مفهوم علم الاقتصاد والمشكلة الاقتصادية

م.م نعم عبد الحميد فواز

المقدمة

اشتق مصطلح علم الاقتصاد (Economics) من لفظ يوناني ويرجع تاريخياً إلى أرسطو،وهو مشتق من كلمتين يونانيتي الأصل هما (Oikos ايكوس) ومعناها المنزل و (نوموس Nomos) ومعناها تدبير وبذلك يكون معنى اللفظ اليوناني (تدبير المنزل) غير أن هذا لا يعني أن يونانيين القدماء هم الذين أسسوا علم الاقتصاد كعلم مستقل. حيث يتعلق علم الاقتصاد بصورة مباشرة بحياة الإنسان بشكل عام، إذ يساعد الطريقة التي ينسق بها المجتمع بين إمكانياته وحاجياته، فالإنسان سواء كان مستهلكاً أو منتجاً أو مستثمراً أو حتى من ضمن مجموعة متخذي القرار يواجه قضية اتخاذ قرارات اقتصادية مختلفة. حيث أن الموارد الإنتاجية محدودة وفي نفس الوقت فأن حاجيات الإنسان متجددة ومتعددة، وعليه تظهر الحاجة الماسة إلى الاقتصاد في استخدام هذه الموارد الاستخدام الأمثل لتحقيق وتلبية العديد من تلك الحاجات والرغبات. وتظهر أهمية علم الاقتصاد لحياة الإنسان في دراسة الفعاليات التي تتعلق بالإنتاج والتبادل بين الأفراد، كما يهتم علم الاقتصاد بدراسة اتجاهات الأسعار والإنتاج والاستهلاك ومستويات البطالة على مستوى الاقتصاد ككل، مع وضع الحلول المكنة لتصحيح مسار الاقتصاد، كما يهتم علم الاقتصاد في اختيار البدائل في حدود الموارد المحدودة، كما يهتم علم الاقتصاد بدراسة المال والفائدة والثروة وتوزيعها، كما يهتم علم اقتصاد بتنظيم العلاقات الاقتصادية بين الأفراد المجتمع وكذلك ينظم العلاقات الاقتصادية بين الدول.

مفهوم علم الاقتصاد

هناك أكثر من تعريف واحد لعلم الاقتصاد، تختلف فيما بينها من حيث الكلمات والشكل ولكنها تتشابه من حيث الجوهر والمضمون وبالتالي فان اختيار تعريف دون أخر لن يؤدي إلى نتائج مختلفة في التحليل وقد اخترنا التعريف التالي لأنه يبين بعض المفاهيم الاقتصادية الأساسية ويحدد الإطار العام لهذا الموضوع .

علم الاقتصاد : هو علم اجتماعي يعالج تحليل المشاكل المادية ويحدد الوسائل المختلفة التي يستطيع الأفراد عن طريقها إشباع رغباتهم في السلع والخدمات وذلك باستعمال الموارد المحدودة المتاحة لهم. أو انه العلم الذي يهتم بدراسة الكيفية التي يختار بها الأفراد والمجتمع الطريقة التي بواسطتها يستخدمون الموارد الإنتاجية النادرة لإنتاج السلع والخدمات المختلفة على مدى الزمن وتوزيعها للاستهلاك في الوقت الحاضر والمستقبل على مختلف الأفراد والجماعات في المجتمع.

النظرية الاقتصادية :

تعني النظرية بشكل عام مجموعة من التعريفات التي تبين معاني المصطلحات المستخدمة ومجموعة من الفرضيات الخاصة بظاهرة معينة يمكن من خلالها التوصل إلى استنتاجات تستخدم في تنبؤ بتصرف ظاهرة في المستقبل. ومجموع هذه النظريات يتكون العلم. والنظرية الاقتصادية لا تختلف عن غيرها من النظريات فهي تتكون من مجموعة من التعريفات الاقتصادية الخاصة بظاهرة اقتصادية معينة، وأن هدف النظرية هو محاولة سبب حدوث الظاهرة الاقتصادية وبالتالي التنبؤ بما ستكون عليه مستقبلاً، والاستفادة من ذلك في مواجهة الآثار المحتملة التي يتركها تطور الظاهرة والتحكم بها. والنظرية الاقتصادية لا يسلم بصحتها إلا بعد اختبار مدى ملائمتها للواقع الاقتصادي الذي ولدت فيه فكلما كانت نتائج هذه النظرية متوافقة مع الواقع كانت أكثر قبولاً. أما أذا كانت مختلفة في نتائجها فان ذلك يدفع إلى عدم قبولها ومن ثم أعادة صياغتها لجعلها تقترب من الواقع بدرجة اكبر مما

كانت عليه قبل هذه الصياغة، وهذا يجعل النظرية تتطور وبالتالي العلم ذاته والمعرفة عموماً.

الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي :

إن دراسة النظرية الاقتصادية يمكن أن تقسم على مجالين واسعين هما الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي، فالاقتصاد الجزئي يتعلق بمسائل الأفراد والمشاريع (المستهلكين والمنتجين) ويكون التركيز فيه على تكون الأسعار والمشكلة الأساس التي يعالجها هي تحديد الأسعار والكميات بقوى العرض والطلب، وهو يحاول تحديد ما الذي يجعل الفرد يشري إحدى السلع بدلاً عن الأخرى كونه مستهلكاً والذي يدفعه لإنتاج هذه السلعة أو تلك كونه منتجاً.

أما الاقتصاد الكلي فهو يعالج مشاكل الاقتصاد الوطني ككل أو جزء كبير منه، وأنه يتضمن دراسة الإنتاج الكلي والاستخدام الكلي والمستوى العام للأسعار ويحلل الإجراءات المالية والنقدية المختلفة كوسائل لاستقرار مستوى النشاط الاقتصادي ويفسر التضخم ويحلل أثر تغيرات معدل النمو الاقتصادي. وبشكل عام يتعلق الاقتصاد الكلي بالمتغيرات الكلية وأن موضوعه الأساس هو تحديد مستوى الدخل وتغيراته. حيث أن دراسة كمية تنتجها مؤسسة معينة تدخل ضمن الاقتصاد الجزئي أما دراسة كمية التي ينتجها المجتمع من كافة السلع والخدمات (الناتج القومي) فتدخل ضمن الاقتصاد الكلي وكذلك فان تحديد سعر سلعة معينة فانه من صميم الاقتصاد الجزئي أما ارتفاع أو انخفاض المستوى العام للأسعار فانه من صميم الاقتصاد الكلي.

طرق التحليل الاقتصادي :

يمكن صياغة التحليل الاقتصادي بالصور التالية :

1. الطريقة الوصفيةDescriptive Method

تتضمن هذه الطريقة تحليل الظواهر الاقتصادية بطريقة وصفية (لفظية) دون أن يكون هناك ربط دقيق بين الظواهر المختلفة وهذا النوع من التحليل قد يجعل الباحث عرضه لأخطاء التناقض المنطقي غير أن هذه الطريقة تكون مفيدة في تحليل العلاقات التي تصعب صياغتها بطريقة كمية.

2. الطريقة الرياضية Mathematical Method

تستخدم الطريقة الرياضية في التحليل الاقتصادي في تحديد العلاقات الدالية بين المتغيرات الاقتصادية لتلافي احتمال الوقوع في خطأ منطقي أذا ما استخدم المنطق اللفظي وحده في حالات تعدد المتغيرات الاقتصادية المستخدمة. وقد انتشر استخدام المنطق الرياضي في الاقتصاد في الوقت الحاضر غير أنه ينبغي ملاحظة أن الصياغة الرياضية للتحليل الاقتصادي لا تعني عدم أمكانية ترجمة الناتج التي يتم التوصل أليها في صورة لفظية بل تعني أن المنطق اللفظي لا يسمح بالتوصل لمثل هذه النتائج بالدقة التي توفرها الطريقة الرياضية. وأن العلم الذي يهتم بهذه الطريقة هو الاقتصاد الرياضي.

3. الطريقة القياسية Econometric Method:

وقد يكون هدف التحليل الاقتصادي أكثر من مجرد تحديد العلاقة الدالية بين المتغيرات الاقتصادية كما هو الحال في الاقتصاد الرياضي بل هو محاولة معرفة العلاقة الكمية التي تربط هذه المتغيرات بعضها ببعض ولتحقيق ذلك يستخدم الإحصاء والرياضيات في صياغة النظرية الاقتصادية، ويطلق على العلم الذي يتناول هذا النوع من التحليل بالاقتصاد القياسي. وقد أخذ هذا المنهج يتقدم

بشكل كبير نتيجة لاستخدام الآلات الحاسبة الالكترونية، وبموجب هذا التحليل يمكن اختبار النظرية الاقتصادية كمياً كما أن هذا التحليل يسمح بالتنبؤ بالقيم لأهم المتغيرات لرسم السياسة الاقتصادية.

علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى :

1. علاقة علم الاقتصاد بعلم السياسة :

هناك علاقة وثيقة بين وعلم الاقتصاد علم السياسة حيث كان اسمه القديم (الاقتصاد السياسي)، حيث أن معظم المشاكل الاقتصادية في الواقع ذات طبيعة سياسية وأن القرارات السياسية تحمل في طياتها نتائج اقتصادية فمشاكل الأرض وعقد الدين الداخلي وفرض الضرائب وتحديد الحد الأدنى للأجور واتخاذ إجراءات الأمن الاجتماعي كلها قرارات سياسية لكنها ذات نتائج وإبعاد اقتصادية، كما أنها في الواقع ظواهر اقتصادية ولكن اتخاذ القرار بشأنها لا يتم من قبل اقتصادي أنما من قبل سياسي، حيث تصوغ الدولة سياستها استناداً إلى تحليلات اقتصادية مبنية على توصيات مستشارون اقتصاديون لذلك تكون هناك علاقة وثيقة بين علم الاقتصاد وعلم السياسة.

2. علاقة علم الاقتصاد بعلم الإحصاء :

إن غالبية المتغيرات الاقتصادية كبيرة وقابلة للقياس والاقتصادي بحاجة ماسة إلى البيانات الإحصائية لتفسير الظواهر الاقتصادية. فأن أي دراسة اقتصادية معمقة تعتمد إلى حد كبير على الأساليب الدقيقة في جميع البيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها وتفسيرها. أن الاقتصادي يستعمل الأساليب الإحصائية المختلفة لمعرفة تطور الاقتصاد القومي كل أو تطور أحد القطاعات الاقتصادية وكذلك التنبؤ بمعدلات ونسب النمو في المستقبل، حيث أن استخدام الإحصاء ضروري لكشف العلاقة ودرجة الارتباط بين المتغيرات الاقتصادية المختلفة.

3. علاقة علم الاقتصاد بعلم الاجتماع :

إن بعض المشاكل الاقتصادية كانخفاض مستوى المعيشة للأفراد يقود إلى مشاكل اجتماعية لذا تكون هنالك علاقة بين علم الاقتصاد وعلم الاجتماع، وما دام علم الاقتصاد يتناول سلوك الإنسان عندما يحاول تحديد ماذا سيشتري ولماذا وكيف تكون ردود الفعل لديه عند اختلاف ظروف العمل وماذا يفعل المستهلكون بدخولهم العالية فان كل هذا ذو علاقة بعلم النفس. كما أن اتخاذ القرار من قبل المنتج أو المستهلك يكون له علاقة بالفلسفة وبشكل خاص بالأخلاق وبسبب كون الاقتصاد علم ينبغي أن تقوم دراسته على أساس المنطق.

4. علاقة علم الاقتصاد بعلم المحاسبة :

إن احد الوسائل لقياس كفاءة المشروع هي الربحية التجارية وهنا تتجسد العلاقة القوية بين الاقتصاد والمحاسبة، فالمحاسب لابد وأن يكون على معرفة بفحوى الأرقام التي يتعامل معها، فالمحاسب في مشروع معين مثلاً يتعامل مع أرقام التكاليف والإيرادات، حيث أن هنالك تكاليف صريحة وتكاليف ضمنية وأن هناك أنواع متعددة من التكاليف الكلية والحدية والمتوسطة وكذلك التكاليف الثابتة ومتغيرة. فالمحاسب يجب أن يعرف هذه المصطلحات لكي يتجنب الوقوع في الأخطاء. وهكذا يتضح أن هنالك علاقة وثيقة بين علم الاقتصاد وعلم المحاسبة، فالمحاسبة أداة مهمة لدراسة كفاءة المشروع ومسيرة الاقتصاد القومي الذي يتكون من مشروعات مختلفة.

المشكلة الاقتصادية The Economic Problem

1. طبيعة المشكلة الاقتصادية :

تظهر المشكلة الاقتصادية عندما يكون هناك طلب متزايد في استخدام الموارد لإشباع الحاجات والرغبات المتنوعة، وعندما يكون هناك موارد محدودة أو نادرة فعلى الأفراد أن يختاروا بين بعض الموارد وأن يضحوا بالبعض الأخر وهنا تظهر المشكلة الاقتصادية، وهذا يعني أن المشكلة الاقتصادية تنشأ بسبب أحساس الأفراد بوجود حاجات متعددة ومتجددة أي حاجات غير محدودة مع وجود وسائل إشباع المتمثلة بالموارد بكمية محدودة أو نادرة، وتكمن هذه المشكلة في كيفية توزيع هذه الموارد الإنتاجية المحدودة على النشاطات الإنتاجية أي أفضل طريقة ممكنة للحصول على أكبر قدر ممكن من السلع والخدمات الاستهلاكية.

خصائص المشكلة الاقتصادية :

1. الندرة :

تعد الندرة النسبية جوهر المشكلة الاقتصادية والمقصود بالندرة النسبية، ندرة وسائل الإشباع بالنسبة للحاجات، ووسائل الإشباع هي الموارد المتوفرة، وهذه الموارد مهما بالغنا في تقديرها تكون محدودة مقارنة بالحاجات المتعددة التي يرغب الإنسان في الحصول عليها. فالسلع والخدمات المعروضة في مجتمع معين تكون نادرة بالنسبة لحاجات الناس أليها ولهذا لا يستطيع الإنسان إشباع جميع حاجاته المتزايدة منها. فلا توجد موارد إنتاجية في العالم تكفي لإنتاج كل ما يحتاجه الناس من السلع لإشباع حاجاتهم. فلو لا ندرة الموارد لما كان هناك مشكلة استعمال عوامل الإنتاج ولما كان هناك حاجة لنظام الأسعار في المجتمع الرأسمالي، فالندرة هي الصفة المميزة للسلع الاقتصادية وأن الدليل على ندرة هذه السلع هو ضرورة بذل الجهد والمال لغرض الحصول عليها.

2 .الاختيار :

كثيراً ما يصاحب ندرة وسائل إشباع الحاجات وندرة الموارد الاقتصادية الاختيار في استعمال الموارد النادرة، فكثير من الموارد تتميز بالندرة النسبية مع وجود رغبات أو حاجات متعددة للأفراد، وهذه الحاجات بحاجة إلى موارد تشبعها، لذا فأن الأفراد في مثل هذا الوضع يكونون تحت ضغط الحاجة إلى الاختيار بين الحاجات الأكثر إلحاحاً التي تكون لها الأولوية في الإشباع وبين الحاجات الأقل إلحاحاً التي يمكن تحت ضغط ندرة الموارد التخلي عنها. ولما كان للأفراد دخول محدودة وجب عليهم الاختيار بين السلع البديلة عند أنفاق دخولهم، فمثلاً على الطالب أن يختار في أنفاق دخله بين شراء الملابس وبين شراء الكتب التي يحتاجها، فالأفراد يختارون بعض الأشياء على حساب الأشياء لأخرى، ولا يقتصر الاختيار في استعمال الموارد المحدودة فحسب بل أيضاً عند اتخاذ القرارات في كيفية أنتاج السلع والخدمات المرغوبة.

3 .التضحية :

إن توجيه الموارد النادرة ذات الاستعمالات البديلة نحو استعمال معين بقصد إشباع حاجة معينة يعني التضحية في إشباع الحاجات الأخرى، فإذا استخدم شخص كل الموارد لحصول على سلعة أو خدمة معينة يكون قد ضحى في سلعة أو خدمة أخرى، فمثلاً أذا استخدم الفرد كل موارده لحصول على دار له فسوف لا يبقى شيء لحصول على سيارة أو أثاث ....الخ.

المصادر

1- د. سامي السيد ، "مبادئ الاقتصاد "

2-د.عبد الكريم مهدي الحسناوي ،"مبادئ علم الاقتصاد"

3- د. محسن حسن المعموري،" مبادئ علم الاقتصاد "

4- د. رانيا محمود عبد العزيز عمارة ،" مبادئ علم الاقتصاد "

الحاجات الاقتصادية ، المفهوم والخصائص

م.م نعم عبد الحميد فواز الكبيسي

الحاجة هي رغبة الإنسان في الحصول على وسائل لازمة لوجود الإنسان أو للمحافظة عليه أو لتقدمه دون أن يلزم لقيامها أن يكون الإنسان حائزاً لتلك الوسائل ولكنها تفترض معرفة الإنسان بالغاية التي يسعى أليها وبالوسائل التي تسمح بتحقيق تلك الغاية.

وللحاجة أي كان موضوعها ثلاثة عناصر وهي :

1 .أحساس بالألم (كالجوع أو العطش مثلاً).

2 .معرفة الوسيلة لإطفاء هذا الألم.

3 .الرغبة في استخدام هذه الوسيلة لإزالة هذا الإحساس.

وليس كل حاجة تدخل في موضوع علم الاقتصاد، فالحاجة إلى النوم أو إلى الراحة ليست حاجات اقتصادية والاقتصادي لا يهتم بالحاجة ذاتها وإنما يهتم بنتائجها الاقتصادية.

خصائص الحاجات الاقتصادية :

ذكرنا أن الحاجة هي حالة نفسية أساساً يشعر الفرد بمقتضاها بميل نحو شيء ما من أجل القضاء على أحساس بالألم. ولا يكفي لجعل ذلك الإحساس حاجة اقتصادية فلكي ينقلب إلى حاجة اقتصادية لابد من توفر بعض الخصائص منها :

أ. قابليتها للتعدد :

الحاجة تتعدد مع تقدم الحضارة والحاجة متطورة ومتعددة. فهناك سيل من السلع الجديدة لم تكن معروفة فالحاجات الجديدة تظهر بشكل محدود في البداية لارتفاع سعرها لكن بعد التوسع في الإنتاج وانخفاض السعر يؤدي إلى انتشارها في متناول كل الفئات الاجتماعية على سبيل المثال السيارة.

ب. قابلية الحاجة للإشباع :

الحاجة قابلة للإشباع في فترة زمنية معينة، فعند تناول الطعام الغداء لا يعني أن الفرد سوف لن يتناول طعام العشاء لأنه وصل حالة الإشباع عند الغداء. وفيما يخص الحاجة إلى النقود، النقود لا

تشبع حاجة بشرية بحد ذاتها بل هي وسيلة للحصول على السلع والخدمات التي تشبع حاجة بشرية. ولما كانت الموارد نادرة فأن إشباع الحاجات البشرية غير ممكنة وبالتالي لا يمكن إشباع الحاجة إلى
النقود.

ج. تعدد وسائل إشباع الحاجة :

فالحاجة الواحدة لها وسائل متعددة لإشباعها، أي هناك أمكانية الإحلال عند إشباع الحاجة الواحدة، فالإحلال يتم عندما لا يقدر المرء على شراء السلعة لان سعرها مرتفع ودخله محدود وبالتالي يلجأ إلى البدائل التي تعد سلعاً من نوعية رديئة.

ويمكن تصنيف الحاجات من الناحية التاريخية إلى حاجات بيولوجية وهي حاجات تولد مع الإنسان وتسمى بالحاجات الأولية كالغذاء والسكن والكساء، وحاجات حضارية تنشأ مع تطور الإنسان كالحاجة إلى التعليم والحاجة إلى المواصلات حديثة ووسائل ترفيهية.

كما يمكن تصنيف الحاجات من حيث الطبيعة إلى حاجات مادية كالمسكن والملبس والغذاء وحاجات غير مادية كتعليم والثقافة والعناية الصحية.

السلع Goods:

أن السلع مصطلح استخدم من قبل الاقتصاديين للأشياء التي يحتاجها الناس لإشباع حاجاتهم الإنسانية هو (السلع). أن كلمة السلع تتضمن جميع الأشياء المفيدة، والشيء يكون مفيداً من وجهة نظر الاقتصاديين أذا حقق منفعة وكان مرغوباً به من قبل الفرد. والأكثر من ذلك أن الشيء يكون سلعة حتى لو لم يشبع من الناحية العملية رغبة الفرد. ويمكن تقسيم السلع إلى مجموعتين :

أولا: السلع الحرة Free Goods:

وهي السلع التي تكون في وقت معين ومكان معين متوفرة بكميات غير محدودة مثل الهواء والماء وضوء الشمس (في ظروف معينة) وتكون هذه السلع في المجتمع الاقتصادي قليلة عادةً والأفراد يحصلون على هذه السلع مجاناً، أو من الناحية العملية يحصلون عليها دون جهد أو مقابل، وهذه السلع خارج نطاق علم الاقتصاد.

