتصاد بعلوم:
  - أ. الاجتماع.
  - ب. السياسة.
  - ج. التاريخ.
  - د. الادارة.
- تميز بين كل من الاقتصاد الجزئي والكلي.
- تحدد العناصر الرئيسة للمشكلة الاقتصادية.

# 1. مفهوم علم الاقتصاد

الاقتصاد علم لازم الانسان منذ القدم بل منذ أن مشى الانسان على الارض. فعايشه الانسان وعاشه قبل أن تبدأ محاولات علماء الاقتصاد لتعريفه تعريفاً دقيقاً، وتحديد طبيعته واطاره. فكان الانسان يتصرف منذ حياته الاولى تصرفاً اقتصادياً ليضمن الحصول على قوته واستمرار حياته. لذلك كان يسعى الانسان لاشباع حاجته بما لديه من موارد بطريقة تضمن له بقاءه.

لكن عندما يبدأ الاقتصاديون دراسة علم الاقتصاد يحاولون تعريفه تعريفاً واضحاً يحدد معالمه الاساسية ليكون شاملاً وواقعياً وذا معنى. لكن تختلف الزوايا التى نظر منها علماء الاقتصاد لهذا العلم واختلف الزمن الذى عرّف فيه كل منهم علم الاقتصاد. لذلك جاءت تعاريفهم متباينة من حيث الشمول والعمق، والاختصار والاسهاب، وذلك بناءً على الجوانب التى ركز عليها كل منهم، وعلى الزوايا التى نظر منها كل منهم. ونستطيع ،أن نتلمس هذا التباين الذى جاء فى تعاريف علماء ,الاقتصاد حسب تسلسل الحقب التى جاءت فيه.

ويمكن تمييز اربعة معالم واضحة سار عليها تعريف علم الاقتصاد وفقاً لجهود علماء الاقتصاد البارزين الذين تعاقبوا عبر الزمن.

**اولاً : التعاريف الباكرة**

جاءت التعاريف الباكرة من ادم سميث والاقتصاديين الذين ساروا على دربه من بعد، فقد ركز هولاء على تعريف الاقتصاد بانه علم الثروة. فجاء هذا المفهوم واضحاً فى كتاب ادم سميث (smith, 1961) ثروة الامم فقال: ادم سميث فى هذا الشأن:"يهتم الاقتصاد بالبحث عن الطبيعة واسباب ثروة الامم". وركز علماء الاقتصاد الذين جاءوا بعد سميث مثل: , .Walker,F.A Say,J.B , Cairnes على مفهوم الثروة. فجاء اتجاه تعريف هذه النخبه للاقتصاد بانه:العلم الذى يقوم بدراسة القوانين المنظمة للثروة وتوزيعها واستهلاكها.

**ثانياً: تعريف مدرسة مارشال**

يشار الى الاقتصاديين الذين ساروا على درب الاقتصادي الانجليزى المشهور الفريد مارشال .Marshall,A. بمدرسة مارشال. فجاء تعريف مارشال للاقتصاد بأنّه :"يفحص ذلك

الجزء من نشاط الفرد والمجتمع المرتبط ارتباطاً وثيقاً باستخدام وتحقيق المتطلبات المادية للرفاهية".

تعتبر مدرسة مارشال الاقتصاد بأنّه علم الرفاهية المادية. لذلك قال بفريدج Beveridge، الاقتصاد هو دراسة الطرق والوسائل التى يتعاونها الناس لمقابلة حاجاتهم المادية. وقال جاكوب فاينر Viner.J "الاقتصاد هو مايفعله الاقتصاديون ". ونحسب أن المقصود بذلك أن الاقتصاديين يدرسون استخدمات الموارد وتوزيعها ويدرسون الدخل القومي وتوزيعه ويدرسون الآن التنمية الاقتصادية وكيفية تحقيقها وذلك سعياً للوصول الى رفاهية الانسان.

**ثالثاً: تعريف روبنز Robbins,L.**

جاء تعريف روبنز فى أوائل ثلاثينات القرن العشرين مركزاً على ندوة الامكانات المتاحة للانسان واستخداماتها المتعددة، فقال:"الاقتصاد هو العلم الذى يدرس سلوك الانسان كعلاقة بين الغايات والامكانات النادرة التى لها استخدامات متعددة" (Robbins 1935,p16)

**رابعاً: التعريف الحديث**

قاد التعريف الحديث للاقتصاد الاقتصادي المشهور لورد كينز، Keynes,J.M فبدأت الآراء تتجه منذ عهده نحو ابراز أهمية تحديد الدخل والاستخدام (التشغيل) فى المجتمع. فقال كينز:"الاقتصاد هو دراسة ادارة الموارد المحدودة ومحددات الدخل والتشغيل" ( Keynsy 1964) يرمز ذلك الى ضرورة دراسة اسباب التقلبات الاقتصادية وكيفية تحقيق الاستقرار. اما بول ساموبلسون الذى يمثل علماء الاقتصاد فى الوقت الحاضر يقول:"الاقتصاد هو دراسة كيف يختار الانسان والمجتمع استخدام الموارد الانتاجية التى يمكن استخدامها لانتاج سلع مختلفة وتوزيعها للاستهلاك فى الوقت الحاضر او المستقبل، بين الناس والمجموعات فى المجتمع.(samuelson 1964,p5)

من هذه التعاريف يمكن أن نستخلص أنّ الاقتصاد كعلم يهتم بدراسة الجوانب الانتاجية والاستهلاكية فى المجتمع، والجوانب الاخرى التى تؤثر عليها وعلى سلوك افراد المجتمع فى اطار القوانين الاقتصادية.

**أسئلة تقويم ذاتي**



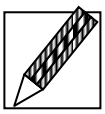
ما هي أهم المعالم التي سار عليها تعريف علم الاقتصاد؟

# 2. الموارد والحاجات

**أ- ندرة الموارد**

تحدث بعض الاقتصاديين امثال كينز وروبنز وساموبلسون فى تعريفهم للاقتصاد عن ندرة الموارد المتاحة للمجتمع. وتضمنت بعض النظريات والقوانين الاقتصادية ندرة الموارد واستخدامات الموارد المحدودة بصورة واضحة وباهتمام شديد. ومع تطور المجتمعات تفاقمت ندرة الموارد مقارنة مع حاجات الانسان والمجتمع المتزايدة. وندرة الموارد لاتعنى أنّها معدومة ولكن تعني انّها قليلة مقارنة مع الاحتياج الفعلي لها. وفى واقع الأمر لاتوجد فى أى مجتمع من المجتمعات كل الموارد المطلوبة بما يكفي ويفيض عن حاجتها الفعلية. اذاً ندرة الموارد هى ندرة نسبية مقارنةً بالاحتياج الفعلي لها.

**تدريب (ا)**



ما الفرق بين الموارد الاقتصادية والموارد غير الاقتصادية؟

**ب- حاجات الانسان**

ليعيش الانسان ينبغى أنْ يعمل للحصول على كثير من الحاجات الضرورية والكمالية. ويعمل الانسان بجد لاستيفاء حاجاته واشباعها من السلع والخدمات التى يحتاجها فى حياته. ولكن واقع الحال يؤكد ان حاجات الانسان لها كثير من الصفات التى تجعل من الصعوبة بمكان استيفائها بكاملها. وتتلخص اهم صفات حاجات الانسان فى النقاط التالية :

1- يمكن أنْ نصف حاجات الأنسان بأنها عديدة، وهو بحاجة لكثير من متطلبات الحياة.

2- حاجات الانسان متنوعة لأنها تمتد من متطلبات الأكل المختلفة الى الشرب بانواعه واللبس والنقل والترحيل. ... وغير ذلك كثير.

3- تتصف حاجات الانسان بانها متجددة. فكلما استوفى الانسان بعض حاجاته ظهرت له اشياء أخرى، وكلما تقدم الزمن جاء بحاجات جديده لم تكن فى الحسبان.

4- حاجات الانسان تتطور مع تطور الحياة عبر الزمن فنوعيات الطعام تتطور واساليب الترحيل تتطور وانواع العلاج وتقنياته تتطور على سبيل المثال. وبالتالى فان تطور حاجات الانسان امر طبيعي ومتوقع.

5- كثير من حاجات الانسان تتكامل مع بعضها لتعطيه المنفعة المطلوبة منها. فشراء السيارة يحتّم أنْ يُوفّر لها الوقود اللازم، وشراء الشاي يتطلب شراء السكر... وما الى ذلك من السلع المتكاملة.

6- حاجات الانسان متنافسة على موارده المحدده، لذلك يعمل الانسان على التوفيق بين الحاجات المختلفة بمقدار ماتعطيه كل منها من منفعه.

7- حاجات الانسان بطبعها قابلة للاشباع كلما استمر الانسان فى استعمالها.

8- من الصفات المميزة لحاجات الأنسان أنّها نسبيه لأنّها تختلف من شخص لآخر، فما يحتاج اليه شخص قد لايحتاج اليه شخص آخر. وما يحتاج اليه الفرد فى وقت معين قد لايحتاج اليه فى وقت آخر.

يمكن أيضاً تلمس حاجات الانسان وتصنيفها الى :

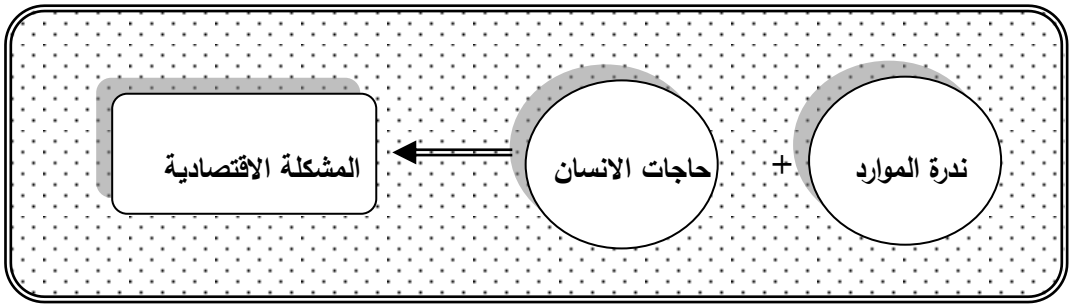
- حاجات ضرورية لايستطيع أن يستغنى عنها الانسان كالخبز وحاجات كمالية يمكن أن يستغنى عنها كالحلوى.
- حاجات فردية يطلبها كل فرد حسب حاجته كالكتاب والقلم، وحاجات جماعية كالحدائق العامه والسفر الجوي.
- حاجات حالية يحتاج اليها الفرد في الحال وحاجات مستقبلية يحتاج اليها فى المستقبل.
- هناك حاجات دورية يحتاج اليها الانسان بصفة مستمرة كالأكل والشرب وحاجات عارضة لايحتاج اليها الفرد إلاّ عرضاً وفي وقت ما كثوب الزفاف.

**أسئلة تقويم ذاتي**

؟ اذكر أهم صفات حاجات الأنسان التي ينبغي الحصول عليها.

# 3. المشكلة الاقتصادية

يتحدث الاقتصاديون عن المشكلة الاقتصادية كموضوع يمس لب الحياة الاقتصادية فى المجتمع. وتناول المشكلة الاقتصادية ومحاولة الحصول على حلول لها يقتضي التعرف على عناصرها واسباب تواجدها. لذلك لابد من أن نقول فى البداية إن جذور المشكلة الاقتصادية تنبع من ندرة الموارد. والندرة بصفة عامة هى نسبية لأنها ترتبط بالطلب عليها. فكلما كانت الموارد محدودة والطلب عليها كبيراً ومتزايداً كظاهرة الندرة النسبية لها. ونظراً لندرة الموارد التى يواجهها المجتمع مقابل حاجات الانسان العديدة والمتنوعة والمتجددة تظهر المشكلة الاقتصادية. ولتبيان هذا المفهوم فى صورة مبسطة وواضحة نقدم الشكل التالى:




شكل رقم (1)

تقتضى طبيعة حاجات الانسان وخصائصها، كما رأينا سابقاً، وطبيعة الندرة النسبية للموارد التى تحدث المشكلة الاقتصادية، العمل بطريقة عقلانية وعلمية على حل هذه المشكلة باتخاذ التدابير والاساليب المناسبة. ولابد أن يأتي الحل بتناول جذور المشكلة نفسها ولذلك يبدأ الحل بتنظيم استخدامات الموارد المتاحه بصورة تتوافق مع حاجات المجتمع فى افضل صورة ممكنه.

وللوصول الى الحلول المطلوبة فى هذا الأمر على المجتمع أن يجيب على الأسئلة المحورية التالية :

**أ- ماذا ينتج ؟**

على المجتمع أنْ يحدد السلع والخدمات التى ينبغي أنْ ينتجها تلبيةً لحاجاته المختلفة حسب اولوياتها وفى اوقاتها المناسبة وبالكميات المطلوبة ليحسن استخدامات الموارد النادرة. فيكون الانتاج مرتبطاً بالحاجة الفعلية للمجتمع ليضمن ذلك حسن استخدام الموارد المتاحة وتوفير احتياجات المجتمع من السلع.

**ب- كيف ينتج ؟**

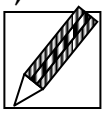
أنّ الاساليب الفنية لانتاج السلع متنوعة، وقدرات وتكاليف اساليب الانتاج الفنية متباينه. ولذلك على المجتمع أن يحدد الاسلوب الفني ( التكنولوجيا الانتاجية) الذى ينبغي أن يستخدم لانتاج السلع المحددة حتى تستوفي احتياجات المجتمع بالصورة التى تتماشى مع اذواق افراد المجتمع.

**ج- لمن ينتج ؟**

لاينبغى أنْ يكون الانتاج عشوائياً لأنّ ذلك يهدر موارد المجتمع النادرة. لذلك على المجتمع ان يحدد منذ البداية ماهى القطاعات والأفراد الذين سيستفيدون من الانتاج الذى سينتج، وماهى قنوات التوزيع التى سيمر عبرها الانتاج للوصول الى المستهلك.

هذه اسئلة اساسية تواجه كل المجتمعات فتحاول المجتمعات المختلفة حلها بالطرق التى تتلاءم مع ظروفها وحسب فلسفة كل منها فى ادارة اقتصادها. فالنظام الرأسمالى يحاول ايجاد الحلول المناسبة لهذه الاسئلة عن طريق تأكيد الملكية الفردية وسيادة المستهلك وآلية السوق الحر. والنظام الاشتراكى عن طريق الملكية العامة لعوامل الانتاج وتخطيط الموارد وسيطرة القطاع العام وتحقيق الفرص المتساوية فى الدخل. ويحاول النظام المختلط أن يجمع بين محاسن النظامين السابقين وتحقيق التعايش بين القطاع العام والقطاع الخاص وبين الحرية الفردية وتخطيط الاقتصاد لترشيد استخدام الموارد.

**تدريب(2)**



**عزيزي الدارس،** لحل المشكلة الاقتصادية يجب الاجابة على الأسئلة التالية:

أ) ماذا ننتج

ب) كيف ننتج

ج) لمن ننتج

ناقش ذلك بالتفصيل.

**نشاط**



أكتب تصوراً واضحاً للحلول الخاصة بالمشكلات الاقتصادية التي تواجه المجتمع ثم ناقش الإجابة مع مشرفك.

# 4. علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الاجتماعية

الاقتصاد احد اهم العلوم الاجتماعية ،وذو صلات قوية وارتباط وثيق مع العلوم الاجتماعية الاخرى. فاذا نظرنا نظرة ثاقبة الى العلوم الاجتماعية الأخرى كعلم الاجتماع والقانون والسياسة والجغرافيا والتاريخ والادارة وتلمسنا جوانبها نجد أنّها تؤكد قوة العلاقة مع علم الاقتصاد. وتتضح قوة العلاقة بين الاقتصاد والعلوم الاجتماعية من واقع مسميات كليات الاقتصاد فى كثير من الجامعات. فنجد اسماءً مثل :

- كلية الاقتصاد والعلوم الاجتماعية.
- كلية الاقتصاد والدراسات الاجتماعية
- كلية الدراسات الاقتصادية والاجتماعية
- كلية الاقتصاد والعلوم السياسية
- كلية الادارة والاقتصاد

إذاً لا انفصال للعلوم الاجتماعية عن الاقتصاد إذ أنّها جميعها تتناول وتعالج قضايا المجتمع. فالأقتصاد والقانون والاجتماع والسياسة كلها علوم مجتمع. ولتبيان العلاقة بين الاقتصاد والعلوم الاجتماعية الاخرى بصورة اوضح نورد الفقرات التالية :

## 1.4 علاقة علم الاقتصاد بعلم الاجتماع

تعمل القوانين الاقتصادية على تنظيم المعاملات الاقتصادية فى المجتمع. وينعكس ذلك بوضوح في الآتي :

* تنظيم نشاطات الانتاج بصورة عقلانية ورشيدة لاشباع حاجات المجتمع.
* توفير التعليم باقامة المشروعات التعليمية والتدريبية يؤدي الى رفع مستوى الفرد وتهيئته للعمل.
* تنظيم التبادل بين افراد المجتمع بالبيع والشراء لاشباع الحاجات.
* تنظيم وترشيد الاستهلاك في المجتمع بصورة تمكنه من الاستفادة من الموارد النادرة بصورة اقتصادية.
*توفير فرص العمل باقامة المشروعات يساعد على اشباع حاجات المجتمع.
* عدم توفر السلع والخدمات الاقتصادية بالقدر المطلوب فى المجتمع يؤدي الى ظهور السلوك غير السوي فى المجتمع. فيؤدي ذلك الى جنوح افراد المجتمع وظهور الانحراف والجريمة.
* اقامة المشروعات الاجتماعية والثقافية والرياضية يؤدى الى رفع مستوى الوعى والادراك فى المجتمع.
* نظراً لأن تخطيط وبرمجة انتاج السلع والخدمات يهدف لتوفير احتياجات المجتمع، فأن الخطط والبرامج التنموية تحمل دلالة هذا الترابط فى مسميات هذه الخطط والبرامج، فيقال : خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية. فكل ذلك تأكيد على أنّ هدف التنمية النهائى هو تحقيق رفاهية الانسان.

## 2.4 علاقة علم الاقتصاد بالقانون

نعلم أن القانون يعمل على تنظيم سلوك الافراد فى المجتمع. وتعاريف علم الاقتصاد التى وقفنا عليها تؤكد أن الاقتصاد يهتم بدراسة الجوانب الانتاجية والاستهلاكية فى اطار القوانين الاقتصادية وتعمل على استخدام الاطر التى توفر احتياجات المجتمع من السلع والخدمات. وبالتالى فان الاقتصاد يخضع لقوانين اقتصادية تنظم سلوك افراد المجتمع. ومن امثلة لك :

– قانون الطلب والعرض.

- قانون تناقص المنفعة الحدية.

Law of Diminishing Marginal Utility.

– قانون تناقص الغلة (العائد).
Law of Diminishing Return

إذا نظرنا الى الواقع المعاش فى السودان وغيره من الدول نجد أن العديد من الممارسات الاقتصادية لاتصبح ملزمة للافراد إلا إذا سندها قانون.

– الضرائب يسندها قانون تصدره السلطات التشريعية.
– الموازنة السنوية تناقش وتجاز بقانون من السلطة التشريعية.
– خطة التنمية تقاس من السلطة التشريعية ويصدق عليها قبل التنفيذ.

القروض الاجنبية تمر بمراحل اجرائية ودستورية الى أن تجيزها السلطات التشريعية، وفى غياب السلطة التشريعية تجاز بقانون مؤقت الى أن ينعقد الجهاز التشريعى فيصدق عليها.
كل هذه الامثلة وغيرها تؤكد أن لعلم الاقتصاد علاقات وثيقة بالقانون.

## 3.4 علاقة علم الاقتصاد بالسياسة

ارتبط الاقتصاد تاريخياً واكاديمياً بالسياسة وقد حمل اسم الاقتصاد نفسه اسم الاقتصاد السياسى Political Economy فى كثير من كتابات بعض مشاهير علماء الاقتصاد امثال : اوسكار لانج .Lange,O وبول باران .Baran,P .

وإذا نظرنا واقع اقتصاديات الدول فى وقتنا الحاضر نجد أن السياسات الاقتصادية الرئيسة توضع بواسطة أو توجيه السلطات السياسية العليا ( السلطة التنفيذية ). ونجد أنّ اهداف التنمية تحددها السلطات السياسية، كما تحدد نسب النمو المنشودة. وكذلك تتم الموافقة على القروض الخارجية بتصديق من السلطات السياسية. وتتخذ كثير من المواقف الاقتصادية وتقام كثير من المشروعات بناءً على ضغوط سياسية نتيجة لمطالبات الدوائر الانتخابية، او لمواقف الدول والمؤسسات العالمية.

وفى علاقة الدول مع المنظمات الدولية كالبنك الدولى وصندوق النقد الدولى فأنّ المشاركة فى عضوية مؤسساتها العليا تكون على مستوى وزراء الدول الممثلة. كل ذلك يؤكد علاقات وطيده بين الاقتصاد والسياسة.

## 4.4 علاقة علم الاقتصاد بالجغرافيا

من العوامل الاساسية التى تعتمد عليها اقتصاديات الدول المختلفة الموارد الطبيعية والمناخ والبيئة. لذلك نجد أنّ الامطار والحرارة والرياح تؤثر على الانتاج. وتؤثر المناخات والتضاريس على اقامة المشروعات وتشغيلها، كما تؤثر على ترحيل المواد الخام والسلع، كل هذه العوامل الجغرافية تؤثر بصورة مباشرة وغير مباشرة على تكاليف انتاج السلع وتوفرها وشحها واسعارها. بجانب كل ذلك لابد أن نشير إلى أنّ مادة الجغرافيا الاقتصادية Economic Geography هى مادة أساسية في علم الجغرافيا.

## 5.4 علاقة علم الاقتصاد بالتاريخ

تتضمن أساليب دراسة علم الاقتصاد التحاليل والاستقراء والاستنباط والاسقاط. يعنى ذلك أن من المهم جداً النظر الى الواقع الاقتصادي في الماضي والحاضر للتعرف على الاتجاه الاقتصادي العام. وبالتالى فانّ جمع المعلومات والبيانات الاحصائية السابقة وتحليلها قبل اتخاذ القرارات الاقتصادية أمر مالوف وضرورى. فبناء النظرة المستقبيلية من السياسات والاهداف والخطط، وواقعية السياسات الاقتصادية والاهداف نفسها تحتم بناءها على قاعدة من البيانات والمعلومات التى تجمع من الماضي. اذاً لابد من دراسة التطور والاتجاه التاريخى للمتغيرات الاقتصادية لوضع قاعدة لأي بناء اقتصادي مستقبلي.

الاقتصاد كعلم من المعارف الانسانية يضم فروعاً تهتم بدراسة تاريخ بعض الاحداث والافكار الاقتصادية الماضية مثل تاريخ الفكر الاقتصادي History of Economic Thought اذاً فإنّ التحليل الاقتصادي ووضع السياسات وخطط وأهداف التنمية الاقتصادية لاتكون واقعية اذا فُصلت عن التاريخ.

## 6.4 علاقة علم الاقتصاد بالادارة

ينبغى ان يدار الاقتصاد القومى برمته وفروعه ليسير فى الاتجاه الذى يحقق أهداف المجتمع. واستخدامات الموارد الاقتصادية النادرة يجب انْ تدار بترشيد يضمن حسن استخدامها. والتنمية الاقتصادية والاجتماعية لابد من أنْ تدار لتحقيق أهداف التنمية المستقبلية. فالتنمية عملية ارادية تسعى لرفع الا قتصاد والمجتمع من مستوى ادنى نسبياً الى مستوى اعلى نسبياً

بزيادة المتغيرات الاقتصادية الكمية فى فترة زمنية معقولة الطول. وتنفيذ المشروعات الاقتصادية بالصورة التى تحقق اهداف المشروع تتطلب ادارتها حنكة ودراية ومتابعة واشراف ورقابة مستمرة. ولابد من التأكيد فى هذا المقام ان ادارة الاعمال هى عبارة عن ادارة نشاط الاعمال الاقتصادية الخاصة. ويعني ذلك انه لا انفكاك بين علم الاقتصاد والادارة.

## 5.الاقتصاد الجزئى Micro-economics والاقتصاد الكلى Macro -economics

يتناول التحليل الاقتصادي الاقتصاد من منظور كلى او منظور جزئي. ويحتل الاقتصاد الجزئى **Micro - economics** مكانة بارزة فى النظرية الاقتصادية. وتعني كلمة **Micro** لغة جزء من مليون جزء وذلك دلالة على صغر هذا الجزء. وبهذا المفهوم فانّ الاقتصاد الجزئى يتناول بالتحليل جزئيات الاقتصاد الصغيرة. وبعبارة أخرى يتناول الاقتصاد الجزئى المتغيرات الجزئية من متغيرات الاقتصاد الرئيسة. فيتجه منهج الاقتصاد الجزئي نحو دراسة سلوك الوحدات الصغيرة في المجتمع كالفرد والمشروع والصناعة (مثل الطلب على السلعة،والمنفعة الحدية، ونشاط الوحدات الانتاجية، وتكاليف الانتاج فى المنشأة...).

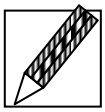
أوضح كل من جلاهى( **Glahe and Lee, 1981,p3** ) أن مفهوم الاقتصاد الجزئى كيفية تناول الافراد والوحدات الاقتصادية الفردية لقضية الندرة. ويهتم بسلوك المستهلكين والمنتجين وكيفية تفاعل سلوكهم لتحديد السلع التى تنتج، ومن الذى ينتجها ،وكيف ينتجها، واين ستوزع. يتضح من ذلك أنّ الاقتصاد الجزئى يهتم بدراسة سلوك متخذي القرارت الاقتصادية الفردية سواء كانوا أفراد او مالكى عوامل إنتاج أو منشأت أعمال(وحدات اقتصادية ). بهذا المفهوم فأنّ الاقتصاد الجزئى قد احتل مكانة بارزة فى النظرية الا قتصادية منذ نشأة علم الاقتصاد. ويطلق علماء الاقتصاد على الاقتصاد الجزئى مسمى نظرية السعر فى بعض الاحيان.

أما الاقتصاد الكلى فيتناول بالدراسة المتغيرات الاقتصادية الكلية (اوالرئيسة)، كدراسة الدخل القومى،الاستهلاك الكلى، والاستثمار والادخار الكلى، والمستوى العام للاسعار.... ولايهتم التحليل الاقتصادي الكلي بجزئيات النشاطات الاقتصادية. يؤكد اكلى **Ackley** هذا المفهوم

بقوله:"هو دراسة القوى او العوامل التى تحدد مستويات الانتاج الكلى، والاستخدام، والاسعار فى الاقتصاد، ومعدلات التغيير الذى يحدث فيها على مر الزمن(Ackley,1978 p3) وقد زاد الاهتمام بالتحليل الاقتصادي الكلي بعد أن نشر كينز **Kenynes** كتابه المشهور: النظرية العامة فى الاستخدام والفائدة والنقود.

**The General Theory of Employment, Interest and Money.**

**تدريب (3)**



صنف مواضيع البحث التالية إلى :إقتصاد جزئى وكلى.

1. دراسة كمية إنتاج مؤسسة صناعية من الزيوت خلال عام.
2. دراسة كمية إنتاج مجتمع معين من السلع والخدمات خلال سنة ما.
3. دراسة عدد الساعات التى يعملها عمال أحد المناجم مقابل أجور معينة.
4. دراسة نسبة البطالة فى السودان.
5. دراسة الطلب على المانجو فى مصر.

# الخلاصة

تمثل هذه الوحدة مقدمة عامة لعلم الإقتصاد – وقد تضمنت مجموعة من الأفكار والمفاهيم الاساسية نوجزها فى النقاط التالية:

- الاقتصاد كعلم يهتم بدراسة الجوانب الانتاجية والاستهلاكية فى المجتمع، والجوانب الاخرى التى تؤثر عليه وعلى سلوك أفراد المجتمع فى إطار القوانين الاقتصادية.
- يعتبر علم الاقتصاد أحد العلوم الإجتماعية التى تبحث فى سلوك الافراد– وهو يهتم أساساً بدراسة الكيفية التى يتم بها توزيع الموارد الإنتاجية النادرة لإنتاج البضائع والخدمات ولتحقيق أهداف المجتمع ورغباته غير المحدودة– ويمكن أن يتم ذلك بأسلوبيين : الاقتصاد الجزئى والإقتصاد الكلى.
- الاقتصاد أحد أهم العلوم الإجتماعية، وذو صلات وثيقة وإرتباط وثيق مع العلوم الإجتماعية الاخرى كعلم الإجتماع والقانون والسياسة والجغرافية والتاريخ والإدارة .
- تستخدم النظرية الاقتصادية لتوضيح العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية المختلفة. ويتم تقديم النظرية من خلال نموذج اقتصادى يبسط الواقع من خلال بعض الإفتراضات السلوكية والاحصائية.
- المشكلة الاساسية فى الاقتصاد هى مشكلة الندرة– وينتج من هذه المشكلة مجموعة من الخيارات التى تواجه المجتمع ويمكن تلخيصها بالأسئلة الثلاثة : ماذا ننتج؟ وكيف ننتج؟ ولمن ننتج؟ ويترتب على إختيار بديل معين التضحية بالبدائل الأخرى.

وهذه أسئلة أساسية تواجه كل المجتمعات المختلفة ويتم حلها بالطرق التى تتلاءم مع ظروفها وحسب فلسفة كل مجتمع فى إدارة إقتصاد.

# لمحة مسبقة عن الوحدة الدراسية التالية

تهدف الوحدة الثانية للتعرف على عنصر الطلب بإعتباره أحد العناصر الرئيسة للسوق وسوف نتناول تعريف الطلب، العوامل التى تحدد الطلب، جدول الطلب، منحنى الطلب، ومرونات الطلب.

# إجابات التدريبات

**تدريب (1)**

أ/ يقصد بالموارد الإقتصادية، أى عوامل الإنتاج والمدخلات، والأنواع المختلفة للعمل – والأدوات الراسمالية و الارض " الموارد الطبيعية". فى عالم يتسم بالإحتمالات " و التنظيم الإستثمارى وفى جميع المجتمعات لا يكون عرض هذه الموارد بلا حدود بل يكون محدوداً أو نادراً – لذا تستحق هذه الموارد أن يكون لها سعر " أى أنها موارد إقتصادية".

ب/ أن الموارد الإقتصادية يقابلها الموارد غير الاقتصادية كالهواء " فى غياب التلوث" فالمعروض منه غير محدود ووفير. فيكون إهتمامنا فى الاقتصاد بالموارد الاقتصادية اكثر من إهتمامنا بالموارد غير الاقتصادية.

**تدريب (2)**

أ/ يشير (ماذا ينتج) إلى تلك السلع والخدمات والكميات التي يجب أن ينتجها الاقتصاد، ولما كانت الموارد نادرة أو محدوده فليس هناك إقتصاد يمكنه أن ينتج من كل سلعة وخدمة. (وانتاج كميات أكبر من سلعة أو خدمة) يعنى عادة تخصيص انتاج بعض من السلع أو الخدمات الاخرى. ولذا كان من واجب كل مجتمع أن يختار على وجه الدقه أى السلع والخدمات ينتج – وبأي قد يكون الإنتاج من كل منها.

ب/ يشير (كيف ننتج) إلى إختيار توليفات العوامل والاسلوب الفنى الخاص الذى يستخدم فى إنتاج أى سلعة أو خدمة – ونظراً لأن كل سلعة أو خدمة يمكن إنتاجها عادة بإستخدام توليفات مختلفة، كانت المشكلة التى تصادفنا هى تحديد التوليفة التى تستخدم الأسلوب الفني الذى يتبع. ولما كانت الموارد محدوده فى كل اقتصاد ،فإن أستخدام المزيد منها في إنتاج بعض السلع والخدمات يؤدى إلى توفير القليل منها لإنتاج باقي السلع الأخرى. ومن أجل ذلك كانت المشكلة التى يواجهها المجتمع هى إختيار الاسلوب الفني الذي يوصلنا إلى إنتاج كل وحدة من السلع أو الخدمات المطلوبة بأقل تكلفة ممكنة " بمدلول الموارد الاقتصادية."

ج/ يقصد (لمن ننتج) قدر الرغبات التى يجب أن تحقق لكل مستهلك. ولما كانت الموارد وبالتالى والخدمات نادرة فى كل مجتمع لا يمكن أن يحقق رغبات جميع أفراده. ومن هنا تظهر أهمية الاختيار.

## تدريب (3)

1. جزئى لأنّه يدرس سلعة واحدة (الزيوت) في مؤسسة صناعية واحدة.
2. كلى لأنّه يدرس الناتج القومي الإجمالي لذلك المجتمع.
3. جزئى لأنّه يدرس عدد ساعات العمل مقابل الأجور في مؤسسة معينة وليس في المجتمع كله.
4. كلي لأنه يدرس البطالة  فى السودان .
5. جزئي لأنّه يدرس الطلب على سلعة المانجو، وكلي لأنه يدرس الطلب على مستوى الاقتصاد المصري ككل.

# مسرد المصطلحات

- **الاقتصاد Economics**

علم اجتماعى يبحث فى كيفية توظيف الموارد الانتاجية لاشباع حاجات المواطنين.

- **الاقتصاد الجزئى Microeconomics**

أحد فروع علم الاقتصاد – يبحث فى سلوك وحدات إقتصادية صغيرة معينة مثل المستهلكين، رجال الاعمال، المؤسسات الحكومية.

- **الاقتصاد الكلى Macroeconomics**

أحد فروع علم الاقتصاد، يبحث ظواهر اقتصادية على مستوى المجتمع ككل مثل البطالة والتضخم والنمو الاقتصادى.

- **قانون الطلب Law of demand**

قانون ينص على أنّ العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وسعر تلك السلعة هى علاقة عكسية، عندما تبقى العوامل الاخرى المؤثرة فى الطلب ثابتة.

- **قانون تناقص المنفعة الحدية Law of Diminishing Marginal Utility**

قانون ينص على تناقص المنفعة الحدية التى يحصل عليها المستهلك عندما يستهلك وحدات متتالية من هذه السلعة، أى أن المنفعة الحدية لكل وحدة تكون أقل من المنفعة الحدية لسابقتها.

- **قانون تناقص الغلة" العائد" Law of Diminishing Return**

قانون ينص علىأنه إذا اضيفت كميات متتالية من مورد إنتاجى متغير إلى مجموعة من الموارد المتغيرة سيبدأ بالتناقص بعد مستوى معين من الاستخدام لهذا المورد.

- **البضاعة Goods**

سلعة ملموسة "محسوسة" مثل القميص والبلح.

- **التضحية Sacrifice**

ترك بديل مقابل إختيار بديل آخر، وترتبط فى الاقتصاد بمبدأ تكلفة الفرصة البديلة الضائعة.

- **تكلفة الفرصة الضائعة Opportunity Cost**

- تكلفة البديل الذى تختار بتكلفة أفضل بديل لم تختره.
- **السلعة Commodity**

أى شئ يعطى منفعة لمن يستخدمها – أو هى أى شئ له قيمة.

- **قانون التكلفة المتزايدة Law of Increasing Cost**

قانون إقتصادى ينص على أن الكميات التى يضحى بها المجتمع فى سلعة معينة مقابل زيادة إنتاجية فى سلعة اخرى تكون متزايده وذلك عندما يكون المجتمع على منحنى إمكانيات الإنتاج.

- **الندرة Scarcity**

توجد الندرة حيثما يتوفر شئ بكميات محدودة لا تلبى حاجات أفراد المجتمع، فالموارد والسلع والوقت والنقود كلها أشياء نادرة.

- **النظرية الإقتصادية Economic Theory**

عرض الكيفية التى ترتبط بها الحقائق الاقتصادية مع بعضها البعض.

- **النمو الاقتصادي Economic growth**

زيادة كمية السلع والخدمات التى ينتجها المجتمع فى سنة ما مقارنة بالسنوات التى سبقتها

- **النموذج الإقتصادى Economic Model**

صورة مبسطة من عالم الواقع تبنى على أساسها النظرية الاقتصادية خاصة تلك التي تعرض بأسلوب الرسم البيانى أو المعادلات الجبرية.

- **الأرض Land**
- الموارد الطبيعية التى تستخدم كعناصر إنتاجيه كما هى موجودة فى الطبيعة مثل الارض الزراعية والآلات ومناجم المعادن.

# المراجع والمصادر


(1) Ackley, G. : **Macro economics** : Theory and Policy. Macmillan,London,1978.

(2) Glahe,F.R.and Lee,D.R**.:Microeconomics:Theory and Applications**. Harcourt Brace Jovanovich, Inc. New York,1981.

(3) Keynes,J.M.: **The General Theory of Employment, Interest and Money**. Macmillan and Co.Ltd, London,1964.

(4) Lange, O. **: Political Economy**. Vol, Pergamon Press,Oxford,1963.

(5) Robbins,L.L. : **The Nature and Significance of Economic Science** (2nd.) Macmillan and Co., London,1935.

(6) Samuelson, P. **: Economics**. (6th ed.) Mc Graw-Hill Book Co.,New York,1964.

(7) Smith, A. : **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**. 1776, Vol.1, University Paperbacks, London. 1961.


الوحدة الثانية
الطلب

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | **25** |
| **تمهيد** | **25** |
| **أهداف الوحدة** | **25** |
| **1. تعريف الطلب** | **26** |
| **2. العوامل التى تحدد الطلب** | **27** |
| **3. جدول الطلب** | **32** |
| **4. منحنى الطلب** | **33** |
| **5. مرونات الطلب** | **44** |
| 1.5 مفهوم المرونة | 44 |
| 2.5 مرونة الطلب السعرية | 45 |
| 3.5 مرونة القوس ومرونة النقطة | 48 |
| 4.5 أنواع مرونات الطلب | 50 |
| 5.5 أهمية مرونة الطلب | 59 |
| 6.5 العوامل التى تؤثر على مرونة الطلب السعرية | 60 |
| 7.5 مرونة الطلب الدخلية | 61 |
| 8.5 مرونة الطلب التقاطعية | 62 |
| **الخلاصة** | **66** |
| **لمحة مسبقة عن الوحدة التالية** | **67** |
| **إجابات التدريبات** | **68** |
| **مسرد المصطلحات** | **70** |
| **المراجع** | **72** |

# مقدمة

## تمهيد

**عزيزي الدارس،** مرحباً بك إلى الوحدة الثانية من مقرر "الإقتصاد الجزئى". لقد عرضنا عليك خلال الوحدة الاولى – مفاهيم أساسية– العديد من المواضيع المتعلقة بالاقتصاد.
ستدرس في هذه الوحدة الطلب من خلال تناولنا لطلب المستهلك، والعوامل التى تحدد الطلب، وجدول الطلب، ومنحنى الطلب، ومرونات الطلب.

وقد إشتملت هذه الوحدة على مجموعة من أسئلة التقويم الذاتى والتدريبات والأمثلة التوضيحية التى من شانها أن تعطيك فرصة لترسيخ المفاهيم الأساسية ولاكتساب خبرة فى معالجة المشاكل الإقتصادية المتكررة، كما أن اتصالك بمشرفك الاكاديمى، الذى سيقوم بتصحيح التقنيات والتعليق عليها، سيتيح لك توضيح بعض الامور التى قد تستعصى عليك وتقدم لك تغذية راجعة تحتاج إليها لفهم الموضوع بصورة أفضل.

# أهداف الوحدة

**عزيزي الدارس،** بعد الإنتهاء من هذه الوحدة، نأمل أن تكون قادراً على أن:

- تعرف الطلب.
- تشرح العوامل التي تؤثر على الطلب.
- تميز العلاقة بين الكمية المطلوبة والدخل.
- تحدد جدول الطلب ومنحنى الطلب.
- تتعرف معنى مرونة الطلب وإحتساب قيمتها وتفسيرها تفسيراً دقيقاً.

# 1. تعريف الطلب

يستهلك الفرد سلعاً عديدة ومتنوعة وفى أوقات مختلفة أثناء حياته. وطلب المستهلك لسلعة معينه على عاملين اساسيين :

اولاً : مقدار الاشباع Satisfaction الذى يحصل عليه الانسان من السلعة المعينة.

ثانياً : مقدارالسعر الذى ينبغي أن يدفعه المستهلك للحصول على السلعة.

بناء على هذين العاملين يتفاعل المستهلك اما بزيادة او تخفيض مشترياته من السلعة المعينة، او استبدال الطلب على السلعة بسلعة اخرى بديله، او التوقف عن طلب السلعة نهائياً .

إذاً ماهو الطلب ؟

يعرف الطلب بانه عبارة عن الكمية التى يود المستهلكون شراءها من سلعة معينة، بسعر محدد، وفى زمن محدد، مع بقاء العوامل الاخرى ثابته دون أن يحدث فيها أى تغيير Ceteris Paribus .

يقترن الطلب دائماً بقدرة طالب السلعة على دفع ثمنها، وهذا مايشار اليه عادة بالطلب الفعال Effective Demand. اما اذا افتقد طالب السلعة القدرة على دفع ثمنها فان طلبه لها يعتبر مجرد رغبة فى السلعة دون التمكن من الحصول عليها. فيفرق اذاً فى لغة الاقتصاد بين الطلب للحصول على السلعة والرغبة فى الحصول على هذه السلعة، ويكون معيار التفرقة، والمحك الحقيقى هو المقدرة على دفع الثمن عند لحظة الطلب. وبهذا المفهوم يكون البون شاسعاً بين أثر الطلب وأثر الرغبة على حجم المشتريات فى السوق. فبينما يؤثر الطلب على حجم المشتريات وعلى الاسعار فلايكون للرغبة أثر فى السوق .

يقصد بالطلب عادةً حجم الطلب الكلي من السلعة الواحدة – أي طلب مجموع المستهلكين من السلعة – إذ أن أثر طلب المستهلك الواحد من السلعة المعروضة فى السوق يكون ضئيلاً لدرجة لاتؤثر على الكمية المعروضة او السعر المحدد. وعلى النقيض من ذلك فان مجموع طلب المستهلكين يؤثر تأثيراً كبيراً ومباشراً على سعر السلعة وحجم المعروض منها .

ينبع الطلب اساساً من تقدير المستهلك للمنفعة او مقدار الاشباع الذى يحصل عليه المستهلك من السلعة مقابل مايدفعه فيها من ثمن. ويستمر المستهلك فى طلبه من هذه السلعة حتى يشعر بأن المنفعة الحدية التى يحصل عليها من السلعة قد اصبحت تساوى مايدفعه فيها

من ثمن. ويعتبر ذلك هو المعيار الذى يحدد به المستهلك مشترياته من السلع المختلفة، لأن المستهلك يعمل على أن تتساوى لديه المنافع الحدية للسلع التى يقوم بشرائها منسوبة الى اسعارها حتى لا يشعر بالحاح على شراء المزيد من سلعة معينة دون غيرها من السلع الاخرى. (عزيزي الدارس، راجع ما سيرد من حديث عن المنفعة لاحقاً).

# 2. العوامل التى تحدد الطلب

## Determinants of Demand

مما تقدم من حديث عن مفهوم الطلب على سلعة معينة لابد من معرفة عاملين مهمين:

1) سعر السلعة .
2) الوحدة الزمنية التى يحدث فيها الطلب، لأن كثير من العوامل تتغير مع الزمن.

فى اطار هذين العاملين نجد أن الطلب يتحدد فى اى وقت باكثر من عامل واحد تؤثر على الظروف التى تحيط بالطلب على السلعة. ويمكن تحديد أهم العوامل التى تؤثر على الطلب فى الجوانب التالية :

**اولاً : عدد المستهلكين**

يمثل عدد مستهلكى السلعة سوق السلعة نفسها. فكلما زاد عدد المستهلكين زاد الطلب على السلعة، وكلما قل عدد المستهلكين انخفض الطلب على السلعة. ويأتى العدد الكلى لمستهلكى أى سلعة من واقع العدد الكلى للسكان. فكلما كان عدد السكان كبيراً كلما كان الطلب على السلعة كبيراً وكلما قل عدد السكان قل الطلب على السلعة. ويتأثر العدد الكلي للسكان ومن ثم حجم الطلب بعاملين اساسيين :

أ- النمو الطبيعي للسكان .

ب- الهجرة الداخلية والخارجية التى تحدث نتيجة لتحركات السكان من موقع جغرافي الى آخر داخل البلد او خارج البلد .

**ثانياً : أذواق المستهلكين**

ذوق المستهلك هو العامل الأساسى الذى يعبر عن رضا المستهلك عن سلعة معينة. فاذا لم تتوافق مواصفات السلعة مع ذوق المستهلك فانها لا تعطيه المنفعه أو الاشباع الذى يريد. وبالتالي ينصرف عنها المستهلك الى سلعة أخرى تعطيه اشباعاً أكبر .

**ثالثاً : أسعار السلع البديلة**

كثير من السلع التى تعرض فى الاسواق تشابه بعضها بعضاً ويمكن أن تحل محل بعضها لتحقيق الاشباع المطلوب للمستهلك. فى هذه الحالة يكون فى مقدور المستهلك أن يختار بين شراء سلعة أو سلعة بديلة لها. فى هذه الحالة فانّ سعر السلعة هوالذى يجعل المستهلك أى البديلين يختار. لذلك فاسعار السلع البديلة لها تأثير كبير على حجم الطلب من السلعة الاساسية. ومن امثلة السلع البديلة الشاى والقهوة ومشروب عصير البرتقال والكركدى ....الخ. فزيادة الطلب على السلعة يعنى انخفاض الطلب على السلعة البديلة. فالعلاقة بينهما عكسية.

**رابعاً : السلع المكملة**

كثير من السلع تتكامل مع بعضها. بمعنى أن السعي لاستعمال سلعة تتكامل مع سلعة أخرى يحتم استعمال السلعة الثانية حتى يحصل المستهلك على الاشباع الذى ينشده من السلعة الاولى – وبعبارة أخرى، فانّ زيادة الطلب على السلعة الاولى الرئيسة يؤدى إلى زيادة الطلب على السلعة الثانية حتى يمكن للمستهلك ان يستفيد من السلعة الاولى. فالطلب على السلعتين المتكاملتين يأخذ نفس الاتجاه، فتكون العلاقة بينهما طردية، ومن الامثلة المشهورة للسلع المتكاملة السيارة والبنزين، فمن يشتري سيارة لابد له ان يشترى الوقود الذي يمكن من استعمال السيارة وتحقيق المنفعة المرجوة منها .

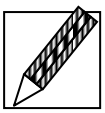
**خامساً : سعر السلعة**

سعر السلعة كما رأينا عامل أساسى من العوامل التى تؤثر على الطلب. فاذا زاد السعر يقل الطلب عليها واذا انخفض السعر زاد الطلب عليها. فالعلاقة بين سعر السلعة والكمية المطلوبة منها عكسية .

فى اطار هذه العوامل الخمسة يتفاعل المستهلك لتحديد مشترياته من السلعة. ولكن يتحدد حجم الطلب (الكمية المطلوبة) في أى وقت بعوامل كمية وعوامل نوعية تفرض نفسها

عليه. ولاشك أنّ العوامل النوعية يصعب قياسها بطرق كمية بالرغم من تأثيراتها الكبيرة على الطلب. وتتأكد صعوبة قياس العوامل النوعية بطرق كمية لافتقار أساليب القياس المستخدمة لمعايير موضوعية تعطي القياس الكمى المناسب لهذه العوامل. فذوق المستهلك، على سبيل المثال، لايمكن قياسه بطريقة كمية لأن الذوق احساس شخصى يختلف من فرد لآخر .

**تدريب(1)**



وضح أهم العوامل التي تتوقف عليها مرونة الطلب السعرية.

اما العوامل الكمية التي تؤثر على الطلب فيمكن قياسها حسابياً. لذلك ركز الاقتصاديون على دراسة أثر العوامل الكمية على الطلب، وحددوا علاقات ثلاث تحكم الطلب، وقد سميت هذه العلاقات بدوال الطلب (1).نوجزها فى النقاط التالية :

(1) يؤكد التحليل الأقتصادى أن التفاعلات التى تحدث فى بعض المتغيرات الأقتصادية تؤثر على متغيرات أخرى مرتبطة بها. فالترابط الموجود بين المتغيرات يطلق عليها كلمة " دالة "، Function وتكون العلاقة عادة بين متغيرين أو أكثر يكون أحدهما مستقل والآخر تابع ( أو الآخرين تابعين). وتوصف هذه العلاقة بأنها : " علاقة دالية ". فالمتغير التابع يتأثر بالتغييرات التى تحدث فى المتغير المستقل. ومن أمثلة ذلك :

- دخل الفرد متغير مستقل، وحجم انفاقه على الاستهلاك متغير تابع.
- دخل الفرد متغير مستقل، ضريبة الدخل الشخصى عليه متغير تابع .
- سعر السلعة متغير مستقل، الكمية المطلوبة من السلعة متغير تابع .

فاذا رمزنا الى المتغير المستقل ب: س او X باللغة الانجليزية

والى المتغير التابع ب ص او Y باللغة الانجليزية والى الدالة ب: د او f باللغة الانجليزية.

ففى مثال الدخل والاستهلاك يشار الى هذه العلاقة بان الاستهلاك دالة فى الدخل، وتكتب فى صورة رياضية بالتعبير الجبرى :

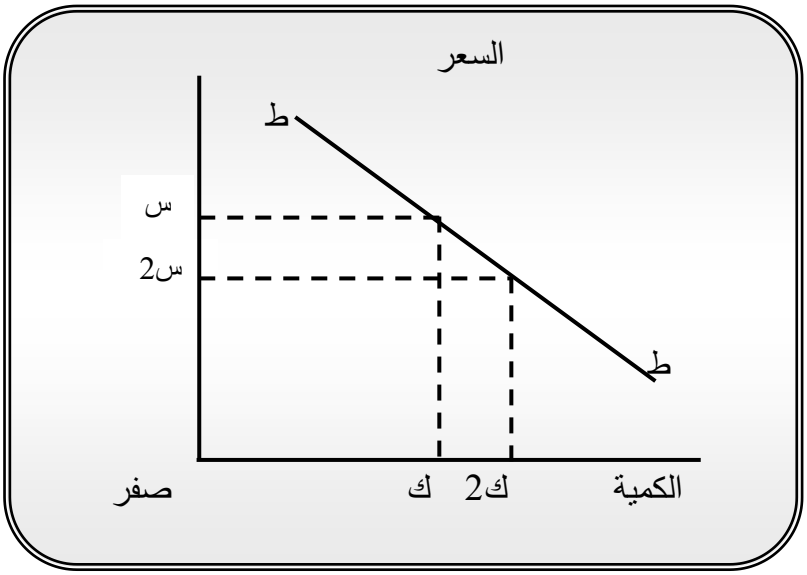
ص = د(س) أو $Y = f(X)$ .

**أ- العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة معينة واسعار هذه السلعة.**

سعر السلعة عامل أساس فى تحديد قدرة المستهلك لشراء الكميات التى يريدها من السلعة.

وقانون الطلب الذى جاء ضمن القوانين الاقتصادية التى يعرفها طلاب الاقتصاد يقول : كلما ارتفع سعر السلعة كلما قلت الكمية المطلوبة من هذه السلعة وكلما انخفض سعرها كلما زادت الكمية المطلوبة .

وتتضح هذه العلاقة بيانياً




**الشكل رقم 2-1**

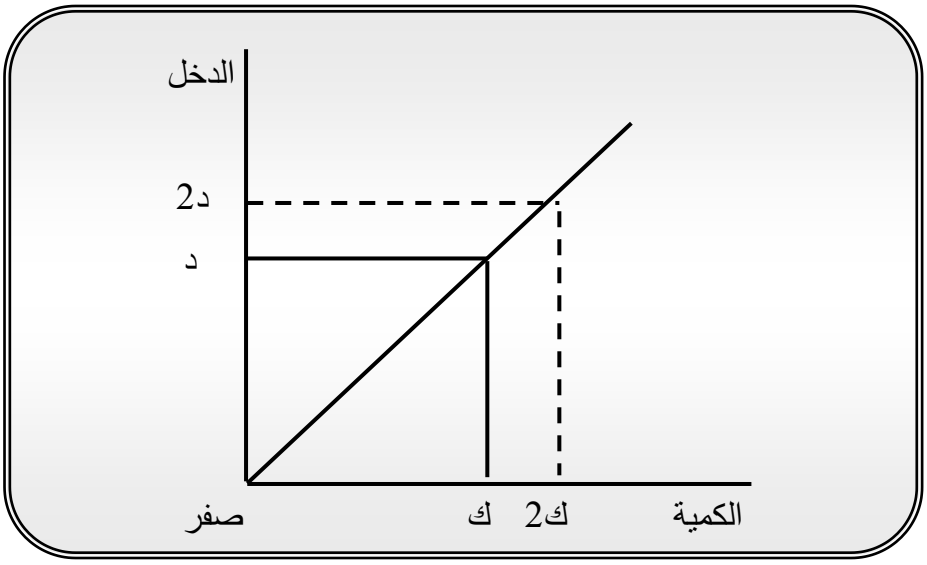
**العلاقة بين الكمية المطلوبة والسعر**

يلاحظ ان العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة علاقة عكسية. وتعرف هذه العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة بدالة الطلب السعرية. Price Demand Function

**ب- العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة ودخل المستهلك .**

توضح هذه العلاقة أن الزيادة التى التى تحدث فى دخل المستهلك تؤدى الى زيادة الكمية المطلوبة من سلعة معينة، وكلما قل دخل المستهلك تقل الكمية المطلوبة من هذه السلعة.

ويلاحظ أن العلاقة بين دخل المستهلك والكمية المطلوبة من السلعة علاقة طردية. ويمكن توضيح هذه العلاقة بيانياً فى الشكل التالي




**شكل رقم 2-2**

**العلاقة بين الكمية المطلوبة والدخل**

تعرف هذه العلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة ودخل المستهلك بدالة الطلب الداخليةIncome Demand Function. والتفسير الاقتصادى لزيادة الطلب من السلعة كلما زاد دخل المستهلك يأتى من أن زيادة الدخل تمكن المستهلك من زيادة المنفعة التى يحصل عليها من السلعة بزيادة مشترياته لوحدات اضافية من السلعة .

**ج- العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة وأسعار السلع الاخرى**

كثير من السلع التى يستهلكها المستهلك لها علاقات تكاملية او تبادلية مع سلع أخرى. فاذا زاد سعر السلعة المتكاملة يقل الطلب عليها، وبالتالي يقل الطلب على السلعة الأخرى المتكاملة معها. اما اذا قل سعر السلعة المتكاملة يزيد الطلب عليها ويزيد نتيجة لذلك الطلب على السلعة المتكاملة معها. فيلاحظ أنّ اتجاه تأثير زيادة السعر للسلع المتكاملة يكون فى نفس الاتجاه .

اما بالنسبة للسلع البديلة فان زيادة سعر السلعة يؤدى الى انخفاض الطلب عليها والى اتجاه المستهلك لشراء السلعة البديلة لاستكفاء حاجته منها. لكن اذا انخفض سعر السلعة يزيد الطلب عليها ويقل الطلب على السلعة البديلة .

تسمى العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة معينة واسعار السلع الاخرى (المكملة والبديلة ) بدالة الطلب التبادلية Cross Demand Function .

**أسئلة تقويم ذاتي**

1. عرف الطلب.
2. عدد العوامل التى تحدد الطلب.
3. ما المقصود بـ :

   أ/ السلع البديلة؟

   ب/ السلع المكملة؟
4. ما المقصود بدالة الطلب التبادلية؟

## 3. جدول الطلب Demand Schedule

كما اشرنا من قبل هناك علاقة وطيدة بين سعر السلعة سواء كان ذلك على مستوى الفرد او السوق. ولكن نعلم ان الطلب الذى يتناوله الاقتصاديون بالاهتمام والتحليل هو الطلب الكلي أو طلب السوق وان لم يغفلوا تفاعل المستهلك الفرد. ولكن بصفة عامة فان الاتجاه العام هو أنّ زيادة السعر يؤدى الى انخفاض الكمية المطلوبة، وانخفاض السعر يؤدى الى زيادة الكمية المطلوبة. وفى سياق التحليل الاقتصادي الذي يستعرض الطلب كعلاقة بين سعر السلعة والكمية المطلوبة من هذه السلعة يستخدم جدول الطلب كمؤشر واضح لهذه العلاقة العكسية. ويمكن ابراز هذه العلاقة فى جدول الطلب الافتراضي التالي :

| الحالة | السعر (بالآف الدينارات) | الكمية (بالدسته) |
|---|---|---|
| أ | 5 | 8 |
| ب | 4 | 10 |
| ج | 3 | 13 |
| د | 2 | 16 |
| هـ | 1 | 20 |

**جدول رقم (2-1)**

**جدول الطلب لسلعة الملابس (قمصان)**

يتأكد من هذه العلاقة العكسية الظاهرة فى هذا الجدول أن انخفاض السعر يؤدى الى زيادة الكمية المطلوبة من السلعة .

# 4. منحنى الطلب Demand Curve

منحنى الطلب هو عبارة عن الصورة البيانية لجدول الطلب. ويظهر منحنى الطلب فى شكل سالب الميل، أي ينحدر من أعلى إلى أسفل ومن جهة اليسار الى جهة اليمين. ويعبر ميل منحنى الطلب السالب عن مضمون قانون الطلب، الذى يشير بوضوح الى العلاقة العكسية بين سعر السلعة والكمية المطلوبة منها عندما تكون العوامل الاخرى ثابتة .

يعتبر منحنى الطلب أحد ادوات التحليل الاقتصادى التى تستخدم كثيراً لتبيان مواقف معينة فى اوقات محددة، او للمساعدة فى اتخاذ قرارات اقتصادية معينة سواء كان ذلك فى تحديد اسعار السلع او فى تحديد الكميات المطلوبة منها، او اتخاذ سياسات انتاجية مبنية على واقع الطلب ومستقبله. وبمفهومه التقليدى المعروف فان منحنى الطلب يعكس مدى تجاوب المستهلك للارتفاع والانخفاض فى سعر السلعة. ويعكس هذا التجاوب لمتخذى القرارات الاقتصادية ما

ينبغي أنّ يتخذ في ضوء التغيرات المحتملة للطلب حتى تكون القرارت التى تتخذ عقلانية وتتسم بالواقعية .

## أسئلة تقويم ذاتي

1. ما هى العلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة ودخل المستهلك؟
2. ماهى طبيعة العلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة وسعرها؟
3. وضح أهمية منحنى الطلب في التحليل الإقتصادي؟

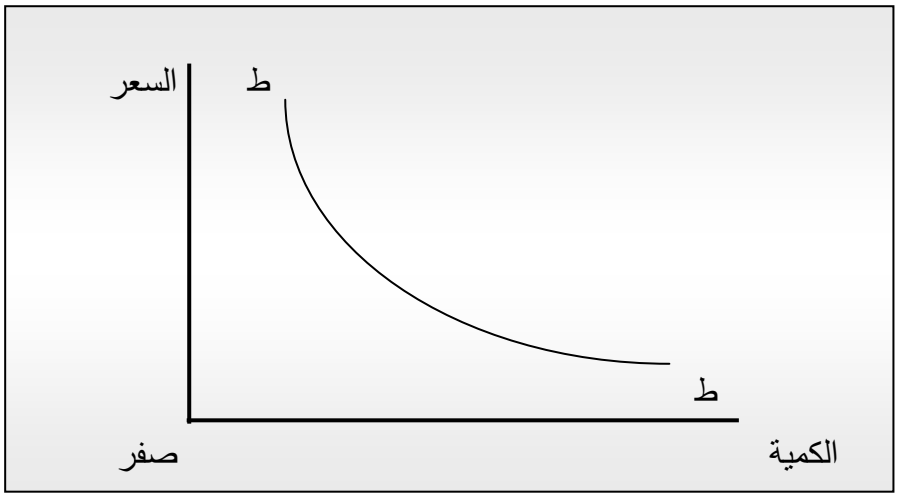
تجدر الاشارة هنا، وكما اوضح بومول، الى أنّ لمنحنى الطلب ملامح معينة ينبغي ملاحظتها(Baumol,1972 pp.193-194)

اولاً : أصبح فى حكم العادة أنّ رصد سعر السلعة يكون على المحور الرأسى (الاحداثى الصادى ) وكمية السلعة على المحور الافقى (الاحداثى السينى ).

ثانياً : توضح العلاقة بين السعر والكمية على المنحنى فى وقت محدد واحد فقط. اذاً كل الاسعار الأخرى على هذا المنحنى تكون افتراضية. بمعنى أن افتراض تغيير السعر الى كذا سيؤدى الى تغيير الكمية المطلوبة الى كذا .

ثالثاً : منحنى الطلب عادةً ذو انحدار سلبى. ويعنى ذلك فى لغة الاقتصاديين انه، مع بقاء الاشياء الاخرى ثابته، فان انخفاض ثمن السلعة سيؤدى الى زيادة الكمية المطلوبة .

فى ضوء هذه المؤشرات يمكن رصد منحنى الطلب من جدول الطلب السابق (رقم 2–1 ) بالصورة التالية:




**منحنى الطلب**

**شكل رقم 2-3**

كما يتضح فى هذا الشكل فان منحنى الطلب ذو انحدار سلبى. وبمساره هذا فان الانخفاض فى السعر يؤدى الى زيادة الكمية المطلوبة. فالعلاقة بين السعر والكمية المطلوبة علاقة عكسية Inverse Relationship. وتبين هذه الحالة الطلب الفردي والكلي في السوق. وبالرغم من ان هذه القاعدة ثابته قد تظهر بعض الحالات النادرة التى تخرج عن هذه القاعده، ونعلم ان لكل قاعدة شواذ لايعتد بها. من هذه الحالات النادرة الحالة التى يعتبر فيها بعض المستهلكين أن انخفاض سعر السلعة دلالة على عدم ملاءمتها لمقامهم اودلالة على عدم جودتها، مثل احجام بعض المستهلكين عن شراء انواع معينة من الساعات او ادوات الزينة عندما تكون اسعارها منخفضة .

يبدأ تحليل الطلب عادة بطلب المستهلك الفرد لابراز تفاعل وتصرف المستهلك الواحد تجاه الانخفاض والارتفاع فى اسعار السلعة. ويكون تفاعل المستهلك بزيادة او تخفيض طلبه من السلعة نابع من مقدار الاشباع (المنفعة) الذى يحصل عليه مقابل مايدفعه من ثمن للحصول على السلعة. لذلك فان منحنى طلب الفرد يوضح احتمالات تفاعل المستهلك الواحد بتحديد

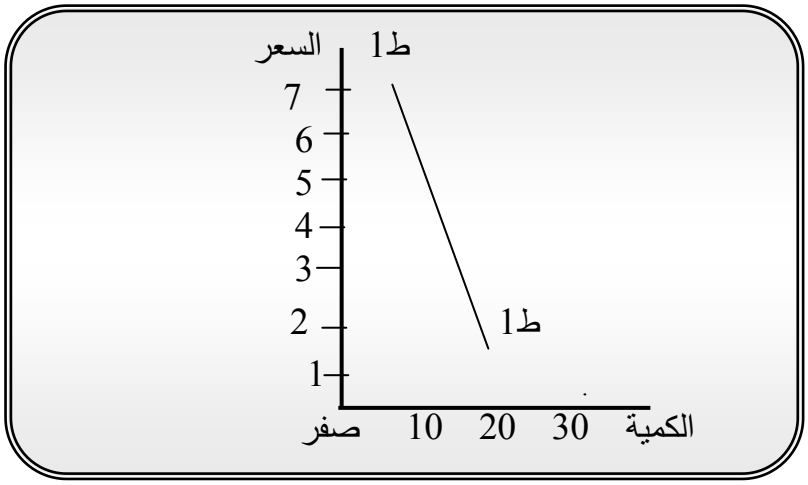
مقادير مشترياته من السلعة مع الارتفاع والانخفاض في أسعارها. وقد اهتم التحليل الاقتصادي بابراز سلوك المستهلك الفرد فى جدول ومنحنى الطلب الفردى. لكن لأن منحنى طلب الفرد لايعبر عن واقع الطلب الكلي أو طلب السوق Market Demand كما يطلق عليه، فان الاهتمام الأكبر قد انصب على طلب السوق الذى يعكس موقف الطلب الكلي للسلعة. الطلب الكلي للسلعة هو مجموع طلب افراد المجتمع، ويعبر عن هذا الطلب الكلي بمنحنى يوضح طلب سوق السلعة Market Demand Curve. ويقوم كل فرد بزيادة أو تخفيض مشترياته من سلعة معينة مع الانخفاض والارتفاع فى اسعارها وفقاً لما يحصل عليه من منفعة من الكميات التى يقوم بشرائها. لذلك فان تصرف كل فرد بزيادة أو تخفيض مشترياته يختلف عن تصرف بقية أفراد المجتمع لاختلاف الاشباع الذى يحصل عليه كل منهم. وبالتالي فان منحنيات الطلب الفردي لكل سلعة للأفراد المختلفين يختلف فى شكله. وللوصول إلى المنحنى الذى يعكس طلب كل المستهلكين لشراء سلعة معينة، تجمع كل منحنيات الطلب الفردي لكل المستهلكين للوصول إلى الصورة التجميعية. وبما أنّ المنحنيات نفسها لايمكن تجميعها فالمقصود هو تجميع الكميات التي يود المستهلكون الافراد شراءها عند كل سعر محدد. ويظهر الطلب الكلي للسلعة كمجموع لطلب الافراد فى جدول طلب السوق. فاذا افترضنا أنّ السوق يتمثل فى اربعة مشترين فقط فان طلب السوق هو عبارة عن مجموع طلب هؤلاء الافراد عند كل سعر محدد. ولتوضيح ذلك نعطى الجدول التالي كمثال افتراضي مبسط لهذه الحالة .

| الحالة | السعر | الكمـــية المطلـــــــوبة | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | المستهلك الاول | المستهلك الثانى | المستهلك الثالث | المستهلك الرابع | طلب السوق |
| أ | 7 | 3 | 2 | 0 | 5 | 10 |
| ب | 6 | 5 | 4 | 1 | 8 | 18 |
| ج | 5 | 7 | 6 | 5 | 12 | 30 |
| د | 4 | 9 | 9 | 14 | 17 | 49 |
| هـ | 3 | 10 | 12 | 16 | 22 | 60 |
| و | 2 | 12 | 15 | **22** | 28 | 77 |

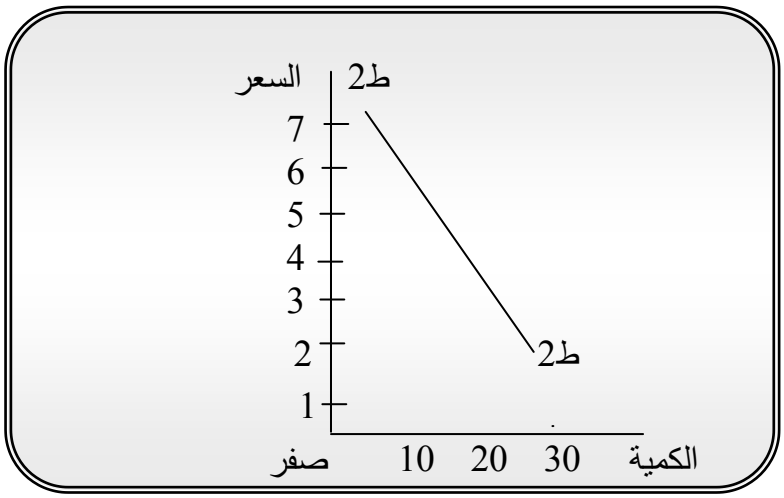
**جدول طلب السوق**

**جدول رقم (2–2)**

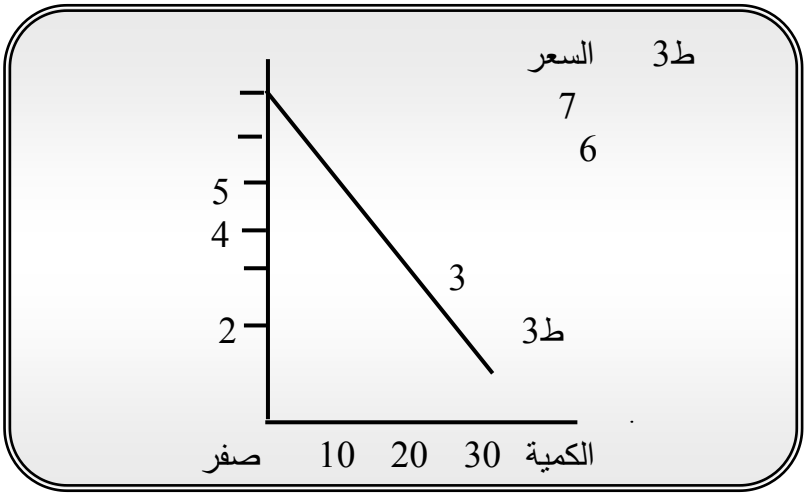
بما ان جدول الطلب يعكس تصرفات الفرد لشراء السلعة عند اسعار مختلفة فان منحنى الطلب هو الصورة البيانية لهذه التفاعلات الظاهرة من جدول الطلب. ورصد مشتريات هؤلاء المستهلكين الاربعة يبين اتجاه منحنى الطلب لكل منهم، كما يظهر في الشكل.



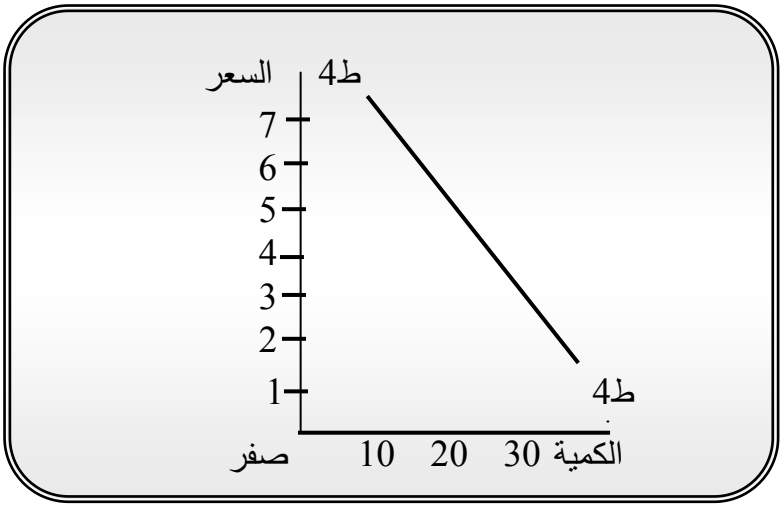

**المستهلك الأول**




**المستهلك الثانى**



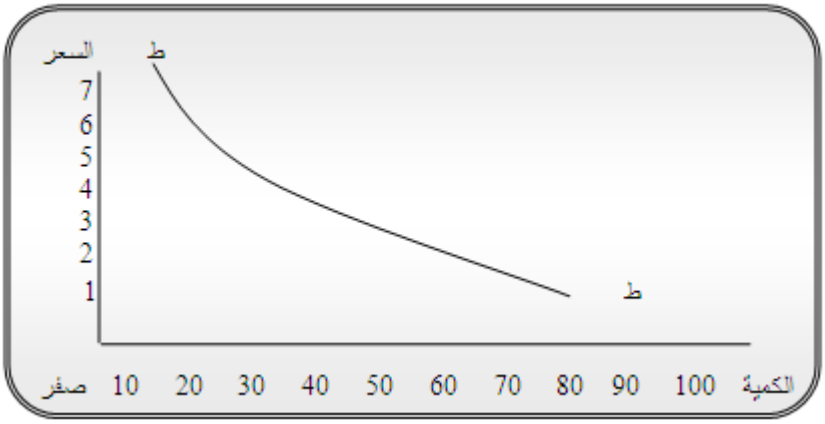

**المستهلك الثالث**




**المستهلك الرابع**

**شكل رقم 2-4**

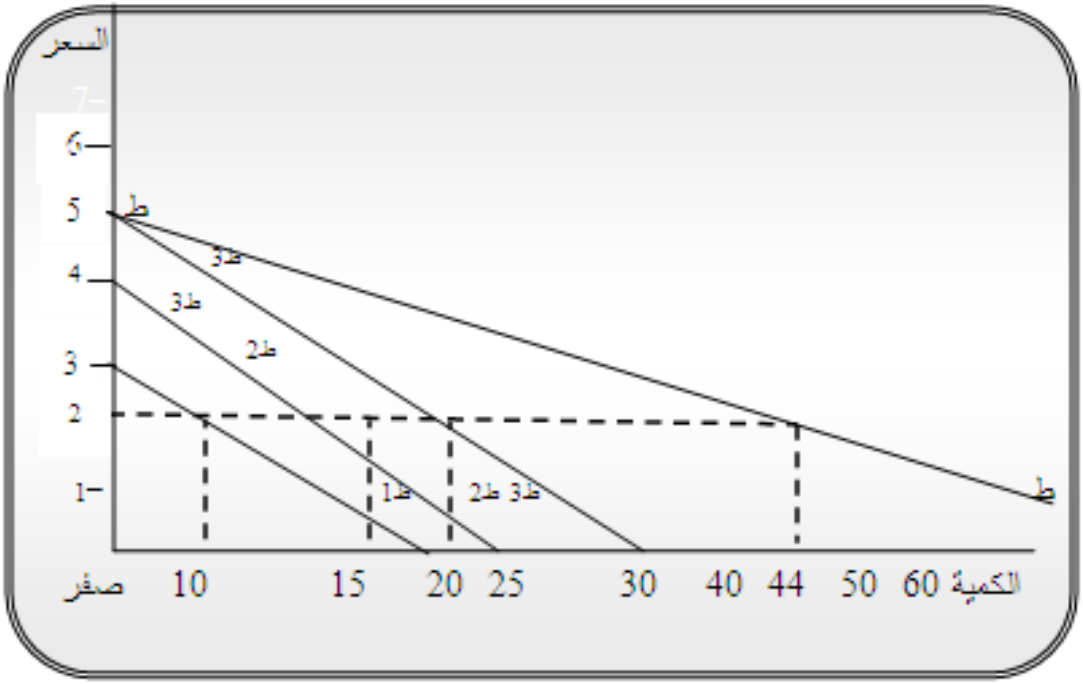
يتضح من هذه الاشكال الاربعة أن تصرفات المستهلكين الاربعة تتباين حسب ظروف الطلب لكل منهم كما يظهر من اتجاه منحنيات الطلب لكل منهم. ويمكن ابراز طلب السوق من نفس جدول الطلب 2-2 فى منحنى واحد يعبر عن مجموع طلبات المستهلكين الاربعة فى الشكل التالي :




**شكل رقم 2- 5**

**منحنى طلب السوق**

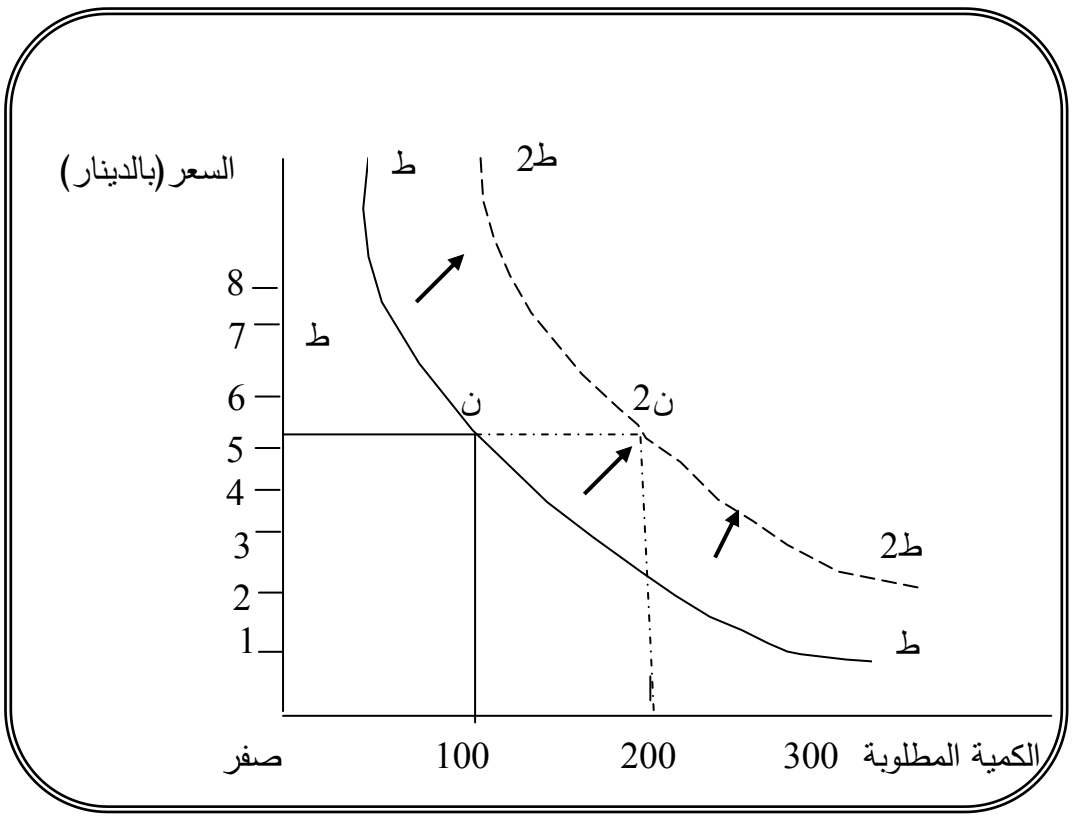
ذكرنا أن منحنى طلب الفرد لا يعبر عن واقع الطلب الكلي للسلعة فى السوق عند تغير سعر السلعة زيادة أو نقصاناً. والسبب الظاهر لذلك هو أنّ حجم الطلب الفردي يختلف من شخص لآخر عند سعر معين كما يتضح فى الشكل 2-6 الآتى. ولكن يمكن التعرف على منحنى طلب السوق (الكلى) عند سعر محدد للسلعة بتجميع مقدار طلب الافراد افقياً كما يظهر فى الصورة البيانية التالية




شكل رقم 2 – 6

منحنى طلب السوق المجمع افقياً

الظروف التى تحيط بالطلب على السلعة لا تكون مستقرة طوال الوقت وتكون عرضة للتغيير من وقت لآخر، فيؤثر ذلك تأثيراً مباشراً على الطلب على السلعة. وتغيير ظروف الطلب لا يكون فى اتجاه واحد وانّما قد يحدث التغيير فى العوامل التى تؤثر على الطلب بالزيادة او النقصان فاذا تغيرت الظروف التى تحيط بالطلب بالزيادة يؤدي ذلك إلى زيادة الطلب على السلعة ويظهر ذلك فى تكوين منحنى جديد للطلب ط2 ط2 على يمين المنحنى الأول الأصلى ط ط بمقدار الزيادة التى حدثت فى ظروف الطلب، كما يتضح فى الشكل رقم 2–7 التالي :

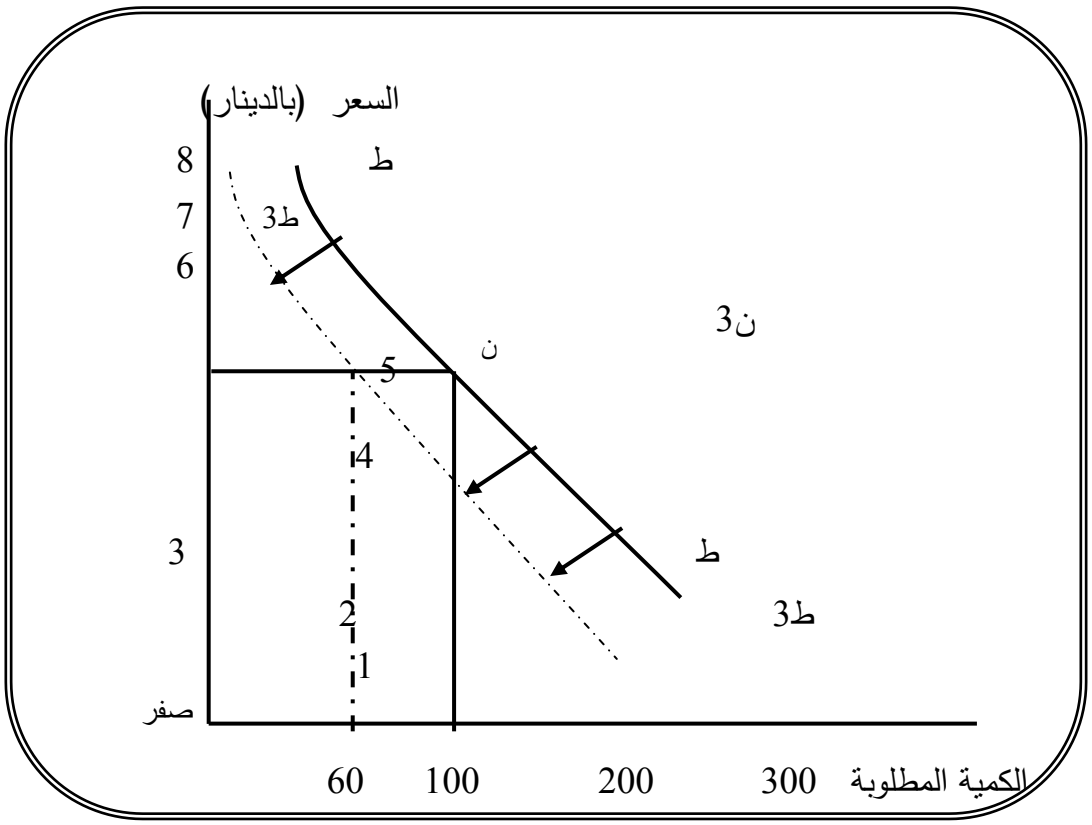



**شكل رقم 2-7**

**تغيير ظروف الطلب بالزيادة**

فاذا افترضنا انّ سعر السلعة قد بقي كما هو مع تغيير ظروف الطلب بالزيادة فان الكميات المطلوبة من نفس السلعة تزداد لتتوازن مع ظروف الطلب الجديدة، على المنحنى الجديد ط2 ط2. فتتحرك نقطة التوازن من ن الى ن2 لتوضح أنّ الكمية المطلوبة قد زادت من 100 وحدة عند التوازن ن الى 200 وحدة عند نقطة التوازن الجديدة ن2 .

اما اذا تغيرت ظروف الطلب بالنقصان يتكون منحنى جديد للطلب ط3 ط3 على يسار المنحنى الاول ط ط بمقدار ما تحدده ظروف الطلب الجديدة. فاذا افترضنا أنّ سعر السلعة قد بقي كما هو مع تغيير ظروف الطلب بالنقصان، فانّ الكمية الجديدة المطلوبة على هذا السعر الثابت ستكون فى حدود 60 وحدة فقط كما يظهر فى الشكل رقم 2-8 التالي :




**شكل رقم 2-8**

**تغيير ظروف الطلب بالنقصان**

يتضح من كل ما تقدم أن التغييرالذى يحدث فى الكمية المطلوبة من سلعة معينة أما أنْ تكون لتغيير فى سعر السلعة أو لتغيير فى ظروف الطلب لهذه السلعة. والفرق كبير جداً بين هاتين الحالتين. اذا كان التغيير فى الكمية المطلوبة نتيجة لتغيير فى سعر السلعة بالزيادة او النقصان فان الحركة تكون على نفس منحنى الطلب. أما اذا كان التغيير فى الكمية المطلوبة نتيجة لتغيير فى ظروف الطلب فان الحركة تكون فى انتقال منحنى الطلب نفسه من موقعه الى موقع آخر الى اليمين اذا كان تغيير ظروف الطلب بالزيادة والى اليسار ان كانت الظروف قد تغيرت بالنقصان. فى هذه الحالة تتغير الكمية المطلوبة مع بقاء السعر ثابتاً.

**أسئلة تقويم ذاتى**

1. يقال أن طلب الفرد لسلعة معينة يقوم على عاملين أساسين –أذكر هذين العاملين.
2. يشار – فى التحليل الاقتصادي للطلب كثيراً لعبارة " مع بقاء الاشياء الاخرى ثابته".

   أ/ ماهو المقصود بذلك؟

   ب/ ماهي أهمية هذه الافتراض.
3. ما المقصود بمنحنى الطلب.

# 5. مرونات الطلب

## 5. 1 مفهوم المرونة

يلاحظ فى الحياة العادية التى يعيشها الفرد في المجتمع أنّ أسعار السلع والخدمات تتغير من وقت لآخر. ولكن لا يكون هذا التغير بنفس القدر فى كل السلع فى الوحدة الزمنية الواحدة. كثير من العوامل تؤثر على مقدار الطلب على السلعة المعروضة فى السوق. ومن أهم الجوانب التى تؤثر على الطلب مرونة الطلب على السلعة نفسها .

إرتفاع سعر السلعة يؤدي الى انخفاض الكمية المطلوبة منها وانخفاض السعر يؤدي الى عكس ذلك. يحدث ذلك فى جميع السلع. ولكن مقدار التغير الذى يحدث فى الكمية المطلوبة من السلع المختلفة نتيجة للتغيير في أسعارها بوحدة نقدية واحدة يختلف من سلعة إلى أخرى. وبعبارة أخرى فان تجاوب السلع المختلفة للارتفاع والانخفاض في أسعارها يختلف حسب أهمية وضرورة السلعة للمستهلك. هذا الاختلاف الواضح فى تجاوب السلع للارتفاع والانخفاض في أسعارها يعبر عن مدى مرونة الطلب عليها. لذلك نقول : إن مرونة الطلب هى عبارة عن درجة تجاوب الطلب على سلعة معينة للارتفاع والانخفاض فى سعر هذه السلعة .عند حديثنا عن مرونات الطلب لابد أن نقف عند ثلاثة أنواع من هذه المرونات هى :

1- مرونة الطلب السعرية .Price Elasticily of Demand

2- مرونة الطلب الداخلية .Income Elasticity of Demand

3- مرونة الطلب التقاطعية .Cross Price Elasticity of Demand

## 2.5 مرونة الطلب السعرية

مرونة الطلب السعرية هى فى واقع الامر اكثر مقاييس المرونة استخداماً بواسطة علماء وطلاب الاقتصاد واكثرها شيوعاً. ويعتمد هذا النوع من المرونات على التفاعل بين متغيرى السعر والكمية المطلوبة. وبذلك فان مرونة الطلب السعرية تقيس التغيير النسبى الذى يحدث فى الكميات المطلوبة من سلعة معينة بالتغيير النسبى الذى يحدث فى سعرها. فى هذا السياق عرف لبسى(Lipsey, R 1966.p95.) مرونة الطلب بقوله : "يمكن تعريف مرونة الطلب بانها التغيير النسبى فى الكمية المطلوبة الى النسبة فى السعر".

نتيجة لطبيعة السلع المختلفة وتباين علاقتها وضرورتها لكل مستهلك تتفاوت درجات التجاوب بين السلع للتغيير الذى يحدث فى اسعارها. فالطلب على بعض السلع شديد الحساسية إذ أن اى تغيير صغير فى سعرها يؤثر تأثيراً كبيراً على الكميات المطلوبة منها. فى حين أن سلعاً اخرى قليلة الحساسية وبدرجات متفاوته للتغيير الذى يحدث فى اسعارها. وبصفة عامة يصعب التعرف على مدى مرونة الطلب على سلعة معينة إلا إذا أخضعت للقياس. وتقاس مرونة الطلب بمعادلة تعكس درجة مرونة الطلب على السلعة نتيجة للتغيير الذى يحدث فى سعرها. وتكتب المعادلة بالصورة التالية :

ويمكن وضع هذه المفاهيم بصورة مختصرة على النحو التالي )*(:

$$م = \frac{ك2 - ك1}{ك1} \times 100 \div \frac{س2 - س1}{س1} \times 100$$

---

)*( للذين يودون النظر لهذه العلاقة باللغة الانجليزية E = Percentage Change in Quantity Demended / Percentage Change in Price

وتأخذ هذه العلاقة الشكل الرياضى التالي :

$$م = \frac{\triangle ك}{ك1} \div \frac{\triangle س}{س1}$$

$$= \frac{\triangle ك}{ك1} \times \frac{س\ 1}{\triangle س}$$

$$= \frac{\triangle ك}{\triangle س} \times \frac{س\ 1}{ك\ 1}$$

حيث :-

م = مرونة الطلب (معامل مرونة الطلب السعرية )

ك 1= الكمية الاصلية

△ك = التغير فى الكمية

س1 = السعر الاصلى

△س = التغيير فى السعر

فى هذه العملية الحسابية تؤخذ القيم دائماً على انها قيم مطلقة ولا تؤخذ علامة السالب فى الاعتبار .

