

الجامعة الافتراضية بتونس

برنامـج الاـقتصـادـ الجـزـئـي - II Micro Economics - II

لطلبة السنة الأولى
علوم التصرف (الإدارة)

دليـل الـدرـاسـة

تأـليف
الأـسـتـاذـ نـوـافـ الرـومـيـ
كـلـيـةـ الـحـقـوقـ وـالـعـلـومـ السـيـاسـيـةـ بـتـونـسـ

1) تقديم:

يحتوي هذا البرنامج على عشرة دروس متسلسلة ضمن برنامج (الاقتصاد الجزئي II)، المخصص لطلبة السنة الأولى علوم التصرف (الإدارية). وتشتمل هذه الدراسات وتتركز على مواضيع أساسية ضمن إطار الاقتصاد الجزئي - II (Micro Economics - II)، حيث حلّلناها بأسلوب اقتصادي مبسط يسهل على طالب السنة الجامعية الأولى فهمه واستيعابه بنفس الوقت.

وتوجه هذا الدرس عادة إلى طلبة السنة الأولى تخصص علوم التصرف (الإدارية)، كما يندرج ضمن برنامج شهادة البليوم (كمراحة أولى) ضمن هذا التخصص، ومن المفترض أن هؤلاء الطلبة قد درسوا في مرحلة الثانوية، بعض المبادئ عن علم الاقتصاد، مع معلومات محددة عن كل من الاقتصاد الكلي والاقتصاد الجزئي، ولكن في حالة عدم دراستهم لمبادئ الاقتصاد خلال سنوات الثانوية، فتُعتبر هذه الدراسات عبارة عن توسيع لا بد منها لمن اختاروا تخصص علوم التصرف (الإدارية).

إن هذا الدليل الدراسي يهدف إلى تحضير أو إعداد كل طالب من هؤلاء الطلبة لمتابعة الدراسات المطلوبة طوال السادس الدراسي دراسة برنامج (الاقتصاد الجزئي - II) خلاه. كما أنه في ذات الوقت يعطي الطريقة الصحيحة لتعلم المواضيع المقررة ضمن هذا البرنامج من خلال التسلسل المنطقي لفقرات كل موضوع من المواضيع. إلى جانب مختلف المتطلبات التي ينبغي أن يجبي عنها الطالب حالما ينهي كل فقرة من هذه الفقرات بشكل تدريجي.

فأتمنى لكم بقراءة طيبة لدرس طيب.

2) أهداف الدرس:

تتركز أهداف درس (الاقتصاد الجزئي - II) في ضرورة فهم الطالب لكل موضوع وفقرة من هذا الدرس بصورة عامة، ومن ثم يصبح بإمكانه - قبل انتهاء السادس - أن يكون قد استوعب كل الجوانب المتعلقة بهذا الدرس، وبالتالي يكون بإمكان هذا الطالب أن:

- أ. يفسّر كل جانب وفقرة من المواضيع (الاقتصاد الجزئي - II) بصيغة اقتصادية سلسة واضحة مدعاة بالأمثلة الواقعية.

ب. يناقش تفاصيل كل موضوع - سواء مع زملائه الطلبة أم مع الأستاذ المشرف - بطريقة شفافة خالية من الغموض.

ج. ومن ثم يصبح بإمكانه أن يحلّ جوانب كل مشكلة من المشاكل التي تقع ضمن مواضيع الاقتصاد الجزئي II في خلال الأنشطة المختلفة للقطاعات الاقتصادية والاجتماعية لكل دولة بصورة عامة.

د. وبالتالي، سيصبح بإمكان هذا الطالب أن يعطي رأياً مهنياً من خلال المنطق الاقتصادي لكل مشكلة اقتصادية تدخل في نطاق الاقتصاد الجزئي-II (Micro Economics - II) للدولة بدون أي تردد.

(3) محتوى الدرس:

تُّوضح فصول الدرس العشرة من خلال ثلاثة أجزاء رئيسية، حسبما يُظهره الجدول رقم (1) أدناه.

جدول رقم (1)

يتضمن الفصول العشرة

درس الاقتصاد الجزئي - II (Micro Economics - II)

الجزء	الفصل	ملخص الفصل
1	1	ملخص الفصل الأول بعنوان: الطلب الفردي وطلب السوق مقابل عرض المنتجين
1	2	ملخص الفصل الثاني بعنوان: تفضيلات المستهلك وتوازنه.
1	3	ملخص الفصل الثالث بعنوان: تعظيم المنتج لأرباعه وتخفيف التكاليف.
1	4	ملخص الفصل الرابع بعنوان: توازن العرض والطلب.
2	5	ملخص الفصل الخامس بعنوان: تحديد أسعار السوق والدعم الحكومي لها.
2	6	ملخص الفصل السادس بعنوان: سوق عناصر الإنتاج: عرض العناصر والطلب عليها.
2	7	ملخص الفصل السابع بعنوان: توازن المشروع الإنتاجي في سوق المنافسة التامة.
2	8	ملخص الفصل الثامن بعنوان: توازن المشروع الإنتاجي في سوق الاحتكار التام.
3	9	ملخص الفصل التاسع بعنوان: توازن المشروع الإنتاجي في سوق المنافسة الاحتكارية.
3	10	ملخص الفصل العاشر بعنوان: توازن المشروع الإنتاجي في سوق احتكار القلة.
3.2.1	---	مراجعة عامة.
---	---	امتحان نهائي تحت المراقبة.

4) المنهج البيداغوجي:

لقد تم إعداد درس (الاقتصاد الجزئي - II) وفق هدف بيادغوجي خاص بالتكوين الجامعي عن بعد. وإن المعدات التعليمية والطريقة المعتمدة في هذا الدرس يخولانك أن تتبع طريقة تعلم انفرادية، بحيث يكون بإمكانك أن تدير وقتك والتصرف فيه بصورة مرنّة تكفل لك تكويناً متميّزاً.

لكن ينبغي عليك ملاحظة جانب مهم في عملية التكوين، إلا هو ضرورة حصول مساندة خاصة من قبل الأستاذ المشرف خلال كامل السداسية المخصصة لهذا الدرس بالذات. وستكون مهمته تسهيل ظروف التعلم، وإعانتك خلال فترات التكوين المتواصلة للفصول العشرة الخاصة بهذا الدرس، من أجل بلوغ أهدافه بصورة خاصة.

إن الطريقة المعروفة والمتبعة لدينا فيما يخص العلاقة بينك وبين الأستاذ المشرف، أن تتحاطب معه عبر البريد الإلكتروني الموجود على موقع الدرس.

كما يمكنك طرح أسئلتك في الصالون (Forum)، حيث سيجاوبك الأستاذ المشرف في ظرف (48) ساعة. ولكن يجب ملاحظة أن هذا الأستاذ لا يعطي الأجوبة بالنسبة للأنشطة التي تسند لها درجات.

5) حجم العمل ورزنامته:

إن هذا الدرس موجود عن بعد خلال سداسية تتضمن (12) أسبوعاً، وإن حجم العمل المطلوب لدراسة الدرس وإعداد التقييمات الخاصة به هو (78) ساعة في السداسي.

كما أن المعدل، لعبء العمل الأسبوعي، هو ما يقارب (6) ساعات، وينبغي أن تلاحظ بأن بعض الفصول تكون عادة أطول من فصول أخرى، ولكنها تحتوي على تمارين أقل من الآخرين. وهكذا تجد رزنامة بيادغوجية مفصلة اقتربناها لك في الجدول التالي رقم (3).

جدول رقم (3)

الزنامة البيداغوجية

لدرس الاقتصاد الجزئي - II (Micro Economics - II) II

الرسال التقييم	الوظيفة	الجزء	الأسبوع
	* قراءة الدليل. * قراءة الفصل (1) بعنوان: [الطلب الفردي وطلب السوق مقابل عرض المنتجين].	1	1
	* قراءة الفصل (2) بعنوان: [قضيات المستهلك وتوازنه]. * تقييم ذاتي.	1	2
	* قراءة الفصل (3): [تعظيم المنتج لأرباعه وتخفيض التكاليف]. * تقييم ذاتي.	1	3
عمل: تاريخ: 1	* قراءة الفصل (4) بعنوان: [توازن العرض والطلب]. * تقييم ذاتي.	1	4
	* قراءة الفصل (5) بعنوان: [تحديد أسعار السوق والدعم الحكومي لها]. * تقييم ذاتي.	2	5
	* قراءة الفصل (6) بعنوان: [سوق عناصر الإنتاج: عرض العناصر والطلب عليها] * تقييم ذاتي.	2	6
	* قراءة الفصل (7) بعنوان: [توازن المشروع الإنتاجي في سوق المنافسة التامة]. * تقييم ذاتي.	2	7
عمل: تاريخ: 2	* قراءة الفصل (8) بعنوان: [توازن المشروع الإنتاجي في سوق الاحتكار التام] * تقييم ذاتي.	2	8

الأسبوع	الجزء	الوظيفة	إرسال التقييم
9	3	* قراءة الفصل (9) بعنوان: [توازن المشروع الإنتاجي في سوق المنافسة الاحتكارية]. * تقييم ذاتي.	
10	3	* قراءة الفصل (10) بعنوان: [توازن المشروع الإنتاجي في سوق احتكار القلة]. * تقييم ذاتي.	
11	---	* مراجعة عامة	
12	---	* امتحان نهائي تحت المراقبة	تاريخ الامتحان

6) تقييم التعلم:

أ. التقييم الذاتي:

إنّ هذا التقييم لا يسند له عدد معين، بل يقدم في شكل أنشطة إلماح تكون في صيغة أسئلة يتم الإجابة عليها باستمرار أو تكون في هيئة تمارين للقيم بها.

كما أنّ هذا التقييم يؤكّد على النقاط الأكثر أهمية في الدرس الحالي (الاقتصاد الجزئي - II). وفي نفس الوقت، فإنّ إصلاح التمارين سيكون متوفّراً، ولكن نقترح عليك أن لا تطلع عليه إلاّ بعد إتمامك حلول التمارين، وبالتالي فإنّ هذه التمارين تحضّرك للتقييم الذي يسند له أعداد معينة حسب مقدار الجهد الذي بذلته فيها.

ب. الأشغال التي تستحقّ أعداداً:

تهدف هذه الأشغال إلى التثبت من اكتسابك للمعارف وتحقيق كفاءة متميّزة في التطبيق ونقل المفاهيم التي درستها في وضعيات تطبيقية.

وينبغي أن تكون لغتك العربية المستعملة في أشغالك التطبيقية في صيغة سليمة وصحيحة. وأنّ كلّ عمل غير واضح من قِبَلِك، يعتبر غير مقبول من الأستاذ المشرف وسيردّ إليك بطبيعة الحال. ويجب عليك إرجاع الأعمال التي يتم إسناد عدد لها، وذلك في وقتها المحدّد، ومن ثمّ فإنّ عليك اجتياز الامتحان النهائي تحت المراقبة.

ج. امتحان نهائي تحت المراقبة:

يشتمل الامتحان النهائي تحت المراقبة على جميع المواضيع المطروحة ضمن الفصول العشرة الموضحة في الجدول رقم (3). ويكون هذا الامتحان من: [فسر نوع الامتحان ... أسئلة موضوعية للتحليل... دراسة حالات... مسائل متعددة ...].

ويسمح لك باستعمال رؤوس أقلام حول الدرس مع آلة حاسبة إنْ تطلب الامتحان ذلك.

د. مثال تقدير:

إنّ مجموع التقييم يُحتسب بنسبة (100 %) من عدد الدرس، حيث يتضح من خلال المثال التالي:

عتبة الاجتياز	الترجيح	التقييم بعدد
	X1%	عمل رقم (1)
	X2%	عمل رقم (2)
50%	40%	امتحان نهائي
60%	100%	المجموع:

هـ إدارة التفاصيل:

يرجى احترامك لسلسل التعليم المقترن في الرزنامة الموضحة في هذا الدليل قدر الإمكان. إلا أنه يمكن أن تكون هناك ظروف استثنائية تمنع الطالب من إرجاع الأشغال في وقتها. وفي هذه الحالة يرسل الطالب طلاً كتابياً إلى الأستاذ المشرف قبل الأسبوع المقترن لإرسال آخر تقييم بعدد. فإذا تمت الموافقة على هذا الطلب، يُسند للطالب درجة (Z) [وهذا يعني عدداً مؤجلاً بطلب من الطالب]، ومن ثم تحويل هذه الدرجة إلى عدد نهائي بعد انتهاء المهلة المحددة.

الفصل الأول

الطلب الفردي وطلب السوق

مقابل عرض المنتجين

١ - ما هو طلب الفرد المستهلك ؟

يفسر طلب الفرد المستهلك بأنه مقدار ما يريده من أي شيء أو أية حاجة في حياته اليومية، كأن تكون سلعة أو خدمة، خلال فترة زمنية معينة لكن هذا التعبير لا يتفق في الحقيقة مع المنطوق الاقتصادي لمفهوم الطلب عموماً، حيث ينبغي أن لانخلط بين مصطلح الطلب وبين مفهوم الرغبة لدى هذا المستهلك.

فالرغبات الاعتيادية لفرد المذكور تكون عادة كثيرة وغير محدودة بال النوع والكم والوقت، بينما تظهر حقيقة طلبه لأية سلعة أو خدمة في أنه يجب أن يكون محدوداً بالنظر لتوفر السلعة أو الخدمة ذاتها بكمية محدودة . كما أنه من الضروري أن يمتلك دخلاً نقدياً يمنحه القدرة على شراء السلعة أو الخدمة التي يحتاجها في الوقت المذكور بالذات. ومن ثم فإن هذه الوضعية تجعله يفكّر دائماً ويبحث عن أفضل السبل لإنفاق دخله النقدي، حيث تظهر هنا أهمية الدور الذي تلعبه تغيرات الأسعار للسلع والخدمات التي يحتاجها باستمرار لاشباع رغباته المختلفة والمتوصلة. وفي الوقت نفسه، فإنّ الفرد المستهلك ذاته لا بدّ وأن يراعي في استمرار طلبه لأنواع السلع والخدمات في الأسواق المختلفة، وبشكل أساسى، ذلك التغيير المستمر في دخله النقدي الذي له تأثيره المباشر على سلوكه الاستهلاكي اليومي ، على اعتبار أنه لا إستهلاك بدون توفر الدخل النقدي . ومع الأخذ بنظر الإعتبار وجود التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لأسعار السلع والخدمات المختلفة في الأسواق وعوامل أخرى معروفة، فإن السلوك المذكور للمستهلك لا بدّ أن ينعكس على شكل واتجاه منحنى الطلب الخاص به، سواء كانت السلعة المستهلكة أساسية أم كمالية .

2 – ما هو تصرف المستهلك من خلال منحنى طلبه :

يظهر تصرف المستهلك من خلال طلبه الفردي بالإختلاف عن تصرف مجموعة من الناس من خلال طلبهم الكلي. لكن الطلب بشكل عام يظهر من خلال النظرية الاقتصادية كعلاقة مترابطة بين متغيرين رئيسيين هما : سعر السلعة أو الخدمة التي يرغب المستهلك في شرائها واستهلاكها، حيث يعتبر هذا السعر مقرراً رئيسياً ومهماً جدًا للمتغير الرئيسي الآخر وهو المقادير أو الكميات التي يرغب المستهلك ذاته بشرائها و استهلاكها خلال فترة من الوقت كمية أو مقدار الوحدات من السلعة أو الخدمة التي يرغب بشرائها واستهلاكها خلال الفترة الزمنية ذاتها.

ويظهر من خلال هذه العلاقة الوثيقة جداً أحد أهم القوانين الاقتصادية وهو : قانون الطلب، وذلك وفق الصيغة التالي : تتحفظ الكمية التي يرغب أي فرد أو مجموعة أفراد في استهلاكها من سلعة أو خدمة معينة كلما ارتفع سعر بيعها في الأسواق، بشرطبقاء الأشياء والمتغيرات الأخرى ثابتة بدون تغيير خلال فترة زمنية محددة، والعكس صحيح.

ويلاحظ بأن قانون الطلب هذا لا ينطبق بنصه الكامل على جميع الأفراد باختلاف مستويات معيشتهم ودرجات تفضيلهم الاستهلاكية وتأثيرات عوامل عديدة على سلوكهم الإستهلاكي بشكل عام. ومن ذلك يمكن الاسترشاد بحقيقة أن بعض المستهلكين وخاصة ذوي الدخل غير المحدود الأغنياء لا يهتمون كثيراً بضرورة انخفاض سعر أية سلعة أو خدمة يرغبونها على سبيل المثال لكي يقرّروا شرائها أو طلبها للاستهلاك الشخصي خلال أية فترة من الزمن.

هذا في الوقت الذي تظهر فيه هذه الحقيقة بوضوح لدى الطبقة الفقيرة وكذلك لدى قسم كبير من الطبقة المتوسطة في أي مجتمع، على اعتبار أن تتمتع هؤلاء الأفراد بدخل نقي محدود يحتم عليهم ضرورة الأخذ بنظر الاعتبار انخفاض

أسعار السلع والخدمات بالدرجة الرئيسية قبل اتخاذهم القرار اللازم لزيادة طلبهم ومشترياتهم منها خلال أية فترة معينة.

3 - كيف يتغير منحنى الطلب الفردي مقابل عرض المنتجين ؟

من المعروف أنه لا يمكن لمنحنى طلب أية سلعة أن يبقى ثابتاً لفترة طويلة من الزمن طالما لم يتغير سلوك المستهلك لهذه السلعة ، وذلك على الرغم من تغيير سعر بيعها في الأسواق والكميات التي يطلبها هذا المستهلك خلال حياته اليومية . ولكن تغيير الدخل النقدي لهذا الفرد المستهلك (باعتباره محركاً لجميع تصرفاته) ، يعتبر في الواقع الأمر مسألة طبيعية لا تواجه هذا الفرد فحسب ، بل تواجه كل فرد من أفراد المجتمع بدون إستثناء .

لذلك فإن حدوث تغيير (زيادة أو نقصان) في الدخل النقدي للفرد المذكور ، لابد أن ينعكس على إدخال تغييرات مختلفة في نمط إستهلاكه لمختلف أنواع السلع والخدمات التي يحتاجها يومياً . ففي حالة حصوله على زيادة في راتبه أو أجره الشهري على سبيل المثال وليس الحصر ، نراه يندفع نحو زيادة حصته اليومية من سلع وخدمات عديدة إشباعاً لرغبته الإستهلاكية بطبيعة الحال . وهذا ما ينعكس مباشرةً على منحنى طلبه الخاص بأية سلعة أو خدمة يختارها لـإستهلاكه ، حيث ينتقل إلى منحنى طلب جديد إلى الأعلى ولليمين من منحنى طلبه الأصلي ويتخذ شكلًا مشابهاً وموازياً له عادة .

وتتطبق هذه القاعدة في حالة حدوث انخفاض ما في الدخل النقدي للمستهلك - لأي سبب كان - ، حيث ينتقل إلى منحنى طلب جديد إلى الأسفل ولليسار من منحنى طلبه الأصلي ، ويظهر أيضاً بشكل مشابه ومواز لـهذا المنحنى . لكن على الرغم من قلة عدد الحالات التي تواجه الفرد في حياته من حيث انخفاض دخله النقدي ، إلا أننا إرتأينا الإشارة إليها في تحليلنا الحالي ، في نفس الوقت الذي اقترن فيه تحليل قانون الطلب عموماً باستمرار حصول الفرد على زيادات

متواصلة في دخله النقدي وإنعكاساتها المباشرة على تغيير نمط إستهلاكه نحو الزيادة في كمية السلع والخدمات التي يرغبهما دائماً ، والتي يتربّع عليها إنقال منحنى طلبه نحو الأعلى وإلى الجهة اليمنى من منحنى طلبه الأصلي.

4- كيف يظهر الطلب الفردي والطلب الكلي مقابل عرض المنتجين ؟

عندما نأخذ بالاعتبار مجتمعاً إستهلاكيًا يتكون من عدد كبير من الأفراد ، فإن مصطلح **الطلب الكلي** لابد وأن يساوي إجمالي الطلبات الفردية - حسبما ذكرنا في الفقرتين السابقتين . وبذلك فإن الطلب الكلي أو طلب السوق لكل سلعة من السلع المعروضة في الأسواق يمثل في الواقع دليلاً رئيسياً أمام أولئك المنتجين وأصحاب المؤسسات الإنتاجية من أجل تحديدتهم لل Capacities الإنتاجية لمصانعهم ومؤسساتهم التي تقدم عرضاً كلّياً يواجه الطلب الكلي لأفراد المجتمع إلى جانب تلك النسبة المخصصة للتصدير.

ولتوضيح وضعية الطلب الكلي مقارنة بالطلب الفردي ، نفترض وجود أربعة مستهلكين يمثلون المجتمع قيد البحث، بحيث يمكن اعتبار اجمالي طلبهم يعادل طلب السوق . فمن خلال الجدول التالي رقم (1-أ) للطلب الفردي والطلب الكلي في آن واحد تظهر الأرقام المختلفة للكميات التي يطلبها هؤلاء المستهلكون الأربع من العنب أسبوعياً بناءاً على التغييرات التي تحصل في سعره لأربع حالات متواصلة .

جدول رقم (1-أ)
يبين الطلب الفردي ومجموع الطلب الكلي
على العنب

مجموع الطلب الكلي بالكيلوغرام	الكميات المطلوبة بالكيلوغرام					سعر البرتقال (بالمليم للكيلوغرام)
	المستهلك الرابع	المستهلك الثالث	المستهلك الثاني	المستهلك الأول		
9	0	1	3	5		850 أ
14	2	2	4	6		800 ب
24	5	4	7	8		700 ج
31	6	7	8	10		600 د

وبذلك يتضح بأن مجموع الطلب الكلي على العنب ، ما هو في الحقيقة إلا مجموع الطلبات الفردية لأربعة مستهلكين افترضنا بأنهم يمثلون عينة من مجتمع ما . أما بقدر تعلق الأمر بالطلب الفردي، فقد استمررينا بافتراض نفس الأرقام الخاصة بالمستهلك السابق ضمن العمود الأول على اعتبار أنه يمثل المستهلك الأول في الجدول أعلاه مع إضافة ثلاثة مستهلكين آخرين إليه، بافتراض أن المستهلك الرابع لا يمكن من شراء العنب في الحالة الأولى نظرا لغلاء ثمنه بالنسبة لدخله النقدي المحدود (كأن يكون فرداً فقيراً في هذه الحالة). كما يلاحظ في هذا الجدول، بأن المستهلكين الأربع يطلبون كميات جيدة أسبوعياً في الحالة الأخيرة (د) نظراً لرخص ثمن العنب بشكل يسمح حتى للفقراء من طلبه واستهلاكه.

أسئلة للمراجعة

- 1 - كيف تفسّر رغبات الفرد المستهلك الكثيرة وغير المحدودة في حالة حصوله على دخل شهري محدود ، بالمقارنة مع فرد آخر يتمتع بدخل غير محدود ؟
- 2 - كيف توضح العلاقة المترابطة بين المتغيرات التي تدخل في تكوين منحنى الطلب والفردي ؟
- 3 - كيف تفسّر العوامل التي تحدد الطلب للفرد المستهلك بشكل عام ؟
- 4 - كيف يمكنك تكوين جدول طلبك لمستهلك اعتمادا على أرقام إفتراضية ؟
- 5 - كيف يمكنك رسم منحنى الطلب الخاص بك اعتمادا على الأرقام التي افترضتها في جدول طلبك السابق ؟
- 6 - ماهي العوامل التي تؤدي إلى حدوث تغيير في منحنى طلبك الفردي ؟
- 7 - كيف تقارن بين مكونات طلبك الفردي ومكونات الطلب الكلي للمجتمع الذي تعيش فيه ؟

الفصل الثاني

فضائل المستهلك وتوازنه

١ - أهمية توازن المستهلك في اختيار السلع المفضلة لديه؟

من البديهي أن أي مستهلك تظهر لديه الرغبة في الانتقال من منحنى سواء إلى منحنى سواء أعلى منه، طالما أن أية نقطة على هذا المنحنى الأخير تحقق له مستوى اشباع أكبر مما سبق أن حصل عليه قبل عملية الانتقال. لذا فإن سلوك هذا الفرد لا ينطبق على سلوك أفراد المجتمع، بل إنه يختلف حسب المستوى الاجتماعي والثقافة والعمر والمعتقدات الدينية، والأذواق والتغيرات المناخية وتلوث المحيط والبيئة وغيرها.

ولقد أوضحنا بأن انتقال المستهلك إلى منحنى سواء أعلى يرتكز على قاعدتين رئيسيتين:

أولاً ما زادت دخله النقدي، بينما تتضمن الثانية انخفاض سعر إحدى السلعتين المعنيتين أو كليهما في آن واحد.

٢ - كيف يتحقق توازن المستهلك من خلال منحنيات السواء؟

تعلق الأمر بتحقيق توازن المستهلك من خلال منحنيات السواء، لا بد من الأخذ بنظر الاعتبار مستوى دخله النقدي المخصص للإنفاق على سلعتين هما البرتقال والتفاح. إن هذا يتطلب التركيز على متغير جديد يدخل ضمن إطار منحنيات السواء وتوازن المستهلك، والذي نعني به خط الميزانية أو خط الدخل المقرر إنفاقه على شراء واستهلاك كل السلعتين من قبل هذا المستهلك في وقت واحد.

فمن خلال الشكل البياني رقم (٢-١)، يظهر الخط المستقيم (أ ب) الذي يمثل خط الميزانية أو خط الدخل المخصص لشراء واستهلاك التفاح والبرتقال معًا. ولنفترض بأن

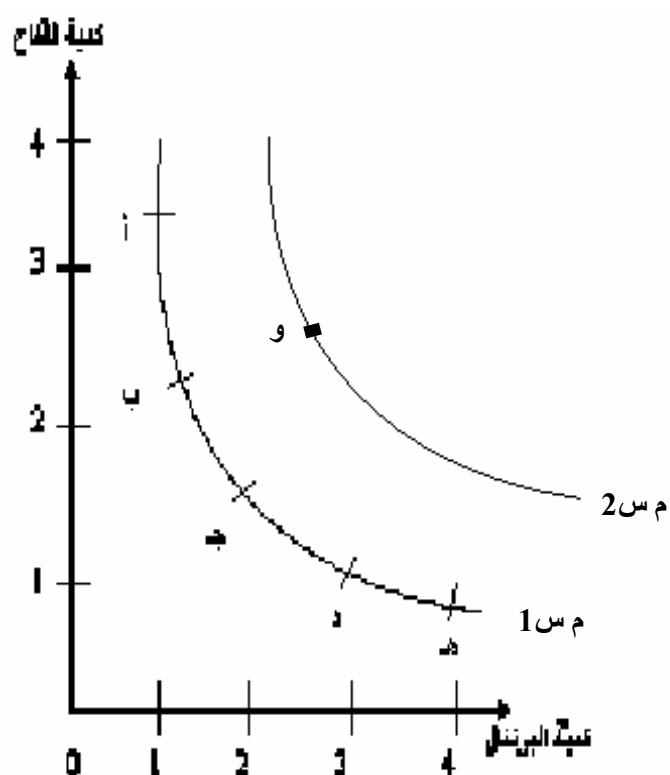
المستوى الذي قرره هذا المستهلك لخط ميزانيته هو مبلغ (20) دينارا أسبوعيا، كما نفترض في الوقت نفسه ما يلي:

- (1) سعر بيع الكيلوغرام من التفاح = ديناران.
- (2) وسعر بيع الكيلوغرام من البرتقال = دينارا واحدا.

شكل بياني رقم (1-2)

تحقيق توازن المستهلك

من خلال منحنيات السواء وخط ميزانيته



وهكذا يوضح الشكل البياني رقم (1-2) أعلاه ما يلي:

أولاً - بامكان المستهلك شراء واستهلاك (10) كيلوغرام تقاح + صفر كيلوغرام من البرتقال ، وذلك عند النقطة (أ) على المحور العمودي.

ثانياً - وبإمكانه شراء واستهلاك (20) كيلوغرام برتقال + صفر كيلوغرام تقاح، وذلك عند النقطة (ب) على المحور العمودي.

ثالثاً - كما أن لديه الحرية الكاملة في شراء واستهلاك أية كميات من كلتا السلعتين، وذلك عند النقاط (ج)، (د)، (هـ)، (و)، (ز)، الواقعة على خط ميزانيته (أ ب).

3 - أين يتحقق توازن هذا المستهلك ؟

إن الإجابة على مثل هذا التساؤل، تتطلب صياغة التحليل التالي:

أولاً - لا يختار هذا المستهلك نقطة (ص) على منحنى السواء الأول (م س1) ولا يختار نقطة (غ) الواقعة على منحنى السواء الثاني (م س2)، وذلك لأنهما تقعان دون مستوى خط ميزانيته (أ ب) بطبيعة الحال.

ثانياً - يكون مستوى استهلاكه عند كل نقطة من نقاط خط ميزانيته كالتالي:

- ❖ عند النقطة (ج) يستهلك (2.5) كيلوغرام تقاح + (15) كيلوغرام برتقال.
- ❖ عند النقطة (د) يستهلك (4) كيلوغرام تقاح + (11) كيلوغرام برتقال.
- ❖ عند النقطة (هـ) يستهلك (5) كيلوغرام تقاح + (10) كيلوغرام برتقال.
- ❖ عند النقطة (و) يستهلك (7) كيلوغرام تقاح + (7) كيلوغرام برتقال.
- ❖ عند النقطة (ز) يستهلك (8.5) كيلوغرام تقاح + (3) كيلوغرام برتقال.

ثالثاً - لذا يثار الآن السؤال المهم التالي: أية نقطة من هذه النقاط الخمس يختارها المستهلك لكي تعطيه أكبر اشباع ممكن من التقاح والبرتقال معاً؟

وتتضمن إجابة هذا المستهلك ضرورة التمسك بما يلي:

- (1) لا يمكنه اختيار النقطتين (جـ) و (زـ)، بصرف النظر عن كميات التفاح والبرتقال التي يحصل عليها عند كل نقطة منها، وذلك بسبب كونهما تقعان على منحنى سواء واحد (م س1) يقع في أسفل المنحنيات الثلاثة، أي أن الإشباع يكون أقل من الاعتيادي.
- (2) كما لا يمكنه اختيار النقطتان (دـ) و (وـ)، بغض النظر عما يحصل عليه من تفاح وبرتقال سوية عند كل نقطة منها، وذلك بسبب وقوعهما على منحنى سواء واحد (م س2) يكون فيما بين المنحنى الأولي والمنحنى الثالث.
- (3) أما النقطة الخاصة وهي (هـ)، كنقطة تماس لأعلى منحنى سواء في مجموعة خارطة السواط مع خط الميزانية (أبـ)، فهي التي يقع اختيار المستهلك عليها لتحقيق توازنه، لسبب رئيسي هو كونها تقع على منحنى سواء الأعلى (م س3). كما أنها تحقق له في الوقت نفسه خليطاً جيداً من كلا السلعتين ليتحقق مستوى إشباع أكبر، أي [5 كيلوغرام تفاح + 10 كيلوغرام برتقال] وذلك ضمن خط ميزانيته.

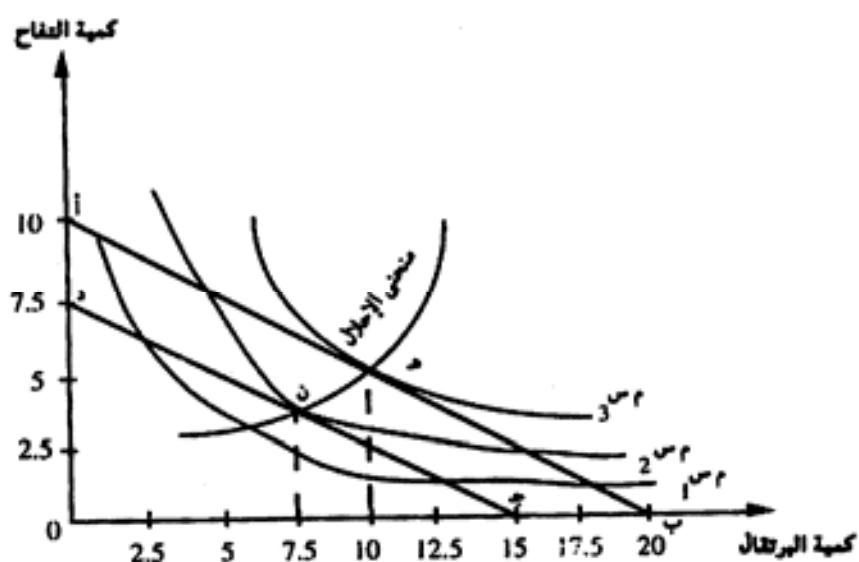
رابعاً - كما لا يمكن لهذا المستهلك الانتقال إلى النقطة (قـ)، على اعتبار أنها ستمنحه إشباعاً أعلى مما تعطيه له جميع النقاط السابقة، لسبب مهم هو لكونها تقع خارج نطاق خط ميزانيته، أي لا يمكنه الشراء بمبلغ يفوق مستوى الدخل الذي خصصه في وقت سابق للإنفاق على شراء التفاح والبرتقال معاً وهو (20) ديناراً أسبوعياً.

وأخيراً، لنفترض بأن تغييراً ما لا بدّ أن يحدث في سعر بيع إحدى السلعتين أو كليهما، وهذا هو أمر طبيعي في ظل سريان اقتصاد السوق، وتتضمن الفرضية، ارتفاع سعر بيع الكيلوغرام من البرتقال في أسبوع معين إلى (1.250) دينار، فيما يبقى سعر بيع كيلوغرام التفاح ثابتاً (عند مستوى دينار واحد للكيلوغرام) خلال نفس الأسبوع، كما نفترض بقاء مستوى الدخل المخصص من قبل المستهلك لشراء التفاح والبرتقال عند نفس المبلغ الأصلي وهو (20) ديناراً لكل أسبوع.

والسؤال الذي يطرح الآن هو: ماذا سيحدث لسلوك هذا المستهلك، وكيف سيتحقق توازنه بعد الزيادة في سعر بيع البرتقال؟

إن الإجابة عن هذا السؤال تتطلب في البداية رسم الصورة الحالية لمنحنىات السواء، وخط الدخل الأصلي للمستهلك المذكور، إلى جانب خط الدخل الجديد الذي يستند إلى التغير الذي حدث في سعر بيع الكيلوغرام من البرتقال، وذلك من خلال شكل بياني جديد يظهر في الصورة التالية:

شكل بياني رقم (2-2)
يوضح تكوين منحنى الاحلال للمستهلك



ويتبين من خلال الشكل البياني رقم (د) أعلاه ما يلي:

أولاً - بعد زيادة سعر بيع الكيلوغرام من البرتقال بمقدار (250 مليون)، تتحفظ الكميات التي يشتريها المستهلك منه، وذلك بسبب عدم حدوث زيادة في دخله النقدي مترافقاً مع هذه الزيادة في سعر البرتقال. كما أنه على الرغم من عدم تغيير سعر التفاح، فإنه يستهلك كميات أقل من هذه الفاكهة نظراً لانتقال الخط النظري لميزانيته النقدية إلى الأسفل.

ثانياً - يترتب على ذلك، ظهور خط ميزانية جديد (من الناحية النظرية طبعاً) يختلف عن خط الميزانية الأصلي (أ ب). ومن ثم فإن الخط المستقيم (ج د) الذي يوازي خط الميزانية الأصلي وإلى أسفل منه يمثل خط الميزانية النظري الجديد لهذا المستهلك. لكنهما في نفس الوقت يمثلان بلغة النقود وفي آن واحد (20) دينار كميّانية تتفق على شراء فاكهتي التفاح والبرتقال كالعادة.

ثالثاً - يصبح بإمكان هذا المستهلك شراء واستهلاك مقدارين مختلفين من كلا السلعتين هما:

- كمية (15) كيلوغرام برتقال (بدلاً من 20 كيلوغرام في الحالة الأصلية) + صفر كيلوغرام تفاح، وذلك عند النقطة (ج) على المحور الأفقي.
- ثم كمية (7.5) كيلوغرام تفاح + صفر كيلوغرام برتقال، وذلك عند النقطة (د) على المحور العمودي.

رابعاً - كما ينتقل المستهلك من نقطة توازنه القديمة (هـ) إلى نقطة التوازن الجديدة (ن)، التي تظهر من خلال تماس منحنى السواء الثاني (م س 2) مع خط ميزانية المستهلك الجديدة (ج د)، حيث يتحقق له عندها أفضل إشباع ممكن.

خامساً - وبذلك يحصل المستهلك عند نقطة توازنه الجديدة (ن) على خليط جديد من الكميات التي بحوزته من البرتقال والتفاح بصورة تقل عن ذلك الخليط من كلا الفاكهتين اللتين حصل عليهما عند نقطة توازنه السابقة. بعبارة أخرى، فإن هذا المستهلك قد خسر كميات متقاوتة من كلا الفاكهتين، في أعقاب الزيادة الحاصلة في سعر بيع البرتقال، حيث بلغت (5 برتقالة + 2.5 تفاحة). وهذا يعني بشكل أدق أن خسارته في البرتقال هي ضعف الخسارة في التفاح.

سادسا - وهكذا لو أوصلنا نقطة التوازن الأصلية (هـ) مع نقطة التوازن الجديدة (نـ) بخط مستقيم أو منحنى مثلا، فإنه يعبر عن انتقال المستهلك من نقطة توازن إلى نقطة توازن أخرى بسبب التغير الذي حصل في سعر بيع إحدى الفاكهتين. ومن ثم فإن هذا الخط المستقيم أو المنحنى (هـ نـ) يفسر وفق النظرية الاقتصادية بأنه خط أو منحنى الإحلال.

أسئلة للمراجعة

- (1) كيف توضح أهمية توازن المستهلك عندما يختار سلعاً مفضلة؟
- (2) كيف يتحقق توازن المستهلك من خلال منحنيات السواء؟
- (3) أين يتحقق توازن المستهلك عبر خارطة السواء؟
- (4) ماذا سيحدث لسلوك المستهلك عند تغيير دخله النقدي؟
- (5) ماذا سيحدث لسلوك المستهلك عند ارتفاع سعر إحدى السلع المفضلة لديه؟
- (6) كيف تفسر وضعية منحنى الإحلال لدى المستهلك؟ ولماذا سمى بهذا الاسم؟
- (7) كيف يتحقق توازن المستهلك بوجود منحنى الإحلال؟

الفصل الثالث

تعظيم المنتج لأرباحه

وتخفيض التكاليف الإنتاجية

١- ماهي أهمية تعظيم المنتج لأرباحه على عمل المؤسسات الإنتاجية :

يركز أصحاب المؤسسات الإنتاجية جهودهم على كل ما يتعلّق بالعمليات الإنتاج التي تجري داخل أقسام وفروع مؤسّساتهم، لما لهذا التركيز من أهمية كبيرة جدا على نواتج هذه العمليات من سلع مختلفة، سواء كانت سلعاً نصف مصنعة تدخل في عمليات إنتاجية لاحقة في مؤسسات أخرى أم سلعاً كاملة التصنيع جاهزة للاستهلاك النهائي. وبقدر تعلّق الأمر بالتكاليف الإنتاجية، فهي تُشكّل بصورة خاصة محور اهتمام هؤلاء المنتجين باستمرار، وبالذات حول ضرورة تخفيضها إلى أقل حد ممكّن، من أجل زيادة مبيعاتهم ورفع مستوى أرباحهم الصافية على المدى القصير والبعيد في آن واحد.

إن هذا يعني بعبارة أخرى، أن هذه التكاليف تمثّل في الواقع مؤشراً مهماً جداً على مقدرة وكفاءة أيّة مؤسسة إنتاجية من خلال منافستها لمؤسسات أخرى تنتج سلعاً تتجانس أو تتماثل مع سلعتها التي تحاول إنتاجها بكلفة أقلّ مقابل جودة متميّزة عن السلع المنافسة لها في الأسواق الوطنية والأجنبية. يشتمل الفصل الحالي على تحليل جوانب أساسية ذات صلة بالإنتاج بشكل عام من

ناحية، وتلك المتعلقة بـ التكاليف الإنتاج على المدى القصير والبعيد والأساليب الممكنة

لتخفيضها من ناحية أخرى. فعند تحليل جانب الإنتاج، سنركز على فقراته الرئيسية كدالة الإنتاج والعناصر الإنتاجية ووفرات الإنتاج الكبير بنوعيهما الوفورات الداخلية والوفورات الخارجية. أما بالنسبة للتكاليف الإنتاجية، فسنحلل دورها في

كل من المدخلات لأية مرحلة من مراحل العملية الانتاجية والمخرجات منها في ذات الوقت، سواء كان ذلك في الأجل القصير أم في الأجل البعيد.

هذا إلى جانب تحليل الأنواع المعروفة من التكاليف، وأهميتها في مجال تعظيم أرباح المنتجين.

2 - ما هي أهمية وظيفة الإنتاج؟

تظهر أهمية الإنتاج بشكل رئيسي من خلال حقيقة أن الكثير من الموارد المتوفرة في حياة أي مجتمع لا تصلح بهيئة إنتاج أو الخام لإشباع حاجات أفراد المستهلكين، ما لم يتم التعامل معها بتحويلها إلى منتجات تامة الصنع وجاهزة للاستهلاك النهائي.