ثانيا : السلع الاقتصادية Economic Goods:

يطلق مصطلح السلع الاقتصادية على السلع التي تتصف بأنها مرغوبة وبالتالي تتوفر فيها صفة المنفعة، وتكون نادرة بالنسبة للطلب عليها، والندرة يمكن أن تكون طبيعية كمحدودية المعادن والموارد أو ندرة نتيجة محدودية القابليات الفنية أو ندرة مصطنعة كالاحتكار أو نتيجة العادات وتقاليد، بالإضافة أن يكون مالك السلعة يمكنه تحويلها أو نقلها إلى شخص أخر.

أي أن السلع الاقتصادية تتميز بالمنفعة والندرة والقابلية على الانتقال أو التحويل، وهذا النوع من السلع هي التي يتناولها علم الاقتصاد بالدراسة، فهناك بعض الأشياء تتميز بالمنفعة والندرة ولكنها لا تنتقل من شخص إلى أخر لذلك لا تعتبر سلع اقتصادية، مثل المهارة فأنها تتصف بالمنفعة (مادامت مرغوبة) وبالندرة (لأنها موجودة بكميات محدودة) لكنها غير قابلة للانتقال. لذا فأن القابلية الشخصية بجميع أنواعها الطبيعية أو مكتسبة لا تعد سلع اقتصادية بسبب عدم قابليتها للانتقال.

فلو كانت المهارة أو الخبرة تنتقل لشعر المجتمع بخسارة أقل لفقدانه لشخص أو لعالم مهم في المجتمع وذلك لأنه يمكن الاستفادة من مزاياه لفترة طويلة بعد وفاته، لكن الواقع غير ذلك فالمهارة ترتبط بالشخص نفسه ولا يمكن فصلها عنه والسلع الاقتصادية نوعان :

السلع الاقتصادية المادية كالثروة, وسلع اقتصادية غير المادية كالخدمات، فالخدمات هي الأشياء التي تمتلك منفعة ونادرة ويمكن تحويلها (مبادلتها) لكنها غير مادية فالخدمة الطبية أو الهندسية هي نافعة وممكن نقلها أو تحويلها. أما الثروة فلها دور مهم في الحياة الاقتصادية وأن علم الاقتصاد يعرف من قبل بعضهم بأنه علم الثروة.

الفعاليات الاقتصادية :

في محاولة لإشباع حاجاتنا المتعددة نكون عادة مجبرين لان نقتصد وعملية الاقتصاد هي محاولة الانتفاع من الوسائل النادرة لإشباع حاجاتنا. وعند عملية الاقتصاد هذه تحصل بعض الفعاليات

الاقتصادية التي يمكن تقسيمها إلى ما يلي :

1.الانتاج Production :

الإنتاج هو خلق المنفعة أو زيادتها، أي أنه خلق منفعة من حيث لم يكن لها وجود من قبل أو إضافة منفعة إلى شيء يحتوي قدر معين منها، حيث أن أية عملية من شأنها أن تسهم في تحقيق نفع معين في إشباع حاجات الإنسان بصورة مباشرة أو غير مباشرة تعد أنتاجاً، وعناصر أو عوامل الإنتاج الأساسية هي (العمل والأرض ورأس المال والتنظيم)، فعندما يزرع الفلاح قمحاً يكون هناك أنتاج وعندما يحول العامل المواد الأولية إلى سلع يكون هناك أنتاج أيضاً.

ومن الناحية العملية لا شي يؤكل أو يلبس أو يستعمل يأتي مباشرة من الطبيعة، فخبز مثلاً وهو نتيجة نهائية لسلسلة طويلة من العمليات الإنتاجية، تبدأ بزراعة القمح وتمر بطحنه وخبزه ثم نقله وتسويقه للمستهلكين. فالعملية تملأ الفجوة بين الموارد الطبيعية الأصلية وحاجات المستهلك النهائي هي الإنتاج، فالإنتاج يتضمن أي فعالية يجعل السلع والخدمات متوفرة للناس، وتوقف مقدار الإنتاج في أي بلد على مدى وكيفية استعمال الموارد المتوفرة فيه والطرق الفنية والتنظيمية المستخدمة في الإنتاج.

2. التبادل Exchange :

بعد الإنتاج هناك مشكلة وضع المنتجات التي تم انتاجها بأيدي أولئك الذين يستخدمونها، وفي عالم الاقتصاد بعد التخصص في العمل لم يعد هناك وجود للأشخاص المكتفين ذاتياً، أي ينتجون كل ما يحتاجون أليه من سلع وخدمات، فكل فرد يقوم بمبادلة السلع الفائضة لديه بسلع أخرى يحتاجها، وتستخدم النقود كأداة لتبادل للحصول على السلع والخدمات.

3.التوزيع Distribution :

يقصد بالتوزيع في التحليل الاقتصادي تقسيم القدرة الشرائية (الدخل) بين المساهمين في عملية الإنتاج، أي توزيع الدخل القومي بين أصحاب عناصر الإنتاج التي استعملت في خلق الناتج القومي.

وهذا التقسيم يكون على شكل مدفوعات كالأجور على العمل وريع على الأرض وفائدة على رأس المال وربح على التنظيم، وهذا النوع من التوزيع يدعى بالتوزيع الوظيفي وذلك لان توزيع الدخل للعامل الإنتاجي يكون حسب نوع وظيفته أو حسب أسهامه في الإنتاج الكلي. وان

التوزيع الوظيفي يختلف عن التوزيع التسويقي والمقصود به حركة المنتجات من المنتج إلى المستهلك النهائي وهذا النوع من التوزيع جزء من العملية الإنتاجية. ويثار سؤال كيف يتم توزيع الإنتاج كحصة لعامل الإنتاجي، يكون الجواب لمثل هذا السؤال أن العامل الإنتاجي يكافئ وفق مقدار إسهامه في الناتج الكلي، ويقاس الإسهام الاقتصادي لكل عامل من خلال أن قيمة العمل والأرض ورأس المال تتحدد وفق العرض والطلب اللذان بدورهما يحددان الأسعار المدفوعة لاستعمالهما، أما الربح فأنه يتحدد المخاطرة التي يتعرض لها مالك المشروع.

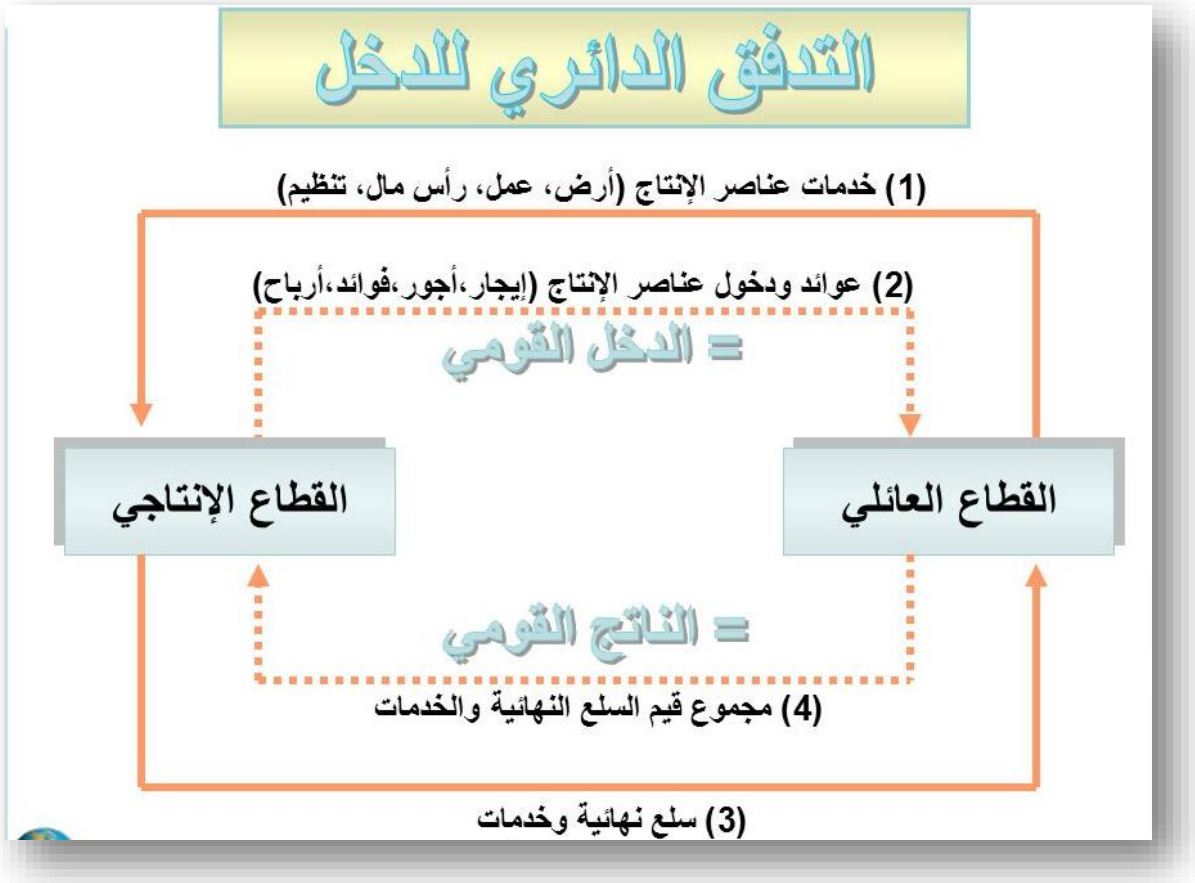
4.الاستهلاك Consumption :

الاستهلاك هو الهدف النهائي للعملية الإنتاجية، ويتمثل بالانتفاع من السلع والخدمات لإشباع حاجات الأفراد، ويتوقف الطلب على السلعة أو الخدمة لغرض الاستهلاك على مدى قدرتها للإشباع حاجات الأفراد.

ويتم التعبير عن الطلب السلع للاستهلاك بالنقود. فرغبة الأفراد في الاستهلاك وحدها لا تكفي في تحفيز المنتجين للإنتاج ما لم تكن مصحوبة بقدرة شرائية. فالأفراد يعبرون عن طلبهم في الأسعار التي يكونون قادرين على دفعها وان زيادة طلب الأفراد على الاستهلاك في سلعة معينة سيؤدي إلى ارتفاع سعرها وهذا سيؤدي إلى تشجيع المنتجين على الإنتاج هذه السلعة وهذا يدعى بنظام سيادة المستهلك.

ويمكن تمثيل الفعاليات الاقتصادية السالفة الذكر بنموذج مبسط بين التدفق الدوري الاقتصادي، وفيه يمثل مصطلح الأشخاص جميع أولئك الذين يواصلون النشاط الاقتصادي بتقديم الموارد الإنتاجية (عوامل الإنتاج) مقابل الحصول على الدخول النقدية التي يحصلون عليها من المشروعات والتي بدورهم ينفقونها على السلع والخدمات الاستهلاكية المنتجة من هذه المشروعات. أما مصطلح مشروعات فيمثل بالوحدات الإنتاجية (المؤسسات) التي تقوم بجمع عوامل الإنتاج باعتبارها مدخلات وتحويلها إلى مخرجات بشكل سلع وخدمات. التي ينفق الأفراد دخولهم النقدية عليها.

العملية الاقتصادية



ويلاحظ من الشكل أعلاه أن هناك تيارين متعاكسين هما:

أ. **التيار الحقيقي real flow:** هو تيار عوامل الإنتاج من الأشخاص إلى المشاريع وبعد أن تتحول هذه العوامل في المشاريع إلى سلع وخدمات تعود إلى الأشخاص.

ب. **التيار النقدي monetary flow** : هو تيار يبدأ من المشاريع إلى الأشخاص (المشاريع تشتري عوامل الإنتاج من الأشخاص) ثم تعود النقود من الأشخاص إلى المشاريع (الأشخاص يشترون السلع والخدمات من المشاريع).

المصادر

1- د. سامي السيد ، "مبادئ الاقتصاد "

2-د.عبد الكريم مهدي الحسناوي ،"مبادئ علم الاقتصاد"

3- د. محسن حسن المعموري،" مبادئ علم الاقتصاد "

4- د. رانيا محمود عبد العزيز عمارة ،" مبادئ علم الاقتصاد "

الطلب

المفهوم ، المرونات

م.م نعم عبد الحميد فواز

أولاً : معنى الطلب

يعرف الطلب هو مقادير من سلعة معينة التي يمكن أن تشتري من قبل الأفراد بأسعار معينة ووقت معين، لذا فأن الطلب هو عبارة عن جدول بالكميات الكلية التي يكون المستهلكون مستعدين لشرائها بأسعار معينة خلال فترة زمنية معينة.

والطلب يتكون من عنصرين:

1. عنصر ذاتي وهو الممثل بالرغبة.
2. عنصر موضوعي وهو الممثل بالقدرة على الشراء.

أي لكي يكون هناك طلب يجب أن تكون الرغبة المصحوبة بالقدرة الشرائية، وهذا يعني أن الرغبة غير مصحوبة بالقدرة الشرائية لا تعد طلباً. فالرغبة وحدها لا تكفي في الحصول على السلع وتكون طلباً فعالاً. كذلك القدرة وحدها لا تكفي لكي يكون هناك طلب يجب أن يصاحب الرغبة قوة شرائية.

قانون الطلب The Law Of Demand

قانون الطلب هو علاقة عكسية بين متغيرين، السعر من ناحية والكمية المطلوبة من ناحية أخرى، فكلما انخفض سعر سلعة ما كلما ازدادت الكمية المطلوبة من هذه السلعة، وكلما ارتفع سعر السلعة كلما انخفضت الكمية المطلوبة منها، مع بقاء الأشياء الأخرى على ثابتة. ويلاحظ أن العلاقة بين السعر من ناحية والكمية المطلوبة من ناحية أخرى، أي أن الكمية المطلوبة لا تتأثر بغير سعر السلعة نفسها، أي أنها لا تتغير بغير ذلك من المتغيرات الأخرى كأسعار السلع الأخرى (البديلة والمكملة) والدخل النقدي وأذواق المستهلك وتفضيلاته وتوقعاته والتي تعد ثابتة (بعبارة بقاء الأشياء الأخرى على حالها) رغم أنها غير ثابتة لذا فأن العلاقة بين السعر وكمية المطلوبة هي علاقة يؤثر بها السعر كونه متغير مستقل على كمية المطلوبة كونها متغير تابع وليس العكس.

لكننا نفترضها ثابتة لكي نعرف تأثير سعر السلعة نفسها على الكمية المطلوبة منها, بالتالي نريد أن نعزل تأثير العوامل الأخرى، ولهذا السبب نفترضها ثابتة وحسب قانون الطلب فأن الكمية سوف تتغير باتجاه المعاكس لاتجاه التغير بالسعر.

جدول الطلب Demand Schedule :

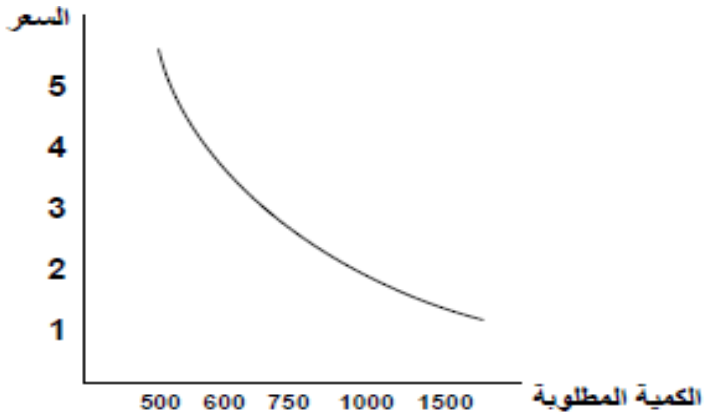
جدول طلب الفرد في شرائه من سلعة معينة بأسعار مختلفة, أي هو عبارة عن قائمة بالأسعار والكميات والجدول أدناه يبين جدول طلب الفرد.

سعر السلعة (س) بالدينار	الكمية المطلوبة من السلعة (س) (بالوحد
1	1500
2	1000
3	750
4	600
5	500

ويلاحظ من الجدول العلاقة العكسية بين متغيرين السعر والكمية، حيث أنه كلما ارتفع السعر قلت الكمية المطلوبة، ويقرأ جدول الطلب أعلاه عندما ارتفع السعر من دينار واحد إلى دينارين انخفضت الكمية المطلوبة من 1500 وحدة إلى 1000 وحدة وعندما ارتفع السعر إلى (3) دنانير انخفضت الكمية المطلوبة إلى 750 وحدة وهكذا. يتضح من ذلك أن السعر يؤثر على الكمية المطلوبة تأثيراً عكسياً، إذ كلما كان السعر مرتفع كلما كانت الكمية المطلوبة من السلعة المشترات أقل و بالعكس كلما كان السعر أقل كلما كانت الكمية المطلوبة أكبر. وهذه العلاقة العكسية بين السعر وكمية المطلوبة يمكن ملاحظتها من انحدار منحى الطلب انحداراً سالباً

منحنى الطلب

هو بناء افتراضي يبين كم هو عدد الوحدات من سلعة معينة التي يرغب المستهلك بشرائها خلال فترة زمنية معينة بكل الأسعار الممكنة مفترضين بقاء أسعار السلع الأخرى والدخل النقدي للمستهلك دون تغير. أي أنه عرض العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة التي ظهرت في جدول الطلب على شكل منحني بياني.



وإذا ما قيست الكمية المطلوبة على المحور السيني (الأفقي) والتي تبدأ من 500 وحدة إلى 1500 وحدة وقيس السعر على المحور الصادي (العمودي) والذي كان مرتفعاً من دينار ولغاية 5 دنانير، ومقابل كل سعر معين اشرنا الكمية المطلوبة من السلعة (س) التي يرغب المستهلك في شرائها. وبذلك نحصل على نقاط يمثل كل منها الكمية المشترات من السلعة (س) في سعر معين.

وعندما نصل هذه النقاط نحصل على منحنى الطلب، وشكل السابق يوضح العلاقة العكسية بين السعر والكمية المطلوبة، حيث نجد أن منحنى الطلب ينحدر من أعلى اليسار إلى أسفل اليمين، أي انحداره سالب، أن انحدار منحنى الطلب بهذا الشكل يدل على أنه كلما انخفض سعر سلعة معينة ارتفعت الكمية المطلوبة منها والعكس بالعكس، ولتفسير العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة من سلعة معينة وسعر تلك السلعة يوجد سببان هما:

الأول: في حالة ارتفاع سعر السلعة (مع افتراض ثبات الدخل النقدي)، ففي هذه الحالة يقوم المستهلك بشراء هذه السلعة بكمية أقل من السابق لان دخله الحقيقي قد انخفض ويحدث العكس في حالة انخفاض السعر (مع افتراض ثبات الدخل النقدي) فأن المستهلك سيشتري المزيد منها لان انخفاض السعر يعني ارتفاع الدخل الحقيقي وهذا يطلق عليه اصطلاح أثر الدخلIncome Effect

الثاني : في حالة ارتفاع سعر السلعة (مع بقاء أسعار السلع البديلة ثابتة) يجعل هذه السلع تصبح ارخص نسبياً من السلعة التي ارتفع سعرها، لذا فأن المستهلك يقلل من استهلاكه لسلعة التي ارتفع سعرها ويزيد من طلبه لسلعة المنخفضة السعر، أما في حالة انخفاض سعر السلعة (مع بقاء أسعار السلع البديلة ثابتة)

فأن السلع البديلة ستصبح أغلى نسبياً من السلعة التي انخفض سعرها لذا فأن المستهلك يحاول الحصول على المزيد من هذه السلع المنخفضة السعر والتقليل من السلع الأخرى. وهذا ما يطلق عليه باصطلاح أثر الإحلال Substitution Effect

استثناءات قانون الطلب :

1. **استثناء جيفن Giffen Paradox :** نسبة إلى الاقتصادي الانكليزي روبرت جيفن الذي لاحظ أنه عندما ترتفع أسعار البطاطا فأن أصحاب الدخول المنخفضة (العوائل الفقيرة) تشتري المزيد منها، وقد فسر هذه الظاهرة بأن ارتفاع أسعار البطاطا يجعل هذه العوائل أكثر فقراً لانخفاض دخلهم الحقيقي وعندما يرتفع السعر فأنهم يقللون من استهلاكهم للحم ذي السعر المرتفع ويعوضون ذلك النقص بشراء كمية أكبر من البطاطا رغم ارتفاع أسعارها، لأنهم يعيشون على البطاطا في الدرجة الأولى وعندما يرتفع سعرها يجدون أنفسهم مضطرين على زيادة الإنفاق النقدي عليها لشراء كمية معينة.