والسبب الذى يجعل نتيجة هذه العملية الحسابية لمعامل مرونة الطلب السعرية سالباً هو أنّ التغيير فى الكمية المطلوبة يكون دائماً عكس التغيير الذى يحدث فى السعر كما يؤكد ذلك قانون الطلب، وكما يظهر ذلك فى الميل السلبى لمنحنى الطلب .

*اذا افترضنا أنّ الكمية الأصلية Q1 وأنّ الكمية الجديدة Q2وأنّ السعر الأصلى P1 وأنّ السعر الجديد P 2

فإن التغيير النسبى فى الكمية المطلوبة هو :

$$\triangle Q = \frac{Q\,2 - Q\,1}{Q1} \times 100$$

وبنفس الصورة فالتغيير النسبى فى السعر هو:

$$\Delta P = \frac{P2 - P1}{P1} \times 100$$

وبالتالي فإن معامل مرونة الطلب السعرية تكتب على النحو التالي :

$$E = \frac{Q2 - Q1}{Q1} \times 100 \Big/ \frac{P2 - P1}{P1} \times 100$$

$$= \frac{\Delta Q / Q1}{\Delta P / P1}$$

$$= \frac{\Delta Q}{Q1} X \frac{P1}{\Delta P}$$

$$= \frac{\Delta Q}{\Delta P} X \frac{P1}{Q1}$$

حيث :

E = ( معامل مرونة الطلب السعرية ) مرونة الطلب السعرية

Q 1= الكمية الأصلية

Q 2= الكمية الجديدة

P1 = السعر الأصلى

P2 = السعر الجديد

$\Delta Q$ = التغيير فى الكمية

$\Delta P$ = التغيير فى السعر

وتستخدم النسب المئوية في التغيير في السعر والكمية في معادلة المرونة بدلاً من الاعتماد على الارقام المطلقة لأن اختيار وحدة القياس للسعر والكمية قد تعطى ارقاماً مختلفة للمرونة.

ولتوضيح ذلك نعطى المثال التالي :

تشترى اسرة 50 زجاجة عصير فى الشهر عندما يكون سعر الزجاجة 4 دينار. فاذا انخفض السعر الى 3 دينار تشترى 80 زجاجة عصير فى الشهر .

التغيير فى الكمية = $\frac{80 - 50}{50}$ = $\frac{30}{50}$

التغيير فى السعر = $\frac{3 - 4}{4}$ = $\frac{-1}{4}$

معامل المرونة = $\frac{30}{50} \div \frac{1}{4} = \frac{30 \times 4}{50} = \frac{120}{50} = 2\frac{2}{5}$

فاذا غيرنا وحدة النقد من الدينار السودانى الى الجنية (الدينار يساوى عشر جنيهات سودانية ) فاننا سنحصل على معامل المرونة التالي :

التغيير فى الكمية = $\frac{80 - 50}{50}$ = $\frac{30}{50}$

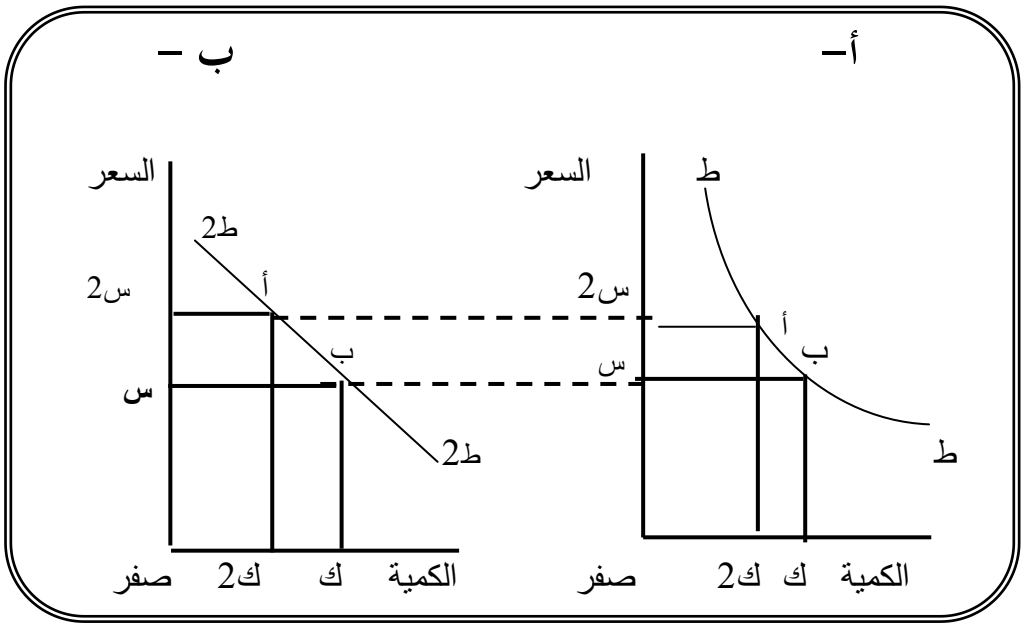
التغيير فى السعر = $\frac{40 - 30}{40}$ = $\frac{10}{40}$

معامل المرونة = $\frac{30}{50} \div \frac{10}{40} = \frac{30}{50} \times \frac{40}{10} = \frac{120}{500} = \frac{6}{25}$

## 3.5 مرونة القوس ومرونة النقطة

فى حديثهم عن مرونة الطلب السعرية يشير علماء الاقتصاد كثيراً الى مرونة القوس Arc Price Elasticity of Demand ومرونة النقطة Point Price Elasticity of Demand.

ويقصد بمرونة القوس معامل مرونة الطلب على جزء صغير من منحنى الطلب يقع بين نقطتين ويكون فى شكل قوس إذا كان منحنى الطلب غير خطى ويكون فى شكل خط إذا كان المنحنى خطياً. وفى كلا الحالتين فان اطراف القوس تبتعد عن بعضها مهما كان المقدار ضئيلاً، ويعطى كل طرف من اطراف القوس أو أي جزء منها قرآءات مختلفة للمرونة لاختلاف الكميات والاسعار فى كل من هذه المواقع المختلفة كما يظهر فى الشكل التالي :




**شكل رقم 2–9**

**مرونة القوس**

للضعف الذى يعتري مرونة القوس الذي أشرنا إليه يرى الاقتصاديون أن مرونة النقطة اكثر دقة من مرونة القوس لأنها تعطي مرونة واحدة عند نقطة محددة داخل القوس نفسه. ويعني ذلك أن المرونة تقاس عند نقطة محددة على منحنى الطلب حتى تزال اختلافات المرونة التى قد تحدث من نقطة الى اخرى. ويمكن الوصول الى ذلك باستخدام متوسط القيم، أي الوسط الحسابى لقيمتي الكمية الجديدة والكمية الأصلية (ك 1 + ك) ÷ 2، والوسط الحسابى لقيمتي السعر الجديد والسعر الاصلى (س1 + س) ÷ 2 .

بالتالي فان مرونة الطلب السعرية تكون على النحو التالي:

$$م = \Delta ك \div (\frac{ك\ 1 + ك}{2}) / \Delta س (\frac{س\ 1 + س}{2})$$

$$E = \frac{\Delta\ Q / \frac{1}{2} (Q + Q\ 1)}{\Delta P / \frac{1}{2} (P + P\ 1)}$$

## 4.5 أنواع مرونات الطلب

مرونة الطلب على السلع المختلفة تختلف بأختلاف طبيعة السلعة نفسها ومدى ضرورتها للأنسان. فاحتياج المستهلك للسلع لا يكون لكل السلع بنفس المستوى. فالطلب على السلع المختلفة له تجاوب مختلف من سلعة إلى أخرى. أي أن الطلب عليها له مرونات مختلفة تتماشى مع أهمية السلعة للمستهلك. لذلك فإن ارتفاع الأسعار لسلعة معينة بمقدار معين يؤثر على حجم الطلب على هذه السلعة بصورة ومقدار مختلف من تأثير نفس أرتفاع الأسعار لسلعة أخرى. فبعض السلع سريعة الأستجابة للأرتفاع والأنخفاض فى اسعارها، أى إنها مرنة.فى حين أن بعض السلع بطيئة الأستجابة للأرتفاع والأنخفاض فى أسعارها، فهى بذلك غير مرنة. وللتعبير عن المرونة بصورة واضحة يقول مارشال :" مرونة الطلب (التجاوب) لسوق (السلعة) تكون كبيرة أو صغيرة حسب الزيادة بصورة كبيرة أو صغيرة لأنخفاض معين فى السعر، وينخفض بصورة كبيرة أو صغيرة لأرتفاع محدد فى السعر" (Marshall,p103).

من هذا المنطلق يمكن التمييز بين خمسة أنواع من مرونات الطب هى : الطلب المرن، الطلب غير المرن، الطلب متكافىء المرونة، الطلب تام المرونة، والطلب عديم المرونة. لذلك يقول الأقتصاديون (لبسىLipsey) على سبيل المثال :" يمكن للقيمة الرقمية للمرونة أن تتراوح بين الصفر الى ما لا نهاية".(Lipsey,p85) فى ضوء ذلك نوجز أنواع مرونات الطلب على الوجه التالي:

**أولاً : الطلب المرن. Elastic Demand**

فى حالة الطلب المرن فإن التغيير فى سعر السلعة بنسبة صغيرة يؤدي إلى تغيير في الكمية المطلوبة بنسبة أكبر. فتكون القيمة الرقمية للمرونة فى هذه الحالة أكبر من واحد صحيح.

مثال توضيحى : عندما كان سعر كيلو العنب 10 دينار كان المستهلك يشتر 4 كيلوجرام فى الشهر. وعندما انخفض سعر الكيلو الى 6 دينار أصبح يشترى 8 كيلوجرام فى الشهر. ما هى مرونة الطلب ؟

يمكن حساب مرونة الطلب فى هذا المثال بالصورة التالية:

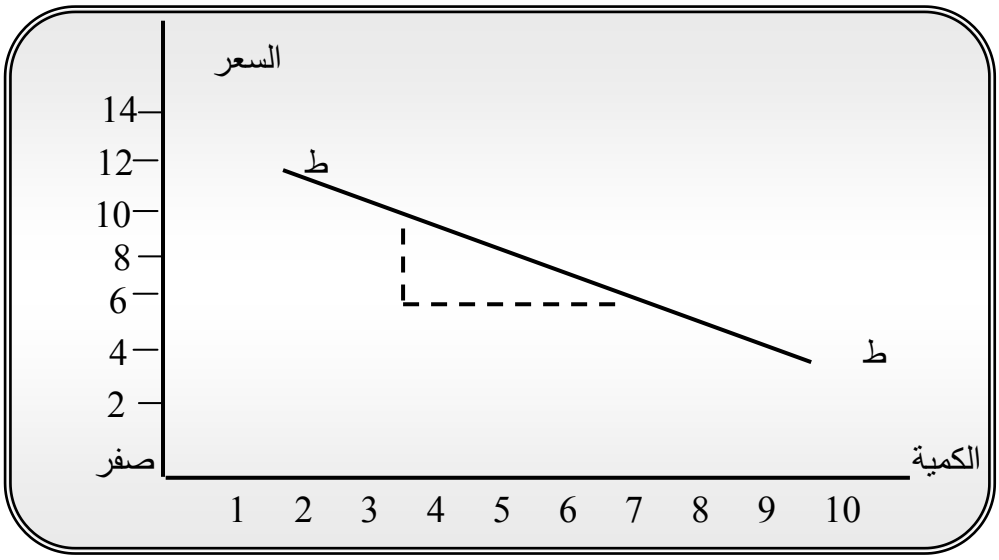
$$\text{التغيير النسبى فى الكمية} = \frac{8 - 4}{4} \times 100 = 100$$

$$\text{التغيير النسبى فى السعر} = \frac{6 - 10}{10} \times 100 = -40$$

$$\therefore \text{ مرونة الطلب} = \frac{100}{40} = 2.5$$

فالطلب على هذه السلعة اذاً طلب مرن لأن مرونته أكثر من واحد صحيح.

يوضح الشكل التالي هندسياً صورة لمنحنى الطلب المرن. فى هذه الحالة فإن إنحدار زاوية منحنى الطلب ط ط مقاساً من المحور الرأسى يكون بزاوية حادة تقل عن 90 درجة ولكنها تزيد عن 45 درجة. ومدى حدة انحدار زاوية منحنى الطلب مقاساً من محور السعر (بين 45 درجة و90 درجة) يوضح مدى مرونة الطلب على هذه السلعة.




**شكل رقم 2 – 10**

**منحنى الطلب المرن**

**ثانياً : الطلب غير المرن Inelastic Demand**

فى حالة الطلب غير المرن فإن استجابة الطلب للتغيير الذى يحدث فى سعر السلعة يكون بطيئاً. فالتغيير الذى يحدث فى السعر بنسبة معينة يؤدى الى تغيير فى الكمية المطلوبة بنسبة أقل.

مثال توضيحي

عندما كان سعر كيلو الأرز 5 دينار كان المستهلك يشترى 20 كيلوجراماً فى الشهر. وعندما ارتفع السعر الى 7 دينار أصبح المستهلك يشترى 18 كليوجراماً فى الشهر. ما هى مرونة الطلب على سلعة الأرز ؟

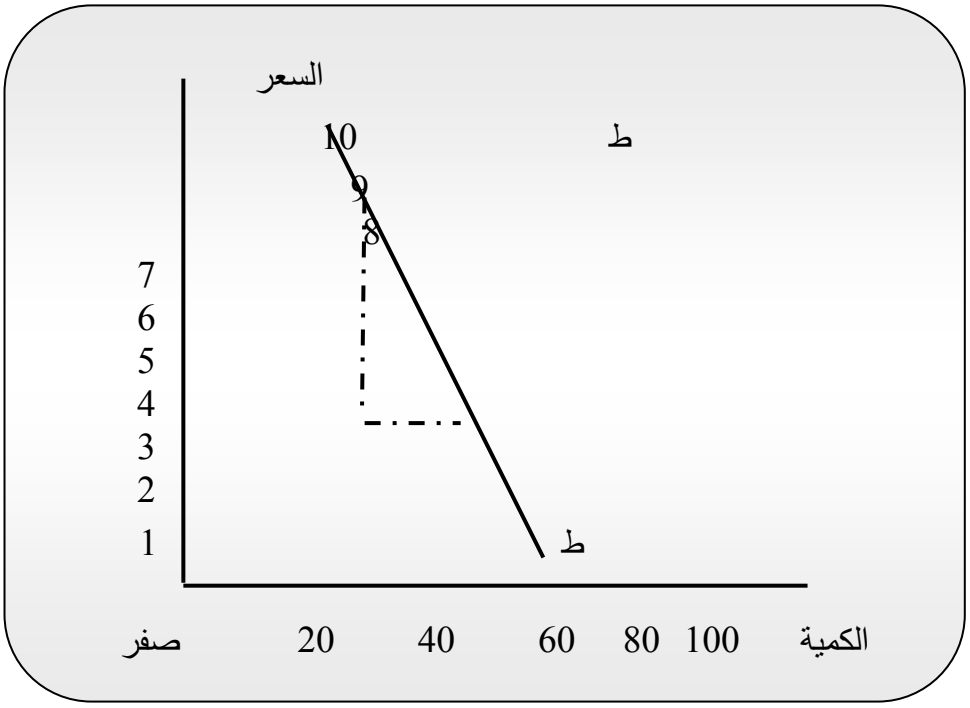
يمكن حساب مرونة الطلب فى هذا المثال بالصورة التالية :

التغيير النسبى فى الكمية المطلوبة = $\frac{20-18}{20} \times 100 = \frac{2 \times 100}{20} = 10\%$

التغيير النسبى فى السعر = $\frac{5-7}{5} = \frac{2}{5} \times 100 = 40\%$

اذاً مرونة الطلب = $\frac{10}{40}$ = $\frac{1}{4}$

الطلب على هذه السلعة اذاً غير مرن لأنه أقل من واحد صحيح. والشكل التالي يوضح بصورة هندسية الطلب غير المرن. فى هذه الحالة ينحدر منحنى الطلب بزاوية حادة تقل عن 45 درجة عند قياسها على محور السعر الرأسى. ودرجة حدة زاوية الإنحدار تمثل مدى عدم مرونة الطلب على هذه السلعة.




**شكل رقم( 2-11)**

**منحنى الطلب غير المرن**

**ثالثاً : الطلب متكافىء المرونة. Unitary Elastic Demand**

فى حالات الطلب متكافىء المرونة فإنّ التغيير الذي يحدث فى السعر يؤدي الى تغيير في الكمية المطلوبة بنفس النسبة.

مثال توضيحي :

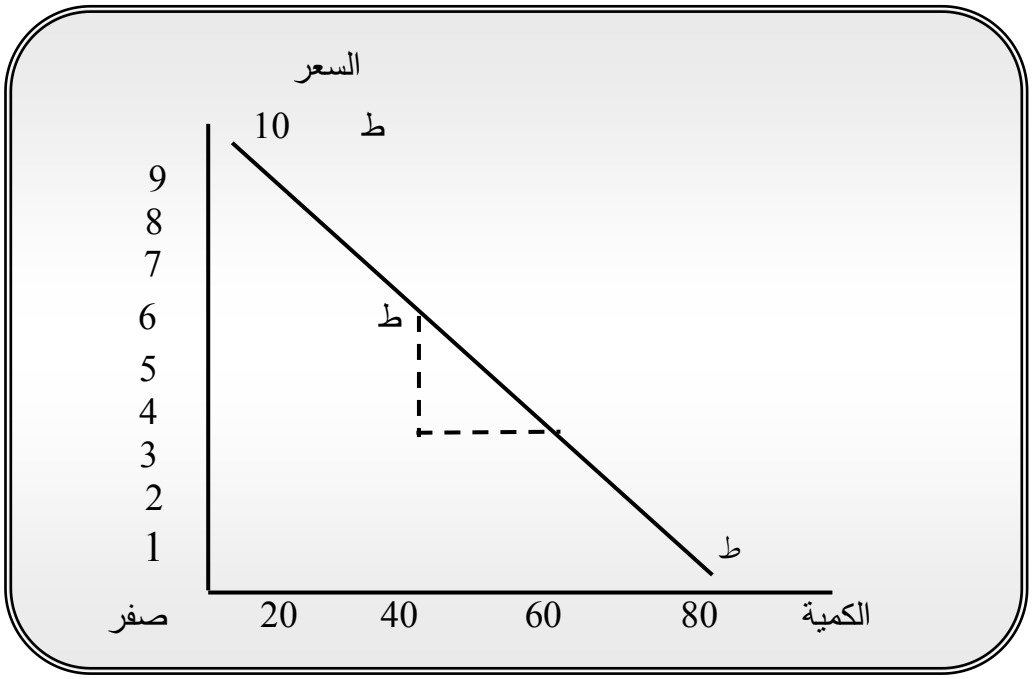
عندما كان سعركيلو لحم الضأن 20 جنيها كان مستهلك يشتري 10 كيلوجرام فى الشهر.
وعندما انخفض السعر الى 18 جنيها للكيلوجرام الواحد أصبح المستهلك يشتري 11 كيلو جرام فى الشهر الواحد.
ما هو موقف مرونة الطلب لهذه السلعة ؟
يمكن حساب مرونة الطلب على النحو التالي :

التغيير النسبى فى الكمية المطلوبة $= \frac{11 - 10}{10} \times 100 = 10\%$

التغيير النسبى فى السعر $= \frac{18 - 20}{20} \times 100 = 10\%$

إذاً مرونة الطلب $= \frac{10}{10} = 1$

بما أنّ مرونة هذه السلعة واحد صحيح فإن مرونتها متكافئة. وبيانياً فإن منحنى الطلب متكافىء المرونة ينحدر بزاوية قدرها 45 درجة. ويعنى ذلك أن زاويتى منحنى الطلب متكافىء المرونة مع محوري السعر والكمية تكونا متساويتين.
الشكل التالي يوضح هذه الصورة.

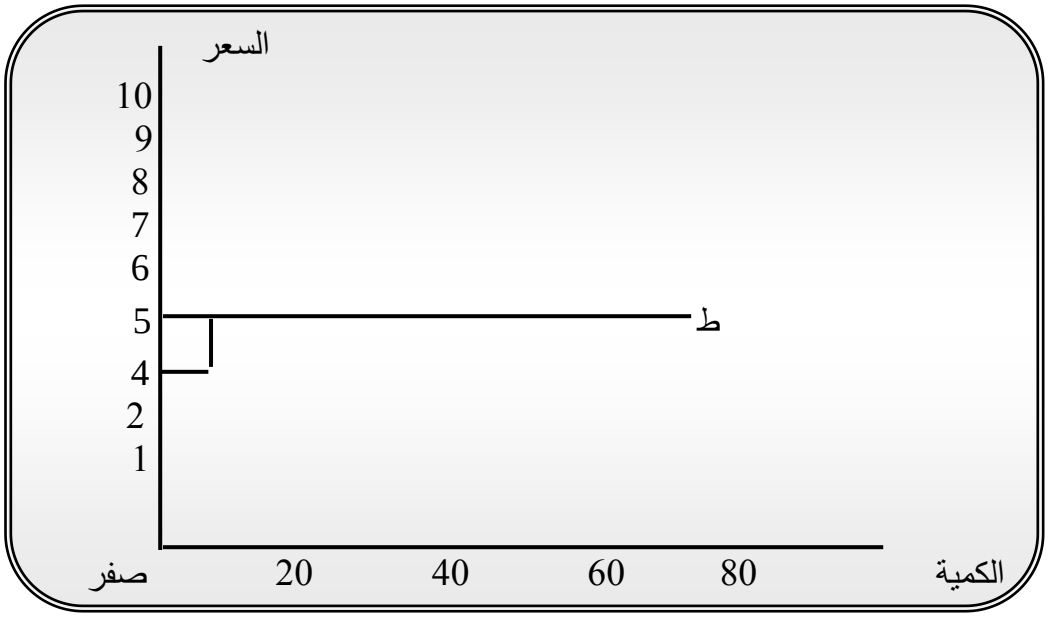



**شكل رقم( 2-12)**

**الطلب متكافىء المرونة**

**رابعاً : الطلب تام المرونة ( لا متناهى المرونة). Infinite Elasticity**

فى هذه الحالة يؤدى التغيير الضعيف جداً فى السعر الى تغيير لا متناهى فى الكمية المطلوبة. ويكون منحنى الطلب فى هذه الحالة خطاً متوازياً لمحور الكمية الأفقى. هذه الحالة لا توجد فى واقعنا المعاش بل هى حالة نظرية الى حد كبير. والشكل التالي يوضح هذا الموقف بيانياً.

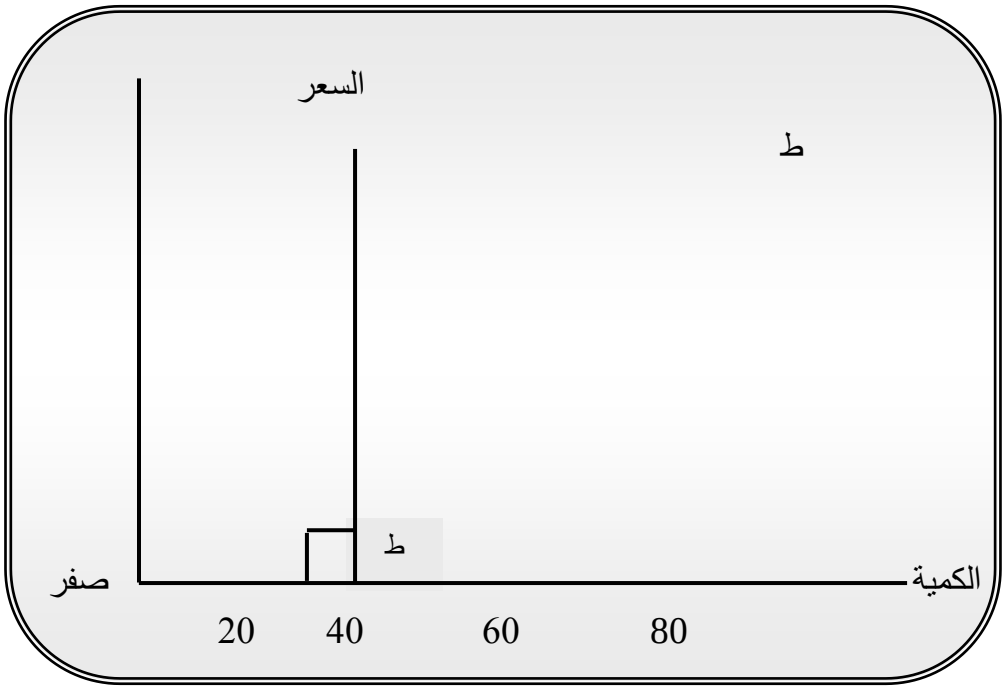



**شكل رقم( 2-13)**

**منحنى الطلب تام المرونة**

**خامساً : الطلب عديم المرونة (المرونة صفر) Zero Elasticity.**

هذا النوع من الطلب لا مرونة فيه على الأطلاق حيث لا يؤثر الأرتفاع والأنخفاض فى الأسعار على الكميات المطلوبة من السلعة. فى هذه الحالة يكون منحنى الطلب عمودياً على المحور الأفقى ومتوازياً مع المحور الرأسى. هذه الحالة لا تتوفر فى الحياة الواقعية المعاشة بل هى حالة نظرية الى حد كبير. والشكل التالي يوضح المنحنى بيانياً.




**شكل رقم( 2-14)**

**منحنى الطلب عديم المرونة**

هذه الأنواع الخمسة من مرونات الطلب تعبير واضح عن موقف التغييرالنسبى للأسعار والكميات المطلوبة من السلعة. ويمكن ابراز موقف هذه العلاقات فى الجدول التالي :

| نوع المرونة | التغيير النسبى فى الكميات والأسعار | معامل المرونة |
|---|---|---|
| طلب مرن | △ ك % > △ س % | مرونة > 1 |
| طلب غير مرن | △ ك % < △ س % | مرونة < 1 |
| طلب متكافىء المرونة (احادى المرونة) | △ ك % = △ س % | مرونة = 1 |
| طلب عديم المرونة | △ ك % = صفر | مرونة = سفر |
| طلب لا نهائى المرونة | △ س % = صفر | مرونة = ∞ |

**جدول رقم (2-3)**

**أنواع مرونات الطلب السعرية**

حيث : $\triangle$ ك % = التغيير النسبى فى الكمية

$\triangle$ س % = التغيير النسبى فى السعر.

العلاقة بين المتغيرات إما أن تكون طردية ( أى موجبة ) Positive أوعكسية (سالبة ) Negative. من العلاقات العكسية أو السلبية الظاهرة فى الأقتصاد العلاقة بين السعر والكميات المطلوبة من سلعة معينة. السعر هو المتغير المستقل والكمية المطلوبة هى المتغير التابع. فإذا زاد السعر قل الطلب واذا قل السعر زادت الكمية المطلوبة. يقاس الميل (ميل المنحنى) رياضياً بمقدار التغيير الذى يحدث فى المتغير التابع مقسوماً على مقدار التغيير الذى يحدث فى المتغير المستقل ويمكن توضيح ذلك رياضياً فى الصورة التالية :

$$\text{الميل} = \frac{\text{التغيير فى المتغير التابع}}{\text{التغيير فى المتغير المستقل}}$$

أى :

$$\text{Slope} = \frac{\triangle Y}{\triangle X}$$

حيث $\triangle Y$ هو التغيير فى المتغير التابع و $\triangle X$ هو التغيير فى المتغير المستقل. فاذا كان الميل سالباً فإن العلاقة تكون عكسية كما هو الحال فى منحنى الطلب.

الصيغة الخطية الموجبة ( الطردية ) توضع رياضياً على النحو التالي :

$$Y = a + b X$$

حيث : a هو قيمة المقطع Y - Intercept

b هو قيمة الميل Slope

ويسمى a و b معاملات النموذج. Parameters

أما اذا كانت العلاقة بين المتغيرين علاقة خطية عكسية أى سالبة فإنها تأخذ الصيغة التالية :

$$Y = a - b X$$

رأينا من قبل أن مرونة الطلب = $\frac{\triangle \text{ك}}{\triangle \text{س}} \times \frac{\text{س}}{\text{ك}}$

ويكون ميل منحنى الطلب ( وهو بطبيعته سالباً) هو $\frac{\Delta \text{س}}{\Delta \text{ك}}$ .

ويلاحظ أن ميل المنحنى هو مقلوب الحد الأول من كفة مرونة الطلب فى المعادلة أعلاه. عليه يمكن كتابة معادلة الطلب السعرية بالصورة التالية :

$$\text{مرونة الطلب} = \frac{1}{\text{الميل}} \times \frac{\text{س}}{\text{ك}}$$

أو

$$E = \frac{1}{\text{Slope}} \cdot \frac{P}{Q}$$

اولاً : عندما يكون منحنى الطلب أفقياً مع المحور الصادى كما ورد فى الشكل رقم 13/2 فإن المنحنى لا ميل له أى أن ميله يساوى صفر كما جاء فى الجدول رقم 2 السابق. وبالتالي يكون هذا النوع من الطلب لا نهائى المرونة. عليه يكون الوضع كالاتى :

$$\infty = \frac{1}{\infty} = \frac{1}{\text{Slope}}$$

ثانياً : عندما يكون منحنى الطلب عمودياً على المحور الصادى كما جاء فى الشكل رقم 14/2 فإن ميل المنحنى بهذا الأتجاه يكون الى ما لا نهاية ويكون الطلب عديم المرونة لأن مرونته فى هذه الحالة تساوى صفراً. وعليه يكون الوضع كالآتى :

$$0 = \frac{1}{\infty} = \frac{1}{\text{Slope}} \quad \text{(صفر)}$$

**أسئلة تقويم ذاتي**

1. ما المقصود بمرونة الطلب؟
2. فرق بين الطلب غير المرن والطلب عديم المرونة.
3. فرق بين الطلب المرن والطلب لا نهائى المرونة.
4. ماذا نقصد بمرونة القوس ومرونة النقطة؟
5. اذكر انواع مرونات الطلب.

# 5.5 أهمية مرونة الطلب

لمرونة الطلب، وخاصة مرونة الطلب السعرية، أهمية كبيرة فى تحليل بعض الظواهر الأقتصادية وإتخاذ كثير من السياسات الضرورية من جانب الدولة بشأن الأقتصاد القومى أو من جانب منتجى السلع والخدمات. فعندما تفكر أجهزة الدولة المختصة فى فرض ضرائب معينة، عليها تلمس الآثار التى تنجم عن هذه السياسات مسبقاً حتى لا تؤدى هذه الضرائب الجديدة الى نتائج عكسية أو نتائج غير مرغوب فيها. فاذا كان هدف الدولة من فرض الضرائب هو زيادة ايراداتها فالخيارات المتاحة لها تختلف عن الخيارات المتاحة عندما يكون هدف الدولة الحد من أستهلاك بعض السلع او محاولة توجيه الأستثمارات الى مناطق معينة داخل القطر. لذلك ينبغي على أجهزة الدولة أن تأخذ فى الأعتبار الآتي :

- رفع الأسعار على السلع ذات الطلب المرن يخفض الكمية المطلوبة بنسبة أكبر من زيادة الأسعار فيقل الايراد النهائي عما كان عليه من قبل، ويقل حجم استهلاك تلك السلعة.
- رفع الأسعار على السلع ذات الطلب غير المرن يقلل الكمية المطلوبة بنسبة أقل من زيادة السعر ويساعد على زيادة الايرادات من مبيعات هذه السلعة.

أما بالنسبة للمنتجين فإن معرفة مرونة الطلب السعرية تساعد على رسم السياسة السعرية لمنتجاتهم بصورة تحقق أكبر ربح ممكن من مبيعات هذه المنتجات. فإذا كان الطلب على السلعة المنتجة غير مرن فإن زيادة السعر عليها بنسبة معينة يؤدي إلى انخفاض الطلب على السلعة بنسبة أقل من أرتفاع السعر. يؤدى ذلك الى زيادة الايراد الكلي من هذه السلعة وبالتالي زيادة

الأرباح. أما اذا كان الطلب على هذه السلعة مرناً فإن زيادة سعرها بنسبة معينة يؤدي انخفاض مبيعاتها بنسبة أكبر. يقود ذلك إلى تخفيض مبيعات هذه السلعة ومن ثم تخفيض الايرادات والأرباح الناجمة عن ذلك.

لذلك ينبغي اتخاذ الحيطة والحذر عند وضع سياسات أسعار السلع حتى تتماشى مع الهدف المنشود فى زيادة الأسعار وتفادي النتائج العكسية التى قد تؤدى اليها.

# 6.5 العوامل التى تؤثر على مرونة الطلب السعرية

مرونة الطلب للسلع المختلفة تختلف نتيجة لعدد من العوامل الى تؤثر على كميات الطلب على هذه السلع. نوجز أهم هذه العوامل فى النقاط التالية :

**1) توفر سلع بديلة.**

من أهم العوامل التى تؤثر على مرونة الطلب على السلعة مدى توفر السلع البديلة عنها والتى يمكن أن تحل محلها بسهولة. فأرتفاع اسعار السلعة تجعل المستهلك ينصرف عنها الى سلعة بديلة. فالعصائر كالبرتقال والمانجو، والمشروبات المحلية الباردة كالعرديب والكركدى والقونقوليز، وأنواع صابون الحمام أو الغسيل المختلفة فهى بدائل جيدة لبعضها. لذلك فإن الطلب عليها مرن لأن أرتفاع أسعار بعضها يحول المستهلك الى بدائلها أما اذا انعدم البديل الجيد فإن الطلب على السلعة يكون غير مرن لأن المستهلك يضطر لشرائها حتى بعد أرتفاع سعرها.

**2) موقف السلعة فى ميزانية المستهلك:**

السلعة التى تشكل أهمية كبيرة فى ميزانية المستهلك ويصرف عليها ( عدداً أو كمية) أكثر مما يصرف على غيرها يعتبر الطلب عليها مرناً. أما السلع التى تشكل نسبة صغيرة من ميزانية المستهلك يعتبر الطلب عليها غير مرن، كالدواء المحدد فى الوصفة الطبية، وملح الطعام أو كالسلع المعمرة كالثلاجة المنزلية.

**3) طول المدى الزمنى**

طول المدى الزمنى الذى ينظر فيه موقف مرونة الطلب على السلعة له اثر كبير. تكون مرونة الطلب على السلعة أكبر كلما طال المدى الزمنى، وتكون المرونة أقل كلما قل المدى الزمنى. وأثر طول المدى الزمنى يظهر فى أن المستهلك يحتاج لفترة زمنية معقولة حتى

يغير عاداته الأستهلاكية ويتحول من سلعة الى أخرى. كما أن المستهلك يحتاج لوقت من الزمن حتى يعلم بالتغيير فى الأسعار فى كثير من الأحيان. والفترة الزمنية ايضاً تعتبر مهمة فى حالات السلع المعمرة. فالمستهلك لا يغير من السلعة المعمرة التى يملكها عند انخفاض سعرها إلا بعد مرور زمن معقول.

**4) تعدد استعمالات السلعة**

السلعة التى تستعمل فى وجوه كثيرة ومختلفة تكون درجة مرونة الطلب عليها كبيرة. فالسلع التى تستعمل فى مجالات كثيرة فهناك احتمال كبير فى تغيير الكميات المطلوبة منها مع تغيير اسعارها. أما السلع التى تستخدم فى مجالات قليلة فارتفاع أسعارها بنسبة مئوية معينة يؤدى الى انخفاض الطلب عليها بنسبة أقل.

## 7.5 مرونة الطلب الدخلية Income Elasticity of Demand

لدخل المستهلك اثر كبير في نوعيات السلع الي يقوم المستهلك بشرائها. فالدخل هو مصدر الطلب الفعال Effective Demandl. والتغيير الذي يحدث في الدخل يؤثر على مقدار الكميات المشتراه من كل سلعة. بهذا المفهوم فان مرونة الطلب الدخلية هي عبارة عن درجة استجابة الطلب على السلعة عند حدوث تغيير في دخل المستهلك مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. ويمكن قياس مرونة الطلب بالدخلية بالمعادلة التالية :

مرونة الطلب الدخلية = التغيير النسبي في الكمية المطلوبة / التغيير النسبي في الدخل

$$م_د = \frac{\triangle ك \%}{ك} \div \frac{\triangle د \%}{د}$$

$$= \frac{\triangle ك}{ك} \times \frac{د}{\triangle د}$$

$$= \frac{\triangle ك}{\triangle د} \times \frac{د}{ك}$$

$$E1 = \frac{\triangle Q}{Q} \times 100 / \frac{\triangle 1}{1} \times 100$$

$$= \frac{\triangle 1}{1} \times \frac{\triangle Q}{Q}$$

$$= \frac{1}{\triangle 1} \times \frac{\triangle Q}{Q}$$

حيث :

م د = مرونة الطلب الدخلية.

د = دخل المستهلك الأصلى.

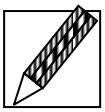
△ د = مقدار التغيير فى الدخل

ك = مقدار الكمية الأصلية المطلوبة

△ ك = مقدار التغيير فى الكمية المطلوبة.

فى هذه المعادلة ونظراً لان العلاقة الدالية بين الطلب والدخل هي علاقة طردية فان اتجاه تغيير الكمية المطلوبة يكون في نفس اتجاه التغيير في الدخل ويعني ذلك ان المرونة ستكون موجبة في كل الاحوال بالنسبة للسلع العادية فاذا كانت مرونة الطلب الدخلية لسلعة ما فى المعادلة اكبر من واحد صحيح فان السلعة تكون مرنة مقارنة مع الدخل، اما اذا كانت نتيجة المعادلة اقل من واحد صحيح فان السلعة تكون غير مرنة، واذا كانت واحد صحيح فان السلعة تكون متكافئة المرونة مقارنة بالدخل. اما في الحالات النادرة وبالنسبة للسلع الدنيا Inferior فان معامل مرونة الطلب الدخلية تكون سالبة.

**تدريب (2)**



بإختصار أشرح أهم محددات مرونة الطلب الدخلية.

## 8.5 مرونة الطلب التقاطعية : Cross Elasticity of Demand

مرونة الطلب التقاطعية توضح مدى تأثر الطلب على سلعة معينة بما يحدث من تغيير في اسعار السلع الأخرى المرتبطة بها. وتبين بذلك مدى حساسية الكمية المطلوبة من سلعة ( مثلاً أ ) للتغيير الذي يحدث في سعر سلعة أخرى .( مثلاً ب)، مع بقاء الاشياء الاخرى ثابتة.

يمكن قياس مرونة الطلب التقاطعية بالمعادلة التالية، بافتراض ان السلعة الأولى هي (أ) والسلعة الثانية هي (ب)

معامل مرونة الطلب التقاطعية =

التغير النسبي في الكمية المطلوبة (أ) ÷ التغيير النسبي في سعر السلعة المرتبطة (ب)

الكمية الاصلية المطلوبة من السلعة(أ) سعر السلعة المرتبطة (ب)

ويمكن وضع هذا الحديث باختصار في الصورة الرياضية التالية :

$$م\ ق = \frac{\triangle ك}{ك} \div \frac{\triangle س}{س}$$

$$\frac{\triangle ك}{ك} \times \frac{س}{\triangle س}$$

$$\frac{\triangle ك}{\triangle س} \times \frac{س}{ك}$$

حيث :

م ق = معامل مرونة الطلب التقاطعية

ك= مقدار الكمية الاصلية المطلوبة

△ك= مقدارالتغيير في الكمية المطلوبة

س = السعر الاصلي للسلعة المرتبطة

△س = التغيير في سعر السلعة المرتبطة

**تدريب (3)**

**1)** هل لك أن تسمي مجموعتين من السلع البديلة؟

2) بين إتجاه التغير فى الطلب فى كل من الحالات التالية:-

أ) إرتفاع سعر سلعة بديلة.

ب) عزوف المواطنين عن شراء سلعة ما بسبب مخاوف صحية.

ج) زيادة عدد المواطنين.

**أسئلة تقويم ذاتي**



1. عرف كلا من مرونة الطلب السعرية، والدخلية والتقاطعية.
2. كيف تصنف الطلب على السلع وعلى أي أساس؟
3. كيف تصنف السلع نفسها وعلى أي أساس؟
4. كيف تصنف العلاقة ما بين السلع وعلى أي أساس؟
5. عدد العوامل المحددة لمرونة الطلب السعرية.

**امثلة توضيحية**

1- تشتري اسرة 8 دسته برتقال في الشهر عادة. لكن عندما انخفض سعر الموز من 100 دينار الي 80 دينار اصبحت هذه الاسرة تشتري 6 دسته برتقال. ماهو موقف مرونة الطلب التقاطعية بين السلعتين.

**الحل :**

التغيير النسبي في الكمية من البرتقال = $\frac{6-8}{8} \times 100 = 25\%$

التغير النسبي في سعر الموز = $\frac{80-100}{100} \times 100 = 20\%$

.. مرونة الطلب التقاطعية = $\frac{25}{20}$ = 1 ¼

2- كانت مبيعات شركة عربات 100 عربة في الشهر، فاصبحت تبيع 80 عربة فقط في الشهر عندما ارتفع سعر جالون البنزين من 4 الف جنيه إلى 6 الف جنيه. ماهو موقف مرونة الطلب التقاطعية؟

**الحل :**

التغيير النسبي في الكمية من العربات = $\frac{80-100}{100} \times 100 = -20\%$

التغيير النسبي في سعر البنزين = $\frac{4-6}{4} \times 100 = 50\%$

.. مرونة الطلب التقاطعية = $\frac{-20}{50} = \frac{2}{5}$

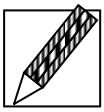
يلاحظ من هذه الامثلة ان مرونة الطلب المتقاطعة يمكن ان تكون موجبة ويمكن ان تكون سالبة حسب وضع السلعة ان كانت بديلة اوكانت مكملة للسلعة المعنية. فاذا كانت مرونة الطلب التقاطعية بين السلعتين موجبة، يعني ذلك ان ارتفاع الكمية المطلوبة من السلعة الثانية سيؤدي إلى انخفاض الكمية المطلوبة من السلعة الأولى. فالعلاقة كما يظهر عكسية.

اما اذا كانت مرونة الطلب التقاطعية بين السلعتين سالبة، فان ارتفاع سعر السلعة الثانية سيؤدي الي انخفاض الكمية المطلوبة من السلعة الأولى. وان انخفاض سعر السلعة الثانية سيؤدي إلى زيادة الكمية المطلوبة من السلعة الأولى.

في الحالة الثانية يمكن ان تكون مرونة الطلب التقاطعية بين السلعتين صفراً يعني ذلك استقلال السلعتين عن بعضهما بحيث لايؤثر التغيير الذي يحدث في سعر احدى السلعتين علي الكمية المطلوبة من السلعة الأخرى.

بذلك توضح مرونة الطلب التقاطعية موقف السلعتين ان كانت بديلتين لبعضهما او كانتا مكملتين لبعضهما اوكانتا مستقلتين عن بعضهما.

**تدريب(4)**



إذا كانت أسرة تشتري 15 دستة من المانجو في الشهر. لكن عندما انخفض سعر البرتقال 400 دينار الي 300 دينار للدستة أصبحت هذه الأسرة تشتري 8 دستة من المانجو. أحسب مرونة الطلب التقاطعية بين السلعتين.

# الخلاصة

- حللت هذه الوحدة الطلب حيث حددت تعريف الطلب، العوامل التى تحدد الطلب، جدول الطلب، ومنحنى الطلب، وأخيراً مرونات الطلب.
- يتحدد السعر فى أى سوق من الاسواق عن طريق تفاعل قوى إذ أنّ السوق "المشترين" ممثلين فى الطلب" والبائعين " ممثلين فى العرض" الذى سندرسه بالتفصيل فى الوحدة التالية. ويظهر منحنى الطلب الفردي العلاقة بين الكمية المطلوبة من قبل أحد المشترين من سلعة ما وسعر تلك السلعة، مع إفتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة فى الطلب. وإن هذه العلاقة عموماً هى علاقة عكسية.
- من منحنى الطلب الفردي حصلنا على طلب السوق الذى يبين العلاقة بين الكمية المطلوبة من قبل جميع المستهلكين من سلعة ما وسعر تلك السلعة. عند بقاء العوامل الأخرى المؤثرة فى الطلب ثابته. وتبقى العلاقة العكسية بين السعر والكمية المطلوبة واضحة فى طلب الاسواق، ويضاف عدد السكان المستهلكين إلى العوامل التى تفترض أن تكون ثابته عند الحديث عن هذا المستوى من الطلب.
- التغير فى الكمية هو تغير على طول منحنى الطلب أو هو إنتقال من نقطة على طول منحنى الطلب أو هو إنتقال من نقطة إلى أخرى على نفس منحنى الطلب. وينتج هذا التغير عند تغير سعر السلعة موضوع البحث. أما التغير فى الطلب فهو إنتقال منحنى الطلب كاملاً من مكانه إلى اليمين فى حالة الزيادة وإلى اليسار فى حالة الإنخفاض. وينتج التغير فى الطلب عند تغير أحد العوامل التي افترضت ثابتة عند الحديث عن علاقة السعر بالكمية المطلوبة، ويمكن التفكير فى التغير على الطلب على أنه تغير فى جميع الكميات المطلوبة عند جميع مستويات الاسعار.
- يقيس معامل المرونة السعرية للطلب "م " التغير النسبى فى الكمية المطلوبة من سلعة ما، فى وحدة الزمن، المترتب على نسبة تغير معينة من سعر السلعة، ولما كانت العلاقة بين السعر والكمية عكسية، فإن معامل المرونة السعرية يكون سالباً، وحتى نتجنب التعامل مع قيم سالبة، فغالباً ما تتقدم الإشارة السالبة معادلة المعامل "م"

- يعتبر الطلب مرناً إذا كان المعامل أكبر من الواحد صحيح ويكون غير مرن إذا كان المعامل أقل من الواحد الصحيح، ومرونته الوحدة إذا كان المعامل مساوياً للواحد الصحيح.

# لمحة مسبقة عن الوحدة التالية

فى الوحدة الدراسية التالية سندرس العرض بشئ من التفصيل حيث سنتناول مفهوم العرض، والعوامل التى تؤثر على العرض وجدول العرض ومنحنى العرض، وأخيراً مرونة العرض.

ونكرر ما قلناه فى دراستنا للطلب – أن فهم العرض والمفاهيم التى تتضمنها الوحدة الثانية تعتبر أمراً حيوياً لفهم الوحدات التالية من هذا المقرر وكما أنها تعتبر خطوة رئيسة لفهم علم الإقتصاد.

نأمل أن تكون ممتعة ومفيدة .

# إجابات تدريبات

**إجابة تدريب (1)**

1. مدى وجود بدائل للسلعة – كلما كثرت البدائل كلما كان منحنى الطلب للسلعة أكبر مرونة.
2. طبيعة الحجة التى تشبعها تلك السلعة– فالسلعة الا تكون غير مرنة والسلع الكمالية تكون مرنة.
3. الفترة الزمنية.. كلما طالت الفترة الزمنية كلما كان منحنى الطلب أكثر مرونة.
4. عدد الاستعمالات التى تدخل فيها السلعة.. كلما كثر عدد استعمالات السلعة كلما كبرت مرونة الطلب السعرية لها.
5. نسبة الدخل المخصص على إنفاق السلعة .. كلما قلت النسبة كلما انخفضت مرونة الطلب السعرية للسلعة.

**تدريب (2)**

1. مستوى الدخل الإجمالي للدولة:

على سبيل المثال يعتبر جهاز الإذاعة المرئية سلعة مكملة فى دولة متخلفة وفقيرة– ولكنه يعتبر سلعة أساسية فى دولة غنية ومتقدمة، وكذلك التلفزيون، والإنترنت.

2. طبيعة الحاجة التى تشبعها تلك السلعة أى الحاجة أساسية أم كمالية، فإذا كانت الحاجة أساسية إنخفضت قيمة هذه المرونة.
3. طول الفترة الزمنية

حيث انه كلما تطول الفترة الزمنية كلما تكون هناك إمكانية فى تغير نمط الاستهلاك بالنسبة للمواطن – وبالتالي إرتفعت قيمة هذه المرونة.

## تدريب (3)

1) الشاي والقهوة، عصير البرتقال وعصير الليمون.

2)

أ- زيادة الطلب وإنتقال منحنى الطلب نحو اليمين.

ب-إنخفاض الطلب وإنتقال منحنى الطلب نحو اليسار.

ج- زيادة الطلب وإنتقال منحنى الطلب نحو اليمين.

## تدريب(4)

معامل مرونة الطلب التقاطعية=

التغير النسبي في الكمية المطلوبة من السلعة(أ) ÷ التغير النسبي في سعر السلعة المرتبطة(ب)

الكمية الأصلية المطلوبة من السلعة(أ) سعر السلعة المرتبطة(ب)

$$\frac{10-8}{10} \div \frac{100}{400} = \frac{2}{10} \times \frac{400}{100} = \frac{4}{5}$$

# مسرد المصطلحات

- **التغير فى الطلب Change in Demand**

إنتقال منحنى الطلب كاملاً من مكانه إلى اليمين " فى حالة زيادة الطلب" أو إلى اليسار فى حالة إنخفاض الطلب. وينتج هذا الإنتقال عن تغير إحدى العوامل المؤثرة فى الطلب ما عدا سعر السلعة ذاتها.

- **التغير فى الكمية المطلوبة Change in Quantity Demanded**

الإنتقال من نقطة إلى نقطة أخرى على طول منحنى الطلب، وينتج هذا الإنتقال عن تغير السلعة ذاتها.

- **السعر Price**

المبلغ المدفوع ثمناً لوحدة واحدة من سلعة معينة.

- **السلع البديلة Substitute Goods**

السلع التى يزداد الطلب عليها عندما يزداد سعر سلعة أخرى.

- **السلعة الردئية Inferior Goods**

السلعة التى يقل الطلب عليها مع زيادة دخل المستهلك.

- **السلعة العادية Normal Goods**

السلعة التى يزداد الطلب عليها مع زيادة دخل المستهلك.

- **السلع المكملةComplementary Goods**

السلع التى يزداد الطلب عليها عندما ينخفض سعر سلعة أخرى.

- **السوق Market**

المكان أو الطريقة التى يتلقى من خلالها البائعون مع المشترين للإتفاق حول تبادل سلعة معينة.

- **الطلب Demand**

رغبة المشترين وقدرتهم على شراء سلعة ما.

- **منحنى الطلب: Demand curve**

تمثيل بيانى للعلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وسعر تلك السلعة، مع بقاء العوامل الأخرى المؤثرة فى الطلب ثابته

- **الطلب المرن: Elastic demand**

الوضع الذى تكون نسبة التغير فى الكمية المطلوبة أكبلا من نسبة التغير فى سعر السلعة. وتكون قيمة المرونة المطلقة أكبر من الواحد صحيح، وفى مثل هذا الوضع فإن السعر والإيراد الكلى يتغيران فى إتجاهين متعاكسين.

- **الطلب غير المرن: Inelastic demand**

الوضع الذى تكون عنده نسبة التغير فى الكمية المطلوبة أقل من نسبة التغير فى سعر السلعة، وتتراوح قيمة المرونة المطلقة ما بين الصفر والواحد الصحيح .. ومثل هذا الوضع فإن السعر والإيراد الكلى يتغيران فى نفس الإتجاه.

**الطلب عديم المرونة: Zero Elasticity**

الوضع الذي يكون فيه منحنى الطلب على السلعة عمودياً، حيث لا تتغير الكمية المطلوبة بتغير السعر.

- **الطلب تام المرونة (الامتناهي المرونة): Infinite Elasticity**

الوضع الذى يكون منحنى الطلب على السلعة أفقياً تماماً، حيث تتغير الكميات ولا يتغير السعر

# المراجع والمصادر


1- Baumol,W.J.: **Economic Theory and Operations Analysis.** (3rd ed.). Prentice-Hall International, In c. London,1972.

2- Lipsey,R **: An Introduction to Positive Economics.** (5th ed.).London, 1966.

3- Marshall,A : **Principles of Economics** .

4- Samuelson, P. **: Economics** .


الوحدة الثـالثة
العـرض

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | **75** |
| **تمهيد** | **75** |
| **أهداف الوحدة** | **76** |
| **1. مفهوم العرض** | **77** |
| **2. العوامل التى تؤثر على العرض** | **79** |
| 1.2سعر السلعة | 79 |
| 2.2 أسعار عوامل الإنتاج | 79 |
| 3.2 المستوى الفني للإنتاح | 80 |
| 4.2 مستوى الضرائب والاعانات | 80 |
| 5.2 أسعار السلع البديلة والمكملة | 81 |
| **3. جدول العرض ومنحنى العرض** | **82** |
| **4. التغيير فى ظروف العرض** | **85** |
| **5. مرونة العرض** | **89** |
| **الخلاصة** | **94** |
| **لمحة مسبقة عن الوحدة التالية** | **95** |
| **إجابات التدريبات** | **96** |
| **مسرد المصطلحات** | **97** |
| **المراجع** | **98** |

# المقدمة

## تمهيد

**عزيزي الدارس**

بعد أن درسنا فى الوحدة السابقة القوة الاولى المؤثرة فى السوق الا وهى قوة المستهلكين ممثلة فى الطلب – سندرس فى هذه الوحدة القوة المؤثرة فى السوق وهى قوة المنتجين ممثلة فى العرض.

وسنركز فى هذه الوحدة على مفهوم العرض إذ أنّ العرض لا يتحدد بالمفهوم الإقتصادي إلا بمعرفة السعر والفترة الزمنية التى يتم فيها العرض – كما سنتناول العوامل التى تؤثر على العرض ممثلة فى سعر السلعة، وأسعار عوامل الإنتاج، ومستوى الغنى للإنتاج ومستوى الضرائب والإعانات، وأسعار السلع البديلة والمكملة، وإلى جانب تناولنا إلى جدول العرض ومنحنى العرض، و التغيير فى ظروف العرض، وأخيراً مرونة العرض.

ونظراً لأهمية الموضوع فسوف نبدأ بتعريف مفهوم العرض تعريفاً عملياً يسمح لنا بفهم هذا الموضوع مستعينين بالأمثلة والجداول التفصيلية والاشكال البيانية – ونأمل أن تجد ذلك سهلاً ومثيراً للإهتمام ويحفزك ذلك عزيزي الدارس على متابعة الموضوع ومقارنة النتائج التى تتوصل إليها.

# أهداف الوحدة



**عزيزي الدارس،** بعد الإنتهاء من هذه الوحدة ينبغي أن تكون قادراً على أن:

- تتعرف معنى العرض و العرض الفردي وعرض السوق.
- تميز بين التغير فى الكمية المعروضة والتغير فى العرض.
- تحدد العوامل التى تؤثر فى عرض سلعة ما.
- تتعرف جدول العرض ومنحنى العرض.
- تتعرف معنى مرونة العرض وإحتساب قيمتها وتفسيرها تفسيراً دقيقاً.

# 1. مفهوم العرض

العرض من سلعة معينة هو عبارة عن الكمية التي يكون المنتجون ( أو البائعون) على استعداد لبيعها بسعر معين خلال فترة زمنية محددة، مع بقاء الاشياء الأخرى ثابتة Ceteris Paribus. اذاً العرض لايتحدد، بالمفهوم الاقتصادي، الا بمعرفة السعر والفترة الزمنية التى يتم فيها العرض، وفي هذا السياق عرّف مايرز (Meyers) العرض بقوله : " يمكننا تعريف العرض بانه جدول كميات من سلعة تعرض للبيع بأسعار ممكنة في لحظة زمنية، أو خلال فترة زمنية واحدة، كاليوم أو الاسبوع مثلاً، حيث تبقى ظروف العرض ثابتة.

ليس بالضرورة أن يعني العرض انتاج السلعة، إذ أنّ العرض والانتاج قد لاينطبقا في كثير من الاحيان وذلك حينما يعرض جزء من الانتاج ويتم الاحتفاظ بالجزء الآخر مخزوناً. ويقصد بالعرض عادة العرض الكلي لأن عرض منتج واحد لايؤثر على حجم العرض في السوق إلا اذا كان عرض هذا الفرد قائماً في ظل الاحتكار.

لذلك يقال ن حجم العرض من السلعة التي يود المنتجون انتاجها وبيعها يعتمد على عدد من الأشياء هي(Lipsey,p.68)

(1) سعر السلعة: مع بقاء الأشياء الأخرى ثابتة كلما ارتفع سعر السلعة كلما كان المنتجون على استعداد لا نتاج السلعة وعرضها في السوق.

(2) أسعار السلع الأخرى : يتاثر عرض السلعة باسعار كل السلع الأخرى فارتفاع اسعار السلع الأخرى سيجعل انتاج السلعة التي لم يزد سعرها أقل جاذبية مما كان عليه الحال من قبل

(3) أسعار عوامل الانتاج : الارتفاع في سعر عامل أو عوامل انتاج تستخدم في انتاج السلعة يؤدي الي زيادة تكلفة انتاجها وإلى انخفاض ربحية السلعة. وبالتالي قد يصرف النظر عن انتاجها.

(4) التطور الفني : يؤثر التطور الفني على حجم الانتاج وتكاليف الانتاج والمستوى الفني (الجودة) للانتاج.

(5) أذواق المنتجين : قد يجذب أذواق المنتجين هؤلاء المنتجين لانتاج سلع معينة حتى وان كانت ارباحها اقل من ارباح سلع أخرى

يعني هذا الحديث أن العرض دالة في سعر تلك السلعة، أسعار السلع الأخرى، أسعار عوامل الانتاج، التطور الفني وأذواق المنتجين. يعتبر عنصر الزمن مهم جداً في حالة العرض لأن العرض قد يتغير من وقت لاخر حسب ظروف الانتاج المختلفة. لذلك يكون الحديث عن العرض في الفترة القصيرة وفي الفترة المتوسطة وفي الفترة الطويلة مهماً لتبيان الظروف التي تحدث بالعرض في كل فترة.

أ- الفترة القصيرة : يطلق على الفترة القصيرة في بعض الاحيان فترة السوق. وتكون هذه الفترة قصيرة بدرجة لاتسمح باي تغيير في مقدار المعروض من السلعة في السوق، وبالتالي أي زيادة في حجم الطلب في الفترة القصيرة لا يقابله زيادة في مقدار العرض الا اذا كان هناك مخزون من السلعة.

ب- الفترة المتوسطة : تعتبر هذه الفترة متوسطة مقارنة بالفترة القصيرة. فتكون هذه الفترة طويلة نسبياً وبدرجة معقولة يمكن فيها تغيير عوامل الانتاج المتغيرة (كالمواد الخام والقوى العاملة ) دون ان يكون هناك مجال لتغيير عوامل الانتاج الثابتة. في هذه الحالة يتمتع العرض بشي من المرونة، ويمكن زيادة العرض بمقدار مايمكن زيادته من عوامل الانتاج المتغيرة

ج- الفترة الطويلة : توصف الفترة بأنّها طويلة إذا سمحت فترتها للمنتج بتغيير كل عوامل الانتاج المستخدمة في العملية الانتاجية سواء كانت عوامل إنتاج متغيرة أو ثابته. لذلك يمكن التاثير في الفترة الطويلة على حجم العرض مباشرة بزيادته بالكميات المطلوبة وفي الوقت المطلوب.

غني عن البيان أنّ طول الفترات الزمنية الثلاث تختلف من سلعة إلي اخرى، حسب ظروف الانتاج التي تحيط بكل سلعة وحسب الوقت اللازم لانتاجها.

# 2. العوامل التي تؤثر على العرض

كثير من العوامل تؤثر على كمية العرض من سلع معينة. يمكن تقسيم العوامل التي تؤثر على العرض الي عوامل اقتصادية وعوامل غير اقتصادية. وما يهمنا في هذا المقام هو التعرف على العوامل الاقتصادية التي تؤثر على العرض. وتنحصر أهم العوامل الاقتصادية التي تؤثر على العرض في الاتي :

## 1.2 سعر السلعة

اسعار السلع لا تكون مستقرة على الدوام ترتفع الأسعار وتنخفض من وقت لآخر حسب الظروف التى تحيط بكل سلعة. ارتفاع وانخفاض سعر السلعة يكون له اثر مباشر على تصرف البائعين ( أو المنتجين )، من حيث زيادة عرض السلعة أو تخفيضها. فارتفاع الاسعار يعني أنّ مجالات زيادة الأرباح من السلعة المنتجة بتوسيع حجم الانتاج يكون ممكناً. فيقوم البائعون بزيادة المعروض من السلعة لزيادة أرباحهم. وانخفاض الأسعار يخفض الأرباح التي يحصل عليها البائعون (المنتجون ) فيتصرف هؤلاء عكس تصرفهم السابق ويخفضون كمية عرض السلعة.
هذا التصرف الطبيعي للمنتجين يتماشى تماماً مع قانون العرض الذي يقول " مع بقاء الأشياء الأخرى ثابته، كلما ارتفع سعر السلعة، فانّ عرضها يتزايد، وكلما انخفض سعرها فان عرضها ينكمش (ينخفض )(Dewett, 1983,p158)

## 2.2 اسعار عوامل الانتاج

يؤثر الارتفاع والانخفاض في أسعار عوامل الانتاج تاثيراً كبيراً على التكلفة النهائية للسلعة المنتجة. فاذا ارتفعت أسعار عوامل الانتاج المستخدمة في إنتاج سلعة معينة دون أنْ ترتفع أسعارها في السوق، فانّ الأرباح التي كان يتحصل عليها المنتج ( أو البائع ) تقل أو تزول تماماً. فيحتم ذلك على المنتج أنْ يتخذ من الاجراءات ما يمكنه من الاستمرار في الانتاج والحصول على الارباح المناسبة. اما اذا انخفضت اسعار عوامل الانتاج دون أنْ ينخفض السعر في السوق، فان التكلفة النهائية للسلعة تنخفض. يؤدي ذلك الي زيادة الربح المتحصل من بيع السلعة في السوق. يشجع ذلك المنتجين لزيادة الانتاج والحصول على مزيد من الارباح.

## 3.2 المستوى الفني للانتاج

ان تطور المستوى الفني للانتاج مع بقاء الاشياء الأخرى ثابته، يعني بالضرورة زيادة حجم الانتاج وتحسين مستواه الفني وتخفيض تكاليف الانتاج. يؤدي كل ذلك الي زيادة حجم الارباح. يشجع هذا الوضع المنتجين لزيادة عرض السلعة والحصول على مزيد من الارباح. اما تدهور المستوي الفني للانتاج يؤدي إلى عكس هذا الموقف تماماً والي عكس تصرف المنتجين السابق والعرض المتوقع من السلعة في السوق.

## 4.2 مستوي الضرائب والاعانات

الضرائب والاعانات سياسات واجراءات تتخذها الدول ضمن سياساتها لزيادة ايراداتها وتشجيع بعض المشروعات والقطاعات الاقتصادية. وتختلف مستويات الضرائب والاعانات وتاثيراتها بالنسبة للمنتجين. وبصفة عامة فان مستوي الضرائب والاعانات يؤثر تاثيراً مباشراً على مقدار العرض المتحصل من عرض السلعة اذا ظلت الاسعار ثابتة. فتقديم الاعانات أو زيادة مستواها لمنتجي سعلة معينة مع بقاء سعرها دون تغيير، يعني زيادة الارباح المتحصلة من بيع هذه السلعة. يؤدى ذلك إلى محاولة منتجى هذه السلعة زيادة انتاج هذه السلعة للحصول على مزيد من الارباح. اما فرض مزيد من الضرائب على انتاج سعلة معينة، مع افتراض بقاء السعر ثابتاً يعني ان تكلفة الانتاج الفعلية قد ارتفعت بمقدار حجم الضرائب التي فرضت. يؤدي ذلك الي تخفيض حجم الارباح المتحصلة. وقد يدعو هذا الوضع الي تخفيض كمية الانتاج وبالتالي كمية العرض. وقد يدعو هذا الوضع في بعض الاحيان الي تحول بعض المنتجين من انتاج هذه السلعة الي انتاج سلع اخري تكون الارباح فيها اعلى اذا كان في الامكان تحويل عوامل الانتاج بسهولة لانتاج السلعة الأخرى.

## 5.2 اسعار السلع البديلة والمكملة

أسعار السلع البديلة والمكملة لسلعة معينة تؤثر تاثيراً مباشراً على كمية العرض من السلعة المعنية. فارتفاع أسعار السلع البديلة يحول الطلب نحو هذه السلعة المعنية. ومع زيادة الطلب عليها وزيادة مبيعاتها والارباح التي تحققها يقوم المنتجون بزيادة عرضهم من هذه السلعة حتى يتمكنوا من زيادة أرباحهم. ولكن انخفاض أسعار السلع البديلة يؤدي إلى عكس هذا الموقف تماماً.

أما بالنسبة للسلع المكملة لسلعة معينة فانّ انخفاض أسعار هذه السلع المكملة يؤدي الي زيادة استهلاكها وبالتالي الي زيادة الأرباح المتحصلة من هذه السلعة. لذلك يحاول المنتجون ( أو البائعون ) زيادة إنتاج هذه السلعة وعرضها للبيع وتحقيق مزيد من الأرباح ما دامت أسعار هذه السلعة المعنية ثابتة.

في حالة زيادة أسعار السلع المكملة لسلعة بعينها فان المستهلكين يعزفون عن شرائها. فيؤدي ذلك إلى انخفاض الطلب في السلعة المعنية، فيؤدي هذا الانخفاض في الطلب الي انخفاض الارباح من هذه السلعة أو إلى زوال هذه الأرباح كلية. يقود ذلك إلى محاولة المنتجين تخفيض انتاجهم وعرضهم في هذه السلعة المعنية.

**أسئلة تقويم ذاتى**

1. ما المقصود بمفهوم العرض؟
2. عدد العوامل التى ينبني عليها عرض السلعة.
3. فرّق بين السلع البديلة والمكملة.

# 3. جدول العرض ومنحنى العرض

كما يؤكد قانون العرض فان زيادة الاسعار يؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة من السلعة وأن انخفاض الأسعار يؤدي إلى تخفيض عرض السلعة. هذه العلاقة الواضحة بين الاسعار والكميات المعروضة من السلع تتضح بصورة واضحة في جدول العرض. ويبين جدول العرض العلاقة بين مستويات الأسعار المتباينة والكميات المعروضة من سلعة معينة. وجدول العرض الكلي لسلعة معينة هو عبارة عن مجموع جداول العرض الفردية لهذه السلعة. فكلما زاد سعر السلعة زادت الكمية المعروضة منها.

فالعلاقة بين سعر السلعة والكمية المعروضة منها اذاً علاقة طردية، كما يتضح من جدول العرض التالي هو جدول العرض لكل المنتجين في السوق. يعني ذلك انه مجموع جداول العرض الفردية ( أي جداول عرض المنتجين الافراد ). فالرقم 40 في الحالة أ في الجدول هو مجموع الارقام 3+7+11+9+6+4 وذلك هو انتاج ستة منتجين في السوق على سبيل المثال. ونفس الشيء يحدث في بقية الحالات في الجدول رقم 3-1 التالي :

| الحالة | السعر (وحدة نقدية) | الكمية المعروضة | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | المنتج الاول | المنتج الثاني | المنتج الثالث | المنتج الرابع | المنتج الخامس | المنتج السادس | جميع المنتجين |
| أ | 10 | 3 | 7 | 11 | 9 | 6 | 4 | 40 |
| ب | 15 | 5 | 10 | 15 | 14 | 9 | 7 | 60 |
| ج | 20 | 8 | 13 | 19 | 18 | 12 | 10 | 80 |
| د | 25 | 11 | 16 | 23 | 22 | 15 | 13 | 100 |
| هـ | 30 | 14 | 19 | 27 | 26 | 18 | 16 | 120 |
| و | 35 | 17 | 22 | 31 | 30 | 21 | 19 | 140 |
| ز | 40 | 20 | 25 | 35 | 34 | 24 | 22 | 160 |

**جدول رقم 3-1**

**جدول عرض السوق والمنتجين الافراد**

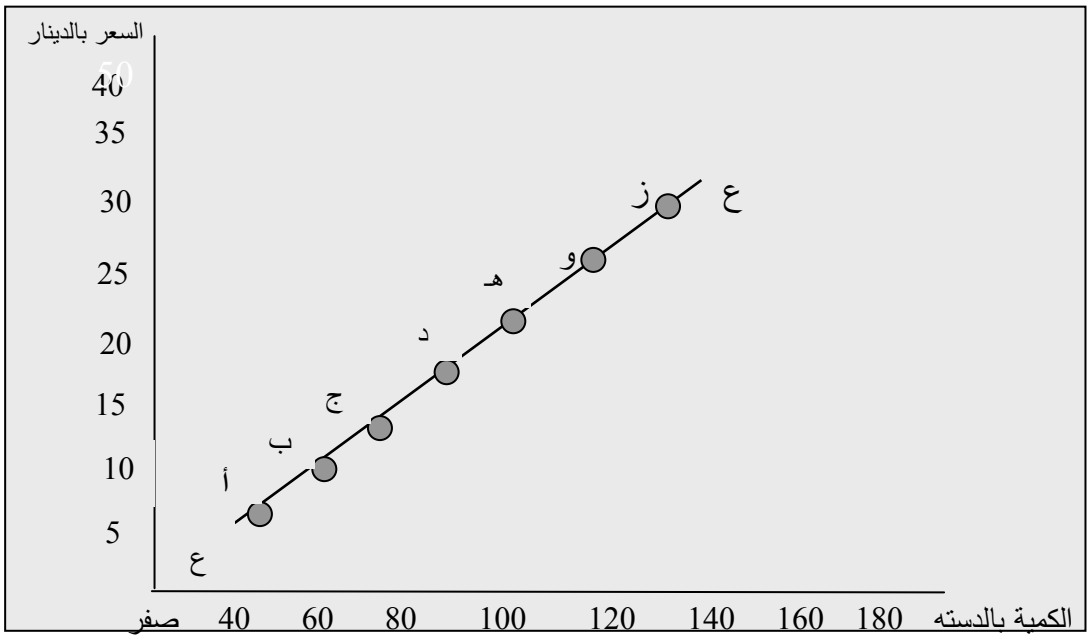
**(بافتراض أنّ في السوق ستة منتجين )**

من واقع هذا الجدول الذي يوضح مساهمة كل منتج في السوق يمكن رصد منحنى العرض لكل منهم بمفرده ليوضح تفاعل انتاجه مع زيادة الاسعار. كما يؤدي تجميع منتجات المنتجين الافراد للوصول إلى الانتاج الكلي للسلعة فانّ تجميع منحنيات الافراد المنتجين من واقع انتاج كل منتج يمكن أنْ يساعد على رصد منحنى العرض الكلي لسوق السلعة. جدول رقم 3-2 يوضح موقف عرض السوق الكلي.

| الحالة | سعر الوحدة بالدينار | الكمية المعروضة في الشهر (بالدستة ) |
|---|---|---|
| أ | 10 | 40 |
| ب | 15 | 60 |
| ج | 20 | 80 |
| د | 25 | 100 |
| هـ | 30 | 120 |
| و | 35 | 140 |
| ز | 40 | 160 |

جدول العرض الكلي

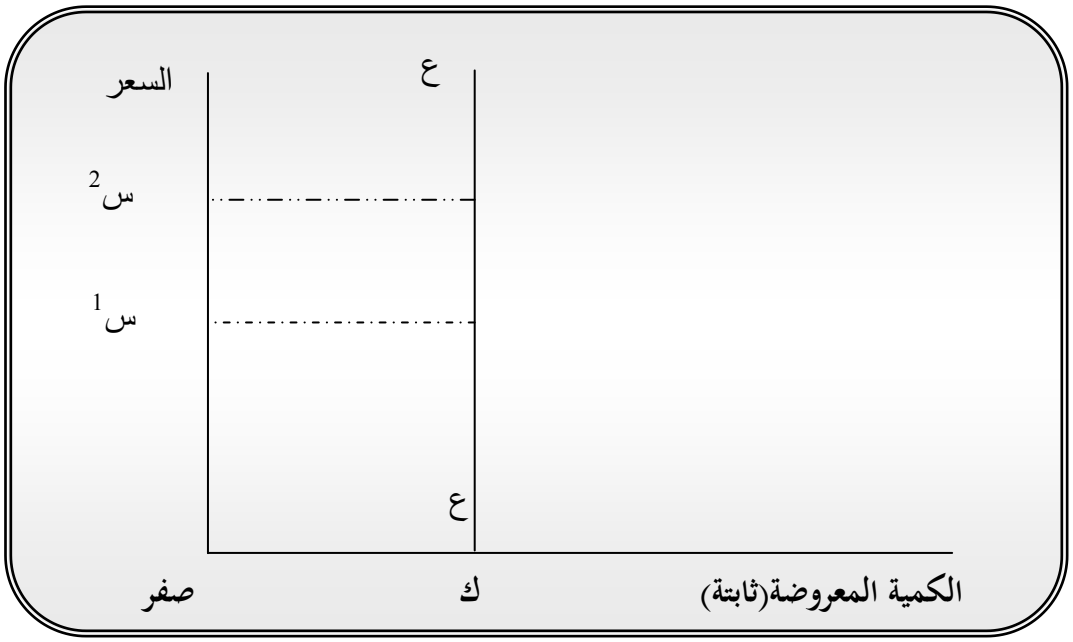
الاسعار في الجدول هي اسعار العرض والكميات المقابلة هي التي يكون المنتجون على استعداد لعرضها عند كل سعر محدد. والجدول يوضح بجلاء ان الكميات المعروضة تزيد كلما زاد سعرالسلعة. كما يعبر جدول العرض عن العلاقة بين السعر والكميات المعروضة من السلعة، فان منحني العرض يعبر عن الصورة البيانية لهذه العلاقة، كما يتضح في الشكل




**شكل رقم 3-1**

**منحنى العرض**

منحنى العرض الذي نراه في الشكل رقم 3-1 هو منحنى العرض العادي الذي يعبر عن العلاقة الطردية بين الأسعار والعرض وانْ تفاوتت درجات مرونة هذا التفاعل بين الاسعار والكمية المعروضة. لكن قد تحدث في حالات نادرة عدم تجاوب العرض لارتفاع الاسعار اذا تعذر زيادة العرض مهما ارتفعت الأسعار من أمثلة هذه الحالات النادرة التحف الاثرية والفنية النادرة التي لا يمكن زيادة عرضها مع زيادة الاسعار. في هذه الحالة ياخذ منحنى العرض شكلاً عمودياً على المحور الافقي كما يظهر في الشكل 3-2



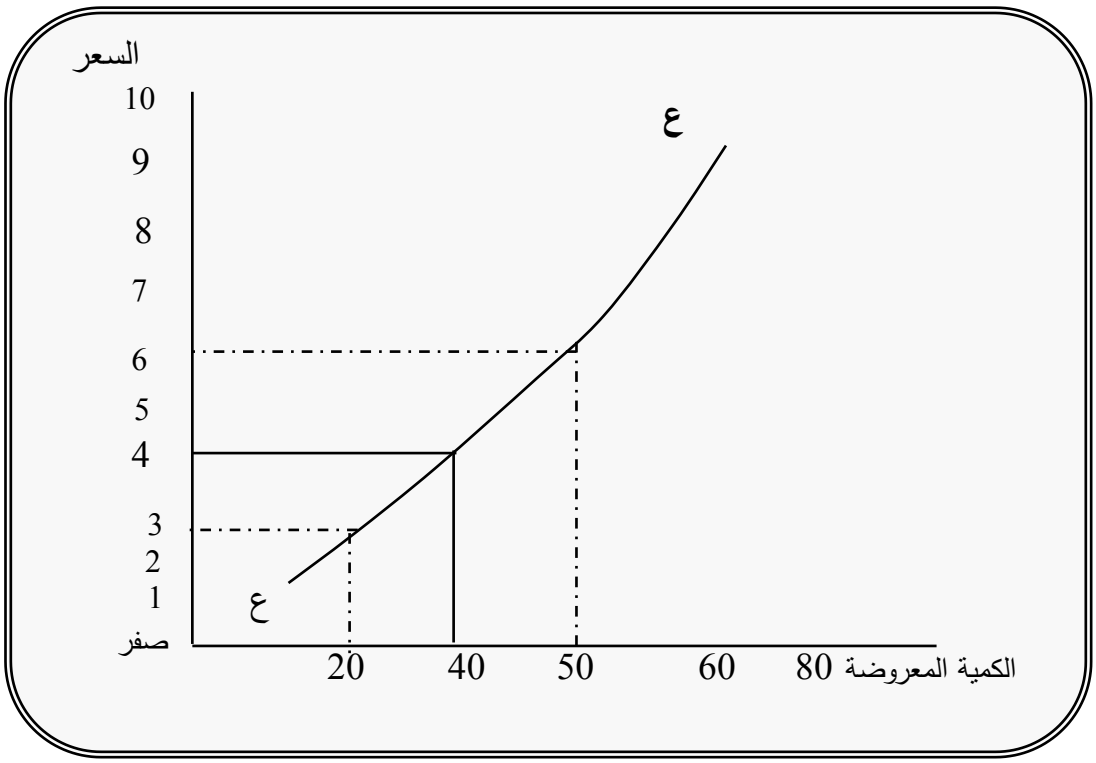

**شكل رقم 3-2**

**منحنى العرض الثابت**

# 4. التغيير في ظروف العر ض

يقول الاقتصاديون مع بقاء الاشياء الأخرى ثابتة، في أي لحظة محددة هناك جدول واحد فقط للعرض. ولكنا نعلم ان الاشياء عادة لاتبقى ثابتة بل تتغير مع الزمن وتؤثر بالتالي على كل من الطلب والعرض، وتؤثر كذلك على الاسعار والكميات المطلوبة والمعروضة.

مع بقاء العوامل الأخرى ثابته فان ارتفاع الاسعار يؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة من السلعة يعني ذلك تحرك العرض على نفس منحنى العرض من نقطة إلى نقطة حسب تجاوب العرض مع السعر كما يظهر في الشكل البياني التالي :



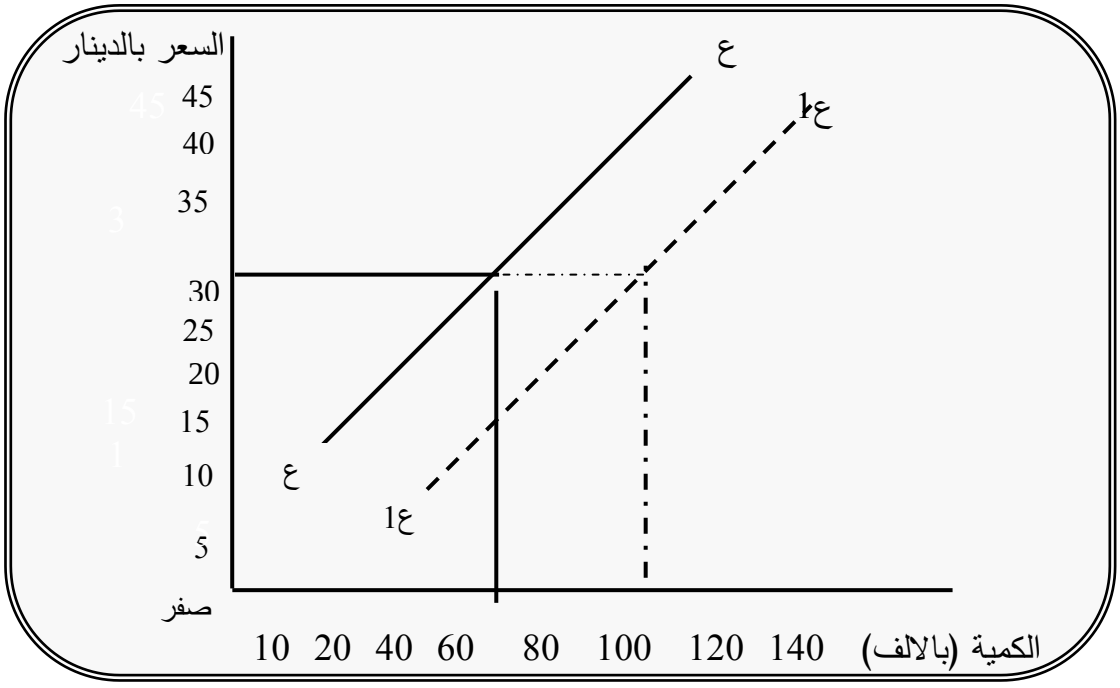

**شكل رقم 3-3**

**تجاوب العرض لتغيير السعر**

التغيير في الكمية المعروضة قد لا تحدث فقط نتيجة للارتفاع والانخفاض في السعر، بل قد تحدث نتيجة للتغير في ظروف العرض نفسها. يؤكد ذلك ان الاشياء الأخرى لاتبقى ثابته لأن هناك عدد من العوامل المؤثرة على العرض تتغير مع مرور الزمن نتيجة لظروف اقتصادية، كالضرائب والاعانات وكارتفاع أسعار عوامل الانتاج، أو عوامل طبيعية كالجفاف والفيضانات، أو عوامل سياسية كالاضطرابات والاضرابات والحروب ... أو غيرها كالعوامل الفنية. فالتغيير في ظروف العرض يؤدي الي تغيير في الانتاج وبالتالي تغيير في العرض.

مقدار التغيير الذي يحدث في العرض واتجاه التغيير يعتمد اعتماداً كبيراً على حجم التغيير ونوع التغيير واتجاه التغيير. فاذا تغيرت ظروف العرض بالزيادة يتكون منحنى جديد ع1 ع1 على يمين المنحنى الأول ع ع. في هذه الحالة تزيد الكمية المعروضة في السوق دون حدوث تغيير

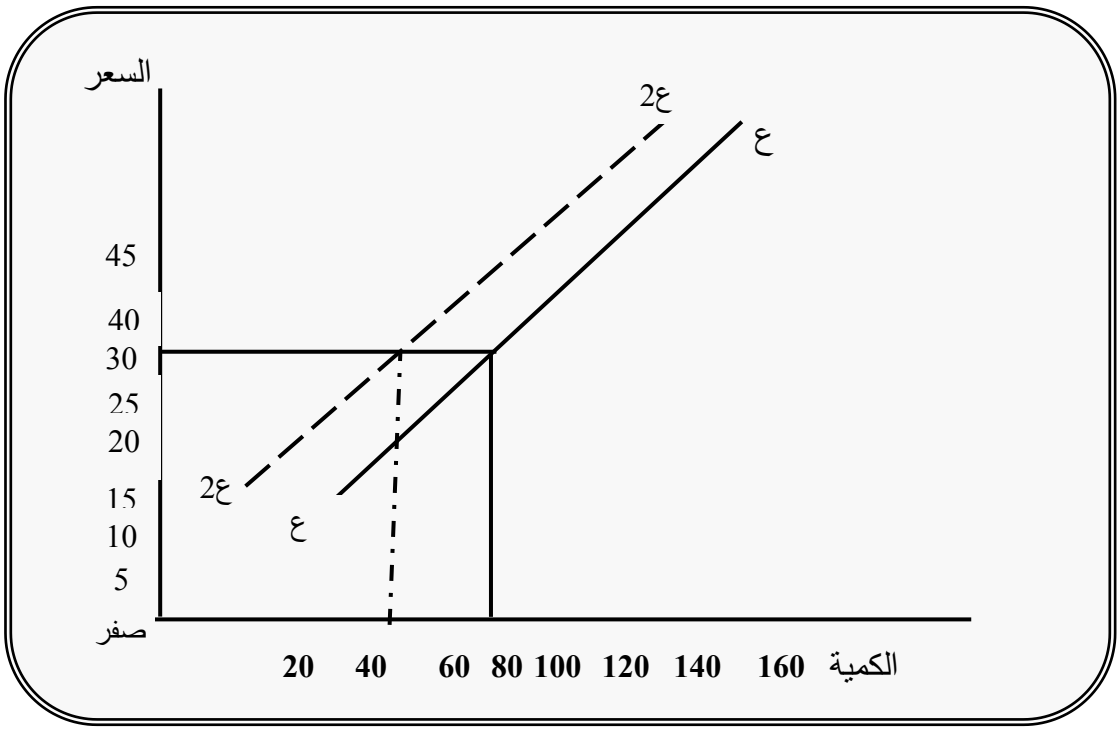
في سعر السلعة. فبنفس السعر السائد في السوق تعرض كميات اكبر من السلعة كما يعبر عن ذلك الشكل




**شكل رقم 3-4**

**منحنى العرض عند تغيير ظروف العرض بالزيادة**

أما اذا تغيرت ظروف العرض بالنقصان يتكون منحنى جديد للعرض ع2 ع2 على يسار المنحنى الأول ع ع. في هذه الحالة تعرض كميات اقل من السلعة بنفس السعر الذي كان سائداً من قبل.




**شكل رقم 3-5**

**منحنى العرض عند تغيير ظروف العرض بالنقصان**

## تدريب (1)

تنتج سلعة من قبل أربعة منتجين. حيث ينتج كل منهم الكميات فى الجدول التالى حسب الأسعار السائدة فى السوق.

| السعر دينار/ طن | الكمية المعروضة | | | |
|---|---|---|---|---|
| | المنتج الأول طن/ سنة | المنتج الثانى طن/ سنة | المنتج الثالث طن/ سنة | المنتج الرابع طن/ سنة |
| 100 | 90 | 50 | 20 | 100 |
| 200 | 120 | 75 | 40 | 150 |
| 300 | 150 | 100 | 60 | 200 |
| 400 | 180 | 125 | 80 | 250 |

المطلوب أكتب جدول عرض الكلي.

## 5. مرونة العرض Elasticity of Supply

لايختلف مفهوم مرونة العرض عن مفهوم مرونة الطلب التي أشرنا اليه من قبل إلاّ في حدود أنّ هذه المرونة تتحدث عن موقف العرض وتلك تتحدث عن موقف الطلب. فمرونة العرض هي عبارة عن مدى حساسية استجابة العرض لسلعة معينة لاي تغيير يحدث في سعر هذه السلعة، وذلك مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

وتعد مرونة العرض مؤشراً يوضح مدى سهولة أو صعوبة استجابة العرض من السلعة للارتفاع والانخفاض في سعرها.

ويعتبر معامل مرونة العرض هو المقياس المناسب الذي يقيس درجة مرونة عرض السلعة. وتقاس مرونة العرض – كما هو الحال في مرونة الطلب – بقسمة التغيير النسبي الذي يحدث في الكمية المعروضة على التغيير النسبي الذي يحدث في العرض. وتكتب بالصورة التالية :

معامل مرونة العرض = التغيير النسبي في الكمية المعروضة

التغيير النسبي في السعر

أو

معامل مرونة العرض = النسبة المئوية للتغير في الكمية المعروضة

النسبة المئوية للتغيير في السعر

أو

$$Es = \frac{\triangle Qs}{Qs} \times 100 \,/\, \frac{\triangle P}{P} \times 100$$

$$= \frac{\% \triangle Q s}{\% \triangle P}$$

حيث :

Es = معامل مرونة العرض السعرية

Qs= الكمية المعروضة

P = سعر السلعة

من واقع هذه المعادلة يكون عرض السلعة مرناً اذا كانت نسبة التغيير في الكمية المعروضة من السلعة اكبر من نسبة التغيير في السعر. وتكون المرونة من واقع نتيجة هذه العملية الحسابية اكبر من واحد صحيح. ويكون عرض السلعة غير مرن اذا كانت نسبة التغير في الكمية المعروضة من السلعة اقل من نسبة التغيير في سعر هذه السلعة. وتكون المرونة في هذه الحالة اقل من واحد صحيح. اما اذا كانت نسبة التغيير في الكمية المعروضة تساوي نسبة التغيير في السعر، فان المرونة تكون في هذه الحالة متكافئة، أي انها تساوي واحد صحيح.