ومن المعروف أن ما يعنيه تحويل الموارد الأولية والخام إلى منتجات نصف مصنعة قوسلع مصنعة جاهزة للاستهلاك عن طريق أحد فروع الصناعات التحويلية، هو عملية الإنتاج. ومن ثم فإن نواتج هذه العملية تقوم في الواقع بإشباع حاجة الفرد، منتجاكان أم مستهلكا، وهذا ما يطلق عليه اقتصاديا بالمنفعة. وبالتالي فإن الإنتاج، وفق هذا المنظور، يعرّف بأنه عبارة عن عملية خلق المنفعة أو زيارتها من قبل أي فرد أو مؤسسة خلال فترة زمنية معينة، حيث يستحق كل منهما مكافأة مادية لقاء مسانته في هذه العملية.

كما أن أهمية الإنتاج لا تتحصر في عمليات تحويل الموارد الأولية والخام إلى سلع مادية مختلفة، بل تغطي جانباً مهماً آخرًا ذو علاقة بالسلع غير المادية أي الخدمات. إن هذا يعني بعبارة أخرى، تلك الخدمات التي يقدمها الأستاذ والمهندس والطبيب والخبير والفنان والميكانيكي...إلخ،

حيث تشكل كلها خدمات نافعة تشعـجـاتـ مستحقيها أو طالبيها من الأفراد والمؤسسات. وبالتالي فإن الفرد أو الجهة المقدمة

للخدمة أو حتى مالكها، يستحق كل منهما مكافأة نقدية لقاء ما ساهموا به، متلما هو الحال في مالك العنصر الإنتاجي الذي يساهم في العمليات الإنتاجية آنفة الذكر.

3 - ما هي أهمية عناصر الإنتاج؟

إن من الأهمية بمكان عدم الاقتصار على كل ما يتعلق بانتاج السلع وتقديم الخدمات المختلفة، بل لا بدّ من تركيز الضوء على حقيقة توفر عناصر الإنتاج من قلّتها أو ندرتها في دولة ما، بالمقارنة مع ما يتوفّر منها من كميات متباعدة عادة في دول أخرى. لذلك فإن توفر الامكانيات الطبيعية والمادية والبشرية إلى جانب الطرق والوسائل التقنية الحديثة لاستغلال وتطوير هذه الامكانيات في إحدى الدول، بصرف النظر عن طبيعة النظام الاقتصادي السائد فيها، يحدّد حجم العمليات الإنتاجية التي تجري في المؤسسات المختلفة، سواء كانت ضمن القطاع الخاص أم القطاع العام.

لكن من الضروري التركيز على أن عدم توفر إحدى الموارد الأولية أو الخام في دولة متقدمة، لا يشكّل عائقاً أمام درجات النمو والتطور الاقتصادي التي تحققّت ولا تزال مستمرة فيها. فالإمارات وألمانيا، على سبيل المثال لا الحصر، لا تستخرجان أي برميل من النفط الخام في أراضيهما، بينما يعتبر هذان البلدان في مقدمة البلدان الصناعية الرأسمالية في العالم. وفي المقابل، هناك العديد من الدول النامية التي تمتلك كميات كافية من أنواع الموارد الطبيعية والطاقة البشرية اللازمة لكل العمليات الإنتاجية، لكن افتقارها إلى عنصر إنتاجي مهم كرؤوس الأموال يقف عائقاً كبيراً أمام تتميّتها وتقديمها الاقتصادي، ويبقيها بالنتيجة ضمن مجموعة الدول النامية.

إن التحليل الحالي للجوانب المتعلقة بالإنتاج، لا يتضمن بالضرورة إعادة لما أشرنا إليه أو ما سنقوم بتحليله حول عناصر الإنتاج، بل إنه يتمحور حول استخدام هذه العناصر بطريقة معينة ضمن دالة الإنتاج بأشكالها المعروفة. إن هذا يعني بعبارة

أخرى، أن عملية الإستخدام تتركز حول اشتراك هذه العناصر الأربع كمدخلات في آلية عملية إنتاجية، ويعتبرون في الوقت ذاته كمتغيرات مستقلة بعضها عن البعض الآخر وتأثر على حجم الإنتاج بصورة مباشرة وغير مباشرة وبأشكال إيجابية وسلبية في آن واحد.

٤- ما هي أهمية التكاليف الإنتاجية وتفضيلها لتعظيم أرباح المنتج ؟

تشتمل التكاليف من وجهة النظر الإنتاجية، جميع ما ينفقه منتج ما على العناصر الإنتاجية الازمة لإنتاج سلعته أو مجموعة السلع المخطط لها في مشروعه خلال فترة زمنية معينة. إن هذا يعني بشكل أدق، أن هذه التكاليف المقيمة بالنقود، يبدأ هذا المنتج بصرفها في مجالات عديدة ذات علاقة وثيقة بالعمليات الإنتاجية لديه، سواءً مما يتعلق منها في داخل المشروع أو خارجه، لضمان إنتاج سلعة جيدة تضمن له الإستمرار في ميدان صناعتها لأطول مدة ممكنة مع تحقيق نسبة من الأرباح . ولو حصرنا عنصر التكاليف عند فرد معين، فإن أهميتها تختلف بطبيعة الحال عن كونه منتجاً أم مستهلكاً. ففي الحالة الأولى : ينطبق التحليل أعلاه على هذا الفرد المنتج، حيث يتطلع دائماً إلى محاولة تخفيضها بهدف بيع أكبر كمية من السلعة التي ينتجهما، ليحقق بذلك أرباحاً جيدة تؤمن له الاستمرار في الإنتاج لأطول مدة ممكنة.

أما في حالة كون الفرد مستهلكاً، فينبغي معرفة ما إذا كان من فئة ذوي الدخل المحدود، حيث أن تكلفة حصوله على آلية سلعة أو خدمة تمثل شيئاً ضرورياً ومهماً لحياته اليومية، بهدف عدم تجاوز مستوى دخله المحدود مع نهاية أي شهر مثلاً. أما لو كان الفرد المستهلك من فئة ذوي الدخل غير المحدود: فإن تكلفة حصول على آلية نوعية وكمية من السلع والخدمات يعتبر أمراً ثانوياً في حياته اليومية.

أ - كيف تؤثر تكلفة الفرصة البديلة على تعظيم أرباح المنتج ؟

هناك العديد من دول العالم تفتقر إلى بعض عناصر الإنتاج أو المواد الأولية والخام، لكنّها تتمكن من تجاوز هذه الفجوة بوسائل عديدة، كما هو الحال بالبلدان الصناعية

المتقدمة بشكل عام. بعبارة أخرى، نرى مثلاً دولة صناعية متقدمة لا تتوفر لديها ثروات طبيعية، لكنها من خلال إمكانياتها الإقتصادية الجيدة تستورد هذه الثروات وتعمل على تحقيق المزيد من التقدم الاقتصادي والتكنولوجي والعلمي. وفي المقابل، يوجد الكثير من الدول النامية التي تفتقر إلى رؤوس الأموال الكافية لتنفيذ خططها

التنموية، بينما تتوفر لديها وبنسب متفاوتة مصادر طبيعية وعناصر انتاج أخرى كافية، لذلك لابد لها من افتراض مبالغ كرؤوس أموال لمشروعات تنمية في مختلف مجالات قطاعاتها الاقتصادية تحاول من خلالها اللحاق بركب البلدان المتقدمة.

وبالنظر لمحدودية الموارد الطبيعية والمالية والبشرية نسبياً في دولة معينة، وذلك بالمقارنة مع تطور حجم الاحتياجات الفعلية لقطاعاتها الاقتصادية، فإنه يترتب عليها ضرورة التركيز على استخدام مواردها المتاحة في إنتاج سلع معينة مقابل حرمان مجتمعها من

إنتاج سلع أخرى. وهذا ما يطلق عليه اقتصادياً **تكلفة الفرصة البديلة**، حيث تُعرف بأنها عندما يعرض صاحب أحد عوامل الإنتاج خدمات هذا العامل على المنتج، فإن التكلفة بالنسبة إليه تعني التخلي عن استخدام آخر لهذا العامل.

ويمكن توضيح معنى تكلفة الفرصة البديلة من خلال المثالين التاليين:
لو افترضنا أولاً بأن مدير حسابات في دائرة حكومية يتقادى راتباً شهرياً مقداره (700) ديناراً، وحينما عرض عليه صديقه الذي يملك شركة خاصة أن يعمل معه كمدير حسابات الشركة براتب شهري قدره (2000) ديناراً، وافق على هذا العرض وقدّم استقالته من وظيفته الحكومية. لذلك فإن تضحيته بوظيفته الأصلية مقابل حصوله على وظيفة مماثلة في القطاع الخاص تؤمن له حوالي ثلاثة أمثال راتبه الأساسي، تمثل في الواقع تكلفة الفرصة البديلة له. وكذلك الحال في مثل إمرأة موظفة تضحي بوظيفتها مقابل التفرّغ لرعاية أولادها والاكتفاء بدور الأم وربّة البيت، تكون قد قبلت التضحية بامتيازات وظيفتها. ومن ثم فإن هذا العمل م

ن قبلها يجسّد في حقيقته تكلفة الفرصة البديلة لها، والتي تعادل مقدار الراتب الشهري الذي كانت تتقاضاه سابقاً من وظيفتها الأصلية.

ب) كيف تؤثر تكاليف الإنتاج في المدى القصير على أرباح المنتج؟

تظهر تكاليف الإنتاج في أي مشروع انتاجي ، بصرف النظر عن حجمه ونوعه ومكان وجوده (حسب النظام الاقتصادي السائد في الدولة الموجود فيها)، كتكاليف ثابتة وتکاليف متغيرة خلال المدى القصير ، وأحياناً تمتد على المدى المتوسط.

أولاً – ما هو تأثير التكاليف الثابتة؟

من الضروري التركيز على حقيقة أن مالك هذا المشروع ينبغي عليه تحمل هذه التكاليف في أي وقت من الأوقات، سواء كان ذلك في بداية الإنشاء عندما تكون العمليات الانتاجية لم تُتَهَّلْ فيه بعد، أو في فترة معينة أثناء عمله حيث يتوقف الإنتاج خلالها لأسباب طبيعية أو اقتصادية أو اجتماعية وغيرها. كما أن التكاليف الثابتة لا تكون مرتبطة بمرحلة الانشاء أو الإنجاز للمشروع الانتاجي فحسب، بل إنها تظهر أيضاً خلال العمل أو الإنتاج.

وهناك فقرات معروفة تدخل ضمن التكاليف الثابتة للمشروع الانتاجي بشكل عام، حيث تشتمل على أبنية المشروع الرئيسية والإدارات والأقسام والفروع التابعة له، مع المكائن والمعدات والأجهزة الخاصة بالانتاج، والمعدات المكتبية وأجهزة الحاسوب الإلكتروني (الكمبيوتر) والسيارات والعجلات الملحة به. هذا إلى جانب فقرة خاصة تختلف عن المفردات المذكورة هنا ،

وهي التي تتعلّق بنسب الاندثار السنوي لكل هذه الأبنية والمكائن والمعدات والأجهزة والسيارات طوال فترة عملها في المشروع. كما تشتمل هذه التكاليف على جميع المصروفات التي أنفقت في تسجيل المشروع، حيث يدفعها مالكه في بداية الإنشاء مرة واحدة إلى الإدارات الحكومية المسؤولة عن إجراءات التسجيل ومنح تراخيص إنشاء المشروعات الإنتاجية الجديدة بضمنها الرسوم والضرائب المطلوبة .

لذلك فإن من المنطقي فهم الجانب الآخر من التكاليف الثابتة وهو الذي يقترن ببقية

الأنواع المعروفة للتكليف، وخاصة التكاليف المتغيرة. كما أن حاصل جمع هذه التكاليف الأخيرة مع التكاليف الثابتة التي نحن بصددها، يكون التكاليف الكلية.

ثانياً) ما هو تأثير التكاليف المتغيرة ؟

إن هذه التكاليف ترتبط إرتباطاً مباشراً بعمليات الإنتاج التي تجري داخل المشروع وبحجم الكميات المنتجة من السلعة أو السلع المخطط لإنتاجها فيه. وهكذا فإن قيام المشروع بشراء المواد الأولية والخام والسلع الوسيطة ونصف المصنعة التي تدخل في تركيبة كل سلعة منتجة، إلى جانب تشغيل العدد الكافي من الأيدي العاملة الفنية والمتخصصة والاعتية في مختلف المراحل الإنتاجية، يتطلب الصرف من رأس مال التشغيل المخصص لتكليف متغيرة. وكالعادة يحتاج المشروع إلى مصادر طاقة كالكهرباء والغاز والماء مع بعض أنواع الوقود ووسائل الإتصالات كالهاتف والفاكس وخدمات جهاز الحاسوب الإلكتروني (الكمبيوتر) مع الانترنيت،

ومصاروفات الخاصة بالنقل من وإلى المشروع (عند عدم توفر سيارات خاصة به)، وذلك لادمة العمليات الإنتاجية. هذا بالإضافة إلى أن التكاليف المصروفة على حملات الدعاية والإعلان في مختلف الأجهزة الإعلامية، مع مصاروفات أخرى للتغليف وكرسم جمركية لما يستورده المشروع من أجهزة ومعدات أو حتى مواد أولية، تعتبر كلها ضمن فقرات التكاليف المتغيرة للمشروع ذاته. ومن الطبيعي أن التكاليف المتغيرة تتغير باستمرار كلما تغير حجم الإنتاج ونوعه، سواء كان إنتاجاً يومياً أو شهرياً أو بأسلوب موسمي – كما هو الحال في الملابس المنتجة لكل فصل من فصول السنة.

ثالثاً) ما هو تأثير التكاليف الكلية ؟

إن أفضل وأشمل تعريف لهذه التكاليف هو أنها تكون من خلال جمع التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة لأية مرحلة أو عملية إنتاجية بالمشروع خلال فترة زمنية محددة. وتمثل التكاليف الكلية لصاحب المشروع، عنصر أساسياً في معظم العمليات

المرتبطة بانتاج السلعة فيه. فعندما يتهيأ لتحديد سعر بيع هذه السلعة، ينبغي عليه قبل كلّ شيء أن يعرف على وجه الدقة كم هي تكلفة انتاج الوحدة الواحدة منها ، حيث يتوصّل إليها من خلال عملية حسابية بسيطة تتجلى في كونها حاصل قسمة مقدار التكاليف الكلية المحسوبة خلال فترة محددة من الوقت على عدد الوحدات المنتجة من أية سلعة فيه. ومن ثم يقوم بإضافة نسبة ربح، إما ثابتة أو متغيرة ، سواء كانت بنسبة مؤوية أو بمقدار مالي مقطوع، ليتسنى له بعد ذلك تحديد السعر المقرر بيعها به.

رابعا) ما هو تأثير التكلفة الحدية ؟

لمعرفة تأثير هذه التكلفة على العمليات الانتاجية ، نفترض أن مقدار التكاليف الكلية لإنتاج وحدتين من سلعة ما تنتج في أحد المشروعات، يبلغ (394) دينارا. وكانت هذه التكاليف قد ازدادت من مقدار التكلفة الكلية السابقة لها والخاصة بانتاج وحدة واحدة من السلعة ذاتها، حيث كانت بمقدار (250) دينارا. لذلك يمكن استخراج التكلفة الحدية كما يلي :

$$1 - \text{التكلفة الحدية لانتاج الوحدة الثانية من السلعة} = \frac{\text{تغير ت ك}}{\text{تغير ك}} \\ 1 - 2 / 250 - 394 = \\ 1 - 2 / 250 = 144 = 144 \text{ دينارا}$$

2 - كما يمكن إستخراج الكلفة الحدية عن طريق معادلة ثانية، وذلك من خلال أرقام التكاليف المتغيرة ، حيث أن حجم هذه التكاليف التي يتطلبها انتاج (7) وحدات من السلعة المذكورة هو (824) دينارا، مقابل حجم (746) دينارا كتكاليف متغيرة مطلوبة لانتاج (6) وحدات فقط من السلعة ذاتها.

وهكذا نستخرج قيمة التكلفة الحدية وفق المعادلة الثانية كما يلي :

$$\text{التكلفة الحدية لانتاج الوحدة السابعة من السلعة} = \frac{\text{تغير ت م}}{\text{تغير ك}} \\ 6 - 7 / 746 - 824 = \\ 6 - 7 / 746 = 78 = 78 \text{ دينارا}$$

ج) كيف تؤثر تكاليف الإنتاج في المدى البعيد على تعظيم أرباح المنتج ؟

إن من أهم متطلبات الإنتاج خلال المدى البعيد، أن أي مشروع سيواجه حالة اعتيادية فيما يتعلق بتكليف الإنتاج، تتركز في أنها ستكون متغيرة. وهذا يعني بوضوح عدم وجود تلك الأنواع من التكاليف التي تظهر في المدى القصير، باستثناء بعض الحالات التي يبقى فيها جزء من التكاليف ثابت حتى على المدى البعيد.

إن هذا يعني افتراض أن بإمكان هذا المشروع توسيع مستويات أعماله وفروعه مع طاقاته الإنتاجية، بتغيير أساليب العمل والإنتاج التقليدية بأسلوب جديد يعتمد أجهزة الحاسوب (الكومبيوتر) مثلا، كما هي الحال في صناعة السيارات في البلدان المنتجة لها عالمياً. وبالتالي، فإن جميع العناصر التي تدخل في نطاق التكاليف الثابتة (الآلية والمكائن والمعدات الرئيسية) على المدى القصير، ستتغير تبعاً لذلك على المدى البعيد.

أسئلة للمراجعة

(1) كيف توضح أهمية تعظيم المنتج لأرباحه على عمل المؤسسات

الإنتاجية ؟

(2) كيف يمكنك توضيح أهمية عناصر الإنتاج لأية عملية إنتاجية ؟

(3) كيف يمكنك توضيح أهمية التخفيض الذي يجريه المنتج على

تكليف الإنتاج من أجل تعظيم أرباحه ؟

(4) كيف يظهر تأثير تكلفة الفرصة البديلة على تعظيم أرباح المنتج ؟

(5) كيف يظهر تأثير تكاليف الإنتاج في المدى القصير على تعظيم

أرباح المنتج ؟

(6) كيف يمكنك توضيح أهمية كل من التكاليف الثابتة والتكاليف

المتحركة على تعظيم أرباح المنتج ؟

(7) كيف يظهر تأثير التكلفة الحدية على تعظيم أرباح المنتج ؟

(8) كيف يظهر تأثير التكاليف الكلية على تعظيم أرباح المنتج ؟

9) كيف يظهر تأثير تكاليف الإنتاج في المدى البعيد على تعظيم
أرباح المنتج بشكل عام ؟

الفصل الرابع

توازن العرض والطلب

(توازن السوق)

١ - ما هي أهمية سلوك المستهلك والمنتج لتوازن العرض والطلب؟

في الوقت الذي يختلف فيه سلوك أي منتج لسلعة ما خلال منحنى العرض الفردي الخاص به عن سلوكه المشترك مع المنتجين الآخرين لسلعة مشابهة (متجانسة) أو منافسة لسلعته من خلال منحنى العرض الكلي لجميع المنتجين، فإن هنالك صورة أخرى للمقارنة تظهر في ذلك الإختلاف الحاصل في سلوك المستهلك للسلعة المذكورة من خلال منحنى طلبه الفردي عما هو الحال في سلوكه ضمن منحنى الطلب الكلي لمجتمع معين خلال فترة زمنية محددة. ومع الأخذ بنظر الإعتبار صعوبة تحقيق توازن حقيقي بين ما هو معروض فعلاً من كميات مختلفة من السلعة المعنية في السوق (الأسواق) و بين مجموع الطلب الحاصل عليها من قبل المجتمع المذكور، فإن من الضروري القيام بتحليل الجانب النظري لهذا التوازن وانعكاساته الإيجابية و السلبية على سلوك كل من المنتج والمستهلك.

يتضمن الفصل الحالي تحليلاً منطقياً للواقع النظري الخاص بـ توازن العرض والطلب (توازن السوق)، حيث نبدأ بتركيز الضوء على تعريف توازن السوق بشكل عام. ومن ثم فإن تحليلنا الحالي سيأخذ ثلاثة مسارات تختلف فرضياتها ونتائجها حسب سلوك كل من المنتج والمستهلك على المتغيرين الرئيسيين (سعر السلعة والكميات المعروضة والمطلوبة منها) (الذين يتم قياسهما بأشكال مباشرة وغير مباشرة على منحنى العرض ومنحنى الطلب في آن واحد).

2 – ما هي أهمية توازن السوق:

يمثل توازن السوق نظرياتك الحالة التوازنية التي تحدث عند النقطة التي يقاطع فيها منحني العرض والطلب لأية سلعة أو خدمة في السوق المخصص له خلال فترة زمنية محددة. إن هذا يعني بعبارة أخرى أنه عند نقطة التقاطع هذه، فإن الكمية المعروضة من السلعة أو الخدمة المعنية تتساوى مع الكمية المطلوبة منها، لتمثل كمية توازنية. وتباع هذه الكمية بسعر خاص يدعى (السعر التوازني) الذي يمثل الخط المستقيم الذي ينطلق من نقطة التوازن نحو المحور العمودي وبموازاة المحور الأفقي، وذلك خلال فترة محددة من الزمن.

ومما لا شك فيه أن هذا التوازن يحدث عادة من الناحية النظرية بسهولة، بينما نجد

أنه من الصعوبة بمكان وجود سلعة أو خدمة معينة تواجه في الواقع العملي حالة توازن حقيقة في أية سوق محلية أو أجنبية خلال أية فترة زمنية. وينطبق هذا التحليل على وضعية قطاعات اقتصادية تعمل في ظل المنافسة التامة، أو عند سريان حالات المنافسة الإحتكارية، أو حتى في ظل وجود حالة خاصة للأحتكار في سوق سلعة ما. وبالتالي فإنه إلى جانب صعوبة قيام وضع احتكاري بمعناه الحقيقي لدى القطاع الخاص، وما يتربّ عليه من عدم حدوث حالة توازن في سوق ما يحترها فرد أو مؤسسة، فإن وجود حالات احتكارية خاصة بالدولة كالكهرباء والماء والتعليم والصحة على سبيل المثال، لا يتربّ على كل حالة منها تحقق صورة من صور توازن العرض والطلب خلال فترة زمنية معينة.

3 – كيف يتحقق توازن العرض والطلب؟

يمكن لحالة التوازن بين منحني العرض (الكميات المعروضة من أية سلعة) ومنحني الطلب (الكميات المطلوبة منها) أن تتحقق من الناحية النظرية في أية سوق بظل نظام اقتصادي حرّ، وفق إحدى الطرق الثلاث التالية :

أ) الطريقة الأولى - عند تحديد سعر بيع مرتفع وكمية معروضة كبيرة :

تتصفح هذه الطريقة عبر المثال التالي الذي يعطي صورة من واقع الحياة اليومية بين قطاع الإنتاج (والبائعين في ذات الوقت) من جانب، وقطاع الإستهلاك من جانب آخر. فلما افترضنا وجود سوق للفواكه والخضر بالجملة، حيث تباع فيه يومياً كميات كبيرة منها بأسلوب المزايدة بين كل من المنتجين والبائعين وبين المستهلكين وفق مبدأ العرض والطلب السائد في سوق المنافسة بهذه السوق،

١٦٣

يعني عدم قدرة أي منتج أو بائع أو حتى مستهلك من تحديد سعر بيع سلعة معينة.

وفي أحد الأيام، جرى عرض كميات كبيرة من التفاح في أحد الأيام في وقت مبكّر عن موسمه، وذلك بسعر بيع عالي نسبياً. فظهرت ردود أفعال المستهلكين من

أول وهلة غير مشجّعة لمنتجي هذه الفاكهة وبائعيها في الوقت نفسه، وذلك حينما تقدم البعض منهم (من ذوي الدخول العالية غير المحدودة) لشراء كميات محدودة تقل كثيراً عن تلك الكميات المعروضة منها في السوق المذكور.

لذلك فإن هذه السوق أصبح يسودها حالة عدم التوازن فيما يتعلق بفакهة التفاح ، وذلك بين ما هو معروض فعلاً من كميات كبيرة نسبياً منها ، مقابل كميات قليلة نسبياً تمثل حجم الطلب الفعلي الحاصل عليها . وهذا يعني إذن وجود ما يطلق عليه في النظرية الإقتصادية فائض العرض ، والذي تمثله مساحة شبه المثلث (أب ز) في الشكل البياني رقم (٤-١) . ومن ثم فإن وضعية عدم التوازن تتضح معالمها في هذا الشكل البياني من خلال العلاقات التالية :

أولاً - المسافة العمودية (م س 1) تمثل مستوى السعر المرتفع، والذي حدده المنتجون والبائعون لأول مرة في سوق الجملة للفواكه والخضر.

ثانياً - المسافة الأفقية (م لك 1) تمثل حجم الكميه المطلوبه من التفاح، والتي تقل بوضوح عما هو معروض منها في السوق.

ثالثاً— والمسافة الأفقية (م ك2) تمثل حجم الكمية المعروضة من التفاح في السوق ، والتي تزيد بشكل واضح عن تلك الكمية المطلوبة منها فعلا.

وللتلخيص من حالة عدم التوازن المذكورة أعلاه، يضطرّ منتجو التفاح وبائعوه إلى إجراء تخفيض في كل من الكميات الكبيرة المعروضة وبسعر البيع المرتفع نسبياً في آن واحد، من أجل تقليل حجم فائض العرض، حيث أن سلوكهم هذا ينسجم مع مضمون قانون العرض. أما ردود أفعال المستهلكين، فتظهر مشجعة نوعاً ما لحالة التخفيض التي أجرتها المنتجون والبائعون في سعر بيع التفاح، حيث يقبلون على شرائه أكثر من ذي قبل.

إن التعبير النظري لسلوك منتجي وبائعي التفاح مع مستهلكيه ، ضمن الرسم البياني الخاص بمنحنى العرض ومنحنى الطلب وتوازن السوق (رقم 4 – 1)، يظهر من خلال تحرك المنتجين والبائعين على منحنى العرض نحو الأسفل (سعياً وراء تقليل حجم فائض العرض)، وتحرك المستهلكين على منحنى الطلب نحو الأسفل أيضاً (يشجعهم تخفيض سعر التفاح في السوق). وبالتالي فإن حجم

فائض العرض لايزال يسجل كمية إيجابية طالما هناك حالة عدم توازن بين ما هو معروض من التفاح والكمية المطلوبة منه. ويفسّر هذا عدم قناعة المستهلكين بمستوى السعر العالٰى نسبياً رغم افتتاح نسبة معينة منهم بجودة التفاح، بينما يسعى منتجوه وبائعوه دائماً إلى ضرورة تحقيق أرباح جيدة في ذلك الوقت المبكر من عرضه في السوق.

لذا فإن مساحة فائض العرض تستمرّ في التناقص طالما استمرّ المنتجون والبائعون بتخفيض سعر بيع التفاح في السوق، مقابل قيام المستهلكين برفع نسبة استهلاكهم الإعتيادية من التفاح بالتدريج.

وبافتراض أن منتجي وبائعي التفاح مع كل مستهلكيه قرروا الاستمرار في سلوكهم المشار إليه أعلاه، وبالتحديد تحركهم على كل من منحنى العرض ومنحنى الطلب لفترة زمنية معينة، فإن الذي يحدث في وقت ما أن يتقطّع هذان المنحنيان في نقطة

توازنية لنفرض أنها نقطة (ز) .

ومن ثم تتضح الصورة الجديدة للعلاقة بين جانبي الإنتاج (العرض) والإستهلاك (الطلب) عموما، وبين سلوك طرفي العلاقة على كل من منحنى العرض ومنحنى الطلب في الشكل البياني رقم (٤ - ١)، وذلك كما يلي :

أولاً— إن الخط المستقيم (س ت ١) المتجه نحو نقطة التوازن (ز) يعتبر خط السعر التوازنـي، والذي تمثله المسافة العمودية (م س ت ١) على المحور العمودي الخاص بسعر بيع التفاح.

ثانيا— إن الكمية التوازنـية التي تمثلها المسافة الأفقية (م ك ت ١) — على المحور الأفقي الخاص بالكميات — تفسـر حالة التمايز بين الكمية المعروضة من التفاح والكمية المطلوبة منها خلال فترة زمنية معينة.

ثالثا — وإن تقاطع منحنى العرض مع منحنى الطلب عند نقطة التوازن (ز) يعني بعبارة أخرى عدم وجود أية كمية فائض أو عجز في كلا الكميات المعروضة من التفاح والمطلوبة منه، وبالتالي تلاشي ما كان موجودا من فائض العرض، من الناحية النظرية بطبيعة الحال.

ب) الطريقة الثانية — عند تحديد سعر بيع منخفض وكمية معروضة قليلة :

تختلف هذه الحالة بطبيعة الحال عن الحالة الأولى الموضحة في الطريقة الأولى لعدة أسباب، تظهر من خلال المثال التالي :

لو افترضنا أن منتجا لنوعية معينة من الشوكولاتة دخل ميدان انتاجها لأول مرة، وهي سلعة تنتج وتتباع في سوق تنافسية تتعدد أسعارها من خلال تفاعل المعروض

منها مع الطلب الحاصل عليها. كمأن هذه السوق تظهر في ظل نظام اقتصادي حرّ لا يوجد فيه تدخل حكومي في المجالات الإنتاجية، حيث أن لهذا المنتج طموحات تتجلى في منافسة المنتجين المحليين - على الأقل - في أرجاء الأسواق المحلية.

وبعد إكماله لأول عملية إنتاجية، فضل أن يعرض الشوكولاتة بكمية قليلة ولكن بسعر بيع منخفض يقلّ نسبيا عن السعر السائد في الأسواق لنفس النوعية من

الشوكولاتة المنتجة محلياً. وبافتراض أن هذا المنتج مقتنع بجودة انتاجه بالمقارنة مع ما هو منتج ومعرض من نوعيات مماثلة، فإنه يتصرف بنوع من التحدي تجاه منافسيه الآخرين، على الرغم من اختلاف التكاليف النسبية فيما بينه وبينهم. أما ردود أفعال المستهلكين، فتظهر بشكل جليّ من خلال رغبتهم بشراء واستهلاك هذه النوعية من الشوكولاتة وذلك بمستوى طلب عالي نسبياً، يتجاوز تلك الكميات القليلة التي عرضها المنتج المذكور في السوق. ويفسر سلوك هؤلاء المستهلكين بصورة منطقية في أن النوعية المتميزة للشوكولاتة الجديدة قد أعجبتهم، في نفس الوقت الذي تباع فيه بسعر منخفض نسبياً عن أسعار الأنواع الأخرى المماثلة والمنافسة لها في الأسواق المختلفة داخل البلد.

إن هذا يعني بعبارة أخرى وجود فرق واضح بين ما يطلب المستهلكون فعلياً من كميات كبيرة نسبياً، وبين الكميات القليلة نسبياً من المعروض من الشوكولاتة، حيث يطلق على هذا الفرق في النظرية الإقتصادية فائض الطلب، الذي تمثله مساحة المستطيل (جـ د ك 3 ك 4) في الشكل البياني رقم (4-2)، حيث تظهر هذه الحالة بوضوح من خلال العلاقات التالية :

أولاً – المسافة العمودية (م س 2) : حيث تعني مستوى السعر المنخفض الذي حدّده المنتج المذكور.

ثانياً – المسافة الأفقية (م ك 4) : حيث تعني حجم الكمية المطلوبة (مستوى عالي)، التي رغب فيها المستهلكون وأقدموا على شرائها للاستهلاك الفعلي النهائي .

ثالثاً – المسافة الأفقية (م ك 3) : حيث تعني حجم الكمية المعروضة (بمستوى منخفض)، التي عرضها المنتج المذكور فعلياً في الأسواق المحلية.

رابعاً – المسافة الأفقية المحصورة بين (ك 3 وك 4) : وتعني فائض الطلب، حيث يتجسد حجمه من خلال مساحة المستطيل (جـ د ك 3 ك 4).

لكن هذه الحالة غير التوازنية بين العرض والطلب لا يمكن أن تستمرّ عادة، لسبب بسيط واضح هو أن المنتج المذكور لا بدّ له أن يبذل جهداً متميزاً وحيثما من أجزاء زيادة الطاقة الإنتاجية لمصنعيه، سعياً وراء عرض كميات أكبر من الشوكولاتة التي ينتجهما أمام المستوى العالى من الطلب الحالى على سلعته من قبل مستهلكيها.

ويعبّر عن سلوكه هذا نظرياً من خلال تحركه نحو الأعلى على منحنى العرض (ع ع) لمواجهة حالة فائض الطلب آنف الذكر، جنباً إلى جنب مع إحداث زيادة نسبية في سعر بيع سلعته، وهذا ما يتماشى مع منطق قانون العرض طبعاً، جنباً إلى جنب مع تناقض المستهلكين لشراء هذا النوع من الشوكولاتة.

أمام الجانب الآخر للعلاقة، أي سلوك المستهلكين أمام فائض الطلب المذكور، فإذا هذه الوضعية الأخيرة لا يمكن أن يواجهها نفس المستوى من الطلب، والذي سبق أن تحقق في المرحلة الأولى ذات السعر المنخفض لكمية معروضة قليلة نوعاً ما وهذا يعني أن سلوك المستهلكين يعكس على منحنى طلبهم (ط ط) عندما يتحركون عليه نحو الأعلى بتخفيضهم لكميات المطلوبة من الشوكولاتة. وبالتالي فإن هذا

١

المنتج لا يزال يواجه حالة فائض بالطلب في سوق سلعته، لكنه يتميز الآن بمساحة أقل وكمية منخفضة نوعاً ما بالمقارنة مع ما كانت عليه الوضعية سابقاً. وباستمرار لجوء هذا المنتج إلى زيادة كل من انتاجه من الشوكولاتة والكميات التي

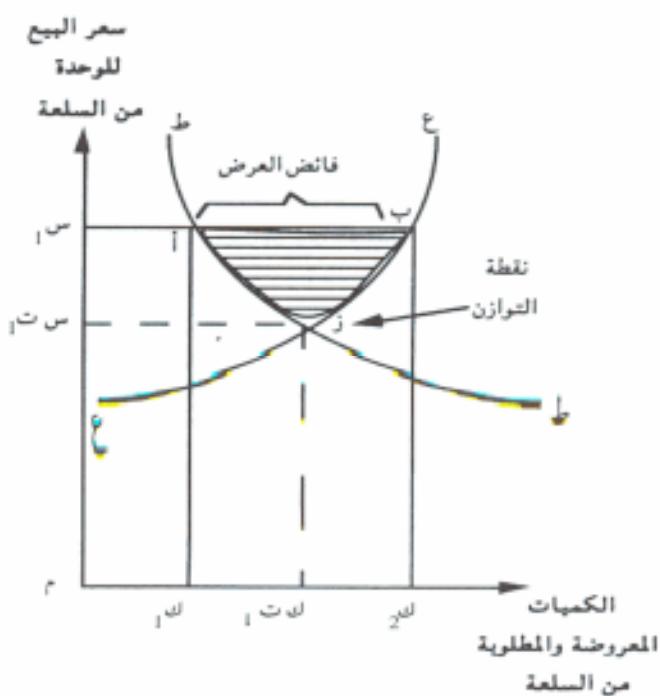
ي

يعرضها في السوق ومستوى سعر بيعها في الوقت ذاته، حيث تشجّعه حالة فائض الطلب التي يستمر وجودها للأسباب المذكورة أعلاه، فإنه مقابل ذلك يواجه تناقض في الكميات المطلوبة من سلعته كنتيجة طبيعية لردود أفعال المستهلكين على تزايد سعر بيعها في السوق. وينعكس سلوك كل من المنتج المذكور ومستهلكي سلعته على التحرك إلى الأعلى على كل من منحنى العرض ومنحنى الطلب، إلى أن يقاطع هذان المنحنيان عند نقطة (ز) التي تمثل نقطة توازن السوق.

وبذلك فإن السعر الذي يتحدد أخيراً (س ١) بمستوى نقطة التوازن، والذي تمثله المسافة العمودية (م س ١) يقابل حالة تعادل بين الكمية المطلوبة من الشوكولاتة والكمية المعروضة منها في الأسواق المختلفة بفترة زمنية معينة، وذلك من خلال الخط العمودي النازل من نقطة التوازن (ز) على المحور الأفقي للكميات، لتتحدد عندئذ نقطة الكمية التوازنية (ك ت ٢)، وتمثلها المسافة الأفقية (م ك ت ٢) في الشكل البياني التالي رقم (٦-٢). وبذلك فإن تحقيق التوازن

النظري بين الكميات المطلوبة والمعروضة من الشوكولاتة (في السوق أو الأسواق) عند النقطة (ك ت 2)، يترجم بكونه عدم وجود أي فائض أو عجز بين هذين النوعين من الكميات، مما يعني أخيراً اختفاء فائض الطلب من الناحية النظرية.

شكل بياني رقم (6 – 1) يوضح الحالة الأولى لتوافر العرض والطلب
(تحديد سعر بيع مرتفع وكميات معروضة كبيرة)



شكل بياني رقم (6 – 2) يوضح الحالة الثانية لتوافر العرض والطلب
(تحديد سعر بيع منخفض وكميات معروضة قليلة).



ج) الطريقة الثالثة – عند الأخذ بالإعتبار سعر العرض وسعر الطلب :

إن اتباع هذه الطريقة لتحقيق توازن العرض والطلب فيه بعض الإختلافات غير الجوهرية عما تم تحليله في الطريقتين السابقتين للغرض نفسه. وهذا يعني أن تحقيق توازن السوق وفق هذه الطريقة يكون من خلال الإتجاهين التاليين :

الإتجاه الأول – عند الأخذ بالإعتبار سعر العرض:

إن التركيز على سعر العرض في هذه الحالة يتضح من خلال الجزء الأيمن (أ) من الشكل البياني رقم (6 – 3). وتفترض هذه الحالة وجود كميات كبيرة معروضة في السوق عند (ك5) مقابل مستوى من السعر الرسمي سعر المنتج أو سعر العرض، حيث يكون أعلى من المستوى الذي يكون المستهلك مستعداً لدفعه. ومن ثم تتضح العلاقة بين هذه المتغيرات الثلاثة، أي الكمية المعروضة من السلعة، مستوى السعر الذي يحدّد المنتج لهذه السلعة، والسعر الذي يكون المستهلك مستعداً لدفعه مقابل حصوله على السلعة ذاتها، وذلك كما يلي :

أولاً – يعرض المنتج كمية من سلعته مقدارها (ك5)، حيث تمثلها المسافة الأفقيّة (م ك5) على المحور الأفقي الخاص بالكميات.

ثانياً – يحدّد المنتج سعراً مرتفعاً لسلعته (سعر المنتج) حيث تمثله المسافة العمودية (ح ك5)، ويطلق عليه سعر العرض. وينطبق هذا السلوك للمنتج مع مضمون قانون العرض.

ثالثاً – يكون المستهلك مستعداً لدفع سعر أقل من سعر العرض، مقابل حصوله على الكمية المعروضة عند (ك5)، حيث أن هذا السعر تمثله في هذه الحالة المسافة

العمودية (ق لـ 5)، أو المسافة العمودية (م س 5) على المحور العمودي للسعر. لكن هذه الحالة غير التوازنية في مجال السعر بالذات لا يمكن أن تستمر طويلاً، بل لابد من حدوث تغيير في سلوك المنتج والمستهلك للخروج من هذه المشكلة. وبذلك فإن من المفروض بالمنتج أن يبادر إلى تخفيض كل من الكميات المعروضة مـن سلعـته في السوق وسـعر البيع الذي سـبق أن حـدّـه لها. وبالتالي، يتطلب منه هذا

الإجراء تحركه على منحنى العرض الخاص به (ع ع) من النقطة (ح) باتجاه الأسفـل نحو نقطة التوازن (ز).

أما المستهلك، فيقوم من جانبه بتغيير سلوكه الإـستهلاكي وذلك بالـتقليل من مستوى

الكميات التي يطلبـها من السلعة المعـنية طـالـما أن سـعرـها يـجري عليه التـخـفيـضـ مـن

قبل منتجـها، مما يـنـعـكـسـ على تحركـهـ على منـحنـىـ طـلـبـهـ (طـ طـ)ـ بـاتـجـاهـ الـأـعـلـىـ،ـ وـذـلـكـ منـ النـقـطـةـ (ـقـ)ـ نـحـوـ نـقـطـةـ التـوازنـ (ـزـ).ـ وـبـاسـتـمرـارـ تحـرـكـ هـذـاـ المـسـتـهـلـكـ عـلـىـ منـحنـىـ طـلـبـهـ،ـ فـإـنـ مـنـ الـمـفـرـضـ بـالـمـنـتـجـ أـنـ يـتـحـرـكـ هـوـالـآـخـرـ عـلـىـ منـحنـىـ عـرـضـ الخـاصـ بـهـ إـلـىـ الـأـسـفـلـ،ـ وـبـالـتـالـيـ سـيـتـحـقـ تـوازنـ السـوقـ فـيـ وـقـتـ مـاـ عـنـدـهـ مـاـ يـقـاطـعـ منـحنـىـ عـرـضـ وـ منـحنـىـ طـلـبـ فـيـ نـقـطـةـ (ـزـ)،ـ حـيـثـ يـتـحـدـدـ عـنـدـهـ مـاـ يـلـيـ:

أولاًـ سـعـرـ تـوازنـيـ عـنـدـ (ـسـ تـ)ـ تـمـتـهـ المـسـافـةـ عـمـودـيـةـ (ـمـ سـ تـ)ـ عـلـىـ المحـورـ عـمـودـيـ خـاصـ بـالـسـعـرـ.