2. **استثناء سلع المباهاة أو سلع الاستفزاز :** ويتصل هذا الاستثناء بدخول الأغنياء المرتفعة تجاه بعض السلع التي تكون موضوع تفاخر أو مباهاة مثل الجواهر الثمينة والأثريات فعندما يرتفع سعر هذه السلع يزداد الطلب عليها وبالعكس يقل الطلب عليها عندما ينخفض سعرها بسبب فقدانها لعنصر الاستفزاز.

3. **استثناء عنصر التوقعات :** ويحصل في حالة الظروف غير اعتيادية التي يمر بها الاقتصاد فعندما يتوقع بعض الأفراد ارتفاع أسعار بعض السلع سيؤدي إلى زيادة الطلب على هذه السلع والخدمات ويحدث العكس عندما تنخفض الأسعار ويتوقع أفراد المجتمع أنها ستنخفض أكثر سيقللون الطلب عليها لأنهم يتوقعون انخفاض أسعارها.

ثانياً : العوامل المحددة للطلب :

تتأثر الكمية المطلوبة من سلعة ما بعدد من العوامل يمكن أجمالها في ما يلي :

1. **الأسعار :** تمارس الأسعار على الكميات المطلوبة من سلعة ما تأثيراً مختلفاً وكما يأتي :

أ. سعر السلعة نفسها : في الظروف الاعتيادية كلما ارتفع سعر السلعة انخفضت الكمية المطلوبة منها والعكس بالعكس.

ب. أسعار السلع البديلة : هناك العديد من السلع التي يمكن أن تحل أحداها محل الأخرى في إشباع نفس الحاجة ولهذا تؤثر أسعار بعض السلع على الكمية المطلوبة من بعضها الأخر. فإذا ارتفع سعر الشاي مثلاً ارتفاعاً كبيراً فأن ذلك يؤدي إلى أحلال القهوة بدلاً من الشاي فيزداد الطلب على القهوة أذا بقى سعرها ثابتاً لأنها ستكون ارخص نسبياً من الشاي وبهذا فأن العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة معينة وأسعار السلع المنافسة هي علاقة طردية.

ج. أسعار السلع المكملة : السلع المكملة هي السلع التي يجب شرائها جنباً إلى جنب مع السلع الأخرى، مثل السيارة والبنزين والشاي والسكر فلا يمكن استخدام السيارة بدون بنزين، فالبنزين يعد سلعة مكملة للسيارة. فإذا ارتفع سعر أحداهما فأن الطلب سينخفض على السلعة الأخرى أي أن العلاقة بينهما عكسية، أي أن أذا ارتفع سعر البنزين تنخفض الكمية المطلوبة من السيارات.

2. الدخل :

تتأثر الكمية المطلوبة من قبل المستهلك بالتغيرات التي تحصل في دخله أيضاً، فإذا ارتفع دخل المستهلك فأن ذلك سيدفعه إلى أن يزيد من أنفاقه، أي ستزداد الكمية المطلوبة من السلع، أي أن العلاقة بين الدخل والكمية المطلوبة هي علاقة طردية، وبالعكس أذا انخفض دخل المستهلك فأن الكمية المطلوبة ستنخفض، فأن المستهلك سيقلل من طلبه على السلع عموماً وعلى بعض السلع بشكل خاص.

3. التوقعات:

فإذا توقع المستهلك أن سعر سلعة ما سيرتفع فأن هذا التوقع سيدفعه إلى زيادة طلبه عليها، ويحدث العكس أذا ما توقع بأن الأسعار ستنخفض فأنه يقلل طلبه من هذه السلعة أي أن العلاقة طردية بين المتغيرين.

4. تغير ذوق المستهلك :

تتأثر الكمية المطلوبة من سلعة معينة بتغير رغبة المستهلك في الحصول عليها أيضاً. فالمستهلك يمكن أن يزيد من طلبه لسلعة معينة بسبب تغير ذوقه نتيجة ظهور سلعة جديدة، ويتم التأثير وتغير أذواق المستهلكين عن طريق الدعاية والإعلان. وفي ضوء ما تقدم يمكن التعبير عن العلاقة بين الكمية المطلوبة والعوامل المؤثرة فيها بالصورة الدالية التالية

4

$$Q = F (P , P- , Y , T)$$

حيث أن :

الكمية المطلوبة. : Q

سعر السلعة نفسها. : P

أسعار السلع البديلة والمكملة. : P

الدخل النقدي. : Y

أذواق المستهلك. : T

أي أن الكمية المطلوبة دالة لسعر السلعة وأسعار السلع الأخرى والدخل والذوق.

ثالثاً : مرونة الطلب Elasticity Of Demand

المرونة بشكل عام هي درجة استجابة المتغير التابع للتغير الحاصل في المتغير المستقل. وفي الاقتصاد يستخدم مصطلح المرونة لقياس درجة استجابة متغير اقتصادي تابع للتغير في متغير اقتصادي مستقل. أما مرونة الطلب فهي تشير إلى درجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة معينة للتغير في المتغيرات المستقلة المؤثرة في هذه الكمية وهي السعر أو الدخل أو أسعار السلع الأخرى. ويمكن التميز بين ثلاثة أنواع من المرونة

- مرونة الطلب السعرية.
- مرونة الطلب الدخلية.
- مرونة الطلب المتقاطعة (التبادلية).

1. مرونة الطلب السعرية Price Elasticity Of Demand

هي درجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة معينة للتغير في سعرها وتقاس هذه المرونة كما يأتي :

$$\text{مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة}}{\text{التغير النسبي في السعر}}$$

$$\text{أو} = \frac{\dfrac{\text{التغير في الكمية المطلوبة}}{\text{الكمية المطلوبة}}}{\dfrac{\text{التغير في السعر}}{\text{السعر}}}$$

$$Edp = -\frac{\frac{\Delta Qd}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{Q} \cdot \frac{P}{\Delta P}$$

$$Or = \frac{(Q2-Q1)/Q1}{P2-P1/P1}$$

$$= -\ \Delta Qd/\Delta P\ .\ P/Q$$

Ed: مرونة الطلب السعرية

Q: الكمية المطلوبة

P: سعر السلعة

وتجدر الإشارة أن مرونة الطلب السعرية تكون دائماً سالبة وذلك لان العلاقة عكسية بين الكمية المطلوبة والسعر حسب قانون الطلب.

درجات مرونة الطلب السعرية :

أن درجة استجابة الكمية المطلوبة للتغيرات في السعر يمكن أن تكون كبيرة، فيقال في هذه الحالة أن الطلب مرن أو تكون صغيرة فيكون غير مرن، أو تكون درجة الاستجابة متكافئة وبهذا يكون الطلب أحادي

المرونة، أو أن لا تكون هناك أية استجابة فيكون الطلب عديم المرونة أو أن تكون درجة الاستجابة لا نهائية فيكون الطلب لا نهائي المرونة ومما تقدم أن المرونة تتراوح بين صفر وما لانهاية.

1. الطلب المرن Elastic demand :

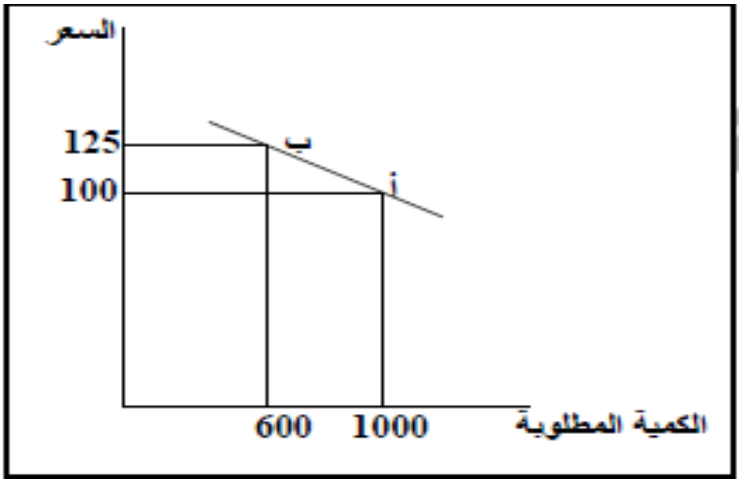
ونقصد به أن الكمية المطلوبة من سلعة معينة تتغير بنسبة أكبر من التغير الحاصل في سعرها، أي عندما يرتفع السعر وتنخفض الكمية المطلوبة بنسبة أكبر من نسبة ارتفاع السعر أو ينخفض السعر وتزداد الكمية المطلوبة بنسبة أكبر من نسبة انخفاض السعر ويكون معامل المرونة أكبر من الواحد.

مثال : أذا ارتفع سعر سلعة معينة من (100) دينار إلى (125) دينار وأدى هذا الارتفاع في السعر إلى انخفاض في الكمية المطلوبة من (1000) وحدة إلى (600) وحدة فالمرونة تحسب كما يلي:

$$Ed = (Q2-Q1)/Q1) \,/\, (P2-P1/P1)$$

$$= \frac{\frac{600-1000}{1000}}{\frac{125-100}{100}} = \frac{\frac{-400}{1000}}{\frac{25}{100}} = \frac{-400}{1000} * \frac{100}{25} = \frac{-40000}{25000} = -1.6 = |1.6|$$

وفي هذه الحالة يقال أن الطلب مرن، وذلك لان التغير النسبي في الكمية المطلوبة (40 %) كان أكبر من التغير النسبي في السعر (25 %) أي أن استجابة الكمية المطلوبة لارتفاع السعر كانت كبيرة نسبياً (أكبر من الواحد). ويمكن تمثيل الطلب المرن بيانياً كما يأتي :



2. الطلب غير المرن Inelastic demand

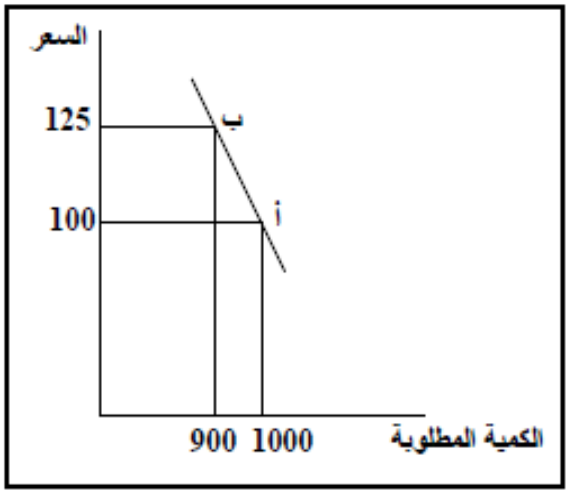
حيث تتغير الكمية المطلوبة من سلعة معينة بنسبة أقل من التغير الحاصل في السعر، أي عندما يرتفع السعر وتنخفض الكمية المطلوبة بنسبة أقل من نسبة ارتفاع السعر، أو ينخفض السعر وتزداد الكمية المطلوبة بنسبة أقل من نسبة انخفاض السعر، ويكون أقل من الواحد، ويكون منحنى الطلب غير المرن شديد الانحدار.

وفي مثالنا السابق أذا كان ارتفاع السعر من (100) إلى (125) يؤدي إلى تخفيض الكمية المطلوبة من (1000) وحدة إلى (900) وحدة فان الطلب يكون غير مرن. وهذا يعني أن ارتفاع السعر بنسبة (25 %) أدى إلى انخفاض الكمية المطلوبة بنسبة (10 %) فقد. وأن مرونة الطلب في هذه الحالة تكون (0.4) بالقيمة المطلقة.

$$Ed = (Q2-Q1)/Q1) \,/\, (P2-P1/P1)$$

$$= \frac{\frac{900-1000}{1000}}{\frac{125-100}{100}} = \frac{\frac{-100}{1000}}{\frac{25}{100}} = \frac{-100}{1000} * \frac{100}{25} = \frac{-10000}{25000} = -0.4 = |0.4|$$

ويمكن تمثيل الطلب غير المرن بيانياً كما يأتي :

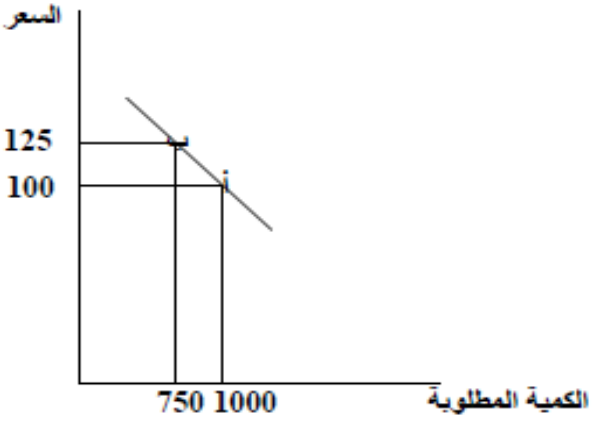


الطلب أحادي المرونة

يكون الطلب أحادي المرونة عندما تتغير الكمية المطلوبة بنفس نسبة التغير في السعر وتكون مرونته واحد صحيح.

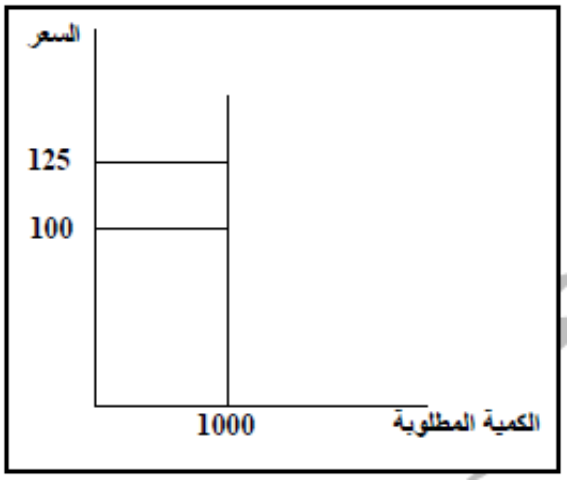
وفي مثالنا السابق أذا أدى ارتفاع السعر من (100) إلى (125) إلى انخفاض الكمية المطلوبة من (1000) إلى (750) فان الطلب في هذه الحالة يكون أحادي المرونة لان التغير النسبي في الكمية المطلوبة كان (25 %) وهو مساوي للتغير النسبي في السعر. ويمكن تمثيل الطلب أحادي المرونة بالشكل البياني التالي :

8



4.الطلب عديم المرونة Perfectly Inelastic:

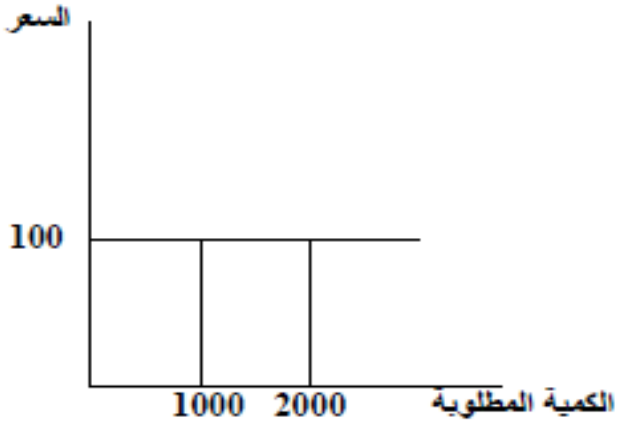
يحدث عندما يكون التغير في السعر لن يؤدي إلى أي تغير في الكمية المطلوبة ويكون معامل المرونة يساوي صفر، ويحدث عندما يشتري المستهلكون نفس الكمية من سلعة معينة مهما تغير سعرها مثال على ذلك الأدوية، ويمكن تمثيل منحنى طلب عديم المرونة في الشكل التالي:



5. طلب لا نهائي المرونة Perfectly elastic :

يعتبر الطلب لا نهائي المرونة أذا كان تغيراً طفيفاً جداً في السعر يؤدي إلى تغير لا نهائي في الكمية المطلوبة، أي أن المستهلكون مستعدين لشراء كل ما يستطيعون شراءه من سلعة معينة عند السعر السائد ولا يوافقون على شراء أي مقدار منها بسعر أعلى، حيث يكون منحنى الطلب موازياً للمحور السيني والذي تكون مرونته لا نهائية والسعر يبقى ثابتاً لا يتغير ولكن الكمية المطلوبة هي التي تتغير ويكون معامل المرونة ما لا نهاية ∞ ويكون شكل منحنى الطلب لا نهائي المرونة كما يلي:

9



مرونة الطلب الدخلية Income elasticity of demand :

ذكرنا سابقاً أن الدخل هو أحد العوامل المؤثرة في الكمية المطلوبة من سلعة معينة لذا فان الكمية المطلوبة من هذه السلعة لابد أن تستجيب بشكل أو بأخر للتغيرات التي تحصل في الدخل، وتعرف مرونة الطلب الدخلية بأنها درجة استجابة الكمية المطلوبة لتغيرات الحاصلة في الدخل وتقاس مرونة الطلب الدخلية كما يأتي:

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

$$Edy= \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta y}{Y}} = \frac{\Delta Q}{\Delta Qx} * \frac{Y}{\Delta y} = \frac{\Delta Q}{\Delta Y} * \frac{Y}{Q} =$$

$$Or = \frac{\frac{Q2-Q1}{Q1}}{\frac{Y2-Y1}{Y1}}$$

وكما لاحظنا في مرونة الطلب السعرية يمكن أن يكون الطلب مرناً للدخل أو غير مرن أو أحادي المرونة . مثال : أذا سبب ارتفاع الدخل من (200) دينار إلى (250) دينار ارتفاعاً في الكمية المطلوبة من سلعة معينة من (20) وحدة إلى (30) وحدة يقال في هذه الحالة أن الطلب على سلعة مرن بالنسبة للدخل، لان التغير النسبي في الكمية المطلوبة كان (50 %) بينما كان التغير النسبي في الدخل (25%) وأن المرونة الطلب الدخلية أكبر من الواحد.

$$Edy = \frac{\frac{Q2-Q1}{Q1}}{\frac{Y2-Y1}{Y1}}$$

$$= \frac{\frac{30-20}{20}}{\frac{250-200}{200}} = \frac{\frac{10}{20}}{\frac{50}{200}} = \frac{10}{20} * \frac{200}{50} = 2$$

الطلب مرن لأنه اكبر من 1

وتكون مرونة الطلب الدخلية موجبة بالنسبة للجميع السلع الاعتيادية، وذلك لوجود علاقة طردية بين الدخل والسلع الاعتيادية، ما دامت الزيادة في الدخل تصاحبها عادةً زيادة في الكمية المشترات، أما بنسبة للسلع الدنيا فأن مرونة الطلب الدخلية تكون سالبة لان الزيادة في الدخل تكون سبباً في تقليل الكمية المطلوبة من هذه السلع، ومثال هذه السلع الخبز حيث أن ارتفاع الدخل يؤدي إلى تقليل الطلب عليه وزيادة الطلب على سلع أخرى كاللحوم والفواكه وما إلى ذلك.

ويستفاد من مرونة الطلب الدخلية للتميز بين السلع الضرورية والسلع الكمالية، فإذا كانت مرونة الطلب الدخلية منخفضة (أقل من الواحد) دل ذلك على أن السلعة ضرورية كالأغذية، أي تنخفض نسبة الأنفاق على هذه السلع كلما زاد دخله، أما أذا كانت هذه المرونة مرتفعة (أكبر من الواحد) فهي مؤشر إلى أن السلعة كمالية. فكلما زاد دخل الفرد زادت نسبة ما ينفقه من دخله على السلع الكمالية مثل الجواهر والسيارات والتلفزيونات الخ.

مرونة الطلب السعرية المتقاطعة (التبادلية):

إن الكمية المطلوبة من سلعة معينة لا تتأثر بسعر السلعة وبدخل المستهلك حسب بل أنها قد تتأثر بأسعار السلع الأخرى سواء أكانت مكملة أو بديلة لذا لابد من قياس درجة استجابة الكمية المطلوبة من هذه السلعة إلى التغيرات في أسعار هذه السلع وهذا ما يطلق عليه بمرونة الطلب السعرية المتقاطعة، أي أن درجة الاستجابة هنا لا تقاس بالنسبة لسعر السلعة نفسها بل إلى أسعار السلع الأخرى. فمرونة الطلب السعرية المتبادلة تقيس درجة استجابة الطلب الحاصل على كمية السلعة X نتيجة للتغير الحاصل في سعر السلعة (y)

وتقاس مرونة الطلب السعرية المتقاطعة لسعة X بالنسبة لسعر Y كالتالي :

$$\text{مرونة الطلب السعرية المتقاطعة} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة من السلعة X}}{\text{التغير النسبي في سعر السلعة Y}}$$

$$Edc= \frac{\frac{\Delta Qx}{Qx}}{\frac{\Delta Py}{Py}} = \frac{\Delta Qx}{Qx} * \frac{Py}{\Delta Py} = \frac{\Delta Qx}{\Delta Py} * \frac{Py}{Qx}$$

ومرونة الطلب السعرية المتقاطعة يمكن أن تكون هي الأخرى أكبر أو أقل أو مساوية للواحد ويمكن أن تكون سالبة أو موجبة، وتستخدم الإشارة السالبة أو الموجبة للمرونة في تحديد نوع العلاقة بين السلعتين موضوع البحث، هل أنهما متكاملتان أم متنافستان؟ فإذا كانت مرونة الطلب السعرية المتقاطعة سالبة فأن هذا يعني أن ارتفاعاً في سعر السلعة (y)سيؤدي إلى انخفاض في الكمية المطلوبة من السلعة (x) وهذا يعني أن السلعتين مكملتان بعضهما للبعض الأخر. ومثال على ذلك أذا ارتفع سعر البنزين فأن هذا الارتفاع سيؤدي إلى خفض الكمية المطلوبة من السيارات. وكذلك فأن
السعر والطلب يتغيران في اتجاه عكسي فتكون مرونة الطلب المتقاطعة سالبة.