من واقع معادلة مرونة العرض السعرية يمكن التمييز بين خمسة انواع من مرونات العرض هي :

أ-عرض مرن حيث تكون المرونة اكبر من واحد صحيح (م>1)

ب-عرض غير مرن وتكون المرونة اقل من واحد صحيح ( م< 1)

ج- عرض متكافئ المرونة وتكون المرونة واحد صحيح ( م = 1)

د- عرض تام المرونة ويكون معامل المرونة فيه إلى ما لانهاية ( م= ∞)

هـ – عرض عديم المرونة، معامل المرونة فيه صفر ( م= صفر )

الحالات الثلاث الأولي من هذه المرونات واقعية وتوجد في الحياة العملية. أما الحالتان الرابعة والخامسة هي نظرية اكثر منها عملية.

شكل واتجاه منحنى العرض ينبئ عن المرونة التي يتمتع بها العرض. اذا كان منحنى العرض عمودياً على المحور الافقي فان العرض في هذه الحالة يكون عديم المرونة ( مرونته تساوي صفر). والسبب في ذلك ان ارتفاع وانخفاض سعر السلعة لايؤدي الي زيادة الكمية المعروضة. الافقي فان مرونة العرض تكون لامتناهية (∞). ومابين هاتين الحالتين هناك حالات بدرجات متفاوته من مرونات العرض الثلاث الأخرى – المرن وغير المرن وغير متكافئ المرونة.

## تدريب (2)

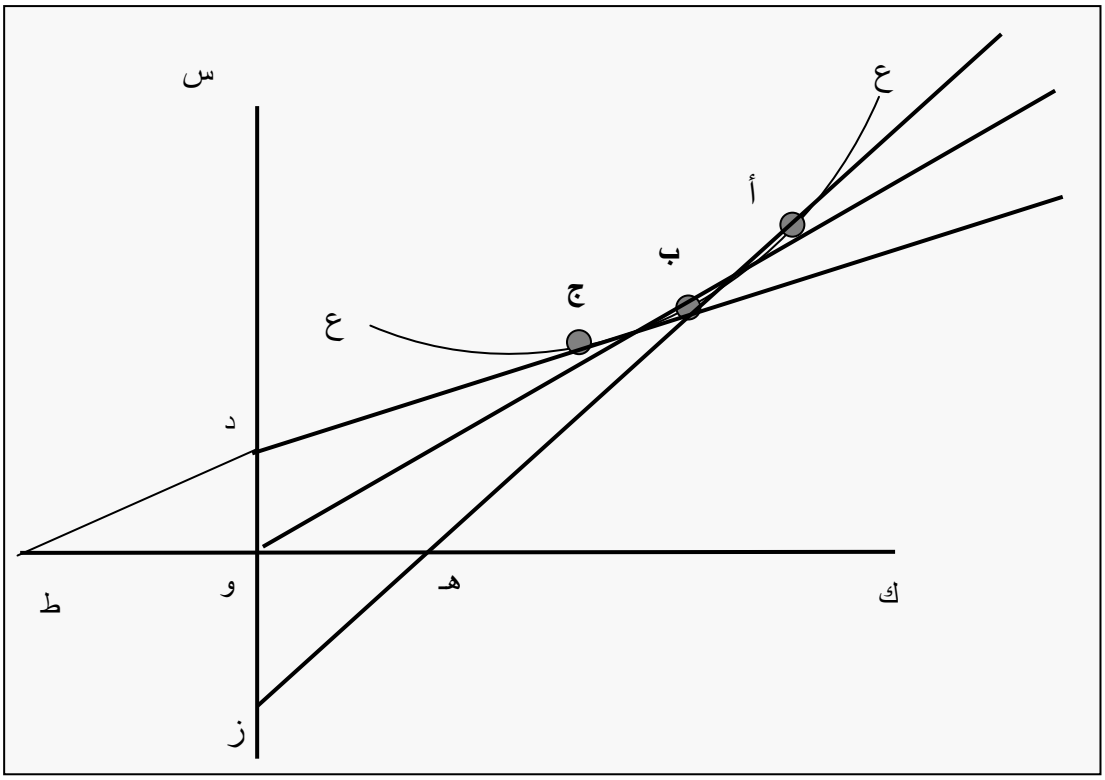


اذكر ثلاثة عوامل تؤدي لزيادة العرض وثلاثة عوامل تؤدي لانخفاضه.

## أسئلة تقويم ذاتى

1. ماذا يحدث للعرض عندما تتغير ظروف العرض بالنقصان؟
2. اكتب المعادلة التى تقاس بها مرونة العرض.
3. عدد العوامل التى تؤثر على مرونة العرض.

هندسياً يمكن التعرف على نوعية المرونة عند أي نقطة على منحنى العرض. ويكون ذلك برسم مماس عند النقطة التي نريد معرفة مرونتها على المنحنى. فلو مر المماس بنقطة الاصل يعني ذلك ان مرونة العرض عند هذه النقطة متكافئة واذا قطع المماس على منحنى العرض المحور الافقي الخاص بالكميات المعروضة يكون العرض عند هذه النقطة على المنحنى زمناً. اما اذا قطع المماس على منحنى العرض المحور الرأسى الخاص بالسعر يكون العرض عند هذه النقطة على المنحنى غير مرن. والشكل رقم 3-6 التالي يوضح هذا الامر.




شكل رقم 3-6

في هذا الشكل ع ع هو منحنى العرض. والنقاط أ، ب، ج، هي نقاط على منحنى العرض يمر المماس من نقطة الاصل ويمس منحنى العرض عند النقطة ب على المنحنى والمماس الذي يمر النقطة أ على المنحنى يقطع المحور الافقي عند النقطة هـ. والمحور الراسي عند النقطة ز. والمماس الذي يمر بالنقطة ج على منحنى العرض يقطع المحور الراسي عند النقطة د ويقطع المحور الافقي عند النقطة ط.

تقاس مرونة العرض السعرية عند نقطة معينة على المنحنى بقسمة المسافة على المماس من النقطة على المنحنى الي النقطة التي تقطع المحور الافقي (هـ)، على المسافة التي تقطع المحور الراسي على نفس المماس (ز). بذلك تكون مرونة العرض على النقطة (أ) هي

مرونة العرض على النقطة أ = أ هـ

أ ز

أ هـ < أز

.. المرونة على النقطة أ اقل من واحد صحيح

لذلك فان العرض على النقطة أ غير مرن ( < 1)

اما قياس مرونة العرض على النقطة (ب) على منحنى العرض والمماس الذي يمر من هذه النقطة الي نقطة الاصل (و) يكون بقسمة المسافة ب و على نفسها. لذلك مرونة العرض على النقطة (ب) هي :

ب و = ا

ب و

اذا العرض على هذه النقطة متكافئ المرونة.

اما قياس مرونة العرض على النقطة (ج) على منحنى العرض والمماس الذي يمر من هذه النقطة ويقطع المحور الراسي عند النقطة (د) والمحور الافقي عند النقطة (ط) يكون بقسمة المسافة ج ط على د ط. بذلك تكون مرونة العرض السعرية على النقطة ( ج) هي :

ج ط = > 1

ج د

اذا العرض على هذه النقطة مرن.

يلاحظ من هذا الحديث ان قيمة ( مقدار) معامل مرونة العرض على منحنى العرض تختلف من نقطة الي اخري. يعني ذلك ان منحنى العرض ليست له مرونة واحدة بل تختلف مرونة العرض على نقاط مختلفة على منحنى العرض. لذلك نتحدث عن مرونة منحنى العرض عند نقطة معينة على منحنى، ذلك عند سعر محدد وكمية محددة معروضة عند هذا السعر.

لابد من الاشارة هنا الي ان مرونة العرض تتوقف على مدي السهولة التي يمكن ان تغير بها كمية الانتاج زيادة ونقصاناً حسب الارتفاع والانخفاض في سعر السلعة في السوق. لذلك في الفترة القصيرة تتوقف مرونة العرض على قابلية السلعة للتخزين، اذ أنّ قابلية السلعة للتخزين وتوفر مخزون منها يجعل عرضها مرناً. في هذه الحالة عند ارتفاع سعر السلعة يمكن زيادة الكمية المعروضة من السلعة. لكن عدم قابلية السلعة للتخزين يحول دون هذه المرونة في عرض السلعة عند التغيير في اسعارها.

اما في الفترة المتوسطة فان مرونة العرض تتوقف على مدي امكانية سهولة انتقال عوامل الانتاج المتغيرة من سلعة الي اخري ويعتمد ذلك بشكل كبير على أنواع عوامل الانتاج المتغيرة وعلى مدي طول الفترة المتوسطة نفسها. اما في المدي الطويل فان طول الفترة الزمنية يكسب كل عوامل الانتاج المرونة التي يجعلها قابلة للتحرك من صناعة الي اخري. في هذه الفترة الطويلة يقوم المنتجون باستخدام وتكييف كل عوامل الانتاج بالصورة التي تحقق لهم تلبية طلب السوق من السلع.

ركز الفريد مارشال الاقتصادي الانجليزي المشهور منذ مطلع القرن العشرين على اهمية عنصر الوقت في العرض الذي أشرنا اليه الان. وقد قسم هذه الفترات الثلاث للعرض الي :

- فترة السوق، أو التوازن الفوري، حيث لا يمكن زيادة العرض
- الفترة القصيرة
- الفترة الطويلة

وقد أوضح العوامل التي تؤثر على العرض ومقدار المرونة المتوفرة للعرض في كل من هذه الفترات الثلاث. وقد سلك معظم الاقتصاديين هذا النهج الذي أورده مارشال.

# الخلاصة

- العرض من سلعة معينة هو عبارة عن الكمية التى يكون المنتجون ( أو البائعون) على إستعداد لبيعها بسعر معين خلال فترة زمنية محددة مع بقاء الاشياء الأخرى ثابته – إذ أنّ العرض لا يتحدد بالمفهوم الإقتصادى، إلا بمعرفة السعر والفترة الزمنية التى يتم فيها العرض.
- يمكن تقسيم العوامل المؤثرة إلى عوامل اقتصادية وعوامل غير اقتصادية وما يهمنا فى هذا المقام هو التعرف على العوامل الاقتصادية التى تؤثر على العرض والمتمثلة فى سعر السلعة وأسعار عوامل الانتاج والمستوى الفنى للإنتاج ومستوى الضرائب والإعانات وأسعار السلع البديلة والمكملة.
- يبين منحنى العرض الفردى العلاقة بين الكمية المعروضة من قبل أحد المنتجين لسلعة ما وسعر تلك السلعة، مع ثبات العوامل الاخرى المؤثرة فى العرض – وهذه العلاقة عموماً علاقة طردية فى المدى القصير ومن العوامل الثابته أسعار الموارد الانتاجية والتكنولوجيا وأسعار السلع البديلة فى الانتاج والطقس.
- من منحنى العرض الفردى حصلنا على منحنى عرض السوق الذى يبين العلاقة بين الكمية المعروضة من قبل المنتجين لسلعة ما وسعر تلك السلعة، عند بقاء العوامل الأخرى المؤثرة فى العرض ثابته – وتبقى العلاقة الطردية بين السعر والكمية المعروضة فى عرض السوق، ويضاف عدد المنتجين إلى العوامل التى إفترضناها ثبت عند الحديث عن هذا المستوى فى العرض.
- التغير فى الكمية المعروضة هو تغير على طول منحنى العرض أو هو إنتقال من نقطة إلى أخرى على نفس منحنى العرض. وينتج هذا التغير عن تغير سعر السلعة موضوع البحث.
- أما التغير فى العرض فهو إنتقال منحنى العرض كاملاً من مكانه إلى اليمين فى حالة الزيادة وإلى اليسار فى حالة الإنخفاض، وينتج التغير فى العرض عن تغير أحدى العوامل التى إفترضت ثابته عد الحديث عن علاقة السعر بالكمية المعروضة ويمكن التفكير فى التغير فى العرض على أن تغير فى الكميات المعروضة على نفس السعر لتلك السلعة.

## لمحة مسبقة عن الوحدة التالية

نتناول فى الوحدة التالية توزان الطلب والعرض – إذ يقصد بالتوازن حالة السوق والتى إذا تحققت فإنها تميل إلى الاستمرار، ويحدث ذلك فى علم الاقتصاد عندما تتساوى الكمية المطلوبة من سلعة ما فى السوق فى الوحدة الزمنية والكمية المعروضة منها فى السوق خلال نفس الوحدة الزمنية ويتحقق التوازن هندسياً عد تقاطع منحنى الطلب السوقى ومنحنى العرض – ويعرف السعر عد نقطة التوازن بأ سعار التوازن وكمية التوازن.

# إجابات التدريبات

## تدريب(1)

**جدول العرض الكلي**

| السعر<br>دينار/طن | الكمية المعروضة<br>طن/سنة |
|---|---|
| 100 | 260 |
| 200 | 385 |
| 300 | 510 |
| 400 | 635 |

## تدريب(2)

ثلاثة عوامل تؤدى لزيادة العرض.

1. أسعار الموارد الإنتاجية.
2. إنخفاض سعر سلعة بديلة فى الإنتاج.
3. ظروف الطقس المناسبة للإنتاج.

ثلاثة عوامل تؤدي لانخفاض العرض، عكس العوامل التي تؤدي لزيادة الطلب.

# مسرد المصطلحات

- **العرض Supply**
- رغبة المنتجين " البائعين" وقدرتهم على إنتاج سلعة وطرحها فى السوق للبيع.
- **الفائض Surplus**
- الوضع الذى يكون عنده الكمية المعروضة عند سعر معين أكبر من الكمية المطلوبة من تلك السلعة، ويكون هذه الحالة أعلى من سعر التوازن.
- **العجز Shortage**
- الوضع الذى تكون عنده الكمية المطلوبة عند سعر معين أكبر من الكمية المعروضة من تلك السلعة – ويكون السعر في هذه الحالة أقل من سعر التوازن.
- **المرونة Elasticity**

مقياس لمدى إستجابة متغير ما للتغير فى متغير آخر، ويعبر عن مدى الاستجابة باستخدام النسب المئوية.

- **مرونة العرض السعرية Price Elasticity of Supply**
- نسبة التغير فى الكمية المعروضة من سلعة ما نتيجة لتغير سعر السلعة ذاتها بنسبة مئوية واحدة مع بقاء العوامل الأخرى.
- **منحنى العرض Supply Curve**

تمثيل بياني للعلاقة بين الكمية المعروضة من سلعة ما وسعر تلك السلعة، مع بقاء العوامل الأخرى المؤثرة في العرض.

# المراجع والمصادر


.1- Dewett : **Modern Economic Theory**

.2- Glahe and Lee **: Microeconomics : Theory and Applications**

3- Lipsey : **An Introduction to Positive Economics.**

.4- Marshall **principles of Economics**

.5- Samuelson **: Economics.** ( $6^{th}$ ed.)


الوحدة الرابعة
توازن الطلب والعرض

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| المقدمة | 101 |
| تمهيد | 101 |
| أهداف الوحدة | 101 |
| 1. مفهوم التوازن | 102 |
| 2. حالة تغيير ظروف الطلب مع بقاء ظروف العرض ثابتة | 105 |
| 3. حالة تغيير ظروف العرض مع بقاء ظروف الطلب ثابتة | 106 |
| 4. حالة تغيير ظروف كل من الطلب والعرض | 109 |
| الخلاصة | 116 |
| لمحة مسبقة عن الوحدة التالية | 117 |
| إجابات التدريبات | 118 |
| مسرد المصطلحات | 119 |
| المراجع | 120 |

## مقدمة

## تمهيد

**عزيزي الدارس،** مرحباً بك إلى الوحدة الرابعة من مقرر "الاقتصاد الجزئى"– قد عرضنا عليك خلال الوحدتين الثانية و الثالثة الطلب و العرض على التوالى – ففى هذه الوحدة نتناول توازن الطلب والعرض – حيث أن التوازن لا يتخذ على جدول الطلب وحده أو جدول العرض بمفرده وإنما بجدول واحد يضم كلاً من الطلب والعرض للسلعة المعنية.

ومن خلال هذه الوحدة سنستعرض مفهوم التوازن وحالة تغيير ظروف الطلب مع بقاء ظروف العرض ثابته وحالة تغيير ظروف العرض مع بقاء ظروف الطلب ثابته، وحالة تغير كل من الطلب والعرض.

آملين أن تستمتع وتفيد من دراسة هذه الوحدة وأن تحفزك لدراسة الوحدات التالية من المقرر.

## أهداف الوحدة

**عزيزي الدارس،** بعد الإنتهاء من دراسة هذه الوحدة نأمل أن تكون قادراً على أن:

- تتعرف معنى التوازن وخصائص سعر التوازن.
- تميز العجز الفائض فى سوق سلعة ما.
- تحدد أثر تغير الطلب أو العرض أو كليهما على التوازن.
- تميز بين السقف السعري والأرضية السعرية.
- تحدد آثار كل من السقف السعرى و الارضية السعرية على سوق السلعة.

# 1. مفهوم التوازن

الطلب والعرض والسعر متغيرات أساسية في سوق أي سلعة . تطلب السلعة أو الخدمة عندما تكون بأسعار محددة وتعرض السلعة أو الخدمة في السوق عند أسعار معينة. فالتفاعل بين الطلب والعرض في الأسواق عند أسعار محددة أمر طبيعي . ولا شئ من هذه المتغيرات يبقى ثابتاً في الاسواق الا لفترات قصيرة جداً أو لسياسات وممارسات اقتصادية يعبر عنها واقع السوق . ولا شك أن أسواق السلع تختلف حسب طبيعة وسعر كل سلعة وحسب ظروف الطلب والعرض التي تحكم كل سلعة .

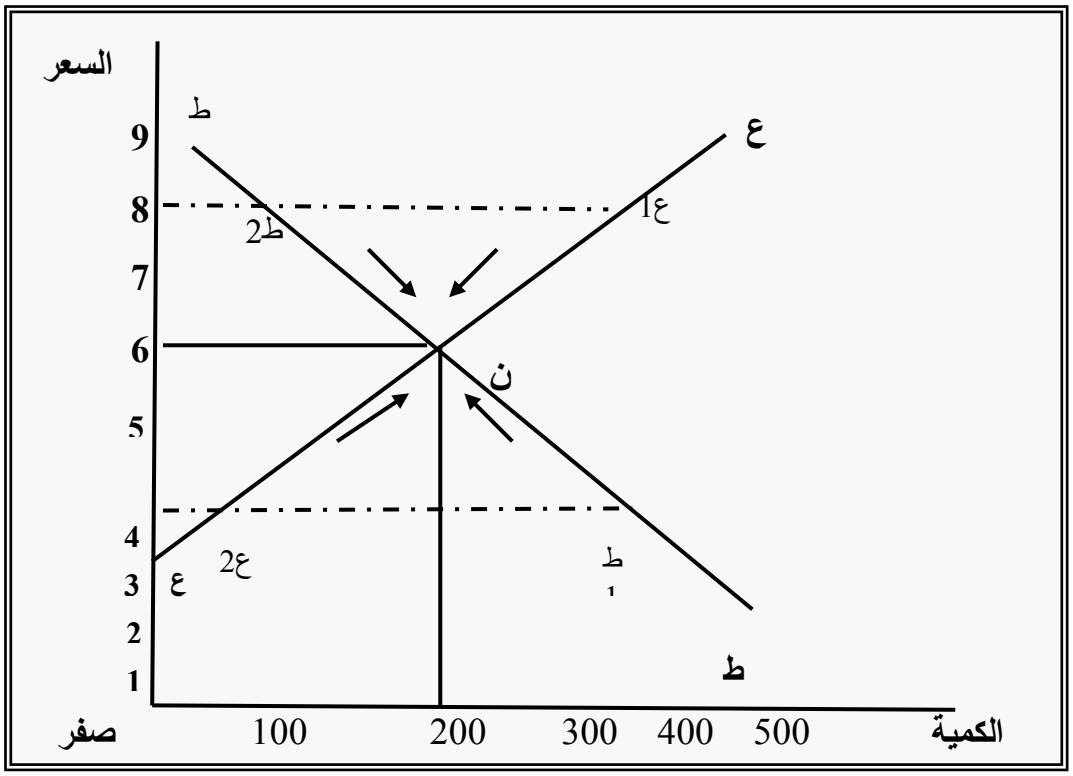
يتحدد السعر في السوق عادة عند توازن الطلب الكلي مع العرض الكلي ويعرف بسعر التوازن Equilibrium Price. عند سعر التوازن تتحدد الكميات التي يطلبها المستهلكون والكميات التي يعرضها المنتجون أو البائعون . فكل الكميات المعروضة من السلع التي تزيد عن الكمية التي يحددها سعر التوازن لا تجد التجاوب الفوري على هذا السعر المحدد من جانبي المستهلكين والمنتجين . والكميات المعروضة من السلع والتي تقل عن الكميات التي يحددها سعر التوازن يتدافع نحوها المستهلكون . يتضح من ذلك أنّ التوازن لايتحدد بناءً على جدول الطلب وحده أو جدول العرض بمفرده وانما بجدول واحد يضم كلا من الطلب والعرض للسلعة المعنية . ولتوضيح ذلك نورد الجدول التالي :

| السعر بالاف الدينارات | الكمية المطلوبة بالطن | الكمية المعروضة بالطن | الزيادة (+)أو الانخفاض (−) بالطن | الضغط على السعر |
|---|---|---|---|---|
| 10 | 50 | 400 | (+)350 | إلى اسفل |
| 8 | 100 | 300 | (+)200 | إلى اسفل |
| 6 | 200 | 200 | صفر | توازن |
| 4 | 300 | 100 | (−)200 | إلى اعلى |
| 2 | 400 | 20 | (−)380 | إلى اعلى |

**جدول رقم 4−1**

**جدول الطلب والعرض وسعر التوازن**

يبين هذا الجدول ان سعر التعادل هو ستة الف دينار وان أي سعر اعلى من سعر التوازن يجعل الكميات المطلوبة اقل من الكميات المعروضة فيكون هناك ضغط على السعر نحو الاسفل . وكلما قل السعر مع هذا الضغط يزيد الطلب . ولكن كلما يقل السعر يقل العرض نتيجة لذلك، وان أي سعر اقل من سعر التوازن يجعل الكميات المطلوبة من السلعة اكبر من الكميات المعروضة ، فيحدث ذلك ضغطاً على السعر نحو الاعلى . فتستمر هذه الضغوط من اعلى إلى اسفل ومن اسفل إلى اعلى حتى يحدث التوازن بين الكميات المطلوبة والكميات المعروضة . وعند هذا التوازن لايحدث هناك اتجاه نحو تغيير الكميات المطلوبة والمعروضة عند السعر السائد عند التوازن . ويعرف السعر الذي تتوازن عنده الكميات المطلوبة والكميات المعروضة بسعر التوازن . Equilibrium Price والشكل التالي يوضح موقف التوازن بناء على الجدول السابق رقم 4-1




**شكل رقم 4-1**

**توازن الطلب والعرض**

من واقع هذا التحليل وكما يظهر في الشكل 4-1 فان التفاعل بين السعر والطلب والعرض يتمخض عن توازن بين العرض والطلب أو فائض في العرض أو عجز فيه على النحو التالي:

- اذا كانت الكمية المطلوبة تساوي الكميات المعروضة يكون هناك توازناً
- اذا كان الكمية المعروضة اكثر من الكمية المطلوبة يكون هناك فائضاً في المعروض

من السلعة

- اذا كانت الكمية المعروضة أقل من الكمية المطلوبة يكون الناتج عجزاً في المعروض

من السلعة

لذلك نقول أن زيادة الطلب على العرض عند سعر معين يؤدي إلى محاولة المنتجين زيادة عرضهم من السلعة ليصل إلى مستوي الطلب الجديد . ونقص الكمية المطلوبة في السلعة عن الكمية المعروضة يؤدي بالضرورة إلى تخفيض عرض المنتجين من السلعة حتى يصل إلى مستوي الطلب الجديد .

## أسئلة تقويم ذاتى

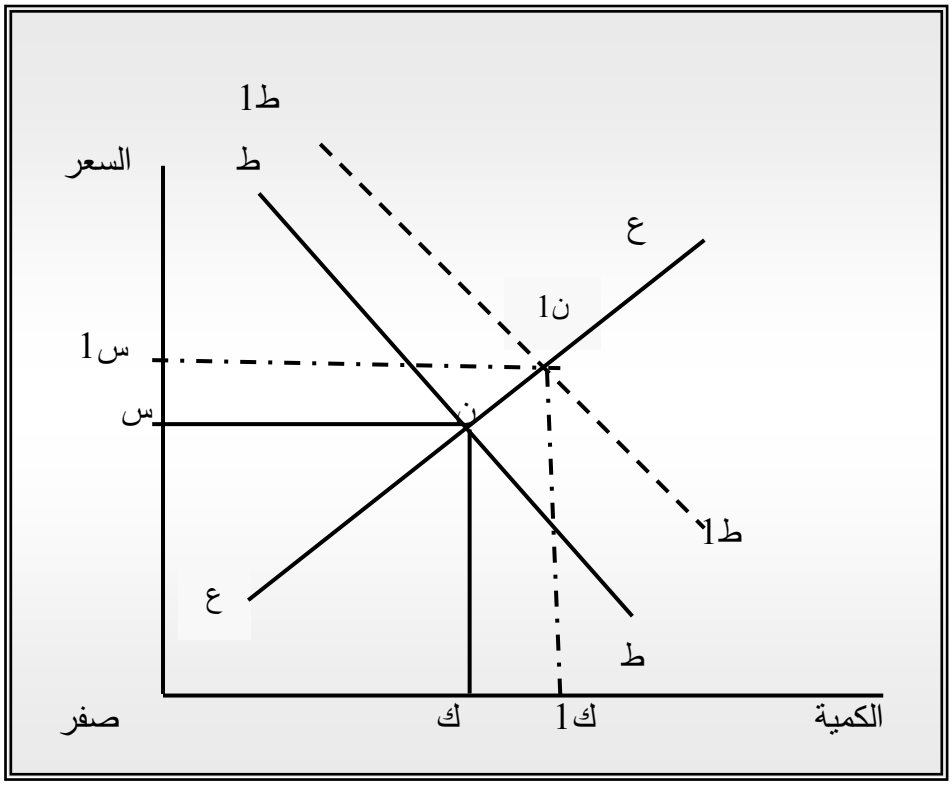
1. عرف التوازن ، الفائض ، العجز.
2. ماهى مواصفات سعر التوازن؟
3. ما المقصود بسعر التوازن؟

لا نتوقع ان يظل سوق أي سلعة على استقرار دائم . فالامر الطبيعي هو ان تتغير كثير من الظروف في السوق من وقت لاخر تبعاً لحدوث بعض المتغيرات التي تؤثر على تصرفات المستهلكين والمنتجين تتغير ظروف السوق نتيجة لتغيير ظروف كل من الطلب والعرض . في هذا الشان هناك ثلاث حالات اساسية لتغيير ظروف الطلب وظروف العرض نستعرضها على النحو التالي :

## 2. حالة تغيير ظروف الطلب مع بقاء ظروف العرض ثابتة

اذا تغيرت ظروف الطلب بالزيادة يؤدي ذلك إلى تكوين منحنى جديد للطلب ط1 ط1 على يمين المنحنى الأصلي الأول ط ط في حين ان منحنى العرض ع ع يبقى حيث هو د ون تغيير كما يظهر في الشكل 4-2 التالي :

يستتبع هذا التغيير زيادة الكمية المطلوبة من السلعة ك إلى ك1 وارتفاع السعر من س إلى س1 . فيتغير موقع سعر التوازن من ن إلى ن1 كما يظهر في الشكل

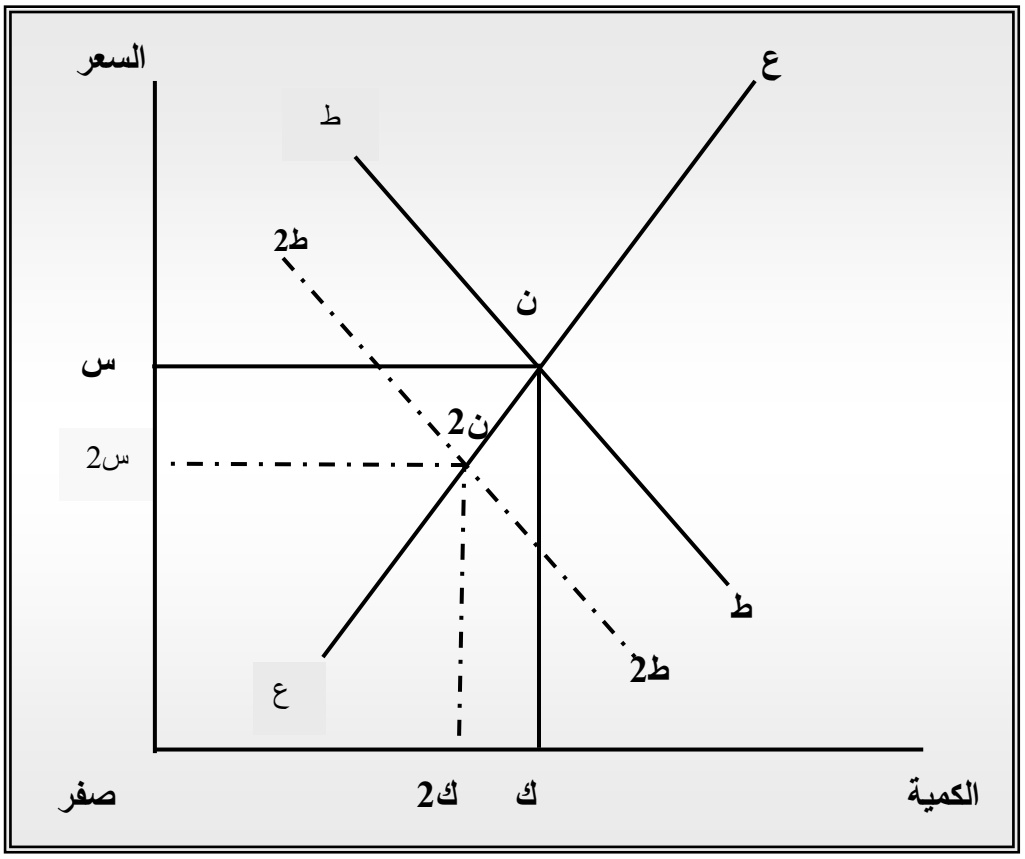



**شكل رقم( 4-2)**

**منحنى الطلب عند تغيير ظروف الطلب بالزيادة**

اما اذا تغيرت ظروف الطلب بالنقصان فيتكون منحنى جديد للطلب ط2 ط2على يسار المنحنى الأصلي الأول ط ط . وينتج عن ذلك بالضرورة انخفاض الكمية المطلوبة من ك إلى ك2

وانخفاض السعر من س إلى س2 وتتغير نقطة سعر التوازن من ن إلى موقعها الجديد ن2 كما يظهر في الشكل 4-3 التالي :

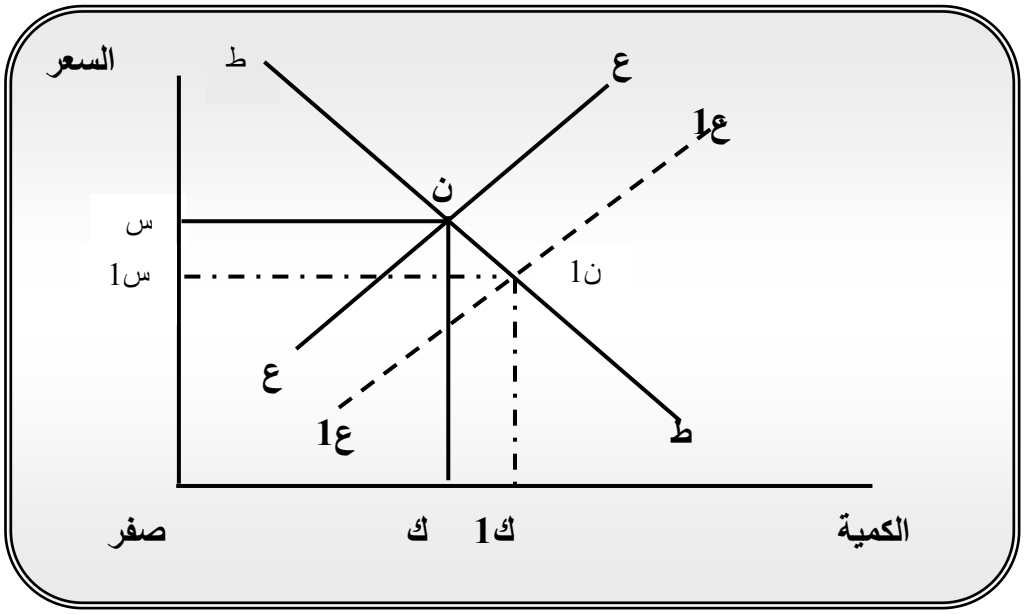



**شكل رقم 4-3**

**منحنى الطلب عند تغيير ظروف الطلب بالنقصان**

## 3. حالة تغيير ظروف العرض مع بقاء ظروف الطلب ثابته

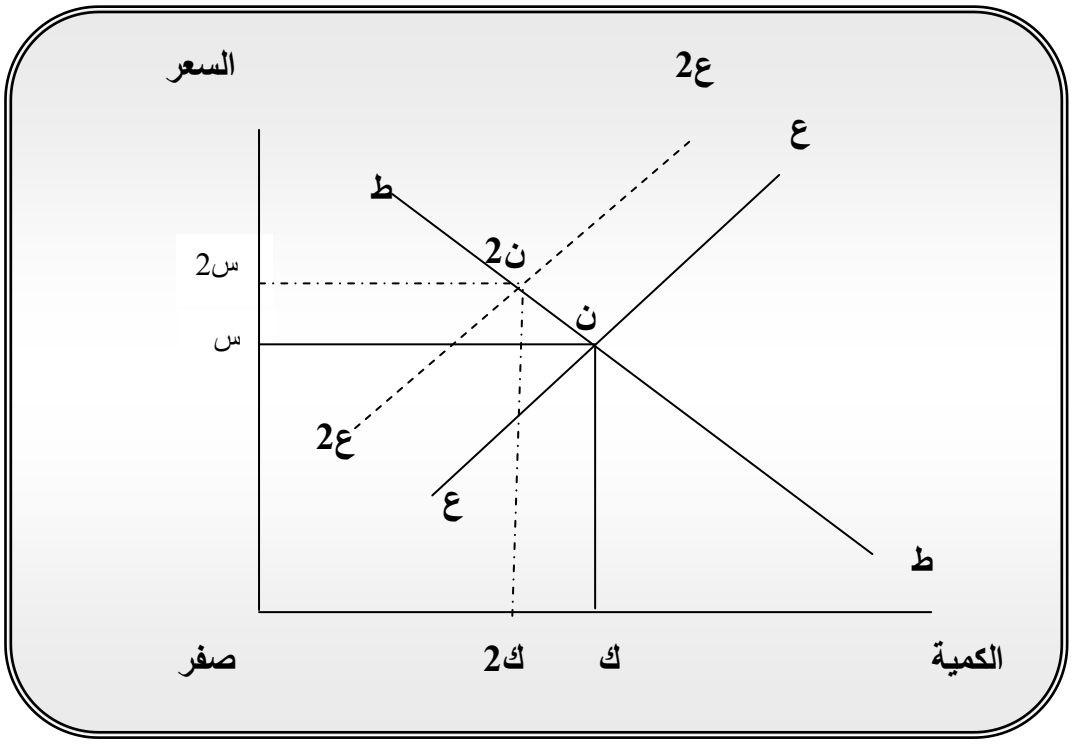
ظروف العرض قد تتغير من وقت لاخر اذ لانتوقع ان تظل العوامل التي تؤثر على العرض ثابته لفترات طويلة. فاذا تغيرت ظروف العرض بالزيادة مع بقاء ظروف الطلب ثابته يتكون منحنى جديد للعرض ع1 ع1 على يمين المنحنى الأصلي الأول ع ع . يؤدي ذلك إلى زيادة الكمية المعروضة من السلعة من ك إلى ك1 . ينتج عن ذلك انخفاض في السعر من س إلى س 2 وتتحول نقطة التوازن بين الطلب والعرض من ن إلى ن1 . يوضح الشكل التالي هذه العلاقات




**شكل رقم 4-4**

**منحنى العرض والتوازن عند تغيير ظروف العرض بالزيادة**

اما اذا تغيرت ظروف العرض بالنقصان وبقيت ظروف الطلب ثابته كما هي يتكون منحنى جديد للعرض ع2 ع2 على يسار المنحنى الأصلي الأول ع ع . يعني ذلك انخفاض الكمية المعروضة من السلعة من ك إلى ك 2 وارتفاع السعر نتيجة لذلك من س إلى س2 . وينتج عن ذلك انتقال نقطة توازن العرض والطلب من ن إلى ن2 بما يتماشى والظروف التي جدت على الوضع تظهر هذه العلاقات في الشكل التالي :




**شكل رقم 4-5**

**منحنى العرض والتوازن عند تغيير ظروف العرض بالنقصان**

## أسئلة تقويم ذاتى

1. بين كيف يتم الوصول إلى حالة التوازن إذا كان سعر السوق:

أ/ أعلى من سعر التوازن.

ب/ أقل من سعر التوازن.

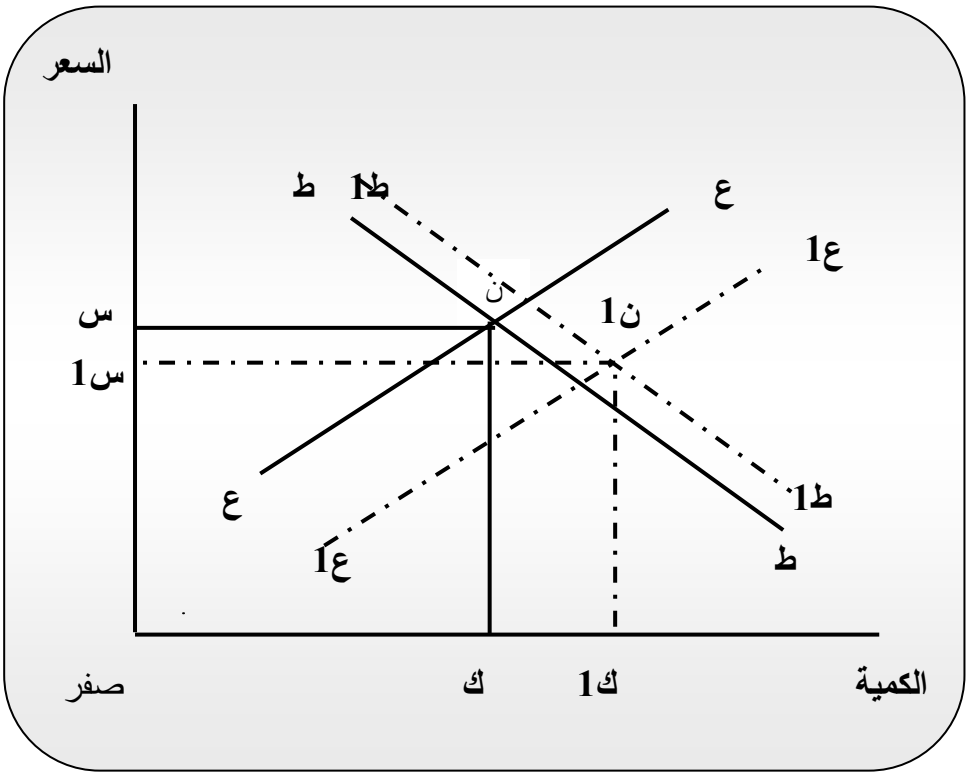
2. متى تتغير حالة التوازن؟
3. ماذا ينتج عن زيادة الطلب مع ثبات العرض؟
4. ماذا ينتج عن زيادة العرض مع ثبات الطلب؟

# 4. حالة تغيير ظروف كل من الطلب والعرض

من الطبيعي أن تتغير ظروف الطلب بمفردها أو تتغير ظروف العرض وحدها ولكل من ذلك آثار كما راينا . ولكن قد لاينحصر التغيير في الظروف في أحد هذين المتغيريين بل قد يشملهما معاً . ففي حالة تغيير ظروف كل من الطلب والعرض يمكن تمييز اربع حالات على النحو التالي :

**أولاً: التغيير في ظروف كل من الطلب والعرض بالزيادة**

عندما يحدث تغيير في ظروف الطلب والعرض بالزيادة يتكون منحنى جديد للطلب ط1 ط1 على يمين المنحنى الأصلي الأول ط ط ، ويتكون في نفس الوقت منحنى جديد للعرض ع1 ع1 على يمين منحنى العرض الأول ع ع. ولا شك ان حجم التغيير الذي يحدث في ظروف الطلب وظروف العرض هو الذى يحدد موقع كل من منحنى الطلب الجديد ومنحنى العرض الجديد وموقع نقطة التوازن الجديد ن1 . هذا يعني ان مستويات السعر والكمية تتحدد في ضوء موقع المنحنين الجديدين . وبذلك فان السعر والكمية تتحدد في ضوء موقع المنحنيين الجديدين . وبذلك فان السعر قد يزيد عما كان علىه أو ينخفض اكثر مما كان عليه وذلك بناء على مقدار الزيادة التي حدثت في العوامل المؤثرة على كل من الطلب والعرض . اما الكمية المعروضة من السعلة تكون في كل الاحوال اكبر مما كانت عليه في السابق ، ولكن مقدار الزيادة في الكمية يعتمد على حجم الزيادة في العوامل التي تؤثر زيادة العرض . الشكل رقم 4-6 التالي يوضح هذه العلاقات

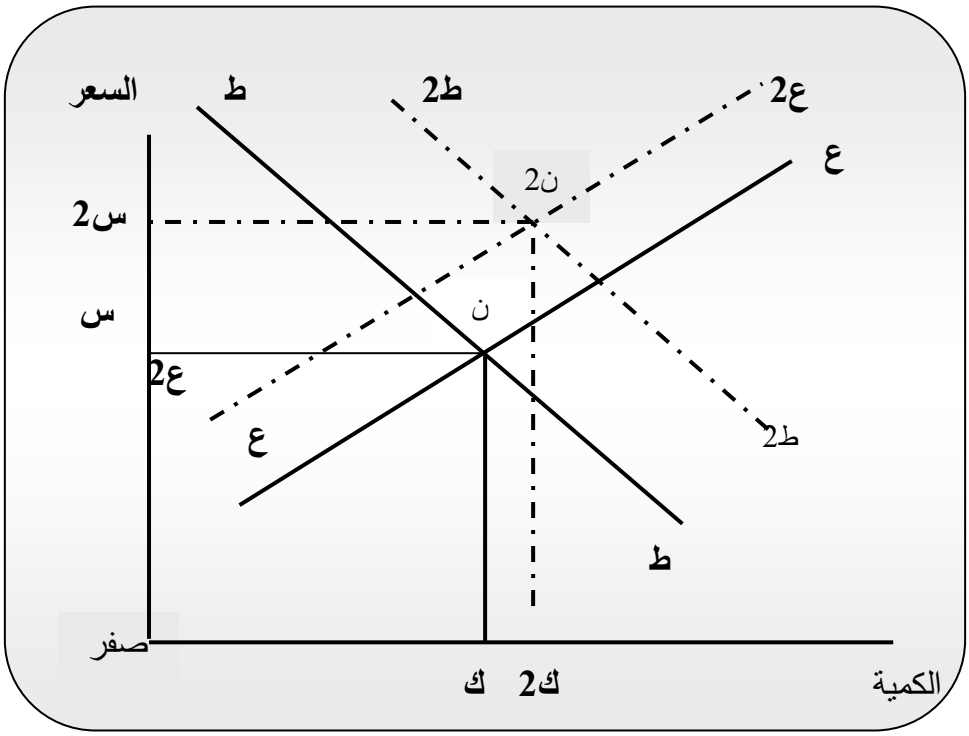



**شكل رقم 4-6**

**منحنيات الطلب والعرض عند تغيير ظروفهما بالزيادة**

**ثانياً : تغيير ظروف الطلب بالزيادة وظروف العرض بالنقصان**

قد يحدث تغيير في ظروف الطلب بالزيادة وفي ظروف العرض بالنقصان . عند حدوث التغيير في ظروف الطلب والعرض بهذه الصورة يتكون منحنى جديد للطلب ط2 ط2 على يمين المنحنى الأول ط ط ، ويتكون منحنى جديد للعرض ع2 ع2 على يسار منحنى العرض الأصلي الأول ع ع . عند حدوث ذلك تتكون نقطة توازن جديدة ن2 حيث يتقاطع المنحنيان الجديدان ط2 ط2 مع ع2ع2 في مثل هذه الحالة يكون اتجاه الاسعار دائماً إلى الارتفاع مقارنة بما كانت عليه . ولكن درجة ارتفاع الاسعار تعتمد على مقدار التغيير الذي يحدث في ظروف كل من الطلب والعرض . وفي مثل هذه الحالة ايضاً ليس بالضرورة ان تزيد الكمية المعروضة عما كانت عليه دائماً ، اذ قد تنقص الكمية المعروضة اكثر مما كانت عليه من قبل ويعتمد ذلك على مقدار الزيادة في ظروف الطلب ومقدار النقصان في ظروف العرض.




**شكل رقم 4-7**

**منحنيات العرض والطلب في حالة تغيير ظروف الطلب**

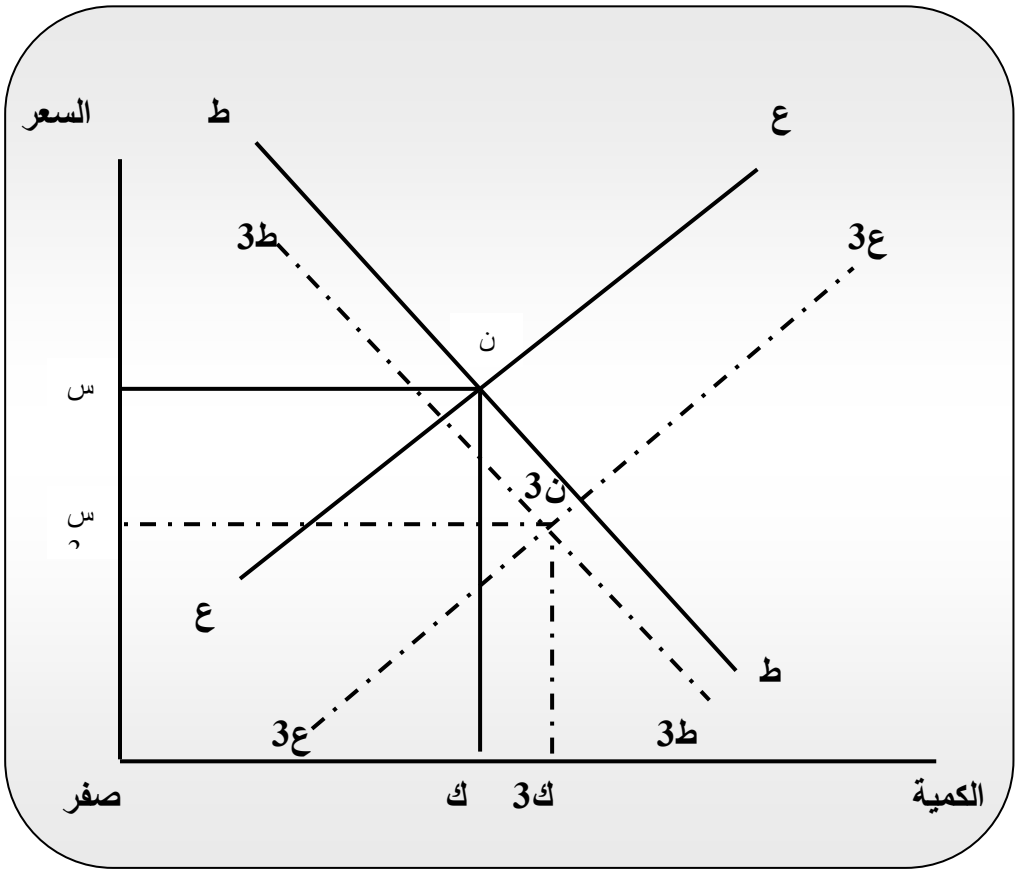
**بالزيادة والعرض بالنقصان**

**ثالثاً : تغيير ظروف الطلب بالنقصان وظروف العرض بالزيادة**

عند تغيير ظروف الطلب بالنقصان ظروف العرض بالزيادة تحدث ظروف جديدة لتوازن جديد بين الطلب والعرض . وفي هذه الحالة فان نقطة التوازن الجديدة ن3 تكون عند تقاطع المنحنين الجديدين للطلب ط3 ط3 والعرض ع3 ع3 . وتشير نقطة التوازن الجديدة ن3 في كل الاحوال ان السعر الجديد س3 يكون دائماً اقل مما كان عليه عند س قبل حدوث التغيير . ولكن مدى الانخفاض في السعر والفرق بين السعرين الأصلي س والجديد س3 يعتمد اساساً على مقدار التغيير في كل من ظروف الطلب وظروف العرض .

ولكن الكمية المعروضة قد تزيد وقد تنخفض عما كانت عليه في الماضي وذلك اعتماداً على مقدار الزيادة والانخفاض فى ظروف كل من الطلب والعرض ، وبالتالي مدى ابتعاد وقرب

المنحنيين الجديدين من المنحنيين القديمين . والشكل التالي رقم 4-8 يوضح الموقف الجديد مقارنة مع الوضع قبل حدوث التغيير .

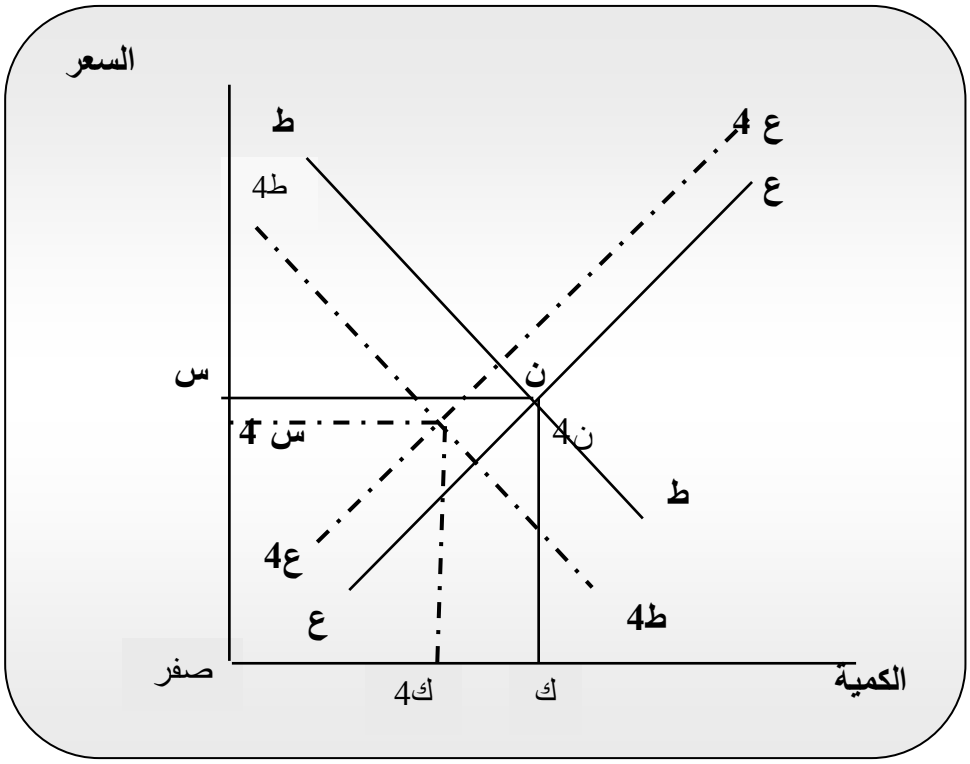



**شكل رقم 4-8**

**منحنيات الطلب والعرض عند تغيير ظروفها بالنقصان والزيادة على التوالي**

**رابعاً : تغيير ظروف كل من الطلب والعرض بالنقصان**

قد يحدث التغيير في ظروف الطلب بالنقصان ويحدث التغيير في ظروف العرض بالنقصان في نفس الوقت. في هذه الحالة يتكون منحنى جديد للطلب ط4 ط4 على يسار منحنى الطلب الأصلي ط ط ، ويتكون منحنى جديد للعرض ع4ع4 على يسار منحنى العرض الأصلى ع ع. عندئذ تتكون نقطة توازن جديدة ن4 لتحدد سعر التوازن الجديدة س4 وكمية التوازن الجديدة ك 4 .في الشكل 4–9 التالي. يلاحظ ان سعر التوازن الجديد س 4 قد انخفض اكثر مما كان عليه السعر س قبل تغيير ظروف الطلب والعرض بالنقصان . ولكن ليس بالضرورة ان ينخفض السعر الجديد س4 في كل الاحوال اكثر مما كان عليه قبل حدوث التغيير في ظروف الطلب والعرض بالنقصان. فتحديد السعرالجديد في هذه الحالة يعتمد اساساً على مدى التغيير الذي حدث في كل من ظروف الطلب والعرض وتاثير ذلك على موقع المنحنين الجديدين مقارنة بموقع المنحنيين الاصليين وموقع نقطة التوازن الجديدة ن 4 . فاحتمال زيادة السعر أو انخفاض السعر امر وارد الحدوث . اما الكمية المعروضة فانها تقل في كل الاحوال.




**شكل رقم 4-9**

**منحنيات الطلب والعرض عند تغيير ظروفهما بالنقصان**

## تدريب (1)

أفرض أننا نعيش حالة توازن فى سوق السمك. بيّن أثر كل من المتغيرات التالية على كل من الطلب، العرض، وسعر السوق، وكمية التوازن "يجب أن تكون إجابتك إحدى الاحتمالات الأربعة التالية: ( زيادة، إنخفاض ، لا يتغير" لا أثر" ، غير محدد).

1. إرتفاع سعر اللحم العجالى " و الذي يعتبر بديلاً للسمك".
2. إرتفاع سعر الزيت " الذي يعتبر مكملاً لإستهلاك السمك.
3. ارتفاع سعر قوارب صيد السمك.
4. انخفاض سعر شبك صيد السمك.
5. ظهور تكنولوجيا تجميع الأسماك عن طريق الضوء و الصوت.
6. افادت بعض الدراسات الطبية أن لحم الضأن يحتوى على نسبة عالية من الكولسترول " يسبب أمراض القلب وتصلب الشرايين ، بينما تخلو الأسماك من هذه المادة.
7. ( 1 + 3 ) حدثا فى نفس الوقت.
8. (2 +4 ) حدثا فى نفس الوقت.
9. (1+4) حدثا فى نفس الوقت.
10. (2+3) حدثا فى نفس الوقت.

## أسئلة تقويم ذاتي

1. ماذا ينتج عن تغير ظروف الطلب والعرض بالنقصان؟
2. ماذا ينتج عن تغير ظروف الطلب بالنقصان وظروف العرض بالزيادة؟
3. ماذا ينتج عن تغير ظروف كل من الطلب والعرض بالنقصان ؟

# الخلاصة

- يصل سوق سلعة من السلع ( الطماطم الأحمر) مثلاً إلى حالة التوازن عندما تكون الكميات التى يرغب المشترون شراءها ، ولديهم المقدره على شرائها " الكمية المطلوبة" تساوي تماماً الكميات التى يرغب البائعون بيعها ولديهم المقدرة على إنتاجها " الكمية المعروضة.
- نصل إلى حالة التوازن عن طريق الرسم عند تقاطع منحنى الطلب مع منحنى العرض، وتسمى نقطة التقاطع نقطة التوازن أو سعر التوازن "Equilibrium Price" وكمية التوازن " Equilibrium Quantity " للسعلة – ويمكنك تحديد سعر التوازن باسقاط عمود من نقطة التوازن على محور الاسعار " المحور العمودى" وقراءة سعر التوازن. كما يمكنك تحديد كمية التوازن بنفس الطريقة– أي باسقاط عمود على محور الكميات " المحور الافقى" وقراءة مقدار الكمية المطلوبة.
- قد يختلف السعر السائد فى السوق عن سعر التوازن فإذا كان سعر السوق أعلى من سعر التوازن فإن الكمية المعروضة ستكون أكبر من الكمية المطلوبة، ويعاني سوق السلعة فى هذه الحالة مشكلة الفائض . أما إذا كان سعر السوق أقل من سعر التوازن فإن الكمية المطلوبة ستكون أكبر من الكمية المعروضة، ويعاني سوق السلعة فى هذه الحال من مشكلة العجز.
- إذا بدأ سعر السوق أدنى أو أعلى من سعر التوازن فإن قوى السوق ستعمل على تحريك هذا السعر نحو سعر التوازن.
- يبقى سعر التوازن فى حالة إستقرار طالما بقيت ظروف الطلب و العرض ثابته.. وإذا تغير أحد العوامل " أو أكثر من عامل" المؤثرة فى الطلب أو العرض أو كليهما فإن ذلك سيؤدى لانتقال المنحنى ذى العلاقة، مما يؤدى لتغير نقطة التوازن وبالتالي سعر التوازن وكمية التوازن.

## لمحة مسبقة عن الوحدة التالية

فى الوحدة الدراسية التالية سندرس سلوك المستهلك بشئ من التفصيل . وأن المستهلك يستهلك سلعاً وخدمات عديدة لانها تعطيه منفعة ، ونحن نفترض عادة أن هدف المستهلك هو تعظيم المنفعة التى يحصل عليها عند إستهلاكه تلك السلعة أو الخدمات، وسنسعى لتحقيق هدفين أساسيين خلال الوحدة التالية هما: معرفة كيف يصل المستهلك إلى أقصى قدر ممكن من المنفعة فى ضوء دخله وأسعار السلع التى يستهلكها، ومن ثم إستخدام ذلك لاشتقاق جدول " منحنى" الطلب لتلك السلع.

# إجابات التدريبات

## إجابة تدريب (1)

| الفرع | الطلب | العرض | سعر التوازن | كمية التوازن |
|---|---|---|---|---|
| 1 | زيادة | لا تغير | زيادة | زيادة |
| 2 | إنخفاض | لا تغير | انخفاض | انخفاض |
| 3 | لا تغير | انخفاض | زيادة | انخفاض |
| 4 | لاتغير | زيادة | انخفاض | زيادة |
| 5 | لا تغير | زيادة | انخفاض | زيادة |
| 6 | زيادة | لاتغير | زيادة | زيادة |
| 7 | زيادة | انخفاض | زيادة | غير محدد |
| 8 | انخفاض | زيادة | انخفاض | غير محدد |
| 9 | زيادة | زيادة | غير محدد | زيادة |
| 10 | إنخفاض | انخفاض | غير محدد | انخفاض |

# مسرد المصطلحات

- **التوازن Equilibrium**

ذلك الوضع الذى تتسأوى عنده الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة من سلعة ما عند مستوى سعر معين، ويسمى هذا السعر سعر التوازن وكذلك يسمى الكمية كمية التوازن.

- **السعر Price**

المبلغ المدفوع ثمناً لوحدة من سلعة معينة.

- **التغير فى الطلب Change in Demand**

إنتقال منحنى الطلب كاملاً من مكانه إلى اليمين " فى حالة زيادة الطلب" أو اليسار " فى حالة إنخفاض الطلب" ما عدا سعر السلعة ذاتها.

- **التغير فى الكمية المعروضة Change in Quatity Supplied**

الإنتقال من نقطة إلى أخرى على طول منحنى العرض وينتج هذا الانتقال عن تغير سعر السلعة ذاتها.

# المراجع والمصادر


1- Baumol : **Economic Theory and Operations Analysis .**
2- Hanson : **A Textbook of Economics .**
3- Lipsey : **An Introduction to Positive Economics.**
4- Samuelson **: Economics .**


الوحدة الخامسة
سلوك المستهلك

## محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | **123** |
| **تمهيد** | **123** |
| **أهداف الوحدة** | **124** |
| **1. تحليل المنفعة** | **125** |
| 1.1 المنفعة الكلية والمنفعة الحدية | 126 |
| 2.1 قانون تناقص المنفعة الحدية | 137 |
| **2. توازن المستهلك** | **140** |
| **3. فائض المستهلك** | **142** |
| 1.3 صعوبات القياس | 146 |
| 2.3 انتقادات النظرية الحدية | 146 |
| **4. تحليل الطلب باستخدام منحنيات السواء** | **148** |
| 1.4 مفهوم منحنيات السواء | 148 |
| 2.4 الاختيار باستخدام منحنى السواء | 149 |
| 3.4 خريطة السواء | 150 |
| 4.4 خصائص منحنيات السواء | 151 |
| 5.4 استخدام منحنى السواء في تحديد الطلب | 158 |
| **5. خط الميزانية** | **159** |
| **6. موقف توازن المستهلك** | **164** |
| **الخلاصة** | **170** |
| **لمحة مسبقة عن الوحدة التالية** | **172** |
| **إجابات التدريبات** | **173** |
| **مسرد المصطلحات** | **176** |
| **المراجع** | **178** |

# مقدمة

## تمهيد

**عزيزي الدارس،** مرحباً بك إلى الوحدة الخامسة من مقرر الإقتصاد الجزئي وهي بعنوان سلوك المستهلك.

نظرية الطلب من النظريات الأساسية في علم الاقتصاد، وتتضمن مفاهيم اقتصادية أساسية تعتبر من المرتكزات والمحاور التي يقوم عليها وتدور حولها مبادئ علم الاقتصاد نفسه. فلا يمكن انْ يكون هناك سوق أو يكون هناك إنتاج وعرض للسلع الا اذا كان هناك طلب. ويعتبر سلوك المستهلك ركن رئيس في نظرية الطلب شأنه شأن العرض والطلب والمرونات بأنواعها المختلفة. لذلك يهتم علماء وطلاب الاقتصاد بتحليل سلوك المستهلك وتبيان جوانبه وتفاعلاته بصورة ترسخ المفاهيم الاساسية لعلم الاقتصاد.

يتناول هذا الجزء من هذه الدراسة بعض أهم جوانب سلوك المستهلك المتمثلة في تحليل المنفعة واسلوب منحنيات السواء وفائض المستهلك ليغطي بذلك محاور نظرية الطلب.

وفي هذه الوحدة تدريبات وأسئلة تقويم ذاتي مع حلول نموذجية للتدريبات تقع فى نهاية الوحدة بالإضافة إلى أمثلة توضيحية فى ثنايا الوحدة– وقد حرصنا على توفير بعض التدريبات بهدف ترسيخ التعلم وتعزيزه لديك بصفه عامة، ومساعدتك على إنماء موهبتك على فهم هذه الوحدة.. كما ذيلنا هذه الوحدة بمسرد للمصطلحات العلمية التى وردت فى النص الرئيس.

أهلاً بك مرة أخرى إلى هذه الوحدة، نرجو أن تستمتع بدراستها وأن تفيد منها، وأن تشارك فى نقدها وتقيمها.

# أهداف الوحدة

بعد الإنتهاء من هذه الوحدة نأمل أن تكون قادراً على أن:

- تعرف المنفعة، والمنفعة الكلية والمنفعة الحدية.
- تميز بين المنفعة العددية والترتيبية.
- تناقش مفهوم تناقص المنفعة الحدية.
- تعرف المنفعة الحدية لآخر وحدة نقدية.
- تحدد الشروط اللازمة لتعظيم المنفعة.
- تعرف منحنى السواء وخط الميزانية.
- تحدد إمكانية المستهلك.
- تناقش أثر تغير كل من الأسعار على خط الميزانية.
- تربط بين قانون الطلب مع تعظيم المستهلك.
- تشتق منحنى الطلب باستخدام منحنيات السواء وخط الميزانية.

# 1. تحليل المنفعه Utility Analysis

معلوم ان الحاجة شعور يدفع الانسان للحصول على شئ يشبع به حاجته. وحاجات الانسان عديدة ومتنوعه ومتطورة وتختلف من شخص لاخر. والسلع هي عادة الوسيط الذي يشبع به الانسان حاجاته([1]). المنفعه utility هي عبارة عن الاشباع Satisfactionالذي يحصل عليه الانسان باستعماله للسلعة. أو هي عبارة عن ماتضفيه السلعة من اشباع للانسان عند استعماله لها. والمنفعه بهذا المفهوم ليست هي الفائدة usefullness التي يحصل عليها الشخص من استعماله للسلعة. ولكن هناك ارتباط وثيق بين المنفعه والفائدة. اذا ان المنفعه التي يحصل عليها الانسان من السلعة يجعلها مفيدة. فاذا انعدمت المنفعة من السلعة تنعدم فائدتها. اما اذا ظل الانسان يحصل على منفعة من سلعة معينة حتى وان كانت مضرة فانه سيظل يطلبها. لذلك بالرغم من مضار بعض السلع للانسان نجد ان بعض الناس يطلبونها ويستعملونها وتشبعهم ومن امثلة هذه السلع الخمور والسجاير والمخدرات والسموم والأسلحة الفتاكه.

اذاً تعبر المنفعه عن علاقة نفعية تربط بين شخص معين وسلعة محددة في وقت معين وظروف بعينها. بهذا المفهوم فالمنفعه ليست مطلقة Absolute بل هي تقديرية ونسبية comparative، وتختلف من شخص لآخر حسب تقديره الخاص. وقد تختلف المنفعه التي يحصل عليها الشخص الواحد من وقت لآخر حسب حاجة الانسان لها. وتختلف المنفعه كذلك باختلاف المكان والاختلافات الطبيعية والاجتماعية.

**تدريب(1)**

أ) بماذا تهتم نظرية المستهلك؟

ب)ولماذا ندرس نظرية طلب المستهلك؟

[1] حتي اوائل القرن التاسع عشر كانت السلع المادية وحدها هي التي تعتبر سلعاً، حتي غير الاقتصادي الفرنسي كورنو Augustin Cournot هذا المفهوم بتاكيد ان الخدمات ايضاً تشبع حاجة الانسان وينبغي ان تعتبر سلعاً وجاءت افكاره في مؤلفة Research into the Mathematical principle weath الذي صدر عام 1838م وترجم الي الانجليزية عام 1927م .

اهتم علماء الاقتصاد الاوائل بتحليل المنفعه التي يحصل عليها المستهلك من استعماله للسلعة وحاولوا التعرف على مقدار الاشباع الذي يحصل عليه الفرد من استخدامه وحدات متتالية من السعة وحاولوا استخدام طريقتين لقياس مقدار الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك باستخدام وحدات منفعه ( utils) ككلمة مشتقة من كلمة منفعه نفسها utilty. تقترح الطريقة الأولى ترتيب المناقع التي يحصل عليها الانسان من استعمال وحدات متتالية من السلعة ترتيباً تدريجياً Ordinal Utility Rankingحسب الأسبقية أو الأفضلية للمفاضلة بين ما يحصل عليه من منفعه من كل وحدة.

لكن بعض اقتصادي أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين رأوا امكانية قياس مقدار الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك قياساً كمياً أي قياساً عددياً، Cardinal Utility Measure بافتراض أنّ كل وحدة من الوحدات المتتالية الاستعمال من السعلة لها وحدات منفعه ( utils) يمكن أنّ تقاس بالأرقام ، كلا هاتين الطريقتين ساعدت كثيراً في شرح مقدار الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك كنماذج لتوضيح سلوك المستهلك وتفسير أسباب سلوك المستهلك للوصول إلى توازنه المنشود. لكن جهود علماء الاقتصاد في تفسير السلوك الاقتصادي للمستهلك أظهرت اساليب أفضل في تحديد سلوك المستهلك كما سنرى لاحقاً.

## 1.1 المنفعه الكلية والمنفعه الحدية

تنقسم المنفعة إلى منفعة كلية (TU) Total utility ومنفعه حدية ( MU) Marginal Utility. فاذا افترضنا ان المنفعة يمكن أنْ تقاس، فان المنفعة الحدية هي عبارة عن مقدار المنفعة التي يحصل عليها المستهلك من استهلاكه للوحدة الاخيرة من السلعة بغض النظر عن عدد الوحدات التي استهلكها من السلعة.

فالوحدة الاخيرة هي الوحدة الأولىاذا استعمل المستهلك وحدة واحدة، هي الوحدة الرابعة اذا استهلك اربع وحدات، وهي الوحدة السابعة اذا استهلك سبع وحدات ... الخ. لذلك يطلق على المنفعة الحدية لفظ الحدية لانها الحد الفاصل بين الوحدات التي استهلكها المستهلك والوحدات التي لم يستهلكها. وتتناقص المنفعة الحدية مع الاستعمال إلى ان تصل إلى الصفر وربما دون ذلك.

اما المنفعة الكلية فهي مجموع المنافع الحدية التي يحصل عليها المستهلك من استهلاكه لوحدات متتالية من السلعة. الاستمرار في زيادة الاستهلاك من سلعة واحدة يزيد من المنفعه الكلية ولكن

بنسب متناقصة ولو استمر المستهلك في استهلاك وحدات متتالية من السلعة فان المنفعه الكلية تزداد حتى تصل إلى حد اقصى لايمكن ان تزيد بعده. بل تبدأ المنفعه الكلية بعد ذلك في التناقص.

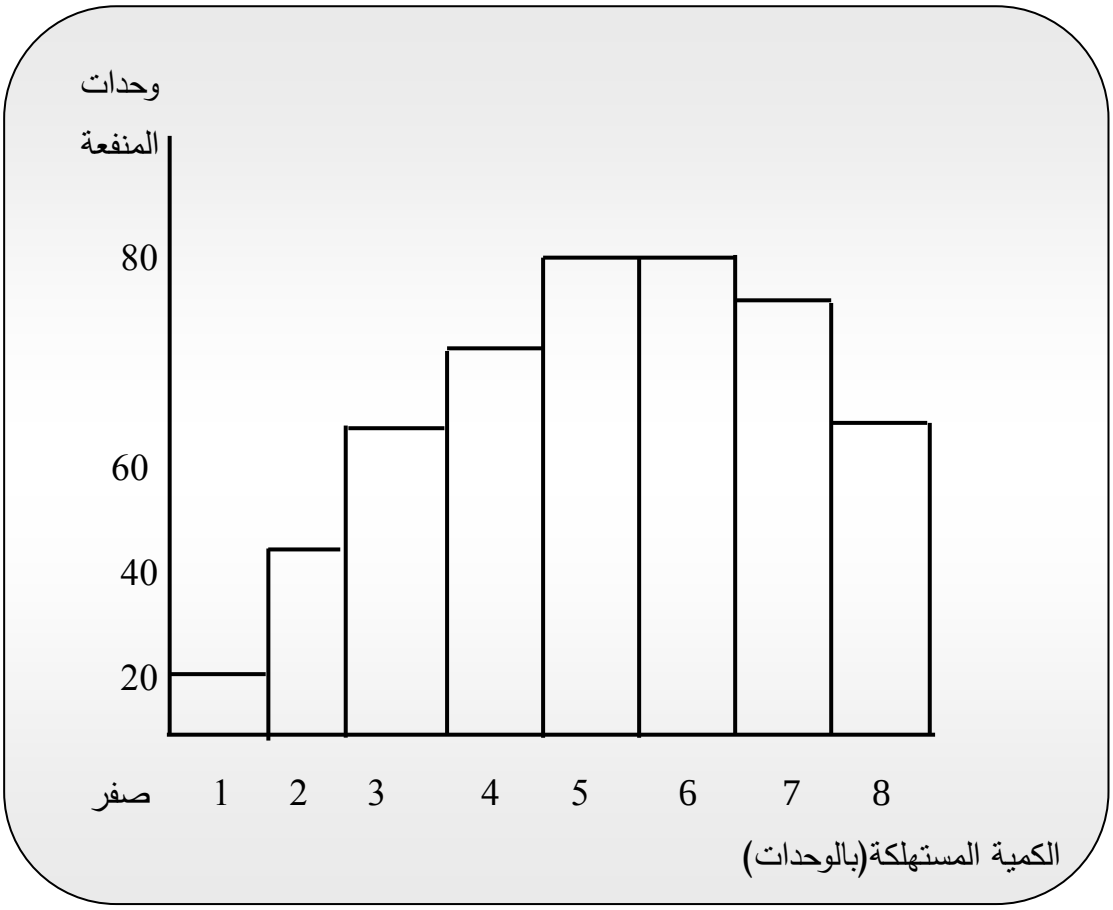
الجدول التالي يوضح اتجاهات المنفعة الكلية والحدية

| الوحدات المستعملة | المنفعة الكلية TU | المنفعة الحدية MU |
|---|---|---|
| صفر | صفر | صفر |
| 1 | 20 | 20 |
| 2 | 38 | 18 |
| 3 | 52 | 14 |
| 4 | 62 | 10 |
| 5 | 67 | 5 |
| 6 | 67 | صفر |
| 7 | 61 | 6- |
| 8 | 46 | 15- |

**جدول رقم 5-1**

**جدول المنفعة الكلية والحدية**

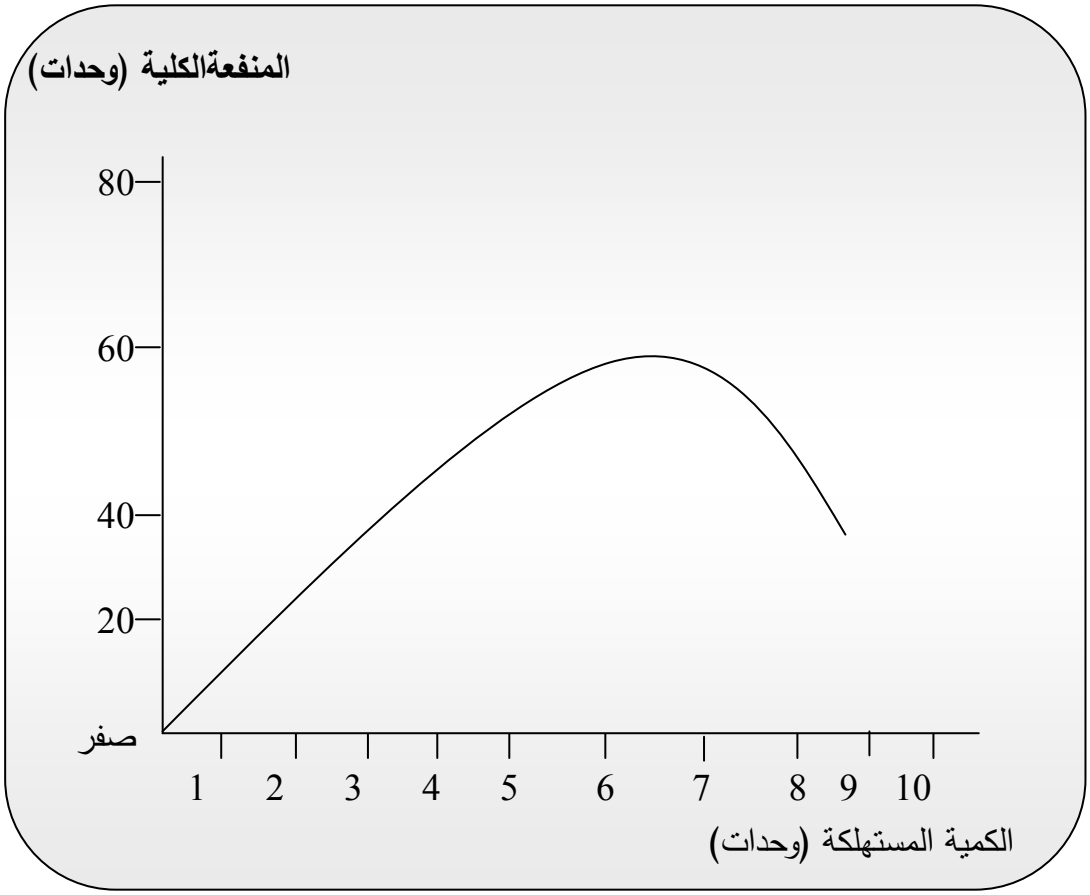
يلاحظ من جدول المنفعة رقم 5-1 أن المنفعة الكلية (TU) تتزايد مع الاستمرار في استهلاك وحدات متتالية من السلعة إلى أن تصل اقصى مستوى لها عند استعمال الوحدة السادسة من السلعة. استعمال أي وحدات اضافية يؤدي إلى تناقص المنفعة الكلية. ويمكن تبيان نفس هذا المفهوم في الشكل رقم 5-1 التالي الذي يوضح تجميع المنفعة الكلية التي يمكن الحصول عليها مع استعمال وحدات متتالية من السلعة بافتراض أنّ وحدات المنفعة يمكن أنْ تجمع في مجموعات وفق الكمية المستهلكة من السلعة.




**شكل رقم 5-1**

**مدرج المنفعة الكلية**

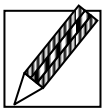
يمكن ايضاً توضيح نفس هذا التفاعل بين الوحدات المستعملة من السلعة تباعاً ووحدات المنافع الكلية التي يحصل عليها المستهلك من استعماله للسلعة بيانياً في شكل منحنى للمنفعة الكلية. يعكس مسار المنحنى نفس المفهوم الذي يقول ان كميات المنافع الكلية التي يحصل عليها المستهلك تتزايد تدريجياً إلى ان تصل إلى مستوى أعلى لايمكن ان تزيد المنافع الكلية. مع استهلاك وحدات اضافية من السلعة بل ان استمرار استهلاك وحدات اضافية يؤدي إلى انخفاض المنافع الكلية التي يحصل عليها المستهلك. والشكل 5-2 التالي يوضح منحنى المنفعه الكلية الذي يعبر عن اتجاه اجمالي الاشباع الذي يتحقق للمستهلك خلال فترة زمنية محددة من واقع الجدول رقم 5-1 السابق.




**شكل 5-2**

**منحنى المنفعة الكلية**

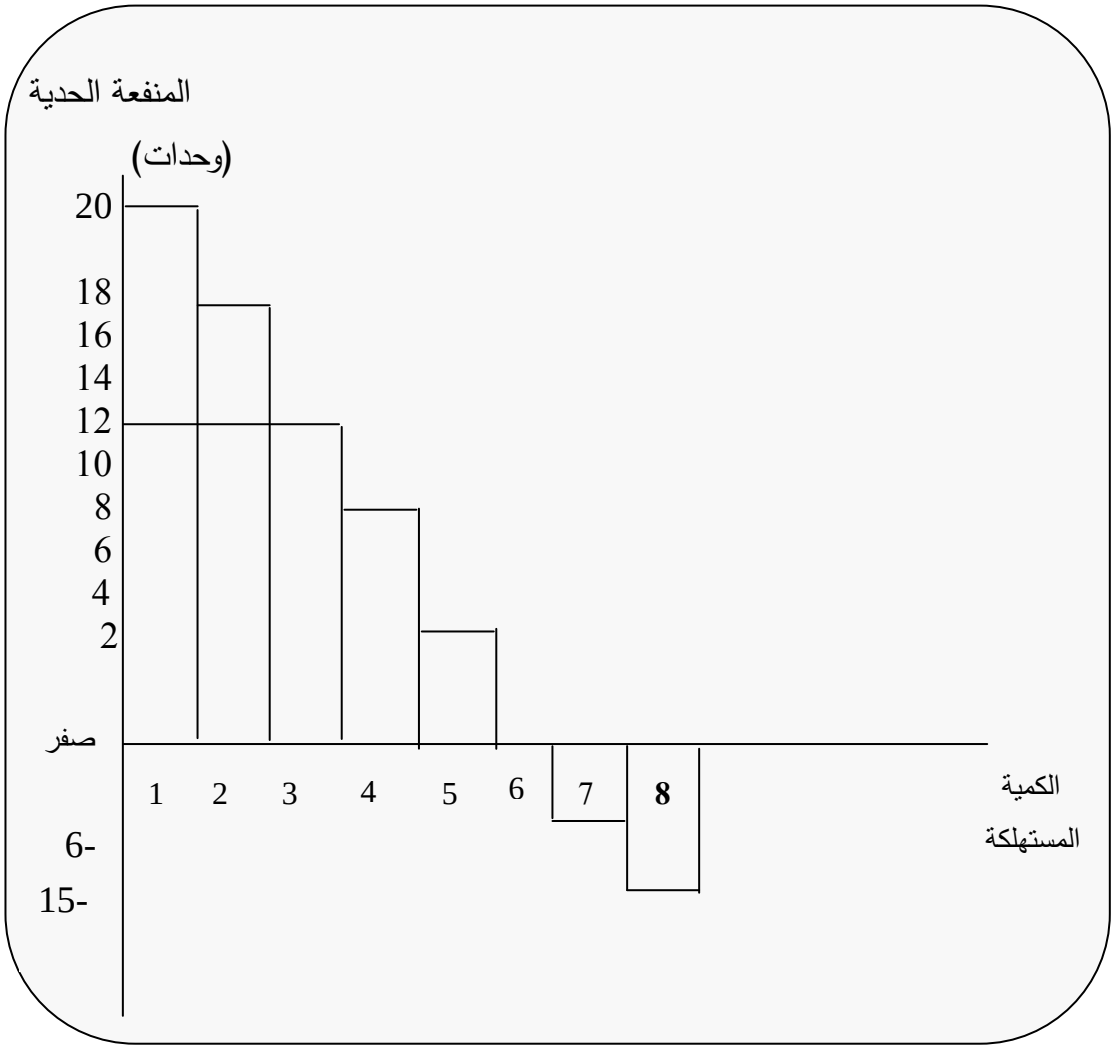
**تدريب (2)**



من بيانات المنفعة الكلية للسلعة (س)الوارده فى الجدول أدناه أستنتج جدول المنفعة الحدية.

| $Q^2$ | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| $TU^2$ | 0 | 7 | 13 | 18 | 22 | 25 | 27 | 25 | 28 | 27 |

الجدول رقم 5-1 السابق يعكس بصورة واضحة ايضاً موقف المنفعة الحدية (MU) مع الاستمرار في استهلاك وحدات متتالية من السلعة. يوضح الجدول أنّ المنفعة الحدية التي يحصل عليها المستهلك تتناقص مع الاستمرار في استعمال السلعة. يستمر هذا التناقص إلى ان تصل المنفعة الحدية إلى الصفر عند الوحدة السادسة ثم تصير سالبة اذا استمر استهلاك وحدات اضافية من السلعة ( الوحدة السابعة والثامنة في الجدول ). ويمكن تبسيط هذه الصورة في الشكل المتدرج التالى للمنفعة الحدية




شكل رقم 5-3

مدرج المنفعة الحدية

الجدول 5-1 والشكل 5-3 المرسوم من بيانات الجدول نفسه يوضحان ان المنفعة الحدية تتناقص باستعمال وحدات متتالية من السلعة حتى تصل المنفعة الحدية إلى الصفر عند الوحدة السادسة. يعني ذلك ان استعمال الوحدة السادسة لاتعطي أي منفعة اضافية. بل ان المنفعة الحدية تتدهور إلى ما دون الصفر اذا استمر استهلاك وحدات اضافية من السلعة كما يظهر عند

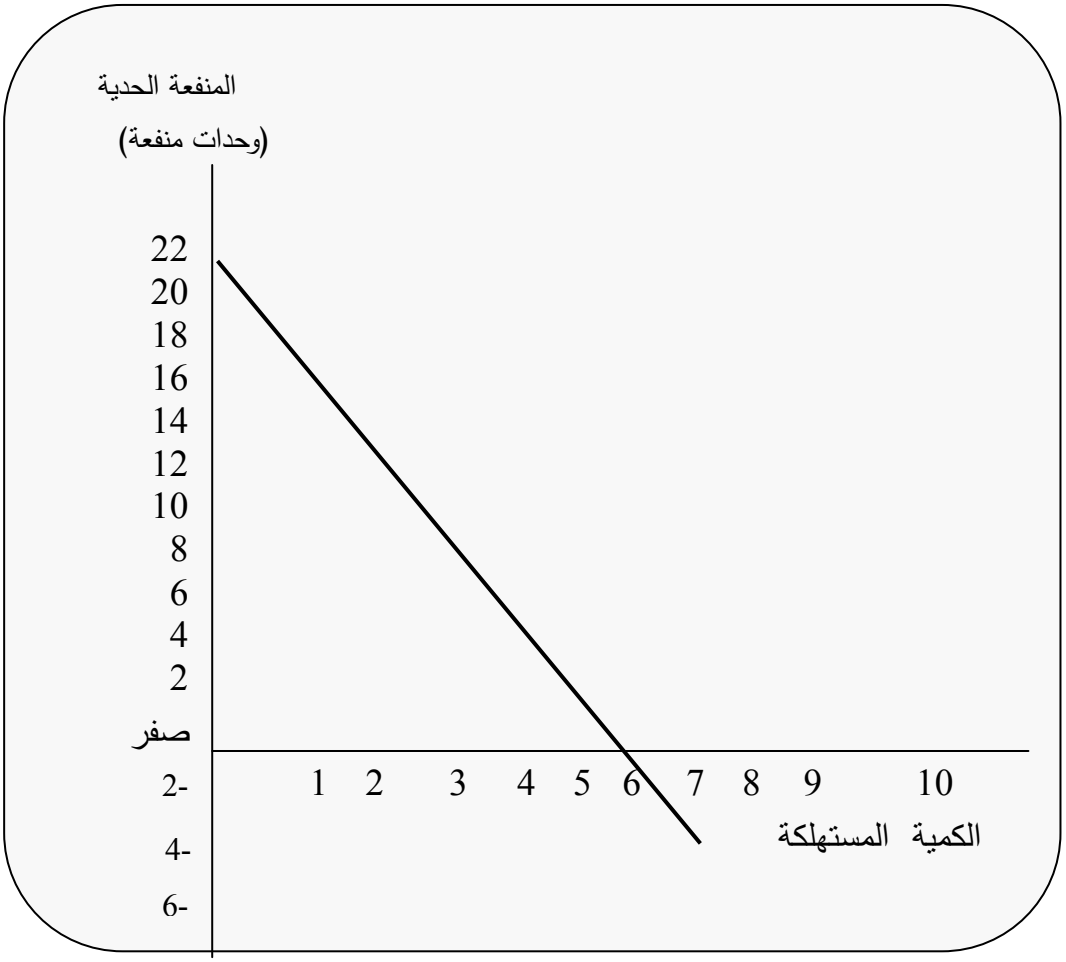
استعمال الوحدتين السابعة والثامنة في الجدول والشكل السابقين. فالوحدات التي تعطي منفعة حدية اقل من الصفر لا تقدم أي اشباع اضافي للمستهلك، بل قد تسبب له ضرراً

يجد التحليل الاقتصادي تفسيراً معقولاً لتناقص المنفعة الحدية مع الاستمرار في استعمال وحدات متتالية من السلعة يمكن توضيح ذلك في التالي :

اولاً: من طبيعة حاجات الانسان انها قابلة للاشباع فاستمرار استعمال وحدات متتالية من السلعة يؤدي بالضرورة إلى الاشباع التدريجي حتى يصل في النهاية إلى الاشباع الكامل. لذلك فان الوحدات الحدية للسلعة تتناقص مع الاستمرار في الاستهلاك حتى تصل إلى الصفر

ثانياً: حاجات الانسان متعددة. استعمال سلعة واحدة يعطي المستهلك قدراً من المنفعة حتى مستوى الاشباع. بعد وصول مستوى الاشباع لايمكن استخدام نفس هذه السلعة لتحقيق منفعة باستعمالها بديلاً لسلعة أخرى لان كل سلعة تعطي اشباعاً معيناً للمستهلك. وبذلك تصل المنفعة الحدية لاي سلعة عند الاشباع الكامل إلى الصفر.