ثانياًـ كـمـيـةـ تـوازنـيـةـ (ـكـ تـ)ـ حـيـثـ تـتـسـاوـىـ عـنـدـهـ كـمـيـةـ عـمـودـيـةـ مـنـ قـبـلـ المـنـتـجـ (ـوـقـعـ سـعـرـ التـوازنـ)ـ مـعـ كـمـيـةـ مـطـلـوـبـةـ التـيـ يـرـغـبـ المـسـتـهـلـكـ بـشـرـائـهـ (ـوـقـعـ سـعـرـ التـوازنـ أـيـضاـ).

الاتجـاهـ الثـانـيـ –ـ عـنـ الأـخـذـ بـالـاعـتـبارـ سـعـرـ الـطـلـبـ :

يتـضـحـ سـعـرـ الـطـلـبـ ضـمـنـ هـذـاـ الـإـتـجـاهـ مـنـ خـلـالـ جـزـءـ الـأـيـسـرـ (ـبـ)ـ مـنـ الشـكـلـ الـبـيـانـيـ رـقـمـ (ـ6ـ)ـ.ـ وـفـرـضـيـةـ هـذـهـ حـالـةـ تـبـدـأـ بـوـجـودـ كـمـيـةـ قـلـيـلةـ مـعـرـوضـةـ فـيـ

السوق عند (ك6) يكون المستهلك، من أجل الحصول عليها ، مستعدا لكي يدفع سعراً عالياً بمستوى النقطة (و) على منحنى طلبه، وهذا ما يطلق عليه سعر الطلب. علماً بأن هناك مستوى سعر منخفض سبق للمنتج أن وضعه بمستوى النقطة (ل) على منحنى العرض وهو (م س6).

ومن ثم تُوضح العلاقة بين هذه المتغيرات الثلاثة كما يلي :
أولاً - يعرض المنتج كمية قليلة من سلعته مقدارها (ك6)، حيث تمثلها المسافة الأفقية (م ك6) على المحور الأفقي الخاص بالكميات المعروضة والمطلوبة من السلعة ذاتها.

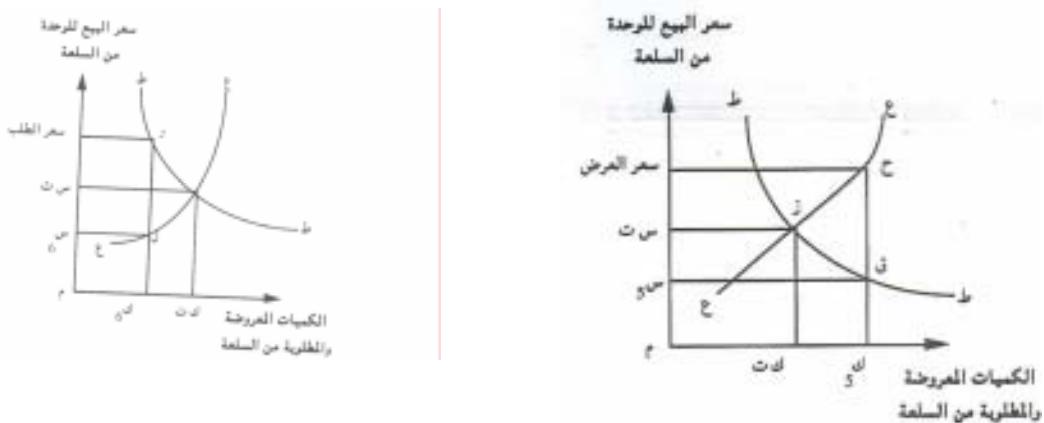
ثانياً - يفترض أن المنتج قد وضع سعراً منخفضاً لسلعته، تمثله المسافة العمودية (م س6). ومن ثم فإن سلوك هذا المنتج ينطبق مع منصوص قانون العرض.
ثالثاً - يكون المستهلك مستعداً لدفع سعر الطلب الذي هو أعلى من ذلك المستوى السعري الذي حدّده المنتج. ويتمثل سعر الطلب هذا بالمسافة العمودية (م - سعر الطلب).

ومن البديهي أن هذه الحالة غير التوازنية لا يمكن أن تستمر طويلاً، بل إن المبادرة تكون من قبل المنتج الذي يشجعه وجود طلب على سلعته. ومن ثم يقرر المنتج زيادة الكميات التي ينتجها من السلعة وعرضها في السوق مع رفع مستوى سعر بيعها، كإجراء يتوافق مع نص قانون العرض. ومن الناحية النظرية، فإنه يزيد من كمياته المعروضة عندما يتحرّك على منحنى العرض الخاص به (ع ع) نحو الأعلى، أي من النقطة (ل) نحو نقطة التوازن (ز).

وفي الوقت نفسه، يبادر المستهلك هو الآخر إلى طلب كمية أكبر من السلعة نفسها، بحيث ينعكس سلوكه هذا على تحركه على منحنى طلبه (ط ط) نحو الأسفل، أي من النقطة (و) باتجاه نقطة التوازن (ز). وهكذا يستمر تحرك كلا المنتج والمستهلك صعوداً وزنو لا، لكي يتم في نهاية الأمر تقاطع منحنى العرض مع منحنى الطلب في نقطة (ز).

ويتحدد عند هذه النقطة سعر توازنی (س ت) وكميّة توازنیة (ك ت)، وفق ما تم شرحه في نهاية الإتجاه الأول أعلاه.

شكل بياني رقم (3 – 4)
يوضح إتّباع حالي سعر العرض
وسعر الطلب لتحقيق توازن السوق



ب - حالة سعر الطلب

أ - حالة سعر العرض

أسئلة للمراجعة

- 1) كيف يمكنك توضيح أهمية سلوك المنتج والمستهلك من أجل احداث توازن العرض والطلب ؟
- 2) كيف تتضح أهمية توازن العرض والطلب لمنتجي إحدى السلع ؟
- 3) ما هو الفرق بين التوازن النظري والتوازن العملي للعرض والطلب في أحد الأسواق ؟
- 4) كيف توضح تحقيق توازن العرض والطلب عندما يكون سعر السلعة مرتفعا ؟
- 5) وكيف توضح تحقيق توازن العرض والطلب عندما يكون سعر السلعة منخفضا ؟

- 6) ما هو الفرق بين الحالتين المذكورتين في السؤالين الرابع والخامس من وجهة نظر المنتج ؟
- 7) وما هو الفرق بين الحالتين المذكورتين في السؤالين الرابع والخامس من وجهة نظر المستهلك ؟
- 8) ما هو الفرق بين الأخذ بالإعتبار سعر العرض وسعر الطلب من وجهة نظر المنتج ؟
- 9) وما هو الفرق بين الأخذ بالإعتبار سعر العرض وسعر الطلب من وجهة نظر المستهلك ؟
- 10) أيهما أفضل من وجهة نظر المنتج بالنسبة لحالي سعر العرض وسعر الطلب ؟

الفصل الخامس

تحديد أسعار السوق والدعم الحكومي لها

١ - ما هي أهمية تحديد أسعار السوق للمستهلك والمنتج ؟

عندما يقوم مشروع إنتاجي، فردياً كان أم جماعياً (مؤسسة صغيرة أو متوسطة أو كبيرة الحجم)، بإنتاج سلعة ما، فإنه من الضروري والطبيعي جداً تتمتعه بسلطة تحديد سعر بيعها قبل إخراجها (توزيعها وتسويقها) إلى الأسواق المختلفة. لكن عملية تحديد السعر أولاً ومستواه ونوعه ثانياً، ودرجة تقبله من قبل المشترين لهذه السلعة (منتجون أم مستهلكون) ثالثاً، ومدى التدخل الحكومي في هذه العملية أخيراً، تختلف كلّها في هل أن المشروع ينتمي إلى القطاع العام أم القطاع الخاص؟ كما أن هذه المتغيرات تختلف بطبيعتها وتأثيراتها المباشرة وغير المباشرة مع اختلاف النظام الاقتصادي السائد في الدولة التي يعمل فيها المشروع الإنتاجي المذكور.

إن الفصل الحالي، على الرغم من أنه يتركز على عملية تحديد أسعار السوق، إلا أنه يحلّ جوانب أخرى ذات صلة وثيقة بهذه العملية. وهذا هو محتوى الفقرة التالية، حيث نحلّ فيها عملية تحديد أسعار السوق من قبل المنتجين المنتسبين لدولة ذات نظام اقتصادي رأسمالي، بالمقارنة مع نظرائهم في دولة اشتراكية تطبق نظاماً اقتصادياً مخططاً مركزياً، إلى جانب صيغة متوسطة يلعب فيها دوراً مختلطَاً أولئك المنتجون الذين يعملون في الدول النامية بشكل عام والدول العربية بشكل خاص.

وفي الوقت نفسه، رأينا أن من الأفضل ربط هذه المقارنات بتحليل بسيط لأنواع الأسعار ووظائفها، لكي تغطي ما يتعلّق بالعملية آنفة الذكر. كما أن بقية فقرات الفصل الحالي، تبحث لأول مرة في كيفية تدخل الحكومة ضمن عملية تحديد أسعار السوق للسلع الأساسية التي تهمّ أغلبية سكان مجتمعها. ويأخذ التدخل الحكومي في تحلياناً الحالي طريقين رئيسين ينطلق الأول في مجال تقديم الحكومة

دعاً مالياً لمؤسسات القطاع الخاص لديها والتي تنتج أو توزّع سلعاً أساسية لكي تباع بأسعار منخفضة عن الأسعار المرتفعة المحددة لها مسبقاً من قبل هذا القطاع. بينما تقوم المؤسسات الحكومية ضمن الطريق الثاني بتوفير بعض السلع الأساسية عوضاً عن القطاع الخاص أو مكملة له، سواء كان ذلك من مصادر محلية أم أجنبية، بدون أن يكون هنالك إلغاء لدور هذا القطاع في مجالات عمله الاعتيادية. كما أن الحكومة، قد تلجم في بعض الحالات إلى سلوك هذين الطريقين لأسباب خاصة بها، وهذا ما توضّحه الفقرة الأخيرة من الفصل الحالي.

2 – كيف تتحقق عملية تحديد أسعار السوق ؟

إن عملية تحديد أسعار السوق لأية سلعة، تجري عادة من قبل منتجها أو موزّعها أو بائعها، بالطريقة التي تؤمن لكل منهم نسبة معقولة من الربح بالشكل الذي يكفل له الإستمرار في عمله لأطول فترة زمنية ممكنة. فمن جهة أولى، تتحدد أسعار السلع والخدمات وفق مبدأ العرض والطلب ونظام المنافسة السائد في جميع الأسواق من قبل المالك الرئيسي لعناصر الإنتاج وهو القطاع الخاص، بقدر تعلق الأمر في دولة يسودها نظام الاقتصاد الحر .

ومن الجهة المقابلة، تقوم حكومة الدولة ذات النظام الاقتصادي المخططمركزياً، باعتبارها المالك الرئيسي لعناصر الإنتاج، بتحديد أسعار جميع السلع التي تنتجها مؤسساتها الحكومية. أما قطاعها الخاص، فإنه في الوقت الذي ليس له أي دور في عمليات الإنتاج عموماً، فإنه لا يشارك بصورة خاصة، بأية نسبة كانت، في عملية تحديد سعر أية سلعة تنتجها المؤسسات الحكومية.

أما في حالة نظام الاقتصاد المختلط الذي يسري في الدول النامية (والعربية منها)، أي أنها تتبع عادة مبادئ وأفكار كلا النظاريين الاقتصاديين المذكورين أعلاه، فإن حكومة أية دولة منها، لا تزال تؤمن بالدور القوي والمهم لمؤسسات قطاعها العام، مقابل إعطاء القطاع الخاص تشجيعات مختلفة وتحميه ثقلاً متميّزاً أكبر بكثير مما كان عليه الحال في السابق. وبذلك فإن المؤسسات الإنتاجية في كلا القطاعين

تقوم بإنتاج مختلف السلع عموما، وكذلك تحديد أسعار بيعها في الأسواق المختلفة محلياً وأجنبياً . لكننا سنركز في الفقرات اللاحقة من الفصل الحالي، على تحديد أسعار السوق للسلع الأساسية من قبل القطاع الخاص، ودور الدولة في دعم هذه الأسعار من خلال بعض أشكال التدخل الحكومي.

ويجري هذا كلّه بشكل خاص لدى الكثير من الدول النامية والعربيّة منها بالذات، بهدف تخفيف الوطأة على كاهل الطبقات الفقيرة وذوي الدخل المحدود في مجتمعها، بدون اعتبار تدخلها كأنّه ضمن نطاق المنافسة بين تلك المؤسّسات الإنتاجية الحكومية وبين الشركات والمشروعات الخاصة، بهدف التقليل من دور هذه الأخيرة في مجالات التنمية الاقتصاديّة المتّوّعة لديها.

3 – كيف تظهر أنواع الأسعار وما هي وظائفها ؟

يظهر في الحياة اليومية سعر المفرد لبيع الوحدة من أية سلعة في الأسواق المختلفة، مقابل سعر الجملة لنفس الوحدة من السلعة لدى منتجها أو تاجر الجملة، بحيث يترك في كلا الحالتين هامش ربح لكل من هؤلاء (المنتج الأصلي – تاجر الجملة – و تاجر المفرد). إلا أنه في ذات الوقت، تظهر أنواع أخرى من الأسعار، حيث

نفضل تصنيفها بالصيغة التالية، التي تفسّر في آن واحد وظائفها التي تميّزها عن بعضها البعض، وذلك كما يلي :

- أ) **أسعار محاسبية** : تستعمل كأساس للتخطيط أو للقرارات الإدارية، إما في المركز أو في مستوى أقلّ من ذلك.
- ب) **أسعار محاسبية أخرى** : تستعمل لأغراض التسجيل والمحاسبة، ولكن دون أن يكون لها أثر مباشر على قرارات التخطيط، أو على أي نوع آخر من القرارات – رغم أنها قد تؤثّر على مثل هذه القرارات بشكل غير مباشر. فهي قد تستعمل مثلاً كوسيلة قياس أو كأداة لتعيم المعلومات، موفّرة بذلك وسيلة وزن في أي تجميع للتفاصيل المعبر عنها في إطار مادي متّوّع، حيث يجري التعبير عنها بدلاً

من ذلك في إطار وسيلة قياس عامة. وقد تدعى هذه أيضاً أسعاراً برامجية.

جـ) أسعار تقويم بوظيفة تلخيص المعلومات : وذلك بمعنى توفير نوع من التقويم لوضع معقد، دون أن يكون لها تأثير معين كأساس للقرارات. وتقوم بهذه الوظيفة ما يسمى بـ(أسعار الظل) التي تصاحب عادة الحلول الخاصة بالبرامج الخطية. ولهذه الأسعار خاصية معينة وهي أنه لا يمكن التوصل إليها أو استخلاصها إلا عندما يتم التعرف على النمط الإنتاجي الأمثل. ولذلك فإنها تتعلق كلياً بهذا النمط الأمثل.

د) هناك أسعار، سواء كانت مجرد مفاهيم أو أنها تمثل مدفوعات حقيقة، ولكنها تستعمل بشكل رئيسي كمعيار أو إطار للمقارنة تقارن بها أسعار من نوع آخر. وتتتخذ على أساس تلك المقارنة قرارات معينة — من ذلك مثلاً قرارات حول نمط الدواخلي النسبيّة أو حول طرق الإنتاج. ومن هذه الأسعار ما يسمى بأسعار الكلفة للدواخلي.

هـ) هناك أسعار تقوم بوظيفة التحكم في مدفوعات الحوافز إلى الأفراد أو إلى مجموعات منهم - كالمشاريع. وعادة ما تكون هذه الأسعار أسعاراً حقيقة أو أسعاراً تتم بها المعاملات عملياً وتعتمد عليها دخول الأفراد والمشاريع. ولكنها قد تختلف عن السعر الذي يدفعه مشتري المنتوج المعين.

و) أسعار المفرد للسلع الإستهلاكية : وهي أسعار السوق الحقيقية التي تساوي بين الطلب والعرض الجاريين، وذلك إذا ما أريد تجنب التقنين، سواء كان هذا التقنين رسمياً أو متسبياً عن شحّة السلع في المخازن وانتظام المشترين في خطوط إنتظار. ولمستوى الأسعار هذا ونمط أسعاره أهمية حاسمة في التحكم بالقيم الحقيقة لأية أجور نقدية، أو لأية تمايز في الأجور. ولا يمكن النظر إلى أية سياسة خاصة بالدخول أو مدفوّعات الحوافز بمعزل عنها.

أما بالنسبة لمدى مرونة الأسعار وثباتها، فإن العديد من الاقتصاديين الإشتراكيين يعتبرون أن ثبات الأسعار على مدى فترات طويلة هو أمر مرغوب فيه، وذلك للأسباب التالية :

(أ) تخليص الاقتصاد من مشكلة عدم التأكّد الناتجة عن التقلبات الإقتصادية .

فالأسعار الثابتة على مدى فترات زمنية طويلة تجعل التخطيط الاقتصادي سهلاً، وذلك من حيث إلتزامات المشاريع وطرق إنتاجها وبسبب توكيدها من حساباتها.

(ب) إن إستعمال الأسعار لتنظيم وتوزيع الدخل الفردي الحقيقي هي عملية غير ملائمة وتبذيرية. ويمكن بدلاً من ذلك تحقيق هذا الغرض بكفاءة أكبر عن طريق تنظيم الأجور الأسمية والخدمات الإجتماعية والضرائب الشخصية. وينطبق ذلك بشكل خاص على السلع الضرورية التي لو غيرت أسعارها لأدى ذلك إلى تغيير مهم في توزيع الدخل الحقيقي.

(ج) يجب أن تعمل السلطات، ليس فقط على عدم تكرار التغيرات في الأسعار، وإنما أيضاً على منع رفعها. فالاقتصاد المخطط هو، برأي البعض، معروف بتعرضه إلى حالة خاصة تدعى بالتضخم الذاتي.

٤ – كيف يظهر التدخل الحكومي لتحديد أسعار السوق ؟

أ) ما هي أهمية التدخل الحكومي وأشكاله ؟

يظهر تدخل الحكومة، ليس لتحديد أسعار السوق فحسب، بل إنها تتدخل في مجالات عديدة لصالح الفئة الإجتماعية ذات الدخل المحدود والعاطلين عن العمل وغير القادرين عليه والعجزة والفقراء. إلا أن هذا التدخل يختلف بطبيعة الحال باختلاف نوع النظام الاقتصادي السائد في الدولة المعنية بالبحث والتحليل أو بالمقارنة مع ما هو سائد في دولة أخرى. إن هذا يعني بعبارة أخرى أن إجراءات التدخل الحكومي غير متشابهة في صيغها وأساليب تتنفيذها لدى البلدان الغربية ذات الاقتصاد الحر عن تلك البلدان الإشتراكية ذات النظام المخطط مركزياً وذلك بالمقارنة مع وضعية الدول النامية التي يسودها نظام الاقتصاد المختلط. لذلك فإن التدخل الحكومي بشكل عام، يتّخذ الصيغ التالية حسب نوعية النظام الاقتصادي الذي تطبقه أيّة دولة :

أولاً- هل تتدخل حكومة الدولة الرأسمالية في تحديد أسعار السوق؟

من المعروف أن حكومة هذه الدولة لا تتدخل عادة في تحديد أسعار السوق، وذلك لسبب مبدئي واضح يتركز في أن الطبيعة الرأسمالية للإقتصاد الحر، لا تسمح

بمثّل هذا التدخل، على اعتبار أن القطاع الخاص فيها بمؤسساته الكثيرة مختلفة الإختصاصات، مسؤولية رئيسية و مباشرة لعمليات تحديد أسعار السلع المنتجة لأغراض إعادة التصنيع وللإستهلاك النهائي مع تحديد أسعار الخدمات المختلفة في جميع الأسواق.

وفي هذا الصدد، فإن آلية نظام السوق المتمثلة في التفاعل بين قوى العرض والطلب، قد لا تحصل بسهولة أو قد تتطلب وقتا طويلا حتى يتم التفاعل، مما قد يطيل من فترات عدم التوازن بين العرض والطلب واستمرارياً الخل في النظام الاقتصادي القائم في الدولة المعنية.

وقد يتطلب هذا الخل وعدم التوازن، ضرورة تدخل حكومة الدولة المذكورة من أجل إتخاذ تدابير اقتصادية عاجلة للتسريع في التفاعل بين قوى العرض والطلب والنقليل قدر الإمكان من فترة استمرار الأزمة الاقتصادية أو الاجتماعية فيها.

ثانياً - كيف يظهر التدخل الحكومي لتحديد الأسعار في دولة ذات اقتصاد مخطط مركزياً؟

إن تحديد أسعار السوق لجميع السلع والخدمات يعتبر واجباً رئيسياً و مباشرة للإجهزة الحكومية المختصة والمكلفة به داخل أية دولة إشتراكية. وينطلق هذا الواجب من خلال مبدأ ملكية الدولة لجميع عناصر الإنتاج، وما يربطه من علاقة متشابكة للأطراف والإختصاصات بعمليات تسعير وتوزيع وتسويق مختلف المنتجات التي تتفّذها مؤسسات حكومية باستمرار.

ثالثاً - كيف يظهر التدخل الحكومي في دولة ذات نظام اقتصادي مختلط؟

بما أن الدول النامية عموماً، والدول العربية بشكل خاص، يسودها نظام الإقتصاد المختلط، فإن الصفة الإشتراكية تطبق على الأجهزة والمؤسسات الحكومية، وذلك من خلال تدخلها في المجالات الاقتصادية والاجتماعية لمجتمعاتها، وبالذات لصالح الطبقات الفقيرة محدودة الدخل.

ومن الجانب المقابل لهذا التحليل، فإن عمليات تحديد أسعار السوق تتعلق من خلال

مؤسسات القطاع الخاص الذي أصبح له دور متميّز إبتدأً بتفاعل بأشكال إيجابيّة منذ النصف الثاني من عقد السبعينات لدى العديد من الدول النامية. إن هذا يعني أن هذه المؤسسات تمارس إلى جانب العديد من العمليّات المرافقة للإنتاج، عملية تحديد أسعار منتجاتها المتّوّعة، سواء كان ذلك في الأسواق الإنتاجيّة أم في الأسواق الاستهلاكيّة، أسوة بما هو متّبع لدى البلدان ذات الاقتصاد الحرّ.

بعارة أخرى، فإن التدخل الحكومي في المجالات المذكورة بشكل فعال، هدفه تحديد ما ينتج وكيف ولمن، ولا ترك الأمور للقطاع الخاص لكي ينفرد تماماً بـ صرفة كما يريد ويحدّد انتاجه ويسعّر منتجاته في مختلف الأسواق.

ويبرز تدخل الدولة بشكل واضح في مجال إصدار التشريعات المختلفة التي تنظم

عمل المؤسسات ذات النفع العام، بما يحقق المصلحة الإجتماعية إلى جانب تملك الدولة للبعض منها. وقد يصل الأمر أحياناً إلى منع أنشطة معينة، كما هو الحال في عدم الترخيص بإنشاء مؤسسة إنتاجية في المناطق السكنية منعاً من تلوّث البيئة والأفراد بواسطة مخلفات هذه المؤسسة.

هذا إلى جانب منع المؤسسات الحكومية والخاصة على حد سواء من استخدام وتشغيل صغار السن من الجنسين في العمليّات الإنتاجيّة، لأن هذا الإجراء يترتب عليه أضرار صحية واجتماعية وأمنية.

كما يظهر للتدخل الحكومي صور أخرى، تتركّز في المشروعات المشتركة بين القطاع الحكومي (العام) والقطاع الخاص، ليس فقط في الدول النامية، بل حتى في البلدان الرأسمالية المتقدمة. وخير مثال على هذا العمل المشترك، وجود مؤسسات الهاتف التي انتشرت بشكل واسع في العديد من البلدان الأوروبيّة وأمريكا. لكن العلاقة المشتركة بين الحكومة والقطاع الخاص، يتسع نطاقها لدى الدول النامية والعربيّة منها، ليشمل مؤسسات إنتاجية وخدمة وتوزيعية وتسويقيّة والنقل بأشكاله البري والبحري والجوّي، حيث أخذت تنافس مثيلاتها لدى بقية دول العالم.

ب) كيف يتضح الدعم الحكومي لأسعار ؟

تلجأ الحكومة في بعض دول العالم إلى التدخل لمواجهة ارتفاع أسعار العديد من السلع الأساسية التي يستهلكها أفراد مجتمعها خلال حياتهم اليومية، وخاصة فئة ذوي الدخل المحدود. وتظهر هذه الحالة في الدول النامية بشكل خاص، ومن ضمنها الدول العربية، حيث يبرز من خلالها الدعم الحكومي لأسعار السلع المذكورة.

ومن المعروف أن الدعم الحكومي لأسعار السلع الإستهلاكية وكمياتها الازمة للفئات الفقيرة والمحدودة الدخل في المجتمع، يظهر من خلال إحدى الطريقتين التاليتين أو كليهما في آن واحد في بعض الحالات والأوقات الخاصة :

أولاً- الطريقة الأولى :

قيام مؤسسات القطاع العام بتوفير الكميات الكافية من السلع والخدمات التي تطلبها الفئات آففة الذكر، إما بسبب غلاء أسعارها لدى القطاع الخاص، أو لعدم توفير كميات كافية منها لدى مؤسسات هذا القطاع الأخير.

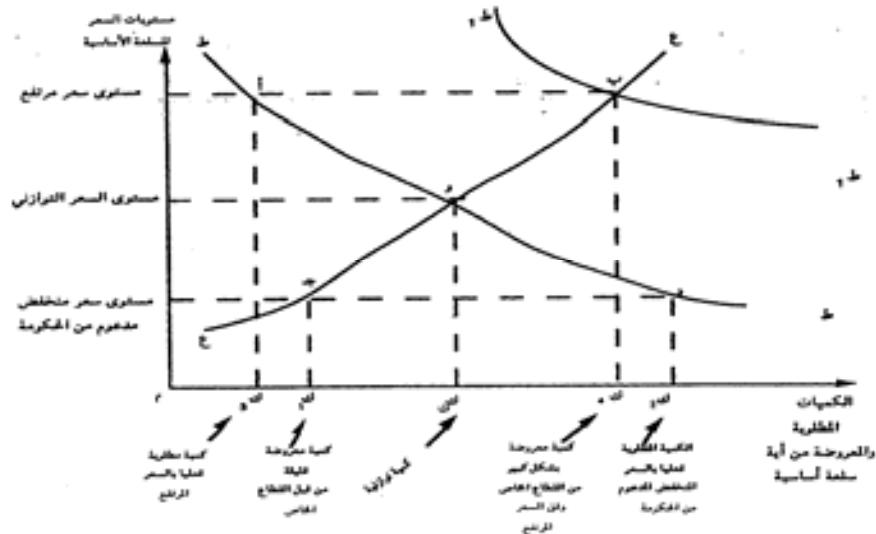
ثانياً- الطريقة الثانية :

تقديم الحكومة مبالغ معينة كدعم مالي لأسعار السلع الأساسية المطلوبة من الفئات المذكورة، على اعتبار أن المنتج والمجهز الوحيد لها هو القطاع الخاص. وهذا يعني أن المؤسسات الإنتاجية المنتمية إلى هذا القطاع تستلم من الحكومة مبالغ نقدية يتم الاتفاق عليها بين الطرفين، كتعويض لكل مؤسسة منها عن تخفيض مستوى الأسعار للسلع الأساسية المخصصة للاستهلاك، إلى مستوى مقبول من قبل فئات المجتمع المذكور وضمن مستوى دخلها المحدود. ويمكن توضيح هاتين الطريقتين لدعم الأسعار من قبل الحكومة، من خلال الشكل

البياني التالي رقم (5 – 1) :

شكل بياني رقم (5 – 1)

الدعم الحكومي لأسعار السلع الأساسية



من خلال الشكل البياني (7-1)، تظهر الحقائق والمتغيرات التالية :

أولاً - بمستوى السعر المرتفع للسلعة الأساسية قيد البحث والتحليل:

- (1) إن الخط المستقيم الوهمي الممتد عبر النقطة (أ) على منحنى الطلب والنقطة (ب) على منحنى العرض، يمثل مستوى السعر المرتفع الذي تحدده مؤسسات القطاع الخاص للسلعة الأساسية.

(2) عند إنزال خط عمودي من النقطة (أ) إلى المحور الأفقي الخاص بالكميات المطلوبة والمعروضة من السلعة الأساسية، يظهر لدينا كمية مطلوبة (ك3). إن هذا يعني بشكل أدق، أن المسافة الأفقية (م ك3) تجسد الكمية المطلوبة من السلعة بصورة فعلية من قبل مستهلكيها بموجب السعر المرتفع آنف الذكر. ومن ثم فإن منحنى الطلب (ط1 ط1) يمثل هذه الحالة، والتي تتجسد في اضطرار شراء المستهلكين للسلعة المعروضة بسعر مرتفع بالنظر لعدم تمتّعها بدعم حكومي.

(3) وفي المقابل، لو أنزلنا خطًا عموديا آخرًا من النقطة (ب) إلى المحور الأفقي، يظهر لدينا كمية معروضة (ك4). وهذا يعني بعبارة أخرى أن المسافة الأفقية (م ك4) تمثل الكمية المعروضة من السلعة الأساسية من قبل مؤسسات القطاع الخاص لتتابع وفق السعر المرتفع الذي حدّوه لها.

ثانياً - بمستوى السعر التوازني :

يتحدد هذا السعر، بصورة نظرية طبعاً، من خلال تقاطع منحنى العرض مع منحنى الطلب عند نقطة (و)، ويمثله الخط المستقيم الوهمي الممتد من هذه النقطة حتى المحور العمودي الخاص بالسعر

كما تتحدد الكمية التوازنية من الكميات المعروضة والمطلوبة من السلعة المعنية، وذلك بعد إزالة خط عمودي وهمي من نقطة التوازن (و) حتى المحور الأفقي، لنحصل على (ك ت). ومن المعروف أن حالة التوازن يمكن أن تحصل في خلال لحظة زمنية ولا تستمر لأيّة سلعة من السلع المعروضة في الأسواق.

ثالثاً – بمستوى السعر المنخفض للسلعة الأساسية :

(1) إفترضنا أن الخط المستقيم الوهمي الممتد عبر النقطة (ج) على منحنى العرض والنقطة (د) على منحنى الطلب، يشكل مستوى السعر المنخفض. وهذا السعر يكون عادةً إما مدعوماً من قبل الحكومة بتعويض مؤسسات القطاع الخاص عن الفرق ما بين هذا السعر والسعر المرتفع الذي تطلبه هذه المؤسسات، أو أن الحكومة تقوم بتوفير السلعة الأساسية من قبل مؤسسات قطاعها العام بحيث تتبعها بهذا السعر المنخفض أيضاً لفئات الفقراء وذوي الدخل المحدود في مجتمعها.

(2) عند إزالة خط عمودي وهمي من النقطة (ج) إلى المحور الأفقي، تظهر لدينا كميةً معروضة (ك 1). وهذا يعني أن المسافة الأفقية (م ك 1) تمثل كميةً معروضة قليلة من قبل مؤسسات القطاع الخاص وفق السعر المنخفض.

(3) وفي المقابل، عند إزالة خط عمودي وهمي آخر من النقطة (د) إلى المحور الأفقي، تظهر لدينا كميةً مطلوبة (ك 2). إن هذه الكمية التي تمثلها المسافة الأفقية (م ك 2)، هي الكمية المطلوبة بصورة فعلية بالسعر المنخفض المدعوم من قبل الحكومة للسلعة الأساسية المعنية.

رابعاً – إن المسافة الأفقية الممتدة ما بين (ك 1) و (ك 2) تمثل فجوة كبيرة بين ما يعرضه القطاع الخاص من كميات للسلعة الأساسية وما هو مطلوب منها فعلاً وفق السعر المنخفض المدعوم من قبل الحكومة. لذلك تقوم هذه الحكومة من خلال

دعمها للسعر وتوفير الكميات التي تغطي الفجوة المذكورة، باتباع إحدى الطريقتين المذكورتين أعلاه أو كليهما في وقت واحد.

إن هذا يعني بعبارات أخرى ما يلي :

(1) تقوم الحكومة، من خلال مؤسسات القطاع العام، بتوفير السلعة الأساسية بما يساوي مقدار الكمية التي تغطي الفجوة بين (ك1) و (ك2)، اتباع بالسعر المنخفض بطبيعة الحال.

(2) أو تقوم بتقديم دعم مالي إلى مؤسسات القطاع الخاص المنتجة أو الموزعة للسلعة الأساسية التي كانت تبيعها بالسعر المرتفع السائد قبل الدعم، حيث يغطي الدعم ذلك الفرق بين هذا السعر ومستوى السعر المنخفض الذي تفضله الحكومة، وكما أوضحنا أعلاه.

(3) أو تقوم الحكومة في بعض الحالات بتنفيذ الخطوتين (1) و (2) في آن واحد، حيث أن هذا يعني توفيرها للكميات الكافية التي تغطي الفجوة بين (ك1) و (ك2) من أية سلعة أساسية، بينما تقدم في الوقت ذاته دعماً مالياً لسلع أساسية لا تستطيع توفيرها حيث يؤمنها ويعرضها القطاع الخاص للبيع بالسعر المرتفع ويستلم الدعم المالي كتعويض للفرق ما بين هذين السعرين.

خامساً – طالما أن عمليات الدعم الحكومي تجري في الدول النامية عموماً وفي الدول العربية بشكل خاص، حيث أنها تتبع نظاماً اقتصادياً مختلفاً، فإن الهدف الأساسي لكل حكومة أن توفر لمواطنيها الفقراء وذوي الدخل المحدود (الذين يشكلون غالبية السكان) سلعاً أساسية بأسعار معقولة ومحبولة من قبل هؤلاء المواطنين، ولكن الحكومة لا تهدف في الوقت نفسه ضرب مصالح القطاع الخاص فيها. إن هذا يعني قيام الحكومة بدعم الأسعار للسلع الأساسية، والإبقاء على الدور المهم للقطاع الخاص في إقتصادها الوطني، حتى لو اضطررت إلى توفير بعض السلع من قبل مؤسسة أو مؤسسات حكومية معينة وبيعها بأسعار منخفضة. وهذه الحالة الأخيرة بالذات لا تعني دخول الحكومة كطرف منافس للقطاع الخاص في مجالات عمله التي تخصص بها سنوات طويلة والعلاقات التجارية المتعددة التي أقامتها شركاته الكبيرة مع شركات دولية متعددة الإختصاصات.

أسئلة للمراجعة

- 1) كيف توضح عملية تحديد أسعار السوق بشكل عام ؟
- 2) كيف تفسر أشكال التدخل الحكومي في تحديد أسعار السوق ؟
- 3) كيف تتدخل حكومة الدولة الرأسمالية في تحديد الأسعار ؟
- 4) وكيف تتدخل حكومة أية دولة عربية في تحديد أسعار السوق ؟
- 5) وضح كيفية قيام الدولة بتقديم الدعم لأسعار السلع الأساسية ؟
- 6) كيف توضح الدعم الحكومي في حالة كون سعر السلعة الأساسية مرتفعا ؟
- 7) كيف توضح الدعم الحكومي في حالة كون سعر السلعة الأساسية منخفضا ؟
- 8) وكيف توضح الدعم الحكومي عندما يسود السعر التوازنى للسلعة الأساسية ؟

٩) كيف تتمكن الدولة من تغطية الفجوة الحاصلة بين ما يعرضه القطاع
الخاص من كميات السلع الأساسية ، وما هو مطلوب منها من قبل أفراد
المجتمع ذوي الدخل المحدود ؟

الفصل السادس

عناصر الإنتاج وتوزيع عوائدها

1 - ماهي أهمية عناصر الانتاج للعمليات الانتاجية ؟

من الطبيعي أن لكل عنصر انتاجي عائد المالي، يستحقه ويتسلمه فعلا المالك الحقيقي لهذا العنصر في نهاية فترة زمنية محددة. فالبنك عندما يقرض مبلغا من المال كرأسمال لمشروع فردي أو جماعي مثلا، بصرف النظر عن المجال الذي يستخدم أو يستثمر فيه، فإنه يفرض نسبة معينة من المال كفائدة على القرض، حيث ينبغي على المقرض تسديد هذه النسبة في الموعد المحدد لها، على اعتبار أنها تمثل العائد المالي لرأس المال المقترض. وتنطبق هذه الحالة على بقية عناصر الانتاج: فمالك الأرض يستحق ربحا أو إيجارا لقاء استغلال أرضه لأي غرض كان خلال فترة زمنية معينة. أما العامل، فإنه يستحق بطبيعة الحال أجرا نقديا كثمن تقديم خدماته البدنية و/أو العقلية إلى رب العمل خلال فترة معينة من الزمن (يوما أو أسبوعا مثلا). وبالتالي فإن العملية التنظيمية تستحق هي الأخرى عائدا أو مكافأة مالية يتسلّمها المنظم باعتباره الشخص المسؤول عن هذه العملية في أية مؤسسة انتاجية مع نهاية فترة زمنية معينة (إما في نهاية شهر محدد أو في نهاية سنة تقويمية).

و قبل تحليل واقع العوائد المالية لعناصر الانتاج الاربع، لا بد لنا في خلال الفصل الحالي، من التركيز أولا على جانبين مهمين يرتبطان بالعناصر المذكورة وهم : الجانب الخاص بطلب عناصر الانتاج، ثم جانب عرضها. فمن خلال الجانب الاول، يظهر بوضوح أن لكل طلب على عنصر أو أكثر من عناصر الانتاج تظهر خاصيتان رئيسيتان هما كونه طلبا مشتقا، ثم إنه طلب مشترك مترابط. أما الجانب المتعلق بعرض العنصر الانتاجي، فإن العامل المؤثر فيه هو سعر هذا العنصر في ظل حالة المنافسة السائدة في سوقه المعنية. وبالتالي فإن عملية توزيع عناصر الانتاج، تظهر في صيغة تحليل جديدة أوردها الاقتصاديون المحدثون بهم

في

وبحوثهم المختلفة ذات العلاقة بهذا الموضوع، وذلك من خلال تصنيف العناصر إلى :

سلع الانتاج أو سلع رأس المال، حيث أن عائدها المالي هو سعر الفائدة، عنصر الموارد البشرية (الايدي العاملة) حيث أن عائدها المالي هو الأجور، عنصر الموارد الطبيعية (الارض) حيث أن عائدها المالي يتمثل في الريع أو الايجار، وأخيراً فإن الجهد التنظيمي للنظم يصرف النظر عن نوعية النشاط الذي ينظم سواء أكان سلعيًا أم خدمياً، أم استثمارياً- حيث يستحق عائداً مالياً يعرف بالربح.

2 – كيف يظهر الطلب على عناصر الإنتاج ؟

إنّ مفهوم الطلب يختلف في حالة الاستهلاك عما هو في حالة الانتاج، حيث أن المستهلك يتصرف ضمن الحالة الأولى بالطريقة التي تشبع رغباته بالدرجة الرئيسية. أما بالنسبة لسلوك المنتج ، فنتكلّم الآن بشيء من التفصيل عن تصرفه من خلال طلبه الموجه نحو عناصر الانتاج وما يتميّز به هذا الطلب بشكل خاص.

لذلك فإن الطلب على عناصر الانتاج يتميّز مبدئياً بخصائصين رئيسيتين هامتين جداً وهما :

أ) أنه طلب مشتق :

يفسّر الطلب على أي عنصر انتاجي في واقع الأمر بأنه مشتقٌ من رغبات الأفراد المستهلكين وحاجاتهم المستمرة لاقتناء السلع الجاهزة للاستهلاك النهائي. ومن الطبيعي أن هذا الطلب يتأثر بالتغيير الذي يحصل دائماً في أسعار السلع المذكورة، ومن ثم فإنه لا بد أن ينعكس على مرودة الطلب على كل سلعة منها.

و عند تحليل تأثير الطلب على عناصر الانتاج الذي يحصل على مرودة الطلب لأية سلعة، يمكن التركيز على نوعين من التأثيرات هما :

أولاً: مرودة الطلب على السلع النهائية : حيث يكون الطلب على عنصر انتاجي معين مرجناً إذا مانتج عن انخفاض ضئيل في سعره ارتفاع كبير في الكمية المستخدمة منه. وبالتالي، طالما أن هذا الطلب يعتبر طلباً مشتقاً، لذلك فإن مرودة الطلب على السلعة التي يدخل العامل المذكور في إنتاجها، ستتحدّد مدى مرودة الطلب على ذلك العنصر بالذات.

