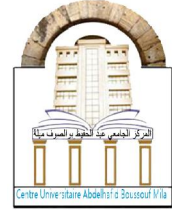




وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مطبوعة دروس بعنوان:

محاضرات في الإقتصاد الجـزئي

موجهة لطلبة السنة الأولى جذع مشترك

من إعداد الدكتور:

واضح فـوانر

السنة الجامعية: 2017/2016

فهرس المحتويات		
الوحدة	العنوان	الصفحة
	مقدمة	1
التمهيدية	المشكلة الإقتصادية	9-2
1	تحليل سلوك المستهلك	43-10
	نظرية المنفعة	10
	اشتقاق منحنى الطلب	24
	نظرية منحنيات السواء	27
	منحنيات الإستهلاك	31
	مرونة الطلب	33
2	الإنتاج والتكاليف	65-44
	الإنتاج	44
	الإنتاج في المدى القصير	44
	الإنتاج في المدى الطويل	47
	توازن المنتج	50
	تكاليف الإنتاج	55
	التكاليف في المدى القصير	55
	التكاليف في المدى الطويل	63
3	توازن الأسواق	93-66
	العرض والطلب	66
	سوق المنافسة الكاملة	69
	سوق المنافسة الإحتكارية	74
	سوق احتكار القلة	81
	سوق الإحتكار التام	86
	خاتمة	94

مقدمة:

تتضمن هذه المطبوعة مجموعة من المحاضرات المبسطة حول مادة الاقتصاد الجزئي، وهي موجهة لطلبة السنة الأولى جذع مشترك ليسانس علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير.

وبهدف الإلمام بمحتويات هذه المادة التي تدرس على مدار سداسيين متواصلين، وتماشياً مع المقرر الدراسي الوزاري والحجم الساعي المحدد، تم تقسيم المطبوعة لمجموعة من الوحدات على النحو التالي:

الوحدة التمهيديّة: خُصِّصَت هذه الوحدة لدراسة الإطار العام للمشكلة الاقتصادية، حيث تم التعرف على مختلف المفاهيم المرتبطة بها وكذا طبيعتها، وكذلك الأسباب التي تقف وراء ظهورها، وعناصرها وأهم الطرق الكفيلة بمواجهتها.

الوحدة الأولى: تناولت هذه الوحدة تحليل سلوك المستهلك، حيث تم التعرف على مختلف النظريات المفسرة لسلوك المستهلك على غرار نظرية المنفعة الحدية ونظرية منحنيات السواء، كما تطرقنا لتوازن المستهلك وفق كل نظرية، إضافة إلى منحنيات الاستهلاك ومرونة الطلب.

الوحدة الثانية: تطرقنا فيها إلى الإنتاج والتكاليف، حيث تناولنا في الشق الأول موضوع الإنتاج في المدين القصير والطويل وتحديد الوضع التوازني بتعظيم الإنتاج، تدنية التكاليف وتعظيم الأرباح، وفي الشق الثاني تناولنا تكاليف الإنتاج في المدين القصير والطويل وكذا تحقيق التوازن وفقاً لمنحنيات التكاليف.

الوحدة الثالثة: وهي الوحدة الأخيرة، حيث تناولنا فيها توازن الأسواق بدءاً بتوازن السوق وفقاً لقوى العرض والطلب، ثم انتقلنا إلى تحديد التوازن وفق هيكل السوق انطلاقاً من سوق المنافسة التامة، المنافسة الاحتكارية، احتكار القلة وصولاً إلى الاحتكار التام.

المشكلة الاقتصادية:

من بين أهم المفاهيم الاقتصادية التي تهتم كافة المجتمعات مهما كانت الأوضاع التي تواجهها والظروف التي تعيشها نجد المشكلة الاقتصادية، هذه الأخيرة تواجه الأفراد والعائلات كما تواجه المجتمعات والدول، كما تواجه المنتج والمستهلك، وتنشأ المشكلة الاقتصادية نتيجة اختلال التوازن بين الحاجات الإنسانية الكثيرة والمتعددة، المستمرة والمتجددة في مقابل ندرة نسبية للموارد المتاحة، ونظرا لسعي الإنسان إلى حياة أفضل من خلال العمل على تلبية مختلف حاجاته اليومية، الحالية والمستقبلية، مستخدما بذلك كل الإمكانيات المتاحة لديه خاصة موارد الطبيعة، هذه الأخيرة تتسم بندرة نسبية لا تمكن الإنسان من تلبية كل حاجاته مما جعله يسعى لتلبية حاجاته حسب الأولويات.

وعلى مستوى الاقتصاد الجزئي يتم التحليل من خلال نوعين من الأفراد، يتمثل الأول في المستهلك، والثاني في المنتج، فبالنسبة للمستهلك لديه مجموعة لا متناهية من الحاجات والرغبات المتنوعة والمتجددة وغير المحدودة، في مقابل دخله المحدود، لذلك يسعى المستهلك إلى إنفاق كامل دخله من أجل تلبية أكبر قدر ممكن من الحاجات الخاصة به، أما بالنسبة للمنتج فله أيضا مجموعة من الحاجات والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، في مقابل ميزانية محدودة يقوم بإنفاقها واستغلالها في اقتناء مختلف عناصر الإنتاج التي يحتاجها في العملية الإنتاجية، سعيا منه لتحقيق أهدافه المسطرة.

ونظرا لأن موضوع دراسة الاقتصاد الجزئي هو تحليل سلوك المستهلك والمنتج داخل المحيط الاجتماعي والاقتصادي، ونظرا لأن المشكلة الاقتصادية تمس الفرد سواء كان مستهلكا أو منتجا، كان لابد من استعراض حيثيات المشكلة الاقتصادية من خلال مفهومها، طبيعتها، وكذلك الأسباب التي تقف وراء ظهورها، وعناصرها.

1- مفهوم المشكلة الاقتصادية: من خلال التقديم السابق نجد هناك مستويين لتحديد مفهوم المشكلة

الاقتصادية، فالمستوى الأول يتعلق بالفرد بصفته منتجا أو مستهلكا، والمستوى الثاني يتعلق بالمجتمع ككل بما يحتويه من منتجين ومستهلكين، وفيما يلي سوف نتناول كل مفهوم على حدى:

- المشكلة الاقتصادية على مستوى الفرد: تعني محدودية الدخل وكثرة الحاجات، وبالتالي هناك أمام المستهلك عملية الاختيار ووضع الأولويات، والتضحية ببديل آخر عندما يختار أحد البدائل، أي التضحية بحاجة أو حاجات أخرى عندما يختار إشباع حاجة معينة.¹

- المشكلة الاقتصادية على مستوى المجتمع: فهي تعني أيضا محدودية الموارد و كثيرة الحاجات، ومن ثم لابد من الاختيار ووضع الأولويات، ومن ثم التضحية، فالموارد محدودة في المجتمع في وقت معين بالمقارنة بحاجات ورغبات أفراد المجتمع المتعددة و المتنوعة و المتجددة عبر الزمن، ولذلك على المجتمع أو الاقتصاد القومي أن يختار ويضع الأولويات، ويضحي بأشياء مقابل إشباع حاجات معينة من خلال توجيه أو تخصيص الموارد المتاحة على استخداماتها المختلفة بحيث يتم استخدام هذه الموارد كاملة أي موارد عاطلة، ومن ثم توزيع السلع و الخدمات المنتجة بأفضل طريقة ممكنة على أفراد المجتمع أي بالطريقة التي تحقق أقصى إشباع ممكن.²

وهكذا يلاحظ أن المشكلة الاقتصادية لا تختلف من الجوهر على مستوى الفرد أو على مستوى المجتمع وإن كانت تختلف من حيث الشكل، ومن حيث طريقة المعالجة.

2- طبيعة المشكلة الاقتصادية: يتميز الإنسان عن باقي الكائنات الحية بتنوع رغباته وأهوائه المختلفة والمتباينة والمستمرة عبر الزمن، وهو يسعى دائما إلى تحقيق هذه الرغبات وإشباعها، ونظرا لاستمرارية هذه الرغبات وتجدها مع مرور الوقت، إضافة لكونها متداخلة مع بعضها البعض، على اعتبار أن تلبية حاجة معينة يقتضي تلبية حاجات أخرى مرتبطة بها أو تكملها، كما أن تطور المجتمعات الإنسانية ينتج عنه ظهور حاجات جديدة يسعى الإنسان إلى تلبيةها، ولا تتوقف هذه الحاجات والرغبات إلا بوفاة الإنسان.

إن هذه الحاجات والرغبات سائلة الذكر تتطلب مجموعة من الموارد أو الإمكانيات أو الثروات من أجل تلبيةها، وما يميز هذه الموارد في غالب الأحيان هو الندرة، والتي تعني عدم كفاية هذه الموارد لتلبية مختلف الحاجات المتعددة والمستمرة والمتجددة عبر الزمن.

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مبادئ الاقتصاد الجزئي، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الاردن، 2005، ص 24.
² رشيد بن الديب، نادية شطاب عباس، اقتصاد جزئي، ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 55.

إن عدم التوازن بين الموارد المتاحة للإنسان والحاجات الخاصة به يجعله أمام مشكلة كيفية تحقيق أقصى قدر ممكن من الحاجات باستخدام ما تيسر له من موارد، ونظرا لأن الموارد تتناقص عبر الزمن في مقابل تزايد الحاجات يصبح من الصعب تحقيق قدر كبير من الحاجات الإنسانية، وهو ما يتطلب الاستخدام العقلاني للموارد المتاحة.

3- الأسباب التي تقف وراء المشكلة الاقتصادية: هناك العديد من الأسباب التي تقف وراء وجود المشكلة الاقتصادية ويمكن حصرها في ثلاثة عناصر أساسية:¹

- **طبيعة الحاجات الإنسانية:** حيث أن الخصائص التي تتميز بها الحاجات الإنسانية كفيلة بأن تجعل منها أمر واقع ومحتوم يواجهه كل المجتمعات الإنسانية وفي جميع الأزمنة، ومن بين خصائص الحاجات نذكر:

- الحاجات الإنسانية متعددة: معنى أنها متعددة هو أنها كثيرة بشكل يجعلها صعبة التحقيق والإشباع استنادا إلى ندرة الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع.
- الحاجات الإنسانية متداخلة: أي أن الحاجة الأولى تستدعي الشعور بحاجة أخرى، بمعنى كلما أشبع الإنسان حاجة معينة ثارت في نفسه حاجة أخرى، هذا الوضع يلعب دور أساسي في استمرارية المشكلة الاقتصادية.
- الحاجات الإنسانية متجددة: أي أنها متغيرة بتغير الظروف والزمان، ويلعب تطور المجتمعات وظهور منتجات وخدمات جديدة دورا كبيرا في توجه الفرد نحو هذه المنتجات والخدمات مما يساهم في ظهور حاجات جديدة.
- **ندرة الموارد الاقتصادية:** هناك مجموعة من الحاجات لا تشكل صعوبة في تلبيتها بالنسبة للإنسان نظرا لتوفر الموارد التي تحققها، هذا النوع من الموارد يعتبر موارد غير اقتصادية، كما أنها في كثير من الأحيان لا تحتاج إلى وسائل مادية للحصول عليها، كما لا توجد عوائق في تملكها ومن أمثلة هذه الموارد نجد الهواء، أشعة الشمس، المياه الجارية في الأنهار... الخ، والتي يكون الحصول عليها بدون مقابل.

¹ رضا صاحب أبو محمد، الاقتصاد الوضعي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 43.

أما النوع الثاني من الموارد والذي لا يتوفر بكميات كافية لإشباع جميع الحاجات الإنسانية اللامتناهية واللامحدودة، وفي نفس الوقت يكون امتلاكها وسيلة أساسية لإستغلالها في تلبية الحاجات، وامتلاكها يتطلب دفع مقابل الذي يتمثل في سعر هذه الموارد، هذا النوع من الموارد يطلق عليه إسم الموارد الاقتصادية، ويرتبط هذا الاسم فقط بالموارد المحدودة وغير الكافية لتحقيق جميع الاحتياجات الإنسانية.

ويقصد بالندرة الاقتصادية عدم توفر هذه الموارد بالشكل الكافي، وهذه الندرة تكون نسبية وليست بصورة مطلقة، بمعنى أنها متوفرة بشكل غير كاف إذا ما قورنت بالحاجات والمتطلبات الإنسانية التي تشبعها هذه الموارد، فهناك بعض الموارد تكون متوفرة بكميات كبيرة وتبقى ندرتها النسبية عالية، كما توجد بعض الموارد بكميات قليلة وتكون ندرتها النسبية قليلة، ويمكن تفسير ذلك بدرجة وشدة الحاجة إليها ومستوى الطلب عليها واسهامها في تحقيق أكبر قدر من الحاجات الإنسانية.

- **المفاضلة والاختيار (تكوين سلم التفضيل الجماعي):** على اعتبار أن الندرة النسبية تميز الموارد الاقتصادية، وفي المقابل تعدد الحاجات وتنوعها واستمرارها يحتم على الإنسان (مهما كانت صفته أو مهنته) إيجاد الحلول الكفيلة التي تمكنه من استغلال الموارد الاقتصادية النادرة ذات الاستعمالات المختلفة والمتعددة على أحسن وجه ممكن وتوظيفها في تلبية أهم الحاجات، وذلك لتحقيق إشباع ممكن للحاجات حسب ضرورتها، فترتيب الحاجات مهم جدا في هذا الوضع الذي يتطلب استخدام سلم الأفضليات أو سلم التفضيل الجماعي، حيث يكون على رأس الأولويات استخدام الموارد والإمكانيات لتحقيق الحاجات الضرورية الأساسية مثل: الأكل، اللباس، السكن، التعليم...الخ.¹

في حالة وجود فائض في الإمكانيات فمن العقلانية أن يسعى الفرد إلى تحقيق حاجات أخرى أقل ضرورة حسب ترتيب الأولويات، أما إذا لم تتوفر الإمكانيات بشكل بتحقيق الحاجات غير الضرورية فمن باب العقلانية أن يتنازل الفرد عن الحاجات الأقل أهمية في سبيل تحقيق حاجات أخرى على قدر كبير من الأهمية، هذه العملية تسمى بعملية **التضحية والاختيار**، فالتضحية

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 28.

وفق المبدأ الاقتصادي تعتبر حلاً أو تخفيفاً للمشكلة الاقتصادية الناتجة عن الندرة النسبية للموارد الاقتصادية من خلال ترك أو تأجيل الرغبات والحاجات الأقل ضرورة في سبيل تحقيق أكبر قدر من الإشباع للحاجات والرغبات الأكثر ضرورة، أما الاختيار القائم على المبدأ الاقتصادي فيعني التوفيق بين الاستخدامات البديلة المتاحة للفرد، مما يجعله تحت ضغط الحاجة للاختيار بين هذه البدائل المتاحة للاستعمالات المتعددة، فيقوم الفرد بتوجيه الموارد المتاحة لتحقيق وتلبية حاجات معينة والتنازل والتخلي عن بعض الحاجات الأخرى، والاختيار هنا يكمن في تفضيل حاجات معينة يرى الفرد بأنها ذات أولوية في التحقيق دون الحاجات الأخرى التي يؤجلها أو يتخلى عنها.¹

كما أن عملية المفاضلة والاختيار في استخدام مورد ما في مجال معين دون استخدامه في مجال آخر يسمى في علم الاقتصاد بتكلفة الفرصة البديلة والتي تعني مقدار أو قيمة التفریط في توجيه هذا المورد إلى فرص أو تلبية حاجات أخرى، فعلى سبيل المثال إذا كان الفرد يملك مبلغاً من المال تمت المفاضلة بين توجيهه للاستهلاك لتحقيق المنفعة على حساب توجيهه للادخار، فتكلفة الفرصة البديلة هنا تتمثل في مقدار ما ضحى به الفرد من عوائد ادخار ذلك المبلغ.

ولو أمعنا النظر في حقيقة الموارد الاقتصادية نجد أنها تنفرع إلى ثلاثة فروع أساسية: موارد طبيعية (الأرض)، موارد مادية (رأس المال) وموارد بشرية، أما فيما يخص العملية الإنتاجية فنجد أنها تعتمد على مجموعة من المدخلات التي تمثل عناصر الإنتاج التي يقوم المنتج بالمزج بينها لتحويلها إلى ما يسمى بمخرجات العملية الإنتاجية المتمثلة في السلع والخدمات، وفيما يلي سوف نتناول أهم عناصر الإنتاج والتي تعتبر كلها موارد اقتصادية تتميز بالندرة النسبية:

- الأرض: الأرض بالمفهوم الاقتصادي هي عبارة عن عنصر الطبيعة الثابت من حيث الحجم والمكان، وهي تمثل أهم عنصر يمتلكه المجتمع وليس للإنسان أي دور في وجوده، ويقصد بالأرض كمورد اقتصادي ما تحتويه الأرض في باطنها وما يوجد على سطحها بالإضافة إلى

¹ سيد سالم عرفة، التسويق الصناعي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 35.

غلافها الجوي مثل المعادن المختلفة، المحروقات، الغابات، المياه، الأراضي الزراعية،...الخ، والعائد الذي يعود على مالكي هذا العنصر أو المورد نتيجة استخدامه في العملية الإنتاجية يسمى بالريع.

- **رأس المال:** يعتبر من أهم الموارد أو عناصر الإنتاج، ويقصد به كل ما هو من صنع الإنسان بغرض استخدامه في العملية الإنتاجية للسلع والخدمات النهائية أو مخزون السلع الوسيطة التي تدخل في إنتاج السلع النهائية، ويتمثل هذا المورد في المباني، الآلات والمعدات، المواد الخام المجمعة في المخازن، المواد النصف مصنعة،...الخ، لذلك يجب التمييز بين نوعين من التي يصنعها الإنسان:

- **سلع استهلاكية:** تتمثل في المواد تامة الصنع ولا تحتاج إلى عمليات تحويلية، ولا تدخل في عملية إنتاج سلع أخرى، فهي تنتج بغرض الاستهلاك الشخصي.¹
- **سلع رأسمالية:** وتسمى أيضا بالسلع الاستثمارية، وهي التي لا يتم إنتاجها بغرض الاستخدام الشخصي إنما من أجل الاستخدام في العملية الإنتاجية للسلع والخدمات الأخرى، فهي تعتبر وسيلة مساعدة على إنتاج السلع والخدمات النهائية، ومثال ذلك الآلات والمعدات، المباني، وسائل النقل، وسائل التخزين والتوزيع...الخ، بحيث يحصل مالكوها على عائدات من خلال استعمالها في العملية الإنتاجية أو تأجيرها لمن يستخدمها، هذه العائدات تسمى **الفوائد**، فالعائد على رأس المال هو الفائدة التي يحصل عليها مالك السلعة الاستثمارية، ويختلف رأس المال بالمفهوم المحاسبي عنه بالمفهوم الاقتصادي، فحسب المفهوم المحاسبي رأس المال يستخدم للدلالة على رأس المال النقدي، إلا أن رأس المال النقدي بالمفهوم الاقتصادي يعتبر سلعة بسيطة أو مقياسا للقيمة ومستودعا لها، على اعتبار أن النقود تستخدم للحصول على مختلف عناصر الإنتاج بما فيها السلع الاستثمارية، وهي تساهم بشكل مباشر في العملية الإنتاجية.

- **العمل:** يعتبر هذا المورد من أهم الموارد الإنتاجية التي تمتلكها المجتمع الذي يمثل **المورد البشري**، وكلما تم الاهتمام بهذا المورد وتنميته وتدريبه وتحسن نوعيته انعكس ذلك بصفة إيجابية

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 40.

على نوعية وحجم الإنتاج¹، ويتضمن العمل جميع الأعمال التي يقوم بها الفرد العامل المرتبطة بالعملية الإنتاجية مقابل عائد على المجهود المبذول، هذا العائد يسمى الأجر، ويأخذ الجهد المبذول شكلين مختلفين: (جهد عضلي أو جسماني من جهة، وجهد فكري أو ذهني من جهة ثانية). ومادام العائد على صاحب هذا الجهد يقع تحت مسمى الأجر فهو يعتبر ضمن عنصر العمل².

- **التنظيم:** يندرج تحت هذا العنصر المجهودات والأنشطة الخاصة والهادفة إلى دمج مختلف عناصر الإنتاج ومزجها، وكذا اتخاذ قرارات الإنتاج المرتبطة بالكمية، النوعية، الأسعار، التكاليف،... الخ، كما يتحمل المنظم مخاطر الفشل، ويستفيد من مكافآت النجاح، ومقابل جهد المنظم ومساهمته في العملية الإنتاجية يحصل المنظم على عائد يسمى **الربح العادي**، أي العائد على التنظيم يسمى الربح العادي الذي يستفيد منه صاحب المشروع الذي يقوم بمزج مختلف عناصر الإنتاج.

- **المعرفة:** يعتبر عنصر المعرفة أساس العملية الإنتاجية، وتم الاهتمام به حديثاً نتيجة توجه الاقتصاديات العالمية نحو شكل جديد من أشكال الاقتصاد وهو اقتصاد المعرفة أو الاقتصاد الرقمي، أين تلعب المعرفة دور أساسي في نجاح أو فشل المؤسسات، وقد ذهب أصحاب هذا التوجه إلى أبعد من ذلك عندما قالوا بأن المعرفة هي العنصر الرئيسي في العملية الإنتاجية نظراً للاعتماد عليها في جميع عناصر الإنتاج الأخرى، فاستغلال الأرض يتطلب معارف بخباياها، العمل لا بد أن يمتلك معرفة بالعمل حتى يؤديه، والآلة تمثل نتاج أو حصيلة تراكم مجموعة من المعارف التقنية، والمنظم يحتاج المعرفة لاتخاذ قرارات الإنتاج.

وفي الوقت الحالي أصبحت المعرفة أعلى عناصر الإنتاج مجتمعة، وهي مكلفة جداً، خاصة ما تعلق بالتكنولوجيا والإبداع والابتكار، أين يتطلب الأمر دفع مبالغ ضخمة للحصول عليها.

4- عناصر المشكلة الاقتصادية: عند مواجهة المشكلة الاقتصادية التي تعتبر أمراً محتوماً على أي مجتمع يسعى الخبراء والمفكرين الاقتصاديين في إيجاد السبل الكفيلة لمواجهة هذه المشكلة، وهناك

¹ محمود حسين الوادي وآخرون، الاقتصاد الإداري، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2010، ص 28.

² رضا صاحب أبو محمد، مرجع سابق، ص 38.

عدة تساؤلات يجب على الاقتصادي أن يبحث في إجاباتها، وأن يجد الوسائل والمعايير التي تمكنه وضع برامج خاصة لتنظيم النشاط الاقتصادي على المستوى الجزئي المتعلق بالمنتج والمستهلك من جهة، وعلى المستوى الكلي المتعلق بالمجتمع ككل من جهة ثانية خاصة ما تعلق بتخصيص الموارد المتاحة للمجتمع على اختلاف استخداماتها، وهذه التساؤلات تعتبر أركان أو عناصر المشكلة الاقتصادية وهي:¹

- ماذا ننتج؟، - كيف ننتج؟، - لمن ننتج؟، - هل القوة الشرائية للدخل النقدي للأفراد ثابتة؟،
- هل يمكن ضمان الاستمرار في الإنتاج؟، - هل الموارد الاقتصادية المتاحة للمجتمع مستغلة بالكامل أو هناك جزء منها عاطل؟.

كل هذه الأسئلة تشكل جوهر أو لب المشكلة الاقتصادية، والإجابة عليها بطريقة واقعية تعد خطوة إيجابية نحو الحل أو التخفيف من حدة المشكلة على المجتمعات.

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 43.

الوحدة الأولى: تحليل سلوك المستهلك.

نتعرض في هذه الوحدة لمختلف النظريات المحللة لسلوك المستهلك من خلال تحديد الوضع التوازني للمستهلك، حيث توضح هذه الوحدة كيفية التي يتصرف بها الفرد المستهلك سعياً منه لتحقيق أقصى مستوى إشباع ممكن من خلال انفاق دخله المحدود على مختلف السلع والخدمات التي يحتاجها في حياته اليومية، ووفقاً لأسعار هذه السلع والخدمات في السوق.

أولاً: نظرية المنفعة.

يعتمد علم الاقتصاد في تفسير سلوك المستهلك على فرضية أن الناس يميلون إلى السلع والخدمات التي يفضلونها بشدة، ولشرح كيفية اختيار المستهلكين للسلع والخدمات المتاحة لهم، طور الاقتصاديون فكرة المنفعة الحدية في أواخر القرن 19م، ومنها توصلوا إلى اشتقاق منحنى الطلب وتفسير خصائصه¹، بسبب الندرة، فإن الشخص الذي يقرر شراء سلعة أو خدمة معينة، يواجه مشكلة الاختيار من بين العديد من السلع والخدمات والتي تختلف في كثير من الأشياء كطبيعة الاستخدام واللون والحجم والشكل وهكذا. ومن جانب آخر، فإن أسعار السلع والخدمات تلعب دوراً أساسياً في تحديد أي من هذه السلع والخدمات سوف يقوم المستهلك بشرائها واستهلاكها. وقد يتساءل الفرد منا عن السبب وراء قيامنا باستهلاك سلع معينة دون الأخرى، وكذلك البحث عن تفسير للظواهر الاستهلاكية المختلفة، كقيام شخص ما باختيار مجموعة معينة من السلع دون غيرها، في حين يقوم شخص آخر باستهلاك مجموعة مختلفة من السلع الأخرى. ويمكن تفسير هذا الاختلاف إلى أن المستهلك يقوم باستهلاك تلك السلع والخدمات التي تحقق له إشباعاً (Satisfaction)، في حين يمتنع عن استهلاك تلك السلع والخدمات التي لا تحقق له أي إشباع. ومن الظواهر التي سنقوم بتفسيرها في هذا الفصل، كيفية قيام المستهلك بتوزيع دخله على السلع والخدمات

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسين لطيف الزبيدي، الاقتصاد الجزئي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 51.

المتعددة التي يقوم بشرائها، وتحديد أي من السلع سيقوم المستهلك بشرائها واستهلاكها، ولماذا يقوم المستهلك باختيار مجموعة معينة من السلع فقط دون غيرها، وكذلك تفسير قيام المستهلك بشراء كميات أكبر من السلعة كلما انخفض سعر هذه السلعة.¹

عند قيام المستهلك باستهلاك وحدات من سلعة أو خدمة معينة، فسوف يؤدي ذلك إلى حصوله مستوى معين من الإشباع. وحتى يتحقق هذا الإشباع، فإنه يتوجب على المستهلك شراء هذه السلعة، و تسمى هذه العملية بإنفاق جزء من الدخل على السلعة. ويمكن تعريف حجم الإنفاق على السلعة بأنه سعر السلعة مضروباً في عدد الوحدات المستهلكة من هذه السلعة أو الخدمة، أي بمعنى آخر:

$$\text{الإنفاق على السلعة} = (\text{سعر السلعة أو الخدمة}) \times (\text{كمية السلعة أو الخدمة المشتراة})$$

والمثال التالي يوضح كيفية احتساب حجم الإنفاق على سلعة أو خدمة معينة.

مثال تطبيقي: بافتراض أن مستهلك ما يقوم باستهلاك ثلاث سلع مختلفة كما هو موضح في الجدول الموالي:

السلعة	سعر السلعة (دينار)	الكمية المستهلكة (وحدة)
X	3	12
Y	1	4
Z	8	5

المطلوب: احتساب الإنفاق الكلي الذي يقوم به هذا المستهلك.

الحل: في هذه الحالة فإن الإنفاق الكلي يساوي:

¹ برحومة عبد الحميد، مبادئ الاقتصاد الجزئي، ج 1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، 2012، ص 15.

$$\{ \text{سعر السلعة (X)} \times \text{الكمية المستهلكة من السلعة (X)} \} + \{ \text{سعر السلعة (Y)} \times \text{الكمية المستهلكة من السلعة (Y)} \} + \{ \text{سعر السلعة (Z)} \times \text{الكمية المستهلكة من السلعة (Z)} \}$$

$$(5) \times (8) + (4) \times (1) + (12) \times (3) = \\ 40 + 4 + 36 = \\ 80 \text{ دينار}$$

ومما يمكن الإشارة إليه هنا هو وجود اختلاف جلي بين مفهوم الرغبة ومفهوم الطلب، حيث تعبر الرغبة عن حالة شعورية معينة بالميل نحو استهلاك سلعة معينة تعكس أمنية المستهلك في الحصول على كميات معينة من هذه السلعة. في المقابل هذه الرغبة قد لا تعكس قدرة المستهلك على الحصول على السلعة (لارتفاع سعرها مثلاً أو عدم كفاية دخل المستهلك)، أما الطلب فيعبر عن الطلب الفعال، أي الرغبة في الحصول على السلعة مع توفر القدرة والاستطاعة الفعلية التي تمكن المستهلك من الحصول عليها.

فرضيات وتوجهات نظرية المنفعة: طبقاً لهذه النظرية فإن المستهلك يقوم بشراء واستخدام تلك السلع والخدمات التي تحقق له مستوى اشباع معين، ومن ثم فإنه لا يقوم بشراء أو استهلاك السلع التي لا تحقق له أي مستوى اشباع، لذلك يخصص المستهلك جزءاً محدداً من دخله من أجل إنفاقه بالكامل على السلع والخدمات التي تحقق له مستويات عليا من الإشباع¹، وتوضح نظرية المنفعة أن لكل سلعة درجة معينة من المنفعة الناتجة من استهلاك هذه السلعة، وأن هذه المنفعة هي التي تدفع المستهلك إلى طلب سلعة معينة دون الأخرى، وذلك في حدود دخل المستهلك وإمكانياته المتاحة. وتساهم نظرية المنفعة في بيان وتحليل سلوك المستهلك، وكذلك إيجاد الآلية التي يتم من خلالها التوصل إلى توازن المستهلك كما سنرى لاحقاً.

ومن النقاط التي يجب أن تأخذ في الحسبان عند الحديث عن المنفعة:²

1- إمكانية قياس المنفعة كمياً، أي أن هناك إمكانية القياس الكمي العددي لشدة الرغبة أو

العاطفة التي يشعر بها الفرد نتيجة حاجته لسلعة أو خدمة ما.³

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسين لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 52.

² برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص 18.

³ زغيب شهرزاد وبن ديب رشيد، الاقتصاد الجزئي "أسلوب رياضي"، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 14.

2- يقوم المستهلك باستهلاك تلك السلع التي تحقق له إشباع معين، ومن ثم فإن المستهلك لا

يقوم بشراء أو استهلاك السلع التي لا تحقق للمستهلك له إشباعاً.

3- يقوم المستهلك باتباع سلوك رشيد، حيث يتخذ القرارات والتصرفات المنسجمة مع هدفه

الأساسي وهو تعظيم منفعة الكلية.¹

2- يخصص المستهلك جزءاً محدداً من دخله من أجل إنفاقه بالكامل على السلع والخدمات التي تحقق له إشباعاً معيناً.

3- عند قيام شخص ما باستهلاك عدد معين من السلعة، فإن هذا الفرد يحصل على إشباع نتيجة استهلاكه لهذه الوحدات من السلع. وسوف نفترض إمكانية قياس هذا الإشباع عن طريق استخدام وحدات المنفعة (Utils).

4- المنفعة والفائدة: حيث يوجد اختلاف جوهري بين مفهوم المنفعة ومفهوم الفائدة، فاستهلاك السلعة لا يعني بالضرورة الانتفاع منها وفقاً للمفهوم العام للمنفعة، فعلى سبيل المثال قيام شخص ما بتدخين السجائر لا يمكنه من الحصول على منفعة أو إشباع معين بل يتعرض إلى أضرار صحية متعددة، حيث لا يتحقق أي انتفاع صحي من التدخين، أما بالمفهوم الاقتصادي وبما أن الشخص حقق راحة وسعادة من وراء التدخين فهو يحقق منفعة.

4- قيمة المنفعة تختلف من فرد إلى آخر: إن المنفعة الناجمة من استهلاك سلعة معينة وبنفس الكمية تختلف من شخص لآخر، ومن ثم فلا يمكن مقارنة وحدات المنفعة بين شخصين يستهلكان نفس الكمية من سلعة ما.

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسين لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 52.

المنفعة الكلية:

تمثل المنفعة الكلية مستوى الإشباع الذي يحققه الفرد باستهلاك مجموعة من السلع والخدمات التي يرغب في اقتنائها في حدود الدخل والأسعار، وبافتراض أن فرد ما يستهلك سلعة واحدة ولتكن X وينفق كامل دخله على هذه السلعة، فيتحقق مستوى إشباعه أو منفعته الكلية بالاعتماد الكلي على هذه السلعة، وتكون دالة المنفعة الكلية على النحو التالي: $U=f(x)$ ، حيث تكون المنفعة الكلية تابعة للتغيرات في كمية السلعة x ¹. كما يمكن تعريف المنفعة الكلية (TU) بأنها مقدار الإشباع الذي يحصل عليه المستهلك عند استهلاكه لوحدة متتالية من السلعة أو خدمة ما²، ويمكن قياس مقدار المنفعة المحقق باستخدام وحدة القياس "وحدة منفعة - Utils"³. ويوضح الجدول التالي وحدات المنفعة الكلية المحققة عند استهلاك كميات متتالية من السلعة وذلك خلال فترة زمنية معينة.