التفاعل الذي حدث بين استعمال وحدات متتالية من السلعة والمنافع الحدية المتحصلة منها كما جاء في جدول رقم 5-1 وشكل رقم 5-3 يمكن تبيانه بيانياً في منحنى المنفعة الحدية التالية :




**شكل رقم 5-4**

**منحنى المنفعة الحدية**

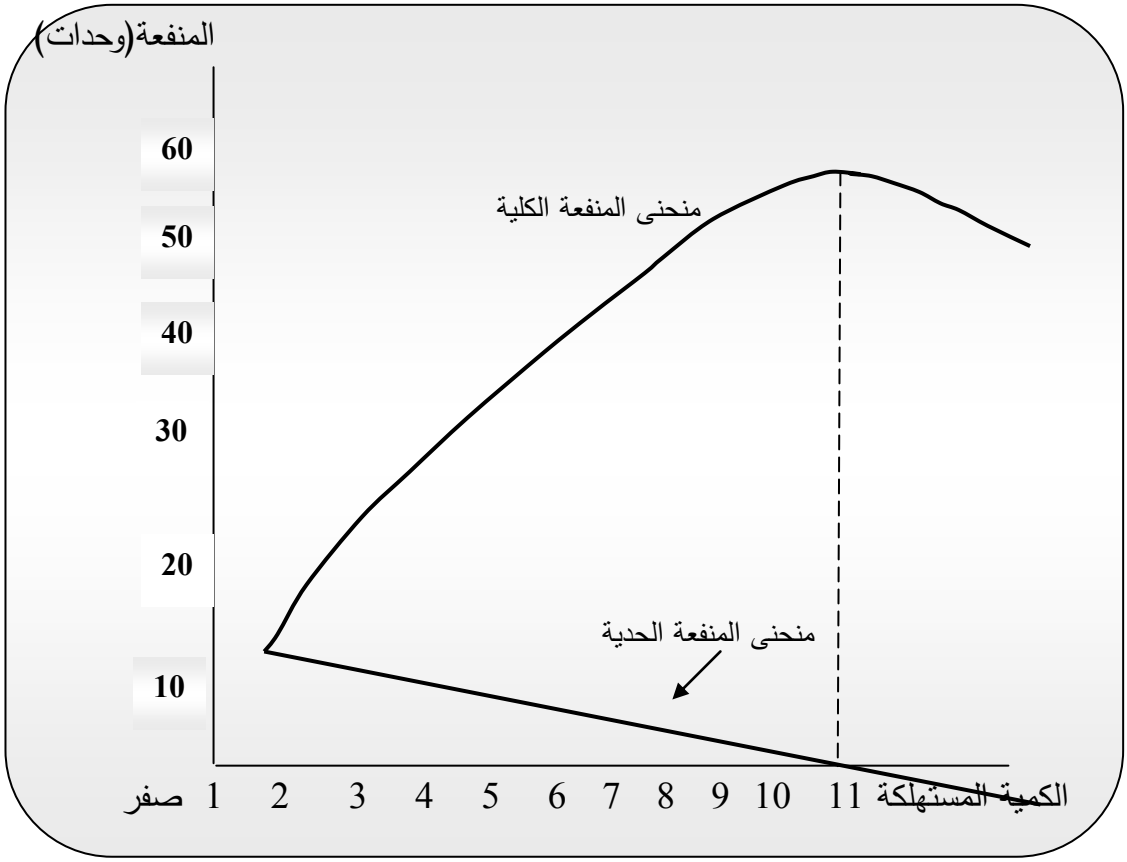
المفهوم العام بان المنفعة الكلية تتزايد مع الاستمرار في استعمال وحدات متتالية من سلعة معينة حتى تصل مستوى اقصي من الاشباع ثم تبدأ في الانخفاض وأنّ المنفعة الحدية المتناقصة من الاستعمال المستمر للسلعة ( مقاسة بوحدات منفعة Utils) يبرزه لنا الجدول رقم 5-2 التالي :

| الكمية المستهلكة (وحدات سلعة) | المنفعة الكلية (وحدات منفعة ) | المنفعة الحدية ( وحدات منفعة ) |
|---|---|---|
| صفر | صفر | صفر |
| 1 | 10 | 10 |
| 2 | 19 | 9 |
| 3 | 27 | 8 |
| 4 | 34 | 7 |
| 5 | 40 | 6 |
| 6 | 45 | 5 |
| 7 | 49 | 4 |
| 8 | 52 | 3 |
| 9 | 54 | 2 |
| 10 | 55 | 1 |
| 11 | 55 | صفر |
| 12 | 54 | 1- |
| 13 | 52 | 2- |
| 14 | 49 | 3- |

**جدول رقم 5-2**

**جدول المنفعة**

العلاقات الواردة في جدول رقم 5–2 بين الوحدات المستعملة على التوالي من سلعة معينة ووحدات المنفعة (Utils) الكلية والحدية المتحصلة عليها من الاستمرار في استعمال وحدات السلعة تظهر بصورة واضحة في اشكال واتجاهات منحنى المنفعة الكلية ومنحنى المنفعة الحدية. فيلاحظ ان منحنى المنفعة الكلية يتصاعد إلى مستوى معين ثم يبدا في الانخفاض وان منحنى المنفعة ينخفض تدريجياً إلى ان يصل إلى الصفر وإلى ما دون ذلك كما يظهر في الشكل التالي




**شكل رقم 5–5**

**منحنى المنفعة الكلية والمنفعة الحدية**

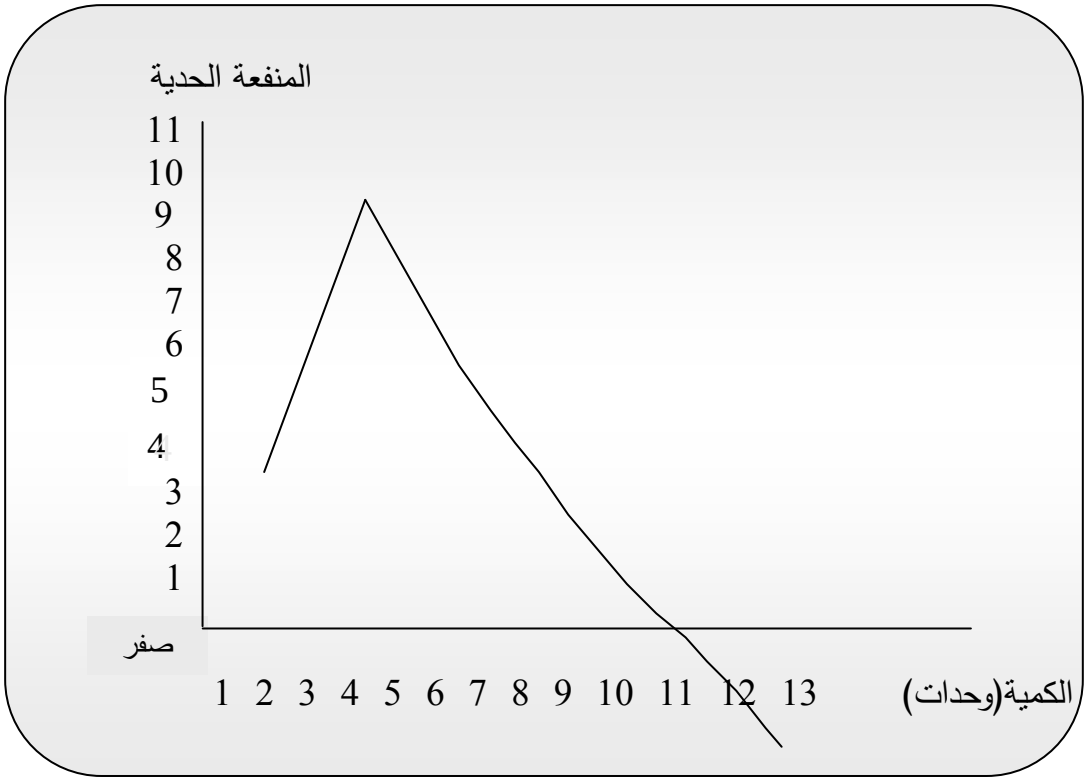
لاشباع رغباته يتجاوب المستهلك لانخفاض اسعار السلعة بزيادة مشترياته من هذه السلعة ويعتمد تجاوبه بزيادة المشتريات على المنفعة الحدية وليس المنفعة الكلية. لاختلاف السلع ولاختلاف

طبيعتها ووحداتها وأهميتها للانسان، فانّ منحنيات المنفعة الحدية تختلف في أشكالها بناءً على موقع السلعة المعينة بالنسبة لبقية السلع، وتختلف في درجة انخفاضها، فمنها ما ينحدر ببطء ومنها ماينحدر بشدة. ومع بقاء المفهوم العام لانخفاض المنافع الحدية مع استعمال وحدات متتالية من السلع، فان بعض السلع ذات الوحدات الصغيرة نسبياً قد تعطي احساساً بمزيد من الاشباع مع توالي استخدام وحدات متتالية من السلعة حتى تصل إلى مرحلة تبدا المنفعة الحدية في الانخفاض مع الاستمرار في استعمال مزيد من وحدات هذه السلعة حتى تصل المنفعة الحدية إلى الصفر (كحبات العنب أو التمر على سبيل المثال).

| حبات العنب | المنفعة الكلية (وحدات منفعة ) | المنفعة الحدية (وحدات منفعة ) |
|---|---|---|
| صفر | صفر | صفر |
| 1 | 3 | 3 |
| 2 | 8 | 5 |
| 3 | 15 | 7 |
| 4 | 24 | 9 |
| 5 | 31 | 7 |
| 6 | 36 | 5 |
| 7 | 40 | 4 |
| 8 | 43 | 3 |
| 9 | 45 | 2 |
| 10 | 46 | 1 |
| 11 | 46 | صفر |
| 12 | 42 | 4- |
| 13 | 33 | 9- |

**جدول رقم 5-3**

**جدول المنفعه الحدية**




**شكل رقم( 5-6)**

**منحنى المنفعة الحدية**

ومن واقع هذا التحليل ومن جداول المنفعة السابقة ومنحنيات المنفعة الكلية والحدية التي رصدت منها نستخلص النتائج التالية :

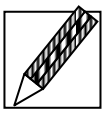
1-عندما تتزايد المنفعة الكلية بمعدلات متزايدة، Increasing at an increasng rate تكون المنفعة الحدية متزايدة كما في الجدول (5-3) والشكل (5-6)

2-عندما تزيد المنفعة الكلية بمعدلات متناقصة، Increasing at a decreasing rate تكون المنفعة الحدية متناقصة.

3-تصل المنفعة الكلية أقصى درجاتها عندما تصل المنفعة الحدية إلى الصفر (جدول رقم 5-3 والشكل رقم 5-5)

4-عندما تبدأ المنفعة الكلية في التناقص تكون المنفعة الحدية سالبة

**تدريب(3)**



من جدول المنفعة الحدية الذى حصلت عليه فى إجابتك للتدريب (2) إذا علمت أن الكمية QX تعبر عن قطع الحلوى التى يستهلكها الفرد فى اليوم.
اشرح ما الذى تعكسه دالة المنفعة؟

# 2.1 قانون تناقص المنفعة الحدية

**Law of Diminishing Marginal Utility**

وضح لنا تحليل المنفعة حتى الان ان الانسان يستهلك السلع للحصول على اشباع منها. وان الفرد يحصل على اشباع اكبر من الوحدات الأولىمن السلعة وعلى اشباع اقل من الوحدات الاخيرة. وبذلك تتناقص المنفعة مع الاستمرار في استهلاك وحدات متتالية من السلعة حتى تصل المنفعة الحدية إلى الصفر.

اطلق مارشال ( Marshall, pp78-110 )على ظاهرة تناقص المنفعة الحدية التي يحصل عليها الانسان من الاستعمال المتتالي من السلعة :" قانون تناقص المنفعة الحدية.

ومؤدي هذا القانون ان المنفعة الحدية لاي سعلة تتناقص مع الاستمرار في استعمال وحدات متتالية من السلعة حتى تصل المنفعة الحدية إلى الصفر.

لينطبق قانون تناقص المنفعة الحدية، وشأنه شأن كثير من القوانين، ينبغي توافر بعض الافتراضات،

(1) ضرورة تجانس الوحدات المستهلكه من السلعة، وان تحمل كل منها نفس مواصفات الوحدات الأخرى وتعطي نفس الاشباع الذي تعطيه أي وحدة أخرى من السلعة.

(2) ان تكون وحدات السلعة صغيرة يستهلك الفرد منها وحدات عديدة.

(3) امكانية قياس المنفعة المتحصلة من استخدام كل وحدة من وحدات السلعة للتعرف على مقدار الاشباع الذي تعطيه كل وحدة.

(4) عدم وجود فارق زمني بين استخدام وحدة وأخرى حتى لا يؤثر ذلك على درجة الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك من كل وحدة.

(5) توفر عقلانية المستهلك في تصرفاته الاقتصادية وقدرته على وزن الأشياء بصورة عقلانية ورشيدة

(6) أن تبقى جميع الاشياء المؤثرة على الطلب ثابته Ceteris Paribus

بهذا المفهوم فان المنفعة الحدية للنقود التي تصرف على أي سلعة من السلع تساوي المنفعة الحدية للسلعة مقسومة على سعرها. ويتحقق التوازن بين السلع فقط عندما يحدث هذا التساوي فى جميع السلع مع المنفعة الحدية للنقود ( الدخل ). بذلك يكون الوضع كالآتي :

المنفعة الحدية للسلعة أ = المنفعة الحدية للسلعة ب

سعر السلعة أ سعر السلعة ب

= المنفعة الحدية للسلعة ج = المنفعة الحدية للسلعة ن

سعر السلعة ج سعر السلعة ن

= المنفعة الحدية للنقود (الدخل )

او

$$\frac{MUx}{Px} = \frac{Muy}{Py} = \frac{Mz}{Pz} \ldots \frac{MUn}{Pn} = 1$$

حيث:

MU: المنفعة الحدية

P: السعر

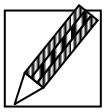
I: الدخل المصروف على السلع

x,y,z….n: السلع المستهلكه

في هذه الحالة فان الكمية Q المشتراه من كل سلعة مضروبة في السعر P لكل منها تساوي الدخل المصروف على هذه السلع

$$Qx.Px + Qy.Py + Qz.Pz \ldots + Qn.Pn = 1$$

## تدريب (4)



تناول بالشرح القيود التى يواجهها المستهلك عند طلبه تعظيم المنفعة الكلية من إنفاقه.

يوضح الجدول أدناه بيانات المنفعة الحدية للفرد من السلعتين (س/ ص) أفرض أن سعر كل من (س / ص) دينارين وأنّ دخل الفرد فى الفترة الزمنية هو 10 دينارات وينفقها جميعها على السلعتين (س / ص).

- أذكر شروط توازن هذا الفرد.
- إذا كانت السلعة (ص) هى المدخرات/ كيف يتأثر شرط التوازن؟
- أفرض أن المنفعة الحدية للوحدة الرابعة من (ص) كانت (7) بدلاً من (8). ما أثر ذلك على شرط التوازن.
- أفرض أن المنفعة الحدية لسلعة (س) تزداد بإستمرار كلما استهلك الفرد مزيداً من (س) بينما يبقى جدول المنفعة الحدية للسلعة (ص) دون تغيير كما هو موضح فى الصف الثالث من الجدول – كيف يرتب المستهلك إنفاقه ليعظم منفعته الكلية.

| Q | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| MUx | 16 | 14 | 11 | 10 | 9 | 8 | 7 | 6 | 5 | 3 | 1 |
| MU | 15 | 13 | 12 | 8 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 |

## أسئلة تقويم ذاتى



1. عرف المنفعة، المنفعة الحدية، المنفعة الكلية.
2. على ماذا يدل تناقص المنفعة الحدية؟
3. عرف المنفعة الحدية لوجود نقود – كيف تحسبها؟
4. ما الشروط التى يجب أن تتحقق حتى يعظم المستهلك منفعته؟
5. عرف منحنى الطلب.
6. ماهى العوامل التى نفترضها ثابته عند إشتقاق منحنى الطلب؟

## 2. توازن المستهلك Consumer's Equilibrium

معلوم ان المستهلك يحتاج لسلع عديدة لاشباع رغباته. وتعتمد قدرة المستهلك على تحقيق رغباته وتعظيم منفعته باستهلاك السلع التي يحتاج اليها على مايملك من نقود لشراء هذه السلع. ومعلوم ان دخل المستهلك العادي مقارنة باحتياجاته العديدة محدود. لذلك فان المستهلك العاقل الرشيد يوازن بين احتياجاته من السلع ودخله المحدود للحصول على اقصي اشباع من كل السلع التي يستهلكها. والتوازن لايحدث الا اذا تم توزيع الدخل على كل السلع التي يحتاج اليها المستهلك والتاكد من أنّ المنافع الحدية التي يحصل عليها من كل السلع متساوية مقارنة مع اسعارها. بعبارة أخرى يقوم المستهلك بعمل مقارنة بين المنافع الحدية للسلع التي يريد الحصول عليها من جانب واسعار هذه السلع من الجانب الاخر. وكلما تغيرت أسعار السلع المختلفة يغير المستهلك كميات مشترياته من السلع المختلفة في ظل الاسعار الجديدة. ويحكم هذا الوضع الجديد ايضاً تساوي المنافع الحدية لهذه السلع منسوبة إلى أسعارها.

نعلم من هذا التحليل ان تعظيم المنفعة الكلية للسلعة يكون بانفاق دخل المستهلك على السلع التي يريد شراءها بحيث تتساوي المنفعة الحدية لكل السلع لما قيمته وحدة نقدية واحدة. ولتبسيط هذه الصورة وتوضيحها نعطي المثال التوضيحي التالي :

نفترض ان المستهلك يريد شراء سلعتين فقط السلعة أ والسلعة ب. تعطي كل من السلعتين منفعة حدية محددة لكل وحدة من السلعة كما موضح في الجدول رقم 5-4 امام كل وحدة على النحو التالي :

| عدد الوحدات المستعملة من الوحدة | المنفعة الحدية للسلعة أ ( وحدات منفعة) | المنفعة الحدية للسلعة ب ( وحدات منفعة) |
|---|---|---|
| 1 | 44 | 45 |
| 2 | 40 | 40 |
| 3 | 36 | 35 |
| 4 | 32 | 30 |
| 5 | 28 | 25 |
| 6 | 24 | 20 |

**جدول رقم 5-4**

**المنافع الحدية للسلعتين (أ) و (ب)**

فاذا افترضنا ان سعر السلعة الأولىكان 4 الف دينار وسعر السلعة الثانية 5 الف دينار فان الجدول الصرف للسلعتين الذي يوضح العلاقة بين المنفعة الحدية للسلعة وسعرها يظهر على النحو التالي :

| عدد الوحدات المستعملة من الوحدة | المنفعة الحدية للسلعة أ / سعر السلعة أ | المنفعة الحدية للسلعة ب / سعر السلعة ب |
|---|---|---|
| 1 | 11 | 9 |
| 2 | 10 | 8 |
| 3 | 9 | 7 |
| 4 | 8 | 6 |
| 5 | 7 | 5 |
| 6 | 6 | 4 |

**جدول رقم 5-5**

**جدول المنفعة الحدية للصرف**

بافتراض ان للمستهلك دخل محدد وان المنفعة الحدية للنقود ثابته على أنّ وحدة النقد الواحدة تساوي 6 وحدات منفعة، فان المنفعة الحدية للسلعة مقسومة على سعر ها تساوي 6 وحدات منفعة (MU=6 ). في هذه الحالة الافتراضية في الجدولين اعلاه فان المستهلك سيكون في حالة توازن اذا اشترى 6 وحدات من السلعة(أ) وأربعة وحدات من السلعة (ب).

لابد من الاشارة هنا إلى أنّ تحليل توازن المستهلك بهذه الصورة يعتمد على عدد من الافتراضات:

1-المستهلك عاقل ورشيد ويسعى لتحقيق أكبر اشباع ممكن بتوزيع دخله على السلع المختلفة.

2-دخل المستهلك ثابت لحظة التحليل لان حجم الدخل يؤثر على المنفعة الحدية للنقود.

3-اسعار السلع الأخرى ثابته ولايستطيع المستهلك التاثير عليها بزيادة أو تخفيض مشترياته.

اما اذا تغيرت هذه الظروف بالزيادة أو النقصان فان ذلك يؤثر على توازن المستهلك حسب الوضع الجديد بما يساوى المنافع الحدية للسلع مقسومة على اسعارها مع المنفعة الحدية للنقود.

**تدريب (5)**



من الجدول الموضح فى تدريب رقم (4) من هذه الوحدة
ماهو الجزء من دالة المنفعة الحدية الذى يتصرف المستهلك على مداه؟

## 3. فائض المستهلك

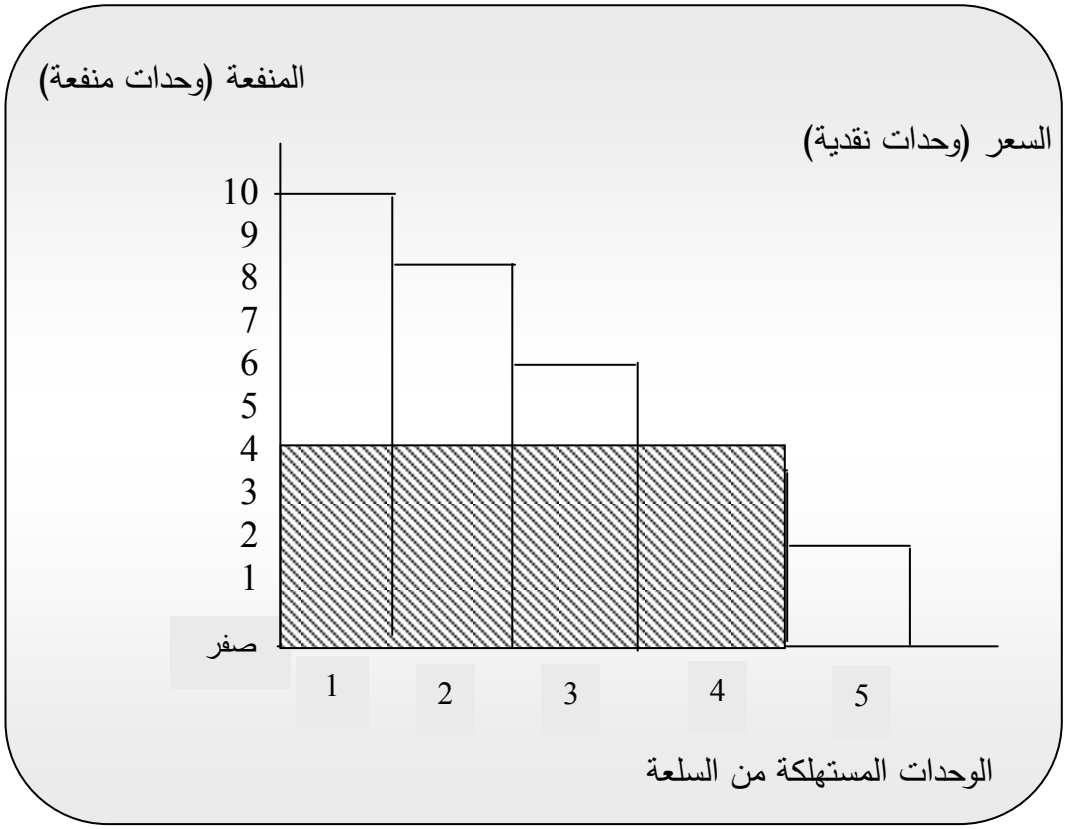
يتضح من تحليل المنفعة أنّ المنفعة الحدية التي يحصل عليها المستهلك من السلعة تتناقص مع الاستمرار في الاستهلاك حتى تصل المنفعة الحدية إلى الصفر. بافتراض أنّ وحدة واحدة من النقود تعطي وحدة واحدة من المنفعة من السلعة، فان وصول المنفعة الحدية إلى الصفر يعني أنّ المستهلك ليس على استعداد لدفع وحدة من النقود للحصول على وحدة اضافية من السلعة والسبب في ذلك ان المنفعة التي سيحصل عليها من وحدة النقود ستكون اكبر من منفعة الوحدة

الاضافية من السلعة بعد وصول المنفعة الحدية إلى الصفر. لذلك يتوقف المستهلك عن شراء هذه الوحدة الاضافية.

يوضح هذا المفهوم أنّ الوحدات التي اشتراها المستهلك قبل وصول المنفعة إلى الصفر اعطته اشباعاً يفوق ما دفعه فيها من نقود وبعبارة أخرى فان الوحدات النقدية التي دفعها المستهلك لشراء الوحدات الأولىمن السلعة كانت منفعتها للمستهلك اقل من المنافع التي تحصل عليها من استعمال تلك الوحدات من السلعة. اذا فان الوحدات الأولىالتي استعملها المستهلك من السلعة اعطته منفعة حقيقية اكبر من منفعة النقود التي دفعها فيها. والسبب في ذلك ان السعر ثابت وأنّ الوحدة الأولى من السلعة تعطي منفعة حدية اكبر من الوحدة الثانية، وان الوحدة الثانية تعطي منفعةحدية اكبر من الوحدة الثالثة ...الخ. فالفرق بين مايحصل عليه المستهلك من منفعة حقيقية من كل وحدة وما دفعه فيها من ثمن هو فائض تحصل عليه المستهلك دون دفع ثمن اضافي. وقد اوضح الفريد مارشال مفهوم فائض المستهلك بانه مقدار الزيادة فى الثمن الذى كان المستهلك على استعداد لدفعه لشراء السلعة فوق الثمن الذي دفعه فيها فعلاً حتى لا يحرم من شرائها كلية.(Marshall, pp103-110)

لتوضيح هذا المفهوم نعطي المثال التالي ونرصده من الشكل 5-7 التالي :

بافتراض أنّ الوحدة الواحدة من النقود تساوي وحدة واحدة من المنفعة التي يحصل عليها . فاذا كان سعر السلعة 4 وحدات من النقود (دينار ) وكانت المنافع التي يحصل عليها المستهلك هي 10 وحدات منفعة من الوحدة الأولىمن السلعة، و8 وحدات منفعة من الوحدة الثانية من السلعة، و6 وحدات منفعة من الوحدة الثالثة من السلعة، و4 وحدات منفعة من الوحدة الرابعة من السلعة، ووحدتين منفعة من الوحدة الخامسة من السلعة، ولامنفعة على الاطلاق (صفر) من الوحدة السادسة من السلعة. في هذه الحالة يشتري المستهلك الوحدات الاربعة الأولى من السلعة لان المنفعة الحدية الرابعة تعطي منفعة تساوي السعر المحدد باربع وحدات نقدية. والشكل التالي يوضح الحالة.



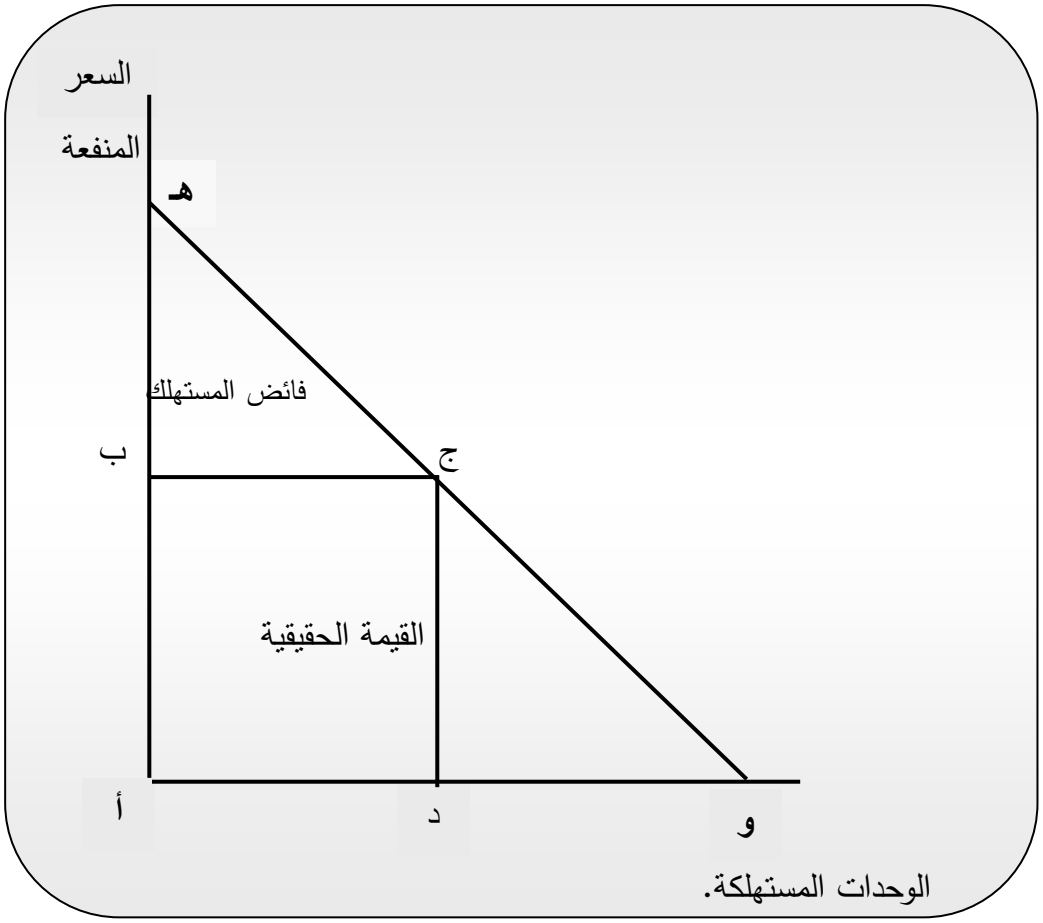

**شكل رقم(5-7)**

**فائض المستهلك**

في هذا الشكل نظراً لان الوحدة الأولىتعطي 10 وحدات منفعة وان السعر 4 وحدات نقدية فان المستهلك يحصل على فائض منفعة مقدارها 6 وحدات منفعة (10-4=6). فكان المستهلك على استعداد لشراء الوحدة الأولى من السلعة حتى ولو كان سعرها 10 وحدات نقدية. اما اذا اشتري المستهلك وحدتين من السلعة سيحصل على 8 وحدات منفعة من الوحدة الثانية وذلك بزيادة 4 وحدات منفعة لمادفعه في هذه الوحدة (8-4=4). وعند شراء المستهلك لثلاث وحدات من السلعة سيحصل على 6 وحدات منفعة مقابل 4 وحدات نقدية مدفوعة وذلك بزيادة وحدتي منفعة عما دفعه فيها (6-4=2). اما عند شراء الوحدة الرابعة سيحصل المستهلك على اربع وحدات منفعة مقابل اربع وحدات نقود، أي تساوت المنفعة الحدية للسلعة والمنفعة الحدية للنقود دون أي فائض في المنفعة. اما اذا تمادي المستهلك في الشراء فانه سيحصل على منفعة حدية اقل مما سيدفعه

في أي وحدة بعد الوحدة الرابعة. لذلك سيكتفي المستهلك بشراء اربع وحدات فقط من السلعة. وسيحصل مقابل ذلك على فائض كلي للمنفعة مقداره مجموع الفوائض من الوحدات الثلاث الأولى6+4+2=12 وحدة منفعه. فالمساحة المظللة في الشكل (5-7) هو مادفعه المستهلك من النقود ومايعلوها فائض حصل عليه المستهلك فوق مادفعه بالفعل.

يبين الشكل الهندسي التالي ايضاً مفهوم فائض المستهلك بصورة واضحة.




**شكل رقم 5-8**

**فائض المستهلك**

من هذا الشكل نسجل الملاحظات التالية :

1-عندما يكون السعر ب سيشتري المستهلك د وحدة

2-تكون القيمة الحقيقية التي دفعها هي الرباعي أ ب ج د

3-حجم المنفعة الكلية التي حصل عليها المستهلك هي أ هـ ج د.

المنفعة الكلية التي حصل عليها المستهلك ناقصا القيمة الحقيقية المدفوعة تساوي الفائض الذي يحصل عليه المستهلك مقابل القيمة الكلية التي دفعها. وبهذا المفهوم فان : أ هـ ج د – أ ب ج د = ب هـ ج

4-يعني ذلك ان المستهلك يحصل على فائض يمثل المثلث ب هـ ج.

## 1.3 صعوبات القياس

لابد من الاشارة هنا إلى ان مفهوم فائض المستهلك الذي قدمه مارشال في مطلع القرن العشرين كاسلوب تحليلي يقوم على فرضيات قد لا يكون بعضها واقعياً. وقد تواجه صعوبات عملية كقياس وحدات المنفعة وافتراض ثبات المنفعة الحدية للنقود. وبالرغم من جوانب القصور التي اشارااليها كثير من علماء الاقتصاد، يمكن اتخاذ فائض المستهلك كاسلوب ونموذج للتحليل للوصول إلى مفهوم واضح.

## 2.3 انتقادات النظرية الحدية

اعتمد الاقتصاديون التقليديون بقيادة الفرد مارشال على تحليل المنفعة لتبيان سلوك المستهلك. وقد اعتمد الاقتصاديون هذا النهج لفترة طويلة. لكن العديد من الاقتصاديين المحدثين أمثال هيكس وديفنبورت وروبنسون انتقدوا نظرية المنفعة في جوانب عديدة نبرز اهمها في النقاط التالية :

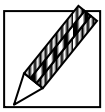
1- تفترض النظرية الحدية أنّ السلع الاقتصادية قابلة للتجزئة لوحدات صغيرة يقاس بها مقادير الاشباع باضافة كل وحدة. لكن هذه الفرضية ليست صحيحة في كل الاوقات.

2- تقوم نظرية المنفعة الحدية على أنّ المنفعة يمكن أنْ تقاس كمياً. ولكن الحقيقة هي أنّ المفعة التي يحصل عيها الفرد شعور شخصي يحس به الفرد، ويختلف هذا الشعور من شخص لآخر. فالمنفعة اذاً نسبية.

3- تستخدم النقود لقياس المنفعة على أساس انّ المنفعة الحدية للنقود ثابتة. لكن هذا الافتراض ليس صحيحاً إذ أنّ المنفعة الحدية للنقود تتغير مع الزيادة والنقصان في كمية النقود.

4- يقوم التحليل في النظرية الحدية على أنّ الكمية المطلوبة من السلعة تتغير مع تغير السعر. لكن يلاحظ أنّ الطلب على بعض السلع غير مرن ولا يتغير كثيراً مع التغيير في اسعارها ( بعض السلع الضرورية ).

## تدريب (6)



أكمل الجدول التالى:

| الكمية المستهلكة | المنفعة الكمية للسلعة (س) | المنفعة الحدية للسلعة (س) | المنفعة الكلية للسلعة (ص) | المنفعة الحدية للسلعة (ص) |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 0 | - | 0 | - |
| 1 | 10 | - | 6 | - |
| 2 | 18 | - | 11 | - |
| 3 | 24 | - | 15 | - |
| 4 | 28 | - | 18 | - |
| 5 | 30 | - | 20 | - |

## أسئلة تقويم ذاتى



1. **وضح ما المقصود بفائض المستهلك؟**
2. **وضح ما المقصود بمفهوم بالمنفعة فى الإقتصاد وبين أنواعها؟**
3. **ماهى الاسباب التى تجعل المنفعة الحدية تتناقص مع الاستمرار فى استخدام السلعة؟**
4. **ماهى الافتراضات التى يجب أن تتوفر حتى يجد قانون تناقص المنفعة الحدية المناخ لينطلق؟**
5. **ماهى الانتقادات التى وجهت للنظرية الحدية.**

# 4. تحليل الطلب باستخدام منحنيات السواء

**Indifference Curve Analysis of Demand**

## 1.4 مفهوم منحنيات السواء

أول من استخدم اسلوب منحنيات السواء هو الاقتصادي الانجليزي ادجويرث Edgewarth في عام 1881م وتبعه الاقتصادي الايطالي باريتو Pareto في عام 1909م. وتناوله بعدهما الاقتصادي الروسي سلوتكسي Slutsky في عام 1915م. ولكن خلال هذه الفترة كانت نظرية تحليل المنفعة التي تبناها وطورها الاقتصادي الانجليزي المشهور الفريد مارشال في أواخر وأوائل القرن العشرين هي التي جذبت اهتمام الاقتصادين واصبحت الاسلوب المتبع في التحليل الاقتصادي في العقود الأولىمن ذلك القرن. ولكن منذ عام 1934م ابرز ووسع الاقتصادي الانجليزي جون هيكس J.Hicks استخدام منحنيات السواء فى تحليل طلب المستهلك ففضل الاقتصاديون المحدثون هذا الاسلوب على اسلوب تحليل المنفعة في تحليل طلب المستهلك

في تحليل نظرية المنفعة لتوضيح سلوك المستهلك تجاه السلع التي يستهلكها المستهلك اتخذ مارشال افتراض امكانية قياس المنفعة قياساً كمياً (عددياً) cardinal. لكن عملياً فان المنفعة لاتقاس كمياً لانها احساس شخصي ونسبي. فما يعطيه كوب الشاي أو قطعة البرتقال من منفعة لشخص لايعني بالضرورة ان الاشخاص الاخرين سينالون نفس المقادير من المنفعة. لذلك انتقد التحليل الحديث للمنفعة الذي قاده هيكس Hicks قياس المنفعة كمياً ورأوا انْ تقاس المنفعة ترتيبياً Ordinal لذلك رسخ هيكس مفهوم منحنيات السواء كأداة للقياس الترتيبي للمنفعة.

تقوم نظرية منحنيات السواء على اساس أنّ كل رغبات المستهلك لا تتساوى في الأهمية أو استعجال الحاجة لها. ونظرية لمحدودية موارده لا يستطيع المستهلك انْ يحقق كل رغباته. لذلك عليه أنْ يختار أكثرها أهمية وعجلة بترتيب عقلاني ليحصل على الاشباع الأمثل. وعملية ترتيب الحاجات لا شعورياً عملية متأصلة وملازمة لطبيعة الانسان. وعليه فان المستهلك العقلاني يمارس هذا الترتيب التفضيلي في مشترياته (كان يجمع بين 3 كليو موز، وقطعة شمام، ونصف دسته برتقال. أو قد يعوض سلعة بدلاً عن سلعة أخرى )

أما المعيار الذي يقود المستهلك للاختيار هو التقييم النسبي لمنافع السلع المختلفة التي يرغب في الحصول عليها وتفضيله لسلعة على السلع الأخرى .

## 2.4 الاختيار باستخدام منحنى السواء

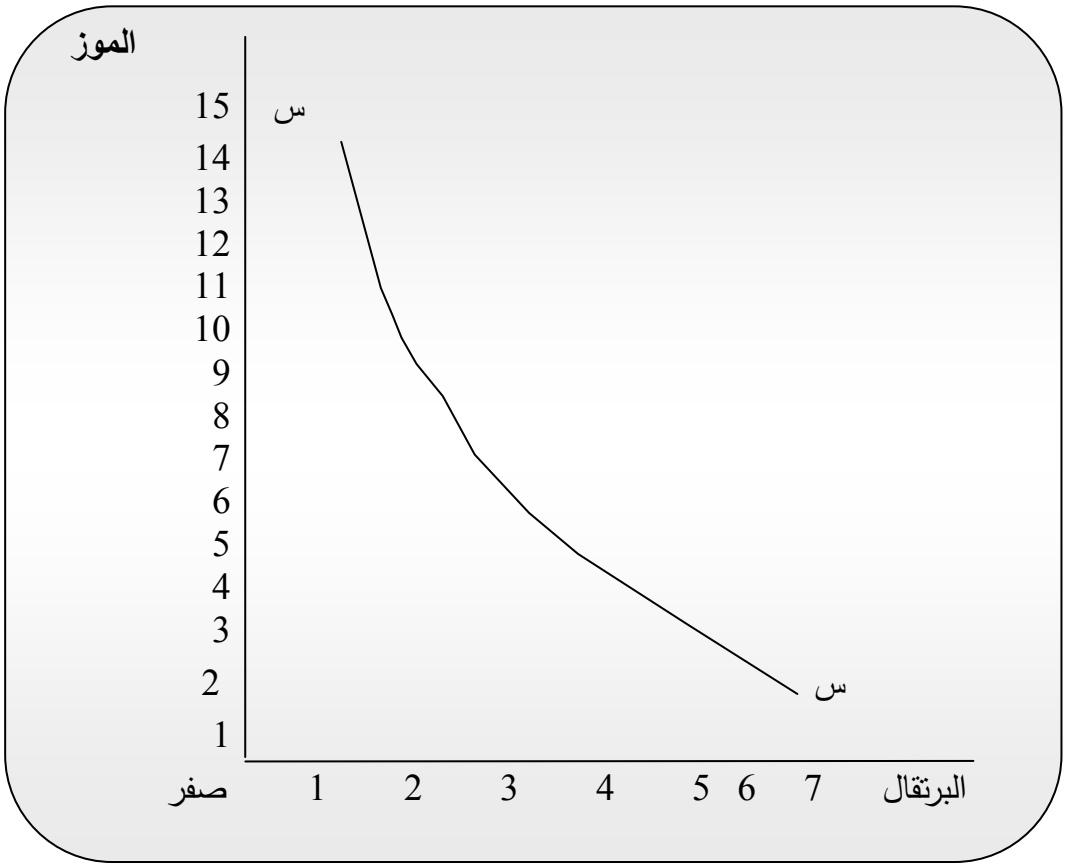
يعرف منحنى السواء Indifference curve بأنه المنحنى الذي يتساوى فيه الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك من مزج استعمال سلعتين أو اكثر في وقت محدد. وبذلك فان منحنى السواء هو عبارة عن صورة بيانية يتساوى فيها الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك عند خيارات مزج استعمال السلع المختلفة في وقت محدد. يعني ذلك أن مستوى الاشباع ( أو المنفعة ) الذي يحصل عليه المستهلك عند مزج احتياجه من السلع ( نفترض سلعتين ) يظل متساوياً على طول المنحنى. خيارات المزج بين السلعتين (موز وبرتقال ) المتساوية يظهر بصورة واضحة في جدول السواء indifference Schedule التالي : -

| الحالة | الموز | البرتقال |
|---|---|---|
| 1 | 14 | 1 |
| 2 | 10 | 2 |
| 3 | 7 | 3 |
| 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 5 |

**جدول رقم 5-6**

**جدول السواء لسلعتى الموز والبرتقال**

من واقع جدول السواء يمكن رصد منحنى السواء الذي يوضح خيارات المزج بين السلعتين.




**شكل رقم(5-9)**

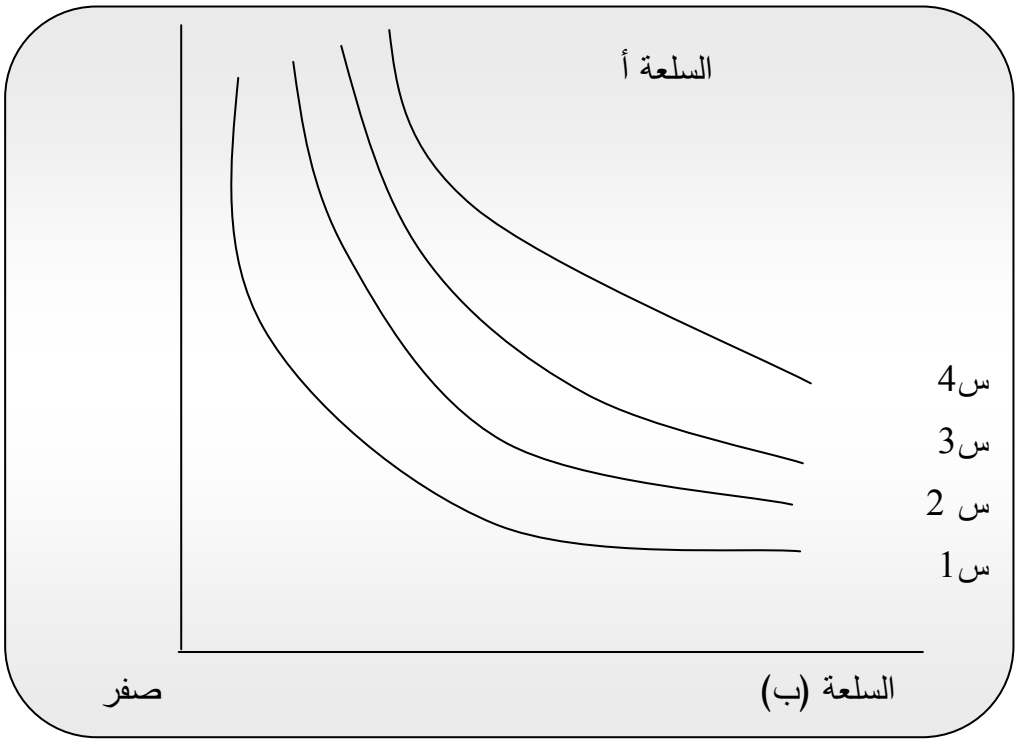
**منحنى السواء**

منحنى السواء هو في الواقع خط يمثل نقاط المزج المحتملة المتلاصقة للمزج بين السلعتين. يعني ذلك أنّ منحنى السواء عبارة عن نقاط متلاصقة لخيارات المزج بين السلعتين.

## 3.4 خريطة السواء indifference Map

في ضوء خيارات الاشباع التي يحصل عليها المستهلك من المزج بين سلعتين في استهلاكه يرسم منحنى السواء الذي يعبر عن هذا التساوي في الاشباع. لكن قد يكون للمستهلك عددا من منحنيات السواء يمثل كل منها مستوى اشباع محدد عند المزج بين السلعتين وبذلك يمثل كل من هذه المنحنيات درجات اشباع مختلفة حيث يعطي المنحنى الأعلى نسبياً ( جهة اليمين ) اشباعاً

يفوق الاشباع الذي يعطيه المنحنى الادني نسبياً ( على جهة اليسار ) ولكن لا يمكن تحديد مقدار الفرق (عدا) بين الاشباع الذي يحققه كل منحنى من منحنيات السواء. فارتفاع منحيات السواء عن بعضها يعبر عن تباين الاشباع على كل منحنى عن المنحنيات الأخرى كما تعبر خريطة السواء التالية :




شكل رقم(5-10)

خريطة السواء

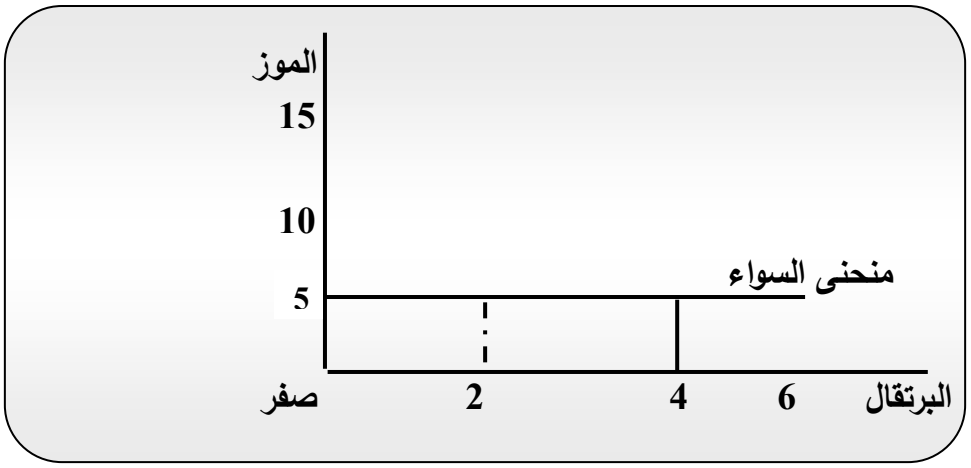
## 4.4 خصائص منحنيات السواء

تتسم منحنيات السواء بخصائص معينة يمكن ايجازها في النقاط التالية :

**اولاً** : حتى يظل اشباع المستهلك متساوياً عند المزج بين السلعتين في أي موقع على طول المنحنى فان منحنى السواء ينحدر من أعلى إلى أسفل ومن جهة اليسار نحو اليمين. والأسباب المنطقية لذلك هي :

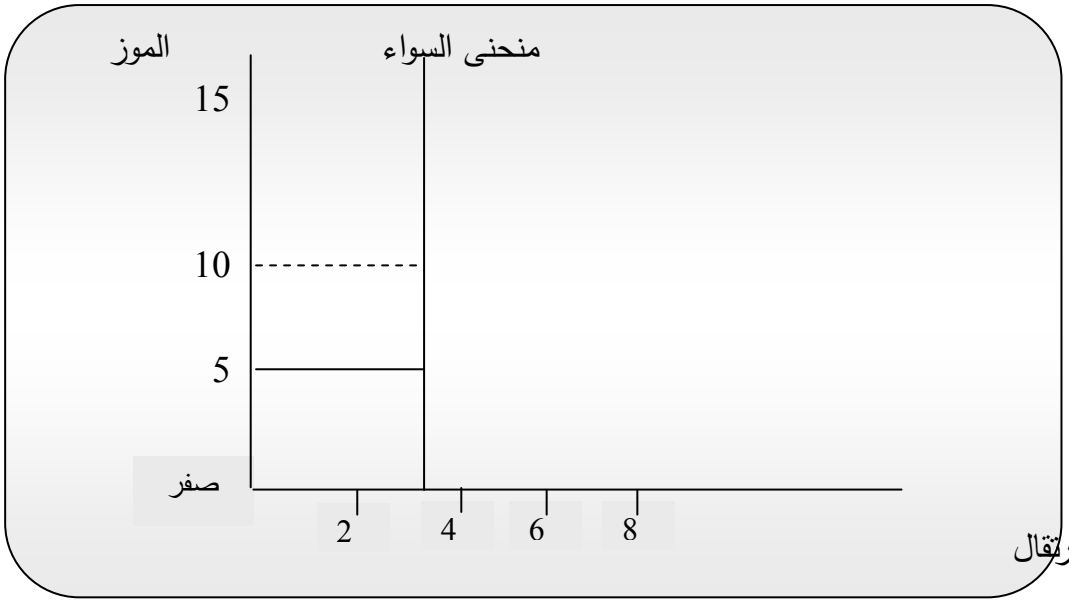
أ- محاولة المستهلك الحصول على زيادة من سلعة (البرتقال ) يقتضي بالضرورة تخفيض الكمية التي سيحصل عليها من السلعة الأخرى ( الموز) وبذلك ينبغي انْ ينحدر المنحنى انحداراً سالباً، وأي اتجاه للمنحنى خلاف ذلك لا يحقق هذه القاعدة

ب- فاذا كان اتجاه المنحنى أفقياً وموازياً للمحور السيني فان تخفيض استهلاك السلعة الأولى( البرتقال ) من 4 إلى 2 لايؤدي إلى زيادة استهلاك السلعة الثانية (الموز ) كما يظهر في الشكل التالي وهذا الوضع يتعارض مع القاعدة.



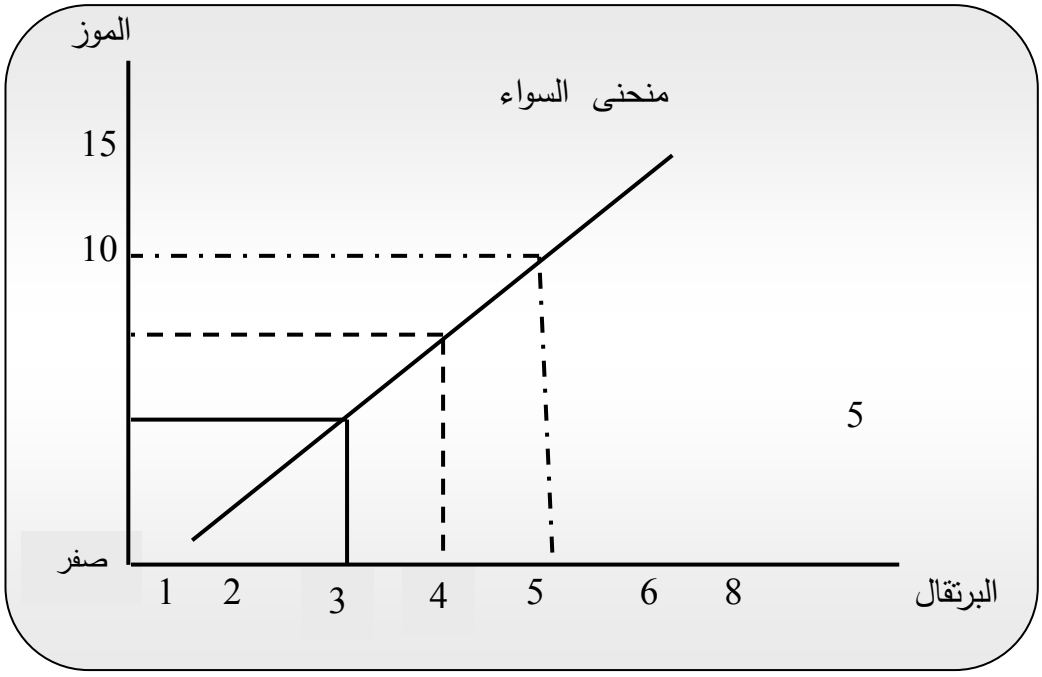

**شكل رقم (5- 11)**

ج- اما إذا كان منحنى السواء عمودياً على المحور السيني فانّ زيادة استهلاك السلعة الثانية ( الموز ) من 5 إلى 10 لا يؤدي لاي تخفيض السلعة الأولى (البرتقال ). هذا الوضع يتعارض ايضاً مع قاعدة زيادة الاستهلاك من سلعة يؤدي بالضرورة إلى تخفيض استهلاك السلعة الأخرى .




**شكل رقم (5-12)**

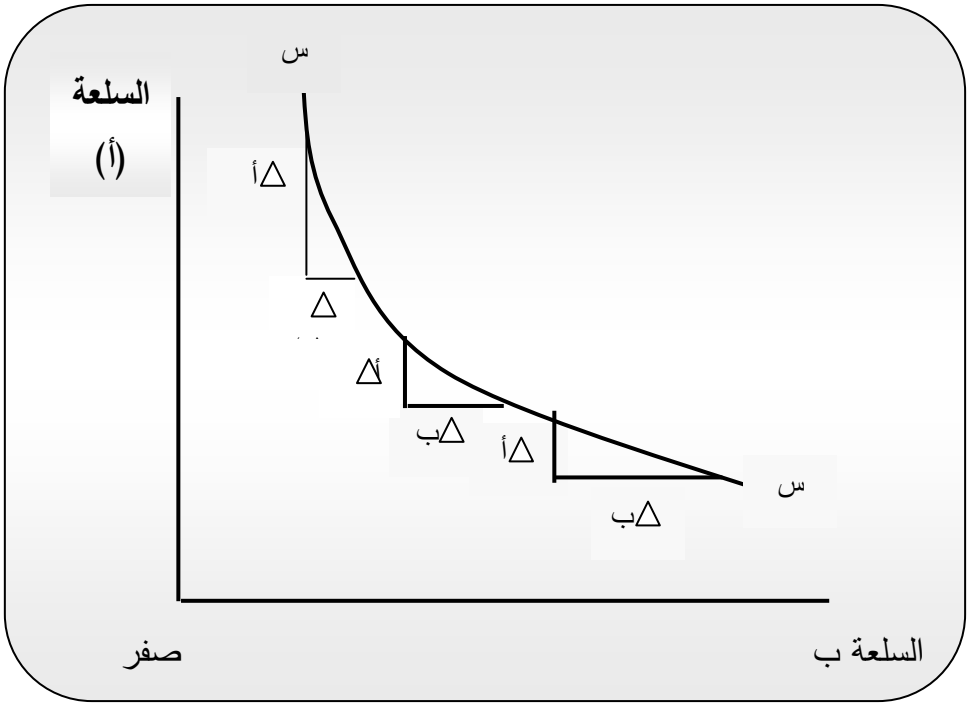
د- اذا اتجه منحنى السواء من أدنى إلى أعلى ومن جهة اليسار إلى جهة اليمين يعني ذلك أن زيادة استهلاك إحدى السلعتين تقابله زيادة في استهلاك السلعة الأخرى . ويتعارض ذلك مع مبدأ أنّ زيادة الاستهلاك من سلعة ينبغي انْ يقابله انخفاض في استهلاك السلعة الأخرى والشكل التالي يوضح عدم تماشيه مع القاعدة.




**شكل رقم( 5-13)**

**ثانياً : منحنيات السواء محدبة تجاه نقطة الاصل**

منحنيات السواء توضح خيارات المزج بين السلعتين ليحصل المستهلك على نفس الاشباع في كل خيار من خيارات المزج بين السلعتين. فزيادة استهلاك احدي السلعتين يؤدي بالضرورة إلى تخفيض استهلاك السلعة الأخرى . يؤدي ذلك إلى زيادة الأهمية النسبية للسلعة التي بدات الكميات المستهلكة منها تقل. بذلك يختلف معدل الاحلال الحدي من سلعة لصالح السلعة الأخرى على المنحنى. في بدايات احلال استهلاك سلعة يستهلك منها كميات أقل (السلعة ب ) مكان سلعة يستهلك منها كثير ( السلعة أ) يكون المستهلك في بداية الأمر على استعداد للتخلي عن كميات من السلعةالتي يستهلك منها كميات أكبر (أ) مقارنة مع السلعة الأخرى (ب). ولكن عندما تقل الكميات المستهلكه من السلعة الأولى (أ) يكون المستهلك على استعداد للتخلي عن كميات اقل منها مقابل كميات اكبر من السلعة الثانية(ب). ويمكن توضيح علمية الاحلال بيانياً في الشكل التالي :




**شكل رقم (5-14)**

**احلال سلعة مكان أخرى**

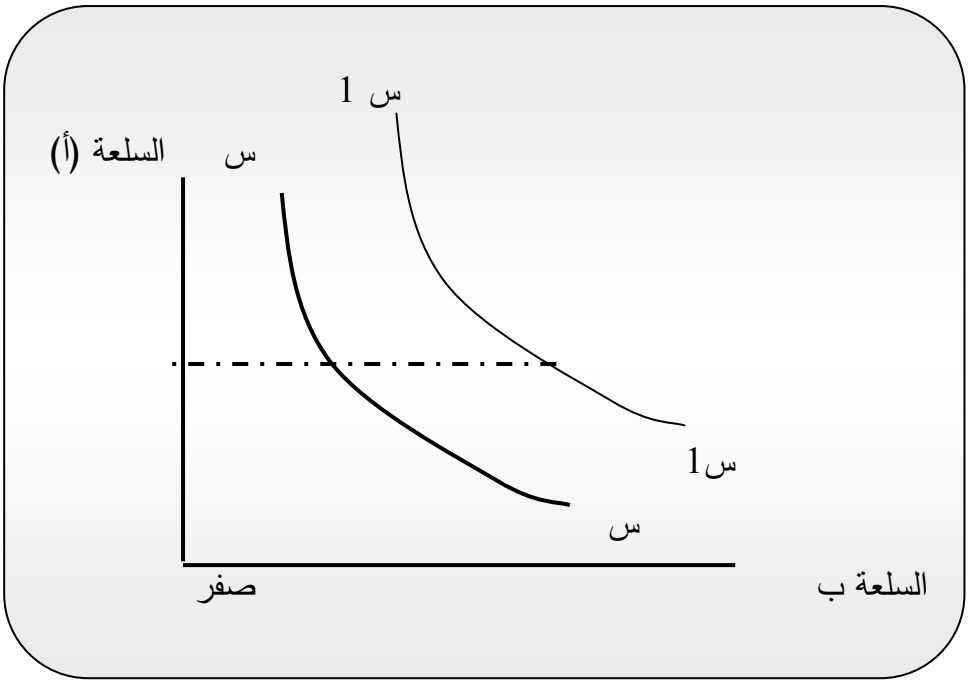
يلاحظ أنّ ميل منحنى السواء يعكس معدل الاحلال الحدي بين السلعتين.

**ثالثاً : منحنيات السواء لاتتقاطع**

**Indifference Curves do not intersect**

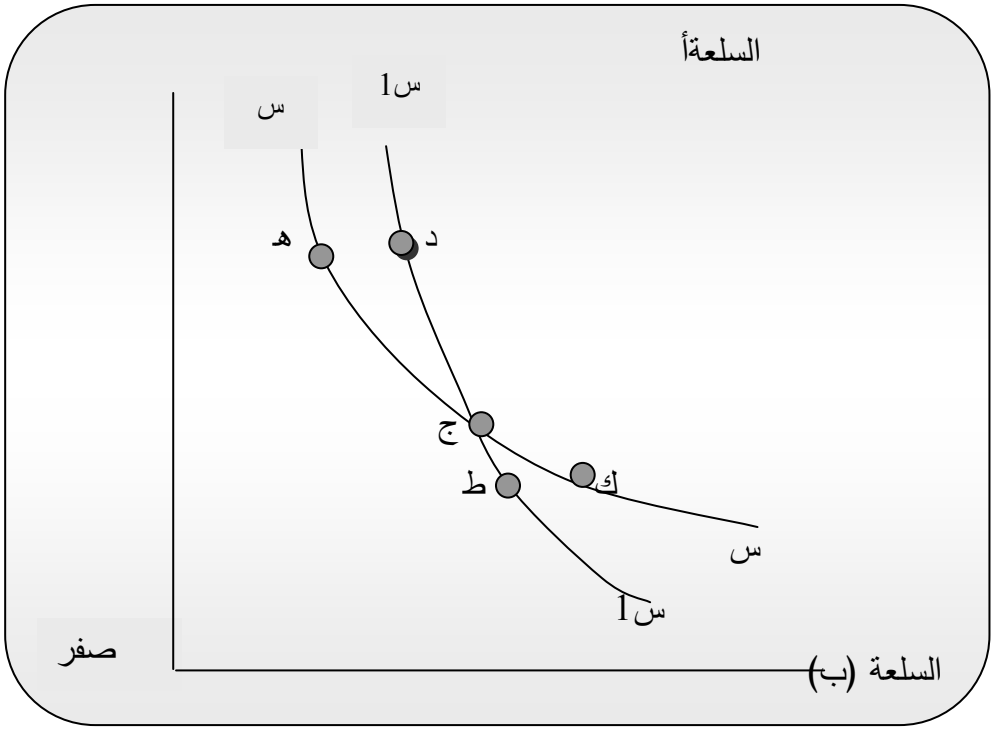
قد يكون للمستهلك أكثر من منحنى سواء واحد للمزج بين السلعتين. وكلما ارتفع منحنى سواء عن منحنى سواء آخر زادت درجة الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك في المنحنى الذي يظهر على اليمين. فاي نقطة على المنحنى س1 س1 في الشكل التالي رقم

( 5-15 ) يعطي اشباعاً اكثر من أي نقطة تقع على المنحنى س س عند المزج بين السلعتين.




**شكل رقم (5–15)**

نعلم انّ كل منحنى سواء يعطي قدراً مختلفاً من المنفعة. ومنحنيات السواء التي تقع إلى الجهة الأعلى ( اليمين) تعطي اشباعاً اكثر. لكن اذا تقاطع المنحنيان تختل هذه القاعدة لعدد من الاسباب يسندها ما يبينه الشكل رقم 5–16 التالي :




**شكل رقم 5 – 16**

**(أ)** اذا تقاطع المنحنيان عند النقطة ج يتساوي اشباع المزج بين السلعتين عند النقطة ج على المنحنين. هذا ينفي حقيقة أنّ منحنى السواء الأعلى يعطي دائماً اشباعاً اكبر.

**(ب)** أي نقطة مزج بين السلعتين على المنحنى س1 س1 تحت النقطة ج( النقطة ط مثلاً) ستعطي اشباعاً أقل من أي نقطة مزج بين السلعتين على المنحنى س س تحت النقطة ج ( النقطة ك مثلاً). هذا ايضاً غير معقول لان المنحنى س س سيقع اصلاً يسار المنحنى س1 س1 والمفروض أنْ يعطي أي مزج بين السلعتين على المنحنى س س اشباعاً اقل.

**(ج)** حسب المبدأ الذي يقول أنّ أي نقطة مزج على منحنى السواء الأعلى يعطي اشباعاً أكبر من أي نقطة مزج بين السلعتين على منحنى السواء الأدني. فان الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك من المزج بين السلعتين عند النقطة د على المنحنى الأعلى سيكون أكبر من الاشباع الذي سيحصل عليه المستهلك من المزج بين السلعتين عند النقطة هـ على المنحنى الأدني.

كذلك فان الاشباع الذي سيحصل عليه المستهلك من المزج بين السلعتين على النقطة د يساوي نفس اشباع المزج بين السلعتين عند النقطة ج لانهما يقعان على منحنى سواء واحد. والاشباع الذي يحصل عليه المستهلك من المزج بين السلعتين على النقطة هـ هو نفس الاشباع الذي يحصل عليه من المزج بينهما على النقطة ج لانهما على منحنى سواء واحد. ولكن لتقاطع المنحنيين س س و س1 س1 عند النقطة ج، فان الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك من المزج بين السلعتين على النقطة ج سيساوي نفس الاشباع على النقطة د والنقطة هـ على المنحنيين. ولكن لايعقل ان يتساوي الاشباع على منحنيين في مستوين مختلفين.

من كل ذلك يتضح ان منحنيات السواء لايمكن ان تتقاطع.

## 5.4 استخدام منحنى السواء في تحليل الطلب

يعمل المستهلك دائماً لتحقيق أقصى اشباع ممكن من موارده المتاحه لديه بذلك يكون صرف المستهلك لدخله لاشباع حاجاته مرتبط بدخله، أو ميزانية صرفه المبني على الدخل، وبسعر السلعة نفسها التي قد تتغير من وقت لأخر. لذلك تحدث الاقتصاديون عن خط الدخل Income line وخط الميزانية Budget line وخط السعر Price Line وكلها محددات لقدرة المستهلك لاشباع كل حاجاته.

علمنا مما تقدم ان منحنيات السواء الأعلى نسبياً تعطي المستهلك اشباعاً اكثر مما تعطيه منحنيات السواء الأدنى نسبياً التي تقع على جهة اليسار. ولتحقيق أقصى اشباع ممكن يحاول المستهلك الرشيد الوصول إلى أعلى منحنى سواء ممكن. ولكن هناك عاملان اساسيان يحكمان سعى المستهلك للوصول إلى هذه الغاية :

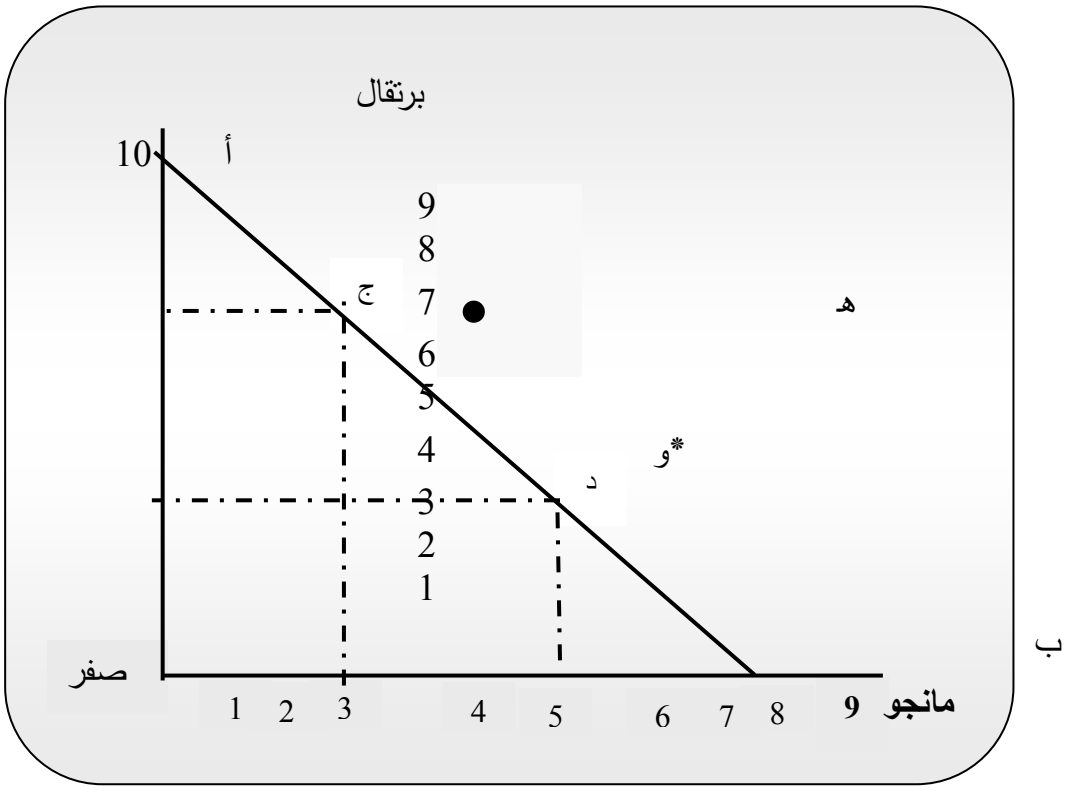
1-المبلغ أو الدخل المتاح للمستهلك لصرفه على السلع التى يود الحصول عليها.

2-اسعار السلع المطلوبة في السوق.

ونظراً لان المستهلك لا يعيش على سلعة واحدة ولأنّ دخله لا يكفي شراء كل ما يريده لا بد من الاستفادة من علاقات الاحلال والتكامل التي توجد بين بعض السلع. ولذلك يسعي المستهلك لترتيب أولوياته ومحاولة المزج بينها في اطار ما يملك من موارد. ويبين هذا الوضع ما يطلق عليه خط الميزانية Budget line أو قيد الميزانية Budgel Constraint أو في بعض الأحيان قيد خط الميزانية Budget constraint line

# 5. خط الميزانية

خط الميزانية هو الخط الذي تقع عليه كل احتمالات المزج بين سلعتين ليحصل المستهلك على الاشباع المطلوب في حدود الميزانية المتاحة له. فخط الميزانية هو القيد الذي لا يستطيع المستهلك أنْ يتخطاه بزيادة مشترياته. فاذا افترضنا أنّ دخل المستهلك (د) محدود ومخصص لشراء سعلتين (أ) المانجو و(ب) البرتقال في الشهر. واذا افترضنا أنّ سعر دستة المانجو 2.5 الف دينار وسعر دسته البرتقال 2 الف دينار، فان المستهلك يستطيع شراء 8 دستة مانجو في الشهر ولا شئ من البرتقال، أو أي مزج بين هذين النقيضين من السلعتين، كما يرى هو. والشكل التالي رقم 5-17 يوضح هذه العلاقات.




**شكل رقم 5-17**

**خط الميزانية**

ويعبر عن هذه العلاقات رياضياً بالمعادلة التالية:

أ س أ + ب س ب = د ..... (ا)

حيث : أ كمية السلعة أ، ب كمية السلعة ب، س أ سعر السلعة أ، س ب سعر السلعة ب، د الدخل.

فاذا جعلنا ب موضوع القانون في المعادلة السابقة نحصل على :

$$ب = \frac{د}{س\ ب} - \frac{أ\ س\ أ}{س\ ب}$$

هذه معادلة خطية كما يتضح في الشكل 5-17

ولوضع نفس هذه الصيغة الرياضية بالانجليزية نحصل علي الاتي :

$$M = Px.\ Qx + Py.\ Qy$$

حيث : Qx كمية السلعة الأولى، Qy كمية السلعة الثانية، Px سعر السلعة x، و Py سعر السلعة y، M هو الدخل.

واذا جعلنا Qy موضوع القانون كما فعلنا من قبل نحصل على الآتى :

$$Qy = \frac{M}{Py} - \frac{Px}{Py} Qx$$

ويطلق على هذه المعادلة : معادلة خط الميزانية. وهى معادلة خطية، ميل خطها Px / Py ويتقاطع مع المحور الرأسى ( الصادى).

يعنى ذلك أنّ أى مزج بين السلعتين يعطى الاشباع للمستهلك يجب أن يمر على خط الميزانية أ ب في الشكل 5 – 17. فالنقطة (أ) هى الكمية القصوى التى يمكن أن يحصل عليها المستهلك من البرتقال مقابل لا شئ من المانجو، والنقطة (ب) تعبر عن الكمية القصوى التى يحصل عليها المستهلك من المانجو مقابل لا شيء من البرتقال. وما بين هاتين النقطتين على خط الميزانية هناك خيارات واسعة للمزج بين السلعتين.

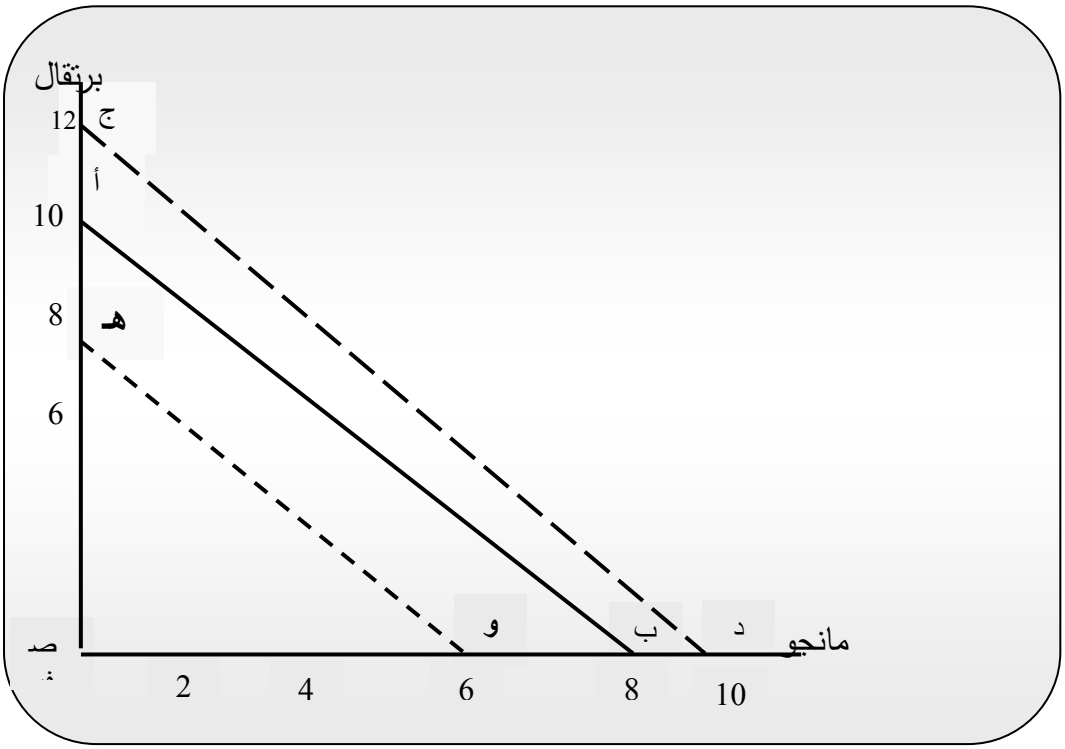
أما اذا اختار المستهلك أى نقطة للمزج بين السلعتين أدنى أو أعلى خط الميزانية فلا يعتبر ذلك أختياراً موفقاً لسببين أساسيين :

1 – اذا اختار المستهلك أي نقطة أدنى من خط الميزانية، النقطة (و) مثلاً، ليكون عليها المزج بين السلعتين، فإن فى حوزته موارد يستطيع أن يحصل على أشباع أكثر من السلعتين معاً.

2 – اذا اختار المستهلك أى نقطة أعلى من خط الميزانية، النقطة (هـ) مثلاً، فإن هذا الخيار لا يتحقق للمستهلك لأن هذه النقطة خارج حدود ميزانيته وفوق طاقته، لذلك لا يستطيع أن يحصل عليه.

فى حالة زيادة دخل المستهلك، مع بقاء الأشياء الأخرى المؤثرة على الطلب ثابتة، فإن خط الدخل (خط الميزانية ) يتحرك الى الأعلى على جهة اليمين موازياً لموقع خط الدخل السابق. تحرك خط الدخل الى اليمين يؤدى الى زيادة قدرة المستهلك لزيادة مشترياته، فيستطيع المستهلك أن يشترى مزيداً من أى من السلعتين مع بقاء الكمية المشتراه من السلعة الأخرى ثابتة.

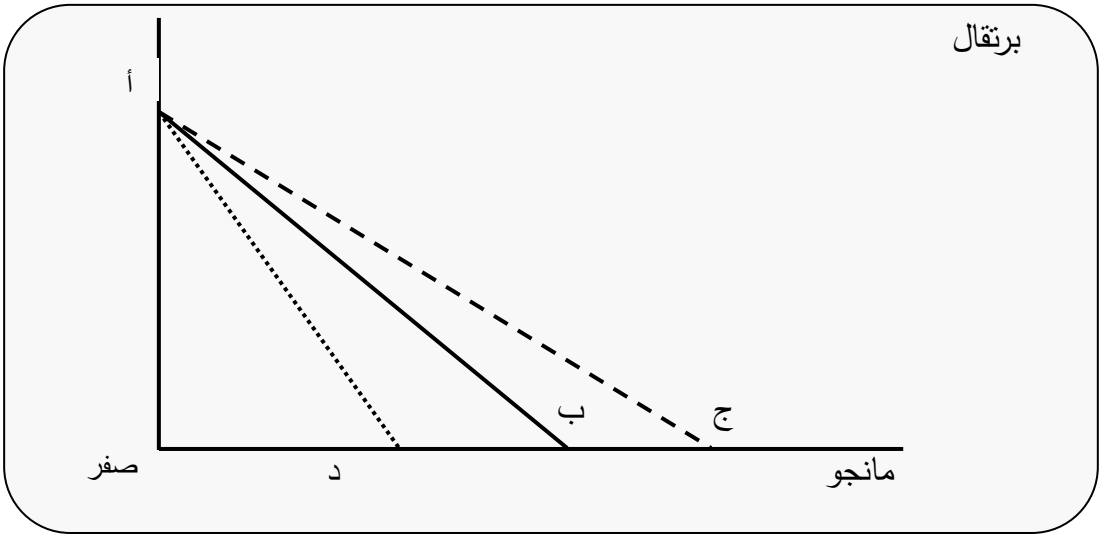
أما اذا قل دخل المستهلك، مع بقاء الأشياء الأخرى ثابتة، فإن خط الدخل يتحرك الى الأسفل على جهة اليسار موازياً لموقع خط الدخل السابق. يؤدى تحرك خط الدخل الى الأسفل الى تحجيم (تقليل) قدرة المستهلك من شراء احدى السلعتين أو يقلل من شرائهما معاً. ويمكن توضيح هذه الحالات فى الشكل البيانى التالى :




**شكل رقم( 5 – 18)**

**تحرك خط الميزانية وأثره**

أما اذا تغير سعر احدى السلعتين وبقيت سعر السلعة الأخرى والدخل والعوامل الأخرى ثابتة، فإن تغير خط الميزانية واتجاهه يعتمد على اتجاه تغير سعر هذه السلعة. سواء كان التغيير فى سعر السلعة بالزيادة أو النقصان يؤدي إلى دوران خط الميزانية على محور السلعة التى لم يحدث تغيير فى سعرها. فاذا انخفض سعر السلعة (ب) المانجو يؤدى ذلك الى زيادة المستهلك لمشترياته منها (بدلاً من شراء 8 دستة يشترى 10 دستات فى الشهر). يؤدى ذلك الى دوران خط الميزانية نحو اليمين. أما اذا زادت أسعارها تقل الكمية التى يشتريها المستهلك من 8 الى 6 دستات فى الشهر مثلاً. يؤدي ذلك الى دوران خط الميزانية محورياً نحو اليسار حول السلعة التى لم يتغير سعرها. الشكل التالى رقم 5 – 19 يوضح الوضع.

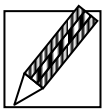



**شكل رقم 5 – 19**

**أثر تغيير السعر على خط الميزانية**

يوضح لنا هذا الشكل أنّ قدرة المستهلك على الشراء تتزايد فى حالة انخفاض السعر ودوران الميزانية، وتنخفض قدرته على الشراء عندما ترتفع الأسعار ويدور خط الميزانية على محوره الى اليسار. وغني عن القول أنّ نفس هذا التفاعل يحدث بنفس الصورة عندما تتغير أسعار السلعة الأخرى بالزيادة والنقصان ويحدث انكماش أو زيادة قدرة المستهلك على الشراء.

**تدريب (7)**



أ/ أحسب المنفعة الحدية للدينار المصروف على السلعتين (س / ص) من خلال تدريب (6) إذا علمت أن سعر (س) و(ص) هما( 5، 6 )دينار على التوالى.
ب/ حدد المجموعات من السلعتين (س)، (ص) التى تتساوى عندها المنفعة الحدية للدينار.

**أسئلة تقويم ذاتى**

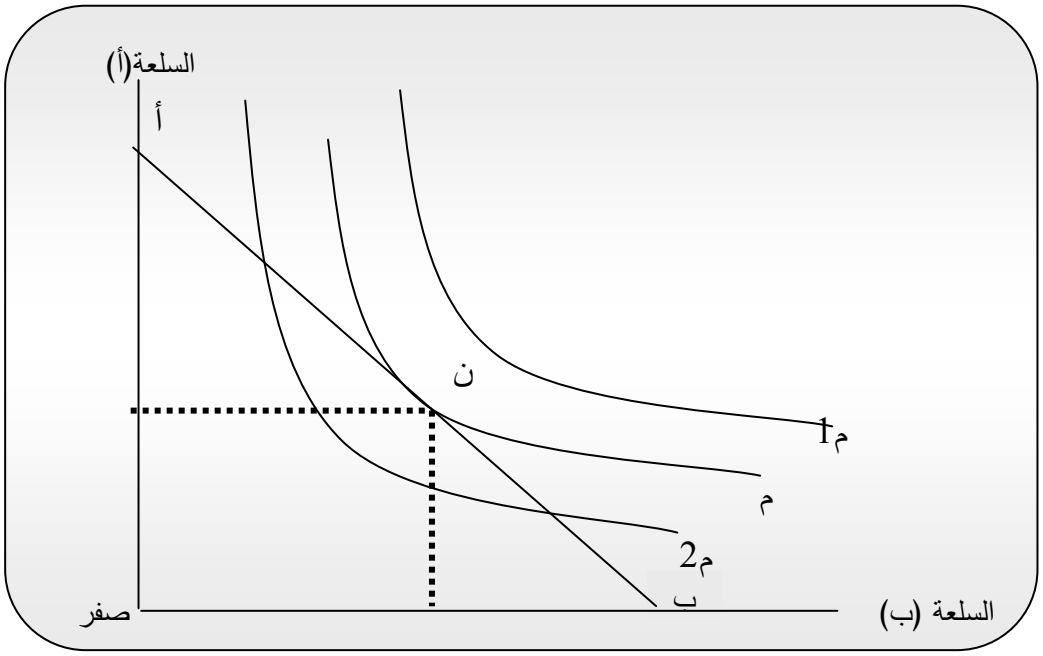


1. عرف منحنى السواء .
2. ما المقصود بخريطة السواء؟
3. عرف خط الميزانية.
4. أذكر إستعمالات خط الميزانية.
5. لماذا وكيف ينتقل خط الميزانية؟
6. كيف يتم توازن المستهلك باستخدام منحنيات السواء؟

## 6. موقف توازن المستهلك Consumer's Equilibrium

تبين مما سبق من تحليل حتى الآنّ أن منحنيات السواء توضح لنا الأشباع المتساوى الذى يحصل عليه المستهلك من واقع رغباته وذوقه على هذه المنحنيات. أما خط الميزانية فيبين لنا قدرة المستهلك على الشراء فى اطار موارده المحدودة. وبالتالى فإن المستهلك يكون فى وضع توازن عندما تتطابق قدراته الشرائية مع رغباته. لذلك فإن توازن المستهلك هو ذلك الوضع الذى يتحقق فيه المزج الأمثل بين السلع التى يستهلكها المستهلك وتحقق له أقصى اشباع ممكن فى حدود قيد ميزانيته، مع بقاء الأشياء الأخرى المؤثرة ثابتة.

يتضح من ذلك أنّ الوصول الى توازن المستهلك ينبغى أن يجمع بين منحيات السواء وقيد الميزانية فى اطار موحد. يعنى ذلك أن منحنى السواء وخط الميزانية يجب أنْ يتماسا دلالة على أن مقدار الأشباع المطلوب والقدرة على الشراء قد التقيا. ويكون ذلك عندما يصبح خط الميزانية مماساً لمنحنى السواء فى أى نقطة محددة، أى عندما يتساوى ميل منحنى السواء مع ميل خط الميزانية كما يظهر فى الشكل رقم 5 – 20 التالى.




**شكل رقم 5 – 20**

النقطة (ن) فى هذا الشكل هى نقطة التوازن للمستهلك وعندها يتساوى ميل منحنى السواء(م) وميل خط الميزانية ( أ ب).

أما منحنى السواء (م1) فهو يقع خارج حدود ميزانية المستهلك، أى أنه لا يستطيع تحقيق هذا الخيار. لكن منحنى السواء (م2) يحقق للمستهلك اشباعاً متواضعاً ويستطيع المستهلك تحقيق اشباعاً أعلى من ذلك فى حدود خط دخله. ويعني ذلك ان منحنى السواء (م) هو وحده الذى يحقق أقصى اشباع ممكن للمستهلك فى حدود ميزانيته وهو بذلك الوحيد الذى يحقق الاشباع المنشود.

النقطة (ن) فى الشكل 5 – 20 تمثل نقطة التوازن الذى يتساوى عندها ميل خط الميزانية وميل منحنى السواء. وميل خط الميزانية كما ذكرنا سابقاً هو Px/Py –، وأن قيمة ميل منحنى السواء المطلقة هى عبارة عن معدل الأحلال الحدى بين السلعتين وهو يساوى نسبة المنافع الحدية للسلعتين بالصورة التالية :

المعدل الحدى للأحلال للسلعتين (y,x) = المنفعة الحدية للسلعة X / المنفعة الحدية للسلعةY

$$MRSxy = \frac{MUx}{MUy}$$

وبما أن خط الميزانية ومنحنى السواء يلتقيان عند النقطة (ن) يكون الميلان متساويين، ويمثلهما المعادلة التالية :

$$MRSxy = \frac{MUx}{MUy} = \frac{Px}{Py}$$

أو

$$= \frac{MUx}{Px} = \frac{MUY}{Py}$$

ويعني ذلك أنّ المنفعة الحدية للوحدة النقدية (الدينار) الأخيرة المنفقة على السلعتين متساوية. وهذا هو أحد شروط التوازن كما اتضح عند تحليل المنفعة من قبل. وبما أنّ النقطة (ن) تقع على خط الميزانية يعنى ذلك أن كل دخل المستهلك المتاح للأستهلاك قد تم انفاقه على السلعتين. ويظهر ذلك رياضياً فى المعادلة التالية :

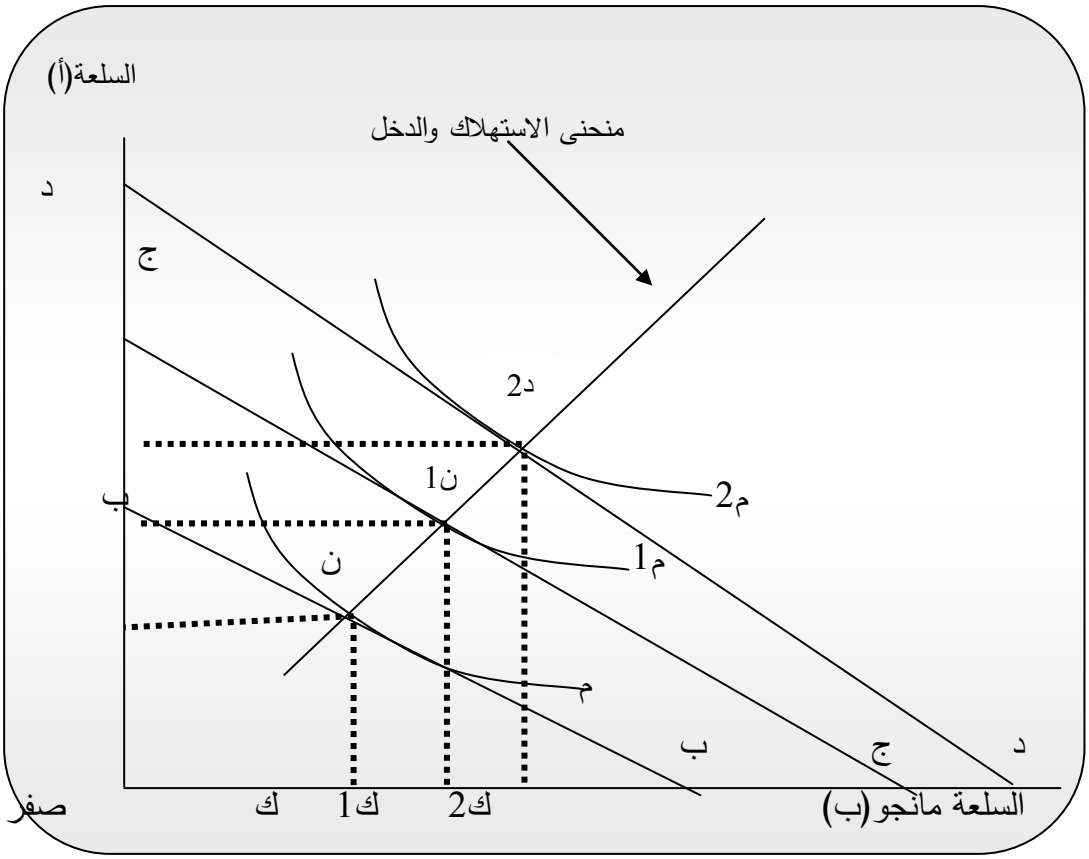
الدخل (د) = سعر السلعة الأولى × كمية السلعة الأولى + سعر السلعة الثانية × كمية السلعة الثانية.