ثانياً: كمية العنصر انتاجي المطلوب : أي مدى الحاجة إلى هذا العنصر من أجل إنتاج سلعة معينة، حيث تعتمد على الدور المؤثر للعنصر انتاجي المطلوب في العمليات الانتاجية المختلفة،

وعلى نسبة تكلفته ضمن اجمالي التكاليف الكلية وعلى حجم الانتاج الكلي معاً. ومن ثم فإنه اذا ما ظهر أن تكلفة هذا العنصر ضئيلة، تكون مردودة الطلب عليه منخفضة المردونة.

ب) أنه طلب مشترك مترابط :

تظهر هذه الخاصية نظرا لأن الطلب على عناصر الانتاج يعتبر حقيقة فنية وتقنية. وهذا يعني بعبارة أخرى أن هذه العناصر تتفاعل مع بعضها وتتعاون بصورة مشتركة ومتكلمة لانتاج سلعيينة، على الرغم من أن بعض هذه السلع يكون بديلا للبعض الآخر. وبذلك فان النتيجة المترتبة على هذا التفاعل، تتضح في أن الطلب على أي عنصر انتاجي يعتمد بشكل أو باخر على أسعار العناصر الاخرى المشاركة في العملية الانتاجية.

ومن المعروف أن أية عملية انتاجية لا بد أن تقترب بها دالة انتاجية تتضمن تقنيات معينة، حيث أنه في أي وقت يظهر فيه حجم أقصى لانتاج، يمكن الحصول عليه عن طريق الاعتماد على

كميات محدودة من عناصر الانتاج التي تشكل بعبارة أخرى مدخلات العملية الانتاجية. بعبارة أخرى، إن هذه العلاقة هي دالة الانتاج، كعلاقة فنية تقنية، تشير الى مقادير الانتاج التي يمكن الحصول عليها باستخدام كميات معينة من عناصر الانتاج ضمن حالة من المعرفة الفنية خلال فترة زمنية محددة.

3 – كيف يتضح عرض عناصر الانتاج ؟

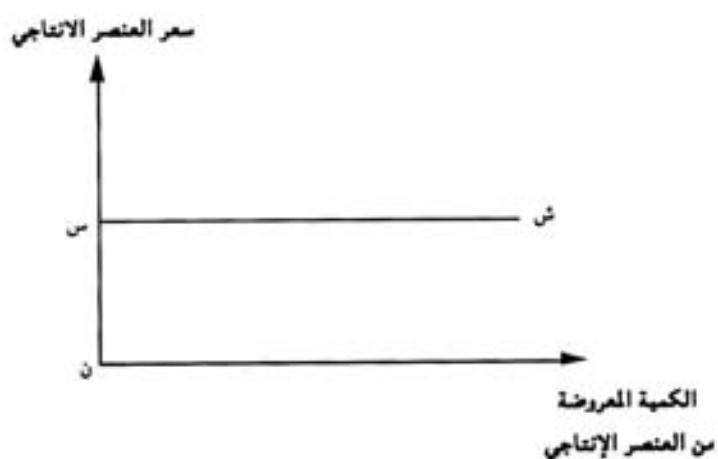
عندما يحتاج مشروع صغير الى عناصر الانتاج المتوفّرة في سوق تنافسية كاملة، فإنه ليس بإمكانه التأثير على السعر السائد بالسوق لكل عنصر انتاجي يحتاجه للمساهمة في العمليات الانتاجية المختلفة. ولتفسير هذه الحقيقة ، نرى أن من الأفضل بدء تحليلنا اعتمادا على تلك العلاقة المترابطة بين كل من منحنى العرض ومنحنى الطلب، وما يرافقها من سعر توازنی (من الناحية النظرية عادة) يتحقق من تقاطع هذين المنحنيين.

وهكذا يمكن توضيح جانب العرض لعنصر انتاجي معين من عناصر الإنتاج المعروفة، والذي تم عرضه في سوق منافسة تامة، حيث تظهر هذه الحقيقة في كون منحنى العرض لهذا العنصر بهيئة منحنى تام المردونة. ومن ثم يمكن تمثيل هذا المنحنى بخط مستقيم يوازي المحور الأفقي ، ويقابل سطوى سعر واحد (ن س) ،

الذي لا يتغير مهما تغير كميات العنصر الإنتاجي المطلوبة، حيث يظهر جيداً من خلال الشكل البياني التالي رقم (6 - 1).

شكل بياني رقم (1-6)

يبين عرض عنصر إنتاجي في سوق المنافسة الكاملة

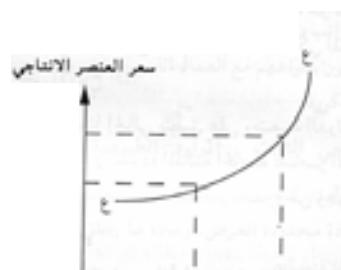


وبقدر تعلق الامر بقطاع صناعة الملابس مثلاً ، فإن عرض أي عنصر انتاجي من قبل جميع المشاريع في سوق المنافسة الكاملة يختلف عن وضعية عرضه في السوق ذاته بالنسبة للمشروع الواحد. ويظهر الشكل البياني التالي رقم (6-2) أن هذه الصناعة عندما تتسع ويزداد طلبها على أحد العناصر الإنتاجية، فإن عليها أن تدفع سعراً أعلى من السعر السابق، وذلك من أجل الحصول على المزيد من العنصر الإنتاجي. وفي هذه الحالة تظهر (تكلفة الفرصة البديلة) التي تعني أن أي تغيير في معدل ما يستلمه العنصر الإنتاجي المعنى المستخدم في الصناعة مقارنة بما يستلمه في أي مكان أو نشاط اقتصادي آخر، سيدفع بأصحابه إلى زيادة ما يعرضونه منه للنشاط الذي يدفع أكثر من غيره.

شكل بياني رقم (2 - 6)

يبين منحنى عرض العنصر الإنتاجي

وسعر هذا العنصر فـ، السـةـ، الـخـاصـ، يـهـ



كما يتبيّن من خلال الشكل البياني أعلاه بأن الكمية المعروضة من هذا العنصر الإنتاجي ستزداد إذا ارتفع السعر الذي تدفعه لها الصناعة. وهذا يعني بأن منحنى عرض هذا العنصر الإنتاجي سيميل بذلك للارتفاع نحو الأعلى من اليسار إلى اليمين بصورة عامة.

٤- كيف يتم توزيع عوائد عناصر الإنتاج؟

من الطبيعي أن اشتراك عناصر الإنتاج في آلية عملية إنتاجية، لا بد أن يعقبها عملية توزيع للعوائد المالية الخاصة بكل عنصر من هذه العناصر. وفي الوقت الذي يمارس كل فرد خلال حياته اليومية عملية توزيع شخصي تشمل الدخل النقدي الذي يحصل عليه خلال فترة زمنية معينة، فإن هناك عملية توزيع أكبر تدخل في نطاق الدخل القومي والناتج القومي لآلية دولة، وهي التي يطلق عليها بعملية التوزيع الوظيفي للدخل بعبارة أخرى ، فإن المصدر الرئيسي للدخل هو العوائد النقدية لأصحاب عناصر الإنتاج المشاركون في إنتاج السلع والخدمات : فالأيدي العاملة تحصل على الأجور والرواتب، ويحصل أصحاب رؤوس الأموال على الفوائد، بينما يحصل أصحاب الأراضي على الريع أو الإيجار، أما ملاك المشاريع الإنتاجية (المنظمون) فيحصلون عادة على الأرباح .

وبما أن تحليانا الحالي ينطبق على وضعية الدولة التي تطبق نظام الاقتصاد الحرّ (الرأسمالي) الذي

تسوده الملكية الخاصة لعناصر الإنتاج، فإن التوزيع الوظيفي للعوائد المالية على ملاك هذه العناصر، يندرج من وجهة نظر الاقتصاديين المحدثين ضمن التصنيف التالي : عناصر الإنتاج

– العنصر الإنتاجي الأول – سلع رأس المال أو سلع الإنتاج:

حيث أن المقصود منها تلك السلع الرأسمالية التي تشمل عملية الانتاج الفعلي لرأس المال خلال عمليات الاستثمار المختلفة. كما تمثل هذه السلع أيضا وسائل الانتاج كالmachinery والمعدات والاجهزة المختلفة والتكنولوجيا المتطرفة التي تقوم بانتاج سلع الاستهلاك والخدمات المتنوعة. وتستحوذ السلع الرأسمالية عند استعمالها لفترة زمنية معينة دخلاً مادياً يدعى بالفائدة أو سعر الفائدة، وسيتم تحليل هذا الدخل (العائد) المادي ضمن الفقرة التالية.

– العنصر الانتاجي الثاني – الموارد البشرية :

على الرغم من أن ذكرها يتعدد تحت اسم اليد العاملة، لكن تعبير الموارد البشرية يغطي جميع الأفراد الذين يساهمون بأعمال فكرية وعضلية في آن واحد. و يتوقف حجم اليد العاملة في أي مجتمع عادة على حجم وتصنيف سكانه باعتبارهم مستهلكين بالدرجة الأولى، فيما تظهر نسبة محددة منهم تمارس العمليات الانتاجية.

وهذا يعني بعبارة أخرى أن هناك تصنيفاً عالمياً للقوى العاملة والنشيطة اقتصادياً، حيث تدرج ضمن فئة السكان الذين تتراوح أعمارهم بين (18) و(60) عاماً، بينما توجد فئتان غير منتجتين في نفس المجتمع وهما فئة السكان دون سن الثامنة عشر (وأحياناً دون سن العشرين) ثم فئة السكان الذين تزيد أعمارهم عن الستين سنة. وبالتالي فإن القوى العاملة تمثل الفئة التي تلعب دوراً أساسياً بمختلف العمليات الانتاجية في الأنشطة الاقتصادية للدولة ضمن قطاعات الصناعة والزراعة والخدمات – والتي تأخذ على عاتقها في الوقت ذاته مهمة إعالة الفتتى المذكورتين باستمرار.

وبذلك تعتبر الرواتب والأجور مكافآت أو عوائد مالية يستحقها المهندسون والفنانون والموظفوون بأنواعهم مع العمال الذين يساهمون بجهودهم المختلفة في الأنشطة الاقتصادية المذكورة.

– العنصر الانتاجي الثالث – الموارد الطبيعية (الارض) :

حيث أن الطبيعة تحدد كل ما هو معرض من هذه الموارد (في باطن الأرض وفوقها)، والتي

تعتبر عادة محدودة العرض. وعادة ما يطلق على الدخل المتحصل من الموارد الطبيعية بالريع الاقتصادي.

- الغنصر الانتاجي الاخير - الجهد التنظيمي :

يتولى المنظم في حقيقة الأمر كلّ ما يتعلّق بهذا الجهد الذي يتركز في تجميع عناصر الانتاج الثلاث (رأس المال والعمال والأرض) لاستخدامها استخداماً مجدياً، ويتحمّل مخاطر تنفيذها لانجاح العمليات الانتاجية في مشروعه من أجل إخراج سلعة جيّدة تتنافس مثيلاتها في جميع الأسواق الوطنية والاجنبية. فلو افترضنا لفترة زمنية محددة أنّ الأرض والعمل قد توفر لهما رأس مال معين في مكان ما، لذا فإن هذه العناصر لا يمكن أن تعمل سوية في أية عملية مهما كان نوعها وحجمها دون شخص منظم يتولى تنظيم طرق الانتاج الفنية المطلوبة. وهكذا تبرز للمنظم أهمية كبيرة في إدارة مشروعه الانتاجي، على اعتبار أن المطلوب منه وضع كل مواهبه ومهاراته في خدمة العمليات الانتاجية، بضمنها استخدام طرق فنية جديدة في الانتاج أو باتباع وسائل جديدة في انجاح العمليات الادارية والمحاسبية والمخزنية والخدمية داخل مشروعه.

ومن البديهي أن يستحق منظم كهذا مكافأة مالية على جهوده المذكورة باستمرار، حيث أنّ هذه المكافأة تتصبّ في قالب الربح. لكن في حالات معينة قد يضطر المنظم إلى قبول الخسارة، التي تؤدي في بعض الأحيان إلى إفلاس المشروع الذي قدم له جهده التنظيمي لفترة معينة.

أ) الفائدة (سعر الفائدة) :

أولاً - كيف تحسب الفائدة ؟

تمثّل الفائدة أو سعر الفائدة تلك النسبة المئوية من القيمة النقدية لرأس المال أو السلعة الانتاجية، حيث يتمّ احتسابها عادةً بأسلوب سنوي. بعبارة أخرى، تعتبر الفائدة عموماً كمكافأة لاستخدام أو استغلال رأس المال، بينما يرى البعض أنها السعر الذي ينبغي تقديم مقابل اقتراض رأس مال محدد لغرض شخصي أو لأغراض استثمارية متعددة.

وتدفع سعر الفائدة إذن مقابل استخدام النقود لشراء وسائل الانتاج المختلفة. لذا فإن اقتراض هذه النقود لاستعمالها في المجالات المختلفة، يتطلّب تحديد مستوى

سعر فائدة تختلف تبعاً لما يلي :

1- الاختلافات في المخاطر التي تترجم عن عمليات الاقراض التي تتباين باختلاف نوعية الأفراد المقترضين وأنشطتهم المتباينة. وهذا ما ينعكس على ارتفاع مستوى سعر الفائدة أو انخفاضه.

2- الاختلافات في تكلفة ادارة الأنواع المختلفة من القروض.

3- التباين الموجود في فترات الاسترداد للقروض المختلفة زمنياً، حيث أن سعر الفائدة يزداد كلما كانت مدة القرض طويلة والعكس صحيح.

وفي الوقت ذاته، فإن دوافع الطلب على النقود تظهر فيما يلي :

أ— دافع المبادرات أو المعاملات، حيث يتوقف على مستوى الدخل.

ب— دافع الاحتياط، الذي يتوقف أيضاً على مستوى الدخل.

ج— دافع المضاربة، حيث يتوقف على سعر الفائدة بالذات.

ويلاحظ بأن الحكومة يمكنها أن تؤثر على سعر الفائدة من خلال أسلوبين معروفين هما : **السياسة المالية والسياسية النقدية**. ومن ثم فإن أية حكومة تهتم بتحديد سعر الفائدة والتأثير فيه، بالنظر لما له من آثار فعالة في مستوى النشاط الاقتصادي بوجه عام.

ثانياً - ماهي المبررات الاقتصادية للفائدة ؟

على الرغم من أن الفائدة تشكل عملاً مقبولاً من النواحي الاقتصادية كافة، فإن هناك وجهات نظر دينية وخلقية معينة تحرم الفائدة. وقد حاول الكثير من الاقتصاديين أن يضعوا مبررات اقتصادية للفائدة من جانبيين يتعلق أولهما بالدائن فما يتصل الثاني بالمدين، وعلى النحو التالي :

من جانب الدائن : يبرر هذا الدائن أحقيته استحقاقه للفائدة من خلال الاستغناء عن استخدامه الحالي لرأسماله الجاري شخصياً بتقديمه إلى الآخرين للانتفاع به خلال فترة زمنية معينة، لذلك فهو يمثل أجر انتظاره. كما أن الدائن يتحمل في الوقت ذاته نوعاً من المخاطرة بماله عند تسليمه هذا المال إلى الغير للتصرف به، ومن ثم فإنه يستحق تعويضاً عنه. لذا فإن مبررات دفع الفائدة على المقترض ترجع من وجهاً نظر الدائن إلى المخاطرة بماله أو الانتظار عليه لفترة من الزمن.

من جانب المدين : حيث يوافق المدين على دفع سعر الفائدة بالنظر لعدم حيازته على مبلغ

القرض الذي اضطر إلى اقتراضه من الدائن. ومن ثم فإنه بعكس الدائن غير قادر أو غير راغب في الانتظار، بل يرغب في الحصول على سلع اقتصادية لكونه لا يمكن أن يدفع ثمنها كاملاً. ويترتب على موافقة المدين على اقتراض مبلغ معين، برغبته الانتفاع منه في مشروع انتاجي مثلاً يحقق منه ربحاً ينبغي أن تزيد نسبته على سعر الفائدة الذي سيدفعه للدائن صاحب النقود. بعبارة أخرى، يقبل المدين دفع فائدة على رأس المال الذي اقترضه من الدائن لسبعين رئيسين مهمين هما :

الأول - عدم مقدرته على الانتظار كيلاً تضيع الفرصة الاستثمارية منه ، أو عدم رغبته في اللجوء إلى أي حلّ بديل مثلاً.

والثاني- تيقنه من مقدرته على المجازفة في إنشاء مشروع انتاجي يختص بانتاج سلعة أو مجموعة سلع يحقق منها أرباحاً معقولاً ومن البديهي أن الطلب على القروض يتوقف بشكل عام على عاملين رئيسين هما : سعر الفائدة والكفاءة الحدية لرأس المال. وبصدق هذا العامل الآخر، فإن الكفاءة الحدية لرأس المال تعرف بأنها مقدار الربح الصافي الذي يتوقعه المنتجون في مختلف الأنشطة الاقتصادية (الزراعة والصناعة والخدمات) اضافة إلى قطاع التجارة (الداخلية والخارجية) في دولة ما نتيجة اضافة وحدة واحدة من رأس المال الجديد إلى رأس المال المستثمر فعلاً.

ثالثاً - ماهي العلاقة بين سعر الفائدة والكفاءة الحدية لرأس المال ؟

بما أن الكفاءة الحدية لرأس المال تمثل مؤشراً اقتصادياً مهماً لنشاط المؤسسات الانتاجية في القطاعات الاقتصادية للدولة ولقطاعها الخاص في الوقت نفسه، فإنها تعتبر من العوامل الحيوية التي تحكم وتسيّر النشاط الاقتصادي في هذه الدولة. فيشكل مقدار الربح الصافي الذي يتوقعه أي منتج، جوهر الكفاءة الحدية لرأس المال الذي سبق أن استثمره في مشروعه أو ينوي التوجه به نحو استثمار جديد ، في وقت ينبغي على هذا المنتج أن ينتبه إلى حقيقة أن هذه الكفاءة الحدية ستتعرض للانخفاض كلما ازدادت رؤوس الأموال المستثمرة.

وبصدق هذه الحقيقة الاخيره، فإنه من البديهي أنه كلما ازدادت كمية رؤوس الاموال المستثمرة في المشروعات الانتاجية المختلفة، كلما زادت حدة التنافس على عناصر الانتاج الازمة لانتاج السلع المتتوّعة ، وبالتالي تزداد الكميات المعروضة من السلع المنتجة من قبل المشروعات المذكورة في مختلف الاسواق. بمعنى آخر ، إن زيادة رؤوس الاموال المستثمرة قد تؤدي الى تخفيض أسعار السلع والخدمات النهائية والمعدة للاستهلاك، ومن ثم تؤدي الى زيادة مستوى تكاليف الانتاج لكل عملية انتاجية . وبالتالي فإن هذه الزيادة الاخيره ستؤدي في حالات كثيرة الى تقليل نسبة الارباح الصافية التي يتوقعها المنتجون نتيجة اضافتهم وحدات جديدة من رؤوس الاموال المستثمرة.

ويلاحظ أن مستوى الاستثمار في دولة ما خلال فترة زمنية معينة، يتوقف بدرجة أساسية على العلاقة القائمة بين كل من سعر الفائدة السائد في أسواقها في الفترة ذاتها والكفاءة الحدية لرأس المال. فكلما ازدادت الكفاءة الحدية لرأس المال عن سعر الفائدة السائد في الاسواق في وقت ما، كلما كان بمثابة دافع قوي لأصحاب رؤوس الاموال المدخرة لكي يوجهوا أموالهم نحو العمليات الاستثمارية. أما في حالة امتناعهم عن استخدامها في هذه العمليات الاستثمارية، مفضلين اللجوء الى اقراضها بسعر الفائدة السائد في الأسواق، فانهم يحصلون على ايراد او عائد أقل بطبيعة الحال عما كان بإمكانهم الحصول عليه من العمليات الاستثمارية. وبالعكس اذا انخفضت الكفاءة الحدية لرأس المال عن سعر الفائدة السائد في الأسواق، فإن أصحاب رؤوس الاموال المدخرة يفضلون اقراضها بفائدة بدلًا من استثمارها.

وبذلك يمكن القول بأن الحال الذي يتوقف عنده أصحاب رؤوس الأموال المستثمرون وأصحاب المؤسسات عن زيادة استثماراتهم، يعتبر في الحقيقة ذلك الحال الذي تتساوى عنده الكفاءة الحدية لرأس المال مع سعر الفائدة السائد في الأسواق.

رابعا - كيف تظهر الاختلافات بين الفائدة والريع والأجور ؟

إن من الطبيعي وجود اختلافات بين سعر الفائدة وبين كل من الريع والأجور، حيث تظهر هذه الاختلافات في ناحيتين :

الأولى – إن الفائدة تدفع عادة مقابل استعمال النقود وليس كمدفعات مباشرة لغرض استعمال موارد انتاجية معينة. فالنقد ليست لها انتاجية وفائدة لا تدفع عادة مقابل انتاجية النقد. لذلك بواسطة الفائدة يمكن الحصول على عناصر الانتاج المختلفة لغرض الانتاج أو تقديم الخدمات .

والثانية – بأنه يعبر عن الفائدة من خلال كونها كمعدل من العوائد بنسبة مؤدية وليس كمقدار مطلق. وهذا ما يجعل بالمستطاع المقارنة بينها وبين العوائد المالية لقسم من عناصر الإنتاج ذات المقادير المختلفة كالربح والأجور.

ب) الأجر :

عندما يبذل الإنسان، باعتباره عنصراً انتاجياً مهماً ومباسراً، أي نوع من الجهد العضلية أو الفكرية خلال عملية انتاجية معينة مهما كان نوعها ودرجة تطورها، فإنه يستحق مقابل جهوده مكافأة نقدية تتركز في شكل أجر أو راتب محدد. ومن المعروف أن الأجر المدفوعة لمختلف أصناف اليد العاملة إلى جانب الرواتب التي يستلمها المهندسون والفنانون والموظفو العاملين في جميع المؤسسات المنضوية ضمن إطار القطاعين الرئيسيين العام والخاص لأي بلد، تُشكل كلّها نسبة عالية من الدخل القومي لهذا البلد خلال فترة زمنية معينة.

أولاً - كيف يظهر الطلب على العمل وعرضه والتوازن بينهما ؟

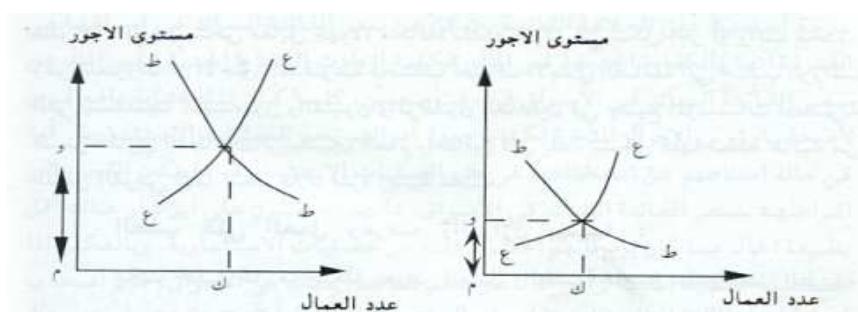
يمكننا تحليل كل ما يتعلّق بعرض العمل والطلب الحاصل عليه بنفس الطريقة التي يتمّ فيها شرحتتحليل جوانب عرض السلع والخدمات والطلب الفعلي الحاصل عليها. لذلك وبالاستعانة بما تقدمه الاشكال البيانية من توضيحات ايجابية، يمكن اعتماد المحور العمودي لأي شكل بياني من أجل توضيح مستوى الأجر المدفوعة للعمال، باعتبار أن هذا المستوى يمثل معدلاً قياسياً للأجر الذي تدفع لكل فئة منهم، وهذا يقيس في الوقت ذاته مستوى الأجر الحقيقية لهؤلاء العمال.

بينما يعكس المحور الافقى للشكل البياني عدد العمال الذين يتم استخدامهم في كل مستوى معين من الأجر الحقيقة، في الوقت الذي يعتمد فيه بصورة أساسية على قيمة الانتاج الحدي للعمل.

ومن الجدير بالذكر أنه مع استمرار ارتفاع مستويات الأجور، ستظهر عوامل أخرى تعمل بصورة

مضادة، حيث تستهدف تقليل عدد العمال الراغبين في العمل وفق المستويات العالية من الأجر. وتفسير هذه الحالة هي أن الأجر اذا ماتجاوزت مستوى معين، فان الرغبة في العمل تتخفض، مما يؤدي الى انعكاس الاتجاه الايجابي والاعتيادي لمنحنى العرض نحو الأعلى وللليمين، فيتجه بذلك اتجاهها معاكسا نحو اليسار. وتخالف الأجر عادة بين دولة وآخرى ، وخاصة مستوى الأجر الساري مفعوله في دولة نامية عن ذلك المستوى السائد في دولة متقدمة. ويوضح الشكل البياني التالي رقم (6—3) اختلاف مستويات الأجر بين هاذين النوعين من الدول، حيث يبين الرسم اليمى (أ) حالة الدولة النامية بينما يوضح الرسم اليسرى (ب) حالة الدولة المتقدمة.

شكل بياني رقم (6—3)



(أ) حالة الأجر في الدولة النامية (ب) حالة الأجر في الدولة المتقدمة

يتضح من الرسمين البيانيين أعلاه بأن هناك اختلافا واضحا بين مستوى الأجر في الدولتين النامية والمتقدمة، حيث أن هذا الاختلاف ناتج عن أن الارتفاع في مستوى الأجر في الدولة المتقدمة يعكس ارتفاع الانتاجية الحدية للعمال مقارنة بتلك الانتاجية الحدية المنخفضة لدى عمال الدولة النامية. ومن البديهي أن حدوث تحقيق انتاجية مرتفعة في الدولة المتقدمة يعود إلى مميزات هذه الدولة من حيث وفرة الموارد الطبيعية وتنوعها وبكميات كبيرة، مع توفر رؤوس الاموال بشكل كبير وبأكثر كفاءة مع وسائل التكنولوجيا المختلفة والخبرة الصناعية

والفنية، ثم استثمار وفورات الإنتاج الكبير استثماراً كاملاً أو شبه كامل، إلى جانب ارتفاع المستوى الصحي للعمال، وذلك بالمقارنة مع محدودية هذه المميزات لدى الدولة النامية.

ثانياً - كيف يظهر عرض العمل في المدى البعيد؟

من الملاحظ أن من الأسباب التي تؤدي إلى زيادة عرض العمل على المدى البعيد هي معدلات نمو السكان مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. ومن ثم فإنه كلما كان معدل نمو السكان أكبر، كلما

١

انخفض معدل الأجر، وذلك لأن عرض العمل يصبح عندئذ كبيراً. غير أن التحسن الكبير في انتاجية العمل يساعد على زيادة أجورهم، وذلك بسبب زيادة درجة الطلب عليهم. كما أن عامل

الهجرة يزيد هو الآخر من عرض العمل في دولة معينة.

ومن العوامل الأخرى المؤثرة في عرض العمل، ذلك الذي يتعلّق بتوزيع فئات العمل المختلفة بين السكان والتقييدات المفروضة على العمل دون سن معينة (حالة الأطفال)، وفترات التعليم الطويلة، وانضمام النساء إلى حجم القوى العاملة، إلى جانب موقف العمل من العمل وفترات الراحة ودرجة مفضالتهم بينها.

إن تقصير ساعات العمل الأسبوعية يساعد على تقليل عرض العمل، ومن ثم يؤدي إلى انتقال منحنى عرض العمل إلى اليسار، مما ينتج عنه ارتفاع الأجر مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. كما أن هذا ناتج أيضاً عن التحسن الكبير في انتاجية العمل، ويعود ذلك ليس فقط إلى ازدياد كميات المكائن والآلات (أي مكننة الانتاج) وتحسن نوعيتها، وإنما يكون ناجماً أيضاً عن أن تقصير ساعات العمل سيزيد من اهتمام العامل بعمله ومن الجهد الذي يبذله، إضافة إلى السعادة التي يحس بها. وبالتالي فإن التقىم التكنولوجي باعتبار الأساس، سيعطي ثماراً كثيرة تتركز في ارتفاع أجور العمل مع زيادة ساعات راحتهم، مما يعني بصورة أوضح حدوث زيادة في الأجر وتخفيف ساعات العمل لهم في آن واحد.

وللوضيح حالة ارتفاع منحنى العرض إلى اليسار بعد وصوله إلى نقطة معينة على المسار الطبيعي لهذا المنحنى (أي نحو الأعلى ولليمين)، فنعرض في الشكل البياني رقم (8—6)

بأن منحنى عرض العمل (ع ع) يخصّ عاملاً معيناً، حيث يعكس المحور الأفقي للشكل مقدار الوقت الذي يكون فيه العامل مستعداً لتقديم جهوده في كل معدل أجر ممكن، وذلك بافتراض أنه حرّ في الاختيار بين الراحة والعمل. لذلك فإن هذا العامل يكون مستعداً للعمل مقداراً محدداً من الساعات وفق أجر معين، فكلما يزداد الأجر يزيد العامل من وقت عمله، لكنه لن يبقى على هذه الحالة إلى الأبد. إن هذا يعني بأن العامل المذكور يصل إلى نقطة معينة على منحنى العرض [النقطة و]، حيث يختلف عندها موقف العامل من عمله ومن الأجر المتزايد بعد تلك النقطة. ويعود السبب في سلوك العامل بهذه الطريقة إلى ما يلي :

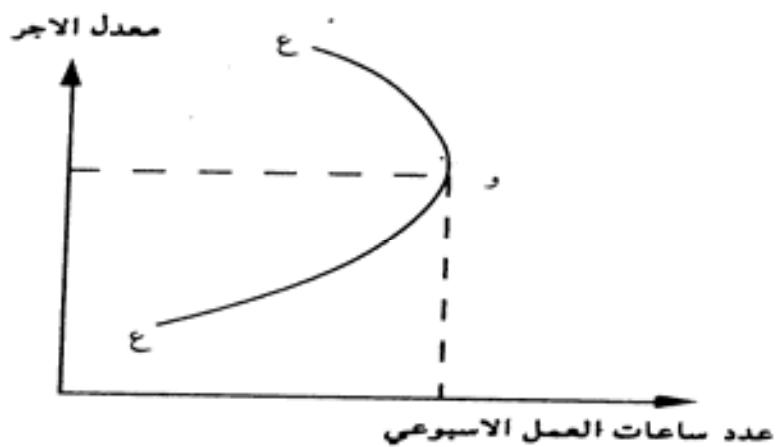
1 - يفضل العامل أن يستبدل وقت راحته بالعمل، حيث أن زيادة معدل الأجر تجعل كل ساعة من ساعات راحته أكثر كلفة من سابقتها، لذلك يقوم باستبدال وقت راحته بالعمل، مما يؤدي إلى اتجاه منحنى العرض نحو الأعلى وإلى اليمين إبتداءً من النقطة (و)، وهذا ما يطلق عليه عادة **تأثير الأحلال.**

2 - تأثير الدخل الفردي يبدو واضحاً ، وذلك لأن هذا العامل يشعر بأنه كلما ازداد معدل أجره، كلما أصبح أغنى من قبل، لذلك فإن طلبه للراحة ولاشيء آخر يكون أكبر . وبناء على ما جاء في التحليل الأخير ، فإنه كلما ارتفع معدل الأجر ، كلما انخفض الوقت الذي يخصّصه العامل لعمله. وهذا يميل منحنى العرض (ع ع) إلى الانكفاء نحو اليسار ، كما أوضحه الشكل البياني أعلاه. بعبارة أخرى، فإن حتمية هذا التغيير في موقف العامل عند نقطة معينة على منحنى العرض (نقطة و)، تتضح حيثما تتحقق من أن ارتفاع كلّ من معدل الأجر وساعات العمل ينتج عنه ما يلي :

(1) تقلّ رغبة العامل في الحصول على دخل نقدي إضافي، مما يضعف من أثر الأحلال لديه.
 (2) تزداد الرغبة لدى هذا العامل في الراحة واستغلال الوقت في أمور جانبية.
 ومن ثم تختلف مرحلة الانكفاء لمنحنى العرض (بالانحصار نحو اليسار إبتداءً من النقطة (و))، حسب اختلاف الأفراد أنفسهم باختلاف رغباتهم في الراحة والمتع الأخرى أو مدى ميلهم للعمل ونوع هواياتهم.

شكل بياني رقم (6-4)

يوضح حالة إنحراف منحنى العرض إلى اليسار.



ثالثاً - كيف يظهر عرض العمل الكلي ؟

إن من المعروف أن ارتفاع مستوى الأجر في بلد ما يزيد من عرض العمل نسبياً، ولو إلى حد معين. ففي حالة المدى القصير، فإن هناك بعض الأفراد وخاصة المتقاعدين أو العاطلين عن العمل يرغبون في العودة إلى العمل، وقد يترك البعض منهم عملهم البيتي أو دراستهم من أجل الانضمام إلى قوة العمل في البلد المذكور.

أما بالنسبة للمدى البعيد، فإن هناك حالة خاصة بنمو السكان لها تأثيرها المباشر وغير المباشر على عرض العمل الكلي بشكل عام، وعلى مستوى الأجر السائد في البلد المعنى بشكل خاص. ويلاحظ بأن العديد من الأفراد يتاثرون بأثر دخلهم كلما زاد معدل الأجر على المدى البعيد.

لذلك نجد بأن عدد ساعات العمل الأسبوعية قد انخفض خلال المائة سنة الماضية. كما أنه مع ارتفاع الدخول، فإن سنين الدراسة تزداد ويتم تقاعد الكثير من العمال في وقت مبكر، إلى جانب رغبة العديد من النساء في البقاء في بيوتهن. ويتربّط على هذا كله، ميل منحنى عرض العمل إلى الانكفاء (أي الانحناء إلى اليسار) وفي مستوى معين من الأجر بشكل شبيه بالنقطة (و) في الشكل البياني السابق رقم (6-4).

رابعاً - كيف تؤثر نقابات العمال على عرض العمل ؟

تتعامل نقابات العمال المختلفة مع المشروعات الصناعية بصورة انفرادية وليس بصورة جماعية حيث أن الهدف الأول والأساسي لسلوك هذه النقابات هو رفع الأجر وتحسين ظروف العمل . بعبارة أخرى، تؤثر النقابات بشكل فعال على

عرض العمل وعلى الطابع عليه في الوقت ذاته، ومن ثم فانها لكي تساهم في رفع أجور العمال فإن بامكانها القيام بما يلي :

- (1) إما محاولة التقليل من عرض العمل،
- (2) أو المساعدة في مجال رفع مستوى الطلب على العمل،
- (3) أو زيادة الاجور بصورة مباشرة.

ومن البديهي أن يتم تدخل النقابات لاختيار أحد البدائل الثلاثة والعمل على تحقيقها، وذلك لأنه لا يمكن لأي عامل أن يحقق أي حلّ من الحلول المذكورة بصورة منفردة، وبالتالي فان قوة النقابات تعتبر كتكتل نقابي يفرض وجوده أمام أرباب العمل في المؤسسات المختلفة دفاعاً عن مصالح القوى العاملة. وفي حالة رغبة أحد العمال في تحقيق طلب شخصي من ادارة المؤسسة التي يعمل فيها، فإن قوته تعتبر محدودة جداً، وقد يتعرض للطرد من عمله في حالة إصراره على نيل حق من الحقوق التي يطالب بها مثلاً.

ولكي نحلّ الدور المؤثر لنقابات العمال في مجال عرض العمل الكلي في دولة ما، يمكننا تركيز الأضواء على سعيهم المستمر في زيادة أجور العمل وتحسين ظروف معيشتهم باستمرار وذلك من خلال ما يواجهونه من متغيرات اقتصادية واجتماعية بشكل عام، والتأثير المباشر وغير المباشر لردود أفعال أرباب العمل في المؤسسات المختلفة بشكل خاص. لذلك يظهر دور النقابات العمالية من خلال التحليل التالي :

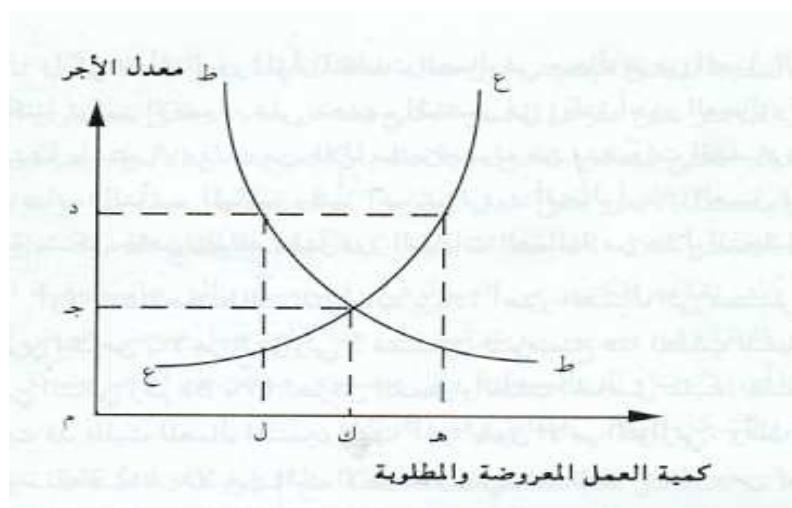
أ - عندما تطالب النقابات بزيادة أجور العمال إلى مافوق المستوى الخاص بالاجر التوازنی :

نستعين لتوضيح هذا الطلب للنقابات بالشكل البياني التالي رقم (6 — 5) لعرض العمل والطلب الحاصل عليه. فلنفرض بأن هذه النقابات قد طلبت للعمال المنتسبين إليها أجراً يفوق الاجر التوازنی، وهذا يعني مستوى أجراً عند نقطة (د) بدلاً من ذلك الاجر التوازنی عند نقطة (ج). ومن ثم فإن الصورة الجديدة لكمية العمل المعروضة والمطلوبة ستتغير حتماً اعتناداً على زيادة الاجور، حيث من الطبيعي للصناعة المعنية أن تضطر إلى تخفيض طلبها على العمل من النقطة التوازنية (ك) ليصبح عند النقطة (ل). بينما يكون هناك عدد كبير من العمال مستعدّين للعمل وفق المستوى الجديد المرتفع للاجر، حيث تنتقل نقطة عرض العمل من النقطة (ك) السابقة كنقطة توازنية إلى نقطة (هـ) التي تكونت من ذلك العمود النازل من منحنى عرض العمل عند مستوى الاجر الجديد (د)، وهو أكبر بكثير من مستوى الطلب الفعلي

لأرباب العمل في الصناعة المذكورة.

بعارة أخرى ، تعبّر المسافة ($m - h$) عن حجم العمل المعروض وفق معدّل الأجر المرتفعة بعد تدخل النقابة في هذا الشأن، وهذه المسافة هي أكبر بطبيعة الحال من المسافة ($m - l$) التي تمثل حجم الطلب الفعلي علىقوى العاملة ، والذي يقدمه أرباب العمل وفق معدّل الأجر العالية التي تفوق ذلك المستوى التوازني للأجر في الصناعة المعنية .

شكل بياني رقم (5-6)
يوضح دور النقابات في تحديد الأجر



وهكذا تستطيع النقابة أن تحافظ على مستوى الأجر الجديد (المسافة $m - d$ على المحور العمودي)، ولكن مع حجم أصغر من الاستخدام لقوى العاملة (أي بعدد أقل من العمال). ومن ثم فان النقابة ستواجه مشكلة تتركز في أن قبولها بهذه الوضع (أي اشتغال عدد أقل من العمال وفق معدّل أجر مرتفع نسبيا) ، ينبغي عليها ان تعمل على تقليل عرض العمل، فكيف يمكنها القيام بذلك على أتم وجه ؟ ومن البديهي أن هناك وسائل كثيرة يمكن للنقابة اتباعها بهدف تقليل عرض العمل ، ومن هذه الوسائل ما يلي :

- (1) إغراء العمال بالانتقال الى صناعات أخرى، حيث أن هذا الاجراء من شأنه أن يؤدي الى زيادة عرض العمال في الصناعات الأخرى، مما قد يؤدي بالنتيجة الى تقليل معدل الاجور.
- (2) محاولة جعل أجور الانتماء الى النقابات مرتفعة بالنسبة للاعضاء الجدد أو جعل فترة التدريب أطول من الوقت الاعتيادي المحدد لها.
- (3) تحديد كمية العمل المبذول في الصناعة المعينة.
- (4) تحديد ساعات العمل وتقليلها واطالة فترة الاجازة السنوية للعمال وتقيد عمليات الهجرة، مما يؤدي بالنتيجة الى الحد من عرض العمل.

وفي الوقت نفسه، فإن تبرير زيادة الاجور يختلف من حالة الى أخرى : فقد تكون الاجور مثلا في صناعة ما أقلّ مما يعتبر مقبول عموما في البلد كله (اي أقلّ من مستوى معين). وقد لأن تكون هذه الاجور كافية لتغطية مصاريف كثيرة يحتاجها العامل كمتطلبات التعليم أو احتياجات الترفيه للأفراد. ولكن من الجدير بالذكر أنه على الرغم من أن رفع الاجور في مثل هذه الحالة قد يقلّص من حجم الاستخدام، إلا أنه يحقق في الواقع أمرين هما :

- أنه يوفر أجرا مقبولا بالنسبة للعمال الذين يبقون في عملهم.
- يضطر العمال الآخرون الى البحث عن أعمال يحصلون منها على دخول أعلى من المعدل، حتى لو كان ذلك خارج نطاق أعمالهم الأصلية.

