جامعة العقيد آكلي محند أولحاج- البويرة-
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم المالية والمحاسبة

عنوان المطبوعة:

محاضـرات في مدخل لعلم الاقتصاد

موجهة لطلبة السنة الأولى(السداسي الأول) ليسانس- جذع مشترك-

من إعداد الأستاذة: لصاق حيزية

السنة الجامعية: 2017-2018

جامعة العقيد آكلي محند أولحاج- البويرة-
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم المالية والمحاسبة

عنوان المطبوعة:

محاضـرات في مدخل لعلم الاقتصاد

موجهة لطلبة السنة الأولى(السداسي الأول) ليسانس- جذع مشترك-

من إعداد الأستاذة: لصاق حيزية

السنة الجامعية: 2017-2018

فهرس المحتويات

العنوان	رقم الصفحة
المحور الأول: مفاهيم اقتصادية عامة	7-1
أولا: تعريف علم الاقتصاد وعلاقته بالعلوم الأخرى	01
1- تعريف علم الاقتصاد	01
2- علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى	03
ثانيا: أنواع وأساليب التحليل الاقتصادي	06
1- أنواع التحليل الاقتصادي	06
2- أساليب التحليل الاقتصادي	06
المحور الثاني: المشكلة الاقتصادية (موضوع علم الاقتصاد)	13-8
أولا: تعدد الحاجات البشرية	08
ثانيا: ندرة الموارد الاقتصادية: (وسائل إشباع الحاجات)	10
ثالثا: أركان المشكلة الاقتصادية	12
ثالثا: خصائص المشكلة الاقتصادية	13
المحور الثالث: أنماط حل المشكلة الاقتصادية (الأنظمة لاقتصادية)	18-14
أولا: النظام الاقتصادي الرأسمالي	16
ثانيا: النظام الاشتراكي: (الاقتصاد المخطط)	17
المحور الرابع: الإنتاج	34-19
أولا: مفهوم الإنتاج	19
ثانيا: عوامل الإنتاج	20
ثالثا: دالة الإنتاج	21
رابعا: تكاليف الإنتاج	24
خامسا: إيرادات الإنتاج	33
المحور الخامس: الأسواق الاقتصادية	45-35
ولاً : المنافسة الكاملة	35

ثانياً: الاحتكار التام	41
ثالثا: أنواع أخرى للسوق	44
المحور السادس: الإستثمار	64-46
أولا: مفهوم الاستثمار ومبادئه	46
ثانيا: دالة الاستثمار	49
ثالثا: محددات الاستثمار	50
رابعا: دوافع الاستثمار	57
خامسا: أهمية الاستثمار	58
سادسا: التصنيفات المختلفة للاستثمار	60
المحور السابع: الاستهلاك والادخار	90-67
أولا: الاستهلاك	67
1- مفهوم الاستهلاك	67
2- دالة الاستهلاك	66
3- أنواع الاستهلاك	71
ثانيا: الادخار	72
1- مفهوم الادخار	72
2- الادخار في الفكر الاقتصادي	72
3-دالة الادخار	76
4- دوافع الادخار	85
5- أنواع الادخار	86
6- أهمية الادخار والعوامل المؤدية إلى عرقلته	88
المحور الثامن: التوزيع	100-91
أولا: مفهوم التوزيع	91
ثانيا: أهمية التوزيع	92
ثالثا: أهداف التوزيع	93
رابعا: وظائف التوزيع	94
خامسا: عناصر التوزيع	96

سادسا: قنوات التوزيع ووظائفها	97
سابعا: إستراتيجية التوزيع	99
المراجع	101

مقدمة:

يعتبر علم الاقتصاد أحد أهم فروع المعرفة الإنسانية، والمتعلق بسلوك الإنسان الاقتصادي، إذ يعتبر من العلوم الاجتماعية المهمة التي تعنى بحياة المجتمعات وعلى مستوى الأفراد والجماعات والدول، فهو يلامس حياة الإنسان بكل جوانبها، سواء كان ذلك في الماضي أم في الحاضر، أم في المستقبل، لذا تعددت تعاريفه ووظائفه في كل مرحلة من مراحله التاريخية.

وعلى هذا الأساس تهدف هذه المطبوعة إلى تعريف الدارسين بعلم الاقتصاد والأدوات التحليلية المستخدمة فيه، حيث تشتمل على كل ما يتعلق بأساسيات علم الاقتصاد ليكون مرجعا كافيا وشافيا للطالب، حيث تتضمن عرضا شاملا ومبسطا لموضوعات علم الاقتصاد في ثمان محاور هي كالآتي:

- ✓ المحور الأول: مفاهيم اقتصادية عامة
- ✓ المحور الثاني: المشكلة الاقتصادية (موضوع علم الاقتصاد)
- ✓ المحور الثالث: أنماط حل المشكلة الاقتصادية (الأنظمة لاقتصادية)
- ✓ المحور الرابع: الإنتاج
- ✓ المحور الخامس: الأسواق الاقتصادية
- ✓ المحور السادس: الاستثمار
- ✓ المحور السابع: الاستهلاك والادخار
- ✓ المحور الثامن: التوزيع

المحور الأول: مفاهيم اقتصادية عامة

من أجل التوصل إلى تحديد واضح الموضوع علم الاقتصاد والذي يتمثل في المشكلة الاقتصادية وعناصرها المتعددة نجد من الضروري أن نوضح أولا تعريفا لهذا العلم وعلاقته بالعلوم الاجتماعية الأخرى، ومناهج البحث المطبقة في دراسة الظواهر الاقتصادية من أجل التوصل إلى القوانين والتعميمات اللازمة لحل المشكلة الاقتصادية.

أولا: تعريف علم الاقتصاد وعلاقته بالعلوم الأخرى

1- تعريف علم الاقتصاد: الأصل اللغوي لعلم الاقتصاد في الحضارة الإغريقية علم قوانين الاقتصاد المنزلي، "القوانين والنظريات التي تنظم اقتصاد الأسرة"، وفي العصر الحديث كنتيجة للتطور الفكري أصبح مفهومه القوانين التي تنظم اقتصاد الدولة غير أنه لا يوجد تعريفا شامل وكامل يغطي كل مجالات علم الاقتصاد، ويرضي كل علمائه، ومع ذلك فإن عددا من الاقتصاديين المهتمين بنطاق علم الاقتصاد، قد وجهوا اهتمامهم نحو صياغة تعاريف تحليلية تختص بأوجه معينة لها صفة العمومية عند دراسة الاقتصاد ورد أبرزها فيما يلي:

لقد عرفه الفيلسوف أدم سميث Adam Smith في كتابه دراسة في طبيعة وأسباب ثروة الأمم عام 1776 بأنه "هو علم دراسة الثورة، وقد وجه النقد لهذا التعريف لتركيزه واهتمامه بالثورة وحدها وإهماله للإنسان الذي يقدر المعنى الحقيقي للثورة[1].

أما الاقتصادي الانجليزي الفرد مارشال Alfred Marshal في كتابه مبادئ الاقتصاد المنشور عام 1890 فقد عرفه بأنه: "علم دراسة سلوك الإنسان في حياته اليومية فيما يتعلق بإنتاج الثورة وتبادلها وإنفاقها وتبعا لرأي مارشال فغن الاقتصاد يركز على دراسة رفاهية الفرد المادية التي يحصل عليها من استخدام دخله[2] وقد لاقى التعريف قبولا واسعا، لحين ورود تعريف لونيل روبنز Lionel Robins والذي أصبح أساسا لعلم الاقتصاد الحديث حيث عرفه

(1)-عبد الغفور إبراهيم احمد، مبادئ الاقتصاد والمالية العامة، دار زهران للنشر، الأردن، 2013، ص4.

(2)- عبد الرحمان يسرى، مقدمة في الاقتصاد الدار الجامعية، مصر، 2008، ص16.

بأنه: «علم الاقتصاد يعني دراسة النشاط الانساني في سعيه لإشباع حاجاته الكثيرة المتزايدة بواسطة موارده المحدودة[1]».

وأخيرا فقد عرفه الاقتصادي ساموبلسون Samuelson بأنه «دراسة لكيفية التي يختار بها الأفراد والمجتمع الطريقة التي يستخدمون بها مواردهم الإنتاجية النادرة لإنتاج مختلف السلع، على مدى الزمن وكيفية توزيع هذه السلع على مختلف الأفراد والجماعات في المجتمع بغرض الاستهلاك الحاضر والمستقبل»[2].

والواضح من التعريفات السابقة أن علم الاقتصاد شأنه شأن العلوم الأخرى يحفل بالعديد من التعاريف بحيث يمكن القول أن عددها قد يقترب من عدد الكتاب المنضرين لهذا العلم، والذي يعني بشكل أو بآخر دراسة المشكلة الاقتصادية.

وعليه فمن مجموع التعريفات السابقة، وفي محاولة لوضع تعريف يوضح طبيعة العلم وموضوعه، وعناصر المشكلة الاقتصادية محل دراسته يمكن القول أن:

«علم الاقتصاد هو ذلك العلم الاجتماعي الذي يدرس ما هو مشاهد في الحياة الواقعية من ندرة نسبية في الموارد القابلة لإشباع الحاجات المتعددة للفرد والمجتمع، وطرق استخدام تلك الموارد المحدودة على أفضل نحو مستطاع من أجل تحقيق أقصى اتساع ممكن لهذه الحاجات وما ينشأ عن ذلك من علاقات متطورة تاريخيا، بين أفراد المجتمع الإنساني، خاصة فيما يتعلق بالملكية والتوزيع[3]».

ويمكن أن نستنتج من هذا التعريف أنه:

- ❖ وضح طبيعة العلم، علم اجتماعي.
- ❖ بين هده العلم: التوصل إلى تحقيق أكبر إشباع ممكن لحاجات الفرد والمجتمع.

---

(1)-حمدي احمد العناني: أساسيات علم الاقتصاد، الدار المصرية اللبنانية، مصر، دون سنة نشر، ص10.

(2)- عبد الغفور ابراهيم احمد، مرجع سبق ذكره، ص4.

(3) - أحمد جامع: النظرية الاقتصادية، الجزء الأول، التحليل الاقتصادي، دار النهضة العربية، مصر، 1984، ص4.

أشار إلى موضوع العلم: المستعلمة الاقتصادية والتي تتمثل في التناقض بين الموارد المتاحة (والنادرة) والحاجات واجبة الإشباع (والمتعددة).

جمع في إيجاز عناصر المشكلة الاقتصادية: طرق الإنتاج، الموارد، الاستهلاك، كيفية التملك، التوزيع.

وهكذا فعن محور علم الاقتصاد يتلخص في أمرين هما:

- ❖ عناصر المشكلة الاقتصادية والعلاقات المختلفة التي تنشأ بين أفراد المجتمع وهم في مجال حل هذه المشكلة.

2- علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى:

هناك ارتباط وثيق بين أوجه المعرفة المختلفة، وعليه فإن التطورات التي تحدث في أحد المعارف تؤثر في المعارف الأخرى، إذن فعن هناك علاقة وثيقة وتفاعل متبادل بين علم الاقتصاد والعلوم الأخرى، كالتاريخ والسياسة والأخلاق والجغرافيا والرياضيات والإحصاء وغيرها فكل علم من هذه العلوم يترك بصمة واضحة في ميدان الاقتصاد سواء من الناحية النظرية والتطبيقية. سنحاول إيضاح العلاقة بين علم الاقتصاد وبعض العلوم الأخرى.

أ- علاقة علم الاقتصاد بعلم الاجتماع: علم الاجتماع هو الدراسة العلمية للوقائع الاجتماعية بين الأشخاص أو بين المجتمعات أو بين الطبقات داخل المجتمع الواحد من حيث السلوك والعادات[1].

إن العلاقة بين علم الاجتماع وعلم الاقتصاد تمكن فيما يعرف علم الاجتماع الاقتصادي، وهو فرع خاص في علم الاجتماع يهتم بالمعرفة الضرورية الخاصة بالإطار الاجتماعي الذي يمارس في ظله النشاط الاقتصادي، ومن ثم فهو يبين بدقة الشروط التاريخية والهيكلية التي تعمل في ظلها مختلف القوانين الاقتصاديين، وعليه فعلم الاجتماع يدرس الظواهر الاجتماعية بشكل عام، أما علم الاقتصاد يدرس واحدة من هذه الظاهر كما أن علماء

(1)- خبابة عبد الله، بلاطة مبارك، أساسيات في الاقتصاد العام، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2010، ص21.

الاجتماع لا يمكنهم أن يقوموا بدراستهم إذا لم يتزودوا بالمعرفة الاقتصادية في جوانبها المختلفة[1].

ب- علاقة علم الاقتصاد بالسياسة

من الأمور الهامة التي يجب أن يكون قادر الاقتصادي على الإلمام بها، القرارات والتطورات السياسية، حيث أن الهدوء السياسي والاستقرار من أهم مقومات الانتعاش الاقتصادي في أي مجتمع، ومن المعروف أن مرد الكثير من الحروب والنزاعات الدولية أو الداخلية يكون مردها اقتصاديا، حيث أن عدم توفر الاستقرار السياسي يمكن أن يدفع بالاقتصاد إلى حافة الانهيار، فمن خلال السياسة تحدد الغايات التي تسعى إليها الدولة وبالتالي يستطيع الاقتصاد أن يقدم أفضل النظم لتحقيق تلك الغايات، ويلاحظ من هذا انه من الصعب جدا الفصل بين السياسة والاقتصاد، وخاصة أنه إلى وقت قريب كان علم الاقتصاد يدرس تحت اسم الاقتصاد السياسي[2]. وعليه فالمحلل الاقتصادي لا يستطيع إغفال العوامل السياسية، وكذلك المحلل السياسي لا بد أن يكون ذا إلمام كامل بعلم الاقتصاد.

ت- علاقة علم الاقتصاد بعلم النفس:

يهتم علم النفس بدراسة سلوك وتصرفات الإنسان والدوافع التي تكمن وراء تلك التصرفات، لذلك يهتم الباحث الاقتصادي بمعرفة سلوك الفرد عند قيامه بنشاطاته المختلفة، والتي تكمن في إشباع الحاجات والرغبات المختلفة والمتجددة، وبعد التعرف عليها يقوم الباحث باستقطاب المستهلكين من خلال التأثير عليهم بالأساليب المختلفة كالدعاية والإعلان[3].

ث- علاقة علم الاقتصاد بالقانون:

يعتبر القانون هو الإطار الذي يتم في داخله النشاط الاقتصادي فهو يحدد طبيعة العلاقات بين الأفراد بعضهم ببعض من جهة وبين الأفراد والدولة من جهة أخرى، وعادة يعمل

---

(1)- علي خالفي، المدخل إلى علم الاقتصاد، دار أسامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص30.

(2)- محمد الوادي وآخرون، الأساس في علم الاقتصاد، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص29.

(3)- محمد طاقة او آخرون، أساسيات علم الاقتصاد الجزئي والكلي، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص31.

علم القانون على دراسة الجوانب ذات الأهمية في الحياة الاقتصادية والعمل على تحليلها ووضع القوانين الملزمة للأفراد والمعاملات الاقتصادية فمثلا تنظيم الدولة للأسواق وفرض الرسوم، والجمارك والتدخل في تنظيم الأسواق المالية، أو حتى تحديد سعر الفائدة كل ذلك له أثر في الحياة الاقتصادية لأي مجتمع[1].

ج- علاقة علم الاقتصاد بعلم التاريخ:

تربط علم الاقتصاد علاقة وطيدة بعلم التاريخ فقد الأخير يستطيع أن يوفر للاقتصادي التجارب المختلفة التي مرت بها الأمم السابقة وكيفية التغلب على المشاكل التي كانوا يواجهونها ومحاولة تطبيق مما يمكن الاستفادة منه للتغلب على المشاعر والمصاعب الحالية، وتجنب ما قد تم تجربته وأثبت فشله.

ح- علاقة علم الاقتصاد بالرياضيات:

يعتمد علم الاقتصاد على الرياضيات من فهم وحل العديد من المشكلات التطبيقية المعقدة التي تتعرض الباحث الاقتصادي أثناء تحليله للظواهر الاقتصادية حيث يلجأ الباحث الاقتصادي إلى الاعتماد البرهان الرياضي من خلال الاعتماد على معادلات رياضية تربط المتغيرات الاقتصادية في علاقة رياضية صحيحة تسمح باتخاذ القرارات السليمة لحل المشكلات الاقتصادية المختلفة التي تواجه أي اقتصاد.

خ- علاقة علم الاقتصاد بالإحصاء:

يوجد العديد من الظواهر الاقتصادية تعتمد بشكل رئيسي على استخدام الجداول والبيانات الإحصائية، حيث يتم فيما بعد تحويل تلك الظواهر إلى قيم عددية يمكن التعامل معها من خلال التحليل والتصنيف والتمكن من **علاقة** الوصول إلى أدق النتائج وكمثال يمكن ذكر الاقتصاد القياسي والذي يتم فيه الاعتماد تماما على الأساليب الإحصائية المختلفة[2].

(1)- محمود الوادي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص31.

(2)- محمد طاقة، مرجع سبق ذكره، ص31.

ثانيا: أنواع وأساليب التحليل الاقتصادي

يعتبر التحليل الاقتصادي المنهاج العلمي للبحث الاقتصادي والذي يتيح أدوات وأساليب عديدة تساعد الاقتصادي في استنتاج قوانين وقواعد النظرية الاقتصادية.

2- أنواع التحليل الاقتصادي:

يميز الاقتصاديون عادة بين قسمين أساسيين للتحليل الاقتصادي هما:

أ-التحليل الاقتصادي الجزئي (الوحدوي): يهتم التحليل الاقتصادي الجزئي (الوحدوي) يهتم التحليل الاقتصادي الجزئي (الوحدوي) Microeconomics بتحليل سلوك الوحدات الاقتصادية المكونة للاقتصاد الوطني[1]. ومن ثم فهو يهتم بدراسة وتحليل سلوك الوحدات الاستهلاكية والتي تتمثل في المستهلك ويهتم بدراسة سلوك الوحدات الإنتاجية المنتجين للسلع والخدمات ويهتم بتحليل سوق سلعة او خدمة معينة.

ب- التحليل الاقتصادي الكلي (التجميعي):

بدراسة وتحليل الاقتصاد الوطني في مجموعة أو القطاعات الكلية الكومنة له، فهو يهتم بتحليل هيكل الاقتصاد الوطني، من خلال دراسته وتحليله للمتغيرات الاقتصادية الكلية مثل الناتج الوطني والمتغيرات الاقتصادية الكلية مثل الناتج الوطني والمتغيرات المكونة له، كالاستهلاك الكلي، والاستثمار الكلي، وكذلك يهتم بمستوى التوظيف الكلي التضخم ومسبباته، وغير ذلك من الظواهر الاقتصادية التي لها أثر كلي.

2- **أساليب التحليل الاقتصادي:** يمكن تقسيم أساليب التحليل الاقتصادي إلى أسلوبين رئيسيين هما: [2]

أ- الطريقة الاستنتاجية (الاستنباطية): بناء على هذه الطريقة يعمل الباحث على وضع المبادئ والفروض العامة في سبيل الحصول على تعميم يمكن من خلاله تفسير الظاهرة

---

(1)- طلعت الدمرداش، مبادئ في الاقتصاد، مكتبة القدس، مصر، 2005، ص21.

(2)- محمد الوادي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص32.

الاقتصادية أي انه يتم من خلال هذه الطريقة استنتاج قضايا خاصة من قضايا عامة ومحاولة الوصول إلى المجهول من المعلوم، والاعتماد على الأحكام الكلية للوصول إلى الأحكام الجزئية.

ب- الطريقة الاستقرائية: يتم من خلال الاعتماد على هذه الطريقة للوصول إلى أحكام عامة من خلال تصميم أحكام خاصة، فيعمل الباحث الاقتصادي بملاحظة عدد من الحقائق التي ينتجها فرد محدد أو عدد من الأفراد داخل أي مجتمع اقتصادي ثم يقوم بتعميم ما توصل إليه من نتائج.

وسواءً كان الأسلوب المستخدم استنباطي أو استقرائي فالتحليل الاقتصادي لا بد وان يشتمل على الأشكال التالية:

- **الأسلوب الوصفي**: ينطوي هذا الأسلوب على من التحليل الاقتصادي على تحليل الظواهر الاقتصادية بطريقة وصفية لفظية، فمثلا يمكن القول بان "هناك علاقة عكسية بين تغير السعر والكمية المطويين من السلع العادية[1]، حيث يفيد هذا النوع من التحليل في تحليل العلاقات الاقتصادية التي يصعب سياستها في صورة كمية.
- **الأسلوب الرياضي:** فإنه يقوم على استخدام الأدوات الرياضية كالمعدلات والرموز الجبرية والهندسية في التعبير عن العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية، وكذلك في التعبير عن التأثيرات المتبادلة بين هذه المتغيرات، وقد أدى التطور في هذا النوع من التحليل إلى نشأة فرع مستقل من الاقتصاد هو الاقتصاد الرياضي.
- **الأسلوب القياسي:** يقوم على استخدام أدوات علم الإحصاء إلى جانب الأساليب الرياضية في صياغة النظريات الاقتصادية، ويهدف هذا التحليل إلى محاولة قياس العلاقات الكمية في مختلف المتغيرات الاقتصادية محل الدراسة وقد أدى التطور إلى إنفراد هذا التحليل بفرع مستقل من فروع الدراسات الاقتصادية هو الاقتصاد القياسي.