المنفعة الكلية من السلعة خلال فترة زمنية معينة

عدد الوحدات المستهلكة من السلعة	المنفعة الكلية
0	0
1	3
2	9
3	18
4	26
5	31
6	32
7	32
8	30

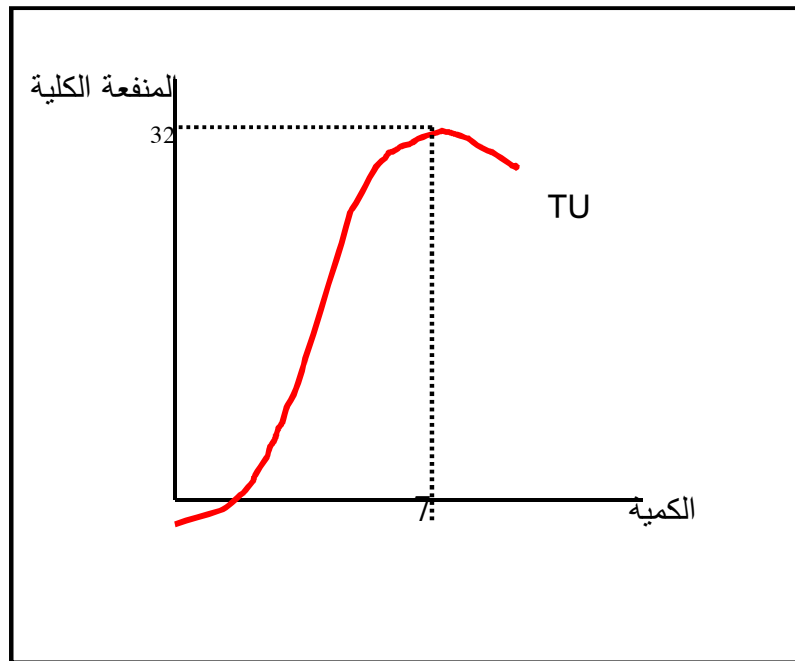
¹ عبد الحميد برحومة، مرجع سابق، 15.

² كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 53.

³ كساب علي، النظرية الاقتصادية " التحليل الجزئي"، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 208.

27	9
22	10

من الملاحظ أن المنفعة الكلية تتساوى مع الصفر عند عدم وجود وحدات مستهلكة، أي عدم استخدام أية وحدة من السلعة، ثم تبدأ المنفعة الكلية بالارتفاع مع استهلاك وحدات إضافية من السلعة في البداية أي (من الوحدة رقم (1) إلى الوحدة رقم (6))، ومن ثم تصل المنفعة الكلية إلى أعلى مستوى لها (عند الوحدة رقم (6) و(7))، ثم تبدأ المنفعة الكلية بالانخفاض بعد هذا المستوى حتى باستهلاك وحدات إضافية من السلعة. ويوضح الشكل الموالي العلاقة بين المنفعة الكلية وعدد الوحدات المستهلكة من السلعة.



تعظيم المنفعة الكلية:

يقوم المستهلك بتوزيع دخله على السلع والخدمات المختلفة بهدف الحصول على أكبر قدر ممكن من الإشباع، ويسمى هذا السلوك بتعظيم المنفعة الكلية. وتعتمد نظرية المنفعة والتي تمكنا من دراسة وتفسير سلوك المستهلك خلال فترة زمنية معينة على افتراضات متعددة ومنها:

- 1- يقوم المستهلك بإتباع سلوك رشيد (Rational Behavior)، حيث يقوم المستهلك باتخاذ تلك القرارات والتصرفات المنسجمة مع هدفه الأساسي وهو تعظيم المنفعة الكلية.
- 2- ثبات ذوق المستهلك خلال فترة الدراسة.
- 3- ثبات دخل المستهلك خلال فترة الدراسة.
- 4- عدم تأثير المستهلك على سعر السوق، حيث يعني الافتراض وجود عدد كبير من المستهلكين لا يستطيع أي منهم أن يؤثر على سعر السلعة.
- 5- فاعلية قوى السوق، حيث يؤدي تفاعل قوى الطلب والعرض في تحديد السعر والكمية التوازنية في السوق.

المنفعة الكلية والمنفعة الحدية:

كما تم شرحه سابقاً، فإن المنفعة الكلية عبارة عن مقدار الإشباع الذي يحصل عليه المستهلك عند قيامه باستهلاك وحدات متتالية من سلعة معينة. ومن الجدول السابق، فإن المنفعة الكلية تتغير بتغير عدد الوحدات المستهلكة. أما مقدار التغير في المنفعة الكلية، فهو يسمى بالمنفعة الحدية (Marginal Utility)،

وهي عبارة عن المنفعة الإضافية التي يحصل عليها المستهلك نتيجة استهلاكه وحدة إضافية من سلعة ما،

ورياضيا هي عبارة عن المشتق الأول لدالة المنفعة الكلية.¹

أو هي عبارة عن مقدار الإشباع الإضافي الذي يحصل عليه المستهلك عند زيادة استهلاكه لسلعة معينة بوحدة واحدة. ويمكن احتساب مقدار المنفعة الحدية كما يلي:

$$\frac{\text{(مقدار التغير في المنفعة الكلية)}}{\text{(مقدار التغير في الكمية المستهلكة)}} = \text{المنفعة الحدية}$$

(مقدار التغير في الكمية المستهلكة)

ويوضح الجدول التالي كل من المنفعة الكلية والمنفعة الحدية.

المنفعة الكلية والمنفعة الحدية من السلعة خلال فترة زمنية معينة

عدد الوحدات المستهلكة من السلعة	المنفعة الكلية (TU)	المنفعة الحدية (MU)
0	0	--
1	3	3
2	9	6
3	18	9
4	26	8
5	31	5
6	32	1
7	32	0
8	30	- 2
9	27	- 3
10	22	- 5

¹ عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي الوحدوي، ط8، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 50.

نلاحظ أن المنفعة الحدية تتزايد في البداية إلى أن تصل لأقصى قيمة لها (9 Utiles) عند الوحدة الثالثة، ومن ثم تبدأ بالانخفاض إلى أن تصل إلى الصفر وذلك عند استهلاك الوحدة السابعة. إلا أنه وبعد أن تصل المنفعة الحدية إلى الصفر، فإن زيادة استهلاك السلعة سيؤدي إلى انخفاض المنفعة الكلية.

العلاقة بين المنفعة الكلية والمنفعة الحدية:

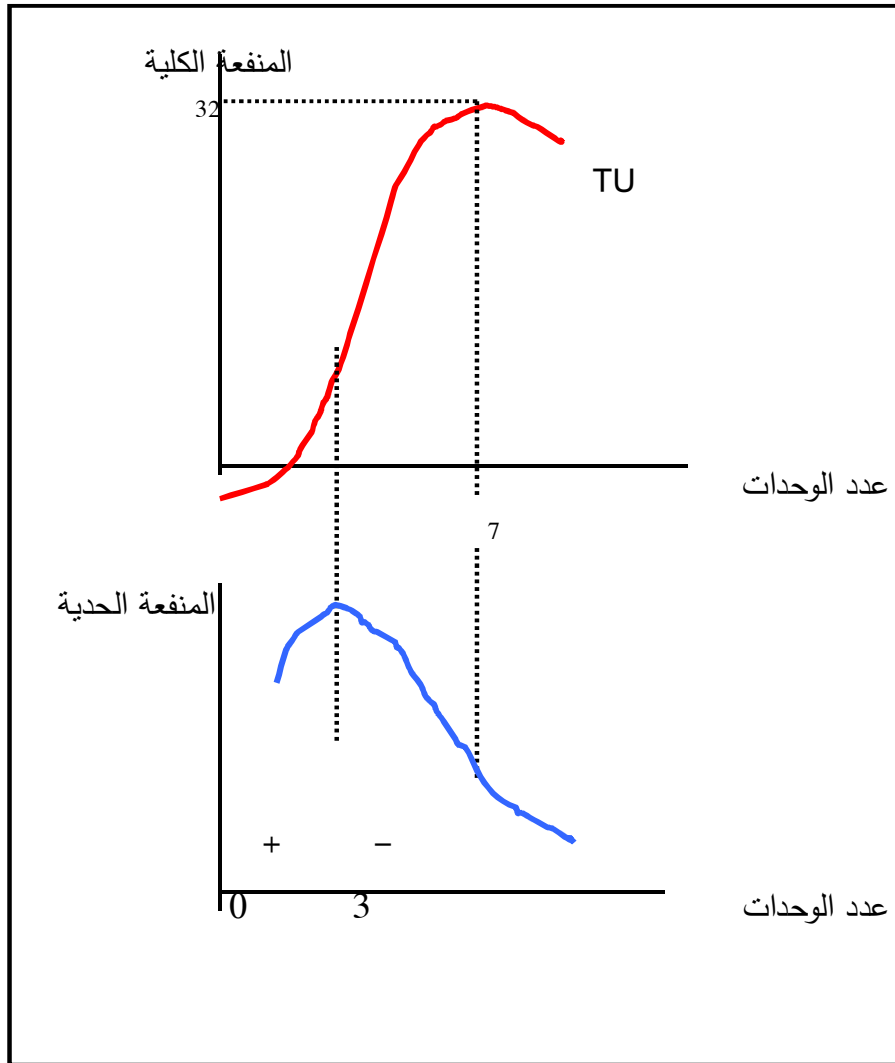
ترتبط المنفعة الحدية مع المنفعة الكلية ارتباطاً وثيقاً، حيث تعتبر المنفعة الحدية مقياساً لمقدار التغير في المنفعة الكلية، فعندما تكون المنفعة الحدية متزايدة تكون المنفعة الكلية متزايدة بمعدل متزايد، أما عندما تكون المنفعة الحدية متناقصة تكون المنفعة الكلية متزايدة بمعدل متزايد، وإذا تقاطع منحنى المنفعة الحدية مع محور الفواصل فإن المنفعة الكلية تكون في أعظم قيمة لها، وعند نزول منحنى المنفعة الحدية تحت محور الفواصل (المنفعة الحدية تأخذ قيم سالبة) تكون المنفعة الكلية متناقصة¹، فعلى سبيل المثال، عندما تكون المنفعة الحدية متزايدة، فإن هذا يعني أن المنفعة الكلية تتزايد بمعدل متزايد. ويعني هذا أن كل وحدة يتم استهلاكها من السلعة، تؤدي إلى ارتفاع المنفعة الكلية بمقدار أكبر عن السابق. فاستهلاك الوحدة الأولى على سبيل المثال أدت إلى ارتفاع المنفعة الكلية من صفر إلى ثلاث وحدات منفعة. أما استهلاك الوحدة التالية (الوحدة الثانية)، فقد أدت إلى ارتفاع المنفعة الكلية بمقدار ستة وحدات منفعة. وأخيراً، فإن استهلاك الوحدة الثالثة قد أضاف تسع وحدات منفعة إلى المنفعة الكلية.

إلا أن المنفعة الحدية لا تكون متزايدة دائماً. فمن الملاحظ أن استهلاك الوحدات الرابعة إلى السادسة يضيف إلى المنفعة الكلية ولكن بمقدار أقل عن السابق. فمثلاً، عند استهلاك الوحدة الرابعة، فإن مقدار المنفعة الإضافية (المنفعة الحدية) بدأ بالانخفاض حيث ساهمت هذه الوحدة بثمانية وحدات منفعة (وهي أقل من المنفعة الإضافية التي قدمتها الوحدة الثالثة). وكذلك فإن استهلاك الوحدة الخامسة من السلعة قد أضاف

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 55.

خمس وحدات منفعة فقط، إلى أن نصل إلى الوحدة السادسة حيث نلاحظ بأن استهلاك هذه الوحدة قد أضاف وحدة منفعة واحدة. إذاً، فكل وحدة يتم استهلاكها من السلعة تضيف مقداراً أقل من الوحدة السابقة لها. وفي هذه الحالة، فإن المنفعة الحدية تتناقص (إلا أن المنفعة الحدية لا تزال موجبة) مما يعني أن المنفعة الكلية تتزايد لكن بمعدل متناقص.

تصل المنفعة الكلية إلى أقصى مستوى لها (عند استهلاك الوحدة السابعة)، حيث تكون المنفعة الحدية مساوية للصفر. ويتوقف المستهلك عن استهلاك أي وحدة إضافية من السلعة في هذه الحالة، أي عندما تصل المنفعة الحدية إلى الصفر (أو في نفس الوقت، عندما تصل المنفعة الكلية إلى أعلى مستوى لها). أما عند استهلاك أي وحدة إضافية بعد الوحدة السابعة، كالوحدة الثامنة مثلاً، تصبح المنفعة الحدية سالبة (أي أن استهلاك هذه الوحدات ذات المنفعة الحدية السالبة يقلل من المنفعة الكلية التي يحصل عليها المستهلك)، فإن المنفعة الكلية تبدأ بالانخفاض. ويوضح الشكل الموالي هذه العلاقة.



قانون تناقص المنفعة الحدية:

المنفعة المحصل عليها من استهلاك وحدات متتالية من سلعة أو خدمة ما تتناقص، أي أن المنفعة

الحدية تتناقص بالزيادة في الطلب على السلعة أو الخدمة.¹

وكما لاحظنا من الجدول السابق أن المنفعة الحدية تتزايد مع استهلاك الوحدات الأولى من السلعة، حيث

تكون مقدار الإضافة إلى المنفعة الكلية متزايدة. أن هذا يعني أن الوحدات الأولى من السلعة والتي يقوم

¹ برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص 14.

المستهلك باستهلاكها، تقوم بإعطائه مقداراً أعلى من الإشباع. أما الوحدات التالية فإنها تضيف مقداراً أقل من الإشباع إلى أن تصل المنفعة الكلية إلى أقصى مستوى لها، وفي هذه المرحلة، تكون المنفعة الحدية مساوية للصفر، مما يعني أن استهلاك هذه الوحدة لا يضيف للمنفعة الكلية أي إشباع إضافي. أما في المرحلة التي يتم فيها استهلاك وحدات إضافية بعد أن تصل المنفعة الكلية للحد الأعظم (أي بعد الوحدة السابعة)، فإن المنفعة الإضافية التي يحصل عليها المستهلك بعد ذلك ستؤدي في الواقع إلى انخفاض منفعته الكلية، ويصف قانون تناقص المنفعة هذه الحالة، حيث ينص على أنه: "عند استهلاك وحدات متتالية من السلعة أو الخدمة فإن قيمة أو مستوى الإشباع الذي يحصل عليه المستهلك سيبدأ في التناقص بعد عدد معين من الوحدات المستهلكة". ومن المثال السابق، فإن قانون تناقص المنفعة الحدية يبدأ بالعمل بعد الوحدة الثالثة المستهلكة.

توازن المستهلك:

يتوقف توازن المستهلك على قدرته في الحصول على أقصى اشباع ممكن، ويتحقق ذلك عن توفر شرطين أساسيين هما:

- أن المنفعة الحدية للوحدة النقدية الواحدة يجب أن تكون متساوية في جميع السلع المستهلكة.
 - أن ينفق المستهلك كامل دخله في شراء مختلف السلع التي يحتاجها.
- وبفرض أن المستهلك يقوم باستهلاك سلعتين فقط: السلعة (X) والسلعة (Y)، حيث أن الكمية المستهلكة من السلعة (X) تساوي (Q_x) ، وأن الكمية المستهلكة من السلعة (Y) تساوي (Q_y) . فإذا كان سعر السلعة (X) يساوي (P_x) ، وأن سعر السلعة (Y) يساوي (P_y) ، وأن دخل المستهلك المخصص للإنفاق على السلعتين يساوي (I)، فإن توازن المستهلك يتحقق عند توفر الشرطين التاليين في آن واحد:

(1) إنفاق الدخل المخصص للاستهلاك بالكامل:

$$I = (P_x) \times (Q_x) + (P_y) \times (Q_y)$$

أن هذا الشرط يعني أن المستهلك ينفق كامل دخله على السلعتين اللتين يقوم باستهلاكها. ويسمى هذا الشرط بشرط الميزانية.

(2) تساوي المنفعة الحدية للدينار المنفق على السلعتين:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$$

ويعني هذا الشرط أن المنفعة الحدية للدينار الأخير المنفق على السلعة الأولى يساوي المنفعة الحدية للدينار الأخير المنفق على السلعة الأخرى.¹

مثال: بافتراض أن دخل المستهلك الموجه للإنفاق على السلعة (X) والسلعة (Y) لمستهلك ما يساوي (10 دنانير). يطلب تحديد كميات التوازن من كلا السلعتين لهذا المستهلك أي تحديد كميات الوضع التوازني.

Qx	MUx	Qy	MUy
1	10	1	24
2	8	2	10
3	7	3	18
4	6	4	16
5	5	5	12
6	4	6	6

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، 57.

7	3	7	4
---	---	---	---

وبهدف تسهيل الحل فإننا نقوم بتطبيق الشرط الثاني للتوازن أولاً:

Qx	MUx	MUx/Px	Qy	MUy	MUy/Py
1	10	10	1	24	12
2	8	8	2	20	10
3	7	7	3	18	9
4	6	6	4	16	8
5	5	5	5	12	6
6	4	4	6	6	3
7	3	3	7	4	2

نلاحظ من خلال الجدول أن المنفعة الحدية للدينار الأخير المنفق على السلعة (X) = (8)، عند استهلاك وحدتين من السلعة يساوي المنفعة الحدية للدينار الأخير المنفق على السلعة (Y) = (8) عند استهلاك (4) وحدات من السلعة (Y) أو:

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \sqrt{(8 = 8)}$$

ويتم التأكد الآن من تحقق الشرط الأول:

$$10 = (1) \times (2) + (2) \times (4) \quad \checkmark$$

يتبين من المثال السابق أن توازن المستهلك يتحقق عند استهلاك (2) وحدة من السلعة (X)، و(4) وحدات من السلعة (Y). إلا أن هذا التوازن قد يتغير بتغير أسعار السلع المستهلكة. ويوضح المثال التالي هذه الحالة.

مثال: باستخدام نفس المعلومات الموجودة في المثال السابق، نفترض أن سعر السلعة (Y) قد انخفض من دينارين إلى دينار واحد.

المطلوب: تحديد كميات الوضع التوازني الجديد.

الجواب:

بما أن سعر السلعة (Y) قد انخفض من (2) دينار إلى (1) دينار، فإننا نقوم باحتساب المنفعة الحدية للدينار الأخير المنفق على السلعة (Y) فقط بينما لا نقوم بفعل ذلك بالنسبة للسلعة (X) وذلك بسبب ثبات سعرها.

Qx	MUx	MUx/Px	Qy	MUy	MUy/Py
1	10	10	1	24	24
2	8	8	2	20	20
3	7	7	3	18	18
4	6	6	4	16	16
5	5	5	5	12	12
6	4	4	6	6	6
7	3	3	7	4	4

نلاحظ أن المنفعة الحدية للدينار الأخير المنفق على السلعة (X) = (6) عند استهلاك (4) وحدات من السلعة يساوي المنفعة الحدية للدينار الأخير المنفق على السلعة (Y) = (6) عند استهلاك (6) وحدات من السلعة (Y) أو:

$$\frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} = \sqrt{(6 = 6)}$$

ويتم التأكد الآن من تحقق الشرط الأول:

$$10 = (1) \times (4) + (1) \times (6) \quad \checkmark$$

إشتقاق منحنى الطلب:

يعرف منحنى الطلب الفردي بأنه يتشكل من مختلف نقاط التوازن الناتجة من التغيرات في السعر مع

ثبات العوامل الأخرى، حيث يعكس منحنى الطلب الفردي قانون الطلب بالنسبة لكل السلع والخدمات العليا.¹

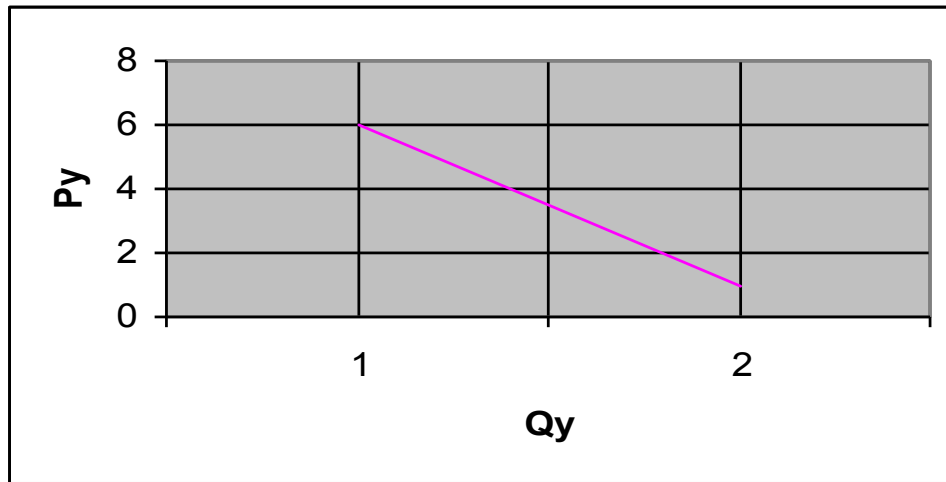
¹ برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص37.

من المثالين السابقين، فإن تغير سعر السلعة (Y) من دينارين إلى دينار واحد، قد أدى إلى تغير الكمية التي تحقق توازن المستهلك من أربعة وحدات إلى ستة وحدات من السلعة (Y). ومن جانب آخر، فإن كمية السلعة (X) التي تحقق توازن المستهلك قد تغيرت نتيجة تغير سعر السلعة (Y) من وحدتين وحدة إلى أربع وحدات. ويصف الجدول الموالي العلاقة بين سعر السلعة (Y) والكمية التوازنية منها.

سعر السلعة (Y) والكمية التي تحقق توازن المستهلك:

Py	الكمية المحققة للتوازن من السلعة (Y)
2	4
1	6

نلاحظ من الجدول السابق أن العلاقة بين سعر السلعة (Y) والكمية المحققة لتوازن المستهلك هي علاقة عكسية، حيث أدى انخفاض سعر السلعة (Y) إلى ارتفاع الكمية المطلوبة منها لتحقيق توازن المستهلك من (2) وحدة إلى (4) وحدات. وهذا بالطبع قانون الطلب: إذاً، فقد تم الحصول على جدول الطلب على السلعة (Y) عن طريق إيجاد تلك الكميات التي تحقق توازن المستهلك مقابل كل سعر للسلعة (Y). إذاً، فكل نقطة على منحنى الطلب ما هي إلا كمية مطلوبة تحقق توازن المستهلك عند السعر السائد للسلعة. ويمكن اشتقاق منحنى الطلب أيضاً عن طريق استخدام ورسم البيانات الموجودة في الجدول السابق بيانياً كما هو موضح في الشكل الموالي.

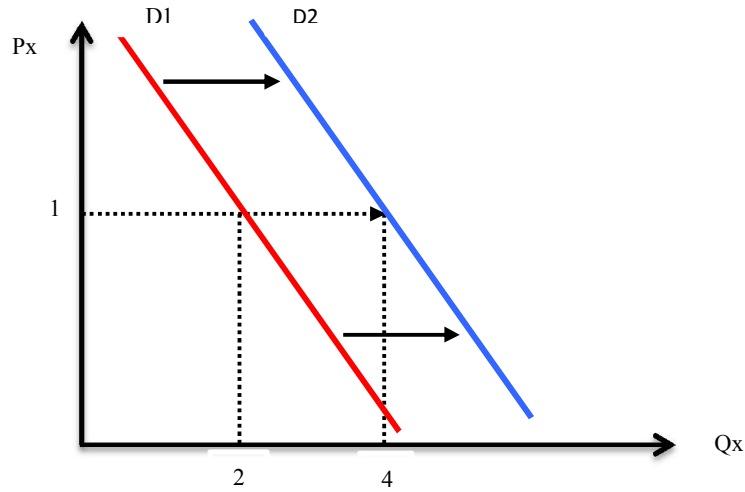


منحنى الطلب على السلعة (Y)

أما بالنسبة للسلعة (X)، فزيادة الكمية المطلوبة منها مقابل كل سعر (أي ثبات سعر السلعة وارتفاع الكمية المطلوبة)، يعني ارتفاعاً في الطلب على هذه السلعة، حيث أن أحد العوامل المحددة للطلب (أسعار السلع الأخرى - سعر السلعة (Y) هنا)، قد أدى إلى ارتفاع الطلب على هذه السلعة. في هذه الحالة، فإن انخفاض سعر السلعة (Y) قد أدى إلى ارتفاع الطلب على السلعة (X)، مع ثبات سعر السلعة (Y). ويوضح الشكل التالي انتقال منحنى الطلب بالنسبة للسلعة (X).

انتقال منحنى الطلب على السلعة (X):

مع ثبات سعر السلعة (X) وارتفاع الكمية المطلوبة منها عند كل سعر، فإن هذا يعني تغير في أحد العوامل المحددة للطلب على السلعة (Y)، في هذه الحالة فإن ارتفاع سعر السلعة (Y) أدى إلى ارتفاع الطلب على السلعة (X)، وبالتالي انتقال منحنى الطلب على السلعة (X) باتجاه اليمين.



وهناك مجموعة من محددات الطلب التي تؤدي إلى إنتقال منحنى الطلب بكامله نحو اليمين أو اليسار وهي:

- دخل المستهلك: فعندما يرتفع الدخل ينتقل منحنى الطلب بكامله نحو اليمين معبرا عن ارتفاع الكميات المطلوبة من السلعة، ويحدث العكس عند انخفاض الدخل.
- التغيرات في أسعار السلع البديلة والمكملة: تؤثر أسعار السلع البديلة طرديا في الكمية المطلوبة من السلعة الأصلية مما يؤدي إلى انتقال منحنى الطلب يمينا عند ارتفاع السعر ويسارا عن انخفاض السعر، ويحدث العكس في حالة التغيرات في أسعار السلع المكملة.
- أذواق المستهلكين: فإذا كان تغير الذوق إيجابيا فسيؤدي إلى انتقال المنحنى نحو اليمين، والعكس في حالة التغير بالاتجاه السلبي.

ثانيا: نظرية منحنيات السواء.

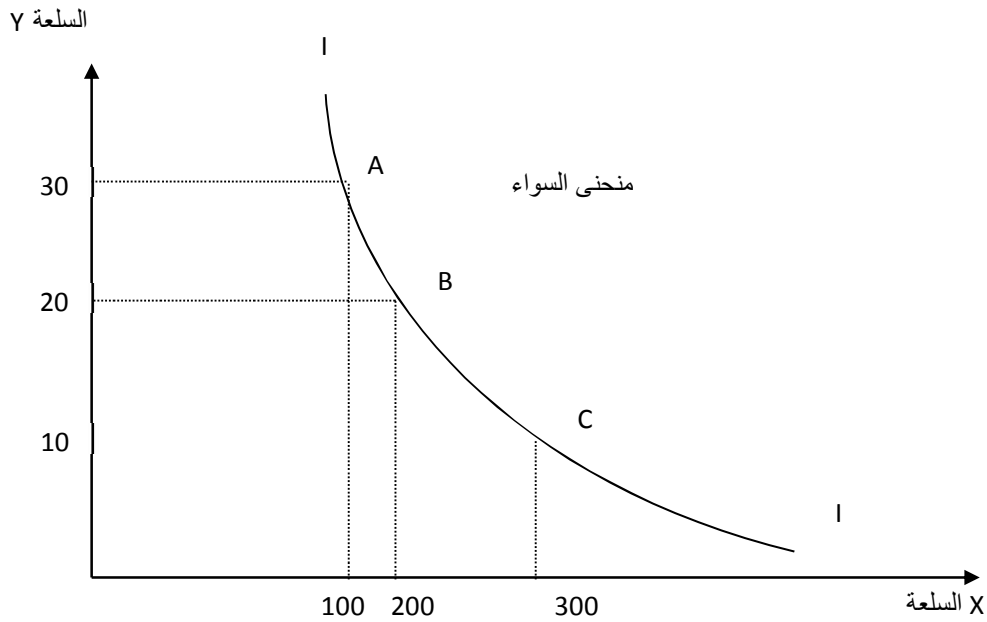
تمثل منحنيات السواء التوفيقات أو التركيبات المختلفة من السلعتين X و Y والتي تعطي للمستهلك نفس

مستوى الإشباع¹، ويمكن كتابة دالة منحنى السواء كما يلي: $U=f(x, y)$

كما يعرف منحنى السواء بأنه المنحنى الذي يتشكل من مختلف التركيبات السلعية من السلعتين X و Y المتواجدة في الفضاء المنفعي للمستهلك والتي تحقق نفس مستوى الإشباع (أي متساوية من حيث المنفعة)². والشكل الموالي يبين شكل منحنى السواء:

¹ عمر صخري، مرجع سابق، ص 57.

² عبد الحميد برحومة، مرجع سابق، ص 26.



كما يظهر في الشكل أعلاه فإن كل نقطة على منحنى السواء تمثل تركيبة سلعية تحمل كمية معينة من السلعة X وكمية أخرى من السلعة Y، هذه التركيبات تتساوى كلها من حيث مستوى الاشباع.

خصائص منحنيات السواء: تتميز منحنيات السواء بأربع خصائص أساسية وهي على النحو التالي¹:

1- منحنيات السواء تنحدر من اليسار إلى اليمين، هذا يعني أنها ذات ميل سالب، وبما أن المستهلك يتعامل مع السلع النادرة فإن زيادة استهلاك سلعة ما يكون على حساب استهلاك سلعة أخرى، ومن هنا يتعين على المستهلك تخفيض كمية استهلاك إحدى السلعتين بهدف الزيادة في استهلاك السلعة الأخرى إذا ما أراد الحفاظ على نفس مستوى الاشباع.

2- منحنيات السواء تكون محدبة باتجاه نقطة المبدأ، وهذه الخاصية تعكس المعدل الحدي للإحلال بين السلعتين، والذي يعرف بأنه الانخفاض في كمية إحدى السلعتين الذي يعوض بالزيادة في استهلاك السلعة الأخرى، وهو ميل منحنى السواء، بحيث يكون متناقص، وتكون معادلته من الشكل:

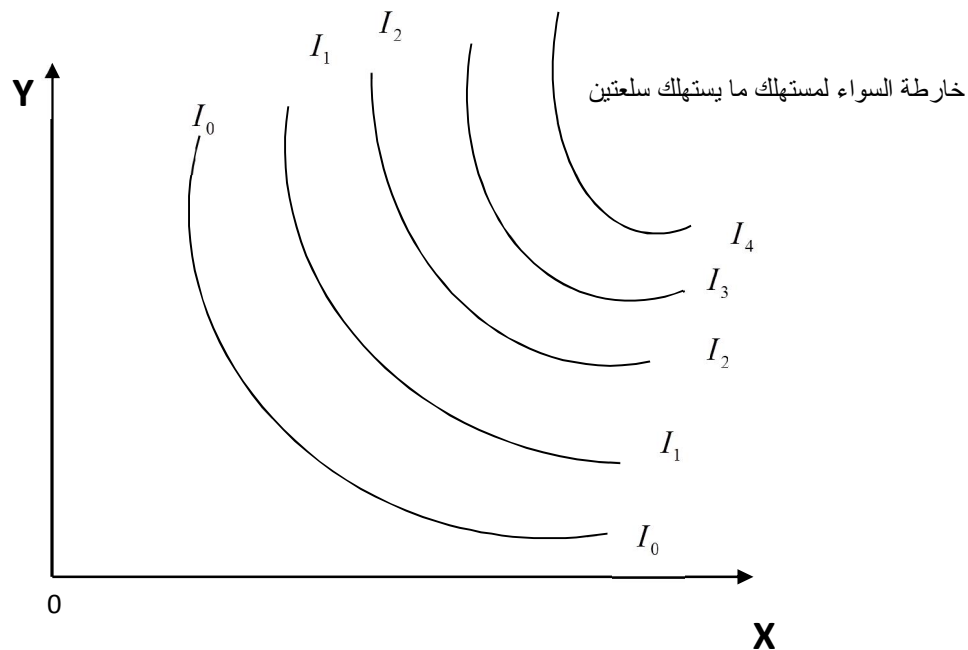
$$TMS_{XY} = \frac{UM_X}{UM_Y}; TMS_{XY} = -\frac{\Delta Q_Y}{\Delta Q_X}; TMS_{XY} = -\frac{\partial Q_Y}{\partial Q_X}; TMS_{XY} = \frac{P_X}{P_Y}$$

3- منحنى السواء الأبعد عن نقطة المبدأ يمثل أعلى مستوى اشباع يمكن أن يبلغه المستهلك من استهلاكه لتشكيلة من السلع.

4- منحنيات السواء لا تتقاطع نتيجة لثبات الاختيار والعقلانية التي تفترضها نظرية سلوك المستهلك.

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 67، 68.

تفضيلات المستهلك يتم تمثيلها بأكثر من منحنى سواء واحد، والشكل الذي يحتوي على مجموعة منحنيات السواء يعرف بخارطة منحنيات⁴السواء أو مجموعة منحنيات السواء.



