مبادئ الاقتصاد

المفاهيم الاقتصادية العامة

تعريف علم الاقتصاد: يعد علم الاقتصاد احد العلوم التي تهتم بدراسة السلوك الانساني، وقد تعددت تعريفاته بسبب اختلاف الاتجاهات الفكرية عند الاقتصاديين ومنها اول تعريف للعالم البريطاني (آدم سميث) في كتابه ثروة الامم (١٧٧٦م) اذ عرفه: بأنه العلم الذي يهتم بدراسة الحاجات البشرية المتعددة وكيفية اشباعها باستخدام الموارد التي تتسم بالندرة النسبية لتحقيق اقصى منفعة.

ويعرفه آخرون: بالعلم الذي يهتم بدراسة الرفاهية الاقتصادية وسبل تحقيقها للفرد وبالتالي للمجتمع.

النظرية الاقتصادية: هي محاولة تفسير سبب حدوث الظاهرة الاقتصادية ومعرفة نتائجها مستقبلاً والاستفادة من ذلك في مواجهة الآثار المحتملة.

ولا يمكن التسليم بصحة النظرية الا بعد مطابقتها مع الواقع وفي حالة عدم الملائمة والمطابقة يمكن اجراء بعض التعديلات مما يجعل النظريات تتطور.

الاقتصاد التطبيقي: يهتم بتحليل وتفسير السلوك الفعلي للافراد وسلوك منظمات الاعمال المختلفة ويقوم بدراسة النظريات (الجزئية – والكلية). على سبيل المثال يمكن للاقتصاديين الذين يدرسون سوق العمل اختبار النظريات السلوكية مقابل تجارب لآلاف الاشخاص الذين تم اختيارهم بشكل عشوائي.

الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي الاقتصاد الجزئي: يتعلق بتحليل سلوك الافراد والمشاريع ونقطة البداية هي المستهلك الذي يمثل جانب الطلب وكيف يخصص المستهلكون اموالهم. ويهتم ايضاً بتصرفات رجال الاعمال والمنشآت الصناعية والذين يمثلون العرض وما الذي يجعلهم ينتجون سلعة دون غيرها.

الاقتصاد الكلي: يركز على السلوك الاقتصادي ككل والمتغيرات الاقتصادية الكلية مثل الناتج القومي والدخل القومي والبطالة والتضخم والانكماش .... وغيرها.

المشكلة الاقتصادية: ان جوهر المشكلة الاقتصادية هي (الندرة النسبية) اي ان الموارد محدودة ونادرة تقابلها الاحتياجات البشرية الغير محدودة وهذا ما يدفع الافراد والمجتمعات على الاختيار من بين الاستخدامات التنافسية للموارد ويحتاج الافراد الى اشباع الحاجات الاكثر الحاحاً والتي يكون لها الاولوية من الحاجات الاقل والتي يمكن تحت تأثير ضغط ندرة الموارد التخلي عنها.

وتنقسم الموارد الاقتصادية:

- الموارد الطبيعية: هي منتجات الطبيعة والارض والطاقة والمعادن والتربة الخصبة.
- الموارد البشرية: هي القوى العاملة البشرية ذات المواهب والمهارات والمعرفة.

- الموارد المادية: وتعرف برأس المال وتشمل راس المال النقود، أو الآلات والمباني والطرق وجميع ما ينتجه الانسان لغرض استخدامه في انتاج السلع والخدمات.

النظم الاقتصادية:

هناك طرق لتخصيص الموارد الاقتصادية تبعاً لطبيعة النظام الاقتصادي المعتمد لدى الدولة، حيث يمكن التمييز بين ثلاث انظمة:

أ- **نظام اقتصاد السوق:** يعني ان تخصيص الموارد يتم عن طريق قوى الطلب والعرض قبل تخصيص اليد العاملة والاراضي والآلات والبناء وفق آليه السوق والحرية الاقتصادية مثل اقتصاد الولايات المتحدة وفرنسا واليابان.

ب- **نظام الاقتصاد المخطط:** الحكومة هي من تقرر اي السلع والخدمات التي يحتاجها الناس، وتمتاز بهيمنة القطاع العام (الحكومي) وضعف القطاع الخاص واعتماد التخطيط لاستخدام وتوزيع الموارد مثل اقتصاد الاتحاد السوفيتي سابقاً وكوريا الشمالية.