أو : كما رأينا من قبل هذه المعادلة بالأنجليزية :

$$M = Px.\ Qx + Py.Qy$$

ويحقق ذلك شرط التوازن الثانى.

لا شك أن زيادة دخل المستهلك يمكنه من زيادة اشباع رغباته اذا بقيت كل المتغيرات المؤثرة الأخرى ثابتة، وانخفاض الدخل يؤدي إلى عكس ذلك. وبالتالى فإن التغيير فى الدخل بالزيادة يؤدى الى ارتفاع خط الميزانية الى جهة اليمين موازياً لخط الميزانية السابق. أما اذا قل الدخل فإن خط الميزانية ينخفض ويتحرك نحو اليسار. يوضح ذلك أن التغيير فى الدخل باستمرار يؤدى الى ظهور خطوط مختلفة للميزانية. و بالتالي فإن خيارات المزج بين السلع تختلف حسب وضع قيود الميزانية الجديدة. ونتوقع أن يحدث توازن المستهلك بتماس منحنيات السواء لقيود الميزانية المختلفة عند نقاط الأشباع القصوى للمزج بين السلعتين ن ن1 ن2، مع بقاء الأشياء الأخرى ثابتة. فاذا تم توصيل نقاط توازن المستهلك يتكون ما يعرف بمنحنى الأستهلاك والدخل كما يظهر فى الشكل 5 – 21 التالى، وقد يكون هذا المنحنى خطاً مستقيماً وقد يكون غير ذلك، فالأمر يعتمد على موقع نقاط التوازن.



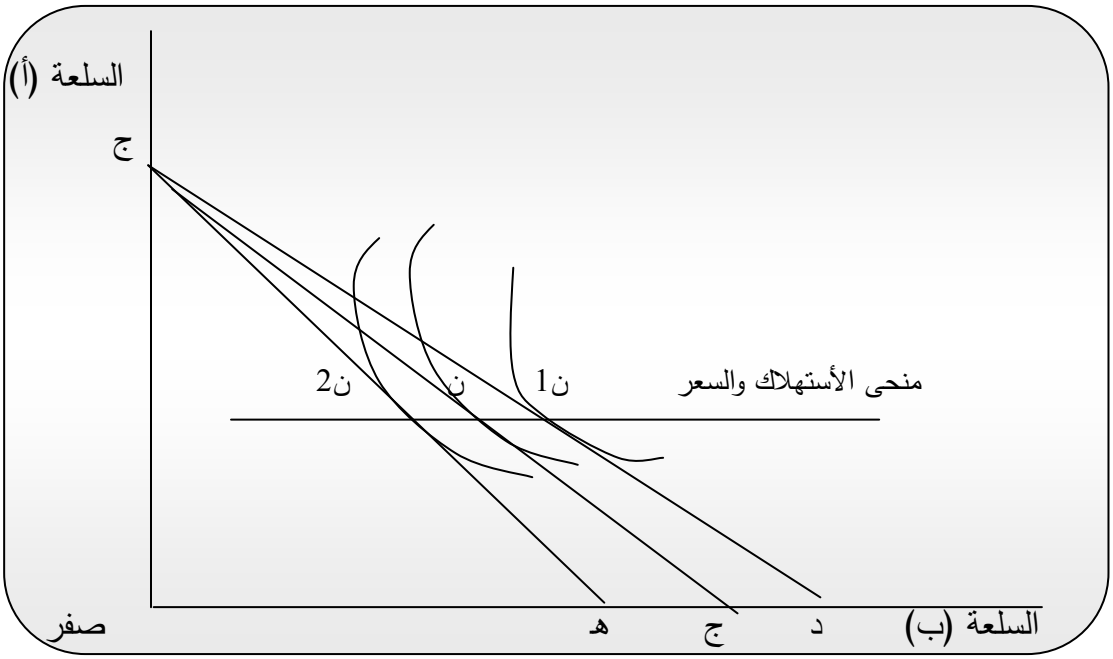

**شكل رقم 5 – 21**

**منحنى الأستهلاك والدخل**

فى حالات معينة لا تكون الأسعار ثابتة كما افترضنا فى المثال السابق ولكن بعضها يتغير من وقت لآخر بالزيادة أو النقصان. ولأغراض التحليل اذا افترضنا ثبات العوامل المؤثرة على الطلب جميعها بما فيه دخل المستهلك وثبات سعر السلعة (أ) وكان التغيير فى سعر السلعة (ب) وحدها. قبل تغيير السعر كان توازن المستهلك عند تماس منحنى السواء بقيد الميزانية عند النقطة (ن) فى الشكل رقم 5 – 22 التالى. فاذا انخفض سعر السلعة (ب) فإن خط الميزانية سيدور الى جهة اليمين من النقطة (ج) الى النقطة (د) على محور النقطة (ج) الواقعة على المحور الرأسى(الصادى). أما اذا كان تغيير السعر بالزيادة فإن خط الميزانية سيدور الى جهة

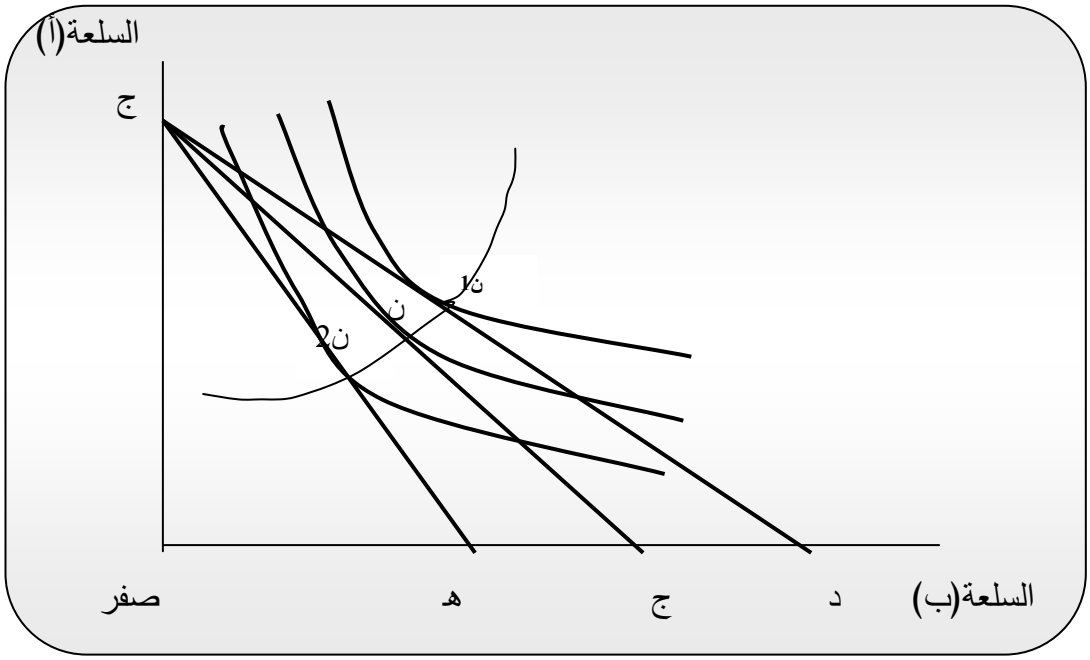
اليسار من النقطة (ج) الى النقطة (ج) وذلك على محور النقطة (ج) الواقعة على المحور الرأسى، كما يظهر فى الشكل البيانى رقم 5-22 التالى.

وفى هذه المواقع الثلاثة (الأصل والزيادة والنقصان فى السعر) فإن توازن المستهلك سيكون بتماس منحنى السواء مع خطوط الميزانية فى الحالات الثلاث، عند النقاط ن، ن1، ن2 التى يحصل فيها على أقصى أشباع فى كل حالة من هذه الحالات. فإذا تم توصيل نقاط توازن المستهلك الثلاث الناجمة عن تغيير سعر السلعة (ب)، نحصل على ما يعرف بمنحنى الأستهلاك والسعر. والشكل البيانى رقم 5-22 التالى يوضح هذه التفاعلات. وتجدر الأشارة هنا الى أن شكل المنحنى ليس بالضرورة أن يكون خطاً مستقيما وأنما تحكم شكله مواقع تفاعلات التوازن بين خط الميزانية ومنحيات السواء، كما يظهر فى الشكل رقم 5-22(ب).




**منحنى الأستهلاك والسعر**

**شكل رقم (5 – 22)**




**شكل رقم 5– 22 (ب)**

**منحنى الأستهلاك والسعر**

# الخلاصة

- قامت هذه الوحدة بتحليل سلوك المستهلك الذى يفترض أنه يسعى لتعظيم منفعته ضمن بعض القيود التى يمكن أن تقيد إستهلاكه. خاصة دخله واسعار السلع التى يستهلكها. وقد استخدمت طريقتين:

**أولاً:** طريقة المنفعة الحدية والتى إفترضنا خلالها أن المنفعة يمكن قياسها عددياً " منفعة عددية".

**ثانياً:** طريقة منحنيات السواء والتى إفترضنا خلالها أن المنفعة غير قابلة للقياس " منفعة ترتيبية".

- لقد بينا أن المنفعة هى الأشباع الذى يحصل عليه المستهلك عند إستهلاكه السلع والخدمات ويطلق على المنفعة التى يحصل عليها المستهلك من جميع الوحدات التى يستهلكها " المنفعة الكلية" أما المتغير فى المنفعة نتيجة تغير الكمية المستهلكة بوحدة واحدة فتسمى "المنفعة الحدية" ويمكن التفكير فى المنفعة الحدية على أنها تمثل المنفعة المشتقة من الوحدة المستهلكة الأخيرة أو الإضافية.
- إن المنفعة الحدية التى يحصل عليها المستهلك من معدات متتالية من السلع تتناقص وباستمرار وهذا ما أسميناه قانون تناقص المنفعة الحدية.
- خلال استخدامنا طريقة المنفعة الحدية ذكرنا أن المستهلك يصل إلى تعظيم منفعته عندما يتحقق شرطان فى نفس الوقت.
- أن تكون المنفعة الحدية لآخر وحدة تقود مصروفه على جميع السلع متساوية– وأن يتفق المستهلك كامل دخله. والمنفعة الحدية لوحدة النقود هى ناتج قسمة المنفعة الحدية للسلعة على سعر تلك السلعة.
- تسمى النقطة التى يعظم المستهلك منفعته عندها " توازن المستهلك" والتى تتحدد عندها الكميات التى يجب أن يستهلكها من كل سلعة من السلع.
- ومن خلال حالة التوازن نكون قد حصلنا على جدول " منحنى الطلب" لكل سلعة من السلع– وذلك عند ربط علاقة الكمية المستهلكة " المطلوبة" من كل سلعة مع سعرها.
- للحصول على نقطة أخرى على جدول " منحنى الطلب" على سلعة من السلع تغير هذه السلعة مع تثبيت كل من ذوق المستهلك " مثلاً" بجدول المنفعة ودخل المنفعة ودخل

المستهلك وأسعار السلع الأخرى، لنحصل على حالة توازن جديدة نحصل من خلالها على نقطة أخرى على جدول " منحنى " الطلب على هذه السلعة عن طريق ربط الكمية الجديدة المستهلكة المطلوبة مع السعر الجديد.

- يمثل منحنى السواء رغبة المستهلك فى الاستهلاك وهو منحنى يبين المجموعات المختلفة التى تعطى نفس المستوى من المنفعة، ومن أهم خصائص هذه المنحنيات انها سالبة الميل تتحدب نحو نقطة الأصل، ولا تتقاطع، ويوجد عدد كبير يمثل خريطة سواء المستهلك.
- يمثل خط الميزانية قدرة المستهلك على الإستهلاك، وهو خط مستقيم يمثل جميع المجموعات من السلع التى ينفق عليها المستهلك كامل " دخله" ويتحدد موقع خط الميزانية على خريطة السواء حسب حجم المستهلك وأسعار السلع التى يستهلكها، وينتقل خط الميزانية من مكانه نتيجة لتغير الدخل والاسعار، فينتقل نحو " اليمين" إلى أعلى فى حالة زيادة إمكانات المستهلك عن طريق زيادة دخله وإنخفاض أسعار السلع التى يستهلكها. وينتقل إلى اليسار عن طريق إنخفاض دخله أو إرتفاع الأسعار التى يستهلكها.
- يصل المستهلك إلى حالة التوازن عندما يكون خط الميزانية مماساً لاحد منحنيات السواء حيث تتحدد الكميات التى يجب أن يستهلكها المستهلك فى هذه الحالة، وبذلك نكون قد حصلنا على نقطة على جدول " منحنى" الطلب لكل سلعة من السلع– وللحصول على نقطة أخرى على " منحنى" الطلب على سلعة تغير سعر هذه السلعة، مع تثبيت كل من ذوق المستهلك " ممثلاً بمنحنيات السواء" ودخل المستهلك وأسعار السلع الاخرى لنحصل على نقطة أخرى على جدول " منحنى" الطلب على هذه السلع.

## لمحة مسبقة عن الوحدة الدراسية التالية

بعد إستعراضنا، خلال هذه الوحدة، سلوك المستهلك – سنقدم لك خلال الوحدة التالية " السادسة" سلوك المستهلك المنتج من ناحية الانتاج.

سنتناول موضوع الإنتاج خلال دراسة مفهوم وأهمية الإنتاج، وعوامل الإنتاج، ودالة الإنتاج والتحليل بمنحنيات الإنتاج، وتوازن المنتج وحجم الإنتاج، وأخيراً حدود إمكانيات الإنتاج.

# إجابات التدريبات

## تدريب(1)

أ/ تهتم نظرية طلب المستهلك بمنحنى طلب الفرد لسلعة ما، وكيفية استقامته والسبب وراء موقعه وشكله، وهناك مدخلان مختلفان لدراسة نظرية طلب المستهلك:-

1. مدخل المنفعة الكلاسيكي.
2. مدخل منحنى السواء.

ب/ إننا ندرس نظرية طلب المستهلك حتى نستزيد من معرفة منحنى طلب السوق لسلعة ما- والذى نحصل عليه بان تجمع جميع منحنيات طلب الأفراد لهذه السلعة جمعا أفقياً.

## تدريب(2)

| Q2 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| TU2 | 0 | 7 | 13 | 18 | 22 | 25 | 27 | 28 | 28 | 27 |
| MU2 | - | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | 0 | -1 |

## تدريب (3)

أ/ نتيجة لزيادة عدد قطع الحلوى المستهلكة فى اليوم تزداد المنفعة الكلية التى يحصل عليها الفرد، وحتى نقطة معينة – وبالرغم من ذلك تتناقص المنفعة الإضافية التى يحصل عليها من كل وحدة إضافية مستهلكة، فعندما يزيد الفرد استهلاكه من 7 إلى 8 قطع حلوى يومياً فإن منفعته الكلية تصل إلى نهايتها العظمى وتبلغ كمية المنفعة الحدية صفر، وتكون 8 قطع هنا هى نقطة التشبع. وهذا الشخص لن يستهلك قطع حلوى إضافية حتى لو تخلص منها إذا تعذر عليه بيعها.

ب/ تشير دالة المنفعة إلى شخص معين، وتعكس أذواق هذا الفرد، وبإختلاف الأفراد تختلف الأذواق وبالتالى تختلف دوال المنفعة. وعندما تتغير أذواق الفرد تتغير دالة منفعته.

## تدريب (4)

1) عند طلب تعظيم المنفعة الكلية من إنفاق المستهلك فإنه يواجه نوعين من القيود : الدخل والأسعار، بمعنى أن المستهلك يكون لديه دخل محدود ومعلوم خلال فترة زمنية محددة، كما أنه يواجه أسعاراً ثابتة ومعلومة للسلع التى يسعى لشرائها " أي أنّ أهميته فى السوق تكون بالصفر الذى لا يؤثر بها على الأسعار. إذن ابتداءً من قيود الدخل والأسعار يسعى المستهلك الرشيد لان يعظم المنفعة الكلية من إنفاقه.

أ) $\frac{MUy}{P\,x} = \frac{MUx}{P\,y} =$

$$\frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (س)}}{\text{سعر السلعة (س)}} = \frac{\text{المنفعة الحدية (ص)}}{\text{سعر السلعة (ص)}} = \frac{8}{2}$$

سعر السلعة X كميتها + سعر السلعة ص X كميتها= 2ْ ْ x 6 + 2 x 4 = 20 دينار

ب/ إذا كانت ص هى المدخرات بدلاُ من كونها سلعة إستهلاكية وكانت بيانات المنفعة الحدية فى الصف الثالث من الجدول هى المنفعة التى يتحصل عليها هذا الفرد من أدخاره جزءاً من دخله، فإن شرط التوازن لهذا المستهلك يبقى دون ما تغيير– ويجب على المستهلك أن ينفق 12 ديناراً من اجل أن يعظم المنفعة الكلية من دخله فى شراء 6 وحدات.

إذا كانت المنفعة الحدية للوحدة الرابعة من (ص) هى (7) أكثر من 6 وحدات بقليل من (س)، وأقل قليلاً من 4 وحدات من (ص). وإذا لم يكن فى مقدور المستهلك أنّ يشتري أجزاء من الوحدة (س،ص) فيمكنه أن يستمر فى شراء (6) وحدات من (س)، (4) وحدات من (ص) ولكن حاله التوازن التى يحققها سوف تكون تقريبية فقط ولن تكون دقيقة.

ج/ إذا استمرت المنفعة الحدية للسلعة (س) "الصف الثانى من الجدول" فى الإرتفاع بدلاً من الهبوط، فإن الفرد يجب أن ينفق كل دخله فى شراء (10) وحدات من (س) ليعظم منفعته الكلية.

## تدريب(5)

المشاهد فى حقيقة عالمنا أن ينفق المستهلكون دخولهم، فى شراء العديد من السلع، وليس سلعة واحدة، لهذا تعتبر تصرفاتهم نتيجة لوجودهم على الجزء الهابط من دالة المنفعة الحدية. هذا فضلاً عن أنه بعد نقطة التشبع راغباً فى الحصول على مزيد من هذه السلعة حتى ولو حصل

عليها مجاناً. وبالتالى يكون الجزء المناسب من دالة المنفعة الحدية هو الجزء الموجب لكنه الهابط.

**تدريب(6)**

| الكمية ك | المنفعة الكلية للسلعة س | المنفعة الحدية للسلعة س | المنفعة الكلية للسلعة ص | المنفعة الحدية للسلعة ص |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 0 | – | 0 | – |
| 1 | 10 | 10 | 6 | 6 |
| 2 | 18 | 8 | 11 | 5 |
| 3 | 24 | 6 | 15 | 4 |
| 4 | 28 | 4 | 18 | 3 |
| 5 | 30 | 2 | 20 | 2 |

**تدريب (7)**

أ/

| الكمية | المنفعة الحدية للدينار المصروف على (س) | المنفعة الحدية للدينار المصروف على (ص) |
|---|---|---|
| 0 | – | – |
| 1 | 5 | 6 |
| 2 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 4 |
| 4 | 2 | 3 |
| 5 | 1 | 2 |

ب/ هنالك أربع مجموعات تتساوى عندها المنفعة الحدية للدينار المصروف على السلعتين هى:-

المجموعة (1): وحدة واحدة من (س) ووحدتان من (ص).

المجموعة (2): وحدتان من (س) وثلاث وحدات من (ص).

المجموعة (3): ثلاث وحدات من (س) وأربع وحدات من (ص).

المجموعة (4): أربع وحدات من (س) وخمس وحدات من (ص)

# مسرد المصطلحات

- **توازن المستهلك** customers Equilibrium

النقطة التى تمثل مستوى الكميات التى يستهلكها المستهلك من السلع ليحصل على أعلى مستوى ممكن من المنفعة حسب دخله ومستوى الأسعار السائدة.

- **خريطة السواء** Indifference Map

مجموعة منحنيات السواء التى تمثل ذوق أو تفصيل المستهلك.

- **خط الميزانية** Budget line

خط مستقيم يبين مجموعات مختلفة من السلع التى ينفق عليها المستهلك كامل دخله ويعتمد موقع هذا الخط على دخل المستهلك والأسعار التى يستهلكها.

- **قانون تناقص المنفعة الحدية** Law of Dimminishing Marginal Utlity

قانون ينص على تناقص المنفعة الحدية التى يحصل عليها المستهلك عندما يستهلك وحدات متتالية من هذه السلعة. أى أن المنفعة الحدية لكل وحدة تكون أقل من المنفعة الحدية لسابقتها.

- **المعدل الحدى للإحلال** Marginal Rate of Substitution

الكمية التى يضحى بها المستهلك من سلعة ما ليحصل على وحدة واحدة من سلعة أخرى ويمثل هذا المعدل القيمة المطلقة لميل منحنى السواء والذى يتناقص على طول المنحنى.

- **منحنى السواء** Indifference Curve

منحنى يمثل المجموعات المختلفة من السلع والتى تعطى المستهلك نفس المستوى من المنفعة.

- **المنفعة** Utility

الإشباع أو الرضا الذى يحصل عليه المستهلك عندما يستهلك السلع.

- **المنفعة الحدية** Marginal Utility

التغير فى المنفعة الكلية نتيجة لتغير الكمية المستهلكة بمقدار وحدة واحدة.

- **المنفعة العددية** Cardinal Utility

المنفعة المقاسة حيث يفترض أن المستهلك يستطيع أن يعطى قيمة للمنفعة التى يحصل عليها مقدرة بوحدات المنفعة.

- **المنفعة الكلية** Total Utility

المنفعة التى يحصل عليها المستهلك عندما يستهلك كمية من سلعة أو مجموعة من السلع.

# المراجع والمصادر


1) Edge worth, Francisy **: Mathematical psychics, london** 1881.
2) Pareto: Manual **d,Ecocomic Politique** 1909
3) slutisky, Eugine: 1915.
4) Hanson : **A textbook of Economics**
5) Hicks, T.R 8 Allen, R.G.D**: Reconsideration of The Thory of Value) Economica, part 8.134**
6) Hicks, J.R**: Value and capital,** Oxford university press, london, 1939.
7) Lipsey **: An Introduction to Positive Economics.**
8) Marshall : **Principles of Economics** .
9) Samuelson : **Economics**.
10) Stonier and Hague : **A Textbook of Economic Theory**.


الوحدة السادسة
الإنتـاج

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | **181** |
| **تمهيد** | **181** |
| **أهداف الوحدة** | **182** |
| **1. مفهوم وأهمية الإنتاج** | **183** |
| **2. عوامل الإنتاج** | **184** |
| 1.2 الأرض | **184** |
| 2.2 العمل | **185** |
| 3.2 رأس المال | **187** |
| 4.2 التنظيم | **189** |
| **3. دالة الإنتاج** | **189** |
| 1.3 قوانين عوائد الانتاج | **191** |
| **4. التحليل بمنحنيات الناتج المتساوى** | **197** |
| **5. خط التكاليف المتساوية.** | **204** |
| **6. توزان المنتج** | **209** |
| **7. حجم الإنتاج** | **213** |
| 1.7 الاقتصاديات الداخلية | **214** |
| 2.7 الاقتصاديات الخارجية | **215** |
| 3.7 اقتصاديات الحجم الكبير | **215** |
| **8. حدود إمكانيات الإنتاج** | **217** |
| **الخلاصة** | **221** |
| **لمحة مسبقة عن الوحدة التالية** | **223** |
| **إجابات التدريبات** | **224** |
| **مسرد المصطلحات** | **226** |
| **المراجع** | **228** |

# المقدمة

## تمهيد

عزيزي الدارس، أهلاً بك فى الوحدة السادسة من مقرر { الاقتصاد الجزئى} – ولقد تناولنا فى الوحدة السابقة تحليل سلوك المستهلك والذى يمثل أحد طرفي السوق، وتمثل هذه الوحدة والوحدات التالية تحليل سلوك المنتج الذى يمثل الطرف الثانى للسوق. وكما تلاحظ فإن عنوان هذه الوحدة الإنتاج والوحدة التى تليها تكاليف الإنتاج– وتمثل التكاليف حجر الأساس لفهم وتحليل سلوك المنتج الذى تسعى إليه هذه الوحدة. ولكن دراسة التكاليف تتطلب معرفة وثيقة بعملية الإنتاج وتفاصيلها.

وسنتناول فى هذه الوحدة مفهوم وأهمية الإنتاج، وعوامل الإنتاج، ودالة الإنتاج، والتحليل بمنحنيات الناتج المتساوى، وخط التكاليف المتساوية، وتوازن المنتج، وحجم الإنتاج وأخيراً حدود إمكانيات الإنتاج.

وفى ثنايا هذه الوحدة تدريبات وأسئلة تقويم ذاتى مع حلول نموذجية للتدريبات تقع فى نهاية الوحدة– بهدف ترسيخ التعلم وتعزيزه لديك بصورة عامة ومساعدتك على إنماء قدراتك على الفهم والاستيعاب.

اهلاً بك عزيزي الدارس مرة أخرى إلى هذه الوحدة، نرجو أن تستمتع بدراستها وأن تفيد منها، وأن تشاركنا فى نقدها وتقويمها.

# أهداف الوحدة



ينتظر منك عزيزي الدارس، بعد دراسة هذه الوحدة أن تكون قادراً على أن:-

- **تتعّرف** على مفهوم وأهمية الإنتاج.
- **تشرح** عوامل الإنتاج.
- **توضح** كيف تتم العملية الإنتاجية.
- **تُعرّف** دالة الإنتاج.
- **تميز** بين المصطلحات التالية
  - الموارد الإنتاجية الثابته والموارد الإنتاجية المتغيرة.
  - المدى القصير والمدى الطويل.
- **تُفسّر** قانون تناقص الغلة.
- **تبين** كيف يمكن تمثيل دالة الإنتاج.
- **تحدد** ما إذا كانت دالة إنتاج معينة تعكس عائد حجم متزايد، أو عائد حجم متناقص، أو عائد حجم ثابت.

# 1. مفهوم وأهمية الإنتاج

أوضحت دراستنا السابقة لنظرية الطلب سلوك المستهلك لأشباع حاجاته باستهلاك السلع التى تحقق له ذلك. آن الأوان لتناول جانب انتاج السلع وعرضها للمستهلك. فالعرض من أهم النشاطات الأقتصادية التى تناولها علماء الأقتصاد بالدراسة والتحليل، اذ لا تتحقق طلبات المستهلك الا اذا تم عرض السلع فى السوق. ولا بد من التأكيد أن العرض لا يتحقق الا بالانتاج. والأنتاج عملية واسعة ومتشعبة ولا تتحقق الا بتفاعل عوامل الأنتاج.

**يفهم الأنتاج بمفهومه العريض على أنه خلق او احداث المنافع أو زيادتها** أثناء العملية الأنتاجية. ويكون ذلك باحدى الوسائل التالية :

1- **إحداث المنفعة بتغيير شكل السلعة أو المادة بتحويلها بالأساليب الأنتاجية من سلعة الى سلعة اخرى.** ومن أبرز هذه الصور استخدام المواد الخام لانتاج سلعة جديدة. ويحدث ذلك فى مجالات انتاج السلع المختلفة الزراعية كالقمح والبرتقال والخضر، او الصناعية كالقماش من القطن اوالبسكويت من الدقيق.

2- **احداث المنفعة بنقل السلعة من مكان تقل فيه منفعتها الى مكان تزيد فيه منفعتها.** وتحدث زيادة المنفعة بادخال خدمات النقل كعامل اضافي حرك فيها السلعة من مكان إلى آخر.

3- **احداث المنفعة باضافة عامل الزمن (منفعة زمنية).** تستحدث المنفعة فى هذه الحالة بتخزين السلعة فى زمن يقل فيها منفعتها إلى زمن يزيد فيها منفعتها.

4- **احداث المنفعة بتغيير ملكية السلعة من شخص تقل عنده منفعة السلعة الى شخص تزيد عنده منفعتها**، أي باستبدال حيازة السلعة.

5- **المنفعة من الخدمات العامة.** يحصل الفرد على بعض المنافع من الخدمات التى تقدم فى المجتمع، كالتعليم والصحة والنقل والحدائق العامة ... الخ.

لكن فى التحليل الأقتصادى يؤخذ الأنتاج على أنه عمليه استخدام عوامل الأنتاج المناسبة فى العملية الإنتاجية وتحويل هذه العوامل الى سلع تفي بحاجات المستهلك الذى يكون على استعداد لدفع مقابل للحصول عليها. اذاً لا يحدث الأنتاج إلا باستخدام عوامل الأنتاج كمدخلات تساع

على تحويل هذه المدخلات الى مخرجات تتمثل فى السلع والخدمات. ويعنى ذلك أن انتاج السلع يكون بتحمل تكاليف هى عبارة عن تكاليف عوامل الأنتاج التى تستخدم فى الأنتاج.

# 2. عوامل الإنتاج

لا يحدث الإنتاج إلا باستخدام عوامل معينة تتفاعل مع بعضها لانتاج السلع. وقد حصرت عوامل الإنتاج فى أربعة عوامل اساسية هى الأرض والعمل ورأس المال والتنظيم. وسنتناول مفهوم ودور كل منها فى العملية الإنتاجية فى الفقرات التالية :

## 1.2 الأرض LAND

الأرض كعامل من عوامل الإنتاج تعنى فى مفهومها الأقتصادى معنى اوسع من الأرض المعلومة لدى عامة الناس. فى الأقتصاد يطلق لفظ الارض على كل الموارد الطبيعية. فهذا معنى واسع يشمل الارض وما عليها وما فى باطنها وما يحيط بها. بهذه الصفة فإن الارض لها من الخصائص ما يميزها عن بقية عوامل الإنتاج. وتتضمن هذه الخصائص الجوانب التالية :

(1) تعتبر الارض هبة من الله للانسان، فلم يبذل الانسان أى جهد لايجادها، وليس للارض تكاليف انتاج انفقت لايجادها. لكن لا بد من الأشارة إلى أنّ من النادر أنْ نجد أرضا بصورتها الطبيعية التى لم يتدخل فيها الانسان بالتحسين والتطوير لتكون ملائمة لخدمة غرض معين.

(2) الأرض محدودة فى مساحتها. فاذا زاد الطلب عليها وزادت أسعارها ولا يمكن زيادة مساحتها لمقابلة زيادة أسعارها.

(3) الأرض ثابتة. وقد وصف ريكاردو الأرض بانها أصيلة لا يمكن تحطيمها وازالتها من الوجود. كما لا يمكن تحريكها من موقعها الجغرافى إلى موقع آخر.

(4) تتصف الأرض بتعدد نوعياتها وصفاتها. فهناك الأرض الخصبة والمالحة والرملية والحجرية والمستوية.... الخ.

هذا الأختلاف فى الصفات، والعوامل الطبيعية التى تحيط بالارض والموقع تعطى كل قطعة ارض ميزاتها الأقتصادية والتقييم الأقتصادي المختلف عن غيرها من واقع استخداماتها فى الإنتاج والخدمات. فهى بهذا المفهوم عامل مهم فى عمليات الإنتاج. عائد الأرض هو الربح (RENT) .

## 2.2 العمل LABOUR

**العمل هو كل جهد بدني أو عقلي يبذله الانسان فى سبيل تحقيق المنافع الأقتصادية او زيادتها.** يتضمن العمل كل جهد مباشر أو غير مباشر فى مجالات الإنتاج المختلفة يؤدي الى زيادة إنتاج السلع والخدمات التى تشبع حاجات الانسان. ويعتبر العمل أحد اهم عوامل الإنتاج ان لم يكن أهمها على الأطلاق.

ينقسم العمل الى قسمين :

أ – عضلى يستخدم طاقة الجسم للقيام بالعمل.

ب– عقلي أو ذهني حيث يعمل الفكر لإنجاز العمل.

العمل كعامل من عوامل الإنتاج له خصائص معينة تميزه عن بقية عوامل الإنتاج نوجزها فى النقاط التالية :

أولاً : لا يمكن فصل العامل عن العمل نفسه إذ يقدم العامل العمل مباشرة.

ثانياً : يبيع العامل عمله بنفسه إذ أنّ العامل كائن حىّ يقدم عمله حسب الظروف التي يعيش فيها وبالمقابل الذى يراه هو مناسباً.

ثالثاً : العمل الذى يقدم مباشرة يستنفذ فى حينه ولا يبقى منه شىء ليقدم بعد حين مرة أخرى.

رابعاً : العرض الكلى للعمل غير مرن إذ لا يمكن زيادته او تخفيضه فى المدى القصير.

**يعتبر العمل من أكثر عوامل الإنتاج فاعلية وأثراً بل كما يقول هانسون" "لايمكن الأستغناء عن العمل فى كل اشكال الإنتاج.**" (Hanson,p41 ) ومع التقدم العلمي والتطور الفني. أرتفعت الكفاءة الفنية للعمل وزادت انتاجيته وأهميته فى عمليات الإنتاج. وهناك الكثير من العوامل التى تؤثر على الكفاءة الإنتاجية للعمل منها :

– التعليم والتدريب.

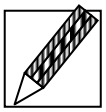
– الكفاءة الفردية المتوارثة والمكتسبة كالبناء الجسمانى والذكاء والحرص...

–الظروف المناخية.

– ظروف العمل.

– العوامل الأجتماعية والسياسية.

## تدريب (1)



أجب بصواب أو خطأ العبارات التالية مع تبرير إجابتك :

أ- تكلفة الفرصة البديلة تكون دائماً اكبر من التكلفة الفعلية.

ب-تقل التكلفة النقدية عن التكلفة الحقيقية فى بعض الحالات.

ت-لا توجد تكلفة ثابته فى الأجل القصير.

ث-تتحق نقطة التعادل عندما تكون التكلفة المتوسطة أقل ما يمكن.

ج- يتناقص مستوى التكلفة الثابته باستمرار كلما زاد حجم الإنتاج.

## أسئلة تقويم ذاتي



1. عرف الإنتاج.
2. ما أهمية الانتاج في التقدم الإقتصادي ؟
3. ماهي عوامل الإنتاج؟
4. ماهي اقسام العمل؟
5. عدّد أهم خصائص العمل؟
6. ما معنى تقسيم العمل وما أهم مزاياه؟

تقسيم العمل والتخصص :

اصبح تقسيم العمل والتخصص سمة بارزة فى عمليات الإنتاج فى العصر الحديث. فكل نشاط الإنتاج الحديث يعتمد على تقسيم العمل. وقد **ركز آدم سميث على ابراز أهمية ومزايا التقييم فى كتاباته وسلك سبيله من جاء بعده من الأقتصاديين.** ونوجز أهم مزايا تقسيم العمل فى النقاط التالية :

1- يؤدي تقسيم العمل الى زيادة الإنتاج. ولتأكيد ذلك قدم آدم سميث مثاله المشهور عن انتاج الدبوس فقال اذا قسم انتاج الدبوس الى 18 عملية بها 10 عمال فانهم ينتجون 4.800 دبوس للعامل الواحد. ولكن فى غياب تقسيم العمل لا ينتج العامل اكثر من 20 دبوساً فى اليوم.

2- التخصص فى العمل الواحد والممارسة المستمرة يؤدي الى زيادة المهارة واتقان العمل ورفع الكفاءة الإنتاجية.

3- يؤدي التخصص إلى اختصار الوقت اللازم لأداء العمل.

4- يمكّن تقسيم العمل من استخدام الآلات الحديثة فى عمليات الإنتاج بفاعلية.

بالرغم من هذه المزايا فإن تقسيم العمل لا يسلم من المساوىء. فالعمل الرتيب والمكرر قد يكون مملاً ويفقد المتعة التى يجدها الأنسان فى العمل، كما قد يفقد العامل القدرة على الأبتكار وتكوير العمل.

**عائد العمل هو** ⟵ **الأجرWage .**

## 3.2 رأس المال Capital.

**مفهوم رأس المال :**

- **عند عامة الناس**
- **عند أهل الإقتصاد**

**لا يجمع كل الناس على مفهوم واحد لرأس المال.** فرأس المال للفرد العادى او للتاجر الصغير هو النقود التى يملكونها. لكن رأس المال عند الأقتصاديين كعامل من عوامل الإنتاج له مفهوم مختلف. فمفهومهم لرأس المال هو أنه ذلك الجزء من الثروة الذى يستخدم لأنتاج مزيد من الثروة. (Hanson, pp54-57)ويشار اليه أيضاً بأنه الثروة المنتجة التى تستخدم فى عمليات الإنتاج. ويفهم رأس المال بأنه الأصول الثابتة فى المجتمع. بهذا المفهوم لا تعتبر الأرض جزءاً من رأس المال لخصائص الأرض المختلفة. وبذلك فان رأس المال هو عبارة عن رصيد متراكم يمكن قياسه فى أي لحظة محددة.

**بهذا المفهوم يلعب رأس المال دوراً محورياً فى العمليات الإنتاجية الحديثة.** ولا نتصور أن يتم إنتاج أي شيء بصورة ملموسة دون استخدام رأس المال. ويلعب رأس المال دوراً اساسياً فى عملية التنمية لأنّ التنمية لا تحدث إلا بتراكم رأس المال وزيادة الأصول فى المجتمع.

يمكن تصنيف رأس المال الى مجموعات عديدة متميزة عن بعضها على النحو التالى :

**أ- رأس المال الثابت ورأس المال المتداول .**

- ♦ رأس المال الثابت هو عبارة عن الأصول المتراكمة التى تستخدم فى عمليات الإنتاج مرات عديدة كالمبانى والآلات والمعدات.
- ♦ رأس المال المتداول هو الذى يستخدم فى عمليات مرة واحدة، كالمدخلات الزراعية من التقاوى والأسمدة أو مدخلات الصناعة من المواد الخام.

**ب- رأس المال الحقيقي ورأس المال النقدى .**

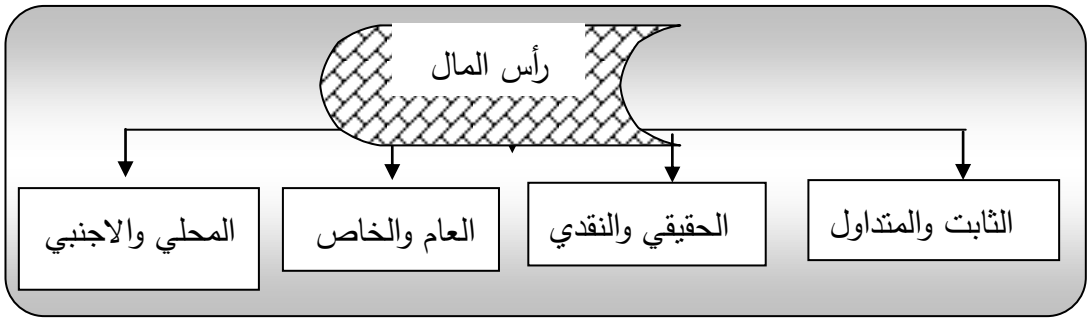
- ♦ رأس المال الحقيقى هو الأصول المتراكمة التي تستخدم فى عمليات الإنتاج.
- ♦ رأس المال النقدى هو الذي يتم التعامل به فى سوق الأوراق المالية.

**ج- رأس المال العام ورأس المال الخاص.**

- ♦ رأس المال العام هو الذى تعود ملكيته للدولة والمؤسسات التابعة لها.
- ♦ رأس المال الخاص هو الذى تؤول ملكيته لفرد أو مؤسسة خاصة.

**د- رأس المال المحلى هو الذى تكون مصادره محلية ورأس المال الأجنبى هو الذى ينتمي الى مصادر أجنبية.**

**عائد رأس المال هو الفائدة Interest** ويمكن توضيح أنواع رأس المال بالشكل أدناه




**أنواع رأس المال**

## 4.2 التنظيم Entrepreneurship

يمثل التنظيم العامل الرابع من عوامل الإنتاج. ويتولى المنظم Entrepreneur **عملية التنظيم ويقوم بدور فاعل ومحوري في عملية الإنتاج.** إذ يقوم المنظم باستقراء مستقبل واتجاهات النشاطات الإنتاجية ويتنبأ بافضل مجالات الأستثمار، ويقوم باختيار المشروعات. ويحدد المنظم

حجم المشروع وحجم الإنتاج. ويعمل المنظم على تجميع وتفعيل كل عوامل الإنتاج التى تمكن من تحقيق أهداف المشروع.

يتضح من ذلك أنّ المنظم يتحمل مخاطرة الأستثمار فى المشروع وعند تحقيق العوائد المرجوة يقوم بتوزيع عوائد عوامل الإنتاج بمقدار ما ساهم كل منها فى العملية الإنتاجية. فاذا نجح المشروع وحقق أهدافه يحصل المنظم على الربح مقابل جهوده والمخاطر التي تحملها فى العملية الأستثمارية. أما اذا فشل المشروع يتحمل المنظم الخسارة التي تحل بالمشروع.

مع تأكيدنا لأهمية عوامل الإنتاج لأكمال العملية الإنتاجية، لا بد أن نقول فى النهاية أن الطلب على عوامل الإنتاج مرهون بطلب المستهلك للسلع والخدمات التى تشبع رغباته. فالطلب على السلع هو الذى يحرك المنظم للقيام بنشاطاته لتنسيق عوامل الإنتاج وإكمال العمليات الإنتاجية.

عائد المنظم من كل هذه النشاطات التى يقوم بها هو الربح. Profit

## 3. دالة الإنتاج The Production Function

جوهرعملية الإنتاج هو استخدام عوامل الإنتاج للحصول على سلع تلبى حاجات المستهلك. اذاً هناك علاقة دالية بين كميات مدخلات الإنتاج المتمثلة فى عوامل الإنتاج ومخرجات الإنتاج المتمثلة فى كميات السلع المنتجة. وبالتالي تكون المنتجات دالة لمدخلات الإنتاج من العوامل المستخدمة وتعرف هذه العلاقة بين المخرجات والمدخلات بدالة الإنتاج.

ودالة الإنتاج تتناول بالتحليل سلوك المشروع الإنتاجى الواحد خلال عمليات الإنتاج، وهى تشبه بقدر كبير دالة الأستهلاك التى تناولت تحليل سلوك المستهلك الفرد كما رأينا من قبل. فالمشروع يحاول تعظيم انتاجه الكلي والمستهلك يسعى لتعظيم منفعته الكلية. وتعرض دالة الإنتاج بإحدى الطرق التالية :

(أ) جداول توضح كميات المدخلات وكميات السلع التى تنتج منها.

(ب) فى شكل بياني يوضح التفاعل بين المدخلات والمخرجات باستخدام منحنيات تعكس اتجاهات هذا التفاعل.

(ج) فى صورة معادلة رياضية.

يمكن التعبير عن دالة الإنتاج رياضياً على النحو التالى :

**كمية الإنتاج = دالة ( مدخلات الإنتاج)**

أى :

**ص = د( س 1، س2 ،....، س ن)**

حيث :

ص = المتغير التابع الذى يمثل كمية الإنتاج

س ، ....، س ن = متغيرات مستقلة تعبر عن مدخلات الإنتاج.

ويمكن وضع نفس المعادلة باللغة الأنجليزية بالصورة التالية :

**Q = f (a , b,c ).**

حيث :

Q = كمية السلعة المنتجة.

a,b,c = كميات مدخلات الإنتاج.

f. = دالة.

**اسئلة تقويم ذاتى**

1. ما المقصود بالإنتاج؟
2. أذكر عوامل الإنتاج ؟
3. عرف دالة الإنتاج.
4. فرق بين المدى القصير والمدى الطويل.
5. فرق بين عناصر الإنتاج الثابته وعناصر الإنتاج المتغيرة.

## 1.3 قوانين عوائد الإنتاج : Laws of Return

يخضع الإنتاج لقوانين عوائد الإنتاج Laws of Return وتتضمن قوانين عوائد الإنتاج الجوانب التالية :

- قانون تناقص عوائد الإنتاج. Law of diminishing Return
- قانون تزايد عوائد الإنتاج. Law of Increasing Return
- قانون ثبات عوائد الإنتاج. Law of Constant Return

**وتعتبر هذه القوانين الثلاثة فى التحليل الأقتصادى عبارة عن جوانب مختلفة لقانون واحد هو النسب المتغيرة** .Law of Variable Proportions ويحتل قانون النسب المتغيرة مكانة بارزة فى التحليل الأقتصادى. ويعبر القانون عن علاقة المدخلات وكميات الإنتاج عند زيادات متتالية لعامل واحد من عوامل الإنتاج مع بقاء كل العوامل والظروف الأخرى ثابتة دون تغيير. فى هذه الحالة تتغير نسب استخدام العامل المتغير مع عوامل الإنتاج الأخرى الثابتة كلما زادت مقادير العامل المتغير، وتتغير كميات مخرجات الإنتاج تبعاً لذلك. ويعنى ذلك **أن قانون النسب المتغيرة يوضح كيف يتأثر الإنتاج الكلى والمتوسط والحدى بتغيير نسب عوامل الإنتاج المستخدمة فى الإنتاج.**

افتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة فى الإنتاج أمر طبيعي ليتضح مدى تأثيرات تغيير نسب المدخلات على الإنتاج. وبالتالى فإن دالة الإنتاج المعنية في هذه الحالة هي دالة الإنتاج فى المدى القصير. والمدى القصير هو الفترة الزمنية القصيرة التى لا تستطيع المنشأة أن تغير من مدخلات الإنتاج سوى العامل المتغير. لذلك ترتبط دالة الإنتاج فى المدى القصير بقانون تناقص العوائد( يطلق عليه كثيراً قانون تناقص الغلة)..Law of Diminishing Rerurns

ولتوضيح هذه المفاهيم نقدم المثال التالى :

منشأة صناعية تنتج الملابس الجاهزة وتستخدم العمل كعامل انتاج متغير مع بقاء كل عوامل الأنتاج الأخرى ثابتة فى المدى القصير. مع زيادة وحدات متتالية من عامل العمل يتزايد الأنتاج الكلى والمتوسط والحدى حتى يصل كل منها لمرحلة معينة ثم يبدأ فى التناقص كما يتضح من الجدول التالى

| عدد العمال(1) | الناتج الكلى(2) دستة ملابس | الناتج المتوسط (3) دستة ملابس | الناتج الحدى (4) دستة ملابس |
|---|---|---|---|
| 1 | 70 | 70 | 70 |
| 2 | 150 | 75 | 80 |
| 3 | 240 | 80 | 90 |
| 4 | 328 | 82 | 88 |
| 5 | 410 | 82 | 82 |
| 6 | 474 | 79 | 64 |
| 7 | 504 | 72 | 30 |
| 8 | 504 | 63 | 0 |
| 9 | 459 | 51 | 45 - |
| 10 | 390 | 39 | 69 - |

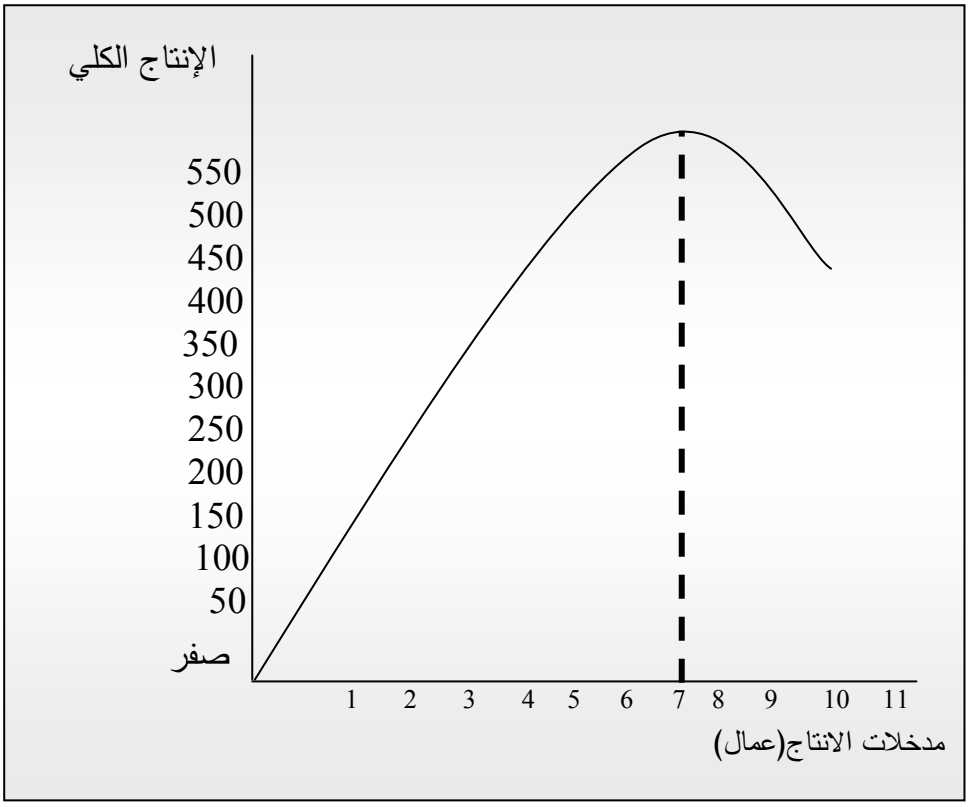
جدول رقم 6-1

جدول يوضح قانون النسب المتغيرة

يلاحظ فى هذا الجدول أن قانون تناقص العائد (الغلة) يظهر بوضوح فى الإنتاج الكلى والإنتاج المتوسط والإنتاج الحدى على النحو التالى :

أ- **تناقص العائد الكلى.**

يتضح فى العمود رقم (2) من الجدول أن الإنتاج الكلى يتزايد بأضافة كل عامل الى مدخلات الإنتاج. لكن عند اضافة العامل رقم 8 لا يزيد شيء فى الإنتاج الكلي. ومن العامل الأضافي رقم 9 يبدأ العائد الكلى بالتناقص مع اضافة كل عامل. و بالتالي فإن المسئول الرشيد يوقف العمالة عند العامل رقم 7 ولا يزيد منها. ويمكن توضيح ذلك فى الشكل رقم 6-1




**شكل رقم 6-1**

**منحنى الإنتاج الكلى**

**ب- مدخلات عمال**

من واقع البيانات الواردة فى العمودين (1) و(2) الواردة فى الجدول 6-1 يمكن استخلاص بيانات العائد المتوسط والعائد الحدى للعمل لكل مرحلة من مراحل اضافة عمال كمدخلات متتابعة. والعائد المتوسط فى هذا المثال هو عبارة عن متوسط ما ينتجه العامل الواحد فى كل كمية انتاج منتجة باضافة عامل اضافى واحد. ونحصل عليه بقسمة الناتج الكلى على عدد العمال الذين شاركوا فى الإنتاج.

$$\text{الناتج المتوسط} = \frac{\text{الناتج الكلى}}{\text{عدد العمال}}$$

أو :

$$AP = \frac{TP}{L}$$

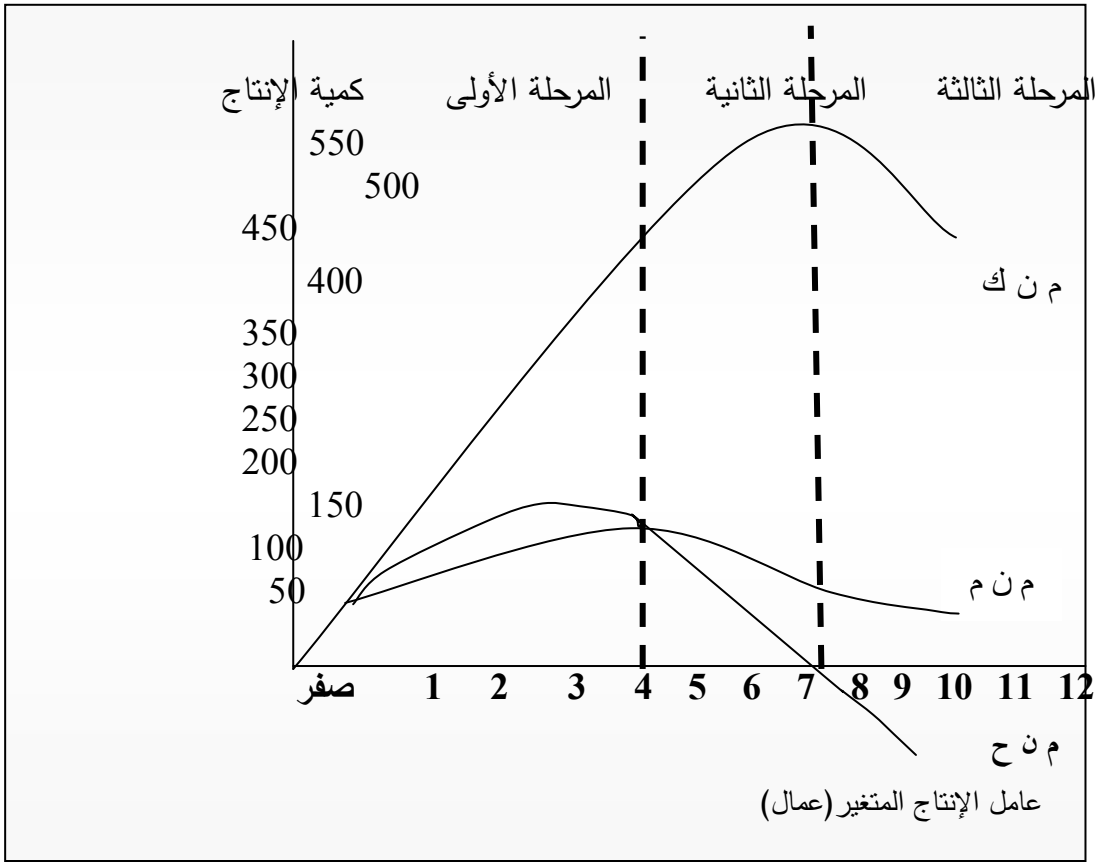
أما الناتج الحدى هو مقدار التغيير الذى يحدث فى الإنتاج الكلى نتيجة لزيادة العمل بعامل واحد.

$$\text{الناتج الحدى للعمل} = \frac{\text{التغيير فى الإنتاج الكلى}}{\text{التغيير فى عدد العمال}}$$

أو

$$MP = \frac{\triangle TP}{\triangle L} = \frac{\triangle Q}{\triangle L}$$

يلاحظ من الجدول أن الناتج المتوسط يتزايد مع كل اضافة عامل اضافى منذ بداية الإنتاج حتى العامل الرابع. فاضافة عامل خامس وأكثر لا يؤدي الى زيادة متوسط الإنتاج بل يبدأ الناتج المتوسط فى الانخفاض تدريجياً منذ اضافة العامل السادس لمدخلات الإنتاج. ويمكن ايضاً ملاحظة هذا النمط من التغيير فى الناتج الحدى. حيث يبدأ الناتج فى الزيادة باضافة وحدات عمل جديدة حتى العامل الثالث، ومنذ العامل الرابع فإن اضافة وحدات عمل اضافية يؤدي الى تدهور الناتج الحدى حتى يصل الى الصفر عند اضافة العامل الثامن. يتدهور الناتج الحدى الى ما دون الصفر مع أى زيادة لوحدات العمل بعد العامل الثامن. ويمكن توضيح ذلك بيانياً فى الشكل رقم 6–2 التالى :




**شكل رقم (6–2)**

**كمية الإنتاج**

من واقع الجدول (6–1) والشكل البيانى رقم (6–2) يتضح الآتى :

(أ) لقانون تناقص العوائد ثلاثة جوانب :

- تزايد العوائد الكلية لفترة ثم تناقصها التدريجى المستمر.
- تزايد العوائد المتوسطة أولاً ثم تناقصها المستمر بعد حين.
- تزايد العوائد الحدية ثم تناقصها المستمر مع الأستمرار فى الإنتاج حتى تصل الى الصفر والى دون ذلك .

(ب) يصل الناتج الكلى اقصى درجاته عندما يصل الناتج الحدى الى الصفر.

(ج) الناتج الحدى هو أول متغيرات الناتج الذى يبدأ فى التناقص يتبعه الناتج المتوسط ثم الناتج الكلى كما يظهربيانياً فى شكل واتجاهات منحنياتها الثلاثة.

يوضح هذا التحليل أن قانون النسب المتغيرة يشير بوضوح الى وجود ثلاثة مراحل واضحة فى انتاج المشروع كما ظهر فى الشكل رقم( 6-2) وتأتى هذه المراحل الثلاثة على النحو التالى:

**المرحلة الأولى** : تبدأ منذ بداية الإنتاج وتستمر حتى يصل الناتج المتوسط للعامل المتغير(العمل فى مثالنا) حده الأقصى. ويكون ذلك فى الشكل البيانى رقم (6-2) عند تقاطع منحنى الناتج المتوسط ومنحنى الناتج الحدى.

**المرحلة الثانية** : تبدأ بنهاية المرحلة الأولى، التى وصل فيها الناتج المتوسط للعمل حده الأقصى، وتنتهى عندما يصل الناتج الحدى للعمل الى الصفر وذلك عندما يكون الناتج الكلى قد بلغ اقصى درجاته.

**المرحلة الثالثة** : تبدأ منذ أن يصل الناتج الحدى الى الصفر، وعندها يكون الناتج الكلى قد وصل اقصى درجاته، وحتى يصل الناتج الكلى للعمل الى الصفر.

يلاحظ فى كل من الجدول رقم (6-1) والشكل رقم (6-2) أن اضافة وحدات متتالية من العامل المتغير ( العمل) الى عوامل الإنتاج الثابتة يؤدي الى زيادة الناتج الكلى أولاً بنسب متزايدة لفترة معينة ثم تكون زيادته بنسب متناقصة. والسبب فى ذلك هو الزيادة المبدئية المستمرة فى الناتج الحدى ثم تناقصه بعد ذلك. وتعزى الزيادة المبدئية فى الناتج الحدى الى الأستفادة من طاقات وقدرات العمال كاملة فى استخدام الموارد المتاحة. لذلك عند تزايد عدد العمال عن حدٍ معين يبدأ الناتج الحدى فى الأنخفاض لزيادة نسبة العمل عن النسبة المثلى فى مزج عوامل الإنتاج فى العملية الإنتاجية.

لا بد من التأكيد هنا أن قانون النسب المتغيرة لا ينطبق عندما تتغير كل عوامل الإنتاج بنسب ثابتة. لذلك فإن سريان القانون يكون فى المدى القصير حيث لا تستطيع المنشأة التغيير فى عوامل الإنتاج المستخدمة لأن قصر المدى الزمنى لا يسمح بذلك. أما فى المدى الطويل فإن مجال التغيير فى كل عوامل الإنتاج وفى فنون الإنتاج تكون متاحة للمنشأة.

**تدريب(2)**

أكمل الجدول التالى ثم أجب على الاسئلة التى تليه

| 8 | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ت.ح | م.ت ك | م.ت.م | م.ت.ث | ت.ك | ت.م | ت.ث | الكمية |
| XX | XX | XX | XX | – | – | 10 | 0 |
| XX | - | - | - | - | 20 | 10 | 1 |
| - | - | - | - | 40 | - | - | 2 |
| - | - | 25 | - | - | - | - | 3 |
| 30 | - | - | - | - | - | - | 4 |
| - | 34 | - | - | - | - | - | 5 |

**1 / هل يمثل الجدول أعلاه الإنتاج فى المدى القصير أم المدى الطويل ولماذا؟**

**2/ أى منحنيات التكلفة أعلاه يأخذ شكل <U**

**3/ متوسط التكلفة الكلية = ..... + .....**

**أسئلة تقويم ذاتي**

1. **ما المقصود بقانون النسب المتغيرة؟**
2. **لماذا يركز قانون النسب المتغيرة على التحليل فى المدى الطويل؟**
3. **ماهو الدور المنظم فى العملية الإنتاجية؟**
4. **وضح الفرق بين دالة الإنتاج ودالة الإستهلاك.**
5. **لماذا ينحصر تطبيق النسب المتغيرة على المدى القصير؟**
6. **حسبما يوضح قانون تناقص العوائد أى منحنيات الإنتاج يبدأ فى التناقص اولاً؟**

# 4. التحليل بمنحنيات الناتج المتساوى

**يحاول المشروع الفرد ( أو المنشأة الفردية) تحقيق التوازن فى سوق عوامل الإنتاج وتعظيم الربح او الوصول الى مزج عوامل الإنتاج بالصورة التى تحقق أهدافها الإنتاجية بأقل التكاليف.** وتعمل المنشأة دائماً على أنتاج كميات محددة من سلعة معينة بمزج عوامل الإنتاج

بنسب معينة أو بمقادير تمكن من أنتاج السلعة بالكميات المطلوبة أو بأقل التكاليف الممكنة. وللوصول الى ذلك يحلل وضع المنشأة باستخدام منحيات الناتج المتساوى. ويعبر منحنى الناتج المتساوى عن مختلف احتمالات المزج بين عوامل الإنتاج المستخدمة التى تعطى نفس الإنتاج الذى تعطيه بقية احتمالات المزج الأخرى بين عوامل الإنتاج ذاتها على المنحنى.

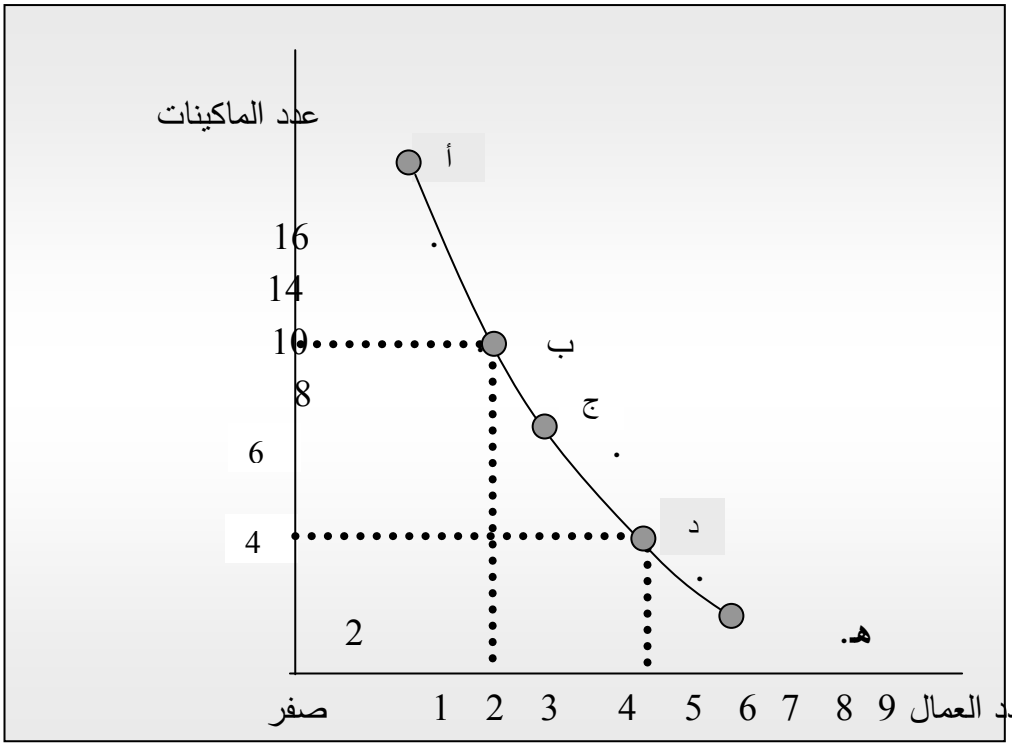
ولتسهيل عملية التحليل يعمد هذا الأسلوب الى استخدام عاملى انتاج (العمل ورأس المال) كمدخلات لأنتاج الكميات المحددة من السلعة. وبأستخدام هذين العاملين فى الإنتاج فإن كل نقطة على منحنى الناتج المتساوى تعطى ناتجاً كلياً متساوياً لما تعطيه النقاط الأخرى على المنحنى. يوضح ذلك أن مضمون مفهوم منحنيات الناتج المتساوى تشبه بقدر كبير مضمون مفهوم منحنيات السواء. ولكن الفرق الأساسى بين منحنيات السواء ومنحنيات الناتج المتساوى هو أن منحنيات السواء توضح احتمالات المزج بين السلعتين التى تعطى اشباعاً متساوياً للمستهلك ولكنها لا تحدد مقدار الأشباع الذى تعطيه احتمالات المزج المختلفة لأن الاشباع احساس ولا يقاس كمياً. أما منحنيات الناتج المتساوى تحدد مدخلات الإنتاج (العاملين) كمياً وتحدد الإنتاج فى كل احتمالات جمع (مزج) العاملين بصورة كمية.

لتوضيح هذا المفهوم نعطى المثال التالى :

ينتج مصنع الملابس الجاهزة عدد 100 قميص فى الأسبوع اذا استخدم العمال والماكينات بخيارات المزج (الجمع) الواردة فى الجدول الآتى :

| خيارات المزج(الجمع) | العمال L | الماكينات(M) |
|---|---|---|
| أ | 2 | 15 |
| ب | 3 | 11 |
| ج | 4 | 8 |
| د | 5 | 5 |
| هـ | 7 | 3 |

يمكن رصد منحنى الناتج المتساوى من بيانات هذا الجدول بالصورة التى توضح مجموعات المجمع بين عاملى الإنتاج فى الشكل رقم (6-3) التالى :




**شكل رقم (6-3)**

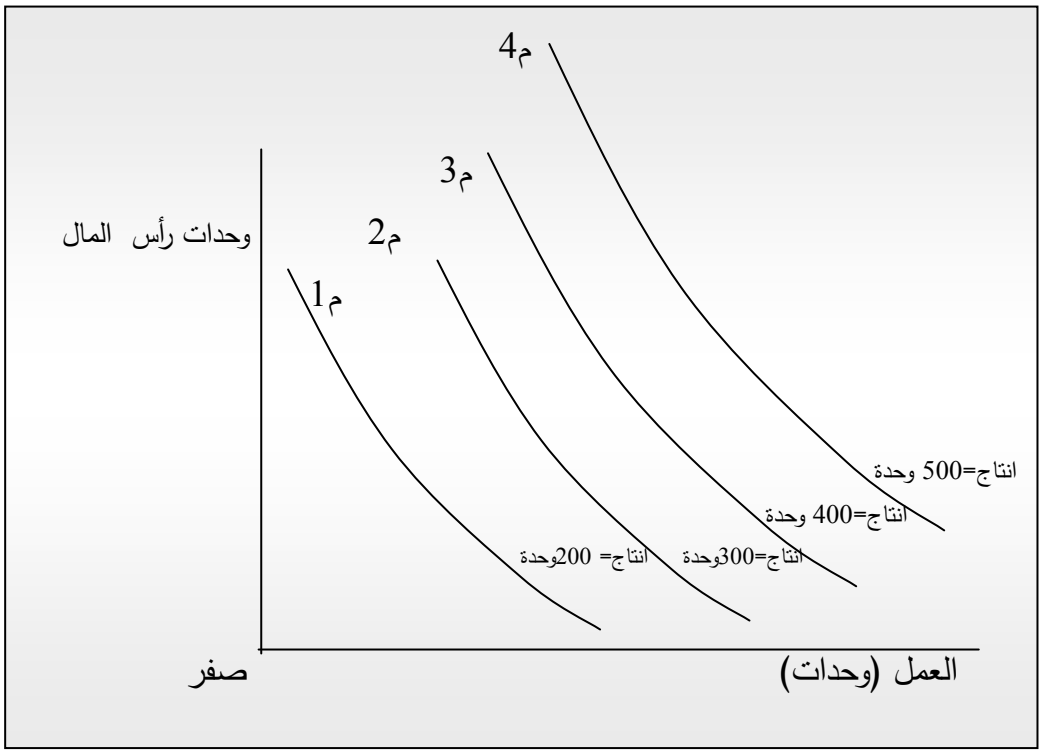
**منحنى الناتج المتساوي**

يبين منحنى الناتج المتساوى كل مجموعات الجمع بين عوامل الإنتاج ( العمل ورأس المال) لتعطى نفس كمية الإنتاج، وهى مجموعات المزج/ الجمع أ،ب، ج، د، هـ التى ظهرت فى الجدول السابق فى المثال. وأى نقطة على المنحنى يعطى نفس كمية الإنتاج التى تعطيها النقاط الأخرى عليه.

نظراً لأن منحنى الناتج المتساوى الواحد يوضح كمية الإنتاج التى يحققها الجميع بين عاملى الإنتاج (العمل ورأس المال)، فإن أى منحنى آخر للناتج المتساوى يعبر عن كمية انتاج مختلفة، وبالتالى لا يمكن أن تتقاطع منحنيات الناتج المتساوى مهما كثر عددها. ولهذه الخاصية فإن عدداً من منحنيات الناتج المتساوى تظهر متجاورة فى خريطة منحنيات الناتج المتساوى كما يظهر فى الشكل( 6-4 )التالى :

## أسئلة تقويم ذاتي

1) ما معنى التحليل بمنحنيات الناتج المتساوي؟
2) كيف يتعرض المشروع لتوازن في سوق عوامل الإنتاج؟
3) ما معنى الإنتاج بأسلوب الشرح؟
4) عن ماذا يكشف منحنى الناتج المتساوي؟




**شكل (6-4)**

**خريطة منحنيات الناتج المتساوى.**

فى خريطة منحنيات الناتج المتساوى فى الشكل رقم (6-4) يكون الإنتاج على المنحنى الأول (م1) هو 200 وحدة، وأى جمع بين عاملى العمل ورأس المال فى العملية الإنتاجية على هذا المنحنى يعطى نفس الإنتاج. وكذلك أى جمع بين عاملى العمل ورأس المال فى العملية الإنتاجية

يعطى أنتاج قدره 300 وحدة على المنحنى الثانى (م2). ونفس الشىء يحدث فى بقية منحنيات الإنتاج المتساوى الثالث (م3) والرابع (م4). وكذلك الحال بالنسبة لكل منحنيات الإنتاج المتساوى.

يوضح هذا التحليل ان مفهوم منحنيات الإنتاج المتساوى يقوم على مبدأ إحلال جمع عاملى انتاج معين لأنتاج كمية انتاج محددة محل جمع عاملى الإنتاج نفسهما بنسب أخرى لانتاج نفس الكمية. ففى الشكل رقم( 6-3 )كمية الإنتاج (ب) تساوى كمية الإنتاج (د). لكن حلت وحدات معينة من العمل محل وحدات معينة من الماكينات لأنتاج الكمية (د). هذا الاحلال فى العملية الإنتاجية يعرف بمعدل الاحلال الحدى الفنى للعمل بدلا عن الماكينات.

Marginal Rate of Technical Substitution (MRTSLK)

يحدد هذا المعدل وحدات الماكينات (رأس المال) التى يمكن أن يستغنى عنها بزيادة وحدات العمل بوحدة واحدة مع بقاء كمية الإنتاج ثابتة. ويمكن قياس معدل الأحلال الحدى الفنى بالمعادلة التالية :

**معدل الأحلال الحدى الفنى للعملL محل رأس المالK =**

**التغيير فى عدد وحدات رأس المال (K)**

**التغيير فى عدد الوحدات العمل (L)**

**أو :**

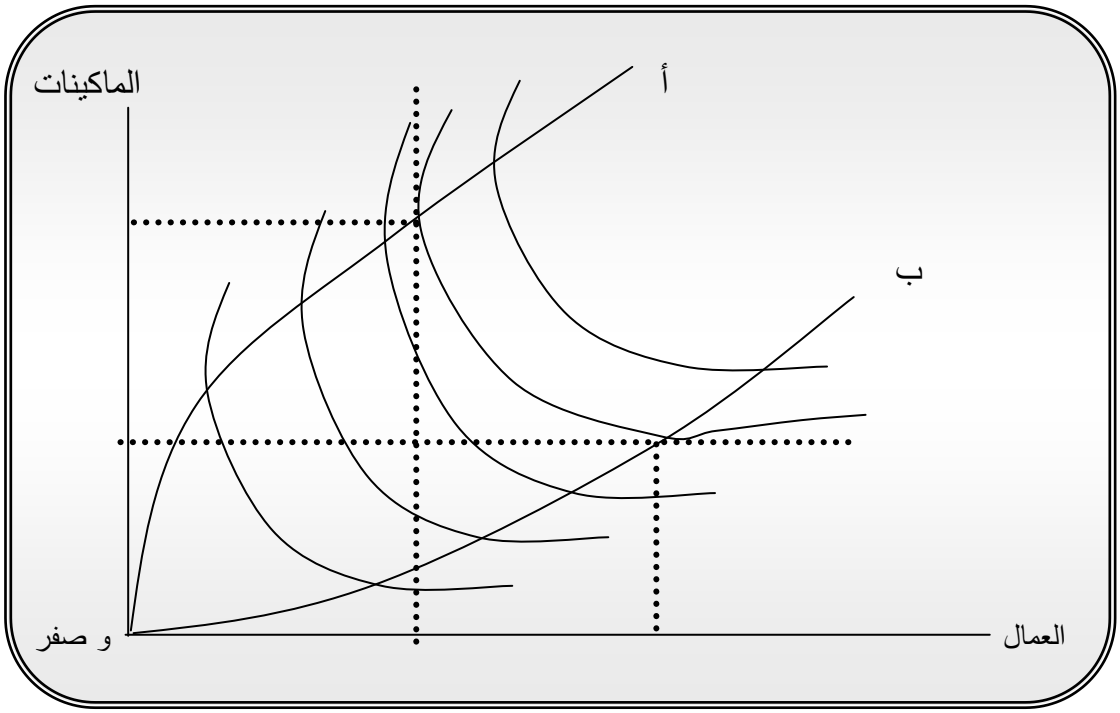
$$MRTS_{LK} = \frac{\triangle K}{\triangle L}$$

يمكن توضيح معدل الأحلال الحدى الفنى بين الماكينات والعمل بصورة حسابية افتراضية فى الجدول التالى جدول رقم (6-2)

**معدل الاحلال الفنى بين العمل والماكينات**

| خيارات جمع عاملى الإنتاج | العمال(L) | الماكينات(M) | معدل الاحلال الحدى الفنى |
|---|---|---|---|
| أ | 2 | 20 | |
| ب | 3 | 16 | 4 |
| ج | 5 | 10 | 3 |
| د | 6 | 8 | 2 |
| هـ | 7 | 7 | 1 |

يبين التحليل الأقتصادى أن منحنيات الناتج المتساوى هى صورة بيانية لعدد كبير من مجموعات الجمع بين عاملين من عوامل الإنتاج (العمل ورأس المال) لأنتاج كمية محددة من سلعة معينة. ومستويات الإنتاج المختلفة للسلعة تظهر فى مستويات مختلفة وكثيرة لمنحنيات الناتج المتساوى فى خريطة الناتج المتساوى كما رأينا من قبل. ونعلم أن كل منحنى للناتج المتساوى يبين خيارات الجمع بين عاملى الإنتاج المستخدمان لأنتاج كمية محددة من الإنتاج. ومن البديهى أن زيادة مقدار عاملى الإنتاج معاً سيؤدي الى زيادة الإنتاج ويعنى ذلك ارتفاع منحنى الناتج المتساوى الى أعلى. وبالتالى فإن الزيادات المستمرة فى عاملى الإنتاج سيؤدي الى ظهور مجموعات من منحنيات الناتج المتساوى الى أعلى وجهة اليمين وبعيداً من نقطة اصل ومن المنحنى الأول كما تظهر فى خريطة الناتج المتساوى في الشكل رقم (6-5) التالى




**شكل رقم (6-5)**

**خريطة منحنيات الناتج المتساوى وحافة الإنتاج**

لكل منحنى من منحنيات الناتج المتساوى فى هذا الشكل فإن الجزء من المنحنى يفترض ميلاً ايجابياً يقع بين المماسين الرأسى والأفقى على كل منحنى. والمنحنيات ( أ و ) و (ب و ) اللذان يمران عبر نقاط المماسات مع منحنيات السواء فى خريطة السواء يعرفان بحافة الإنتاج Ridge Line لأنهما يفصلان دالة الإنتاج الى منطقتى انتاج عقلانى وغير عقلانى. إذ لا تقوم أى منشأة عقلانية تريد أن تنتج باقل التكاليف أن تنتج فوق خط حافة الإنتاج ( أ و) أو تحت خط حافة الإنتاج (ب و). فالإنتاج فوق أو تحت خطى حافة الإنتاج يعتبر غير إقتصادى .وفوق وتحت خطى حافة الإنتاج يكون ميل منحنيات الناتج المتساوى سالباً.( Glahe and Lee, p197 )

## 5. خط التكاليف المتساوية Isocosts Line

معلوم أن الهدف الرئيس لأى منشأة أعمال هو تعظيم الربح. يعنى ذلك أن المنشأة تحاول أن لا تعمل فى مناطق الإنتاج غير الأقتصادية لها بصفة عامة. لكن هذا لا يحدد حجم الإنتاج الذى ستنتجه ولا تكلفة الإنتاج. اذاً لا بد من ربط الأنتاج بالتكاليف حتى تختار المنشأة جمع مدخلات الإنتاج التى تقلل تكاليف الإنتاج. غنى عن التأكيد أن تكاليف انتاج المنشأة تعتمد على اسعار عوامل الإنتاج المختلفة وعلى كميات عوامل الإنتاج المستخدمة فى الإنتاج.

فاذا افترضنا أن عوامل الإنتاج المستخدمة فى الإنتاج هى العمل (ع) أو (L ) ورأس المال (م) أو( M ) وأن سعر الوحدة من كل منهما هى (س ع) و(س م) ( أو PL , Pk ) على التوالى. عليه فإن تكاليف الإنتاج (ت) أو ( C ) هى :

$$ت = ع .س\ ع + م. س\ م$$

أو :

$$C = LP\,l + KPk$$

فاذا اعتبرت التكاليف ثابتة فان استخدام عمالة أكثر يعنى تقليل الماكينات المستخدمة، وان استخدام ماكينات اكثر يحتم تقليل العمالة ليفى بافتراض التكاليف الثابتة.

ويمكن صياغة المعادلة السابقة على النحو التالى :

$$\text{م} = \frac{\text{ت}}{\text{س م}} - \frac{\text{ع س ع}}{\text{س م}}$$

أو :

$$K = \frac{C}{P_K} - \frac{P_L}{P_k} L$$

تعرف هذه المعادلة بمعادلة خط التكلفة المتساوية. وخط التكلفة المتساوية هو الخط الذى يمثل مختلف احتمالات جمع عاملى الإنتاج ( العمل ورأس المال) المستخدمة فى الإنتاج فى حدود

تكلفة (ميزانية) محددة مع بقاء كل الأشياء الأخرى ثابتة. وتجدر الأشارة الى أن معادلة خط التكلفة المتساوية هى معادلة خطية سالبة الميل وتمثل بخط مستقيم ويتحدد ميله بنسبة اسعار مدخلات الإنتاج بحيث تكون
:

$$\text{الميل} = -\frac{\text{س ع}}{\text{س م}}$$

أو :

$$\text{Slope} = \frac{PL}{PK}$$

لتوضيح المقصود فى هذا التحليل بصورة واضحة نقدم المثال الأفتراضى التوضيحى التالى :

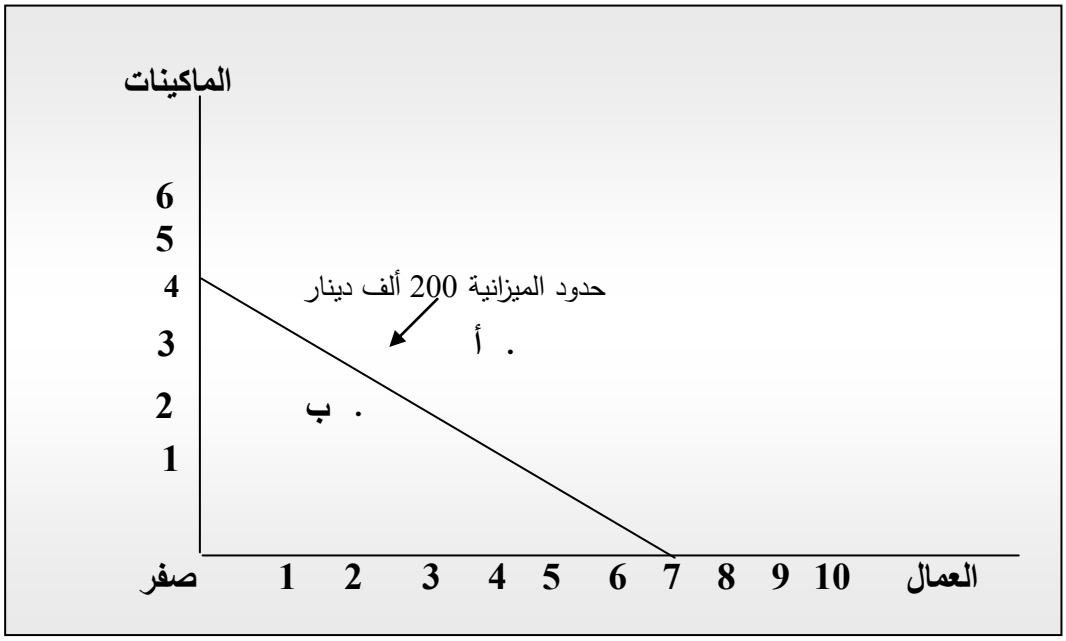
حددت منشأة معينة (مصنع الملابس الذى اشرنا اليه من قبل على سبيل المثال) ميزانية قدرها 200 ألف دينار فى الشهر للصرف على العمالة والماكينات لأنتاج 100 دستة ملابس جاهزة. فكانت احتمالات الجمع بين عاملى العمل ورأس المال فى العملية الإنتاجية على النحو التالى :

| احتمالات جمع عاملى الإنتاج | التكلفة الكلية (بآلاف الدينارات) | تكلفة الماكينات (بآلاف الدينارات) | وحدات الماكينات | تكلفة العمل (بآلاف الدينارات) | وحدات العمال |
|---|---|---|---|---|---|
| أ | 200 | 200 | 4 | 0 | 0 |
| ب | 200 | 175 | 3.5 | 25 | 1 |
| ج | 200 | 150 | 3.0 | 50 | 2 |
| د | 200 | 125 | 205 | 75 | 3 |
| هـ | 200 | 100 | 2 | 100 | 4 |
| و | 200 | 75 | 1.5 | 125 | 5 |
| ز | 200 | 50 | 1 | 150 | 6 |
| ح | 200 | 25 | 0.5 | 175 | 7 |
| ط | 200 | 0 | 0 | 200 | 8 |

**جدول رقم (6-3)**

**احتمالات تجميع مدخلات الإنتاج على ميزانية محددة**

يوضح الجدول أن هناك تسع حالات لأحتمالات جمع عاملى الإنتاج (العمال و الماكينات) لأنتاج الكمية المطلوبة فى حدود التكلفة الكلية التى حددت بمبلغ 200 ألف دينار فى الشهر. يوضح الجدول كذلك أن استخدام عمال أكثر يعنى بالضرورة استخدام وحدات ماكينات اقل فى حدود التكلفة المحددة. ويمكن رصد نفس هذا الجدول فى شكل بيانى يوضح خط التكاليف المتساوية بالصورة الماثلة فى الشكل رقم (6-6)




**شكل رقم (6-6)**

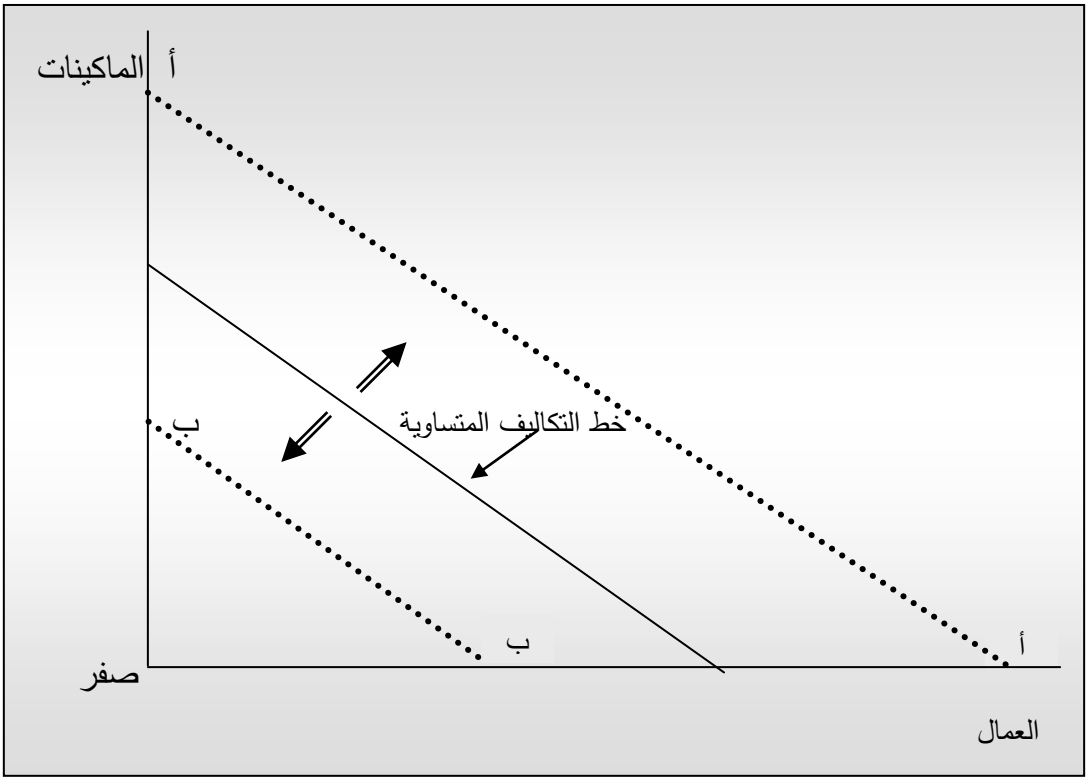
**خط التكلفة المتساوى**

يبين خط التكاليف المتساوية (حدود الميزانية المحددة) فى هذا الشكل (6–6) إن امكانات هذه المنشأة المالية لجمع عاملى العمل ورأس المال(الماكينات) محدد فقط على هذا الخط. فأى محاولة للجمع بين العمل والماكينات فى عملية الإنتاج أعلى من خط التكاليف المتساوى (على يمين الخط) النقطة (أ) مثلاً يكون خارج نطاق قدرات المنشأة.