خط الميزانية للمستهلك:¹ يشير خط الميزانية إلى المحل الهندسي لمختلف التوليفات السلعية التي يمكن للمستهلك الحصول عليها وفقا لمستوى دخله المخصص للاستهلاك وعند المستويات المختلفة من الاسعار السائدة في السوق، ويمكن التعبير عن قيد الميزانية رياضيا على النحو التالي:

$$R = \sum_{i=1}^n (X_i \times P_{Xi}) \Leftrightarrow R = x_1 \cdot P_{x_1} + x_2 \cdot P_{x_2} + \dots + x_n \cdot P_{x_n}$$

ويمكن كتابة معادلة خط الميزانية على النحو التالي:

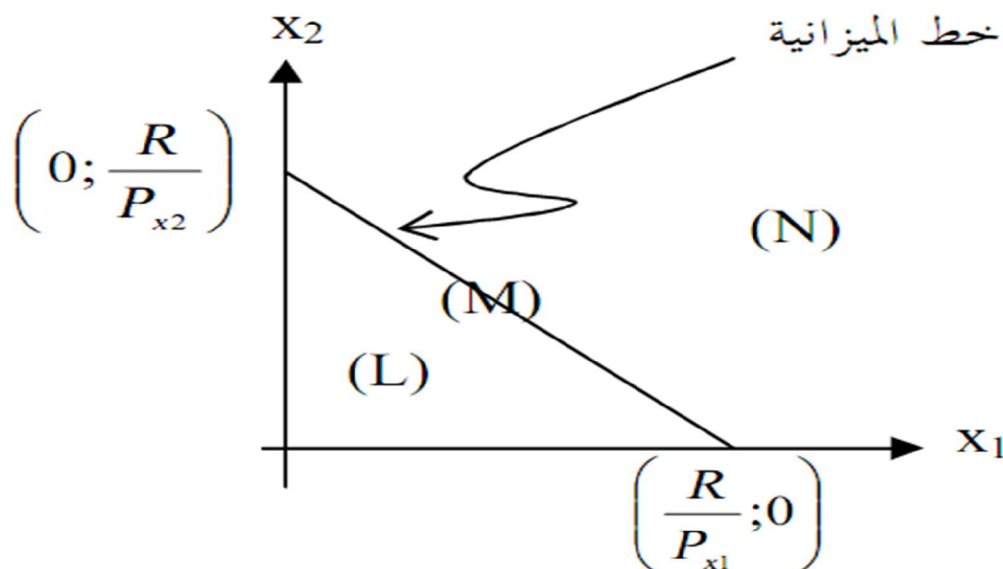
$$R = x_1 \cdot P_{x_1} + x_2 \cdot P_{x_2} \Leftrightarrow x_2 = \frac{R}{P_{x_2}} - \left(\frac{P_{x_1}}{P_{x_2}} \right) \cdot x_1$$

لنحصل في الأخير على معادلة مستقيم من الشكل:

$$x_2 = \frac{R}{P_{x_2}} - \alpha \cdot x_1$$

¹ طويطي مصطفى، مطبوعة محاضرات في الاقتصاد الجزئي "دروس وتمارين محلولة"، جامعة البويرة، الجزائر، 2014، ص 99.

ويسمى خط الميزانية أيضاً بـمسمى خط الدخل أو خط الاستهلاك، ويكون على شكل خط مستقيم يعكس الكميات التي يمكن أن تشتري من السلعتين بواسطة دخل المستهلك، حيث كلما ابتعد الخط عن نقطة المبدأ دل ذلك على زيادة في امكانيات المستهلك لشراء كميات أكبر من السلعتين والعكس صحيح.¹ ووفقاً لهذه المعادلة يكون خط الميزانية بيانياً على الشكل التالي:²



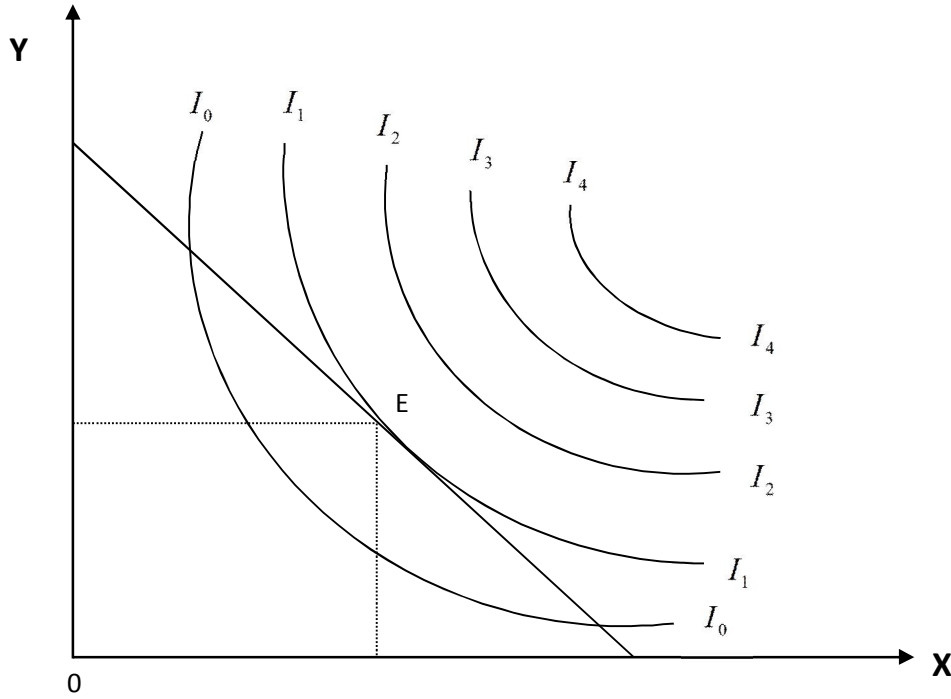
ويكون خط الميزانية ذو ميل سالب وبحسب ميله وفق الكسر التالي: $(\frac{\Delta Q_Y}{\Delta Q_X})$ توازن المستهلك باستخدام منحنيات السواء:³

للمستهلك خارطة سواء تبين درجة تفضيلاته لتوافيق مختلفة من السلع التي يريد شراءها، ومن خلال مجموعة المنحنيات يتحقق التوازن في نقطة واحدة تمثل المماس بين خط الميزانية وأحد منحنيات السواء المشكلة لخارطة السواء، عند هذه النقطة التي يكون فيها خط الميزانية مماساً لأعلى منحنى سواء ممكن عند تلك النقطة يكون ميل خط الميزانية مساوياً لميل منحنى السواء وذلك على النحو المبين بالشكل التالي:

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 72.

² طويطي مصطفى، مرجع سابق، ص 99.

³ كساب علي، مرجع سابق، ص 236.

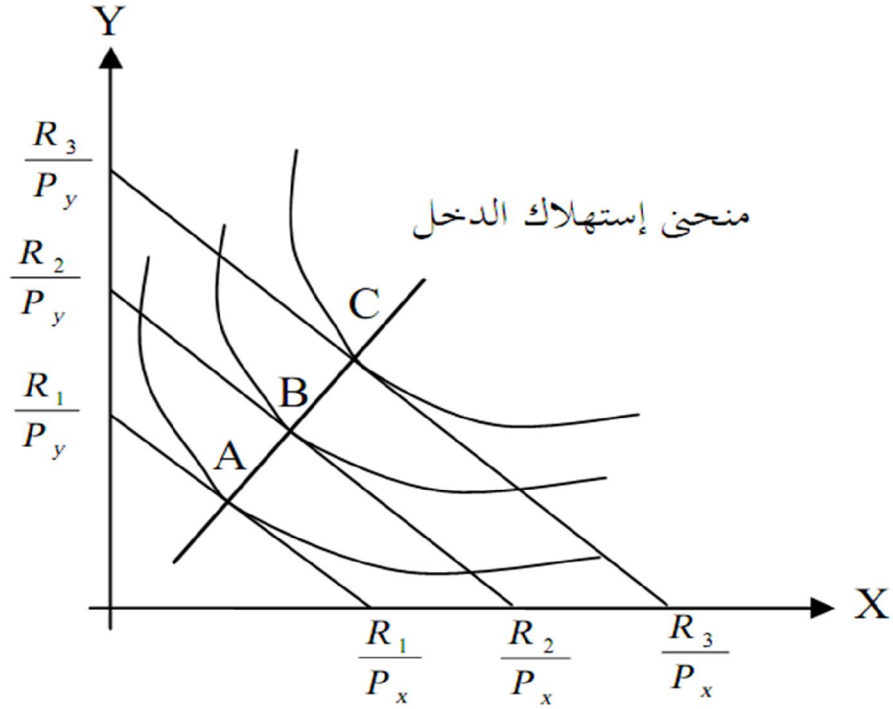


يتضح من خلال الشكل السابق أن وضعية التوازن لهذا المستهلك تكون عند النقطة E التي تمثل مماسا بين خط الميزانية ومنحنى السواء I_2 .
 أما رياضيا فيتحقق توازن المستهلك عندما يتساوى ميل منحنى السواء (المعدل الحدي للإحلال) مع ميل خط الميزانية.

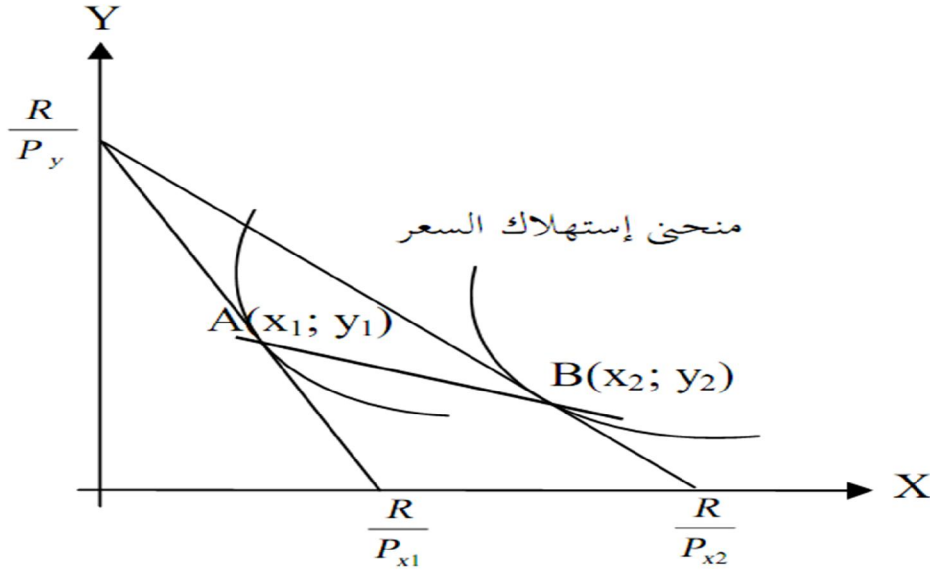
منحنيات الإستهلاك: تظهر منحنيات الإستهلاك عند التغيرات في أسعار السلع أو التغيرات في دخل المستهلك، وفيما يلي طبيعة كل منحنى والتغيرات التي ينتج عنها:¹

- **منحنى الاستهلاك-الدخل:** هو مجموعة نقاط توازن المستهلك والناجمة من التغيرات في دخل المستهلك مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، وتكمن الأهمية الاقتصادية لهذا المنحنى في ترتيب السلع من حيث أهميتها بالنسبة للمستهلك، ويكون المنحنى على الشكل التالي:²

¹ عمار عماري، الاقتصاد الجزئي، دار النشر جيطلي، برج بوعريبيج، الجزائر، 2011، ص 98.
² مصطفى طويطي، مرجع سابق، ص 102.



- **منحنى الإستهلاك السعر:** هو مجموع نقاط توازن المستهلك والنااتجة من التغيرات في سعر إحدى السلع المشكلة للتركيبية السلعية للمستهلك مع ثبات العوامل الأخرى، وتكمن الأهمية الاقتصادية لهذا المنحنى في تبيان العلاقة بين السلع المشكلة للتركيبية السلعية للمستهلك.¹ ويكون شكل منحنى الاستهلاك السعر على النحو التالي:²



¹ عمر صخري، مرجع سابق، 63.

² مصطفى طويطي، مرجع سابق، ص 105.

- **منحنى أنجل:** يمكن اشتقاق من منحنى الاستهلاك-الدخل الذي يبين العلاقة بين مستويات المداخل والكميات المستهلكة من السلعة عند كل مستوى مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، ويتشكل منحنى أنجل من أحداثيات نقاط مستويات الدخل والكميات المستهلكة عند كل مستوى، ويوجد أكثر من شكل لمنحنى أنجل فقد يكون ذو ميل موجب في حالة السلع العليا، وذو ميل سالب في حالة السلع الدنيا، كما يمكن أن يكون عمودي في حالة السلع الضرورية.¹

مرونة الطلب:

تعتبر مرونة الطلب إحدى المؤشرات الهامة التي يمكن اعتمادها من قبل الإدارة في العديد من القرارات الإدارية، كونها مقياس لمدى إستجابة الكمية المطلوبة من أي سلعة للتغير في العوامل المؤثرة في الطلب على هذه السلعة.² فقد يكون العامل المؤثر في الطلب هو السعر فتعرف في هذه الحالة بالمرونة السعرية للطلب، فهي تقيس درجة إستجابة الكمية المطلوبة للتغير في سعر السلعة نفسها. أما إذا كان العامل المؤثر هو الدخل ففي هذه الحالة تعرف بالمرونة الداخلية للطلب، وتقيس درجة إستجابة الكمية المطلوبة للتغير في الدخل، أما إذا كان العامل المؤثر هو أسعار السلع الأخرى فالمرونة تعرف بالمرونة المتقاطعة للطلب فهي مقياس لدرجة إستجابة الكمية المطلوبة للتغير في أسعار السلع الأخرى.

مرونة الطلب السعرية: يطلق الاقتصاديون على مدى استجابة الكمية المطلوبة من سلعة معينة للتغيرات التي تحدث في أسعارها مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة بمرونة الطلب السعرية³، وهي أحد أهم المقاييس المستخدمة لمعرفة درجة حساسية الطلب للتغير في سعر السلعة نفسها وتحسب بالصيغة التالية:

المرونة السعرية للطلب = (التغير النسبي في الكمية المطلوبة) / (التغير النسبي في سعر السلعة)

باستخدام الرموز الإنجليزية يمكن كتابة صيغة حساب معامل مرونة الطلب السعرية كالآتي:

$$E_p = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P}$$

حيث أن E_p هي معامل مرونة الطلب السعرية، $\% \Delta Q_d$ هي النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة و $\% \Delta P$ هي النسبة المئوية للتغير في سعر السلعة نفسها.

¹ ز غيب شهرزاد ورشيد بن ديب، مرجع سابق، ص 27.

² كاظم جاسم العيسوي، مرجع سابق، ص 38.

³ محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 51.

هذا القانون يعني أنه إذا زاد سعر السلعة x بـ 1% وأدى ذلك إلى انخفاض الكمية المطلوبة بـ 0.5%، فإن مرونة الطلب السعرية ستساوي $0,005 = 0,01 \div 0,05$ بما أن المرونة أقل من الواحد الصحيح، ومن هنا نقول أن الطلب على السلعة غير مرّن نسبياً، ذلك لأن الزيادة نسبياً في الأسعار قد أدت إلى انخفاض بنسبة أقل في الكمية المطلوبة من هذه السلعة، أما فيما يخص الطلب المرّن فيكون في حالة ما إذا كان التغير النسبي في السعر يؤدي إلى تغير بنسبة أكبر في الكمية المطلوبة، حيث يطلق على السلعة ذات الطلب المرّن بأنها سلعة كمالية، وتكون قيمة المرونة فيها أكبر من الواحد الصحيح¹،

حساب مرونة الطلب السعرية في حال عدم وجود النسبة المئوية:

في حال عدم وجود النسبة المئوية يمكن حساب مرونة الطلب السعرية بأحد طريقتين:
عدم وجود النسبة المئوية يمكن حساب مرونة الطلب السعرية بأحد طريقتين:

الطريقة الأولى: تقوم على حساب النسبة المئوية لكل من الكمية المطلوبة والسعر على النحو التالي:

$$\text{النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة} = \frac{(\text{الكمية المطلوبة بعد التغير} - \text{الكمية المطلوبة قبل التغير})}{\text{الكمية المطلوبة قبل التغير}} \times 100$$

رياضياً تكون المعادلة على الصيغة التالية:

$$\% \Delta Q_d = \frac{Q_{d2} - Q_{d1}}{Q_{d1}} \times 100$$

$$\text{النسبة المئوية للتغير في السعر} = \frac{\text{السعر بعد التغير} - \text{السعر قبل التغير}}{\text{السعر قبل التغير}} \times 100$$

رياضياً تحسب بالعلاقة التالية:

$$\% \Delta P = \frac{P_2 - P_1}{P_1} \times 100$$

الطريقة الثانية: لحساب المرونة تقوم على استخدام الصيغة التالية:

$$\text{معامل مرونة الطلب السعرية} = \frac{\text{التغير في الكمية المطلوبة}}{\text{السعر قبل التغير}} \times \frac{\text{السعر قبل التغير}}{\text{التغير في السعر}}$$

وتكون رياضياً بالصيغة التالية:

$$E_p = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 32.

حيث أن ΔQ_d تعبر عن التغير في الكمية المطلوبة و ΔP تعبر عن التغير في السعر. P_1 تمثل السعر قبل التغير، Q_{d1} تمثل الكمية المطلوبة قبل التغير.

مثال:

إذا كان سعر الوحدة من سلعة ما 1000 دينار كانت الكمية المطلوبة منها 5000 وحدة ثم إنخفض سعر الوحدة إلى 750 دينار فزادت الكمية المطلوبة منها إلى 6000 وحدة.

المطلوب: حساب مرونة الطلب السعرية لهذه السلعة.

باستخدام طريقة نسبة التغير يمكن حساب المرونة كالتالي:

أولاً: نحسب نسبة التغير في السعر:

$$\% \Delta P = -\frac{250 \times 100}{1000} = -25\%$$

ثانياً: نحسب نسبة التغير في الكمية المطلوبة:

$$\% \Delta Q_d = \frac{1000 \times 100}{5000} = 20\%$$

مرونة الطلب السعرية = نسبة التغير في الكمية المطلوبة ÷ نسبة التغير في السعر

$$E_p = 20\% \div -25\% = -0,8$$

من خلال هذه النتيجة نقول أنه إذا تغير سعر السلعة بنسبة 01% فإنه سوف يؤدي إلى تغير عكسي في الكمية المطلوبة بنسبة 0.8%. ويكون الطلب غير مرن نسبياً لأن نسبة المرونة أقل من الواحد الصحيح.

باستخدام معامل مرونة الطلب السعرية:

$$E_p = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P} \times \frac{P_1}{Q_1}$$

$$\Delta Q_d = Q_{d2} - Q_{d1}$$

$$\Delta Q_d = 6000 - 5000 = 1000$$

$$\Delta P = P_2 - P_1$$

$$\Delta P = 750 - 1000 = -250$$

$$E_p = \frac{1000}{-250} \times \frac{1000}{5000} = \frac{-4}{5} = -0.8$$

وهي نفس نتيجة الطريقة الأولى ونقوم بنفس التعليق في الطريقة الأولى.

تقسيمات الطلب حسب مرونة الطلب السعرية:

يمكن تقسيم الطلب حسب قيمة المرونة السعرية لخمس أقسام هي طلب كامل المرونة، طلب مرن، طلب متكافئ المرونة، طلب غير مرن وطلب عديم المرونة فيما يلي نناقش هذه التقسيمات بالتفصيل:

- **الطلب كامل المرونة:** هو الطلب الذي يستجيب إستجابة كبيرة جداً للتغير في السعر، بحيث أن أي تغير ولو كان صغيراً في السعر سوف يؤدي إلى تغير كبير لا نهائي في الكمية المطلوبة، وتكون المرونة مساوية إلى ما لا نهاية $E_p = \infty$ ، بمعنى أن درجة استجابة الطلب للتغيرات في السعر عالية جداً، ومن الأمثلة على ذلك الأسهم والسندات والعملات الأجنبية... الخ.¹

يمثل الطلب كامل المرونة بمنحنى أفقي موازي لمحور الفواصل وذلك على النحو المبين في الشكل رقم (1) في الصفحة الموالية.

- **الطلب المرن:** يعد الطلب مرناً إذا كان التغير النسبي في الكمية المطلوبة أكبر من التغير النسبي في سعر السلعة، حيث يستجيب الطلب استجابة كبيرة للتغير في السعر بحيث تكون نسبة التغير في الكمية المطلوبة أكبر من نسبة التغير في السعر²، وتكون المرونة محصورة بين الواحد وما لانهاية $1 < E_p < \infty$.

يمثل الطلب المرن بمنحنى يكون أقرب للوضع الأفقي وذلك على النحو المبين في الشكل رقم (2).

- **الطلب متكافئ المرونة:** في هذا النوع من الطلب تتغير الكمية المطلوبة بنفس نسبة التغير في السعر، أي أن الطلب يستجيب إستجابة معقولة للتغير في السعر بحيث أن نسبة التغير في السعر تساوي نسبة التغير في الكمية المطلوبة³، وتكون المرونة مساوية الواحد الصحيح $E_p = 1$.

يمكن تمثيل الطلب متكافئ المرونة بمنحنى يأخذ وضع وسط لا هو أقرب للوضع الأفقي ولا هو أقرب للوضع الرأسي وذلك على النحو المبين في الشكل رقم (3).

- **الطلب غير المرن:** في هذا النوع من الطلب تكون القيمة المطلقة للمرونة أقل من الواحد الصحيح، أي أن الطلب يستجيب استجابة صغيرة للتغيرات في سعر السلعة، بحيث تكون نسبة التغير في الكمية المطلوبة أقل من نسبة التغير في السعر⁴، وتكون المرونة محصورة بين الواحد والصفر $0 < E_p < 1$.

يمثل الطلب غير المرن بمنحنى يكون أقرب للوضع الرأسي وذلك على النحو المبين في الشكل رقم (4).

- **الطلب عديم المرونة:** وهو الطلب الذي لا يستجيب إطلاقاً للتغير في السعر بحيث أن المرونة تساوي صفر $E_p = 0$.

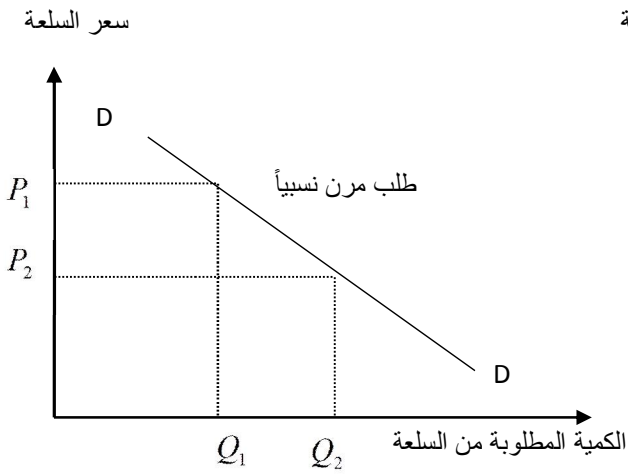
¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مبادئ الاقتصاد الجزئي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2005، ص 240.

² رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 67.

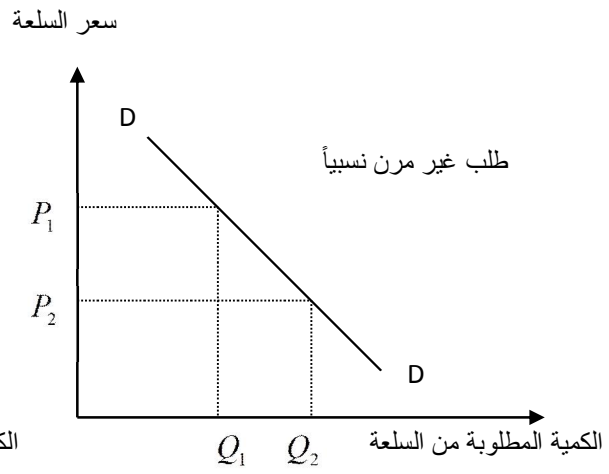
³ نداء محمد الصوص، الاقتصاد الإداري، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2012، ص 79.

⁴ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 241.

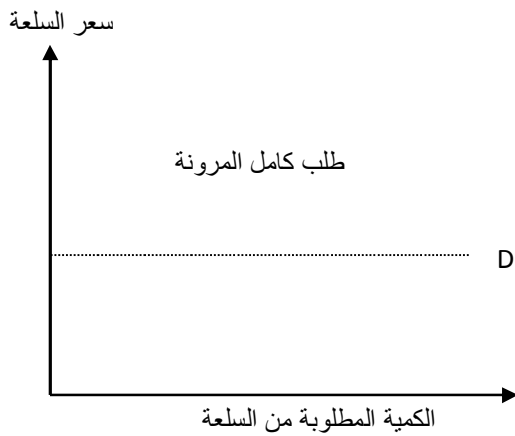
يمثل الطلب عديم المرونة بمنحنى رأسي موازي للمحور العمودي وذلك على النحو المبين في الشكل رقم (5).



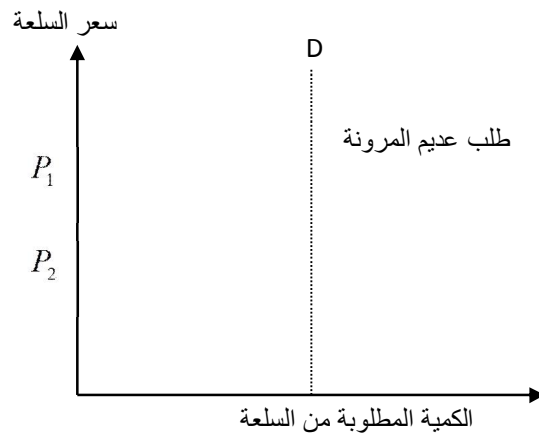
شكل رقم (2)



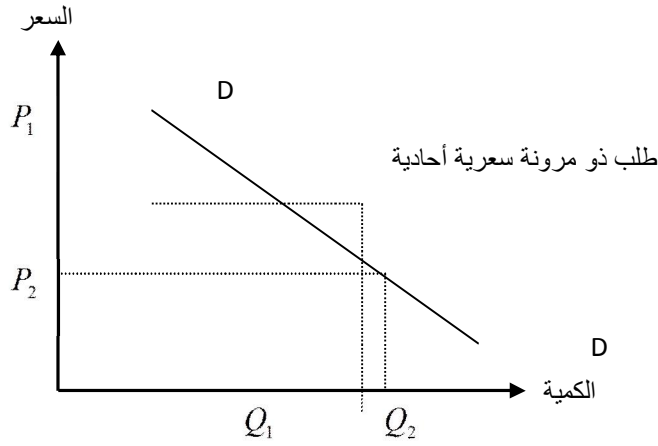
شكل رقم (4)



شكل رقم (1)



شكل رقم (5)



شكل رقم (3)

الشكل رقم (1) يوضح منحنى طلب غير مرّن نسبياً. ويعني ذلك أن نسبة التغير في الكمية المطلوبة $(Q_1 - Q_2)$ هي أقل من نسبة التغير في السعر $(P_1 - P_2)$ ، وبالتالي فإن المرونة السعرية أقل من الواحد.

الشكل رقم (2) يوضح منحنى طلب مرّن نسبياً، حيث أن نسبة التغير في الكمية المطلوبة $(Q_1 - Q_2)$ أكبر من نسبة التغير في السعر $(P_1 - P_2)$ وبالتالي فإن المرونة السعرية ستكون أكبر من الواحد.

الشكل رقم (3) يوضح طلب عديم المرونة حيث تكون المرونة السعرية للطلب مساوية للصفر أي أن الكمية المطلوبة لن تتغير أبداً نتيجة للتغير في السعر.

الشكل رقم (4) يوضح الطلب كامل المرونة وهو عكس الحالة السابقة حيث تكون المرونة لا نهائية.

الشكل رقم (5) يوضح الطلب متكافئ المرونة حيث تكون المرونة السعرية مساوية للواحد. وهو يعني أن الكمية المطلوبة تتغير بنفس نسبة التغير في السعر.

محددات مرونة الطلب السعرية:

نعلم أن مرونة الطلب السعرية تتغير مع الانتقال من نقطة إلى نقطة أخرى على منحنى الطلب، وبالتالي فإن المستوى الأولي لسعر أي سلعة يعتبر من العوامل الأساسية المحددة للمرونة، هذا بالإضافة إلى تأثير مرونة الطلب السعرية بالعوامل المختلفة التالية:

1- عامل الإحلال أو درجة الإحلال: نعني بالإحلال مدى قدرة المستهلك على إحلال سلعة ما، أي كلما توفرت البدائل للسلعة كلما كان الطلب عليها مرناً¹. فالسلع التي توجد لها عدة بدائل يكون الطلب عليها مرناً أما السلع التي لا توجد لها بدائل فالطلب عليها يكون غير مرّن.

¹ المرجع نفسه، ص 256.

- 2- نصيب السلعة من دخل المستهلك:¹ حيث كلما كان نصيب السلعة التي ارتفع ثمنها يشكل نصيباً أكبر من دخل المستهلك كان تأثير ارتفاع ثمنها على المستهلك أكبر، ولهذا تكون أكثر مرونة والعكس صحيح.
- 3- الوقت والتكيف مع تغير السعر:² في المدى الطويل نسبياً يتوقع أن يكون الطلب على السلع مرناً أما المدى القصير فالطلب على السلع يكون غير مرناً، كما أن استجابة المستهلك للتغير في السعر قد تكون بطيئة في البداية لعدم توفر الزمن الكافي لخلق البدائل لهذه السلعة.
- 4- السلع الكمالية والسلع الضرورية:³ حيث تقل مرونة الطلب السعرية كلما زادت درجة أهمية السلعة، فالسلع المهمة والضرورية يكون الطلب عليها غير مرناً بينما السلع الكمالية يكون الطلب عليها مرناً. والسبب في ذلك يعود إلى أن السلع المهمة لا يستطيع المستهلك الاستغناء عنها حتى لو ارتفع سعرها بالتالي تظل الكمية المطلوبة ثابتة أو تنخفض قليلاً عن ارتفاع السعر.
- علاقة مرونة الطلب السعرية بالإيرادات الكلية للمؤسسة:

يختلف أثر التغير في السعر على إيرادات المؤسسة باختلاف معامل مرونة الطلب السعرية، وهذه المسألة لا بد وأن تحظى باهتمام كبير من قبل الإدارة، حيث يجب أن تعرف طبعة السلعة التي تقوم برفع سعرها، والسلعة التي تقوم بخفض سعرها وذلك بما يتوافق مع مصالحها وأهدافها وهذا عند الأخذ بعين الاعتبار أنواع مرونة الطلب السعرية للسلع المنتجة من طرف المؤسسة، فإذا كان الطلب على السلعة عالي المرونة مثل الطلب على السلع الكمالية مثلاً فإنه من مصلحة إدارة المؤسسة أن تعتمد سياسة خفض السعر لتلك السلع، حيث أن ذلك سيؤدي إلى زيادة الإيرادات الكلية للمشروع، أما إذا كان الطلب على السلعة قليل المرونة مثل الطلب على السلع الغذائية والذي يعني أن أي تغير في السعر سيؤدي إلى تغير أقل في الكمية المطلوبة، هنا تكون مصلحة الإدارة هي اتباع سياسة رفع السعر، حيث أن رفع السعر بنسبة معينة سيؤدي إلى انخفاض طفيف في الكمية المطلوبة وهو ما ينعكس على زيادة الإيرادات الكلية للمشروع.⁴

ويمكن تلخيص ذلك من خلال النقاط التالية:

- 1- إذا كان الطلب على السلعة مرناً فإن زيادة سعر السلعة سيؤدي لتخفيض الكمية المطلوبة بنسبة أكبر من زيادة السعر مما يؤدي ذلك لانخفاض الإيرادات الكلية للمؤسسة.
- 2- إذا كان الطلب على السلعة غير مرناً فإن زيادة سعر السلعة سيؤدي لانخفاض الكمية المطلوبة بنسبة أقل من نسبة الزيادة في السعر فيؤدي ذلك لزيادة إيرادات المؤسسة.

¹ نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص 85.

² كامل علاوي القتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 45.

³ رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 82.

⁴ كاظم جاسم العيساوي، الاقتصاد الإداري، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2011، ص 40.

3- إذا كان الطلب على السلعة متكافئ المرونة فإن زيادة أو انخفاض سعر السلعة لا يؤثر على إيرادات المؤسسة.

علاقة المرونة السعرية بالإيرادات الكلية للمنشأة:

معامل المرونة	التغير في السعر	التغير في الإيرادات الكلية
صفر	زيادة	زيادة
	نقصان	نقصان
$1 =$	زيادة	ثابتة لا تتغير
	نقصان	ثابتة لا تتغير
$1 >$	زيادة	زيادة
	نقصان	نقصان
$1 <$	زيادة	نقصان
	نقصان	زيادة
∞	زيادة	نقصان
	نقصان	زيادة

مرونة الطلب الدخلية:

تعرف مرونة الطلب الدخلية أو كما يصطلح عليها بمرونة الدخل على أنها عبارة عن التغير النسبي في الطلب على سلعة أو خدمة ما والناجم من التغير النسبي في الدخل مع ثبات العوامل الأخرى، أو هي مقياس لدرجة حساسية الطلب للتغير في دخل المستهلك¹، وتحسب بالصيغة التالية:

النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة

معامل مرونة الطلب الدخلية = النسبة المئوية للتغير في دخل المستهلك

أما باستخدام الصيغة الرياضية فتكون وفق العلاقة التالية:

$$\varepsilon_Y = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta Y}$$

حيث أن ε_Y تعبر معامل المرونة الداخلية، $\% \Delta Q_d$ تمثل النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة، $\% \Delta Y$ تعبر عن النسبة المئوية للتغير في دخل المستهلك.

¹ برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص 91.