ج- **نظام الاقتصاد المختلط:** هي سيطرة الحكومة على مجموعة من السلع والخدمات مثل توليد الكهرباء والنقل والتعليم، وفي الوقت نفسه تسمح لتخصيص السلع والخدمات الاخرى عن طريق آليه السوق (العرض والطلب) كما هو الحال في اقتصاد الدول الاوربية والبلدان النامية والبلدان الاقل نمواً.

م/ الطلب

مفهوم الطلب: المقصود بطلب الفرد أو طلب المستهلك هي الكميات من سلعة معينة والتي يرغب الفرد بالحصول عليها ولديه القدرة الشرائية في شرائها في زمن معين وبأسعار مختلفة.

- **اذن الطلب يتكون من عنصرين:**
- **الاول:** عنصر ذاتي هو (الرغبة)
- **الثاني:** عنصر موضوعي وهو القدرة على الشراء.

وهذا يعني ان الرغبة غير المصحوبة بالقدرة الشرائية لا تعد طلباً.

قانون الطلب:

هناك علاقة عكسية بين السعر من ناحية والكمية المطلوبة من ناحية اخرى، أي ان الكميات المطلوبة تزداد كلما انخفض السعر وتنخفض كلما ارتفع السعر وكما مبين في جدول الطلب ادناه:

سعر السلعة س	الكمية المطلوبة من السلعة س
2000	5
2500	4
3000	3
3300	2
3500	1

العوامل المحددة للطلب:

1- **دخل المستهلك:** كلما زاد دخل المستهلك زادت قدرته الشرائية (أي علاقة طردية) بين الدخل والكميات المطلوبة.

2- **اسعار السلع البديلة:** أي ان المستهلك سوف يتجه الى احلال السلع المنخفضة الثمن (البديلة) بدل السلع التي ارتفع سعرها مثلاً عند ارتفاع سعر القهوة يمكن استبدالها بالشاي الذي لم يتغير سعره وبالتالي زيادة الطلب عليه.

3- **اذواق المستهلكين:** عند تغير ذوق المستهلك ايجاباً لصالح سلعة ما، على سبيل المثال تحول المستهلك من التليفزيون الغير ملون الى التليفزيون الملون. أو نتيجة تأثير الدعاية أو الاعلان والذي يؤدي الى زيادة الطلب.

4- **التوقعات:** فاذا توقع المستهلك ان سعر السلعة يرتفع فأن هذا التوقع سيدفعه الى زيادة طلبه عليها خاصة اذا كانت السلعة قابلة للتخزين، كما ويحصل العكس اذا ما توقع بان الاسعار ستنخفض فأنه يقلل طلبه من هذه السلعة.

مرونة الطلب:

وتعنى مدى استجابة الطلب للتغيرات التي تطرأ على السعر أو الدخل، ويمكن ان نميز بين نوعين من المرونة هما:

أ- **مرونة الطلب السعرية:** هي مقدار التغير النسبي في الكمية المطلوبة نتيجة التغير في سعرها وتنقسم الى خمسه انواع:

1- **الطلب المرن:** التغير في الكمية المطلوبة اكبر من تغير السعر مثلاً اذا انخفض سعر السلعة بنسبة (5%) زادت الكميات المطلوبة بنسبة (10%).

2- **الطلب غير المرن:** التغير في الكمية المطلوبة اقل من التغير في السعر وهو ينطبق على السلع الضرورية مثلاً اذا انخفض السعر بنسبه (10%) زادت الكميات المطلوبة بنسبه (5%)

3- **الطلب متكافئ المرونة:** عندما يكون التغير النسبي في الكميات المطلوبة مساوياً للتغير النسبي في السعر.

4- **الطلب عديم المرونة:** يعني ان الكميات المطلوبة ثابته ولا تستجيب للتغيرات السعرية وهذا ينطبق على السلع الضرورية جداً جداً مثل الادوية.

5- **الطلب لا نهائي المرونة:** السعر ثابت لا يستجيب للتغيرات في الكميات المطلوبة وهذا يحصل عندما تتدخل الحكومة في تحديد الاسعار مثلاً.

س/ ما اهمية دراسة مرونة الطلب السعرية؟

ج/ان معرفة مرونة الطلب السعرية يساعد الدولة في تقدير حصيلة الضريبة فاذا كانت الدولة بحاجة الى موارد مالية يمكنها زيادة الرسوم والضرائب على السلع والخدمات المنتجة محلياً أو المستوردة ويعتمد نجاح ذلك على مرونة الطلب للسلعة فاذا كان الطلب (غير مرن) فان ارتفاع السعر يسبب زيادة الضرائب والرسوم لا يؤدي الى انخفاض الكميات المطلوبة ومثال على ذلك فرض الضرائب على السكائر والمشروبات الكحولية.

