

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة

كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية

مشروع يونس معبدي بجمع كل ما يتعلق

بالاقتصاد الكلي و الاقتصاد الجزئي



للتواصل: YOUNES.MABEDI@GMAIL.COM

محاضرة 1

تبرز أهمية دراسة الاقتصاد بشكل عام إلى وجود ما يعرف بالمشكلة الاقتصادية. فوجود المشكلة الاقتصادية هو أساس علم الاقتصاد. ويمكن تلخيص المشكلة الاقتصادية: بندرة الموارد في مواجهة الحاجات والرغبات المتعددة

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

مما لاشك فيه أننا نعيش في عالم الواقع وليس الخيال، وهذا الواقع إنما يضعنا أمام حقيقتين هامتين هما -وهي لب المشكلة الاقتصادية-: (1) إن الحاجات الإنسانية المراد إشباعها متعددة وغير محدودة. تتمثل في شعور بالحرمان مصحوب برغبة Desire معينة لدى الفرد في الحصول على وسائل الإشباع المختلفة لإزالة هذا الحرمان. والحاجات الإنسانية إما فطرية أو مكتسبة.

(2) إن الموارد المتاحة لإشباع الحاجات الإنسانية محدودة.

خصائص الحاجات الإنسانية:

- (1) التعدد:
- (2) التنافس:
- (3) التكرار:
- (4) التجدد:
- (5) التكامل: إن إشباع رغبة لا يحدث إلا بإشباع رغبة أخرى. فالرغبة في الشاي قد لا تشبع بدون وجود سكر،
- (6) القابلية للإشباع: فالحاجات الإنسانية عادة قابله للإشباع،
- (7) النسبية: لكونها تختلف من شخص لآخر ومن مكان لآخر ومن زمن لآخر، فالحاجة إلى الملابس الصوفية قد تكون أكثر إلحاحا في البلدان الباردة منها إلى الحرارة.

ثانياً: الموارد: يتضح لنا أن هناك حاجة إنسانية تتحول إلى رغبة تتطلب الإشباع، وهناك وسائل كفيلة بإشباع هذه الرغبات. هذه الوسائل هي الموارد Resources والمتمثلة في السلع Goods والخدمات Services المختلفة. فكل شيء له القدرة على الإشباع يسمى في العرف الاقتصادي "سلعة" بغض النظر عن نوعها.

- والسلع منها ما هو مادي أو ملموس يمكن توصيفه كمياً وكيفياً، فنطلق عليه عموماً "السلع" كالمواد الغذائية والملابس والأدوات... إلخ.
- ومنها ما هو غير مادي وغير ملموس، ويعرف بـ "الخدمات" كالتعليم والصحة والنقل وخلافه.
- وهناك تقسيمات للسلع كما يلي:

(أ) السلع الاقتصادية والسلع الحرة:

السلع الاقتصادية Economics Goods هي التي لا توجد في الطبيعة إلا بكميات محدودة بالنسبة للرغبة فيها، ويخصص لإنتاجها قدر معين من الموارد.

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

ب) السلع الضرورية والسلع الكمالية:

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

السلع الكمالية Luxurious Goods فهي السلع التي يرى غالبية الناس أن الحاجة إليها على أدنى درجة من الإلحاح. بمعنى أن السلع الكمالية يحتاجها الشخص لكن حاجته لها ليست ماسة. بينما التفرقة ما بين ما هو ضروري وما هو كمالي ليست بالأمر السهل، فما هو كمالي لشخص قد يكون ضروري لآخر والعكس صحيح. بل إن ما يكون كماليا للشخص في وقت معين قد يصبح ضرورياً في وقت آخر.

ج) السلع العادية والسلع الدنيا:

السلع العادية Normal/Ordinary Goods هي السلع التي يزيد الطلب عليها كلما زاد دخل المستهلك، ويقل الطلب عليها عندما يقل دخل المستهلك. فهي علاقة طردية بالنسبة للدخل.

السلع الدنيا Inferior Goods فهي السلع التي تشبع حاجة إنسانية مباشرة ولكنها على درجة منخفضة من الجودة يقل إقبال الفرد عليها عندما يرتفع دخله ليتحول إلى استهلاك سلعة أخرى أكثر جودة. ترتبط بعلاقة عكسية مع الدخل. مثال الدجاج لما يزيد دخل الشخص يعتبر لديه الدجاج سلعة دنيا فينتقل إلى بديل أفضل أسماك أو لحم.

د) السلع الفانية والسلع المعمرة:

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

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

هـ) سلع مكاملة و سلع بديلة:

السلع المكاملة Complementary Goods: هي السلع التي لا تستخدم إحداها إلا بوجود الأخرى، كالورق والقلم، السيارة والبتزين، الشاي والسكر

السلع البديلة Substitute Goods: فهي السلع التي يمكن إحلال إحداها محل الأخرى لإشباع حاجة معينة، مثل الشاي والقهوة، واللحوم والأسماك. وانتقال الشخص من سلعة إلى أخرى يخضع إلى عوامل السوق فيرتفع سعر السلعة فينتقل إلى سلعة بديلة.

و) سلع استهلاكية و سلع رأس مالية:

السلع الاستهلاكية Consumption Goods: هي السلع التي تُنتج بغرض الاستهلاك النهائي، أو هي التي تشبع الحاجة الإنسانية مباشرة دون إجراء عمليات تحويلية عليها. كالملابس والغذاء.

السلع الرأسمالية Capital Goods: هي السلع التي لا يمكن استخدامها مباشرة في إشباع الحاجات الإنسانية إنما بطريق غير مباشر كآلات والمعدات المختلفة، تحول السلع الرأسمالية بطريق آخر إلى سلع استهلاكية، كالمعدات والآلات نستخدمها في إنتاج السلع الاستهلاكية.

محاضرة 2

المشكلة الاقتصادية مشكلة ندرة: يقصد بالندرة هنا الندرة النسبية Proportional Scarcity، وليست الندرة المطلقة Absolute Scarcity، فالموارد متوفرة وليست نادرة الوجود، ولكن نظراً لزيادة الحاجات فإن هذه الموارد تصبح نادرة بالنسبة للحاجة إليها. ولأجل حل هذه المشكلة الاقتصادية نجد أن الأنظمة الاقتصادية تحاول أن تعالج مسألة الندرة بزيادة الموارد باستغلال الموارد المتاحة وتنميتها من أجل تغطية الحاجات المتعددة ومهما عمل البشر في تغطية الرغبات فلن تنتهي مشكلة الندرة..

المشكلة الاقتصادية مشكلة اختيار:

- واختيار سلعة أو خدمة معينة إنما يعني التضحية بأخرى
- تسمى تكلفة الاختيار المتمثلة فيما تم التضحية به (تكلفة الفرصة البديلة Opportunity Cost).
- ولحل المشكلة الاقتصادية فإنه ينبغي الإجابة على الأسئلة الأساسية:
ماذا ننتج؟ كيف ننتج؟ لمن ننتج؟

النظم الاقتصادية والمشكلة الاقتصادية

- حاجات البشر كثيرة ومتنوعة، وتغطية الحاجات تغطية نسبية. أما الرغبات فهي غير محدودة،

كيف واجهت الأنظمة الاقتصادية مشكلة الندرة

- 1- **النظام الرأسمالي capitalist:** هو نظام يعتمد على الحرية المطلقة للسوق فهو الموكل إليه في تحديد ماذا ينتج؟ وكيف ينتج؟ ولمن ينتج؟ فالحرية المطلقة للسوق واعتمادها على جهاز الأثمان هو الذي يجيب على هذه الأسئلة. آلية السوق تؤدي إلى توزيع أمثل للموارد الاقتصادية، أي أن الموارد الاقتصادية تتجه نحو الاستخدام الذي يحقق رغبات المجتمع، إذ عن طريق السوق الحر ونظام الأسعار يتم ترتيب الأولويات وتوجيه الموارد إلى أهم الرغبات، فلا بد أن تكون الرغبات مرتبة.

ما هي عيوبه؟

- التفضيلات الاجتماعية في صالح الأغنياء
- سيادة الاحتكار وعدم وجود السوق الحر.
- يفترض سيادة المنافسة الكاملة

- 2- **النظام الاشتراكي:** يسلب الفرد حريته بالكامل ويجعل الدولة هي التي تمتلك الموارد وتقوم بترتيب أولويات الإنتاج يعني الدولة هي التي تحدد ماذا ينتج المجتمع فما ترى أنه يمثل مصلحة للمجتمع تقوم بإنتاجه، اعتماداً على ما ترى أنه يمثل مصلحة المجتمع، ثم تقوم بتوجيه تلك الموارد نحو الاستخدام الذي يحظى بالأولويات وذلك لأن الدولة تمثل للسواد الأعظم والذين هم مواطنيها.

سلبياته:

- يسلب الفرد حريته ويسلبه الحافز، فليس لديه الحافز على الإنتاج والإبداع لعلمه أن مكافأته تساوي تقريباً مكافأة المتقاعد. وإلغاء الحافز سيؤدي سلباً على الأوضاع الاقتصادية في الدول الاشتراكية، وهذا يعتبر سبب جوهرى في عملية انهيار النظام الاشتراكي.

- 3- **النظام الاقتصادي الإسلامي:** هدف حياة المسلم إخلاص العبادة لله بطاعة أوامره واجتناب نواهيه، وهذا هو طريق السعادة في الحياة الدنيا والآخرة، ولا يتحقق إقامة شرع الله إلا عن طريق توفير القدر الكافي من رغد العيش والذي يستلزم تسخير الموارد الاقتصادية لإنتاج الغذاء والكساء وإقامة الطرق والمسكن ووسائل الدعوة والإرشاد وما إلى ذلك.

المخاضرة 3

هل تتنافى فرضية وجود مشكلة اقتصادية مع الاعتقاد الصحيح المسلم؟

هناك رأيان:

- 1) يعتقد البعض بأن القول بوجود المشكلة الاقتصادية يستلزم وجود شبهة فحواها أن الله عندما خلق الكون قصر فلم يخلقه على الوجه المطلوب
- 2) وهو أن هنالك أدلة شرعية وعقلية تقتضي وجود المشكلة الاقتصادية من ذلك:

أ- هنالك أدلة على اتصاف هذا العالم بالندرة في الموارد. قال تعالى ((وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ نُنزِّلُ بَقْدَرٍ مَا يَشَاءُ إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ))

ب- أن الأوامر الشرعية التي تنظم الاستهلاك تحث على الاقتصاد في الموارد والابتعاد عن التبذير

ج- من ناحية عقلية نجد أن الغني لا يستطيع توفير الموارد لتحقيق كل رغباته

د- المشكلة الاقتصادية هي مشكلة الندرة النسبية.

هـ- لو كانت الموارد الاقتصادية متاحة بلا حدود، لما احتاجت المجتمعات إلى تعيين حدود الملكية ولما اقتضى الأمر تبني ترتيبات منظمة لتوزيع الموارد ولتوزيع الإنتاج.

ويمكن إبراز حل الاقتصاد الإسلامي للمشكلة الاقتصادية كما يلي:

أ- **الحفاظة على الموارد**، الدليل: ((وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ)) لأن في ذلك تظالماً وإضاعة للمال، وقال تعالى ((وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ)) لأنهم سيستخدمونها بما لا ينفع .

ب - **تنمية وتطوير الموارد:**

- حث الإسلام على إقامة المرافق العامة
- وكذلك إذا مات ابن آدم انقطع عمله إلا من إحدى ثلاث وذكر منها صدقة جارية -وهذا ما يعرف بالوقف في الإسلام- .
- المسلم ليس مأمور بالحفاظة على الموارد فحسب، بل تحسين قدرة المجتمع على الإنتاج بعمارة الأرض وتحقيق التنمية.
- شجع الاقتصاد الإسلامي على صيانة الموارد الاقتصادية وذلك بإحياء الأرض (من أحيا أرضاً ميتة فهي له)
- حصر الموارد الموجودة في باطن الأرض بملكية عامة لكي توجه لخير المجتمع كله.
- حفظ الأصول المنتجة، قال صلى الله عليه وسلم: (إياك والحلوب) لمن أراد أن يذبح شاة.

ج - **حرية السوق:**

- الأصل هو عدم التسعير وذلك لأن حرية السوق تؤدي إلى تحقيق الكفاءة والتخصيص الأمثل للموارد الاقتصادية وذلك كطريقة فعالة لمواجهة المشكلة الاقتصادية. جهاز الثمن يوجه الموارد نحو الاستخدام الذي يحقق رغبات المجتمع ضمن القيود التي حددها الإسلام على أنواع السلع وأنماط الاستهلاك

- الأصل عدم الاحتكار: (من احتكر حكرة يريد أن يغلي بها على المسلمين فهو خاطئ).
- نهي عن تلقي الركبان وذلك لأنه ينافي توافر المعلومات الكافية لأطراف العقد عن أحوال السوق ومستويات الأسعار.

د - تكييف الحاجات وعدم المبالغة في الرغبات:

- 1- اقتصار الاستهلاك على الطيبات.
- 2- النهي عن التبذير بقول النبي صلى الله عليه وسلم (ليس الغني عن كثرة العرض ولكن الغني غني النفس) وذكر الراغب الأصفهاني: إن غني النفس هو قلة الحاجات.