فمثلاً إذا ارتفع دخل مستهلك ما بنسبة 20% أدى ذلك إلى زيادة طلب هذا المستهلك على سلعة معينة بنسبة 10% ، بالتالي فإن مرونة الطلب الداخلية على هذه السلعة بالنسبة لهذا المستهلك يمكن حسابها وفق العلاقة التالية:

$$\varepsilon_y = \frac{10\%}{20\%} = \frac{1}{2} = 0.5$$

معناه إذا تغير الدخل بنسبة 01% فإنه سوف يؤدي إلى تغير طردي في الكمية المطلوبة بنسبة 0.5%.
حساب مرونة الطلب الداخلية في حال عدم وجود النسبة المئوية:¹

كما هو الحال بالنسبة لمرونة الطلب السعرية فإن حساب مرونة الطلب الداخلية في هذه الحالة يمكن أن يتم بأحد طريقتين:

الطريقة الأولى: تقوم على حساب النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة والنسبة المئوية للتغير في

الدخل كالآتي:

$$\text{النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة} = \frac{(\text{الكمية المطلوبة بعد التغير} - \text{الكمية المطلوبة قبل التغير})}{\text{الكمية المطلوبة قبل التغير}} \times 100$$

أي

$$\% \Delta Q_d = \frac{Q_{d2} - Q_{d1}}{Q_{d1}} \times 100$$

$$\text{النسبة المئوية للتغير في الدخل} = \frac{\text{الدخل بعد التغير} - \text{الدخل قبل التغير}}{\text{الدخل قبل التغير}} \times 100$$

$$\% \Delta Y = \frac{Y_2 - Y_1}{Y_1} \times 100 = \frac{\Delta Y}{Y_1} \times 100$$

الطريقة الثانية: تقوم على استخدام الصيغة التالية:

$$\text{معامل مرونة الطلب الداخلية} = \frac{\text{التغير في الكمية المطلوبة}}{\text{التغير في الدخل}} \times \frac{\text{الدخل قبل التغير}}{\text{الكمية المطلوبة قبل التغير}}$$

باستخدام الرموز الإنجليزية يمكن كتابة هذه الصيغة كالآتي:

$$\varepsilon_y = \frac{\Delta Q_d}{\Delta Y} \times \frac{Y_1}{Q_1}$$

حيث أن ε_y هي معامل مرونة الطلب الداخلية

$$\Delta Q_d = Q_{d2} - Q_{d1}$$

$$\Delta Y = Y_2 - Y_1$$

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 259.

حالات عامة لمرونة الطلب الدخلية:

- هناك أربع حالات لمرونة الدخل حسب قيمة المرونة وإشارتها وهي على النحو التالي:
- إذا كانت قيمة المرونة الدخلية سالبة هذا يعني أن السلعة هي سلعة رديئة.
 - إذا كانت قيمة المرونة موجبة يعني هذا أن السلعة سلعة عليا.
 - إذا كانت المرونة موجبة وأكثر من الواحد الصحيح فإن السلعة سلعة عليا كمالية.
 - إذا كانت المرونة موجبة ومحصورة بين الصفر والواحد الصحيح تكون السلعة عليا ضرورية.
- * مرونة الطلب الدخلية تفيد في تخطيط حجم الطلب وفقاً لما يحدث من تغييرات في الدخل أو السياسات الخاصة بالدخل.

مرونة الطلب التقاطعية:

تعتبر مرونة الطلب التقاطعية عن التغير النسبي للطلب على سلعة ما والناتج من التغير النسبي في سعر سلعة أخرى، أو هي مقياس لدرجة حساسية الطلب للتغير في سعر السلعة البديلة أو المكمل¹، وتحسب بالصيغة التالية:

$$\text{معامل مرونة الطلب التقاطعية} = \frac{\text{النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة}}{\text{النسبة المئوية للتغير في سعر السلعة البديلة أو المكمل}}$$

رياضياً تكون المرونة التقاطعية بالصيغة كالتالي:

$$\varepsilon_{Pr} = \frac{\% \Delta Q_d}{\% \Delta P_r}$$

حيث أن ε_{Pr} تمثل معامل مرونة الطلب التقاطعية $\% \Delta Q_d$ تعبر عن النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة، $\% \Delta P_r$ تمثل النسبة المئوية للتغير في سعر السلعة البديلة أو المكمل.

على سبيل المثال إذا أدت الزيادة في سعر السلعة X بنسبة 30% لإنخفاض في الطلب على السلعة Y

$$\text{بنسبة } 20\% \text{ ، بالتالي فإن معامل المرونة التقاطعية} = -0.66 = \frac{1}{2} = \frac{-20\%}{30\%}$$

نقول إذا تغير سعر السلعة X بنسبة 01% فإنه سوف يؤدي إلى تغير عكسي في الكمية المطلوبة على السلعة Y بنسبة 0.66%. وتكون السلعتان متكاملتان.

وفي مثال آخر إذا تسببت الزيادة في أسعار القهوة بنسبة 10% لزيادة الطلب على الشاي بنسبة 15%

$$\text{بالتالي فإن مرونة الطلب التقاطعية تساوي: } 1.5 = \frac{15\%}{10\%}$$

¹ نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص 83.

نقول إذا تغير سعر القهوة بنسبة 01% فإنه سوف يؤدي إلى تغير طردي في الكمية المطلوبة من الشاي بنسبة 1.5%.

حساب مرونة الطلب التقاطعية في حال عدم وجود النسبة المئوية:¹

يمكن حساب مرونة الطلب التقاطعية في حال عدم وجود النسبة المئوية بأحد الطريقتين السابقتين.

$$\% \Delta Q_d = \frac{Q_{d2} - Q_{d1}}{Q_{d1}} \times 100$$

$$\% \Delta P_r = \frac{P_{r2} - P_{r1}}{P_{r1}} \times 100$$

الصيغة العامة لحساب مرونة الطلب التقاطعية هي:

$$\varepsilon_{Pr} = \frac{\Delta Q_d}{\Delta P_r} \times \frac{P_r}{Q_d}$$

حالات عامة لمرونة الطلب التقاطعية:

- إذا كانت قيمة المرونة التقاطعية سالبة تكون السلعتان متكاملتان.
- إذا كانت قيمة المرونة التقاطعية موجبة تكون السلعتان بديلتان.
- إذا كانت المرونة التقاطعية مساوية للصفر تكون السلعتان مستقلتان.

*تستخدم المرونة التقاطعية في تعديل سعر المنتجات التي يكون لها سلع بديلة أو مكملة فإذا كان معامل المرونة تقاطعية أكبر من واحد فيمكن زيادة السعر وتحقيق زيادة في الإيرادات أما في حالة السلع المكملة فإن زيادة السعر ليست بذات فائدة حيث تقلل من الطلب وحجم المبيعات.

¹ رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 76.

الوحدة الثانية: الإنتاج والتكاليف.

في هذه الوحدة سوف نتناول الجانب الثاني من السوق والمتمثل في العارض أو المنتج، الذي يقوم بإنتاج مختلف السلع وبيعها في السوق وذلك بهدف تعظيم الأرباح، ويشترك من هذا الهدف هدفين أساسيين هما تعظيم الإنتاج وتذنية التكاليف، حيث يتعلق الهدف الأول بجانب الإيرادات ويتعلق الثاني بجانب التكاليف، على اعتبار ان الربح يمثل الفرق بين كل من الإيرادات والتكاليف.

أولاً: الإنتاج.

يقوم المنتج بتحويل عناصر الإنتاج ومزجها بطرق مختلفة بغية الحصول على منتجات قابلة للاستعمال في تلبية حاجات المستهلكين، ويكون المنتج ذو سلوك عقلاني يمكنه من تحديد التوليفة المثلى من عناصر الإنتاج اللازمة للحصول على منتجات قابلة للاستخدام وبأقل تكلفة ممكنة، ويمكن تناول موضوع الإنتاج وفق منظورين حسب الفترة الزمنية:

- 1- **الإنتاج في المدى القصير:** يعرف الإنتاج بأنه خلق منفعة أو زيادتها أو هو تكييف الموارد الإنتاجية وجعلها سلعا وخدمات قابلة للاستعمال، ومن الناحية الرياضية تكون دالة الإنتاج عبارة عن علاقة فنية وتكنولوجية بين المدخلات المادية المستخدمة من عوامل الإنتاج كمتغيرات مستقلة وبين حجم الإنتاج من سلعة معينة كمتغير تابع.¹ وتكون الدالة بالصيغة التالية: $Y = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$ حيث يعبر Y عن حجم الإنتاج، وتعبر قيم X عن أحجام مختلف عناصر الإنتاج المستخدمة في العملية الإنتاجية.
 - للتبسيط، نفترض أن المنتج يستخدم عنصرين من عناصر الإنتاج في المدى القصير لإنتاج كمية معينة من السلعة بهدف تعظيم أرباحه الاقتصادية.
 - إذا أراد المنتج زيادة (أو تخفيض) الكمية المنتجة، فإن ذلك يتطلب زيادة (أو تخفيض) عناصر الإنتاج.
 - بما أن المنتج يعمل في المدى القصير، فإن بإمكانه فقط أن يغير عنصر الإنتاج المتغير (العمل).
 - إذا استخدم المنتج وحدات متتالية من العنصر المتغير (L) مع كمية معينة من العنصر الثابت (M)، فإن الإنتاج يزداد فقط نتيجة لزيادة العنصر المتغير.
- يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الإنتاج:

1. الإنتاج الكلي: يشير على مجموع الكمية المنتجة باستخدام عنصر العمل الثابت ووحدات متتالية من العنصر المتغير.²

2. الإنتاج المتوسط: يمثل نسبة الإنتاج إلى كمية عنصر الإنتاج المستخدم، أو هو عبارة عن معدل إنتاج الوحدة الواحدة من عناصر الإنتاج وبحسب وفق العلاقة التالية:

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 145.

² رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 148.

الإنتاج المتوسط = حجم الإنتاج الكلي / عدد وحدات عنصر الإنتاج ¹.

مثال

الناتج المتوسط للعامل = الناتج الكلي / عدد العمال

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

3. الإنتاج الحدي: هو عبارة عن التغير في الناتج الكلي الناجم عن التغير في عنصر الإنتاج المستخدم،

أي مقدار ما يضيفه العنصر الإنتاجي الأخير من عنصر العمل على سبيل المثال إلى الإنتاج الكلي ².

الناتج الحدي = التغير في الناتج الكلي

التغير في وحدات عنصر الإنتاج

مثال: الناتج الحدي للعامل = التغير في الناتج الكلي / التغير في عدد العمال

$$MP_L = \frac{DTP}{DL}$$

مثال: استخدام عنصري إنتاج (k, L).

k	L	TP	AP _L	MP _L
4	0	0	///	///
4	1	50	50	50
4	2	120	60	70
4	3	180	60	60
4	4	220	55	40
4	5	220	44	00
4	6	180	30	40-

¹ عبد الحميد برحومة، مرجع سابق، ص 126.

² توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 344.

ملاحظات على منحنيات الإنتاج:

- منحنى TP يتزايد حتى العامل الخامس، ثم يبدأ بالتناقص.
 - منحنى MP يتزايد حتى العامل الثاني، ثم يبدأ بالتناقص حتى يصل إلى صفر عندما يصل TP إلى أقصاه، ثم يصبح سالباً عندما يبدأ TP بالانخفاض.
 - منحنى AP يتزايد حتى العامل الثالث، ثم يبدأ بالتناقص.
 - منحنى AP يتزايد عندما يكون MP أعلى من AP، و ينخفض عندما يكون MP أقل من AP.
 - يصل AP إلى أقصاه عندما يكون $MP = AP$.
- قانون تناقص الغلة أو تناقص العوائد الحدية:** يهتم قانون تناقص الغلة بوصف ما يحدث من تغير في الكمية المستخدمة من أحد عناصر الإنتاج مع بقاء الكمية المستخدمة من العناصر الأخرى ثابتة، وينص على أنه إذا أضفنا كميات متتالية من العنصر المتغير إلى العنصر الثابت، فإن الناتج الحدي للعنصر المتغير سوف يبدأ بالتناقص بعد حد معين من التزايد إلى غاية الوصول إلى مستوى أعظم إنتاج، وبعد هذا المستوى يبدأ الإنتاج الكلي بالتناقص بزيادة وحدات إضافية من عنصر العمل.¹
- ترجع الزيادة المبدئية في الناتج الحدي إلى الاستفادة من تخصص العمال مما يؤدي إلى زيادة المهارة وتخفيض الوقت اللازم للإنتاج.
 - يرجع التناقص في الناتج الحدي إلى زيادة العنصر المتغير بشكل يؤدي إلى استفاد مزايا التخصص، بالإضافة إلى حدوث الازدحام خصوصاً مع ثبات العنصر الثابت.
 - بيانياً، يتمثل القانون بالجزء السالب الميل من منحنى الناتج الحدي.

ثانياً: الانتاج في الأجل الطويل.

تعتمد النظرية التقليدية في تحليلها للإنتاج في المدى الطويل على ما يسمى بقانون غلة الحجم، حيث تتوفر للمنتج إمكانية تغيير جميع عناصر أو عوامل الإنتاج دون استثناء، وذلك حسب ما يتطلبه نشاط المؤسسة لمواجهة متطلبات السوق²، حيث يمثل الأجل الطويل الفترة الزمنية التي يتمكن خلالها المنتج من تغيير جميع عناصر الإنتاج الثابتة والمتغيرة، أوعبارة أخرى يتم تغيير حجم المشروع ككل.

السؤال المطروح هو: ماذا يمكن أن يحدث للإنتاج الكلي عند زيادة عنصرَي الإنتاج العمل و رأس المال معاً؟.

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 149.

² عبد الحميد برحومة، مرجع سابق، ص 135.

الإجابة عن التساؤل هي: عند زيادة عنصرى العمل و رأس المال معا فإن الإنتاج الكلي يمكن أن يأخذ ثلاث احتمالات تعرف بـ " قانون غلة الحجم " على النحو التالي:¹

- قانون غلة الحجم المتزايد: بمعنى أن زيادة عناصر الإنتاج بنسبة معينة تؤدي الى زيادة حجم الإنتاج الكلي بنسبة أكبر.
- قانون غلة الحجم الثابت: بمعنى أن زيادة عناصر الإنتاج بنسبة معينة تؤدي إلى زيادة حجم الإنتاج الكلي بنفس النسبة.
- قانون غلة الحجم المتناقص: بمعنى أن زيادة عناصر الإنتاج بنسبة معينة تؤدي الى زيادة الإنتاج الكلي بنسبة أقل.

2-دالة الإنتاج في الأمد الطويل: في الأجل الطويل تصبح جميع عناصر أو عوامل الإنتاج متغيرة، و بافتراض أن هناك عاملين إنتاجيين فقط هما العمل و رأس المال يتم استخدامهما في العملية الإنتاجية (بغية تبسيط التحليل)، فإن دالة الإنتاج في الأجل الطويل تأخذ الشكل التالي: $Q = f(L, K)$

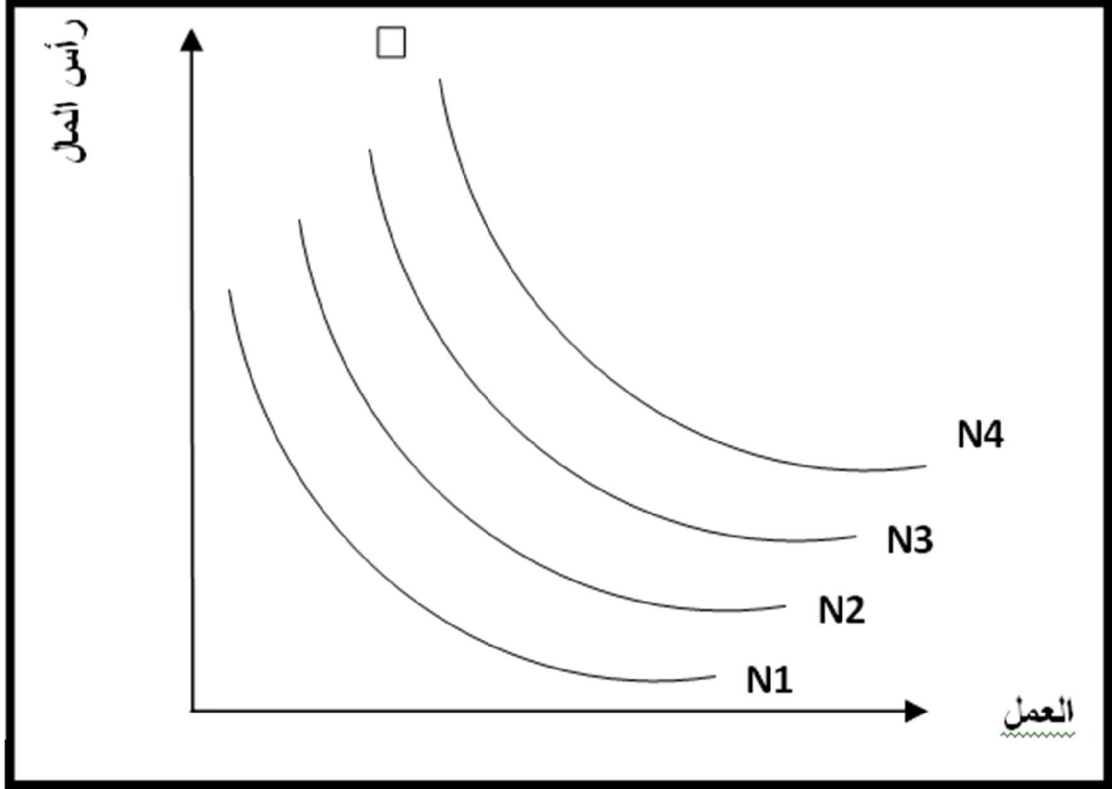
1- منحنى الكمية المتساوية (الناتج المتساوي) Isoquant Curve

يتم التعبير عادة عن دالة الإنتاج لتمثيل دالة الإنتاج في الأجل الطويل بيانيا باستخدام خريطة من منحنيات الناتج المتساوي **Isoquant Map** . ويعبر كل منحنى ناتج متساوي عن التراكيب أو التوليفات المختلفة من عنصرى الإنتاج العمل ورأس المال التي يمكن للمؤسسة أن تستخدمها في إنتاج كمية محددة لا تتبدل من المنتج.

يشير منحنى الكمية المتساوية الأعلى الى كمية أكبر من المنتج وبديل المنحنى المنخفض الى كمية أقل.

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 390.

خريطة منحنيات الناتج المتساوي

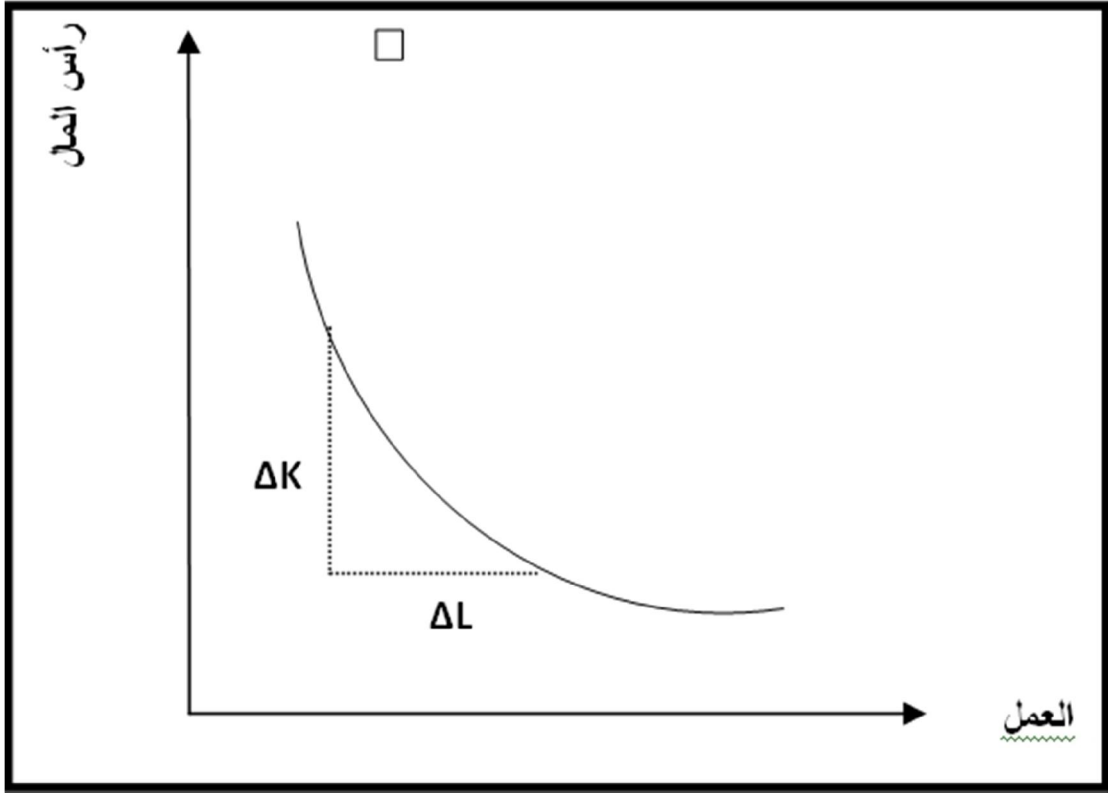


2- المعدل الحدي للإحلال التقني (الفني) :

يعرف المعدل الحدي للإحلال التقني $MRTS_{LK}$ بأنه كمية رأس المال مثلاً التي يمكن أن تتنازل عنها المؤسسة بغية الزيادة في كمية العمل بمقدار وحدة واحدة، بحيث يتم بقاؤها على نفس منحنى الناتج المتساوي¹، ويمكن تبين المعدل الحدي للإحلال التقني $MRTS_{LK}$ بين عاملي الإنتاج على النحو الموضح بالشكل التالي:

¹ عمار عماري، مرجع سابق، ص 132.

المعدل الحدي للإحلال التقني $MRTS_{LK}$



ويتم حساب $MRTS_{LK}$ من خلال نسبة الإنتاجية لحدية لعنصري الإنتاج العمل ورأس المال، أو بالقيمة المطلقة لميل المماس في نقطة ما من نقاط منحنى الكمية المتساوية، وطالما أننا نتحرك على نفس منحنى الناتج المتساوي:¹

$$MRTS_{LK} = (MP_L)/(MP_K) = -\Delta K / \Delta L = -d K / d L$$

$$dL/d K = \Delta L / \Delta K = -MRTS_{KL} = (MP_K)/(MP_L) = s/i$$

3- منحنى التكلفة المتساوية أو خط التكلفة (خط الميزانية):²

يبين خط التكاليف المتساوية التوليفات المختلفة من العمل ورأس المال، التي يمكن للمنتج الاستعانة بخدماتها عند مستوى إنفاق معين، وعند أسعار محددة لخدمات عوامل الإنتاج، والميل المطلق لخط التكاليف المتساوية يبين السعر النسبي لعوامل الإنتاج. ونلاحظ أن كل مستوى إنفاق كلى يقابله خط تكاليف متساوية،

¹ برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص 162.

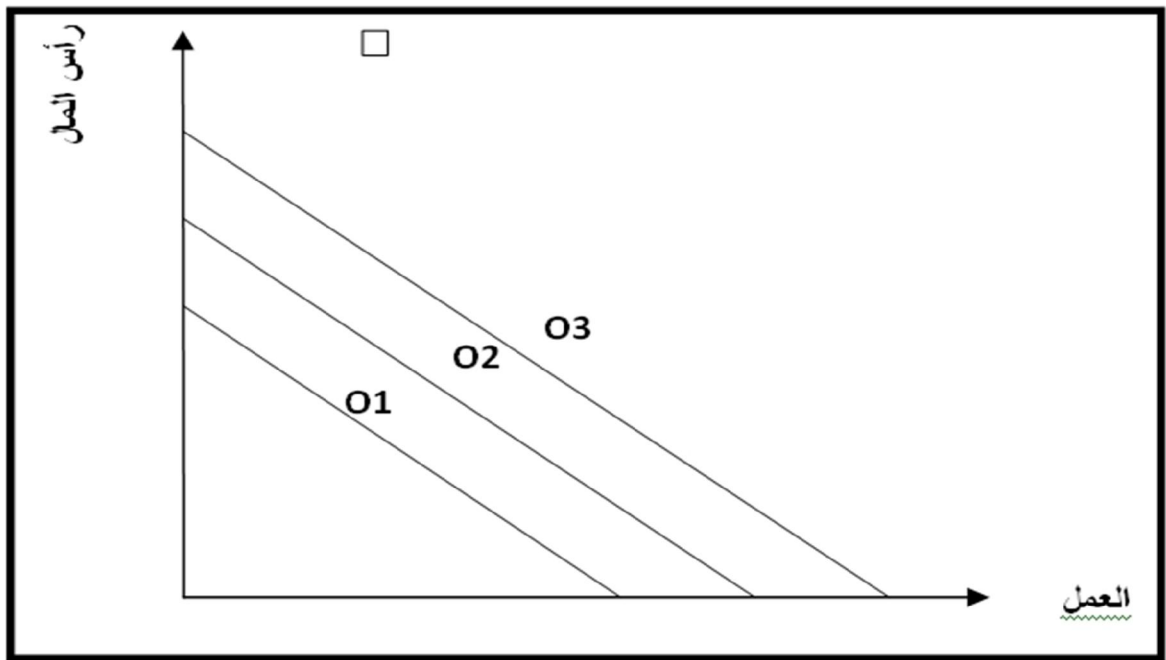
² عمار عماري، مرجع سابق، ص 132.

وكلما زاد مستوى الإنفاق الكلي (ميزانية الإنفاق على عوامل الإنتاج) كلما اتجه خط التكاليف المتساوية إلى الأعلى والعكس صحيح.

فمثلا إذا كان منتج ينفق كل ميزانيته TC على شراء العاملين L و K فإننا نحصل على معادلة التكلفة (الميزانية):

$$TC = P_L Q_L + P_K Q_K$$

خطوط التكاليف المتساوية



4- توازن المنتج: يمكن توضيح توازن المنتج في المدى الطويل من خلال هدف تعظيم الإنتاج وفق الطريقة البيانية والطريقة الرياضية على النحو التالي:¹

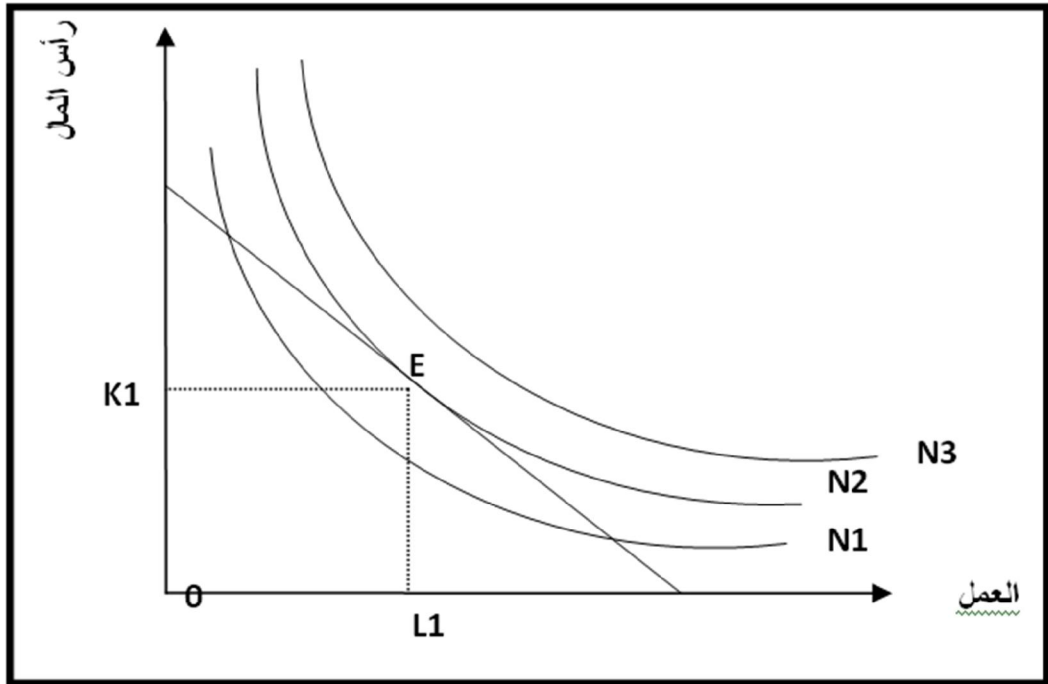
- توازن المنتج بيانيا:

يتضح من الشكل السابق أن: $O1 < O2 < O3$

ويكون المنتج في حالة توازن عندما يقوم بتعظيم إنتاجه عند مستوى إنفاق معين، ويتحقق ذلك عندما يصل إلى أعلى منحنى ناتج متساوي ممكن عند خط تكاليف متساوية معين. ويتحقق ذلك هندسيا عند نقطة التماس بينهما (النقطة E).

¹ كامل علاوي الفتلاوي وحسن لطيف الزبيدي، مرجع سابق، ص 162.

توازن المنتج باستخدام منحنيات الناتج المتساوي وخط النفقات المتساوية



وتمثل النقطة E توازن المنتج حيث عندها يتحقق:

ميل منحنى قيد التكلفة عند النقطة E = ميل منحنى الكمية المتساوية عند النقطة E

$$- d K / d L = - \Delta K / \Delta L = (MP_L) / (MP_K) = P_L / P_K$$

ومنه تحقق شرط التوازن وهو:

$$MP_L / P_L = MP_K / P_K$$

أيضا فإن المنتج في هذه النقطة يكون قد أنفق كامل ميزانيته ويتحقق الشرط الثاني وهو :

$$K^* L + P_K \cdot Q^* TC = P_L \cdot Q$$

وتعتبر هذه طريقة الحل البياني أما الحل الرياضي فيتم باستخدام طريقة لاغرونج

- توازن المنتج رياضيا (باستخدام طريقة لاغرونج):¹

يتم من خلال حالتين:

الحالة الأولى: ترغب المؤسسة في الحصول على أكبر ناتج ممكن من أجل ميزانية إنفاق معينة

ليكن لدينا تابع الإنتاج: $Q = f(K, L)$

¹ عمر صخري، مرجع سابق، ص 76.

معادلة ميزانية الإنتاج الثابتة: $TC = P_K K + P_L L$

باستخدام طريقة لاغرونج نحصل على :

$$L = f(K, L) + \lambda(TC - P_K K - P_L L)$$

$$\delta L / \delta K = f'_K - \lambda P_K = 0 \dots \dots \dots (1)$$

$$\delta L / \delta L = f'_L - \lambda P_L = 0 \dots \dots \dots (2)$$

$$\delta L / \delta \lambda = TC - P_K K - P_L L = 0 \dots \dots \dots (3)$$

من المعادلة الأولى والثانية نحصل على:

$$f'_K / P_K = f'_L / P_L \quad \text{أو} \quad f'_K / f'_L = P_K / P_L$$

من جملة المعادلات نحصل على عدد وحدات العمل ورأس المال التي تعظم الانتاج.

مثال تطبيقي:

$$TC = 100L + 1000K = 10000 \quad \text{إذا كانت دالة التكلفة التالية :}$$

المطلوب هو تحديد التوافق المثلى الواجب استخدامها من L و K حتى تكون دالة الانتاج التالية أكبر ما

$$Q = KL \quad \text{يمكن:}$$

$$L = KL + \lambda(1000 - 100L - 1000K)$$

$$\delta L / \delta L = K - 100\lambda = 0 \dots \dots \dots (1)$$

$$\delta L / \delta K = L - 1000\lambda = 0 \dots \dots \dots (2)$$

$$\delta L / \delta \lambda = 1000 - 100L - 1000K = 0 \dots \dots \dots (3)$$

$$\lambda = K / 100 \quad \text{من المعادلة رقم (1) نجد:}$$

$$\lambda = L / 1000 \quad \text{من المعادلة رقم (2) نجد:}$$

$$L = 10K \quad \text{إذا} \quad K / 100 = L / 1000 \quad \text{ومنه}$$

$$1000 - 100(10K) - 1000K = 0 \quad \text{بالتعويض في المعادلة رقم (3) نجد:}$$

$$2000K = 1000 \quad \text{ومنه}$$

$$K = 1/2$$

$$Q = 1/2(5) = 2.5 \quad \text{ومنه:} \quad L = 10K = 5 \quad \text{وعليه:}$$

الحالة الثانية: ترغب المؤسسة في الوصول إلى أقل تكلفة ممكنة من أجل كمية ناتج معينة، في هذه الحالة

نصبح أمام تابع ميزانية متحول ومعادلة الناتج ثابتة. إذن:

$$TC = P_K K + P_L L \quad \text{تابع الميزانية:}$$

معادلة الإنتاج الثابتة: $Q = f(K, L)$

$$Q - f(K, L) = 0$$

باستخدام طريقة لاغرونج نحصل على :

$$L = P_K K + P_L L + \lambda (Q - f(K, L))$$

$$\delta L / \delta K = P_K - \lambda f'_K = 0 \dots \dots \dots (1)$$

$$\delta L / \delta L = P_L - \lambda f'_L = 0 \dots \dots \dots (2)$$

$$\delta L / \delta \lambda = Q - f(K, L) = 0 \dots \dots \dots (3)$$

من المعادلة الأولى والثانية نحصل على:

$$f'_L / P_L = f'_K / P_K \quad \text{أو} \quad P_K / P_L = f'_K / f'_L$$

من جملة المعادلات نحصل على عدد وحدات العمل ورأس المال التي تقلل التكاليف.