أما أذا كانت مرونة الطلب السعرية المتقاطعة موجبة فأن هذا يعني أن ارتفاعاً في سعر السلعة y سيؤدي إلى ارتفاع في الكمية المطلوبة من سلعة x و ويعني أيضاً أن السلعتين (x) (y) متنافستان (بديلتان) ومثال على ذلك القهوة والشاي، وفي هذه الحالة كلما كانت درجة الإحلال بين السلعتين كبيرة كبرت مرونة الطلب السعرية المتقاطعة، وإذا كانت السلعة (y) بديلاً تاماً وكاملاً للسلعة X تكون مرونة الطلب السعرية المتقاطعة مساوية إلى ما لا نهاية.

العوامل المؤثرة في مرونة الطلب :

إن مرونة الطلب على السلع تختلف من سلعة إلى أخرى ولو تحرينا عوامل هذا الاختلاف لوجدنا أنها تتمثل فيما يلي :

أ. وجود البدائل ودرجة أحلالها :

فالسلعة التي تكون لها بدائل تكون مرونة الطلب عليها أكبر من تلك التي لا يوجد لها بديل، فكلما زاد عدد السلع البديلة واقتربت السلع من أن تكون بديلاً تاماً ارتفعت مرونة الطلب، والسبب في ارتفاع المرونة يعود إلى سهولة انتقال المستهلك الى السلع البديلة في حالة ارتفاع سعر السلعة الأصلية (وبقاء أسعار السلع البديلة ثابتة) فمرونة الطلب على لحم الغنم تكن كبيرة بسبب وجود عدد كبير من البدائل تتمثل بلحم البقر ولحم السمك ولحم الدجاج وغيرها، وبعكس كلما قل عدد البدائل المتوفرة لسلعة ما كلما انخفضت مرونة الطلب على تلك السلعة. فمثلاً أذا ارتفع سعر الملح بنسبة10% فأن المستهلكين لن يخفضوا الكمية المطلوبة بنسبة ملحوظة بسبب عدم وجود بديل لهذه السلعة، وكذلك أن انخفاض سعر الملح لن يضاعف المستهلكين كمية الملح في طعامهم.

ب. أهمية السلعة :

تقسم السلع إلى ضرورية أساسية للحياة وسلع كمالية التي يمكن الاستغناء عنها. فالسلع الضرورية تكون مرونة الطلب عليها منخفضة أو أن الطلب عليها غير مرن بسبب أن المستهلك يطلبها لضرورتها ولعدم وجود خيار لديه في الاستغناء عنها بغض النظر عن سعرها. أي أن الكمية المطلوبة منها لا تتأثر كثيراً عند تغير أسعارها. وبالعكس فأن السلع الكمالية نجد أن مرونة الطلب عليها مرتفعة وأن الكمية المطلوبة تتأثر عند تغير أسعارها. فعندما يرتفع سعر أجهزة الفيديو وهي سلعة كمالية فأن الكمية التي يشتريها الناس ستنخفض بشكل كبير.

ج. نسبة الأنفاق على السلعة :

أذا كان الأنفاق على سلعة معينة لا يشكل سوى نسبة ضئيلة من دخل المستهلك (ميزانية المستهلك) فان الطلب عليها يكون غير مرن عادةً لان المستهلكون عادةً لا يهتمون بالتغيرات بالأسعار ومثال على هذه السلع (الشخاط والملح)، أما السلع التي يشكل الأنفاق عليها نسبة كبيرة من دخل المستهلك فأن الطلب عليها يكون مرن ومثالها السيارات والأثاث وغيرها.

د. الزمن :

كلما طالت الفترة الزمنية فأن من المحتمل أن يتحول الطلب غير المرن إلى طلب أكثر مرونة، لان بمرور الزمن يستطيع المستهلك تعديل نمط استهلاكه والبحث عن سلع بديلة ارخص نسبياً، فمثلاً أذا ارتفع سعر سلعة ما مثل زيت الزيتون فان المستهلك الذي تعود على استعمال هذه السلعة في طعامه قد لا يتمكن من

تغيره فوراً، لكن مع مرور الوقت فأن المستهلك بلا شك سيحاول تجربة بدائل أخرى كزيت الذرة والسمن النباتي والسمن الحيواني، فكلما طالت الفترة الزمنية استطاع المستهلك التكيف مع أنماط استهلاكية جديدة. كذلك عندما ينخفض سعر سلعة معينة فأن المستهلك سيشتري كمية قليلة منها على سبيل التجربة لكن بمرور الزمن فانه سيطلب كمية أكثر منها أذا أصبحت مقبولة لأذواقه.

أهمية المرونة واستخداماتها :

تحتل المرونة أهمية خاصة في الدراسات الاقتصادية وذلك بسبب تعدد مجالات استخدامها حيث أن المرونة تستخدم في :

أ. السياسات الاقتصادية :

تستخدم المرونة في السياسات المالية والسياسة النقدية والسياسة التجارية، فعلى سبيل المثال عند فرض ضريبة معينة، وإذا كان الهدف من فرض هذه الضريبة هو الحصول على أيراد ضريبي أكبر فأن من الضروري التعرف على مرونة الطلب على سلعة التي ستفرض الضريبة عليها، فإذا كان الطلب على هذه السلعة مرناً فأن فرض الضريبة في هذه الحالة لا يحقق هدفه بزيادة الإيراد لان الإيراد الكلي سينقص بدلاً من أن يزداد، أما أذا كان الطلب على هذه السلعة غير مرن فأن فرض الضريبة سيحقق أهدافه وهكذا.

ب. التخطيط :

تستخدم المرونة في التخطيط فإذا كانت الخطة تهدف إلى رفع الدخل الفردي فان هذا يعني أن الطلب على السلع سيزداد بنسب متفاوتة فهناك بعض السلع سيرتفع عليها الطلب بنسبة أكبر من زيادة الدخل تبعاً لطبيعة مرونة الطلب الدخلية وهذا يتطلب الاستعداد لزيادة الإنتاج أو زيادة الاستيراد من هذا النوع من السلع، كما أن دراسة المرونة تجنب المخططين ظاهرة أنشاء أو توسيع مشاريع فائضة عن الحاجة.

ج. التميز الاحتكاري :

تستخدم المرونة كذلك من قبل المحتكرين الذين يلجئون من أجل زيادة أرباحهم للتميز بين الأسواق فهم يفرضون أسعار عالية في الأسواق التي تكون مرونة الطلب فيها منخفضة وأسعار أقل في الأسواق ذات المرونة الكبيرة وهم لا يستطيعون التميز بين هذه الأسواق إلا أذا اختلفت مرونة الطلب على السلعة.

المصادر

1- د. سامي السيد ، "مبادئ الاقتصاد "

2-د.عبد الكريم مهدي الحسناوي ،"مبادئ علم الاقتصاد"

3- د. محسن حسن المعموري،" مبادئ علم الاقتصاد "

4- د. رانيا محمود عبد العزيز عمارة ،" مبادئ علم الاقتصاد "

نظرية سلوك المستهلك

م.م نعم عبد الحميد فواز

مفهوم المنفعة :

هي قدرة الشيء على إشباع الحاجة، أي أنها اللذة أو الإشباع الذي يحصل عليه الفرد من استهلاكه لسلعة معينة. وهي ليست خاصية مادية بقدر ما هي علاقة بين السلعة والحاجة اليها. ويكفي لقيام المنفعة أن تكون السلعة مرغوباً بها بصرف النظر عن كونها متفقة أو غير متفقة مع الأخلاق أو الصحة أو القيم العامة والمفاهيم الشخصية الأخرى، ومنفعة الشيء لا تعني فائدته، فعندما نقول أن التدخين مضر بالصحة فأن هذا الحكم صحيح تماماً من وجهة النظر الموضوعية، غير أن الاقتصاديين حين يتكلمون عن المنفعة يتجاهلون الاعتبارات غير الاقتصادية فالشيء بالنسبة لهم يكون نافعاً ما دامت صفة السلعة تتحقق فيه ولو كان ضاراً من الناحية الصحية أو الأخلاقية.

النظرية الكلاسيكية لسلوك المستهلك (نظرية المنفعة الحدية):

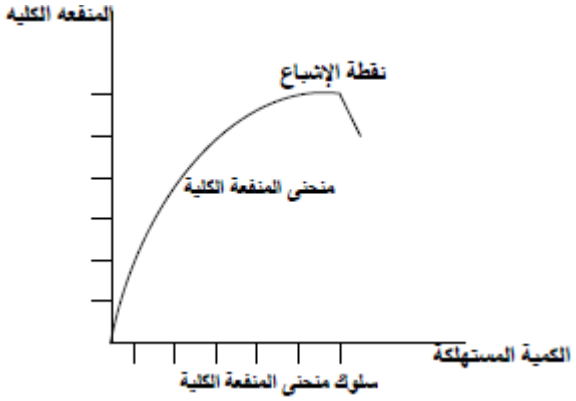
إن أساس نظرية المنفعة هو أن الشخص (المستهلك) له رغبات أو حاجات غير محدودة، وأنه يسعى لتحقيق أقصى منفعة (أكبر إشباع) لنفسه بحدود دخله المحدود والأسعار السائدة للسلع والخدمات.
والمنفعة لغرض التحليل الاقتصادي يمكن أن تكون سالبة، أي أن استهلاك المستهلك لوحدات معينة من سلعة ما لا يزيد إشباعه فحسب بل يسبب له ضرراً. علماً أن المنفعة تختلف من سلعة إلى أخرى ومن شخص إلى أخر لأنها تعبر عن شعور شخصي يكتسبه المستهلك عند استهلاكه للسلعة. وتقوم هذه النظرية على جملة من الفروض:

1. إن المستهلك رشيد وأن تصرفه يتصف بالعقلانية، فهو يتصرف بالطريقة التي تمكنه من إشباع أكبر قدر ممكن من حاجاته بحدود دخله المحدود والأسعار السائدة في السوق.
2. يستطيع المستهلك أن يقيس مقدار المنفعة التي يحصل عليها من استهلاكه لوحدات السلع عددياً.
3. أن منفعة كل سلعة مستقلة عن منفعة السلع الأخرى.
4. أن المنفعة الكلية التي يحصل عليها المستهلك عبارة عن مجموع المنافع التي يحققها من استهلاكه السلع المختلفة.

المنفعة الكلية والمنفعة الحدية :

المنفعة الكليةTotal Utility

هي مجموع المنفعة التي يحصل عليها المستهلك من جراء استهلاكه لكمية معينة من سلعة ما في فترة زمنية معينة. والمنفعة الكلية تتزايد مع تزايد عدد الوحدات المستهلكة من السلعة ولكن بمعدل متناقص إلى أن تبلغ أقصى حد لها، عندها تثبت المنفعة الكلية، ولكن بعد هذا الحد أي عند استهلاك وحدات إضافية تبدأ المنفعة الكلية في تناقص مطلق.

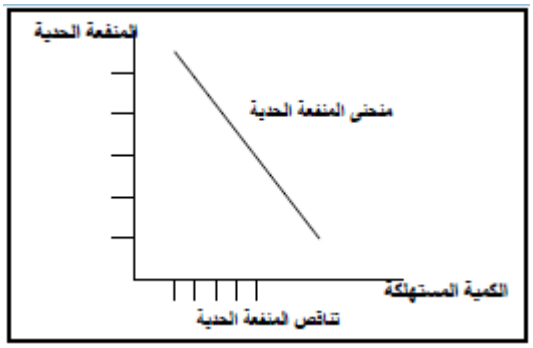


المنفعة الحديةMarginal Utility

وهي منفعة الوحدة الأخيرة المستهلكة من السلعة، أو هي مقدار التغير في المنفعة الكلية من استهلاك وحدة إضافية من السلعة.

$$\frac{\Delta Tu}{\Delta Q}$$

وأن النظرية الكلاسيكية لسلوك المستهلك تفترض أن المنفعة الحدية تكون متناقصة، وأن هناك ما يسمى بقانون تناقص المنفعة الحدية، والذي ينص على أن المنفعة الحدية أو الإضافية التي يحصل عليها المستهلك من استهلاكه لوحدات متتالية من سلعة في نفس اللحظة الزمنية تتناقص، أي أن المنفعة الإضافية تقل كلما استعمل مقدار أكبر من السلعة في نفس اللحظة الزمنية، لذا فان المنفعة الحدية تكون في البداية متناقصة حتى تصل حد الإشباع فتصبح صفر وبعد ذلك تصبح سالبة.



العلاقة بين المنفعة الكلية والمنفعة الحدية :

في ضوء ما تقدم نجد أن المنفعة الكلية ما هي إلا مجموع المنافع الحدية، وأن تزايد المنفعة الكلية بمعدل متناقص ما هو إلا انعكاس لتناقص المنفعة الحدية، كما هو واضح في الجدول أدناه:

العلاقة بين المنفعة الكلية والمنفعة الحدية

الكمية المستهلكة	المنفعة الكلية	المنفعة الحدية
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	28	2−

فكلما زادت الكمية المستهلكة ارتفعت المنفعة الكلية ولكن إلى حد معين بعدها تبدأ بالتناقص. فعندما كانت الكمية المستهلكة (1) فأن المنفعة الكلية كانت (10) وحدات منفعة وعندما ارتفعت الكمية المستهلكة إلى وحدتين من السلعة ارتفعت المنفعة الكلية إلى (18) وحدة منفعة وهكذا نجد أن المنفعة الكلية في تزايد حتى الوحدة الخامسة حيث بلغت (30) وحدة منفعة. وعند استهلاك الوحدة السادسة من السلعة نجد

أن المنفعة الكلية لن تتغير وهذا يعني أن المستهلك وصل إلى نقطة الإشباع وبعد ذلك وعند استهلاك الوحدة السابعة نجد أن المنفعة الكلية قد انخفضت إلى (28) وهذا يعني أن أثر الوحدة السابعة على المنفعة الكلية كان سالباً.

وعند ملاحظة المنفعة الحدية نجد أنها في تناقص حيث كانت المنفعة الحدية للوحدة الأولى10 وأصبحت عند الوحدة الثانية (8) وهكذا استمرت في التناقص حتى الوحدة السادسة حيث أصبحت صفراً. أما عند استهلاك الوحدة السابعة فقد أصبحت سالبة 2-.

Q : الكمية المستهلكة

Tu : المنفعة الكلية

u : المنفعة الحدية

$Tu = f(Q)$

$Tu = uQ_1 + uQ_2 + uQ_3 + \ldots\ldots uQ_n$

م.م نعم عبد الحميد فواز

لغز القيمة Paradox of Value

لقد كان آدم سمث في حيرة من أمره حين سأل، كيف يكون الماء ذو فائدة كبيرة جداً والذي تكون الحياة بدونه مستحيلة منخفض السعر بينما يكون الماس الذي لا ضرورة له مرتفع السعر؟ الإجابة هي أن منحنيات العرض والطلب للماء تتقاطع عند سعر منخفض جداً بينما منحنيات العرض والطلب للماس تتقاطع عند سعر مرتفع. هذه الإجابة هي ليست غير صحيحة لكن سؤالاً يثار وهو لماذا تتقاطع منحنيات عرض الماء والطلب عليه عند مثل هذا السعر المنخفض؟

الجواب :

إن الماس نادر جداً وان كلفة استخراج وحدة إضافية منه تكون عالية، بينما الماء متوفر نسبياً وأن كلفته منخفضة في معظم أنحاء العالم أن هذا الجواب يبدو معقولاً حتى للاقتصاديين الكلاسيك لأكثر من قرن مضى والذي من المحتمل أنهم لم يعرفوا كيف يوفقون بين حقائق التكاليف والحقيقة السائدة المضاهية لها وهي أن ماء العالم أكثر منفعة من عرض العالم من الماس، أو أن المنفعة الكلية للماء أكثر من المنفعة الكلية للماس.

لكن في الحقيقة أن المنفعة الكلية للماء لا تحدد سعره أو الطلب عليه لان الذي يحدد هذا السعر هو منفعته بالنسبة إلى كلفة الوحدات الأخيرة منه، لان الأفراد أحرار في شراء أو عدم شراء هذه الوحدة الأخيرة فإذا سعر الماء بأعلى من منفعة الوحدة الأخيرة فأن الوحدة الأخيرة لا يمكن بيعها، لذا فأن السعر يجب أن ينخفض ليصل تماماً إلى مستوى منفعة الوحدة

الأخيرة لا أكثر ولا أقل، وبعبارة أخرى أن سعر الماء منخفض لان منفعته الحدية منخفضة لان الفرد الذي ما حصل على كميات كبيرة من الماء فأن منفعته تتناقص إلى مستوى منخفض يساوي السعر المدفوع فيه.

أما الماس فقيمته كبيرة لان ما يحصل عليه الفرد منه، بسبب ندرته هي كمية صغيرة وبذلك تكون منفعته الحدية كبيرة. فالعلاقة الحقيقية بين الشيء ومنفعته لا توجد مباشرة بين السعر والمنفعة الكلية وإنما بين السعر والمنفعة الحدية.

توازن المستهلك :

يكون المستهلك في حالة توازن عندما يصل إلى المستوى الذي يحقق له أكبر قدر ممكن من المنفعة لا يحققه أي مستوى أخر، وانه أذا ما حقق هذا الوضع لا يوجد ما يدفعه إلى أعادة توزيع دخله على نحو أخر، ولكي يصل المستهلك إلى مستوى التوازن ينبغي أن يتحقق شرطان هما :

1. تحقيق مبدأ المنافع الحدية المتساوية، أي تكون المنافع الحدية منسوبة إلى أسعارها متساوية. أي محاولة المستهلك الحصول من أخر وحدة نقدية منفقة على المنافع متساوية من السلع المختلفة.
2. أن يكون الأنفاق الكلي للمستهلك مساوياً إلى دخله النقدي.

فبنسبة للشرط الأول مبدأ المنافع الحدية المتساوية أن المستهلك يتجه للشراء المتعاقب من السلعة التي تعطيه أكبر منفعة حدية لكل وحدة نقدية من الإنفاق، وذلك بمقارنة المنفعة الحدية بسعر السلعة المشترات، أي أن المستهلك يستقصي المنفعة أذا كانت المنفعة الحدية المشتقة لكل وحدة نقدية أخيرة منفقة على سلعة مساوية للمنفعة الحدية لكل وحدة نقدية أخيرة منفقة على سلعة أخرى أي أن :

$$= \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة الأولى}}{\text{سعر الوحدة من السلعة الأولى}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة الثانية}}{\text{سعر السلعة من السلعة الثانية}}$$

$$= \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة الثالثة}}{\text{سعر الوحدة من السلعة الثالثة}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة n}}{\text{سعر السلعة من السلعة n}}$$

فاذا رمزنا للسلعة الاولى والثانية والثالثة بالحروف x y z على التوالي وللسعر بالحرف p ولمنفعة الحدية Mu فأن المستهلك يحقق مبدأ تساوي المنافع الحدية اذا كان

$$\frac{Mux}{Px} = \frac{Muy}{Py} = \frac{Muz}{Pz} = \frac{Mun}{Pn}$$

أما الشرط الثاني فانه يعني أن الأنفاق الكلي على مجموع السلع ينبغي أن يساوي دخل المستهلك بمعنى أن الأنفاق على السلعة الأولى(سعر السلعة الأولى * كميتها) مضافاً أليه الأنفاق على السلعة الثانية (سعر السلعة الثانية* كميتها)
مضافاً أليه الأنفاق على السلعة الثالثة والى أخره× يجب أن يساوي الدخل النقدي للمستهلك أي أن

$$y = Qx \cdot px + Qy \cdot Py + Qz \cdot pz \ldots\ldots Q\,N \cdot pn$$

مثال :
طبقاً لفروض نظرية المنفعة أن المستهلك يحاول الحصول على أكبر منفعة ممكنة بدخله المحدود ومن أجل توضيح هذه الفكرة بمثال نفرض أن المستهلك يحاول الحصول على سلعتين فقط هما سلعة (أ) وسلعة (ب) وكما كان المستهلك محدد (مقيد) بأسعار هاتين السلعتين المحددة في السوق وبمقدار ما لديه من دخل فأنه من أجل تعظيم المنفعة يلجأ على الأنفاق على هاتين السلعتين وفق الأسلوب التالية :

فإذا افترضنا أن سعر السلعة (أ) هو (6) وحدات نقدية وأن سعر السلعة (ب) (2) وحدة نقدية وأن المنافع الحدية التي يمكن الحصول عليها من كل وحدة مستهلكة من السلعتين هي كما مبينة في الجدول أدناه وإذا افترضنا أن دخل المستهلك هو (52) وحدة نقدية فانه من أجل أن يستقصي المنفعة لابد وأن يكون أنفاقه على الشكل التالي :

الكميات المستهلكة من سلعتي(أ و ب) وأسعارها والمنافع الحدية منها

الكمية كغم (أ)	المنفعة الحدية	سعر كغم (أ)	المنفعة الحدية / سعر	الكمية كغم ب	المنفعة الحدية	سعر كغم (ب)	المنفعة الحدية / كغم ب
1	120	6	20	1	64	2	32
2	108	6	18	2	60	2	30
3	96	6	16	3	50	2	25
4	84	6	14	4	38	2	19

17	2	34	5	12	6	72	5
14	2	28	6	10	6	60	6
13	2	26	7	8	6	48	7
10	2	20	8	6	6	36	8
9	2	18	9	5	6	30	9
8	2	16	10	4	6	24	10

من أجل أن يحقق المستهلك توازنه ويحصل على أكبر منفعة ممكنة لابد من توفر شرطين :

الأول: أن يحصل المستهلك على أكبر منفعة ممكنة من كل وحدة نقدية منفقة،

الثاني :أن لا يزيد الأنفاق الكلي على السلعتين أ و ب على دخل المستهلك.