هـ - الاستعانة بالتقوى والدعاء:

الدعاء سلاح ماض ضد الندرة قال تعالى: ((فقلت استعفروا ربكم إنه كان غفارا * يرسل السماء عليكم مدرارا)) نوح 10 و 11. وقال: ((ولو أن أهل القرى آمنوا واتقوا لفتحنا عليهم بركات من السماء والأرض)) ربط سبحانه وتعالى بين الإيمان والتقوى وبين ما ينزل من خيرات مباركة من السماء والأرض.

المخاضرة 4

كيف عالجت الأنظمة الاقتصادية المشكلة الاقتصادية من خلال إجابتها على الأسئلة الثلاثة؟

1) الرأسمالي:

ماذا ننتج؟ ما تطلبه الطبقة الغنية

كيف ننتج؟

لمن ننتج؟

ماذا ننتج؟ الدولة هي التي تحدد ما ينتج المجتمع

كيف ننتج؟ الدولة تحدد الميزج المناسب لعناصر الإنتاج

لمن ننتج؟ تجيب عليه الدولة فهي تحدد حجم العمالة والأجر ويوزع الإنتاج بالتساوي على من شارك في عملية الإنتاج

ماذا ننتج؟ ننتج تفضيلات الأغنياء والفقراء.

كيف ننتج؟

لمن ننتج؟ كل من ساهم في العملية الإنتاجية يأخذ نصيبه على قدر مساهمته،

منحني إمكانيات الإنتاج:

هذا المنحنى يوضح لنا كيف قدرات المجتمع على إنتاج المزيد من السلع، فقد نختار سلعتين أو قطاعين ثم يقوم المجتمع بتسخير جميع موارده وعناصر الإنتاج المتاحة لديه وبأعلى أسلوب في لديه من أجل اختيار المزيج المناسب من السلع، وبناءً على ذلك يمكن توضيح منحنى إمكانيات الإنتاج ورسمه على السبورة (موضح أدناه)

محاضرة 5

عندما نرسم منحنى إمكانيات الإنتاج نفترض:

- الموارد محدودة
- المستوى التقني أو المعرفي ثابت.

وأي نقطة عليه تعني:

- أن جميع الموارد مستخدمة، (ليس هناك موارد معطلة)
- أننا استخدمنا جميع الموارد بأعلى كفاءة ممكنة.
- وهذان شرطاً صحة رسمه.

- يمكن أن ينتقل إذا تغير المستوى التقني أو تغير عدد عناصر الإنتاج

منحنى إمكانيات الإنتاج: هو ذلك المنحنى الواصل بين النقاط المختلفة والتي تمثل كل منها توليفة من الكميات التي يمكن إنتاجها من السلعتين باستخدام جميع الموارد المتاحة للمجتمع وبأقصى كفاءة ممكنة.

النقاط التي داخل منحنى إمكانيات الإنتاج تعني أحد أمرين:

- إما أن جميع عناصر الإنتاج ليست موظفة - يعني هناك بطالة -
- أنه لم يُستخدم الأسلوب التقني الأفضل
- أو قد يكون كلا الأمرين

النقاط أعلى المنحنى لا يستطيع المجتمع إنتاجها إلا إذا تحسن الأسلوب التقني.

مفاهيم أساسية:

أولاً: التحليل الاقتصادي الجزئي Micro-economic Analysis

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

ثانياً: التحليل الاقتصادي الكلي Macro-economic Analysis

هو ذلك النوع من التحليل الاقتصادي الذي يتناول دراسة الموضوعات المتعلقة بالاقتصاد القومي في مجموعة، بغض النظر عن سلوك الوحدات الفردية في هذا الاقتصاد، فهو يدرس السلوك الاقتصادي لوحدات الاقتصاد القومي ككل، مثل الناتج القومي والدخل القومي والاستهلاك الكلي والتوظيف والبطالة والمستوى العام للأسعار والأجور.

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

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

عوامل مؤثرة في السوق:

- فإذا كانت مقدرة المنشأة في التأثير في السعر معدومة سيكون عندنا بما يعرف بسوق المنافسة
- وإذا كان تأثير المنشأة في السعر تأثير قوي فإنه سيكون عندنا سوق الاحتكار
- وبين سوق المنافسة وسوق الاحتكار، أنواع أخرى من الأسواق تأخذ من مواصفات المنافسة الكاملة وجزء من مواصفات سوق الاحتكار.

* والذي يعول عليه في أنواع السوق، هو مقدرة المنشأة في التأثير في السعر.

هناك عوامل تؤثر في مقدرة المنشأة في التأثير في السعر وهي:

العامل الأول/ تجانس السلعة: عامل مهم في تحديد نوع السوق، فكلما كانت السلعة متجانسة كلما اقتربنا من سوق المنافسة الكاملة، إما إذا كان التجانس بعيداً فإننا نبتعد عن سوق المنافسة الكاملة وندخل في أسواق أخرى منها ما يعرف بالسوق الاحتكارية. وما يهم في الواقع في عملية تحديد السوق، هو مسألة توفر المعرفة الكاملة لدى البائع والمشتري، كلما توفرت المعلومات لدى البائع والمشتري كلما اقتربنا من سوق المنافسة الكاملة.

العامل الثاني/ عدد البائعين وعدد المشتريين: فكلما ازداد عدد البائعين وعدد المشتريين كلما اقتربنا من سوق المنافسة الكاملة، وكلما قل العدد كلما اقتربنا من سوق الاحتكار.

فهذه العوامل وغيرها التي تؤثر في مقدرة المنشأة في التأثير في السعر هي فعلاً المحك الأساسي في تحديد نوع السوق.

* أؤكد مرة أخرى أن درجة مقدرة المنشأة في التأثير في السعر هو الذي يعول عليه في تحديد نوع السوق.

محاضرة 6

ما هي العوامل التي تؤثر في مقدرة المنشأة في التأثير في السعر؟

- 1- عدد البائعين والمشتريين.
- 2- درجة تجانس.
- 3- مدى الارتباط بين البائع والمشتري وسهولة الاتصال بينهما

أنواع (أشكال) السوق:**أولاً/ سوق المنافسة الكاملة Perfect Competition**

وهي السوق التي تتوفر فيها أربع خصائص تميزها عن سائر الأشكال الأخرى، فهذه الشروط التي لا بد من توافرها والتي إن تخلف أي واحد منها انتفى سوق المنافسة التامة (الكاملة). وهذه الخصائص هي:

- 1) **كثرة عدد البائعين والمشتريين:** يعني أن ليس هناك أي قدرة للبائع (المُنْتِج) في التأثير في السعر فإذا كثرت أعداد المنتجين - أي البائعين - فيعني أن مقدرة هذا المُنْتِج في التأثير في السعر معدومة، ولهذا نعتبر في حالة سوق المنافسة الكاملة نجد أن المنتج أو المنشأة هي متلقية وآخذة للسعر Price taker السائد في السوق وليست صانعة له
- 2) **تجانس السلعة تجانساً تاماً Homogeneous:** بحيث يمكن إحلال أي سلعة منها محل الأخرى في إشباع نفس الحاجة لدى المستهلك
- 3) **حرية الدخول والخروج من السوق:** وهذا يعني ليس هناك أي قيود (Restrictions) أو حواجز (Barriers) إدارية كانت أو قانونية أو اقتصادية تمنع منشأة جديدة من الدخول إلى السوق أو منشأة قائمة من الخروج
- 4) **العلم التام بأحوال السوق:**

إذا اختل شرط منها فهذا يعني أن ليس هناك سوق منافسة كاملة، بل أننا دخلنا في سوق يختلف عن سوق المنافسة الكاملة، وكلما كان الابتعاد كبيراً عن هذه الخصائص كلما كان مسمى السوق يبتعد كثيراً عن المنافسة الكاملة.

ثانياً/ سوق الاحتكار التام Monopoly (وهو السوق النقيض لسوق المنافسة الكاملة)

- الاحتكار: هو المنتج الذي يقوم بالاستحواذ والسيطرة على جميع مخرجات صناعة معينة دون سواه، وذلك بشروط.
- تعريف الدكتور له: هو المنتج الذي يقوم بعرض أو إنتاج سلعة ليس لها بديل قريب، يجب بالنسبة للاحتكار المطلق أن يتوفر شرط أن ليس لها بديل قريب فلو كان لها بديل قريب لم يكن احتكاراً مطلقاً
- والاحتكار المطلق له قوة تأثيرية في السعر، لكن يجب أن نؤكد أن هذه القدرة التأثيرية في السعر ليست على إطلاقها،
 - يمكن إيجاز الشروط التي يجب أن تتوفر في الاحتكار المطلق كما يلي:
- 1) أن يكون هناك مُنتِج واحد للسلعة أو الخدمة.
 - 2) أن يقوم هذا المُنْتِج ببيع سلع ليس لها مثيل في السوق.
 - 3) عدم إمكانية دخول منتجين آخرين للصناعة والسوق. لأنه إذا أمكن دخول منتجين آخرين فلن يكون هناك احتكار مطلق، سيكون هناك منتجين أكثر من واحد، أكثر من منتج. لهذا سمينا المنشأة في سوق المنافسة الكاملة بالمتلقية للسعر أو آخذة للسعر. الاحتكار على الطرف النقيض هو يعتبر صانعاً للسعر (Price Maker).
- بعض المصطلحات المتعلقة بالاحتكار:**

احتكار البيع Selling monopoly: هو السوق الذي يتولى فيه منتج أو بائع واحد بيع سلعة ليس لها بديل في السوق.

احتكار الشراء Monopsony: قيام مستهلك واحد بشراء سلعة ليس لها مثيل في السوق فيعتبر هذا محتكر للشراء.

بالاتحاد المزدوج Bilateral monopoly: السوق الذي يقوم فيه مُنتج واحد ببيع سلعةٍ لا مثيل لها في السوق لمشتري واحد، أي يقف هنا محتكر البيع وجهاً لوجه أمام محتكر الشراء.

ثالثاً / سوق المنافسة الاحتكارية Monopolistic competition

- سوق المنافسة الاحتكارية كما تلاحظ أنه يأخذ شيئاً من المنافسة وشيئاً من الاحتكار تأخذ بعض الخصائص في المنافسة الكاملة مثل خاصية:
- (1) وجود عدد كبير من المنتجين والبائعين. هذه الخاصية كما ذكرنا هي من خصائص المنافسة الكاملة لكن هناك قلنا المنشأة ليس لها أي قدرة تأثيرية في السعر أما هنا المنشأة لها قدرة ولكنها قدرة ضئيلة في التأثير في السعر
 - (2) تماثل السلع مع شيء من التمايز بينها.
 - (3) حرية الدخول والخروج من السوق.

رابعاً/ سوق احتكار القلة Oligopoly

يأخذ طبعاً أكثر صفات الاحتكار لكنه نسميه احتكار قلة يعني عدد قليل من المنتجين هم الذين ينفردون في إنتاج هذه السلعة، وبالتالي يكون لكل مُنتج مقدرة تأثيرية في السعر، ولكنه يأخذ في الاعتبار تأثير الآخرين -المنافسين- له نجد أن هذا النوع من المنشآت ليست متلقية للسعر ولكن لها قدرة تأثيرية كبيرة في السعر، ولا تستطيع أن تكون صانعة للسعر مئة بالمائة لأن هناك منشآت أخرى، وبالتالي قرارها في وضع السعر لا بد أن يأخذ في الاعتبار مرئيات هذه المنشأة حول قرارات المنشآت الأخرى.

العرض و الطلب والتوازن..

الطلب Demand: هو الكميات التي يكون المستهلكون راغبين وقادرين على شرائها من السلعة أو الخدمة عند مختلف الأثمان المفترضة لها. وبذلك يكون الطلب هو الرغبة المدعومة بالقدرة على الشراء. (تعريف من الفيديو مباشرة) وتعريف الدكتور له:

هو الذي يبين الكميات التي يرغب ويستطيع المستهلكون شرائها عند الأسعار المختلفة.

عناصر الطلب: الرغبة + الاستطاعة.

محددات الطلب أي (لعوامل المؤثرة في الطلب) التي تؤدي إلى زيادة الطلب أو انخفاضه Factors Affecting Demands:

- (1) **السعر Price:** نجد حسب القانون العام للطلب هناك علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة وسعر السلعة
- (2) **دخل المستهلك Income:** يرتبط بعلاقة طردية مع السلع العادية، وعلاقة عكسية مع السلع الدنيا
- (3) **أثمان السلع الأخرى المرتبطة بهذه السلعة The Prices of Other Goods:** سواء السلع البديلة أو السلع المكملة، فلا شك أن ارتفاع أسعار السلع البديلة لهذه السلعة سيزيد الطلب على هذه السلعة، لأن السلع البديلة لها مرتفعة وبالتالي ستجد أن المستهلكين الذين كانوا يستهلكون السلع البديلة سيأتون لهذه السلعة فسيزيد الطلب عليها. بينما السلع المكملة إذا ارتفعت أسعار السلع المكملة للسلعة ستجد أن الطلب على هذه السلعة سينخفض، فمثلاً لو ارتفع سعر السكر مثلاً ستنخفض الكمية المطلوبة من السكر وكذلك الكمية المطلوبة من الشاي - لدى الذين يستهلكون السكر والشاي معاً - كسلع مكملة.