مثال تطبيقي:

إذا كانت معادلة الناتج المتساوي هي: $KL=250$

المطلوب هو تحديد التوافق المثلى الواجب استخدامها من L و K حتى تكون دالة التكلفة التالية أقل ما

$$TC = 100L + 1000K \quad \text{يمكن:}$$

$$L = 100L + 1000K + \lambda (250 - KL)$$

$$\delta L / \delta L = 100 - \lambda K = 0 \dots \dots \dots (1)$$

$$\delta L / \delta K = 1000 - \lambda L = 0 \dots \dots \dots (2)$$

$$\delta L / \delta \lambda = 250 - KL = 0 \dots \dots \dots (3)$$

$$\lambda = 100/K \quad \text{من المعادلة رقم (1) نجد:}$$

$$\lambda = 1000/L \quad \text{من المعادلة رقم (2) نجد:}$$

$$L = 100K \quad \text{إذا} \quad 100/K = 1000/L \quad \text{ومنه}$$

$$250 - 10K.K = 0 \quad \text{بالتعويض في المعادلة رقم (3) نجد:}$$

$$10K^2 = 250 \quad \text{ومنه}$$

$$K^2 = 25$$

$$K = -5 \text{ أو } K = 5$$

وبما أن $K = -5$ حل غير ممكن اقتصاديا فإن $K = 5$

$$TC = 100(50) + 1000(5) = 10000 \quad \text{ومنه:} \quad L = 10K = 50 \quad \text{فتكون التكلفة الكلية مساوية لـ:}$$

5- منحني توسع الإنتاج (مسار التوسع):¹

إذا توفر لدى المنتج عدة منحنيات للنواتج المتساوي وعدة خطوط للتكلفة المتساوية (وبافتراض تساوى أسعار عوامل الإنتاج)، فإن الخط المستقيم المنطلق من نقطة المبدأ، ويربط بين نقاط التوازن المختلفة عندما تتغير ميزانية المنتج مع ثبات العوامل الأخرى، أو عندما يتغير سعر أحد عوامل الإنتاج مع ثبات العوامل الأخرى، فهو يمثل مسار التوسع في الإنتاج، وهو ما يوضح ثبات نسبة رأس المال/العمل في الإنتاج، والشكل التالي:

ويعكس مسار التوسع في الإنتاج واحدا من ثلاث من دوال الإنتاج:

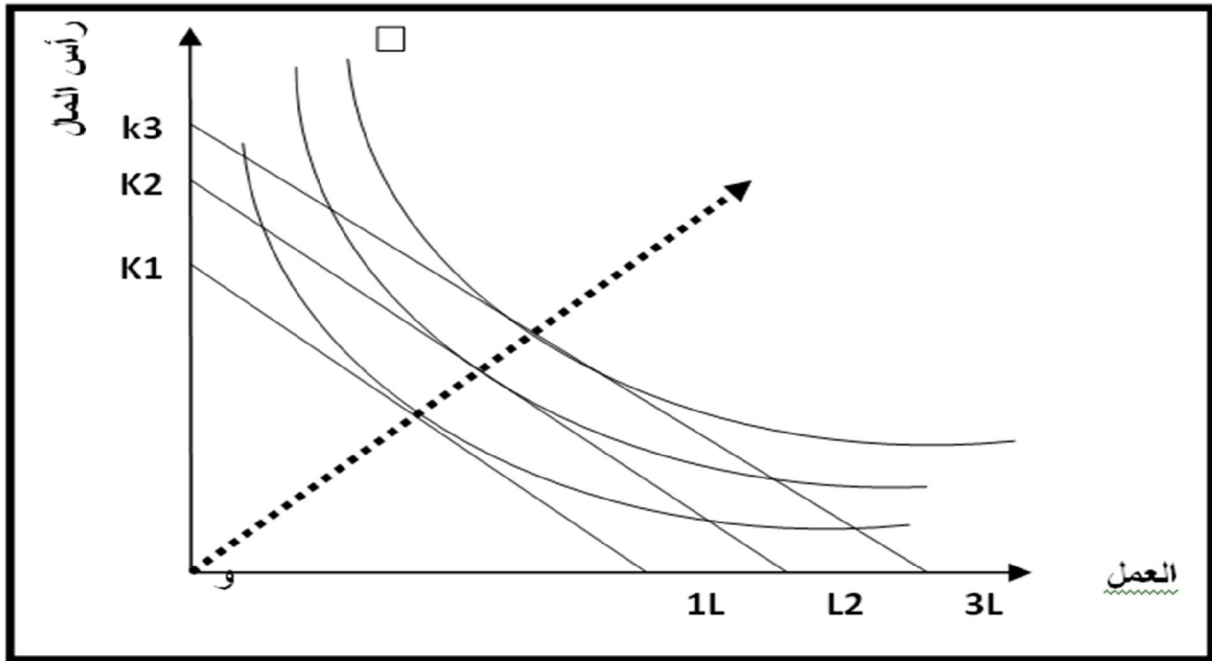
- حالة ثبات الغلة

- حالة تزايد الغلة

- حالة تناقص الغلة

ويبين الشكل التالي الحالة الأولى فقط:

مسار التوسع



¹ برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص 171.

ثانياً: تكاليف الإنتاج.

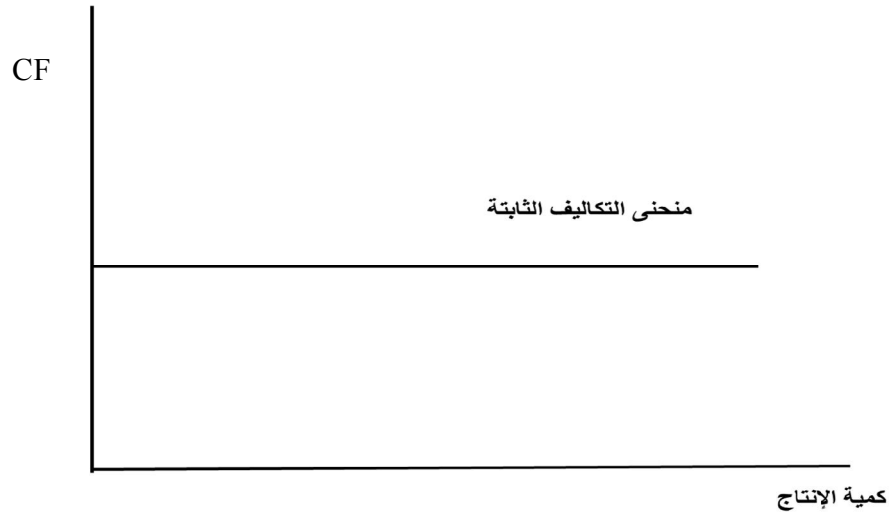
يمكن تناول موضوع تكاليف الإنتاج حسب منظورين وفقاً لعامل الفترة الزمنية وذلك في الأمدين القصير والطويل على النحو التالي:

1- تكاليف الإنتاج في الأجل القصير (التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة):

تقسم التكاليف في الفترة القصيرة إلى تكاليف ثابتة وتكاليف متغيرة:

التكاليف الثابتة (FC): هي تكاليف عناصر الإنتاج الثابتة، وتشمل جميع التكاليف التي تنفقها المؤسسة أو المشروع على عناصر الإنتاج الثابتة مثل (المباني، المنشآت والآلات)¹. أي هي التكاليف الكلية عندما يكون حجم الإنتاج = صفر.

لا تتوقف التكلفة الثابتة على حجم الإنتاج وبالتالي يتم تمثيلها بيانياً بخط مستقيم مواز للمحور الأفقي كما هو موضح في الشكل البياني التالي:



التكاليف المتغيرة (VC): هي تكاليف عناصر الإنتاج المتغيرة (مثل أجور العمال وتكلفة المواد الخام). وهي تلك النفقات التي تتحملها المؤسسة نتيجة لاستخدامها لعوامل إنتاج متغيرة وهي بذلك تتغير بتغير حجم الإنتاج، تتوقف التكاليف المتغيرة على حجم الإنتاج فتزيد بزيادتها². (على عكس التكاليف الثابتة). إذا كان حجم الإنتاج = صفر، فإن التكاليف المتغيرة = صفر. كما هو موضح في الشكل البياني الموالي:

¹ نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص 135.

² رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 171.



التكاليف الكلية (TC): هي مجموع التكاليف الثابتة والمتغيرة، ولهذا فمنحنى التكاليف الكلية يتضمن كلا من منحنى التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة، مما يجعله يأخذ شكل منحنى التكاليف المتغيرة ولكنه لا ينطلق من نقطة المبدأ وإنما ينطلق من مستوى التكاليف الثابتة.¹ وتكون معادلة التكاليف الكلية على النحو التالي:

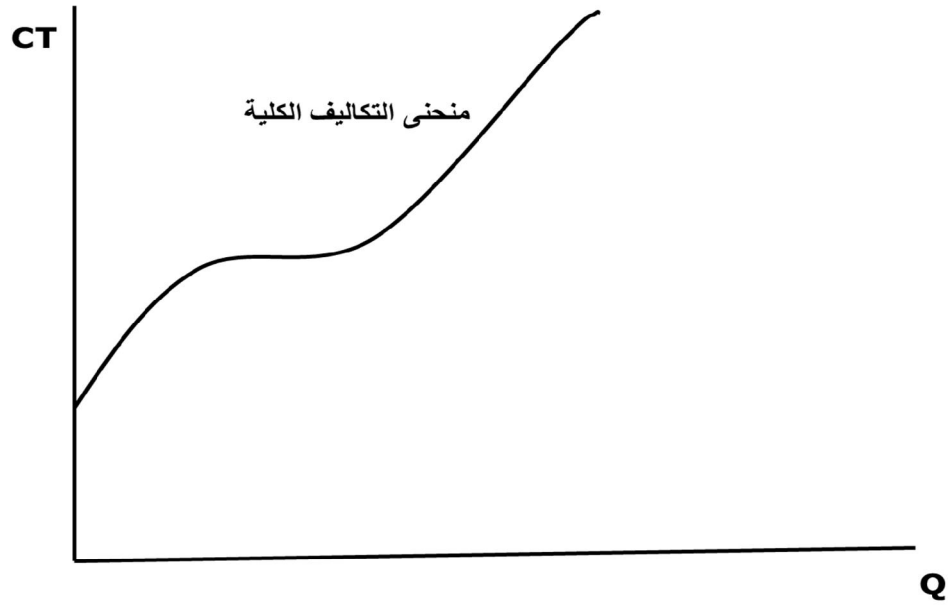
$$TC = FC + VC$$

إذا كان حجم الإنتاج = صفر ، فإن: التكاليف الكلية = التكاليف الثابتة فقط.

$$TC = FC$$

كما هو موضح في الشكل البياني الموالي:

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 353.



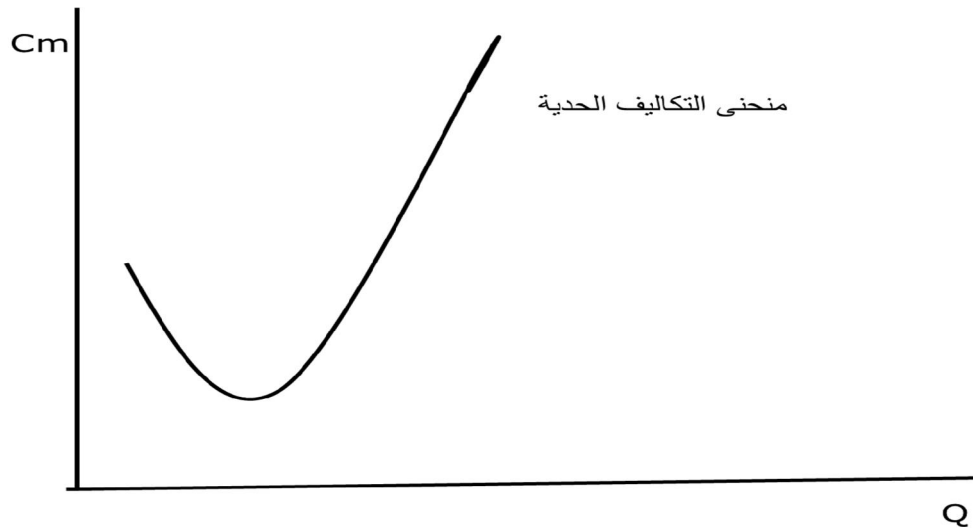
التكاليف الحدية والمتوسطة:

التكلفة الحدية: وهي عبارة عن مقدار التغير في التكلفة الكلية والناتج عن زيادة الكمية المنتجة بوحدة واحدة،

أو هي عبارة عن تكلفة آخر وحدة منتجة¹، ويتم حسابها من خلال قسمة التغير في التكاليف الكلية على

التغير في كمية الإنتاج وفق العلاقة التالية: $Cm = \Delta TC / \Delta Q$

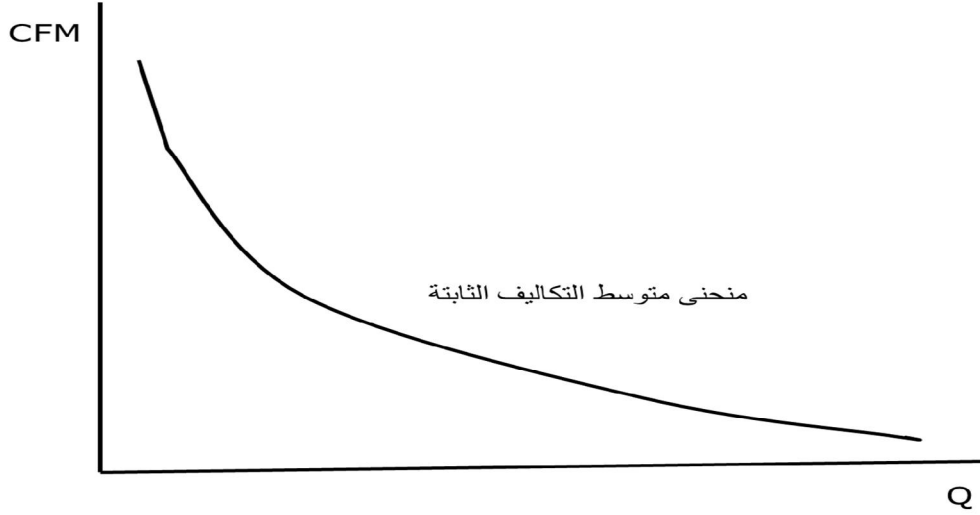
ويكون شكل منحنى التكلفة الحدية بيانياً على النحو التالي:



¹ رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، 179.

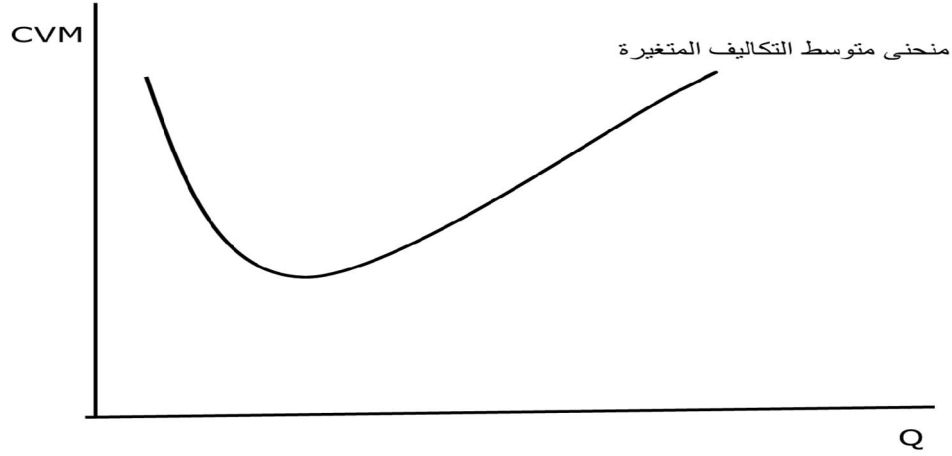
التكاليف المتوسطة:

- **التكلفة المتوسطة الثابتة CFM:** وهي التكاليف الثابتة مقسومة على حجم الإنتاج، أو هي عبارة عن نصيب الوحدة الواحدة المنتجة من التكاليف الثابتة¹، وبالتالي فهي تتناقص مع زيادة حجم الإنتاج كما هو موضح في الشكل التالي:



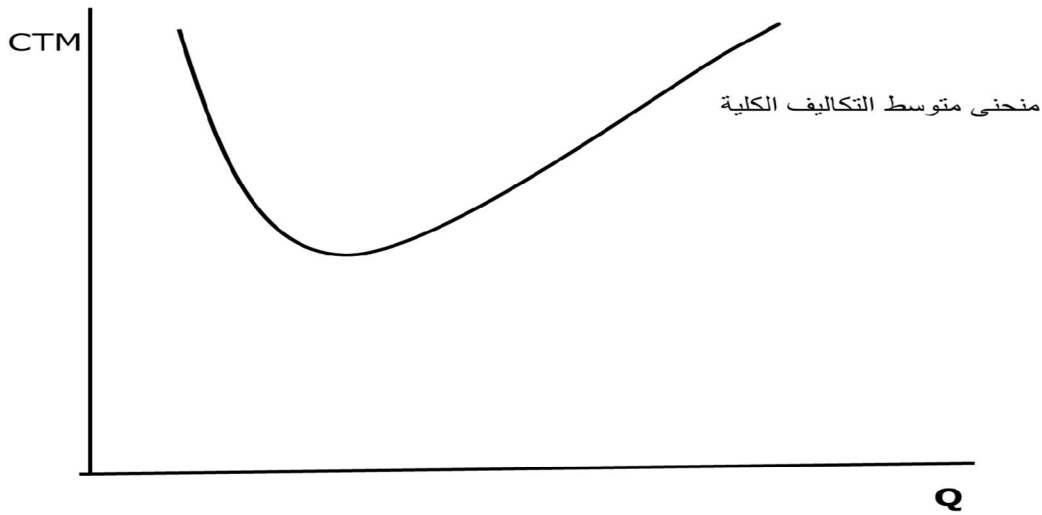
- **التكلفة المتوسطة المتغيرة CVM:** وهي التكاليف المتغيرة مقسومة على حجم الإنتاج، وبما أن التكاليف المتغيرة غير ثابتة مع تغير حجم الإنتاج فإن متوسط التكاليف المتغيرة سيتناقص مع زيادة حجم الإنتاج في المرحلة الأولى للعملية الإنتاجية ثم يصل إلى حده الأدنى عند مستوى إنتاج معين وبعد ذلك يبدأ في الزيادة مع استمرار زيادة حجم الإنتاج²، ويكون منحنى متوسط التكاليف المتغيرة بيانياً على النحو التالي:

¹ نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص 139.
² رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 177.



- **متوسط التكلفة الكلية:** وهي عبارة نسبة التكاليف الكلية للإنتاج إلى حجم الإنتاج الكلي، وكذلك تعبر عن مجموع متوسط التكلفة الثابتة ومتوسط التكلفة المتغيرة¹، وتكون بيانيا على النحو التالي:

$$CTM = CFM + CVM$$



ويمكن تسجيل بعض المختصرات عن دوال التكاليف في المدى القصير كالتالي:

$$MC = \Delta TC / \Delta Q$$

$$AVC = TVC / Q$$

¹ برحومة عبد الحميد، مرجع سابق، ص 189.

$$AFC = TFC \backslash Q$$

$$ATC = AFC + AVC = TC \backslash Q$$

FC لا تتغير بتغير حجم الإنتاج

AFC تتناقص مع ارتفاع الكمية المنتجة

TVC تزيد مع زيادة الإنتاج

AVC تتناقص، تصل أدنى حد، ثم تتزايد

$$TC = TFC + TVC$$

$$TC = TFC \text{ if } Q=0$$

AC تتناقص، تصل أدنى حد، ثم تتزايد، MC تتناقص ثم تتزايد.

منحنيات الإنتاج والتكاليف:

توجد علاقة وطيدة بين مختلف منحنيات الإنتاج ومنحنيات التكاليف، حيث أن مستويات الإنتاج ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمستويات تكاليف معينة، ومما تجدر الإشارة إليه هو أن العنصر الإنتاجي المتغير يمثل عنصر (العمل)، وبالتالي فإن التكلفة المتغيرة هي تكلفة عنصر العمل، (S.L)، أما العنصر الإنتاجي الثابت فهو عنصر (رأس المال)، وبالتالي تكون التكلفة الثابتة مساوية لتكلفة عنصر رأس المال (i.K).

MC=S\MP	AVC=S\AP	MP= $\Delta Q \backslash \Delta L$	AP=Q\L	TP=Q	L
--	0	--	0	0	0
10	10	50	50	50	1
7.1	8.3	70	60	120	2
8.3	8.3	60	60	180	3
12.5	9.1	40	55	220	4
16.7	10	30	50	250	5
25	11.1	20	45	270	6
50	12.5	10	40	280	7
∞	14.3	0	35	280	8
-	16.7	-10	30	270	9
-	20	-20	25	250	10

- AP تتناقص فإن AVC تتزايد والعكس.
- AP أقصى حد فإن AVC أدنى حد.
- MP أقصى حد فإن MC أدنى حد.
- MP تتزايد فإن MC تتناقص.

العلاقة بين الناتج المتوسط للعمل (AP_L) ومتوسط التكلفة المتغيرة (AVC):¹
 (تذكر أن العمل (L) هو العنصر الإنتاجي المتغير بينما رأس المال (K) هو العنصر الإنتاجي الثابت)
 إذا كان أجر العامل = S فإن تكلفة العمل (التكلفة المتغيرة) تساوي:

$$TVC = S \cdot L \quad (1)$$

وبما أن متوسط التكلفة المتغيرة يساوي:

$$AVC = TVC \div Q$$

$$(S \cdot L) \div Q =$$

وبما أن $(Q \div L) =$ الناتج المتوسط للعمل (AP_L):

$$AVC = S \cdot (1 \div AP_L)$$

إذن، متوسط التكلفة المتغيرة يساوي مقلوب الناتج المتوسط للعمل مضروباً في الأجر و هذا يعني أنه كلما ارتفع معدل إنتاجية العامل الواحد (AP_L)، كلما انخفض متوسط التكلفة المتغيرة.

العلاقة بين الناتج الحدي للعمل (MP_L) والتكلفة الحدية (MC):²

إذا كان أجر العامل = W فإن تكلفة العمل (التكلفة المتغيرة) تساوي:

$$TVC = S \cdot L$$

وبما أن التكلفة الحدية عبارة عن التغير في التكلفة الكلية (تذكر بأن التغير في التكلفة الثابتة تساوي صفر):

$$MC = (\Delta TC) \div (\Delta Q)$$

وباستخدام المعادلة رقم (1):

$$MC = \Delta (S \cdot L) \div (\Delta Q)$$

وبما أن S ثابتة:

$$MC = S \cdot (\Delta L) \div (\Delta Q)$$

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 365.

² رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 180.

وبما أن الناتج الحدي للعمل يساوي:

$$(\Delta Q \setminus \Delta L) = MP_L$$

إذن،

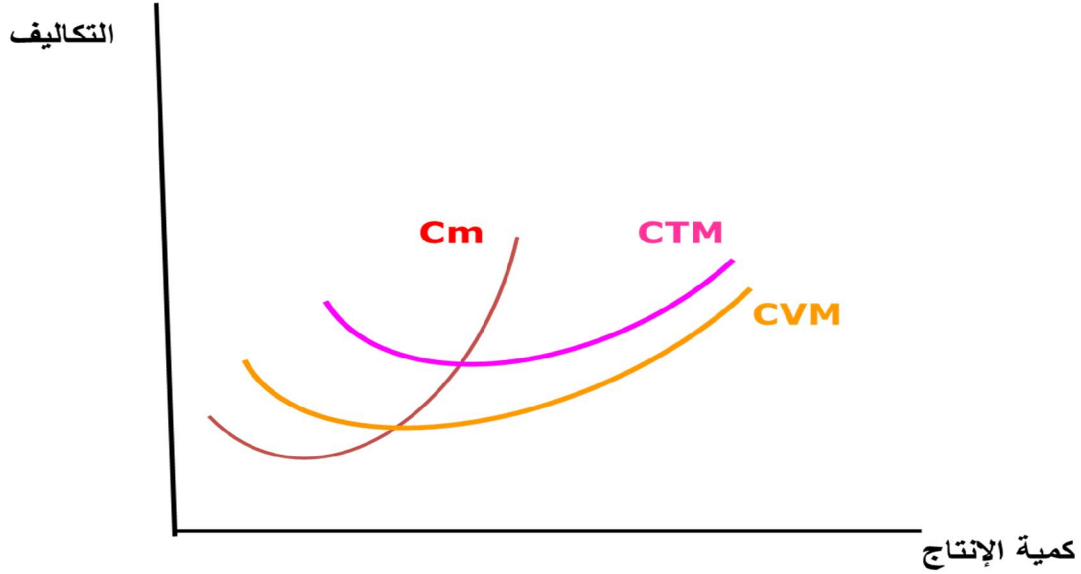
$$MC = S \cdot (1 \setminus MP_L)$$

إذن، التكلفة الحدية تساوي مقلوب الناتج الحدي للعمل مضروباً في الأجر و هذا يعني أنه كلما ارتفع الناتج الحدي للعامل الواحد (MP_L)، كلما انخفضت التكلفة الحدية.

ملاحظات مهمة:

- 1- يقطع منحنى التكلفة الحدية (MC) منحنى متوسط التكلفة الكلية (ATC) عند أدنى نقطة لمنحنى متوسط التكلفة الكلية (ATC_{min}).
- 2- يقطع منحنى التكلفة الحدية (MC) منحنى متوسط التكلفة المتغيرة (AVC) عند أدنى نقطة لمنحنى متوسط التكلفة المتغيرة (AVC_{min}).
- 3- يتناقص منحنى متوسط التكلفة الثابتة (AFC) مع ارتفاع حجم الإنتاج (Q). لماذا؟
- 4- إذا كانت التكلفة الحدية (MC) أقل من متوسط التكلفة المتغيرة (AVC) فإن متوسط التكلفة المتغيرة تنناقص.
- 5- إذا كانت التكلفة الحدية (MC) أكبر من متوسط التكلفة المتغيرة (AVC) فإن متوسط التكلفة المتغيرة تتزايد.
- 6- إذا كانت التكلفة الحدية (MC) تساوي متوسط التكلفة المتغيرة (AVC) فإن متوسط التكلفة المتغيرة عند أدنى حد لها (AVC_{min}).
- 7- يمكن تطبيق العلاقات الثلاث الأخيرة (4،5،6) على العلاقة بين منحنى التكلفة الحدية (MC) و متوسط التكلفة الكلية (ATC).
- 8- يكون الفرق بين منحنى التكلفة الكلية (ATC) و منحنى التكلفة المتغيرة (AVC) مساوياً لمتوسط التكلفة الثابتة (AFC).

ويمكن توضيح هذه العلاقات بيانيا كآآآي:



2- التكاليف في المدى الطويل:¹

تكون جميع عناصر الإنتاج في المدى الطويل متغيرة و بالتالي فإن ذلك يؤدي إلى:

- 1- إمكانية دخول مؤسسات جديدة إلى السوق و خروج أخرى.
- 2- إمكانية التوسع في حجم المؤسسة وحجم الإنتاج بالنسبة للمؤسسات القائمة.
- 3- تكون جميع التكاليف تكاليف متغيرة.
- 4- تستطيع المؤسسة استخدام أفضل توليفة (مزيج) من عناصر الإنتاج والتي تستطيع المؤسسة من خلالها تحقيق أدنى مستوى تكلفة لكل مستوى إنتاج تنتجه.
- 5- بالمقارنة مع المدى القصير (عندما ترغب المؤسسة في زيادة حجم إنتاجها في المدى القصير فيتوجب عليها استخدام وحدات إضافية من عنصر الإنتاج المتغير وتبقى بقية العناصر ثابتة)، فالمؤسسة في المدى الطويل تستطيع زيادة إنتاجها عن طريق احلال وتغيير عناصر الإنتاج القديمة بأخرى جديدة وذات طاقة إنتاجية أعلى.

1- التكلفة الكلية في المدى الطويل Long-Run Total Cost :

وتوضح التكلفة الكلية للمنشأة في المدى الطويل (LRTC) التكلفة الكلية لإنتاج كمية معينة من السلع أو الخدمات وذلك عندما تكون المنشأة قادرة على تغيير جميع عناصر الإنتاج.

¹ نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص 145.

2- التكلفة المتوسطة في المدى الطويل:

وهي عبارة عن التكلفة الكلية في المدى الطويل مقسومة على عدد الوحدات المنتجة. أو:

$$LRAC = LRTC \div Q$$

3- التكلفة الحدية في المدى الطويل:

وهي عبارة عن حجم التغير في التكلفة الكلية في المدى الطويل الناجم عن تغير حجم الإنتاج بوحدة واحدة. أو:

$$LRMC = (\Delta LRTC) \div (\Delta Q)$$

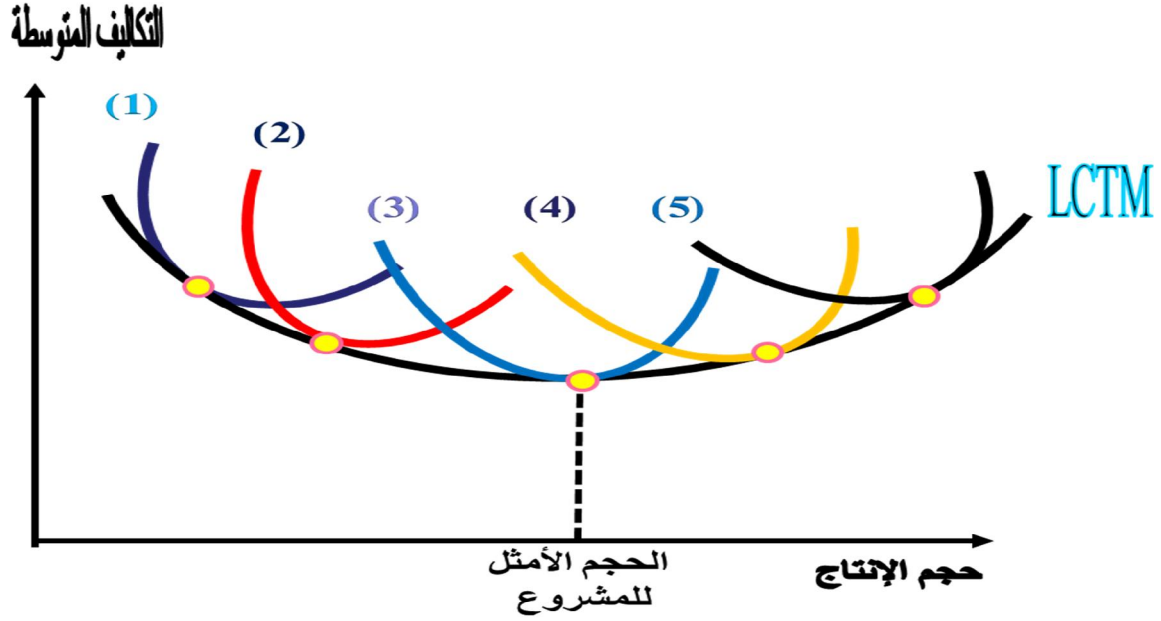
منحنيات التكاليف في المدى الطويل: يمكن تفصيل خصائص منحنيات التكاليف في المدى الطويل من

خلال تتبع تحركات هذه المنحنيات تبعا للتغيرات في حجم الإنتاج وذلك على النحو التالي:

منحنى التكلفة المتوسطة في المدى الطويل:¹

يبدأ هذا المنحنى بالتناقص مع زيادة حجم الإنتاج (وفورات حجم)، يصل لأدنى مستوى له (ويسمى هذا بالحجم الأمثل للمنشأة في المدى الطويل)، ثم يبدأ بالزيادة بعد ذلك (تبذيرات أو تبذيرات حجم). تقع منحنيات التكلفة المتوسطة في المدى القصير داخل منحنى التكلفة المتوسطة في المدى الطويل LRAC ولذلك يعتبر منحنى LRAC المنحنى الغلافي (أو الغطاء) الذي يحوي جميع منحنيات التكلفة المتوسطة للمدى القصير والتي تقع (منحنيات التكلفة المتوسطة في المدى القصير) بداخل منحنى التكلفة المتوسطة للمدى الطويل، ويلامس منحنى (LRAC) جميع منحنيات (SRAC) ولكن ليس في أدنى نقطة لهذه المنحنيات ما عدا منحنى واحد و الذي يمسّه عند أدنى نقطة له. عند هذا المنحنى الوحيد، تصل المنشأة إلى الحجم الأمثل للإنتاج في المدى الطويل حيث تكون التكلفة المتوسطة للإنتاج أقل ما يمكن. يجب ملاحظة أنه كلما توسعت المنشأة (ارتفاع حجم المنشأة عن طريق زيادة الإنتاج) كلما انخفضت تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة إلى أن تصل إلى الحجم الأمثل (عند مماس منحنى التكلفة المتوسطة للمدى القصير مع منحنى التكلفة المتوسطة للمدى الطويل). أما زيادة حجم الإنتاج بعد ذلك فسيؤدي إلى ارتفاع تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة، ويمكن توضيح ذلك بيانيا كالتالي:

¹ رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 182، 183.



منحنى التكلفة الحدية في المدى الطويل:¹ بما أن الفترة الزمنية الطويلة هي عبارة عن فترات زمنية قصيرة فإن منحنى التكلفة الحدية في المدى الطويل سيكون أكثر تفلطحاً من منحنى التكاليف الحدية في المدى القصير، وكما هو الحال في المدى القصير يتحدد حجم الإنتاج الأمثل عندما يقطع منحنى التكاليف الحدية وهو صاعد منحنى متوسط التكاليف الكلية المتغيرة، كذلك الحال بالنسبة للمدى الطويل حيث يتحدد مستوى الإنتاج الأمثل عندما يقطع منحنى التكاليف الحدية في المدى الطويل منحنى التكلفة الكلية المتوسطة في المدى الطويل.

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 371.