(1)- طلعت الدمرواش، مرجع سبق ذكره، ص24.

المحور الثاني: المشكلة الاقتصادية (موضوع علم الاقتصاد)

كما أوضحنا فإن معظم الاقتصاديين يعرف علم الاقتصاد بأنه العلم الذي يدرس المشكلة الاقتصادية والتي هي بالأساس مشكلة الندرة النسبية، أي ندرة المواد المتاحة بالنسبة للحاجات البشرية المتعددة وغير المحدودة[1].

وعليه سنتناول في هذا المحور طبيعة وأركان المشكلة الاقتصادية..

أولا: طبيعة المشكلة الاقتصادية

للمشكلة الاقتصادية عنصران أساسيان أولهما، تعدد الحاجات البشرية وثانيهما ندرة الموارد الاقتصادية (وسائل إشباع الحاجات).

1- **تعدد الحاجات البشرية**: يمكن تعريف الحاجة بصدفة عامة بأنها رغبة في الحصول عن نفع، وإشباع معين أو شعور بألم يقتضي دفعه أو التخفيف من حدته[2]، ومن أمثلة ذلك الحاجة إلى الطعام، حيث يترتب على عدم تناول الفرد للطعام إحساس بألم الجوع، وكذلك الحاجة إلى الماء حيث يترتب على عدم تناول كوب من الماء إحساس بألم العطش...وهكذا[3].

أ- **خصائص الحاجات البشرية:** الحاجة الإنسانية لها خصائص معينة أهمها:

- ✓ **الحاجة مسألة نسبية:** فغنه من المشاهد أن حاجات الإنسان في الوقت الحاضر لا تمثل انعكاسا لضرورات حيوية بقدر ما هي تعبير عن أوضاع اجتماعية تحكمها ظروف الزمان والمكان (حاجات الريف تختلف عن حاجات المدينة) [4].

---

(1)- عادل المهدي ولمياء المغربي، مبادئ الاقتصاد، مطبعة العشري، مصر، دون سنة النشر، ص34.

(2)- عبد الغفور إبراهيم احمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 8-9.

(3)- محمد حامد دويدار وآخرون، أصول علم الاقتصاد السياسي، الدار الجامعية، مصر، 1988، ص80.

(4)- سكينة بن حمود، مدخل لعلم الاقتصاد، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2009، ص23.

- ✓ **قابلية الحاجات للانقسام:** يقصد بها أن الإحساس بالألم الذي يتولد عن الحاجة يمكن التخفيف منه تدريجيا بزيادة كمية السلع والخدمات التي تستخدم في إشباع هذه الحاجة، فالحاجة إلى الطعام يمكن إشباعها جزئيا عن طريق تناول بعض الأطعمة، وليس كل المواد الغذائية اللازمة، لإزالة الجوع تماما، وتتوقف قابلية الحاجة للانقسام على قابلية وسائل إشباع الحاجة نفسها إلى الانقسام، أو على تنوع هذه الوسائل من حيث الجودة.
- ✓ **الحاجات الإنسانية متعددة واللانهائية**: فالإنسان لا يشعر بحاجة واحدة ولكنه يشعر بالعديد من الحاجات مثل الحاجة إلى الطعام أو الشراب أو الراحة أو مشاهدة مباراة لكرة القدم...الخ بالإضافة إلى هذا التنوع الكبير للحاجات الإنسانية فإنها تتصف بالتزايد فمع مرور الوقت تتزايد الحاجات البشرية بحيث لا يكاد الفرد يشبع مجموعة من الحاجات التي يتطلع إليها حتى يجد نفسه وقد ظهرت له مجموعة جديدة من الحاجات[1]، ويمكن إرجاع تزايد الحاجات إلى عدة أسباب أهمها:
  - ❖ زيادة عدد السكان في كل دولة وفي العالم ككل.
  - ❖ التقدم التكنولوجي والحضاري.
  - ❖ تقدم التكنولوجي والحضاري.
  - ❖ تقدم وسائل الاتصال وفنون الدعاية والإعلان.
- ✓ **قابلية الحاجة للإشباع:** فكل الرغبات ومهما بلغت خدمتها أو أشدتها يمكن إشباعها بعد حد معين[2]، أو بعد كمية معينة من والوسائل اللازمة لذلك، فالرغبة في تناول نوع من الفاكهة يتم إشباعها بعد تناول كمية معينة من هذا النوع، وهذا النوع لا يمنع من تجدد هذه الرغبة في وقت لاحق.
- ✓ **قابلية الاستبدال:** وتعني أن إشباع حاجة معينة يمكن أن يتحقق من خلال إشباع حاجة أخرى قريبة منها، حيث يمكن الاستعاضة عن سلعة أو خدمة أخرى لتحقيق ذات الغرض كاستبدال شراء اللحم بشراء البيض.

---

(1)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص10.

(2)- يمكن استثناء النقود، (أي الحاجة للنقود) من هذه القاعدة فمن النادر أن نجد شخص يرفض الحصول على مزيد من الذهب والأوراق النقدية مهما بلغ مقدار ما يملكه منها.

- ✓ **قابلية الحاجة للتكامل**: ويعني أن إشباع بعض الحاجات لا يغني عن إشباع الحاجات الأخرى، فالحاجة إلى الغذاء تكمل الحاجة إلى الكساء كما أن كلا منهما يكملان الحاجة إلى العمل وإلى التسلية والترفيه عن النفس.

2- ندرة الموارد الاقتصادية: (وسائل إشباع الحاجات)

أ- تعريف الموارد الاقتصادية: الموارد بالمفهوم الاقتصادي هي عبارة عن كل شيء نافع (سلعة أو خدمة)) ويحقق رغبة آو يقضي حاجة إنسانية[1].

ويمكن التمييز بين الموارد الحرة ولموارد الاقتصادية، فالأولى ليس لها سعر لأنها متوفرة دون تكلفة كالهواء، الماء، الشمس، ...الخ، وتصبح موارد اقتصادية (سلع اقتصادية) عندما يدخل في إنتاجها عناصر الإنتاج بتكلفة معينة، أما الموارد الاقتصادية فيدخل في إنتاجها عناصر الإنتاج المختلفة ويكون لها سعر مهين[2].

ب- **خصائص الموارد الاقتصادية:** تتسم الموارد الاقتصادية بمجموعة من الخصائص هي: [3]

- ✓ **أن يكون المورد نافعا أي يعطي منفعة**، والمنفعة هي عبارة عن قدرة الشيء على إشباع الحاجة، ومعنى ذلك أن الشيء (المورد) لكي يعتبر اقتصاديا لا بد أم يكون قادرا على إشباع حاجة ما من الحاجات البشرية، فإذا وجد شيء ما لم يعرف له الإنسان استخداما معينا لإشباع إحدى الحاجات البشرية فغن هذا الشيء لا يعتبر موردا اقتصاديا.

(1)- سكينة بن حمود، مرجع سبق ذكره، ص27.
(2)- علي خالفي، مرجع سبق ذكره، ص18.
(3)- عبد الغفور ابراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص11.

- ✓ **أن يكون المورد قابلا للاستخدام:** أي أن يكون متاحا لاستخدام في إشباع الحاجات البشرية، فإذا وجدت معادن في باطن الأرض ولم تكن هناك وسيلة لاستخراجها فغنها لا تعتبر موردا اقتصاديا.
- ✓ **أن يكون المورد نادرا ندرة نسبية**: بمعنى أن الكمية المتاحة منه لا يكفي لإشباع كل الحاجة إليه، فإذا كانت الكمية المتاحة من هذا المورد تفي لإشباع كل الحاجة إليه، فإنه يعتبر موردا غير اقتصادي (مورد حرا).
- ✓ **أن يكون المورد غير متخصص**: بمعنى إمكانية توجيهه لإشباع أكثر من حاجة إنسانية، فمثلا الأرض الزراعية موردا غير متخصص حيث يمكن استخدامها في زراعة القطن أو القمح أو استخدامها لبناء المساكن أو المصانع...الخ.

ت- **تقسيم الموارد الاقتصادية**: هناك عدة تقسيمات للمواد الاقتصادية منها:

- ✓ **السلع والخدمات الاستهلاكية والإنتاجية:** يطلق على السلع والخدمات التي تستخدم لإشباع حاجة الإنسان مباشرة اسم السلع والخدمات الاستهلاكية مثل الخبز والملابس، وخدمات الطبيب، أما السلع والخدمات التي لا تستخدم مباشرة في إشباع هذه الحاجة بل تدخل في إنتاج سلع وخدمات أخرى كالآلة مثلا: فتعد سلعة إنتاجية[1].
- ✓ **السلع والخدمات المتنافسة والمتكاملة**: السلع والخدمات المتنافسة أو البديلة هي تلك التي يمكن أن يحل بعضها محل الآخر لإشباع نفس الحاجة وأمثال ذلك الشاي والقهوة حيث يمكن استخدام أي منهما في إشباع الحاجة إلى مشروب ساخن أما السلع والخدمات المتكاملة فهي تلك التي يلزم استهلاكها معا لإشباع نفس الحاجة فالشاي والسكر سلعتان متكاملان لأن استهلاك إحداهما يتطلب استهلاك الأخرى[2].

(1)- سكينة بن حمود، مرجع سبق ذكره، ص18.

(2)- المرجع السبق، ص28.

- ✓ **السلع والخدمات الضرورية والكمالية**: السلع الضرورية هي تلك التي تشبع حاجة ملحة لدى الفرد أو المجتمع ولا يمكن الاستغناء عنها بسهولة مثل الطعام والملابس أو السكن[1].

أما السلع والخدمات الكمالية فهي تلك التي تشبع حاجات أقل إلحاحا ويعتبر التميز بين هذين النوعين من السلع والخدمات مسألة نسبية فما يعد سلعة أو خدمة كماليين في وقت ما أو مكان محدد أو بالنسبة لشخص معين قد يعتبر سلعة أو خدمة ضرورية في وقت او مكان آخر او بالنسبة لشخص آخر والعكس صحيح[2].

ثانيا: أركان المشكلة الاقتصادية:

تكمن أركان المشكلة الاقتصادية في عدة تساؤلات يجب على الاقتصاد أن يجد الوسائل والمعايير التي تساعده في الإجابة عليها عند قيامه بوضع البرنامج الخاص بتنظيم النشاط الاقتصادي لتخصيص الموارد المتاحة في المجتمع على استخداماتها المختلفة وهي:

- ✓ **ماذا ينتج (سلم التفضيل الجماعي):** أي ماذا يتم إنتاجه من سلع وخدمات لتتماشى مع رغبات وحاجات المجتمع التي يسعى لإشباعها وما هي الكمية التي يتم إنتاجها، فمن المعروف من المجتمع المعاصر أنه توجد حاجات متعددة ومنافسة للأفراد في مجموعاتهم، ولان وسائل إشباع هذه الحاجات نادرة، فإن الأمر يستلزم ضرورة ترتيب هذه الحاجات حسب أولويتها أو التوفيق بين المتعارض منها[3].
- ✓ **كيف تنتج (تنظيم عملية الإنتاج):** بمعنى تنظيم الإنتاج وتعبئة كل الموارد الإنتاجية المتاحة وتخصيصها على الاستخدامات المختلفة المرغوبة بأقصى كفاءة،

(1)- عبد الغفور ابراهيم احمد، مرجع سبق ذكره، ص14.

(2)- سكينة بن حمود، مرجع سبق ذكره، ص28-29.

(3)- عبد الغفور ابراهيم احمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 15-16.

بحيث يتدنى حجم الضياع الاقتصادي للموارد المتاحة والنادرة أصلا إلى أقل قدر ممكن[1].

- ✓ **لمن تنتج توزيع الإنتاج:** والمقصود بها إلى التوصل إلى طريقة يتم بها توزيع هذا الإنتاج على مختلف الأفراد الذين ساهموا في خلقه بعدالة اجتماعية[2].

ثالثا: خصائص المشكلة الاقتصادية

تتصف المشكلة الاقتصادية بجملة من الخصائص نذكرها فيما يلي:

1- **المشكلة الاقتصادية نسبية:** وتبدو نسبية في العلاقة بين الموارد والحاجات، ليس فقط من حيث كمياتها مطلقة، إذ قد يكون الحجم متوفر من مورد كثيرا جدا، ومع ذلك يعتبر هذا المورد نادرا، ذلك لأن الحاجة إليه تفوق ما ينتج منه رغم ضخامتها.

كما تبدو نسبة المشكلة الاقتصادية لدى المقارنة بين المجتمعات فعلى الرغم من وجود المشكلة الاقتصادية بالنسبة لجميع المجتمعات على اختلاف أنظمتها ودرجات تطورها، إلا أن درجة حدتها والقدرة على مواجهتها تختلف من مجتمع إلى آخر.

2- **الاختبار والتضحية:** طالما أن الموارد محدودة والحاجات متعددة فعلى المجتمع أن يقرر ما هي السلع والخدمات التي يلزم إنتاجها قبل غيرها، وما هي تلك التي يمكن الانفلال منها أو حتى التنازل عنها[3] وهذا ما يعين ضرورة ترتيب الاحتياجات والرغبات على سلم الأولويات أو التفضيلات.

3- **المشكلة الاقتصادية مركبة:** أي أنها تتألف من عدد كبير من المشاكل تظهر عند التصدي هذه المشكلة وهي مشكلة تحديد الاختيارات (سلم التفضيل الجماعي)، مشكلة تنظيم عملية الإنتاج، ومشكلة التوزيع)...الخ

---

(1)- خبابة عبد الله ومبارك بلاطة، مرجع سبق ذكره، ص31.

(2)- المرجع السابق، ص32.

(3)- نعمة الله نجيب ابراهيم، أسس علم الاقتصاد، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2006، ص20.

المحور الثالث: أنماط حل المشكلة الاقتصادية (الأنظمة الاقتصادية)

إنّ طريقة حل المشكلة الاقتصادية تعتمد على النظام الاقتصادي القائم حيث يمكن تعريف النظام الاقتصادي بأنّه تلك المجموعة المتناسقة من المؤسسات القانونية والاجتماعية التي يمكنها أن تضمن تحقيق التوازن الاقتصادي من خلال بعض الوسائل الفنية المنظمة على أساس بعض الأهداف الحاكمة والمسيطرة[1].

ويعرف كذلك بأنّه "مجموعة الآليات والمؤسسات التي تضع وتنفذ القرارات المتعلقة بتخصيص الموارد لتحقيق أهداف اقتصادية"[2].

وأيا كان تعريف فإنّ وظيفة النظام الاقتصادي في أي مجتمع يجب أن تكون واضحة ألا وهي كيفية مواجهة عناصر المشكلة الاقتصادية في إطار الظروف الاجتماعية والقيم السائدة والأهداف المرجوة وهكذا فإنّ وظيفة أي نظام اقتصادي تتضح من خلال ما يلي[3]:

- الطريقة أو الطرق التي يتخذها المجتمع في عملية تحديد حاجاته من السلع والخدمات وترتيبها وفقا لأهميتها النسبية،
- طبيعة الوحدات التي تمارس النشاط الإنتاجي من حيث طريقة التكوين والأهداف، والكيفية التي تتصرف بها هذه الوحدات على حاجات المجتمع، والأساليب التي تتبعها في تلبية هذه الحاجات، بالإضافة إلى سبب وكيفية التناسق والترابط بين الوحدات الإنتاجية،
- الأسس العامة أو الفلسفة أو الأفكار التي تعتمد عليها معايير توزيع الدخل أو الناتج بين المشتركين في النشاط الإنتاجي بما يكفل استمراره، وسلامة العلاقات الاجتماعية داخل النظام،

---

(1)- J. Lajugie, Les systèmes économiques, P.U.E, Colle, Que Sais-je ?, Paris, 1989, 12ème Ed, P3.

(2)- عبد الغفور إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 54.

(3)- عبد الرحمن يسري، مرجع سبق ذكره، ص 54.

- القوى التي تتسبب في استمرار النموّ الاقتصادي أو في دفع عجلة التنمية الاقتصادية في ظل المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية المحيطة بالمؤسسات القائمة في النشاط الاقتصادي والمبادئ والأفكار السائدة.

عناصر النظام الاقتصادي:

تساهم مجموعة من العناصر في خلق النظام الاقتصادي السائد خلال فترة زمنية معينة، حيث تتفاعل هذه العوامل فتكسب النظام الاقتصادي وضعا أو شكلا متميزا عن غيره من النظم، هذه العناصر الرئيسية هي[1]:

أ- **القوى الإنتاجية:** ويقصد بها مجموعة الوسائل التي يمكن بواسطتها إنتاج السلع المادية والخدمات المتنوعة، وتتضمن هذه الوسائل أولا المواد الفنية والاقتصادية والتي تتمثل في أدوات الإنتاج وتجهيزاته والتي تستخدم في عملية الإنتاج وثانيا الموارد البشرية والتي تتمثل في الأفراد أنفسهم بإمكانياتهم الفنية.

ب- **علاقات الإنتاج:** ويقصد بها الروابط التي تقوم بين الأفراد بمناسبة عملية الإنتاج وعلى الأخص فيما يتعلق بكيفية تملك وسائل لإنتاج من ارض وما تحتها ومصانع وأدوات الإنتاج وغيرها[2].

ت- **علاقات التوزيع:** ويقصد بها كيفية توزيع الناتج بعد القيام بعملية الإنتاج بين مختلف أفراد المجتمع، وما إذا كان التوزيع فرديا تستأثر فيه الأقلية بالجزء الأكبر من الناتج الاجتماعي، أو جماعيا ينال فيه كل فرد أسهم في عملية الإنتاج نصيبا من هذا الناتج يتناسب مع مقدار إسهامه في الإنتاج.

وعلى هذا لأساس فأبعاد المشكلة الاقتصادية في ماذا؟ ... وكيف؟... ولمن ننتج؟، وضمان النمو الاقتصادي، لا تقتصر على مجتمع دون آخر، فهي مشاكل تنجم عن ندرة الموارد (عوامل الإنتاج) التي تعاني منها جميع المجتمعات بغض النظر عن النظام

---

(1)- أحمد جامع، علم الاقتصاد، دار النهضة العربية، مصر، 1986، ص ص 57-58.

(2)- عبد الله الصعيدي، مرجع سبق ذكره، ص 138.

الاقتصادي الذي تتبعه، وسواءً كانت هذه المجتمعات صغيرة جدًا أو كبيرة جدًا، وهناك أنماط لحل المشكلة الاقتصادية هي:

أولا: النظام الاقتصادي الرأسمالي

ساد هذا النظام في أوروبا بعد انهيار النظام الإقطاعي، ويقوم هذا النظام على عدة أسس[1]:

1- **الملكية الخاصة لمختلف عناصر الإنتاج:** أي سيطرة القطاع الخاص على مختلف النشاطات الاقتصادية ويقتصر دور الدولة على رعاية العادلة والأمن وتوجيه النظام الاقتصادي.

2- **الحرية**: اعتماد هذا النظام على الحرية التامة إذ أنّ شعاره "دعه يعمل اتركه يمر".

3- **تحقيق المصلحة الخاصة:** أي أنّ لفرد يهدف إلى تحقيق مصالحه الشخصية أولا ومصلحة الجماعة أخيرا، فعلى حد تعبير آدم سميث أنّ هناك يد خفية تدفع كل فرد للسعي نحو تحقيق مصلحته الفردية ومن ثم يصل إلى تحقيق المصلحة العامة.

4- **المنافسة:** وهي عبارة عن التنافس بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين في السوق.

ويتم التعرف على (ماذا ينتج) عن طريق آلية أسعار السلع والخدمات الاستهلاكية، فالسلع و الخدمات الأكثر أهمية يزيد الطلب عليها ومع بقاء العوامل الأخرى على حالها يرتفع سعرها، الأمر الذي يغري المنتجين بإنتاج المزيد منها بدافع تحقيق الربح أو العكس صحيح كما يتم التوصل إلى (كيف تنتج) عن طريق مقارنة إيرادات المنتجين مع تكاليف الإنتاج، للتعرف على معدلات الربح لمختلف نواحي النشاط الإنتاجي، وبالطبع سيتم تخصيص الموارد الإنتاجية[2] الأكثر كفاءة لتحقيق أكبر ربح صافي ممكن.

أما (لمن تنتج) فجهاز السعر يقدم حلا لمشكلة توزيع الإنتاج حيث يتحدد نصيب كل فرد من الناتج الوطني بحجم القوة الشرائية المتاحة لديه، والتي تتحدد بحجم دخله، ويتحدد حجم دخله بكمية ونوع ما يمتلكه الفرد من خدمات إنتاجية من ناحية، وبسعر هذه الخدمات ن

(1)- خبابة عبد الله، بلاطة مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 32.

(2)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 18.

ناحية أخرى، وبالطبع ن يمتلك خدمات إنتاجية ذات سعر أعلى سوف يزيد دخله، فتزيد قوته الشرائية، فيزيد نصيبه ن الناتج الوطني والعكس صحيح[1].