- (4) **التوقعات:** عندما يكون هناك توقع في ارتفاع السعر نجد أن المستهلكين يتهافون ويتسارعوا في شراء السلعة
- (5) **الذوق أو تفضيلات المستهلكين.**
- (6) **عدد السكان**

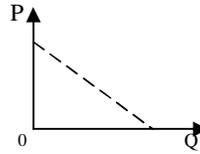
محاضرة 7

التقسيم المحدد الأساسي لتقسيم السوق هو مدى مقدرة المنشأة في التأثير في السعر، فكلما قويت درجة تأثيرها في السعر كلما اقتربنا إلى الاحتكار، وكلما ضعفت كلما اقتربنا إلى سوق المنافسة الكاملة.

محددات الطلب:

(1) **السعر P**

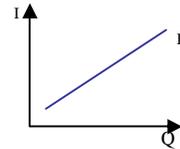
منحنى طلب مارشال أو العادي



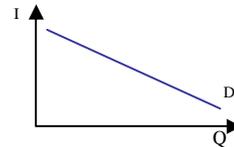
الفرق بين منحنى طلب مارشال
ومنحنى طلب إنجل؟
مارشال يحكي العلاقة بين الكمية
المطلوبة وسعرها، بينما إنجل بين
الدخل والكمية المطلوبة

(2) **دخل المستهلك I**

خاص بالسلع العادية وهذا المنحنى منحنى طلب (إنجل)



منحنى طلب إنجل الخاص بالسلع الدنيا



(3) **أثمان السلع الأخرى المرتبطة بالسلعة:** وهناك نوعين من السلع:

(1) **السلع المكملة:** وهي التي تكمل بعضها البعض في الاستهلاك، فالعلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة وثمان السلعة المكمل لها، علاقة عكسية سالبة

(2) **السلع البديلة:** وهي تلك التي يمكن إحلال إحداها محل الأخرى، فثمن أحدها والكمية المطلوبة من الأخرى على علاقة طردية موجبة.

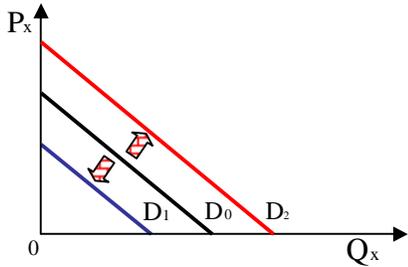
(4) الذوق (التفضيلات): فماذا نقصد بالذوق بشكل عام؟ الذوق طبعاً هو يشمل المتغيرات أو العوامل التي لا يمكن قياسها سواء بوحدة عينية معينة أو نقدية، إنما يمكن توصيفها فقط - كالعادات والتقاليد والتفضيلات المختلفة للمستهلك - ونحصرها تحت ما يطلق عليه بذوق المستهلك أو (Consumer taste)، فإذا توجه ذوق المستهلك إلى سلعة معينة فمن الطبيعي أن الطلب على هذه السلعة سوف يزيد أما إذا توجه الذوق بعيداً عن هذه السلعة فإن الطلب عليها سوف يقل

(5) التوقعات:

(6) السكان: فلو زاد عدد السكان في قرية معينة أو مدينة معينة، نجد أن الطلب على كل السلع بشكل عام سوف يزيد

محاضرة 8

تطبيقات.. كيف تؤثر (العوامل المؤثرة في الطلب) على منحنى الطلب؟



الأول/ سعر السلعة نفسها، هل الآن لو ارتفع سعر السلعة نفسها ماذا يحدث في الرسم أعلاه..؟ نجد أن ارتفاع سعر السلعة يعني انتقال من نقطة إلى نقطة أخرى على نفس المنحنى، فلو ارتفع السعر نجد أن الكمية المطلوبة من السلعة سوف تنخفض، أما منحنى الطلب فلن ينتقل، لماذا **لن ينتقل المنحنى؟** لأن التغير حدث في سعر السلعة نفسها، وسعر السلعة نفسها موجود لدينا في

الرسم على المحور الرأسي، وهنا إذا تغير الموجود على المحور الرأسي أو على المحور الأفقي منحنى الطلب لن يتغير، فنسير على نفس منحنى الطلب باللون الأسود الموجود في الوسط (D_0) هذا فيما يخص تغير السعر. إذا تغير السعر لا يؤدي إلى انتقال منحنى الطلب، وإنما يعني الانتقال من نقطة إلى أخرى على نفس منحنى الطلب.

الثاني/ الدخل: إذا زاد الدخل هل ينتقل منحنى الطلب أم تنتقل من نقطة إلى أخرى على نفس منحنى الطلب؟ نظرنا لعدم وجود الدخل على المحور الرأسي وعدم وجوده على المحور الأفقي، فهذا يعني أن زيادة الدخل ستؤدي إلى انتقال منحنى الطلب إلى أعلى أو إلى اليمين، فسوف ينتقل من (D_0) إلى (D_2). لماذا انتقل منحنى الطلب؟ بسبب زيادة الدخل، فزيادة الدخل تعني أن مقدرة المستهلك على شراء هذه السلعة بشكل أكبر.

لو انخفض الدخل؟ سيكون العكس، سينتقل المنحنى إلى اليسار أو إلى الأسفل من (D_0) إلى (D_1) والتبرير هو أن مقدرة الشخص الآن على شراء السلعة أقل. وهذا الكلام يفترض أن يكون على سلعة عادية، و (X) سلعة عادية و بالتالي إذا زاد دخل المستهلك يزيد الطلب عليها وإذا انخفض دخل المستهلك قل الإقبال عليها.

العامل الثالث/ أسعار السلع الأخرى، أسعار السلع البديلة: كيف ستؤثر على منحنى الطلب؟ إذا ارتفعت أسعار السلع البديلة، هل منحنى الطلب سينتقل أم سيبقى في مكانه؟ ننظر إلى أسعار السلع البديلة ولنقل أن السلع البديلة هي (Y)، هل سعر السلعة (Y) موجود على المحور الرأسي؟ طبعاً لا، الموجود فقط هو سعر السلعة (X). والمحور الأفقي أيضاً الموجود هو الكمية المطلوبة للسلعة (X)، إذا سعر السلعة (Y) ليس موجوداً لا في المحور الرأسي، ولا في المحور الأفقي. إذاً يعتبر عامل نقل للمنحنى، وبالتالي إذا ارتفعت أسعار السلع البديلة يعني أن منحنى الطلب سينتقل إلى أعلى، لماذا؟ لأنه إذا ارتفعت أسعار السلع البديلة سوف يقوم الأفراد بترك هذه السلع البديلة ومن ثمّ تستفيد السلعة (X) من ارتفاع أسعار السلع البديلة و سيزيد الطلب عليها لأن ثمنها لم يتغير ولم يرتفع وبذلك سينتقل منحنى الطلب إلى أعلى (إلى اليمين). وإذا انخفضت أسعار

السلع البديلة سوف ينتقل منحني الطلب إلى الأسفل (إلى اليسار). لأن المستهلك لهذه السلعة سوف يذهب إلى السلع البديلة التي أنخفض ثمنها، وسيقلل من استهلاكه لها، لأن سعرها أقل وبذلك سوف ينخفض الطلب عليها.

ماذا عن أسعار السلع المكملّة؟ أسعار السلع المكملّة أيضاً غير موجود في المحور الرأسي وغير موجود في المحور الأفقي، إذا يعتبر عامل نقل لمنحني الطلب، ولا يعني الانتقال من نقطة إلى نقطة على نفس منحني الطلب. طيب إذا ارتفعت أسعار السلع المكملّة للسلعة (X) ماذا يحدث في منحني الطلب؟ سوف ينتقل منحني الطلب من (D_0) إلى أسفل إلى (D_1) لماذا؟ لأنه لو ارتفعت أسعار السلع المكملّة فالمستهلك سوف يقلل من استهلاك السلع المكملّة وبما أن السلعة (X) مكملّة لها سيقلل منها أيضاً، وبالتالي ردة فعل المستهلك عند ارتفاع أسعار السلع المكملّة هو تخفيض الكميات المطلوبة من كلتا السلعتين المكملتين لبعضهما البعض.

وإذا انخفضت أسعار السلع المكملّة، فسوف ينتقل في هذه الحالة منحني الطلب الأصلي (D_0) إلى الأعلى إلى (D_2) لماذا؟ لأنه إذا انخفض سعر السلع المكملّة سوف يرتفع منحني الطلب مثال: لو انخفض سعر السكر سوف يتزايد الطلب على السكر وكذلك سوف يتزايد الطلب على الشاي. ونلاحظ أن تأثير أسعار السلع المكملّة هو تماماً عكس تأثير أسعار السلع البديلة.

العامل الرابع/ ذوق المستهلك وهو قد يزيد أو يتغير الذوق تجاه سلعة معينة بحيث يزيد الطلب عليها لأن ميول الناس اتجهت أكثر إلى هذه السلعة بسبب الإعلانات مثلاً - فقد تولد رغبة أكثر في هذه السلعة - في هذه الحالة سوف نجد أن منحني الطلب يتحرك من مكانه الطبيعي (D_0) إلى الأعلى إلى (D_2) . والعكس صحيح. وعامل الذوق، ذوق المستهلك، عامل نقل لمنحني الطلب، بمعنى نتقل من منحني إلى منحني آخر، وليس من نقطة إلى نقطة على نفس منحني الطلب.

العامل الخامس/ التوقعات إذا كانت هناك توقعات تشير إلى أن سعر السلعة (X) سوف يرتفع فإن المستهلكين سوف يتهافون على شراء هذه السلعة بكميات أكبر من ذي قبل لكي يحصلوا عليها بالسعر الحالي فيزيد الطلب عليها، يعني أن منحني الطلب سوف ينتقل من (D_0) إلى الأعلى إلى (D_2) . وبالتالي زيادة الطلب عليها ستؤدي إلى ارتفاع سعرها. والعكس صحيح، لأن الناس بقدر ما يستطيعون يقللون من استهلاك هذه السلعة أملاً في انخفاض ثمنها.

هل منحني الطلب ينتقل إلى أعلى وأسفل؟ أم أن يكون الانتقال من نقطة إلى نقطة على نفس منحني الطلب؟ هل سعر السلعة (X) المتوقع موجود على المحور الرأسي؟ طبعاً لا، لأن الموجود هو سعر السلعة الحالي.

العامل السادس/ عدد السكان وهو يؤثر في منحني الطلب ويجب علينا أن نفرق بين عدد المستهلكين وعدد السكان لأن عدد المستهلكين إذا انخفض ستؤدي إلى انخفاض الطلب على السلعة وتكون السلعة رخيصة مما يؤدي إلى مجيء مستهلكين جدد لها.

أما عدد السكان فلو انتقلت هذه السلعة من هجرة إلى مدينة مثلاً، فسوف يرتفع الطلب على السلعة. وسوف ينتقل منحني الطلب إلى أعلى من (D_0) إلى (D_2) أما إذا كان هناك نزوح من مدينة إلى هجرة وبالتالي عدد السكان سوف يقل وبالتالي منحني الطلب سوف ينتقل إلى الأسفل من (D_0) إلى (D_1) .

إذا هذه التطبيقات من خلال الرسم على العوامل المؤثرة في الطلب نجد أن كل العوامل تؤدي إلى نقل المنحني ماعدا عامل واحد وهو سعر السلعة، فسعر السلعة نفسها يعني الانتقال من نقطة إلى أخرى على نفس منحني الطلب، أما بقية العوامل الأخرى فستؤدي إلى انتقال منحني الطلب.

قانون الطلب:

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

دالة الطلب السعرية Price Demand Function

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

$$Q_d = a + bP$$

حيث أن:

Q_d = الكمية المطلوبة من السلعة

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

P = ثمن السلعة

b = مقدار التغير في الكمية المطلوبة من السلعة والناتج عن تغير الثمن بوحدة واحدة. (رياضياً نقول التغير في Q مقسوم على التغير في P)

وهذا هو ميل الدالة

محاضرة 9

جدول الطلب: Demand Schedule هو عبارة عن قائمة توضح الكميات التي يطلبها المستهلك من السلعة أو الخدمة عند الأسعار المختلفة على النحو التالي: راجع التفريغ.

منحنى الطلب Demand Curve: هو عبارة عن المنحنى الواصل بين النقاط المختلفة والتي تمثل الأثمان المختلفة المفترضة للسلعة أو الخدمة والكميات المطلوبة عند كل ثمن

التغير في الطلب والتغير في الكمية المطلوبة: هل هناك فرق بينهما...؟

وقد أشرنا إلى ذلك عندما أعطينا تطبيق حول كيف تؤثر العوامل الأخرى على **منحنى الطلب**. فالتغير في **الكمية المطلوبة** ماذا يعني؟ يعني الانتقال من نقطة إلى نقطة أخرى على نفس **منحنى الطلب** وأشرنا إلى ذلك وقلنا عندما يتغير سعر السلعة نفسها فإن **الكمية المطلوبة** سوف تتغير وسنتقل من نقطة إلى أخرى على نفس **منحنى الطلب**، طيب هذا حول التغير في **الكمية المطلوبة** مع افتراض بقاء العوامل الأخرى على حالها. أما **التغير في الطلب** فيعني فعلاً عدم بقاء العوامل الأخرى على حالها، يعني انتقال **منحنى الطلب**، تعبير مصطلح استخدام التغير في الطلب يعني انتقال **منحنى الطلب** بأكمله إما لجهة اليمين أو إلى جهة اليسار كما قلنا عندما تحدثنا عن العوامل المؤثرة بالطلب، فمسألة النقاش هنا حول التعبير، تعبير تغير **الكمية المطلوبة** وتعبير **التغير بالطلب** فلما نقول التغير في **الكمية المطلوبة** نقصد أننا انتقلنا من نقطة إلى نقطة على نفس **منحنى الطلب**، وعندما نقول **التغير في الطلب** يعني انتقاله إلى أعلى أو إلى أسفل بسبب تغير العوامل الأخرى، وهذه العوامل الأخرى كما قلنا إنما هي العوامل المؤثرة في الطلب ماعدا السعر.