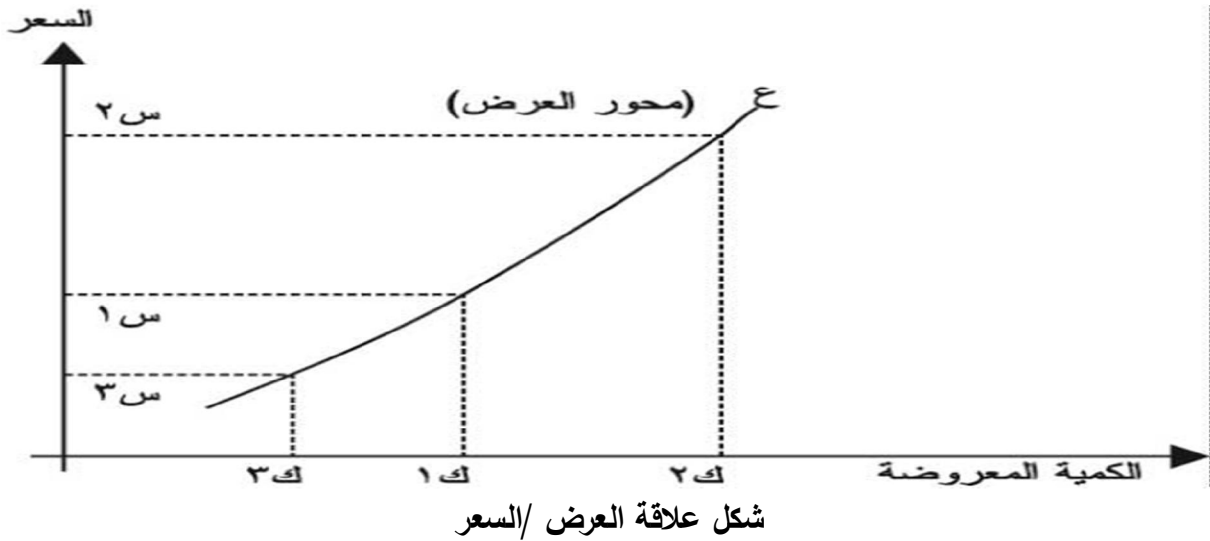
الوحدة الثالثة: توازن الأسواق.

أولاً: العرض والطلب.

يتشكل السوق من جانبين أساسيين هما العرض والطلب، واللذان يتفاعلان حتى يصل السوق إلى حالة التوازن، وفيما يلي سوف نتناول بالتفصيل كيفية تفاعل قوى العرض والطلب للوصول إلى حالة التوازن. **قانون العرض والطلب:** أحد القوانين الأساسية في علم الاقتصاد، يؤدي دوراً أساسياً في تحديد الأسعار وتشكل الأسواق، ومن ثم يؤثر ويتأثر بالمنفعة المتحققة والإنتاج والاستهلاك والدخل القومي والنمو الاقتصادي العام.

تعريف العرض والطلب:

العرض:¹ هو كمية السلع أو الخدمات التي يعرضها منتجوها عند كل مستوى مرتقب من الأسعار، في مدة زمنية محددة. تسعى كل منشأة إلى تحقيق أكبر كمية من الإنتاج بالحد الأدنى من التكاليف، وذلك عن طريق الكيفية التي تستخدمها لتجميع عوامل الإنتاج ومستلزماته وتسخيرها في العملية الإنتاجية. وبافتراض ثبات المستوى التكنولوجي وحجم المنشأة ووضع المنافسين الآخرين والضرائب والإعانات والظروف المناخية السائدة ومستوى التأهيل السائد في الزمن القصير، فإن العلاقة التابعية (العرض/السعر) على منحنى العرض هي علاقة طردية؛ أي بقدر تزايد السعر تزايد الكمية المعروضة، والعكس أيضاً صحيح.

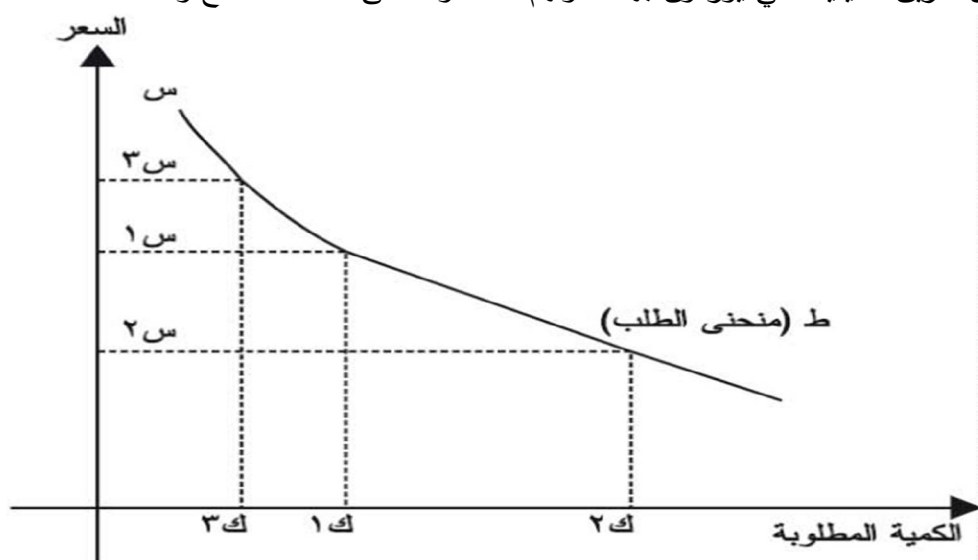


ويتضح ذلك من خلال الشكل السابق، حيث يتجه منحنى العرض ارتفاعاً باتجاه اليمين ولكن توجد استثناءات عديدة لقانون العرض، تؤثر في اتجاه هذه العلاقة بين السعر والكمية المعروضة، مثل: طبيعة المنافسة، والمدة الزمنية، وطبيعة المنتجات الموسمية، وتغيرات الميول والأذواق، وحجم المؤسسة والمستوى التقني،

¹ عمار عماري، مرجع سابق، ص 9.

وطبيعة ونوع التكاليف، وتوزيع الموارد، والدخل. كل هذه العوامل تؤثر في تكاليف الإنتاج، ومن ثم في الأسعار، وأخيراً تؤثر في ربحية المؤسسة ووضعها التوازني، الذي يمكنها من الحصول على أعلى الأرباح بأقل التكاليف.

الطلب:¹ يعبر الطلب عن كمية السلع والخدمات التي يرغب المستهلكون في الحصول عليها عند كل مستوى معين من الأسعار، وذلك خلال مدة زمنية محددة، ولذلك يسعى المستهلكون إلى تحقيق أكبر قدر من الإشباع أو المنفعة عن طريق الكيفية التي يوزعون بها دخولهم للحصول على مختلف السلع والخدمات.



شكل علاقة الطلب/السعر

وبافتراض ثبات الدخل والثروة والميول والأذواق والعادات والتقاليد، فإن العلاقة بين إحداثيي منحنى الطلب (الكمية/سعر) هي علاقة عكسية، أي بقدر تزايد السعر تتناقص الكمية المطلوبة والعكس أيضاً صحيح، وهذا واضح من الشكل السابق حيث يتجه منحنى الطلب إلى أسفل وإلى جهة اليمين، وبالتأكيد توجد بعض الاستثناءات لقانون الطلب مثل السلع التفاخرية، والتي يمكن أن يزداد الطلب عليها مع ارتفاع أسعارها، أو في حالة توقعات السعر، حيث يمكن أن تنعكس العلاقة التابعية (كمية/سعر) لأن المستهلكين يتوقعون مزيداً من انخفاض الأسعار، فتتخفف الكمية المطلوبة مع انخفاض الأسعار، أو يتوقعون المزيد من ارتفاع الأسعار فتزداد الكمية المطلوبة مع ارتفاع الأسعار.

التكاليف والعرض:²

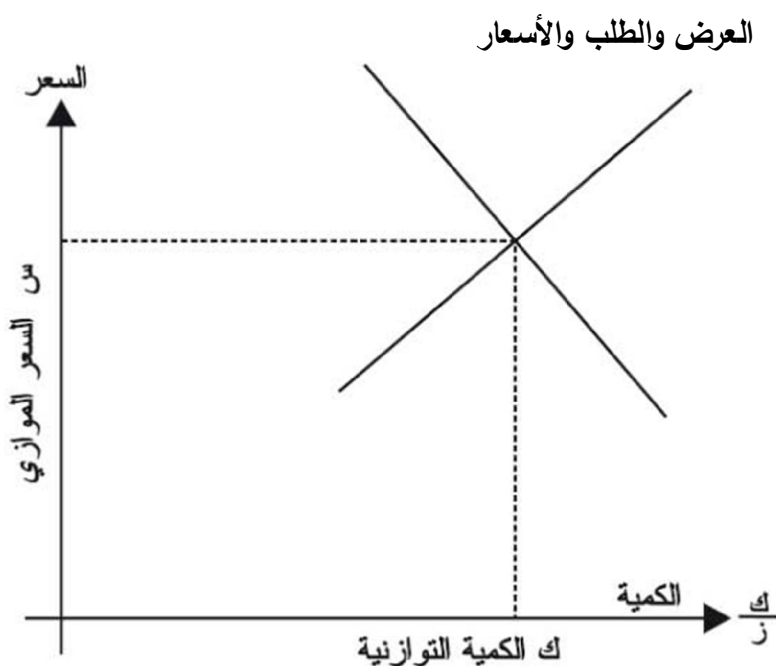
تؤثر تكاليف الإنتاج مباشرة في مقدار العرض من السلع أو الخدمات، وتتنوع تكاليف الإنتاج حسب تنوع وطبيعة النشاط الإنتاجي.

¹ عمر صخري، مرجع سابق، ص 10.

² رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 97.

وعلى العموم تقسم النفقات التي تدفعها المؤسسة إلى: تكاليف ثابتة وتكاليف متغيرة، غير أن التكلفة التي تؤثر في مقدار العرض تكون غالباً التكلفة المتوسطة أو التكلفة الحدية، ويكون أفضل وضع للمؤسسة عندما تتساوى تكلفتها الحدية مع السعر السائد في السوق.

وعن طريق تفاعل تكاليف الإنتاج مع حجم المؤسسة وحجم الطلب وطبيعة المنافسة ومستوى الأسعار السائدة، تستطيع المؤسسة أن تصل إلى وضعها التوازني في مدة زمنية محددة، حيث يمكن لمستوى الإنتاج (العرض) أن يتغير حتى يتفق مع حجم الطلب ومستوى التكاليف، وهذا التوازن يختلف في المدة الطويلة عنه في المدة القصيرة، إذ تستطيع المؤسسة أن تغير كمية الإنتاج عن طريق التحكم في الكمية المستخدمة من بعض عوامل الإنتاج، في حين أنه في الزمن الطويل تستطيع المؤسسة أو المنتج أن يغير كميات عوامل الإنتاج المستخدمة جميعها.



شكل السعر التوازني في السوق

يتحدد السعر في السوق عند النقطة التي تتلاقى فيها قوى العرض الإجمالي (إجمالي العروض الفردية للمنتجين والمستوردين كافة)، مع قوى الطلب الإجمالي (إجمالي طلب المستهلكين من الأفراد والمؤسسات + الصادرات)، في السوق (سوق السلع والخدمات + سوق عوامل الإنتاج)، وعندها تحاول كل منشأة أن تحدد

الكمية التي ستنتجها وتبيعه لتحقيق أقصى أرباح ممكنة ويمثل الشكل السابق سعر السوق التوازني للاقتصاد الوطني.¹

وتتأثر هذه الأسعار بمجموعة عوامل أهمها:

- النظام الاقتصادي السائد، ودرجة الحرية الاقتصادية المتوافرة.
- حالة السوق (منافسة كاملة، منافسة احتكارية، احتكار قلة، احتكار كامل، أنظمة التجارة الخارجية السائدة، الاتفاقات والتكتلات الاقتصادية الدولية).
- الحالة العامة السائدة للاقتصاد (ازدهار، كساد، تضخم ... الخ).
- مستوى الدخل القومي، التشغيل، البطالة، التدريب والتأهيل، الإنتاجية... وعموماً توجد علاقة تبادلية بين تغيرات الأسعار واستجابات العرض والطلب عليها تسمى علاقة المرونة السعرية لكل من الطلب والعرض، وتعني نسبة استجابة تغيرات الكمية المعروضة أو المطلوبة إلى التغيرات النسبية للأسعار، وتتأثر المرونة بعوامل عدة أهمها: درجة أهمية السلعة للمستهلك، ونصيبها في إجمالي دخله، وقابليتها للتخزين، ومدى اعتمادها على العوامل والظروف الطبيعية، والميول والأذواق والمستوى التكنولوجي السائد.

ثانياً: التوازن حسب هيكل السوق.

يرتبط عمل المؤسسات في جوانبه العديدة بطبيعة هيكل الصناعة التي تعمل فيها، حيث أن أسعار الإنتاج التي تستخدمها هذه المؤسسات تتحدد تبعاً لطبيعة هذا الهيكل، وكذلك فإن أسعار مستلزمات الإنتاج التي تتطلبها عملياتها الإنتاجية تتحدد هي الأخرى حسب طبيعة هيكل الصناعة، وبذلك فإن مدخلات العملية الإنتاجية التي تقوم بها المؤسسات ترتبط أسعارها بطبيعة المنافسة. وتوجد عدة أشكال لهيكل الصناعة يمكن أن تعمل فيها المؤسسة الصناعية لهذه الأشكال مميزات خاصة بها تحتم على المؤسسة التعامل معها وفق قواعد محددة وهذه الأشكال هي: المنافسة الكاملة، المنافسة الاحتكارية، سوق احتكار القلة والإحتكار التام.

1- سوق المنافسة الكاملة:

يعبر سوق المنافسة الكاملة عن حالة سوق تتميز بتزاحم في جانب العرض حيث يوجد عدد كبير جداً من المنتجين، وتزاحم كبير في جانب الطلب حيث يوجد عدد كبير جداً من المشترين ومن ثم لا توجد أي فرصة لممارسة احتكارية حيث تسود المنافسة، سوق المنافسة التامة محدد بثلاث عناصر هي تجانس السلع، وجود عدد كبير من البائعين والمشتريين، وفرة المعلومات²، وكل ما تستطيع المؤسسة فعله هو أن تقر ما

¹ توفيق عبد الرحيم حسن، مرجع سابق، ص 201.

² Pierre Rouse, Economie Agricole "Les fondements de l'économie" L'avoisier, Paris, 1986, p211.

تستطيع تقديمه للسوق من منتجات.¹ وتأثير كل مستهلك في الطلب الكلي يؤول إلى الصفر، وأيضا ليس لأي مؤسسة تأثير على السعر بل عليها أن تأخذ السعر السائد في السوق كما هو، والذي يكون محددا عن طريق تفاعل قوى العرض والطلب على السلعة، وكمثال على هذا النوع من الأسواق نجد سوق الحبوب أو سوق الأوراق المالية، حيث تتميز السوق بوجود الشفافية والإفصاح من جميع المتعاملين في الصناعة.²

- طبيعة سوق المنافسة الكاملة.

تتسم سوق المنافسة الكاملة بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من باقي الأسواق ويمكن حصرها فيما يلي³:

- 1- وجود عدد كبير جدا من المنتجين والمشتريين:** في ظل هذه الصناعة يوجد عدد كبير جدا من المنتجين والمشتريين وكل منهم يمثل حصة صغيرة جدا في الصناعة ولا يتمكن أي من المنتجين أو المشتريين من التأثير بمفرده على العناصر الثلاثة للسوق والمتمثلة في: العرض، الطلب، السعر، وأن كل جميع المنتجين يعملون في هذه الصناعة مستقلين عن بعضهم البعض، أي أن تأثير كل منهم يساوي الصفر ويمكن إهماله، وبذلك فإن ما يعرضه المنتج أو المؤسسة من السلعة لا يمثل إلا جزءا ضئيلا من العرض الكلي للصناعة، ولهذا فإن المؤسسة ليس لها دور في تحديد السعر، وإنما عليها الأخذ بالسعر السائد في السوق.⁴
- 2- تجانس المنتج:** جميع المنتجات التي تنتجها المؤسسات العاملة في هذه الصناعة تحمل نفس الخصائص بحيث يصعب التمييز بين منتج المؤسسة A عن منتج المؤسسة B وبالتالي يستوي للمستهلك الشراء من أي بائع ثم لا يكون لأي مؤسسة أي أفضلية في الجودة على منافسيها.
- 3- حرية انتقال عناصر الإنتاج:** يعني حرية دخول منافسين جدد إلى الصناعة وذلك بتأسيس منشآت جديدة تساهم في زيادة إنتاج منتج الصناعة، ويكون حافز الربح هو الدافع الجاذب لتلك المنشآت.
- 4- المعرفة التامة بظروف الصناعة:** يتاح لجميع المنتجين في هذه الصناعة معلومات كاملة حول جميع العوامل التي تؤثر في عمل الصناعة، وهذا يعني أن كل منشأة تعرف الأسعار التي تدفعها المنشآت الأخرى لجميع عناصر الإنتاج المشاركة في الإنتاج ومصادر توريد العناصر الإنتاجية كما يتاح لجميع المنتجين نفس مستوى المعرفة الفنية وبالتالي يمكنهم الحصول على نفس المستوى من التكنولوجيا، أي لا يوجد أية أسرار أو خفايا حول جميع العوامل المؤثرة في الصناعة.

¹ Marc Guyot, Radu vranceau, Introduction a la micro è Economie des entprises , Dunod,Paris,2002,p124.

² محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 162.

³ طلعت الدمرداش، مبادئ في علم الاقتصاد، ط2، مكتبة القدس، مصر، 2006، ص 234.

⁴ رضا صاحب أبو محمد، الاقتصاد الوضعي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص192.

5- **عدم التدخل الخارجي في مجال إنتاج السلعة:** ¹ في ظل هذه الظروف يعد المشروع واحد من بين عديد المشروعات التي تقوم بإنتاج نفس السلعة وبالتالي لا يكون للمشروع سياسة سعرية ولكن سياسة إنتاجية (لا يمكن التأثير في سعر السلعة السائد في الصناعة، وإنما يؤثر في حجم إنتاجه). وتعد حالة المنافسة الكاملة حالة نادرة الحدوث في الواقع العملي وتتنطبق إلى حد كبير على أسواق المنتجات الزراعية خاصة التقليدية منها مثل الحبوب والقطن.

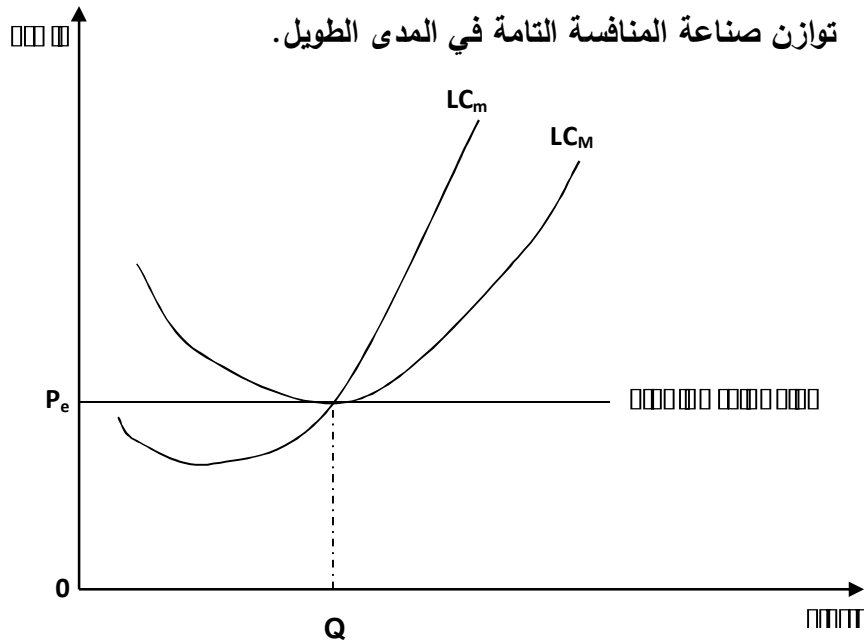
- توازن المؤسسة في سوق المنافسة الكاملة.

في ظروف المنافسة الكاملة يقبل المنتج سعر السلعة كحقيقة مسلم بها ، وعليه أن يحدد الكمية التي ينتجها على ضوء هذا السعر، وهذا السعر قد يكون أقل من تكلفة الإنتاج بالنسبة لمشروع معين وق يكون أكثر من تلك التكلفة بحيث انه يحمل المؤسسة خسارة في الحالة الأولى ويحقق له ربحا في الحالة الثانية، ويقال أن المنتج في حالة توازن إذا أنتج تلك الكمية التي تحقق له أقصى ربح ممكن أو تلحق به أدنى خسارة ممكنة تبعا لظروف السعر السائد في السوق وظروف الإنتاج في المؤسسة.² يتحقق توازن المؤسسة في المدى القصير عندما يكون الربح في أعلاه وعندما تكون المؤسسة حققت الإنتاج التوازني، حيث أن: الربح الكلي = الإيراد الكلي - التكاليف.

وبالإضافة إلى الخصائص السابقة، فسوق المنافسة التامة، يتميز بحرية الدخول و الخروج، إذ يمكن لأي منتج أو مستهلك، أن ينتج في الظروف نفسها لأولئك الذين يوجدون من قبل في هذه السوق، كما أن هذا الأخير يتميز بحرية تنقل عناصر الإنتاج. من الواضح أن تلك الخصائص تجعل حالة المنافسة التامة نادرة، والسعر في المنافسة التامة حقيقة مسلم به ويكون منحنى طلب لا نهائي المرونة، كما في الشكل(1-4).

يعني أن التغير في سعر السلعة سيؤدي إلى تغير طلب المستهلك عكسيا مع السعر بنسبة 100%، حيث إذا ارتفع سعر سلعة منتج ما، سينخفض طلب المستهلك على سلعة ذلك المنتج إلى الصفر، كما أن السعر يساوي الإيراد الحدي، ويعلل ذلك بأن المنتج إذا باع وحدة إضافية فإن الإيراد المتأتي من هذه الوحدة يكون معادلا لسعرها.

¹ علي عبد الوهاب نجا، النظرية الاقتصادية الجزئية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص347.
² طارق الحاج وفليح حسن، مرجع سابق، ص43.



وعن التوازن في سوق المنافسة التامة فقد تحقق المؤسسة ربح عادي، أو غير عادي، أو خسارة، وذلك في الأجل القصير، أما في الأجل الطويل فالمشاريع الخاسرة ستتوقف عن النشاط والمشاريع الباقية ستحقق جميعاً ربح عادي فقط¹، ذلك لأن الأرباح الاقتصادية في المنافسة التامة في الأجل القصير تدفع عدد كبير من المؤسسات للدخول في السوق طمعاً في هذه الأرباح، مما يؤدي إلى انخفاض السعر حتى تصل المؤسسة إلى حالة توازن وتحقق ربح عادي فقط.

يستمر السعر في الانخفاض نتيجة لزيادة العرض، ويستمر دخول منافسين جدد، حتى تتساوى الإيرادات مع التكاليف لكل المؤسسات، وبالتالي فالتوازن طويل الأمد لمؤسسة في سوق المنافسة التامة تساوي السعر مع التكلفة الحدية (في الأمدين القصير والبعيد)، وفي نفس الوقت تساويها مع التكلفة المتوسطة، لأن سلوك المؤسسات في وضعية تنافسية كاملة في الأمدين القصير والبعيد نفسه²، لكن الاختلاف بينهما يكمن فقط في مسألتين أساسيتين هما:³

¹ حسين العمر و آخرون، مقدمة في الاقتصاد الصناعي، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 2002، ص182.

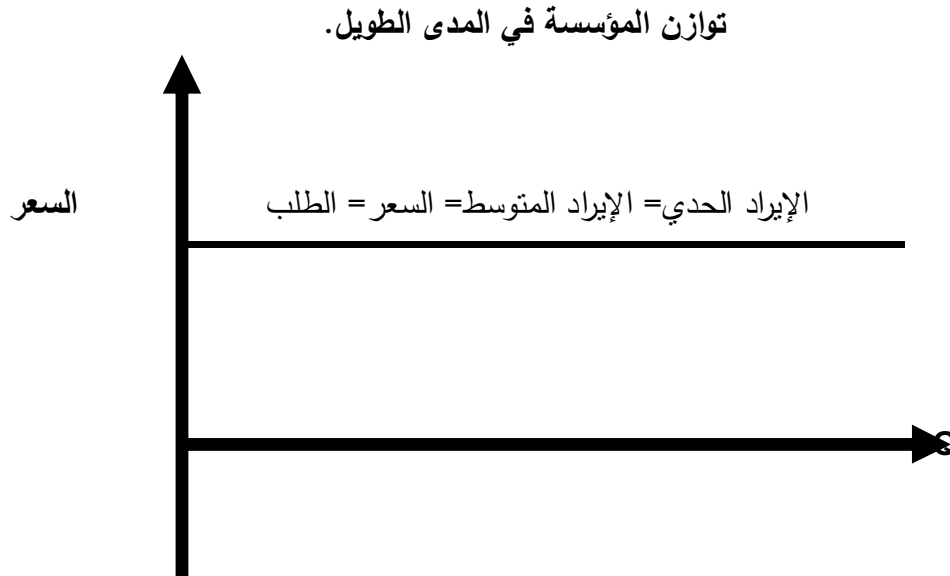
² Edwin Mansfield, Economie Managériale, De boeck université, Paris, 2002, p412.

³ محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 169.

- أن المشروع في المدى الطويل يمكن تغيير حجمه من طرف المؤسسة (طاقته الإنتاجية)، وهذا غير ممكن في المدى القصير .

- يمكن دخول مؤسسات جديدة إلى السوق في المدى الطويل أو خروج المؤسسات الخاسرة، وهذا غير ممكن في المدى القصير .

لذلك فمنحنى عرض الصناعة سوف يكون أكثر مرونة في المدى الطويل عما هو عليه في المدى القصير . ويتحدد السعر في سوق المنافسة الكاملة بتأثير العرض والطلب الكلي للسلع والخدمات، حيث لا يوجد تأثير لبائع واحد على الصناعة أي أنه لا يمكن لبائع واحد أو مستثمر واحد أن يفرض سعرا معيناً بل يفترض كل من المنتجين أو المشترين بأن السعر ثابت ومعطى في الأساس حيث أن المؤسسة لا يمكن أن تؤثر لوحدها على عمليات الإنتاج تجاه العدد الكبير من المنتجين وبالشكل الذي يجعله يؤثر على معدلات الأسعار، ولهذا يكون الطلب ثابتاً تقريباً ويساوي منحنى الأسعار وكذلك الإيراد الحدي والإيراد المتوسط، وهو نفسه شرط التوازن في المدى القصير، وذلك بسبب الثبات النسبي للسعر، ويمكن توضيح ذلك بيانياً في الشكل التالي:



وتحدد كمية الإنتاج المثلى عن طريق المقارنة بين السعر والإيراد الحدي والكلفة الحدية وعلى أساس ذلك يتم تحديد كميات الإنتاج حيث يفضل الحصول على أيراد أو سعر لكل وحدة لا يقل عن الكلفة الحدية وكلما زاد السعر أو الإيراد الحدي عن الكلفة الحدية لكل وحدة كلفة إضافية كلما ازدادت ربحية المنتج.

2- سوق المنافسة الاحتكارية:

يمكن القول أن سوق المنافسة الاحتكارية هي النموذج الأكثر شيوعا ومواجهة في الحياة الاقتصادية عالميا من النماذج الأخرى للسوق، حيث يمثل هذا النوع حالة الوسط بين نموذج الإحتكار التام ونموذج المنافسة التامة، فسوق المنافسة الاحتكارية وهي ثاني أشكال هيكل الصناعة من حيث المنافسة، وهي الأخرى تتمتع بمجموعة من الخصائص والشروط وهذا ما سنعرضه فيما يلي:

- تعريف المنافسة الاحتكارية:

يتضمن عمل نظرية المنافسة الاحتكارية في تحديد السعر والإنتاج في الأسواق التي يتوفر فيها عدد كبير من البائعين، حيث يختلف إنتاج كل منهم عن إنتاج منافسة تسود في الأسواق المنفردة وفي النشاطات الخدمية وبعض فروع التصنيع.¹

وعند توفر ظروف المنافسة الاحتكارية تصبح النوعية المعروضة والمعتمد عليها قادرة على منح صاحبها مركزا احتكاريا، عندما تباع إلى عملاء لا يحبذون شراء نوعية أخرى غيرها، ففي المنافسة الاحتكارية توجد إمكانية لنوع من تمييز المنتجات حتى ولو كان التمييز شكليا، وتستبعد المنافسة السعرية بين المؤسسات العاملة في هذا الشكل من الأسواق، حيث يمكن للمؤسسة تمييز منتجاتها عن المنافسين من خلال مختلف مداخل التمييز وبإمكانها الرفع في سعر منتجاتها المتميزة دون أن تفقد زبائنها.²

وعند دراسة سوق المنافسة الاحتكارية نلاحظ أن المؤسسة تحقق الربح الإعتيادي في الأمد الطويل وذلك بسبب خاصية حرية الدخول إلى السوق، والذي بدوره إلى إستنزاف الربح الإقتصادي الذي يتحقق في الأمد القصير والوصول إلى وضع الربح الإعتيادي في الأمد الطويل وذلك عند تساوي التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي وتحقق المؤسسة ربحا إعتياديا لأن سعر الوحدة الواحدة المباعة يعادل التكلفة المتوسطة للوحدة.³

- شروط المنافسة الاحتكارية:⁴

- وجود عدد كبير من المؤسسات: وهناك من يقول عدد ليس بالكبير وليس بالصغير من المؤسسات.
 - عدم تجانس المنتجات: فهي تتسم بالتمييز الظاهري، إضافة إلى وجود تنوع في المنتجات والخدمات، مع وجود بدائل مقاربة للسلعة الأصلية.
 - حرية الدخول إلى الصناعة أو الخروج منها: أي عدم وجود عوائق دخول وخروج ذات فعالية كبيرة.
- وبالإضافة إلى هذه الشروط يمكن ذكر بعض المضامين المتعلقة بإحتكار القلة وفق النقاط التالية:⁵

¹ منى الطائي، مرجع سابق، ص 103.

² محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 179.

³ منى الطائي، مرجع سابق، ص 103.

⁴ سكيبة بن حمود، مدخل لعلم الاقتصاد، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2008، ص 72.

⁵ منى الطائي، مرجع سابق، ص 95.

- منحني الطلب ضعيف المرونة.
- الإستخدام المكثف لوسائل الدعاية والإعلان مع ميزانية ترويج كبيرة.
- إتباع تشكيلة متنوعة من السياسات التنافسية (سعرية، إنتاجية، إعلانية وترويجية).
- **إيجابيات وسلبيات المنافسة الاحتكارية:** تتضمن المنافسة الاحتكارية العديد من الإيجابيات والسلبيات وخاصة عند مقارنتها مع الأسواق الأخرى، حيث من إيجابياتها¹:
 - يمكن أن تحقق المنافسة الاحتكارية استخداماً وإنتاجاً أكبر، قياساً بالاحتكار منحني التكلفة الحدية يقطع منحني الإيراد الحدي في مستوى من الاستخدام والإنتاج أكبر ولأن منحني الإيراد المتوسط يقطع منحني التكاليف المتوسطة في مستوى من الاستخدام والإنتاج أكبر وذلك لتكون انحدار كل من الإيراد الحدي والإيراد المتوسط أشد في حالة الاحتكار من انحدارهما في حالة المنافسة الاحتكارية.
 - المنافسة الاحتكارية يمكن أن تحقق كفاءة أكبر في الإنتاج بحكم التنافس بين العدد الكبير من المنتجين، وهو الأمر الذي يدفع إلى العمل على تخفيض التكلفة وتحسين النوعية حتى تمتلك قوة تنافسية في الصناعة تتيح لها جذب المستهلكين خاصة وأن منتجات الآخرين تعتبر بدائل قوية لإنتاج المنتج وهو بذلك يسعى لتوفير السلعة بأقل تكلفة وبأفضل نوعية.
 - نتيجة التنافس بين عدد كبير من المنتجين في المنافسة الاحتكارية تكون السلع بدائل قريبة وقوية لبعضها البعض، فإن السعر يكون أقل منه في حالة الاحتكار، لأن ارتفاع السعر يدفع مشتري السلعة إلى طلبها من المنتجين الآخرين وهو السعر الذي يؤدي إلى انخفاض السعر حتى يتم جذب المشتريين في حين أن المحتكر يعتمد في سيطرته على الصناعة في فرض سعر أعلى بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر من خلال تخفيض الإنتاج حتى يحقق أكبر قدر ممكن من الأرباح اعتماداً على قوته الاحتكارية وسيطرته على سوق السلعة لكونه المنتج الوحيد لها في الصناعة.
 - تتيح المنافسة الاحتكارية تنوع واسع في المنتجات حتى تلائم أذواق وميول ورغبات فئات معينة من المستهلكين وبما يتناسب مع فئات الدخل المتعددة في المجتمع، لأن تعدد أنواع المنتجات وتمايزها وتعدد أسعارها يتيح إمكانية الأخذ بالتنوع والتمايز في فئات المستهلكين والإنتاج.
 - وفيما يخص السلبيات فتمثل أساساً في²:
 - يتحقق الإنتاج في المنافسة الاحتكارية عند مستوى أقل من ذلك المستوى الذي يتحقق لهما في المنافسة التامة، لأن تقاطع الإيراد الحدي مع التكاليف الحدية وتقاطع الإيراد المتوسط مع التكاليف المتوسطة يتحقق

¹ فليح حسن خلف، الاقتصاد الجزئي، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص364.

² فليح حسن خلف، مرجع سابق، ص336.

عند مستوى من الاستخدام والإنتاج أقل مما هو عليه الحال في المنافسة التامة بسبب انحدار منحنى الإيراد الحدي والإيراد المتوسط في المنافسة الاحتكارية.

- السعر في المنافسة الاحتكارية يكون أكبر من السعر في المنافسة التامة بسبب التنافس بين العدد الكبير جدا من المنتجين ويكون المنتجات المتجانسة في المنافسة التامة والتي تجعل من وحدات السلعة التي ينتجها المنتج في الصناعة التامة، تعتبر بدائل تامة لمنتجات الآخرين.