ثانيا: النظام الاشتراكي: (الاقتصاد المخطط)

يقوم على فلسفة جماعية هدفها الأساسي هو المصلحة العامة وليست المصلحة الخاصة[2]، ومن بين خصائصه[3]:

1-سيدة الملكية العامة لعناصر الإنتاج والتي تمتلكها الدولة أو الملكية الخاصة فهي محصورة في أضيق نطاق،

2-يسعى إلى تحقيق المصلحة العامة وليس المصلحة الخاصة، من خلال تحقيق توزيع الدخول والثروات في المجتمع بين مختلف أفراده.

3-يقوم بإتباع آلية التخطيط في توزيع موارد المجتمع بين القطاعات والأنشطة الاقتصادية المختلفة بقصد إشباع حاجات المجتمع.

4-الدور الواسع للدولة، حيث تتدخل في جميع مجالات لنشاط الاقتصادي[4].

أما فيما يخص حل المشكلة الاقتصادية فإنّ جهاز التخطيط هو الذي يقوم بتحديد نوعية وكمية السلع والخدمات المطلوب إنتاجها (ماذا ننتج)، وكذلك جهاز التخطيط هو الذي يقوم بعملية الإنتاج من حيث تعبئة الموارد الاقتصادية اللازمة لترجمة رغبات أفراد لمجتمع إلى سلع وخدمات متاحة (كيف ننتج)، وهو الذي يقوم بتحديد الأجور والمكافأة التي يحصل عليها العاملون في مختلف المجالات (لمن ننتج).

ونظرا للانتقادات الموجهة لكل من النظامين السابقين، اتجهت العديد من الدول إلى إتباع نظام وسطي يحمل بعض ملامح النظامين[5]، ويطلق على هذا النظام اصطلاح نظام الاقتصادي المخطط أو الاقتصاد المدار، حيث يباشر الأفراد نشاطهم الإنتاجي في

(1)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، المرجع السابق، ص 19.

(2)- خبابة عبد الله، بلاطة مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(3)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 19-20.

(4)- خبابة عبد الله، بلاطة مبارك، مرجع سبق ذكره ص 33.

(5)- حمدي أحمد العناني، مرجع سبق ذكره، ص 30.

المشروعات الخاصة بينما يسيطر القطاع العام حكوميا أو محليا على المشروعات المؤممة وعلى بعض الأنشطة الاقتصادية الأخرى، ولا يتمتع القطاع الخاص بحرية مطلقة، فهناك قواعد وتنظيمات تفرض قيودا تختلف من مشروع لآخر، وتعالج المشكلة الاقتصادية في ظل هذا النظام عن طريق نظام السوق والأسعار كما في ظل النظام الرأسمالي، ولكن الدولة تتدخل بصورة متزايدة لأسباب مختلفة، مما يؤدي إلى نتائج مغايرة لتلك التي تحصل عليها في ظل النظامين الآخرين[1].

(1)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 20.

المحور الرابع: الإنتاج

سبق وأن أوضحنا أنّ إشباع الحاجات البشرية يتطلب توافر السلع والخدمات، فالسلعة أو الخدمة هي وسيلة إشباع الحاجة ولكن غالبية هذه السلع والخدمات لا توجد في الطبيعة بالصورة التي تجعلها صالحة لإشباع الحاجة، وتسمى عملية التحوير أو التعديل هذه بعملية الإنتاج.

أولا: مفهوم الإنتاج

يعرف الإنتاج بأنّه خلق منفعة أو إضافة لأية سلعة لتصبح قابلة للإشباع[1]، أو أنّه زيادة المتاح من السلع والخدمات النافعة أي التي يؤدي استخدامها إلى إشباع حاجات أفراد المجتمع[2]. ويكون ذلك عن طريق أحد أشكال الإنتاج التالية[3]:

1- **تغير السلعة**: وهو ما يطلق عليه بخلق لمنفعة الشكلية الذي يحدث نتيجة تغير في شكل عوامل الإنتاج والحصول على سلعة أو خدمة يجعلها أكثر قدرة على إشباع الحاجات البشرية، مثل تحويل القطن إلى غزل أو تحويل الغزل إلى أقمشة.
2- **نقل السلعة**: من مكان تكون فيه منفعتها منخفضة إلى مكان آخر تكون فيه منفعتها مرتفعة مثل نقل خام الحديد من المناجم إلى مصانع الحديد والصلب.
3- **خزن السلعة**: حيث أن نقل السلعة نقلا زمنيا من وقت تتوافر فيه ونقل الحاجة إليها نسبيا إلى وقت بخر تقل فيه السلعة وتزداد الحاجة إليها، كتخزين القمح والأرز في وقت الحصاد لعرضه في الأسواق على مدار السنة.
4- **إتاحة السلع**: للراغبين في الحصول عليها، بأسلوب يتناسب مع حاجاتهم، فالتاجر الذي يقوم بتجميع العديد من السلع بأشكالها المختلفة من مختلف المنتجين لإتاحتها لآلاف المستهلكين على اختلاف أذواقهم وميولهم لينتقوا ما يشاءون.

---

(1)- محمد طاقة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 135.

(2)- العشري حسين، درويش وآخرون، مبادئ علم الاقتصاد، مطبعة دار الشعب، مصر، 1994، ص 269.

(3)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 99.

ثانيا: عوامل الإنتاج

ويقصد بها العوامل التي ستستعمل وتشترك في إنتاج سلع وخدمات، ويمكن تقسيم عناصر الإنتاج إلى أربعة عناصر رئيسية هي كالتالي:

1- **الأرض:** وتتمثل في كافة الموارد المتوفرة على سطحها وباطنها وما حولها موهوبة من الخالق عزّ وجلّ مثل الأراضي الزراعية والبحار وما يستخرج من باطنها من نفط ومعادن ثمينة[1].

2- **العمل:** يقصد به مجهود اختياري يبذله الإنسان في العملية الإنتاجية، سواءً كان هذا الجهد عضليا أو ذهنيا، ويترتب على ذلك منفعة أو زيادتها وفي مقابل ذلك الحصول على أجل وهناك تقسيمات للعمل منها[2]:

أ- العمل الذهني والعمل العضلي.

ب- العمل الكتابي والعمل الحرفي... الخ

3- **رأس المال:** ويقصد به في صورته العينية، أنّه عبارة عن مجموعة الأصول والسلع لإنتاجية التي تستخدم في إنتاج سلع أخرى[3]، أو بعبارة أخرى هو مجموع الأموال الوسيطية التي تستخدم في تدابير وسيطية لزيادة إنتاجية العمل[4]. ومن ثم فهو يشمل الآلات والمعدات والمباني والمخزون من المواد الخام والسلع تحت التصنيع.

4- **التنظيم:** يقصد بالتنظيم كعنصر من عناصر الإنتاج تلك العملية أو ذلك النشاط لاقتصادي الذي يتمثل في التركيب والتأليف أو التنسيق بين عوامل الإنتاج الثلاثة السابقة (العمل، الأرض، رأس المال) في شكل علاقة منظمة، هي عبارة عن عملية إنتاجية محددة، من أجل إنتـــاج سلعة أو خدمـــة معينــة والشخص الذي يقوم بهذه المهمة

---

(1)- محمد الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 39.

(2)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 105.

(3)- المرجع السابق، ص 106.

(4)- خبابة عبد الله، بلاطة مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 62.

يطلق عليه في علم الاقتصاد "المنظم" « L'entrepreneur »[1]، إذ يقصد ذلك الشخص الذي يقوم بدراسة المشروع من المشروعات وتنفيذه وتحمل نتائجه[2].

ثالثا: دالة الإنتاج

يطلق اصطلاح دالة الإنتاج على العلاقة بين الإنتاج المادي وعناصر الإنتاج المادية، أو بعبارة أخرى تشير إلى علاقة بين كميات الإنتاج وكميات عناصر الإنتاج ولا تتضمن أي قيمة نقدية[3].

ويمكن التعبير عن دالة الإنتاج في شكل جدول أو معادلة رياضية توضح أقصى كمية من الناتج التي يمكن إنتاجها من مجموعة معينة من عوامل الإنتاج بافتراض بقاء العوامل الأخرى التي تؤثر في الإنتاج ثابتة والصيغة العامة التي تستخدم للتعبير عن دالة الإنتاج تتخذ المعادلة التالية[4]:

$$Q = f(k,L,D,\ldots)$$

Q: كمية الناتج خلال فترة زمنية معينة.

K: رأس المال المستخدم خلال نفس الفترة كالآلات.

D:الموارد الطبيعية المستخدمة هلال نفس الفترة.

L: كمية العمل المستخدم خلال نفس الفترة.

وطبقا للعلاقة السابقة نلاحظ أنّ حدوث تغيرات في الكميات المستخدمة من عامل واحد أو أكثر من عوامل الإنتاج سوف يترتب عليه تغيرات مقابلة في حجم الإنتاج.

---

(1)- عبد الله الصعيدي، مبادئ علم الاقتصاد، الجزء الأول، مطابع البيان، دبي، 2002، ص 119.

(2)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 109.

(3)- حمدي أحمد العناني، مرجع سبق ذكره، ص 124.

(4)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 112.

1- **الفترة الزمنية للإنتاج وتقسيم عناصر الإنتاج:** وضحنا سابقا أنّ دالة الإنتاج تتضمن أنواعا مختلفة من عوامل الإنتاج، حيث يوجد فترتين زمنيتين تستخدمان في تقسيم هذه العناصر إلى مجموعتين هما عناصر الإنتاج الثابتة، وعناصر الإنتاج المتغيرة، وهتان الفترتان الزمنيتان[1]:

أ- **الأجل القصير**: وهو الفترة الزمنية التي يمكن فيها المشروع تغيير الكمية المنتجة من خلال تغيير كميات بعض العناصر المستخدمة (كالعمل)، بينما تظل كميات عناصر الإنتاج الأخرى ثابتة لصعوبة تغيرها (كالمباني والآلات) وتوصف العناصر التي يمكن تغيرها بعناصر الإنتاج المتغيرة، ويطلق على العناصر الأخرى التي يصعب تغيرها بعناصر الإنتاج الثابتة.

ب-**الأجل الطويل**: وهو الفترة الزمنية التي تصبح خلالها جميع عناصر الإنتاج متغيرة، لأنّ المشروع يستطيع في هذه الفترة التوسع في المباني وتغييرها وإضافة أو تغيير الآلات والمكائن... الخ[2].

2- أنواع الإنتاج ومنحياته:

وقصد توضيح أنواع الإنتاج ومنحياته نأخذ الجدول الآتي المتعلق بالناتج الكلي ووحدات الأرض، والعمل لأحد المشاريع.

(1)- حمدي أحمد العناني، مرجع سابق ذكره، ص ص 12-126.

(2)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 113.

جدول رقم (1): الناتج الكلي ووحدات الأرض العمل لأحد المشاريع

وحدات الأرض (دونم) (D)	وحدات العمر (L)	الناتج الكلي TP=Q	الناتج المتوسط AP	الناتج الحدي MP
20	-	0	-	-
20	1	5	5	5
20	2	18	9	13
20	3	30	10	12
20	4	40	10	10
20	5	45	9	5
20	6	48	8	3
20	7	49	7	1
20	8	49	6	0
20	9	45	5	4-
20	10	40	4	5-

المصدر: عبد الغفور إبراهيم أحمد، مبادئ الاقتصاد والمالية العامة، دار زهران للنشر، الأردن، 2013، ص 115.

من الجدول السابق يتضح العلاقة بين الناتج الكلي وعنصر لإنتاج المتغير (العمل) مع ثبات عنصر الإنتاج الثابت (الأرض).

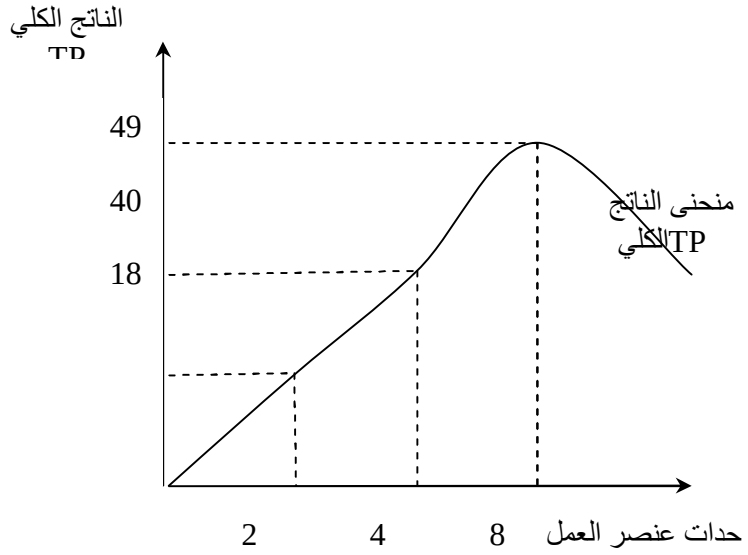
أ- الإنتاج الكلي TP (Total product)

وهو عبارة عن إجمالي الكلية المنتجة من السلعة والتي نحصل عليها من إضافة وحدات من عنصر الإنتاج المتغير إلى عنصر الإنتاج الثابت[1].

(1)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، المرجع السابق، ص 116.

ومن بيانات الجدول السابق، العمود الثالث فإنّ منحنى الناتج الكلي يأخذ الشكل التالي:

الشكل رقم (1): منحى الناتج الكلي:



ب- **الإنتاج المتوسط AP:** يقصد به كمية الإنتاج الكلي مقسوما على عدد وحدات العنصر المتغير (عدد وحدات العمل) [1].

$$\text{الإنتاج المتوسط AP} = \frac{\text{الناتج الكلي (TP)}}{\text{عدد العمال (L)}}$$

ت- **الإنتاج الحدي MP:** وهو التغير في الناتج الكلي (ΔTP) نتيجة تغير كمية عنصر الإنتاج المتغير (العمل) أي:

(1)- حمدي أحمد العناني، مرجع سبق ذكره، ص 129.

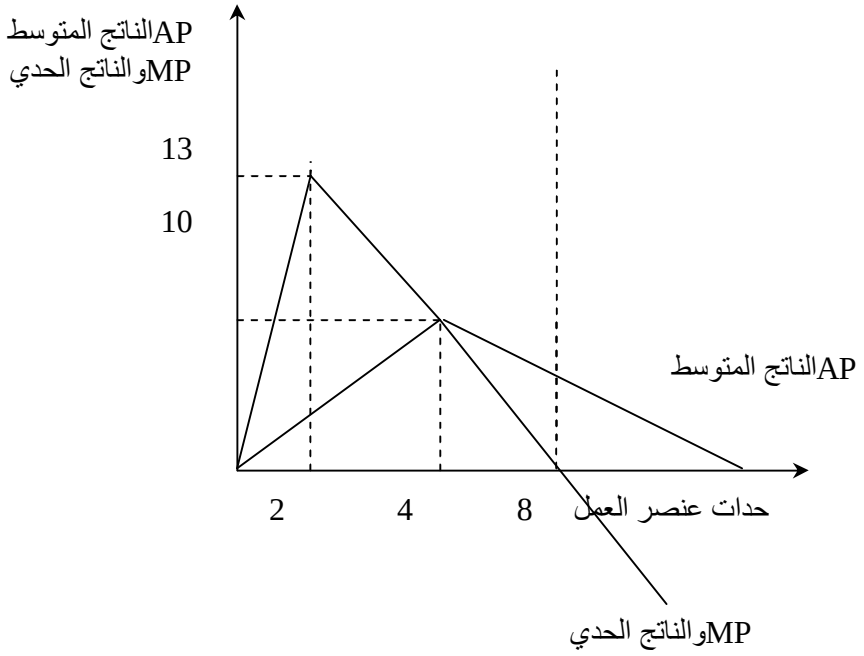
الإنتاج الحدي (MP) = التغير في الإنتاج الكلي (ΔTP)

التغير في عنصر الإنتاج المتغير (عدد العمال) (ΔL)

$$MP = \frac{\Delta TP}{\Delta L} = \frac{\Delta Þ}{\Delta L}$$

ومن خلال معطيات الجدول السابق يمكن توضيح شكل منحنى كل من الإنتاج المتوسط والحدي في الشكل الآتي:

الشكل رقم (2): الإنتاج المتوسط والإنتاج الحدي



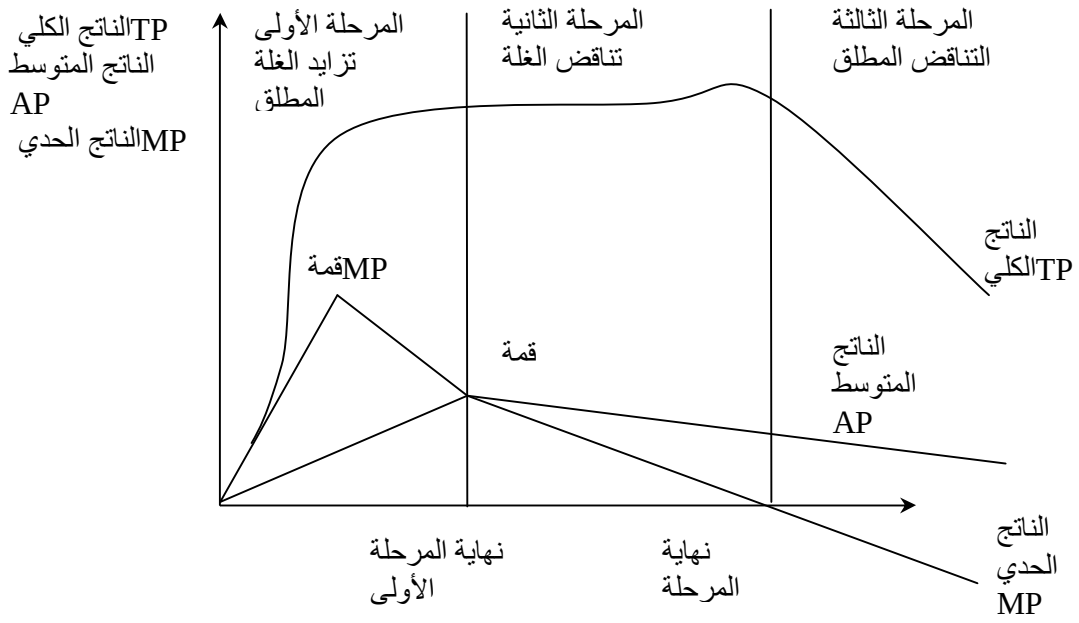
3- قانون تناقص الغلة:

كما اتضح سابقا يتم الإنتاج في الأجل القصير باستخدام مدخلات إنتاج متغيرة ومدخلات إنتاج ثابتة ويحكم علاقات الإنتاج في المؤسسة في الأجل القصير قانون تناقص الغلة، إذ تنص الصيغة العامة لهذا القانون على "بافتراض ثبات مستوى الفت الإنتاجي وثبات عناصر الإنتاج الأخرى فيما عدا عنصر متغير، فإن زيادة عنصر الإنتاج المتغير بوحدات

متساوية، خلال فترة زمنية معينة تعني أنّ معدل زيادة الناتج الكلي بعد نقطة معينة سوف يتجه إلى التناقص[1].

ومن خلال معطيات المثال السابق يمكن توضيح المراحل الثلاث لقانون تناقض الغلة.

الشكل البياني رقم (3): قانون تناقض الغلة



المصدر: عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 120.

حيث تمتاز المراحل الثلاث المبنية في الشكل السابق بما يلي[2]:

أ- مرحلة تزايد الغلة:

- ازدياد الناتج الكليب وبنسب متزايدة حتى يصل الناتج الحدي إلى أعلى قيمة له.
- تزايد الناتج الحدي يكون أكبر من تزايد الناتج المتوسط.
- العنصر الثابت يوجد بنسب كبيرة وغير مستغلة مقارنة بالعنصر المتغير.

(1)- حمدي أحمد العناني، المرجع السابق، ص 133.

(2)- محمد الوادي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 60.

ب- **مرحلة تناقص الغلة:** يتزايد الناتج الكلي ولكن بشكل متناقص بمعنى أنّ الزيادة في عناصر الإنتاج تؤدي إلى زيادة متناقصة في حجم الإنتاج.

- يصل منحنى الناتج المتوسط إلى أعلى قيمة له وعندها يتقاطع مع منحنى الناتج الحدي.
- بعد تقاطع منحنى الناتج المتوسط مع الناتج الحدي يصبح الناتج المتوسط أكبر من الناتج الحدي.

ت- مرحلة تناقص الناتج الكلي (مرحلة الغلة السالبة):

- تبدأ هذه المرحلة عندما يصل الناتج الحدي إلى الصفر.
- يبدأ الناتج الكلي بالتناقص وبنسب متناقضة.
- يكون الناتج الحدي للعنصر المتغير سالبا.

4- تكاليف الإنتاج:

وهي جملة ما يدفعه المنتج من أثمان نقدية لعناصر الإنتاج اللازمة لإنتاج كمية معينة من سلعة ما، أو لإنتاج وحدة إضافية من هذه السلعة[1].

تتوقف تكاليف الإنتاج على أسعار وكميات عوامل الإنتاج المستخدمة من ناحية، ونسب المزج التي تعكسها دالة الإنتاج من ناحية أخرى.

وتنقسم التكاليف من حيث الآجال الزمنية لإنفاقها إلى تكاليف قصيرة الأجل وتكاليف طويلة الأجل.