بالنسبة للشرط الأول : ينبغي أن المستهلك أن يبدأ بالأنفاق على السلعة التي تعطيه أكبر منفعة ممكنة لكل وحدة نقدية منفقه لذا فأنه يبدأ بالأنفاق على السلعة (ب) لان الكغم الأول منها يعطيه (64) وحدة منفعة ولما كان السعر الكغم منها وحدتين نقديتين، فأن الوحدة النقدية الواحدة تعطيه (32) وحدة منفعة (64 ÷2=32)

وهذه أكبر من المنفعة الحدية التي يحصل عليها عند أنفاق هذه الوحدة النقدية على الكغم الأول من السلعة (أ) لأنها تعطيه (20) وحدة منفعة فقط(120 ÷6=20) وبناء على هذا سيستمر في أنفاق الوحدة النقدية الثانية (لأنه سيحصل على 32 وحدة منفعة) أي أن المستهلك سيشتري الكغم الأول من السعة (ب)

وسيستمر المستهلك في أنفاق الوحدة النقدية الثالثة والرابعة على السلعة (ب) لأنه سيحصل من كل وحدة نقدية على 30 وحدة منفعة وهي أكبر من المنفعة الحدية التي يحصل عليها المستهلك عند أنفاق الوحدة النقدية على السلعة (أ) والبالغة 20 وحدة منفعة،

وسيستمر المستهلك في أنفاق الوحدة الخامسة والسادسة على السلعة (ب) لأنه سيحصل من كل منها على (25) وحدة منفعة، أما الوحدة النقدية السابعة فأنه ينبغي أن ينفقها على السلعة (أ) لأنها تعطيه (20) وحدة منفعة بينما لو أنفقها على السلعة (ب) لحصل على (19) وحدة منفعة وهكذا فانه سينفق (6) وحدات نقدية في شراء الكغم الأول من السلعة (أ) وبذلك يكون مجموع ما أنفقه (12) وحدة نقدية، أما الوحدة النقدية (13) فأنه ينفقها على السلعة (ب) لأنها تعطيه (19) وحدة منفعة بينما لو أنفقها على

السلعة (أ) سيحصل على (18) وحدة منفعة وهكذا سيستمر في الأنفاق بنفس الأسلوب حتى يحصل في النهاية على (6) كغم من السلعة (أ) و (8) كغم من السلعة (ب) لأنه عند هذا المستوى من الأنفاق يكون قد حقق الشرط الأول وهو أن

$$= \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة أ}}{\text{سعر السلعة أ}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة ب}}{\text{سعر السلعة ب}}$$

$$\frac{20}{2} = \frac{60}{6}$$
$$10=10$$

فالمنفعة الحدية لأخر وحدة نقدية منفقة على سلعة (أ) تساوي (10) وحدة منفعة وأن أخر وحدة نقدية منفقة على السلعة (ب) أعطت منفعة تعادل (10) وحدات أيضاً، وهذا يعني أن أخر وحدة نقدية منفقة أعطت نفس المنفعة الحدية على كل من السلعتين (أ ، ب) وبذلك يكون المستهلك قد حصل على أكبر منفعة ممكنة من أخر وحدة نقدية منفقة، وعند هذا المستوى من الأنفاق يكون المستهلك قد حقق الشرط الثاني لتوازنه أيضاً وهو أن مقدار الأنفاق الكلي يكون مساوياً لدخله الكلي. لان الأنفاق على السلعة (أ) يكون مساوياً لكمية السلع المشترات من السلعة (أ) مضروباً بسعر السلعة (أ)، وكذلك الأنفاق على السلعة (ب) الذي يكون مساوياً لكمية المشترات من السلعة (ب) مضروباً في سعرها وأن مجموعهما يكون مساوياً بدخل المستهلك.

أو

$(6\times6) + (8\times2)$

$36 + 16 = 52$

وبذلك يكون شرطا التوازن قد تحققا في آن واحد.

بينما لو اشترى المستهلك (7) كغم من السلعة (أ) و (10) كغم من السلعة (ب) فأنه يكون قد حقق مبدأ تساوي المنافع الحدية للسلعتين لان منفعة الوحدة النقدية الأخيرة في هذه الحالة ستكون (8)وحدات

منفعة لكنه لا يحقق التوازن لان مجموع الأنفاق في هذه الحالة يفوق دخل المستهلك لأنه سيكون (62) وحدة نقدية بدلاً من حدود دخله البالغ (52) وحدة نقدية أي أنه لم يحقق الشرط الثاني لذا لان يكون المستهلك متوازناً، لذا فأن حالة التوازن لدى المستهلك تقتضي بأن يشتري (6) كغم من سلعة (أ) و (8) كغم من سلعة (ب) وهذا يحقق شرطي التوازن.

فائض المستهلك

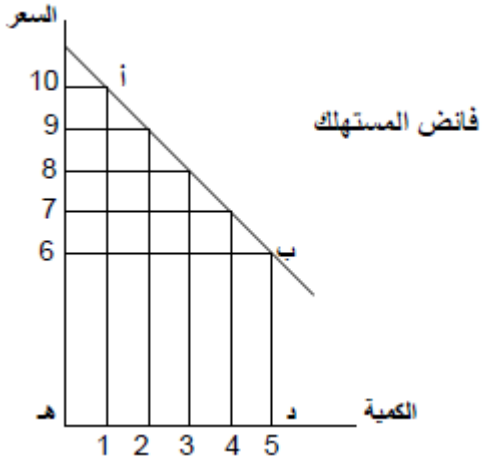
يقصد بفائض المستهلك هو الفرق بين ما يدفعه المستهلك في السلعة فعلاً وما قد يكون راغباً في ما دفعه بدلاً من الاستغناء عنها. أي أن فائض المستهلك هو قيمة الزيادة في الثمن الذي كان المستهلك مستعداً لدفعه في السلعة التي يشتريها حتى لا يحرم من شرائها كلياً فوق ذلك الثمن الذي دفعه فيها فعلاً عند الشراء في السوق. وكما يلاحظ من الجدول أدناه يمكن استخراج فائض المستهلك:

السعر	الكمية	الانفاق الكلي الفعلي	الانفاق الكلي الاقصى	فائض المستهلك
10	1	10	10	0
9	2	18	19	1
8	3	24	27	3
7	4	28	34	6
6	5	30	40	10

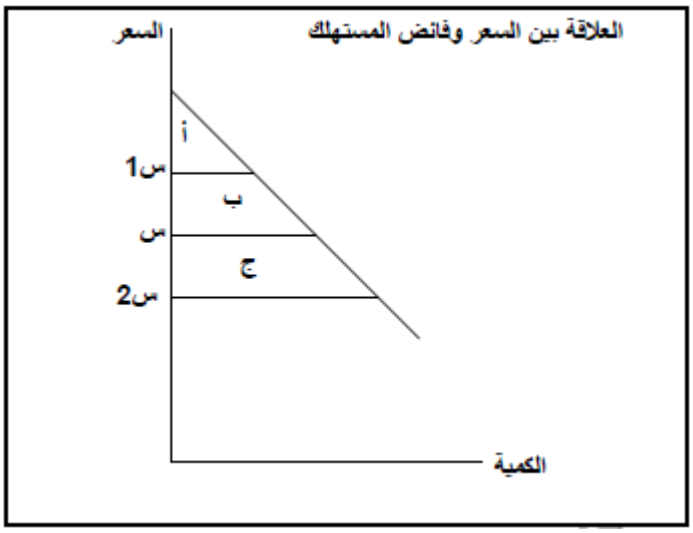
في الجدول أعلاه نجد أن المستهلك كان مستعداً لدفع (10) دنانير للوحدة الأولى وأنه دفع فعلاً(10) دنانير لأجل الحصول عليها لذا كان فائض المستهلك صفراً، وعندما انخفض السعر إلى (9) دنانير، فأن المستهلك اشترى وحدتين منها، وهذا يعني أنه كان مستعداً أو راغباً في دفع (10) دنانير عن الوحدة الأولى و (9) دنانير عن الوحدة الثانية وهكذا يكون المستهلك راغباً في دفع (19) دينار للوحدتين الأولى والثانية في حين أنه لم يدفع إلا (18) دينار

(السعر× الكمية)، لذا كان فائض المستهلك ديناراً واحداً، وفي الوحدة الثالثة كان المستهلك مستعداً لدفع ثمانية دنانير لكنه دفع فعلاً ستة دنانير، أي أنه كان مستعداً لدفع (27) دينار ثمناً للوحدات الثلاثة، فأنه قد يدفع (10) دنانير للوحدة الأولى و(9) دنانير للوحدة الثانية و(8) دنانير للوحدة الثالثة، بينما دفع

فعلاً (24) دينار. وهذا يعني أنه حصل على فائض مستهلك مقداره (3) دنانير، وهكذا، والشكل البياني التالي يبين ذلك. وعندما يرتفع السعر ينخفض فائض المستهلك بينما يحقق المستهلك مكسباً في فائض المستهلك عندما ينخفض السعر.



عندما يرتفع السعر من س إلى س1 يقل فائض المستهلك من المساحة أ + ب إلى المساحة أ فقط، حيث تمثل المساحة ب خسارة في فائض المستهلك التي تنجم عن ارتفاع السعر، وعندما ينخفض السعر من س إلى س2 يزداد فائض المستهلك من أ + ب إلى أ + ب + ج، حيث أن الانخفاض في السعر حقق مكسباً في فائض المستهلك يساوي المساحة ج، وهكذا فأن حجم الخسارة أو المكسب في فائض المستهلك يعتمد على المدى الذي يتغير فيه السعر، كما يعتمد فائض المستهلك أيضاً على مرونة الطلب حيث ينخفض عندما يكون الطلب غير مرن. كما هو واضح في الشكل التالي:



المصادر

1- د. سامي السيد ، "مبادئ الاقتصاد "

2-د.عبد الكريم مهدي الحسناوي ،"مبادئ علم الاقتصاد"

3- د. محسن حسن المعموري،" مبادئ علم الاقتصاد "

4- د. رانيا محمود عبد العزيز عمارة ،" مبادئ علم الاقتصاد "

العرض Supply

تعريف العرضSupply

العرض : هو تلك الكمية التي يكون المنتجون (البائعون) مستعدين لبيعها في السوق عند مستوى سعر معين وخلال فترة زمنية معينة بافتراض بقاء الأشياء الأخرى على حالها.

قانون العرضLaw of Supply

ينص في حالة بقاء الأشياء الأخرى على حالها أن الكمية المعروضة من سلعة معينة تتناسب تناسباً طردياً مع سعر هذه السلعة، فكلما ارتفع سعر السلعة كلما ارتفعت الكمية المعروضة منها وكلما انخفض السعر انخفضت الكمية المعروضة خلال فترة زمنية معينة. إن سبب هذه العلاقة الطردية بين السعر والكمية المعروضة هو أن ارتفاع الأسعار يعني زيادة

الأرباح للبائع أو المنتج ما يدفعه إلى أنتاج وعرض المزيد من السلعة للبيع. وحتى أذا كانت التكاليف متزايدة فأن ارتفاع الأسعار سوف يغطي التكاليف ويزيد عنها مما سيوجد حافزاً للمنتج لزيادة إنتاجه وعرضه من السلعة.

جدول العرضThe Supply Schedule

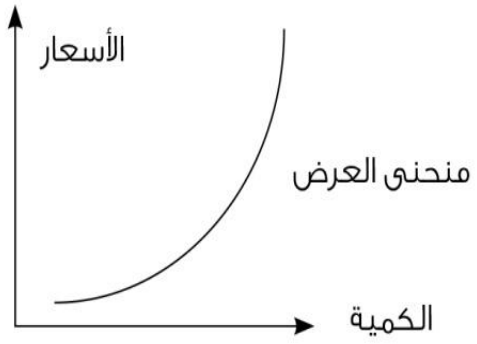
جدول العرض يعني العلاقة بين أسعار السوق والكميات التي يكون المنتجون على استعداد لإنتاجها وعرضها وهو يمثل التوليفات المختلفة بين الكميات المعروضة عند مستوى الأسعار المناظرة لها خلال فترة زمنية.

سعر الوحدة من السلعةX بالدينار (P_x)	الكمية المعروضة من السلعةX (Q_{sx}) بالطن
١	٠
٢	١٠
٣	٢٠
٤	٤٠
٥	٨٠
٦	١٢٠

نجد من الجدول أعلاه أن العلاقة بين السعر والكمية المعروضة هي علاقة طردية. فكلما ارتفع السعر ترتفع معه الكميات المعروضة من السلعة، فعندما يكون السعر ديناراً واحداً كانت الكمية المعروضة صفراً، أي ليس هناك منتج مستعد للإنتاج والعرض بهذا السعر وعندما ارتفع السعر إلى دينارين أصبحت الكمية المعروضة (١٠) طن وهكذا كلما ارتفع السعر ارتفعت الكمية المعروضة.

The Supply Curve منحنى العرض

هو التمثيل البياني لجدول العرض على شكل منحنى يرتفع من أسفل اليسار إلى أعلى اليمين وله ميل موجب مبيناً العلاقة الطردية بين كل من السعر والكمية لمعروضة.



مرونة العرض Elasticity of Supply

تطرقنا سابقاً أن طلب المستهلك يستجيب في السعر بدرجات مختلفة، فأن العرض المنتجين يستجيب للتغيرات في السعر بدرجات مختلفة أيضاً، وتعني مرونة العرض هي درجة استجابة الكمية للتغير الحاصل في السعر، وتقاس بالتغير النسبي في الكمية المعروضة مقسوماً على التغير النسبي في السعر أي :

$$\text{مرونة العرض} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المعروضة}}{\text{التغير النسبي في السعر}}$$

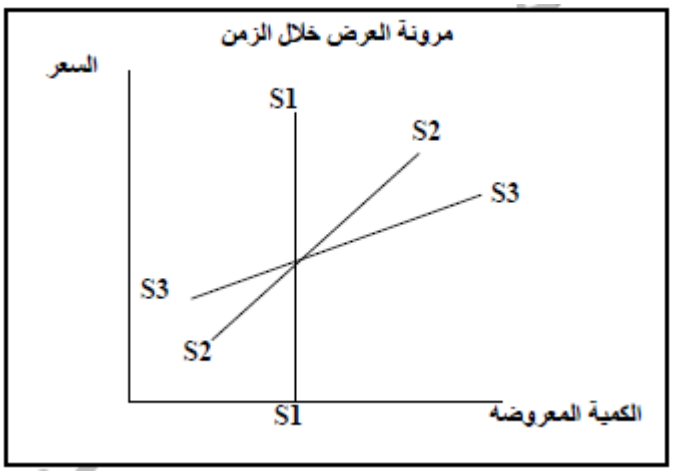
فاذا رمزنا لمرونة العرض Es وللسعر بالحرف p ولكمية المعروضة Qs فان المرونة تصبح :

$$Es = \frac{\frac{\Delta Qs}{\mathrm{Qs}}}{\frac{\Delta P}{\mathrm{P}}} = \frac{\Delta Qs}{\mathrm{Qs}} * \frac{\mathrm{P}}{\Delta \mathrm{P}} = \frac{\Delta Qs}{\Delta P} * \frac{P}{Qs}$$

والذي يجب ملاحظته أن مرونة العرض السعرية تكون عادة موجبة والسبب في ذلك هو وجود علاقة طردية بين سعر السلعة والكمية المعروضة منها. والعرض كذلك يكون مرن عندما تتغير الكمية المعروضة بنسبة أكبر من التغير الحاصل في السعر ومعامل المرونة أكبر من الواحد. أو غير مرن عندما تتغير الكمية المعروضة بنسبة أقل من التغير الحاصل في السعر ومعامل مرونة العرض يكون أقل من الواحد الصحيح. أو أحادي المرونة حيث تتغير الكمية المعروضة بنفس النسبة التغير الحاصل في السعر ومعامل مرونة العرض يكون واحد صحيح. أو عديم المرونة إذ لا تستجيب الكمية المعروضة للتغيرات الحاصلة للأسعار ومعامل المرونة يساوي صفر. أو لا نهائي المرونة حيث تستجيب الكمية المعروضة بشكل كبير لتغير الحاصل في السعر ومعامل المرونة يساوي ما لانهاية.

مرونة العرض والزمن :

يعد عامل الزمن ذو أهمية لمرونة العرض أكبر مما هو بنسبة لمرونة الطلب. فمرونة العرض تتناسب تناسباً طردياً مع طول الفترة الزمنية. حيث تزداد مرونة العرض كلما زاد الوقت المتاح للمنتجين للقيام بالتغيرات المطلوبة في إنتاجهم ومنشأتهم. فكلما كانت الفترة الزمنية أطول كان العرض أكثر مرونة. والشكل البياني أدناه يبين أن العرض في الفترة القصيرة جداً يكون عديم المرونة وكما هو موضح في المنحنىS1 وهو يبين انه مهما تغير السعر فان الكمية المعروضة لا تتغير بمعنى أن مرونة العرض في الفترة القصيرة جداً تكون صفراً. أما المنحنىS2 فأنه يمثل العرض خلال فترة زمنية أطول نسبياً من سابقتها وهو يشير إلى أنه بطول المدة فأن تغير السعر يؤدي إلى تغير العرض أما المنحنىS3 فهو يمثل العرض ضمن الفترة الزمنية الطويلة تكون كافية لأجراء التسوية الكاملة. وهو يشير إلى أن تغير نفسه في السعر سيؤدي إلى تغير أكبر في الكمية المعروضة. حيث يعمل المنتجون على إدخال التكنولوجيا في زيادة مرونة العرض.



العوامل المؤثرة في العرض :

١. أسعار السلع الأخرى :

عندما تتغير أسعار السلع الأخرى ارتفاعاً أو انخفاضاً يتغير عرض السلعة انخفاضاً أو ارتفاعاً، وذلك لان ارتفاع أسعار السلع الأخرى مع بقاء سعر السلعة موضع البحث ثابتاً يحفز المنتجين التوجه نحو الإنتاج السلع الأخرى التي ارتفع سعرها وذلك لأنها تكون أكثر ربحاً من السلعة التي بقى سعرها ثابتاً وهذا يعني

انخفاض عرضها. ويحدث العكس أذا انخفضت أسعار السلع الأخرى فأن المنتجين سوف يزيدون إنتاجهم من هذه السلعة على الرغم بقاء سعرها ثابتاً وبالتالي زيادة عرضها. أي أن العلاقة بين تغير أسعار السلع الأخرى والكمية المعروضة من سلعة معينة هي علاقة عكسية.

٢. أسعار عوامل الإنتاج :

إن تغير أسعار عوامل الإنتاج ينعكس على تكاليف أنتاج السلع، فعندما ترتفع أسعار عوامل الإنتاج المستخدمة في أنتاج سلعة معينة فأن ذلك يعني ارتفاع تكاليف إنتاجها وان ارتفاع التكاليف يعني انخفاض أرباح المنتجين، وبالتالي فأن المنتجين سوف يقللون أنتاج هذه السلعة ومن ثم عرضها وبالعكس فان انخفاض أسعار عوامل الإنتاج المستخدمة في أنتاج سلعة معينة فأن ذلك يعني انخفاض تكاليف الإنتاج ومن ثم ارتفاع الأرباح وهذا يدفع المنتجين إلى زيادة الإنتاج ومن ثم زيادة العرض.