ب - رفع معدلات الاجر السائد :

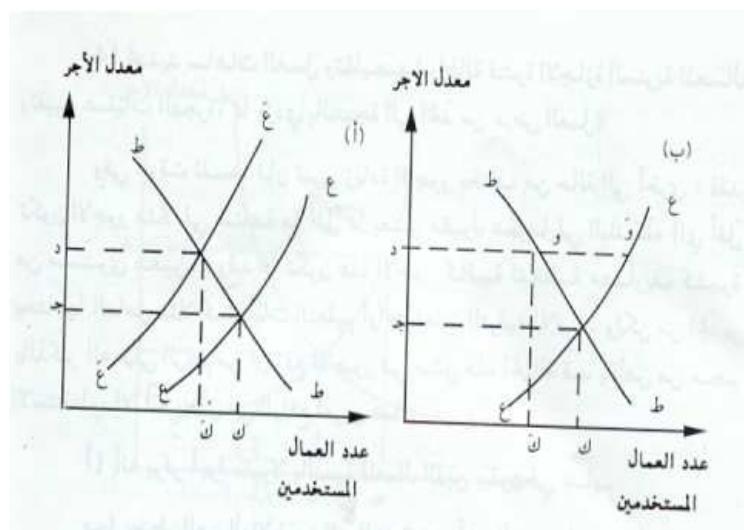
إن من الملاحظ أن التحديات المباشرة على عرض العمل، لم تعد ضرورية بالنسبة للنقابات إلا لغرض تأكيد قدرة النقابة على ضمان معدل أجر مرتفع يسود لفترة من الوقت بحيث ينبغي المحافظة على هذه المستوى قدر المستطاع.

فمن خلال الشكل البياني التالي رقم (6-6)، نلاحظ وجود رسمين يختلف أحدهما عن الآخر في عدد من النقاط. فالشكل الاسير رقم (أ) يوضح أن عملية التحديد المباشر لعرض العمل تتحقق عن طريق تخفيض منحنى عرض العمل (ع ع) الى (ع ع) أي نحو اليسار وللأعلى ، بوسائل متعددة، مما يتربّط عليه ارتفاع مستوى الاجر من نقطة (ج) الى نقطة (د) ، بشرط بقاء منحنى الطلب الاصلي (ط ط) بنفس مستوى الاصلي.

أما في الرسم الآخر (ب)، فيظهر التحديد غير المباشر لعرض العمل عن طريق زيادة الاجر

بصورة مباشرة من نقطة (ج) الى نقطة (د)، مما يؤدي الى إقصاء عدد من العمال بحجم يساوي المسافة بين النقطتين (و)، (و) عن العمل، مما يؤدي الى تقليل عرض العمل أيضاً. لكن ينبغي ملاحظة أن الذي يحدّ من عرض العمل هو عدم وجود فرص كافية للعمل وفق هذا المستوى من الأجر.

شكل بياني رقم (6-6)
يوضح التحديات المباشرة وغير المباشرة للأجر عن طريق النقابات

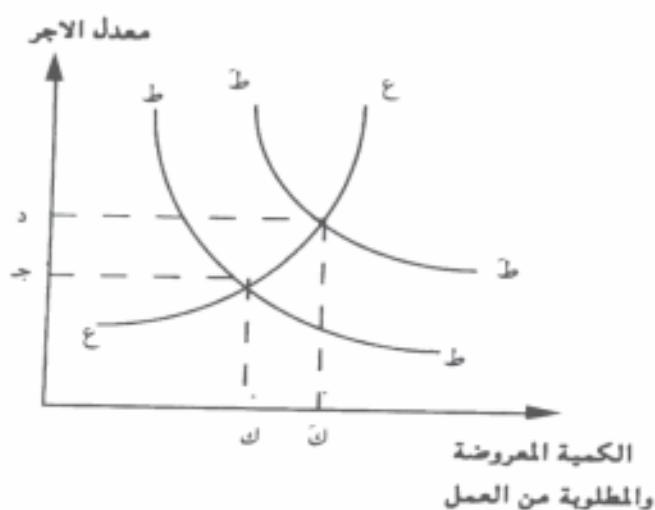


ج - رفع مستوى الطلب على العمل :

يمكن للنقابات أن تعمل على رفع مستوى الأجر عن طريق زيادة مستوى الطلب على العمل، وذلك بواسطة تحسين أو رفع انتاجية العمال إضافة إلى الادارة، أو بمساعدة المشروعات على الإعلان عن منتجاتها. وفي بعض الحالات، قد تدعى النقابات إلى اتباع سياسة الحماية التجارية، بغية زيادة الطلب المحلي على السلع والخدمات، أو التدخل لاقناع الحكومة من أجل إجراء تحسينات على عقودها الخاصة بشراء سلع معينة مثلاً.

فعندما تتمكن النقابة من رفع مستوى الاجور مع زيادة الانتاجية الحدية للعمل، فان هذا الاجراء يؤدي الى رفع منحنى الطلب على العمل نحو الاعلى وللليمين، وكما يظهره الشكل البياني التالي رقم (6 – 7) ادناه، وذلك من المستوى الاصلي ($\bar{D}\bar{S}$) الى المستوى الجديد ($\bar{D}'\bar{S}'$). ويترتب على هذه الزيادة في الطلب على العمل وارتفاع الانتاج الحدية للعمل زيادة مستوى الاجور من النقطة (ج) الى النقطة (د)، ولكن مع بقاء منحنى عرض العمل ثابتا.

شكل بياني رقم (8 – 9)
يوضح تأثير النقابات على زيادة الطلب على العمل
ورفع الانتاجية الحدية للعمال



إلا أن هناك اختلافات كثيرة ومهمة في أجور العمال الآخرين الذين يشتغلون بنفس الاعمال في مناطق أخرى مختلفة. وعادة تسود هذه الحالة بالنظر لعدم اكتمال السوق : فعنصر العمل أبعد ما يكون عن القابلية على الانتقال، وذلك بسبب وجود عوامل اجتماعية

خاصة تربط العامل بمكان معين. ومن ثم فإنه لا يستجيب إلى أية محفزات في الأجر على الرغم من أنه مؤهل لها، إضافة إلى عدم توفر المعلومات لديه عن مستويات الأجر ونوع العمل في الأماكن الأخرى. وبالتالي فإنه رغم وجود حالة خاصة تتركز في أن العمال من نفس المؤهلات نادراً ما يت天涯ون فيما بينهم، إلا أن هناك اختلافات في جنس العمال – ذكوراً أم إناثاً –، إلى جانب تأثير النقابات والانتماءات الأخرى التي تؤدي إلى عدم اكتمال السوق، وما يترتب عليها من اختلاف في الأجر بصورة عملية.

ج) ريع الأرض أو إيجارها :

إن تفسير عملية استغلال الأرض لأي غرض خلال فترة زمنية معينة لا بدّ أن يقترن بدفع ثمن معين لهذا الاستغلال إلى صاحب الأرض . فعندما كانت الأرض تستغلّ أو تستثمر لأغراض زراعية في المجتمعات التي كانت الزراعة تمثل المصدر الرئيسي لحياتها الاقتصادية، وبالذات قبل الثورة الصناعية، فإن ثمن ذلك الاستغلال أوأجر استخدام الأرض في عملية انتاجية معينة كان يسمى بالريع .

وحيثما أظهر الاقتصادي الانجليزي المعروف (ديفيد ريكاردو) نظريته الاقتصادية حول الريع، عرّفه بشكل دقيق بأنه (ذلك الجزء من الانتاج الذي يدفع لصاحب الأرض عن استعمال قوى التربة الأصلية غير القابلة للتلف). ومن ثم فإن هنالك بعض الصعوبات التي تتمثل في عملية احتساب تكلفة انتاج السلع الزراعية. ويمكن معرفة سبب هذه الصعوبة، والذي يمكن في اختلاف تكلفة الانتاج، استناداً إلى تلك الاختلافات الموجودة بين تكلفة زراعة القمح وبين تكلفة زراعة الفواكه. وبناءً على ما جاء أعلاه، فإن الريع كثمن لاستغلال الأرض الزراعية، والذي كان ريكاردو أول من ركّز عليه الضوء، يمكن أن ينشأ بأسلوب يوضح المثال التالي :

عند وجود أربع قطع أراضي ذات مساحة متساوية يمتلكها أربع أفراد وتبعد عن السوق بمسافة متماثلة، بينما تختلف كل قطعة عن القطع الباقية في ناحية واحدة هي الخصوبة. وبعد أن تمت زراعة هذه القطع بمنتج واحد، ولنفرض أنه القمح، قام كل فرد من المالكين الأربع ببيع منتوجه من القمح في نفس السوق، حيث بلغت الكميات المنتجة والمعروضة للبيع من الأنواع الأربع للقمح كما يلي :

أ - كمية القمح المنتجة في الأرض الأولى = 300 طن

ب - كمية القمح المنتجة في الأرض الثانية = 270 طن

ج - كمية القمح المنتجة في الأرض الثالثة = 250 طن

د - وكمية القمح المنتجة في الأرض الرابعة = 240 طن.

فلو افترضنا بأنه جرى بيع هذه الكميات بسعر موحد بلغ (500) دينارا للطن الواحد، فإن

مقدار الإيرادات النقدية التي حصل عليها المالكين الأربع ظهرت كما في الجدول التالي :

الإيراد النقدي (بالدينار)	سعر بيع الطن (بالدينار)	كمية الإنتاج (بالطن)	الأرض
150.000	500	300	الأولى
135.000	500	270	الثانية
125.000	500	250	الثالثة
120.000	500	240	الرابعة

ومن خلال هذه الإيرادات النقدية لعنصر الأرض، ينبغي معرفة سبب أو أسباب الاختلافات التي ظهرت في الريع الذي أعطته كل أرض منها. ولنفترض أن أقل مبلغ من هذه المبالغ الأربع والذي هو (120 000) دينار يمثل عائد الأرض الرابعة، والتي ظهر أن

لاري لها أو ما يطلق عليها في النظرية الاقتصادية بالارض الحدية هي أقل خصوبة في القطع الثلاثة الأخرى. وبذلك فان ريع كل قطعة أرض من القطع الثلاثة الباقيه يمثل تلك الزيادة في عائدها عن عائد قطعة الارض الحدية، أو مايفيض عن ايراد تلك الارض الحدية.
أما عن التعبير عن الإيراد بالنقود فان :

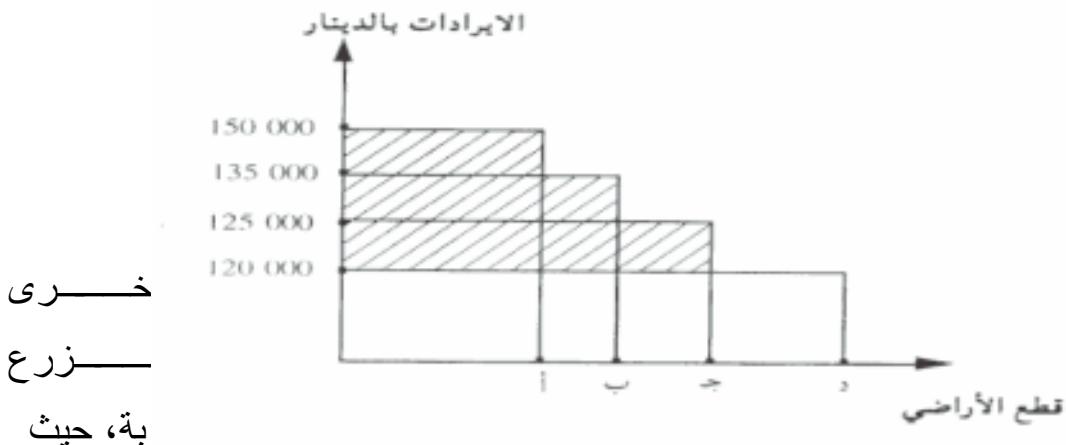
ريع الأرض الثالثة = 5000 دينار

ريع الأرض الثانية = 15 000 دينار

وريغ الأرض الأولى = 30 000 دينار حيث يمثل أكبر ريع.

ويوضح الشكل البياني التالي رقم (6 – 8) هذه المقادير المختلفة للريع في الأراضي الأربع آنفة الذكر.

شكل بياني رقم (8 - 6)
يبين مقادير الريع على قطع أراضي مختلفة الخصوبة



تم استخدام مقدار معين من عنصري رأس المال والعمل في القطعة الأولى يفوق ذلك المقدار المستخدم في الأرض الثانية، فإن الريع الناشئ من الأرض الأولى يساوي العائد الإضافي الذي ستحصل عليه هذه الأخيرة .

عبارة أخرى، يمكن القول بأن الاختلافات في الانتاجية بين أرض معينة وأخرى، سيؤدي بطبيعة الحال إلى تباين الريع الاقتصادي لكل منها. وتعزى اختلافات الانتاجية بين الأرضي إلى عوامل عديدة منها ا الاختلاف في خصوبة التربة ، الظروف المناخية فيما يتعلق بسقوط الأمطار ودرجة الحرارة .

وعلى الرغم من الإيجابيات التي أحدثتها نظرية الريع لريكاردو ، فقد صدرت ضدّها بعض الانتقادات التي تتركّز في النقاط التالية :

أولاً — إن النظرية قائمة أساساً وبصورة مبسطة جداً على الاختلافات الطبيعية في انتاجية القطع المختلفة من الارضي نتيجة لاختلاف خصوبتها.

ثانياً — لقد أهمل ريكاردو امكانية وجود استعمالات متافسة لقطع معينة من الأرض. فالارض قد تزرع على سبيل المثال وقد يقام عليها بناء أو مشروع.

ثالثاً — إن الأرض الحدية هي ليست بالضرورة تلك الأرض المستعملة في الاسترراع الحدي،

وذلك لأن الأرض الأقل خصوبة ليست هي التي تترك زراعتها أولاً إذا ما انخفض الطلب على سلعة زراعية معينة بالضرورة. وهكذا فإن توقف قطعة أرض عن إنتاج القمح مثلاً يعتمد ليس فقط على خصوبتها، وإنما أيضاً على الاستعمالات البديلة لها.

رابعاً - كما أهمل ريكاردو حقيقة مهمة هي أن الأرض يمكن أن تستعمل في غير الزراعة. كما أن الأرض

لا تزرع في بلد نامي بالضرورة حسب درجة خصوبتها، فالارض التي تزرع أولاً في بلد كهذا هي في الغالب أقرب إلى السوق وليس لكونها أكثر خصوبة.

خامساً - ذكر ريكاردو أنه لن يكون هناك ريعاً فيما إذا كانت جميع الأراضي ذات خصوبة واحدة وتبعد بنفس المسافة عن الأسواق وتزرع بنفس الأساليب وبنفس الكثافة، ولكن ريكاردو أهمل عامل الطلب على منتوجاتها.

سادساً - لقد حصر ريكاردو الريع بالأرض تعريفاً، بينما عارضه الاقتصاديون المحدثون، وذلك بتركيزهم على أن الريع يعتبر في الواقع مفهوماً أكثر فائدة بسبب انتباشه على أي عنصر من العناصر الانتاجية الأخرى.

سابعاً - كما أكد ريكاردو على أن الريع لا يدخل في تكلفة الإنتاج، مادامت تكلفة الإنتاج لسلعة ما على أقلّ الأراضي خصوبة هي التي تحدد كلفة إنتاجها.

وخلاصة القول، فإن الريع يمكن اعتباره بأنه ذلك الفائض الذي يدفع إلى أيّ عامل من عوامل الإنتاج زيادة على الحدّ الضروري للمحافظة على إيقائه في استخدامه الحالي. ويمكن إعطاء أمثلة عديدة لتوضيح هذه الفكرة: فمثلاً إن دفع رواتب وخصصات أعلى للأطباء والمدرسين للعمل في المدن الصغيرة والمناطق الريفية رغم أنها تعتبر وسيلة مهمة للتشجيع على العمل في هذه المناطق، فإنها تعني أيضاً من الناحية الاقتصادية تماً مع الأطباء والمدرسين بنسبـة معينة من الريع الاقتصادي الذي يمثل الفرق بين ارتفاع الرواتب في المدن الصغيرة والمدن الكبيرة. وإن عدم وجود هذا الفرق في الدخول (الريع) قد لا يشجع على العمل في المدن الصغيرة وتفضيل البقاء في المدن الكبيرة.

د) الربح :

يمثل الربح عائداً نقدياً لأحد الموارد الاقتصادية أو العناصر الانتاجية المشاركة في أية عملية انتاجية وهو مالك المشروع (المنظم)، أو ما أسميناه بالجهد التنظيمي لهذا المالك. وفي الواقع الامر، فإن هذا الربح يعتبر جزءاً من التكاليف التي تحملها المؤسسة، في حالة أن الإيرادات الكلية لمبيعات هذه المؤسسة يزيد على مستوى تكاليفها الكلية (المباشرة والضمنية أو التكاليف الثابتة والمتغيرة)، ويمثل في ذات الوقت ذلك الحد الأدنى الضروري لاستمرار المؤسسة في عملها.

عبارة أخرى، فإن ما ركّزت عليه النظرية الاقتصادية حول هذا العائد النقي لمالك المشروع (المنظم)، يعزى تحقيقه إلى عدة أسباب تتعلق بالاحتمالين التاليين :

الاحتمال الأول – يتركز في تلك المخاطر التي لا بد لهذا المالك أن يواجهها في الحالات غير المؤكدة أو نتيجة لفعالية ابداعية خاصة.

أما الاحتمال الثاني – فيتمحور حول احتمال السيطرة الاحتكارية على السوق.

أولاً : ماهو الربح الاقتصادي وما هي مصادره :

يتمثل الربح الاقتصادي في تلك الزيادة التي تحصل فوق مستوى الربح الاعتيادي، اعتماداً على تجاوز الإيرادات الكلية في أية مؤسسة لتكاليفها الكلية، ومتجاوزة في الوقت ذاته مستوى الربح الاعتيادي الضروري لبقاء هذه المؤسسة في الميدان الانتاجي الذي اختارته في وقت سابق. وينعدم عادة تحقيق الربح الاقتصادي في حالة كون اقتصاد البلد في حالة ساكنة ضمن سوق المنافسة الكاملة على المدى الطويل. ويعود السبب في الصعوبة الكبيرة لتحقيق الربح الاقتصادي، بحكم حرية أو سهولة الدخول إلى الصناعة أو السوق المعنية والخروج منها في آن واحد.

ويقصد بحالة الاقتصاد الساكنة هو ثبات المتغيرات الاقتصادية الأساسية كالتقدم التكنولوجي وأذواق المستهلكين مع عوامل أخرى، بحيث يبقى اقتصاداً غير متغير أو غير متتطور، في الوقت الذي لا يوجد فيه فرصة للتفكير بعامل عدم الضمان الاقتصادي.

أما من جانب الاقتصاد динاميكي (المتحرك)، فإن الأرباح الإقتصادية تظهر عند سريان هذا الجانب، حيث يتخلل العمليات والأنشطة الموجودة والمتدخلة فيه حالات محفوفة بالمخاطر تتركز ضمن الحالتين التاليتين :

١) حالة عدم الضمان والمخاطر لتحقيق الأرباح :

يعتبر المستقبل الاقتصادي في حالة الاقتصاد الديناميكي غير مضمون دائماً، حيث أنه لا بد للمؤسسة أن تتحمل بعض المخاطر من خلال كون الأرباح مكافأة لتحمل عدم الضمان. وفي هذه الحالة، ينبغي التفريق بين المخاطر التي يمكن التأمين عليها مثل الحرائق، الفيضانات، السرقات والحوادث الأخرى ، والتي يمكن من خلال التأمين عليها تجنب أن يتحمل الاقتصاد المذكور نتائجها السلبية.

ولكن بنفس الوقت هناك مخاطر لا يمكن التأمين عليها ولا يمكن أيضا السيطرة عليها، كالتغيرات التي هي غير متوقعة وترتبط بتلك التغيرات الحاصلة في الظروف الإقتصادية (الطلب، العرض، والتكاليف) التي تواجهها أية مؤسسة. بعبارة أخرى، فإن هذا ما يطلق عليه بالدورات

الاقتصادية / التجارية(فترات الرواج، الركود، الكساد، والانتعاش)، والتي قد يتخللها أحياناً حدوث خسائر كبيرة لبعض المؤسسات، بينما تحقق مؤسسات أخرى بعض الأرباح. وقد تركت مؤسسات صناعية أخرى أعمالها في الصناعة المعنية، متحملة الخسائر، مقابل مؤسسات أخرى تتمكن بعد فترة من الوقت من معاودة العمل والاستمرار فيه.

٢) حالة الإبتكارات والأرباح :

تعتبر جميع المخاطر الناجمة عن عدم الضمان بالنسبة للمستقبل من العوامل الخارجية عن سطوة المؤسسة مهما كان اتجاهه.

أما الابتكارات أو الإبداعات التي تمثل أهم خصائص الاقتصاد الديناميكي الرأسمالي، فتحدث نتيجة لمبادرة المنظم بشكل خاص. ويتربّط على هذه الحقيقة أن المنظم يحاول دائمًا إدخال أساليب جديدة في عمليات الانتاج والتوزيع أو التسويق للمؤسسة التي ينظم عملياتها الإنتاجية. إن ذلك يؤدي بالنتيجة إلى تقليل التكاليف الإنتاجية، زيادة الانتاج، كما ونوعاً، تقديم سلع جديدة، محاولة التأثير على الطلب، وبالتالي زيادة الإيرادات، وهذه كلّها من أبرز وظائف المنظم. ومن الجدير بالذكر أن وظيفة المنظم هي الأخرى تتميز بعدم الضمان.

ومن الملاحظ أن المنظّم لا يستطيع أن يعرف مسبقاً ما يتعلّق بأذواق المستهلكين، وخاصة ما يتعلّق بالسلع الجديدة. كما أنه لا يستطيع معرفة مقدار الاقتصاد بالتكليف قبل مرحلة إدخال

أساليب ومكائن جديدة في العمليات الإنتاجية. لذلك يمكن القول بأن الابتكارات هي من صلب واجب المنظم، وهي مصدر ربحه في الوقت ذاته.

ثانياً : كيف تظهر الأرباح الاحتكارية ؟

من المعروف أن وجود الإحتكار يعتبر بحدّاته مصدراً للأرباح الاقتصادية، وذلك بحكم قابلية المحتكر في تحديد العرض أولاً، وصعوبة وجود المنافس له ثانياً. كما يستطيع هذا المحتكر التمتع بالأرباح الاقتصادية طالما كان الطلب قائماً ومستمراً.

ثالثاً : ماهى وظائف الأرباح ؟

يعتبر الربح في الواقع ذلك الدافع الرئيسي للأية فعالية إقتصادية وضمان في الوقت ذاته لأنشطة القطاع الخاص المختلفة بالبلدان ذات نظام الإقتصاد الرأسمالي. وهذا يعني بأن الربح يؤثّر بشكل مباشر على درجة استغلال الموارد الاقتصادية وتخصيصها بين الاستعمالات البديلة. كما أن دافع الأرباح أو توقعات الأرباح هي التي تحتّ المؤسسة الإنتاجية على الإبتكار والإبداع، حيث أن هذا الأخير يؤدي إلى زيادة الاستثمار والإنتاج والإستخدام. لذا فإن الإبتكارات والإبداعات ماهي إلاّ مظاهر أساسية لعملية النمو الإقتصاديّة ، إضافة إلى أن توقعات تحقيق الأرباح هي التي تدفع المؤسسات إلى تبني الإبتكارات والإبداعات.

وحيث أن توقعات الأرباح ما هي إلاّ أمور غير مستقرة، مقابل استمرار التقلبات في مستويات الاستثمار والاستخدام والنمو الاقتصادي، لذلك يمكن القول بأن دور الربح لا يعتبر كاملاً دافع على الإبتكارات والإستثمار.

إن دور الأرباح يكون أكثر فاعلية في عملية تخصيص الموارد الإقتصادية بين الإستثمارات البديلة للإنتاج. فظهور الربحية الإقتصادية في صناعة معينة، يعتبر في الحقيقة مؤشراً جيداً وايجابياً لتوسيع تلك الصناعة. كما وأن الأرباح لا تعتبر فقط أكثر من مجرد حافز على توسيع

صناعة معينة، بل هي أيضاً وهذا هو المهم بمثابة وسيلة تمويل تمكّن المؤسسات من توسيع عملياتها وتطويرها مع زيادة طاقاتها الإنتاجية. وبعكس ذلك، فإن الخسارة هي الأخرى تعتبر مؤشراً يؤدي إلى تقلص الإنتاج أو تدفع بصاحب المؤسسة إلى أن يتوجه إلى صناعة أخرى، وهذه أيضاً تدخل ضمن مسؤولية المنظم.

وهكذا يمكننا القول بأن الربحية في الإقتصاد الساكن أو غير المتتطور تختلف اختلافاً واضحاً عن حالة الربحية في الإقتصاد динاميكي أو الحركي. ويترتب على هذه الحقيقة ظهور مخاطر أمام المنظم يمكنه السيطرة عليها وأخرى لا يمكنه السيطرة عليها. هذا إلى جانب أن مختلف الإبتكارات والإبداعات التي يقوم بها المنظم تتطلب ما يلي :

- أ) حل المشاكل التكنولوجية لتطوير الفكرة الإبداعية، وتحويلها إلى عملية إنتاج نافع.
- ب) التأكد من رغبة المستهلك واستعداده لقبول الإبتكارات الجديدة أو السلعة والسلع الجديدة.
- ج) كمّ الأرباح ما هي إلاّ مصدر مهم من مصادر توسيع عمليات الإستثمار والنمو الإقتصادي، وهي كما ذكرنا أعلاه تشكل حافزاً مهماً لرجال الأعمال والمستثمرين وأصحاب المؤسسات بغية تطوير مؤسساتهم الإنتاجية والتوزيعية والتسويقية والخدمة ... الخ.

أسئلة للمراجعة

- 1) ما هي أهمية عناصر الإنتاج في كل مشروع إنتاجي ؟ وكيف يمكنك أن تتصور عملية إنتاجية في هذا المشروع دون أن تكتمل العناصر الإنتاجية لديه ؟
- 2) كيف يتم في الواقع عرض عناصر الإنتاج ؟ وكيف تتضح وضعية الطلب على هذه العناصر ؟
- 3) كيف يظهر دور الصناعة عند توسيعها في طلب عناصر الإنتاج وعرضها في آن واحد ؟
- 4) كيف تقارن بين خاصية الطلب المشتق وخاصية الطلب المشترك المترابط لعناصر الإنتاج ؟
- 5) كيف يجري توزيع العوائد المالية على مالكي عناصر الإنتاج ؟
- 6) كيف تقارن بين توفر رأس المال لدى المنتج، وافتراض منتج آخر مبلغًا كافيًا كرأسمال من أحد البنوك ؟
- 7) كيف يتم تقييم الجهد التنظيمي للمنظم في المشروع الإنتاجي بشكل خاص ؟

- 8) كيف تفسر مفهوم "سعر الفائدة" بشكل عام ؟ وما هي أهميته لكل من البنك المقرض وأحد المنتجين كمفترض ؟
- 9) كيف تفسر سلوك المستثمرين ورجال الأعمال في حالتي ارتفاع مستوى سعر الفائدة وانخفاضه ؟
- 10) كيف تفسر الدوافع الرئيسية للطلب على النقود ؟ وما هو تأثير التغييرات في سعر الفائدة على هذا الطلب ؟ ثم كيف توضح المبررات الإقتصادية للفائدة ؟
- 11) هناك جانبي الدائن والمدين في التعامل مع سعر الفائدة، فكيف تقارن بينهما من خلال جدول ؟
- 12) كيف تفسر مفهوم "الأجر" عموما ؟ وكيف توضح أحقيه العامل لهذا الأجر ؟ ثم ما هي الفروقات بين "الأجر" و"الراتب" ؟
- 13) كيف توضح عرض العمل وحجم الطلب الموجود عليه ؟ وكيف يمكن أن يتحقق التوازن بينهما ؟
- 14) كيف توضح شكل العرض الكلي للعمل في المدى القصير ؟ وكيف يتغير هذا الشكل على المدى البعيد ؟
- 15) كيف يمكن لنقابات العمال أن تساهم في تحديد الأجور من ناحية، وفي زيتها من ناحية أخرى ؟
- 16) كيف يظهر دور النقابات العمالية في تغيير أحجام عرض العمل والطلب عليه مع استحقاقات العمال للزيادة في الأجور ؟
- 17) كيف يمكنك أن تفسر مفهوم "الريع" بشكل عام ؟ وهل ينطبق على قطاعات اقتصادية أخرى ماعدا الأرض ؟
- 18) ما هي الصعوبات التي تظهر امام عملية احتساب الريع عموما ؟ وكيف قام "ريكاردو" باحتساب ريع الأرض بشكل خاص ؟
- 19) كيف تفسر مفهوم "الأرض الحدية" ؟ وكيف تقارنها مع بقية الأنواع من الأرضي ؟

- (20) ما هي ملامح نظرية الريع لريكاردو ؟
- (21) كيف تفسر مفهوم "الربح" بشكل عام ؟ وكيف تتضح عملية استحقاقه ؟ وما هي مصادر الربح الاقتصادي ؟
- (22) عندما يتحمل المشروع عدة مخاطر لتحقيق الأرباح، فهل ان أحقيّة هذه الأرباح تكون للمنظم أم لمالك المشروع ؟
- (23) كيف تظهر مبادرة المنظم في تقديم الإبتكارات والإبداعات من أجل تحقيق الأرباح ؟

الفصل السابع

توازن المشروع في سوق المنافسة التامة

1 - ماهي أهمية توازن المشروع في سوق المنافسة التامة ؟

من المعروف أن المنافسة التامة نادرا ما توجد في الحياة الواقعية، وذلك لأنها تفترض بشكل تام عدم وجود القوّة الإحتكارية التي قد يتميز بها منتج ما أو منطقة انتاجية أو استهلاكية معينة. ومن ثم فإن هذا الوضع له تأثيره الواضح على أسعار السلع والخدمات التي تباع في سوق المنافسة التامة بأشكال مباشرة وغير مباشرة. لذا فإن ماورد في النظرية الإقتصادية حول سوق المنافسة التامة يتمحور في أن التبادل السوقى يتضمن مجموعة كبيرة جداً من المنتجين والمستهلكين ضمن منطقة معينة وخلال فترة زمنية محدودة.

ولتغطية كلّ ما يتعلّق بالمنافسة التامة والمنتجات التي يتم التعامل بها في السوق التناصيّة الكاملة، فإنه لا بدّ من بدء الفصل الحالي بالتركيز على الموصفات التي تميز هذه السوق عن الأنواع الأخرى من الأسواق. وبما أنّ عنوان الفصل يتركز على مفهوم التوازن للمشروع أو المؤسسة في ظلّ سوق المنافسة الكاملة، لذا ينبغي تقسيم التحليل الخاص بهذا المفهوم إلى قسمين :

حيث يتركز القسم الأول على شرح الطرق المعروفة لتحليل توازن المشروع التناصي في الأجل القصير وذلك في إطار واحد هو من خلال مقارنة الإيراد الكلي بالتكاليف الكلية لهذا المشروع.

أما القسم الثاني والأخير من هذا التحليل ، فسوف يغطي كيفية توازن المشروع التناصي على المدى البعيد .

2 - ماهي الموصفات الخاصة بسوق المنافسة التامة ؟

لكي ينطبق مصطلح المنافسة التامة أو الكاملة على سوق معينة، فإنه لا بدّ من توفر بعض الموصفات الخاصة بكلّ من جانب العرض (المنتجين والوسطاء والبائعين) وجانب الطلب(المستهلكين من أفراد المجتمع عموما). ومن ثم يمكن تغطية كلّ م

ا يتعلّق بهذه الموصفات بطريقة علمية وعملية في أن واحد، حيث تفرز من خلالها

جانب العرض بمواصفاته عن تلك الموصفات الخاصة بجانب الطلب كما يلي :
أ) بالنسبة لجانب العرض، تبرز الموصفات التالية لسوق المنافسة الكاملة :

أولاً - صغر المؤسسة الإنتاجية: الذي يظهر في توافر عدد كبير جدًا من المنتجين والوسطاء والبائعين، بحيث أن كلاً منهم لا يشكّل مقدار ما ينتجه ويعرضه من أية سلعة إلاّ جزءاً بسيطاً جدًا من العرض الكلي لهذه السلعة في الأسواق المختلفة.

لذلك فإن تأثير أي منتج فردي على المنتجين الآخرين لا يشكّل شيئاً يذكر على سياساتهم الإنتاجية والتسعيرية والتسويقية والتوزيعية، سواء كان ذلك في الأسواق الوطنية أو الأجنبية. هذا بالإضافة إلى أن الدولة [في ظل نظام الاقتصاد الرأسمالي] لا تتدخل في شؤون هؤلاء المنتجين، سواء كان في تحديد كميات الانتاج أو في عملية تحديد أسعار منتجاتهم في الأسواق.

ثانياً - يواجه كل منتج منحنى عرض تم المرونة للموارد الإنتاجية التي يقوم باستخدامها في مختلف عملياته الإنتاجية: حيث يستطيع زيادة إنتاجه بدون إحداث زيادة في مستويات الأجور والرواتب أو حتى في سعر الفائدة المفروضة على رأس المال. إن هذا يعني بعبارة أخرى أن باستطاعة هذا المنتج تحقيق زيادة في الكميات التي ينتجها من سلعته دون أن تتحقق زيادة مماثلة في تكاليف انتاجها .

ثالثاً - توافر المعرفة التامة لدى كلّ منتج بمعظم ما تتضمّنه الخطط الإنتاجية للمنتجين المنافسين له : وهذا ينطبق على عملياتهم الإنتاجية عموماً، وبأريحية كلّ منتج منافس بشكل خاص، إلى جانب معرفته بكلّ ما يتعلّق بظروف الطلب

على سلعته من قبل المستهلكين.

رابعاً - تمايل السلعة المنتجة: حيث تظهر أسعار البيع لأنواع مختلفة من أية سلعة في السوق بمستويات متقاربة، مما يعني عدم وجود فجوة كبيرة بين مستوى سعر أدنى ومستوى سعر أعلى للسلعة المذكورة. بعبارة أخرى، فإن كل منتج يستهدف بالدرجة الأولى تحقيق نسبة معقولة من الربح فوق المستوى الخاص بتكلفة إنتاج الوحدة الواحدة من سلعته، مما يسمح له بالإستمرار في الميدان الإنتاجي لأطول فترة ممكنة. لذلك فإن هؤلاء لا يحققون في ظل المنافسة التامة أرباحاً عالية جداً، وذلك بسبب عددهم الكبير جداً وتقارب مستويات الأسعار التي يحددونها لبيع منتوجاتهم في الأسواق.

خامساً - حرية الدخول والخروج: حيث أن استمرار حالة المنافسة التامة بين العدد الكبير جداً من المنتجين، وحدوث مشكلة ما لأحدهم وما تسببه من إفلاسه مثلاً واضطراره إلى الخروج من ميدان الصناعة ذاتها، لا يؤثر بأية نسبة أو بأي شكل على وضعية المنتجين المنافسين له، سواء كان ذلك من ناحية الإنتاج أو مستوى ت

أسعار البيع أو مدى تحقيقهم للأرباح. كما يحدث الوضع نفسه عندما يقرر أحد المستثمرين أو رجال الأعمال دخول ميدان الإنتاج المذكور كمنافس للمنتجين القدامى العاملين فيه، حيث لا يمكنه التأثير مطلقاً على وضعيات الإنتاج السائدة والأسعار والمماكن التي ينتجهما من كميات كبيرة.

ب) في جانب الطلب تتحقق المنافسة التامة في ظل ما يلي :
أولاً - توافر عدد كبير جداً من المستهلكين : وهذا يعني أن كل فرد منهم لا تشكل مشترياته من أية سلعة أو خدمة إلا جزءاً بسيطاً جداً من مجموع الطلب والإستهلا

أك الكلي لهذه السلعة أو الخدمة.

ثانياً - لا يستطيع المستهلك التأثير على السعر السوقى السائد لأية سلعة أو خدمة: وذلك في حالة تغيير مقدار ما يستهلكه منها (بالزيادة أو النقصان) خلال فترة معينة.

ثالثاً - توافر المعرفة التامة لدى المستهلكين بسعر الوحدة الواحدة من السلعة أو الخدمة المعروضة في هذه السوق: وهذا يعني أن نقل السلعة أو الخدمة من منطقة إلى أخرى، لا يحقق الميزة النفلية عندما تباع بسعر غال في منطقة غنية فيما تباع بسعر منخفض في منطقة فقيرة مثلاً.

رابعاً - لا يوجد لدى المستهلكين أي ميل لأفضلية السلعة التي يقوم بانتاجها منتج ما أو مجموعة قليلة جداً من المنتجين عما يمتنع عن انتاجها الآخرين : إن هذا يعني عدم وجود اختلاف مهما كان نوعه في انتاج منشأة معينة عن انتاج مؤسسة أخرى، لأن المفروض أن هاتين المؤسستين اللتين تنتجان إلى سوق المنافسة الكاملة، يتميزان بتجانس الوحدات المنتجة من السلعة لديهما بدون شك.

3 - كيف يتحقق توازن المشروع التناصي في الأجل القصير ؟

يتلقى الكثير من الاقتصاديين على حقيقة استمرار المشروع الإنتاجي التناصي في عملياته الإنتاجية خلال الأجل القصير، بالرغم من عدم تحقيقه لأي هامش أو نسبة ربح أحياناً أو تحقيق خسارة واضحة في أحياناً أخرى. ويستند هؤلاء الاقتصاديون في هذا الرأي إلى مبدأ تجاوز مجموع الإيرادات الكلية التي يحصل عليها المشروع المذكور لاجمالى تكاليفه المتغيرة في الأجل القصير، مما يشكل محفزاً لصاحبه في عدم توقفه عن الإنتاج.

ولتطبيق المبدأ الأخير المذكور أعلاه، فإن تحقيق توازن المشروع يظهر من خلال عدة طرق من أهمها : طريقة مقارنة الإيراد الكلّي مع مجموع التكاليف الإنتاجية الكلية التي تواجهه، حيث يتعرّف من خلال هذه المقارنة على نسبة الربح أو الخسارة

التي يتحققها. وتنطلب هذه الطريقة إدماج عنصر الإيراد الكلّي بأرقامه المتغيرة ومنحناه المعروف باستقامته في هذه الحالة مع منحنى التكاليف الكلية الذي يتغيّر شكله خلال ثلاثة مراحل، للتوصل إلى توازن المشروع في السوق المذكورة. فمن خلال الشكل البياني التالي رقم (7 - 1) الخاص بوضعية كل من منحنى الإيراد الكلّي (أ) الذي ضمن مفهوم توازن المشروع يعمل في سوق المنافسة الكاملة خلال الأجل القصير، تتضح حالة المتغيّرات التي تدخل في هذا المجال كما يلي:

(1) في الوقت الذي يقيس فيه المحور الأفقي عدد الوحدات التي يتم انتاجها من السلعة موضوعة البحث في الأجل القصير، فإن المحور العمودي يقيس مقادير كلّ من التكاليف (التكلفة الكلية في الحالة الراهنة) والإيراد في وضعه الكلي، حيث أن هذه المقادير مقيمة بوحدات نقدية.

(2) يتّخذ منحنى الإيراد الكلّي شكل خط مستقيم ينطلق من نقطة الأصل (م) وهو موجب الميل ، حيث يفسّر مقدرة المشروع على بيع أي عدد من الوحدات المنتجة للسلعة المعنية بنفس السعر المحدد لها حالما يتم انتاجها. وهذا يفسّر في نفس الوقت بأنه إذا كانت مبيعات المشروع تمثّل (صفرًا) من السلعة، فمن الطبيعي أن يكون ايراده الكلّي مساوياً للصفر، حيث أن موقعه في الشكل البياني أدناه هو عند نقطة الأصل (م). وبالتالي فإن زيادة الإنتاج بوحدة واحدة من السلعة، يؤدي عادة إلى زيادة في الإيراد الكلّي بمقدار يساوي تماماً سعر هذه الوحدة من السلعة.

(3) أما منحنى التكاليف الكلية، فإن شكله يختلف تماماً عن شكل منحنى الإيراد الكلّي، وذلك بسبب التغييرات التي تحصل في التكاليف المتغيرة

خلال مختلف العمليات الإنتاجية، مما ينعكس على شكله المتغير. ويمكن توضيح الإختلاف في منحنى التكاليف الكلية من خلال المراحل الثلاث التالية التي تظهر عليه في الشكل البياني أدناه :

– **المرحلة الأولى** : تتحصر ما بين نقطة الأصل (m) ومستوى (M_1) من الإنتاج على المحور الأفقي للكميات المنتجة من السلعة. ويتميز منحنى التكاليف الكلية خلال هذه المرحلة بأنه يفوق ويعلو على منحنى الإيراد الكلي للمشروع.