أ- تكاليف الإنتاج القصيرة الأجل:

حيث يمكن تغيير أحد عوامل الإنتاج وثبات العوامل الأخرى وتنقسم تكاليف الإنتاج في الأجل القصير إلى تكاليف ثابتة وتكاليف متغيرة.

(1)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 122.

✓ التكاليف الثابتة TFC:

هي التكاليف التي لا تتغير بتغير حجم الإنتاج أي أنها مستقلة عنه، وتدفع حتى ولو كان حجم الإنتاج صفرا، أي أنها التزامات للمؤسسة سبق وأن ارتبطت بها بغض النظر عن مستويات الإنتاج[1]، مثل الإيجارات، أقساط التأمين، الاندثارات... الخ.

كما يأخذ منحنى التكاليف الثابتة شكل خط أفقي مستقيم .

✓ التكاليف المتغيرة VC:

وهي التكاليف التي تزداد أو تقل حسب الكمية المنتجة، لذلك إذا كان الإنتاج مساويا لصفر فإن التكلفة المتغيرة تكون معدومة[2]، وكلما زادت كمية الإنتاج زادت التكاليف المتغيرة، فالمنحنى التكلفة المتغيرة (VC) يتجه دائما من أسفل إلى أعلى وإلى اليمين مثل (أجور العمال، المواد الخام، نفقات النقل)... [3].

✓ التكاليف الكلية:

وهي عبارة عن مجموع التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة عند مستوى معين من الإنتاج[4]. والتكاليف الكلية تساوي التكاليف الثابتة عندما يكون حجم الإنتاج صفرا وتزداد كلما زادت كمية الإنتاج نظرا لزيادة التكاليف المتغيرة.

$$TC = TVC$$

$$+ TFC$$

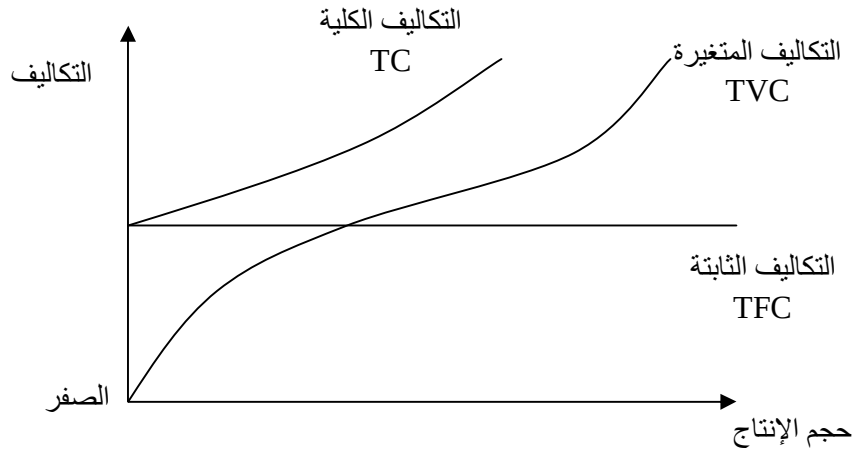
(1)- محمد طاقة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 163.

(2)- محمد طاقة وآخرون، المرجع السابق، ص 164.

(3)- العشري حسين درويش وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 382.

(4)- محمد طاقة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص

الشكل رقم (4): منحنيات التكاليف



المصدر: العشري حسين درويش وآخرون، مبادئ علم الاقتصاد، مطبعة دار الشعب، مصر، 1994، ص 384.

✓ التكاليف المتوسطة والحدية:

انتقل اهتمام المختصين من التكاليف المنفقة على الإنتاج إلى حساب الوحدة الواحدة أي نصيب كل وحدة منتجة من التكاليف (الثابتة + المتغيرة) وبالتالي الكلية:

- **التكاليف المتوسطة الثابتة:** وهي التكاليف الثابتة مقسومة على الإنتاج.

التكلفة المتوسطة الثابتة = التكاليف الثابتة

كمية الإنتاج

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

- **التكلفة المتوسطة المتغيرة AFC:** وهي التكاليف المتغيرة مقسومة على كمية الإنتاج.

التكلفة المتوسطة المتغيرة = التكاليف المتغيرة

كمية الإنتاج

$$AFC = \frac{VC}{P}$$

- **التكلفة المتوسطة الكلية ATC:** وتعبر عن نصيب الوحدة المنتجة من التكاليف الكلية، وهي حاصل قسمة التكلفة الكلية على حجم الإنتاج أو مجموع متوسط التكلفة الثابتة والتكلفة المتغيرة على حجم الإنتاج[1] ويمكن التعبير عنه بالعلاقة التالية:

$$ATC=AFC+AVC$$

$$\text{أو } ATC = \frac{TC}{P}$$

- **التكلفة الحدية MC:** تمثل التكاليف الحدية، التكلفة الإضافية الناتجة عن إنتاج وحدة إضافية واحدة أو هي عبارة عن تكلفة آخر وحدة منتجة من سلعة ما ويمكن[2] التعبير عنها بالعلاقة التالية:

التكلفة الحدية = التغير في التكلفة الكلية

التغير في الإنتاج

$$MC = \frac{ATC}{AP}$$

(1)- محمود الوادي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 192.

(2)- المرجع السابق، ص 193.

ب- **تكاليف الإنتاج في الأجل الطويلCosts in the Long-Run:** كما سبقنا فإن المؤسسة في الأجل الطويل تتمتع بقدرة أوسع على تغير كل عوامل الإنتاج، وبالتالي تعتبر جميع التكاليف في الأجل الطويل تكاليف متغيرة، أي أن التكاليف الثابتة تساوي صفر، وبمعنى آخر فإنّ المشروع في الأجل الطويل يستطيع إضافة (تغيير) الآلات جديدة، واستبدال الآلات القديمة بأخرى أكثر كفاءة إنتاجية وتوسيع المباني... الخن وعليه فإنه في الأجل الطويل تتحول متوسط التكاليف المتغيرة إلى نوع واحد هو المتوسط التكاليف الكلية في الأجل الطويل[1].

✓ التكلفة الكلية الخاصة بالمدى الطويل (Long-Run Total Cost):

بما أن المنشأة تنتج في المدى الطويل، فلا يوجد عنصر إنتاجي ثابت في هذه الحالة، ومن ثم لا توجد هناك تكلفة ثابتة (سواء كانت تكلفة كلية ثابتة أو تكلفة كلية متوسطة). ويمكن تعريف التكلفة الكلية الخاصة بالمدى الطويل (LRTC)، بأنها إجمالي التكلفة الكلية لإنتاج كمية معينة من السلعة أو الخدمة، وذلك عندما تكون المنشأة قادرة على تغيير جميع عناصر الإنتاج.

✓ التكلفة المتوسطة الخاصة بالمدى الطويل (Long-Run Average Cost):

ويمكن تعريف التكلفة المتوسطة الخاصة بالمدى الطويل (LRAC)، بأنها إجمالي التكلفة الكلية في المدى الطويل مقسومة على عدد الوحدات المنتجة، أو:

$$LRAC = \frac{LRTC}{Q}$$

(1)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 129.

✓ التكلفة الحدية الخاصة بالمدى الطويل (Long-Run Marginal Cost):

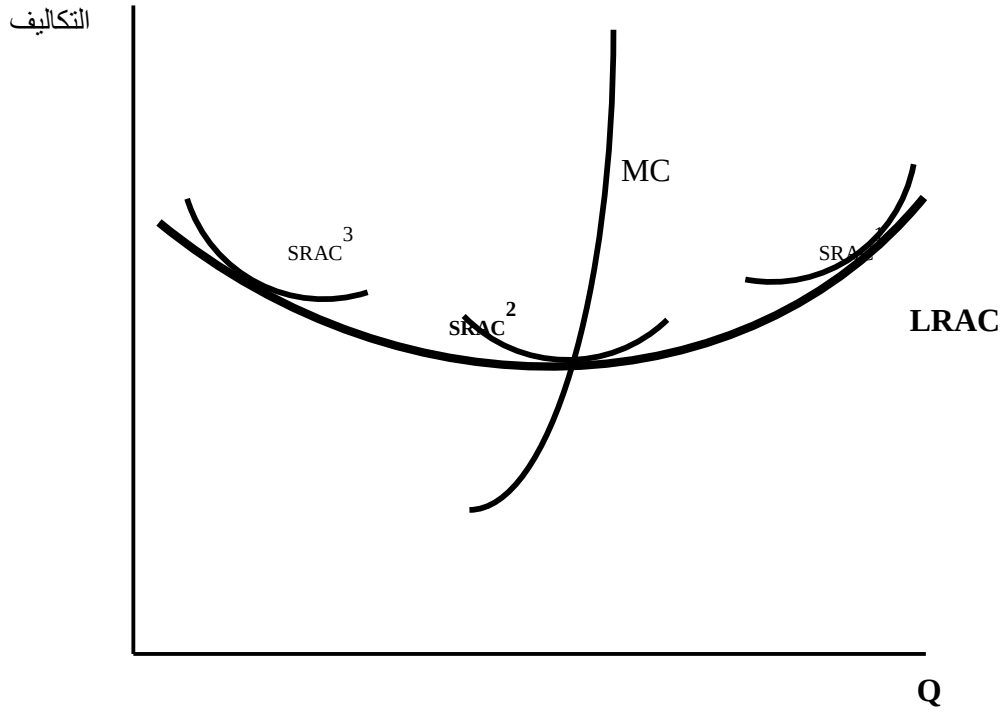
وهي عبارة عن حجم التغير في التكلفة الكلية الخاصة بالمدى الطويل الناجم عن تغير حجم الإنتاج بوحدة واحدة، أو:

$$LRMC = \frac{\Delta LRMC}{\Delta Q}$$

ت- منحنيات التكاليف الخاصة بالمدى الطويل:

يبدأ منحنى متوسط التكلفة الكلية في المدى الطويل بالانخفاض مع زيادة حجم الإنتاج. ويعنى هذا أنه كلما توسعت المنشأة في الإنتاج، كلما انخفضت تكلفة الوحدة الواحدة المنتجة. وتسمى هذه المرحلة بمرحلة "اقتصاديات الحجم" أو "وفورات الحجم". يصل منحنى متوسط التكلفة الكلية في المدى الطويل إلى أدنى مستوى له، ويمثل هذا المستوى أقل مستوى تكلفة بالنسبة للإنتاج في المدى الطويل. ويسمى هذا المستوى بالحجم الأمثل للمنشأة للإنتاج في المدى الطويل ويبدأ منحنى متوسط التكلفة الكلية في المدى الطويل بالارتفاع، مما يعنى ارتفاع التكلفة مع ارتفاع حجم الإنتاج وتسمى هذه المرحلة بمرحلة "تبذيرات الحجم" أو. وتجدر الإشارة إلى أن منحنيات التكلفة المتوسطة الخاصة بالمدى القصير (SRAC)، تقع داخل منحنى التكلفة المتوسطة الخاص بالمدى الطويل (LRAC)، ولذلك يعتبر منحنى التكلفة المتوسطة الخاص بالمدى الطويل (LRAC)، منحنى غلافي لجميع منحنيات المدى القصير. وفي النهاية يقطع الجزء الصاعد من منحنى التكلفة الحدية الخاص بالمدى الطويل منحنى التكلفة المتوسطة الخاص بالمدى الطويل في أدنى مستوى لمنحنى التكلفة المتوسطة. ويوضح الشكل رقم (5)، كل من منحنى التكلفة الحدية الخاص بالمدى الطويل، ومنحنى التكلفة المتوسطة الخاص بالمدى الطويل، ومنحنيات التكلفة المتوسطة الخاصة بالمدى القصير.

شكل رقم(5): منحنى التكلفة المتوسطة في المدى الطويل



5- **إيرادات الإنتاج:** تتمثل الإيرادات المؤسسة في حصيلة مبيعاتها من منتجات[1]، ويمكن أن تقسم إلى ثلاث أقسام:

أ- الإيراد الكلي (TR): هي كافة الأموال التي تحصل عليها المؤسسة ثمنا للكمية المنتجة من سلعة معينة[2]، ويستخرج وفق المعادلة التالية:

الإيراد الكلي (TR) = حجم الإنتاج (p) x سعر السلعة (p)

(1)- العشري حسين درويش وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 392.

(2)- عبد الغفور إبراهيم أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 132.

$$TR = Q.P$$

ب- الإيراد المتوسط: هو نصيب الوحدة المبيعة من الإيراد الكلي وبالتالي هو حاصل قسمة الإيراد الكلي على الوحدات المباعة[1].

$$\text{الإيراد المتوسط (AR)} = \frac{\text{الإيراد الكلي (TR)}}{\text{حجم الإنتاج Q}}$$

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

ت- الإيراد الحدي: هو مقدار التغير في الإيراد الكلي الناجم عن تغير الكمية المبيعة بوحدة واحدة، أو هو الإيراد الناجم من بيع وحدة إضافية من الإنتاج[2].

$$\text{الإيراد الحدي (MR)} = \frac{\text{التغير في الإيراد } (\Delta TR)}{\text{التغير في الإنتاج } (\Delta Q)}$$

$$MR = \frac{\Delta TR}{\Delta p}$$

(1)- محمد طاقة وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 182.

(2)- المرجع السابق، ص 183.

المحور الخامس: الأسواق الاقتصادية

يوجد هناك العديد من الأشكال التي يمكن أن تأخذها أسواق السلع الاقتصادية، حيث يعتمد ذلك على هيكل السوق والسلوك الذي تقوم المنشأة بإتباعه من أجل تحقيق هدفها الأساسي وهو تعظيم الأرباح. وفيما يلي سنقوم باستعراض الأسواق الاقتصادية المختلفة مع التركيز على سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار التام.

أولاً : المنافسة الكاملة (Perfect Competition):

1- **خصائص المنافسة الكاملة:** يتميز سوق المنافسة التامة بعدة خصائص وهي[1]:

أ- وجود عدد كبير من المشترين (المستهلكين) والبائعين (المنتجين) للسلعة:

تعمل هذه الخاصية على ضمان عدم تأثير أي مستهلك أو منتج على سعر السلعة في السوق، ويكون المنتج في هذه الحالة مستقبلاً للسعر، حيث لا يستطيع التأثير على سعر السلعة السائد في السوق. ويسمى السعر السائد في سوق السلعة التنافسي بسعر المنافسة ، وهو السعر الوحيد الذي تباع فيه السلعة في سوق المنافسة.

ب- تنتج المنشات العاملة في سوق المنافسة سلعة متجانسة:

تعتبر السلعة التي يتم إنتاجها في سوق المنافسة الكاملة سلعة متجانسة، بمعنى أن تكون هذه السلعة متطابقة من ناحية الجودة والكفاءة وأداء الخدمة، بغض النظر عن المنتج أو البائع الذي تم شراء السلعة منه. ونتيجة لتجانس السلعة، فإن السلعة التي يقوم بإنتاجها المنتج الأول تعتبر "بديل كامل" لسلعة المنتجين الآخرين، وبالتالي فإن منحنى الطلب الفردي على سلعة المنتج يكون لا نهائي المرونة.

[1]-ضياء المجيد الموسوي، مرجع سبق ذكره، ص249

ت- حرية الدخول إلى السوق :

يمكن لأي منتج الدخول إلى سوق السلعة وإنتاج هذه السلعة، وذلك بسبب عدم وجود أي عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى السوق. وتستطيع عناصر الإنتاج أيضاً الانتقال بسهولة من إنتاج سلعة إلى إنتاج سلعة أخرى.[1]

ث- توفر المعلومات بشكل كامل:

تتوفر جميع المعلومات المطلوبة حول السلعة وسعرها وطريقة إنتاجها والتكاليف المرتبطة بإنتاجها والتقنية المستخدمة في عملية إنتاجها وبصورة تامة في سوق المنافسة الكاملة.

2- سلوك المنشأة التنافسية في المدى القصير:

تذكر أن الهدف الأساسي لأي منشأة هو تعظيم الأرباح التي تحصل عليها. وفي نفس الوقت، فإن تعظيم الأرباح يعني تخفيض التكاليف التي تتحملها المنشأة. وبصورة عامة، تستمر المنشأة في الإنتاج طالما كان بإمكانها تغطية تكاليفها الكلية. والمقصود بتغطية التكاليف هنا أن تكون التكاليف الكلية أقل من، أو مساوية للإيرادات التي تحصل عليها المنشأة. أما إذا لم تستطع المنشأة تغطية هذه التكاليف، فإنها قد تضطر إلى التوقف عن الإنتاج لتقليل خسائرها[2]. وتجدر الملاحظة هنا إلى أن توقف المنشأة عن الإنتاج، لا يعني أن المنشأة لا تقوم بدفع أي تكاليف. فالمنشأة في المدى القصير، تتحمل دائماً التكاليف الثابتة بغض النظر عن مستوى الإنتاج. إذاً، حتى وأن توقفت المنشأة عن الإنتاج، فإن المنشأة تقوم بدفع التكاليف الثابتة.

ويمكن تحديد قرار المنشأة المتعلق بالاستمرار في الإنتاج أو التوقف عن الإنتاج باستخدام عدة طرق:[3]

---

[1]-عادل المهدي، و لمياء لبمغربي، مبادئ الاقتصاد، مطبعة العشري، مصر، دون سنة النشر، ص204

[2]- محمد طاقة وأخرون،مرجع سبق ذكره، ص199.

[3]- ضياء المجيد الموسوي، مرجع سبق ذكره، ص ص252-253.

أ- طريقة الكليات: في هذه الحالة، نقوم بعمل مقارنة بين الإيراد الكلي للمنشأة TR ، وإجمالي التكلفة المتغيرة (TVC)، كما يلي:

- ✓ إذا كان (TR > TVC)، فإن المنشأة تستمر في الإنتاج.
- ✓ إذا كان (TR < TVC)، فإن المنشأة تتوقف عن الإنتاج.
- ✓ إذا كان (TR = TVC)، وهذا ما يسمى بـ"نقطة الإغلاق"، حيث يكون للمنشأة حرية الاختيار إما الاستمرار في الإنتاج، أو التوقف عن الإنتاج، أي أن نقطة الإغلاق تعتبر الحد الفاصل بين إمكانية الإنتاج وإمكانية الإغلاق.

ب- طريقة المتوسطات: أن الإيراد الكلي (TR) الذي تحصل عليه المنشأة، عبارة عن سعر السلعة مضروباً في الكميات التي قامت المنشأة ببيعها (Q)، أو:

$$TR = (P) \times (Q) \quad \text{- - - (1)}$$

ويمكن الحصول على متوسط الإيراد، والذي يعبر عن إيراد الوحدة الواحدة من السلعة المباعة، عن طريق قسمة المعادلة رقم (1) أعلاه على الكمية (Q)، أو:

$$\frac{TR}{Q} = \frac{(P)x(Q)}{Q} = AR = P \quad \text{- - - (2)}$$

وتوضح المعادلة رقم (2)، أن سعر السلعة يساوي الإيراد الحدي الناتج عن بيعها. ويمكن الآن التوصل إلى قرار المنشأة المتعلق بالاستمرار في الإنتاج أو التوقف عن الإنتاج كما يلي:

- ❖ إذا كان (P > AVC)، فإن المنشأة تستمر في الإنتاج.
- ❖ إذا كان (P < AVC)، فإن المنشأة تتوقف عن الإنتاج.
- ❖ إذا كان (P = AVC)، وهذا ما يسمى بـ"سعر الإغلاق"، وهو السعر الذي تقوم المنشأة بمقارنته مع سعر السوق، فإذا وصل سعر السوق إلى سعر الإغلاق الخاص

بالمنشأة، تتوقف المنشأة عن الإنتاج. أي أن سعر الإغلاق هو أقل سعر يمكن أن تتعامل المنشأة به وتستمر في الإنتاج.

ت- الطريقة الحدية: عندما تقوم المنشأة بزيادة حجم إنتاجها (مستوى أعلى من Q)، فإن هناك ارتفاعاً في الإيراد الكلي الذي تحصل عليه (TR = P x Q)، إلا أن ذلك سيكون مصحوباً بارتفاع في التكلفة الكلية (TC) أيضاً. إذاً، عندما تقرر المنشأة زيادة إنتاجها بمقدار وحدة واحدة مثلاً، تقوم المنشأة بمقارنة مقدار الزيادة في التكلفة الكلية الناجمة عن زيادة الإنتاج بوحدة واحدة (MC)، مع مقدار الزيادة في الإيراد الكلي الناتج عن زيادة الإنتاج بوحدة واحدة (MR)، أو:

$$\mathbf{MC} = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}, \quad \mathbf{MR} = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \qquad \text{- - - (3)}$$

ويتحدد قرار المنشأة بالإنتاج أو التوقف كما يلي:

- ✓ إذا كان (MR > MC)، فإن المنشأة تستمر في الإنتاج.
- ✓ إذا كان (MR < MC)، فإن المنشأة تتوقف عن الإنتاج.
- ✓ إذا كان (MR = MC)، فإن هذا هو وضع التوازن، وهو مستوى تعظيم الأرباح .

ويعني شرط التوازن (MR=MC)، أن الإيراد الإضافي الذي تحصل عليه المنشأة نتيجة زيادة الإنتاج بوحدة واحدة، يساوي التكلفة الإضافية التي تدفعها المنشأة نتيجة زيادة الإنتاج. ومن ثم، فلا يوجد دافع لدى المنشأة نحو زيادة أو تخفيض الكمية المنتجة، حيث أن هذه الكمية هي الكمية الوحيدة التي تعظم أرباح المنشأة.