- التنافس يكون أقل بسبب أن العدد ليس كبير جدا ولأن السلع ليست بدائل تامة في سوق المنافسة الاحتكارية الأمر الذي يجعل السعر أعلى في هذه الصناعة مقارنة بسوق المنافسة التامة.

- نوعية السلع ودرجة الكفاءة في سوق المنافسة الاحتكارية تكون أقل قياسا بالمنافسة التامة بسبب شدة المنافسة بين العدد الكبير من المنتجين ولكون السلع بدائل تامة في سوق المنافسة التامة، وبسبب العدد ليس كبير جدا و لأن السلع ليست بدائل تامة في سوق المنافسة الاحتكارية و هداما يجعل درجة كفاءتها أقل.

- يمكن أن تحمل المنافسة الاحتكارية المنتج والمستهلك وبالتالي المجتمع ككل أعباء مرتفعة ترتبط بالتكاليف الضخمة على الدعاية والإعلان ونشاطات التسويق والبيع وهذا ما يتضرر منه المستهلك والمجتمع وهذه التكاليف لا يوجد لها ما يبرر إنفاقها في المنافسة التامة.

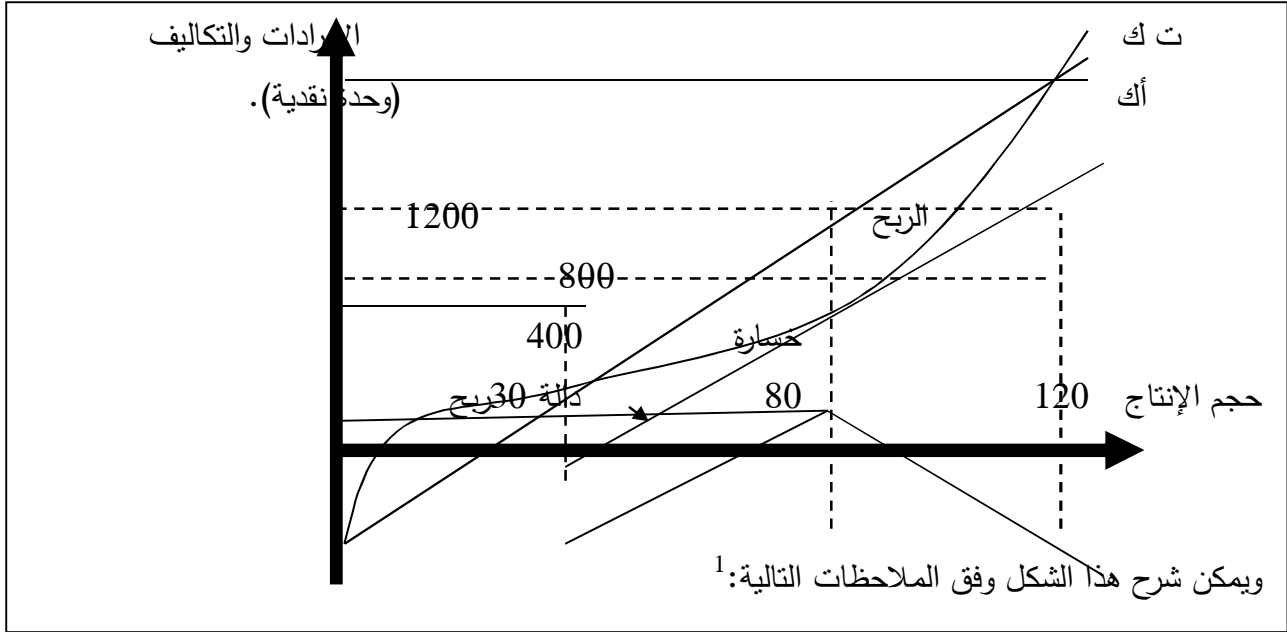
- يصعب على المستهلك في حالات كثيرة التمييز بين ما هو حقيقي وما هو غير حقيقي من الاختلاف والتمايز بين السلع التي يتم إنتاجها والتي يتم تسويقها من خلال الدعاية والإعلان ونشاطات البيع والتسويق في سوق المنافسة الاحتكارية.

- توازن المؤسسة في سوق المنافسة الاحتكارية:

1- توازن المؤسسة باستخدام المدخل الكلي: يتحدد وضع التوازن باستخدام المدخل الكلي ببيانها عندما يكون الفرق موجب بين الإيراد الكلي والتكاليف الكلية أكبر ما يمكن. ويتم التوصل إلى وضع التوازن عندما يتساوى ميل منحنى الإيراد الكلي مع ميل منحنى التكاليف الكلية وهي متزايدة بمعدل متزايد.

ويمكن توضيح ذلك من خلال التمثيل البياني التالي:

توازن المؤسسة باستخدام المدخل الكلي.



- منحني الإيراد الكلي في ظروف الاحتكار أو المنافسة الاحتكارية متزايد بمعدل متناقص كلما زادت كمية المبيعات.
- لا يختلف شكل منحني التكاليف في ظروف الاحتكار أو المنافسة الاحتكارية عن ظروف المنافسة الكاملة، على أساس أننا افترضنا أن المشروع غير المتنافس يشتري خدمات عناصر الإنتاج من سوق منافسة كاملة بأسعار ثابتة أو كلما افترضنا ثبات مستوى الفن الإنتاجي لذلك يكون منحني التكاليف الكلية متزايد بمعدل متناقص في البداية وبعد ذلك يزيد بمعدل متزايد.
- إذا كان حجم الإنتاج أقل من 30 وحدة وأكبر من 120 يحقق المشروع خسارة حيث يقل الإيراد الكلي عن التكاليف الكلية.
- إذا كان حجم الإنتاج يساوي 30 وحدة أو 120 وحدة يكون ربح المشروع = 0 حيث يتعادل الإيراد الكلي مع التكاليف الكلية.
- إذا كان حجم الإنتاج يتراوح بين 30 وحدة و 120 وحدة يحقق المشروع ربحاً، ويتم تعظيم الربح عند إنتاج 80 وحدة ويحقق المشروع أرباحاً قدره 400 وحدة نقدية حيث يساوي ميل منحني الإيراد الكلي مع ميل منحني التكاليف الكلية.

¹ السيد محمد أحمد السريتي، الاقتصاد الجزئي، ط1، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2009، ص 310.

- تصل دالة الربح إلى أقصاها عند النقطة "د" وذلك عند إنتاج 80 وحدة وتحقيق ربح قدره 400 وحدة نقدية.

2- توازن المؤسسة على المدى القصير: إن توازن المؤسسة في ظل المنافسة الاحتكارية يتطلب شروط صعبة قبل الخوض في تفاصيل التوازن والشروط الواجب توفرها في المنتج ضمن سوق الاحتكارية تظهر عموما في النقاط التالية¹:

- يستطيع كل منتج أن يؤثر على السعر الذي تباع به الوحدة من الإنتاج على الرغم من كثرة عدد المشروعات المنتمية إلى هذه الصناعة.

- منحني الطلب لا يكون كخط مستقيم يوازي المحور الأفقي أي كمنحني لا نهائي المرونة، لأنه سالب الميل (ينحدر من اليسار إلى اليمين ومن الأعلى إلى الأسفل) على إنتاج كل مشروع في هذه الصناعة كما هو الحال في منحني الطلب على إنتاج المحتكر وكذلك على إنتاج أية سلعة في سوق منافسة.

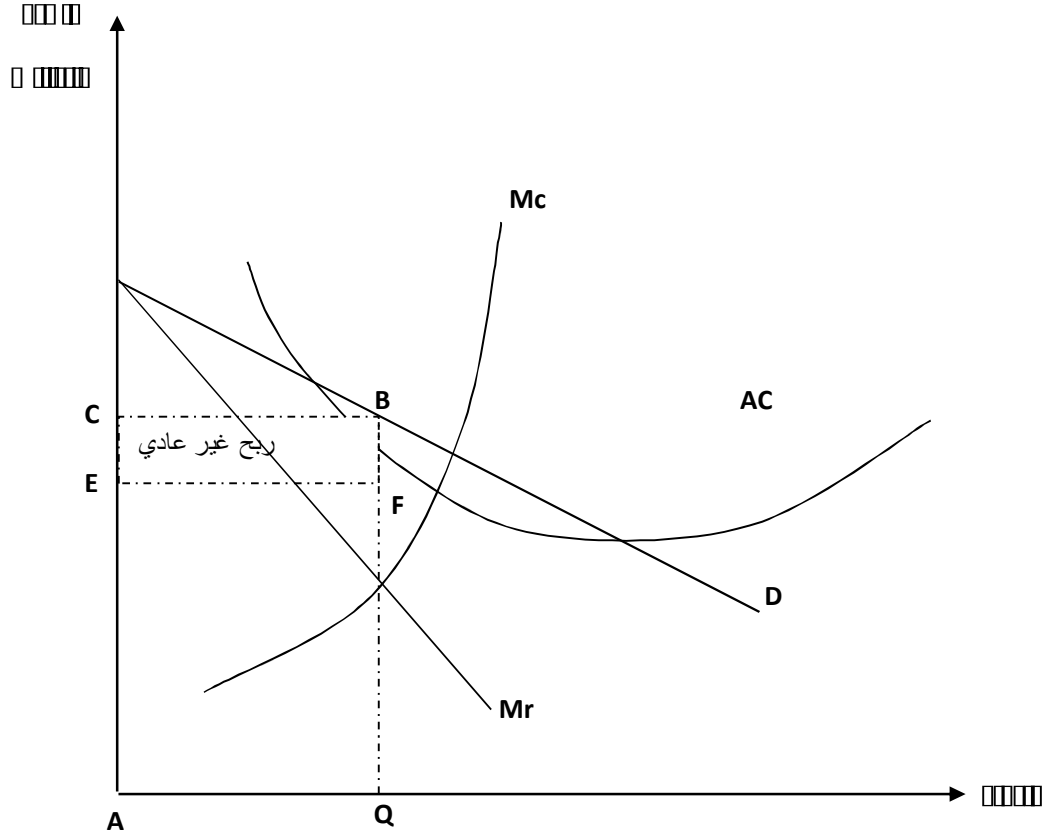
- التركيز على وجود اختلاف نسبي في وضعية منحني الطلب في الحالات الأخرى فبالنظر للمنافسة الشديدة الموجودة في سوق المنافسة الاحتكارية، فإن منحني الطلب على إنتاج أي مؤسسة تعمل فيها لا يكون شديد الانحدار كما في منحني الطلب في حالة الاحتكار التام، ويرجع السبب الرئيسي لهذا الاختلاف إلى نوعية المنافسة السائدة في الصناعة الأول تبرز من خلال إنتاج المشروعات المنتمية لها سلعا تكون بديلة لبعضها البعض.

- وينجم عن ما سبق: عدم رغبة أي مؤسسة بإجراء تخفيض أو زيادة في سعر بيع الوحدة من الإنتاج لديه، خوفا من ردود فعل المشروعات المنافسة في سوق المنافسة الاحتكارية بسبب كبر حجم مرونة الطلب على سلعته.

ويحدث توازن المؤسسة الإنتاجية في سوق المنافسة الاحتكارية في المدى القصير يتحدد عند كمية الإنتاج التي يتعادل عندها الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، ويمكن توضيح ذلك من خلال المنحني البياني التالي:

¹ نواف الرومي، مبادئ الاقتصاد الجزئي، مركز النشر الجامعي، تونس، 2003، ص 245.

توازن المؤسسة في سوق المنافسة الاحتكارية.



في الأمد القصير، تنتج المؤسسة الكمية التي يتحدد $MM=rc$ ، وتحقق المؤسسة ربحاً غير عادي، إذا كان $Ac < P$ ، والسعر المتبع في هذا النموذج، هو سعر احتكاري، كون $MP > c$ لتحقيق الأرباح، ذلك أنه إذا زاد المنتج مبيعاته بوحدة واحدة سوف ينخفض السعر ويزيد الإيراد الكلي، لكن هذه الزيادة تكون أقل من سعر الوحدة الإضافية، (يعني أن السعر يكون أكبر من الإيراد الحدي)، وتكون هذه الأرباح مدعاة لغيره من المنافسين أن ينافسوه في الأجل الطويل، لانهدام عوائق الدخول والخروج، فيضطر المنتج إلى تخفيض ثمن سعره حتى يقارب تكلفته الحدية، وكلما كانت المنافسة ضعيفة، كلما بقي السعر فترة طويلة أعلى من التكلفة الحدية.¹

من التمثيل البياني يظهر²:

1- في هذه الصناعة تظهر فيها علاقات مترابطة بين عدة متغيرات تفسرها المنحنيات الأربعة التالية:

¹ سعاد قوفي، مرجع سابق، ص 37.

² المرجع نفسه، ص ص 246، 247.

- منحني الطلب = D وهو يماثل أيضا منحني الإيراد المتوسط (Ar).
 - منحني الإيراد الحدي = Mr .
 - منحني التكلفة الحدية = Mc .
 - منحني متوسط التكلفة الكلية = Ac .
- 2- يتحدد سعر بيع الوحدة من السلعة لأي مشروع في سوق المنافسة الاحتكارية (س) والكمية التي تقوم بإنتاجها (ك) وعلى المدى القصير من خلال النقطة (هـ) والتي يعكس نقطة التقاطع لمنحني (ت ح) مع منحني (أح) وذلك عندما يمس الخط العمودي (ك و) الصاعد نحو منحني الطلب (ط ط) في نقطة (و) وهذا هو وضع التوازن للمشروع في هذه الصناعة.
- 3- يكون شكل منحني الطلب الذي يواجه أي مشروع في هذه الصناعة أشد انحدار عما هو الحال في شكل منحني ذاته على المدى الطويل.
- 4- تقاطع منحني متوسط التكلفة الكلية (م ت ك) مع الخط العمودي (ك و) فإن نقطة التقاطع (ج) تشكل إحدى الزوايا الأربع للمستطيل [ج و س د] ويعبر هذا المستطيل عن حجم الربح غير العادي الذي يحصل عليه المشروع المذكور، عندئذ يواجه كل مشروع في هذه الصناعة مايلي:
- تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة من السلعة = ك ج؛
 - مقدار التكلفة الكلية (ت ك) = المربع [م د ج ك]؛
 - مقدار الإيرادات الكلية (إ ك) = المربع [م س و ك]؛
- ربح غير عادي في المدى القصير = المستطيل [د س و ج].
- 5- والجدير بالذكر أن مستوى السعر (م س) في هذه الصناعة يعتبر أكبر من ذلك المستوى سعري الذي سيسود في هذه الصناعة على المدى الطويل.
- 6- ينبغي التركيز على حقيقة وجود أرباح غير عادية للمشروعات النامية في هذه الصناعة في المدى القصير فقط بينما لا يمكن استمرارها على المدى الطويل ويرجع ذلك إلى عدم وجود موانع أمام دخول منتجين جدد إلى صناعة السلعة المعنية تدريجياً، مما يؤدي على مر السنين إلى ظهور أنواع جديدة من هذه السلعة وزيادة المعروض منها إلى جانب زيادة الكمية المنتجة والمعرضة من النوعية الأصلية للسلعة ذاتها من قبل المشروعات القديمة.¹

¹ المرجع نفسه، ص 248.

3- سوق احتكار القلة: سوق إحتكار القلة هو شكل من أشكال الصناعة، هذا النوع يحتم على المؤسسات التعامل في شروط معينة وقد يحدث الإحتكار من جانبيين جانب المشتري كما قد يحدث من جانب البائعين.

- تعريف إحتكار القلة:

يقصد بإحتكار القلة قيام عدد قليل من المنتجين، بحيث ينتج كل منهم نسبة كبيرة من الناتج الكلي دون أن يتفقوا فيما بينهم على تحديد كمية الإنتاج أو سعر البيع¹، تتميز المنتجات بتجانسها وبأن إستراتيجية كل مؤسسة بالنسبة لعمليتي التسعير وتقرير حجم الإنتاج يتوقفان على ردود الفعل المتوقعة من قبل بقية المؤسسات المنافسة ضمن هذا الشكل من إحتكار القلة.

يحدث إحتكار القلة سواء من جانب البائعين أو من جانب المشتريين².

1- إحتكار القلة من جانب البائعين: يشترط في هذا النوع من الصناعة تعدد البائعين ولكن بصورة محدودة بحيث يكون لكل منهم دور هام في تحديد الكمية المعروضة أو المنتجة للسلعة محل البحث والتمن في الصناعة، حيث تمثل الكمية المعروضة من كل جانب جزء هام وأساسي من إجمالي الكمية المعروضة في الصناعة، ويترتب على ذلك أن كل بائع يضع في حسابه عند اتخاذ قراراته بشأن الكمية أو تحديد الثمن قرارات غير من البائعين للسلعة محل البحث، كما أن غيره من البائعين يأخذون في اعتبارهم قراراته.

يفترض في هذه الصناعة عدم التجانس التام بين وحدات السلعة محل البحث، فالسلعة وإن كانت تتماثل من حيث خصائصها الجوهرية تختلف في الغالب من حيث خصائصها الصورية أو الشكلية إما فيما يخص بالعلم التام بظروف الصناعة فيعتبر شرط واجب التحقيق من خلال البائعين للسلعة محل البحث، فإذا أراد أحد البائعين تخفيض ثمن السلعة وهو قادر على ذلك بحكم عدم التجانس بين وحدات السلعة من أجل جذب عدد أكبر من المستهلكين لهذه السلعة فإنه يعلم أن غيره من البائعين سيتخذون قراراتهم بشأن الثمن والكمية المعروضة على ضوء ما اتخذه من قراراته ومن ثم سيخفضون الثمن بدورهم، فكل بائع يتصرف على أساس أن لتصرفاته أثرا على تصرفات غيره من البائعين³.

إضافة إلى ذلك فإن شرط حرية الدخول والخروج من الصناعة متحقق ولكن بصورة محددة جدا بسبب

العوائق القانونية والمادية التي قد يستطيع القلة تجاوزها والدخول في مجال الإنتاج.

2- إحتكار القلة من جانب المشتريين: تتميز هذه الصناعة بتعدد المشتريين للسلعة، ومن ثم يكون لكل منهم دور في تحديد كل من الكميات المطلوبة من السلعة وأثمانها، تعتبر الكمية المطلوبة من كل مشتر جزء هام من إجمالي الطلب الكلي عليها، ويترتب على ذلك أن كل مشتر يتخذ قرارات فيما يتعلق بالكمية المطلوبة أو

¹ فواز واضح، دور تحليل بيئة الصناعة والمحيط الداخلي في تحديد الخيارات الإستراتيجية للمؤسسة الاقتصادية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2011، ص 15.

² رشيدة بن الديب، نادية شطاب عباس، اقتصاد جزئي، ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 316.

³ سوزي علي ناشد، الاقتصاد السياسي، النظريات الاقتصادية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009، ص 244.

التمن واضعا في إعتباره قرارات غيره من المشتريين، بل ويفترض أن غيره من المشتريين يتصرفون على نفس الأساس آخذين في اعتبارهم ما يتخذه هو من قرارات، وهذا يتطلب أن يكون كل مشتري على علم بظروف الصناعة بحيث يعرف كل منهم على نحو دقيق الكميات المطلوبة في الصناعة، وأثمان السلعة وتغيراتها سواء بالارتفاع أو الانخفاض¹.

- خصائص وأنواع سوق (صناعة) إحتكار القلة:

1- **خصائص إحتكار القلة:** تكون خصائص هذه الصناعة مزيجا من سوق الإحتكار وسوق المنافسة،

ولكنها أقرب في خصائصها إلى سوق الإحتكار²، من ضمن أهم خصائص إحتكار القلة ما يلي:³

- تتصف صناعات إحتكار القلة بوجود عقبات كبيرة في طريق دخول أو خروج الوحدات الاقتصادية الجديدة أو القائمة في الصناعة، أي أن الدخول أو الخروج منها ليس سهلا، ويرجع ذلك إلى أن الإستثمارات المطلوبة لمثل هذه الصناعات تعد ضخمة بحيث لا يقدر الكثير على توفيرها، كما أن حجم الإنتاج الكبير الذي تنتجه المؤسسات القائمة لتغطية إحتياجات السوق يجعلها تتمتع بوفورات الحجم، مما يعد عائقا أمام الراغبين الجدد في الخول للصناعة⁴.
- وجود عدد قليل من المؤسسات أي أن عدد المؤسسات المنتجة في هذه الأسواق لا يتجاوز الأربع مؤسسات مما يعني استحوذ كل مؤسسة من هذه المؤسسات على نصيب كبير من حصة الصناعة.

- إتباع سياسة التمييز السعوي، حيث تظهر بشكل واضح أكثر منها في المنافسة الإحتكارية.
- لا يوجد اتفاق بين المنتجين على الكميات التي سيتم إنتاجها أو تحديد أسعار بيعها، كما يمكن أن يكون هناك اتفاق ضمني مسبق بين المؤسسات المحتكرة حول تحديد السعر والكميات المعروضة لكل مؤسسة.

- لا يستطيع أحد المنتجين أن يؤثر في تغيير السعر أو الكمية المعروضة من السلعة.

- يمكن أن تكون السلع متجانسة أو غير متجانسة في هذه الصناعة.

2- أنواع إحتكار القلة: هناك نوعين أساسيين من إحتكار القلة وهما⁵:

¹ المرجع نفسه، ص 245.

² نداء محمد الصوص، الإقتصاد الإداري، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 165.

³ محمود حسين الوادي وآخرون، الأساس في علم الاقتصاد، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 185.

⁴ محمود حسين الوادي وآخرون، الإقتصاد الإداري، مرجع سابق، ص 190.

⁵ محمد صفوت قابل، الإقتصاد الجزئي، جامعة المنوفية، مصر، 2009، ص 436.

- **إحتكار القلة التام:** ويتصف هذا النوع بتتشابه السلعة التي تنتجها المؤسسة مع السلع التي تنتجها باقي المؤسسات الأخرى في الصناعة، أي أن السلع تكون متجانسة إلى حد بعيد، ومثال ذلك صناعة الإسمنت، الحديد والصلب... الخ.

- **احتكار القلة المتميز:** في هذه الحالة تحمل المؤسسات منتجاتها من المواصفات ما يميزها عن منتجات باقي المؤسسات الأخرى، وهذه الاختلافات قد تكون في التغليف أو الضمان، ومثال ذلك صناعة السيارات وأجهزة التكييف حيث يمكن أن يعطي إحدى المؤسسات فترة ضمان أطول من باقي المؤسسات الأخرى المنافسة في الصناعة.

- توازن المؤسسة في إحتكار القلة:¹

تتميز هذه الصناعة بوجود ما يعرف بمنحنى الطلب المنكسر، وتوازن المؤسسة في إحتكار القلة عندما يتساوى الإيراد الحدي مع التكاليف الحدية، وفي بعض الحالات يتكون السعر التوازني في سوق إحتكار القلة، عند نقطة انكسار منحنى الطلب فنظرا للظروف الصعبة التي تواجه المنتج في سوق إحتكار القلة نتيجة لعدم التأكد نجد منحنى الطلب (الإيراد المتوسط) في هذا الصناعة ينحدر من الأعلى إلى الأسفل، لكن ليس باتجاه واحد ومعروف ولكن يواجه مجموعة من منتجات الطلب يمثل كل منهما احتمالا معين، أو ردود فعل معينة من جانب المنتجين الآخرين، والملاحظ أن الكمية المباعة تزيد عند انخفاض السعر والعكس في حالة إرتفاع السعر، ومع ذلك فإن المنتج لا يمكنه تحديد الزيادة المتوقعة في مبيعاته إذا عمد إلى تخفيض السعر لأن الأمر يتوقف على ردود فعل الآخرين، ويظهر الطلب المنكسر عادة تحت ظروف معينة تتعلق بالصناعة والمؤسسات التي تعمل فيها ومن هذه الظروف مايلي:²

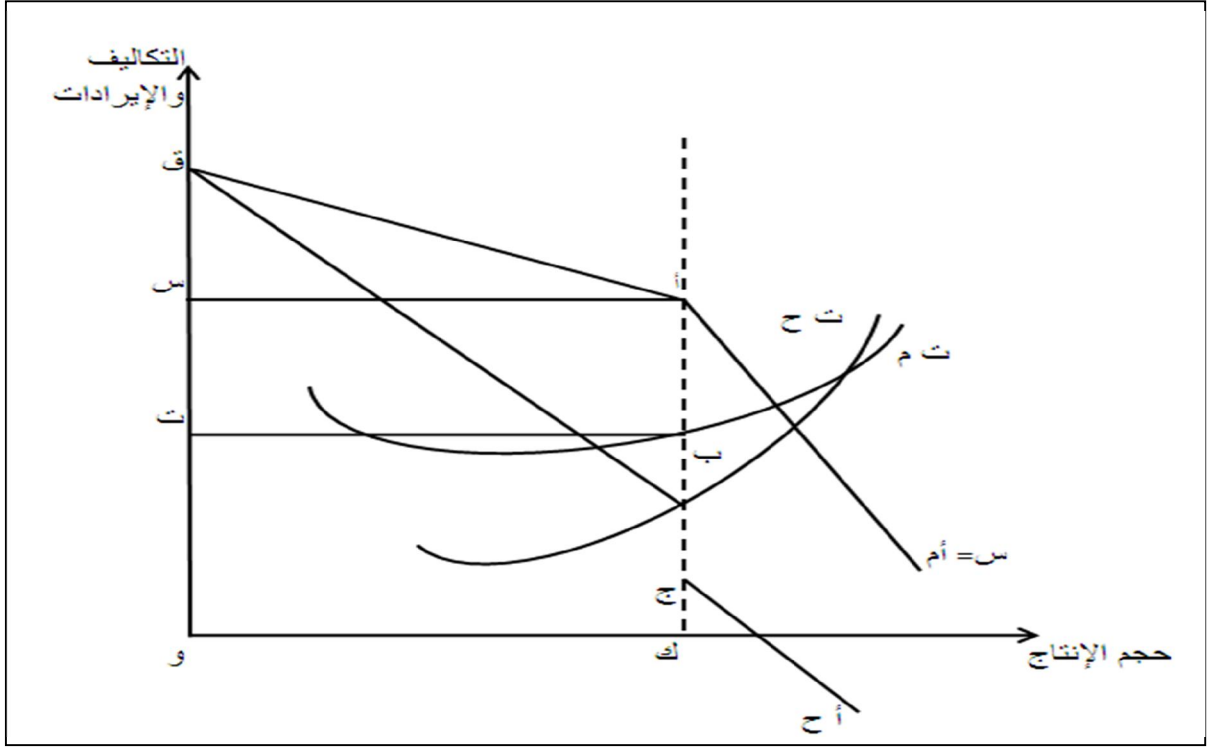
1- إذا قامت إحدى المؤسسات بخفض السعر فإن المؤسسات الأخرى تتبعها في ذلك أو أنها تخفض السعر بنسبة أكبر، وذلك للحفاظ على حصتها في الصناعة.

3- إذا قامت إحدى المؤسسات برفع السعر فإن المؤسسات الأخرى لا تتبعها في ذلك، وفي هذه الحالة سوف يتحول زبائن المؤسسة التي رفعت سعرها إلى المؤسسات الأخرى المنافسة لها، مما يؤدي إلى انخفاض حصة المؤسسة في الصناعة، وتحت هذه الظروف فإن المؤسسة سوف تواجه منحنى طلب منكسر، ويمكن توضيح ذلك بيانيا كالتالي:

¹ محمود حسين الوادي وكاظم جاسم العيسوي، الاقتصاد الجزئي، ط4، تحليل نظري وتطبيقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص 282، 283.

² محمود حسين الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 195.

توازن المؤسسة في سوق إحتكار القلة.



لو افترضنا أن هناك 3 مؤسسات في الصناعة وكان السعر السائد في الصناعة هو (س) فلو أرادت إحدى المؤسسات أن ترفع سعرها أعلى من السعر (س) فلاشك أن مبيعاتها سوف تنخفض خاصة إذا لم تتبعها المؤسسات الأخرى حيث سيتحول الزبائن إلى منتجات المؤسسات الأخرى.¹

ونظرا لانكسار منحنى الطلب (الإيراد المتوسط) (أ م) عند النقطة أ، فإن ذلك يؤدي إلى حدوث فجوة رأسية في منحنى الإيراد الحدي (أ ح) بين النقطتين (ب، ج). ويرجع سبب الانكسار في منحنى الإيراد المتوسط (الطلب) عند النقطة (أ) إلى ردود فعل المنتجين الآخرين، أما سبب عدم الاتصال في منحنى الإيراد الحدي نتيجة لانكسار منحنى الطلب، حيث المنتج ذو الطلب المرن إذا ارتفع سعر سلعته فهذا يؤدي إلى انخفاض الإيراد الكلي، حيث تقل الكمية المطلوبة بنسبة أكبر من ارتفاع السعر، أما المنتجين الآخرين يتبعونه في ذلك والطلب على سلعتهم يصبح أقل مرونة مما يؤدي إلى زيادة إيرادهم بسبب عدم قيامها برفع سعر سلعتهم هذا يؤدي إلى انسحاب زبائن المؤسسة التي رفعت سعرها.

وخلاصة القول أن توازن المؤسسة في سوق إحتكار القلة يتحقق عند تساوي الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، وتحقق المؤسسة ربحا اقتصاديا يتمثل بمساحة المستطيل (أ س ب ت) في الرسم البياني السابق.

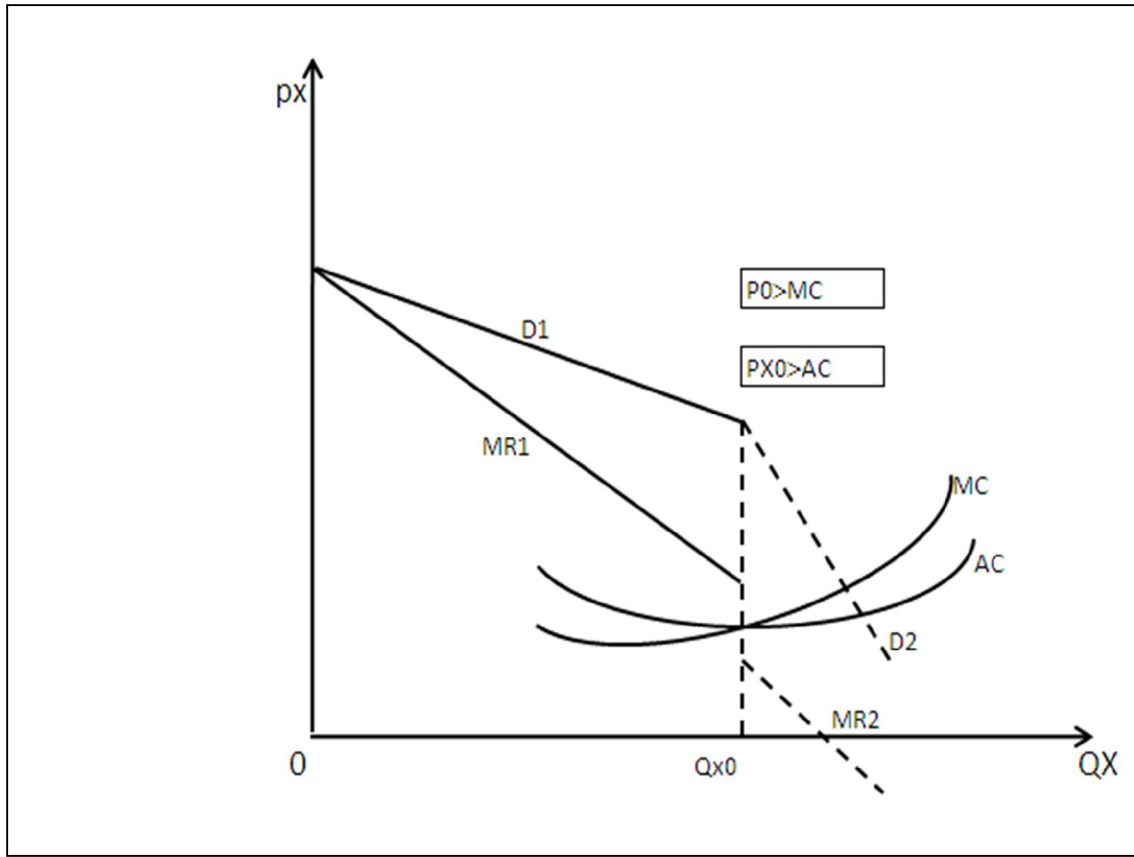
¹ إسماعيل يونس يامين وآخرون، الإقتصاد الإداري، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 195.

أما إذا حصل التقاطع بين منحنى الإيراد الحدي والتكلفة الحدية في الجزء الأعلى من منحنى الإيراد الحدي وقبل نقطة القطع بين النقطتين (ك، ب) أو في الجزء الثاني من منحنى الإيراد الحدي وبعد النقطة ج فإنه إذا حصل التقاطع في الجزء الأول وقبل انقطاع منحنى الإيراد الحدي فإن رفع السعر سوف يؤدي إلى تقليل المبيعات وانخفاض حجم الإنتاج وارتفاع التكاليف مما يزيد من الفجوة بين سعر المنتج الذي يرفع سعره وبين المنتجين الآخرين، وهذا يعني أن المؤسسة التي قامت برفع سعرها قد تواجه خسارة أو تقليص الأرباح مما يؤدي إلى زيادة مبيعات وإيرادات وأرباح المؤسسة الأخرى، وإذا حدث التقاطع في الجزء الثاني بعد النقطة (ج) فهذا يعني انخفاض مستوى التكاليف وارتفاع حجم الإنتاج وتدني السعر مما يجعل الأسعار المنخفضة تدفع بالمنتجين الآخرين نحو الاتفاق بينهم، لأن الطلب في الجزء الثاني يكون عالي المرونة، فأي انخفاض في السعر سوف يؤدي إلى زيادة المبيعات والإيرادات بنسبة أكبر، وبسبب الخوف من انهيار الأسعار فإذا ما تسارع المنتجون للتخفيض فإن ذلك يدفعهم إلى الاتفاق فيما بينهم سواء حول الأسعار أو الإنتاج بما يحقق مصلحة الجميع.