– **المرحلة الثانية** : حيث تتحصر مابين مستوى الإنتاج (M_1) والمستوى الإنتاجي (M_2) على المحور الأفقي للكميات المنتجة من السلعة. وأهم ميزة تظهر لمنحنى التكاليف الكلية في هذه المرحلة هي عكس حالته الموضحة في المرحلة الأولى أعلاه. وهذا أن منحنى الإيراد الكلي يفوق ويعلو على منحنى التكاليف الكلية خلال الفترة الزمنية المقررة لإنجاح وحدات من السلعة محددة مابين (M_1) و(M_2) على المحور الأفقي.

– **المرحلة الثالثة والأخيرة** : حيث تتحدد أبعادها بالمسافة التي تتجاوز المستوى الإنتاجي (M_2)، بينما يضطر المشروع إلى الاستمرار بالإنتاج ضمن هذه المرحلة على الرغم من سلبياتها. وبذلك تتميز هذه المرحلة في عودة منحنى التكاليف الكلية إلى الارتفاع حيث يتجاوز منحنى الإيراد الكلّي بعد تقاطعهما في نقطة (د)، مما يعني مواجهة المشروع حالة سلبية تتجسد في تجاوز مستوى التكاليف الإنتاجية الكلية لحجم الإيراد الكلي الذي يحصل عليه في المدة المعنية.

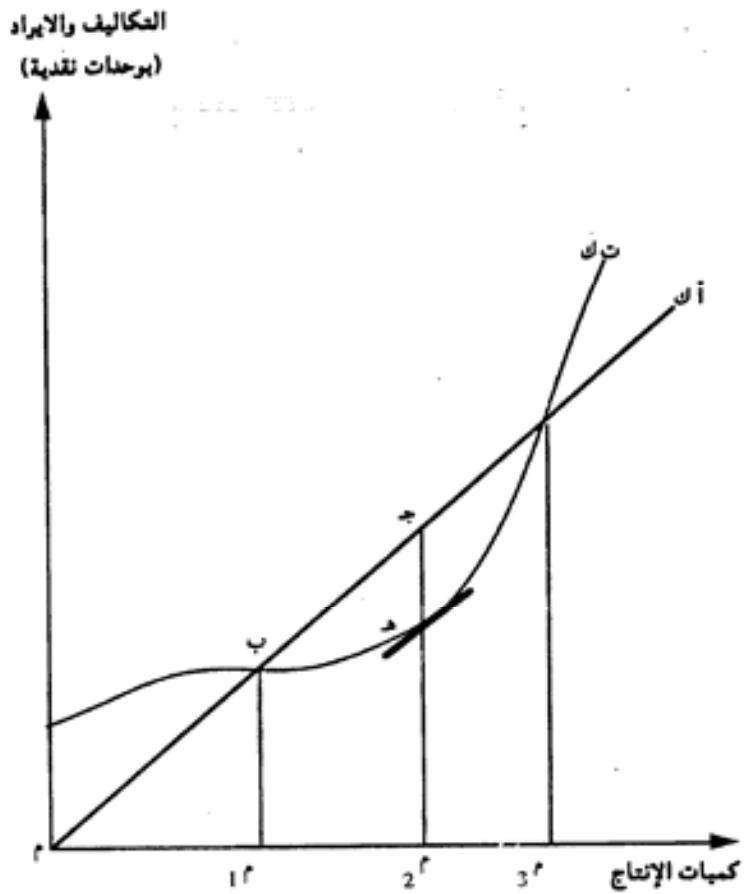
(4) أما بصدّ الأرباح : فإن هذا المشروع لا يحقق ربحا في المرحلتين الأولى والثالثة الموضحتين في الفقرة (3) أعلاه، وذلك لسبب واضح هو

تجاوز حجم التكاليف الكلية للإنتاج لمجموع ما حصل عليه المشروع من إيرادات كافية. لكن من ناحية أخرى، فإن المشروع يحقق ربحاً معقولاً خلال المرحلة الثانية الموضحة أعلاه، والمحصورة مابين انتاج المشروع لكمية (م₁) و لكمية (م₂) من السلعة موضوعة البحث.

(5) وأخيراً، فإن أقصى ما يمكن للمشروع تحقيقه من أرباح يتم خلال المرحلة الثانية، وبالذات عندما يكون الفرق بين كلٍّ من الإيراد الكلي والتكاليف الكلية أكبر مما هو عليه في أية حالة أخرى. ويظهر هذا الحجم من الأرباح بالذات عبر المسافة العمودية المحصورة بين النقطة (جـ) على منحنى الإيراد الكلي والنقطة (هـ) على منحنى التكاليف الكلية (في الشكل البياني التالي: 7 – 1)، حيث يتحدد عند مستوى الإنتاج التوازني في النقطة (م₃). ومن الجدير ذكره هنا أن النقطة (هـ) تشكلت

من خلال المماس للخط المستقيم لنقطة انقلاب منحنى التكاليف الكلية نحو الأعلى، لأنه يجب أن يكون هذا الخط موازياً لمنحنى الإيراد الكلي.

شكل بياني رقم (7 – 1)
يوضح منحنى الإيراد الكلي (أـكـ) ومنحنى التكاليف
الكلية (تـكـ) في وضعية توازن المشروع خلال الأجل القصير



وللوضيح المراحل الثلاث التي يمرّ بها المشروع الإنتاجي لكي يحقق التوازن في سوق المنافسة الكاملة خلال الأجل القصير،نقوم فيما يلي بتحليل المتغيرات التي تلعب أدواراً مهمة في تغيير حالات التوازن من ناحية،وتجنبه الخسارة بعد إكماله العمليات الإنتاجية التي خطّط لها على المدى القصير من ناحية أخرى.

أ - كيف يتحقق توازن المشروع في الأجل القصير عند تحقيقه أقصى الأرباح ؟

استمراراً بتوضيح حالة التوازن لمشروع انتاجي يعمل في سوق المنافسة الكاملة من أجل أن يحقق أقصى الأرباح بصورة خاصة ، فإننا نواصل تحليلنا على نفس المنوال الذي قمنا به قبل قليل . لذلك يمكن الاستناد إلى فرضية مؤسسة انتاجية على شكل مصنع ملابس يقوم بإنتاج جاكيت سبورت جاهزة بأحجام وألوان مختل

فـمـوـتـبـاع بـسـعـر ثـابـت مـقـدـارـه (125) دـيـنـارا لـلـوـحـدة الـواـحـدة. بينما يـواـجـه هـذـا
المـصـنـع

عنـصـر التـكـالـيف بـأـشـكـالـهـا التـاـبـتـةـ وـالـمـتـغـيـرـةـ ثـمـ الـكـلـيـةـ، فـيـ الـجـانـبـ الـأـوـلـ، مـعـ عـنـصـرـ الـإـيـرـادـ الـكـلـيـ الـمـتـأـتـيـ منـ بـيـعـهـ الـكـمـيـاتـ الـمـنـتـجـةـ مـنـ السـلـعـةـ الـمـذـكـورـةـ، فـيـ الـجـانـبـ الـآـخـرـ. هـذـاـ وـيـوـضـحـ الـجـدـولـ الـتـالـيـ رقمـ (7)ـ أـ تـفـاصـيلـ الـكـمـيـاتـ الـمـنـتـجـةـ
مـنـ الـجـاكـيـتـاتـ خـلـالـ الـأـجـلـ الـقـصـيرـ مـقـابـلـ تـكـالـيفـهاـ الـإـنـتـاجـيـةـ الـمـخـتـلـفـةـ وـمـسـطـوـىـ الـإـيـرـادـ
الـكـلـيـ الـذـيـ يـحـصـلـ عـلـيـهـ، وـبـالـتـالـيـ ماـ يـحـقـقـهـ مـنـ رـبـحـ أوـ خـسـارـةـ بـشـكـلـ عـامـ، وـبـالـذـاـتـ مـاـ يـتـعـلـقـ بـتـحـقـيقـهـ أـقـصـىـ الـأـرـبـاحـ، أيـ عـنـ اـنـتـاجـ الـجـاكـيـتـ رقمـ (7)ـ بـشـكـلـ خـاصـ.

جدول رقم (9 - أ) يـوـضـحـ تـواـزـنـ الـمـشـرـوـعـ فـيـ الـأـجـلـ الـقـصـيرـ عـنـ تـحـقـيقـهـ أـقـصـىـ الـأـرـبـاحـ مـنـ خـلـالـ مـقـارـنـةـ الـإـيـرـادـ الـكـلـيـ بـالـتـكـالـيفـ الـكـلـيـةـ

الربح أو الخسارة بالدينار	الإيراد الكلي (أ.ك) بالدينار	سعر بيع الوحدة (س) بالدينار	التكليف الكلية - ت ك -	التكليف المتحيرة - ت م -	التكليف الثابتة - ت ث -	كمية الوحدات المنتجة
200-	0	125	200	0	200	0
155-	12	125	280	80	200	1
95-	250	125	345	145	200	2
23-	375	125	398	198	200	3
0	500	125	500	300	200	4
55	625	125	570	370	200	5
78	750	125	672	472	200	6
97	875	125	778	578	200	7
85	1000	125	915	715	200	8
77	1125	125	1048	848	200	9
54	1250	125	1196	996	200	10
35	1375	125	1340	1240	200	11
22	1500	125	1478	1278	200	12
0	1625	125	1625	1425	200	13

من خلال أرقام الجدول رقم (٧ - أ) أعلاه، تتضح الحقائق التالية:

أولاً- حقيقة تحمل المصنع لخسارة مقدارها (٢٠٠) دينارا في حالة عدم انتاجه لأي جاكيت، حيث يمثل هذا المبلغ مقدار التكاليف الثابتة بالضبط، وهو المقدار الذي يستمر ثابتا خلال مراحل الإنتاج المختلفة عادة وبصرف النظر عن الكمية التي ينتجها خلال الأجل القصير.

ثانيا - في الوقت الذي يمثل الإيراد الكلي عدد الوحدات المنتجة في المصنع مضروبا في سعر بيع الوحدة (الجاكيت) الذي يعتبر ثابتا ويعادل الإيراد الحدي في آن واحد، فإن التكاليف الكلية (في العمود الرابع) تساوي حاصل جمع كل من التكاليف الثابتة (في العمود الثاني) والتكاليف المتغيرة (في العمود الثالث) لهذا المصنع.

ثالثا- حقيقة تحمل المصنع لخسارة أخرى في بداية إنتاجه تستمر ما بين انتاجه الجاكيت الأول وحتى انتهاءه من انتاج الجاكيت الثالث. ويعود السبب في هذه الخسارة إلى أن إجمالي التكاليف الكلية لانتاج هذا العدد من الجاكيتات تزيد على الإيراد الكلي الذي يحصل عليه صاحب المصنع عند بيعه لها.

رابعا- حقيقة حصول المصنع على نسبة ايجابية تمثل ربحا لصاحب وذلكارا من انتاج الوحدة (الجاكيت) الخامسة، حيث يزداد مع استمرار المصنع بإنتاج أعداد أخرى من هذه السلعة.

خامسا- حقيقة تحقيق المصنع لأقصى الأرباح، حيث يظهر هذا المستوى عند انتاج المصنع لسبع وحدات (جاكيتات) وبيعه لها، مما يمنح صاحبه ربحا مقداره

97) دينارا.

سادساً - على الرغم من أن هذا المصنع يستمر في تحقيق الأرباح عندما تتوالى عمليات الإنتاج فيه، وذلك بعد انتاجه لـ **الجاكيت السابع**، إلا أن مستويات هذه الأرباح تتناقص اعتباراً من انتاجه لـ **الجاكيت الثامن** فصاعداً.

سابعاً - وأخيراً فإن المصنع يواجه حقيقة أخرى تتمثل في عدم حصوله على أرباح في **الحالتين** من الحالات الثلاثة عشر الواردة في الجدول أعلاه ، وهما كما يلي:

– **الحالة الأولى** عند انتاج الوحدة (الجاكيت) الرابعة : حيث أن الفرق بين الإيراد الكلي الذي يحصل عليه المصنع بعد بيعه لأربع جاكيتات وبالبالغ (500) دينار واجمالي التكاليف المترتبة على انتاج هذه الجاكيتات الأربع وبالبالغة (500) دينارا، يكون مساوياً للصفر.

– **والحالة الثانية** - عند انتاج (الجاكيت) الثالثة عشر : حيث أن الفرق بين الإيراد الكلي المتحصل عليه من بيع ثلاثة عشر جاكيت وهو (1625) دينارا واجمالي تكاليف انتاجها الكلية وهي (1625) دينارا، يكون مساوياً للصفر أيضاً.
وإذن يمكن إعادة رسم الشكل البياني السابق رقم (9 – 1) الخاص بكل من منحني

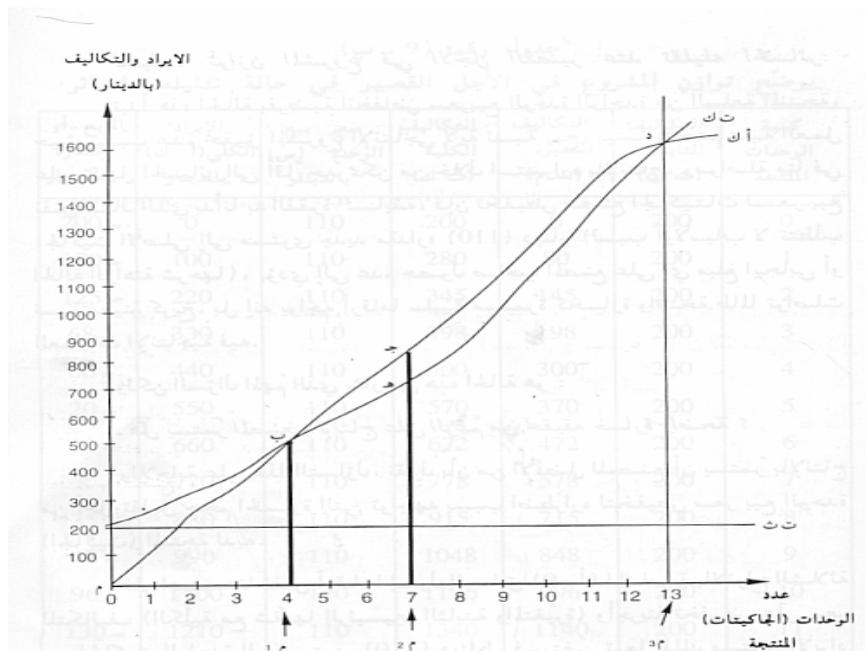
الإيراد الكلي و منحني التكاليف الكلية في وضعية توازن المشروع خلال الأجل القصير، وذلك بتطبيق الأرقام الواردة في الجدول رقم (7 – 1) أعلاه.وبذلك فإن الشكل البياني التالي رقم(7 – 2) يوضح نفس الوضعية الخاصة بتوازن المشروع

في الأجل القصير عند تحقيقه لأقصى الأرباح،حيث تظهر هذه الحالة عندما يحصل المصنع على ربح مقداره (97) دينارا بعد بيعه لسبع جاكيتات، والتي تمثلها المسافة العمودية المحصورة بين كل من النقطة (ج) الواقعه على منحنى الإيراد

الكلي والنقطة (هـ) الواقعة على منحنى التكاليف الكلية في الشكل البياني التالي.

شكل بياني رقم (7 - 2)

يوضح توازن المشروع في الأجل القصير عند تحقيقه أقصى الأرباح



بـ – كيف يتحقق توازن المشروع في الأجل القصير عند تقليله الخسائر؟

تبأ هذه الحالة بفرضية انخفاض سعر بيع الوحدة الواحدة من السلعة المنتجة، حيث تسبب عدم تحقيق المشروع الإنتاجي لأية نسبة ربح، بينما يتحتم عليه العمل على تقليل الخسائر إلى أقل حد ممكن من خلال استمراره بالإنتاج. ومواصلة منا في نفس المثال الذي بدأنا به الفقرة السابقة، فإن تخفيض مصنع الجاككتات لسعر بيع الجاكت الأصلي إلى مستوى جديد مقداره (١١٠) دينار (لسبب أو لأسباب لا تتطلب الحالة الراهنة شرحها)، يؤدي إلى عدم حصول صاحب المصنع على أي مبلغ إيجابي أو نسبة معينة كربح، بل إنه يواجه أرقاما سلبية مستمرة كخسارة واضحة طالما تواصلت العمليات الإنتاجية فيه.

ولكن السؤال المهم الذي يثار في هذه الحالة هو :

– هل يستمر المصنع بالإنتاج على الرغم من تحقيقه خسارة واضحة؟

ان المنطق الاقتصادي يقول بأن من الأفضل للمصنع أن يستمر بالإنتاج من أجل تقليل حجم الخسارة التي تواجهه بسبب اضطراره لتخفيض سعر بيع الوحدة الواحدة (الجاكيت) المنتجة لديه.

فلو اعتمدنا نفس أرقام الجدول السابق (7 - أ) الخاصة بالأنواع الثلاثة لتكليف الكلية مع شقيها الرئيسيين الثابتة والمتغيرة وأجرينا تخفيض على سعر بيع الجاكيت الواحدة إلى مستوى (110) دينارا، فسيتغير تبعاً لذلك مستوى الإيراد الكلي الذي يحصل عليه صاحب المصنع بطبيعة الحال. ومن ثم يتربّط على هذين التغييرين، حصوله على خسارة تختلف أرقامها مع استمرار العمليات الإنتاجية داخل المصنع. وبالتالي، فإن الجدول رقم (7 - ب) أدناه يوضح الوضعية الجديدة لتوازن المشروع في الأجل القصير وهو يعمل على تقليل الخسائر إلى أقل حد ممكن.

جدول رقم (7 - ب)

يوضح توازن المشروع في الأجل القصير في حالة تقليله الخسائر

الربح أو الخسارة (بالدينار)	الإيراد الكلي (أ ك) بالدينار	سعر بيع الوحدة (س) بالدينار	التكليف الكلية (ت ك) (ت ك)	التكليف المتحيرة (ت م) (ت م)	التكليف الثابتة (ت ث) (ت ث)	كمية الوحدات المتحيرة
200 -	0	110	200	0	200	0
170 -	100	110	280	80	200	1
125 -	220	110	345	145	200	2
68 -	330	110	398	198	200	3
60 -	440	110	500	300	200	4
20 -	550	110	570	370	200	5
12 -	660	110	672	472	200	6
8 -	770	110	778	578	200	7
35 -	880	110	915	715	200	8
48 -	990	110	1048	848	200	9
96 -	1100	110	1196	996	200	10
130 -	1210	110	1340	1140	200	11
158 -	1320	110	1478	1278	200	12
195 -	1430	110	1625	1425	200	13

ومن خلال أرقام الجدول أعلاه نظير الحقائق التالية :

(1) عند توقف المصنع عن الإنتاج، فإنه يتحمل، كما قلنا في الفقرة السابقة، خسارة مساوية لمقدار التكاليف الثابتة (أي 200 دينارا).

(2) عند ابتداء العمليات الإنتاجية في المصنع، ينخفض مستوى الخسارة من

(170) دينارا بعد انتاج وبيع الوحدة (الجاكيت) الأولى إلى (125)

دينارا بعد انتاج وبيع وحدتين، ثم إلى (12) دينارا بعد انتاج وبيع ست وحدات من

هذه السلعة.

(3) عند انتاج المصنع للجاكيت السابعة، تم بيعه لسبع جاكيتات، فإنه يتحمل أقل مستوى من الخسارة يحصل عليها خلال عملياته الإنتاجية، حيث تصل إلى (8) دنانير فقط.

(4) وبذلك فإن تحقيق المصنع لأقل خسارة ممكنة يعني بعبارة أخرى أنه عند بلوغ العمليات الإنتاجية إلى انتاج سبع جاكيتات وحصوله على إيراد الكلي من بيعها

مقداره (770) دينارا مقابل مبلغ (778) دينار كتكاليف انتاج كلية، فإن بإمكان

هذا المصنع أن يغطي جميع تكاليف انتاجه المتغيرة والبالغة (578) دينارا، فيما

يستخدم المبلغ المتبقى والذي يبلغ (192) دينار لمواجهة جزء كبير جداً من

تكليف الإنتاج الثابتة (أي 200 دينارا).

(5) وأخيرا، فإن الخسارة تعود ثانية إلى التزايد حالما يبدأ المصنع بإنتاج الجاكيت الثامنة، لتسجل مبلغ (35) دينارا، وتستمر في تزايدها حتى تصل إلى مستوى (195) دينارا والذي يقارب مقدار التكاليف الثابتة (200) عند إنتاج الجاكيت الثالثة عشر وبيع المصنع لثلاثة عشر جاكيت بالكامل.

ج - كيف يتحقق توازن المشروع في الأجل القصير عند توقفه عن الإنتاج :

بعد أن أوضحنا في الفقرة السابقة وضعية المشروع الذي يضطر إلى الإستمرار في الإنتاج على الرغم من تحمله لبعض الخسائر التي يتأمل أن تتلاشى تدريجيا بعد

مضي فترة من الوقت. ولكن السؤال الذي لا بد من طرحه في هذا الصدد هو :

– متى يقرر المصنع المذكور عدم إنتاج تماما؟

وللإجابة عن هذا التساؤل، فإن في تفاصيل النظرية الاقتصادية ما يكفي

ي

للرد عليه بشكل منطقي، وهو أن هذا المصنع سيتوقف عن الإنتاج عندما يستمر في تحمل خسائر غير قليلة، خاصة عند تجاوز مستوى تكاليف إنتاجه الثابتة .

ولتدليل على هذا المفهوم الاقتصادي، نسترشد مرة أخرى بمثابة السابق الخاص بمصنع الجاكيتات، ونقتبس من الجدولين

السابقين (7 – أ) (7 – ب) أرقام الأعمدة الثلاث الخاصة بتكليف الإنتاج الثابتة والمتغيرة ثم الكلية. بينما نفترض لهذه الحالة بالذات سعرا جديدا مخفضا (أي باب خارجة عن إرادة صاحب المصنع) بنسبة (40 %) عن مستوى

السعر الأصلي للجاكيت (125 دينار) ليصبح بذلك السعر الجديد لبيع الجاكيت (75) دينارا. وكذا يجب أن تتغير أرقام الإيراد الكلي الذي يحصل عليه صاحب المصنع، والتي ينتج عن مقارنتها بأرقام التكاليف الكلية للإنتاج خسارة غير قليلة تختلف عن أرقام الخسارة النسبية التي واجهها

ي

الحالة السابقة. ومن ثم يمكن إعادة ترتيب الجدولين السابقين اعتماداً على السعر المخفض الجديد (75 دينار للجاكيت)، حيث يتضح في الجدول الجديد أدناه رقم (7 - ج) حالة توازن المشروع في الأجل القصير في ظل تحمله لخسائر غير اعتيادية تفوق في أغلب المراحل ذلك المستوى من تكاليف الإنتاج الثابتة، مما يدفعه وبالتالي إلى التوقف عن الإنتاج.

جدول رقم (7 - ج)
يوضح توازن المشروع في الأجل القصير
في حالة توقفه عن الإنتاج

الربح أو الخسارة (بالدينار)	الإيراد الكلي (أ.ك) بالدينار	سعر بيع الوحدة (س) بالدينار	التكاليف الكلية (ت.ك)	التكاليف المتغيرة (ت.م)	التكاليف الثابتة (ت.ث)	كمية الوحدات المنتجة
200 -	0	75	200	0	200	0
205 -	75	75	280	80	200	1
195 -	150	75	345	145	200	2
173 -	225	75	398	198	200	3
200 -	300	75	500	300	200	4
195 -	375	75	570	370	200	5
222 -	450	75	672	472	200	6
253 -	525	75	778	578	200	7
315 -	600	75	915	715	200	8
373 -	675	75	1048	848	200	9
446 -	750	75	1196	996	200	10
515 -	825	75	1340	1140	200	11
578 -	900	75	1478	1278	200	12
650 -	975	75	1625	1425	200	13

يتضح من أرقام الجدول أعلاه بعض الحقائق التي هي كما يلي :

أولاً - إن الخسارة مستمرة بمستويات مختلفة طوال المراحل الثلاثة عشر التي تدخل ضمن عمليات الإنتاج، حيث يتضح بأنها تساوي أو تتجاوز مستوى التكاليف الثابتة (200 ديناراً) في عشر مراحل منها، بينما تتراوح أرقام الخسارة للمراحل الثلاث الأخرى حول مستوى قريب من التكاليف الثابتة، لتصل إلى

أقلّ مستوى بعد اكتمال إنتاج وبيع ثلاثة جاكيتات، لتشكل مبلغًا قدره (173) ديناراً.

ثانياً - لذلك فإن المصنع لا يجد أية مرحلة من المراحل الثلاثة عشر يمكن أن تشجعه على الإستمرار في الإنتاج، مما يتربّط عليه إصدار قرار بالتوقف عن الإنتاج قبل تراكم الخسائر عليه.

ثالثاً - وأخيراً، يمكن القول بأن من الأفضل لهذا المصنع أن يكون موعد إصدار قراره بالتوقف عن الإنتاج هو عندما ينتهي من إنتاج الجاكيت الثالثة أو الجاكيت الخامسة كأقصى حد، وذلك لأن حجم الخسارة يبدأ بالتزاييد حالما يبدأ المصنع بانتاج الجاكيت السادس وبيبيعها. ومن ثم لا ينبغي عليه الإنتظار إلى ما لا نهاية آملاً في انخفاض حجم الخسارة وانقلابها إلى ربح هامشي أو ربح اقتصادي في وقت ماخالل الأمد القصير، ما لم يقم بإجراء بعض الإصلاحات الهيكيلية في المعدات الرأسمالية وعناصر الإنتاج، بحيث تؤدي في النهاية إلى تخفيض تكاليف الإنتاج بشكل عام.

4 – كيف يتحقق توازن المشروع التناصفي في المدى البعيد ؟

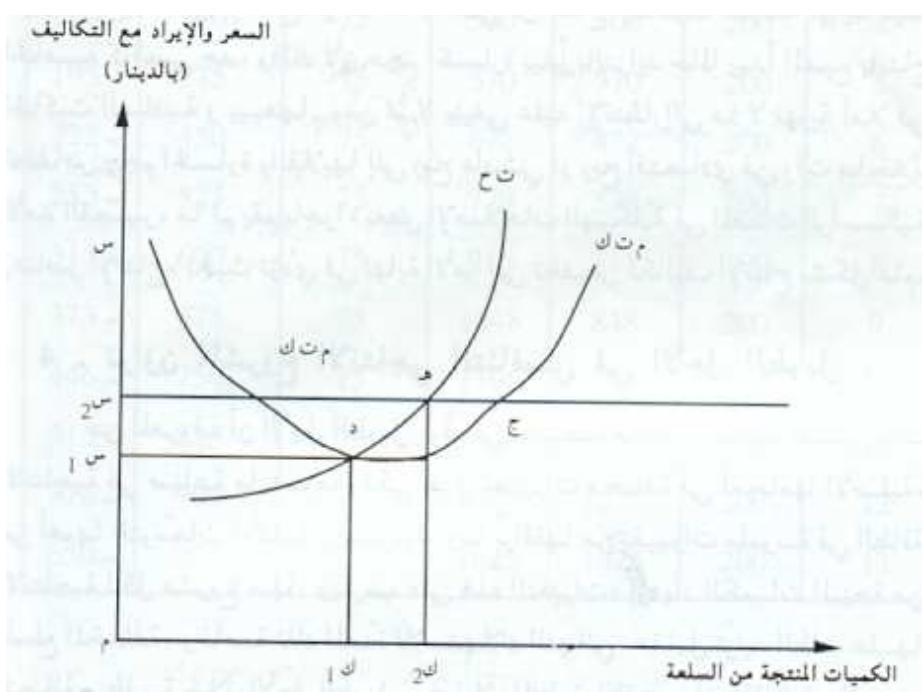
من المعروف أن المدى البعيد يوفر في حقيقته مجالات كافية للمشروعات الانتاجية في صناعة ما عموماً، لكي تجري تغييرات مختلفة في أحجامها الأصلية، من أهمها التوسّعات الأفقية والعمودية، وما يرافقها من تغييرات ملموسة في الطاقة الانتاجية

لكل مشروع منها. ويترتب على هذه التغييرات، إزدياد الكميات المنتجة من السلع المختلفة، وخاصة تلك المعدّة للاستهلاك النهائي، مقابل تزايد الطلب عليها كحالة منطقية خلال الأجل الطويل.

و عملاً بالمنطق الاقتصادي لقانوني العرض والطلب، فإن من البدئي أن يرفع المنتجون أسعار البيع المحدد لسلعهم نتيجة لتزايد حجم الطلب الكلي الحاصل عليها، مما ينتج عنه تزايد أرباحهم خلال الفترة المعنية بصورة مباشرة وغير مباشرة.

فمن خلال الشكل البياني التالي رقم (7 – 3) الخاص بتوزن المشروع في الأجل الطويل، يظهر بأن السعر الاعتيادي لتوزن هذا المشروع، والذي كان سائداً في بداية الأمر هو (س1) حيث يتساوى مع التكلفة الحدية في المشروع باعتبار أنه كأساس لتحقيق توازن المشروع . بعبارة أخرى، فإن نقطة تقاطع كل من منحنى التكلفة الحدية ومنحنى متوسط التكلفة الكلية في نقطة (د)، هي النقطة التي تحدّد السعر التوازني (س1). ومن ثم فإن ما يعكسه ارتفاع هذا السعر نتيجة لتزايد حجم الطلب الكلي، يظهر في الشكل البياني بأنه سيرتفع إلى مستوى (س2) بينما يقطع منحنى التكاليف الحدية ذلك الخط المستقيم الذي يمثل السعر الجديد (س2) وذلك في نقطة (هـ). وفي الوقت نفسه، تتحقق زيادة في الكميات المنتجة من السلعة في المشروع المذكور ليصبح المستوى الجديد عند (م لك2) بعد أن كان في السابق عند مستوى (م لك1).

شكل بياني رقم (7 – 3)
توازن المشروع التنافسي في الأجل الطويل



ومن الجدير بالذكر أن تزايد أرباح المشروعات الانتاجية القائمة لابد أن يُغرى ويشجّع العديد من رجال الأعمال والمستثمرين لانشاء مشروعات جديدة تعمل على منافسة تلك المشروعات طمعا في كسب حصة أو نسبة من أرباحها، على الرغم من حقيقة إرتفاع تكاليف الإنتاج لدى المشروعات الجديدة بالمقارنة مع تلك التكاليف

المنخفضة عموما عند أولئك المنتجين القدامى وباستمرار إنتاج المشروعات الجديدة التي تهبي كميات إضافية من السلع المختلفة إلى إجمالي الإنتاج الذي ستعرضه المشروعات التي سبقتهم، فإن المعروض الكلي سيزداد في الأسواق بطبيعة الحال، مما يدفع أحيانا بعض هؤلاء المنتجين إلى تخفيض أسعار البيع لسلعهم بهدف بيع كميات أكبر منها مما يبيعه الآخرين.

ولو دققنا في سلوك هؤلاء المنتجين، نرى بأنه لا بد من ظهور ردود فعل من قبل المنتجين الآخرين، فيترتب عليه إجراء تخفيض إنتاجي جماعي في الغالب لتلافي ركود الإنتاج خاصة للمنتج الذي يبقى سعره مرتفعا. إن هذا يعني إخفاض السعر

التوازنی الساري العمل به (س2) إلى المستوى القديم الذي كان سائدا من قبل وهو (س1)، ويشكل وبالتالي دافعا نحو تخفيض الكميات التي ينتجهما المشروع المذكور من مستوى (م ك2) إلى المستوى القديم (م ك1).

أسئلة للمراجعة

- (1) كيف يمكنك أن توضح مفهوم "سوق المنافسة التامة" بشكل عام ؟
- (2) كيف تفسر الموصفات الخاصة بسوق المنافسة التامة ؟
- (3) كيف تتميز المؤسسات الانتاجية من خلال ماتعرضه من سلع منتجة في سوق المنافسة التامة ؟
- (4) كيف تتميز سوق المنافسة التامة من خلال جانب الطلب الكلي للمستهلكين الراغبين بشراء السلع المعروضة في هذه السوق ؟
- (5) كيف تفسر عملية تحقق التوازن للمشروع التناصفي في المدى القصير ؟
- (6) كيف توضح وضعية منحنى الایراد الكلي ومنحنى التكاليف الكلية في حالة توازن المشروع الانتاجي في المدى القصير ؟
- (7) كيف تفسر عملية تحقق التوازن للمشروع التناصفي على المدى البعيد ؟
- (8) كيف توضح الحالة التي يتشجع فيها رجال الأعمال والمستثمرين لانشاء مشاريع انتاجية جديدة بعد تأكدهم من تزايد أرباح المشاريع الانتاجية القائمة في أية دولة ؟
- (9) كيف يمكنك أن تفسر حدوث حالة الركود الاقتصادي في اقتصاد دولة ما ؟

الفصل الثامن

توازن المشروع في سوق الإحتكار التام

1 – ماهي أهمية توازن المشروع في سوق الاحتكار التام ؟

تأتي طبيعة الإحتكار من خلال الوضع الذي يتم فيه لمنتج معين السيطرة الكاملة على انتاج وبيع سلعة معينة في فترة زمنية محددة. وهذا يعني غياب القوة التنافسية في سوق معينة، مما يفسح المجال لمنتج ما أن يحتكر عمليات الإنتاج لأية سلعة، مع تحكمه في تسعيرها وفق المستوى الذي يرغبه بهدف تحقيق أعلى الأرباح، وبالتالي فإنه في ظلّ حالة الإحتكار التام، يلغى في الوقت

ذاته تواجد الصناعة بمفهومها الإعتيادي لدى المنافسة التامة، وذلك لأن المحتكر يمثل المنتج والصناعة ككل بطبعية الحال.

ولفهم جميع الظروف المحيطة بوضعية الإحتكار التام وتوازن المشروع من خلال سوق المحتكر، فإن من المفروض تعطية العديد من المتغيرات التي ترتبط بهذا المحتكر بأشكال مباشرة وغير مباشرة. وتأتي مصادر القوة الإحتكارية في مقدمة هذه الظروف، حيث نبدأ بها تحليلنا الحالي لتوازن المشروع في ظلّ سوق الإحتكار التام، في مقابل العوامل التي تقيد هذه القوة الإحتكارية بشكل عام. ومن ثم سنحلل العقبات التي تعيق دخول المشروعات المنافسة إلى سوق الإحتكار التام، تليها الآثار التي يسببها أي منتج محتكر لمسيرة الحياة اليومية لأفراد المجتمع. أما موضوع الفصل الرئيسي وهو توازن المحتكر، فقد رأينا بأن من المنطقي جداً تحليل هذا التوازن عبر المدى القصير حيث يتخلله تعظيم المحتكر لأرباحه، في جانب مستقل عن تحليل توازن هذا المحتكر خلال المدى البعيد.

2 – ماهي مصادر القوة الإحتكارية وما هي العوامل التي تقيد لها ؟

طالما أن المنتج المحتكر هو الذي يتحكم في جميع المراحل للعملية الإنتاجية في مؤسسته، ومن ثم يحدد سعراً يكون دائماً في مستوى أعلى من المستويات السائدة في الأنواع الأخرى من

الأسوق، لذا فإن له قوّة احتكارية تميّزه بصورة خاصة عن غيره. ويتربّ على هذه الوضعية، وجود مصادر لقوّة هذا المنتج الإحتكارية ، حيث تتركّز في العوامل التالية :

أ) تحكم هذا المحتكر في مصادر عناصر الإنتاج التي يستخدمها بانتاج سلعه أو سلعة المختلفة .

فعندما يمتلك مثلاً مصادر المواد الخام الازمة لجزء من المرافق الإنتاجية لديه، فإن هذا الوضع يسهل له احتكار عمليات الإنتاج على المدى القصير. أما على المدى الطويل، فقد يؤدي التقدم التكنولوجي إلى اكتشاف مصادر جديدة من المواد الخام المطلوبة لعملياته الإنتاجية أو إلى ظهور بدائل مختلفة لهذه المواد الخام، مما يؤدي بالنتيجة إلى انتهاء القوّة الإحتكارية لهذا المنتج.

ب) مقدرة هذا المحتكر في الحصول على سند قانوني يمنحه الحق في احتكار انتاج وتسويغ وتوزيع سلعة معينة. مثل ذلك : احتكار مؤسسة لانتاج الكهرباء، واحتكار مؤسسة أخرى للسكك الحديدية. ويتربّ على هذه الوضعية، عدم امكانية قيام منتج أو مجموعة من المنتجين من منافسة هذه المؤسسات الإحتكارية في أعمالها المذكورة.

ج-) كبر حجم الإستثمارات الازمة لاحتقار انتاج سلعة معينة من قبل مؤسسة ما، بالشكل الذي يسمح لها أن تموّل جميع الأنشطة والعمليات المرافقة للانتاج. مثل ذلك: الصناعات التي تتطلب استثمارات عالية لا يستطيع الكثير من المنتجين تمويلها كصناعات الحديد والصلب.

د) قدرة المحتكر أو المؤسسة الإنتاجية المحتكرة على تكوين اتحاد صناعي مثلاً، بحيث يمنع دخول منتجين جدد إلى المجال أو الصناعة المعينة للمحتكر الأصلي.

وفي الوقت نفسه، تبرز بعض العوامل التي تقيد القوّة الإحتكارية بصورة عامة، وتفرض على المحتكر ضرورة تخفيضه لأسعار سلعه أو مجموعة سلعه مع زيادة الكميات المنتجة منها بصورة خاصة. ومن أهمّ هذه العوامل ما يلي :

أولاً- انخفاض حجم الطلب الحاصل على السلعة أو السلع التي ينتجها المشروع المحتكر.

ثانياً- ارتفاع تكاليف الإنتاج في جزء أو جميع الوحدات الفرعية للعمليات الإنتاجية لدى هذا المشروع.

ثالثاً- عند استغلال المحتكر سيطرته على السوق إلى أقصى حدّ لمصلحته الشخصية، فسيواجه نقداً من الرأي العام قد يتسبّب في انعدام الثقة به، ويؤدي عند استمراره

وتزايدت إلى ضرورة تدخل الدولة من أجل حماية مصالح المستهلكين، فتقوم الأخيرة بتحديد الأسعار أو قد تلجأ إلى إجراء عملية تأميم لمشروع المحترك لو طلب الأمر ذلك.

لذلك يتحتم على المحترك ضرورة التضحية بنسبة من الأرباح من أجل ضمان استمراره في الإنتاج وإعادة الثقة في انتاجه لكي يكسب رضا المستهلكين عموماً.

رابعاً - قد يلجأ المحترك إلى تخفيض أرباحه بشكل معتمد كإجراء يهدف منه عدم السماح لالية مؤسسة أن تدخل إلى الصناعة التي يحتكرها. حيث يلاحظ بوضوح أن استمرار حصوله على مستوى غير اعتيادي من الأرباح قد يغرى في حالات عديدة مؤسسات منافسة إلى مضاعفة جهودها للتغلب على الصعوبات التي تقف في طريقهم لدخول الصناعة خلال فترة قصيرة جداً. وبالتالي نستنتج أن استغلال هذا المحترك لمركزه الإحتكاري في السوق إلى أقصى حد في الأجل القصير قد يفقده هذا الإمتياز في الأجل الطويل على الأغلب.

3 - ما هي حالات الإحتكار الموجودة في الحياة العملية؟

يتضح من خلال مصادر القوّة الإحتكارية أن المنتج المحترك لانتاج أو توزيع أو بيع أو تسويق سلعة أو خدمة معينة، يتمتع بخاصية منحى طلب عدم المرونة يسمح له بتحديد حجم الإنتاج والسعر الذي يتحقق له أرباحاً تفوق أرباح المنافسين في الأسواق الأخرى. وفي الوقت ذاته، تظهر في الحياة العملية حالات عديدة من الإحتكار، من أهمها ما يلي :

أ) قد يظهر النوع الأول في مجال الإنتاج أو البيع، كما هو الحال في تحلياناً الحالي.

ب) والنوع الآخر المقابل النوع الأول، ما يسمى باحتكار الشراء، مثل ذلك قيام شركة انتاج السكر باحتكار شراء قسم كبير من محصول قصب السكر.

ج-) حالة الإحتكار الثاني، أي عند قيام منتجين اثنين باحتكار إنتاج أو بيع أو توزيع أو تسويق سلعة أو خدمة معينة.

د-) حالة احتكار مجموعة قليلة من المنتجين لسلعة ما، كمنتجي النفط الخام، وهو الذي يدعى وفق النظرية الاقتصادية باحتكار القلة .

ه-) حالة قيام الدولة باحتكار سلعة أو خدمة، وهي التي يطلق عليها بالإحتكار العام، مثل ذلك احتكارها للكهرباء والماء والسكك الحديدية والموانئ والمطارات والنقل البحري والجوي.

و) حالة الإحتكار العام والخاص، حيث يشترك القطاع الخاص مع الدولة في تولّي هذا الإحتكار ، مثل ذلك خدمات الهاتف لدى العديد من دول العالم.

ز) حالة احتكارية تستمد سلطتها من خلال امتياز تمنحه الدولة للمحتكر ، لكي ينفرد بانتاج سلعة ما أو تأدية خدمة معينة، مثل احتكار شركات النقل.

ح) حالة قيام احتكار لسلعة معينة يتعدّر قيام المنافسة العملية فيها، مثل ذلك سيطرة المحتكر على براءة اختراع سلعة أوسيطّرته على بعض المواد الأولية التي تدخل في انتاج سلعة ما ، حيث يطلق على هذا النوع من الإحتكار بالاحتقار الفعلي.