من المعادلة رقم (3) أعلاه الخاصة بالإيراد الحدي (MR)، نقوم بقسمة طرفي المعادلة على (ΔQ) ومن ثم نحصل على النتيجة التالية:

$$MR = P \qquad \text{- - - (4)}$$

أي أن الإيراد الحدي يساوي سعر السلعة، أو أن الإيراد الإضافي الذي تحصل عليه المنشأة جراء بيع السلعة، يساوي دائماً سعر السلعة. وباستخدام المعادلة رقم (4) يمكن تحديد قرار المنشأة كما يلي:

- ❖ إذا كان (P > MC)، فإن المنشأة تستمر في الإنتاج.
- ❖ إذا كان (P < MC)، فإن المنشأة تتوقف عن الإنتاج.
- ❖ إذا كان (P = MC)، فإن هذا هو وضع التوازن وهو مستوى تعظيم الأرباح

ويشترط في وضع التوازن أن يكون (P = MC) عند أدنى مستوى لمنحنى (AVC).
ويوضح الجدول التالي هيكل التكاليف الخاص بمنشأة تعمل في سوق المنافسة الكاملة

الجدول رقم(2): هيكل التكاليف الخاص بمنشأة تعمل في سوق المنافسة الكاملة

TR - TC	AR	MC	MR	TC	TR	Q	P
- 10	50	--	50	10	0	0	50
30	50	10	50	20	50	1	50
75	50	5	50	25	100	2	50
105	50	20	50	45	150	3	50
105	50	50	50	95	200	4	50
65	50	90	50	185	250	5	50
- 55	50	170	50	355	300	6	50

وللتوصل إلى التوازن، نقوم بتطبيق شرط تعظيم الأرباح (MR = MC)، وفي سوق المنافسة فإننا يمكن أن نعبر عن شرط التوازن كما يلي:

(P = MC)

ويتحقق التوازن عند كمية إنتاج تساوي (Q = 4) وحدات. وتجدر الإشارة إلى أن إنتاج (4) وحدات، يحقق للمنشأة أكبر فرق بين إجمالي الإيرادات وإجمالي التكلفة (105 KD).
ومن خلال الجدول تتضح حالات مختلفة لمنشأة تنافسية:

- السعر التنافسي أعلى من سعر الإغلاق ولذلك تستمر المنشأة في الإنتاج. أما بالنسبة للأرباح، فطالما كان السعر التنافسي أعلى من نقطة التعادل تحقق المنشأة أرباحاً اقتصادية.
- السعر التنافسي يساوي سعر الإغلاق ولذلك تستطيع المنشأة الاستمرار أو التوقف عن الإنتاج. أما بالنسبة للأرباح، فالسعر التنافسي أقل من نقطة التعادل وبالتالي لا تحقق المنشأة أرباحاً اقتصادية بل تغطي فقط التكاليف المتغيرة وتدفع التكاليف الثابتة.
- السعر التنافسي أعلى من سعر الإغلاق ولذلك تستمر المنشأة في الإنتاج. أما بالنسبة للأرباح، فالسعر التنافسي أقل من نقطة التعادل وبذلك لا تحقق المنشأة أرباحاً اقتصادية. تقوم المنشأة بتغطية التكاليف المتغيرة وجزء من التكاليف الثابتة.
- السعر التنافسي أقل من سعر الإغلاق ولذلك تتوقف المنشأة عن الإنتاج. أما بالنسبة للأرباح، فلا تحقق المنشأة أرباحاً اقتصادية وتتحمل فقط التكاليف الثابتة.

3- سلوك المنشأة التنافسية في المدى الطويل:

لا تستطيع المنشأة العاملة في المدى القصير التحكم وبصورة كاملة في عناصر الإنتاج المستخدمة، وبالتالي فقد لا تستطيع بعض المنشات التوسع في حجم إنتاجها، أو الدخول إلى سوق سلعة ما (طالما كان هناك عنصر إنتاجي ثابت). أما في المدى الطويل، فتستطيع المنشأة وبحرية كاملة اختيار التوليفة المناسبة من عناصر الإنتاج، ومن ثم تستطيع التوسع في حجم إنتاجها، وبالتالي يتوفر للمنشأة إمكانية الدخول إلى أسواق السلع المختلفة[1].

أن الدافع الرئيسي وراء دخول منشآت جديدة إلى السوق هو وجود منشات تحقق أرباحاً في هذا السوق. فلنفترض أن سوق سلعة ما كان في وضع توازن في هذه الحالة، فإن المنشأة التوازنية تنتج تلك الكمية التي يتحقق فيها شرط التوازن (P=MC). لنفترض الآن أن سعر السلعة قد ارتفع نتيجة لارتفاع الطلب على هذه السلعة. في هذه الحالة، تبدأ المنشات بتحقيق أرباح اقتصادية حيث أن (P > MC). أن وجود هذه الأرباح سيدفع منشات جديدة إلى الدخول إلى سوق السلعة وجني هذه الأرباح. وكلما ارتفع عدد المنشات العاملة في السوق، كلما ارتفعت الكمية المنتجة من السلعة والتي تؤدي إلى انخفاض سعر السلعة. وبالطبع فإن

[1]-- محمد طاقة وأخرون، المرجع السابق ، ص197.

انخفاض سعر السلعة، سيعمل على انخفاض الأرباح التي تحصل عليها كل منشأة. وتستمر هذه العملية إلى أن يصل السعر لمستوى التكلفة الحدية (P = MC)، وتختفي الأرباح وبالتالي لا يوجد دافع لدخول منشات جديدة إلى السوق.

أما في حالة وجود خسائر، أي أن (P < MC) في سوق السلعة ، فإن هذه الخسائر ستدفع بعض المنشات العاملة إلى الخروج من السوق. وكلما انخفض عدد المنشات العاملة في السوق، كلما انخفض حجم الإنتاج الكلي مما يدفع سعر السلعة للارتفاع، وتبدأ المنشات بتقليص حجم الخسائر. ويستمر خروج المنشات من السوق إلى أن يتعادل كل من سعر السلعة والتكلفة الحدية (P = MC) وتختفي الخسائر. إذاً، تكون الأرباح الاقتصادية للمنشأة العاملة في المدى الطويل مساوية للصفر دائماً، ويكون الوضع التوازني الوحيد للمنشأة العاملة في المدى الطويل هو شرط التوازن:

$$P = MC$$

أما في المدى القصير، وبسبب ثبات بعض عناصر الإنتاج فقد لا تستطيع بعض المنشات الدخول إلى أسواق جديدة، وبالتالي يصبح بإمكان بعض المنشات الاستمرار في جني الأرباح.

ثانياً: الاحتكار التام (Pure Monopoly):

1- **خصائص سوق الاحتكار التام:** يعتبر سوق سلعة ما سوق احتكار تام إذا تميز السوق بالخصائص التالية:

أ- وجود منتج أو بائع وحيد في السوق:

في هذه الحالة فإن المحتكر هو المنتج أو البائع الوحيد للسلعة، وبالتالي فإن هذا المحتكر يمثل سوق السلعة. فعندما يقوم المحتكر برفع الكمية المعروضة من السلعة، فإن سعر السلعة سوف ينخفض. أما عندما يقوم المحتكر بتخفيض الكمية المعروضة فإن سعر السلعة سوف يرتفع. ويعتبر المحتكر صانعاً للسعر، وليس مستقبلاً للسعر، كما في سوق

المنافسة الكاملة. وجدير بالذكر أن المحتكر يتمتع أيضاً بقوة احتكارية (أو قوة سوقية)، أو ما يسمى بـ (Market Power)، حيث تنبع هذه القوة بسبب قدرة المحتكر على التحكم بسعر السلعة. وبما أن لدينا محتكر أو بائع وحيد في السوق، فإن منحنى الطلب على سلعة المحتكر هو نفسه منحنى طلب السوق.

ب- عدم وجود بدائل قريبة لسلعة المحتكر:

ما يميز السلعة التي يقوم المحتكر بإنتاجها أو بيعها هو عدم وجود بدائل قريبة للسلعة، وبالتالي تكون مرونة الطلب السعرية لسلعة المحتكر مرونة منخفضة جداً، ويكون معامل المرونة مقارباً للصفر.

ت- وجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى سوق المحتكر:

على النقيض من سوق المنافسة، فإن سوق الاحتكار يتميز بوجود عوائق تمنع دخول أي منشأة إلى سوق المحتكر. فقد تكون هذه العوائق عوائق قانونية (براءات الاختراع والامتياز)، أو عوائق حكومية (قوانين محلية)، أو عوائق إنتاجية (ملكية طريقة الإنتاج أو ملكية عناصر الإنتاج)، أو عوائق تقنية (التكنولوجيا المستخدمة في عملية الإنتاج)، أو عوائق طبيعية.

2- توازن المحتكر في المدى القصير:

باستخدام المعلومات الخاصة بمنشأة احتكارية والموضحة في الجدول رقم ()، يمكن التوصل إلى توازن المحتكر كما يلي:

جدول رقم(3):هيكل التكاليف الخاص بمنشأة احتكارية

P	Q_d	TC	TR	MC	MR	TR – TC
40	0	50	0	0	- -	- 50
38	1	56	38	6	38	- 18
36	2	66	72	10	34	6
34	3	80	102	14	30	22
32	4	99	128	19	26	29
30	**5**	**120**	**150**	**22**	**22**	**30**
28	6	146	168	26	18	22
26	7	176	182	30	14	6
24	8	210	192	34	10	- 18

- **توازن المحتكر:**

يتحقق توازن المنشأة (في سوق المنافسة أو الاحتكار)، عند المستوي الذي يتحقق فيه تساوي التكلفة الحدية مع الإيراد الحدي، أو:

$$MR = MC$$

بشرط أن يكون السعر أعلى من سعر الإغلاق

وبمراجعة الجدول رقم (3)، نلاحظ أن التوازن يتحقق عند إنتاج (5) وحدات من السلعة، وبسعر توازني يساوي (30) دينار. ومن الملاحظ أن هذا التوازن يتحقق عندما يكون السعر أعلى من الإيراد المتوسط (P > MR). وبشكل عام، فإن السعر الذي يواجه المنشاة الاحتكارية يكون دائماً أعلى من الإيراد المتوسط (ماعدا عند إنتاج الوحدة الأولى).

ويقوم المحتكر بتحديد المستوى الذي يتساوى فيه الإيراد الحدي مع التكلفة الحدية(MC = MR = 22)، حيث تكون الكمية التوازنية (5) وحدات. ويتحدد السعر من خلال منحنى الطلب، الذي يبين أقصى ما يرغب المستهلك بدفعه

للحصول على (5) وحدات من السلعة، ويكون السعر التوازني (30 دينار)، وهو أعلى من الإيراد الحدي الذي يحصل عليه المحتكر نتيجة بيع السلعة.

3- الاحتكار في المدى الطويل:

في سوق المنافسة الكاملة، فإن المنشأة التي تنتج في المدى الطويل لا تقوم بتحقيق أرباح اقتصادية وذلك لأن من خصائص سوق المنافسة إمكانية دخول منشات جديدة إلى سوق السلعة (وخروج منشات من سوق السلعة)، وبالتالي فإن وجود أرباح (أو خسائر)، سيدفع منشات جديدة إلى الدخول إلى السوق (أو الخروج من السوق)، وتستمر هذه العملية إلى أن تتلاشى الأرباح. [1]

أما في سوق الاحتكار التام، فيستطيع المحتكر الاستمرار في المحافظة على الأرباح الاقتصادية في المدى الطويل، وذلك لوجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى سوق السلعة.

ثالثا: أنواع أخرى للسوق

يعتبر كل من سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار التام الحالات القصوى التي يمكن لأي سوق الوصول لها. وفيما بين هذين الشكلين من أشكال السوق، توجد أشكال أخرى تجمع بين خصائص سوق المنافسة الكاملة والاحتكار التام.

1- المنافسة الاحتكارية:

ويعتبر هذا السوق قريب الشبه من سوق المنافسة الكاملة، ومن خصائص هذا السوق[2]:

أ- وجود عدد كبير من المنشات الصغيرة، بحيث لا تستطيع أي منشأة التأثير على سعر السوق.

---

[1]- ضياء المجيد الموسوي، مرجع سبق ذكره، ص 276.

[2]- عادل المهدي، و لمياء المغربي، مرجع سبق ذكره، ص ص207-208.

ب- السلع متشابهة لكنها غير متجانسة، حيث يمكن التفرقة بين السلع الموجودة في السوق. ويكون منحنى الطلب الذي يواجه المنشأة منحدراً من أعلى لأسفل، ومن اليسار إلى اليمين.

ت- سهولة الدخول إلى السوق.

ث- وجود المنافسة غير السعرية، ويتمثل ذلك باستخدام طرق تنافسية كاستخدام وسائل الدعاية والإعلان، ويسمى هذا بالتمييز السلعي.

2- احتكار القلة:

ويعتبر هذا السوق أقرب إلى سوق الاحتكار التام، ويتميز هذا السوق بالخصائص التالية:

أ- وجود عدد قليل من المنشات التي تملك حصة كبيرة من السوق. ويمكن قياس حجم حصة المنشأة في السوق بتقدير حجم المبيعات أو الإنتاج. (منظمة الأوبك).

ب- وجود المنافسة غير السعرية.

ت- وجود عوائق تمنع دخول منتجين جدد إلى السوق. وتعطي هذه الميزة "قوة احتكارية" للمنتجين في هذا السوق، إضافة إلى وجود "علاقات متبادلة" بين المنتجين في السوق. وأخيرا، يتوفر في هذا السوق حوافز للاتفاق بين للمنتجين في السوق على البيع بسعر معين، أو تقسيم مناطق البيع بين المنتجين وهكذا.

ث- تكون السلعة المنتجة سلعة متميزة، حيث يكون هناك اختلاف بسيط كنوع التغليف أو خدمات ما بعد البيع. وترتبط هذا الميزة مع المنافسة غير السعرية.

المحور السادس: الإستثمار

أولا: مفهوم الاستثمار ومبادئه

1- مفهوم الاستثمار عند مختلف المدارس

أ – مفهوم الاستثمار عند الكلاسيك :

لقد عالجت النظرية الكلاسيكية مفهوم الاستثمار، إذ اعتبرت أن الادخار هو المحرك الأساسي للاستثمار باعتباره الفائض عن الاستهلاك وهو يعبر عن تأجيل الانتفاع من الحاضر إلى المستقبل، فالمنظم الذي يقوم بإعادة استثمار أرباحه بدلاً من استهلاكها ، إنما يهدف إلى تحقيق أرباح جديدة قابلة لأن تضمن له حالة أفضل في المستقبل.

إن الازدواج القائم بين الاستهلاك والاستثمار يرتبط أساسًا بمعدل الفائدة السائد في الأسواق المالية، إذن يشكل معدل الفائدة العامل الأساسي في اتخاذ قرار الاستثمار.

إن النظرية الكلاسيكية تهتم بالدراسات الاقتصادية على المستوى الجزئي دون إعطاءها نفس الأهمية للدراسة الاقتصادية الكلية[1].

ب – مفهوم الاستثمار عند الكينزيين :

أعطى الكينزيون مفهوم الاستثمار من خلال نظريتهم، إذ يعتبرون أن الاستثمار هو أحد الحوافز الأساسية، وأن تطبيق السلطات سياسة معينة لتحقيق التوازن، بحيث تقوم السلطات المسؤولة بالاستثمار التلقائي يوجه لاستخدام رؤوس الأموال في المجالات غير المنتجة من أجل إنعاش الطلب الكلي، أما الأفراد فيقومون بالاستثمار التابع، والذي يكون محدثًا أو محرضًا بدون تدخل السلطات المسؤولة والذي يلبي الطلب الكلي المتزايد لتطوير الإنتاج.

[1] - C. Charmal **"Investissement et croissance économique"**, Dunod, Paris 1969, p10.

ومن هنا يتضح أن الاستثمار التابع ليس له القدرة على إحداث التوازن لأن حجمه ضعيف لاستعمال ادخار الأعوان، ولهذا يتطلب الاستثمار التلقائي والذي تكمن مهمته في ضمان التعادل بين الإنتاج، العرض والطلب.

ت- تعاريف عامة للاستثمار:

حسب قيتون "GUITTON"، الاستثمار هو تنمية تجهيزات ووسائل الطاقات الإنتاجية المتاحة، وأن نستثمر، معناه أن نحسن المستقبل مع قبول التضحية، هكذا يمكن أخذ الاستثمار على أنه حكم بين الحاضر والمستقبل[1].

كما يقصد بالاستثمار التخلي عن الأموال ملكها الفرد في لحظة زمنية معينة ولفترة من الزمن بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوضه عن القيمة الحالية للأموال المستثمرة وكذلك عن النقص المتوقع من قيمتها الشرائية بفعل عامل التضخم وذلك مع توفير معقول مقابل تحمل عنصر المخاطرة المتمثل باحتمال عدم تحقق هذه التدفقات.

بالرغم من المفاهيم العديدة للاستثمار، يمكن أن نستخلص التعريف التالي :

يعرف الاستثمار بأنه ومن منظور التحليل الاقتصادي الكلي تحويل الأصول النقدية في الاقتصاد الوطني إلى أصول مادية تسهم في إضافة إنتاج من السلع والخدمات أو المحافظة على الناتج المتحقق في الفترة السابقة، دون نقصان[2]، ويأخذ الاستثمار الأشكال التالية:

- ✓ تحديد الآلات والمعدات.
- ✓ إنتاج السلع الرأسمالية.
- ✓ توسيع الطاقة الإنتاجية.
- ✓ صافي التغير في المخزون السلعي سواءًكان مواد أولية أو مواد تامة أو نصف مصنعة.

[1] - Jean Charles Hall **"Choix d'investissement dans l'entreprise"**, France 1973, p45.

(2)- طلعت الدمرداش، مرجع سبق ذكره، ص 355.

3- مبادئ الاستثمار:

حتى يتوصل المستثمر إلى الاختيار بين البدائل الاستثمارية المتاحة لا بد من مراعاة مجموعة من المبادئ العامة و هي[1] :

أ – مبدأ الاختيار :

نظرا لتعدد المشاريع الاستثمارية و اختلاف درجة مخاطرها، فإن المستثمر الرشيد دائما يبحث عن الفرص الاستثمارية بناءا على ما لديه من مدخرات، بحيث يقوم باختيار هذه الفرص أو البدائل المتاحة مراعيا في ذلك ما يلي :

- يحصر البدائل المتاحة و يحددها ،
- يحلل البدائل المتاحة أي يقوم بالتحليل الاستثماري
- يوازي بين البدائل في ضوء نتائج التحليل،
- يختار البديل الملائم حسب المعايير و العوامل التي تعبر عن رغباته، كما يفرض هذا المبدأ على المستثمر الذي لديه خبرة ناقصة، أن يستعين بالوسطاء الماليين.

ب- مبدأ المقارنة:

و هنا يقوم المستثمر بالمفاضلة بين البدائل الاستثمارية المتاحة للاختيار المناسب، و تتم هذه المقارنة بالاستعانة بالتحليل الأساسي أو الجوهري لكل بديل متاح، و مقارنة نتائج هذا التحليل لاختيار البديل الأفضل و المناسب للمستثمر حسب وجهة المستثمر و كذا مبدأ الملاءمة.

[1] زياد رمضان، مبادئ الاستثمار المالي و الحقيقي، دار وائل للنشر، 1999 ص 228

ج – مبدأ الملاءمة:

بعد الاختيار بين المجالات الاستثمارية و أدواتها، و ما يلائم رغبات و ميول المستثمر و كذا دخله و حالاته الاجتماعية، يطبق هذا المبدأ بناءا على هذه الرغبات و الميول، حيث لكل مستثمر نمط تفضيل يحدد درجة اهتمامه بالعناصر الأساسية لقراره، و التي يكشفها التحليل الجوهري و الأساسي و هي[1]:

- معدل العائد على الاستثمار
- درجة المخاطر التي يتصف بها الاستثمار
- مستوى السيولة التي يتمتع بها كل من المستثمر و أدوات الاستثمار.

د- مبدأ التنويع :

و هنا يلجأ المستثمرون إلى تنويع استثماراتهم، و هذا للحد و التقليل من درجة المخاطر الاستثمارية التي يتعرضون لها ، غير أن هذا المبدأ ليس مطلقا، نظرا للعقبات و القيود التي يتعرض لها المستثمرون، مما يصعب عليهم انتهاج و تطبيق هذا المبدأ على ارض الواقع .

ثانيا: دالة الاستثمار

هي دالة تعبر عن سلوك المنظمين حيث يفاضلون باتخاذ قرار الاستثمار أو بعدمه، وذلك بالمفاضلة بين الكفاية الحدية لرأس المال ومعدل الفائدة، إذن ترتبط هذه الأخيرة علاقة عكسية بالاستثمار، كما يتغير الاستثمار من خلال تقديرات المنتجين وتوقعاتهم للمستقبل ويتحدد هذا من خلال مستوى الدخل الوطني وتغيراته الذي يؤثر طرديًا على مستوى الأرباح.