٣. المستوى التكنولوجي (الفني) الإنتاج :

يلعب التقدم العلمي وما يرافقه من اختراعات أو ابتكارات جديدة في أساليب الإنتاج دوراً في زيادة الإنتاج والعرض، حيث أن استخدام الآلات أو المكائن الأكثر كفاءة في العملية الإنتاجية ستعمل على خفض تكاليف الإنتاج لكل وحدة واحدة منتجة ، وعندما تنخفض التكاليف ستزداد الأرباح وهذا سيحفز المنتجين على زيادة الإنتاج و العرض فينتقل منحنى العرض إلى الأسفل نحو اليمين، أما أذا كان مستوى التكنولوجي غير كفؤ فأن ذلك سيؤدي إلى ارتفاع كلفة الإنتاج للوحدة الواحدة فتزداد
تكاليف المنتج وتنخفض أرباحه مما يدفعه إلى تخفيض الإنتاج والعرض مما يؤدي إلى انتقال منحنى العرض إلى الأعلى نحو جهة اليسار.

٤. الضرائب والإعانات :

من أجل زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة العرض تلجا الحكومة أحياناً إلى إعطاء إعانات للمنتجين لتحفزيهم على زيادة إنتاجهم من بعض السلع، والإعانة تمثل مدفوعات نقدية تعمل على خفض تكاليف الإنتاج فتزداد أرباح المنتج مما يدفعه إلى زيادة الإنتاج والعرض فينتقل منحنى العرض إلى الأسفل نحو جهة اليمين دالاً حدوث زيادة في العرض وعليه تمارس الإعانات دوراً ايجابياً على العرض. أما الضرائب فتمارس تأثيراً سلبياً على

الإنتاج والعرض، لان فرض الضريبة تمثل تكلفة على المنتج فتزداد تكاليف الإنتاج فتنخفض أرباحه مما يؤدي إلى انخفاض الإنتاج وانخفاض العرض أذا لم يتغير
سعرها مما يؤدي إلى انتقال منحنى العرض إلى الأعلى نحو جهة اليسار دالاً حدوث نقص في العرض.

٥. مدى رغبة المنتجين في الاحتفاظ بالسلعة :

إن عرض السلع بتناسب عكسياً مع رغبة المنتج في الاحتفاظ بالسلعة، فإذا ازدادت رغبة المنتج في الاحتفاظ بالسلعة فان ذلك يؤدي إلى انخفاض عرضها وتبرز هذه الظاهرة عند الفلاحين الذين يحتفظون ببعض المحاصيل لأغراض استهلاكهم الذاتي.

٦. الزمن :

يتأثر العرض بعامل الزمن، حيث أن بعض السلع تحتاج لفترات زمنية مختلفة للإنتاج، فبعضها يحتاج لفترة طويلة مثل السلع الزراعية، وبعضها يحتاج لفترة قصيرة كالسلع الصناعية . وعليه فأن دالة العرض لسلعة معينة يمكن صياغتها كما يأتي :

$$Qs = f (p1 , p2 , f1 , T , S)$$

حيث ان

Qs الكمية المعروضة

P1 سعر السلعة نفسها

P2 أسعار السلع الأخرى

F أسعار عوامل الإنتاج

T المستوى التكنولوجي

S الإعانات والضرائب

انتقال منحنى العرض :

لابد من التميز بين التغير في الكمية المعروضة والتغير في العرض، أن قانون العرض الذي يشير إلى العلاقة الطردية بين السعر والكمية المعروضة مع بقاء الأشياء الأخرى على حالها، ففي حالة ارتفاع السعر ترتفع الكمية المعروضة وعليه بمكان المنتج هنا أن ينتقل على نفس منحنى العرض من نقطة إلى أخرى

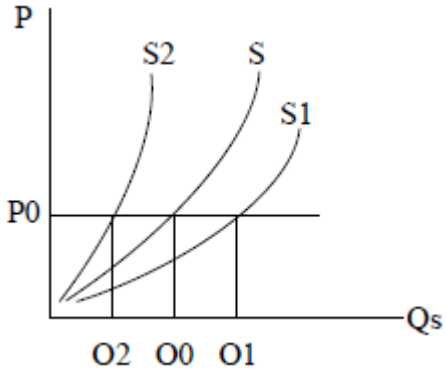
عندما يتغير السعر وأن الأشياء الأخرى المؤثرة في العرض تبقى عل حالها أي أن المتغير الوحيد المؤثر على الكمية المعروضة هو السعر، ومن جدول العرض السابق

والرسم البياني الذي يمثل منحنى العرض فإذا ارتفع السعر من (٢) دينار إلى (٥) فأن المنتج سينتقل من نقطة إلى أخرى على نفس منحنى العرض.

أما تغير في العرض فيحصل نتيجة لتغير أحد العوامل المؤثرة على دالة العرض عدى سعر السلعة ففي هذه الحالة فأن الحركة لا تتم من نقطة إلى أخرى على نفس المنحنى وإنما من منحنى عرض إلى منحنى عرض أخر. فلنفرض أن أسعار عوامل الإنتاج قد تغيرت نحو الزيادة فهذا سيؤدي إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج فتنخفض الأرباح ويقل الإنتاج وينخفض العرض وينتقل منحنى العرض إلى الأعلى نحو جهة اليسار موضحاً حدوث انخفاض أو نقص في العرض، ويحدث العكس في حالة انخفاض أسعار عوامل الإنتاج فأن أرباح المنتج ستزداد ثم يزداد الإنتاج ومن ثم العرض فينتقل

منحنى العرض إلى الأسفل نحو جهة اليمين موضحاً لنا حدوث زيادة في العرض.

وهذا يعني انه بنفس السعر للسلعة يعرض المنتج كميات أكبر في كل فترة زمنية معينة وكما موضح في الشكل البياني التالي.

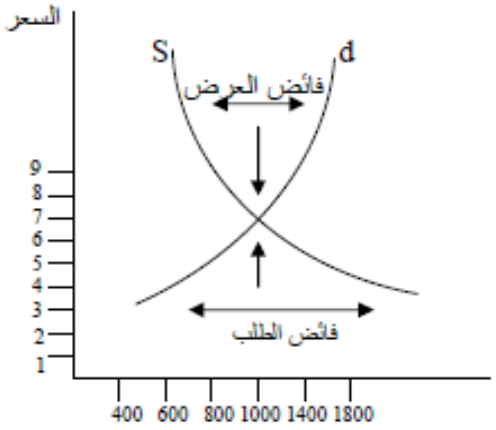


تحديد سعر التوازن في سوق المنافسة :

إن منحنى الطلب يبين الكمية المطلوبة من سلعة معينة التي يرغب المستهلكون شرائها عند كل سعر من أسعار السوق مفترضين بقاء الأشياء الأخرى ثابتة، وهذا المنحنى ينحدر من الأعلى إلى الأسفل موضحاً العلاقة العكسية بين السعر والكمية المطلوبة. أما منحنى العرض بين الكمية المعروضة من سلعة معينة

التي يرغب المنتجون بيعها عند كل سعر من أسعار السوق بافتراض بقاء الأشياء الأخرى على حالها. وأن منحنى العرض يرتفع من الأسفل إلى الأعلى مبيناً أن الكمية
المعروضة تتناسب طردياً مع سعرها. من الشكل أدناه نجد أن نقطة تقاطع المنحنين عند مستوى السعر (٧) دنانير وأن الكمية المطلوبة هي (١٠٠٠) وحدة والكمية المعروضة هي (١٠٠٠) وحدة أيضاً، أي عند مستوى السعر(٧) دنانير الكمية المعروضة، فإذا افترضنا أن السعر ارتفع إلى مستوى (٩) دنانير بدلاً من (٧) دنانير فأن المستهلكون يرغبون في شراء (٤٠٠) وحدة بينما يرغب البائعون بيع (١٤٥٠) وحدة، ففي هذه الحالة سيكون هناك فائض عرض مقداره (١٠٥٠)

وحدة فكلما ارتفع السعر ارتفع فائض العرض. أما أذا انخفض السعر من (٧) دنانير وأصبح (٢) دينار فعند هذا السعر يرغب المستهلكون شراء (١٨٥٠) وحدة بينما يرغب المنتجون بيع (٢٠٠) وحدة وفي هذه الحالة يكون هناك فائض طلب مقداره (١٦٥٠) وحدة، أي جميع الأسعار دون السعر (٧) دنانير تكون الكميات المطلوبة تجاوزت الكميات المعروضة وهذا يعني أنه كلما انخفض السعر ارتفع فائض الطلب.



والجدول التالي يبين سعر التوازن:

السعر	الكمية المطلوبة	الكمية المعروضة
١	٢٠٠٠	١٠٠
٢	١٨٥٠	٢٠٠
٣	١٧٠٠	٣٥٠
٤	١٥٠٠	٥٠٠
٥	١٤٠٠	٧٥٠
٦	١٢٠٠	٨٠٠
٧	١٠٠٠	١٠٠٠
٨	٧٠٠	١٢٠٠
٩	٤٠٠	١٤٥٠

تغيرات السعر عندما لا يتساوى العرض والطلب :

عندما يكون فائض عرض فأن سعر السوق ينخفض لان المنتجين سيكونون غير قادرين على بيع سلعهم في السوق لذا يلجون إلى تخفيض الأسعار أما المشترون عند مستوى عرض وفير من السلع يدفعون أسعار منخفضة، وكلا السببين فأن الأسعار لابد أن تنخفض وهذا ما يوضحه اتجاه السهم في الشكل السابق الذي يشير إلى الضغط إلى الأسفل على الأسعار التي تتجاوز (٧) دنانير أما عندما يكون هناك فائض طلب فأن السعر سوف يرتفع وذلك لان المستهلكين غير قادرين على تلبية جميع احتياجاتهم لذا يعرضون سعر أعلى للحصول على اكبر كمية ممكنة من السلع، أما المنتجون فأنهم سيبدئون بالمطالبة بسعر أعلى للكميات التي يعرضونها ولكلا السببين فأن الأسعار سوف ترتفع في حالة تجاوز الطلب للعرض. ويمكن توضيح ذلك في الرسم أدناه في السهم الذي يشير اتجاهه إلى رفع السعر إلى الأعلى على الأسعار التي تقل عن (٧) دنانير. وبناء على ما تقدم يمكن القول بان أي سعر أعلى من (٧) دنانير يميل للانخفاض وان أي سعر اقل من (٧) دنانير يميل للارتفاع أما عند مستوى السعر (٧) دنانير فأن الكمية المطلوبة تساوي الكمية المعروضة وأن هذا المستوى من السعر يسمى بسعر التوازن. فسعر التوازن هو ذلك السعر الذي يتقاطع عنده منحنيا العرض والطلب وهو الذي تتساوى عنده الكمية المطلوبة التي يرغب المستهلك في طلبها مع الكمية المعروضة التي يرغب المنتج في عرضها خلال فترة زمنية معينة فلا يوجد عند مستوى

السعر التوازني فائض عرض ولا فائض طلب، وان أي سعر غير السعر التوازني سوف لن يتحقق التوازن بين العرض والطلب وهذا ما يعني عدم توافق رغبات المستهلكين مع قرارات المنتجين.

النظرية الحديثة لسلوك المستهلك
(تحليل منحنيات السواء)

م.م نعم عبد الحميد فواز

ظهرت بعض الانتقادات التي وجهت إلى نظرية المنفعة الحدية (التحليل الكلاسيكي) وهو التحليل القائم على أساس التحليل العددي للمنفعة، ويقوم التحليل الحديث لسلوك المستهلك على أساس التحليل الترتيبي، والجديد الذي جاءت به هذه النظرية هو استبدال الفكرة القائلة بأن المنفعة الحدية يمكن قياسها قياساً عددياً بافتراض آخر هو أن الأفراد لهم القابلية على تحديد ما أذا كانت مجموعة من السلع تعطي إشباعاً أكبر أو أقل وفي هذه الحالة لا يطلب من المستهلك أن يقيس منفعته التي يحصل عليها من استهلاك مختلف السلع قياساً عددياً و أنما يكفي منه التعبير عن أفضلياته اتجاه الكميات المختلفة من السلع بشكل مجموعات، أي أن كل ما يقوم به المستهلك هو مجرد تفضيل مجموعة من السلع على مجموعة أخرى وهو بذلك قاس كل مجموعة سلعية قياساً ترتيبياً فهو يرتب المجموعات السلعية ويعمل سلم لتفضيلاته من المجاميع الأقل إشباعاً إلى المجاميع الأكثر إشباعاً لذا فأن هذا النوع من التحليل يعتمد على فكرة المنفعة الترتيبية بدلاً من المنفعة العددية.

معنى منحنى السواء Indifference Curve

يسمى منحنى السواء أيضاً منحنى الإشباع المتماثل، هو يتكون من مجموعة من النقاط تمثل كل نقطة منها مجموعة سلعية تتساوى في الإشباع من وجهة نظر المستهلك مع مجموعة سلعية أخرى تمثلها نقطة أخرى على المنحنى نفسه.

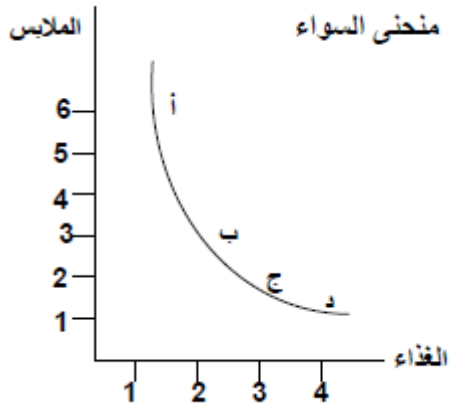
أي أن منحنى السواء يعطي البدائل الممكنة من كميات سلعتين يرغب المستهلك باستهلاكهما بحيث تحقق له نفس مستوى المنفعة أو الإشباع كأن يستهلك المجموعة Aاو المجموعة B الواقعة على نفس منحنى السواء، ولفهم طبيعة منحنيات السواء تفترض أن المستهلك يفاضل بين مجموعات سلعية من الغذاء والملابس فقط.

المجموعة	الغذاء	الملابس
أ	6	1
ب	2	3
ج	3	2
د	4	1,5

من الجدول أعلاه نفترض أن الإشباع لا يختلف عند المستهلك أذا حصل على (6) وحدات من الملابس ووحدة واحدة من الغذاء، كما في المجموعة (أ) أو (3) وحدات من الملابس ووحدتين من الغذاء كما في

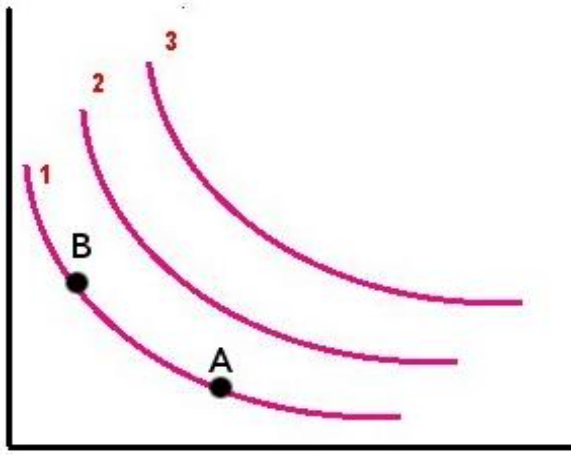
المجموعة (ب) أو حصل على وحدتين من الملابس و (3) وحدات من الغذاء كما المجموعة (ج) وهكذا فأن الإشباع الذي يحصل عليه المستهلك من المجموعة (أ) هو تماماً نفس الإشباع الذي يحصل عليه من كل المجموعات الأخرى ب ، ج ، د

وذلك لان جميع المجموعات الواقعة على نفس منحنى السواء تعطي المستهلك إشباعاً متساوياً. وكما مبين في الشكل التالي.



خارطة السواء The Indifference Map

استناداً إلى الجدول السابق ولكن بمستويات إشباع أعلى يبدأ من وحدتين من الغذاء و(7)وحدات من الملابس، ومستوى أخر يبدأ بثلاث وحدات غذاء و(7) وحدات من الملابس فكل مستوى من هذه المستويات يمكن تمثيله بيانياً بمنحنى مناسب كما هو مبين في الشكل التالي، والذي يظهر أنه كلما زادت كلتا السلعتين وصلنا إلى مستويات أعلى فأعلى من الإشباع فمستوى الإشباع 3 أعلى من مستوى الإشباع 2 وأن 2 أعلى من مستوى الإشباع 1 وهكذا ، ، أن مجموع منحنيات السواء هذه تسمى خارطة السواء، وأن خارطة السواء تعكس أذواق المستهلك وتفضيلاته، وتبين خارطة السواء جميع التوافيق بين سلعتين y و X ومستوى الإشباع الذي يعطيه كل منحنى، وأن جميع المجموعات الواقعة على منحنيات سواء أعلى تكون مفضلة دائماً على تلك المجموعات التي تقع على منحنيات سواء أدنى، وذلك لان منحنى السواء كلما ابتعد عن نقطة الأصل إلى الأعلى باتجاه اليمين دل ذلك على حصول المستهلك على مستوى إشباع أكبر وكلما انتقل منحنى السواء إلى الأسفل نحو اليسار باتجاه نقطة الأصل دل ذلك انخفاض مستوى الإشباع

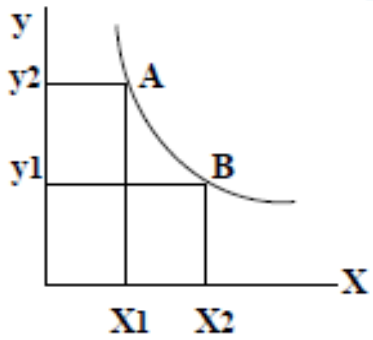


11

خواص منحنيات السواء

تتميز منحنيات السواء بالخصائص التالية :

1. إن منحنى السواء ينحدر من أعلى جهة اليسار إلى الأسفل نحو اليمين وهذه الخاصية تفسر لنا أمكانية بقاء المستهلك محافظاً على نفس مستوى الإشباع عندما ينتقل من نقطة إلى أخرى على نفس منحنى السواء، ولكي يبقى محافظاً على نفس مستوى الإشباع عليه أن يقلل من كمية أحدى السلعتين ويزيد من كمية السلعة الأخرى.

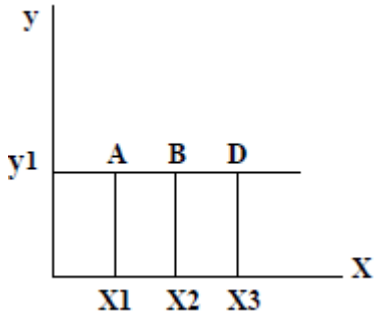


حتى ينتقل المستهلك من نقطة A الى B على نفس المنحنى عليه أن يقلل الكمية المستهلكة من السلعة yمن y2الى y1

ويزيد الكمية المستهلكة من السلعة X من X1 الى X2 ويبقى محافظاً على نفس الإشباع. وهذا لا يمكن أن يحدث إلا أذا كان منحنى السواء منحدر إلى الأسفل من اليسار إلى اليمين فأن لم يكن منحدر إلى الأسفل فأنها ستكون منحدرة إلى الأعلى أو ستكون أفقية.

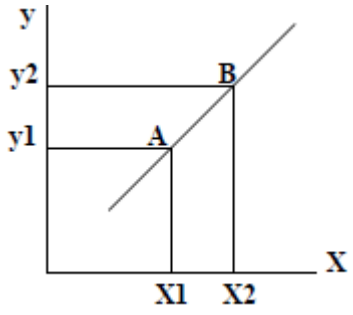
فإذا كان أفقياً فأن ذلك يعني أن المستهلك يكون في حالة إشباع متساوي أذا حصل على (5) وحدات من السلعة (y)

مثلاً وأما 1 أو 2 أو 3 أو 4 أو 5 أو 6 من السلعة (x) أي بعبارة أخرى كمية ثابتة من السلعة (y) تعطي مع كميات مختلفة من السلعة(x) ، مستوى واحد من الإشباع وهو أمر غير منطقي في منحنيات السواء لأنه حتى نبقى محافظين على نفس مستوى الإشباع يجب أن تقلل من أحدى الكميتين وتزيد من كمية السلعة الأخرى.



12

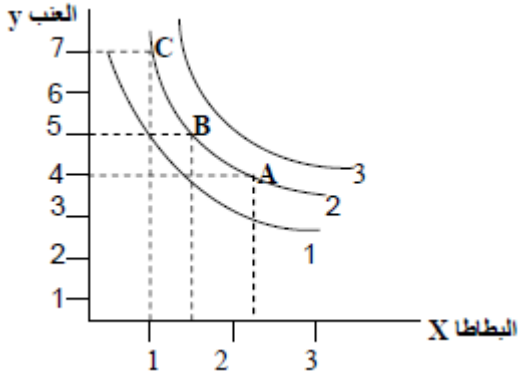
أما أذا كان منحنى السواء مرتفعاً إلى اليمين فهذا يعني أن المستهلك يعتبر التشكيلة التي تتضمن كمية أكبر من كلتا السلعتين مثلا X2+y2 تعطي نفس الإشباع الذي تعطيه كمية أقل منهامثلا y1+x1 وهذا لا يمكن أن يكون صحيحاً في منحنيات السواء، وذلك لأنه كما هو واضح في الشكل البياني أدناه أن الكميةX2+y2 تعطي إشباعاً اكبر مما تعطيه الكميةy1+x1 وبالتالي ستكون النقطة Bاكبر من A وهذا غير ممكن في منحنيات السواء لان جميع النقاط الواقعة على نفس منحنى السواء تعطي نفس المستوى من الإشباع.