الطلب الكلي (طلب السوق) Market Demand:

هو مجموع الكميات المطلوبة من السلعة لإجمالي المستهلكين عند الأسعار المختلفة

طلب السوق هو إجمالي الكميات التي يطلبها المستهلكون الثلاثة عند كل ثمن من الأثمان المفترضة للسلعة.

منحنى طلب السوق: فهو عبارة عن تمثيل بياني لمجموع النقاط التي تمثل أجمالي الكميات التي يطلبها الأفراد عند كل ثمن.

الحالات الاستثنائية للقانون العام للطلب

نسميها حالات استثنائية للطلب لماذا..؟ لأن القانون العام للطلب يعطينا معلومة مفادها أن هناك علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة وسعر السلعة نفسها، هذه العلاقة العكسية حسب القانون العام للطلب في ظل الظروف العادية ستكون موجودة لكن في بعض الظروف نسميها ظروف استثنائية. نجد أن مثل هذه الحالات أن منحنى الطلب لن يكون على نفس النمط. وإذا أردنا أن نفصل القول في الحالات الاستثنائية نجد أن هذه الحالات لا ينطبق عليها قانون الطلب بكل تأكيد لأن قانون الطلب العام يقول في العلاقة العكسية وسعرها وفي هذه الحالات الاستثنائية لا تقول بذلك، ونجد أن من أهم هذه الحالات:

- حالة السلع التي تطلب لذاتها، ولكونها باهظة الثمن.
- حالة السلع التي يعتقد الأفراد أن ارتفاع ثمنها دليلاً على جودتها
- حالة السلع التي يزيد الطلب عليها عند ارتفاع ثمنها خوفاً من ارتفاع أكبر في المستقبل ويحدث ذلك غالباً في أوقات الحروب والأزمات خاصة بالنسبة للسلع الاستهلاكية.
- حالة سلع "جيفن" وهي السلع الرديئة التي كلما زاد سعرها زاد عليها الطلب
- حالة أخرى يكون فيها منحنى الطلب عمودياً، بمعنى أن الكمية المطلوبة مع تغير سعر السلعة مثل السلع الضرورية جداً، نجد أنه مهما تغير سعرها نجد أن الطلب عليها ثابت ومحدوداً مثل الأدوية

محاضرة 10

- تطبيقين على دالة الطلب

- مرونة الطلب Elasticity of Demand

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

مرونة الطلب هي:

درجة الاستجابة النسبية للكمية المطلوبة من السلعة/الخدمة للتغيرات النسبية التي تحدث في أحد العوامل المؤثرة في الطلب. فتعريف مرونة الطلب بشكل عام..هي يقيس مدى استجابة تغير الكمية نتيجة لتغير أحد المتغيرات المستقلة أو العوامل المستقلة التي تؤثر في الكمية المطلوبة، ولكن يجب أن الذي نلاحظه هنا أننا نركز على التغير النسبي (نسبة) 10% 20% 30%... وهكذا ولا نركز على التغير المطلق. فالتغير المطلق

قلنا أن الميل هو:

يقيسه الميل لأننا

$$\frac{\text{التغير في الكمية}}{\text{التغير في السعر}}$$

هنا لا، المرونة تقول: التغير النسبي في الكمية المطلوبة

(إذا كنا نتكلم عن مرونة الطلب السعرية).

التغير النسبي في السعر

أنواع مرونة الطلب:**أولاً/ مرونة الطلب السعرية Price Elasticity of Demand**

هي درجة الاستجابة النسبية للكمية المطلوبة من السلعة للتغيرات النسبية التي تحدث في ثمن السلعة. يعني تقيس مدى الاستجابة النسبية للكمية المطلوبة نتيجة للتغير النسبي في السعر. ولهذا قلنا مرونة الطلب السعرية. ربطنا مرونة الطلب بالسعر لأن المتغير هنا الآن السعر..

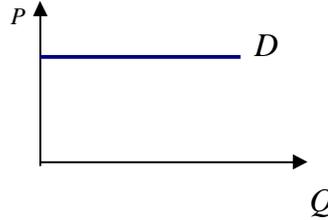
أنواع مرونة الطلب السعرية:

1- الطلب لانهائي المرونة Infinitely Elastic: وهي الحالة التي يؤدي فيها تغير في ثمن السلعة إلى تغير لا نهائي في الكمية المطلوبة منها. أي أن المستهلكين مستعدون لشراء كل الكمية التي يمكنهم شرائها من السلعة عند ثمن معين، ولكنهم غير مستعدين لشراء أي كمية منها إذا ارتفع ثمنها ولو بنسبة ضئيلة جداً، لأنهم سينتقلون إلى المنافس الآخر لأن المنافس الآخر يبيع بنفس السعر فلماذا يشترون بسعر أعلى ولو بقليل.

$$E_p = \infty$$

تمثل مرونة الطلب فنقول:

أي أن منحى الطلب عندما يكون لانهائي يكون على شكل خط مستقيم يوازي المحور الأفقي. ولتمثيله:



فاستجابة الكمية المطلوبة للتغير في السعر استجابة كبيرة جداً.

2- الطلب المرن: أي الحالة التي تتغير فيها الكمية التي يطلبها المستهلكون من السلعة بنسبة أكبر من نسبة التغير الذي يحدث في ثمنها:

$$1 < EP < \infty$$

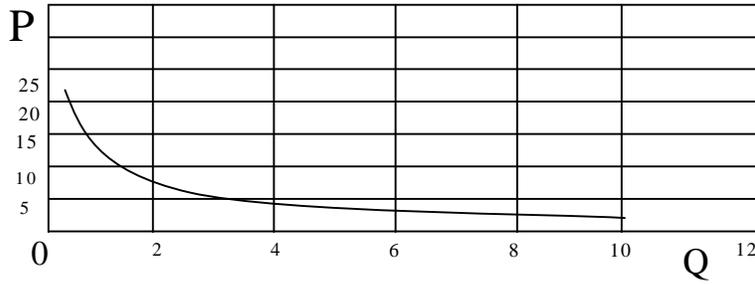
أي أن القيمة المطلقة للمرونة تكون أقل من مالا نهاية وأكبر من الواحد. طبعاً نحن نتكلم عن القيمة المطلقة للمرونة لأن القيمة الحقيقية للمرونة ستكون بالسالب. وهذا نفس الشيء عندما قلنا أن ميل منحى الطلب سالب أي العلاقة عكسية بين الكمية المطلوبة والسعر إذا المرونة ستكون أيضاً بالسالب لأن استجابة الكمية عكس توجه تغير السعر وبالتالي نقول: أن المرونة دائماً تكون القيمة بالسالب ولكن لأجل التبسيط نتكلم عن القيمة المطلقة للمرونة يعني نغفل النظر عن السالب وبالتالي نستطيع أن نقول تساوي 1 أو أكبر من الواحد 2 أو 3 وهكذا... لكن في حقيقتها المرونة دائماً هي بالسالب يعني -1، -2، -3... وهكذا.

فالطلب المرن ماذا يعني؟ يعني أن نسبة استجابة الكمية المطلوبة للتغير في السعر استجابة كبيرة ونعطي مثال على ذلك: لو ارتفع السعر بمقدار 10%، إذا كان الطلب مرناً يجب أن يكون انخفاض الكمية المطلوبة أكبر من 10% حتى يكون مرن، فـ 11%، 15%، 20%، 30%، هذه كلها مرن لأن نسبة استجابة الكمية المطلوبة أكبر من نسبة التغير في السعر.

3- الطلب المتكافئ المرونة: وهي الحالة التي تتغير فيها الكمية المطلوبة من السلعة /الخدمة بنفس نسبة التغير في الثمن أي أن القيمة المطلقة

$$E = 1$$

للمرونة: في بعض الأحيان نسميه الطلب آحادي المرونة لأن القيمة المطلقة للمرونة ستساوي واحد أي القيمة الحقيقية للمرونة تساوي (-1). فلو ارتفع السعر مرة أخرى بمقدار 10% الكمية المطلوبة يجب أن تنخفض بمقدار 10% بنفس النسبة. منحى الطلب متكافئ المرونة يكون بالشكل التالي:



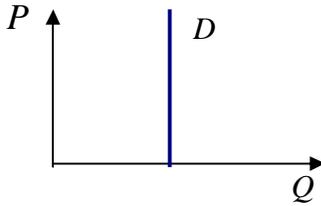
4- **الطلب غير المرن:** هو ذلك الذي تتغير فيه الكمية المطلوبة من السلعة أو الخدمة بنسبة أقل من نسبة التغير في الثمن.

وهو عكس المرن تماماً. صفر $1 > EP >$

أما منحى الطلب الغير مرن فهو أقل انبساطا. أي أن استجابة الكمية المطلوبة ضعيفة للتغير في السعر. فمثلا لو ارتفع السعر بمقدار 10% نجد أن الكمية المطلوبة ستتناقص بمقدار أقل من العشرة بالمائة. فهذا نطلق عليه طلب غير مرن. نسبة استجابة الكمية المطلوبة للتغير في السعر تستجيب لكن نسبة استجابتها ضعيفة.

5- **الطلب عديم المرونة:** وهو يعني أن الكمية المطلوبة عديمة الاستجابة لتغيرات الثمن. $EP = 0$

ونرسمه على الشكل التالي:



وهذا ينطبق على السلع الضرورية جدا، لا تتغير الكمية المطلوبة مهما تغير سعرها.

كل هذه الأنواع الخمسة تقيس مدى الاستجابة النسبية لتغير الكمية عندما يتغير السعر.

محاضرة 11

العوامل المؤثرة في مرونة الطلب السعرية:

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

- 1- أهمية السلعة وضرورتها للمستهلك: وعلى ذلك يكون الطلب غير مرن في حالة السلع الضرورية، ومرناً في حالة السلع الكمالية
- 2- مدى توافر بدائل للسلعة: كلما كان هناك بدائل أكثر للسلعة كلما كان الطلب أكثر مرونة. والعكس صحيح
- 3- تعدد استعمالات السلعة: كلما تعددت استعمالاتها كانت أكثر أهمية للمستهلك وبالتالي أقل مرونة
- 4- مستوى الدخل: كلما زاد مستوى الدخل تقل المرونة.
- 5- نسبة ما ينفق على السلعة من الدخل: مرونة الطلب تزيد كلما زادت النسبة المنفقة على السلعة من الدخل، والعكس

صحيح

6- الفترة الزمنية: كلما طالت الفترة الزمنية كلما كان الطلب أكثر مرونة

أهمية حساب المرونة:**مرونة الطلب والإيراد الكلي للمنتج:**

ما علاقة المرونة بالإيراد الكلي؟

إن المبلغ الكلي الذي ينفق على شراء السلعة يمكن أن يطلق عليه الإنفاق الكلي للمستهلكين (المشترين) أي:
الإيراد الكلي = السعر × الكمية التي يشتريها، وهو في الوقت نفسه الإيراد الكلي للمنتجين (البائعين). بافتراض انعدام الضرائب والإعانات.
وتختلف علاقة المرونة بالإيراد الكلي حسب معامل المرونة أو نوع مرونة الطلب كما يلي:

v في حالة الطلب لا نهائي المرونة: $EP = \infty$

يؤدي ارتفاع الثمن إلى انخفاض الإيراد الكلي إلى الصفر، وهذا بديهي ، وإذا حصل انخفاض سيصل الدخل إلى مالا نهاية.

v في حالة الطلب المرن $EP < \infty$ و $EP < 1$:

يؤدي ارتفاع ثمن السلعة إلى انخفاض الإيراد الكلي، (علاقة عكسية بين ثمن السلعة والإيراد الكلي) لماذا؟ وذلك بسبب انخفاض الكمية المباعة بنسبة أكبر من نسبة ارتفاع الثمن، وكذلك يؤدي انخفاض الثمن إلى زيادة الإيراد الكلي للمنتج

v في حالة الطلب متكافئ المرونة $E = 1$:

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

v في حالة الطلب الغير مرن $EP > 1$ و $EP > 0$:

يؤدي ارتفاع الثمن إلى زيادة الإيراد الكلي لكون الكمية المطلوبة من السلعة ستنخفض ولكن بنسبة أقل من نسبة ارتفاع الثمن، (أي علاقة طردية بين ثمن السلعة والإيراد الكلي) فتكون المحصلة النهائية هي زيادة الإيراد. أما عند انخفاض الثمن فإن الإيراد الكلي ينخفض بسبب زيادة الكمية المطلوبة ولكن بنسبة أقل من نسبة انخفاض الثمن.

v في حالة الطلب عديم المرونة $EP = 0$:

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

ثانيا/ مرونة الطلب الدخلية:

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

$$\text{مرونة الطلب الدخلية} = \frac{I}{Q d} \times \frac{\Delta Q d}{\Delta I}$$

إذا كانت مرونة الطلب موجبة فيعني أن العلاقة طردية بين الكمية المطلوبة والدخل وهذا يعني أن السلعة **عادية** وإذا كانت **سالبة** يعنى أن السلعة هي سلعة **دنيا**.