- **الربح في احتكار القلة:** بغض النظر عن عملية إتخاذ القرار في هذه الصناعة، ونظرا لخصائص سوق احتكار القلة فإن هذه السوق أو الصناعة تحقق الربح الإقتصادي، والذي يحدث عندما يكون سعر البيع أكبر من التكلفة المتوسطة للوحدة أي ($P > AC$)، وتجدر الإشارة هنا مستوى الربح لا يعتمد على مستوى الأسعار لأنها ثابتة نسبيا، بل هو مرتبط بالتكاليف، فإذا إنخفضت التكاليف وبقي السعر ثابتا فإن الربح سوف يرتفع، ولكن إذا زادت التكاليف وبقي السعر ثابتا فإن الربح سينخفض تباعا، ومن أهم النماذج الإقتصادية التي تناولت تحليل قرارات المتنافسين سعيا منهم لتعظيم الربح وكسب المزيد من الحصص السوقية نجد نموذج "سويزي" "sweezy" الذي ذهب في تحليله إلى نتيجة مفادها وجود تداخلات بين المؤسسات الكبيرة تؤدي إلى جمود الأسعار في هذه الصناعة (ثبات الأسعار) بحيث لن تستفيد المؤسسات من أية سياسة سعرية، وهو ما يجعل تعظيم الأرباح مرتبط بتدنية تكاليف كل مؤسسة، وهناك نموذج آخر مرتبط "بالتواطؤ أو الإتفاق" حيث تتخذ القرارات بالإتفاق أو الإجماع بخصوص الإنتاج والسعر، كما يمكن أن تتخذ قرارات بتوزيع الأرباح أيضا، وهذا بغض النظر عن السياسات السعرية المتبعة في الصناعة¹، وعموما يمكن توضيح حالة تحقيق الربح وفق الشكل الموالي:

¹ منى الطائي، مرجع سابق، ص ص 116، 123.

حالة تحقيق الربح في إحتكار القلة.



نلاحظ من خلال الشكل أن منحنى الإيراد الحدي (MR) ذي جزئين، وأن الجزء العلوي (MR1)، راجع إلى (D1) وهو يقع في أسفله إلى حد الكمية (Qx0)، بعدها فإن (MR2) راجع إلى (D2) فالإيراد الحدي أيضا يتبع الطلب المماثل له ويصبح غير متصل بجزئيه بسبب إنكسار منحنى الطلب نفسه مما يشكل فراغا، ويكون مقدار الربح المتوسط مقدرا بالفارق بين سعر البيع (px0) والتكلفة المتوسطة (AC)¹.

4- سوق الاحتكار التام: في سوق الإحتكار التام توجد مؤسسة واحدة تحتكر إنتاج وبيع السلعة، بحيث تشبع هذه السلعة حاجة معينة لا يمكن لأي سلعة أخرى تلبية بطريقتة تامة وكلية، لذلك يسود سعر واحد فقط تحدده المؤسسة المحتكرة، وذلك تبعا لظروف الطلب ومرونته، وبخصوص تحديد السعر فإن المؤسسة المحتكرة تحدد السعر الذي يحقق لها أعظم ربح ممكن.²

- تعريف الاحتكار التام: الإحتكار هو نقيض التنافس ومعناه الحرفي: "وجود بائع واحد بمفرده"، وتعتبر الصناعة في حالة الاحتكار إذا تفرد شخص أو هيئة بإنتاج سلعة أو خدمة معينة على أن يختلف إنتاجه

¹ المرجع نفسه، ص 120.

² نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص 180.

اختلافاً كلياً عن إنتاج بقية المشاريع، وكانت هناك بعض العوائق تحول دون تمكن مشاريع أخرى من الدخول إلى هذه الصناعة.

كلما كانت سيطرة المنتج على عرض السلعة أمكنه التأثير على سعرها وكانت الحالة أقرب إلى الاحتكار¹. وكما أسلفنا فإن سوق الإحتكار التام يضم بائع واحد للسلعة، وهو الذي يتحكم في السعر من خلال تحكمه في الإنتاج والكمية المعروضة منه، حيث قد تنتج المؤسسة كمية كبيرة من السلعة والمفروض في هذه الحالة أن يزداد العرض من السلعة، وما يترتب على ذلك من انخفاض السعر، لكن هذا الانخفاض لا يتماشى مع هدف المحتكر الذي يتمثل في الحصول على أقصى ربح ممكن، لذا نجده حتى لو أنتج كمية كبيرة بهدف تخفيض تكلفة الوحدة المنتجة، فإنه لا يعرض كل انتجه في السوق مرة واحدة، وإنما يعرضه بالشكل الذي يكون فيه دائماً الطلب أكثر من العرض وذلك من أجل زيادة السعر والحصول على مزيد من الأرباح.²

- **خصائص سوق الاحتكار التام:** لسوق احتكار القلة عدة خصائص تميزه عن غيره من الأسواق الأخرى وهذه الخصائص نوجزها فيما يلي³:

1- **منتج أو بائع وحيد:** وجود مؤسسة واحدة ووحيدة تعمل في هذه الصناعة، وبالتالي فإن سوق الاحتكار التام يمثل صناعة ذات منشأة واحدة، بمعنى أن المؤسسة تكون مرادف للصناعة كمثال ذلك: صناعة خدمات الاتصالات التليفونية المحلية.

2- **تجانس المنتج مع عدم وجود بديل كامل له:** بما أن المؤسسة المحتكرة هي التي تمد الصناعة بكل المعروض من هذا المنتج فإنها تكون بحاجة للتمييز في الطبيعة الفنية لمنتجاتها، ومن ثمة فهي تنتج متجانس كما كان المنتج الذي ينتجه المحتكر منتج فريد لا يوجد له بديل كامل في الصناعة، ومن ثمة لا يوجد أمام المستهلك خيار إلا أن يشتري هذا المنتج أو الاستغناء عنه مؤقتاً، ولكنه سوف يعود إليه طالما استمر هذا الوضع الاحتكاري.

3- **انعدام حرية إنتقال عناصر الإنتاج:** لا يوجد حرية دخول منشآت جديدة للصناعة وهناك موانع تحول من دخول منتجين جدد للصناعة منها ضخامة الإستثمارات والقيود الحكومية ووفرات الحجم وملكية المواد الخام، ووفرات الشهرة المتولدة عن أسبقية التواجد والسيطرة على الصناعة.

4- **المعرفة التامة بظروف الصناعة:** تكون لدى المنتج الوحيد المحتكر للسوق المعلومات الكاملة حول جميع العوامل التي تؤثر في تلك الصناعة من معرفة تكنولوجية وفنية إلى مصادر توريد المدخلات ...،

¹ طارق الحاج وفليح حسن، الاقتصاد الإداري، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 46.

² رضا صاحب أبوحمد، مرجع سابق، ص 196.

³ طلعت الدمرداش، مرجع سابق، ص ص 262، 263.

ويستعمل المنتج المحتكر باستمرار على جلب تلك المعلومات عن الآخرين وهو يعد بدوره أحد العوامل المانعة لدخول منتجين جدد إلى الصناعة.

وهذا يعني أنه في سوق الإحتكار التام والذي يمثل نظرية ليس لها وجود في الحياة العملية إلا في حالات نادرة جداً، يلاحظ خاصة في العقود الأخيرة أنه حتى الدول الرأسمالية أخذت تفرض قيوداً مشددة من أجل منع الإحتكار، نظراً لما يلحقه من أضرار فادحة بالإقتصاد والمواطن، ولكن مع ذلك فقد يظهر الإحتكار التام في بعض المجالات وخاصة في مجال الخدمات العامة (كخدمات توزيع الطاقة أو الهاتف أو المياه) وبعض المرافق (كخدمات السكة الحديدية أو النقل الجوي).¹

ومجمل هذه الخصائص يترتب عليها أن يمارس المحتكر تأثير وسيطرة كبيرة على السعر لأن العارض الوحيد يستطيع تغيير السعر مباشرة أو تغييره بأسلوب غير مباشر عن طريق تغيير الكمية المعروضة طالما كان تغيير السعر في مصلحته.

- أسباب الإحتكار التام: من أسباب الإحتكار التام نذكر:²

- احتكار المؤسسة لإنتاج سلعة بسبب احتكار مادة أولية تدخل في إنتاج هذه السلعة.

- احتكار المؤسسة لإنتاج سلعة معينة نتيجة براءة الاختراع التي تملكها (احتكار إنتاج).

- احتكار التجارة الخارجية لحماية الإنتاج الوطني.

- الاحتكار رغبة في تحقيق الوفورات الاقتصادية.

- توازن المؤسسة في سوق الإحتكار التام:

1- التوازن في المدى القصير³: بما أن منحنى طلب الصناعة منحنى طلب المحتكر، حيث يمكن تمثيل الإيراد الكلي للمحتكر بالعلاقة:

$$R = R'(x) = Px \quad \text{فإذا أخذت دالة تكلفة المحتكر الشكل:} \quad C = c(x)$$

فيمكن كتابة دالة الربح كما يلي: $\pi = R(x) - C(x)$

حيث أن: الشرط الأول لتعظيم دالة الربح هو: $\frac{D\pi}{Dx} = R'(x) - C'(x) = 0$

$$R'(x) = C'(x) \dots\dots\dots (1)$$

ويتحقق توازن المحتكر عند تعادل الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية.

أما الشرط الثاني فيحدد ب: $d^2\pi/d^2x = R''(x) - C''(x) < 0$

$$R''(x) < C''(x) \dots\dots\dots (2) \quad \text{ومنه:}^4$$

¹ رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق، ص 196.

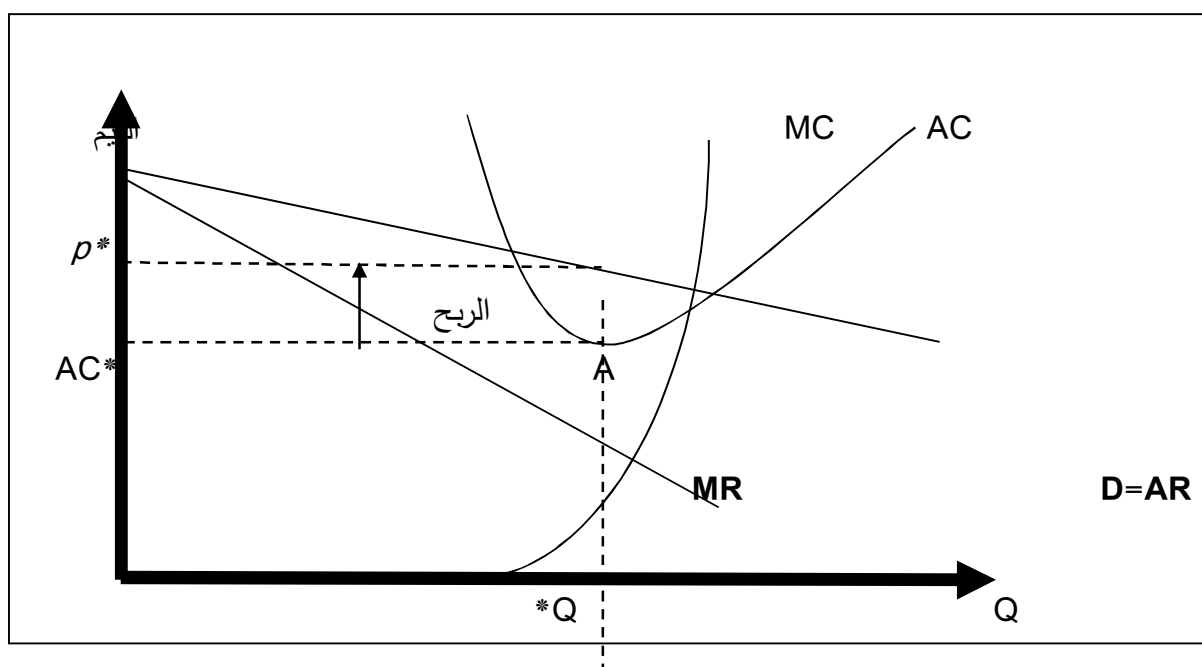
² كساب علي، النظرية الاقتصادية، "التحليل الجزئي"، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص ص 262، 263.

³ عمر صخري، مرجع سابق، ص 103.

⁴ عمر صخري، مبادئ الاقتصاد الجزئي والوحدوي، ط8، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 103.

تبين العلاقة (2) أن توازن المحتكر يشترط أن يكون معدل التغير في الإيراد الحدي أقل من معدل التغير في التكلفة الحدية أي ميل منحنى التكلفة الحدية يكون أعلى من ميل منحنى الإيراد الحدي. يتحقق هذا الشرط في الحالة العادية التي يكون فيها الإيراد الحدي متناقص والتكلفة الحدية متزايدة، وبالتالي ينتج المحتكر عندما يكون الإيراد الحدي موجب، حيث يكون الطلب مرناً أي تكون مرونة منحنى الطلب أكبر من الواحد، ويمكن توضيح ذلك بيانياً كما يلي:

التوازن في المدى القصير.



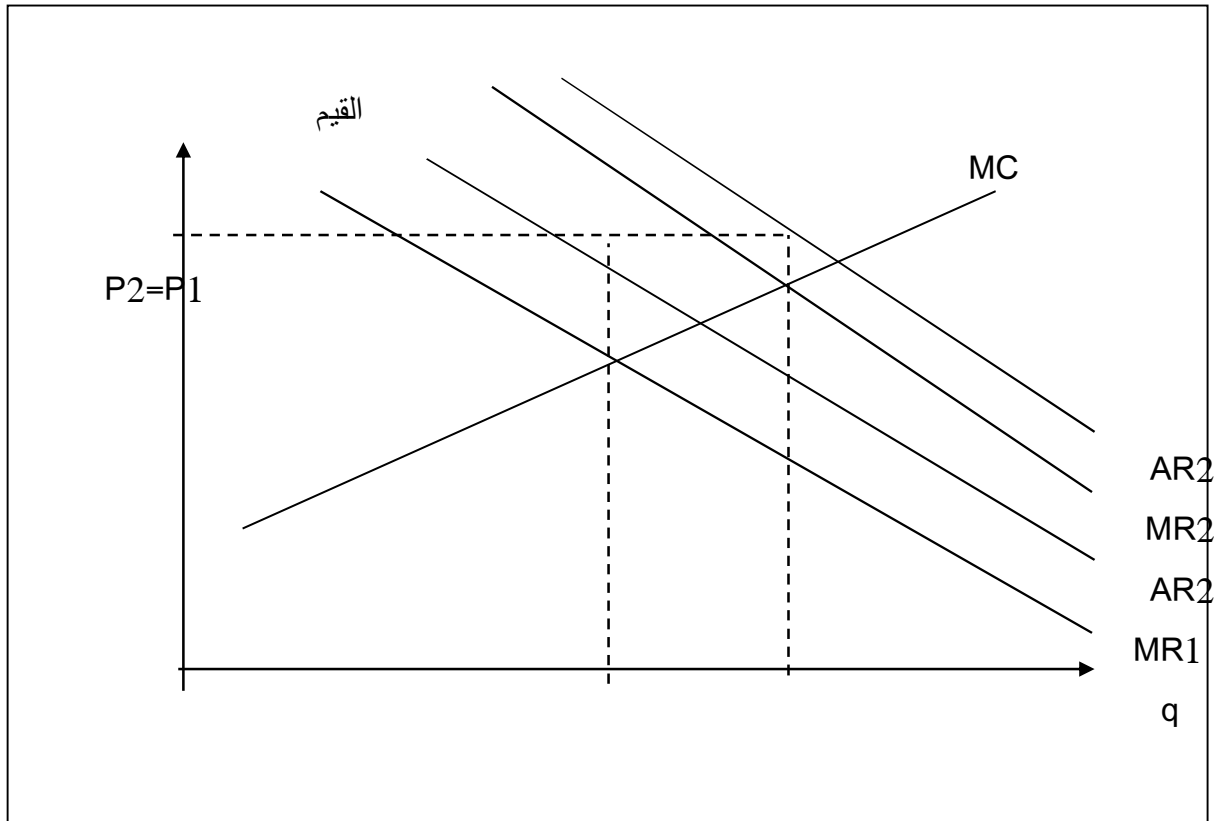
من الشكل أعلاه نلاحظ¹:

- أن المنحنى (D) هو منحنى الطلب الذي يواجهه المحتكر، وهو في نفس الوقت منحنى الإيراد المتوسط (AR)، المنحنى (MR) هو منحنى الإيراد الحدي وهو يقع أسفل منحنى الإيراد المتوسط.
- المنحنى (AC) هو منحنى متوسط التكلفة الحدية، أما منحنى (MC) فهو منحنى التكلفة الحدية، وتمثل نقطة التقاطع بين منحنى الإيراد الحدي مع منحنى التكلفة الحدية نقطة توازن المحتكر، ويتحدد حجم الإنتاج عند التوازن بـ Q^* أما السعر عند هذا الحجم من الإنتاج فهو P^* ، أما الربح الذي سيحصل عليه المحتكر فهو: $\pi = (P^* - AC^*)Q^*$

¹ فتحي أحمد دياب عواد، مقدمة في الاقتصاد الجزئي المعاصر، ط 1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص ص 221-223.

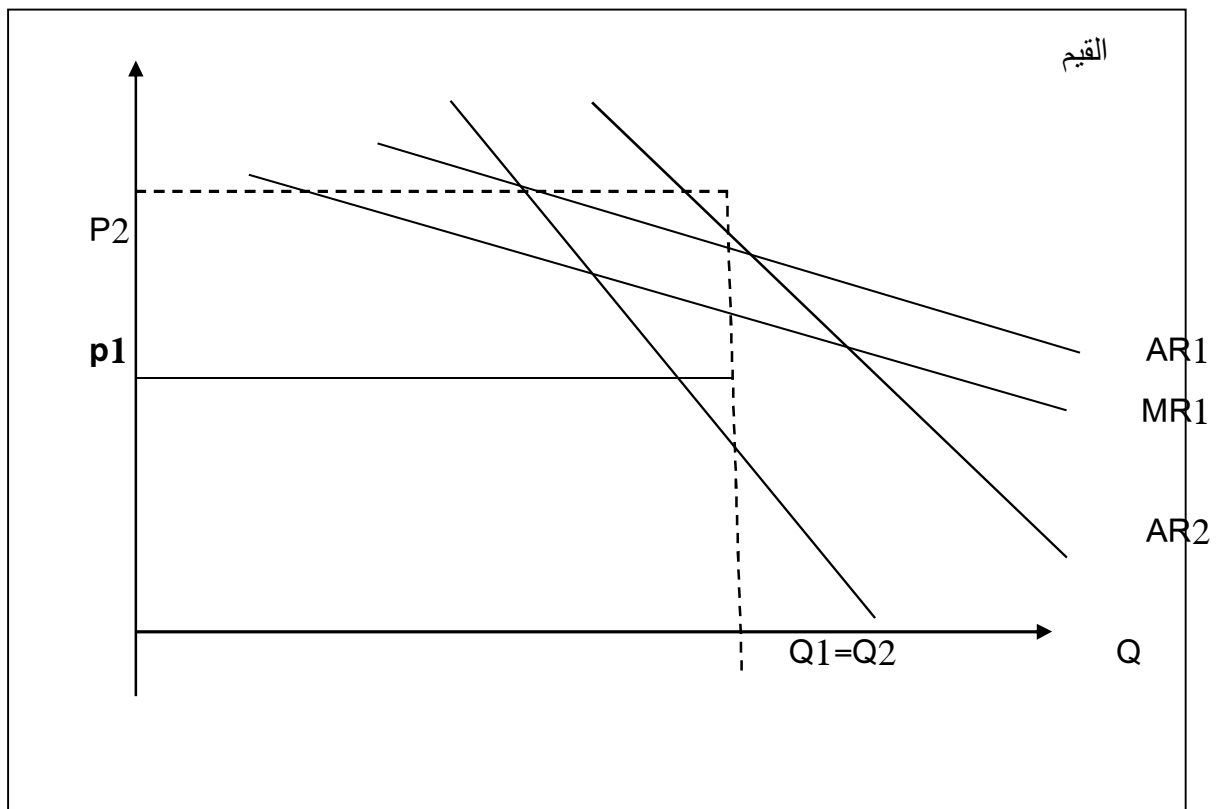
- إذا أنتج كمية أقل يزيد الإيراد الحدي عن التكلفة الحدية، و بذلك يستطيع أن يضيف لإيراداته مبلغ أكبر مما يضيفه لتكاليفه لو أنتج بكمية أكبر وهكذا حتى يحصل على أقصى فائض ممكن عندما ينتج تلك الكمية التي يتعادل عندها الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية.
- هذا الفائض الذي يحققه المحتكر يحتوي على عنصرين:
 - عنصر يغطي التكاليف الثابتة.
 - العنصر الآخر هو الربح الذي يزيد عن الربح العادي.
- يتمتع المحتكر بربح فوق العادي (ربح إحتكاري)، في الفترة القصيرة أو الطويلة على حد سواء ذلك لعدم تمكن مؤسسات جديدة من الدخول إلى الصناعة لمنافسته في منتوجه، عكس الصناعة التنافسية أين تحصل المؤسسة على الربح فوق العادي في الفترة القصيرة فقط.
- وسنوضح أنه لا يوجد منحني عرض للمحتكر وذلك لعدم وجود علاقة وحيدة بين السعر والكمية المنتجة، أي أنه لا يمكن للمحتكر بيع مستويات مختلفة من الإنتاج بنفس السعر، والشكل التالي يوضح ذلك:

العلاقة بين السعر والكمية المنتجة في سوق الاحتكار التام.



حيث أن: $AR1$ و $MR1$ يمثلان الإيراد المتوسط والإيراد الحدي على التوالي في الصناعة (1).
و $AR2$ و $MR2$ يمثلان الإيراد المتوسط والإيراد الحدي على التوالي في الصناعة (2).
أما الشكل التالي فيوضح الحالة التي يكون فيها الإيراد الحدي (AR) ومنحنى الإيراد المتوسط (MR) أقل مرونة وهنا المؤسسة المحتكرة ستفرض أسعار مختلفة ($P1$ و $P2$) لنفس الإنتاج، أو بشكل عام للمؤسسة المحتكرة نوع من السيطرة على الصناعة، ومن الصعب جدا معرفة ما ستعرضه هذه المؤسسة¹.

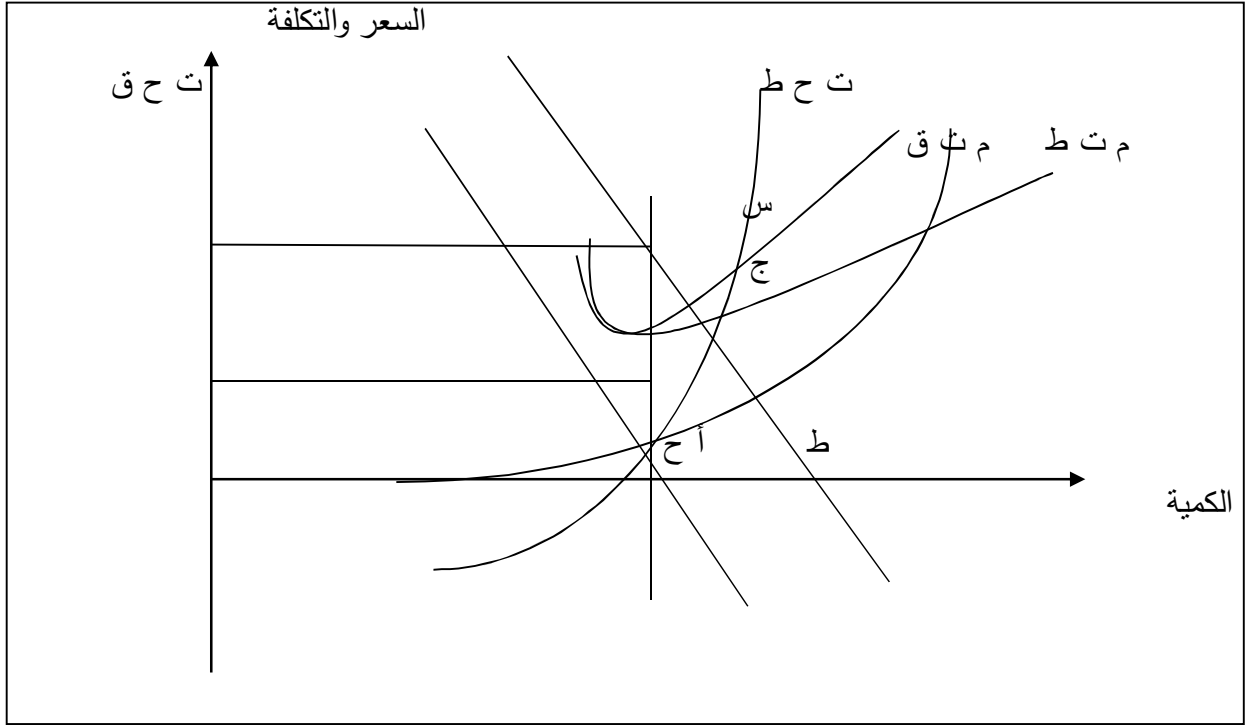
منحنى الإيراد الحدي والإيراد المتوسط في حالة الاحتكار التام.



2- السعر في المدى الطويل: في الاحتكار ينظر إلى السعر على أنه المنتج الذي يجب أن يقوم بتحقيق حالة التوازن بين إيراده وتكاليفه، ففي المدى الطويل ينصب قرار المحتكر على بناء الحجم الأفضل للمشروع، وطالما أن المشاكل التحليلية لنظرية السعر في ظل الاحتكار تتعلق بجانب الطلب وليس بجانب التكلفة.

¹ المرجع نفسه، ص 103.

تحديد السعر التوازني في المدى الطويل.



ويتضمن هذا الشكل صورة كاملة للسعر في ظل الاحتكار، ويتحقق توازن المحتكر عند مستوى إنتاج الكمية "م" أو بيعها بالسعر "س أ"، وفي الحالة يتمثل ربحه بالمساحة المخططة التي تساوي الفرق بين إيراده الكلي وتكاليفه الكلية.

وهنا يتمثل الإيراد الكلي بالمقدار س أ X م أ والتكاليف الكلية بالمقدار ج أ X م أ، وبهذا يكون الربح مساو إلى المقدار س ج X م أ، وتتمثل صيغة الربح في العلاقة:

الربح = (س - م ت) ك. حيث:

س: السعر، م ت: التكاليف، ك: الكمية

وعند التوازن يتحقق التوازن بين الإيراد الحدي والتكلفة الحدية ويتضح أن المحتكر قد أخذ بجميع التعديلات اللازمة، فمعدل التكاليف التي يواجهها م ت أقل ما يمكن أن تكون عند مستوى إنتاج م أ، لأن المحتكر يعمل على منحنى التكلفة في الأمد الطويل م ت ط.

فإذا زاد الطلب الذي يواجهه المحتكر فجأة، ففي هذه الحالة سيتوسع في إنتاجه باستخدام نفس الحجم المشروع، حتى يبلغ الحد الأدنى عنده يقطع منحنى أ ح منحنى ت ج ق.

أما إذا كانت الزيادة مستمرة وكبيرة في الطلب على إنتاج المحتكر ففي هذه الحالة سيقوم مشروعاً أكبر بحيث يكون حجم المشروع الجديد مطابقاً إلى شروط تقاطع منحنى ق ح ط مع أ ح.

وعندما يتناقص توازن المحتكر على الجزء المتناقص من منحنى م ت ط عندئذ يطلق على الاحتكار الاحتكار الطبيعي، أي أن تكلفة إنتاج الكمية م أ تكون أقل عندما يتم إنتاجها من قبل محتكر واحد مما لو تم إنتاج نفس الكمية من قبل مؤسستين أو أكثر من المؤسسات المستقلة، إذ يتطلب من هذه المؤسسات العمل إلى الأعلى وإلى اليسار من منحنيات م ت ط التي تواجهها هذه المؤسسات¹.

¹ دونالدس وآخرون، ترجمة ضياء مجيد، نظرية السعر واستخداماتها، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2007، ص ص 96، 97.

خاتمة:

من خلال ما تم تناوله في هذه المطبوعة التي تضمنت مجموعة من المحاضرات في مادة الاقتصاد الجزئي؛ تمكنا من إلقاء نظرة بسيطة على محتويات ومقررات هذه المادة انطلاقا من المشكلة الاقتصادية التي تواجه المستهلك والمنتج على حد سواء، وبعد ذلك تم التطرق إلى تحليل سلوك المستهلك، والذي يتأثر بالعديد من العوامل خاصة ما تعلق بدخله، أسعار السلع، والذوق، أين تم تحديد كيفية الوصول إلى أعظم إشباع ممكن وفقا لنظرية المنفعة ونظرية منحنيات السواء.

وفي الجانب الآخر تم تناول موضوع تحليل سلوك المنتج، في سعيه نحو تحقيق الهدف الاقتصادي والمتمثل في تعظيم الأرباح، وهذا لن يتحقق إلا إذا اهتم المنتج بجانبين مهمين يتمثلان في الإيرادات والتكاليف، حيث يسعى في الأولى إلى تعظيم الإنتاج ويعمل في الثانية على تدنية التكاليف، وقد تناولنا بشكل مبسط ومفهوم كيفية توازن المنتج عن طريق الإنتاج والتكاليف.

لنصل في النهاية إلى تحديد التوازن في السوق بصفة عامة من خلال تفاعل قوى العرض والطلب، وكذلك تحديد كفاءات وشروط توازن السوق تبعا لهيكل المنافسة.

1. إسماعيل يونس يامين وآخرون، الإقتصاد الإداري، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 195.
2. برحومة عبد الحميد، مبادئ الإقتصاد الجزئي، ج1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
3. بول سامويلسون وآخرون، الإقتصاد، ترجمة هشام عبد الله، الدار الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
4. حسين العمر وآخرون، مقدمة في الإقتصاد الصناعي، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 2002.
5. دونالدس وآخرون، ترجمة ضياء مجيد، نظرية السعر واستخداماتها، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2007.
6. رشيدة بن الديب، نادية شطاب عباس، اقتصاد جزئي، ط6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
7. رضا صاحب أبو محمد، الإقتصاد الوضعي، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
8. روجر كلارك، تعريب فريد بشير وكامل سلمان، اقتصاديات الصناعة، دار المريخ للنشر، الرياض، 1994.
9. سيد سالم عرفة، التسويق الصناعي، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
10. السيد محمد أحمد السريتي، الإقتصاد الجزئي، ط1، مؤسسة شباب رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2009.
11. طارق الحاج وفليح حسن، الإقتصاد الإداري، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
12. طارق الحاج، فليح حسن، الإقتصاد الإداري، ط2، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
13. طلعت الدمرداش، مبادئ في علم الإقتصاد، ط2، مكتبة القدس، مصر، 2006.
14. طويطي مصطفى، مطبوعة محاضرات في الإقتصاد الجزئي "دروس وتمارين محلولة"، جامعة البويرة، الجزائر، 2014.
15. عبد الغفور حسن كنعان المعماري، اقتصاديات الإنتاج الصناعي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2010.
16. عطية عبد القادر محمد، الإقتصاد الصناعي بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1997.
17. عمار عماري، الإقتصاد الجزئي، دار جيطلي للنشر، برج بوعرييج، الجزائر، 2011.
18. عمر صخري، مبادئ الإقتصاد الجزئي والوحدوي، ط8، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
19. فتحي أحمد دياب عواد، مقدمة في الإقتصاد الجزئي المعاصر، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
20. فليح حسن وطارق الحاج، الإقتصاد الإداري، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
21. فليح حسن خلف، الإقتصاد الجزئي، ط1، عالم الكتب للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
22. كاظم جاسم العيساوي، الإقتصاد الإداري، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.
23. كساب علي، النظرية الاقتصادية-التحليل الجزئي-، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
24. محمد صفوت قابل، الإقتصاد الجزئي، جامعة المنوفية، 2009.
25. محمد صفوت قابل، الإقتصاد الجزئي، جامعة المنوفية، مصر، 2009.
26. محمد طاقة وآخرون، أساسيات علم الإقتصاد، ط2، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

قائمة المراجع

27. محمود حسين الوادي وآخرون، الإقتصاد الإداري، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2010.
28. محمود حسين الوادي وكاظم جاسم العيساوي، الاقتصاد الجزئي، ط4، تحليل نظري وتطبيقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007.
29. منى الطائي، الإقتصاد الإداري "اقتصاديات الإدارة الإستراتيجية"، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
30. نداء محمد الصوص، الإقتصاد الإداري، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 174.
31. نعمة الله نجيب إبراهيم، أسس علم الاقتصاد - التحليل الوجداني -، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009.
32. نواف الرومي، مبادئ الاقتصاد الجزئي، مركز النشر الجامعي، تونس، 2003.

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Edwin Mansfield, Economie Managériale, De bœck université, Paris, 2002.
2. Francois leroux, introduction a l'économie de l'entreprise, 2ème edition, imprimerie de lac- se- jeaneur , paris, 1980.
3. G.Bressy, économie d'entreprise, édition sirey , paris, 1990.
4. Tom Peters et Robert waterman, le prix d'excellence ,les 8 leviers de la Performance, Edition Douod, Paris, 1999.
5. Weed E .S, et Michel RT, the role of envirenement behavioural uncertainty a mediator of situation preformance relation sheap , academy of management , journal v 23 (n' 1, 1980).