4 – ماهي العقبات التي تعيق الدخول إلى سوق الإحتكار التام؟

هناك في الحقيقة عوائق وعقبات تقف أمام الأفراد والمؤسسات والمستثمرين الذين يرغبون في دخول الصناعة التي يحتكرها المحتكر أو ما يعبر عنه بدخول سوق الإحتكار التام. من أهمّ هذه العقبات ما يلي:

(أ) ضخامة الصناعة التي يحتكرها المحتكر واستفادته من مزايا الإنتاج الكبير :

لقد أصبحت ضخامة المشروع في بعض الصناعات من الناحيتين المطلقة والنسبة شروطًا أساسية للإستفادة من المزايا التكنولوجية الحديثة والإبداعات في الإنتاج تحقيق الكفاءة الإنتاجية. ومن

أبرز الأمثلة في هذا المجال صناعات السيارات والألومنيوم والحديد. فإذا كانت هناك ثلاثة مؤسسات مثلاً في صناعة معينة حيث تسسيطر كلًا منها على ثالث السوق تقريباً، السهولة أن ندرك تلك الصعوبة الكبيرة أمام أيّة مؤسسة جديدة للدخول إلى هذه الصناعة ومنافسة المؤسسات الثلاثة المسيطرة والمحتكرة لهذا السوق.

(ب) المرافق العامة والإحتكارات الطبيعية :

تبّرر مزايا الإنتاج الكبير في بعض الصناعات بصورة واضحة بحيث تكون المنافسة فيها غير عملية وغير مرغوبة. وتعرف هذه الصناعات عادة بالإحتكارات الطبيعية كمشروعات الكهرباء والغاز الطبيعي والماء وسكك الحديد والهاتف. ويلاحظ في هذه الصناعات تملك الحكومة لها في أغلب الدول النامية وخاصة الدول العربية، بينما تظهر حالة أخرى في بعض الدول المتقدمة عندما تمنح الحكومة لجهات معينة إمتياز الكهرباء أو الهاتف أو الغاز للانفراد بالسوق مقابل

احتفاظ الحكومة بحق الإشراف على أعمالها أو تملك حصة أو نسبة معينة في رأس المال والحق في إتخاذ القرارات ضمن مجلس إرادتها عموماً، وتحديد أسعار تلك الخدمات لضمان مصلحة أفراد المجتمع بصورة خاصة.

ج) الإحتكارات القانونية :

تظهر هذه الإحتكارات من خلال منح الحكومة براءة اختراع يبرز في امتياز لحماية صاحب الإختراع عند استغلال اختراعه في مشروع معين وفي مدة محددة. ويمكن للمؤسسة التي تتمتع بامتياز الإختراع أن تموّل البحث العلميّة عند طريق الأرباح التي تحققها نتيجة لانفرادها في السوق "كمحتكر"، وهذا يمكنها من تحقيق وتطوير اختراعات جديدة. بعبارة أخرى إن السيطرة الإحتكارية الناشئة عن إمتياز لاختراع معين، قد تستمر بسبب امكانية المؤسسة الفنية من تحقيق اختراعات أخرى.

د) ملكية المواد الأولية الأساسية أو السيطرة عليها :

تستخدم ملكية أو سيطرة المؤسسة على بعض المواد الأولية الأساسية في الإنتاج كوسيلة لتحقيق

ق

بعض العوائق الفعالة بوجه المؤسسات والأفراد الراغبين في الدخول كمنافس لهذه المؤسسة. ومن ثم فإن هذه الأخيرة تتميز بانفرادها بالسوق واحتقاره في آن واحد، كصناعات الألومنيوم والنحاس ومناجم الذهب واللؤلؤ.

ومن أبرز الأمثلة على ذلك، أن شركة واحدة في الولايات المتحدة الأمريكية كانت تتمتع بمركز احتكاري في صناعة الألومنيوم لسنوات عديدة بحكم سيطرتها على جميع المصادر الرئيسية للبوكسيت وهو المادّة الخام الأساسية في صناعة الألومنيوم. وكذلك الحال في شركة أخرى كندية كانت تسيطر على حوالي (90%) من الاحتياطيات المعروفة للنحاس على المستوى العالمي. كما أن معظم مناجم اللؤلؤ في العالم تمتلكها شركة واحدة في جنوب أفريقيا. هذا بالإضافة إلى النفط الخام والغاز الطبيعي اللذين تمتلكهما حكومات الدول العربية كافة.

5 – ما هي الآثار التي يسببها المحتكر على المستوى الاجتماعي ؟

إن من أبرز جوانب تقويم الإحتكار التام من وجهة نظر المجتمع هي ما يسببه من آثار على ك

ل

من مستوى السعر وتخصيص الموارد الإقتصادية وتوزيع الدخل والتقدم التكنولوجي. وفيما يلي تحليل مختصر لهذه الآثار :

أ) الآثار على مستوى السعر وتخصيص الموارد الإقتصادية :

بما أن مصلحة المحترر الشخصية تظهر في انتاج كميات قليلة من السلعة وعرضها للبيع بسعر غالى، فإن هذا يختلف عن وضعية الآلاف من المنتجين المنافسين في سوق أية سلعة. إن هذا يعني بأن المجتمع يقيم الوحدات الإضافية من السلعة الإحتكارية أكثر من السلعة البديلة التي كان عليه انتاجها بالموارد الإقتصادية التي استخدمت في انتاج سلع أخرى كما هي الحال في سوق المنافسة التامة. بعبارة أخرى إن المحترر عندما يحدد انتاجه بهدف تحقيق أقصى الأرباح الممكنة ، يكون قد أساء إلى رغبات المجتمع عندما خصص الموارد الإقتصادية الكافية للإنتاج بالشكل الذي يخدم رغباته كمنتج وحيد ومحترر لكنها لا تخدم رغبات المجتمع.

ب) الآثار على توزيع الدخل :

يؤدي الإحتكار في بعض الأحيان إلى عدم المساواة في توزيع الدخل بين أفراد المجتمع، وذلك بحكم سيطرة المحترر على السوق وتمكنه من فرض أسعار أعلى من تلك الأسعار التي تسود أية سوق منافسة كاملة. إن هذا يحدث على الرغم من تساوي تكاليف الإنتاج لدى المحترر عن تلك التكاليف التي تسود سوق المنافسة. وبالتالي يتمكن هذا المحترر من تحقيق الأرباح غير الاعتيادية على حساب أفراد المجتمع الإستهلاكي. هذا بالإضافة إلى أن هذه الأرباح لا توزع على نطاق واسع بسبب تركيز ملكية الأسهم بأيدي أفراد قلائل جداً من ذوي الدخل العالى في المجتمع ذاته.

ج) الآثار على التقدم التكنولوجي :

بالنظر لتحقيق المحترر لأرباح غير اعتيادية باستمرار ، فإنه يمكن من تخصيص موارده المالية

الالزامية لقيام بالأبحاث العلمية وتحقيق تقدم تكنولوجي أكبر مما تتمكن عليه مؤسسات متافسة .

ولكن ما هي الدوافع التي تتحث المحترر على تمويل أبحاث التقدم التكنولوجي؟
يعتقد البعض بأن عدم وجود منافسين للمحترر معناه انعدام أو ضعف الدافع لديه ل القيام بتطوير منتجات معينة وزيادة الكفاءة الإنتاجية. كما قد يكون لمصلحة هذا المحترر عدم الإستثمار في

مجالات الأبحاث التكنولوجية، وذلك بقصد استغلال معدّات الإنتاج الحالية إلى أقصى حدّ ممكن وانتظام استبدالها بمعدّات حديثة إلى أطول مدة ممكنة. وحتى لو أدخل المحتكر أساليب تقنية حديثة في الإنتاج، فإن فائدة ذلك تعود عليه بالدرجة الأولى لأنّه يتمكّن من تحقيق أرباح كبيرة، بينما قد يستفيد المستهلكون بشكل بسيط نسبياً من تحسين نوعيّة المنتجات أو زيادة الإنتاج أحياناً.

6 – كيف يتحقق توازن المشروع المحتكر في المدى القصير ؟

يختلف توازن المشروع المحتكر على المدى القصير عن توازن مشروع تنافسي يعمل في سوق منافسة تامة أو في ظلّ سوق منافسة احتكارية على المدى القصير أيضاً. إن توازن المشروع المحتكر يتحقّق من الناحية النظرية عند مستوى انتاجي معين تكون عنده التكلفة الحدية دون مستوى ايراده الحدي، على أن تزداد هذه التكلفة مع تزايد حجم الإنتاج في هذا المشروع.

ولتحليل هذا التوازن جيداً، ففترض وجود مشروع كبير يحتكر إنتاج محرك سيارة مرسيدس في ألمانيا، حيث أن هذا يعني بأن المشروع يمثل الصناعة لهذا النوع من المحتكرات في وقت واحد، وذلك لعدم وجود مشروع آخر ينافسه في هذه الصناعة بالبلد ذاته. ويترتب على هذا أن الـ

ب

الحاصل على المحرك المنتج من قبل هذا المحتكر يتماثل مع الطلب الذي يحصل على إنتاج الصناعة ككل. كما تسري في الوقت ذاته حالة عدم التدخل الحكومي، وذلك على اعتبار أن هذه الدولة تعتمد نظاماً اقتصادياً رأسمالياً يستند على سياسة الحرية الاقتصادية.

لذا فإن بإمكان هذا المشروع إما أن يتحكم في تحديد سعر بيع المحرك أو أن يحدّد الكميات التي

ي

ينتجها منه، بعكس الحالة السائدة في سوق المنافسة التامة التي تعتمد المشروعات المنتمية إليها على السعر السائد فيها الذي يحدّد تفاعل قوى العرض والطلب، ونظراً لعدم وجود مشروع آخر ينحّم في إقرار هذا السعر أو الكميات المنتجة من السلعة التي تنتج في هذه السوق. ولو ركّزنا على مستوى السعر الذي يمكن للمحتكر أن يفرضه، فإنه يعتمد بشكل رئيسي على طبيعة وشكل منحنى الطلب الذي يواجهه هذا المحتكر.

إن هذا يعني بعبارة أخرى، واعتماداً على تفاصيل الشكل البياني رقم (٨ — ١)، أن هذا المحتكر لو قرر فرض مستوى السعر (س)، فإنه لا يمكن أن يبيع أكثر من كمية المركبات المنتجة والمحددة بالمسافة الأفقية (م ك) على المحور الأفقي للشكل البياني المذكور. ومن ثم، فإنه في الوقت الذي يعمل فيه المشروع التناصي على تعظيم أرباحه من خلال المساواة بين تكلفة انتاجه الحدية و ايراده الحدي، فإن الوضعية تختلف هنا في حالة الإحتكار، حيث أن المحتكر باعتباره يمثل الصناعة كلها يعمل على تعظيم أرباحه عند عدم مساواة تكلفته الحدية مع ايراده الحدي، حيث ينبغي دائمًا أن يكون هذا الإيراد الحدي أقلّ من السعر الذي يحدّد المحتكر بنفسه. أما بالنسبة لمنحنى الطلب في حالة الإحتكار، فإنه يختلف عن ذلك المنحنى في سوق المنافسة التامة. فب بينما يمثل خطأً فقياً موازياً للمحور الأفقي باعتباره مرنًا بشكل كامل في سوق المنافسة التامة، فإنه في حالة المحتكر، فهو يتتطابق مع منحنى طلب الصناعة، حيث يظهر على شكل منحنى الطلب الإعتيادي الحاصل على أية سلعة، منحدراً من اليسار إلى اليمين .

فمن خلال الجدول التالي رقم (٨ — أ)، تظهر العلاقة المترابطة بين كل من الكميات التي ينتجهما المشروع المحتكر من محرك سيارة المرسيدس وسعر البيع و ايراداته الكلية، من ناحية، وبين تكاليفه الكلية والحدية ومتوسط تكلفته الكلية، من ناحية ثانية، مقابل عنصر الربح الذي يحقق هذا المحتكر في المدى القصير ، من ناحية أخرى.

جدول رقم (٨ — أ)

يوضح تعظيم ربح المحتكر من خلال كمية الانتاج والسعر اللذان يتحددان في ظل ايراده الحدي وتكلفته الحدية على المدى القصير

ربح المحتكر (بالدينار)	الإيراد الخدي (بالدينار)	الإيراد الكلي (بالدينار)	سعر بيع المركب (بالدينار)	متوسط التكلفة الكلية بالدينار	التكلفة المدية (ت ح) (بالدينار)	التكاليف الكلية (ت ك) (بالدينار)	عدد الوحدات المنتجة من المركب
1000-	-	-	-	-	-	1000	0
50	1500	1500	1500	1450	450	1450	1
94	1480	2980	1490	1443	1436	2886	2
130	1460	4440	1480	1436.7	1424	4310	3
148	1428	5868	1467	1430	1410	5720	4
165	1417	7285	1457	1424	1400	7120	5
177	1397	8682	1447	1417.5	1385	8505	6
177	1370	10052	1436	1410.7	1370	9875	7
167	1340	11392	1424	1403.1	1350	11225	8
140	1298	12690	1410	1394.4	1325	12550	9
100	1260	13950	1395	1385	1300	13850	10

يمكن من خلال الجدول أعلاه، استخلاص بعض الحقائق ذات العلاقة بتعظيم أرباح المحتكر خلال المدى القصير، حيث تتركز فيما يلي :

- من الطبيعي أن المشروع المحتكر، شأنه شأن أي مشروع آخر يعمل في أسواق أخرى، يتحمل خسارة مقداره (1000) دينار عندما لا ينتج شيئاً من المحركات، وهي تمثل بالذات حجم التكاليف الكلية التي هي في الواقع تكاليف الثابتة فقط.
- حالما يبدأ المشروع انتاجه، فإنه يحقق نسبة معينة من الأرباح الإقتصادية، حيث تبدأ في الحالة الأولى التي تتضمن انتاج وبيع محرّك واحد، لتنمحه ربحاً مقداره (50) ديناراً. ومن ثم يتضاعف هذا الربح تقريراً بينما ينبع المشروع ويبيع إثنين من المحركات، فيصل ربحه إلى (94) ديناراً.
- إن تفسير الحقيقة الإقتصادية المذكورة في الفقرة (2) أعلاه هو أن الإيراد الكلي الذي يحصل

عليه المحتكر من بيع محرك واحد أو محرّكين، يتجاوز مستوى تكاليف الإنتاج الكلية. وهذا يعني بشكل أدقّ، أن إيراده الحدي يفوق تكلفته الحدية، مما يحقق له نسبة معينة من الربح.

4) يستمر حصول المنتج المحتكر على الربح طالما استمر في إنتاجه، ولكن ليس إلى مala نهاية ، بل لكميّة معينة تحدّد كحدّ أعلى في الجدول المذكور أعلاه بعد إنتاجه وبيعه لسبع محرّكات في آن واحد. بعبارة أخرى، فإن هذه الكميّة من الإنتاج قد ترتب عليها تحقيق توازن المنتج المحتكر عندما يتساوى الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية لهذا المحتكر، مما يحقق له تعظيم أرباحه عند أعلى مستوى وهو (١٧٧) ديناراً.

5) لكن على الرغم من أن استمرار هذا المشروع بعملياتها الإنتاجية، وهو سلوك طبيعي لصاحبه لأنّه يرغب بزيادة إنتاجه وأرباحه في الوقت ذاته، سيتحقق له ربح بنسبة معينة، إلا أن مستوى ينخفض بعد الانتهاء من إنتاج المحرك السابع. لذلك فإنه حالما ينتهي المحرك الثامن، ليكون قد هيأ ثمان محرّكات للبيع، فإنّها ستتوفر له عند بيعها مستوى من الربح يصل إلى (١٦٧) دينار. ويعود السبب في هذا الانخفاض إلى أن التكلفة الحدية للمحتكر قد ازدادت فوق مستوى إيراده الحدي، وهو أمر معقول وفق منطق النظرية الاقتصادية لتوازن المحتكر في الأجل القصير.

ولكي نصوّر سعي المحتكر لتعظيم أرباحه وفق ماحلّته النظرية الاقتصادية وعلى ضوء الأرقام التي تضمّنها الجدول السابق رقم (٨ - أ)، فإن ذلك ممكّن من خلال شكل بياني يتحدد فيه مستوى كلّ من السعر والكميّات الإنتاجية ومعهما الحدّ الأقصى من الأرباح التي تتحقّق في ظلّ الإحتكار. وهذا فإن الشكل البياني التالي رقم (١-٨) يجسد العلاقة المتراابطة بين أربع منحنيات تمثّل منحنى الطلب الذي يواجه المحتكر (وهو الطلب الحاصل على الصناعة التي يمثلّها المحتكر في الوقت ذاته) ومنحنى متوسّط التكلفة الكلية ومنحنى التكلفة الحدية ومنحنى الإيراد الحدي ، في مقابل مستوى السعر لبيع المحرك والأرباح التي يحققها المحتكر بنوعيها الإعتيادي والإconomicي.

شكل بياني رقم (١-٨) يوضح تعظيم أرباح المحتكر وتوازنه في المدى القصير



يتضح من خلال الشكل البياني أعلاه ما يلي :

1) وجود علاقة مترابطة بين أربع منحنيات خاصة بوضعية توازن المحتكر على المدى القصير، وذلك كما يلي :

- منحنى الطلب على السلعة التي ينتجها المحتكر = ط ط (وهو منحنى طلب الصناعة أيضا)، حيث يمثل أيضاً منحنى الإيراد المتوسط لهذا المحتكر،
- منحنى متوسط التكالفة الكلية لانتاج المحرك = م ت ك،
- منحنى التكالفة الحدية لانتاج المحرك = ت ح،
- منحنى الإيراد الحدي الذي يحصل عليه المحتكر = أ ح.

2) يتحدد سعر البيع للمحرك (س) والكمية التي ينتجها (ك) من خلال النقطة (ج) التي

تمثل نقطة التقاطع لمنحنى (ت ح) مع منحنى (أ ح)، عندما يمس الخط العمودي (ك ج)

الصاعد نحو منحنى الطلب (ط ط) في نقطة (ق).

3) وبذلك فإن شرط توازن المشروع المحتكر على المدى القصير يتجسد من خلال مساواة (ت ح) مع (أ ح) في نقطة (ج)، حيث يكون هذا المشروع والصناعة معاً في وضعية

توازنية ثابتة، وذلك بانتاج الكمّيّة (M_k) من المحرّكات. وتظهر هذه الوضعيّة من خلا
ل أرقام الجدول السابق بانتاج سبع محرّكات فقط، حيث يباع كل واحد منها بسعر مقداره
(1436) ديناراً، مما يحقّ له أعلى مستوى من الأرباح مقدارها (177) ديناراً.
4) وعندما يتحقّق شرط التوازن المذكور في الفقرة (3) أعلاه، فإنّ هذا المحتكر يواجهه:
أولاً— تكفة انتاج المحرّك الواحد = k_b ،

ثانياً— إجمالي التكفة (T_k) = المستطيل ($M \cdot k_b$),
ثالثاً— إجمالي إيرادات المحتكر (A_k) = المستطيل ($M \cdot S \cdot k_b$),
رابعاً— الربح الاقتصادي للمحتكر = المستطيل ($D \cdot G \cdot S$),
خامساً— الربح الإعتيادي للمحتكر = المستطيل ($B \cdot G \cdot D$).

5) عندما يرغب المحتكر بزيادة أو تخفيض الكميات المنتجة في حالة التوازن، فإنه
يواجه الآتي :

أولاً— عند انتاج كمية أكبر من (M_k) : فإن إيراده الحدي (A_h) ينخفض إلى أقلّ من
مستوى التكفة الحدية (T_h) لانتاج المحرّك، مما يدفعه إلى ضرورة العودة إلى
حالة التوازن.

ثانياً— وعندما ينتج كمية أقلّ من (M_k) : فإن إيراده الحدي (A_h) يكون أعلى من
مستوى التكفة الحدية (T_h), مما يشجّعه للإستمرار بالإنتاج لكي يرفع من مستوى
إيراده الحدي وأرباحه في الوقت ذاته. لذلك، وفي كلتا الحالتين، نستنتج بأنّ من مصلحة
هذا المحتكر أن يعود إلى حالة التوازن التي تحدّد بانتاج الكمّيّة (M_k).

6) بلغة الأرقام، يمكننا ترجمة الحقائق التي تضمّنتها الفقرة (5) أعلاه، بالصيغ التالية :
أولاً— عندما ينتج المحرّك الثامن :

* سيتحمّل تكفة حدية = (1350) ديناراً إضافياً،

* بينما سيحصل على إيراد حدي = (1340) ديناراً.

إذن ليس من مصلحته إنتاج هذا المحرّك.

ثانياً— لكن عندما ينتج المحرّك السادس :

* سيتحمّل تكفة حدية = (1385) ديناراً إضافياً،

* بينما سيحصل على إيراد حدي = (1397) ديناراً.

لذلك يتسع ويستمر بانتاج محرك آخر (المحرك السابع).
 7) وهذا فإن المحتكر ينتج سبع محركات، حيث أنه بعد أن يبيعها سيحصل على أقصى ربح ممكن وقدره (177) ديناراً. وبالتالي، فإنه عند هذا المستوى من الربح، تتساوى أرقام كلّ من الإيراد الحدي (أح) والتكلفة الحدية (تح).

7 – كيف يتحقق توازن المشروع المحتكر على المدى البعيد ؟

بصرف النظر عن السوق التي يعمل فيها أي منتج، فإن من الطبيعي أن سلوكه سيختلف خلال المدى القصير مما هو الحال في المدى البعيد، وكما ركزنا عليه في حالة المنافسة التامة بالفصل

ل

السابق. بالنسبة للمنتج المحتكر، فإنه لا يتوقع حدوث منافسة من قبل أي مشروع أو مشروعات أخرى تفكر بدخول صناعته التي يحتكرها على المدى البعيد، مثلاً هي الوضعية السارية لديه على المدى القصير، وذلك بسبب بعض الصعوبات التي تمنعها من تحقيقه، والتي أوضحتها في الفقرة الثالثة من الفصل الحالي.

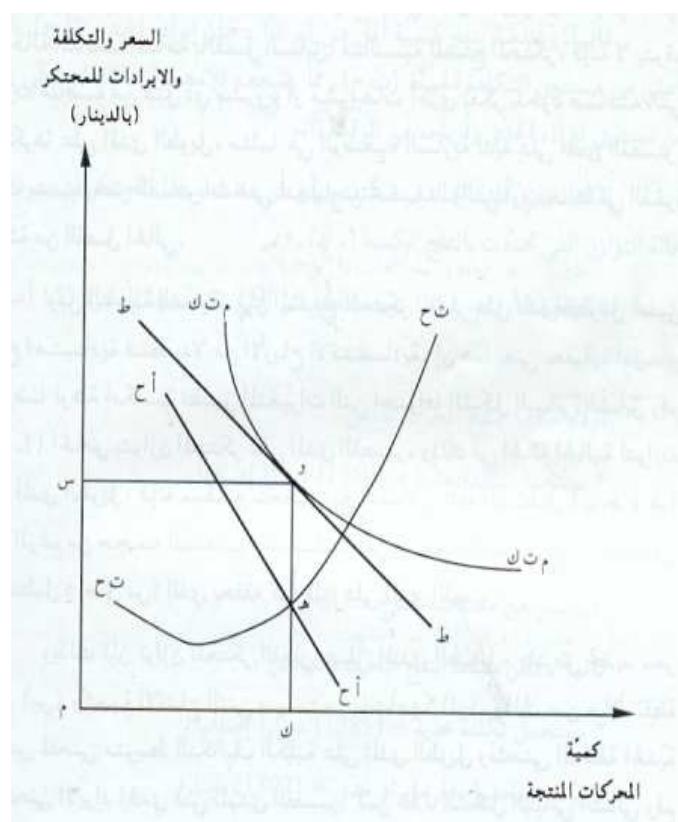
ومن الناحية العملية، فإن المشروع المحتكر يختار على المدى البعيد تحقيق أرباح اعتيادية فقط بدلاً من الأرباح الاقتصادية. إن هذا يعني بعبارة أدق، لو إفترضنا لوهلة إمكانية تطبيق المتغيرات التي احتواها الشكل البياني السابق رقم (8-1) الخاص بتوازن المحتكر على المدى القصير، وذلك في الحالة الحالية لتوازنه على المدى البعيد ، فإنه سيقتصر بتحقيق ربح اعتيادي يمثله المستطيل (ب جـ دـ هـ) على الرغم من حجمه الصغير، مستعيناً عن الحجم الكبير للربح الاقتصادي (المستطيل دـ جـ قـ سـ) الذي يحققه كما قلنا على المدى القصير.

وبذلك فإن توازن المحتكر الفعلي على المدى البعيد، يفترض تحديد سعر البيع (سـ) وكمية الانتاج التي سيستمر بانتاجها (كـ)، وذلك من خلال نقطة التماس لمنحنى متوسط التكاليف الكلية على المدى البعيد ومنحنى التكلفة الحدية مع منحنى الإيراد الحدي في المدى القصير. فمن خلال الشكل البياني التالي رقم (8 - 2) يتبين بأن مستوى السعر (مـ سـ) والكمية الانتاجية (مـ كـ) قد تحددا من خلال نقطة التماس (وـ) لمنحنى الطلب (طـ طـ) ومنحنى متوسط التكاليف الكلية (مـ تـ كـ) للمدى البعيد. ومن ثم سيواجه المحتكر مايلي :
 أولاًـ إجمالي التكلفة (تحـ كـ) = المستطيل (مـ سـ وـ كـ)،

ثانياً - إجمالي إيرادات المحتكر (M) = المستطيل ($(M \times Q)$) أيضاً.

ثالثاً - أما ربح المحتكر، فإنه سيحصل على ربح اعتيادي فقط: إما عن طريق تقسيم أسوقه التي يبيع فيها سلعته أو سلعة بتطبيق مبدأ التمييز بين الأسعار، أو عن طريق الإعلان لكي يدفع بمنحنى الطلب (D) نحو اليمين وللأعلى .

شكل بياني رقم (2 - 8)
يوضح توازن المحتكر على المدى البعيد



أسئلة للمراجعة

1) كيف يمكنك أن توضح مفهوم "سوق الإحتكار التام" عموماً ؟

- 2) كيف تفسر مصادر القوة الإحتكارية ؟
- 3) كيف توضح العوامل الرئيسية التي تقيد القوة الإحتكارية ؟
- 4) كيف يمكنك أن توضح حالات الإحتكار الموجودة في الحياة العملية ؟
- 5) كيف تفسر العقبات التي تعيق الدخول إلى سوق الإحتكار التام ؟
- 6) كيف تفسر ضخامة الصناعة التي يحتكرها المحتكر واستفادته من مزايا
الانتاج الكبير الذي يمارسه فعليا ؟
- 7) كيف يمكن للحكومة أن تمارس عملية الاحتكار التام في مؤسسة انتاجية
حيوية ؟
- 8) كيف تفسر عملية تحقق التوازن للمشروع المحتكر في المدى القصير ؟
- 9) كيف تختلف حالات تحقق الربح للمنتج المحتكر مع اختلاف وضعية ايراده
الحدى وتكلفته الحدية ؟
- 10) كيف تحل عملية تحقق التوازن للمشروع المحتكر على المدى البعيد ؟

الفصل التاسع

توازن المشروع

في سوق المنافسة الإحتكارية

١- ماهي أهمية توازن المشروع في سوق المنافسة الإحتكارية ؟

تتميز السوق التي تسودها منافسة احتكارية، والتي تسمى أحيانا بسوق احتكار الكثرة، تكونها السوق التي لا تسود فيها المنافسة التامة ولا الاحتقار التام ، بل هي تلك السوق التي تأخذ من مميزات هذين السوقين. ففي الحياة الواقعية يوجد مجموعة من المنتجين لسلعة متجانسة، حيث أن لكل منتج منهم حصة معينة من المعروض لهذه السلعة، في الوقت الذي يؤثر كلّ منهم على أسعار السلع المماثلة التي ينتجها الآخرين في ظل سريان حالة من المنافسة بينهم. وفي مقابل ذلك، يظهر في جانب الطلب، خليط من الاحتقار التام والمنافسة التامة، حيث أن كل منتج يكون محكرا للسلعة التي ينتجها ويواجه في ذات الوقت منافسة المنتجين الآخرين لهذه السلعة أو السلع البديلة لها من وجها نظر المستهلكين بشكل عام.

إن الخصوصية التي تتميز بها سوق المنافسة الإحتكارية، وما يظهره سلوك المؤسسة المنتمية إلى هذه السوق، يتطلب في الحقيقة ضرورة الحذر من الانحياز سواء كان إلى جانب الاحتقار التام أم المنافسة التامة. لذلك فإن فقرات الفصل الحالي فيها طابع التحليل الوسطى ما بين هذين المبدأين ، بنفس الوقت الذي تتم فيه الاستفادة من المتغيرات التي قمنا بتغطيتها عن الاحتقار و المنافسة خلال الفصلين السابقين. يشتمل هذا الفصل على توضيح الشروط الخاصة التي تطبق على المنتجين الذين يعملون في ظل سوق المنافسة الإحتكارية. ومن ثم فإن وضعية التوازن لأي منتج من هؤلاء تظهر في جانبين رئيسيين هما توازنه في المدى القصير والمدى الطويل، متلما جرى الحال في حالتي المنافسة التامة والاحتقار التام في خلال الفصلين

السابقين. وبالتالي، رأينا أنه من الأجر بعد تغطية وضعيات التوازن لأي مشروع انتاجي في الانواع الثلاثة من الاسواق،أن نقوم بإجراء عملية مقارنة تحليلية تبين الفروقات بين هذه المشروعات المنتمية لأسواق المنافسة التامة والاحتكار التام والمنافسة الاحتكارية في آن واحد.

2 - ماهي شروط سوق المنافسة الاحتكمارية :

هناك اختلاف واضح بين هذه السوق وبين سوق المنافسة التامة وسوق احتكار القلة عموما، وبالذات في تعدد المنتجين، حيث يكونون قليلا في هذه السوق الأخيرة. ويترتب على هذا، حدوث اختلاف في ردود الفعل حول ما يفعله مجموعة المنتجين عندما يتصرف أحدهم بطريقة ما تؤثر على كل من وضعية الأسعار والانتاج السائدة في السوق المعنية وعلى تصرف بقية المنتجين المنافسين في الوقت ذاته. لذا فإن لسوق المنافسة الاحتكمارية [احتكار الكثرة] شروطا خاصة بها، من أهمها :

أ) توافر عدد غير قليل من المنتجين الذين يحتكرون إنتاج سلعة معينة، وتسرى فيه ا بينهم منافسة كبيرة.

ب) توافر عدد كبير جداً من المشترين.

ج-) توافر حرية الدخول لأي منتج أو مؤسسة إلى صناعة السلعة في ظل المنافسة الاحتكمارية و الخروج منها أيضا.

د) تكون السلعة المنتجة في هذه السوق غير متجانسة، كالصابون مثلا.

ه-) وهكذا تكون سلعة الصابون المنتج من قبل العدد الكبير من المنتجين المنافسين بديلا جيدا بالنسبة لمستهلكيه.

و) لذلك، فان كل منتج يسعى إلى احداث نوع من التغيير على شكل الصابون أو حجمه أو لونه أو موديله، لكي يختلف عن النوعيات الأخرى المنتجة والمهدئة للبيـع

والاستهلاك. كما أن سلوك هذا المنتج يضمن له في كثير من الاحيان مجالا متميزا للبيع فيه، مما يضفي عليه صفة الاحتكمار، بنفس الوقت الذي يتنافس فيه مع بقية المنتجين لهذه السلعة.

ز) لكن ينبغي ملاحظة أن شدة المنافسة بين منتجي هذه السوق تتفاوت حائلاً في أحيان كثيرة أمام المنتج أو المنتجين الراغبين في احداث أي تغيير في سعر بيع السلعة التي ينتجونها.

(ج)

لذا فإن كثرة عدد المنتجين في هذه السوق، وعدم تجانس السلعة التي ينتجونها، يعطي للسوق صفاتي المنافسة والاحتكار معاً، أي سوق المنافسة الاحتكارية.

3 – كيف يتحقق توازن المشروع في ظل المنافسة الاحتكارية على المدى القصير؟

مثلاً جرى الحال في حالة المنافسة التامة والاحتكار التام، فإن توازن المشروع العامل في ظل المنافسة الاحتكارية يتطلب شروطاً معينة، لكنها في هذه الحالة لا تختلف كثيراً عن الحالتين آنفتي الذكر. لذلك فإن حالة التوازن لأي مشروع ي العمل في سوق المنافسة الاحتكارية تتطلب بعض الأمور قبل الخوض في تفاصيل التوازن على المدى القصير والبعيد.

إن الشروط التي تتتوفر لأي منتج ضمن سوق المنافسة الاحتكارية تظهر فيما يلي :

أ) يستطيع كل منتج أن يؤثر على السعر الذي تباع به الوحدة من أية سلعة منتجة، على الرغم من كثرة عدد المشروعات المنتمية إلى هذه السوق.

ب) إن منحنى الطلب لا يكون خطّاً مستقيماً يوازي المحور الأفقي مثلاً هي الحال في سوق المنافسة التامة ، بل أنه سالب الميل ينحدر من اليسار وللأعلى إلى اليمين وللأسفل، على انتاج كل مشروع في هذه السوق كما هي الحال في منحنى الطلب على انتاج المحتكر وكذلك على انتاج أية سلعة في سوق احتكارية .

جـ) لكن ينبغي التركيز على وجود اختلاف نسبي في وضعية منحنى الطلب خلال الحالات الثلاث المذكورة في الفقرة أعلاه. فبالنظر للمنافسة الشديدة الموجودة في سوق المنافسة الاحتكارية، فإن منحنى الطلب على إنتاج أي مشروع ي العمل فيها لا يكون شديد الانحدار كما هو شكل منحنى الطلب في حالة الاحتكار التام. ومن ثم

فإن السبب الرئيسي لهذا الاختلاف في شكل المنحنى يعود إلى أن نوعية المنافسة السائدة في السوق الأولى تبرز من خلال انتاج المشروعات المنتمية لها سلعاً تكون بديلاً لبعضها البعض، مثل ذلك الصابون.

د) ويترتب على ما جاء أعلاه، عدم رغبة أي مشروع باجراء تخفيض أو زيادة في سعر بيع الوحدة من الانتاج لديه، وذلك خوفاً من ردود فعل المشروعات المنافسة في سوق المنافسة الاحتكارية، استناداً إلى كبر حجم مردودة الطلب على سلعته.

أما بالنسبة لتوزن المشروع الذي يعمل في سوق المنافسة الاحتكارية في المدى القصير، فإنه يتحدد عنه كمية الانتاج التي يتعادل عندها الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية، وهذه الوضعية تعتبر مشابهة لحالتي التوازن في ظل المنافسة التامة وفي ظل الاحتكار التام في آن واحد. وهذا يبيّن الشكل البياني التالي رقم (٩—١) وضعية توزن أي مشروع يعمل في سوق المنافسة الاحتكارية على المدى القصير، حيث تظهر من خلاله الحقائق التالية:

أولاً - كما هي الحال في سوق الاحتكار التام، فإن هذه السوق تظهر فيها علاقات مترابطة بين عدة متغيرات تفسّرها المنحنيات الأربع التالية :

- منحنى الطلب = ط ط، وهو يماثل أيضاً منحنى الإيراد المتوسط (أ م)،
- منحنى الإيراد الحدي = أ ح،
- منحنى التكلفة الحدية = ت ح،
- ومنحنى متوسط التكلفة الكلية = م ت ك.

ثانياً - يتحدد سعر بيع الوحدة من السلعة لأي مشروع في سوق المنافسة الاحتكارية (س) والكمية التي يقوم بانتاجها (ك) على المدى القصير من خلال النقطة (هـ) التي تعكس نقطة التقاطع لمنحنى (ت ح) مع منحنى (أ ح)، وذلك عندما يمسّ الخط العمودي (ك و) الصاعد نحو منحنى الطلب (ط ط) في نقطة (و)، وهذا هو وضع التوازن للمشروع في هذه السوق.

ثالثاً - يكون شكل منحنى الطلب الذي يواجهه المشروع في هذه السوق أشد انحداراً مما هو الحال في شكل المنحنى ذاته على المدى الطويل.

رابعاً - من خلال تقاطع منحنى متوسط التكلفة الكلية ($M + k$) مع الخط العمودي (k و)، تشكل نقطة تقاطعهما (ج) إحدى الزوايا الأربع المستطيل [ج و س د]، حيث يمثل هذا المستطيل حجم الربح غير العادي الذي يحققه المشروع المذكور.

لذلك يواجه كل مشروع في هذه السوق ما يلي :

(1) تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة من السلعة = k جـ،

(2) مقدار التكلفة الكلية (T_k) = المربع [م د جـ كـ]،

(3) مقدار الإيرادات الكلية (E_k) = المربع [م س و كـ]،

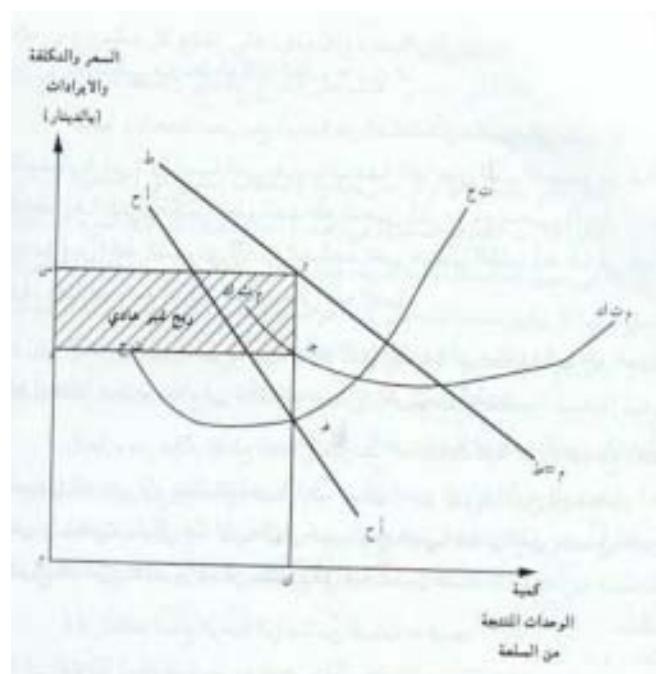
(4) ربح غير عادي في المدى القصير = المستطيل [د س و جـ].

خامساً - من الجدير بالذكر أن مستوى السعر (M_s) في هذه السوق يعتبر أكبر من ذلك المستوى السعري الذي سيسود بهذه السوق أيضاً على المدى الطويل.

سادساً - ينبع التركيز على حقيقة وجود أرباح غير عادية للمشروعات المنتامية إلى هذه السوق في المدى القصير فقط، بينما لا يمكن استمرارها على المدى الطويل. ويعود السبب في هذا 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 في أسواق البيع المختلفة، إلى جانب زيادة الكميات المعروضة من النوعيات الأصلية للسلعة ذاتها من قبل المشروعات القديمة.

شكل بياني رقم (9 - 1)

توازن المشروع في ظل المنافسة الاحتكارية على المدى القصير



4 – كيف يتحقق توازن المشروع في ظل المنافسة الاحتكارية على المدى البعيد ؟

من الطبيعي أن تبرز بعض الاختلافات في سلوك أي مشروع منتج يعمل في سوق

المنافسة الاحتكارية خلال المدى القصير عن سلوكه الذي سينتهجه خلال سنوات طويلة تحيط عليه البقاء في السوق بشرط تحقيق نسبة معينة من الأرباح. وبعد أن حلّنا في الفقرة السابقة مختلف جوانب توازن المشروع في هذه السوق على المدى القصير، فإن التوازن على المدى البعيد لا بد أن ينطوي على بعض التغيير النسبي في المنحنيات الأربع ذات العلاقة، وما يتربّط على هذا التغيير من اختلاف في مستويات السعر والانتاج لكل مشروع ينبع في هذه السوق، وعلى حجم الأرباح التي يحققها تدريجيا.