وفي الأخير يحدد دالة الاستثمار عامل يكمن في مدى وجود طاقات عاطلة إنتاجية تستجيب لزيادة الطلب الكلي بتشغيلها، وهذا يدل على أن لحجم رأس المال المخزون المتوفر تأثير عكسي على قرار الاستثمار.

[1] زياد رمضان ، مرجع سابق ، ص 230

إذن فإذا رمزنا للاستثمار بـ : I

ومعدل الفائدة (i)

وللدخل الوطني (y)

ومخزون رأس المال (k)

فإن دالة الاستثمار تكتب على الشكل : I = I (i.y.k)

مع :

$$\frac{\delta I}{\delta i}<0 \ , \ \frac{\delta I}{\delta y}>0 \ , \ \frac{\delta I}{\delta k}<0$$

إن معدل الفائدة (i) له تأثير عكسي على الاستثمار في الفترة القصيرة الأجل، إلا أنه عند دراسة الاستثمار في الفترة الطويلة الأجل يمكن إهمال معدل الفائدة لدراسة وتسوية مخزون رأس المال للحصول على المخزون الأمثل.

وبالتالي يمكن أن نعبر عن ارتباط الاستثمار بمتغير (y) ومخزون رأس المال المتاح.

فتصبح دالة الاستثمار في الأمد الطويل كما يلي :

I = I(y . k)

ثالثا: محددات الاستثمار

الاستثمار عنصر حساس للكثير من العوامل المؤثرة، لذلك كان الاستثمار كثير التقلبات و غير مستقر، و تفسير هذه التقلبات و التغيرات يعد أمرا بالغ الأهمية في التحليل الاقتصادي، ذلك أنه لو أمكن تفسير هذه التقلبات، فإننا نكون قد قطعنا شوطا كبيرا في تفسير التغيرات المنتظمة في الدخل القومي.

و هنا يثار التساؤل حول مسببات التقلبات في الإنفاق الاستثماري ؟

هناك العديد من العوامل الاحتمالية المسببة لهذه التقلبات نذكر منها ما يلي[1] :

[1] طاهر خيدر حردان ، مبادئ الاستثمار ، مرجع سابق ذكره ، ص 39

- سعر الفائدة
- و التوقعات
- و مستوى الأرباح
- و معدل التغير في الدخل القومي (حجم الناتج).

أ- الاستثمار و سعر الفائدة (أسعار خدمات رأس المال)

تتحقق الكثير من المشاريع الاستثمارية عن طريق الاقتراض، و يعتبر سعر الفائدة عن القروض الممنوحة للمستثمرين عن نفقة اقتراض النقود ، و لذلك فانه يمكن أن نتوقع لمقدار الاستثمار الذي يكون مربحا، في الإقدام عليه من جانب المستثمرين ، أن يتناسب عكسيا مع سعر الفائدة .

بعبارة أخرى فإننا نتوقع أن يكون سعر الفائدة مؤثرا قويا عل مستوى الاستثمار، و لكن لا يعتبر سعر الفائدة العامل الوحيد المؤثر على قرار الاستثمار بل أن هناك عوامل أخرى تلعب دورا أكثر أهمية في تشكيل توقعات رجال الأعمال حول كيفية ممارسة نشاطهم الاستثماري بصورة مربحة و تأثير سعر الفائدة هنا أنما يكون خلف ستار العوامل الأخرى المؤثرة في إصدار القرار الاستثماري.

فحسب النظرية النيو كلاسيكية يتحدد رصيد راس المال المرغوب فيه بحجم الناتج، و خدمات رأس المال بالنسبة لأسعار الناتج، كما تعتمد أسعار خدمات رأس المال على أسعار السلع الرأسمالية و سعر الفائدة و المعاملة الضريبية.

و بالتالي يتأثر رصيد رأس المال المرغوب فيه، و الاستثمار نتيجة التغير في الناتج، و في أسعار خدمات رأس المال بالنسبة لأسعار الناتج.

فيزيد رصيد راس المال المرغوب فيه بانخفاض سعر الفائدة، و يصبح صافي الاستثمار موجبا (و يكون صافي الاستثمار سالبا عندما يتساوى رصيد رأس المال المرغوب فيه و الفعلي).

و يعتبر الاستثمار دالة في سعر الفائدة و رصيد رأس المال (k) و الناتج (y) (و طبقا لفروض النظرية النيو كلاسيكية توجد علاقة عكسية بين سعر الفائدة السوقي و الاستثمار) ، و تتغير العلاقة بين سعر الفائدة و رصيد رأس المال المرغوب فيه بزيادة الناتج، أي أن الاستثمار دالة في الناتج و سعر الفائدة و رصيد رأس المال الفعلي .

فسعر الفائدة يعتبر محددا لرصيد رأس المال المرغوب فيه ، أي أن السياسة النقدية من خلال سعر الفائدة تؤثر في رأس المال المرغوب فيه و بالتالي الاستثمار .

ب- الاستثمار و التوقعات:

الواقع أن رجل الأعمال الناجح يبدل قصار جهده للتنبؤ حول مدى توسع السوق في المستقبل المنظور، و تصرفه هذا، إنما ينم عن الثقة في المستقبل المبنية على دراسات، و توقعات علمية و مدروسة قصد تفادي الخطأ في التقدير و التوقع.

ذلك أنه لو انزلق رجل الأعمال إلى الخطأ في حدسه حول التوقعات، فأنه يمكن أن يتعرض للجزاءات الجسيمة.

مثال ذلك أنه لو قرر رجل الأعمال عدم التوسع في الطاقة الإنتاجية لمنشأته، بينما يتوسع الطلب في السوق على منتج منشأته، فانه يعطي الفرصة لمنافسيه الأكثر إلماما و دراية في بعد نظرهم، و العكس، فلو أن رجل الأعمال قام بإثقال معدات رأسمالية و توسع في الاستثمار، في حين أن هذه النفقات الثابتة لم يقابلها مردود مناسب، فان ذلك لا محالة سوف يؤدي إلى فشل المنشأة في تحقيق الأرباح المجزية، أو إلى تحقيق الخسائر التي تضطرها إلى التوقف عن النشاط الإنتاجي نتيجة سوء التوقعات و التقديرات. [1]

و الواقع أن رجل الأعمال يبذل قصارى جهده في التنبؤ حول مدى توسع السوق في المستقبل المنظور، و لكن هناك عوامل أخرى عديدة يمكن أن تؤثر على مدى هذا التوسع في السوق، بخلاف أعداد و دخول مستهلكي منتج المنشأة التي يمارس رجل الأعمال نشاطه الاستثماري و الإنتاجي من خلالها التغير في السياسة الضريبية، أو التغير في سياسة الإنفاق الحكومي، أو وجود منتجات بديلة و منافسة، أو ظهور مجالات جديدة أكثر ربحية و أخرى أقل ربحية أو ابتكار طريقة جديدة لنقل السلع و الأشخاص أو أحداث سياسية جديدة هامة تؤثر في الوضع الاقتصادي...

فكل هذه العوامل يمكن أن تؤثر جميعها على توقعات رجل الأعمال بصورة فعالة، و لكن من الصعب التنبؤ بها مسبقا.

و قد تسود بين رجال الأعمال حالة نفسية تدعو إلى النظرة التشاؤمية حول المستقبل، و هذه يمكن أن تتبلور في نقص عام في الإنفاق الاستثماري، كما قد يحدث عرضا أن يكون

(1)- محمود الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 262، 263.

التفاؤل حول المستقبل هو الشعور السائد بين رجال الأعمال، و أن يتطور هذا التفاؤل في صورة موجة من التوسع في الإنفاق الاستثماري، تنبئ عن توقعات تتكشف فيما بعد على أنها توقعات خاطئة، و أيا كان الأمر فمن المتفق عليه بين المحللين الاقتصاديين أن التوقعات تلعب دورا كبيرا في اتجاهات السلوك الاستثماري سواء أثبتت هده التوقعات أن لها ما يبررها من عدمه. [1]:

ج- الاستثمار و مستوى الأرباح:

تدل المشاهد الملاحظة على ارض الواقع، أن خطط الاستثمار في تكوين رأس المال الثابت في المعدات الرأسمالية تتجاوب مع مستوى الطلب على السلع بدرجة أكبر من تجاوبها مع سعر الفائدة، بمعنى آخر أنه عندما يكون الدخل القومي مرتفعا و الطلب على السلع الاستهلاكية مرتفعا تبعا لذلك يميل رجال الأعمال إلى إنفاق قدر كبير من أصولهم النقدية على الاستثمار، و العكس كذلك في حالة انخفاض الدخل القومي و انخفاض تبعا لذلك الطلب على السلع الاستهلاكية فإن رجال الأعمال يعزف عن الإنفاق على الاستثمار[2].
و هذا السلوك الاستثماري من جانب رجال الأعمال يجعل الاستثمار دالة للدخل القومي.

أما تأثير الأرباح على الاستثمار، فانه يتجلى بالخصوص في حالة مؤسسات الأعمال تكون غير قادرة على اقتراض الأموال التي تحتاج إليها في نشاطها الاستثماري، أو إذا لم تكن راغبة في اقتراضها، فإنها قد تستخدم التمويل الذاتي، و ذلك اعتمادا على الأرباح المحتجزة و الغير موزعة و تخصيصها كليا أو جزئيا لتمويل مشاريعها الاستثمارية.

و هذا يعني أن هذا المصدر لأموال الاستثمار يتطلب – بطبيعة الحال – أن تحقق المؤسسة أرباحا، و من هنا تقدم الأرباح المحتجزة مصدرا هاما للأموال القابلة للاستثمار، مما يجعل الاستثمار دالة للأرباح .

و النظرية التي تتبنى هذه العلاقة السببية بين الاستثمار و مستوى الأرباح (الكلاسيك)، حيث اعتقد "Jan Tinberger" أن الأرباح المحققة تعكس الأرباح المتوقعة ، و حيث أن الاستثمار يعتمد على الأرباح المتوقعة لذلك يرتبط ايجابيا بالأرباح المحققة ، كما يحدد التمويل الداخلي الأرباح المتوقعة و يحدد الاستثمار ، و ذلك خلاف نظرية المعجل (الناتج

(1)- محمود الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 262، 263.

[2] طاهر خيدر حردان ، مرجع سابق ، ص 40

يحدد الاستثمار) و لذلك تكون السياسات المحفزة لزيادة الأرباح أكثر فاعلية لزيادة الاستثمار (مثل خفض معدلات الضرائب على القروض الاستثمارية) .

كما يتأثر الاستثمار بزيادة الأنفاق الحكومي من خلال الزيادة المحققة، أو خفض معدلات الضرائب على الدخول الشخصية استجابة لهذه الزيادة، مما يزيد الأرباح المتوقعة و بالتالي الاستثمار.

لقد أثير حول هذه الآراء الكثير من الجدل في ضوء الصعوبات الإحصائية، حول تحديد ما إذا كانت المشاهدات – من أرض واقع الحياة الاقتصادية – تتطابق مع معظمون هذه النظرية.

ذلك أن العلاقة الدالية بين الاستثمار و تحقق الأرباح، لا تنطبق دوما على النحو الذي قدم إذ أن العلاقة السببية بين الاستثمار و الأرباح، قد تكون في الاتجاه المعاكس في بعض الحالات، بمعنى أن الاستثمار قد يكون سلبيا في المستوى المرتفع من الدخل – حسب نظرية مضاعف الاستثمار (النظرية الكينزية).

د - الاستثمار و معدل التغير في الدخل(حجم الناتج)

يقرر مبدأ المعجل أن الاستثمار دالة في حجم الناتج، و يعتبر المحدد الرئيسي للناتج، لذلك تتزامن التغيرات في الاستثمار الكلي مع التغيرات في الناتج.

أي أنه- لا يتأثر الاستثمار بمستوى الدخل القومي، بقدر ما يتأثر بمعدل التغير في الدخل القومي، حيث عندما يرتفع مستوى الدخل القومي، فمن الضروري الإقدام على الاستثمار من أجل زيادة الطاقة اللازمة للإنتاج[1].

و تفسير ذلك أن ارتفاع مستوى الدخل القومي (التغير في الدخل بالزيادة) يتضمن زيادة رقم المبيعات، بما يعنيه ذلك من زيادة الطلب على سلع الاستهلاك، الأمر الذي يقتضي زيادة إنتاج هذه السلع، لمقابلة الزيادة في الطلب عليها، و هذه الزيادة في إنتاج هذه السلع الاستهلاكية تتطلب بدورها زيادة الطاقة الإنتاجية (الاستثمار) بطبيعة الحال.

و قدم "Richard Goodwin" نموذجا بسيطا لتراكم رأس المال حتى مستوى رصيد رأس المال المرغوب فيه نتيجة الزيادة في الدخل و الطلب و بعد نقطة معينة ينخفض الاستثمار ثم الدخل.

[1] طاهر خيدر حردان ، المرجع السابق ، ص 42

و أوضح "Hicks" نظرية "Samuelson ونموذج "Richard Goodwin" و قرر أن تأثير المعجل غير منتظم عند تغير الطلب و بالتالي فانخفاض الطلب النهائي بمعدل أكبر من الانخفاض في رصيد رأس المال المرغوب فيه (نتيجة وجود فائض في السلع الرأسمالية) سيؤدي إلى عدم زيادة الاستثمارات الجديدة ، ما لم يتم استخدام كل الآلات العاطلة، حتى لو زاد الطلب النهائي ، و يتضمن نموذج "Richard Goodwin" حدا أعلى لمعدل الاستثمار، يتحدد بالطاقة الإنتاجية لصناعة السلع الرأسمالية ، أما "Hicks" فافترض وجود حد أقصى للناتج الكلي، يتحدد بحجم القوى العاملة الكلية و يتحدد هذا القيد الاستثمار و مكونات الناتج الأخرى .

وتعتمد نظرية "Jorgenson" لمبدأ المعجل على الأفكار الكلاسيكية حيث يتوقف الاستثمار على وسط مرجح للتغيرات السابقة في الدخل، (مع بقاء الأشياء الأخرى على حالها)

و الخلاصة أن ارتفاع مستوى الدخل القومي، يفضي إلى ارتفاع مستوى الاستثمار، و قد يرتفع مستوى الاستثمار كذلك، لأن التوقعات المؤسسة على الاتجاه التصاعدي لرقم الأعمال قد تكون توقعات ملائمة.

هـ - الطلب على الاستثمار:

لقد كان الاقتصادي جون مايناردكينز – المع الاقتصاديين في فترة ما قبل الحرب العالمية الثانية – رائدا في إبراز أثر كل من المتغيرات (سعر الفائدة، توقعات رجال الأعمال، مستوى الأرباح) على حجم الاستثمار، إذ جمع بين عنصر التوقعات و عنصر الأرباح في مفهوم اقتصادي واحد هو " الكفاءة الحدية لرأس المال " أو " سعر الخصم " و بمقارنته بسر الفائدة يتحدد مستوى الاستثمار[1].

و يبدأ كينز تحليله بأن دراسة الكفاءة الحدية لرأس المال إنما تعني بيان القوى الاقتصادية المختلفة التي تؤثر في حجم الطلب على الاستثمار.

و بالتالي في حجم الطلب الكلي الفعال، بعبارة أخرى أن رجل الأعمال يفكر في أمرين عند اتخاذ أي قرار استثماري: مقدار الغلة المتوقعة للأصل الرأسمالي الجديد، و تكلفة عرض هذا الأصل.

[1] حسين عمر ، الاستثمار و العولمة ، دار الكتاب الحديث ، مصر ، 1997 ، ص 55

- مفهوم الغلة المتوقعة للأصل الرأسمالي:

يقصد كينز بالغلة المتوقعة، مقدار الغلة التي يدرها الاستثمار (الأصل الرأسمالي الجديد) طوال المدة التي يظل فيها الاستثمار قائما ، أو بعبارة أخرى طوال العمر الإنتاجي للأصل الرأسمالي الجديد .

فضلا عن ذلك ، فان المستثمر يفكر أيضا في بدائل هذا الاستثمار ، إذ يمكنه – مثلا – شراء سندات مدرة للفائدة، أو إيداع أمواله في حساب ادخاري لدى أحد المصارف مما يعود عليه بفائدة عن هذا الإيداع ، و من ثم يقارن المستثمر بين العائد الذي يمكن أن يحصل عليه – نتيجة مخاطرته في خلق أصول رأسمالية جديدة، و بين إيداع أمواله في صورة سندات أو حساب ادخاري بدون خطورة في الحصول على عائد .

و من هنا فلكي يكون ثمة حافز للاستثمار لدى رجل الأعمال، فلابد أن يكون العائد من هذا الاستثمار " سعر الخصم " أعلى من سعر الفائدة، أو على الأقل يساويه.

- مفهوم الكفاءة الحدية لرأس المال

و في شرح مفهوم الكفاءة الحدية لرأس المال يفرق كينز بين ما أطلق عليه " الغلة المتوقعة من أصل الرأسمالي الجديد "، و بين ثمن عرض هذا الأصل، و يعلل كينز هذا الربط بأن المستثمر لا يفكر في الغلة المتوقعة للأصل الرأسمالي الجديد فحسب، بل يفكر أيضا في ثمن أو تكلفة عرض هذا الأصل، و لا يقصد كينز بتكلفة العرض ثمن الأصل الموجود فعلا، بل " تكلفة إحلال " هذا الأصل بأصل جديد يشابه تماما الأصل الذي سيتم الاستثمار فيه، و لهذا يسمي كينز " ثمن عرض الأصل الرأسمالي الجديد " " بتكلفة الإحلال " و من هنا يعرف كينز الكفاءة الحدية لرأس المال كما يلي[1]:

" الكفاءة الحدية لرأس المال تساوي سعر الخصم الذي يجعل القيمة الحالية لسلسلة من الأقساط السنوية التي تنتج عن الغلة المتوقعة من الأصل الرأسمالي ، أثناء حياة ذلك الأصل مساوي تماما ثمن عرضه " .

[1] . حسين عمر ، مرجع سابق ، ص 56

رابعا: دوافع الاستثمار

1 – دوافع الاستثمار على مستوى المؤسسة (الجزئي) :

الهدف العام للاستثمار هو تحقيق العائد (الربح أو الدخل)، مهما كان نوع الاستثمار من الصعب أن نجد فردًا يوظف أمواله دون أن يكون هدفه تحقيق العائد أو الربح.

أما العوامل الأخرى التي تدفع الأعوان الاقتصادية للاستثمار هي :

- الرفع من الإنتاج على النحو الذي يسمح بتغطية الطلب الإضافي
- حفاظ المؤسسة على حصتها في السوق أو الرفع منها دون السماح للمنافسين من استغلال ذلك بواسطة الاستثمار
- التحسين من النوعية والتقليل أو التقليص من تكاليف الإنتاج مع تحديد سعر للبيع مدروس ومناسب يسمح باستقطاب أكبر عدد من الزبائن يتصفون بقبول وتفضيل المنتوج والرضا عليه.

ويتم ذلك عن طريق التخلي عن طرق الإنتاج المكلفة وكذا التكاليف الزائدة مستبدلة ذلك بأفضل ما توصل إليه التقدم التكنولوجي من اختراعات وكذا التنظيمات الجديدة[1].

- تجديد المؤسسة لاستثماراتها نتيجة لاهتلاكها سواءً كان اهتلاك مادي أو معنوي خلال العملية الإنتاجية

2 – دوافع الاستثمار على المستوى الكلي :

- رفع نسبة النمو الاقتصادي عن طريق الزيادة في الإنتاج نتيجة توسيع القاعدة الإنتاجية، مما يؤدي إلى ارتفاع الدخل الوطني
- تحسين القدرة الشرائية لأفراد المجتمع، أي ارتفاع المداخيل الفردية مع ثبات العوامل الأخرى
- التخفيض من معدلات البطالة بتوفير مناصب شغل جديدة، فنحصل على مداخيل يتم إنفاقها فيرتفع استهلاك السلع والخدمات
- تحسين وضعية ميزان المدفوعات حيث يؤثر إيجابًا على سعر الصرف في حالة استقطاب استثمارات أجنبية.

[1] - طاهر حيدر حيدران ، مرجع سبق ذكره، ص16.

خامسا: أهمية الاستثمار

إن أهمية الاستثمار تتجلى من خلال التأثير على النشاط الاقتصادي، وسنستخلص تلك الأهمية سواء من الناحية الفنية أو الاقتصادية أو الاجتماعية.

1 – الأهمية الفنية للاستثمار :

تكمن الأهمية الفنية للاستثمار من خلال تعويض رأس المال الثابت نتيجة اهتلاكه بتقنيات أكثر تطوراً من أجل المحافظة على بقاء المؤسسة في الحقل الاقتصادي، تلك المؤسسة التي تسعى إلى مواكبة المستجدات والتغيرات من تجيد متوالي نتيجة التقدم التقني حتى تضمن البقاء والاستمرار في ظل المنافسة الشديدة.

إن العملية الفنية تهدف بالدرجة الأولى إلى تعظيم الأرباح بتحقيق الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة وجودة النوعية، وبالتالي لا بدّ من اختيار التقنيات الأكثر تطوراً ذات الكفاءة العالية في زيادة الإنتاج للحصول على مردودية أعلى ورفع جودة المنتوجات، إضافة إلى ذلك يجب إدخال أساليب حسنة للإنتاج والإدارة، أكثر فعالية وبتطوير نظام العمل، سواء الإنتاجي أو غير الإنتاجي. إلا أن دوافع التغييرات هذه تختلف من بلد إلى آخر وذلك حسب الظروف الاقتصادية للبلد.