قانون إنجل:

- 1- **تخفيض** نسبة الدخل المخصصة للإنفاق على المواد الغذائية كلما زاد الدخل.
- 2- **تظل** نسبة الدخل المخصصة للإنفاق على الملابس والسكن والتدفئة والإضاءة ثابتة مع زيادة الدخل. لأن نوع الملابس سيتغير مع زيادة الدخل وأسلوب التدفئة والإضاءة أيضاً.
- 3- **تزداد** نسبة الإنفاق على الحاجات الأخرى كالتعليم والترفيه والسياحة والادخار مع زيادة الدخل. أي الكماليات.

المحاضرة الثانية عشر

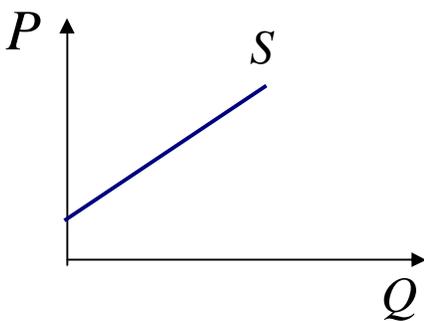
ثالثاً/ مرونة الطلب المتقاطعة :Cross Elasticity of Demand

تقيس نسبة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة نتيجة للتغير النسبي في سعر السلعة الأخرى (بينهما علاقة). إذا لم يكن هناك علاقة سوف تكون المرونة صفر، لكن نقيس دائماً مرونة الطلب المتقاطعة في حالة وجود علاقة بين السلعتين إما مكملة أو بديلة، نقول مرونة الطلب المتقاطعة بأهمها: درجة الاستجابة النسبية للكمية المطلوبة من السلعة للتغيرات النسبية التي تحدث في ثمن سلعة أخرى مرتبطة بها. يمكن تمثيلها رياضياً:

$$\text{مرونة الطلب المتقاطعة} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

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

العرض Supply: هو الكميات التي يكون المنتجون مستعدون لبيعها فعلاً في السوق من السلعة أو الخدمة عند مختلف الأثمان المفترضة لها. (الطلب يمثل سلوك المشترين، والعرض يمثل سلوك المنتجين)



القانون العام للعرض: هو أن هناك علاقة طردية بين السعر والكمية المعروضة. بمعنى أن المنتج يزيد من عرضه لكمية السلع عندما يرتفع ثمنها، ويقلل عرضه من السلع عندما ينخفض ثمنها، و العلاقة طردية.

محددات العرض: عوامل تؤثر في الكمية التي يرغب المنتج في عرضها من السلعة:

- 1) **ثمن السلعة:** علاقة طردية مع الكمية.
- 2) **أثمان عناصر الإنتاج:** كلما زادت أثمان عناصر الإنتاج (العمل، الأرض، رأس المال، التنظيم) التي تستخدم في إنتاج السلعة كلما أدى ذلك إلى زيادة تكاليف إنتاج السلعة، وبالتالي انخفضت الكمية المعروضة من السلعة. إذاً العلاقة عكسية.

(3) أثمان السلع الأخرى: ترتبط الكمية المعروضة بعلاقة **عكسية** مع ثمن السلعة البديلة لها في الإنتاج، وبعلاقة **طردية** مع السلعة المكملتها في الإنتاج.

(4) حالة الفن الإنتاجي:.. لذلك فكلما تحسن الأسلوب الفني والإنتاجي المستخدم كلما **زادت** الكمية المعروضة من السلعة والعكس بالعكس.

(5) توقعات الأسعار لدى المنتجين:.. فإذا كان المنتجين يتوقعون أن سعر السلعة سيرتفع تجدهم يبادرون إلى تخزين هذه السلع حتى يرتفع ثمنها وبالتالي سنجد أن منحنى العرض سيرتفع إلى أعلى مشيراً إلى ارتفاع الأسعار.

(6) الإعانات والضرائب: لها تأثير في العرض. **الإعانات** الحكومية التي تقدم سنجد أنها ستؤدي إلى نقل منحنى العرض إلى الأسفل يعني زيادة في العرض هذا الانتقال لماذا؟ لأنه جزء من سعر السلعة ستدفعها الحكومة فكان هذا بالنسبة للمنتج كأنه يرى أن تكلفة إنتاج هذه السلعة انخفض بالنسبة له، فتجده يزيد من إنتاج هذه السلعة وبالتالي منحنى العرض ينتقل إلى أسفل يعني زيادة الكمية المعروضة عند السعر السائد. أيضا نفس الشيء يقال لكن بشكل معاكس للضرائب. **والضرائب** أيضاً من محددات العرض فكلما زاد الضرائب نجد أن المنتج بحسب هذه الضرائب من تكاليفه فكان فرض الضريبة على المنتج الذي ينتجه كان زيادة في تكاليفه وبالتالي نجد أن منحنى العرض ينتقل إلى الأعلى كأنه زيادة في التكاليف.

كلها عوامل تؤدي إلى نقل منحنى العرض ماعدا العامل الأول (ثمن السلعة).

المحاضرة الثالثة عشر

دالة العرض السعرية: هي العلاقة الرياضية التي توضح العلاقة بين الكمية المعروضة من السلعة و ثمنها، مع افتراض بقاء العوامل الأخرى المؤثرة في العرض على حالها.

$$Q_s = a + bP$$

وهذا يبين لنا **b** هل منحنى العرض شديد الانحدار أو شديد الانسياب، فكلما كبرت هذه القيمة يعني أن استجابة الكمية المعروضة في التغير في السعر استجابة كبيرة وبالتالي يكون الميل هنا يعتبر كبير، أما السعر فكما نلاحظ هنا الآن بين الكمية المعروضة والسعر، أي الكمية المعروضة دالة معتمدة على السعر تتغير وتتأثر عند تغير السعر والعلاقة كما هي ملاحظة هنا يفترض أن تكون طردية حسب القانون العام للعرض و **b** يفترض أن تكون أكبر من الصفر.

جدول العرض:

منحنى العرض: وهو عبارة عن التمثيل البياني لجدول أو دالة العرض

تغير الكمية المعروضة وتغير العرض

- هناك فرق بين الكمية المعروضة والتغير في العرض
- فالتغير في الكمية المعروضة هو الانتقال من نقطة إلى أخرى على منحنى العرض
- العرض الكلي (عرض السوق): هو عبارة عن مجموعة الكميات من السلعة أو الخدمة التي يقوم جميع المنتجين بعرضها عند مستويات الثمن المختلفة. وبذلك يكون منحنى عرض السوق هو التمثيل البياني لمجموع النقاط التي تمثل مجموع الكميات التي يعرضها المنتجون عند كل ثمن من الأثمان.

مرونة العرض Elasticity Of Supply :

هي درجة استجابة الكمية المعروضة من السلعة أو الخدمة نتيجة للتغيرات التي تحدث في ثمنها، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى على حالها.

1- عرض لا نهائي المرونة: حالة يؤدي فيها تغير بسيط في ثمن السلعة إلى تغير بمقدار لا نهائي في الكمية المعروضة منها، أي أن نسبة التغير في الكمية المعروضة

$$P = \infty$$

أكبر من نسبة تغير الثمن

2- عرض مرن: في حالة العرض المرن، تتغير الكمية المعروضة بنسبة أكبر من التغير الذي يحدث في الثمن. ويكون معامل المرونة

ومنحنى العرض يكون منخفض الميل أي أقرب إلى أن يكون موازياً للمحور الأفقي ولكنه لا يوازيه.

$$1 < E < \infty$$

3- عرض متكافئ المرونة: عندما يتغير الثمن بنسبة معينة فتتغير الكمية المعروضة من السلعة بنفس النسبة يكون العرض

متكافئ المرونة. وبناءً على ذلك يكون معامل المرونة $E = 1$ ومنحنى العرض عبارة عن خط 45 درجة الذي يقسم الزاوية القائمة إلى نصفين.

4- عرض غير مرن: هنا يؤدي التغير في ثمن السلعة بنسبة معينة إلى تغير بنسبة أقل في الكمية المعروضة من السلعة. ومعامل المرونة في هذه الحالة تتراوح قيمته

بين الواحد الصحيح والصفر ومنحنى العرض الغير مرن يكون أقرب إلى أن يوازي المحور الرأسي ولكنه لا يوازي.

$$0 < E < 1$$

5- عرض عديم المرونة: الحالة التي لا تتأثر فيها الكمية المعروضة من السلعة بأي تغيرات تحدث في الثمن، أي أن العرض

عديم الاستجابة لتغيرات الثمن

$E = 0$ صفر . ومنحنى العرض يكون عبارة عن خط مستقيم يوازي المحور الرأسي.

العوامل المؤثرة في مرونة العرض:

1. القابلية للتخزين: فكلما كانت السلعة قابلة للتخزين وبتكلفة معقولة، كان عرضها أكثر مرونة للتغيرات التي تحدث في الأسعار. ولكن إذا كانت السلعة سريعة التلف وغير قابلة للتخزين (كالخضروات) فإن عرضها يكون غير مرن.
2. قابلية النقل: عندما تكون السلعة قابلة للنقل من مكان لآخر وبتكاليف مناسبة، فإن هذا يعني أن مرونتها تكون أكبر. فإذا انخفض سعر السلعة في المنطقة وكانت السلعة قابلة للانتقال تمكن المنتج من نقلها وبيعها في منطقة أخرى لم تنخفض فيها الأسعار.
3. طبيعة العملية الانتاجية: كلما كان هناك إمكانية لتغيير حجم الإنتاج بنفقات أقل وبطريقة أسهل، كلما كان عرض السلعة أكثر مرونة. كما أن سهولة تغيير عوامل الانتاج المستخدمة وسهولة إحلالها ببعضها البعض وتعدد أوجه استخدامها، يزيد من مرونة السلعة، والعكس بالعكس.
4. التوقعات المستقبلية للأسعار: إذا كانت التوقعات توحى بأن الارتفاع الحالي للأسعار سيستمر، فإن العرض يكون أكثر مرونة مما لو كانت التوقعات تشير إلى إنسه ارتفاع مؤقت يتبعه انخفاض في الأسعار.
5. الفترة الزمنية: مع مرور الوقت وطول الفترة الزمنية يتمكن المشروع من تغيير حجم إنتاجه بشكل أكثر مرونة عند حدوث تغيير في ثمن السلعة التي ينتجها. فمثلاً لو ارتفعت الإيجارات لن تزيد الشقق المعروضة للإيجار بسرعة وفي نفس الفترة، بل تحتاج لفترة زمنية حتى تزيد. هذا ما يدعونا إلى القول بأن العرض في المدى القصير غير مرن، وأنه كلما طالت الفترة الزمنية كلما زادت مرونة العرض.

المحاضرة 14

- تطبيقات على دالة العرض

- معلومة: المرونة متغيرة وليست بثابتة

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

$$Q_d = 12 - 2P$$

إذا كانت دالة الطلب هي:

$$Q_s = -3 + 3P$$

ودالة العرض هي:

فلو حلينا المعادلتين جبرياً سنجد أننا سنساوي الكمية المطلوبة مع الكمية المعروضة وبالتالي سيكون عندنا:

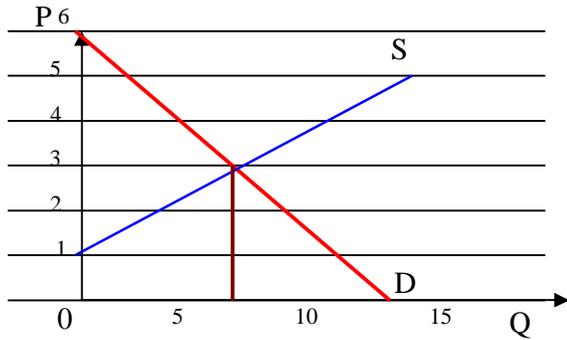
$$12 - 2P = -3 + 3P$$

$$12 + 3 = +2P + 3P$$

$$15 = 5P$$

$$P = 3$$

إذن السعر التوازني = 3



تغيرات وضع التوازن:

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

أولاً: تغير الطلب مع ثبات العرض

ثانياً: تغير العرض مع ثبات الطلب.

ثالثاً: تغير الطلب والعرض معاً. (ولها أربع حالات)

أ- زيادة الطلب وزيادة العرض.

ب- نقص الطلب ونقص العرض.

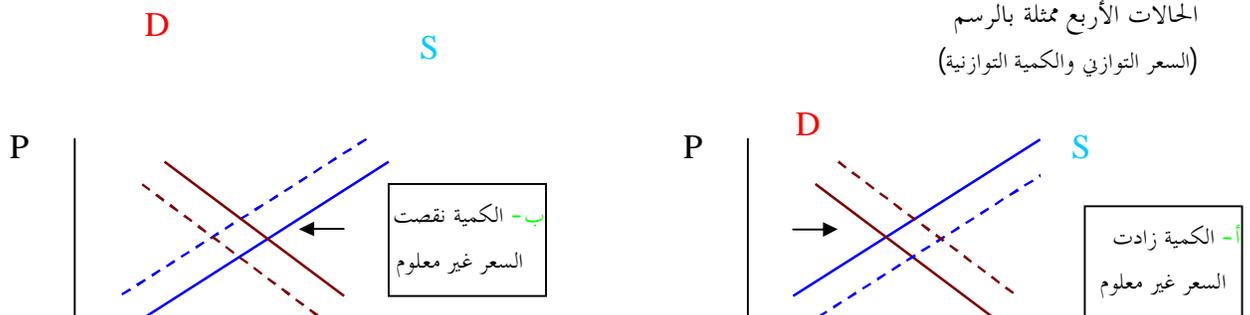
ج- زيادة الطلب ونقص العرض.