فمن خلال الشكل البياني التالي رقم (9 – 2) الخاص بتوازن المشروع الذي يعمل في سوق المنافسة الاحتكارية على المدى البعيد، تظهر الحقائق التالية :

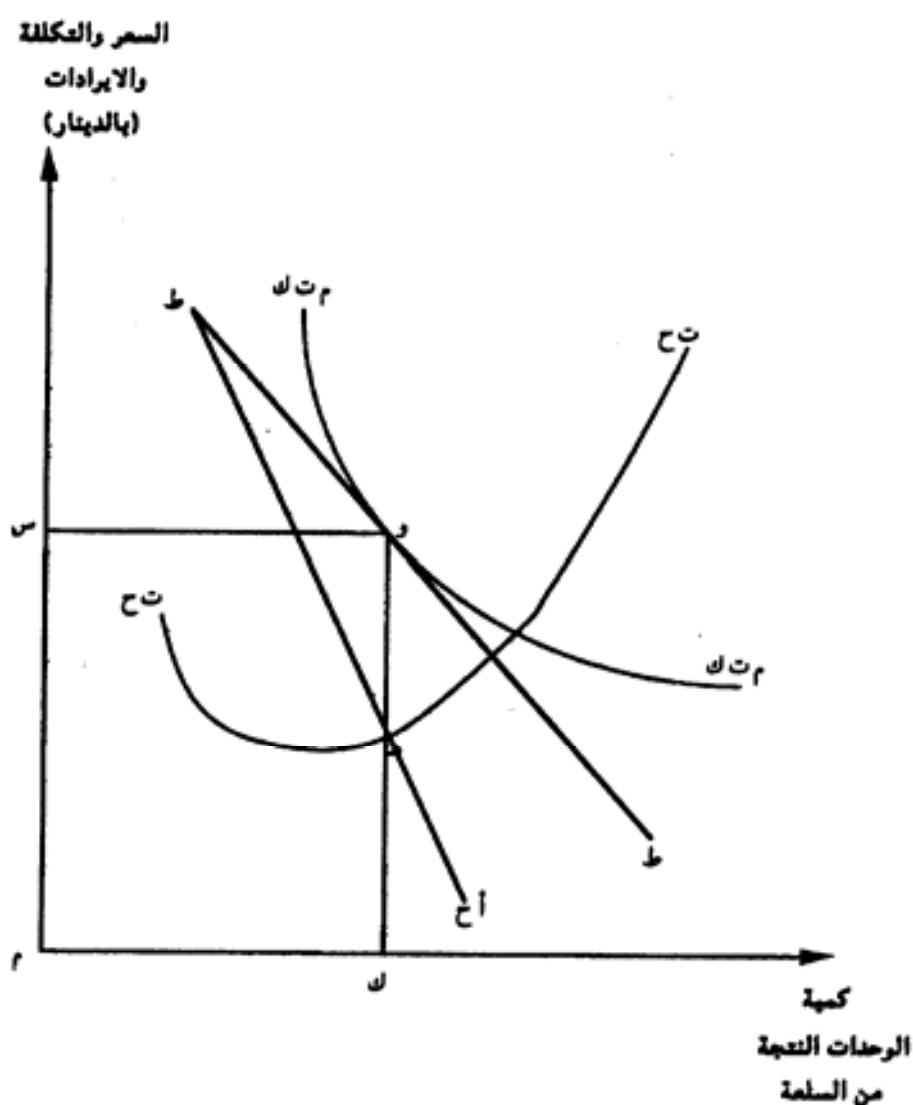
أ) إن وضع التوازن لأي مشروع يعمل في هذه السوق يكون عند النقطة (هـ)، التي هي نقطة تقاطع منحنى (تـ حـ) مع منحنى (أـ حـ)، ومن ثم تماس الخط العمودي الصاعد (كـ هـ) نحو منحنى الطلب في نقطة (وـ). مثلاً جرى الحال في وضعية التوازن على المدى القصير في الفقرة السابقة.

ب) استناداً إلى الوضع التوازنـي المذكور في الفقرة السابقة، تظهر المتغيرات التالية :

أولاًـ كمية الانتاج التوازنـية = m_k ،

ثانياًـ سعر البيع التوازنـي للوحدة من السلعة = m_s ، لكن هذا المستوى السعري يعتبر أقلّ من ذلك المستوى الذي يسود سوق المنافسة الاحتكارية في المدى القصير.

شكل بياني رقم (2 – 9)
توازن المشروع في ظل المنافسة الاحتكارية على المدى البعيد



ج) إن السبب الرئيسي وراء انخفاض مستوى سعر بيع الوحدة من السلعة في هذه السوق على المدى البعيد، يعود إلى حصول زيادة كبيرة في الكميات المنتجة والمعروضة من هذه السلعة سواء من قبل منتجيها القدامى أو الجدد على حدّ

سواء.

د) كما يتعادل متوسط التكلفة الكلية ($M + k$) مع الایراد المتوسط (A_m) الذي يمثل في نفس الوقت (T_p) في نقطة (w), وهذا يعني بأن كلاً منهم يساوي ($k + w$).
هـ) لا توجد أرباح غير عادية، كما لا توجد خسائر يواجهها أي منتج يعمل في هذه السوق على المدى البعيد. بعبارة أخرى، فإن هذا المنتج سيواجه ما يلي :
أولاً - إجمالي تكلفة كلية (T_k) = شبه المستطيل [$M_s + k$]
ثانياً - إجمالي الایرادات التي يحصل عليها هذا المنتج (E_k) = شبه المستطيل
[$M_s + k$] أيضاً.

أسئلة للمراجعة

- 1) كيف توضح مفهوم "المنافسة الإحتكارية" بشكل عام ؟
- 2) كيف تفسر شروط الدخول في سوق المنافسة الإحتكارية ؟
- 3) كيف تقارن (من خلال جدول مقارنة) بين سوق احتكار الكثرة وسوق احتكار القلة ؟
- 4) كيف يمكن أن يتحقق التوازن لأي مشروع إنتاجي يعمل في ظل سوق المنافسة الإحتكارية على المدى القصير ؟
- 5) كيف يمكن أن يتحقق التوازن لأي مشروع إنتاجي يعمل في ظل سوق المنافسة الإحتكارية على المدى البعيد ؟
- 6) ما هو الفرق (من خلال جدول مقارنة) بين توازن المشروع الإنتاجي في المدى القصير وتوازنه على المدى البعيد في ظل سوق المنافسة الإحتكارية ؟
- 7) كيف يمكنك أن توضح الفرق بين أرباح المشروع الإنتاجي في المدى القصير وأرباحه على المدى البعيد ؟

الفصل العاشر

توازن المشروع

في سوق احتكار القلة

1 – ماهي أهمية توازن المشروع في سوق احتكار القلة ؟

تعني منافسة أو احتكار القلة وجود عدد قليل من المؤسسات الإنتاجية التي تسيطر أو تحتكر إنتاج سلعة معينة تتميز بتجانسها. وتتميز هذه الحالة بأن إستراتيجية كل مؤسسة بالنسبة لعمليتي التسعير وتقرير حجم الإنتاج يتوقفان على ردود الفعل المتوقعة من قبل بقية المؤسسات المنافسة

ضمن سوق منافسة أو احتكار القلة.

ومن الناحية النظرية، تظهر حقيقة الكيفية التي تتحدد فيها كل من الكمية المنتجة لسلعة مامن قبل المؤسسة التي تتجهها والسعر الذي تتبعها بموجبه، وذلك عندما يتحقق الشرط الاقتصادي الخاص بهذه السوق وهو : تعادل الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية للإنتاج. وكثيراً ما تلجأ هذه المؤسسة إلى تخفيض سعر السلعة التي تتجهها، وذلك من أجل زيادة حجم مبيعاتها وأرباحها ولتحقيق نوع من السيطرة على السوق في الوقت ذاته، مما يدفع بالمؤسسات الأخرى المنافسة لها إلى إجراء تخفيض في أسعار منتجاتها التي تتجانس مع سلعة المؤسسة الأولى، بنفس نسبة التخفيض أو بنفس المقدار المخفض، من أجل عدم خسارة زبائنها.

وفي بعض الحالات، تضطر المؤسسات الأخرى إلى إجراء تخفيض في أسعار منتجاتها بنسبة أكبر أو بمقدار أعلى مما فعلته المؤسسة الأولى، مما يؤدي في كثير من الأحيان إلى حدوث ما يعرف بحرب الأسعار. لكن سرعان ما تندفع المؤسسات المنافسة في سوق احتكار القلة إلى إجراء الاتصالات والتسيير المشترك من أجل التوصل إلى نوع من الإتفاق، حتى لو تحقق شكل إتفاق مؤقت، لكي يجنبها حالة حرب الأسعار التي تسبب لها المزيد من الخسائر غير المرغوب فيها.

وإلى جانب التعرف على حقيقة هذه السوق وشروطها الخاصة، فإن الفصل الحالي يتضمن تحليلًا لكيفية تحديد الأسعار التي تسود فيها، مع توضيح الظروف التي تؤدي بمنحنى الطلب النظامي، الذي ينطبق في ظل ظروف المنافسة، لأن يتحول إلى منحنى طلب متكرر في حال السوق إحتكار القلة. كما يتضمن هذا الفصل تحليلًا آخر لكيفية تحديد الإنتاج والتوازن، وبالتالي فإن هذه السوق تتميز عن غيرها من الأسواق بأنها تحتوي على عدّة حالات ضمن وجود اتفاق بين منتجيهما من ناحية، وعدم وجود اتفاق بينهم من ناحية ثانية، ثم حالة احتكار القلة بوجود منتج أو مشروع مسيطر (القيادة السعرية)، من ناحية أخرى.

2 – ما هي مميزات سوق احتكار القلة بالمقارنة مع الأسواق الأخرى؟

تتميز هذه السوق في حقيقتها بوجود عدد قليل من المنتجين لسلعة متجانسة، بحيث أن كل منتج له تأثيره (المباشر وغير المباشر) على القرارات التي يتخذها المنتجون الآخرون، وذلك فيما يخص الكميات المنتجة من السلعة وأسعارها الإسمية في الوقت نفسه. وبالتالي فإن المنتج المذكور هي هذا السوق يمثل في الواقع قوة احتكارية تجعل بقية المنتجين يتأثرون بما يتخذون من قرارات انتاجية وسعوية، كما أنه في نفس الوقت يتأثر بما يتخذه هؤلاء المنتجون من قرارات سعرية وانتاجية للسلعة التي ينتجونها، وأفضل مثال على ذلك هو سوق النفط الخام.

لذلك فإن خصوصية سوق احتكار القلة لا تأتي فقط من خلال قلة المنتجين (مؤسسات ومشروعات إنتاجية) الذين يتحكمون في انتاج وتسعير سلعة واحدة متجانسة، بل في قيام روابط وعلاقات متبادلة تتركز في توحيد السياسات التي يتم اتباعها للسيطرة على السوق. فأي منتج يعرف جيداً بقية المنتجين المنافسين له، ويراقب تصرفاتهم بشكل مستمر وعليه أن يبقىها نصب عينيه عندما يقرر السياسات الإنتاجية والتسعيرية. وبذلك فإن على كل منتج في هذا السوق أن يفكّر بعدة اعتبارات في آن واحد تتركز على الآثار التي تترتب على السياسات التي يتبعها المنتجون آخرون ، مع الآثار المترتبة على سياساته هو في مجال الإنتاج والأسعار ومستويات أرباحه عبر ردود أفعال بقية المنتجين في السوق.

3 – ما هي الشروط الخاصة بسوق احتكار القلة؟

يشترط لقيام هذه السوق، صعوبة الدخول إلى صناعة هذه السوق، وذلك أما بسبب ضخامة الإستثمارات التي تتطلبها إقامة المشروع الإنتاجي، أو بسبب صعوبة الحصول على المعلومات الفنية اللازمة للإنتاج، أو بسبب حقوق الإختراع والماركات التجارية. وهناك أمثلة عديدة لسوق احتكار القلة على المستوى العالمي إلى جانب سوق النفط، حيث توجد أسواق المطاط والقهوة والألمانيوم والذهب والصلب والمشروعات ومحركات الطائرات ومعدات السكك الحديدية، الموجودة في عدد محدود من بلدان العالم.

وتتفق الدراسات النظرية والتطبيقية حول الشروط التالية الخاصة بهذه السوق :

أ— تماثل حالة احتكار القلة مع حالة الإحتكار التام من حيث أن معدل تكلفة الإنتاج يكون أعلى من الحد الأعلى المقرر له، كما أن السعر يكون أعلى من معدلاته التي تسود في حالة المنافسة التامة.

ب — يؤكد واقع السوق في حالة احتكار القلة أن حجم الإنتاج يميل إلى الزيادة بمرور الزمن، وهذا مما يؤدي إلى تخفيض كل من معدل التكلفة وسعر بيع السلعة المنتجة ذاتها.

ج — يتتحقق في ظل حالة احتكار القلة تقدماً تكنولوجيا ملمساً، وذلك لوجود العديد من الدوافع والحوافز التي تشجع إلى هذا التقدم. ويبرز حافز الربح الفوري ورغبة المنتج أو المنتجين في سوق احتكار القلة بزيادة هذا الربح على المدى القصير والبعيد معاً، كأهم الحوافز التي تدرج في هذا المجال.

د — هناك حالات كثيرة لسيادة احتكار القلة وظهور حالات اتفاق فيما بين منتجيه، تؤدي إلى تكوين تكتلات مقابلة تحكر عملية الشراء كرد فعل على عملية احتكار الإنتاج.

4 – كيف يتم تحديد الأسعار في سوق احتكار القلة ؟

لا يمكن لأية مؤسسة أن تتلاعب في أسعار بيع منتجاتها أو سلعها مالم تأخذ بنظر الاعتبار ردود الفعل، ليس فقط من جانب المستهلك، بل من قبل المؤسسات الأخرى التي تعمل في نفس المجال. فالموقف يشير هنا إلى لاعبي الورق أو الشطرنج أو في بداية اللعب حيث لا يمكن للاعب ما أن يصل إلى أحسن الطرق ما لم يعرف ما سيقدم عليه اللاعبون الآخرون أو بقية المشتركين في اللعبة. عليه يجب تبني إستراتيجية معينة تأخذ بنظر الاعتبار ردود فعل الآخرين.

و هذه الخاصية تعتبر من أهم مميزات سوق احتكار أو منافسة القلة، خاصة وأن عدد المؤسسات في هذه السوق قليلة. وهذا يعني أن هناك صعوبات أمام دخول منافسين جدد إلى هذه السوق، أو أن حرية الدخول والخروج منها تعتبر صعبة. وتتميز هذه المؤسسات أيضاً بإمكاناتها في السيطرة على السوق أو على نسبة كبيرة منه، كما يمكنها الاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير في تخفيض تكاليف الإنتاج والتي يصعب على المؤسسات الجديدة تحقيقها.

ومن الجدير بالذكر أن المؤسسات التي تعمل في هذه السوق تتبع سلعاً متجانسة أو متعددة. وحتى لو كانت سلعاً متجانسة فإن هناك اختلافات بسيطة من الناحية المادية، كما هي الحال في المعادن الخام كالحديد الصلب والخارصين والنحاس والألمونيوم والرصاص والأسمنت... الخ. أما السلع المتعددة فتشمل السلع الاستهلاكية كالسيارات والإطارات وآلات الطابعة والمنتجات النفطية والصابون والسجائر والمعدات الكهربائية ... الخ.

وفي الوقت ذاته، يظهر أن الاختلاف في تحديد السعر بين الاحتكار التام واحتكار القلة، هو أن منحني الطلب للمؤسسة في حالة احتكار القلة يكون أكثر مرنة، وذلك لوجود العديد من السلع

البديلة في احتكار أو منافسة القلة، بينما لا توجد مثل هذه السلع البديلة في حالة الاحتكار التام. إن هذا يعني أن تحديد السعر والإنتاج يتم بواسطة قاعدة مساواة الكلفة الحدية بالإيراد الحدي في الاحتكار ولكنه في احتكار القلة يكون أكثر تعقيداً. والمعتقد السائد أن الاعتماد على النظرية الاقتصادية التقليدية لا يكفي لتقسيير إستراتيجيات تحديد السعر والإنتاج، وصعوبة اعتماد النظريات التقليدية تكمن فيما يلي :

أولاً- إن إحتكار أو منافسة القلة تتميز بوجود عدة حالات خاصة بالسوق، تجعل من غير المحتمل تطبيق نموذج عام أو تقسير واحد عن كيفية تحديد الأسعار، بعكس المنافسة التامة وكذلك بالنسبة للاحتكار والمنافسة الاحتكارية حيث توجد خصائص واضحة لكل واحدة منها.

ثانياً- إن ظاهرة اعتماد المؤسسات على بعضها تزيد من تعقيد تحليل تحديد السعر والإنتاج. ويفسر هذا في عدم قابلية المؤسسات على التنبؤ بشكل دقيق لردود الفعل المتوقعة للمنافسين الآخرين، مما يجعل من المستحيل تقرير الطلب والإيراد الحدي الذي يواجه المؤسسات. وبدون هذا كله ، لاستطيع المؤسسات تحديد مستويات السعر والإنتاج لتحقيق أقصى الأرباح. ورغم ذلك فهناك ميّزتان فيما يتعلق بالأسعار :

الأولى : إن أسعار السلع في هذه السوق تميل إلى عدم التذبذب أو التغير، كما هي الحال في الأسواق الأخرى.

والثانية : في حالة تغيير الأسعار، فمن المتوقع أن تغير المؤسسات أسعارها سوية، لذلك تختلف سياسة المنافسة السعرية. أما إذا ظهرت في بعض الأحيان، فإنها تأخذ شكل حرب الأسعار.

5 - ماهي الأشكال المعروفة لسوق احتكار القلة ؟

نظرا لأن سوق احتكار القلة هو أقرب الأسواق إلى سوق النفط العالمية، فإن التحليل من الناحية العملية يتطلب الدخول في تفاصيل هذه السوق لمعرفة خصوصيته أكثر فأكثر. وبذلك تظهر

ثلاثة أشكال رئيسية في هذه السوق وهي : حالة عدم وجود اتفاق بين منتجي احتكار القلة، حالة وجود اتفاق بين المنتجين في هذه السوق، وحالة وجود منتج مسيطر (القيادة السعرية).

(أ) حالة عدم وجود اتفاق بين منتجي احتكار القلة :

تعتبر هذه الحالة من أصعب الحالات واعدها حيث لا توجد بين المنتجين أية رابطة أو اتفاق مهما كان شكله، وهذا يعني سريان حالة المنافسة فيما بينهم. وإن صعوبة الحالة هذه تأتي في الواقع ليس فقط من خلال المتغيرات المختلفة التي تواجه كل منتج كالكميات المنتجة من قبله وأسعار البيع التي يقوم بتحديدها، بل إن سلوك هذا المنتج يتوقف أساسا على سلوك بقية المنتجين في نفس السوق.وهكذا يجب أن يدخل في اعتباره سلوك المنتجين الآخرين الذي يكون بأجمعه غير معروف من قبله، بل أنه يعتمد في تقديراته على افتراضات معينة تختلف من حالة إلى أخرى ومن وقت لآخر، وبالتالي فإن القرارات اللاحقة لهذا المنتج تعتمد بشكل رئيسي على الإفتراضات المذكورة الخاصة بالمنتجين الآخرين لنفس السلعة.

لذا فإن حالة عدم وجود اتفاق بين هؤلاء المنتجين تظهر فيها احتمالات عديدة، من أهمها :
أولاً - قيام المنتجين بشن حرب تنافسية فيما بينهم لأسباب مختلفة، لأن يرغب أحدهم باحتلال السوق بشكل كامل وتحويلها إلى سوق احتكارية أو سوق يقوم بقيادتها.

ثانياً رغبة منتج أو عدد من المنتجين بالضغط على البعض الآخر واجبارهم من أجل عقد اتفاق معين حول تحديد مقدار أو حصة الإنتاج أو تحديد الأسعار أو تقسيم الأسواق فيما بينهم.

ثالثاً - كما أن من أبرز حالات عدم الرغبة بالسيطرة وفرض آراء أو قرارات معينة، ظهور حالة حرب الأسعار (كما جرى في سوق النفط في نهاية عقد السبعينيات وفي منتصف عقد الثمانيات)

أيضاً). وبطبيعة الحال فقد ثبت أن سلوك خفض الأسعار (بشكل مباشر أو غير مباشر) يلحق الضرر الكبير بجميع المنتجين في هذه السوق بدون استثناء، ولا يستفيد منها سوى المستهلك.

رابعاً - وهناك وسائل أخرى يتنافس فيها المنتجون في هذه السوق، تتركز في أساليب الدعاية المختلفة، واتباع طرق منح الهدايا والعمولات والهبات للعملاء والوسطاء باختلاف درجات وأساليب عملهم وتتوسطاتهم.

ولقد أصبح من المتعارف عليه أن زيادة الأسعار وخفضها هي من أقرب الإحتمالات السائدة في

سوق احتكار القلة، حيث نرى أن أي منتج يعتقد بأنه إذا زاد سعر البيع، فإن بقية المنتجين سوف لن يقوموا بالمثل، بل يبقون على السعر السائد (المقرر سابقاً) من أجل الحفاظ على مستويات أرباحهم التي تعودوا على تحصيلها، بينما يخسر المنتج المذكور الكثير من زبائنه. ولكن من ناحية أخرى عندما يخفض المنتج سعر سلعته، فسوف يُغرى بقية المنتجين ويحفّزهم على خفض أسعارهم بعده مباشرة، وذلك خوفاً من أن يؤدي عمل المنتج المذكور إلى اجتذاب زبائنهم (في حالة الإبقاء على مستويات أسعارهم بدون تخفيض) وبالتالي حصول المنتج على نسبة لا بأس بها من أرباحهم. وهذا ما جرى في ظروف وأوقات عديدة من قبل الدول المنتجة للنفط الخام داخل الأوبيك أو خارجها.

ب) حالة وجود اتفاق بين المنتجين في سوق احتكار القلة :

تبرز هذه الحالة عندما يتم تنظيم عملية المنافسة التي تجري بين المنتجين في سوق احتكار القلة من أجل الإنفاق على وقف حالات المنافسة وحرب الأسعار فيما بينهم. وبذلك تظهر الإنفاقيات المختلفة فيما بين هؤلاء المنتجين على السياسات التي يجب اتباعها فيما يتعلق بالأسعار وكيفية ت الإنتاج (حصة الإنتاج) واقتسم الأسوق، أو على تحديد أجور العمال ضمن مشروعاتهم، أو في أسعار المواد الأولية. وتكون هذه الإنفاقيات عادة إما صريحة أو ضمنية، وكثيراً ما تجاوز

حدود ونطاق البلد الواحد لتشمل جميع المنتجين أو المشروعات القائمة على انتاج السلعة المتجانسة الواحدة في دول نامية كدول منظمة الأوببيك أو في بلدان رأسمالية كبرى لتكون الإحتكارات أو الكارتيلات الدولية كصناعات الطيران والنقل البحري والألمنيوم والمنتجات النفطية ... الخ)

ويجب أن نفرق بين هذه الحالة الإحتكارية لسوق معينة ضمن احتكار القلة وبين حالة الإحتكار الكامل، حيث أن المنتجين (المشروعات)

ضمن احتكار القلة يحتفظون بشخصيتهم وبظروفهم

الخاصة بهم، بنفس الوقت الذي يحتكرون فيه انتاج سلعة واحدة متجانسة احتكارا كلية. ويترتب على ذلك أن السياسات الإنتاجية والتسعيرية تتميز بعدها وجوه من أهمها ما يلي :

أولاً- إن السعر الذي تباع به السلعة المتجانسة في سوق احتكار القلة لا ينشأ عن إرادة منتج أو مشروع واحد هدفه تحقيق أقصى الأرباح، بل إن هذا السعر يتم تحديده بعد مفاوضات ومساومة ليست سهلة بين المنتجين أو المشروعات ضمن هذه السوق. لذلك لا يعتبر مستوى السعر المتفق عليه مناسبا ومحقا لرغبات أي منتج أو مشروع في تحقيق أقصى الأرباح، بل ينظر إليه على أساس أنه السعر الذي يمثل أقل الحلول شرّا، باعتبار أنه يجب المنتجين أخطار المنافسة وحرب الأسعار ذات العواقب الوخيمة والخسائر الفادحة.

ثانياً- إن السعر الذي يسود في هذه السوق لا يمكن أن يحقق للمنتج أو للمشروع أقصى ربح ممكن، وذلك لأنه يحرص قدر الإمكان على الإحتفاظ ببنسيبه في السوق وبكتيشه الذاتي، لكنه يعوّض هذه الحالة عن طريق فروقات تكاليف الإنتاج والنفقات التي يتطلبها نقل السلعة وبيعها

للمستهلكين مع بعض الإمتيازات. أما في حالة الإحتكار الكامل لصناعة أية سلعة، فإن المنتج لا يكون مقيدا بالقيود التي ورد ذكرها، بل أنه بكل بساطة يكيف سياساته الإنتاجية والتسعيرية والتسويقية بأقل التكاليف ضمن المشروعات الأكثر انتاجية ليحقق أقصى الأرباح بطبيعة الحال.

ثالثاً- كما أن هنالك اعتبارات تجعل احتكار القلة أقل فعالية في تحقيق أقصى الأرباح الممكنة،

ومن أهم هذه الإعتبارات مقدار التكاليف المتغيرة التي يضطر كل منتج لقبولها نتيجة تعدد الوحدات أو المشروعات المنتجة ورغبة كل منها في الإحتفاظ بشخصيتها. لذلك فإن جميع أنواع النفقات

الإدارية التي يقوم المشروع بانفاقها كالرواتب والأجور وتكليف النقل والتوزيع والرسم والضرائب ومصاريف الإعلان الدعاية يتحملها هذا المشروع لوحده ، بينما تختلف الوضعية في حالة الإحتكار الكامل حيث يتحملها المنتج أو المشروع المحكر لوحده بطبيعة الحال . وتبرز في الواقع حالتان للاتفاق بين المنتجين ضمن سوق احتكار القلة ، حيث أن لكل حالة منها لها خصوصيتها وتفرعاتها ، وذلك كما يلي :

أولاً - حالة التنسيق فقط بين المنتجين أو المشروعات :

تحصل هذه الحالة عند عدم تمكّن المنتجين أو المشروعات من الإتفاق التام حول السياسات الإنتاجية والسعريّة ، حيث تبرز حالات إتفاق جزئي فيما بينهم تتعلق بتقسيم الأسواق ، أو تحديد سعر موحد يلتزم به كل المنتجين ، بحيث يحتفظ كل واحد منهم بإدارته المستقلة وشخصيته المعروفة في السوق . وبذلك فإن تحديد مستوى السعر في هذه الحالة يختلف عن طريقة تحديده ضمن الكارتييل في الحالة اللاحقة .

وعادة يكون هدف المنتجين في حالة التنسيق الجزئي فيما بينهم ، تحقيق أقصى مقدار ممكّن من الأرباح ، ولكن هناك اختلافا واضحا من حيث أن كل منتج منهم يكون أمامه منحنى طلب خاص به ، وهذا المنحنى يعتبر جزءا من منحنى الطلب الكلي على صناعة السلعة المتGANسة نفسه ،

ا

كما يكون لهذا المنتج أيضا منحنى التكلفة الحدية الخاص به . لذلك فإن كل منتج يحاول بطبيعة الحال إنتاج كمية السلعة التي تتساوی عندها تكافته الحدية مع إيراده الحدي ، وهي المرحلة التي تحقق له أقصى ربح ممكن .

ولكن يجب على هذا المنتج في الوقت نفسه أن يراعي الإتفاق الذي قام بعده مع بقية المنتجين للسلعة ذاتها ضمن احتكار القلة ، وذلك فيما يتعلق بشكل خاص بالسعر الذي يبيع به ، وحصته من الكميات المنتجة ضمن ذلك الجزء من الطلب على الصناعة نفسها ككل . وبالتالي فإن ربح كل منتج يختلف بطبيعة الحال عن أرباح بقية المنتجين وذلك استنادا إلى مستوى السعر الذي

تم الإتفاق عليه ، وتبعا لحصة كل منتج والطلب الحاصل على هذه الحصة ، ومن ثم اعتمادا على مستوى تكاليفه الحدية التي تختلف كما قلنا عن التكاليف الحدية لبقية المنتجين .

ثانياً - حالة الإتفاق التام أو الكارتييل (Cartel)

إن حقيقة حالة الاتفاق التام [الكارتيل] تبرز في وجود حالة احتكار سلعة واحدة متجانسة، بهدف تحقيق أقصى مقدار ممكّن من الأرباح للمنتجين أو المشروعات المنضوية تحت راية الكارتيل من خلال تركيز السلطة لاصدار أهم القرارات إلى رابطة أو سلطة مركزية لهذا الكارتيل. وتسعى إدارة الكارتيل دائمًا إلى محاولة التقليل قدر الإمكان من التكاليف الكلية لصناعة السلعة التي يتقاسم إنتاجها هؤلاء المنتجين أو المشروعات أعضاء الكارتيل، بحيث أن كلاًّ منهم ينتج كمية أو قسمًا معيناً من السلعة بحيث تتساوى عندها التكاليف الحدية لكل أعضاء الكارتيل، وبالتالي يتم تقسيم الأرباح فيما بينهم كما هو متوقع عليه. ونتيجة لكل هذه العمليات المتفق عليها بين أعضاء الكارتيل، فإن مستوى السعر يتحدد بشكل مقارب لتحديد في حالة الإحتكار الكامل. ويكون الكارتيل عادةً من نوعين رئيسين هما: الكارتيل المركزي وكارتيل المشاركة السوقية، حيث نوضح أهم خصائصهما فيما يلي:

١) الكارتيل المركزي :

يتّصف الكارتيل المركزي بسيطرة كاملة على المشروعات أو المنتجين المكوّنين لهذا الكارتيل، ويكون هدفه الأساسي تعظيم أرباحية أعضائه المنتجين لسلعة واحدة متجانسة. ويتحقق هدف هذا

ا

الكارتيل من خلال إتخاذ القرارات الإنتاجية والتسعيرية والتوزيعية بين الأعضاء المنتجين، حيث يتحدد مقدار إنتاج كلّ منهم ليتم تسويقه مركزيًا من قبل الهيئة المركزية. كما يتم في الوقت نفسه تحديد أسعار السلعة المتجانسة المنتجة، وذلك من وجهة نظر مستهلكيها، وبالتالي يتم توزيع الأرباح على أعضاء الكارتيل. علمًا بأن الهيئة المركزية تتكون من ممثلّي المنتجين أو المشروعات الإنتاجية، حيث تتخذ كلّ القرارات بالاتفاق مع رغبات جميع الأعضاء فيه.

٢) كارتيل المشاركة السوقية :

يعتبر كارتيل المشاركة السوقية أقرب إلى حدّ كبير من الكارتيل المركزي، حيث أن المنتجين والمشروعات المكونة له تتفق على اقتسام السوق فيما بينها وذلك في ظل توافر الحرية لكل منتج جاؤ مشروع في إتخاذ قراراته الإنتاجية والتسعيرية والبيع. ويوجّد في الواقع نوعين من هذا الكارتيل

هما: كارتيل المشاركة السوقية في ظل عدم التنافس السعري بين أعضائه، ثم كارتيل المشاركة

السوقية في ظل اقتسام سوق السلعة.

(أولاً) – كارتييل المشاركة السوقية في ظل عدم التنافس السعري :

يتصف هذا الكارتييل بوجود مشاركة سوقية بالإتفاق فيما بين المنتجين المحتكرين على مستوى سعرى للسلعة، بينما يترك لكل منتج منهم بيع أية كمية ينتجها بموجب هذا السعر. ويتم عادة تحديد السعر من خلال المساواة بين الوحدات الإنتاجية ذات التكاليف الأقل لتحديد الحد الأدنى للسعر وبين الوحدات الإنتاجية ذات التكاليف الأعلى لتحديد الحد الأعلى للسعر. وبذاك يمكن لأعضاء هذا الكارتييل تحقيق مقدار من الربح استناداً إلى مستوى السعر المحدد فيما بينهم. كما أن لكل منتج عضو في هذا الكارتييل حرية تحسين نوعية انتاجه ووضع السياسات التسويقية والتوزيعية الخاصة به، وذلك من أجل الحصول على أكبر قدر ممكن من الطلب السوقى من خلال الوسائل المتاحة للإعلان والدعاية والوسطاء ... الخ

(ثانياً) – كارتييل المشاركة السوقية في ظل اقتسام سوق السلعة :

يتصف هذا النوع من كارتييل المشاركة السوقية بالإتفاق بين المنتجين أو المشروعات على تحديد إنتاج كل منهم ومبيعاته في السوق في الوقت نفسه، حيث يتم ذلك من خلال تقسيم طلب السوق ككل على السلعة التي ينتجونها فيما بينهم. وعندما تتساوى التكاليف الإنتاجية لاثنين من المنتجين

في ظل هذا الكارتييل، فإن كل منتج منها يحصل على مقدار من الطلب الكلي على السلعة مساواً لما يحصل عليه المنتج الآخر.

ويترتب عادة على دخول منتجين جدد أو مشروعات جديدة إلى نفس الصناعة إلى انهيار هذا الكارتييل المقام بين الأعضاء الأصليين، وذلك لسبب رئيسي هو زيادة الإنتاج للسلعة نفسها مما يؤدي بشكل حتمي إلى انهيار مستوى السعر المحدد سابقاً. وفي الوقت نفسه، فإن دخول المنتجين الجدد إلى هذا الكارتييل يؤدي عادة إلى انتقال منحني التكاليف الحدية للصناعة ككل، ويترتب على ذلك بطبيعة الحال انخفاض مستوى الأرباح للكارتييل. وهذا مما يدفع ببعض المنتجين إلى الخروج من هذا التكتل، حيث تزداد مرونة الطلب التي يواجهها عن مرونة الطلب التي تواجهه

جميع المنتجين ضمن الكارتيل عند السعر المحدد من قبلهم، وبالتالي زيادة الإيراد الحدي لهؤلاء المنتجين عن الإيراد الحدي للكارتيل ككل.

ج) حالة احتكار القلة بوجود منتج مسيطر (القيادة السعرية):

يبرز في هذه الحالة منتج أو مشروع يتميز ببعض الخواص أو المميزات التي تعطيه الأفضلية أو الحق بالسيطرة على احتكار القلة لإنتاج سلعة واحدة متاجنة، وهذا مالا يتوفّر عند بقية المنتجين أو المشروعات. لذلك فإن المنتج المسيطر يقوم بإنتاج كميات السلعة التي تحقق له أكبر ربح ممكن، لتمتعه بالمميزات المذكورة، وذلك عندما تتساوى تكلفته الحدية مع إيراده الحدي. وبالتالي فإن بإمكانه أن يؤثر على مستوى السعر الذي يبيع به والذي يتاسب مع كل من تكلفته الحدية وإيراده الحدي. بينما نرى بقية المنتجين تتبع المنتج المسيطر وتتسق سياساتها الإنتاجية والتسويقية بالشكل الذي يتاسب مع مستوى السعر الذي يبيع به المنتج أو المشروع المسيطر. ويثار في بعض الأحيان تساؤل يتعلق بحالة المنتج المسيطر وامكانية تحوله إلى محتكر كامل. لكن من خلال الإجابة على هذا التساؤل تبرز ميزتين لهذا المنتج المسيطر ليس من مصلحته تجاوزها لكي يصبح محتكرًا. وأولى هاتين الميزتين هي أنه بقيادته لسوق السلعة المعنية فإنه يحصل على ايجابيات المحتكر، وثانيهما أنه بوضعه الحالي يتقادى القوانين أو الأنظمة التي تصدرها العديد من الدول فيما يتعلق بمحاربة الاحتكار لأسباب عديدة.

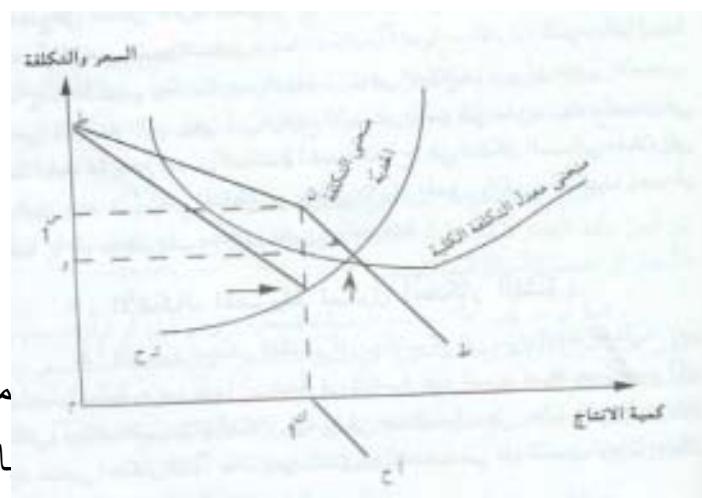
ويوجد أنواع عديدة من نماذج القيادة السعرية ضمن احتكار القلة، حيث يبرز من أهمها : (1) القيادة السعرية بواسطة المشروع (المنتج) ذو التكلفة الأقل، (2) القيادة السعرية بواسطة المشروع المسيطر أو المنتج الكبير، و(3) القيادة السعرية من خلال تقسيم الطلب السوقى.

6 – كيف يتحقق توازن المشروع في سوق احتكار القلة ؟

ان التحقق من توازن المشروع الانتاجي في سوق احتكار القلة ، يبرز السؤال المهم التالي :
كيف يحدّد المشروع سعر منتجه والكميات المنتجة منه لتحقيق أكبر الأرباح ؟
من خلال الشكل البياني التالي رقم (12 – 2)، تظهر منحنىات الكلفة الاعتيادية والطلب المتكتّس والإيراد الحدي المتقطع. ويلاحظ بأن منحنى التكاليف الحدية (ت ح) يجب أن

يتقاطع مع منحنى الایراد الحدي (أح) خلال الجزء المقطوع من المنحنى الأخير (أح)، وإلا فلن يكون هناك توازن في السعر السائد (س1) وهكذا. ولكي يستطيع المشروع تحقيق أكبر الأرباح، يجب أن ينتج من سلعته مامقداره (م ك1)، لكي يستطيع بيعه بالسعر (س1)، حيث يكون مقدار التكاليف مساوياً للمساحة (م د هـ ك1) ومجموع الایراد الكلي يساوي المساحة (م س1 ن ك1). وبما أنه من غير المرجح لأي مشروع أن يقوم بتخفيض سعره كما ورد سابقاً، فإنه يحصل على ربح اقتصادي فائض مساو للمستطيل (د س1 ن هـ). ومن هذا يتضح أن هناك شيء من عدم المرونة في الأسعار السائدة في هذه السوق، ويعود ذلك إلى الأسباب التالية :

شكل بياني رقم (12 – 2)
توازن المشروع في سوق احتكار القلة



منافسة سعره. وبما
ادئ برفع سعره

أولاً : عدم قيام المشار
أن الطلب على سلعة ا
ستتخفض.

ثانياً : إذا خفض المشروع سعره، فلن تجاريه المشاريع الأخرى في نفس التصرف. وبما أن منحنى الطلب على السلعة التي ينتجهما المشروع المعنى غير من نسبياً، فإن ايرادات المشروع

ستتخفض كذلك. إضافة إلى احتمال قيام حرب سعرية بين المشاريع كلما حاول المشروع تخفيض سعره تكراراً حيث سيكون أقل مستوى في السوق، وهذا سيؤدي إلى احداث ضغط عام على المشاريع كلها وإلى تسابق في تخفيضات متتالية في الاسعار، وهو ليس في صالح أحدهم بطبيعة الحال.

ثالثاً : يمكن لمنحنى التكلفة الحدية (ت ح) أن يتغير ضمن الفجوة أو الانقطاع في منحنى الایراد

الحدى (أ ح)، دون أن يؤدي ذلك إلى إحداث تغيير في السعر أو الانتاج اللذين تتساوى فيما

التكليف الحدية مع الايراد الحدي وتکبر فيهما الأرباح. وهذا يعني إمكانية حدوث تغييرات في التكاليف دون أن تتغير الأسعار. والشيء الوحيد الذي يؤدي إلى ارتفاع الأسعار يكمن في حدوث زيادة كبيرة في التكاليف، مما يدفع بمنحنى التكلفة الحدية (ت ح) في الشكل البياني أعلاه إلى مستوى يعلو على الجزء المتقطع من منحنى الايراد الحدي. ولكن حالة كهذه يجب أن تكون عامة، وليس على مستوى مؤسسة واحدة فقط.

أسئلة للمراجعة

- 1) كيف يمكنك أن توضح مفهوم "احتكار القلة" بشكل عام ؟
- 2) كيف تحلل أهمية سوق احتكار القلة بالنسبة للمنتجين والمستهلكين في آن واحد ؟
- 3) كيف توضح الشروط المطلوبة لقيام سوق احتكار القلة ؟
- 4) كيف توضح أوجه الشبه والإختلاف بين سوق احتكار القلة وسوق المنافسة الإحتكارية ؟
- 5) كيف يمكن أن تتحدد الأسعار في سوق احتكار القلة ؟

- 6) كيف توضح صيغة الأشكال المعروفة لسوق احتكار القلة ؟ وما هو أفضل شكل فيها من وجهة نظر المشروع الإنتاجي ؟
- 7) كيف توضح حالة وجود اتفاق بين المنتجين في سوق احتكار القلة ؟
- 8) كيف توضح وضعية التنسيق بين المشروعات الإنتاجية التي تعمل في ظل سوق احتكار القلة ؟
- 9) كيف تظهر حالة (الكارتيل) في الحياة العملية ؟ وهل يمكنك طرح مثل واقعي لها ؟
- 10) كيف يمكنك أن تقارن بين حالة (الكارتيل المركزي) وحالة (كارتيل المشاركة السوقية) في ظل سوق احتكار القلة ؟
- 11) كيف توضح حالة عدم وجود اتفاق بين منتجي احتكار القلة ؟
- 12) كيف تفسر حالة احتكر القلة بوجود منتج مسيطرا ؟
- 13) هل يمكن للمنتج المسيطر في سوق احتكار القلة أن يتحول إلى محترك كامل السوق ؟
- 14) كيف يمكن أن يتحقق توازن المشروع الإنتاجي في سوق احتكار القلة ؟