اما اذا كان الطلب على السلعة (طلب مرن) فأن ارتفاع السعر نتيجة فرض الضريبة سيؤدي الى انخفاض كبير في الطلب وبالتالي انخفاض حصيلة الضريبة.

ب- **مرونة الطلب الدخلية:** هي درجة استجابة التغير في الكميات المطلوبة نتيجة لتغير الدخل

فائدة مرونة الطلب الداخلية

للتميز بين السلع الضرورية والسلع الكمالية، فعند السلع الضرورية تزداد الكميات المستهلكة منها عند زيادة الدخل لكن اقل من نسبة ارتفاع الدخل.

اما السلع الكمالية ← تزداد نسبه ما ينفقه الفرد من دخله اكثر من زيادة الدخل.

اما السلع الرديئة ← فكلما زاد الدخل انخفض الطلب على تلك السلع.

نظريات سلوك المستهلك

هناك نظريتان رئيسيتان لتحليل سلوك المستهلك الاولى النظرية الكلاسيكية (المنفعة)، والثانية النظرية الحديثة (منحنيات السواء)

الاولى: نظرية المنفعة

اهم فروض النظرية ان المستهلك لديه القدرة على قياس المنفعة التي يحصل عليها من السلع والخدمات، وما هي السلع والخدمات التي يقرر المستهلك شراؤها والتي تمكنه من ان يحصل على اشباع اكبر بحدود دخلهِ وبالاسعار السائدة.

لذا فأن دراسة المنفعة؟ تعد الاداة الاساسية في تحليل طلب المستهلك، وان المستهلك يتصرف بالعقلانية (والرشد الاقتصادي) في طريقة انفاق دخله، بما يحقق له اعلى منفعة ممكنة.

المنفعة الكلية والمنفعة الحدية

س/ من خلال البيانات الموضحة في الجدول الاتي استخرج:

أ- استخرج المنفعة الحدية:

ب- وضح مفهوم المنفعة الكلية والمنفعة الحدية.

ج- وضح العلاقة مابين المنفعة الكلية والمنفعة الحدية وزيادة عدد الوحدات المستهلكة

عدد الوحدات المستهلكة	المنفعة الكلية	المنفعة الحدية
1	25	25
2	45	20
3	60	15
4	70	10
5	75	5
6	75	صفر
7	73	2-

الجواب:

أ- المنفعة الحدية في الجدول التالي:

ب- المنفعة الكلية هو اجمالي المنفعة أو الاشباع الذي يحصل عليه المستهلك من استهلاك السلع والخدمات المختلفة في فترة زمنية معينة.

المنفعة الحدية: هي مقدار التغير في المنفعة الكلية الناجم من تغير الاستهلاك بوحدة واحدة.

ج- العلاقة ما بين المنفعة (الكلية – الحدية) ان المنفعة التي يحصل عليها المستهلك جراء استهلاكه عدد اضافي من الوحدات المستخدمة تتزايد لكن بمعدل متناقص الى ان تبلغ اقصى حد لها وعندها يكون المستهلك قد وصل الى نقطة الاشباع بعدها تبدأ في التناقص المطلق

الوحدة الخامسة ← وصول المستهلك لحد الاشباع.

الوحدة السادسة ← المنفعة الكلية لن تتغير.

اضافة الوحدة السابعة ← كان سلبياً بسبب انخفاض المنفعة الكلية.

الثانية: نظرية منحنيات السواء

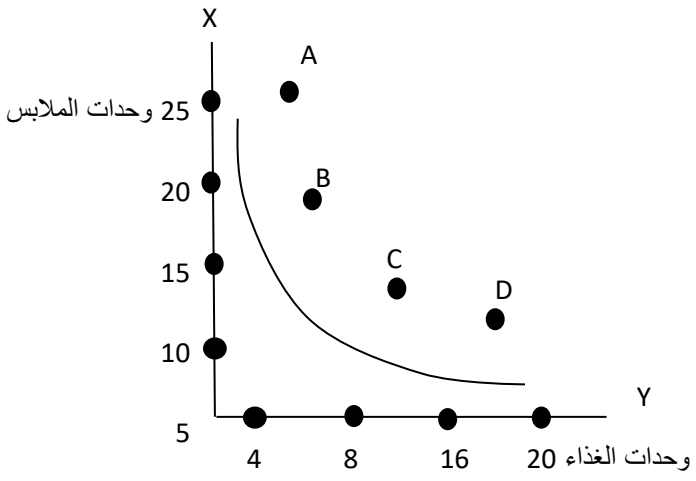
يكون المستهلك وفق هذه النظرية قادراً على ترتيب سلم تفضيلاته والاختيار من بين مجموعات سلعية تحتوي كل مجموعة على عدد من السلع يرغب المستهلك بها على المجموعات الاخرى.