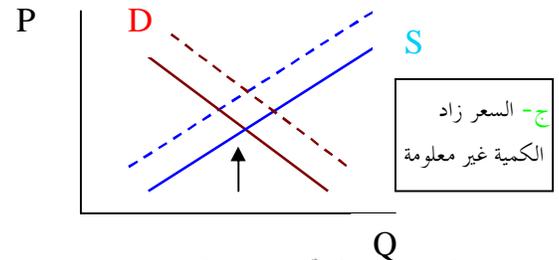
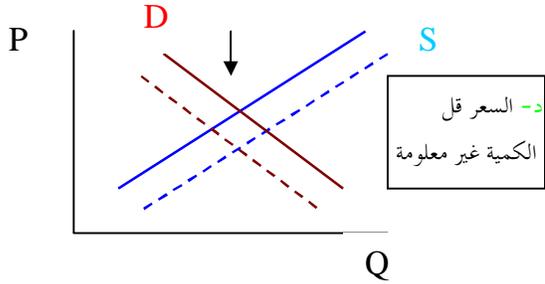
د- نقص الطلب وزيادة العرض.

ويمكن تصويرها في رسوم بيانية يجب على الطالب أن يطبق مثل هذه الحالات لأن عملية ما هو العامل الذي تغير مهمة لتحديد التوازن الجديد.

محاضرة 15

الحالات الأربع ممثلة بالرسم
(السعر التوازني والكمية التوازنية)

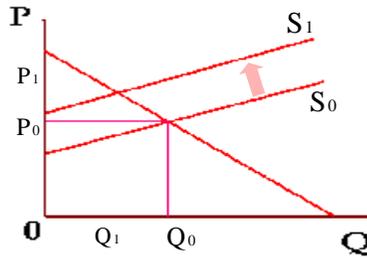




بعض التطبيقات - ثرية الرهن والطلب

أ- حالة فرض ضريبة غير مباشرة:

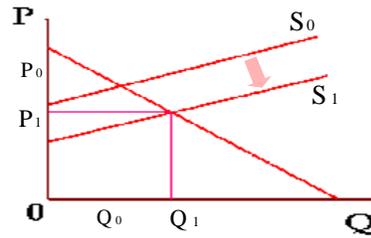
..وبناءً على ما تقدم فإن المنتج في حالة السلعة ذات الطلب لا نهائي المرنة يتحمل عبء الضريبة وحده وبالكامل، هذا في حين يتحمل المستهلك كامل العبء عندما يكون الطلب على السلعة عدم المرنة.



المستهلك أكثر. وعلى ذلك نجد أن المستهلك في ينخفض ثمن السلعة بمقدار الإعانة كاملاً. أما في الإعانة، ولن يكون هناك أي انخفاض في ثمن السلعة.

ب- حالة منح إعانة:

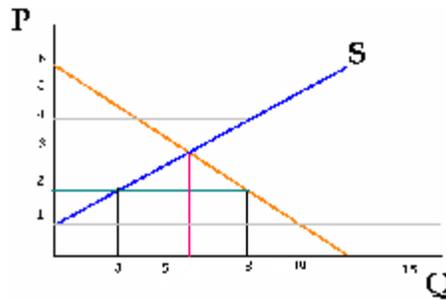
..فكلما كانت المرنة أكبر كلما استفاد المنتج أكثر من الإعانة. والعكس، كلما انخفضت المرنة استفاد حالة الطلب عدم المرنة، يستفيد وحده من الإعانة إذ حالة الطلب لا نهائي المرنة فالمنتج هو المستفيد وحده من



ج- التسعير الجبري

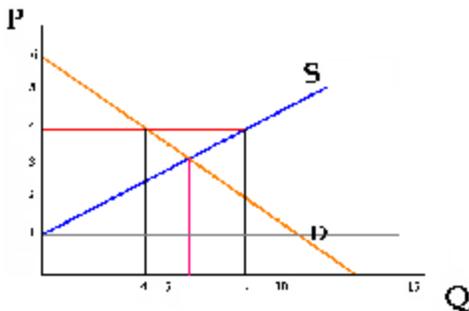
تدخل السلطات العامة في تحديد أثمان بعض السلع والخدمات، ويتخذ التسعير الجبري أحد شكلين:

أ. وضع حد أقصى للثمن:



ب. وضع حد أدنى للثمن:

هنا 4 هي السعر الأدنى للبيع وأصبح الإنتاج 9 فصارت زيادة فيه بمقدار 5 (مخزون تراكمي). السعر التوازني 3 والكمية التوازنية: 6



نظرية سلوك المستهلك

الآن أعطينا توضيح وتفصيل في **منحنى الطلب/العرض**، ما تبقى علينا هو دراسة لجذور **منحنى الطلب**، يعني من أين أتى، ما هو أساسه، ماذا يعني فعلاً، سنجد أن **منحنى الطلب** هو خلاصة دراسة منفعة المستهلك، نهاية وخاتمة هذه الدراسة هي التي ستولد **منحنى الطلب** الذي كل نقطة عليه تمثل توازن المستهلك، يعني أي نقطة عليه سنجد أن المستهلك يعظم منفعته، أي نقطة عليه تعتبر نقطة توازنية بالنسبة للمستهلك لأنه يعظم منفعته، أي أنه لا يستطيع أن يحصل على نقطة أفضل من نقطة على **منحنى الطلب** في حدود دخله وفي حدود الأسعار المعطاة.

وعندما ننهي حديثنا عن نظرية سلوك المستهلك واشتقاق **منحنى الطلب** العادي (منحنى طلب مارشال)، سنناقش: من أين أتى **منحنى العرض**، وماذا يعني وما هي جذوره، وسنجد أنه فعلاً خلاصة لدراسة سلوك المنتج وتكاليفه، وسنرى أن أي نقطة على **منحنى العرض** هي نقطة توازن المنتج، أي أن المنتج يعظم أرباحه بكونه على نقطة على **منحنى العرض**، أي أن **منحنى العرض** يمثل أفضل نقطة للمنتج، **منحنى العرض** يمثل في الحقيقة توازن المنتج وأي نقطة عليه تعني أن المنتج يعظم أرباحه. وستوصل إلى أن **منحنى العرض** ما هو إلا انعكاس أو تمثيل لمنحنى التكلفة الحدية، والتي سنرى أن المنشأة التي تعمل في ضوء المنافسة الكاملة فعلاً هي تمثل منحنى عرض المنشأة.

قبل أن نختم، أذكر أنه عندما نتكلم عن نظرية سلوك المستهلك لدينا افتراض مهم وكثيراً ما نكرر هذا الافتراض، وهو أن المستهلك (رشيد) يسعى إلى تعظيم منفعته، بمعنى أنه يسعى للوصول إلى أقصى منفعة بحدود دخله والأسعار المعطاة التي لا يستطيع التعديل فيها، فالأسعار تكون معطاة في السوق ولا يستطيع التأثير فيها، وانطلاقاً من ذلك، سنحاول فعلاً دراسة سلوك المستهلك، سواءاً من خلال ما يسمى بالمنفعة العددية: تقول بإمكانية قياس منفعة الشخص كمياً.. أو من خلال ما يعرف بالمنفعة الترتيبية، فتقول باستحالة قياس المنفعة وبالتالي نبي على ترتيب تفضيلات المستهلك..

محاضرة 16

نظرية سلوك المستهلك

تحديد سلوك المستهلك يتم بطريقتين:

1. طريقة المنفعة العددية Cardinal Utility Method: هي قابلة للمقارنة الكمي وتستخدم فكرة المنفعة الحدية.
2. طريقة المنفعة الترتيبية Ordinal Utility Method: هي ترتيب تفضيلات المستهلك حيث أن المنفعة غير قابلة للمقارنة، وتستخدم فكرة منحنيات السواء.

أولاً: توازن المستهلك باستخدام فكرة المنفعة الحدية:

1. المنفعة الكلية (TU) (Total Utility): هي إجمالي وحدات المنفعة التي يحصل عليها المستهلك الفرد من استهلاكه لوحدة معينة من السلعة
2. المنفعة الحدية (MU) (Marginal Utility): هي مقدار المنفعة التي تضيفها الوحدة الأخيرة المستهلكة من سلعة. أو بعبارة أخرى هي مقدار التغير في المنفعة الكلية نتيجة لتغير عدد الوحدات المستهلكة من السلعة بمقدار وحدة واحدة. وهي توضح مقدار التغير في المنفعة الكلية نتيجة لتغير استهلاك الشخص لسلعة معينة بمقدار وحدة واحدة،

قانون تناقص المنفعة الحدية Law of Diminishing Marginal Utility

$$MU = \frac{\Delta TU}{\Delta \text{Consumptive Units}}$$

المنفعة الحدية = التغير في المنفعة الكلية ÷ التغير في الوحدات المستهلكة

وهو قانون منطقي بشكل عام، فكلما زاد استهلاك منفعة ما نقصت الفائدة الكلية، وعند وصول المستهلك إلى مستوى التشبع (يعني عندما تصل المنفعة الحدية إلى الصفر) تكون المنفعة الكلية وصلت إلى أعلى مستوى لها، وهذه هي حالة التشبع يعني أن المستهلك وصل إلى أعلى مستوى من المنفعة.

إذاً النقطة الأولى: تصل المنفعة الكلية أعلى مستوى لها عندما تكون المنفعة الحدية تساوي الصفر.
والنقطة الثانية: تتزايد المنفعة الكلية عندما تكون المنفعة الحدية موجبة.
والنقطة الثالثة: تتناقص المنفعة الكلية عندما تكون المنفعة الحدية سالبة.

هذه الثلاث نقاط توضح العلاقة بين المنفعة الكلية والمنفعة الحدية وهي نقاط مهمة.

الشرط الضروري لتوازن المستهلك:

- الهدف من استخدام أسلوب المنفعة هو الوصول إلى توازن المستهلك،
- النقاط على منحنى الطلب توضح توازن المستهلك، أي أننا عندما نهدف إلى الوصول إلى توازن المستهلك فإننا نهدف أن نصل إلى منحنى الطلب
- المستهلك شخص رشيد يهدف إلى تحقيق أقصى منفعة ممكنة من استهلاكه لمختلف السلع التي ينفق عليها دخله.

فإن المستهلك وهو بصدد السعي لتعظيم منفعته يواجه قيدتين أساسيتين هما:

1. أن تكون السلعة بالجمان. / المستهلك سيصل إلى أقصى منفعة عندما تكون المنفعة الحدية تساوي صفر
2. أن تكون السلعة بسعر. / المستهلك سيقبل من استنفاد المنفعة بالكامل

المحاضرة 17

وبالتالي القاعدة التي سنبنى عليها من أجل تحقيق توازن المستهلك ونسميه الشرط الضروري لتوازن المستهلك أو لتعظيم منفعة المستهلك (هو أن المستهلك سيستمر في استهلاكه ما دامت منفعة السلعة التي يشتريها أكبر من منفعة الثمن الذي يدفعه من اجلها)

عند شراء المستهلك للسلعة ودفعه ثمناً لها فإنه سيواجه قيدتين مهمين هما:

1. أن دخله ثابت ومحدود خلال فترة زمنية معينة
2. عدم المقدرة على التأثير في الأسعار

كيف نحدد نقطة التوازن بالنسبة لهذا المستهلك ؟

نجد أن المستهلك سوف يستمر في استهلاكه لوحدها إضافية من السلعة طالما أن المنفعة التي تعود منها تزيد عن منفعة الريال الواحد المضحي به نتيجة لدفعه ثمن السلعة. ونمثل ذلك رياضياً:

المنفعة الحدية للسلعة = منفعة المبلغ المنفق على الوحدة الواحدة

المنفعة الحدية للسلعة = منفعة الريال × ثمن السلعة

$$\underline{MU} = \underline{\text{المنفعة الحدية للسلعة}} = \text{منفعة الريال الواحد}$$

P ثمن السلعة

شروط تعظيم المنفعة (التوازن) هو عند تساوي منفعة الريال المنفق لكل سلعة والشرط رياضياً كما يلي:

$$\frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (X)}}{\text{ثمن السلعة (X)}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (Y)}}{\text{ثمن السلعة (Y)}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (Z)}}{\text{ثمن السلعة (Z)}}$$

مع شرط تحقق الشرط الثاني أن يكون إنفاق المستهلك مساوياً لدخله:

دخل المستهلك = إنفاقه

دخل المستهلك = ثمن X × الكمية المستهلكة منها + ثمن Y × الكمية المستهلكة منها + ثمن Z × الكمية المستهلكة منها

$$I = P_x X + P_y Y + P_z Z$$

المحاضرة 18

إذاً هنا نريد أن نحدد ما هي الكميات التي يطلبها المستهلك من السلعة (X) والسلعة (Y)؟

الكميات التي يطلبها المستهلك هي الكميات التوازنية، يعني الكميات التي تحقق توازن المستهلك، أو الكميات التي تحقق تعظيم منفعته. بافتراض

أن ثمن السلعة (X) هو (10) و ثمن السلعة (Y) هو (30)، ما هو الشرط؟

الشرط لتحديد توازن المستهلك، أي لتعظيم توازن المستهلك هو: تساوي المنافع الحدية للريال المنفق على (X) مع المنفعة الحدية للريال المنفق

على (Y)، فأين يحدث التساوي؟

عندما تتساوى منفعة الريال للسلعتين

ما مقدار الدخل الذي يجب أن يحصل عليه هذا المستهلك لأجل شراء هذه الكميات من (X) و (Y)؟

طبعاً نجد في X قيمة الوحدة هي 10 ريالات، نضربها في عدد الوحدات التي تحقق التوازن وهي 3

إذا 3 وحدات × 10 ريالات = 30

وفي y قيمة الوحدة هي 30 ريالا

نضربها في عدد الوحدات التي تحقق التوازن وهي 5

إذا 5 وحدات × 30 ريالا = 150

نجمع تكلفة السلعتين: 150 + 30 = 180 ريالا وهي دخل المستهلك.