أما فى محاولة جمع عاملى الإنتاج أدنى من خط التكاليف المتساوية كما فى النقطة (ب) يبين أن المنشأة تنفق على عوامل الإنتاج أقل من قدراتها الفعلية وتنتج بالتالى أقل من طاقتها المتاحة.

لكن اذا زادت قدرات المنشأة الإنتاجية وأصبح فى امكانها تخصيص أموال أكثر أو ميزانية أكبر لزيادة انتاجها يتكون خط جديد للتكاليف المتساوية على يمين الخط الأول الأصلى ومواز له يبين قدرات المنشأة الإنتاجية هو الخط أ – أ فى الشكل رقم (6–7) التالى.

أما اذا انحسرت قدرات المنشأة الإنتاجية وقلت عمّا كانت عليه يتكون خط تكاليف متساوية جديد على يسار المنحنى الأصلى ومواز له ليعبر عن الواقع الجديد لقدرات المنشأة الجديد وهو الخط ب ب فى الشكل (6-7).




**شكل رقم (6-7)**

**موقف التغيير فى خط التكاليف المتساوية بالزيادة والنقصان**

**أسئلة تقويم ذاتى**

1. وضح مفهوم منحنى الناتج المتساوى.
2. فرق بين مفهوم منحنيات السواء ومنحنيات الناتج المتساوى.
3. ماذا يبين لك خط التكاليف المتساوية.
4. ماذا يحدث لانتاج المنشأة إذا كان إنفاقها الفعلى على عوامل الإنتاج أسفل خط التكاليف المتساوية.

## 6. توازن المنتج Producer's Equilibrium

تعمل المنشآت الإنتاجية دائماً لتحقيق اقصى ربح ممكن بالأستخدام الأمثل لعوامل الإنتاج المتاحه لها فى حدود الميزانية. يعنى ذلك أن المنشأة تحاول أن تصل الى أعلى منحنى أنتاج متساوى ممكن فى حدود الموارد المالية المخصصة للأنتاج (خط التكاليف المتساوى).

ولتحقيق تعظيم الربح تعمل المنشأة على الإنتاج بأقل التكاليف الممكنة. ويكون ذلك فقط عندما يكون خط التكاليف المتساوية مماساً لمنحنى الناتج المتساوى. فى هذه الحالة يكون جمع عاملى العمل ورأس المال (الماكينات) هو أفضل حالات جمعهما. وفى هذا الوضع فإن الناتج الحدى للوحدة النقدية المصروفة على العمل يساوى الناتج الحدى للوحدة النقدية المصروفة على الماكينات. وفى هذه الحالة فإن ميل منحنى الناتج المتساوى يساوى ميل (منحنى) خط التكلفة المتساوية. ويكون ذلك رياضياً على النحو التالى:

$$\frac{\text{ن ح ل}}{\text{س ل}} = \frac{\text{ن ح م}}{\text{س م}}$$

حيث :

ن ح ل = الناتج الحدى للعمل

ن ح م = الناتج الحدى لراس المال

س ل = سعر العمل

س م = سعر رأس المال

أو بصورة أخرى :

$$MRTSLK = \frac{MPL}{MPK} = \frac{W}{R}$$

$$\frac{MPL}{W} = \frac{MPK}{R}$$

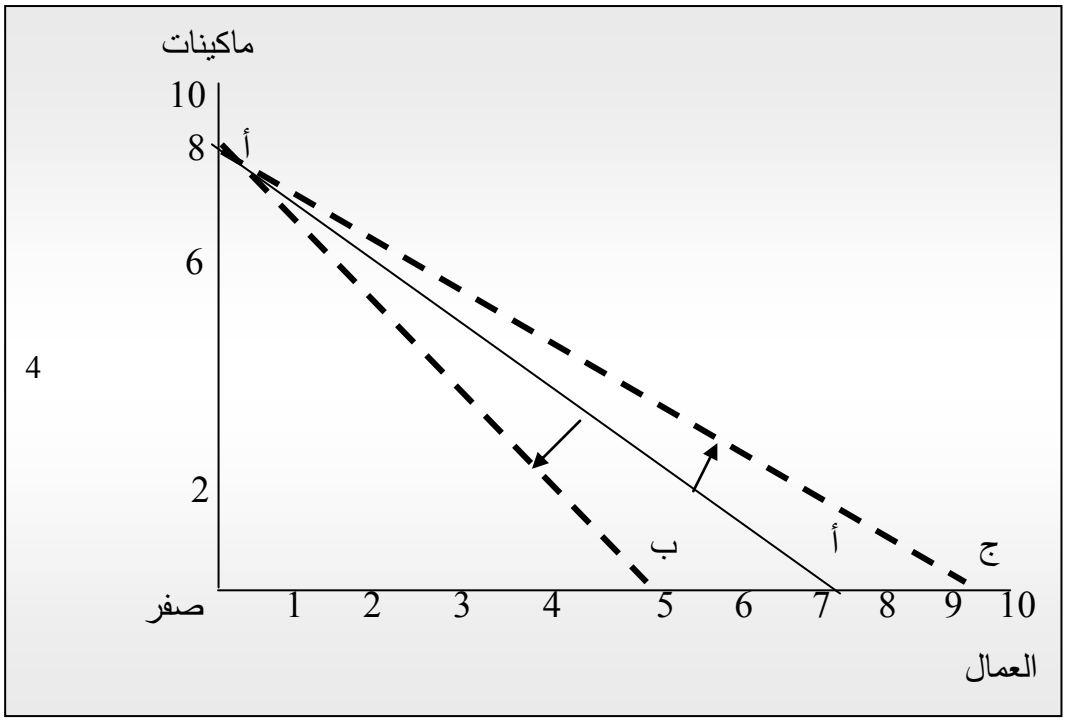
حيث: الناتج الحدى لوحدة العمل = MPL

الناتج الحدى لوحدة رأس المال = MPK

أجر العامل = W

سعر رأس المال = R

فى حالات معينة قد يتغير سعر احد عاملى الإنتاج مع بقاء سعر العامل الآخر ثابتاً. فاذا تغير سعر العمل مثلاً بالزيادة فان الكمية التى سيتم الحصول عليها ستقل وبالتالى يدور خط التكاليف المتساوية ( أب ) محورياً جهة اليسار حول عامل الإنتاج الذى لم يتغير سعره كما يظهر فى الشكل التالى رقم (6–8) أما اذا تغير سعر عنصر العمل بالنقصان يمكن الحصول على وحدات اضافية من العمل بنفس التكلفة السابقة. فى هذه الحالة يدور خط التكاليف المتساوية ناحية اليمين على محور عامل الإنتاج الذى لم يتغير سعره (رأس المال) بتكوين خط تكلفة متساوية جديد ( أ ج) فى الشكل.



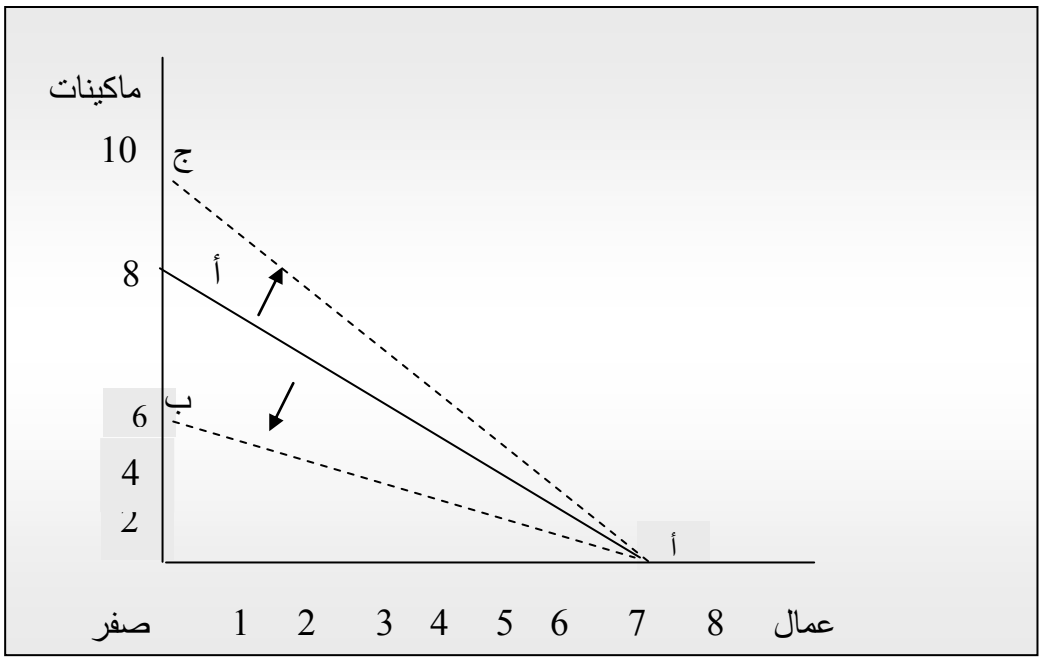

**شكل رقم (6–8)**

**خط التكاليف المتساوية عند تغيير**

**سعر العمل بالزيادة والنقصان**

أما اذا تغير سعر رأس المال مع بقاء سعر العمل ثابتاً فإن الدوران يكون على محور العمل عند النقطة (أ) فى الشكل. فاذا زادت اسعار راس المال يدور خط التكاليف المتساوية نحو اليسار على محور العمل على النقطة (أ) فى الشكل (6-9)

لكن اذا انخفضت اسعار رأس المال يعنى ذلك أن المنشأة تستطيع أن تحصل على مزيد من وحدات المال فى حدود نفس الميزانية المخصصة للمنشأة. لذلك يدور خط التكاليف المتساوية نحو اليمين على محور العمل عند النقطة (أ)، كما يظهر فى الشكل رقم (6-9)




**شكل رقم (6-9)**

**خط التكاليف المتساوية عند تغيير**

**سعر رأس المال بالزيادة والنقصان**

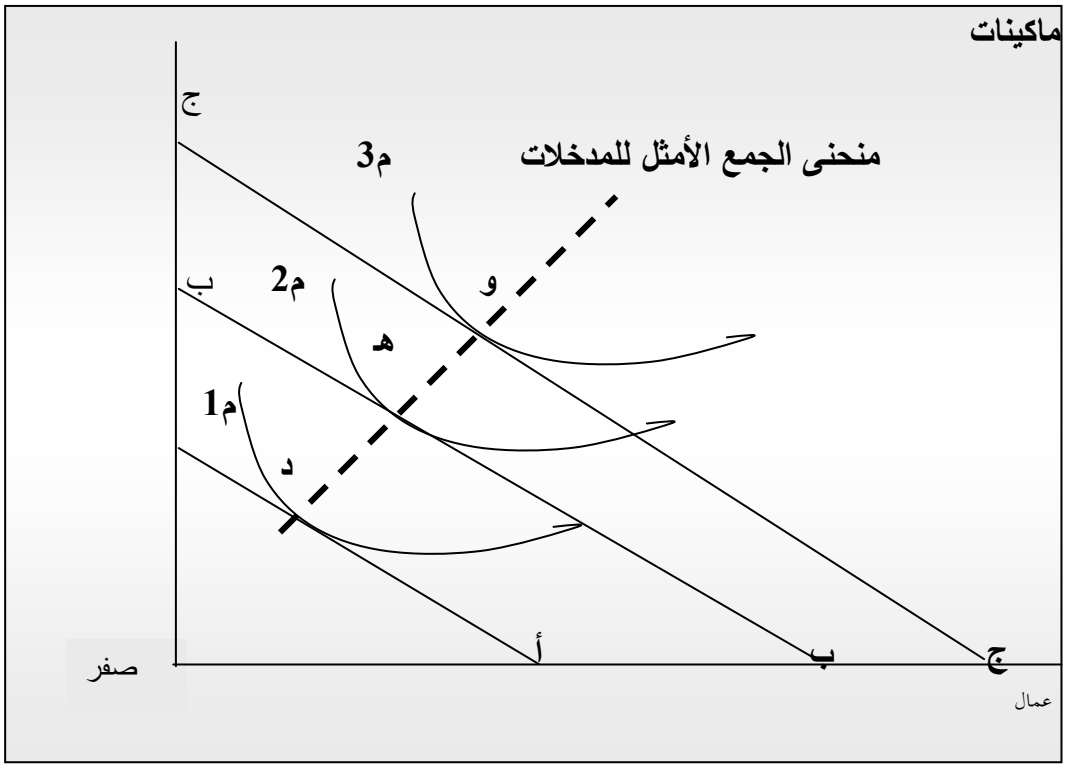
من واقع التحليل الذى وصلنا إليه حتى الآن نستطيع أن نتبين الجوانب المهمة الآتية :

إن أفضل استخدام لموارد المنشأة يكون من النقطة التى يمس فيها منحنى الناتج المتساوى خط التكاليف المتساوية للمنشأة. فى هذه الحالة سيكون الناتج الحدى للوحدة النقدية المصروفة على العامل مساوياً للناتج الحدى للوحدة النقدية التى تصرف على راس المال. ويعنى ذلك أن أى

نقطة أخرى على منحنى الناتج المتساوى على يمين خط التكلفة المتساوى ستكلف أكثر من الموارد (الميزانية) المحددة للمنشأة.

اذا زادت قدرات المنشأة على الإنتاج بزيادة مواردها (ميزانيتها) للصرف على عاملى العمل ورأس المال مع ثبات عاملى العمل ورأس المال ومع بقاء العوامل الأخرى ثابتة ايضاً يتكون خط التكاليف المتساوية جديد على يمين خط التكاليف الأصلى ومواز له. واذا زادت موارد المنشأة مرة أخرى فى نفس الظروف يتكون خط تكاليف متساوية آخر على يمين الخطين السابقين ومواز لهما.

فى كل هذه الحالات الثلاث فإن افضل استخدام لموارد المنشأة يكون عند النقطة التى تمس فيها منحنيات الناتج المتساوى لخطوط التكلفة المتساوية. كما يظهر فى الكل (6-10) وعند توصيل هذه النقاط نحصل على منحنى الجمع الأمثل لعاملى العمل ورأس المال.




**شكل رقم 6-10**

**شكل يوضح أفضل استخدام للموارد**

اذا ارادت المنشأة أن توسع انتاجها نتيجة لزيادة مواردها عليها تحديد عاملى الإنتاج (أو عوامل) المستخدمة فى العملية الإنتاجية. ومع بقاء الأشياء الأخرى ثابتة، يجب أن تسعى للأستخدام الأمثل للموارد. ولا يكون ذلك إلا أن يمر منحنى الناتج المتساوى كمماس مع خط الناتج المتساوى (م3 مثلاً) كما يظهر فى الشكل رقم 6-10 الذى يوضح اتجاه التوسع الظاهر فى انتاج المنشأة من أ/أ الى ب/ب الى ج/ج. والأستخدام الأمثل الذى تسعى له المنشأة هو تحقيق انتاجها على النقاط د، هـ، و عند تماس منحنيات الناتج المتساوى م/1،م/2، م /3 لخط التكاليف المتساوية أ /أ، ب/ب، ج/ج.

**أسئلة تقويم ذاتى**

1. عرف الناتج الكلى، الناتج الحدى، الناتج المتوسط للمورد الإنتاجى المتغير.
2. كيف يحسب كل من الناتج الحدى والناتج المتوسط " أكتب القوانين المستخدمة".
3. أعط وصفاً لقانون تناقص الغلة.

# 7. حجم الإنتاج

تعمل المنشأت الإنتاجية المختلفة لتحسين وتطوير وزيادة الإنتاج كوسيلة لتعظيم ارباحها كهدف نهائى. وترتبط أرباح المنشآت ارتباطاً وثيقاً بحجم الإنتاج وتكاليف الإنتاج. ولحجم الإنتاج دور بارز فى تحديد تكاليف الإنتاج. وأوضحت تجارب الإنتاج السابقة أنه كلما زاد حجم الإنتاج كلما قلت تكاليف الإنتاج الى أن يصل الإنتاج الى مستوى معين. تغرى هذه الحقيقة المنظمين لزيادة انتاج المنشآت للأستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير.

يقول هانسون : " إن الأقتصاديات المستخلصة من إنتاج الحجم الكبير تنقسم الى نوعين : تلك التى تحققها المنشأة الفردية بسياساتها الخاصة، وتلك المفتوحة المجال للصناعة بأكملها. والأقتصاديات المتاحة للمنشأة الفردية تسمى الأقتصاديات الداخلية. والأقتصاديات المستفادة من تجميع منشآت الصناعة الواحدة تسمى الأقتصاديات الخارجية". (Hanson,P107)

## 1.7 الأقتصاديات الداخلية Internal Economies of Scale

تحدث الأقتصاديات الداخلية للمنشأة عندما يحدث إنخفاض فى تكلفة انتاجها نتيجة للجهود التى تقوم بها المنشأة ذاتها داخلياً لتوسيع حجم انتاجها. فى هذه الحالة لا يكون للصناعة أثر فى هذا الأنجاز الذى تم. يعنى ذلك أن زيادة حجم الإنتاج وتخفيض تكلفة انتاج الوحدة المنتجة هو نتيجة لجهود داخلية خالصة للمنشأة نفسها. وعادة ما تكون الأقتصاديات الداخلية المحققة للمنشأة هى نتيجة لاحدى النشاطات التالية :

أ/ اقتصاديات ناتجة من استخدام اساليب فنية تؤدى الى زيادة الإنتاج، كاستعمال آلات أكبر وأحدث، أو نتيجة لتطوير عمليات الإنتاج الداخلية، أو نتيجة لاستخدام تكنولوجيا انتاجية أفضل أو نتيجة لمزيد من التخصص.

ب/ اقتصاديات ادارية، نتيجة لتطوير التنظيم والأدارة والرقابة وتطوير مناخ العمل ورفع كفاءة العاملين.

ج/ اقتصاديات تجارية نتيجة لاستخدام اساليب تجارية متطورة فى مجالات شراء المواد وبيع السلع واستخدام المعاملات التفضيلية فى الشراء والبيع.

د/ اقتصاديات مالية بالتعاملات التفضيلية من البنوك .

هـ/ اقتصاديات تحمل المخاطر فى تنويع الإنتاج والأسواق وأساليب عقودات المبيعات.

و/ اقتصاديات من اجراء البحوث والدراسات عن المنشأة والأسواق والأستفادة من نتائجها.

**أسئلة تقويم ذاتى**

1. ماذا سيحدث لخط التكاليف المتساوية إذا زادت إمكانات المنشأة الإنتاجية بزيادة قدرتها المالية.
2. كيف يتساوى ميل المنحنى المتساوى وميل خط التكلفة المتساوية.
3. لماذا لا يستطيع المجتمع إنتاج كل السلع التى يحتاجها.
4. عرف منحنى إمكانات الإنتاج فى المجتمع.
5. وضح الفرق بين زيادة إمكانات المجتمع الإنتاجية وإنخفاضها وقارن بين الإنتاج فى كل منها.

## 2.7 الأقتصاديات الخارجية : External Economies of Scale

الأقتصاديات الخارجية كما جاء فى تعريف هانسون السابق هى التى تحدث فى كل منشآت الصناعة الواحدة وليس فى منشأة أو مشروع واحد من الصناعة. وذلك لأن تطوير الصناعة لنشاطاتها وعملياتها يؤدي الى تطوير منشآتها. فالتوسع فى الصناعة يمكّنها من استخدام آلات حديثة واستكشاف مواد خام جديدة أو رخيصة تساعد على زيادة الإنتاج وتقليل تكاليف الإنتاج للصناعة بفروعها.

وكذلك فإن توسع الصناعة يؤدي الى التوسع فى معارف أساليبها ونشاطاتها وانتشار استخدام التكنولوجيا المتطورة فى الصناعة. بالأضافة الى ذلك فإن منشآت الصناعة المختلفة قد تستفيد فى تطوير نفسها من توفر العمال المهرة والخبرة المتراكمة. والمعلومات المتوفرة فى الصناعة فى تخفيض تكاليف انتاجها. فكل هذه الفوائد الأقتصادية تأتى للمنشأة نفسها.

## 3.7 اقتصاديات الحجم الكبير

## Economies of Large Scale Production

تطور النشاطات الأقتصادية المختلفة وتوسع المعارف الأنسانية وتقدم العلوم والتقنيات الحديثة ساعد كثيراً فى تطوير عمليات الإنتاج وزيادة الإنتاج. فاستخدمت الآلات الحديثة وتوسع تقسيم العمل والتخصص فأدى ذلك الى زيادة حجم الإنتاج. فاتجهت كثير من النشاطات الإنتاجية نحو اقتصاديات الحجم الكبير لما لها من ميزات كثيرة، وإن لم تخل من بعض السلبيات. ونشير هنا باختصار لأهم ايجابيات وسلبيات اقتصاديات الحجم الكبير.

**أولاً : ايجابيات اقتصاديات الحجم الكبير**

* استخدام الآلات الحديثة والمعدات المتطورة والمتخصصة يساعد كثيراً فى زيادة حجم الإنتاج وتخفيض التكاليف.
* يساعد استخدام اسلوب حجم الإنتاج الكبير على تقسيم العمل والأستفادة من طاقات وخبرات العاملين ووضع الشخص المناسب فى المكان المناسب.
* حسن استخدام الطاقات الأدارية المتخصصة فى الأدارة العليا والوسيطة والأستفادة من مهاراتهم وخبراتهم.

- شراء مدخلات المشروع المادية بالجملة وباسعار مناسبة يؤدي الى تخفيض تكاليف الإنتاج.

* توزيع التكاليف الثابتة على الإنتاج الكبير يقلل عبء هذه التكاليف على الوحدة الواحدة من المنتج.
* تستطيع مشروعات أنتاج الحجم الكبير القيام بالبحوث والدراسات والتجارب التى تساعد على تحسين المنتج وتقصير فترة الإنتاج والأستفادة من الأبتكارات الجديدة فى تطوير عمليات الإنتاج وزيادة الإنتاج وتقليل تكاليف الإنتاج وتطوير اساليب التسويق وزيادة الأرباح.
* نسبة تكاليف الأعلان والترويج والتسويق التى تتحمله الوحدة الواحدة من الإنتاج تكون أقل نسبياً.
* تستطيع مشروعات انتاج الحجم الكبير تحمل الصدمات العارضة، فى الأسعار وتدفق المواد الخام والتمويل وظروف السوق أكثر من المشروعات الصغيرة.

**ثانياً : سلبيات اقتصاديات الحجم الكبير.**

- بالرغم من مزايا اقتصاديات الحجم الكبير التى أشرنا اليها فإن هذا النمط من الإنتاج لا يخلو من بعض المساوىء والسلبيات نوجزها فى النقاط التالية:
- كبر حجم العمليات الإنتاجية وعدد العاملين فى مجالات الإنتاج المختلفة يضعف القدرة الرقابية فى كثير من الأحيان. يؤدي ذلك الى تبذير المواد والوقت والى زيادة تكاليف الإنتاج.
- ضعف دراسات جدوى المشروعات الكبيرة يؤدي فى كثير من الأحيان الى انخفاض العائد وزيادة التكاليف وتقليل الأرباح.
- التنافس الشديد بين مشروعات انتاج الحجم الكبير فى الأسواق يؤدي الى تضعضع موقف بعض المشروعات الصغيرة الواعدة والكبيرة والى تبديد موارد المجتمع.

بالرغم من هذه الجوانب السلبية لأسلوب اقتصاديات حجم الإنتاج الكبير إلا أن ايجابياتها العديدة تغطى على مثل هذه الآثار السلبية. لذلك وجد اقتصاديات الحجم الكبير اهتماماً واسعاً من علماء الأقتصاد.

# 8. حدود أمكانيات الإنتاج

نعلم أن الموارد الإنتاجية المتاحة للمجتمع محدودة نسبياً. وأن ندرة الموارد المتاحة للمجتمع هى احدى ركائز المشكلة الأقتصادية التى تواجه المجتمعات. ويعتمد انتاج السلع والخدمات فى المجتمع اعتماداً أساسياً على الموارد المادية والبشرية المتاحة فى المجتمع. لكن هذه الموارد المتاحة لا تكفى انتاج السلع العديدة التى يحتاجها المجتمع، وذلك لكثرة حاجات المجتمع وتنوعها وتجددها.

فلو توفرت الموارد للمجتمع بالقدر المطلوب لكان فى امكانه انتاج مايريد من سلع وخدمات. لكن لمحدودية الموارد المتاحة لا بد للمجتمع أن يختار انتاج مايريده من السلع فى حدود الأمكانات المتاحة له. وذلك لأن الأمكانات المتاحة للمجتمع هى عبارة عن مدخلات الإنتاج (العمل والأرض ورأس المال) المستخدمة فى العملية الإنتاجية.

اذاً لا بد للمجتمع أن يضحى بعدم انتاج بعض السلع فى سبيل انتاج بعض السلع الأكثر الحاحاً. فى ظل هذه الظروف عل المجتمع أن يوازن بين السلع المراد انتاجها وأن يختار منها وأن يقرر كميات انتاج كل منها بالصورة التى تحقق له المنفعة القصوى. فالإنتاج الذى يحقق أقصى اشباع ممكن هو الإنتاج الأمثل الذى ينبغى أن يعمل المجتمع للوصول اليه. بعبارة أخرى على المجتمع أن يتعرف على حدود امكانياته، أى على حدود امكانات انتاجه. ويتحدد حدود امكانات المجتمع الإنتاجية بما يعرف بمنحنى امكانات الإنتاج فى المجتمع.

منحنى امكانات الإنتاج فى المجتمع هو عبارة عن المنحنى الذى يحدد أقصى انتاج يمكن أن يحققه المجتمع من أى سلعة من السلع التى ينتجها فى ظل الموارد المتاحة له وبالأساليب الإنتاجية (التكنولوجيا) المستخدمة. بهذا المفهوم فإن كل خيارات المجتمع لأنتاج السلع المختلفة وكمياتها فى ظل موارده وتقنياته المستعملة لا بد أن تقع على منحنى امكانات الإنتاج.

فى ضوء ذلك فإن أى محاولة انتاج بعض السلع خارج نطاق هذا المنحنى،

(كالنقطة ك فى الشكل رقم 6-11 التالى) سيكون مستحيلاً لأنه يخرج عن قدرة المجتمع الفعلية. وبعبارة أخرى يكون ذلك فوق طاقة المجتمع وامكاناته، فلا تتحقق له تلك الرغبة. أما اذا وقع اختيار انتاج السلع على أى نقطة داخل منحنى حدود امكانات المجتمع ( كالنقطة ط فى الشكل

(6-11)، يعنى ذلك بالضرورة أن امكانات المجتمع من الموارد المادية والبشرية وتكنولوجيا الإنتاج المتاحة لم تستغل بكاملها وأصبح بعضها معطلاً.

نظراً لصعوبة الأستدلال أو بناء النموذج الذى يعبر عن هذا الواقع باستخدام كل السلع فى المجتمع فى ظل الموارد المتاحة، نبسط الواقع بافتراض نموذج يستخدم كل الموارد المتاحة لأنتاج سلعتين فقط ( السلعة الأولى كساء والسلعة الثانية غذاء). فى هذا المثال نوضح العلاقة بين احتمالات المزج بين السلعتين فى جدول حسابى وشكل بيانى منبثق من نفس الجدول. ويوضح كلاهما البدائل المحتملة لأنتاج الكميات المناسبة للمجتمع من كل سلعة.

| أحتمالات المزج بين السلعتين | السلعة الأولى كساء(بآلاف الوحدات) | السلعة الثانيةغذاء ( بآلاف الوحدات) |
|---|---|---|
| أ | 0 | 20 |
| ب | 1 | 18 |
| ج | 2 | 15 |
| د | 3 | 11 |
| هـ | 4 | 6 |
| و | 5 | 0 |

**جدول رقم (6-4)**

**جدول بدائل الإنتاج المحتملة للمجتمع**

من واقع هذا الأفتراض تستخدم الموارد المتاحة بكاملها أما لأنتاج السلعتين معاً بكميات متفاوتة أو بانتاج احدى السلعتين ولا شىء من السلعة الأخرى. حسب هذا الجدول الحسابى أمام المجتمع ستة خيارات فقط للأنتاج على النحو التالى :

أ/ انتاج لا شىء من السلعة الأولى و 20 الف وحدة من السلعة الثانية.

ب/ انتاج الف وحدة من السلعة الأولى و 18 الف وحدة من السلعة الثانية.

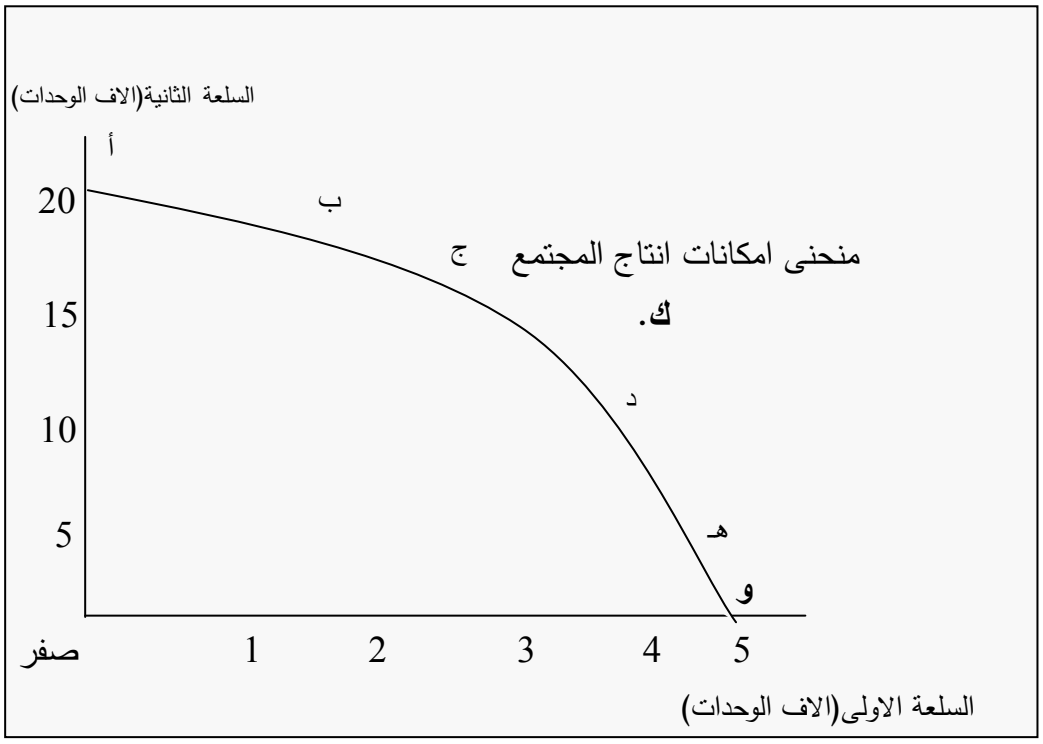
ج/ انتاج 2 ألف وحدة من السلعة الأولى و15 الف وحدة من السلعة الثانية.

د/ انتاج 3 الف وحدة من السلعة الأولى و 11 ألف وحدة من السلعة الثانية.

هـ/ انتاج 4 ألف وحدة من السلعة الأولى مقابل انتاج 6 ألف وحدة من السلعة الثانية.

و/ انتاج 5 ألف وحدة من السلعة الأولى مقابل انتاج لا شىء من السلعة الثانية.

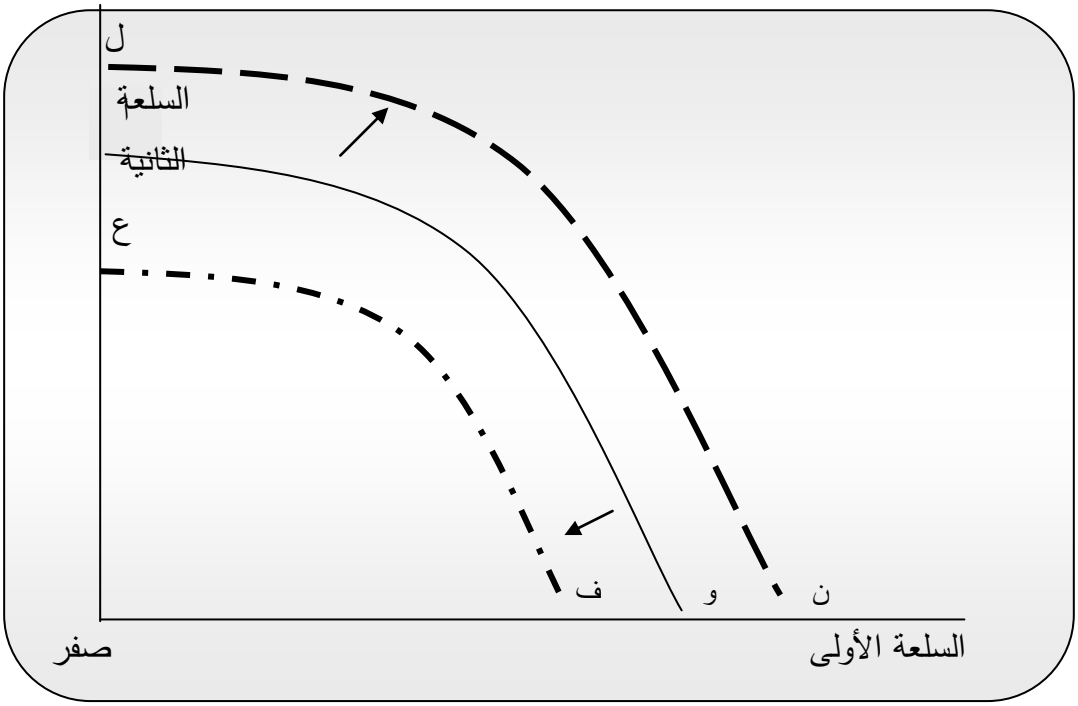
يمكن توضيح علاقات الخيارات للمزج بين أنتاج السلعتين بيانياً على منحنى امكانات الإنتاج فى المجتمع، مع افتراض محاولة الإنتاج خارج حدود منحنى الأمكانات وداخله، فى الشكل البيانى التالى:




**شكل رقم (6-11)**

فى هذا الشكل (6-11) يمثل المنحنى حدود امكانات الإنتاج فى المجتمع. بالتالى كل نقطة على المنحنى على امتداد طوله تمثل أحد احتمالات المزج بين السلعتين. فأى احتمال مزج بين انتاج السلعتين داخل المنحنى يعنى اهدار للموارد المحدودة المتاحة للمجتمع وأى محاولة للمزج بين السلعتين خارج المنحنى (على يمين المنحنى) يعنى ذلك أن ذلك طموح لن يناله المجتمع(Samuelson,p20)

لكن عندما تزيد امكانات المجتمع ويتحسن مستوى التكنولوجيا المستعملة،يتكون منحنى جديد لحدود إمكانات المجتمع الإنتاجية ( ل ن) على يمين المنحنى الأول دلالة على أن قدرات المجتمع الإنتاجية قد زادت وفى امكانه الحصول على كميات أكبر نسبياً من السلعتين. أما اذا قلت موارد المجتمع يتكون منحنى جديد على يسار المنحنى الأول.




**شكل رقم (6-12)**

**موقف تغيير امكانات المجتمع**

كما يشير ساموبلسون فإن منحنى امكانات الإنتاج فى المجتمع يبين معظم المفاهيم الأساسية فى الأقتصاد. فيبين المنحنى، على سبيل المثال، مشكلة الأختيار بين استخدامات الموارد المحدودة. ويوضح كذلك ندرة موارد المجتمع، ويساعد على توضيح مشاكل الحياة الأقتصادية المتمثلة فى ماذا وكيف ولمن ينتج المجتمع(samuelson,p20)

من هذا التوضيح يتبين أن منحنى امكانات الإنتاج فى المجتمع أداة تحليلية جيدة وذات مدلولات أقتصادية معبرة.

**تدريب(3)**

إذا كان الناتج الحدى للعامل 100 كلجم والناتج الحدى للماكينة 150 كلجم. فهل تنتج المؤسسة بأقل تكلفة ممكنة. إذا علمت أن أجر العامل 5 دنانير وأجره الماكينة 15 دينار، وإذا كانت إجابتك بماذا تنصح المؤسسة أن تفعل حتى تقلل من تكاليف إنتاجها؟

# الخلاصة

تمثل هذه الوحدة اطاراً لفهم سلوك المنتج وإشتقاق منحنى عرض المؤسسة، وبالتالى منحنى عرض السوق، وقد إستعرضنا فى هذه الوحدة مجموعة من المفاهيم الرئيسة التى يمكن تلخيصها على النحو التالى:-

- يفهم الإنتاج بمفهومه العريض على أنه خلق أو إحداث المنافع أو زيادتها أثناء العملية الإنتاجية.
- تتمثل عوامل الإنتاج فى الأرض – العمل – ورأس المال – والتنظيم.
- إن دالة الإنتاج لاية سلعة هى المعادلة أو الجدول أو الشكل الذى يوضح أعظم كمية من هذه السلعة يمكن أن تنتج، فى وحدة الزمن، من كل مجموعة من المدخلات المتناوبة بإستخدام أفضل تقنيات الإنتاج المتاحة.
- ويمكن الحصول على دالة بسيطة للإنتاج الزراعى باستخدام كميات العمل المختلفةالمتناوبة، فى وحدة الزمن، لزراعة مساحة محدده من الأرض، ثم تسجيل النواتج المتناوبة من سلعة فى وحدة الزمن أيضاً. " ونشير لمثل هذه الحالات التى يثبت فيها عنصر إنتاجى واحد، أى مدخل واحد، على الاقل بانها الأجل القصير.
- ويعرف متوسط الناتج من العمل بأنه خارج قسمة الناتج الكلى على عدد وحدات العمل المستخدمة. أما الناتج الحدى للعمل فهو التغير فى الناتج الكلى المناظر لوحدة التغير فى كمية العمل المستخدمة.
- تستطيع المؤسسة أن تغير كمية إنتاجها فى المدى القصير عن طريق تغيير كمية بعض العناصر الإنتاجية "المتغيرة" بينما لا تستطيع تغيير كمية بعض العناصر الأخرى " الثابته" أما فى المدى الطويل فتستطيع المؤسسة ان تغير كمية جميع عناصر الإنتاج. وبالتالى لا يوجد كمية إنتاج ثابتة فى المدى الطويل.
- عند زيادة كمية عناصر الإنتاج المتغير فى المدى القصير فإن الناتج الكلى ياخذ فى الزيادة إلى أن يصل إلى أعلى مستوى له، وقد يأخذ فى التناقص إذا أفرطنا فى إستخدام العنصر المتغير. أما الناتج الحدى فهو يزداد أولاً مع زيادة عنصر الإنتاج المتغير نتيجة

التخصص ولكنه يبدأ بالتناقص بعد نقطة معينة نتيجة للإزدحام فى المصنع، وقد يصبح سالباً إذا أفرطنا فى إستخدام العنصر المتغير.

- يتزايد الناتج الكلى عندما يكون الناتج الحدى موجباً، ويصل إلى أعلى مستوى له عندما يكون الناتج الحدى صفراً، ويتناقص عندما يكون الناتج الحدى سالباً.
- أما الناتج المتوسط فيزداد إذا كان الناتج الحدى أكبر منه. ويتناقص إذا كان الناتج الحدى أقل منه. ويصل إلى أعلى نقطة له إذا كان الناتج الحدى مساوياً له.
- إذا إضفنا وحدات متتالية من عنصر الإنتاج المتغير إلى كمية معينة من عنصر الإنتاج الثابت، فإن قانون تناقص الغلة ينص على أن الناتج الحدى للعنصر المتغير لابد أن يأخذ فى التناقص بعد نقطة معينة.
- فى المدى الطويل، يمكن إنتاج كمية من السلعة عن طريق إستخدام مجموعات أو توليفات مختلفة من عناصر الإنتاج ويمكن تمثيل عناصر الإنتاج المختلفة التى يمكن إستخدامها لانتاج كمية معينة من السلعة بواسطة " منحنى الناتج المتساوى" والذى يشبه من حيث شكله وخصائصه منحنيات السواء للمستهلك.
- يمكن زيادة حجم المؤسسة عن طريق زيادة جميع عناصر الإنتاج. فإذا كانت نسبة الزيادة فى الناتج الكلى مساوية لنسبة الزيادة فى جميع عناصر الإنتاج فإن ذلك يشير إلى وجود عائد الحجم الثابت، وإذا كانت اقل فإن ذلك يشير إلى وجود عائد الحجم المتناقص، وإذا كانت أكبر منها فإن ذلك يشير إلى وجود عائد الحجم المتزايد.
- خصائص منحنيات الكمية المتساوية لها نفس خصائص منحنيات السواء وهى أن:
  1. المنحنيات فى المدى المناسب سالبة الميل.
  2. المنحنيات محدبة نحو نقطة الأصل.
  3. المنحنيات لا تتقاطع إطلاقاً.

## لمحة مسبقة عن الوحدة التالية

بعد أن تعرفنا فى هذه الوحدة إلى العملية الإنتاجية سوف ننتقل فى الوحدة التالية إلى الحديث عن تكاليف الانتاج حيث نقوم بترجمة العلاقات الفنية بين المدخلات والمخرجات إلى علاقات نقدية بين أنواع التكاليف ومستويات الإنتاج المختلفة، وسوف نبين العلاقة بين أنواع التكاليف المختلفة ونتعرف على كيفية إحتسابها ورسمها بيانياً.

# إجابات التدريبات

## تدريب(1)

أ/ العبارة خاطئة لان تكلفة الفرصة البديلة يمكن أيضاً أن تكون أصغر من التكلفة الفعلية أو مساوية لها.

ب/ العبارة صحيحة لان التكلفة الحقيقية تستدعى إضافة او أحتساب التكاليف التى لا يتحملها المنتج نقداً.

ج/ العبارة خاطئة، لأنه فى الأجل القصير توجد بعض العوامل الثابته ومن ثم تكون هنالك تكاليف ثابته.

د/ العبارة خاطئة لان نقطة التعادل تعنى تساوى الايراد الكلى مع التكلفة الكلية وليس من الضرورى أن يتحقق ذلك عندما تكون التكلفة المتوسطة اقل ما يمكن.

هـ/ العبارة صحيحة وذلك لان متوسط التكلفة الثابته يساوى خارج قسمة التكاليف الثابتة على حجم الإنتاج. ولما كان البسط ثابتاً فكلما تزايد المقام تناقص خارج القسمة.

## تدريب (2)

التكلفة الثابته تساوى (10) بغض النظر عن الكمية المنتجة ولاتتغير بتغير الكمية – أكمل العمود (2) على هذا الاساس.

باستطاعتك الأن حساب متوسط التكاليف الثابته عمود رقم (5). بقسمة التكاليف الثابتة على حجم الانتاج.

– إذا كانت الكمية المنتجة صفراً فإن التكاليف المتغيرة تساوى صفراً. وبذلك يكون مجموع التكاليف يساوى (10).

– إذا كانت الكمية المنتجة وحدة واحدة، فإن مجموع التكاليف الكلية يساوى (20+10) يساوى 30. يمكنك الأن حساب متوسط التكاليف المتغيرة والكلية وكذلك التكلفة الحدية على هذا المستوى من الإنتاج ( وحدة واحدة).

– إذا كانت الكمية المنتجة وحدتين، فإن التكاليف المتغيرة تساوى (10–40=30)

بمعنى أن الإنتقال من إنتاج وحدتيين إلى ثلاثة وحدات سيؤدي لزيارة التكلفة الكلية ( أو المتغيرة) تساوى (30+40=70) كما أن التكلفة المتغيرة تساوى 60 – أما الأن فيمكنك حساب متوسط التكاليف المتغيرة والكلية.

– عندما تكون الكميات المنتجة تساوى أربعة وحدات، ومتوسط التكاليف المتغيرة تساوى 100 ( 4 X25) وعليه فإن التكاليف الكلية تساوى 110 = ( 100 + 10) .

– ويمكنك الآن حساب متوسط التكلفة الكلية والتكلفة الحدية.

– وأخيراً عندما تكون الكمية المنتجة خمسة وحدات ومتوسط التكاليف (34) فإن التكاليف الكلية تساوى 170 = (34X 5 ) وعليه فإن التكاليف المتغيرة تساوى 160 =( 10 – 170).

– يمكنك الآن حساب متوسط التكلفة المتغيرة والتكلفة الحدية.

1. المدى القصير لوجود التكلفة الثابته.
2. متوسط التكلفة المتغيرة، متوسط التكاليف الكلية، التكلفة الحدية.
3. متوسط التكلفة الكلية = متوسط التكلفة الثابته + متوسط التكلفة المتغيرة.

## تدريب (3)

لا تنتج المؤسسة بأقل تكلفة لان النتاج الحدى للدينار المنفعة على العامل ( 20= 100/15 كلجم) أكبر من الناتج الحدى للماكينة (15= 10/ 150كلجم) ننصح المؤسسة بزيادة أو إستخدامها من العمال فيقل الناتج الحدى للعامل مما يقلل الناتج الحدى للدينار المنفق على العامل. أو بتقليل إستخدامها من العمال وتقلل إستخدامها من الماكينات فى نفس الوقت، تستمر العملية حتى يتساوى الناتج الحدى للدينار المنفق على العامل الاخير مع الناتج الحدى للدينار المنفق على الماكينة الأخيرة.

# مسرد المصطلحات

- **الأرض Land**

الموارد الطبيعية التى يمكن أن تستخدم كعناصر إنتاجية كما هى موجودة فى الطبيعة مثل الأرض الزراعية، والأرض السكنية، والغابات، مناجم المعادن.

- **العمل Labour**

الجهد الذهنى والعضلى للإنسان.

- **عناصر الإنتاج Factors of Production**

المدخلات من العمل ورأس المال والموارد الطبيعية " الأرض" والتخصص اللازم لانتاج السلع و الخدمات.

- **البضاعة Good**

سلعة ملموسة " محسوسة" مثل القميص والتفاح.

- **التكنولوجيا " التقنية" Techonology**

مجموعة وسائل الإنتاج المعروفة خلال فترة زمنية محددة. أما التقدم التكنولوجى فهو زيادة الكميات المنتجة بإستخدام نفس الموارد الإنتاجية.

- **الخدمة Service**

سلعة غير ملموسة " غير محسوسة" مثل خدمات الاتصال، العلاج.....الخ

- **رأس المال Capital**

وسائل الإنتاج التى ساهم الإنسان فى صنعها : الآلات والأجهزة والمبانى والمواد الخام.

- **التنظيم Entrepreneurship**

البحث عن إمكانيات جديدة، مثل استكشاف وسائل جديدة فى الإنتاج، وإغتنام الفرص الجديدة، والتغلب على المشاكل التقليدية.

- **المنظم Entrepreneur**

هو الشخص المبدع الذى يغتنم الفرص ويستكشف الوسائل الجديدة، ويقوم عادة بتجميع عناصر الإنتاج المختلفة والتنسيق بينها لانتاج السلع بغية تحقيق الأرباح.

- **قانون التكلفة المتزايدة Law of Increasing cost**

قانون إقتصادى ينص على أن الكميات التى يضحى بها المجتمع فى سلعة معينة مقابل زيادة إنتاجية فى سلعة أخرى تكون متزايدة وذلك عندما يكون المجتمع على منحنى إمكانيات الإنتاج.

- **الكفاءة الإنتاجية Production Efficiency**

إنتاج أكبر كمية ممكنة من السلع بالموارد الإنتاجية المتاحة .

- **منحنى إمكانيات الإنتاج Production Possibility Curve**

شكل يبين المجموعات المختلفة " من سلعتين" التى يمكن لمجتمع أن ينتجها فى ضوء موارده الإنتاجية والمعرفة التكنولوجية المتوفرة لدية.

- **دالة الإنتاج The Production Function**

إن دالة الإنتاج لاية سلعة هى المعادلة أو الجدول أو الشكل الذى يوضح أعظم كمية من هذه السلعة يمكن أن تنتج، فى وحدة الزمن، من كل مجموعة من المدخلات المتناوبة بإستخدام افضل تقنيات الإنتاج المتاحة.

# المراجع والمصادر


1-Glahe and Lee : **Microeconomics Theory and Applications**
2- Hanson : **A Textbook of Economics** .
3- Lipsey : **An Introduction to Positive Economics** .
4- Samuelson : **Economics .($10^{th}$ ed.)**
5- Stonier and Hague : **A Textbook of Economic Theory** .



# الوحدة السـابعة

# تكاليـف الإنتاج

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | **231** |
| **تمهيد** | **231** |
| **أهداف الوحدة** | **232** |
| **1. مفاهيم أساسية** | **233** |
| 1.1 مفهوم تكاليف الإنتاج | 233 |
| 2.1 المدى الزمنى للانتاج | 233 |
| 3.1 أنواع تكاليف الإنتاج | 234 |
| **2. منحنيات التكاليف في المدى القصير** | **239** |
| **3. منحنى التكاليف في المدى الطويل** | **252** |
| **الخلاصة** | 258 |
| **لمحة مسبقة عن الوحدة التالية** | **261** |
| **إجابات التدريبات** | **262** |
| **مسرد المصطلحات** | **263** |
| **المراجع** | **264** |

# المقدمة

## تمهيد

عزيزي الدراس مرحبا بك في الوحدة السابعة من مقرر الإقتصاد الجزئى، وهى بعنوان " تكاليف الإنتاج" .

تتألف هذه الوحدة من أربعة وحدات رئيسة، حيث نتناول في القسم الأول مفاهيم أساسية حيث تناقش مفهوم تكاليف الإنتاج والمدى الزمنى والإنتاج، ومنحنيات التكاليف في المدى القصير، ومنحنى التكاليف في المدى الطويل.

إن تكاليف الإنتاج تمثل مفهوماً رئيساً تقوم عليه نظرية المؤسسة، وبالتالى يمثل متطلباً سابقاً لفهم طبيعة قرارات الإنتاج، وعرض السلعة في السوق. وسوف تتضح أهمية هذا المفهوم أثناء دراسة الوحدات التالية، حيث سيتكرر استخدام هذا المفهوم بأشكاله المختلفة في جميع أقسام الوحدات اللاحقة تقريباً، لذلك سوف نحاول تقديمه بشكل واضح وبسيط، مستعينين بكثير من الأمثلة والرسوم البيانية، راجين أن توليها جل إهتمامك، لأنها سوف توفر لك الخلفية الكافية التى تساعدك في تحديد مسارك، وفي ثنايا هذه الوحدة تدريبات أرجو أن تستمتع بدراستها وأن تفيد منها، وأن تشاركنا في نقدها وتقييمها.

# أهداف الوحدة



ينتظر منك عزيزي الدارس بعد دراسة هذه الوحدة أن تكون قادراً على أن:-

- تشرح المعنى الإقتصادى للتكلفة.
- تميز بين التكاليف الثابته والتكاليف المتغيرة.
- تشرح العلاقة بين الإنتاج والتكاليف.
- تحسب وترسم التكاليف التكاليف الكلية والتكاليف المتوسطة والحدية.
- تستخدم منحنيات الناتج المتساوي ومنحنى التكلفة المتساوية لتحديد مزيج عناصر الإنتاج اللازم لانتاج كمية معينة من السلع.
- تشتق منحنى التكاليف فى المدى الطويل.
- تشرح العلاقة بين عوائد الحجم ووفورات أو تبزيرات الحجم.

# 1. مفاهيم أساسية

## 1.1 مفهوم تكاليف الإنتاج

يتحقق الإنتاج في كل النشاطات باستخدام عوامل الإنتاج. ولا يتم الحصول على عوامل الإنتاج التى ستستخدم إلا بدفع قيمتها حسب الأسعار السائدة. وبالتالى فإن لكل عامل من عوامل الإنتاج يستخدم في العملية الإنتاجية تكلفة محددة تضاف لبقية تكاليف مدخلات الإنتاج. ولا شك أن تكاليف الإنتاج من أهم العوامل المؤثرة على أنتاج وعرض السلعة في الأسواق. لذلك ينظر الى التكاليف بمفهومها الإقتصادى على أنها المقابل المدفوع الذى ينبغى أن يتحصل عليه أصحاب عوامل الإنتاج ليقبلوا تقديم تلك العوامل لتستخدم في العملية الإنتاجية. وما يدفع بالفعل لعوامل الإنتاج نظير استخدامها في العمليات الإنتاجية يعرف بعوائد عوامل الإنتاج.

تهتم المنشآت أهتماماً كبيراً بتكاليف عوامل الإنتاج وتكاليف الإنتاج لتأثير التكاليف على جوانب عديدة من نشاطات المنشأة وقراراتها. فتؤثر تكاليف الإنتاج على : حجم المبيعات وحجم الأيرادات الكلية ومقدار الأرباح والخسائر وحجم وسياسات التوزيع والتخزين. كما تؤثر على قرارات الأستمرار في الإنتاج أو الخروج من السوق. لذلك تحظى دراسة تكاليف الإنتاج في المنشآت بأهتمام كبير.

## 2.1 المدى الزمني للإنتاج

المدى القصير هو الفترة الزمنية التى تتمكن فيها المنشأة من تغيير حجم انتاجها بتغيير عوامل الإنتاج المتغيرة فقط، كالمواد الخام والعمل وغيرهما. ونظراً لقصر الفترة الزمنية لا تستطيع المنشأة إحداث تغييرات في عوامل الإنتاج الثابتة كالمبانى والآلات والأدارة العليا بالأستبدال أو الزيادة. فاذا قررت المنشأة أن تزيد انتاجها في المدى القصير عليها أن تزيد عوامل الإنتاج المتغيرة وزيادة ساعات العمل فقط. ولا يمكن أن تزيد الطاقة الإنتاجية في المدى القصير بزيادة رأس المال الثابت.

أما المدى الطويل فهو الفترة الزمنية التى تستطيع فيها المنشأة استبدال، أو زيادة، كل عوامل الإنتاج الثابتة والمتغيرة. ولا بد من الأشارة هنا الى أن قصر وطول المدى الزمنى يختلف

من مشروع الى مشروع آخر حسب حجم وطبيعة المشروع وطبيعة عوامل الإنتاج المستخدمة فيه. يعنى ذلك أن المدى الزمنى الطويل لا يحدد بفترة زمنية محددة ، كشهر أو سنة مثلاً. بل أن طول المدى الزمنى يختلف من منشأة الى أخرى ومن صناعة الى أخرى. فالمدى الزمنى لمصنع البسكويت ليس كالمدى الزمنى لمصنع القاطرات أو الحديد والصلب.

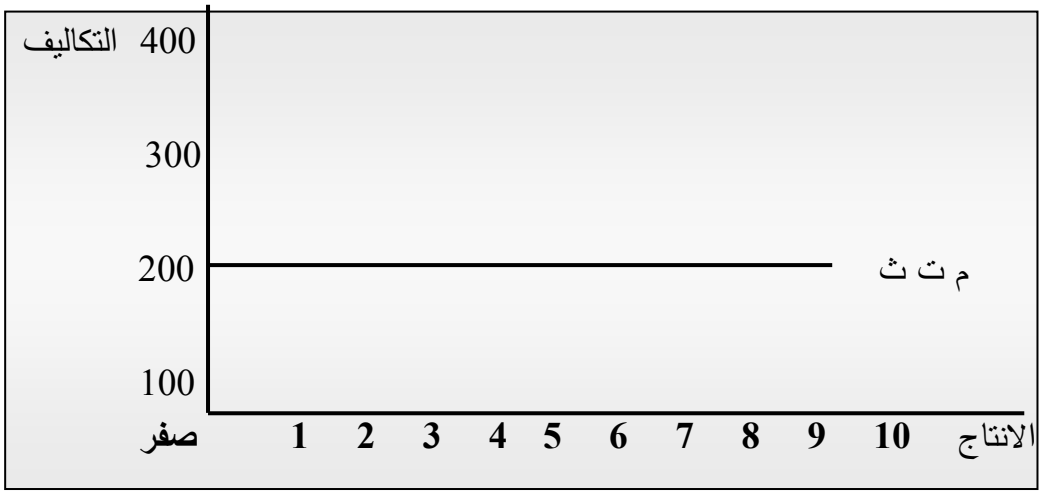
## 3.1 أنواع تكاليف الإنتاج

عند تناول تكاليف الإنتاج نجد أنها ذات أنواع عديدة. يمكن النظر الى التكاليف من زاوية على أنها تكاليف ثابتة لا تتغير مع تغير الإنتاج. ويمكن التحدث عنها من زاوية أخرى على أنها تكاليف متغيرة تتغير مع زيادة أو تخفيض حجم الإنتاج. أو التحدث عنها على انها تكاليف كلية أو متوسطة أو حدية. بهذا المفهوم نستطيع أن نتناول أنواع هذه التكاليف باختصار في الفقرات التالية :

**اولاً : التكاليف الثابتة** Fixed Cost .

التكاليف الثابتة هى التى لا تتأثر بزيادة أو تخفيض حجم الإنتاج في المنشأة.

فتبقى التكاليف الثابتة كما هى اذ أنتجت المنشأة وحدة واحدة أو أنتجت آلاف الوحدات أو لم تنتج على الأطلاق. ويدخل ضمن التكاليف الثابتة تكاليف الأرض والمبانى والآلات والمعدات ومرتبات الأدارة وايجار المبانى وأقساط استهلاك رأس المال وأقساط التأمين وأقساط سداد الديون. ولثبات هذا النوع من تكاليف المنشأة فإن التكاليف الثابتة تظهر في صورتها البيانية في شكل منحنى أفقى مستقيم يوازى المحور الأفقى كما يظهر في الشكل التالى :




**شكل رقم (7-1)**

**منحنى التكاليف الثابتة**

**ثانياً : التكاليف المتغيرة.** Variable Cost

**حصلت التكاليف المتغيرة على صفة التغيير لأنها تتغير كلما تغير حجم الإنتاج بالزيادة أو النقصان.** وترتبط التكاليف المتغيرة أرتباطاً مباشراً مع الإنتاج لأنها تصرف على مدخلات الإنتاج التى تستعمل في العملية الإنتاجية وتحقق الإنتاج المطلوب. فاذا لم تتحمل المنشأة تكاليف متغيرة لا تنتج شيئاً. **ومن الأمثلة الواضحة في مكونات التكاليف المتغيرة : اجور العمال العاملين في الإنتاج وتكاليف المواد الخام وتكاليف الطاقة المستخدمة في الإنتاج.**

يلاحظ أن التفريق بين التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة يحدث فقط في المدى القصير. فكل التكاليف تتغير في المدى الطويل. والسبب الأساسى في ذلك أن الفترة الزمنية في المدى الطويل تكون طويلة بالقدر الذى يمكّن من تغيير واستبدال كل أصول المشروع. اذاً في المدى الطويل كل التكاليف متغيرة.

**ثالثاً : التكاليف الكلية** Total Cost

**التكاليف الكلية هى عبارة عن مجموع كل التكاليف الثابتة وكل التكاليف المتغيرة التى استخدمت في أنتاج السلعة في المنشأة.** لذلك عند التحدث عن مكونات التكاليف الكلية يشار إليها في بعض الأحيان بالتكاليف الكلية الثابتة والتكاليف الكلية المتغيرة. وفي صورة معادلة يمكن وضعها على النحو التالى:

**التكاليف الكلية = ت ث + ت م**

**أو :**

**T C = TFC + TVC**

**رابعاً : التكاليف المتوسطة.** Average Cost.

**هى عبارة عن متوسط تكاليف الوحدة الواحدة من السلعة التى تنتجها المنشأة. ويتم الحصول على التكاليف المتوسطة بقسمة التكاليف الكلية المتوسطة على عدد الوحدات المنتجة من السلعة.** وتنقسم التكاليف المتوسطة الى قسمين :

- **تكاليف متوسطة ثابتة.**
- **تكاليف متوسطة متغيرة.**

متوسط التكاليف الثابتة هو عبارة عما تتحمله الوحدة الواحدة من الإنتاج من أجمالى التكاليف الثابتة للمشروع. أما متوسط التكاليف المتغيرة هى عبارة عن نصيب الوحدة من الإنتاج في تكاليف المشروع المتغيرة الكلية. ويتم الحصول على متوسط التكاليف المتغيرة بقسمة التكاليف الكلية المتغيرة على عدد الوحدات المنتجة.

**خامساً : التكاليف الحدية.**

**التكاليف الحدية هى عبارة عن الزيادة في التكاليف الكلية التى تنجم نتيجة لزيادة الإنتاج بوحدة أضافية واحدة.** فزيادة الإنتاج الكلى بوحدة واحدة يترتب عليها زيادة تكاليف الإنتاج الكلية بمقدار تكلفة هذه الوحدة الأخيرة من السلعة. من واقع ما تقدم من حديث نستطيع أن نميز بين الأنواع التالية من التكاليف:

التكاليف الكلية الثابتة .Total Fixed Cost (TFC)

التكاليف الكلية المتغيرة.Total Variable Cost (TVC)

التكاليف الكلية .Total Cost (TC)

متوسط التكاليف الثابتة .Average Fixed Cost (AFC)

متوسط التكاليف المتغيرة.Average Variable Cost (AVC)

التكاليف المتوسطة.Average Cost (AC)

التكاليف الحدية . Marginal Cost (MC)

متوسط التكاليف في المدى القصير= SRAC

التكاليف الكلية في المدى القصير=SRTC

التكاليف الحدية في المدى القصير = SRMC

من واقع ما تقدم من حديث عن التكاليف وأنواعها نستطيع أن نوجز العلاقات بين أنواع التكاليف المختلفة في المدى القصير وكمية الإنتاج في هذه المعادلات المختصرة :

$$TC = FC + VC$$

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

$$SRAC = \frac{SRTC}{Q}$$

$$SRMC = \frac{\triangle SRTC}{\triangle Q}$$

$$SRMC = \frac{\triangle TVC}{\triangle Q}$$

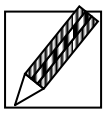
يمكن كذلك توضيح تكاليف انتاج منشأة معينة في المدى القصير بانواعها المختلفة في هذا الجدول الأفتراضي لالقاء مزيد من الضوء على ما ذكر من قبل.

| كمية الإنتاج Q | التكاليف الكلية الثابتة FC | التكاليف الكلية المتغيرة VC | التكاليف الكلية (3+2) TC | متوسط التكاليف الثابتة (1÷2) AFC | متوسط التكاليف المتغيرة (1÷3) AVC | التكاليف المتوسطة AC (6+5) | التكاليف الحدية MC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| صفر | 40 | صفر | 40 | – | – | – | – |
| 1 | 40 | 10 | 50 | 40 | 10 | 50 | 10 |
| 2 | 40 | 19 | 59 | 20 | 9.5 | 29.5 | 9 |
| 3 | 40 | 26 | 66 | 13.3 | 8.6 | 22 | 7 |
| 4 | 40 | 36 | 76 | 10 | 9 | 19 | 10 |
| 5 | 40 | 52 | 92 | 8 | 10.6 | 18.6 | 16 |
| 6 | 40 | 74 | 114 | 6.6 | 12.3 | 19 | 22 |
| 7 | 40 | 102 | 142 | 5.8 | 14.6 | 20.3 | 28 |
| 8 | 40 | 140 | 180 | 5 | 17.5 | 22.5 | 38 |

**جدول رقم(7–1)**

**انواع تكاليف الإنتاج في المدى القصير( بآلاف الوحدات النقدية)**

**تدريب(1)**



إذا كانت أحدى المؤسسات توظف 20 عاملاً وتنتج 600 وحدة في اليوم، وعندما زادت عدد العمال الى 25 عاملاً زاد إنتاجها إلى 800 وحدة في اليوم فما هو الناتج الحدي للعامل الإضافي؟ وماهو الناتج المتوسط عند توظيف 20 عاملاً ثم عند توظيف 25 عاملاً؟

**أسئلة تقويم ذاتى**

1. عرف التكاليف الثابته والمتغيرة.
2. فرق بين التكاليف المتوسطة والحدية.
3. كيف تحسب كل من متوسط التكاليف الثابته، ومتوسط التكاليف المتغيرة، متوسط التكاليف الكلية، التكلفة الحدية.
4. ما شكل المنحنى الذى يمثل كل نوع من أنواع التكلفة السابقة؟
5. ماالعلاقة التى تربط التكاليف المتوسطة بالناتج المتوسط؟ ومالعلاقة التى تربط التكلفة الحدية بالناتج الحدي؟

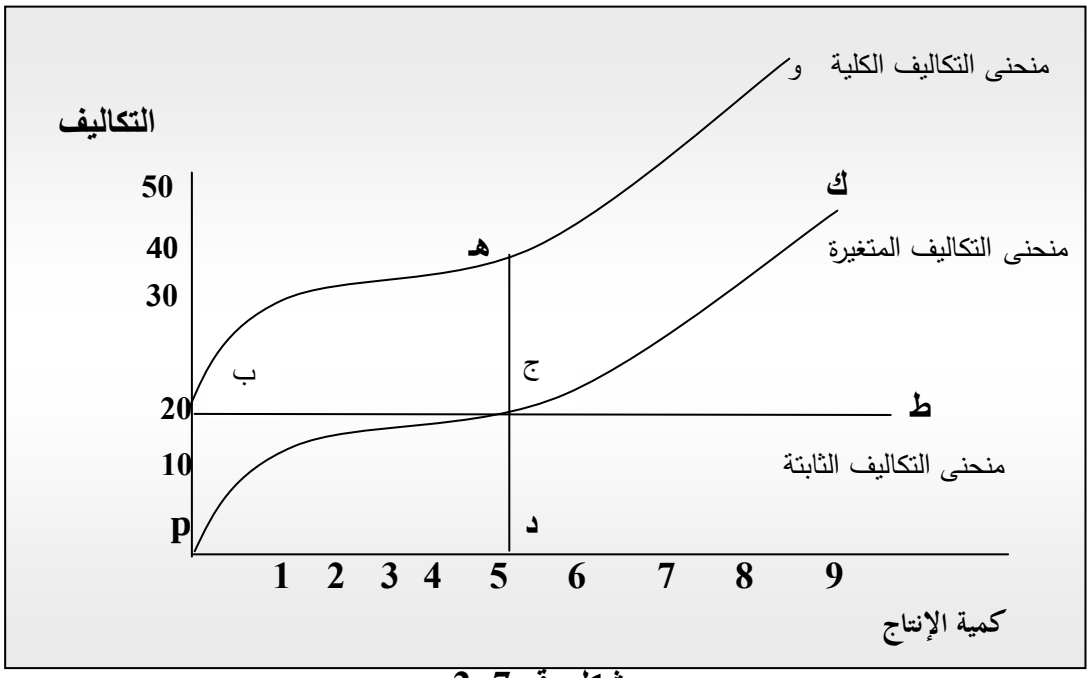
# 2. منحنيات التكاليف في المدى القصير

## Short Run Cost Curves

اوضح تحليل التكاليف حتى الآن أن تكاليف الإنتاج **بأنواعها المختلفة ذات سمات مميزة في المدى القصير**،**فبعضها ثابت وبعضها متغير**. لكن في المدى الطويل كل تكاليف المنشأة تكون عرضة للتغيير. في ضوء هذا المفهوم فإن دراسة جدول التكاليف رقم(7–1) يوضح أن التكاليف الكلية لأى منتج هو عبارة عن مجموع التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة. فالتكاليف الثابتة **سميت ثابتة لأنها لا تتغير مع زيادة الإنتاج** بل تبقى ثابتة كما جاء في الشكل (7–1) أعلاه. **أما التكاليف المتغيرة يبدأ صرفها ليحدث الإنتاج وتزيد مع زيادة الإنتاج.**

يعنى ذلك أن التكاليف المتغيرة لا تصرف أبداً عندما يكون الإنتاج متوقفاً. لكن يبدأ صرفها مع بداية أعمال الإنتاج مباشرة وتبدأ في الزيادة مع زيادة عمليات الإنتاج. ويلاحظ أن تكاليف الإنتاج المتغيرة تتزايد بسرعة في بدايات الإنتاج نتيجة لبدء الإنتاج بكميات صغيرة في مراحل الإنتاج الأولى. ثم تبدأ في الزيادة في مرحلة تالية بسرعة أقل مع تزايد الإنتاج وذلك نتيجة لترشيد الأنفاق وزيادة المهارة في العمل. لكن بعد أستمرار الإنتاج لفترة من الزمن تتزايد التكاليف المتغيرة بسرعة أكبر نتيجة لعدم الإقتصاد الذى يطرأ على الإنتاج.

فاذا اردنا أن نبرز تفاعلات واتجاهات التكاليف الثابتة والمتغيرة والكلية في المدى القصير في صورة مبسطة واحدة، فالشكل رقم (7–2) يوضحها لنا بوضوح.




**شكل رقم 7–2**

**منحنيات التكاليف في المدى القصير**

عندما تنتج المنشأة المعبر عنها في الشكل (7–2) خمسة وحدات يكون الوضع كالآتى:

أولاً : المنحنى ب ج ط منحنى التكاليف الثابتة، والمنحنى أ ج ك منحنى التكاليف المتغيرة والمنحنى ب هـ و منحنى التكاليف الكلية.

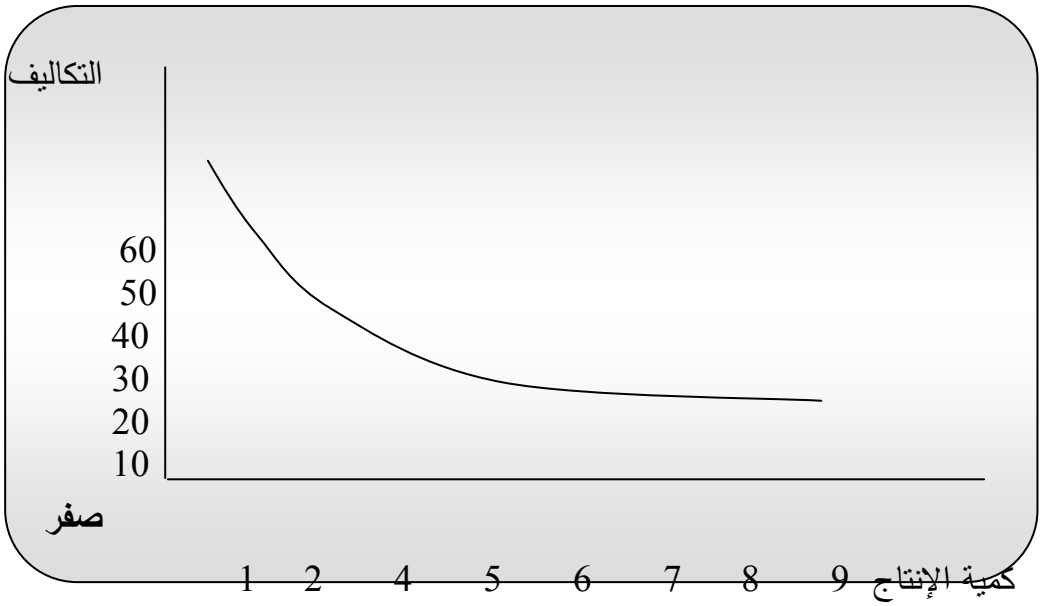
ثانياً : تتمثل التكاليف الثابتة في المستطيل أ ب ج د.

ثالثاً : تتمثل التكاليف المتغيرة في الشكل الثلاثى ب ج هـ.

رابعاً : تتمثل التكاليف الكلية في الشكل الرباعى أ ب هـ د.

تعبر المنحنيات الثلاثة في الشكل (7–2) بيانياً ما جاء في أعمدة التكاليف الكلية الثابتة والكلية المتغيرة والكلية في الجدول رقم (7–1). أما الأعمدة الأخيرة في الجدول فثلاثة منها هى متوسطات التكاليف بأنواعها الثلاثة والعمود الأخير يمثل التكاليف الحدية. وعند رسم منحنيات متوسطات التكاليف الثلاثة ومنحنى التكاليف الحدية تتضح الظواهر التالية :

1/ يكون أتجاه منحنى متوسط التكاليف الثابتة منحدراً من أعلى الى أسفل من جهة اليسار الى جهة اليمين. والسبب في ذلك أن بداية الإنتاج وتزايده المستمر يؤدى الى تخفيض متوسط التكاليف الثابتة للوحدة الواحدة. وذلك لثبات التكاليف وتزايد عدد الوحدات المنتجة مما يجعل نصيب الوحدة الحدية المنتجة في التكاليف الثابتة أقل من نصيب الوحدة التى سبقتها.




**شكل رقم (7-3)**

**منحنى متوسط التكاليف الثابتة**

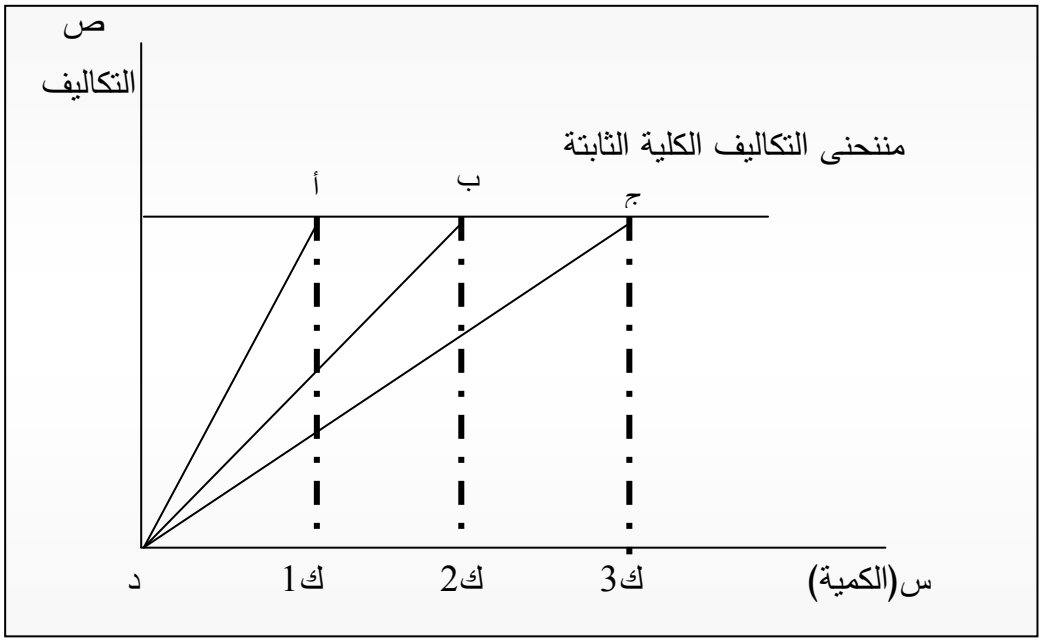
ويحصل على متوسط التكاليف الثابتة بقسمة التكاليف الثابتة الكلية على كمية الإنتاج (ن) .

$$م\ ت\ ث = \frac{ت\ ث\ ك}{ن}$$

أو

$$AFC = \frac{TFC}{Q}$$

ويمكن اشتقاق منحنى متوسط التكاليف الثابتة بيانياً بتحديد نقاط (أ)و (ب) و(ج) على منحنى التكاليف الكلية الثابتة وتوصيلها جميعها بخطوط مع نقطة الأصل(د) . ثم انزال خطوط مقطعة من هذه النقاط الثلاثة عمودياً من منحنى التكاليف الكلية الثابتة الى المحور الأفقى د س كما موضح في الشكل التالى حتى نتعرف على متوسط منحنى التكاليف الثابتة.




**شكل رقم ((7-4)(أ)**

**منحنى التكاليف الثابتة**

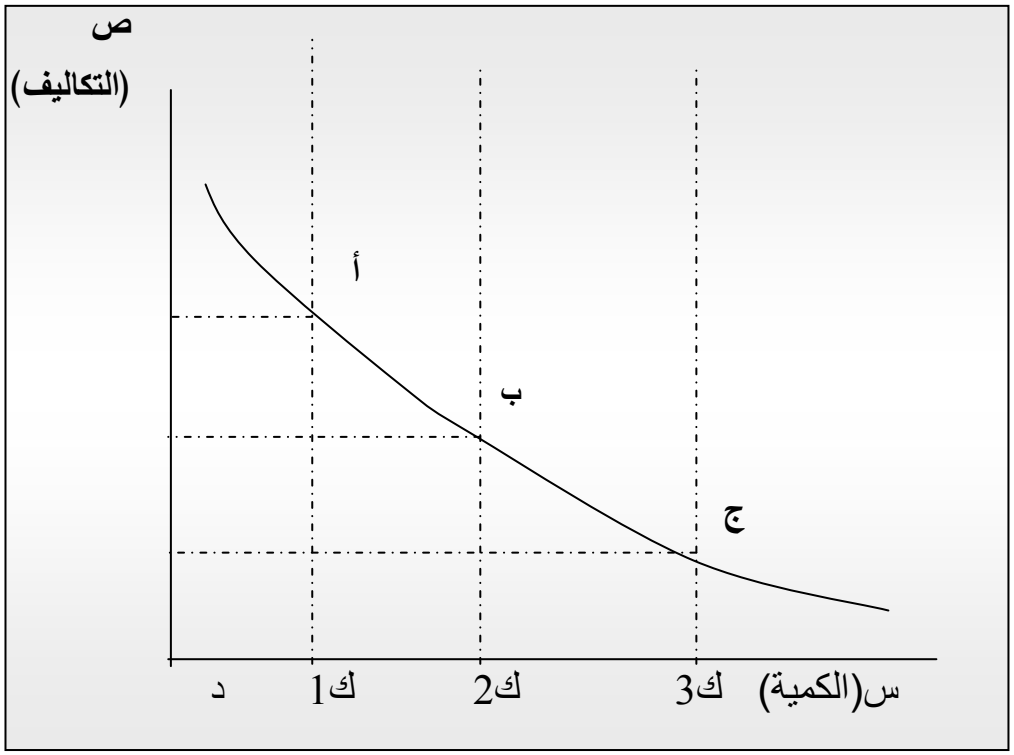
في الشكل 4/7 فإن منحنى التكاليف الكلية الثابتة لحجم الإنتاج دك1 هى التكاليف ك أ. ونعلم من قبل أن مقدار ميل الخط أ د هو نسبة أ د/ ك د. ويساوى ذلك متوسط التكاليف الثابتة (م ت ث) لحجم الإنتاج د ك1.

وتنطبق نفس القاعدة على حجم الإنتاج د ك2 إذ تساوى تكاليفه الكلية الثابتة ك2 ب( وهى تساوى ك1أ)، ومقدار ميل الخط هوب د ويساوى ذلك النسبة ب د/ك2د. ونفس هذه القاعدة تنطبق على حجم الإنتاج ك3 د وتكاليفه الكلية الثابتة ك 3 ج، وميل الخط هوج د. وبذلك يكون نسبة ميل الخط هو : ج د/ك3 د.

الواضح من هذه العلاقات حقيقة مؤداها أنه كلما زاد حجم الإنتاج نقص مقدار ميل الخط الموصل ما بين نقطة الأصل وموقع النقطة على منحنى التكاليف الكلية الثابتة التى تحدد حجم الإنتاج على المحور السينى. وبمقارنة ميل الخطوط الثلاثة (أ) (ب) (ج) نجد أن وضعها كالآتى :

$$\frac{\text{ج د}}{\text{ك3 د}} < \frac{\text{ب د}}{\text{ك 2 د}} < \frac{\text{أ د}}{\text{ك1 د}}$$

وذلك دلالة على تناقص التكاليف المتوسطة الثابتة مع زيادة الإنتاج. ولكن لا يتوقع أن تصل هذه التكاليف المتوسطة الثابتة الى الصفر. ومن واقع هذا التحليل نشتق منحنى متوسط التكاليف الثابتة في الشكل (7-4)(ب) التالى




**شكل رقم (7-4)(ب)**

**منحنى متوسط التكاليف الثابتة**

**تدريب (2)**



أكمل الجدول التالي ثم أجب علي جميع الاسئلة التي تليه

| عدد الماكينات | عدد العمال | الناتج الحدي للعمل | الناتج | الناتج المتوسط للعمل |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 0 | 0 | | |
| 1 | 1 | 20 | | |
| 1 | 2 | 50 | | |
| 1 | 3 | 75 | | |
| 1 | 4 | 88 | | |
| 1 | 5 | 100 | | |

**2- منحنى متوسط التكاليف المتغيرة** Average Variable Cost (AVC)

يحصل على متوسط التكاليف المتغيرة بقسمة التكاليف المتغيرة الكلية على كمية الإنتاج

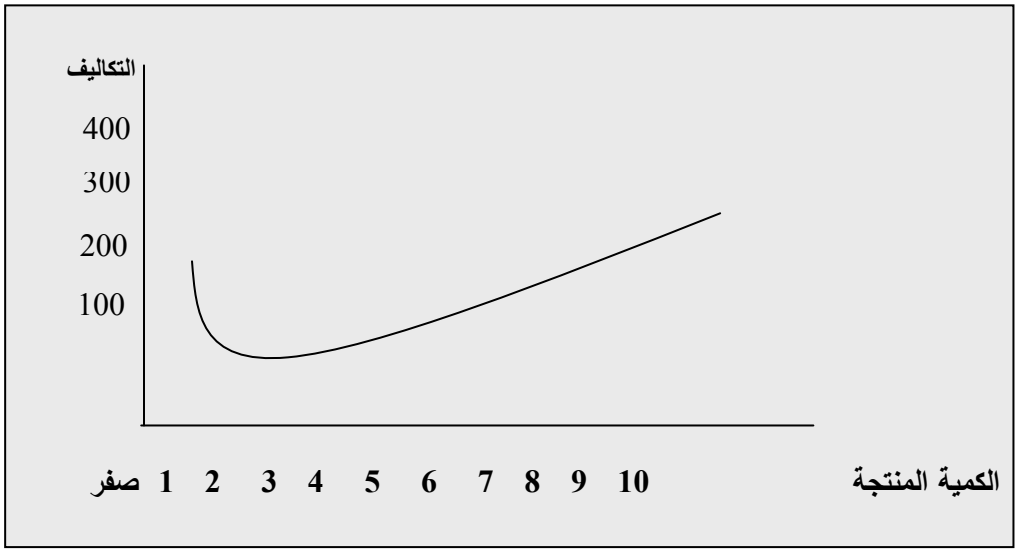
$$AVC = \frac{TVC}{Q}$$

**يبدأ مع بدايات الإنتاج تناقص متوسط التكاليف المتغيرة للوحدة الواحدة من الإنتاج لأنخفاض استخدام الوحدة الواحدة من المدخلات نسبياً نظراً لأدخال كميات أكبر من المدخلات لبدء الإنتاج.** ومع استمرار الإنتاج يقل نصيب الوحدة الواحدة من التكاليف المتغيرة باستمرار الى أن يصل الإنتاج الى مستوى معين.في هذه المرحلة يظهر منحنى متوسط التكاليف المتغيرة انحداراً مستمراً الى أن يصل الى أدنى مستوى له. ثم يبدأ المنحنى في مرحلة تالية بالأرتفاع المستمر وذلك نتيجة لظهور بعض جوانب عدم ترشيد استخدام المدخلات بصورة اقتصادية وتزايد

متوسط التكلفة المتغيرة للوحدة الواحدة من الإنتاج كلما زاد الإنتاج . فيخضع الإنتاج في هذه المرحلة الثانية الى قانون تناقص العائد (الغلة).

Law of Diminishing Return .

ويأخذ منحنى متوسط التكاليف المتغيرة الصورة التالية في الشكل رقم (7-5)




**شكل رقم (7-5)**

**منحنىمتوسط التكاليف المتغيرة**

**3/ منحنى التكاليف المتوسطة**

كما يشار دائماً إن التكاليف المتوسطة هي عبارة عن متوسط تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة من المنتج. ويمكن الوصول إلى ذلك رياضياً بقسمة التكاليف الكلية على كمية الإنتاج (Samuelson) أي:

$$\text{ت م} = \frac{\text{ت ك}}{\text{ن}}$$

أو

$$\text{Average Cost} = \frac{\text{Total cost}}{\text{Output}}$$

$$\text{AV} = \frac{\text{TC}}{\text{Q}}$$

نعلم أن متوسط التكاليف بهذه الصورة التي جاءت في المعادلة هي عبارة عن مجموع متوسط تكلفة الوحدة الثابتة ومتوسط تكلفتها المتغيرة مقسومة على كمية الإنتاج. وكما يوضح لنا الجدول رقم (7−1) في عموده رقم 7 فإن متوسط تكاليف أنتاج الوحدة تبدأ عالية ثم تتجه في الانخفاض المستمر مع زيادات الإنتاج حتى تصل إلى أدنى مستوى ثم تبدأ في الارتفاع مع الاستمرار في الإنتاج نتيجة لظهور اختناقات الإدارة والإنتاج. ويفسر هذا الواقع انطباق قانون تناقص العائد(الغلة). ويمكن رصد منحنى متوسط التكاليف من واقع الجدول رقم (7−1) في الشكل التالي والذي يأخذ شكلاً هلاليا (U-shape ) .

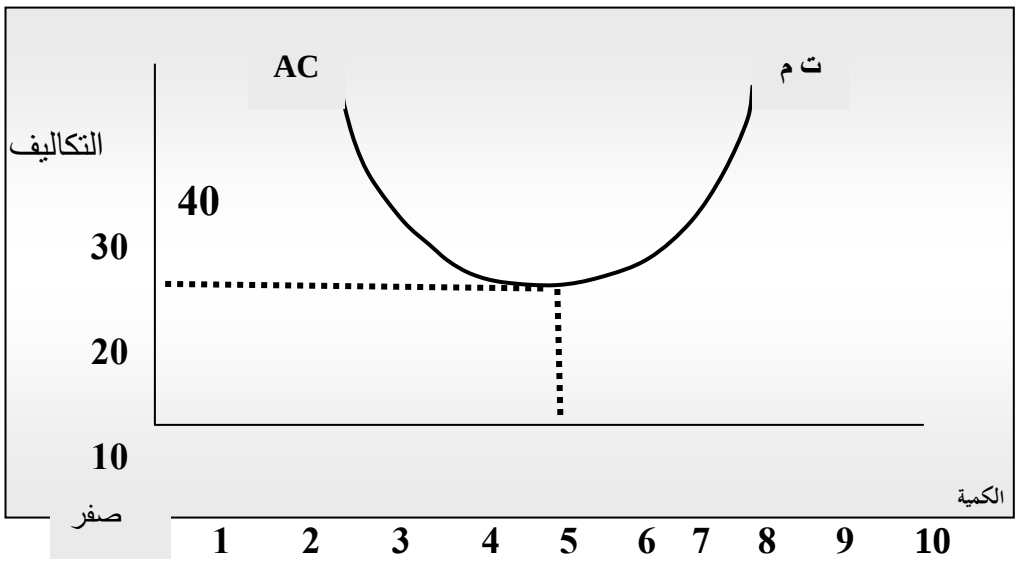
**ت م = ت ك**

**ن**

**أو:**

**Average Cost = Total Cost**
**Output**

**AC = TC**
**Q**




**شكل رقم( 7-6)**

**منحنى متوسط التكاليف**

4/ **منحنى التكاليف الحدية** Marginal Cost Curve .