مثال: نفترض ان هناك سلعتين (X تمثل الغذاء) و (Y تمثل الملابس) وان المستهلك يفاضل بينهما لتعظيم اشباعه من الاستهلاك. ولا يختلف الاشباع عند المستهلك لانه يحصل على نفس المقدار من الاشباع من اي مجموعة او توليفة كانت.

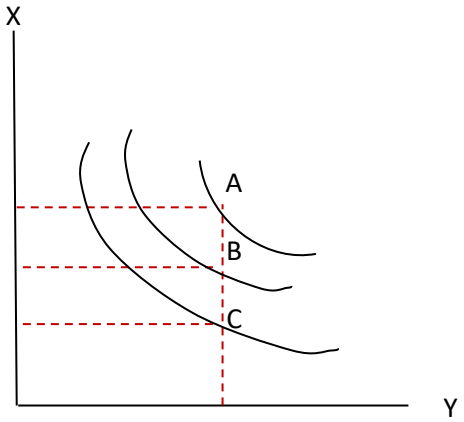
وحدات الغذاء (Y)	وحدات الملابس (X)	(المجموعات) التوليفات
4	25	أ
8	20	ب
12	15	ج
20	10	د

خصائص منحنيات السواء:

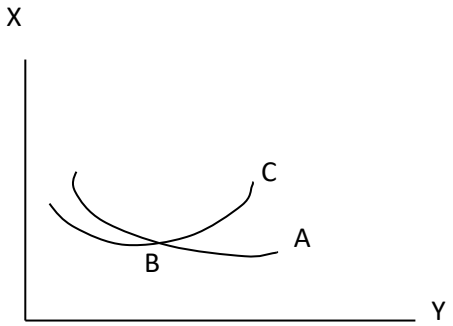
1- جميع المجموعات (التوليفات) تعطي للمستهلك نفس المستوي من الاشباع لأنها تقع على منحنى واحد. (منحنيات السواء)



2- كلما ابتعد منحنى السواء عن نقطة الاصل كلما عبر عن مستوي اشباع اكبر وتسمى مجموعة المنميات ادناه بـ(خارطة السواء):



3- منحنيات السواء لا تتقاطع فيما بينها كمت في الشكل التالي:



4- منحنيات السواء مقعرة أي محدبة تجاه نقطة الاصل.

ويعني ان منحنى السواء ينحدر من اليسار الى اليمين حتى يحافظ المستهلك على نفس الاشباع يبقى على نفس المنحنى وهذا الانتقال يعنى احلال سلعة محل اخرى ويسمى (معدل الاحلال الحدي) MRs: وهو اشارة الى الكمية من السلعة (X) الذي يكون الفرد مستعداً للتخلي عنها مقابل وحدة واحدة اضافية من السلعة (Y).

م/العرض

يعرف العرض: بأنه تلك الكميات التي يكون المنتجون (البائعون) مستعدون لبيعها أو انتاجها في السوق عند سعر معين وفي زمن معين.

قانون العرض: هناك علاقة طردية بين الكمية المعروضة من سلعة ما وسعرها.

ملاحظة: تسعى أي (منشأة أو منظمة اعمال أو شخص) يعمل في النشاط الاقتصادي الى تعظيم أرباحه وتقليل الخسارة الى حدها الادنى.

جدول العرض:

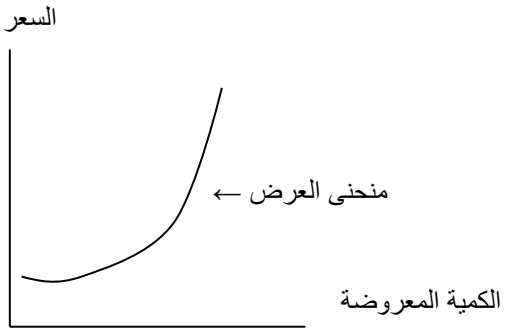
يوضح الجدول ان الكمية المعروضة من السلعة تزداد كلما ارتفع سعرها (علل) لأن السعر الاعلى يحفز المنتج على استخدام موتد اقتصادية اكثر لزيادة المعروض.