ثانياً/ توازن المستهلك باستخدام فكرة منحنيات السواء (المنفعة الترتيبية):

- الوحدة التي تستخدم في قياس المنفعة هي وحدة (يوتل)

افتراضات صحة سلوك المستهلك:

1. أن المستهلك رشيد، وأنه يسعى لتعظيم منفعته/ يستبعد الأطفال من ذلك لأنهم مترددين وغير منضبطين
2. المقدرة على ترتيب تفضيلات المستهلك.

3. فرضية الانتقال والتعدي/ أ أفضل من ب، وب أفضل من ج، إذا أ أفضل من ج
4. فرضية الاستزادة خبير، أو الأكثر أفضل من الأقل/ وينبغي على ذلك أن المستهلك لم يصل إلى مرحلة الإشباع الكامل وأن ما يستهلكه هو من السلع المرغوبة. ويخرج عن ذلك حالتان:
- أن المستهلك لم يصل لدرجة الإشباع، فلو زاد ضرته
 - الاستزادة من السلع الغير نافعة (الضارة) ليست بخير

إذا تحققت هذه الفرضيات فيمكن بعدها دراسة سلوك المستهلك

لماذا سميناه بمنحني سواء؟

من اسمه، يعني أن المستهلك على أي نقطة عليه سواء (سيان) لا فرق، لماذا؟
هذه نقطة جوهرية، لأن مستوى المنفعة على منحني سواء ثابت. عندما تنتقل من أعلى إلى أسفل ثم إلى أسفل أيضاً على نفس المنحني مستوى المنفعة ثابت لا يتغير، وبالتالي المستهلك سيبان عند أي نقطة على منحني سواء.

تعريف منحني السواء/ هو صورة بيانية توضح تفضيلات المستهلك من التوليفات المختلفة من X و Y والتي تحقق له نفس المستوى من الإشباع.

خصائص منحنيات السواء:

1. أن هناك عدد لا نهائي من منحنيات السواء وكل منحني أعلى يعطي إشباع أكبر والأعلى أفضل من الأدنى
2. لا تتقاطع أبداً./ لأن كل منحني سواء يعطي مستوى من الإشباع فلو تقاطعا فيعني أنهما يعطيان نفس المستوى من الإشباع وهذا لا يمكن، خالف للتعريف، لا يمكن لنقطة على منحني أن تعطي مستويين مختلفين من الإشباع
3. تنحدر من أعلى إلى أسفل جهة اليمين. (الميل سالب) ويجب أن تكون بالسالب، وسالب يعني عندما نقوم بتخفيض الاستهلاك من السلعة Y لا بد أن نزيد من استهلاك السلعة X حتى نبقى مستوى المنفعة ثابت
4. محدبة إلى نقطة الأصل أو مقعرة إلى أعلى.

محاضرة 19

إذا أردنا أن نعرف هل منحني السواء محدب أم لا ؟

معدل الإحلال الحدي/ رياضياً هو القيمة المطلقة للميل

وتعريفه: هو معدل يوضح عدد الوحدات التي يجب التنازل عنها من السلعة Y مقابل الحصول على وحدة واحدة من السلعة الأخرى X للحصول على نفس المستوى من الإشباع.

معدل الإحلال الحدي = المنفعة الحدية لـ X ÷ المنفعة الحدية لـ Y

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \text{معدل الإحلال الحدي}$$

معدل الإحلال الحدي = الميل

$$\frac{MU_x}{MU_y} = - \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

حد الدخل (قيد الميزانية) هو ذلك الخط الذي تمثل كل نقطة عليه توليفة معينة من السلعتين، والتي يمكن شراؤها بالثمن السائد في السوق وفي حدود دخل ثابت (ميزانية ثابتة).

الدخل = الإنفاق

الدخل = السلعة 1 × ثمنها + السلعة 2 × ثمنها ...

$$I = P_x X + P_y Y$$

$$1000 = P_x X + P_y Y$$

$$1000 = 20X + 40Y \text{ -----> } 20 \text{ و } 40 \text{ مجرد أمثلة}$$

هذا هو خط الدخل أو قيد الميزانية

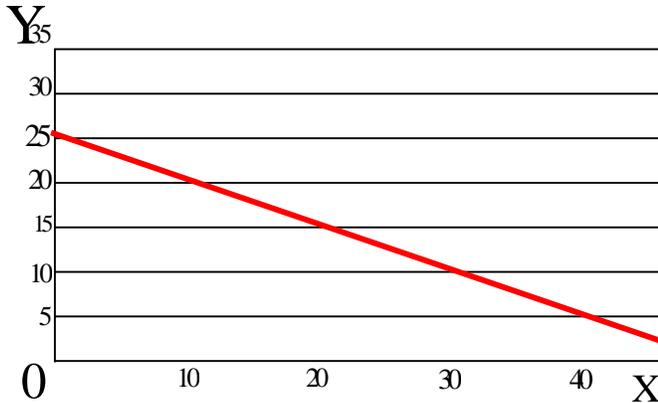
25 هي أقصى ما يمكنه شراؤه من Y لو كان دخله 1000 ريال

وسعر Y هو 40 عندما لا يشتري شيء من X

و50 وحدة من X هي أقصى كمية يشتريها منها لو كانت قيمتها

20 ريال عندما لا يشتري شيء من Y

الفرق بين قيد الميزانية ومنحنى السواء



منحنى السواء/ يربط بين التوليفات المختلفة من X و Y والتي تعطي

نفس المستوى من المنفعة

خط الدخل/ يربط بين التوليفات المختلفة من X و Y والتي يستطيع المستهلك شراؤها عند الأسعار السائدة في السوق وفي حدود دخله.

توظيف منحنى السواء وخط الدخل لأجل تحديد توازن المستهلك أي (تعظيم المنفعة) أو (الوصول لأعلى منفعة)

تذكير: القيمة المطلقة لميل منحنى السواء هي معدل الإحلال الحدي

$$\frac{P_x}{P_y} \text{ هي القيمة المطلقة لميل قيد الميزانية هي سعر السلعة X على سعر السلعة Y}$$

$$\frac{MU_y}{P_y} = \frac{MU_x}{P_x} \quad \text{أي أن} \quad \frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

- ماذا يقصد بتوازن المستهلك؟

- هو الحالة التي يحصل عليها المستهلك على أقصى إشباع ممكن في ظل دخله المحدود وأثمان السلع المحدودة في السوق.

- متى يحدث التوازن؟

- عندما يكون قيد الميزانية مماساً لأعلى منحني سواء ممكن. أي عندما يكون ميل منحني السواء الذي هو $\frac{Px}{Py}$ مساوياً لمعدل الإحلال الحدي.

محاضرة 20

وذكرنا ما هو الشرط الضروري لتوازن المستهلك في حالة افتراض المنفعة الترتيبية، لذا قلنا أن المنفعة الترتيبية وتستخدم فكرة منحنيات السواء، قلنا أن التوازن يتحقق عندما يكون قيد الميزانية مماساً لأعلى منحني سواء ممكن أي أن الميلين متساويين، ميل قيد الميزانية وميل منحني السواء وعبرنا عنها بإحدى ثلاث صيغ وتعطي نفس المفهوم ونفس المدلول.

$$1. \text{ الصيغة الأولى: معدل الإحلال الحدي لـ (X) محل } \frac{Px}{Py} = Y$$

2. الصيغة الثانية: بدل أن نكتب معدل الإحلال الحدي نكتب المنفعة الحدية لـ (X) ÷ المنفعة الحدية لـ $\left(\frac{Px}{Py}\right) = Y$ ، وهو (سعر

السلعة (X) ÷ سعر السلعة (Y)).

3. الصيغة الثالثة: هو أن تكون منفعة الريال المنفق على السلعة (X) مساوي لمنفعة الريال المنفق على السلعة (Y)،

إذاً هذا شرط التوازن وكلها تؤدي إلى نفس النتيجة ونلاحظ أن ما توصلنا إليه من خلال افتراض المنفعة العددية هي النتيجة نفسها التي توصلنا إليها من خلال افتراض المنفعة الترتيبية، أي أن كلاً من المنفعة العددية والمنفعة الترتيبية توصلنا إلى نتيجة واحدة، وهي أن توازن المستهلك يتحقق عندما تكون المنفعة الحدية للريال المنفق على (X) مساوية للمنفعة الحدية للريال المنفق على (Y).

- ... وهذه النقطة يجب أن نؤكد عليها وهي أن يكون منحني السواء أو أن قيد الميزانية يكون مماساً لأعلى منحني سواء ممكن

منحى الاستهلاك الداخلي ICC:

هو عبارة عن المنحني الذي يربط بين التوليفات التوازنية المختلفة من X و Y والتي يختارها المستهلك عند تغير الدخل مع ثبات أسعار السلع.

أهميته: من خلاله يمكن معرفة نوع السلعة، عادية أو دنيا.

منحني الاستهلاك السعري PCC:

هو عبارة عن المنحنى الذي يربط بين التوليفات التوازنية المختلفة من X و Y والتي يختارها المستهلك عندما يتغير سعر إحدى السلعتين مع بقاء الدخل ثابتاً.

أي نقطة على منحنى الطلب هي نقطة توازن المستهلك

دراسة سلوك المنتج (منحنى العرض)

أولاً: مفهوم (تعريف) الإنتاج/ عملية تحويل مختلف عناصر الإنتاج إلى سلع وخدمات يكون المستهلك على استعداد لدفع ثمن لها.

عناصر الإنتاج: - يقصد بعناصر الإنتاج مجموعة العوامل التي تتضافر فيما بينها للإسهام في إنتاج الأموال الاقتصادية.

- أو هي الموارد الاقتصادية التي تجعل من إنتاج السلعة أو الخدمة أمراً ممكناً وبدونها يستحيل القيام بهذا الإنتاج.
- وتشمل أربع عناصر أساسية: الأرض ، العمل ، رأس المال ، والتنظيم.

عناصر الإنتاج = مدخلات = الموارد الاقتصادية

الإنتاج = مخرجات

عناصر الإنتاج (مدخلات عناصر الإنتاج):

الأرض/ جميع الموارد المستمدة من الطبيعة والتي تستخدم في الإنتاج تشمل على الصفات الطبيعية والحيوية والكيميائية والجغرافية لسطح الأرض والظروف المناخية.

خصائصها: - ثبات المساحة

- انعدام نفقة الإنتاج

- عدم تجانس الأرض

الخاصية الأولى لها أهمية في التحليل الاقتصادي والتي يترتب عليها **قانون تناقص الغلة (قانون تناقص الإنتاجية الحدية):** إذا كان هناك عنصرين من عناصر الإنتاج أحدهم ثابت والآخر متغير، فإن زيادة العنصر المتغير بوحدة متتالية يؤدي بعد حد معين إلى تناقص في الناتج الحدي. وهذا القانون من خصائص الأجل القصير.

الناتج الحدي للعمال (MP_L): مقدار التغير في الإنتاج الكلي نتيجة لزيادة عنصر الإنتاج بمقدار وحدة واحدة $MP_L = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$

Q هو الإنتاج الكلي
 L هو عدد العمال

تناقص الغلة: - أن العامل المضاف يسهم في الإنتاج مقدار أقل ممن سبقه.

- العامل المضاف يتناقص إنتاجه.

- أن الإنتاج الكلي يتزايد بمعدل متناقص.

الإنتاج الكلي: هو إجمالي الكميات التي تنتج باستخدام كمية معينة من عناصر الإنتاج.

الناتج المتوسط: هو مقدار متوسط ما ينتجه العنصر الإنتاجي الواحد (العامل) أي الناتج الكلي مقسوماً على عدد الوحدات المستخدمة من العمل:

$$\frac{Q}{L} AP_L =$$

محاضرة 22

تزايد الغلة، وهذه نقطة مهمة يحدث بسبب أن هناك تخصص وتقسيم للعمل بين العمال، فالطاقة الإنتاجية أو المقدرة الإنتاجية للعنصر الثابت مازالت لم تستغل "أي لم نصل إلى الاستغلال الجيد"، وبالتالي نجد أن العامل المضاف يتسبب في زيادة الإنتاج بمقدار أكبر ممن سبقه، لأننا لم نصل إلى مسألة التوظيف الكفاء أو الاستخدام الأمثل للعنصر الثابت

- ما سبب سريان قانون تناقص الغلة (تناقص الإنتاجية الحدية)؟

- بسبب تراحم العنصر المتغير (مثل: العمل) على العنصر الثابت (مثل: الأرض).