إن الدافع لتحديد التقنية يعود إلى الدقة المتزايدة والنوعية الجيدة والإتقان في العمل، والاقتصاد في المواد والطاقة، بالإضافة إلى تطبيق الطرق الإنتاجية الحديثة، مثل إدخال المعلوماتية، بالإضافة إلى الإضرابات المتزايدة الناتجة عن مطالبة نقابات العمال برفع أجورهم، مما يجعل هذه الأخيرة ترتفع لمستوى أعلى من سعر رأس المال. إن ارتفاع بعض عوائد عوامل الإنتاج، خاصة أجور العمال، الفائدة على رأس المال وربع المواد الطبيعية بنسبة تفوق الارتفاع في سعر المنتوج، يجعل المنظم يلجأ إلى إدخال طرق إنتاجية أكثر حداثة، محاولاً بذلك تخفيض تكلفة الإنتاج الإجمالية وبالتالي تخفيض تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة.

والاستفادة من استخدام التقدم التقني شمل جميع الأعوان الاقتصادية، إلا أن تلك الاستفادة تختلف من عون إلى آخر.

فمثلاً المستهلك يستفيد من تخفيض ثمن بيع الوحدة وتحسين النوعية، أما استفادة العمال فتتمثل في رفع أجورهم، إضافة إلى امتيازات أخرى، مثل العلاوات، تخفيض مدة العمل وشدته، كذلك تحسين شروط العمل.

أما المؤسسات فاستفادتها تكون في ارتفاع الأرباح، سواء كان ذلك بالمحافظة على حجم المبيعات وتحقيق هامش ربح نتيجة تخفيض التكلفة، أو عن طريق زيادة حجم المبيعات بتخفيض ثمن البيع وبالتالي المحافظة على هامش ربح منخفض نسبيًا.

أما الدولة فترتفع حصيلتها من الضرائب المباشرة نتيجة ارتفاع أرباح المؤسسة، من جهة، وارتفاع أجور العمال من جهة أخرى، كما أن القيمة المضافة ترتفع أيضًا نتيجة ارتفاع استهلاك السلع (الطلب الاستهلاكي).

مما سبق، نلاحظ أن الاستفادة عامة، أي من جميع أطراف المجتمع، لكن استفادة أرباب العمل تكون أكبر باعتبارهم يستحوذون على حصة الأسد.

نظرًا لكل هذه الامتيازات، نجد أن البلدان المتقدمة تولي اهتمامًا كبيرًا للبحوث، خاصة البحوث التنموية، إذ تخصص لها ميزانية تقدر ما بين **1%** إلى **3%** من الناتج الداخلي الخام، وتوزع هذه المخصصات على مختلف مراكز البحوث، مثل الجامعات، مخابر الدولة، المؤسسات الخاصة.

2 – الأهمية الاقتصادية والاجتماعية :

تختلف أهمية الاستثمار حسب الأهداف، فبعض البلدان تهدف من استثماراتها إلى تحقيق المردودية الاجتماعية المتمثلة أساسًا في توفير مناصب الشغل للقضاء على البطالة وتحسين مستوى معيشة أفراد المجتمع بتحسين القوة الشرائية وزيادة الاستهلاك، بالإضافة إلى محاربة النزوح الريفي وتحقيق التوازن الجهوي. وأن المردودية الاقتصادية عامل ثانوي في اتخاذ قرارات الاستثمار، وإنما يعبر عن مدى نجاعة تسيير المؤسسة الاقتصادية.

وكان هذا النمط من الاستثمارات ذو الأهمية الاجتماعية سائدًا في البلدان ذات التوجه الاشتراكي والممولة من طرف الدولة (مثل الجزائر خلال المخططات الإنمائية). أما البلدان الرأسمالية فتهدف من استثماراتها إلى تحقيق المردودية الاقتصادية بتحقيق أرباح تساهم من جديد في استثمارات جديدة، فهي أداة لتحقيق زيادة في الإنتاج والنمو الاقتصادي بشكل مستمر.

إذن تتمثل الأهمية الاقتصادية للاستثمار في المردود الاقتصادي الناتج عن عملية الاستثمار. فالمستثمر لا يُقبِل على استثمار أمواله إلا إذا توقع حصوله على أرباح من هذه العملية على مدى حياة استثماره. فالمستثمر يفاضل بين توظيف أمواله لدى المؤسسات المالية

مقابل فائدة يحصل عليها في نهاية الفترة على رأس المال المقرض، ومبلغ الفائدة هذا نظير تأجيل استعمال دخله في الحاضر إلى المستقبل، وبين أن يستثمر أمواله في مشاريع للحصول على أرباح م ذلك. وتتم عملية المفاضلة ما بين معدل الفائدة السنوي وعدل الربح السنوي الذي يتحصل عليه نتيجة الاستثمار، وهذا الأخير هو ما يعبر عنه كينز بالكفاية الحدية لرأس المال، فالرغبة في الاستثمار وارتفاع حجمه حسب نظرية كينز تحدده كل من :

- الكفاية الحدية لرأس المال
- سعر الفائدة

ومن هنا يمكن تلخيص أهمية الاستثمار في مدى تأثيره على العناصر التالية :

- ✓ درجة مساهمة الاستثمار الجديد في الناتج الوطني الإجمالي
- ✓ درجة مساهمة الاستثمار في دعم ميزان المدفوعات
- ✓ درجة مساهمة الاستثمار في خلق مناصب الشغل
- ✓ دور الاستثمار في إشباع الحاجات الأساسية لأغلبية من السكان
- ✓ مدى ما يوفره الاستثمار من العملات الصعبة عن طريق إنتاجية لمنتجات تم الاعتماد على استيرادها

سادسا: التصنيفات المختلفة للاستثمار

بما أن الاستثمارات تختلف باختلاف المستثمرين والهدف من الاستثمار، فإن عملية تصنيف الاستثمارات تخضع إلى جملة من المعايير والأسس ومن ثم فإنه قد أعطيت الكثير من التصنيفات يمكن ذكر أهمها على النحو التالي[1] :

1- **من حيث الطبيعة القانونية**: يمكن تصنيف الاستثمار إلى ثلاث أنواع:

أ-استثمارات عمومية، و هي استثمارات تقوم بها الدولة من أجل التنمية الشاملة، و لتحقيق حاجيات المصلحة العامة، مثل الاستثمارات المخصصة لحماية البيئة .

ب- الاستثمارات الخاصة: و تتميز هذا النوع من الاستثمارات بطابع الربح الذي يتوقعه أصحابها من وراء عملية الاستثمار، و هي تنجز من طرف الأفراد و المؤسسات الخاصة

[1])- حسين عمر ، الموسوعة الاقتصادية العربية مرجع سبق ذكره، ، ص 40

ت- الاستثمارات المختلطة: و تتحقق هذه الاستثمارات بدمج القطاع العام و الخاص لإقامة المشاريع الكبيرة التي تتطلب رؤوس أموال ضخمة و لها الأهمية القصوى في انتعاش الاقتصاد الوطني، حيث تلجأ الحكومات إلى رؤوس الأموال الخاصة المحلية أو الأجنبية، لأنها لا تستطيع تحقيق هذه المشاريع برأسمالها الخاص.

2- **من حيث المدة الزمنية:** و تصنف من حيث مدتها الزمنية إلى ثلاث أصناف هي:

أ-استثمارات قصيرة الأجل: و هي الاستثمارات التي تقل مدة إنجازها عن السنتين، و تكون نتائجها في نهاية الدورة لأنها تتعلق بالدورة الاستغلالية.

ب-استثمارات متوسطة الأجل: و هي الاستثمارات التي تقل مدة إنجازها عن خمس سنوات و تزيد عن السنتين ، و هي التي تكمل الأهداف الإستراتيجية التي تحددها المؤسسة .

ت-استثمارات طويلة الأجل: تؤثر هذه الاستثمارات بشكل كبير، على المؤسسة بصفة خاصة و على المجتمع بصفة عامة، و هي تتطلب لرؤوس أموال ضخمة و تفوق مدة إنجازها خمس سنوات.

3- من حيث الأهمية و الغرض: تنقسم بدورها إلى عدة أقسام منها[1]:

أ-استثمارات التجديد: و تتمثل في التجديدات التي تقوم بها المؤسسة، و ذلك بشراء الآلات و المعدات و جل وسائل الإنتاج، و ذلك لاستبدال المعدات القديمة، حتى تتمكن من مسايرة التقدم التكنولوجي ، فهي تسعى لشراء المعدات الأكثر تطورا ، و بالتالي فإنها تتمكن من تحسين النوعية و زيادة الأرباح ، و بصفة عامة هدفها الأساسي هو الحفاظ على القدرة التنافسية للمؤسسة .

ب-استثمارات النمو (الإستراتيجية): هدفها الأساسي تحسين الطاقات الإنتاجية لتنمية الإنتاج و التوزيع بالنسبة للمؤسسة لتوسيع مكانتها في السوق، إذ تقوم بتسويق منتجات و ابتكارات جديدة و متميزة، لفرض نفسها على المنتجين الآخرين، و هذا ما يسمى بالاستثمارات الهجومية، أما الاستثمارات الدفاعية، فهي التي تسعى المؤسسة من خلالها إلى الحفاظ على الأقل على نفس وتيرة الإنتاج.

---

[1]- حسين عمر ، الموسوعة الاقتصادية العربية المرجع السابق ، ، ص 41.

ت- **الاستثمارات المنتجة و غير المنتجة**: و هي استثمارات تنقسم على أساس معيار تكلفتها، فكلما كانت الزيادة في الإنتاج المؤسسة مع تحسن النوعية و بأقل التكاليف الممكنة، سميت هذه الاستثمارات بالاستثمارات المنتجة، و في حالة العكس فهي غير منتجة.

ث-الاستثمارات الإجبارية: و تكون أما اقتصادية أو اجتماعية، فالاجتماعية هي التي تهدف من خلالها الدولة إلى تطوير البنية الاجتماعية للفرد، و ذلك بتوفير المرافق العمومية الضرورية. أما الاقتصادية فغرضها هو تلبية الحاجات المختلفة للأفراد من سلع و خدمات مختلفة مع تحسين هذه الخيرة كما و نوعا.

ح-الاستثمارات التعويضية: هدفها الحفاظ على رأس المال على حاله، و تعويض ما استهلك منه بأموال و إهتلاكات، أما الصافية منها فتهدف إلى رفع رأس مال المؤسسة باستثمارات جديدة بحسب الطلب و الظروف.

خ-استثمارات الرفاهية: هذا النوع من الاستثمارات نتائجه غير مباشرة، حيث تقوم بتحسين القدرة الشرائية للمؤسسة، و بالتالي إعطاء صورة حسنة عنها لدى المتعاملين معها و المستهلكين لمنتوجها.

4- من حيث الموطن : و تنقسم الاستثمارات إلى قسمين :

أ- **الاستثمارات الأجنبية**: و تتمثل في تدفقات رؤوس الأموال الأجنبية التي ترد في شكل أسهام مباشر من رأس المال الأجنبي في الأصول الإنتاجية للاقتصاد المضيف (**الاستثمارات الأجنبية المباشرة**) ،أو كافة صور القروض الائتمانية طويلة الأجل، التي تتم في صورة علاقة تعاقدية بين الاقتصاد المضيف لها و الاقتصاد المقرض (**الاستثمار الأجنبي غير المباشر**) .

فالاستثمار الأجنبي المباشر يختلف عن غير المباشر منه، كونه يتضمن تحويلات مالية من الخارج في صورة طبيعية، أو في صورة نقدية أو كلاهما بهدف إقامة مشروع إنتاجي، تسويقي إداري في الأجل الطويل، و بغية التأثير بصفة مستمرة في اتخاذ القرار الاستثماري، لتحقيق أقصى ما يمكن من الأرباح عن طريق الرقابة عند الإنتاج الوحدات و تسويقها.

و بذلك يتميز الاستثمار الأجنبي المباشر عن الغير مباشر، حيث أن الاستثمارات غير المباشرة لا تمارس فيها الرقابة على المشروع عند إنتاج كل وحدة، بل تتم الرقابة بصفة عامة دون التعرف على التفاصيل الدقيقة للمشروع، كما هو الحال بالنسبة للاستثمارات المباشرة، كما يتبين اختلاف الاستثمارات المباشرة عن غيرها من حركات رأس المال الدولي مثل القروض و الإعانات فلا توجد السمات الخاصة بتعريف الاستثمار المباشر فيها.

و الاستثمارات الأجنبية المباشرة أشكال و أنواع متعددة، و يعود سبب اختلاف أشكال هذه الاستثمارات إلى اعتبارات متعددة لعل من أهمها: شكل المستثمر، طبيعة النشاط الاستثماري، صور الملكية، و الشكل القانوني للاستثمار.

و يطرح مشكل إدراج لأنواع معينة من صور الاستثمار في الاستثمارات المباشرة، و هذه الصور من الاستثمارات تتمثل في[1]:

- ✓ **عقود الرخص**: و تتمثل صور عقود الرخص في نقل حقوق براءات الاختراع أو العلامات التجارية أو الاسم التجاري.
- ✓ **عقود الإنتاج**: و تتمثل في صور اتفاق بمقتضاه يتم تصنيع منتجات في الخارج، حسب مواصفات معينة لتوزيعها في الداخل.
- ✓ **العقود الخاصة بالإدارة**: و يتمثل ذلك في صورة اتفاق تمد فيه شركة أو هيئة أجنبية أو هيئة وطنية، بالمديرين الذين تتوافر لديهم خبرة للقيام بالعملية الإدارية لمشروع معين، مقابل عائد من الشركة الوطنية التي ترغب في استخدام الخبراء الأجانب في هذا الشأن.

و يمكن القول بصفة عامة : أن بعض عقود الرخص مثل استخدام براءة الاختراع ، و بعض عقود الإنتاج التي يتم بمقتضاها استيراد المنتوج المصنع حسب الاتفاق، و يتم إضافة عملية التغليف أو التعليب في الفروع ، فإن هذا يعتبر استثمارا مباشرا ، حيث أنه في حالة استخدام براءة الاختراع ، يتم بمقتضاه نقل حق ملكية في صورة عينية، و يمكن بهذا الحق الدخول في مشروعات مشتركة، كما أنه في حالة عقود الإنتاج، فإن إضافة عملية التعليب أو التغليف يعتبر إضافة لقيمة السلعة و يدخل في التكاليف، و بالتالي يعتبر ذلك استثمارا مباشرا.

---

[1] - على لطفي، محاضرات في التنمية الاقتصادية، كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة، 2003 ص343 .

و من صور الاستثمارات الأجنبية المباشرة الأكثر شيوعا و ممارسة نجد الشركات المتعددة الجنسيات، التي يمتد نشاطها الإنتاجي أو التسويقي أو المالي عبر الحدود، في إطار استراتيجية عامة للشركة الأم و التي على أساسها تتجه ممارسة الشركة الأم لإدارتها لمختلف الفروع في الدول المضيفة، و حتى يمكن تحقيق الأهداف الإدارية من ناحية النمو و التوسع و بالتالي تحقيق أقصى ربح ممكن.

ب- **الاستثمارات المحلية**: و تتمثل في كل أشكال الاستثمار المذكورة سابقا، و لكن ملكية رأس المال و كافة الأصول تعود بالكامل للطرف المحلي.

المحور السادس: الاستهلاك والادخار

يعتبر الهدف والغاية لكل نشاط إنتاجي، ولهذا احتلت دراسته أهمية كبرى في مجال الفكر الاقتصادي سواء على المستوى الجزئي أو الكلي، وقد تجسدت هذه الأهمية على يد الاقتصادي المعروف "كينز" والذي بيّن دور الاستهلاك في تحديد النشاط الاقتصادي والأزمات الاقتصادية[1].

أولا: مفهوم الاستهلاك

إن الاستهلاك هو استعمال السلع والخدمات لغاية إشباع الحاجيات والرغبات الإنسانية، كما عرف الاستهلاك بأنه المحرك الأساسي للإنتاج وغايته النهائية، ولهذا فإن الاستهلاك هو الهدف الرئيس للنشاط الاقتصادي في أي مجتمع.[2]

وقد عرفه قاموس علم الاقتصاد بأنه:[3] "عملية إتلاف السلع والخدمات بعد إشباع حاجيات الأشخاص من هذه السلع والخدمات".

إذن الاستهلاك هو استعمال السلع والخدمات قصد إشباع حاجيات الأعوان الاقتصاديين، سواء كانت هذه الأخيرة أفرادا مستهلكين نهائيين، أم مؤسسات إنتاجية، أم هيئات رسمية أو شبه رسمية.

يعرف الاستهلاك على أنّه "الجزء المستقطع من الدخل والذي يمكن إنفاقه على شراء السلع والخدمات لإشباع حاجات ورغبات المستهلك"[4].

كما يقصد بالاستهلاك الطلب الاستهلاكي الجاري للقطاع العائلي على المنتجات النهائية من السلع والخدمات[5]. ويطلق عليه في بعض الأحيان "الطلب الاستهلاكي لخاص" لضمان التميز بينه وبين الطلب الحكومي على المنتجات النهائية الاستهلاكية من سلع وخدمات.

---

(1)- علي خلفي، المدخل إلى علم الاقتصادي، دار أسامة، الجزائر، 2009، ص 122.

[2]- ناظم محمد نوري الشمري، محمد موسى الشروف، مدخل في علم الاقتصاد، دار زهران، عمان، 1999، ص ص:15-16.

[3] -Alain Cotta, Dictionnaire de Science Economique, Maison Mame, France, 3ème édition, 1968-1975, pp:123-124.

(4)- محمد الوادي، مرجع سبق ذكره، ص 225.

(5)- طلعت الدمرداش، مرجع سبق ذكره، ص 229.

ثانيا: دالة الاستهلاك

توضح دالة الاستهلاك العوامل المحددة لإجمالي الكميات التي يشتريها الأفراد من السلع الاستهلاكية خلال فترة زمنية معينة[1]، وتعتبر دالة الاستهلاك أهم إضافات كينز Keynes إلى أدوات التحليل الاقتصادي الكلي. ويطلق كينز على العلاقة بين الاستهلاك والدخل المتاح بمصطلح دالة الاستهلاك، وهي عبارة عن مقدار الإنفاق الذي يرغب المستهلكون في إنفاقه على السلع والخدمات الاستهلاكية عند كل مستوى من مستويات الدخل المتاح، ويقصد بالدخل المتاح بأّنه الدخل الكلي مطروحا منه حجم الضرائب المباشرة[2].

ويمكن كتابة دالة الاستهلاك على النحو التالي[3]:

$$C = f(y_d)$$

حيث:

C: الاستهلاك

Y_d: الدخل المتاح

وتشير المعادلة إلى أنّ الاستهلاك يعتمد على الدخل المتاح، فالاستهلاك عامل متغير تابع، والدخل عامل مستقر، كما يمكن التعبير عن هذه الدالة على شكل معادلة كالتالي:

$$C=c_0 + by_d$$

حيث:

(c_0): يمثل حجم الإنفاق الاستهلاكي يكون موجبا عندما يكون حجم الدخل صفرا.

---

(1)- حمدي أحمد العناني، مرجع سبق ذكره، ص 356.

(2)- محمد فوزي أبو السعود، مقدمة في الاقتصاد الكلي مع التطبيقات، الدار الجامعية، مصر 2010، ص 34.

(3)- ضياء مجيد الموسوي، أسس علم الاقتصاد، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2013، ص 306.

(b): يمثل الميل الحدي للاستهلاك والذي يعرف على أنه مقدار الزيادة في الاستهلاك نتيجة لزيادة معينة في حجم الدخل المتاح[1].

الميل للاستهلاك = التغير في حجم الاستهلاك

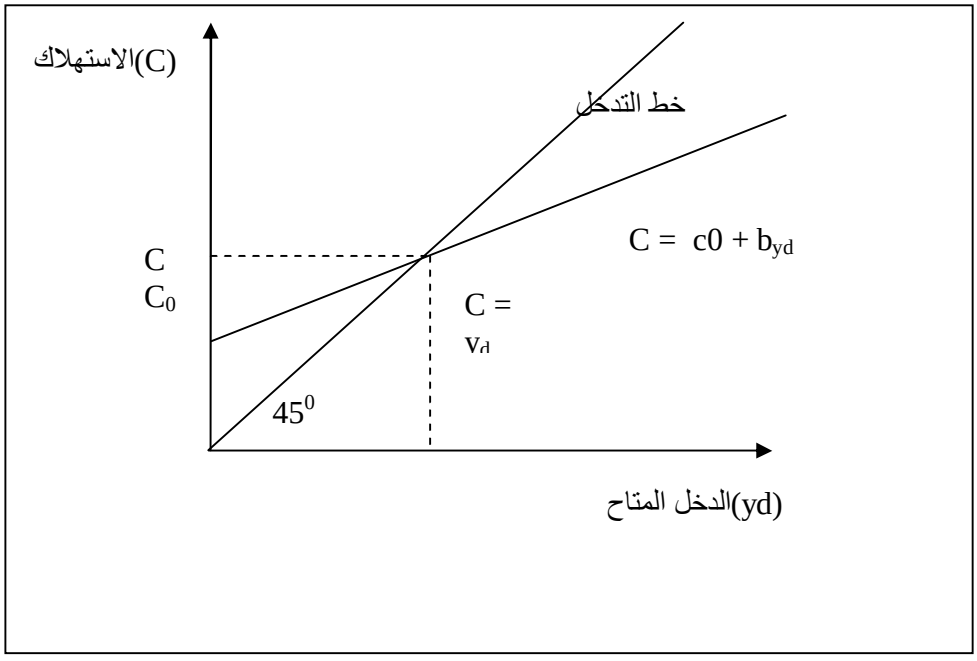
التغير في حجم الدخل لمتاح

$$b = \frac{\Delta c}{\Delta y_d}$$

والميل الحدي للاستهلاك دائما قيمته موجبة أكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح حيث:$0<b<1$

ويمكن تمثيل دالة الاستهلاك في صورتها الخطية بيانيا في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (5): منحنى لاستهلاك



المصدر: محمد فوزي أبو لسعود، مقدمة في الاقتصاد الكلي مع التطبيقات، الدار الجامعية، مصر، 2010، ص 35.