**التكاليف الحدية هي التكاليف التي تحدث للتكلفة الكلية نتيجة لزيادة الإنتاج الكلى بوحدة واحدة**

ولوضع هذا الحديث بصورة رياضية نقول :

التكاليف الحدية = التغيير في التكاليف الكلية

التغيير في كمية الإنتاج

$$\text{ت ح} = \frac{\Delta \text{ت ك}}{\Delta \text{ ن}}$$

أو

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

ويمكن أيضاً تعريف التكاليف الحدية في المدى القصير بأنها الزيادة في التكاليف المتغيرة الكلية نتيجة لإنتاج وحدة إضافية من الإنتاج. أي :

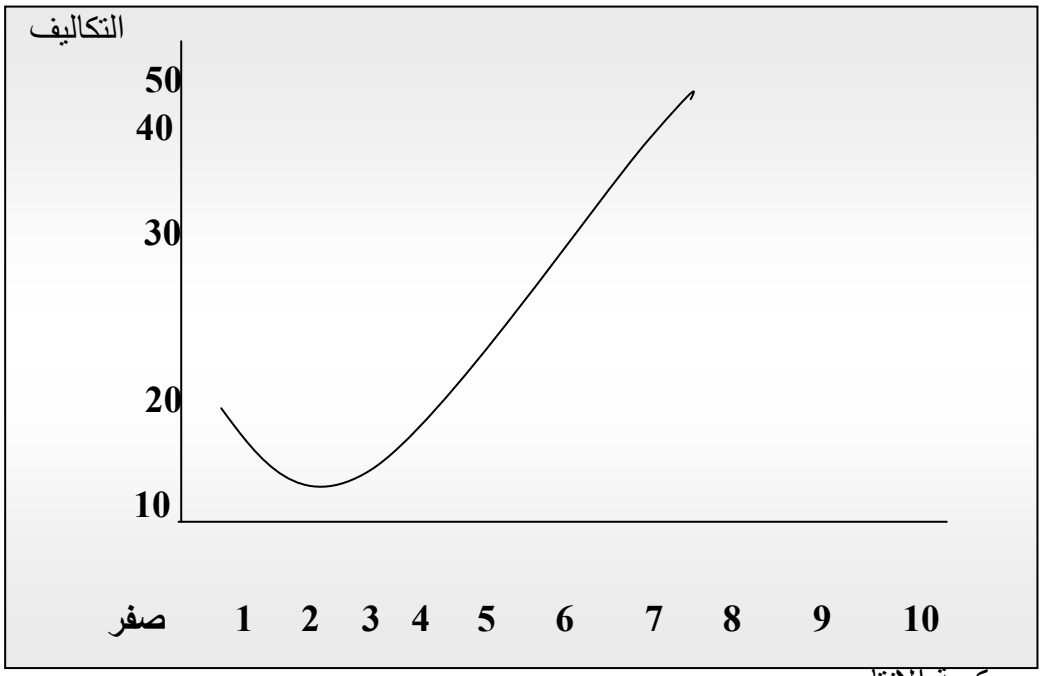
$$MC = \frac{\triangle TVC}{\triangle Q}$$

كلا التعريفين صحيح لأن **الفرق بين التكاليف الكلية والتكاليف المتغيرة الكلية هو التكاليف الثابتة،** وهى ثابتة في كل الأحوال. لذلك فإن التغيير في التكاليف الكلية في المدى القصير يكون دائماً مساوٍ للتغير في التكاليف المتغيرة الكلية عند تغيير محدد في الإنتاج .

تلاحظ في جدول رقم (7−1) وجود نفقة حدية واحدة في المدى القصير. والسبب في ذلك أن التكاليف الكلية والتكاليف المتغيرة يتغيران بنفس المبلغ عندما يحدث تغيير في حجم الإنتاج.بالإضافة الى ذلك فإن كل تغيير يحدث في حجم الإنتاج لا يؤدى إلى تغيير في حجم التكاليف الثابتة. وبالتالي لا يوجد ما يسمى تكاليف حدية ثابتة.

تكاليف الإنتاج عند بدايات الإنتاج نتيجة للصرف المتزايد على مدخلات الإنتاج كتكاليف متغيرة بالإضافة إلى التكاليف الثابتة التي صرفت على المشروع من قبل. لذلك تبدأ التكاليف الحدية عند بداية الإنتاج بمستوى معين ثم تبدأ في الانخفاض، وذلك نتيجة لحسن استخدام عوامل الإنتاج المتغيرة، إلى أن تصل إلى مستوى معين. ثم تبدأ التكاليف الحدية في الزيادة المستمرة مع استمرار زيادة الإنتاج.

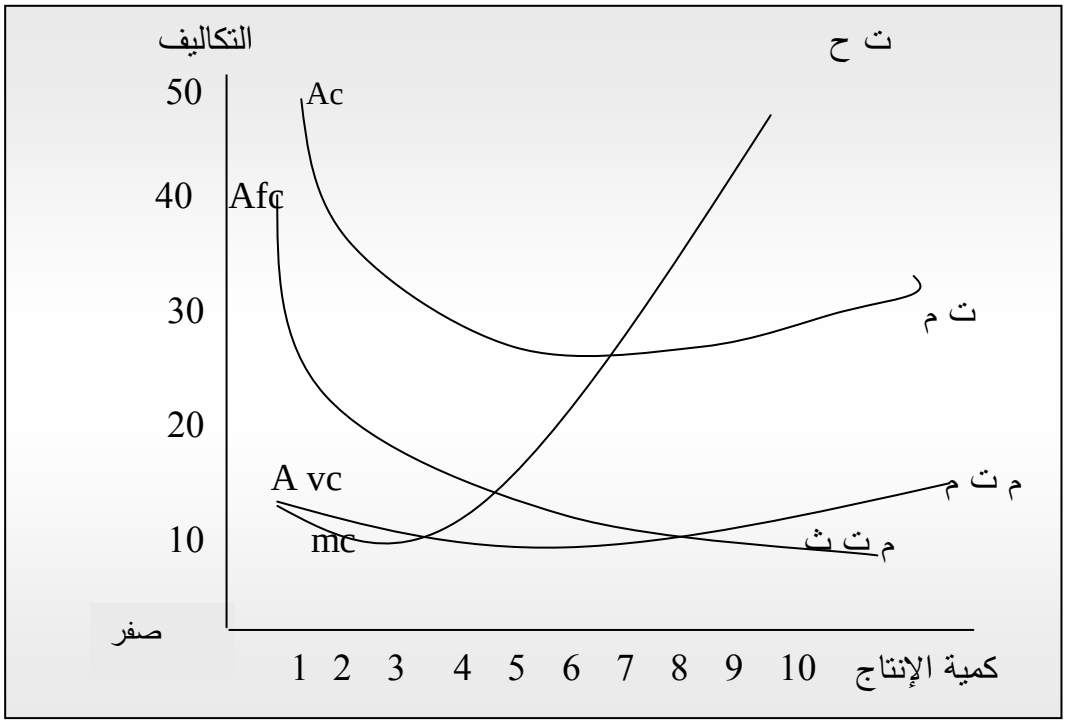
من واقع أرقام التكاليف الحدية في الجدول (7−1) نرصد منحنى التكاليف الحدية.




**شكل رقم (7–7)**

**منحنى التكاليف الحدية**

يمكن إبراز علاقات التكاليف المتوسطة الثلاث والتكاليف الحدية التي جاءت في الأعمدة الأربعة الأخيرة من الجدول رقم (7–1) السابق بصورة بيانية تعكس اتجاهات منحيات هذه التكاليف الأربعة في الشكل رقم (7–7) التالي:




**شكل رقم( 7–8)**

**اتجاهات منحنيات التكاليف المتوسطة والتكاليف الحدية**

عند مقارنة اتجاه التكاليف المتوسطة الثلاثة والتكاليف الحدية في الجدول رقم (7–1) وكذلك اتجاه منحنيات هذه التكاليف الأربعة في الشكل رقم (7–8) تتضح بعض المعالم الأساسية لعلاقة هذه المتغيرات الأربعة نوجزها في النقاط التالية :

+ عندما تكون التكاليف الحدية أقل من التكاليف المتوسطة يكون اتجاه التكاليف المتوسطة في انخفاض مستمر.

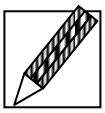
+ عندما تكون التكاليف الحدية أعلى من التكاليف المتوسطة يكون اتجاه التكاليف المتوسطة متصاعداً، أي تبدأ التكاليف المتوسطة متزايدة.

+ يعنى ذلك أن التكاليف الحدية تتساوى مع التكاليف المتوسطة عندما تكون هذه التكاليف المتوسطة في أدنى مستوى لها. ويكون ذلك عند تقاطع منحنى التكاليف الحدية مع منحنى التكاليف المتوسطة في الشكل البياني الذي يوضح اتجاه هذين المنحنيين.
+ يلاحظ أن منحنيات التكاليف الحدية والتكاليف المتوسطة ومتوسط التكاليف المتغيرة كلها تنخفض مع بداية الإنتاج هلالياً. والسبب في انخفاض هذه التكاليف الثلاثة في مراحلها الأولى بعد الإنتاج هو أن مساهمة التكاليف الثابتة في كل منها تبدأ في التناقص مع استمرار الإنتاج.
+ منحنى متوسط التكاليف الثابتة هو المنحنى الوحيد الذي لا يعود ويرتفع مرة أخرى بعد انخفاضه المستمر منذ بداية الإنتاج ولكنه لا يصل إلى الصفر أو تكون له قيمة سالبة، لأنها تكاليف قد صرفت بالفعل قبل بداية الإنتاج.

## أسئلة تقويم ذاتي

1. ماهى الوسائل التى تمكن المنشأة من زيادة إنتاجها فى المدى الطويل.
2. التكاليف الثابته مكون أساسى من تكاليف المشروع، أعط سبعة أمثلة لنبود تكاليف المنشاة الثابته.
3. فرق بين التكاليف الثابته والمتغيرة.
4. لماذا يكون شكل منحنى التكاليف الثابته خطاً أفقياً مع المحور الأفقى فى حين أن منحنى متوسط التكاليف الثابته يكون منحدراً.
5. عرف كل من التكاليف المتوسطة والتكاليف

**تدريب (3)**



أملأ الفراغات في العبارت التالية

إذا زادت أحدى المؤسسات أستخدامها من جميع عناصر الإنتاج بنسبة 30% وإزداد الإنتاج بنسبة 20% فأن ذلك يعني أن المؤسسة تواجه ما يسمى عائد الحجم..... أما إذا ازداد الإنتاج بنسبة 30% فأن المؤسسة تواجه ما يسمى عائد الحجم..... أما اذا إزداد الإنتاج بنسبة 40% فأن المؤسسة تواجه مايسمى عائد الحجم .....

# 3. منحنى التكاليف في المدى الطويل

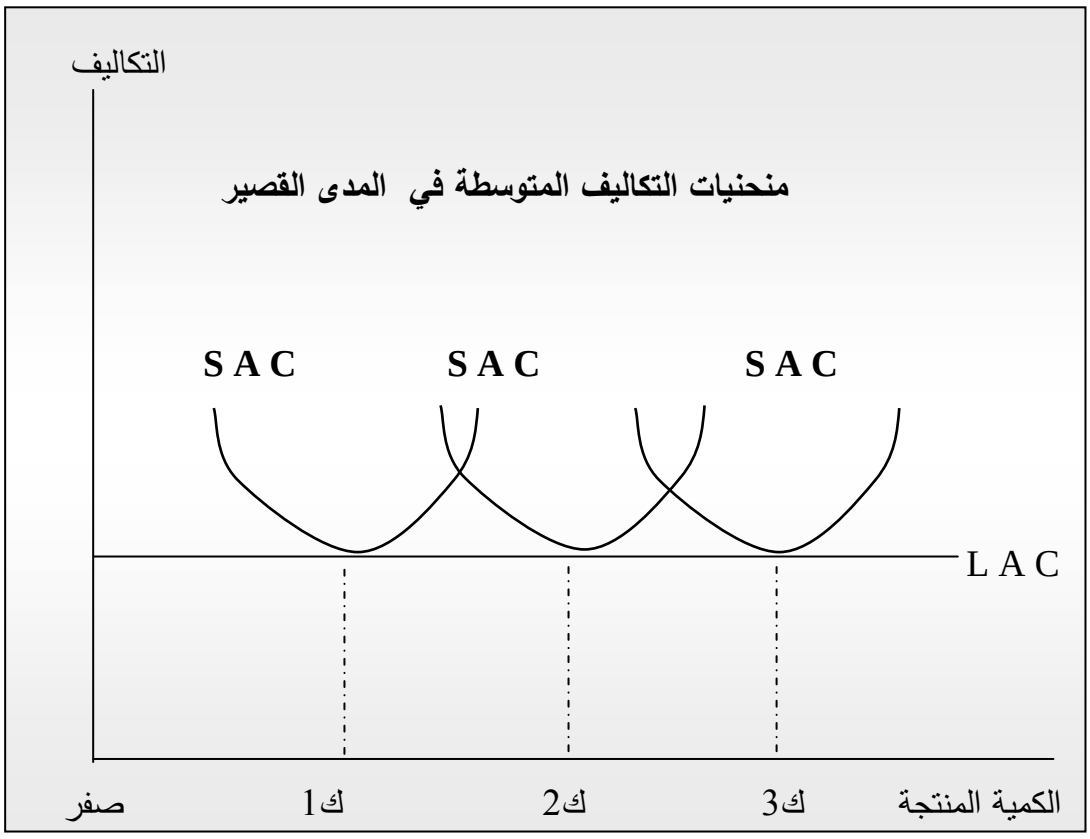
المدى الطويل كما علمنا هو الفترة الزمنية التي تكفي أي منشأة أو مشروع استبدال أي من الأصول الثابتة بالصورة التي تناسب المشروع. والسبب في ذلك أن عامل الزمن مرن ويكون متاحاً بالقدر المطلوب لإضافة أو تجديد أو استبدال أي من الأصول الثابتة للمشروع أو استخدام أي تكنولوجيا إنتاجية تناسب الإنتاج المطلوب. وبالتالي لا توجد أي عقبة في توفير واستخدام عوامل الإنتاج المطلوبة.

نظراً لحرية ومرونة الحركة في إدخال التعديلات والتغييرات في الإنتاج أو في حجم المنشأة في المدى الطويل أو دخول منشات جديدة في السوق فإن طبيعة وأشكال منحنيات التكاليف في المدى الطويل تختلف عما هي عليه في المدى القصير. في المدى الطويل يكون شكل منحنى التكاليف المتوسطة مشابهاً بصفة عامة لمسار منحنى التكاليف المتوسطة في المدى القصير، أي إنه يكون مقعراً مع المحور الأفقي ونقطة الأصل في شكل هلالي ولكنه يكون أكثر تسطيحاً وتغليفاً من منحنى التكاليف المتوسطة. والسبب الذي يجعل منحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل مسطحاً أكثر من منحنى تكاليف المدى القصير هو أن التكاليف الثابتة والمتغيرة في المدى القصير لا يكون فيها مرونة كبيرة وهى التي يتوقف عليها شكل المنحنى. لكن بالنسبة للتكاليف المتوسطة في المدى الطويل فإنها تتمتع بمرونة كاملة يفترض أن تعمل فيها

المنشأة بتكاليف ثابتة أقل مع التحكم في التكاليف المتغيرة بما يحقق تخفيضها. بالإضافة إلى ذلك فإن عوامل الإنتاج التي لا تقبل التجزئة في المدى القصير يمكن أن تجزأ بصورة اقتصادية حسب احتياجات المنشأة. لكل ذلك يكون منحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل مسطحاً نسبياً مقارنة بمنحنى متوسط تكاليف المدى القصير

للمرونة المتاحة للمنشأة في المدى الطويل لاستخدام عوامل الإنتاج بأكثر صورة اقتصادية ممكنة، تستطيع المنشأة أن تنتج على منحنيات تكاليف مختلفة حتى تحقق أدنى التكاليف الممكنة. ومع مرور الوقت سيكون لكل حجم أنتاج جديد تحققه المنشأة تكاليف متوسطة في أدنى مستوى ممكن. عند هذا الإنتاج تعمل المنشأة بطاقتها الفنية المثلي. لذا تعمل المنشأة في المدى الطويل ليكون حجم إنتاجها المثالي مع مر الزمن في أدنى مستوى لمتوسط تكاليفها.

في ظل هذا الافتراض فإن متوسط تكاليف إنتاج كل مدى قصير للفترات العديدة التي يتكون منها المدى الطويل ستكون متساوية. يعنى ذلك أن منحنى متوسط التكاليف الكلية في المدى الطويل سيكون خطاً أفقياً مستقيماً مع المحور الأفقي.(Dewett,p154) كما يظهر في الشكل (7-9) التالي :




شكل رقم (7-9)

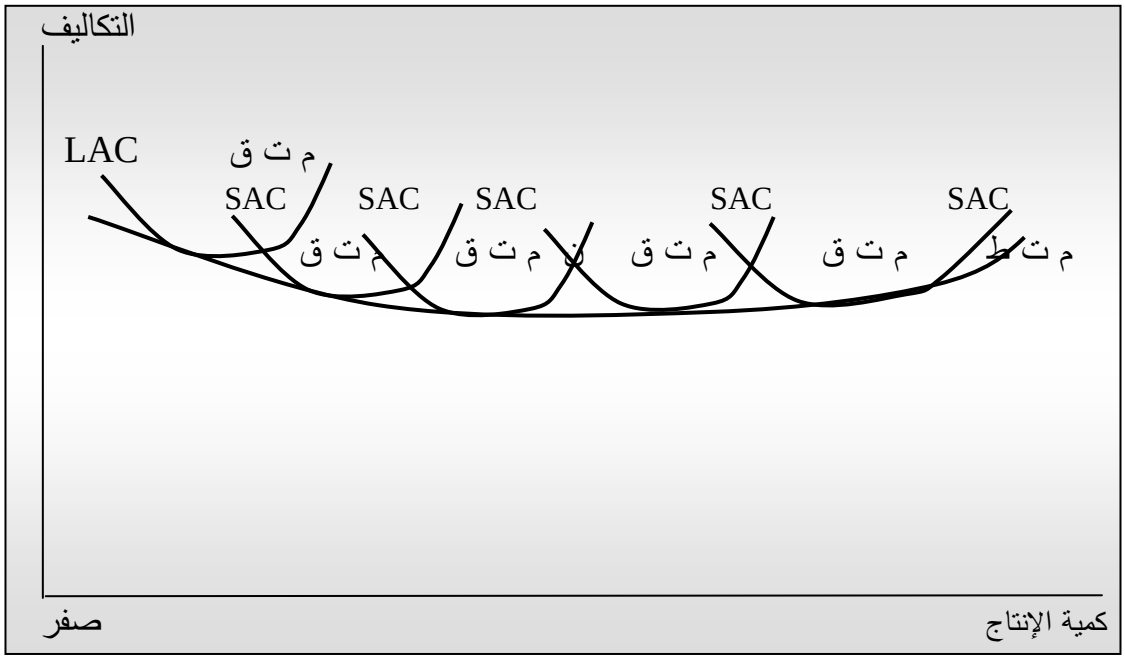
**منحنيات التكاليف المتوسطة في المدى القصير**

**ومنحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل.**

إذا نظرنا إلى واقع الحال في الحياة العملية نجد أن بعض عوامل الإنتاج يصعب تجزئتها حتى في المدى الطويل. فيكون من المعقول أن تنتج المنشأة في بعض الأحيان بتكاليف أقل في المدى الطويل مما كانت تنتج به من قبل. ولكن بعد أن تستمر المنشأة في الإنتاج لفترة من الزمن في فترات إنتاج قصير المدى بمتوسط تكاليف منخفضة، تبدأ المنشأة في مواجهة بعض المصاعب وعدم الكفاءة الإنتاجية والإدارية تؤدى إلى زيادة متوسط التكاليف في الفترات القصيرة التي يتكون منها المدى الطويل للمنشأة، ومن ثم متوسط التكاليف في المدى الطويل.

يعنى ذلك أن منحنى متوسط التكاليف في المدى الطويل ينبثق من مجموعة منحيات للتكاليف المتوسطة للمدى القصير خلال الفترة التي يغطيها المدى الطويل. ولارتباط منحنى

متوسط تكاليف الأجل الطويل بمنحنيات متوسط تكاليف الأجل القصير جميعها، فإن منحنى التكاليف المتوسطة للأجل الطويل يلامس كل منحنيات التكاليف المتوسطة في الأجل القصير، ويمر عليها كمماس لها جميعها. وقد وصف كثير من الاقتصاديين وضع منحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل بأنه يغلف منحيات التكاليف المتوسطة في المدى القصير التي يغطيها المدى الطويل. الصورة البيانية في الشكل رقم 10/7 التالي يوضح هذه الفكرة.




**شكل رقم(7-10)**

**منحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل**

هذا الاتجاه الواضح لمنحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل يعبر عن انخفاض متوسط التكاليف أولاً إلى أن يصل إلى أدنى مستوى له عند النقطة(ن) في الشكل 10/7 ثم يبدأ في الارتفاع. هناك عدد من الأسباب تجعل منحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل ينحو هذا المنحى شأنه شأن منحنى التكاليف المتوسطة في المدى القصير.

يمكن تلخيص أهم هذه الأسباب في النقاط التالية:

1/ مجال تخصص القوى العاملة في المدى الطويل واسع ويرفع ذلك الكفاءة الإنتاجية للعاملين فيخفض من تكاليف الإنتاج.

2/ التوسع في استخدام الآلات والمعدات الحديثة في المدى الطويل يساعد على زيادة الإنتاج وتخفيض التكاليف.

3/ مع طول المدى الزمني يحدث تطور في التقنيات الإنتاجية الحديثة ويمكّن استخدامها في الإنتاج، فيساعد ذلك على تطوير الإنتاج وتحديثه وتخفيض تكاليفه.

4/ الشراء بكميات كبيرة والحصول على تخفيضات في الأسعار يساعد على تخفيض التكاليف.

لكن كما لاحظنا لا يستمر متوسط التكاليف في المدى الطويل في انخفاض على الدوام بل يقف عند مستوى معين (النقطة ن في الشكل (7–9). بعد ذلك يبدأ متوسط التكاليف في المدى الطويل في الارتفاع نتيجة لبعض الأسباب منها

أ/ حدوث بعض الصعوبات والاختناقات التنظيمية والإدارية في بعض مستويات الإنتاج الكبير مما يؤدى إلى ما يعرف بعدم اقتصاديات الإنتاج الكبير.
Diseconomies of Scale.

ب/ حدوث لا مبالاة من بعض العاملين عند كثرة العمال يؤدى إلى سوء استخدام المواد وعدم الانضباط.

ج/ ظهور بعض حالات البطالة المقنعة في بعض الأحيان.

ذكرنا أن المدى الطويل(Long Run) هو الفترة الكافية التي تمكن المنشأة من تغيير كل عوامل الإنتاج التي ترغب في تغييرها لتتمكن من الإنتاج بالحجم الذي تريده. بذلك فإن طاقة إنتاج المنشأة تتغير في المدى الطويل، ويتغير نتيجة لذلك التكاليف الكلية في المدى الطويل. وتشتق التكاليف الحدية في المدى الطويل من واقع التغيير الذي يحدث على التكاليف الكلية عندما يزيد الإنتاج الكلى بوحدة واحدة من المنتج. ويعنى هذا القول المعادلة الرياضية التالية.

التكاليف الحدية في المدى الطويل= التغيير في التكاليف الكلية في المدى الطويل

التغيير في كمية الإنتاج

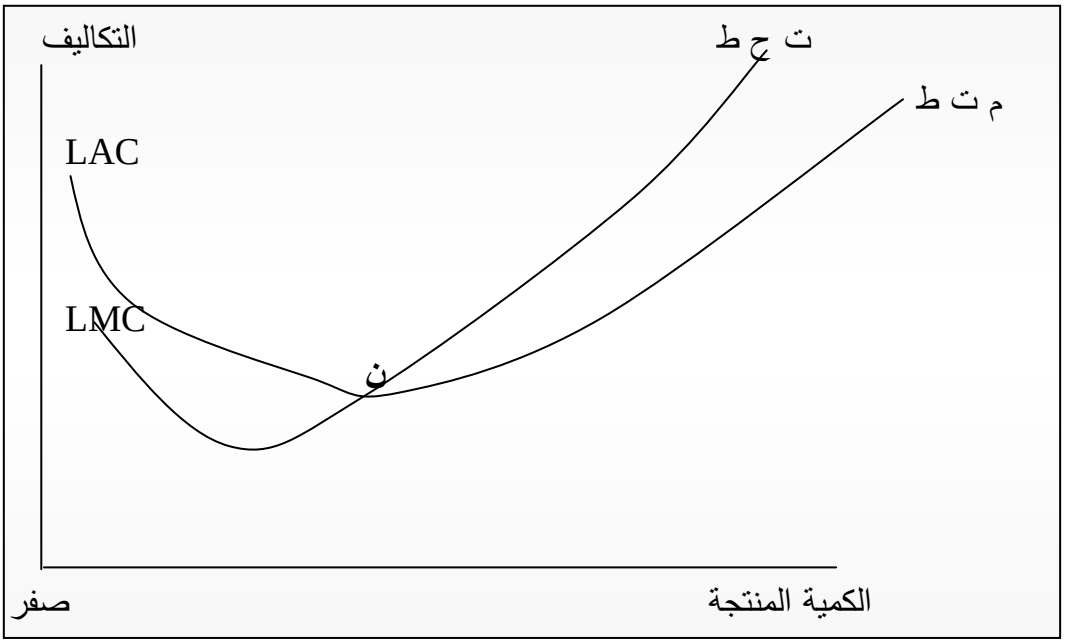
$$\text{ت ح ط} = \frac{\triangle \text{ت ك ط}}{\triangle \text{ن}}$$

أو :

$$LMC = \frac{\triangle LTC}{\triangle Q}$$

الشكل البياني رقم (7–9) السابق أوضح لنا الشكل العام لمنحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل وأنه ينحدر من أعلى إلى أسفل من جهة اليسار إلى جهة اليمين إلى أن يصل أدنى مستوى له عند النقطة (ن) ثم يبدأ في الارتفاع. كل ذلك من واقع متوسط تكاليف الإنتاج التي تبدأ في الانخفاض ثم الارتفاع عندما تستكمل كاامكانات اقتصاديات الحجم المتاحة.

عند بداية الإنتاج تبدأ التكاليف الحدية من مستوى أسفل التكاليف المتوسطة في الانخفاض أولاً نتيجة للكفاءة التنظيمية واستخدام المدخلات بصورة أفضل إلى أن تصل إلى مستوى أدنى لا يمكن أن تنخفض بعدها. وسبب ارتفاع التكاليف الحدية بعد هذه النقطة هو أن مقدارها أصبح يزيد على مقدار متوسط التكلفة المتغيرة للوحدة الواحدة. وتستمر التكاليف الحدية في الزيادة التي تساوي متوسطة تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة عند إنتاج محدد. من بعد ذلك تكون التكاليف الحدية أكثر من متوسط تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة من الإنتاج وتستمر في الزيادة. الشكل البياني التالي يوضح ذلك.




**شكل رقم (7-11)**

**منحنى التكاليف المتوسطة والحدية في المدى الطويل**

**نشاط**

عزيزي الدارس قم بجولة على أحدى المؤسسات الصناعية وحاول التعرف على بنود تكاليف منتجاتها حسب طبيعتها:
تكاليف ثابتة- تكاليف متغيرة- تكاليف كلية ومن ثم قم بدراسة أثر هذه التكاليف على حجم الإنتاج والربحية في المؤسسة على المدى القصير والمدى الطويل؟

# الخلاصة

تمثل هذه الوحدة مقدمة لفهم سلوك المنتج وإشتقاق منحنى عرض المؤسسة، وبالتالى منحنى عرض السوق – وقد إستعرضنا في هذه الوحدة مجموعة من المفاهيم الرئيسة التى يمكن تلخيصها على النحو التالى:-

- تسعى مؤسسات الأعمال إلى تعظيم أرباحها الإقتصادية والتى تعرف بأنها الفرق بين الإيرادات الكلية وإجمالى التكاليف، وذلك عن طريق إستخدام عناصر الإنتاج المختلفة لإنتاج وبيع البضائع والخدمات.
- يطلق على العلاقة الفنية بين مدخلات الإنتاج والكميات المنتجة من السلع " دالة الإنتاج" ويمكن تمثيل هذه الدالة بصورة رياضية جبرية أو عن طريق جدول ورسوم بيانية.
- تستطيع المؤسسة أن تغير كمية إنتاجها في المدى القصير عن طريق تغير كمية بعض العناصر الأخرى " المتغيرة" أما في المدى الطويل فتستطيع المؤسسة تغيير كمية جميع عناصر الإنتاج، وبالتالى لا يوجد عناصر إنتاج ثابته.
- عند زيادة كمية عناصر الإنتاج المتغيرة في المدى القصير فإن الناتج الكلى يأخذ في الزيادة إلى أن يصل إلى أعلى مستوى له، وقد يأخذ في التناقص إذا أفرطنا في إستخدام العتصر المتغير، أما الناتج الحدي فيزداد أولاً مع زيادة عنصر الإنتاج المتغير نتيجة التخصص ولكنه يبدأ بالتناقص بعد نقطة معينة نتيجة للإزدحام في المصنع، وقد يصبح سالباً إذا أفرطنا في إستخدام العنصر المتغير.
- يتزايد الناتج الكلى عندما يكون الناتج الحدي موجباً، ويصل إلى أعلى مستوى له عندما يكون الناتج الحدي صفراً، ويتناقص عندما يكون الناتج الحدي سالباً.
- أما الناتج المتوسط فيزداد إذا كان الناتج الحدي أكبر منه، ويتناقص إذا كان الناتج الحدي أقل منه، ويصل إلى أعلى نقطة له إذا كان الناتج الحدي مساوياً له.
- إذا أضفنا محتويات متتالية من عنصر متتالية من عنصر الإنتاج المتغير إلى كمية معينة من عنصر الإنتاج الثابت، فإن قانون الغلة ينص على أن الناتج الحدي للعنصر النتغير لابد أن يأخذ في التناقص بعد نقطة معينة.

- في المدى الطويل ، يمكن إنتاج كمية من السلعة عن طريق إستخدام مجموعات أو توليفات مختلفة من عناصر الإنتاج. ويمكن تمثيل مجموعات عناصر الإنتاج المختلفة الى يمكن إستخدامها لانتاج كميات معينة من السلعة بواسطة " منحنى الناتج المتساوى" والذى يشبه من حيث شكلة وخصائصة منحنيات السواء للمستهلك.
- يمكن زيادة حجم المؤسسة عن طريق زيادة جميع عناصر الإنتاج. فإذا كانت نسبة الزيادة في الناتج الكلى مساوية لنسبة الزيادة في جميع عناصر الإنتاج فإن ذلك يشير إلى وجود للحجم الثابت، إذا كانت أقل منها فإن ذلك يشير إلى وجود عائد الحجم المتزايد.
- تشير ترجمة العلاقة الفنية بين عناصر الإنتاج والكميات المنتجة إلى التكاليف. ويجب التمييز بين التكاليف الإقتصادية " والتى تتضمن التكاليف الصريحة و التكاليف الضمنية فقط" وهذا يستدعى التمييز بين الأرباح الإقتصادية " أى الإيراد الكلى مطروحاً منه التكاليف الإ قتصادية والارباح المحاسبية" أى الإيراد الكلى مطروحاً منه التكاليف المحاسبية.
- يمكن تفسير التكاليف الكلية في المدى القصير إلى تكاليف متغيرة تتغير مع زيادة أو نقص الكميات المنتجة وتكاليف ثابته لا تتغير مع زيادة أو نقص الكميات المنتجة.
- تمثل التكاليف المتوسطة نصيب الوحدة المنتجة من التكاليف، أما التكاليف الحدية فتمثل التغير في التكاليف الكلية الناجم عن زيادة الإنتاج بوحدة إضافية واحدة، ويتزايد متوسط التكاليف الكلية "أو المتغيرة" إذا كانت التكلفة الحدية أعلى منه ، ويتناقص إذا كانت التكلفة الحدية أدنى منه، ويكون عند أدنى مستوى إذا كانت التكلفة الحدية مساوية له.
- في المدى القصير توجد علاقة عكسية بين متوسط التكاليف المتغيرة والناتج للعنصر المتغير، وعلاقة عكسية بين التكلفة الحدية والناتج الحدي للعنصر المتغير.
- يمثل خط التكلفة المتساوية مجموعة عناصر الإنتاج المختلفة التى يمكن شراؤها بنفس المبلغ من النقود. ويمثل نقطة التماس بين خط التكلفة المتساوية ومنحنى الناتج المتساوى للمجموعة الأمثل " الأقل تكلفة" لإنتاج كميات معينة من السلعة. وعند هذه النقطة تكون نسبة الناتج الحدي لعناصر الإنتاج مساوياً لنسبة تلك العناصر.
- يسمى الخط الذى يمثل مجموعة عناصر الإنتاج تكلفة " خط التوسع" ويستخدم هذا الخط لاشتقاق منحنى التكاليف في المدى الطويل.

- يأخذ منحنى متوسط التكاليف في المدى الطويل شكل حرف U باللغة الإنجليزية. حيث يبدأ متوسط التكاليف بالإنخفاض أولاً نتيجة لوفورات الحجم . ثم يصل إلى أدنى نقطة عند الحجم الإمثل ثم يبدأ بالإرتفاع نتيجة لتبريرات الحجم.

## لمحة مسبقة عن الوحدة الدراسية التالية

بعد أن تعرفنا في هذه الوحدة على "تكاليف الإنتاج" سوف ننتقل في الوحدة التالية لتناول المنافسة التامة " أو الكاملة كما يطلق عليها في بعض الأحيان– بصورة تبين مفهوم وطبيعة وآثار هذا السوق بشئ من التفصيل.

ونظراً لأهمية هذا الموضوع نبدأ بتعريف المنافسة الكاملة تعريفاً عملياً يسمح بتحليل سلوك المؤسسات التي تعمل في هذه الظروف، ثم نبين كيفية اتخاذ القرارات بأساليب مختلفة.

# إجابات التدريبات

## تدريب(1)

الناتج الحدي = التغيير في كمية الناتج الكلي

التغير في كمية عنصر الإنتاج المتغير

$$= \frac{600 - 800}{20 - 25} = \frac{200}{5} = 40 \text{ وحدة}$$

الناتج المتوسط عند توظيف 20 عاملاً = $\frac{600}{20}$ = 30 وحدة

الناتج المتوسط عند توظيف 25 عاملاً = $\frac{800}{25}$ =32

## تدريب(2)

| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|---|---|---|---|
| – | – | 0 | 0 | 1 |
| 20 | 20 | 20 | 1 | 1 |
| 25 | 30 | 50 | 2 | 1 |
| 25 | 25 | 75 | 3 | 1 |
| 22 | 13 | 88 | 4 | 1 |
| 20 | 12 | 100 | 5 | 1 |

## تدريب(3)

المتناقص– الثابت– المتزايد على التوالي

# مسرد المصطلحات

- **الأرباح الإقتصادية Economic Profits**

الفرق بين الإيرادات الكلية ومجموع التكلفة الصريحة والضمنية.

- **الأرباح المحاسبية Accounting Profits**

الفرق بين الإيرادات الكلية والتكلفة الصريحة.

- **الإيرادات الكلية Total Revenues**

حاصل ضرب السعر بالكمية المباعة.

- **تبذيرات الحجم Diseconomies of Scale**

الوضع الذى يتزايد عنده متوسط التكلفة في المدى الطويل مع زيادة الكميات المنتجة.

- **التكلفة الحدية Marginal Cost**

التكلفة الإضافية الناتجة عند زيادة الكمية المنتجة بمقدار وحدة واحدة.

- **التكلفة الثابته Fixed Cost**

التكلفة المرتبطة بالموارد الإنتاجية وهى لا تتغير بتغير الكمية المنتجة.

- **التكلفة الصريحة Explicit Cost**

تكلفة الموارد الإنتاجية التى يمتلكها مالك المشروع " تكلفة الفرصة الضائعة لتلك الموارد".

- **التكلفة المتغيرة Variable Cost**

التكلفة المرتبطة بالموارد الإنتاجية المتغيرة، وتتغير مع تغير الكمية المنتجة.

- **الحجم الأمثل Optimal Size**

الإنتاج عند أكثر نقطة منخفضة على منحنى متوسط التكلفة في المدى الطويل.

- **خط التكلفة المتساوية Isocost Line**

خط مستقيم يمثل مجموعات عناصر الإنتاج المختلفة التى يمكن إستخدامها " شراؤها" بنفس المبلغ من النقود.

# المراجع والمصادر


1- Dewett , k.k. :**Modern Economic Theory** , ($20^{th}$ ed.)
S. Chand and Co. New Delhi , 1993 .
2- Glahe and Lee **: Microeconomics : Theory and Applications .**
3- Hanson : **A Textbook of Economics .**
4- Lipsey **: An Introduction to Positive Economics .**
5- Samuelson **: Economics .**


الوحدة الثامنة
المنافسة التامة

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | **267** |
| **تمهيد** | **267** |
| **أهداف الوحدة** | **268** |
| **1. شروط المنافسة التامة** | **269** |
| **2. توازن المنشأة في الاجل القصير** | **271** |
| 1.2 توازن المنشأة بالتحليل الحدي في المدى القصير | 271 |
| **3. توازن المنشاة بالتحليل الكلي** | **278** |
| **4. منحنى عرض المنشأة في المدى القصير** | **280** |
| **5. توازن المنشأة في المدى الطويل.** | **281** |
| **الخلاصة** | **284** |
| **لمحة مسبقة عن الوحدة التالية** | **286** |
| **إجابات التدريبات** | **287** |
| **مسرد المصطلحات** | **288** |
| **المراجع** | **290** |

# المقدمة

## تمهيد

**عزيزي الدارس،** مرحبا بك في الوحدة الثامنة من الاقتصاد الجزئي .

تحدثنا في الفصول السابقة عن المفاهيم الأساسية للطلب والعرض والإنتاج سواء للمستهلك الفرد أو للمنشأة الفردية وبيّنا سلوكها في تلك الظروف في ظل افتراض سعيها لتحقيق الإشباع أو تحقيق أقصى الأرباح. وكل تفاعلات الأفراد بالطلب والمنشآت بالعرض كان بافتراض أنها تتم في السوق.

السوق باللغة العامة هو المكان الذي يلتقي فيه البائعون للسلع والمشترين لها لتحقيق أهدافهم التي سعوا لتحقيقها. ولكن مفهوم الاقتصاديين للسوق أوسع من ذلك بكثير، إذ لا يشير مفهوم السوق لديهم إلى مكان مادي بعينه بل يعنى مجموعة العلاقات المتبادلة بين البائعين والمشترين لتحقيق رغباتهم في تبادل السلعة أو الخدمة المحددة. ويفترض مفهوم السوق أن يكون البائعون والمشترون للسلعة على اتصال ببعضهم وعلى علم بالكميات المعروضة والأسعار السائدة سواء على مستوى القرية أو المدينة أو الدولة أو حتى مستوى العالم، كسوق الخضر أو سوق السيارات أو سوق القطن أو سوق الصمغ أو سوق البترول. بهذا المفهوم يميل السعر الذي تباع به السلعة أن يكون موحداً، وإن اختلفت الأسعار في بعض الأحيان لاختلافات موضوعية (تكاليف النقل).

في إطار التحليل الاقتصادي الذي سار من قبل درج الاقتصاديون على التمييز بين سوقي المنافسة التامة والاحتكار لتحديد هيكل وطبيعة السوق. لكن الاقتصاديين المحدثين يرون أن طبيعة الأسواق في الحياة العملية لا تنحصر بين هذين النقيضين فقط، بل إن بينهما سوقي المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة اللذان يمثلان النشاطات الواقعية في التعاملات في السوق. وفى كل الأحوال وجد سوق المنافسة الكاملة اهتماما واسعاً من الاقتصاديين.

سيتناول هذا الفصل المنافسة التامة ( أو الكاملة كما يطلق عليها في بعض الأحيان) بصورة تبين مفهوم وطبيعة وآثار هذا السوق بشيء من التفصيل.

آملين أن تستمتع وتفيد من هذه الوحدة، وأن تحفزك دراستها لدراسة بقية الوحدات.

# أهداف الوحدة



عزيزي الدارس، بعد الإنتهاء من هذه الوحدة ينبغي أن تكون قادراً على أن:

- تميز بين أشكال السوق المختلفة.
- تذكر خصائص سوق المنافسة الكاملة " المنافسة التامة".
- تحسب الإيراد الكلى والمتوسط والحدى.
- تميز بين طلب السوق على السلعة والطلب على سلعة المؤسسة التنافسية.
- تعرف كل من نقطة الإغلاق. ونقطة التوازن ونقطة التعادل.
- تشتق منحنى عرض المؤسسة التنافسية ومنحنى عرض السوق فى ظل ظروف المؤسسة الكاملة.
- تشتق منحنى عرض المؤسسة التنافسية ومنحنى عرض السوق فى ظل ظروف المنافسة الكاملة.
- تبين كيف يتم تحديد سعر التوازن
- تعدد شروط التوازن فى المدى الطويل.

# 1. شروط المنافسة التامة

فى تعريفها للمنافسة التامة قالت روبنسون : " عندما يكون عدد المنشآت كبيراً بالدرجة التى تجعل زيادة أى منها لأنتاجها يكون ضئيلاً بصورة لا يكون له أثر على الأنتاج الكلى للسلعة، وأن الأنتاج متجانس تجانساً كاملاً بالدرجة التى تجعل تفضيل المشترين للسلعة متساوياً بين انتاج منشأة والمنشآت المنافسة، فى هذه الحالة تكون المنافسة تامة، وأن مرونة الطلب للمنشأة الواحدة لا نهائي.(Robinson,1954 p51 )

يتضمن هذا التعريف شروط ينبغى توافرها لتحقق المنافسة التامة. وفى واقع الأمر فإن قراءة ما سطره علماء الأقتصاد فى شأن سوق المنافسة التامة يبين أن وجود المنافسة التامة يحتم توافر شروط أساسية تسبغ على هذا النوع من الأسواق طبيعته المميزة. وهى:

**أولاً : وجود عدد كبير جداً من البائعين والمشترين.**

وجود عدد كبير جداً من البائعين والمشترين بالدرجة التى تجعل ما يبيعه أو يشتريه الفرد الواحد لا يكون له تأثيراً البتة على حجم المعروض وحجم المطلوب من السلعة. وبعبارة أخرى فإن بيع أو عدم بيع المنشأة الواحدة، وشراء أو عدم شراء المشترى الواحد لا يكون له أى تأثير على حجم السوق لأن مساهمة المنشأة الواحدة أو المشترى الواحد ضئيل بدرجة تفقده أهميته وتأثيره. وبالتالى تستطيع أى منشأة أن تنتج بالقدر الذى تريد من السلعة بالسعر السائد فى السوق، وأن المشترى الفرد يستطيع أن يشترى كل ما يحقق رغبته من السلعة بالسحر الذي يحدده السوق. وبالتالى فإن المنتج الواحد أوالمشترى الواحد لا حيلة له إلا أن يمتثل لواقع السوق أو يكف عن التعامل فيه.

**ثانياً : تماثل وحدات السلعة**

Homogeneous Product

يجب أن تتماثل وحدات السلعة الواحدة التى تنتجها كل المنشآت بصورة لا تمكن من التفريق بين وحدات السلعة الواحدة التى تنتجها المنشآت الأنتاجية المختلفة. فى هذه الحالة يقرر المشترون تماثل وحدات السلعة التى تنتجها المنشآت المختلفة ويكونون على أستعداد لدفع نفس السعر لكل الوحدات التى ينتجها المنتجون المختلفين.

**ثالثاً : توفر حرية الدخول أو الخروج من الصناعة.**

تتكون الصناعة الواحدة من مجموعة منشآت تتنافس على أنتاج السلعة الواحدة فى حالة المنافسة التامة. فى ظل ظروف المنافسة التامة يكون لكل منشأة مطلق الحرية فى الدخول للصناعة أو الخروج منها فى أى وقت ترى. فى حالة استقرار المنشآت العاملة فى الصناعة دون دخول اليها أو خروج منها تحقق هذه المنشآت الربح العادي (Normal Profit) أو المناسب. فاذا كان الربح فى الصناعة أعلى من الربح العادي فان منشآت جديدة تدخل الصناعة الى أن تزول الأرباح غير العادية المحققة. أما اذا قلت أرباح المنشآت فى الصناعة عن الربح العادى، فإن بعض المنشآت تخرج من الصناعة لترتفع ارباح المنشآت المتبقية الى الربح العادى. يعنى ذلك أن الربح العادى فى الصناعة لا يحقق لكل المنشآت إلا اذا كان هناك حرية كاملة للدخول والخروج من الصناعة.

**رابعاً :توفر المعرفة التامة بأسعار البيع والشراء.**

فى سوق المنافسة (الكاملة) التامة يفترض أن يكون البائعون والمشترون على معرفة تامة بالأسعار التى تحكم الشراء والبيع للسلعة. فى هذه الحالة لا أحد يعرض أسعاراً أكثر لأن المشترين يعزفون عن الشراء منه لأن كل بائع يستطيع أن يبيع كل ما يريد بالأسعار السائدة وكل مشترى يستطيع أن يشترى كل ما يريد بالأسعار المعروفة السائدة.

**خامساً :الحرية التامة لتنقل عوامل الأنتاج.**

تعتبر الحرية التامة لتنقل عوامل الأنتاج شرط أساسى فى المنافسة التامة حتى تتمكن المنشآت من توفيق أنتاجها مع متطلبات السوق من زيادة وتخفيض لتحقق الربح العادى السائد فى الصناعة. تعنى الحرية التامة فى تنقل عوامل الأنتاج بين المنشآت والصناعة عدم وجود أى قيود أو تكلفة تعيق هذا التحرك.

## أسئلة تقويم ذاتي



1)عرف المنافسة التامة وأذكر ثلاثة من شروط المنافسة التامة ؟

2) ما هو الشرط الأساس في المنافسة التامة لتنقل عوامل الانتاج؟

# 2. توازن المنشأة فى الأجل القصير

تعمل المنشأة فى ظل المنافسة التامة لتحقيق الأنتاج الذى يمكنها من الأنتاج فى توازن يمكنها من الحصول على الربح العادى الذى تحصل عليه بقية منشآت الصناعة من جراء التعامل مع السعر السائد فى السوق. ولا تستطيع أى منشأة التأثير على السعر بتصرف فردى لأن كل منها تستطيع أن تشترى كل ما تريد بالسعر السائد وأن تبيع أى قدر من انتاجها تريد بالسعر المحدد فى السوق. فى هذه الظروف تنتج المنشأة وتغطى جميع تكاليف انتاجها وتحقق الأرباح العادية.

فى هذه الحالة لا تخسر المنشأة وبالتالى تظل تعمل فى السوق مع بقية المنشآت الأخرى التى تمر بنفس الظروف. أما اذا لم تقتنع المنشأة بالأرباح العادية فأمامها خياران : إما أن ترفع أسعارها ولا تبيع شيئاً وتخسر التكاليف المتغيرة لأنتاجها. وإما أن تتوقف المنشأة عن الأنتاج وتغلق أبوابها فتخسر التكاليف الثابتة.

مما ذكر نستطيع أن نميز بين أربع حالات للمنشأة :

**أولاً** : تزيد الايرادات الكلية عن التكاليف الكلية فتربح وتنتج.( TR)>( TC )

**ثانياً:** الإيرادات الكلية أكثر من التكاليف المتغيرة على المنشأة.( TR)>( TVC )

في هذه الحالة الأستمرار فى الأنتاج لأنها أما ستربح أو تخفف خسارتها.

**ثالثاً** : الايرادات الكلية أقل من التكاليف المتغيرة تكون المنشأة خاسرة وعليها أن تتوقف عن الإنتاج( TR)<( TVC ).

**رابعاً** : تتساوى الايرادات الكلية مع التكاليف المتغيرة( TR) =( TVC )

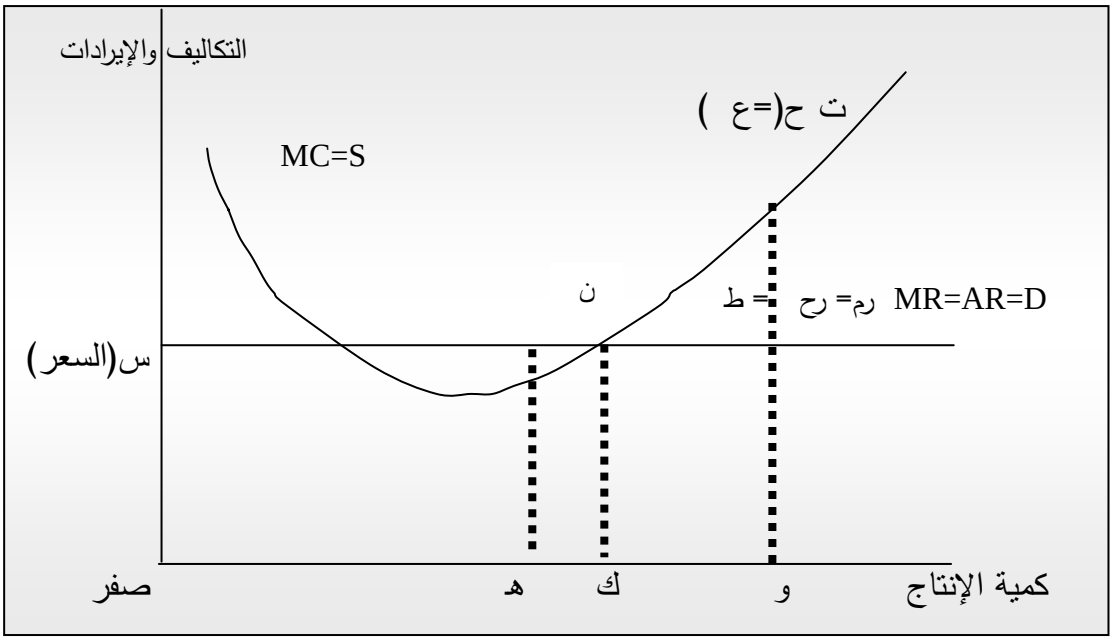
يطلق على هذا الوضع نقطة الإغلاق ( Shut – down Point )حيث لا فائدة من الأستمرار فى الأنتاج.

## 1.2 توازن المنشأة بالتحليل الحدى فى المدى القصير

نظراً لأن المنشأة فى ظل المنافسة البحتة فى المدى القصير تستطيع أن تبيع كل ما تنتجه دون أن تؤثر على السعر السائد فى السوق، فان منحنى متوسط ويعنى ذلك أنه Perfectly elasticايرادات المنشأة سيكون تام المرونة (لا نهائى) سيكون خطاً أفقياً مع المحور السينى

الأفقى. وسيتطابق منحنى متوسط الايرادات وسيتطابق هذا المنحنى الأفقى مع AR = MR )

(مع منحنى الايرادات الحدية منحنى الطلب ايضاً لأن الطلب عند هذا السعر السائد فى السوق هو أيضاً لا نهائى المرونة كما يظهر فى الشكل (8-1) وسيكون توازن المنشأة عند تقاطع منحنى التكاليف الحدية مع متوسط التكاليف فى مرحلة تزايد التكاليف الحدية وليس تناقصها لأن منحنى التكاليف الحدية يبدأ متناقصاً عن بدايات الأنتاج ثم يرتفع بعد أن يصل أدنى مستوى له، كما يظهر فى الشكل (8-1) التالي:




**شكل رقم 8-1**

**حالة توازن المنشأة في ظل المنافسة التامة**

في هذا الشكل :

ن = نقطة التوازن

ك = كمية انتاج التوازن

ط = (D) منحنى الطلب

ع (S) = منحنى العرض

MC = منحنى التكاليف الحدية (ت ح)

AR = منحنى متوسط الإيرادات (ر م)

MR = منحنى الإيراد الحدي (ر ح)

مما تقدم يتضح أن أنتاج المنشأة على مستوى التوازن يقوم بشرائه المستهلكون بسعر التوازن المحدد فى السوق فيدر ايراداً متوسطاً يتساوى مع الأيراد الحدى. وبذلك فإن الايراد المتوسط للوحدة المنتجة مضروباً فى كمية الأنتاج (ك) المباعة يعطى الايراد الكلى ومعلوم أن كمية الأنتاج (ك) مضروبة فى السعر (س) تعطى الايراد الكلى (د ل) للمنشأة. وبالتالى :

د ل = س × ك

( T R = P.Q )

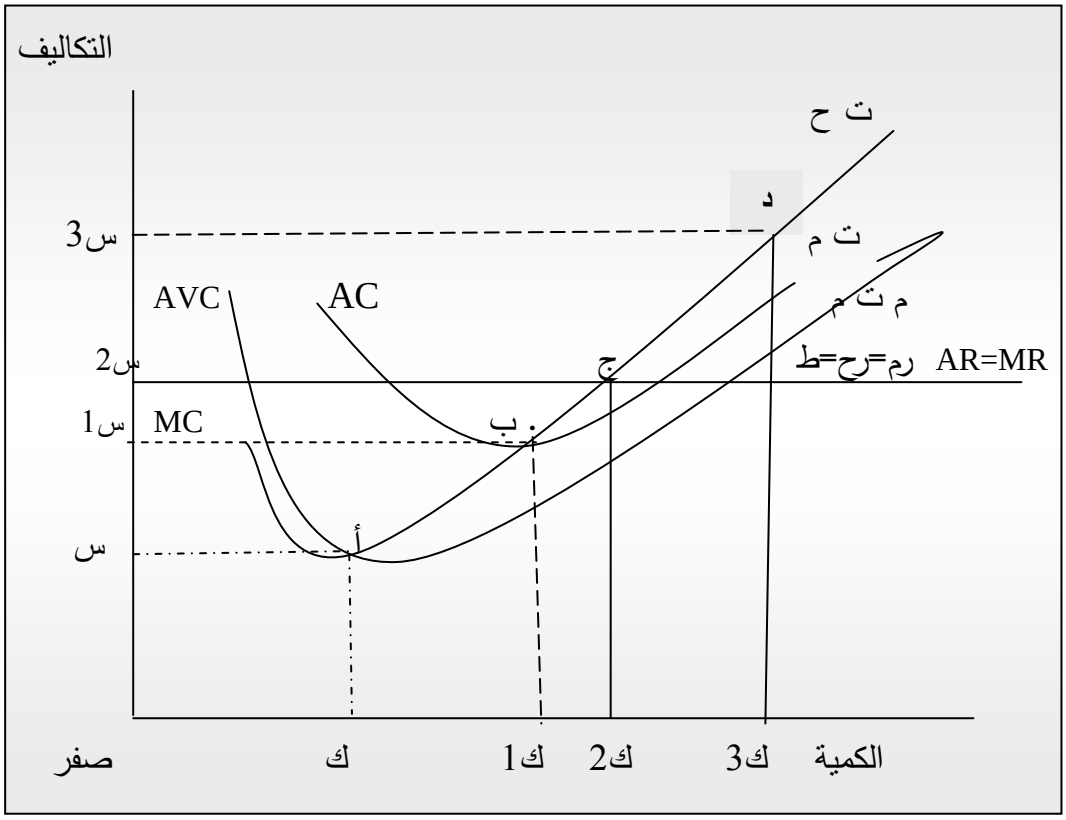
في ظل هذه الأوضاع فى سوق المنافسة الكاملة فإن منحنى الطلب ومنحنى الايراد المتوسط ومنحنى متوسط التكاليف تكون جميعها على خط أفقى مع المحور الأفقى متطابق مع سعر السلعة السائد فى السوق والذى تبيع به المنشأة. وذلك دلالة على أنها جميعها ذات مرونة تامة ( لا نهائية).

تكون المنشأة فى حالة توازن عندما تحقق أقصى ربح ممكن. وتحقق المنشأة أقصى الأرباح عندما تتساوى ايراداتها المتوسطة مع تكاليفها الحدية، وعندما يقطع منحنى التكاليف الحدية وهو متجه من ادنى الى اعلى منحنى متوسط التكاليف. ويكون ذلك عند النقطة (ن) فقط فى الشكل (8-1) وتستطيع المنشأة أن تزيد أرباحها بزيادة أنتاجها ما دامت الزيادة فى الايراد الكلى نتيجة لزيادة الأنتاج بوحدة واحدة سيكون أكبرمن الزيادة فى التكاليف الكلية الناجمة عن زيادة الأنتاج الكلى بوحدة واحدة. فى هذه الحالة سيكون الايراد الحدى أكبر من التكاليف الحدية، وتعمل المنشأة على زيادة انتاجها للحصول على مزيد من الأرباح. ولا تتوقف المنشأة عن زيادة انتاجها إلا عندما تحصل على أقصى ربح ممكن ، ويكون ذلك ممكناً فقط عندما يتساوى الايراد الحدى مع التكاليف الحدية عند النقطة (ن) فى الشكل (8-1) حيث تكون المنشأة قد أنتجت كمية التعادل (ك) فى الشكل.

إذا أنتجت المنشأة أي كمية أقل من أنتاج التوازن (ك) فإن ذلك لا يعظم أرباحها لزيادة الايرادات الحدية عن التكاليف الحدية، وتستطيع أن تزيد ارباحها أكثر بزيادة انتاجها حتى تصل الى انتاج التوازن (ك). أما اذا حاولت المنشأة أن تزيد انتاجها الى ما بعد النقطة (ك) وحتى

النقطة (و) فإن التكاليف الحدية ستفوق الايرادات الحدية وسيكون انتاج كل وحدة اضافية بتكلفة أعلى مما تحققه من ايراد. وبالتالى فإن انتاج التوازن (ك) هو الأنتاج الذى يحقق للمنشأة تعظيم الربح وتحقيق التوازن.

يمكن توضيح علاقات منحنيات المنشأة وظروف إنتاجها والقرارات التي تتخذها بناء على ذلك في حالة المنافسة الكاملة في المدى القصير بيانياً في الشكل (8-2) التالي:




شكل (8-2)

أولاً : توازن المنشأة فى المدى القصير يكون عند النقطة (ج) فى الشكل (8-2) وتحقق المنشأة أقصى الأرباح حيث يتقاطع منحنى التكاليف الحدية مع منحنى متوسط التكاليف الأفقى الذى يتوافق مع منحنى الطلب والسعر (س). ويمكن أن يشتق منحنى العرض على نفس منحنى التكاليف الحدية على النقاط أ ب ج .د. يعنى ذلك أن منحنى العرض أ ب ج د المشتق من

منحنى التكاليف الحدية سيقاطع منحنى الطلب عند النقطة (ج) فى الشكل (8–2) ليتحقق توازن المنشأة فى المدى القصير بانتاج كمية التوازن ك2 عند السعر س2، وهو سعر التوازن.

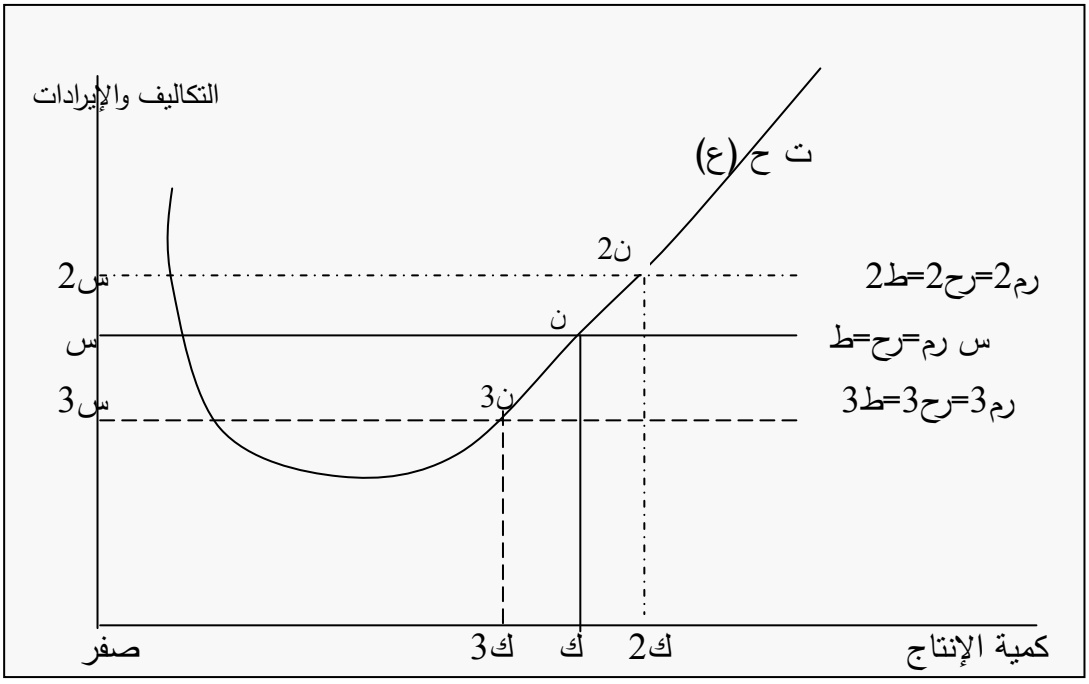
ثانياً : إذا تساوى السعر فى السوق (س1) مع متوسط التكاليف (AC ) ومع التكاليف الحدية (MC ) عند الأنتاج (ك1) فإن الايرادات الكلية (TR ) ستساوى مع التكاليف الكلية ( TC ) وتحقق المنشأة بذلك نقطة التعادل( Break even Point ) ويكون ذلك عند النقطة (ب) فى الشكل.

ثالثاً : اذا تساوى سعر السوق (س) مع التكاليف المتغيرة عند النقطة (أ) فى الشكل عند انتاج الكمية (ك)، فإن التكاليف الكلية تساوى التكاليف المتغيرة الكلية فقط. وستتحمل المنشأة فى هذه الحالة التكاليف الثابتة بكاملها (TC ).

ويعتبر السعر (س) هو المعيار أو المرجع الذى تتخذ بموجبه المنشأة قرارها بالأستمرار فى الأنتاج أو التوقف وذلك بناءً على ظروف السوق وحالة المنشأة المادية وتوقعات المستقبل والسمعة التجارية... الخ. ويطلق على هذا السعر(س) سعر الإغلاق. أما اذا زاد السعر (س) قليلاً تستمر المنشأة فى الأنتاج.

رابعاً : اذا قل سعر السوق عن متوسط التكاليف المتغيرة ، أى أقل من السعر (س) فى الشكل (8–2) تتوقف المنشأة عن الأنتاج وتغلق أبوابها وتخرج من السوق.

معلوم أن أسعار سوق المنافسة التامة لا يتوقع لها أن تكون ثابتة لفترة طويلة. فمن الطبيعى أن يحدث فيها تغيير حسب الظروف التى تمر على الصناعة. فاذا كانت ظروف التغيير التى تمر على السوق بالزيادة (كزيادة اسعار مدخلات الأنتاج)، يتكون سعر توازن جديد (س2) أعلى من السعر الأصلى السائد (س). أما اذا كانت ظروف التغيير التى حدثت بالنقصان (فأدت الى تخفيض تكاليف الأنتاج نتيجة للتطور الفنى على سبيل المثال)، يتحدد السعر الجديد (س3) ادنى من السعر الأصلى السائد (س). وفى كل الأحوال فإن تغيير أسعار السوق بالزيادة أو النقصان يؤدى الى تغيير موقع منحنى متوسط الايراد مع السعر الجديد وفى موقع أفقى مع المنحنى الأول دائماً. وكذلك يكون دائماً منحنى الايرادات الحدية ومنحنى الطلب كما يظهر فى الشكل (8–3) التالي:




شكل رقم (8-3)

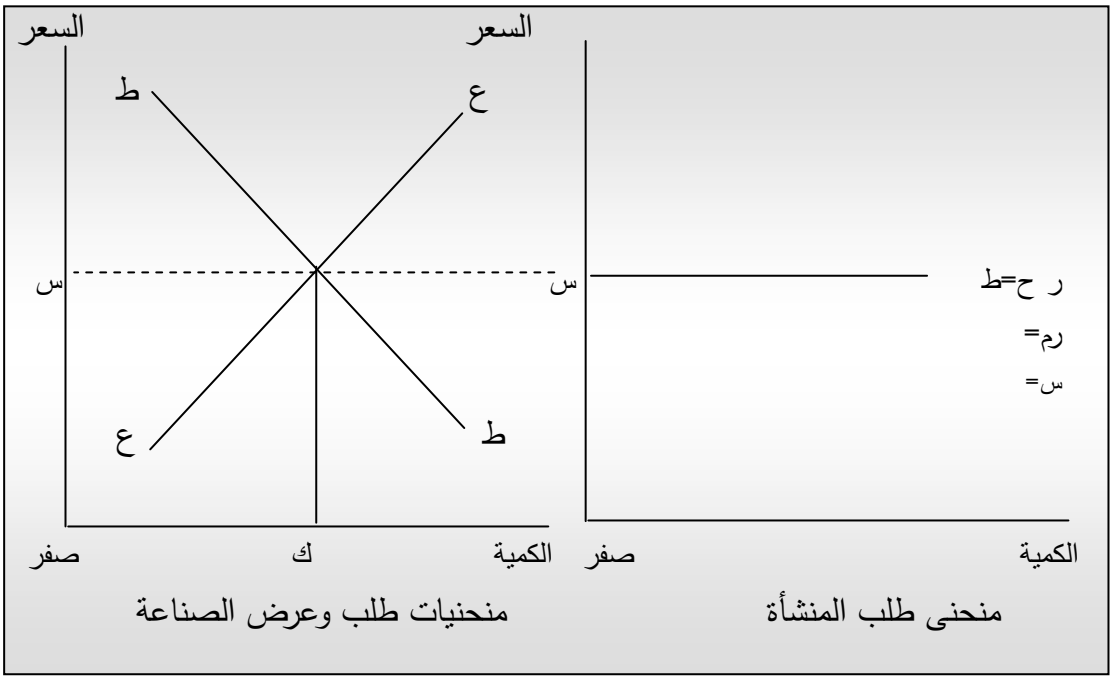
**حالة توازن المنشأة في ظل تغيير السعر**

**التكاليف والإيرادات**

ذكرنا أن منحنى الطلب للمنشأة الواحدة يكون لا متناهى المرونة وفى مسار أفقى مع المحور الأفقى. فكل منحنيات الطلب للمنشآت التابعة للصناعة تكون ذات مرونة تامة ( أفقية) مؤكدة ما ذكرناه من قبل . لكن لا بد من التوضيح هنا أن منحنى طلب الصناعة التى تتكون من المنشآت التابعة لها لا يكون أفقياً لا متناهى المرونة مثلها. وأنما ينحدر من أعلى الى أسفل ومن جهة اليسار الى جهة اليمين. يعنى ذلك أنه بالرغم من أن كل منحنيات الطلب لمنشأت الصناعة أفقية فان منحنى الصناعة نفسها ليس كذلك.

والسبب الأساسي في ذلك هو أن الطلب الكلى هو عبارة عن مجموع الطلب الفردى، وان الطلب الفردى يختلف من منشأة الى أخرى من حيث حجمها وطاقتها الأنتاجية ومع ذلك لا يؤثر الطلب الفردى على السوق فى سوق المنافسة التامة. "ونظراً لأن كل ( أو الغالبية العظمى على الأقل) من منحنيات الطلب الفردية لها ميل سالب، فان التجميع الأفقى لمنحيات الطلب هذه تبدى نفس

الخاصية(Glahe and Lee, P254) وكذلك فان منحنيات عرض هذه المنشآت الأفقية اذا جمعت أفقياً تعطى منحنى عرض السوق الذى يبدى ميلاً موجباً كما يظهر فى الشكل ((8-4) التالي:




**الشكل (8-4)**

**منحنيات طلب وعرض الصناعة والمنشأة**

**تدريب (1)**

هل توجد المنافسة التامة كما سبق تعريفها في عالم الواقع؟

**اسئلة تقويم ذاتي**

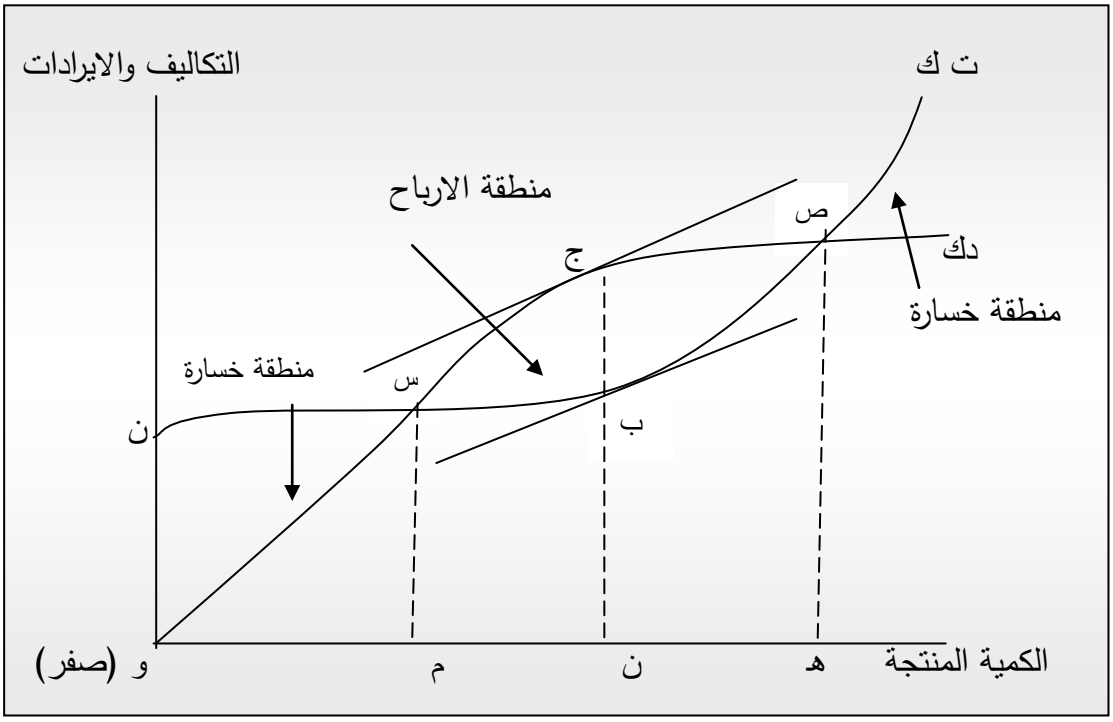
1. عرّف كل من الإيراد الكلى والإيراد الحدى؟
2. أذكر طريقة حساب كل من الإيراد المتوسط والحدى؟
3. كيف يكون شكل منحنى الطلب الذى يواجه مؤسسه تنافسية؟

# 3. توازن المنشأة بالتحليل الكلى

يمكن أيضاً توازن المنشأة باستخدام منحنيات الإيرادات الكلية والتكاليف الكلية. تعمل المنشأة دائماً لتحقيق الربح. ويتحدث علماء الأقتصاد عن الربح المحقق بخصم التكاليف الكلية من الايرادات الكلية (ر = د ك – ت ك ) أو :

$$P = TR - TC$$

وتعمل المنشأة لتعظيم الربح عندما يكون الفرق بين التكاليف الكلية والايرادات الكلية فى أعلى درجة ممكنة. وتكون المنشأة فى حالة توازن عندما تعظم ارباحها. عند بداية أنتاج المنشأة تكون التكاليف الكلية أعلى من الايرادات الكلية الى أن تصل الى مرحلة تساوى الايرادات الكلية مع التكاليف الكلية. لكن المنشأة لا توقف انتاجها عند هذا الحد لأنها قد تحملت خسارة سابقة عند بدايات الأنتاج ولا بد من أن تعمل على تغطيتها، لذلك تستمر فى انتاجها بزيادات مستمرة فى ايراداتها الكلية مقارنة بالتكاليف الكلية. لكن مع الأنتاج المستمر تتزايد التكاليف الكلية الى ان تصل الى مرحلة لاحقة أخرى تتساوى فيها التكاليف الكلية مع الايرادات الكلية وتبدأ فى تخطيها اذا استمر الأنتاج. والمنظم الحصيف هو الذى يوقف الأنتاج عندما يصل الى مرحلة تعظيم الربح. ويمكن توضيح ذلك بيانياً فى الشكل رقم (8–5) التالى :




**شكل رقم (8-5)**

**توازن المنشأة عند تعظيم الربح**

فى هذا الشكل :

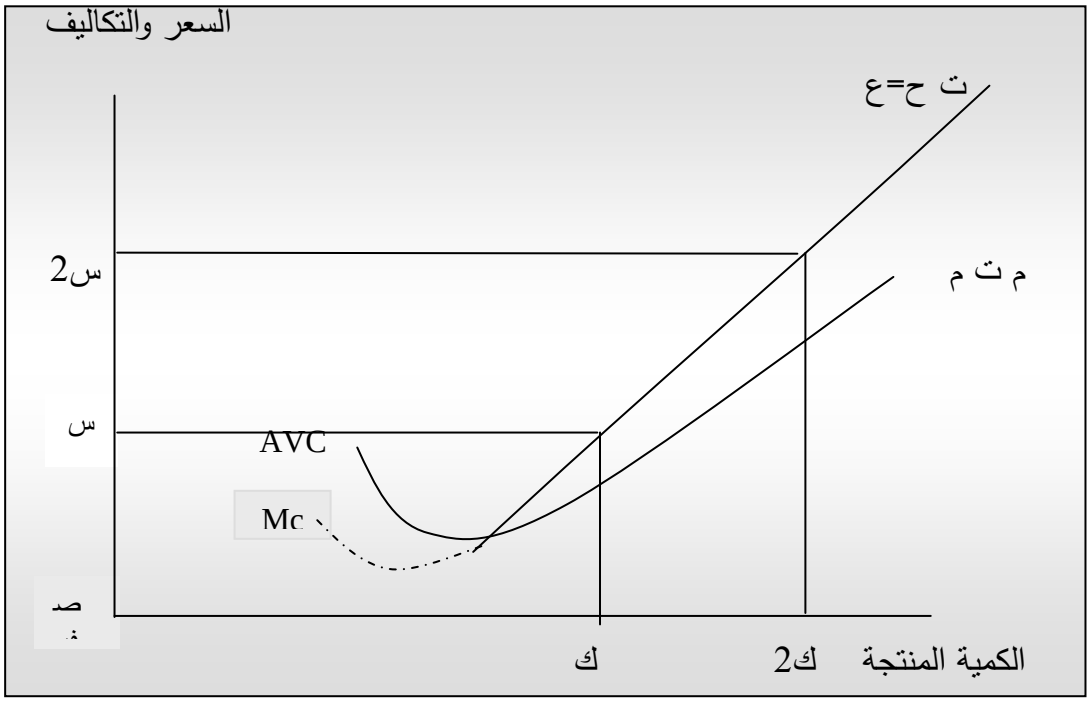
(1) عند انتاج الكمية (وم) تتساوى الايرادات الكلية مع التكاليف الكلية عند النقطة (س). وفى حدود هذا الأنتاج تكون المنشأة خاسرة لأنها صرفت مصروفات كلية أكثر من الايرادات الكلية .

(2) عند انتاج الكمية و هـ تتساوى الايرادات الكلية مع التكاليف الكلية مرة اخرى عند النقطة (ص) ولكن أى انتاج اضافى بعد ذلك يؤدى الى خسارة لأن التكاليف الكلية ستكون أكبر من الايرادات الكلية.

(3) تعظيم الأرباح سيكون فقط عند أنتاج الكمية (و ن) حيث يكون الفرق بين منحنى التكاليف الكلية والايرادات الكلية فى أقصى درجاته. وسيكون الخط (ب ج) هو أطول الخطوط المستقيمة بين المنحنيين فى نطاق منطقة الأرباح س ص.

# 4. منحنى عرض المنشأة فى المدى القصير

رأينا فى الحديث السابق أن المنشأة التى تعمل فى سوق المنافسة التامة فى المدى القصير تنتج الكمية التى تساوى فيها تكاليفها الحدية السعر السائد فى السوق. لذلك فإن منحنى التكاليف الحدية للمنشأة، منذ وصوله ادنى مستوى له ويتجه نحو التصاعد ويتقاطع مع منحنى متوسط التكاليف المتغيرة، يمثل منحنى عرض المنشأة فى المدى القصير. والسبب فى اعتبار هذا الجزء المتصاعد من منحنى التكاليف الحدية هو منحنى العرض هو أن المنشأة لا تنتج أى انتاج عند اسعار تنخفض عن ادنى مستوى للتكاليف الحدية كما يظهر فى الشكل التالى:




**شكل رقم (8-8)**

**منحنى عرض المنشأة في المدى القصير**

نلاحظ من هذا الشكل أن منحنى العرض فى المدى القصير فى سوق المنافسة التامة يتجه من ادنى الى اعلى من جهة اليسار الى جهة اليمين بعد تقاطعه مع ادنى منحنى متوسط التكاليف المتغيرة. ولا شك أن مدى ميل ارتفاع منحنى عرض المنشأة يعتمد على ميل منحنيات التكاليف فى المنشأة.

# 5. توازن المنشأة فى المدى الطويل

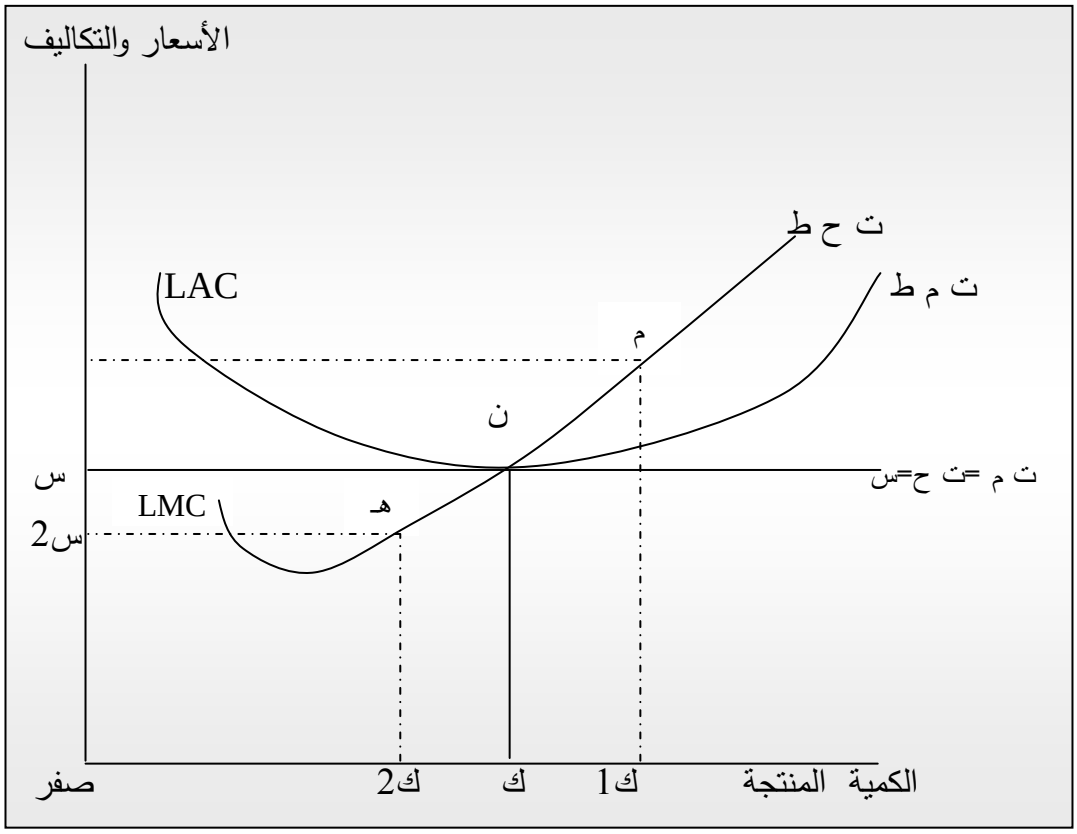
بيّنا من قبل أن المدى القصير هو قصير بالدرجة التى لا تمكن المنشأة إلا من تغيير عوامل الأنتاج المتغيرة. لكن فى المدى الطويل فإن كل عوامل الأنتاج يمكن أن تتغير حسب ظروف المنشأة والسوق. لذلك تستطيع أى منشأة جديدة الدخول فى السوق وأى منشأة قائمة أن تجدد أو تغير كل عوامل انتاجها وتغير طاقتها الأنتاجية.

تسعى المنشأة فى ظل المنافسة التامة فى المدى الطويل، كما هى فى المدى القصير، لتعظيم ارباحها. ولا يتحقق للمنشأة تحقيق هدف تعظيم الأرباح إلا عندما تتساوى تكاليفها الحدية مع تكاليفها المتوسطة فى المدى الطويل مع السعر السائد فى هذه الحالة عندما يكون منحنى متوسط التكاليف منحدراً (p=LMC = LAC)

يكون منحنى التكاليف الحدية اقل منه ولكنه متصاعد. وعندما يكون منحنى متوسط التكاليف فى أدنى مستوى له يتقاطع معه منحنى التكاليف الحدية، فيتساويان ويحدث توازن المنشأة عند هذه النقطة (ن) عند السعر (س) والكمية (ك) فى الشكل (8-9)

أما اذا ارتفعت الأسعار الى (س1) وتساوت مع التكاليف الحدية وحدها عند النقطة (م) فإن المنشأة لا تكون فى وضع توازن فى حالة المنافسة التامة فى المدى الطويل، لأنها تحقق أرباح عالية غير عادية . عند الأنتاج (ك 1) كما يظهر فى الشكل (8-9) يغرى ذلك منشآت جديدة للدخول فى هذه الصناعة، فيعود التوازن عند السعر (س) والكمية (ك).

أما اذا انخفضت الأسعار الى (س2) فى ظل المنافسة التامة فإن المنشأة الافتراضية التى نتحدث عنها لا تكون فى حالة توازن عند انتاج الكمية (ك2)، لأن سعر البيع (س2) سيكون أقل من متوسط التكاليف وبالتالى ستتحمل المنشأة خسائر. وكل المنشآت فى هذه الصناعة التى يشابه وضعها وضع هذه المنشأة ستخسر، ويضطر بعضها للخروج من هذه الصناعة.




**الشكل التالي (8-9)**

**توازن المنشأة في المدى الطويل**

**تدريب (2)**

لماذا ندرس نموذج المنافسة التامة؟

## أسئلة تقويم ذاتى

1. كيف تشتق منحنى العرض الفردي لمؤسسة تنافسية فى المدى القصير؟
2. كيف تشتق منحنى عرض السوق من منحنيات العرض الفردية؟
3. لماذا لا تحقق الأرباح العالية غير العادية توازناً للمنشأة فى المدى الطويل فى حالة المنافسة التامة؟
4. كيف يمكن إستخلاص منحنى عرض المنشأة التى تعمل فى ظل المنافسة التامة؟
5. ماهو المستوى الذى ينتجه جميع المنتجين فى سوق المنافسة فى المدى الطويل؟
6. ماشروط التوازن فى المدى الطويل؟

# الخلاصة

- المنافسة التامة هى شكل من أشكال السوق تتميز بوجود عدد كبير من البائعين والمشترين – وتجانس منتجات جميع المؤسسات العاملة فى السوق – وعدم وجود عوائق دخول إلى الصناعة أو خروج منها، وتوفر معلومات كاملة عن الكميات والاسعار خاصة بالمؤسسة.
- نظراً لوجود عدد كبير من البائعين وتجانس السلعة المنتجة، فإن المؤسسة التنافسية تأخذ السعر مسلماً به ولا تستطيع أن تتحكم فيه. وهذا يعنى أن منحنى الطلب على منتجات المؤسسة يكون لانهائى المرونة، أى يأخذ شكلاً أفقياً، مما يعنى ايضاً أن السعر يساوى الإيراد الحدى، أما منحنى الإيراد الكلى فيأخذ شكل خط مستقيم يتجه إلى أعلى نحو اليمين.
- تنتج المؤسسة في المدى القصير إذا كان الإيراد الكلى أعلى من التكاليف المتغيرة أى إذا كان متوسط الإيراد " أو السعر" أعلى من متوسط التكاليف المتغيرة " نقطة الإغلاق للمؤسسة.
- تحقق المؤسسة أرباحاً اقتصادية إذا كان الإيراد الكلى أعلى من التكاليف الكلية ، أى إذا كان الإيراد " أو السعر" أعلى من متوسط التكلفة الكلية – أما إذا كان الإيراد الكلى أقل من التكاليف الكلية " أى إذا كان السعر أقل من متوسط التكاليف الكلية، فإن المؤسسة تحقق خسائر اقتصادية.
- تصل المؤسسة إلى نقطة التوازن عندما تنتج الكمية التي تحقق لها أكبر ربح ممكن. وهذا يعنى إنتاج الكمية التى يتساوى عندها الإيراد الحدى يساوى التغير الحدي مع التكلفة الحدية للمؤسسة. ونظراً لان الإيراد الحدى يساوى السعر فى حالة المنافسة الكاملة فإن شروط التوازن يتحقق عندما يتساوى سعر السلعة فى السوق مع التكلفة الحدية لانتاج السلعة.
- إذا كان السعر " أو الإيراد الحدى" أكبر من التكلفة الحدية فإن المؤسسة التنافسية تستطيع زيادة أرباحها إذا زادت من إنتاج السلعة. أما إذا كان السعر " أو الإيراد الحدى" أقل من التكلفة الحدية فإن المؤسسة تستطيع زيادة أرباحها إذا خفضت من إنتاج السلعة.
- منحنى عرض المؤسسة فى المدى القصير ذلك الجزء من منحنى التكلفة الحدية للمؤسسة الواقع فوق نقطة الإغلاق " أى فوق منحنى متوسط التكلفة المتغيرة.

- يمكن إشتقاق منحنى عرض السوق فى المدى القصير لسلعة ما عن طريق التجميع الافقى لمنحنيات العرض الفردية للمؤسسات العاملة فى السوق. ويتحدد سعر تلك السلعة عند تقاطع منحنى عرض السوق مع منحنى طلب السوق. ويتحدد سعر تلك السلعة عند تقاطع منحنى عرض السوق مع منحنى طلب السوق "الذى يمثل رغبات وقدرات المشترين".
- يمكن للمؤسسة التنافسية فى المدى القصير أن تحقق أرباحا اقتصادية. أو تصل إلى التعادل أو تحقق خسائر إقتصادية أقل من التكاليف الثابتة، أما فى المدى الطويل فإن الأرباح " و الخسائر" الاقتصادية تساوى صفراً.
- إن وجود أرباح فى المدى القصير يؤدى إلى دخول مؤسسات جديدة إلى السوق فى المدى الطويل، مما يؤدى إلى زيادة العرض من السلعة وبالتالى إنخفاض سعر السلعة فى السوق وتستمر هذه العملية إلى أن يصبح السعر مساوياً لمتوسط التكلفة الكلية، أى إلى أن تصبح الارباح الاقتصادية صفراً. وبالمقابل فإن وجودخسائر فى المدى القصير يؤدى إلى خروج بعض المؤسسات من السوق وإنخفاض العرض من السلعة، وتستمر هذه العملية إلى أن يصبح السعر مساوياً لمتوسط التكلفة الكلية وتصبح الارباح الاقتصادية صفراً.
- يتحقق توازن المؤسسة فى المدى الطويل عندما يكون سعر السلعة = الإيراد الكلى = متوسط التكلفة الكلية= التكلفة الحدية.
- كما ينتج المؤسسة فى المدى الطويل عند أدنى نقطة فى متوسط التكاليف فى المدى الطويل مما يعنى أن المؤسسة تحقق الكفاءة الانتاجية والتخصصية عند توازن المدى الطويل.
- يكون منحنى عرض السوق فى المدى الطويل أفقى الشكل فى حالة الصناعات ذات التكاليف الثابته. ومتجهاً إلى أعلى نحو اليمين فى حالة الصناعات ذات التكاليف المتزايدة . ومتجهاً إلى أسفل نحو اليمين فى حالة الصناعات ذات التكاليف المتناقصة.

## لمحة مسبقة عن الوحدة التالية

لقد إستعرضنا فى هذه الوحدة أحد أشكال السوق الرئيسة وهو سوق المنافسة الكاملة – وسوف نستعرض فى الوحدة التاسعة أحد أشكال السوق الاخرى والذى نطلق عليه " الاحتكار التام" وهو أحد صور تنظيم السوق، الذى توجد فيه منشأة واحدة تنتج سلعة ما ليست لها بدائل قريبة منها.

# إجابات التدريبات

**تدريب(1)**

أن المنافسة التامة كما سبق تعريفها لا توجد في الحقيقة – وإن أقرب ما قد نصل اليه لتحقيق بعض الفروض الواردة في التعريف تكون في سوق بعض السلع كالقمح والذرة.