تنبيه: يحدث تناقص الغلة وتزايدها بسبب أننا في الأجل القصير، حيث أنه في الأجل القصير لا بد أن يكون لدينا عنصر ثابت.

العلاقة بين الإنتاج الحدي (MP_L) والإنتاج المتوسط:

- إذا كان الإنتاج الحدي يتزايد فلا بد أن يكون الإنتاج المتوسط أقل من الإنتاج الحدي
- إذا وصل الإنتاج المتوسط إلى أعلى قيمة له فلا بد أن يتساوى مع الإنتاج
- إذا كان الإنتاج المتوسط يتناقص فلا بد أن يكون الإنتاج الحدي أقل منه

العلاقة بين الإنتاج الحدي (MP_L) والإنتاج الكلي:

- إذا كان الإنتاج الحدي موجباً فإن الإنتاج الكلي لا بد أن يتزايد.
- إذا كان الإنتاج الحدي يتزايد نجد أن الإنتاج الكلي يتزايد بمعدل متزايد.

- ج. إذا وصل الإنتاج الكلي إلى أعلى مستوى له فلا بد أن يكون الإنتاج الحدي مساوياً للصفر. يعني إضافة العامل الأخير تساوي (صفر) يصل الإنتاج الكلي أعلى مستوى له.
- د. إذا كان الإنتاج الحدي بالسالب فإن الإنتاج الكلي يتناقص.

الناتج من الجدول الذي في محاضرة 22 يعطينا منحنى الإنتاج الكلي

محاضرة 23

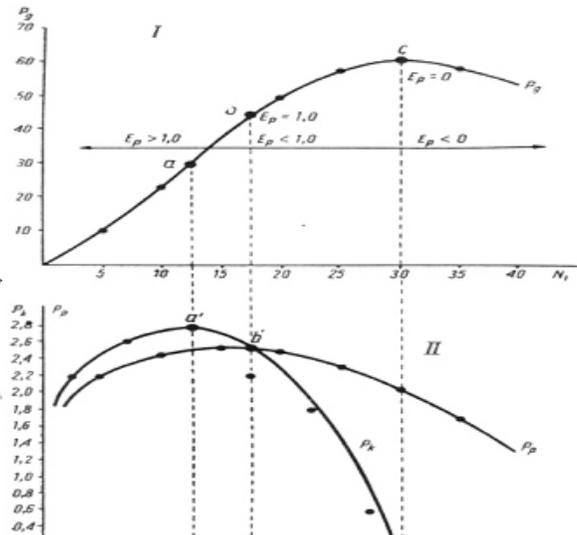
مراحل الإنتاج

- 1- تزايد الإنتاج المتوسط حتى يصل إلى أعلى قيمة له
- 2- تناقص الإنتاج المتوسط حتى يصل الإنتاج الحدي إلى صفر
- 3- الإنتاج الحدي بالسالب

علاقة الناتج الكلي بالناتج الحدي:

- 1- يتزايد الإنتاج الكلي بمعدل متزايد طالما أن الناتج الحدي يتزايد
- 2- يتزايد الناتج الكلي بمعدل متناقص طالما أن الناتج الحدي يتناقص ولكنه لا يزال موجبا
- 3- يبقى الناتج الكلي ثابتاً بدون تغيير وذلك عندما يكون الناتج الحدي مساوياً للصفر
- 4- عندما يبدأ الناتج الكلي الحدي سالباً

بالتناقص يصبح الناتج



علاقة الناتج الحدي بالناتج المتوسط:

- 1- يكون الناتج الحدي أكبر من الناتج المتوسط عندما يكون الناتج المتوسط متزايداً
- 2- يبدأ الناتج الحدي في التناقص قبل الناتج المتوسط
- 3- يتساوى الناتج الحدي والمتوسط عندما يبلغ الناتج المتوسط أقصى مستوى له
- 4- يكون الناتج الحدي أقل من المتوسط عندما يكون الناتج المتوسط متناقصاً

ثانياً/ عنصر العمل: هو ذلك الجهد أو النشاط الإنساني الموجه نحو الإنتاج بصرف النظر عن كونه جسماً أو ذهنياً.

ثالثاً/ رأس المال Capital: هو العنصر الذي ينتجه الإنسان ليساعده في العملية الإنتاجية، متمثلاً في جميع أنواع العدد والآلات والمعدات والتسهيلات والسلع التي يصنعها الإنسان لهذا العرض.

- بعض الثروة يستعمل كأصل رأسمالي وبعضها لا يستعمل.
- كل رأس مال ثروة، ولكن ليست كل ثروة رأس مال، حيث أن الثروة أعم وأشمل فهي تشمل رأس المال وغيره.
- رأس المال يشمل الآلات والمعدات وجميع ما يستخدم في الإنتاج كرأس مال.

تقسيمات رأس المال:

أ- رأس المال النقدي ورأس المال الحقيقي

- 1) النقدي Money Capital/ النقد أو السيولة
- 2) الحقيقي (العيني) Real Capital/ يشمل الآلات والمعدات والمباني والأصول التي تستخدم في العملية الإنتاجية

رأس المال النقدي في أصله لا يُستخدم في صناعة السلعة أو إنتاجها إلا إذا حُوّل إلى رأس مال حقيقي "عيني".

ب- رأس المال الإنتاجي ورأس المال الإيرادي.

- 1 الإنتاجي $Productive\ Capital$ / هو رأس المال العيني الذي ينتج
- 2 الإيرادي/ هو رأس مال يدر عائد/ يتمثل في صورة أسهم وسندات

ج- رأس المال الخاص ورأس المال المقترض.

- 1 الخاص $Privet\ Capital$ /مجموع رؤوس الأموال المملوكة للمنشأة والتي تخصص للإنتاج
- 2 المقترض $Borrowing\ Capital$ / هو الذي يعمل على استكمال احتياجات المشروع من رؤوس الأموال عن طريق الاقتراض.

د- رأس المال الأصلي ورأس المال المكتسب.

- 1 الأصلي $Original\ Capital$ /مجموع رؤوس الأموال التي ساهمت في تكوين المشروع في مرحلته الأولى وأثناء تكوينه
- 2 المكتسب / مجموع الأرباح الغير موزعة والتي تضاف إلى رأس المال الأصلي ويعاد استثمارها.

هـ- رأس مال ثابت ورأس مال متداول.

- 1 الثابت $Fixed\ Capital$ / هو السلع والمعدات والآلات والمنشآت التي تعطي خدماتها على مدى فترة زمنية طويلة
- 2 المتداول $Circulating\ Capital$ / هو عبارة عن السلع غير تامة الصنع والتي في طريقها إلى الخطوات الإنتاجية النهائية وتأخذ شكل تدفقات $Flows$ مستمرة، ويستوفي الغرض منها بمجرد استخدامها لذلك تدخل قيمتها بالكامل في نفقة إنتاج السلعة خلاف رأس المال الثابت والذي توزع قيمته على فترات الإنتاج المختلفة.

رابعاً/ التنظيم (المنظم) هو ما يقوم به فرد أو مجموعة أفراد للتأليف بين عناصر الإنتاج في شكل علاقة منظمة ونسب محددة ونوعية معينة واستخدامها كمدخلات في العملية الإنتاجية لمخرجات معينة، ويتحملوا في سبيل ذلك مخاطر الإنتاج.

- دور المنظم يظهر في عمل مزيج من عناصر الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة لزيادة أرباح المنشأة.

تكاليف الإنتاج. هي تكاليف عناصر الإنتاج التي ساهمت في الإنتاج،

المنشأة والإنتاج:

كل منشأة يكون في محيلتها:

الأول: لديها عناصر إنتاج محددة وتريد توظيفها لتحقيق أعلى مستوى من الإنتاج ممكن.

الثاني: أو إنتاج محدد وتريد تحقيقه بأقل عناصر إنتاج ممكنة

تعتبر مقارنة التكاليف بالإيرادات من أهم المؤشرات التي يهتدي بها المشروع وهو يصدد اتخاذ قراراته المتعلقة به...

مقارنة التكاليف بالإيرادات تسمى بـ **الربح الاقتصادي**

الربح الاقتصادي = الإيراد الكلي (ثمن المبيعات) - التكاليف الاقتصادية للمشروع

تكاليف الإنتاج

أنواع التكاليف

أولاً: تكلفة الفرصة البديلة Opportunity Cost

وهي تكلفة الاستخدامات البديلة لعناصر الإنتاج المستخدمة في المشروع، وهي التي يعول عليها الاقتصاديون كثيراً فيضعونها دائماً في الحسبان.

ثانياً: التكاليف النقدية (الصريحة) والتكاليف الضمنية:

1- النقدية: هي تلك المدفوعات التي تتحملها المنشأة وترد صراحة وبوضوح في دفاتر الحسابات. فهي عبارة عما تدفعه المنشأة

من نفقات نقدية تلتزم بها تجاه عناصر الإنتاج المملوكة للغير.

2- الضمنية: فهي التكاليف التي يتحملها المشروع ولكنها لا ترد صراحة في دفاتر الحسابات إنما تدخل ضمن صافي الأرباح.

- فصل الدكتور قليلاً فيهما في المحاضرة.

$$\text{التكاليف الاقتصادية} = \text{التكاليف المحاسبية} + \text{تكلفة الفرصة البديلة}$$

محاضرة 25

التكاليف في الأجل القصير مرتبط بتعريفها، لأننا قلنا أنه في الأجل القصير هناك عنصر من عناصر الإنتاج على الأقل ثابت لا يمكن تغييره خلال فترة معينة، وبالتالي يكون عندنا تكاليف العنصر الثابتة، نسميها تكاليف ثابتة.

كما أن تكاليف العنصر المتغير، نسميها تكاليف متغيرة. ففي الأجل القصير يوجد عندنا تكاليف ثابتة ومتغيرة. أما في الأجل الطويل نظراً لأن جميع عناصر الإنتاج متغيرة فلا توجد لدينا تكاليف ثابتة، وإنما التكاليف الكلية هي تكاليف متغيرة.

وفرقنا بين ما يعرف بالتكاليف الاقتصادية والتكاليف المحاسبية. وقلنا أن التكلفة الاقتصادية تبني على ما يسمى بالتكلفة البديلة "أي إعطاء كل عنصر ساهم في العملية الإنتاجية أفضل عائد بديل"

وأما التكلفة المحاسبية "فهي تتضمن التكاليف الصريحة فقط، وأما التكاليف الضمنية فهي لا تدخل ضمن التكلفة المحاسبية"

$$\text{التكاليف الاقتصادية} = \text{التكاليف المحاسبية} + \text{تكلفة الفرصة البديلة}$$

هناك فرق بين الربح الاقتصادي والربح المحاسبي، لأن الأرباح الاقتصادية تبني على حساب التكاليف الاقتصادية، كما أن الأرباح المحاسبية تكون مبنية على حساب التكاليف المحاسبية. وهنا من البديهي القول بأن:

الأرباح المحاسبية < الأرباح الاقتصادية

لماذا؟ لأن التكلفة الاقتصادية < التكلفة المحاسبية

و (عوائد الأرباح = الإيراد الكلي - التكاليف الكلية)

فالإيراد الكلي هنا متماثل سواءً بالمحاسبية أو الاقتصادية لأنه يعبر عن قيمة المبيعات

وأما بالنسبة للتكاليف: عند الاقتصاديين يحسبون أفضل فرصة بديلة "أي إعطاء كل عنصر إنتاجي ساهم في عملية الإنتاج أفضل عائد بديل" بينما المحاسبون: ينظرون إلى التكلفة الصريحة فقط.

مثال: لو ذهب شخص للترهة مع أبناءه (مع العلم أن أبناءه لا يستطيعون العمل) وأن هذا الشخص ضحي يوم عمل كامل كان يدر عليه دخلاً بمقدار 20 ديناراً مقابل خروجهم للترهة والتي كلفته 5 ديناراً. لذلك فإن: التكاليف الاقتصادية لهذه الترهة = التكاليف المحاسبية (الصريحة) وهي 5 دينار + تكلفه الفرصة البديلة (التكاليف الضمنية أو المضحى بها) وهي 20 دينار = 25 دينار.

ثالثاً: التكاليف في المدى القصير و التكاليف في المدى الطويل

المدى القصير هو فترة زمنية تكون من القصر بحيث لا يتمكن المشروع خلالها من تغيير بعض عناصر الإنتاج المستخدمة (الأرض، والمباني، والتجهيزات الفنية الضخمة). ولذلك فإن تكاليف الإنتاج في المدى القصير تنقسم إلى:

أ. **تكاليف ثابتة Fixed** هي تكاليف عناصر الإنتاج الثابتة، والتي يظل مبلغها الكلي ثابتاً عند مستواه في الأجل القصير بغض النظر عن حجم الإنتاج.

ب. **تكاليف متغيرة Variable** هي تكاليف عناصر الإنتاج المتغيرة والتي يتغير مبلغها الكلي مع كل تغير في حجم الإنتاج.

أما **المدى الطويل** فهو فترة زمنية تكون من الطول بحيث يتمكن المشروع خلالها من تغيير جميع عناصر الإنتاج المستخدمة، وبالتالي تكون جميع التكاليف هي تكاليف متغيرة.

ولو أردنا أن نوضح من خلال الرسم أدناه.