2.الخاصية الثانية تكون منحنيات السواء مقعرة من الأعلى ومحدبة باتجاه نقطة الأصل. وهذا الافتراض مهم جداً لأنه يفسر لنا تناقص المعدل الحدي للإحلال بين السلعتين، والمعدل الحدي للاحلال يتضمن أنه إذ زاد مقدار ما يحصل عليه المستهلك من السلعة (y) فأنه سيكون مستعداً للتنازل عن القليل من السلعة x للحصول على وحدة أضافية من السلعة (y) أي أن المستهلك يقوم بإحلال سلعتاً محل الأخرى علماً أن هذا المعدل الحدي للإحلال متناقص، ويعني ذلك انه كلما زيدت كمية السلعة (y) بمقادير متساوية فان كمية السلعة(x) ستقل بمقادير متناقصة.

حيث نلاحظ من الرسم أدناه أن المستهلك في منحنى السواء رقم (2)، هو عند النقطة (4) كغم من العنب (y) و 2,25 كغم من البطاطا x حيث أن منحنى السواء يبين حالة إشباع متساوي وأنه أذا أراد كيلو أضافي من العنب عليه أن يتنازل عن 0,75 كيلو من البطاطا أي يحصل على 5 كغم من العنب و 1,5 كغم من البطاطا أي أن المعدل الإحلال الحدي لكغم من العنب هو 0,75 من البطاطا.
فالمعدل الإحلال الحدي للسلعة المشترات يقاس على طول منحنى السواء بتعبير السلعة التي تم الشراء بها وهذه السلعة التي تم الشراء بها هي البطاطا التي ضحى بها المستهلك للحصول على وحدة أضافية من العنب عند بقاءه على منحنى السواء نفسه. وعند يريد الكغم السادس فأنه يعرض فقط 1,3 كغم من البطاطا وعند الكغم السابع فأنه يعرض فقط 1 كغم من البطاطا. لذا فأنه كلما تحركنا على طول منحنى السواء فأن الافتراض هو التقعر نحو الأعلى وهو يتضمن أن الإحلال الحدي لإحدى السلعتين بتعبير السلعة الأخرى يكون دائماً في تناقص تدريجي كلما طلب المزيد من السلعة الأولى.

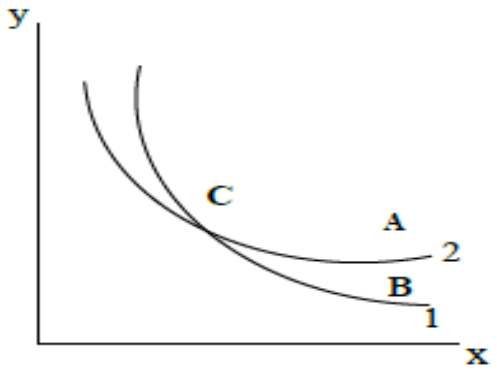
13



3. ان منحنيات السواء لا تتقاطع، لأنها لو تقاطعت فان ذلك معناه أن نقطتين واقعتين على منحنين سواء مختلفين ستعطيان نفس الإشباع وهذا غير ممكن لأنه كما مر بنا أن النقاط الواقعة على نفس المنحنى هي

التي تعطي نفس الإشباع وإذا ما ارتفعنا إلى منحنى أعلى فأن مستوى الإشباع سيكون أكبر وكما هو واضح في الرسم البياني، حيث نجد أن كل من منحنى السواء رقم (1) ومنحنى السواء رقم (2) قد تقاطعا في النقطة(C) وبالتالي فأن النقطة (C) ونقطة(B) الواقعة على منحنى السواء رقم (1) ستعطيان نفس الإشباع وأيضاً النقطة (C) والنقطة(A) الواقعة على منحنى سواء رقم (2) ستعطيان نفس مستوى الإشباع وبالتالي أذا ما أصبحت النقطة(A) متساوية في إشباعها مع النقطة (B) وذلك لتساويهما مع النقطة (C) علماً أن كل من النقطة(B و A) تقعان على منحنى سواء مختلفين وهذا لا يمكن أن يحصل في منحنيات السواء أن تتساوى نقطتين واقعتين على منحنين سواء مختلفين في مستوى إشباعهما فيجب أن تكون النقطة(A) تعطي إشباع أكبر لأنها تقع على منحنى سواء أعلى. ونخلص من ذلك إلى أن منحنيات السواء لا يمكن أن تتقاطع.

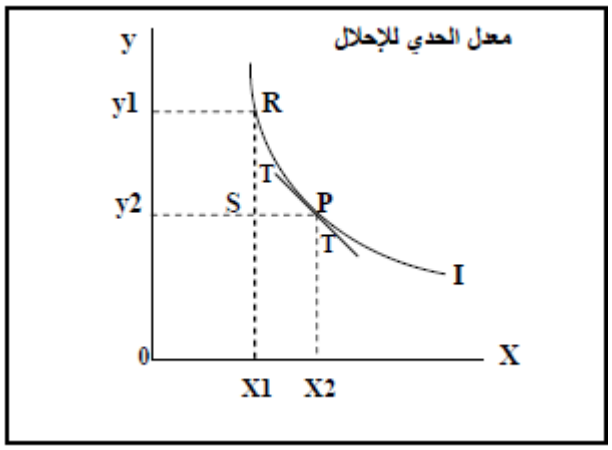
حالة تقاطع منحنيات السواء



المعدل الحدي للإحلال Marginal rate of substitution

يلاحظ من الشكل أدناه أن معدل الإشباع لدى المستهلك يكون متساوياً بين النقطة(R) التي تتضمن المقدار 0X1 من سلعة X والمقدار 0y1 من سلعة y والنقطة (P) التي تتضمن المقدار 0X2 من X والمقدار 0y2 من سلعة y ولما كانت 0X2اكبر من 0X1 وان 0y2 اصغر من 0y1 فأن هذا يعني المستهلك يرغب بإحلال الكمية X1X2 من X مقابل الكمية y1y2من y وأن معدل الإحلال الذي يرغب بموجبه الحصول على سلعة X مقابل سلعة y

$$= \frac{Rs\,0y1=0y2}{SP0X2=0X1}$$



هذه النسبة تقيس معدل عدد وحدات(y) التي يرغب المستهلك التنازل عنها لكي يحصل على وحدة إضافية من(x)

أي تبين النسبة التي تقيس كمية (y) التي يجب التضحية بها لكل وحدة (x) يحصل عليها المستهلك لكي يبقى على نفس مستوى الإشباع السابق.

لكن كلما تحركت النقطةR على طول منحنى I وباتجاه P فان نسبة SP / RS تقترب شيئا فشيئا من ميل المماسTT عند نقطة P وفي النهاية فأن ميل المماس في P يدعى المعدل الحدي للإحلال X ب y.

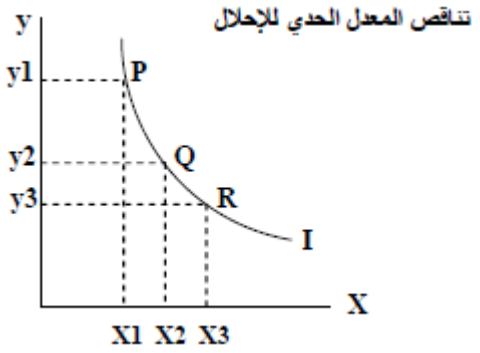
ومما تقدم نخلص إلى ما يأتي :

إن المعدل الحدي للإحلال X بy يقيس عدد وحدات y التي يجب أن يضحي بها لكل وحدة يتم الحصول عليها منX

لكي يبقى مستوى الإشباع ثابتاً. وأن المعدل الحدي للإحلال يستخرج بالميل السالب لمنحنى السواء في نقطة معينة ويحدد بالحركة على طول منحنى السواء فقط وليس بالحركة بين المنحنيات.

ولما كانت منحنيات السواء مقعرة من الأعلى أو محدبة باتجاه نقطة الأصل فأن هذا يتضمن أن المعدل الحدي للإحلال

(X) مقابل (y) يتناقص كلما استبدلت X بy على طول منحنى السواء وهذا يمكن توضيحه بالشكل التالي:



يلاحظ من الشكل أعلاه يظهر منحنى السواء(I) وعليه نقاط الموازنة الثلاثة P , Q , R وعلى المحور الأفقي نجد أن :

$$0X1 = X1X2 = X2X3$$

فإذا تحركنا من نقطةP إلىQ فأن المعدل الحدي لإحلالX بy في نقطة Q يكون كما يأتي:

$$\frac{0y1 - 0y2}{0X2 - 0X1} = \frac{y1y2}{X1X2}$$

وبالمثل أذا تحركنا من نقطةQالى P فان المعدل الحدي للإحلال عند النقطة R سيكون:

$$\frac{0y2 - 0y3}{0X3 - 0X2} = \frac{y2y3}{X2X3}$$

ولما كانت(X1X2 = X2X3) وان (y1y2) اكبر من(y2y3) فأن معدل الإحلال الحدي عند نقطة R اقل منه عند Q وهذا واضح من الميل المتناقص للماس عند P,Q,R وبناء على ذلك نخلص الى المبدأ التالي :

كلما حلت X محل y ولكي يبقى المستهلك عند منحنى السواء نفسه فأن المعدل الحدي للإحلال(X)ب (y) يكون متناقصا.

خط السعر أو خط الميزانية :

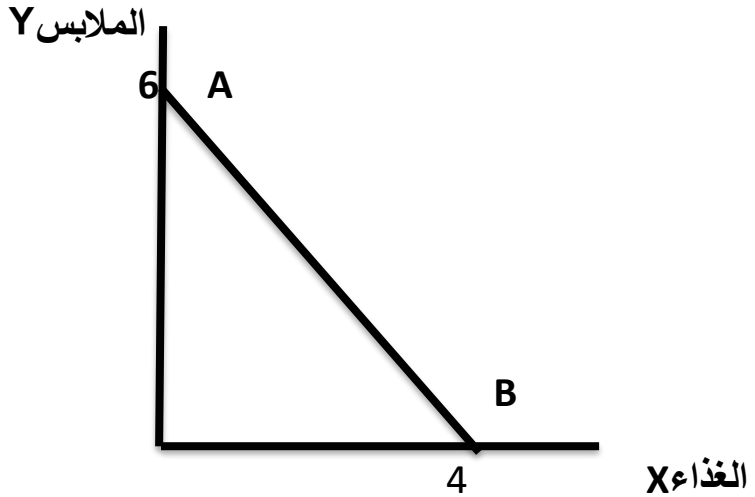
أذا ما توافرت لدينا المعلومات عن أمكانية المستهلك وسعر سلعتين لتحدد المجموعات التي يمكن أن يشتريها المستهلك من سلعتين y و X والتي يحصل عليها المستهلك بدخله المحدود والأسعار السائدة في السوق، فإذا افترضنا أن دخل المستهلك (6) دنانير يومياً، فأن المستهلك سيواجه أسعاراً ثابتة لكل من الغذاء(X) و الملابس (y) ولتكن 1,5

دينار للغذاء ودينار واحد لملابس. من الواضح أنه يستطيع أنفاق دخله على أية مجموعة من المجموعات التي تتكون من الغذاء والملابس ولكن لو افترضنا أنه أنفق كل دخله على الغذاء فأنه في هذه الحالة يستطيع شراء (4) وحدات من الغذاء ولا شيء من الملابس ومن ناحية أخرى يستطيع شراء (6) وحدات من الملابس ولا شيء من الطعام

والجدول التالي يبين الطرق الممكنة التي يستطيع بها أنفاق دخله.

وحدة الغذاء	الملابس
4	صفر
3	1,5
2	3
1	4,5
0	6

ومن الممكن تمثيل الجدول أعلاه بالشكل البياني التالي الذي يبين الحالات الخمس الممكنة.



إن الخط الذي يمثل الحالات أعلاه يسمى بخط أمكانية الاستهلاك، فالمستهلك عندما ينفق (6) دنانير يومياً فقط بأسعار دينار ونصف للغذاء ودينار للملابس فأنه يختار أيه نقطة على هذا الخط، الذي يبين أقصى ما يمكن أن يحصل عليه المستهلك من سلع (إشباع) بدخله المتاح وفي ظل الأسعار السائدة لهذه السلع في السوق. ولذلك يطلق عليه أيضاً خط الميزانية كما ويعبر هذا الخط عن نسبة سعر الغذاء إلى سعر الملابس وأن ميله في هذه الحالة يساوي سعر الغذاء / سعر الملابس ولهذا السبب يطلق عليه أحياناً بخط السعر.

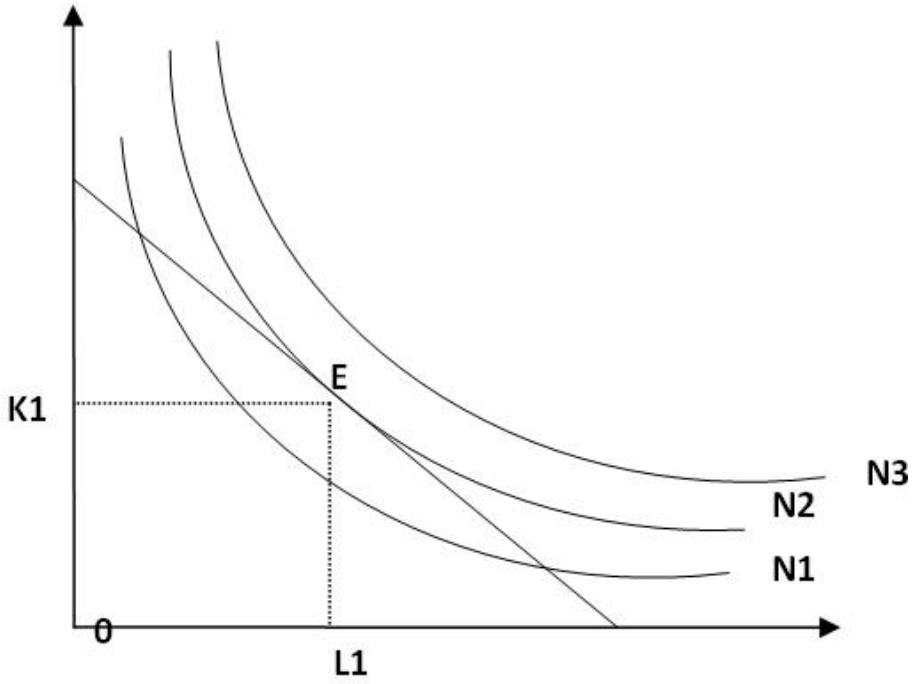
وعموماً أذا افترضنا أن دخل المستهلك هو My وأن سعر الوحدة منX هو Px وأن المستهلك انفق كل دخله على X او y فانه يحصل على كميات $\frac{My}{Py}, \frac{My}{Px}$ من X وyعلى التوالي ومن الواضح ان ميل خط السعر وهو الخط الواصل بين النقطتينA,B هو :

$$\frac{OA}{OB} = \frac{\frac{My}{Py}}{\frac{My}{Px}} = \frac{My}{Py} * \frac{Px}{My} = \frac{Px}{Py}$$

أو أن ميل خط السعر يساوي نسبة سعرX الى سعر Y.

توازن المستهلك في النظرية الحديثة :

حالة التوازن للمستهلك تتحدد عند جمع خارطة السواء مع خط الميزانية، سنستطيع بيان الكيفية التي يتم فيها توزيع دخل المستهلك على سلعتي الغذاء والملابس وعلى النحو التالي:



إن نقطة التوازن تحقق أكبر إشباع ممكن تتحدد بيانياً عندما يصل المستهلك إلى أعلى منحنى سواء ضمن قيود الميزانية وأعلى منحنى سواء ممكن الوصول أليه هو ذلك المنحنى الذي يكون مماساً لخط الميزانية. فلو فرضنا أن المستهلك لديه خارطة سواء مكونة من 3 منحنيات سواء ومبدئياً لأنه يحقق له أكبر إشباع ممكن نجد أن المستهلك يحاول أن يصل إلى المنحنى 3(N3) لكن هذا المستهلك لا يستطيع أن يصل لهذا المنحنى لسبب أن هذا المنحنى يقع خارج حدود خط
الميزانية، يعني أن دخل المستهلك لا يسمح له بأن يصل لهذا المنحنى , أما المنحنى (N1) فهو كذلك يبعد عن خط الميزانية ولكن هذا المنحنى لا يمثل طموح المستهلك حيث يستطيع المستهلك تحقيق رغباته من خلال منحنى (N2) والذي يسميه خط الميزانية من النقطة (E) . إذن هذا المنحنى هو أعلى منحنى يمكن المستهلك الوصول أليه فإن توازن المستهلك قد يحقق عند هذه النقطة (E) حيث يمس منحنى السواء خط الميزانية ويحقق توازنه فعند هذه النقطة يتساوى ميل كل من خط الميزانية وأعلى منحنى سواء ممكن بلوغه بدخل المستهلك المحدود.

المصادر

1- د. سامي السيد ، "مبادئ الاقتصاد "

2-د.عبد الكريم مهدي الحسناوي ،"مبادئ علم الاقتصاد"

3- د. محسن حسن المعموري،" مبادئ علم الاقتصاد "

4- د. رانيا محمود عبد العزيز عمارة ،" مبادئ علم الاقتصاد "

(عوامل الإنتاج)

إن الإنتاج هو خلق المنفعة أو زيادتها، وأن الإنتاج يتطلب اشتراك أربعة عوامل يطلق عليها عوامل الإنتاج وهي (العمل والأرض ورأس المال والتنظيم)، فالجهد الإنساني أو العمل يعد عامل الإنتاجي، ويضاف الجهد البشري لبعض الأشياء الطبيعية كالأرض والتي تعتبر عامل إنتاجي لا يمكن الاستغناء عنه، وفي معظم الحالات يحتاج العاملون إلى معدات ومكائن، هذه المعدات تسمى برأس المال وهو عامل إنتاجي، وعليه فأن اشتراك هذه العوامل الثلاثة وجمعها في الإنتاج والتخطيط له وتنسيقه و توجيه جهود العاملين فيه يكون ضرورياً لذا فأن المنظم يكون العامل الإنتاجي الرابع. وسنلقي ضوء فيما يلي على كل عامل.

أولاً : العملLabor

العمل في المعنى الاقتصادي هو الجهد العقلي أو العضلي الإرادي الذي يبذل في أنتاج السلع والخدمات، ومن هذا التعريف نلاحظ ما يلي:

1. أن العمل هو مجهود أنساني، وعليه فأن المعنى الاقتصادي للعمل يستبعد عمل الحيوانات في أنتاج السلع.

2. أنه يستبعد كل مجهود أنساني حتى وأن كان مرهقاً أو شاقاً إذ لم يؤدي إلى أنتاج السلع والخدمات، فتسلق الجبال لا يعد من قبيل العمل. أما لماذا لا يعد تسلق الجبال عملاً بينما توزيع الرسائل رغم بساطته عملاً، السبب في ذلك يعود إلى أن العمل هو ملزم وكلمة الإلزام ليست بمعنى القانوني وإنما هي بالمعنى الاقتصادي، أي التزام الإنسان في إشباع حاجاته والحصول على دخل سواء كان عاملاً مستقلاً أو عاملاً أجيراً، فضلاً عن أن العمل هو مصدر أنتاج المجتمع. وقد دارت مناقشات طويلة حول الفعاليات المنتجة وغير المنتجة، فبنسبة للطبيعيين (الفيزوقراط) يعد العمل الزراعي هو العمل الوحيد المنتج وذلك لأنه يتم الحصول من الزراعة على ناتج صافي، أما الصناعة وتجارة فهي تعمل على تغير شكل المادة لذا فهي عقيمة في رأيهم، أما ادم سمث فيرى أن العمل الزراعي ليس هو العمل الوحيد المنتج أنما العمل الصناعي أيضاً يعد عملاً منتجاً لان الإنتاج هو ليس خلق المنفعة فقط أنما تغير شكلها يعد إنتاجاً، وبالنسبة لمجموعة أخرى من الاقتصاديين ادخلوا الخدمات، كعمل التاجر والناقل ضمن الأعمال المنتجة فليس هناك فرق بين من يستخرج الفحم وبين من يقدمه للمستهلك. أما ساي فيرى أن العمل المنتج هو عمل يستحدث بصورة مباشرة أو غير مباشرة منفعة جديدة.