**تدريب (2)**

ان تكون المنافسة التامة لم يسبق وجودها في عالم الواقع لا يقلل من الفائدة الكبيرة لنموذج التنافس التام – ونموذج التنافس التام يعطينا بعض الشروح والتنبؤات البالغة الفائدة للعديد من الظواهر الاقتصادية، وان أتت احياناً بشكل غير دقيق إذا ما تحققت فروض نموذج التنافس التام. على وجه التقريب وليس على وجه الدقة. هذا فضلاً عن أن النموذج يعاون في تقييم ومقارنة الكفاءة التي تستخدم بها الموارد تحت الأشكال المختلفة للتنظيم السوقي.

# مسرد المصطلحات

- **الإيراد الحدي Marginal Revenue**

التغيير فى الإيراد الكلى نتيجة لتغير المبيعات " الإنتاج"بمقدار وحدة واحدة .ويساوى الإيراد الحدى فى سو ق المنافسة.

- **الإيراد الكلى Total Revenue**

المبالغ المتأتية نتيجة طبيعة جميع الوحدات المنتجة " المباعة" وهو حاصل ضرب السعر فى الكمية المباعة.

- **الإيراد المتوسط Average Revenue**

معدل الإيراد المتأتي للبائع " المنتج" نتيجة لبيع كمية معينة من السلعة. وهو ناتج قسمة الإيراد على الكمية المباعة " المنتجة".

- **شكل السوق Market Structure**

إختلاف تركيب السوق حسب عدة معايير أهمها: (عدد البائعين والمشترين ، وطبيعة السلعة ، حرية الدخول والخروج من السوق.)

- **الصناعة ذات التكاليف المتزايدة Increasing cost Industry**

الصناعة التى يكون فيها منحنى عرض السوق فى المدى الطويل متصاعداً من أسفل إلى أعلى نحو جهة اليمين " موجب الميل"، وذلك بسبب إرتفاع أسعار عناصر الإنتاج مع زيادة حجم المؤسسة.

- **الصناعة ذات التكاليف الثابته Constant Cost Industry**

الصناعة التى يكون فيها منحنى عرض السوق فى المدى الطويل أفقياً، وذلك بسبب ثبات عناصر الإنتاج مع زيادة حجم المؤسسة.

- **الصناعة ذات التكاليف المتناقصة Decreasing Cost Industry**

الصناعة التي تتناقص تكاليف إنتاجها مع التوسع في الإنتاج.

- **المنافسة الكاملة Perfect Competition**

شكل من أشكال الأسواق يتصف ببعض الخصائص أهمها ، وجود عدد كبير من البائعين والمشترين، تجانس السلعة، حرية الدخول والخروج فى السوق.

- **نقطة الإغلاق Shut-down Point**

وهى أدنى نقطة على منحنى متوسط التكلفة المتغيرة، ويغطى المنتج عندها التكاليف المتغيرة ولكنه يخسر التكاليف الثابته التى سيخسرها أيضاً فيما لو اغلق ولم ينتج.

- **نقطة التعادل Break even Point**

وهى أدنى نقطة على منحنى متوسط التكلفة الكلية ويغطى المنتج عندها كامل تكاليفه " المتغيرة والثابته" أى أن أرباحه الاقتصادية تساوى صفراً.

# المصادر والمراجع


1- Glahe and Lee **: Microeconomics : Theory and Applications** .
2- Hanson **: A Textbook of Economics** .
3- Lipsey : **An Introduction to Positive Economics** .
4- Robinson، : **The economics of Imperfect Competition,** London**,** 1954.
5- Samuelson : **Economics .**


الوحدة التاسعة
الأحتكـار التـــام

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| االمقدمة | 293 |
| التمهيد | 293 |
| أهداف الوحدة | 294 |
| 1. مفهوم الاحتكار | 295 |
| 2. توازن المحتكر بتحديد السعر والإنتاج | 296 |
| 3. توازن المحتكر (بالتحليل الكلي) في المدى القصير | 301 |
| 4. توازن المحتكر في المدى الطويل | 303 |
| الخلاصة | 306 |
| لمحة مسبقة عن الوحدة التالية | 307 |
| اجابات التدريبات | 308 |
| مسرد المصطلحات | 309 |
| المراجع والمصادر | 310 |

# المقدمة

## تمهيد

**عزيـزي الـدارس،** درست في الوحدة السابقة أحد أشكال السوق وهي سوق المنافسة الكاملة والذى أتصف بوجود عدد كبير من البائعين والمشترين، يتناولون سلعة متجانسة، وحرية دخول وخروج من الصناعة، إضافة لتوفير معلومات كاملة عن الكميات والأسعار الخاصة بالسلعة– وتدرس في هذه الوحدة أشكالاً أخرى للأسواق، تبدأ بدراسة النقيض لسوق المنافسة الكاملة وهو سوق الاحتكار التام "Pure Monopoly" حيث تنتج السلعة عن طريق منتج واحد. وبالرغم من الايجار الذى ستلاحظه في مناقشة موضوع هذه الوحدة – إلا أننا حرصنا على توضيح النظرية الاقتصادية المتعلقة بذلك لضمان إلمامك وفهمك لهذا الموضوع بصورة متكاملة وشمولية.

وأقتصرت هذه الوحدة على مفهوم الاحتكار، وتوازن المحتكر بتحديد السعر والإنتاج، وتوازن المحتكر "بالتحليل الكلى في المدى القصير" وأخيراً توازن المحتكر في المدى الطويل.

لقد إحتوت هذه الوحدة على المفاهيم الاساسية لسوق الاحتكار التام مع الأشكال التوضيحية، راجين أن توليها جل إهتمامك لانها ستوفر لك الخلفية الكافية التى تساعدك في التعامل مع بقية أشكال السوق بثقة وإقتدار.

وفي ثنايا هذه الوحدة تدريبات وأسئلة تقويم ذاتى مع حلول نموذجية للتدريبات في نهاية الوحدة وقد حرصنا على توفير بعض التدريبات بهدف ترسيخ التعليم وتعزيزه لديك بصفة عامة ومساعدتك على إنماء قدرتك على فهم الإقتصاد الجزئى.

أهلاً بك مرة أخرى إلى هذه الوحدة، نرجو أن تستمتع بدراستها وأن تستفيد منها، وأن تشاركنا في نقدها وتقييمها.

# أهداف الوحدة



ينتظر منك عزيزي الدارس بعد دراسة هذه الوحدة أن تكون قادراً على أن:

- تُعدّد خصائص الاحتكار التام.
- تُعرّف الاحتكار وتعدد أسباب وجوده.
- ترسم منحنى الطلب للمحتكر.
- تفرق بين الايراد الحدي للمؤسسة الاحتكارية والمؤسسة التنافسية.
- توضّح كيفية وصول المحتكر لحالة التوازن في المدى القصير.
- تحدد أرباح وخسائر المحتكر.
- تُحلل توازن المحتكر في المدى الطويل.

# 1. مفهوم الإحتكار

**الإحتكار التام هو النقيض الكامل للمنافسة التامة إذ يقفا على طرفي نقيض.** فالأحتكار التام شكل من أشكال السوق الذى تعرض وتشترى فيه السلع والخدمات. يقول هانسون :" ليكون الأحتكار مطلقاً لا بد من توافر شرطين :

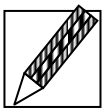
**اولاً** : ينبغي أن يكون أنتاج السلعة أو الخدمة في يد منتج واحد (سواء كان منفرداً أو مجموعة متحدة لأنتاج السلعة).

**ثانيـاً** : ينبغـى كـذلك ألا يكـون هنـاك بـديل للسـلعة".(Hanson,p230) ويضـيف بعـض الأقتصاديين شرطاً.

**ثالثاً:** وهو وجود معوقات فاعلة تمنع دخول منتجين جدد في السوق. من أمثلة ذلك معوقات قانونيـة كبـراءة الأختراعـات وحقـوق الأمتيـاز المسـجلة التـى تمنـع الآخـرين مـن انتـاج السـلعة. ومعوقات أقتصادية مثل كبر حجم الصناعة وتغطيتها للسوق بأكمله، وعدم قدرة توفير الأموال اللازمـة لمنافسـة المنـتج المحتكر. يؤكد هذا الحديث صـعوبة وجود الأحتكـار التـام حسـب هذا المفهوم فـي الحياة المعاشـة. لكن ربما يكون من أمثلـة الأحتكار التام هنـا فـي السودان الهيئـة القوميـة للكهربـاء التـى تحتكر توزيـع الكهربـاء للمواطنين وشركة الأتصـالات السودانية (سوداتل) التى تحتكر توزيع خدمات الأتصالات.

بهذا المفهوم فإن المنشأة الواحدة المحتكرة للسوق تمثل الصناعة بأكملها. يعني ذلك أنّ التفريق بين المنشأة والصناعة يختفي في ظروف الأحتكار. ونظراً لأن المحتكر هو البائع الوحيد يستطيع تحديد سعر البيع أو الكمية التى ستعرض في السوق. فاذا حدد سعر البيع فإن الكمية المطلوبة يحددها المشترون بمقدار مشترياتهم من السلعة بالسعر المحدد. أما اذا حدد المحتكر الكمية المعروضة للبيع فإن السعر يتحدد بمقدار طلب المشترين للسلعة. فكلما يزيد طلبهم يرتفع السعر نتيجة لتزايد التنافس على السلعة.

**تدريب(1)**



ما الفرق بين الاحتكار التام والمنافسة التامة؟

**أسئلة تقويم ذاتى**

1. عرف الاحتكار التام.
2. أذكر السمات الاساسية لسوق الاحتكار التام.
3. أذكر أمثلة الاحتكار التام من واقعنا السودانى.

# 2. توازن المحتكر بتحديد السعر والإنتاج

**يضع المحتكر في سوق الأحتكار سياسته السعرية بما يتماشى مع أهدافه حسبما يحدده هو، آخذاً في الأعتبار أن حجم الطلب الذى يقابل السعر المحدد هو طلب السوق بكامله. ويتأثر حجم الطلب بمرونة الطلب السعرية. فكلما عرض كميات أكبر من السلعة يقل السعر. يعني ذلك أن المنشأة الأحتكارية تواجه بمنحنى طلب للسلعة المعروضة سالب الميل.** في هذه الظروف اذا أراد المحتكر أن يزيد مبيعاته عليه أن يقلل من السعر حتى يقدم المشترون على الشراء.

بذلك يكون توازن المحتكر عند أنتاج تكون فيه مرونة الطلب على السلعة أكبر من واحد صحيح (> 1 ) شريطة أن تكون التكاليف موجبة. يعنى ذلك أن المحتكر لا يحدد حجم انتاجه عند مستوى تكون فيه مرونة الايراد المتوسط أقل من واحد صحيح (< 1 )، لأن في أمكانه زيادة أرباحه الكلية بتخفيض الإنتاج. إذ من المعلوم عندما تكون مرونة الطلب( أو مرونة الايراد المتوسط)أقل من واحد صحيح، فإن الايراد الكلى ينخفض عند زيادة الإنتاج.

يمكن توضيح هذا الواقع في منحنى طلب خطى ( وهو يساوى الايراد المتوسطD=AR ) يقطع الاحداثيين (المحورين ) السينى والصادى. ونعلم أن خصائص المرونة تنم عن الحقائق التالية :

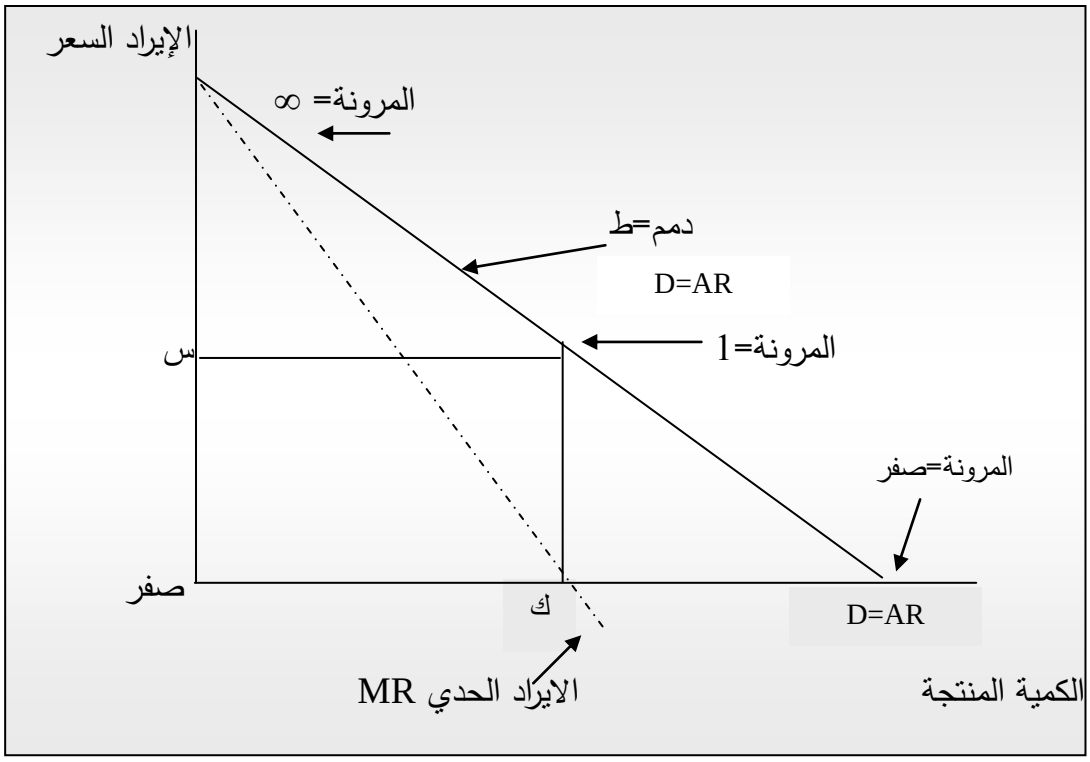
عند تقاطع منحنى الطلب مع المحور الرأسى تكون المرونة لا نهائية(∞).

عند تقاطع منحنى الطلب مع المحور الأفقى تكون مرونة الطلب عديمة المرونة ( المرونة صفر).

عند منتصف المنحنى تكون المرونة آحادية أو واحد صحيح (1).

يعني ذلك أنّ الطلب يكون مرناً بمقادير متفاوتة بين تقاطع المنحنى مع المحور الرأسى ونقطة وسط المنحنى. ويكون مرناً بمقادير مختلفة بين نقطة وسط المنحنى وتقاطع المنحنى مع المحور الأفقى.

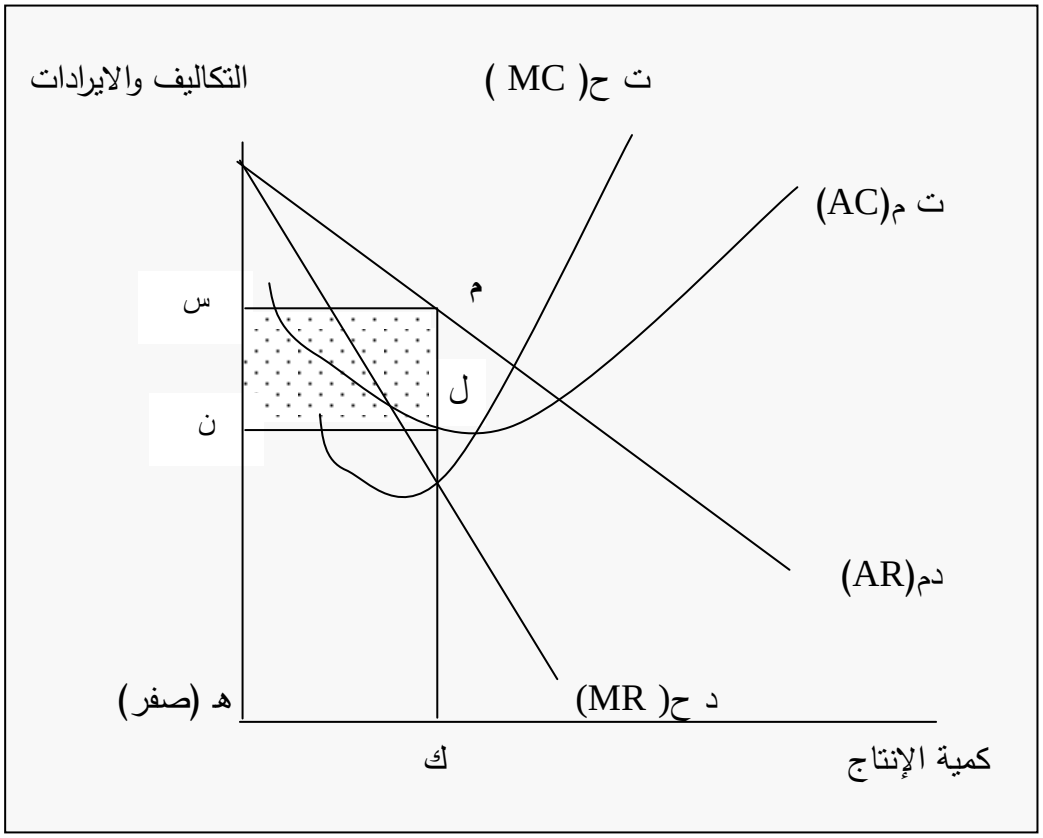
أما في نقطة الوسط تماماً تكون مرونة الطلب متكافئة أى أنها آحادية المرونة وتساوى واحد صحيح. ففي منطقة منحنى الطلب الذى يكون الطلب فيها مرناً فإن تخفيض السعر سيؤدى الى زيادة المشتريات بنسب أكبر وزيادة الايراد الكلى في هذه الحالة يكون الايراد الحدي موجباً. لكن في منطقة منحنى الطلب الذى يكون فيها الطلب غير مرن فإن تخفيض السعر سيؤدى الى زيادة الطلب بنسب أقل وسيؤدى الى تخفيض الايراد الكلى، في هذه الحالة يكون الايراد الحدي سالباً. لذلك فإن توازن المحتكر يكون عند تعظيم ارباحه عندما يكون فيها منحنى الطلب آحادى المرونة. كما يظهر في الشكل(9-1) التالي




**شكل رقم (9-1)**

**توازن المحتكر**

هدف المحتكر دائماً هو تعظيم الربح. لذلك يستمر المحتكر في زيادة انتاجه إلى أنْ يحقق هذا الهدف عند السعر الذى يحدده هو. ولا يزيد المحتكر الإنتاج بعد أن يعظم ربحه الى أقصى درجة ممكنة، لأن في زيادة الإنتاج بعد ذلك تقليل للربح. والسبب في ذلك أن انتاجه يستمر طالما أن وحدات الإنتاج الأضافية تعطى ايرادات أكثر مما يصرف عليها من نفقات. يعنى ذلك أن توازن المحتكر يحدث عند الإنتاج الذى تتساوى فيه الايرادات الحدية مع التكاليف الحدية كما يظهر في الشكل التالى :




**شكل رقم (9-2)**

**توازن انتاج المحتكر وتعظيم الربح**

نلاحظ في هذا الشكل الآتى :

الإنتاج الذى يحقق توازن المحتكر ويعظم ربحه هو (هـ ك ).

عند الإنتاج هـ ك نجد أن التكاليف الحدية تساوى الايرادات الحدية

ت ح = د ح

عند الإنتاج هـ ك نجد أن الأرباح تساوى المستطيل المظلل ل ن س م

تكاليف الإنتاج الكلية هو المستطيل ك ل ن هـ .

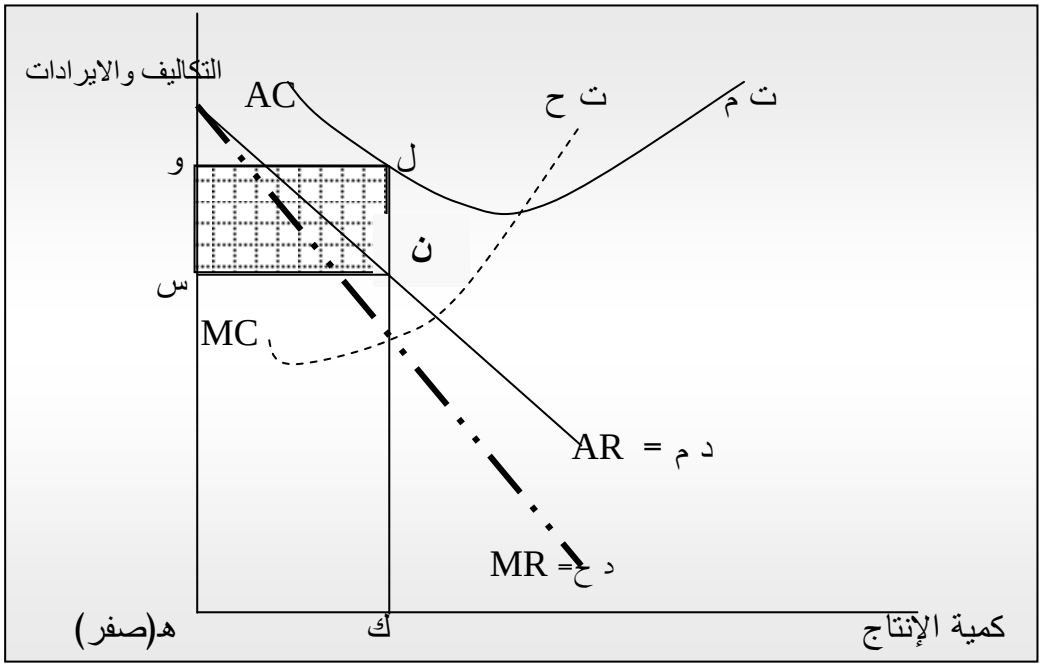
يعمل المحتكر دائماً لتحقيق الربح ولكن قد لا يتسنى له ذلك دائماً. فقد يواجه المحتكر في بعض الأحيان خسارة في المدى القصير، وقد يغطى تكاليف انتاجه فقط دون ربح أو خسارة عندما يتساوى متوسط التكاليف مع متوسط الايرادات عند توازن منحنى التكاليف الحدية ومنحنى الايرادات الحدية.

يتكبد المحتكر خسارة عندما تكون تكاليف انتاجه المتوسطة أعلى من متوسط ايراداته عند الإنتاج الذى يساوى بين التكاليف الحدية والايرادات الحدية كما يتضح بيانياً في الشكل رقم (9-3)التالى حيث نجد الآتى :

التكاليف الكلية للأنتاج تساوى المستطيل ك هـ و ل.

الايرادات الكلية هى المستطيل ك هـ س ن .

الخسارة التى يتحملها المحتكر في المدى القصير تمثل المستطيل ن س ول المظلل.




**شكل رقم (9-3)**

**خسائر المحتكر في المدى القصير**

هذه الخسارة التى يتحملها المحتكر في المدى القصير تعني أنّ المحتكر يجب أن يتحصل على أرباح في المدى الطويل تغطى هذه الخسائر، وهذا هو الربح الأعتيادى، أو أن يربح أكثر من ذلك. فإذا لم يحدث ذلك في المدى الطويل فإن المحتكر سيخرج من السوق لفشله في تحقيق الربح الذي دخل من أجله هذه الصناعة كهدف اساسى.

**تدريب (2)**

وضّح القوى التي تحد من القدرة للمحتكر التام.

**أسئلة تقويم ذاتى**

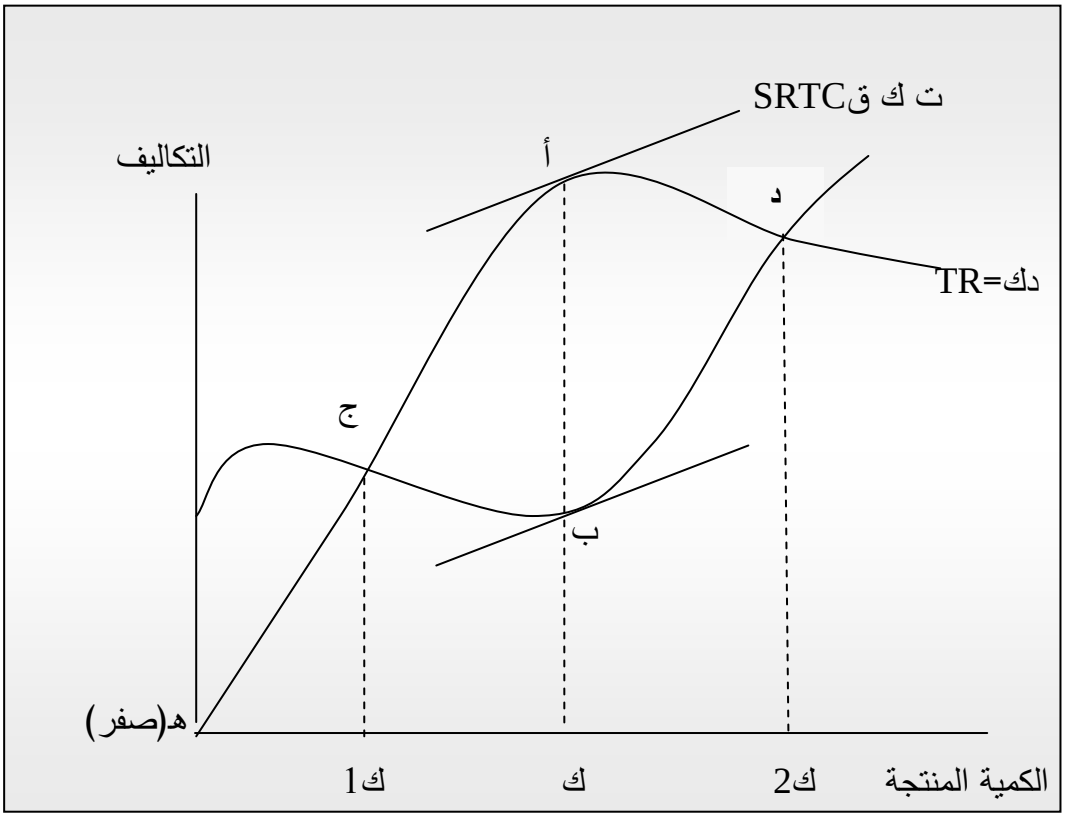
1. ما الشرط الواجب توفره حتى يعظم المنتجين " بما فيهم المحتكر أرباحه"؟
2. أذكر وضع منحنى الطلب بالنسبة لمنحنى متوسط التكلفة في كل من الحالات التالية.
   أ/ عندما يربح المحتكر.
   ب/ عندما يخسر المحتكر.
3. ماهو الفرق بين المنشأة و الصناعة في سوق الاحتكار؟
4. كيف يضع المحتكر سياسته السعرية؟
5. متى تكون مرونة الإيرادات أقل من واحد صحيح؟
6. ما هو هدف المحتكر الأساسي؟
7. حدد مستوى الإنتاج الذي يحقق توازن المحتكر ؟

# 3. توازن المحتكر (بالتحليل الكلى) في المدى القصير

**تعظيم الربح هو هدف المحتكر للوصول الى توازن الإنتاج الذى ينشده. كما تناولنا من قبل تعظيم الربح بالتحليل الحدي حيث يساوى الايراد الحدي التكاليف الحدية، نحاول أن نستعرض توازن المحتكر بالتحليل الكلى حيث يسعى لتعظيم أرباحه بمقارنة التكاليف الكلية(TC) مع الايرادات الكلية (TR).** نعلم أن خصم التكاليف الكلية من الايرادات الكلية يعطى الأرباح أو الخسائر. بالتالى فإن تعظيم الأرباح يحدث عندما يكون الفرق بين الايرادات الكلية والتكاليف الكلية في أقصى درجاته. بالتالى يعمل المحتكر على أنتاج الكمية التى تزيد فيها الايرادات الكلية على النفقات الكلية بأكبر مبلغ ممكن.

ويكون ذلك بيانياً بعمل مماسين على منحنيي الايرادات الكلية والتكاليف الكلية حيث يكونا في أبعد مسافة بين بعضهما على الخط العمودى على المحور الأفقى.

ولتوضيح ذلك بيانياً نستعين بالشكل رقم (9-4) التالى :




**شكل رقم (9-4)**

**توازن المحتكر بمنحنيات الايراد والتكاليف الكلية**

**في المدى القصير**

في هذا الشكل نلاحظ الآتي :

1- المنحنى ت ك ق (SRTC) هو منحنى التكاليف الكلية في المدى القصير.

2- المنحنى د ك (TR).هو منحنى الايرادات.

3- الكمية التى تحقق التوازن عند تعظيم الربح هى ك .

4- التكاليف الكلية ك ب .

5- الأيرادات الكلية أ ك.

6- مقدار الأرباح القصوى عند الإنتاج ك هو أ ب .

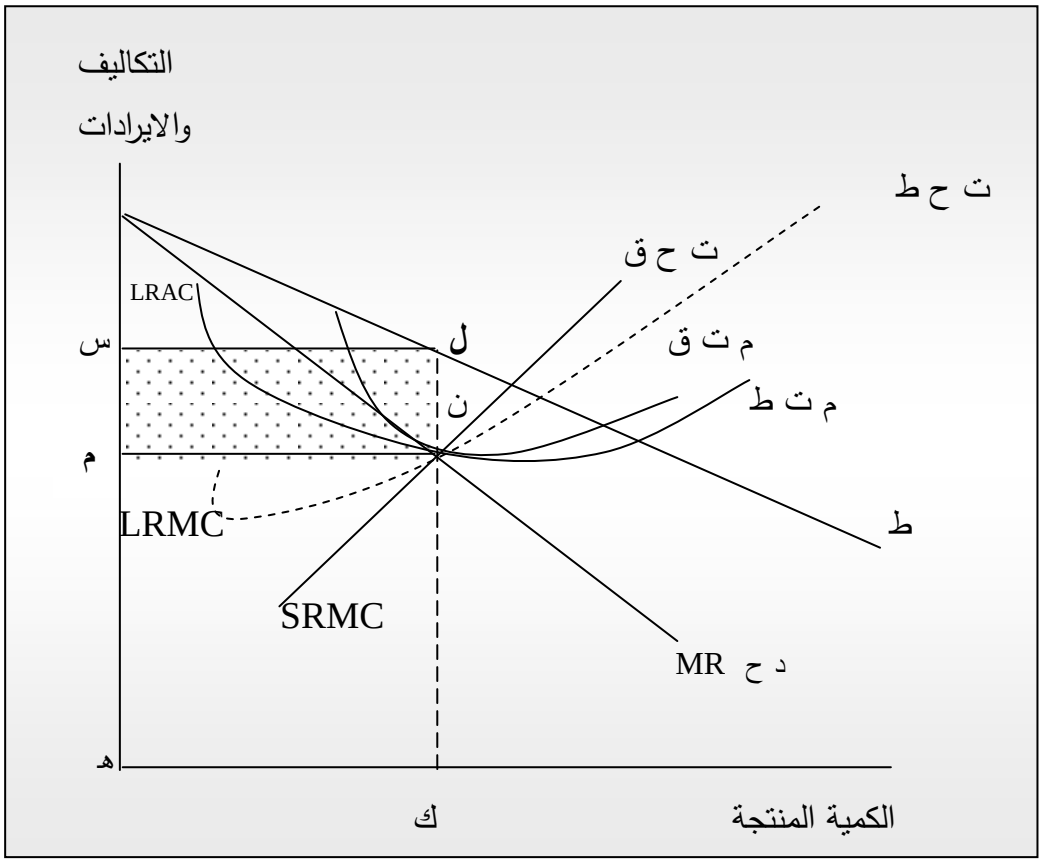
7- منطقة الإنتاج المربح تقع بين ك1 - ك2 .

8- منطقة الخسارة تقع عند الإنتاج في المنطقتين ( هـ ك 1 ) وما بعد ك 2 ).

# 4. توازن المحتكر في المدى الطويل

**في المدى الطويل لا توجد تكاليف ثابتة للمنشأة الأحتكارية لأن حجم المنشأة في المدى الطويل قابل للتغيير كما أشرنا من قبل. بالتالى يمكن للمنشأة أن تتوسع أو أن تغير كل أصولها الثابتة لتنتج بالطاقة الأنتاجية التى تحقق لها الأرباح التى تريد.** يعنى ذلك أن المنشأة اذا كانت خاسرة في المدى القصير يعمل المحتكر على أزالة هذه الخسارة في المدى الطويل. أما اذا كانت رابحه في المدى القصير يعمل المحتكر على تغيير الطاقة الأنتاجية لتحقق مزيداً من الأرباح. أما اذا لم يستطع المحتكر في المدى الطويل ازالة الخسارة التى كانت سائدة او تحقيق الربح الأعتيادى بتغيير حجم الأنتاج (الطاقة الأنتاجية) يتحتم عليه الخروج من السوق.

يتم تعظيم الربح في المدى الطويل للمحتكر عندما تتساوى التكاليف المتوسطة في المدى القصير(SRAC) مع منحنى التكاليف الحدية في المدى الطويل(LRMC). في هذه الحالة يكون منحنى التكاليف المتوسطة في المدى القصير مماساً لمنحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل عند أدنى مستوى. في هذه الحالة تستطيع المنشأة أن تنتج حجم الإنتاج (ك) بأدنى مستوى للتكاليف الحدية من أى حجم انتاج آخر. يلاحظ في هذه الحالة أن أنتاج التوازن (ك) في الشكل (9-5) سيباع بسعر (س) أعلى من متوسط التكاليف في المدى الطويل.
تتضح هذه العلاقات في الشكل التالى :




شكل رقم(9-5)

**توازن المحتكر في المدى الطويل**

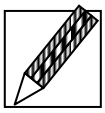
عزيزي الدارس في هذا الشكل يلاحظ الآتى ايضاً:

1- الإنتاج الذى يحقق التوازن في المدى الطويل ك هـ ويكون ذلك عندما يتقاطع منحنى التكاليف الحدية في المدى الطويل مع منحنى الايراد الحدي.

2- عند انتاج التوازن ك يلاقى منحنى التكاليف المتوسطة في المدى الطويل، منحنى التكاليف الحدية في المدى القصير كمماس له في أدنى مستوى له.

3- عند مستوى السعر س فإن الايرادات الكلية تتمثل في المستطيل ل ك هـ س. وأن التكاليف الكلية تتمثل في المستطيل ن ك هـ م. وأن الأرباح التى يتحصل عليها المحتكر تتمثل في المستطيل المظلل ل ن م س.

**تدريب (3)**



هل يمكن ان يحقق المحتكر ارباحاً في المدى الطويل؟ ولماذا؟

**أسئلة تقويم ذاتى**



1. هل يمكن أن يتكبد المحتكر خسارة. إذا كان كذلك فمتى يكون ذلك؟
2. متى يعظم المحتكر أرباحه؟
3. هل للمحتكر تكاليف متغيرة في المدى الطويل؟
4. لماذا لا توجد تكاليف ثابته للمنشأة الاحتكارية؟

**نشاط**



اكتب خلاصة بلغتك لما استفدته من معاني الإحتكار وأهداف المحتكر وأساليبه الإحتكارية والتوازن للمحتكر في المدى القصير والطويل مع شرح موجز لأهم المصطلحات المتعلقة بهذه الوحدة ناقش المشرف وزملائك حول ما كتبته وإضافة المستفاد الى الخلاصة لتكون ورقة جادة تفيد الجميع.

# الخلاصة

- يعنى الاحتكار التام وجود منتج " بائع" واحد في السوق يبيع سلعة لا يوجد لها بدائل قريبة، ويظهر المحتكر نتيجة لوجود عوائد دخول منها ما هو طبيعى أو قانونى أو تكنولوجى أو إقتصادى.
- منحنى الطلب الذى يواجه المحتكر هو منحنى طلب السوق، بصفته البائع الوحيد، أى أن منحنى الطلب الذى يواجه المحتكر ينحدر من أعلى إلى أسفل نحو اليمين، وهذا يعنى أن المحتكر يستطيع أن يتحكم في السعر الذى يبيع به سلعته عن طريق التحكم في الكميات التى يعرضها في السوق.
- يشجع المحتكر زبائنه لشراء كميات إضافية من السلعة عن طريق نقص السعر، وبذلك فإن الايراد الحدي للمحتكر يكون دائماً أقل من سعر السلعة، أى أن منحنى الايراد الحدي يقع تحت منحنى الطلب عند جميع الكميات.
- يعظم المحتكرأرباحه عندما ينتج الكمية التى يتساوى عندها الايراد الحدي مع التكلفة الحدية. وعندما يحقق المحتكر التوازن " تعظيم الارباح" في المدى القصير فإنه يمكن أن يربح أو يخسر أو يكون في حالة تعادل، وإذا حقق المحتكر أرباحاً في المدى القصير فإن تلك الارباح يمكن أن تستمر في المدى الطويل أيضاً لوجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى السوق.

# لمحة مسبقة عن الوحدة الدراسية التالية

عزيزي الدارس، بعد أن درسنا في الوحدة السابقة سوق المنافسة الكاملة وفي هذه الوحدة سوق الاحتكار التام– ننتقل في الوحدة القادمة لاستعراض سوق المنافسة غير التامة Imperfect Competition – حيث أن سوق المنافسة غير التامة تقع ما بين المنافسة الكاملة و الاحتكار التام. وتتكون من سوق المنافسة الاحتكارية وسوق إحتكار القلة. ففي سوق المنافسة الاحتكارية. يوجد عدد كبير من البائعين ينتجون ويبيعون سلعة متشابهة ولكنها غير متجانسة، أما سوق إحتكار القلة فيتميز بوجود عدد قليل من البائعين يبيعون سلعة قد تكون متجانسة وقد تكون غير متجانسة وقد تكون متميزة إضافة لبعض الميزات الاساسية الأخرى لكل سوق من الاسوق التي سندرسها بشئ من التفصيل .

# أجابات التدريبات

## تدريب(1)

يشير الاحتكار التام الى الحالات التالية:

1) توجد فيها منشأة واحدة تبيع السلعة
2) لا توجد بدائل قريبة من السلعة
3) يكون الدخول في الصناعة صعب جداً أو مستحيل .

واذا افترضنا أن المحتكر قد توافرت لديه المعرفة التامة بالاسعار والتكلفة الحالية والمستقبلية فنكون أمام حالة الاحتكار الكامل (الاحتكار التام)

وتشير المنافسة التامة الى الحالات التالية:

1) وجود عدد كبيرجداً من البائعين
2) تماثل وحدات السلعة.
3) توفر حرية الدخول والخروج من الصناعة.
4) توفر المعرفة التامة بسعر البيع والشراء.
5) الحرية التامة لانتقال عوامل الإنتاج.

**تدريب (2)**

لا يتمتع المحتكر التام بقدرة سوقيه، فهو يواجه منافسة غير مباشرة من جميع السلع الأخرى بالنسبة لدولار الذي يملكه المستهلك. وحتى إذا لم توجد للسلعة التي يبيعها المحتكر بدائل قريبة للغاية. إلا أن البدائل قد تكون قائمة كلها وتلعب دوراً في الحد من القدرة السوقية للمحتكر.

**تدريب (3)**

أن المحتكر لا يستطيع تحمل خسائر متواصلة في المدى الطويل. فوجود تلك الخسائر بشكل مستمر يدفع المحتكر الى تصفية أعماله وترك الصناعة. وفي حالة السلع الأساسية الكهرباء والماء فإن الحكومة تقوم بتقديم الدعم للمحتكر بحيث يستطيع البقاء في السوق في المدى الطويل.

# مسرد المصطلحات

- **الاحتكار** Monopoly

شكل من أشكال السوق يتميز بأن السلعة المنتجةفيه تنتج من قبل منتج واحد.

- **الاحتكار الطبيعى** Natural Monopoly

هو الإحتكار الناجم عن وجود وفورات حجم كبيرة، أى إنخفاض في متوسط التكلفة في المدى الطويل مما يجعل من الطبيعى وجود بائع واحد للسلعة في السوق.

# المراجع


.1- Glahe and Lee : **Microeconomics : Theory and Applications**

.2- Hanson : **A Textbook of Economics**

.3- Samuelson : **Economics . (16th ed. )**

.4- Stonier and Hague **: A Textbook of Economic Theory**


الوحدة العاشرة
المنافسة غير التامة

# محتويات الوحدة


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | **313** |
| **التمهيد** | **313** |
| **اهداف الوحدة** | **314** |
| **1. مفهوم المنافسة غير التامة** | **315** |
| **2. المنافسة الاحتكارية** | **316** |
| 1.2 خصائص المنافسة الإحتكارية | 316 |
| 2.2 التوازن في سوق المنافسة الإحتكارية | 317 |
| 3.2 توازن منشأة المنافسة الإحتكارية في المدى الطويل | 322 |
| **3. احتكار القلة** | **323** |
| 1.3 خصائص احتكار القلة | 323 |
| 2.3 توازن احتكار القلة | 325 |
| 1.2.3 نموذج منحنى الطلب المنكسر | 326 |
| 2.2.3 نموذج قيادة السعر | 327 |
| **الخلاصة** | 329 |
| **اجابات التدريبات** | **330** |
| **مسرد المصطلحات** | **332** |
| **المراجع والمصادر** | **333** |

# المقدمة

## تمهيد

**عزيزي الدارس،**

**مرحباً بك الى هذه الوحدة**

تحدثنا في الوحدات السابقة عن المنافسة التامة والاحتكار التام، وموضوع هذه الوحدة هو المنافسة غير التامة وتحتوي على ثلاث أقسام رئيسة في القسم الأول من هذه الوحدة تناولنا مفهوم المنافسة غير التامة، القسم الثاني إشتمل على المنافسة الاحنكارية وتناولنا فيه خصائص المنافسة الاحتكارية وتوازن منشأة المنافسة الاحتكارية والتوازن في سوق المنافسة الاحتكارية وتوازن منشأة المنافسة الاحتكارية في المدى الطويل، أما القسم الثالث تناولنا فيه إحتكار القلة وتطرقنا فيه الى خصائص إحتكار القلة وتوازن احتكار القلة ومنحنى الطلب المنكسر ونموذج قيادة السعر.

مرحباً بك مرة أخرى أرجو أن تكون وحدة مفيدة وممتعة وأن تساهم معنا في تطويرها من خلال المقترحات والإسهامات والنقد الهادف.

مع خالص تمنياتنا بالنجاح والتوفيق،،،

# أهداف الوحدة



**عزيزي الدارس،** بعد فراغك من دراسة هذه الوحدة ينبغي أن تكون قادراً على أن:

- تتعرف مفهوم المنافسة غير التامة.
- تعدد خصائص المنافسة الاحتكارية.
- تناقش التوازن في سوق المنافسة الاحتكارية.
- تذكر خصائص احتكار القلة.
- تتحدث عن منحنى الطلب المنكسر.

# 1. مفهوم المنافسة غير التامة

مما تقدم من حديث عن المنافسة التامة والاحتكار التام **إتضح أن كلاهما بمعناهما الدقيق لا يتوافر فى الحياة اليومية التى يعيشها الناس فى العالم.** يعنى ذلك أنه من الصعوبة بمكان وجود المنافسة التامة أو الاحتكار التام سائداًفى مجتمعاتنا. وما نجده بالفعل فى الحياة اليومية هو شيئاً من التعامل بين المنافسة التامة والاحتكار التام بدرجات متفاوتة. وكان أوائل الأقتصاديين الذين جاءوا بهذه الأفكار (هما ادورد تشمبرلين وجوان روبنسون فى عام 1933.) لذلك يقول هانسون :" **لا المنافسة التامة ولا الاحتكار يوجد، وأن الحالات الحقيقية تقع بين هذين النقيضين**".(Hanson,p245) يعنى ذلك أن مفهوم المنافسة غير التامة يغطى كل حالات التعامل فى الأسواق التى لا تعتبر منافسة تامة أو احتكار تام. وبهذا المفهوم فإن منحنى الايراد المتوسط للمنافسة غير التامة يقع بين منحنى الايراد المتوسط للمنافسة التامة الأفقى ومنحنى الايراد المتوسط للاحتكار التام العمودى.

**يعني ذلك أن منحنى متوسط الأيرادات فى المنافسة غير التامة ينحدر من أعلى الى أسفل من جهة اليسار الى جهة اليمين طوال مساره.** لكن ميل الأنحدار يختلف كما هو متوقع من صناعة الى أخرى. فقد يكون ميل منحنى الايراد المتوسط فى المنافسة غير التامة أقرب الى منحنى المنافسة التامة، اويكون أقرب الى ميل الاحتكار التام انحداراً. ولتأكيد هذا المفهوم يقول استونير وهيج :" **لا توجد حالة واحدة للمنافسة غير التامة،ولكن هى نطاق واسع أو مجموعة من الحالات تمثل بتدرج مزيد من المنافسة غير التامة.**( stonier and Hague1953,p164) ولكن لكثرة حالات التدرج بين المنافسة التامة والاحتكار التام درج علماء الأقتصاد على تناول المنافسة غير التامة فى صورتين :

(1) المنافسة الأحتكارية .Monopolistic Competition

(2) أحتكار القلة .Oligopoly

نتناول كلا من هذين النوعين من المنافسة غير التامة على حده بصورة توضح جوانبهما.

# 2. المنافسة الاحتكارية

## 1.2 خصائص المنافسة الاحتكارية

تتسم المنافسة الاحتكارية بخصائص تبعدها عن الاحتكار البحت والمنافسة التامة. فهى أقرب الى سوق المنافسة التامة منها الى الاحتكار التام لأقتراب خصائصها الى خصائص المنافسة التامة. ففى سوق المنافسة الاحتكارية يوجد عدد كبير من البائعين (المنتجين) ينتجون سلعاً متشابهة ولكنها غير متجانسة، Non Homogeneous لذلك فإن سوق المنافسة الاحتكارية تتسم بالخصائص التالية :

أ- يوجد فى سوق المنافسة الاحتكارية عدد كبير من المنشآت التى تقدم انتاجها للسوق. وبالرغم من تعدد المنشآت فى هذا السوق فإن عددها يقل بكثير من عدد المنشآت فى سوق المنافسة التامة. يعنى ذلك أن تأثير منشآت سوق المنافسة الاحتكارية على السوق موجود ولكن لا يكون كبيراً.

ب-السلع التى تنتجها منشآت سوق المنافسة الاحتكارية تتشابه بقدر كبير ولكنها ليست متجانسة. يعنى ذلك أن هذه السلع يمكن أن تكون بدائل جيدة لبعضها. من أمثلة ذلك صناعة الحلويات التى يمكن أن تقدم المنشآت حلويات بديلة لبعضها ولكن لكل منها صفات يجعل المستهلك يفضل بعضها على بعض اذا وجد مجالاً للأختيار. وكذلك فى صناعة الملابس الجاهزة (كالملابس الداخلية والقمصان والبنطلونات والثياب النسائية ....)، وصناعة الصابون ومعجون الأسنان.

ج- سوق المنافسة الاحتكارية مفتوح لدخول أو خروج المنشآت فى الصناعة.

د- تتبع المنشآت فى سوق المنافسة الاحتكارية سياسة مستقلة لتسعير منتجاتها. ففى سبيل زيادة مبيعاتها تحدد المنشأة اسعارها لتجتذب مزيداً من المستهلكين لشراء منتجاتها. وقد تتبع اجراءات أخرى لأقناع المستهلك بأن سلعة هذه المنشأة تبدو متميزة على غيرها من البدائل الأخرى سواء كان ذلك بالأعلان والدعاية أو بالعلامات المميزة أو تقديم خدمات أضافية أو تقديم المنتج فى تعبئة جاذبة. هذه الأجراءات التى تربط المستهلك بسلعة منشأة معينة تجعل لهذه المنشأة تأثير احتكارى على سوق هذه السلعة. فاذا رفع مثل هذا المنتج أسعاره قليلاً قد

يفقد بعض المشترين ولكن ليس كل المشترين، واذا خفض أسعاره قليلاً قد يجذب بعض المشترين ولكن ليس كثيراً. يؤكد ذلك منحنى الطلب فى المنافسة الاحتكارية يكون بميل منحدر من أعلى ألى أسفل من جهة اليسار الى جهة اليمين.

## 2.2 التوازن فى سوق المنافسة الاحتكارية.

**توازن المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية فى المدى القصير يختلف عن توازنها فى المدى الطويل. ففى المدى القصير لا تجد المنشأة متسعاً من الوقت لتغيير حجم طاقتها الأنتاجية** ولا تجد المنشآت الجديدة التى تود أن تدخل السوق الوقت الكافى الذى يمكنها من دخول سوق هذه الصناعة. ففى المدى القصير تتمكن المنشأة فقط من تغيير عوامل الأنتاج المتغيرة لتوفق أوضاعها فى السوق. يعنى ذلك أن عدد منشآت الصناعة العاملة فى هذا السوق سيظل ثابتاً. وبالتالى فإن مجال اتخاذ القرارات التى تكون فى صالح المنشأة أكثر اتساعاً مما هو عليه الحال فى ظل المنافسة التامة. ففى سوق المنافسة الاحتكارية يكون فى مقدور المنشأة أن تغير سعر انتاجها وبالتالى يتغير حجم الأنتاج وفقاً للسعر، أو أن تحدد كمية الأنتاج التى تود عرضه للبيع فيتغير سعر البيع حسب الكمية المعروضة. يعنى ذلك أن سلوك المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية فى هذه الحالة (المدى القصير) يشبه حال الاحتكار التام.

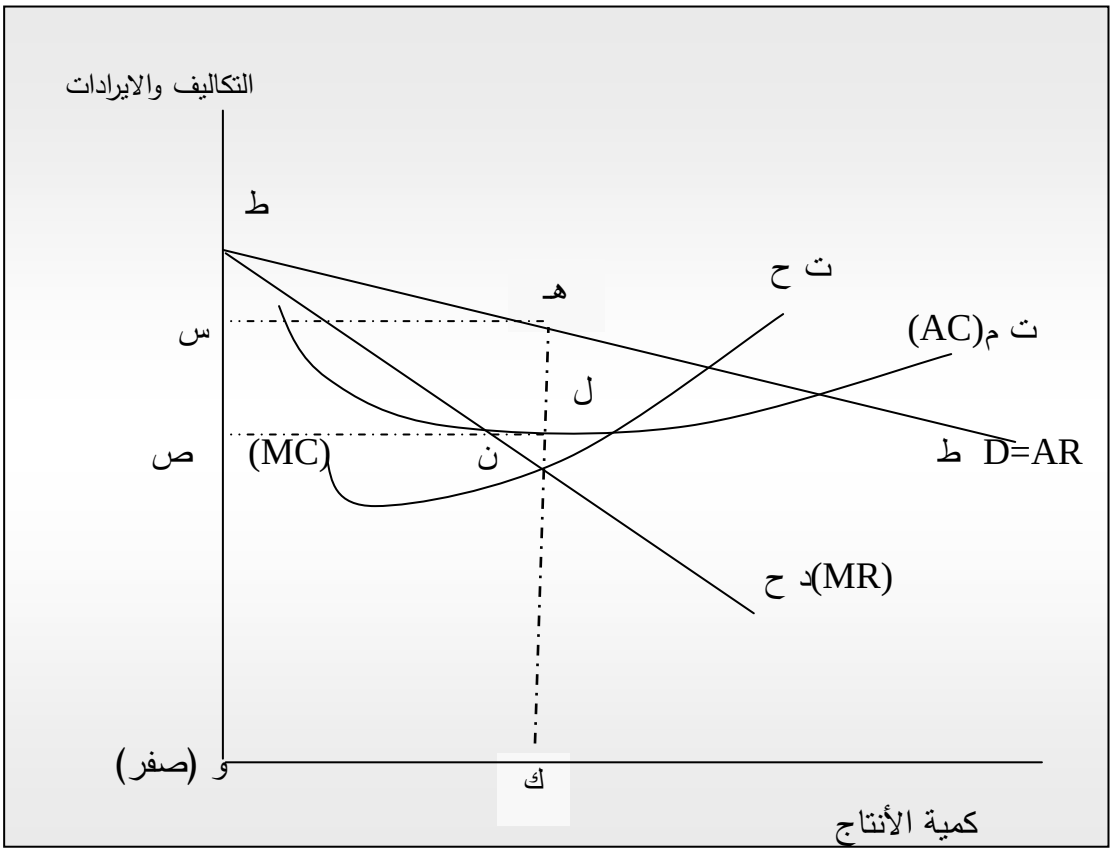
بأفتراض أن المنشأة تستطيع فى المدى القصير تغيير اسعارها أو تحديد أنتاجها (عرضها)، مع بقاء الأشياء الأخرى ثابتة (مثل اسعار السلع الشبيه التى تبيعها المنشآت الأخرى وأذواق المستهلكين)، سيكون للمشروع منحنى طلب محدد لمنتجاته وسوف يساوى هذا المنحنى منحنى متوسط الأيرادات.

**(أى أن ط = م د  D = AR )**

نظراً لأن سلوك المنشأة فى سوق المنافسة الاحتكارية فى المدى القصير يشبه سلوك المحتكر، فإن المنشأة تسعى لتعظيم الربح أو تقليل الخسارة. لذلك تعمل المنشأة لأنتاج الكمية التى يتساوى عندها الأيراد الحدى (MR)مع التكاليف الحدية (MC) . وما دام الايراد المتوسط (AR) يكون فى تناقص مستمر مع زيادة الأنتاج فإن الايراد الحدى (MR) لا بد أن يكون أقل

منه. يعنى ذلك أن منحنى الأيراد الحدى يكون أسفل منحنى الأيراد المتوسط فى الشكل البيانى الذى يوضح مسارالمنحنيين. وتصل المنشأة الى حالة التوازن عندما تنتج الكمية التى تؤدى الى تساوى الايراد الحدى (MR) مع التكاليف الحدية (MC) ، ويتحدد ذلك بيانياً

عند تقاطع منحنى الأيراد الحدى (د ح/ MR) مع منحنى التكاليف الحدية ( ت ح/ MC ) عند النقطة (ن)




**الشكل رقم 10-1**

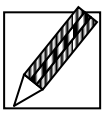
**توازن منشأة المنافسة الاحتكارية في المدى القصير**

فى الشكل 10-1 كمية الأنتاج التى تؤدى الى توازن المنشأة هى ك. ونقطة التوازن تتحدد عند تقاطع منحنى الايراد الحدى د ح (MR) مع منحنى التكاليف الحدية ت ح (MC) عند النقطة ن. عند كمية انتاج التعادل ك يتحدد سعر التوازن س. يؤكد هذا التوازن أن المنشأة تحقق ربحاً طالما أن متوسط الأيرادات م د (AR) أعلى من متوسط التكاليف م ت (AC) . يعنى ذلك أن

ك هـ > ك ل. بذلك فإن الأيرادات الكلية هى المستطيل و س هـ ك وأن التكاليف الكلية هى المستطيل و ص ل ك وأن الربح الكلى المحقق للمنشأ' هو المستطيل ص س هـ ل. وما دام المنشأة قد حددت إنتاجها بالكمية (ك) فأنها تبيع بالسعر (س) الذى يتماشى مع الطلب عند النقطة (هـ) على منحنى الطلب (ط ط). ومنحنى الطلب كما نعلم هو دائماً منحنى متوسط الأيرادات.

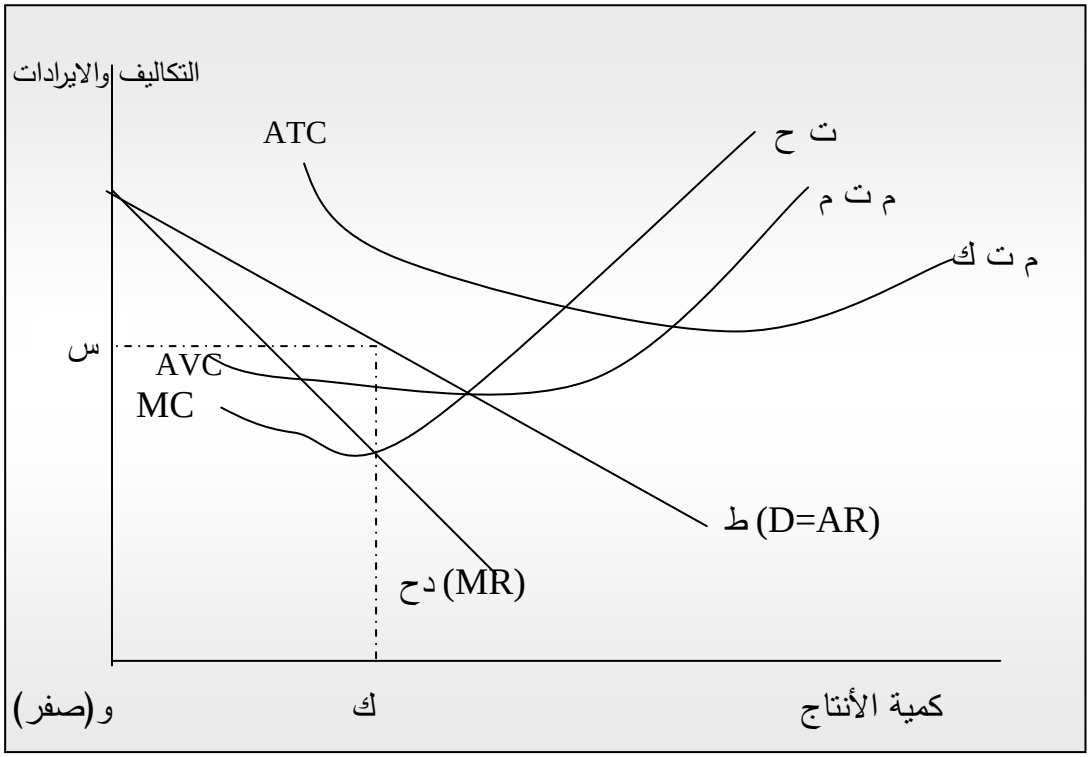
نخلص من كل ذلك الى أن هذه المنشأة تبيع بسعر أعلى من متوسط التكاليف الكلية. والمنشأة التى يكون سعرها أعلى من متوسط التكاليف الكلية فى المدى القصير تحقق ربحاً.

**تدريب(1)**



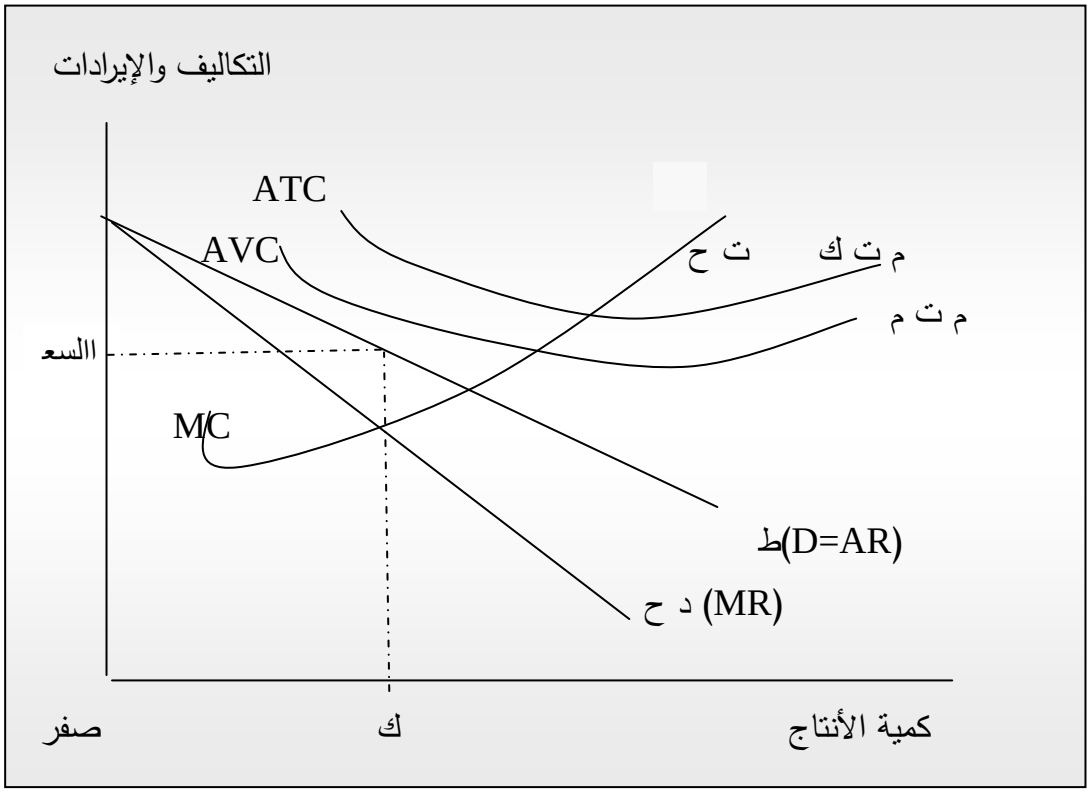
1) كيف يحدد المنافس الإحتكارى السعر الذي يفرضه لسلعته والكمية التي سوف ينتجها؟
2) وضح بإختصار الخصائص المميزة لسوق المنافسة الاحتكارية.

أما أذا كان السعر الذى تبيع به منشأة المنافسة الاحتكارية فى المدى القصير أقل من متوسط التكاليف الكلية ولكنه أعلى من متوسط التكاليف المتغيرة فإن المنشأة تحقق خسائر إقتصادية ولكنها تستمر فى الأنتاج على أمل أنها ستغطى هذه الخسائر لاحقاً. يظهر هذا الوضع فى الشكل البيانى رقم 10−2 .




**شكل رقم 10–2**

أما اذا كان السعر المحدد فى سوق المنافسة الاحتكارية الذى تبيع به المنشأة أنتاجها أقل من متوسط التكاليف المتغيرة م ت م AVC فى المدى القصير، يعنى ذلك أن متوسط التكاليف المتغيرة سيكون أعلى من متوسط الأيرادات. فى هذه الحالة فإن المنشأة فى الظروف العادية تتوقف عن الأنتاج تماماً فى المدى القصير لتتمكن من تقليل الخسارة التى تتحملها المنشأة. الشكل البيانى رقم 10–3 يوضح الصورة:




**شكل رقم(10-3)**

**حالة خسارة منشأة المنافسة الاحتكارية.**

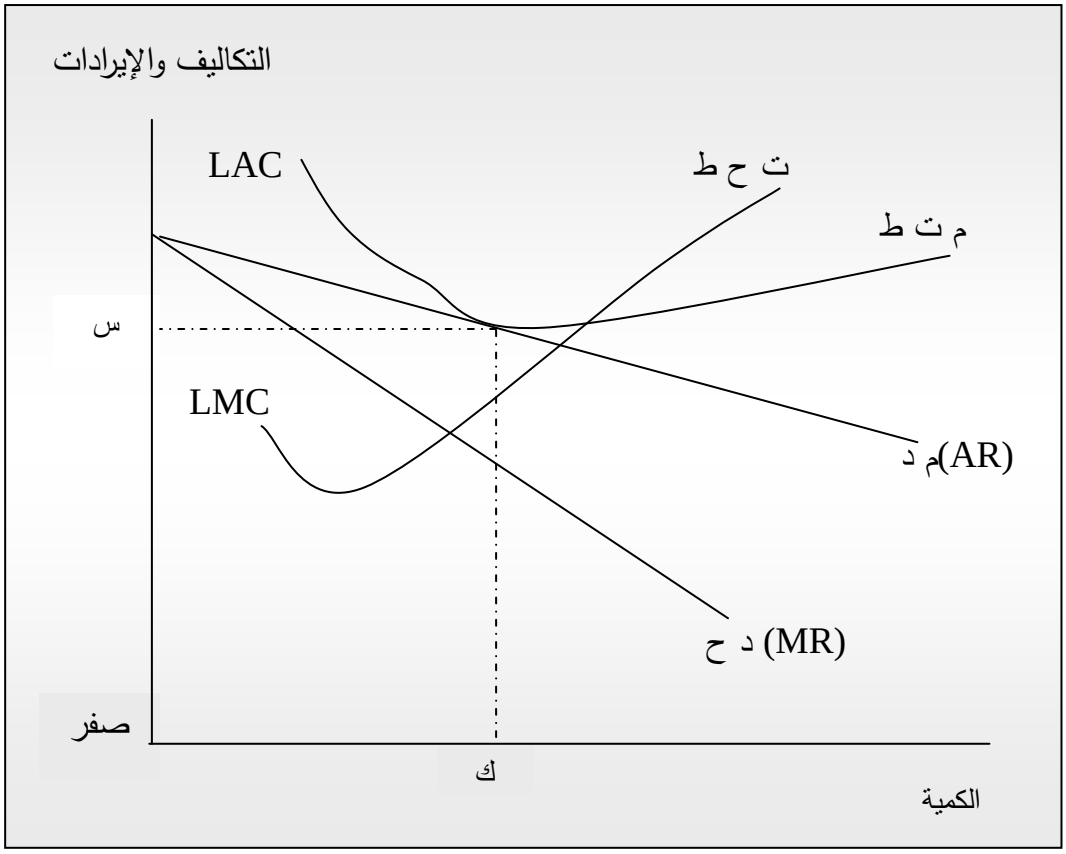
**اسئلة تقويم ذاتي**

1) عرّف المنافسة غير التامة.
2) عدد خصائص سوق المنافسة الاحتكارية .
3) هل يوجد احتكار تام في الواقع؟
4) ماذا يعني تساوي الإيراد الحدي والتكاليف الحدية؟

## 3.2 توازن منشأة المنافسة الاحتكارية فى المدى الطويل

**هناك بعض التشابه فى سلوك المنشأة فى ظل الاحتكار التام والمنافسة الاحتكارية فى المدى القصير. لكن فى المدى الطويل يزول هذا التشابه لوجود عوائق تمنع دخول منشآت جديدة لسوق الاحتكار التام.** لكن لا توجد أى موانع فى ا لمدى الطويل تمنع دخول منشآت جديدة أو خروج منشآت أو أنتقال عوامل الأنتاج من وإلى المنشآت والصناعة فى سوق المنافسة الاحتكارية. ورأينا أن المنشأة تستطيع تحقيق أرباح فوق العادية فى المدى القصير كما ظهر فى الشكل رقم 10-1 . ولكن فى المدى الطويل هذه الأرباح فوق العادية تزول نتيجة لدخول منتجات جديدة فى الصناعة أو توسع بعض المنشآت القائمة وزيادة كمية إنتاج السلعة وزيادة العرض فى السوق. نتيجة لهذه الحرية فى الحركة فى المدى الطويل فإن الأرباح تتضاءل الى أن تحصل المنشأة على الأرباح العادية. وفى الجانب الآخر اذا كانت هناك بعض المنشآت الخاسرة فى الصناعة المعنية فإنها تخرج من السوق لتحقق المنشآت الباقية فى السوق الأرباح العادية.

بما أن المدى الطويل يتيح انتاج بدائل عديدة للسلعة فى سوق المنافسة الاحتكارية فإن منحنى متوسط الأيرادات يكون أكثر مرونة، أى أن ميله يكون منبسطاً. وفى هذا المدى الطويل فإن الأرباح العادية تتحقق عندما تتساوى متوسط التكاليف مع متوسط الأيرادات كما يتضح فى الشكل رقم 10-4 التالى:




**شكل رقم 10-4**

**توازن منشأة المنافسة الاحتكارية في المدى الطويل**

# 3. احتكار القلة Oligopoly

## 1.3 خصائص احتكار القلة

سوق احتكار القلة قريب الشبه من سوق الاحتكار ولكنه لا يماثله وذلك لوجود بعض الخصائص التى تميز هذا السوق عن سوق الاحتكار وعن سوق المنافسة. أهم الخصائص التى تميز سوق احتكار القلة تتمحور حول النقاط التالية :

أ- وجود عدد قليل من المنشآت (المنتجين) تسيطر على الصناعة. فأنتاج هذا العدد القليل يمثل نسبة عالية من الأنتاج الكلى ويؤثر تأثيراً مباشراً على السوق من حيث حجم العرض أو

السعر. ومن أمثلة ذلك صناعة الطائرات والبترول والسيارات والأسمنت والمياه الغازية والأدوية. يتضح من ذلك أن احتكار القلة يختلف من المنافسة الاحتكارية فى عدد المنشآت العاملة فى الصناعة. ففى المنافسة الاحتكارية يوجد عدد كبير من المنشآت فى الصناعة، أما فى احتكار القلة فإن عدد المنشآت قليل جداً. فقد تسيطر ثلاث أو أربع منشآت على 70% أو80% من جملة العرض فى هذا السوق.

ب- السلع التى ينتجها المنتجون فى سوق احتكار القلة قد تكون متجانسة Homogeneous كالبترول والأسمنت والحديد والنحاس وقد تكون متباينة differentiated كالمياه الغازية. لكن حتى اذا كانت السلع متجانسة تعمل المنشآت على تمييز السلع التى تنتجها عن طريق التعبئة أو الخدمات الأضافية التى تقدمها والدعاية والأعلان.

ج- طبيعة المنافسة بين منشآت احتكار القلة غير سعرية. تبتعد منشآت احتكار القلة عن المنافسة السعرية لأن اتباع السياسة السعرية بواسطة أحدى المنشآت مخاطرة يدخلها فى تنافس مع المنشآت الأخرى. ولا تجرؤ المنشأة على زيادة اسعارها بمفردها اذا زاد الطلب على السلعة لأن ذلك سيفقدها السوق. ولا تجرؤ المنشأة على تخفيض اسعارها بمفردها لتبيع أكثر لأن المنشآت الأخرى ستفعل نفس الشيء بتخفيض أسعارها وتحرم تلك المنشأة من الحصول على أى فوائد أضافية. فلا تدخل منشآت هذا السوق فى تنافس قاتل يؤدى الى ضررها جميعها.

د- وجود عوائق مرتفعة لدخول السوق. فدخول سوق المنافسة الاحتكارية ليس بالأمر السهل. وفورات الحجم الكبير من أهم صفات سوق المنافسة الاحتكارية لتتمكن المنشأة من تحقيق أرباحها. فدخول منشآت جديدة يتطلب ان، تنتج المنشآت بأحجام كبيرة لتقليل تكلفتها حتى تستيطع المنافسة وسيكون ذلك على حساب أنتاج المنشآت الموجودة فى الصناعة فيرفع تكلفة الأنتاج. فيؤدى ذلك الى خروج بعض المنشآت من السوق.

**تدريب(2)**



1) تؤكد النظرية الاقتصادية التقليدية بان المنافسة الاحتكارية تعتبر غير كفوءة ومع ذلك يرى بعض الاقتصاديين حديثاً بأن ذلك النقد ليس صحيحاً.
   - المطلوب توضيح ذلك.
2) ناقش هذه العبارة:
"ليست هناك نظرية عامة للسعر وكمية الناتج والتوازن لأسواق احتكار القلة".
3) قد يفهم الشخص العادي حافزية البائع على رفع السعر. ولكن لك أن تفسر له حافزية البائع لخفض السعر.

**أسئلة تقويم ذاتي**



1) لماذا تعمل المؤسسات وتتحمل الخسارة أحياناً في السوق الإحتكارية؟
2) متى تخرج المنشأة من المنافسة ولماذا؟
3) حدد خصائص إحتكار القلة.

## 2.3 توازن احتكار القلة

عادة تعمل منشآت الأعمال لتعظيم ارباحها بأنتاج الكمية التى يتساوى عندها الأيراد الحدى(MR) مع التكاليف الحدية(MC) . التكاليف الحدية يمكن حسابها من واقع عمليات المنشأة الأنتاجية. لكن يصعب تقدير الأيراد الحدى لمنشأة احتكار القلة لأن الأيراد الحدى يعتمد على اتجاه الطلب (منحنى الطلب) لمنتجات المنشأة. ونظراً لأن المنشآت المنافسة فى سوق احتكار القلة تتفاعل بما يحفظ لها وضعها فى السوق اذا زادت المنشأة أسعارها أو خفضت اسعارها. ونظراً لأن المنشآت المنافسة يمكن أن تتصرف بعدد كبير من الطرق فإن منحنيات الطلب للسلعة قد تكون عديدة تفاعلاً مع حجم العرض أو الأسعار لكل منشأة. لذلك لا يوجد

نموذج واحد يحلل عليه موقف توازن المنشأة كما هو الحال فى سوق المنافسة التامة أو الاحتكار التام. لهذه الصعوبة درج معظم علماء الأقتصاد على تناول توازن احتكار القلة على نموذجين.(Glahe and Lee,p346)

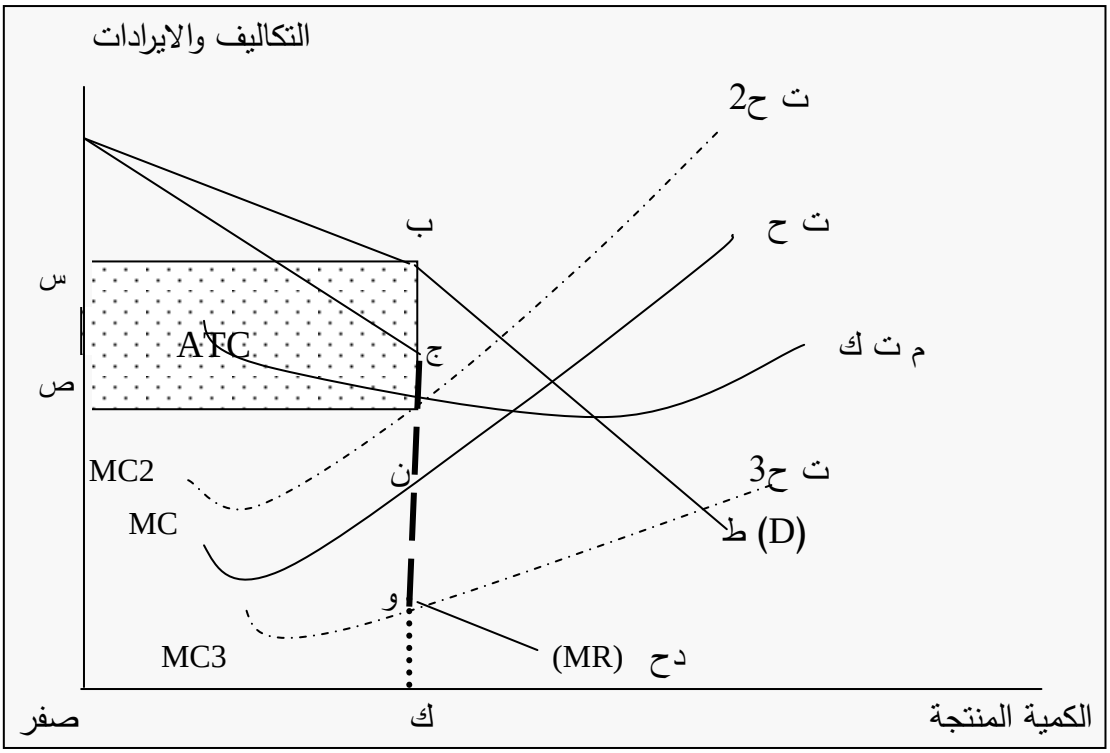
- نموذج منحنى الطلب المنكسر Kinked Demand Curve
- نموذج قيادة السعر Price Leadership

### 1.2.3 نموذج منحنى الطلب المنكسر Kinked Demand Curve

يقوم مفهوم نموذج الطلب المنكسر على أن السعر السائد فى سوق المنافسة الاحتكارية يتعامل به كل المنتجون. فاذا زادت منشأة أسعارها على السعر السائد فإن المنشآت الأخرى لا تفعل ذلك وتتركه يتحمل النتائج، إذ سينصرف منه المشترون. أما اذا خفضت اسعارها عن الأسعار السائدة فإنها سوف لن تكسب كثيراً لأن المنشآت الأخرى ستفعل الشىء ذاته فينخفض السعر السائد فى السوق.

يوضح ذلك أن منحنى الطلب عند الأسعار السائدة أصلاً يكون أكثر مرونة من الجزء من منحنى الطلب عند تخفيض الأسعار. فيمثل الجزء المنكسر من منحنى الطلب تفاعل التنافس بين المنشآت عند تخفيض الأسعار وأتجاه طلب المشترين.

تعظم منشأة سوق المنافسة الاحتكارية أرباحها عند أنتاج الكمية التى تساوى بين الأيرادات الحدية والتكاليف الحدية عند الأسعار السائدة كما يظهر فى الشكل رقم 10-5 التالى. فى هذا الشكل الكمية المنتجة ك عند الأسعار السائدة س سيكون عند تلاقى خط الكمية ك والسعر س عند النقطة ب على منحنى الطلب ط عند إنكساره. ونظراً لأن السعر س أعلى من متوسط التكاليف الكلية (م ت ك) فإن المنشأة ستعظم أرباحها بمقدار مساحة المستطيل المظلل س ب ج ص.




**شكل رقم 10- 5**

**توازن احتكار القلة**

أذا تعظم منشأة احتكار القلة أرباحها عند تقاطع منحنى التكاليف الحدية (MC) ومنحنى الأيرادات الحدية (MR) عند النقطة ن على خظ منحنى الأيرادات المتقطع ج ن و حيث تنتج الكمية ك وتباع بالسعر س . فاذا تحرك منحنى التكاليف الحدية ت ح 2 الى أعلى حتى النقطة ج أو تحرك الى أدنى ليتكون المنحنى ت ح 3 فإن المنشأة ستحصل على نفس العائدات وليس هناك ما يدعوها لتغيير أنتاجها أو تغيير أسعارها.

## 2.2.3 نموذج قيادة السعر

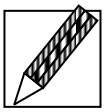
فى سوق احتكار القلة يوجد عدد قليل من المنتجين تكون لهم اليد الطولى فى التأثير على السوق. من ضمن هذه الفئة القليلة من المنتجين يكون لأحدهم، ربما أكبرهم حصة فى الأنتاج أو أكثرهم تأثيراً على الأسعار، التأثير الأكبر فى تحديد سعر البيع. ودائماً تكون المنشأة

التى تقود تحديد الأسعار هى أكبر المنشآت حجماً وحصة فى الأنتاج وذات تكاليف الأنتاج الأقل. فى هذه الحالة تتبع بقية منشآت الصناعية الأسعار التى تحددها المنشأة القائدة. وقد تتحدد قيادة السعر بعد حرب اسعار بين المنشآت لمنشأة واحدة تعتبر القائدة فى هذا المجال.

لكن بالرغم من ذلك فمن النادر أن تتخذ كل منشأة اسعارها بمفردها وأنما يحدد السعر بنوع من التفاهم بين المنشآت العاملة فى الصناعة دون أن يكون بينها أتفاقيات رسمية. فالمنشأة القائدة تحدد السعر بما يحقق لها تعظيم أرباحها. فى ضوء هذا السعر توفق المنشآت الأخرى أوضاعها بتحديد أنتاجها الذى يحقق لها الربح المناسب.

لكن قد يحدث أتفاق بين المنتجين فى الصناعة الواحدة لتسيير السوق بتحديد كمية الأنتاج أو تثبيت السعر أو تقسيم السوق لصالح كل المنشآت. فاذا تم هذا الأتفاق بصورة رسمية أو مكتوبة يسمى الأتفاق أتفاق أتحاد المنتجين CARTEL . أما اذا تم الأتفاق بصورة سرية وغير معلنة بين المنشآت فإنه يعرف بتواطوء المنتجين COLLUSION .

**تدريب(3)**



على ضوء دراستك للاسواق قارن بين الاسواق الآتية:
المنافسة الكاملة، المنافسة الاحتكارية، احتكار القلة، الاحتكار.

**أسئلة تقويم ذاتي**



- ما المقصود بتوازن احتكار القلة؟
- اشرح نموذجي توازن احتكار القلة؟
- متى تحقق المنشأة التوازن على المدى الطويل؟
- وضّح كيف تحدد السعر في أسواق إحتكار القلة؟

**نشاط**



، بامكانك القيام بدراسة ميدانية تعين فيها بعض المنشأت التي تمارس صوراً لاحتكار
ة وتحدد كيف حققت التوازن على المدى الطويل، وتطبق على النماذج التي درستها في
حدة ثم تستخلص دراسة واقعية تساعد على الفهم النظري لهذه الوحدة.

# الخلاصة

**عزيزي الدارس،** قد وصلنا إلى نهاية هذه الوحدة والتي جاءت بعنوان (المنافسة غير التامة) ولعله من المفيد ان نلخص أهم النقاط التي وردت فيها فتعال معنا لذلك.

بدأت الوحدة بتعريف مفهوم المنافسة غير التامة حيث بيّنا لك صور المنافسة غير التامة وهي المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة، وشرحنا لك الخصائص التي تميّز المنافسة الاحتكارية عن الاحتكار البحت والمنافسة. وقلنا أن توازن المنشأة في سوق المنافسة الاحتكارية في المدي القصير يختلف عن توازنها في المدى الطويل حيث ان المنشآة في المدى القصير لا تجد متسعاً من الوقت لتغيير حجم طاقتها وتستطيع تحقيق ارباح فوق العادية ولكن في المدى الطويل هذه الارباح فوق العادية تزول نتيجة لدخول منتجات جديدة في الصناعة أو توسع بعض المنشآت القائمة وزيادة كمية انتاج السلعة وزيادة العرض في السوق.

وفي جزء رئيس من الوحدة، تناولنا احتكار القلة حيث بينا لك الخصائص التي تميز سوق احتكار القلة عن سوق الاحتكار وعن سوق المنافسة وقلنا ان الايراد الحدي لمنشاة احتكار القلة يصعب تقديره لاعتماده على منحنى الطلب لمنتجات المنشاة. ونظراً لأن المنشاة المنافسة في سوق احتكار القلة تتفاعل بما يحفظ لها وضعها في السوق اذا زادت المنشاة أسعارها أو خفضت أسعارها، ونظراً لأن المنشأت المنافسة يمكن أن تتصرف بعدد كبير من الطرق فإن منحنيات الطلب للسلعة قد تكون عديدة مع حجم العرض أو الاسعار لكل منشاة لذلك لا يوجد نموذج واحد يحلل عليه موقف توازن المنشأة كما هو الحال في سوق المنافسة التامة أو الاحتكار التام.

تفادياً لصعوبات تحليل توازن احتكار القلة درج معظم علماء الاقتصاد على استخدام نموذجين لتحليل توازن احتكار القلة هما: نموذج منحنىالطلب المنكسر ونموذج قيادة السعر، وقلنا أن مفهوم نموذج منحنى الطلب المنكسر يقوم على ان السعر السائد في سوق المنافسة الاحتكارية يتعامل به كل المنتجون، فاذا زادت منشأة أسعارها علىالسعر السائد فإن المنشآت الأخرى لا تفعل ذلك وتتركه يتحمل النتائج. أما في حالة نموذج قيادة السعر فان سعر احتكار القلة يوجد به عدد قليل من المنتجين لهم اليد الطولى في التأثير على السوق ومن ضمن هذه الفئة من المنتجين يكون لأحدهم، ربما أكبرهم حصة في الانتاج أو أكثرهم تأثيراً على الأسعار، التأثير الاكبر في تحديد سعر البيع.

نأمل أن نكون قد وفقنا في تلخيص هذه الوحدة مع امنياتنا لك بالتوفيق والسداد،،،

# إجابات التدريبات

## تدريب (1)

1) تواجه المنشأة في ظل المنافسة الاحتكارية، مثلها في ذلك مثل المحتكر بمنحنى طلب ينحدر من أعلى إلى اسفل. ولذلك يمكن بيع وحدات أضافية فقط عند مستوى سعر منخفض. ولهذا يقع منحنى الايراد الحدى دائماً أسفل منحنى الطلب للمنشأة، التي تعمل في ظل المنافسة الاحتكارية. وتستطيع أي منشاة زيادة ارباحها بواسطة التوسع في كمية انتاجها، طالما ان الايراد الحدي يفوق التكلفة الحدية. ولهذا فالمنافس الاحتكاري سوف يخفض اسعاره ويتوسع في انتاجه إلى الحد الذي يتساوى عنده الايراد الحدى مع التكلفة الحدية.

2) الخصائص المميزة لسوق المنافسة الاحتكارية هي:

(أ) تنتج المنشات منتجات غير متجانسة.

(ب) انخفاض عوائق الدخول الى السوق والخروج منه.

(ج) كبر عدد المنشأت المستقلة المتنافسة.

## تدريب (2)

1) تؤكد النظرية الاقتصادية التقليدية بأن المنافسة الاحتكارية تعتبر غير كفوءة وذلك لأن:

(أ) السعر يرتفع عن التكاليف الحدية عند مستوى الانتاج الذي يحقق التوازن في الفترة الطويلة

(ب) متوسط التكاليف في الاجل الطويل لا يصل الى حده الأدنى.

(ج) تعمل على تشجيع الاعلانات بصورة مفرطة في بعض الاحيان.

ومع ذلك يرى بعض الاقتصاديين حديثاً بأن ذلك النقد ليس صحيحاً ووفقاً للرأى الاخير، فإن المنشات التي تعمل في ظل المنافسة الاحتكارية يكون لديها الحافز على:

أ- استغلال المنشات القائمة

ب- ان تقوم بالانتاج إذا أدى ذلك إلى زيادة قيمة الموارد المستخدمة.

ج- أن تعرض منتجات متنوعة.

2) إذا تعرف محتكرو القلة المتنافسون مستقلين تماماً عن منافسيهم فإنهم سوف يؤدون إلى تخفيض السعر الى مستوى تكاليف الانتاج. وبدلاً من ذلك إذا استخدموا التواطؤ للوصول الى تعاون تام. فإن السعر يرتفع الى المستوى الذي يطلبه المحتكر. وتقع المحصلة الفعلية بين هذين النقيضين.

3) ان حافزية البائع على خفض السعر هي مرونة الطلب على بضاعته كما درست في الوحدة الثانية .. إذا كان الطلب على السعر مرناً فإن بامكان البائع ان يزيد من ايراداته عن طريق خفض السعر.

**تدريب (3)**

| نوع السوق | عدد المنتجين | اختلاف السلعة | درجة التحكم في السوق | عراقيل الدخول في الصناعة | العلاقة بين السعر والتكاليف | الربح في المدى الطويل عند التوازن |
|---|---|---|---|---|---|---|
| المنافسة الكاملة | كبير | لايوجد أي اختلاف | لايوجد أي تحكم في السعر | لا توجد | P = MC | لا توجد |
| المنافسة الاحتكارية | كبير | يوجد بعض الاختلاف | يوجد بعض التحكم | لا توجد | P > MC | لا توجد |
| احتكار القلة | قليل | قد تكون متجانسة أو متشابهة | يوحد بعض التحكم | توجد بعض العراقيل | P > MC | ممكن أن يتحقق |
| الاحتكار | واحد | لا يوجد بدائل للسلعة | محدودة فقط بطلب السوق | توجد عراقيل | P > MC | ممكن ان يتحقق |

# مسرد المصطلحات

**المنافسة الاحتكارية :Monopolistic Competition**

سوق المنافسة الاحتكارية هو سوق يوجد به عدد كبير من البائعين(المنتجين) ينتجون سلعاً متشابهه ولكنها غير متجانسة.

**احتكار القلة Oligopoly**

سوق احتكار القلة سوق يوجد به عدد قليل من المنتجين تسيطر على الصناعة والسلع التي تنتج فيه تكون متجانسة.

**نموذج منحنى الطلب المنكسرKinked Demand Curve**

يقوم نموذج منحنى الطلب المنكسر على أن السعر السائد في سوق المنافسة الاحتكارية يتعامل به كل المنتجون. فاذا زادت منشأة أسعارها على السعر السائد فان المنشآت الاخرى لا تفعل ذلك وتتركه يتحمل النتائج.

**نموذج قيادة السعر Price Leadership**

يقوم نموذج قيادة السعر على ان المنشاة التي لها أكبر حصة في الانتاج أو الأكثر تأثيراً على الأسعار هي التي تقود تحديد الأسعار في السوق.

# المراجع


1- Boulding , **K.E.: Economic Analysis (vol .1)** :
**Microeconomics** . (4th ed.)1966 .
2- Glahe and Lee : **Microeconomics : Theory and Applications .**
3- Hanson **: A Textbook of Economics .**
4- Robinson : The **Economics of Imperfect Competition** .
London , 1954 .
5- Samuelson : **Economics** .
6- Stonier and Hague **: A Textbook of Economic Theory .**London**,** 1953**.**