الكمية المعروضة	السعر
100	5
150	10
200	15
250	20
300	25
350	30

منحنى العرض

يبين منحنى العلاقة الطردية ما بين (الكمية المعروضة السعر) ويختلف عن منحنى الطلب بان منحنى العرض يرتفع من تسفل اليسار الى اعلى اليمين.

مثلاً: لو كانت السلعة هي القمح فعند ارتفاع اسعارها يجعل الفلاحين ينتقلون الى انتاجه ويسمح لهم السعر الجديد استخدام الكثير من المخصبات والمكائن الزراعية والاراضي لزيادة الانتاج.



العوامل المؤثرة في العرض:

1- سعر السلعة نفسها. 2- اسعار السلع الاخرى. 3- اسعار عوامل الانتاج.

4-المستوى التقني. 4- الفترة الزمنية 6- الاعانات والضرائب.

مرونة العرض: هناك خمسة حالات لمرونة العرض وهي:

1- **العرض المرن:** استجابة الكميات المعروضة بقوة للتغيرات في السعر.
2- **العرض غير المرن:** استجابة ضعيفة للكميات المعروضة للتغيرات في السعر.
3- **عرض متكافئ:** التغير في السعر يؤدي الى تغير في الكمية المعروضة بنفس النسبة.
4- **عرض عديم المرونة:** وتعنى ان الكميات المعروضة ثابتة لا تستجيب لتغير الاسعار.
5- عرض لا نهائي المرونة: يكون السعر ثابت لا يتأثر للتغير في الكميات المعروضة.

م/نظرية الانتاج

تهتم هذه النظرية بالطريقة التي تستخدمها منظمة الاعمال في تحقيق المستوى الانتاجي المطلوب لتحقيق افضل الربح وهو العنصر المحرك لاي نشاط اقتصادي ويتم ذلك من خلال:

- تحسين كفاءة الانتاج.
- تقليل التكاليف.
- تقليل نسب الجهد الضياع في استعمال الموارد الاقتصادية.

دالة الانتاج

هي العلاقة النسبية ما بين حجم الانتاج ومقدار المستخدمات الانتاجية اللازمة للإنتاج عند مستوى تكنولوجي وبفترة زمنية معينة وهذه المستخدمات على نوعين (ثابتة – متغيرة).

الناتج الكلي:

يشير الى اجمالي الكمية المنتجة من سلعة معينة خلال فترة زمنية معينة.

معدل الانتاج: يمكن ان نحصل عليه من خلال قسمة الناتج الكلي على عدد الوحدات المستخدمة.

الناتج الحدي: هو الناتج المتولد من اضافة (وحدة واحدة) من مدخلات الانتاج المستخدمة (كالعمل و رأس المال... الخ)، مع بقاء المدخلات الاخرى على حالها.

مثال: استخرج (معدل الانتاج – الناتج الكلي) من الجدول التالي، ثم وضح بالتحليل الاقتصادي العلاقة بين الناتج الكلي ومعدل الانتاج والناتج الحدي؟

الجواب:

العمل	الناتج الكلي	معدل الانتاج	الناتج الحدي
1	20	20	20
2	45	22,5	25
3	60	20	15
4	70	17,5	10
5	75	15	5
6	75	12,5	صفر
7	73	10,4	2-

المرحلة الاولى: تزايد الغلة: يبدأ الناتج الكلي من نقطة الاصل حتى يبلغ معدل الانتاج اقصاه ويزداد كل من الناتج الكلي ومعدل الانتاج كذلك الناتج الحدي الذي يبلغ اقصاه ثم يبدأ بالانخفاض.

المرحلة الثانية: المرحلة الاقتصادية– تناقص الغلة: وتبدأ عندما يتساوى معدل الانتاج مع الناتج الحدي وعند هذه النقلة يبلغ معدل الانتاج اقصاه ويكون الناتج الحدي = صفر ويزداد الناتج الكلي لكن بمعدل متناقص.

المرحلة الثالثة – التناقص المطلق: ينحدر منحنى الناتج الكلي ومعدل الانتاج اما الناتج الحدي يكون سالباً أي ان استخدام المزيد من مدخلات الانتاج يعد هدراً واسرافاً في النفقات لذلك لا يعمل المنتج في هذه المرحلة.