ثانياً : الأرض Land

الأرض بالمعنى الواسع ترمز إلى جميع الموارد الطبيعية، كما وجدت عليه في الطبيعة، كبحار والموارد المعدنية والغابات. ومقصود بالأرض كعامل إنتاجي هي يجب أن تكون أكثر من منطقة مسطحة فمن وجهة التصنيع يعد الموقع أهم خاصية للأرض وبالنسبة للزراعة تعد خصوبة الأرض هي الأكثر أهمية، وعلى رغم اعتقاد البعض أن الأرض ثابتة من حيث الكم والنوع، ألا أن التقدم تكنولوجي أتاح فرصة تحسين نوعية الأرض عن طريق مشاريع الري وبزل والأسمدة والمخصبات والى ما ذلك. أن تغير عامل الإنتاجي الأرض مع تغير عامل العمل ورأس المال، فأن
عوامل الإنتاج ستكون مزيج من الأرض والعمل ورأس المال أكثر من هي أرض بحتة.

ثالثاً: رأس المال Capital

لقد استخدم مصطلح رأس المال بمعان مختلفة، فقد عرفه كثير من الاقتصاديين بأنه السلع المنتجة المستخدمة في أنتاج أضافي، أي وسائل الإنتاج (الآلات) التي صنعها الإنسان لمساعدته في الإنتاج كمكائن والبنايات والطرق الخ. وتم استثناء في هذا التعريف جميع الموارد الطبيعية لأنها لم يصنعها الإنسان والسلع الاستهلاكية لأنها لم تستخدم في أنتاج سلع أخرى. كما يعرف رأس المال هو خزين الثروة الموجودة في لحظة زمنية معينة وهذا التعرف يتضمن السلع الاقتصادية. بجميع أنواعها سواء صنعت من قبل الإنسان أو من قبل الطبيعة وسواء استخدمت للإنتاج أو للاستهلاك، وهذا التعريف يجعل رأس المال مرادفاً للثروة غير أن رأس المال جزء من الثروة وليس جميع الثروة.
وبشكل عام فان رأس المال يتضمن كل من شأنه أن يساهم في أنتاج السلع الاستهلاكية بصورة مباشرة وغير مباشرة.
أنواع رأس المال :

1. من زاوية إسهامه المباشر أو غير المباشر في أنتاج السلع والخدمات الاستهلاكية ويقسم :

أ. رأس المال الإنتاجي : وهو يشمل كافة التجهيزات والآلات والمواد الخام وسلع نصف مصنعة والمباني المشروعات التي تساهم في أنتاج السلع والخدمات الاستهلاكية بصورة مباشرة.

ب. رأس المال الاجتماعي الثابت : ويشمل جميع الأنواع الأخرى من رأس المال التي تساهم في العمليات الإنتاجية بشكل غير المباشر والتي تعتبر أساسية للمشاريع التي تمارس الإنتاج بشكل مباشر ومن أمثلته الطرق والجسور والموانئ ... الخ. ويطلق على هذا النوع من رأس المال بالبنى الارتكازية أو البنى التحتية.

2. من زاوية النفقات التي يتحملها المشروع الإنتاجي ويقسم :

أ. رأس المال الثابت Fixed capital : ويضم كافة التجهيزات والآلات والمباني التي يتحمل المنتج تكاليفها كاملة والتي لابد من دفعها سواء أنتج المشروع أم لم ينتج.

ب. رأس المال المتداول (العامل) Working capital : ويشمل المواد الخام والسلع نصف مصنعة والمخزون من السلع تامة الصنع، ويمكن للمنتج أن يغير مقدار هذا النوع من رأس المال تبعاً لمستوى الإنتاج. فإذا كان مستوى الإنتاج صفر فلا يكون هناك حاجة للرأس المال المتداول عكس رأس المال الثابت.

رابعاً : التنظيمEnterprise

وهو يشير إلى مهمة تجميع عناصر الإنتاج (العمل والأرض ورأس المال) وكيفية استخدامها في العملية الإنتاجية وتحمل مخاطر تنفيذها، والمنظم هو ليس مسؤول عن أدارة المشروع فقط، وإنما هو الرائد الذي يضع كل مواهبه ومهارته في خدمة المشروع وتنميته عن طريق أنتاج سلع جديدة أو استخدام طرق فنية جديدة في الإنتاج.

(نظرية الإنتاج)

م.م نعم عبد الحميد فواز

تهتم نظرية الإنتاج بدراسة الطريقة التي يستخدم فيها المنتج عناصر الإنتاج في سبيل أنتاج السلع والخدمات، والمقصود في عملية الإنتاج هو استخدام الموارد الإنتاجية من أجل خلق المنفعة أو زيادتها يعني تحويل الموارد من شكل إلى أخر لتصبح أكبر منفعتاً بهدف إشباع الحاجات ويتضمن هذا التعريف بعدي أحدهما فني والأخر اقتصادي، أي يمكن النظر إلى نظرية الإنتاج من زاويتين:

الأولى : الزاوية التكنولوجية (الفنية) وهي تبحث في العلاقة بين المدخلات input والمخرجات output أي العلاقة بين مقدار عوامل الإنتاج المستخدمة في أنتاج سلعة معينة ومقدار الناتج الذي يمكن الحصول عليه من هذه السلعة. وهذه العلاقة يطلق عليها بدالة الإنتاج.

الثانية : الزاوية الاقتصادية والتي تتضمن الاستخدام الأمثل لموارد الاقتصادية، وهي التي تبحث في تحقيق أقصى قدر ممكن من الإنتاج باستخدام كمية محدودة من الموارد (عوامل الإنتاج)، أو تحقيق مقدار معين من الإنتاج باستخدام أقل كمية ممكنة من الموارد، أي بتحميل أقل تكاليف ممكنة.

دالة الإنتاج :

هي عبارة عن العلاقة التكنيكية (الفنية) بين المدخلات المادية المستخدمة من عوامل الإنتاج كمتغير مستقل وبين الإنتاج من سلعة معينة كمتغير تابع. فهي تبين الكمية القصوى الممكن إنتاجها باستخدام مجموعة محدودة من المدخلات الإنتاج (عوامل الإنتاج). ويمكن التعبير عن دالة الإنتاج بالمعادلة التالية:

$$Y = F (X_1 , X_2)$$

حين أن :

Y : تمثل الكمية المنتجة من سلعة معينة.

X_1,X_2: تمثل عوامل إنتاجية

أي أن السلعة Y(وهي متغير تابع) هي دالة للمقادير المستخدمة لكل من العاملين الإنتاجيين X_1,X_2 وهي متغيرات مستقلة وهناك نوعان من علاقات المستخدم المنتج في دوال الإنتاج :

الأول : هو العلاقة التي تكون فيها كميات بعض عوامل الإنتاج ثابتة وبعضها الأخر متغيرة.

الثاني : هو العلاقة التي تكون فيها جميع العوامل الإنتاجية متغيرة

العوامل الثابتة Fixed Factors

وهي تلك العوامل التي تكون كميتها في الأجل القصير ثابتة، وعندما يتطلب السوق تغيير الناتج مباشرة فليس من السهولة تغيير كميتها ومن أمثلتها المباني والمكائن والموظفين الإداريين

العوامل المتغيرة Variable Factors

وهي تلك العوامل التي يمكن تغير كميتها في الأجل القصير أذا تطلب السوق تغيير الإنتاج ومن أمثلتها العمل والموارد الأولية.

الأجل القصير والأجل الطويل

الأجل القصيرShort-Run

وهي الفترة الزمنية التي تسمح بتغيير الإنتاج من خلال أجراء التغيرات في العوامل المتغيرة فقط، فإذا أراد المنتج أن يوسع

إنتاجه في الأمد القصير فعليه أن يفعل ذلك باستخدام العمال ساعات أكثر مع المصنع والمعدات الموجودة، وبالمثل أذا رغب المنتج تخفيض الإنتاج في الأمد القصير، فهو يقدر أن يحقق ذلك بتسريح عدد من العمال، ولكنه لا يقدر أن يخلي سبيل المباني أو الآلات في الحال حتى ولو هبط استعمالها إلى الصفر.

الأجل الطويل Long- Run

وهي الفترة الزمنية التي تسمح بتغير الإنتاج من خلال أجراء تغيرات في جميع عوامل الإنتاج، لان الأجل الطويل هو الفترة التي تكون فيها جميع عناصر الإنتاج متغيرة، وعلى سبيل المثال يستطيع المنتج في الأجل القصير أن يوسع إنتاجه بتشغيل العاملين في مصنعه ساعات إضافية وهذا يستلزم دفع أجور إضافية للعمال، لكنه في الأجل الطويل قد يكون اقتصادياً أكثر لان المنتج يقوم بتوسيع المصنع عن طريق قيامه بنصب مكائن أو القيام بتسهيلات إنتاجية أخرى، ويعود إلى ساعات العمل الاعتيادية.

قانون الغلة المتناقصة The Law of Diminishing Returns

يهتم قانون الغلة المتناقصة بوصف ما يحدث للإنتاج من تغير كمية أحدى عناصر الإنتاج مع بقاء كمية العناصر الإنتاجية الأخرى ثابتة ويسمى هذا القانون بقانون النسب المتغيرة لوصف ما يحصل من تغير في نسب مزج عناصر الإنتاج. وقبل التطرق إلى القانون الغلة المتناقصة لابد من التعرف إلى الناتج الكلي والناتج الحدي والناتج المتوسط:

الناتج الكلي Total Product : وهو مجموع الكمية المنتجة من السلعة خلال العملية الإنتاجية.

الناتج المتوسط Average Product : هو عبارة عن الناتج الكلي مقسوماً على كمية المستخدم من عنصر الإنتاج المتغير

$$Ap = \frac{\mathrm{Tp}}{\mathrm{L}}$$

الناتج الحدي Marginal Product : ونقصد به مقدار التغير الحاصل في الناتج الكلي الناجم عن التغير الحاصل في العنصر الإنتاجي المتغير بوحدة واحدة إضافية. كما يعرف بأنه أنتاج الوحدة الأخيرة المستخدمة من عنصر الإنتاج المتغير

$$Mp = \frac{\Delta \mathrm{Tp}}{\Delta \mathrm{L}}$$

ويمكن التعرف على قانون الغلة المتناقصة من زاويتين :

1. **من زاوية الناتج الكلي** : فمع إضافة وحدات متتالية من العنصر الإنتاجي المتغير إلى العنصر الإنتاجي الثابت فأن الناتج الكلي يزداد أولاً بمعدل متزايد حتى يصل إلى نقطة الانقلاب، بعدها يستمر بالتزايد ولكن بمعدل متناقص حتى يصل إلى أعلى مستوى له وبعد ذلك يبدأ في التناقص المطلق. وعليه يمكن تعريف قانون الغلة المتناقصة بالصيغة التالية (عندما يتم زيادة أجمالي الناتج لسلعة معينة بواسطة إضافة وحدات من العنصر الإنتاجي المتغير مع بقاء كميات العناصر الإنتاجية الأخرى ثابتة، فأن هذه الزيادات في الناتج الكلي تصبح بعد نقطة معينة اصغر فاصغر).
2. **من زاوية الناتج الحدي** : عند إضافة وحدات متتالية من العنصر الإنتاجي المتغير إلى عناصر الإنتاج الثابتة فأن الناتج الحدي يزداد أولاً ثم يتناقص حتى يصل إلى الصفر وبعد ذلك عند إضافة وحدة إضافية من العنصر الإنتاج المتغير فأن الناتج الحدي يصبح سالباً. وعليه يمكن أعادة صياغة قانون الغلة

المتناقصة كما يلي (كلما أضفنا وحدات متتالية من العنصر المتغير إلى العنصر الثابت فأن الناتج الحدي للعنصر المتغير سوف يبدأ بالتناقص بعد حد معين).

وعليه فأن الناتج الكلي لا يزداد بمعدل متزايد إلا أذا كان الناتج الحدي متزايداً ولكي يزداد الناتج الكلي بمعدل متناقص لابد أن يكون الناتج الحدي متناقصاً ولكي يبلغ الناتج الكلي أقصى مستوى له لابد أن يكون الناتج الحدي صفراً، أما عندما يبدأ الناتج الكلي بالتناقص فأن الناتج الحدي يجب أن يكون سالباً.

ولتوضيح قانون الغلة المتناقصة والمراحل التي يمر بها الناتج نضرب المثال التالي:

لو فرضنا أن هناك عنصر إنتاجي ثابت وهو قطعة ارض بمساحة محدودة وأن هناك عاملاً إنتاجياً متغيراً واحداً وهو العمل. ففي المرحلة الأولى والتي تسمى مرحلة الغلة المتزايدة وتبدأ من نقطة الأصل وتنتهي عند مستوى الإنتاج الذي يتساوى فيه الناتج المتوسط مع الناتج الحدي وتتميز هذه المرحلة يكون فيها الناتج الكلي متزايد بمعدل متزايد والناتج المتوسط متزايد والناتج الحدي متزايد، ويكون الناتج الحدي أعلى من الناتج المتوسط، ونلاحظ من الجدول أدناه عند استخدام عامل واحد فأن الناتج الكلي يبلغ (6) أطنان، كما يكون معدل الإنتاج للعنصر المتغير (6) أطنان، وعند

استخدام عامل أضافي أخر فأن الناتج الكلي سيرتفع إلى (18) طناً، أي أن الناتج الكلي ازداد ب(12) طن وهو يساوي الناتج الحدي للعمل الثاني كما أن معدل الإنتاج ارتفع إلى(9) أطنان بعد الارتفاع في الناتج الكلي. وهذا ارتفاع في معدل الإنتاج يعود إلى أن العنصر الثابت الأرض أكبر من أن يستخدمها عامل واحد بكفاءة لذا عند استخدام عاملان ارتفع معدل الإنتاج، وعند إضافة عامل ثالث نجد أن الإنتاج الكلي قد ارتفع إلى (33) طن وأن معدل الإنتاج ارتفع إلى(11) طن وذلك لان الناتج الحدي للعمل الثالث قد ارتفع إلى(15) طن وهذا يعني أن العنصر الإنتاجي الثابت الأرض هو أكبر

من أن يستخدمه عاملان بكفاءة مقارنة بثلاث عمال. وليس من مصلحة المنتج التوقف في هذه المرحلة لان قيمة الناتج الحدي أكبر من سعر العامل المستخدم لذا فهو يستمر في الإنتاج إلى المرحلة الثانية. والتي تسمى بمرحلة الغلة المتناقصة والتي تبدأ من النقطة التي يتساوى فيها الناتج المتوسط مع الناتج الحدي وتنتهي عند مستوى الإنتاج الذي يكون فيه الناتج الحدي مساوياً للصفر وتتميز هذه المرحلة أن يكون الناتج الكلي متزايد ولكن بمعدل متناقص إلى أن يصل إلى أعلى مستوى له ويثبت وأن الناتج الحدي يبدأ بالانخفاض إلى أن يكون مساوياً للصفر، فعند إضافة العامل الرابع نجد أن

الناتج الكلي ارتفع إلى (40) طناً، أي أن معدل الإنتاج قد انخفض إلى (10) طن وذلك لان الناتج الحدي قد انخفض إلى (7) طن وعند الاستمرار في استخدام العمال نجد أن الناتج الكلي يتزايد ولكن بمعدل متناقص حتى يصل أعلى مستوى له

(49) طن عند استخدام العامل السابع، وعند استخدام العامل الثامن لم يتغير الناتج الكلي وذلك لان الناتج الحدي كان صفراً، وتعتبر هذه المرحلة أفضل مرحلة في الإنتاج لأنها تمثل نسب مزج كفوءة بين العنصر الإنتاجي المتغير والثابت. والتي يكون فيها الناتج الحدي أقل من الناتج المتوسط وفي هذه المرحلة يحاول المنتج أن يختار المقدار التي يقوم

بإنتاجه في ضوء أسعار عناصر الإنتاج وأسعار السلع المنتجة. أما المرحلة الثالثة والتي تسمى بمرحلة الغلة السالبة أو مرحلة التناقص المطلق لغلة. وتبدأ عندما يكون الناتج الكلي عند حده الأقصى وتتميز هذه المرحلة بأن الناتج الكلي يكون متناقص والناتج المتوسط يتناقص إلا أنه يبقى موجب ويصبح الناتج الحدي سالب، فعند إضافة العامل التاسع نجد أن الإنتاج الكلي قد انخفض إلى (45) طناً، وذلك لان الناتج الحدي في هذه المرحلة كان سالباً. وفي هذه المرحلة يكون العنصر الإنتاجي المتغير أكبر من العنصر الثابت عكس المرحلة الأولى مما يؤدي إلى تناقص الناتج الحدي وفي هذه

المرحلة لا يقوم المنتج بالإنتاج حتى لو تمكن من استخدام العنصر المتغير (العمال) بدون أجر، وذلك لان الناتج الكلي الذي يحصل عليه المنتج في هذه المرحلة يأخذ في التناقص كلما زاد عدد العمال المستخدمين. وفيما يلي الجدول و الشكل البياني يوضح مراحل قانون الغلة المتناقصة.

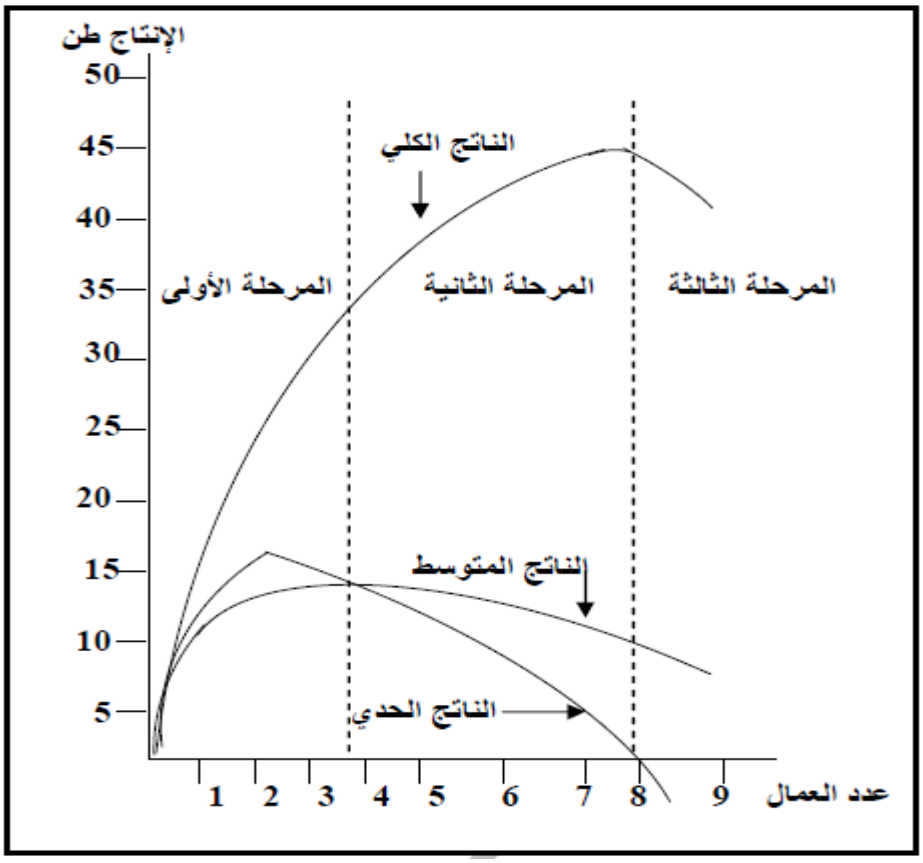
تقيم قانون تناقص الغلة :

أن قانون تناقص الغلة هو حقيقة واقعة وأن الظواهر الاقتصادية تؤيد صحة سريانه، ولغرض سريان هذا القانون يجب أن تتوفر الشروط التالية :

1. ثبات المستوى التكنولوجي.
2. تجانس وحدات العنصر الإنتاجي المتغير.
3. وجود عنصر إنتاجي ثابت وأخر متغير، فلو كانت جميع العناصر الإنتاج متغيرة لكان من ممكن تجنب الوصول إلى مرحلة الغلة المتناقصة.

الناتج الكلي والمتوسط والحدي بالطن

العامل المتغير	الناتج الكلي	الناتج المتوسط	الناتج الحدي	
1	6	6	6	المرحلة الاولى
2	18	9	12	مرحلة الغلة المتزايدة
3	33	11	15	
4	40	10	7	
5	45	9	5	المرحلة الثانية
6	48	8	3	مرحلة الغلة المتناقصة
7	49	7	1	
8	49	6,1	صفر	
9	45	5	4-	المرحلة الثالثة
				مرحلة التناقص المطلق



المصادر

1- د. سامي السيد ، "مبادئ الاقتصاد "

2-د.عبد الكريم مهدي الحسناوي ،"مبادئ علم الاقتصاد"

3- د. محسن حسن المعموري،" مبادئ علم الاقتصاد "

4- د. رانيا محمود عبد العزيز عمارة ،" مبادئ علم الاقتصاد "