(1)- محمد فوزي أبو السعود، مرجع سبق ذكره، ص 35.

في الشكل السابق تم رسم خط 45° أو خط الدخل الذي ينصف الزاوية القائمة عند نقطة الأصل، وتم رسم دالة الاستهلاك عبارة عن خط مستقيم ميله موجب والذي يعبر عن الميل الحدي للاستهلاك وهو ميل ثابت دائما، وتقاطع دالة الاستهلاك مع المحور الرأسي عند نقطة (C_0) يعني أن حجم الاستهلاك يساوي قيمة موجبة = ($+C_0$) عندما يكون حجم الدخل مساويا للصفر، ويطلق على الدالة السابقة دالة الاستهلاك في الأجل القصير.

أما نقطة تقاطع دالة الاستهلاك مع خط الدخل فتعني أن حجم الاستهلاك يساوي حجم الدخل المتاح، وبما أن حجم الدخل المتاح يتوزع فيما بين الاستهلاك والادخار بمعنى:

الدخل المتاح = الاستهلاك + الادخار

$$Y_d=c+s$$

فيترتب على ذلك أن حجم الادخار يساوي صفرا عندما يتعادل حجم الاستهلاك مع حجم الدخل المتاح عند النقطة (A) وهي تمثل تقاطع دالة الاستهلاك مع خط الدخل.

1- العلاقة بين الميل الحدي والميل المتوسط:

عند تحليل الإنفاق الاستهلاكي يفرق الاقتصاديون بين نوعين من العلاقات بين الاستهلاك والدخل، وهما:

أ- الميل المتوسط للاستهلاك: يعرف بأنه عبارة عن حجم الاستهلاك عند أي نقطة مقسوما على حجم الدخل[1]:

الميل المتوسط للاستهلاك = الاستهلاك

الدخل

$$APC = \frac{c}{Y}$$

(1)- حمدي أحمد العناني، مرجع سبق ذكره، ص 361.

فإذا كان دخل الفرد 1000 دينارا واستهلاكه 900 دينار، فإنّ الميل المتوسط للاستهلاك عنده يساوي10/9، وكلما كان مستوى دخل الفرد مرتفعا كلما قلت نسبة ما يوجه منه نحو الإنفاق الاستهلاكي، وبالتالي ترتفع نسبة ما يوجه منه نحو الادخار، وعلى العكس إذا كان الدخل منخفضا فإن نسبة ما يوجه منه إلى الاستهلاك يكون كبيرا، وما يتبقى منه للادخار يكون قليلا، وعلى ذلك يرتفع الميل المتوسط للاستهلاك في المجتمعات الفقيرة ويقل في المجتمعات الغنية[1].

ب- الميل الحدي للاستهلاك: فقد أشرنا سابقا أنه عبارة عن نسبة التغير على الاستهلاك إلى التغير في الدخل أي:

$$\frac{\Delta c}{\Delta y} + \frac{\Delta s}{\Delta y} = 1$$

ومن ثم فإنّ الميل لحدي للاستهلاك يكون أقل من واحد هدد صحيح طالما أن التغير في الاستهلاك يكون أقل من التغير في الدخل، أي أنّ الزيادة في الدخل تتقسم بين الاستهلاك والادخار.

ت- العلاقة بين الميل المتوسط للاستهلاك والميل الحدي للاستهلاك[2]: يكون الميل الحدي للاستهلاك ثابتا إذا تمثلت دالة الاستهلاك بخط مستقيم، طالما أن انحدار الخط المستقيم ثابتا، وبالتالي فإن المقدار $\Delta c/\Delta y$ يبقى ثابتا.

إلا أن الميل المتوسط للاستهلاك يتناقص بتزايد حجم الدخل، إذ يتضح من الشكل السابق أنه عند النقطة A يكون الميل المتوسط للاستهلاك واحد صحيح، ويكون أكبر من واحد إلى اليسار من النقطة (A) وأقل من واحد إلى اليمين من النقطة (A) وتقترب قيمة الميل المتوسط للاستهلاك من قيمة الميل الحدي للاستهلاك كلما ازداد الدخل المتاح باتجاه النقطة (A).

(1)- ضياء مجيد الموسوي، مرجع سبق ذكره، ص 308.

(2)- المرجع السابق، ص ص 309-310

ويستخلص من عرض دالة الاستهلاك أن العلاقة بين الاستهلاك والدخل تتميز بمجموعة من الخصائص هي[1]:

- ✓ الميل الحدي للاستهلاك موجب وأقل من واحد، ويرجع ذلك إلى القانون النفساني الأساسي لكينز.
- ✓ ثبات الميل الحدي للاستهلاك بفرض أن دالة الاستهلاك دالة خطية.
- ✓ الميل المتوسط للاستهلاك يكون ما لانهاية عند مستوى الدخل الذي يساوي صفرا، ويتجه إلى التناقص تدريجيا كلما ارتفع مستوى الدخل، وأنه يفوق الميل الحدي للاستهلاك، ويرجع ذلك إلى الفروض السابقة بالإضافة إلى فرض أن الاستهلاك يظل موجبا بغض النظر عن مستوى الانخفاض في دخل.

2- سلوك الاستهلاك:

المستهلك كل شخص يقوم بتخصيص جزء من أو كل دخله للتمتع بالسلع والخدمات الاستهلاكية التي تشبع حاجاته أو تغطية منفقة أو إشباع[2]. وتفرض النظرية الاقتصادية أن المستهلك يسلك سلوكا رشيدا على وجه العموم، ويقصد بالسلوك الرشيد للمستهلك، أنه سوف يحاول دائما في حدود الدخل المخصص للاستهلاك والأثمان السائدة أن يتخير مجموعة السلع والخدمات الاستهلاكية التي تحقق له أقصى إشباع ممكن[3].

إذن سلوك المستهلك هو مجموعة من التصرفات التي تتضمن الشراء واستخدام السلع والخدمات، وتشمل أيضا القرارات التي تسبق وتحدد هذه التصرفات ومن خصائصه أنه:

- ✓ هو محصلة دافع أو عدة دوافع.
- ✓ هو سلوك هادف، متنوع، مرن، يتعدل ويتبدل حسب الظروف ويختلف من شخص إلى آخر.

---

(1)- حمدي أحمد العناني، مرجع سبق ذكره، ص 366.

(2)- عبد الرحمان يسري، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(3)- المرجع السابق، ص 91.

✓ كثيرا ما يتدخل اللاشعور في إحداث السلوك الاستهلاكي، كما أن هناك صعوبة في التنبؤ به.

ثالثا: أنواع الاستهلاك

يمكن تقسيم الاستهلاك إلى عدة أنواع، وذلك على أساس معايير يعتمد عليها عند تقسيمه، ومن هذه الأنواع:

1- الاستهلاك النهائي (الشخصي) والاستهلاك الوسيط (الإنتاجي):

يأخذ هذا التقسيم على أساس الغرض من الاستهلاك، فالاستهلاك النهائي أو الشخصي يشتمل على الاستهلاك المرتبط بالأفراد والهيئات المختلفة، الذين يقومون بشراء السلع من أجل استخدامها الشخصي، أو العائلي أو المنزلي، بينما الاستهلاك الوسيط أو الإنتاجي يرتبط باستهلاك الوحدات الإنتاجية للسلع والخدمات في عملية الإنتاج.[1]

2- الاستهلاك الخاص (الفردي) والاستهلاك العام (الجماعي):

يمكن تقسيم الاستهلاك حسب الجهة المستهلكة، فيعرف الاستهلاك الخاص أو الفردي بأنه عملية استخدام السلع والخدمات لإشباع حاجات الأفراد والعائلات، أما الاستهلاك العام أو الجماعي فهو الاستهلاك الذي تقوم به الهيئات والوحدات الحكومية وشبه الحكومية المختلفة.

3- الاستهلاك السوقي والاستهلاك الذاتي:

يعتمد هذا التقسيم على مصدر السلع والخدمات المستهلكة، إن كان من السوق فيسمى بالاستهلاك السوقي أو النقدي، وإن كان داخل الوحدة المنتجة فيسمى الاستهلاك الذاتي، حيث في النوع الأول من هذا التقسيم تكون عملية استخدام السلع والخدمات لإشباع الحاجات عن طريق شراء هذه السلع والخدمات من الأسواق مقابل مبالغ نقدية، بينما في النوع الثاني تكون عن طريق استهلاك جزء من إنتاج الوحدة المنتجة قصد تلبية حاجياتها.

[1]- ناظم محمد نوري الشمري، محمد موسى الشروف، مرجع سبق ذكره، ص16.

4- الاستهلاك السلعي والاستهلاك الخدماتي:

يعتمد في هذا التقسيم على نوعية الشيء المستهلك، أي سلعة كانت أم خدمة، فالاستهلاك السلعي يعرف بأنه استخدام لما له وجود مادي، مثل السكر والحليب لإشباع حاجات الفرد من الغذاء، أو كاستخدام الملابس أو الطاقة وغيرها من مجموعة السلع، أما الاستهلاك الخدماتي فيعرف بأنه استخدام ما ليس له وجود مادي مثل النقل، التعليم، العلاج وغيرها من مجموع الخدمات.

ثانيا: الادخار

2- مفهوم الادخار:

الادخار هو الجزء غير المنفق من الدخل على الاستهلاك[1]. وعليه فإن الدخل المتاح يمثل مجموع الدخول التي تتاح لأفراد القطاع العائلي، ويتم توجيه الجزء الأكبر منه للإنفاق الاستهلاكي، بينما يتجه لجزء المتبقى من الدخل المتاح للادخار، أي أن الاستهلاك والادخار يمثلان مكونيين مكملين يرتبطان بالدخل الوطني المتاح بعلاقة طردية في حالة تغير الدخل المتاح، بينما يرتبط الاستهلاك والادخار ببعضهما بعلاقة عكسية في حالات ثبات الدخل المتاح.

2- الادخار في الفكر الاقتصادي:

إذا تتبعنا مفهوم الادخار في الفكر الاقتصادي وحسب المدارس الاقتصادية نجد أن المدارس السابقة لدراسة كينز لم تتناول الادخار في إطار نظرية واضحة المعالم ، أي بطريقة مباشرة لأن الادخار في تلك الفترة والمرحلة لم يحظى بالاهتمام الكبير لكونه يمثل صورة من صور الإكتناز، ويستخدم لمواجهة المخاطر ومقتصرا على فيئة معينة ومحدودة.

(1)- محمدي فوزي بو السعود، مرجع سبق ذكره، ص 36.

ولكن مع تطور الحاجة إلى رؤوس أموال استثمارية ظهرت المدخرات الإنتاجية ، وتطورت بالتالي المؤسسات الحديثة لتجميعها من الأفراد والمؤسسات، لهدف توفير الموارد المالية لمشاكل النمو.

أ- الادخار في الفكر العربي:

لا يجد الباحث في المصادر المتوافرة عن الحضارة العربية الإسلامية مدارس اقتصادية بالمعنى الحديث للكلمة ,ولكنه يجد الكثير من الأفكار والقواعد الاقتصادية التي تستمد من القرآن الكريم أو السنة الشريفة أو فقه الصحابة والفقهاء المسلمين الذين جاءوا بعدهم, كما يجد الكثير من الشروح في كتابات العلماء والفلاسفة العرب. ففي مجال الادخار يقر الإسلام الوظيفة الاجتماعية المهمة للمال المدخر ويبدو ذلك في تحديده للالتزامات الواقعة على مالك المال في استثمار ماله فيما يفيد والتزام الزكاة والإنفاق في سبيل الله ,وعدم استعمال المال على نحو يلحق الضرر أو الأذى بالآخرين أو بمصلحة الجماعة, وعدم الإبقاء على المال عاطلاً وعدم جواز اكتنازه وعدم الإسراف في إنفاقه.

وكان لابن خلدون أهمية كبيرة في الفكر الاقتصادي, ويذكر في دراساته أن العمل يوجد القيمة, ويبين أهمية تقسيم العمل في زيادة إنتاجية العامل وفي زيادة الدخل, وقد أشار إلى دور المعادن النفيسة في الجهاز الاقتصادي من حيث إمكان استخدام الذهب والفضة نقوداً ووسيطاً في المبادلات, وبّين كيف تؤدي زيادة الطلب على السلع إلى ارتفاع أسعارها, وأشار إلى سوء توزيع أعباء الضرائب وأوصى بالتخفيف من الضرائب لآثارها الاقتصادية. ففي واقع الأمر اهتم ابن خلدون بالظواهر الاقتصادية الجزئية, كما اهتم بالاقتصاديات الكلية,فهو يقرر مثلاً أن الطلب يزيد بزيادة الدخل, ويقرر أن الدخل يتوقف على الإنتاج وأن إنفاق شخص أو قطاع, هو دخل لشخص آخر, أو قطاع آخر. وزيادة الطلب, عند ابن خلدون, تزيد الإنتاج من الصناعات القائمة, كما تولد صناعات جديدة.

ولقد أبرز ابن خلدون أهمية الادخار في التنمية إذ يقول: "ومتى زاد العمران زادت الأعمال ثانية, ثم زاد الترف تابعاً للكسب وزادت عوائده وحاجاته, واستنبطت الصنائع لتحصيلها, فزادت قيمها وتضاعف الكسب في المدينة لذلك ثانية, ونفقت سوق الأعمال بها أكثر من الأول.

وكذا في الزيادة الثانية والثالثة, لأن الأعمال الزائدة تختص بالترف والغنى بخلاف

الأعمال الأصلية التي تختص بالمعاش. فما كان عمرانه من الأمصار أكثر وأوفر كان حال أهله في الترف أبلغ من حال المصر الذي دونه.. حتى تنتهي إلى الأمصار التي لا توفي أعمالها بضروراتها, ولا تعد من الأمصار, إذ هي من قبيل القرى والدساكر, فلذلك تجد أهل هذه الأمصار الصغيرة ضعفاء الأحوال متقاربين في الفقر والخصاصة, كما أن أعمالهم لا تفي بضروراتهم,ولا يفضل ما يتأثلونه كسباً , ولا تنمو مكاسبهم, وهم لذلك مساكين محاويج إلا الأقل النادر""

ث- الادخار عند المدرسة التجارية والمدرسة الفيزيوقراطية:

تبلور مفهوم الادخار منذ بدء الفكر الاقتصادي المنظم بالعلاقة مع مفهوم الفائض الاقتصادي. فهو من الدلالات العميقة التي تكمن خلف اهتمام الفكر الاقتصادي للتجاريين «المركنتيليين» بميزان تجاري إيجابي وزيادة الاحتياطي من الذهب والفضة بوصفهما الثروة الرئيسة المرغوب فيها. وقد أبرز التجاريون أهمية المعادن الثمينة لأنهم عاشوا في القرنين السادس عشر والسابع عشر, إذ سادت فيهما الحروب بين الدول وقل الإنتاج وزاد الخوف من قلة الأغذية والمواد الأولية فكان تملك احتياطي ذهبي يعني تملك مزية الشراء نقداً إضافة إلى المزايا الاقتصادية والسياسية الأخرى وهذا يعني أيضاً أن على الدولة أن تتدخل لتوجيه الاقتصاد الوطني .فالفكر الاقتصادي للتجاريين كان مرتبطاً بمرحلة البرجوازية النامية في حضن الإقطاع, وكان على هذه البرجوازية آنذاك أن تدعم نفسها بقوة الدولة.

ويعد الادخار كذلك من المعاني التي يوحي بها الفكر الفيزيوقراطي الخاص بإنتاجية العمل الزراعي. فمن المعروف أن ما يميز الإنتاجية لدى أصحاب هذا الفكر هو أن العمل الزراعي يوفر فائضاً في حين أن غيره من الأعمال لا يضمن ذلك.

ح- الادخار عند المدرسة الكلاسيكية:

لم تبحث المدرسة التقليدية في موضوع الادخار – دالة الإدخار- بطريقة مباشرة، إلا أنها ربطت الادخار بالاستثمار مباشرة واعتبرت الادخار يساوي الاستثمار.

ولقد عارض أدم سميث المدرسة التجارية في اعتبار ثروة الأمة تأتي من الذهب والفضة، وبالتالي اعتبر أن المدخرات لا تنشأ من هذا التدفق، بل يتطلب ذلك جزء من الدخل واستثماره بمعنى أن هناك جزء من الدخل يدخر ويستثمر. فالمدرسة التقليدية لم تفرق بين الادخار الإجباري و الادخار السلبي أي الاكتناز، وبالتالي فإن الادخار مرادف الاستثمار، كما اهتم الكلاسيك بعلاقة سعر الفائدة بالمدخرات الفردية، ويمكن استنتاج ذلك من رأي مارشال A. Marshall حيث يؤكد على أن سعر الفائدة هو ثمن استخدام رأس المال في السوق، ويميل هذا السعر إلى التوازن عندما يتعادل الطلب الكلي لرأس المال عند سعر معين مع العرض الكلي لرأس المال في هذه السوق عند نفس السعر.

نلاحظ مما سبق بأن نظرة المدرسة الكلاسيكية في الادخار كانت نابعة من الافتراضات التي قامت عليها تلك المدرسة،حيث كانت تفترض عالما استاتيكيا يسوده التشغيل الكامل، وباعتبار الفرضيات التي قامت عليها هذه المدرسة ليست من أهمية الدراسة لذلك سوف نهتم فقط في هذا الإطار بمسألة الادخار.

فمشكلة النمو والتشغيل الكامل تتلخص حسب هذه المدرسة في الادخار وضرورة الاهتمام بتكوينه لتمويل النمو، وتحقيق التشغيل الكامل، لأن كل ادخار يتحول بفعل سعر الفائدة إلى استثمار، وبالتالي يكون الادخار مساويا للاستثمار.

وكخلاصة للتحليل الكلاسيكي في مجال الادخار،فيعتبران معنى الادخار هو عبارة عن قرار عدم الاستهلاك، وهذا الادخار يتحول إلى استثمار، ولا وجود لما يسمى بالادخار السلبي أي الاكتناز لدى المدرسة التقليدية، ولقد أعطت هذه المدرسة أهمية قصوى وكبيرة لسعر الفائدة في تحديد الادخار الشخصي واعتبرته المتغير المستقل الوحيد الذي يفسر الادخار.

ج- الادخار عند المدرسة الكينزية:[1]

يعتبر كينز أول من أهم بشكل جدي بدالة الاستهلاك الكلية ، فالمدرسة الكلاسيكية كما سبق تعتبر بأن مستوى الدخل الحقيقي متغير غير مهم لكونه يتحدد بظروف العرض، مع كون الاقتصاد دوما في حالة استخدام كامل لقوى الإنتاج، ويعتبر الادخار عند الكلاسيك من

[1]- محمدي فوزي أبو السعود ، المرجع السابق، ص50

أجل الاستثمار هو المتغير الأهم ، أي أن الفرد يتخذ أول قرار عند تلقيه الدخل وهو الادخار ثم الاستهلاك.

أما عند كينز فقرار توزيع الدخل إلى مختلف الاستعمالات يتم في مرحلتين، حيث يتحدد أولا الاستهلاك ثم الادخار ويوزع هذا الأخير أي الادخار بدوره على أساس معدل الفائدة بين الاستثمار في أصول مالية أو عينية والاكتناز في أصول نقدية، بمعنى أن الادخار في إطار النظرية الكينزية يعتبر متغير متبقي أي ذلك الجزء المتبقي من الدخل بعد أن يستهلك الأفراد ما يرغبون فيه. ولقد فرق كينز بين تنوعين من الادخار، وهما الادخار الإيجابي، أي ذلك الجزء من الادخار الذي يوجه إلى الاستثمار والادخار السلبي أي الاكتناز وهو الجزء الذي لا يعرض في سوق رأس المال، وبالتالي لا يتساوى الادخار مع الاستثمار كما قال الكلاسيك.

كما وجه كينز وأتباعه انتقادات كثيرة للفكر الكلاسيكي عن علاقة سعر الفائدة بالادخار، فسعر الفائدة ليس هو العامل المهم في تحديد الادخار، بل هناك مجموعة من العوامل التي تتحكم وتؤثر في الادخار، ويعتبر الدخل الشخصي هو حجر الزاوية الذي يقوم عليه الادخار، حيث يتوقف كل من الاستهلاك والادخار على الدخل وهناك علاقة طردية بينهما وبين الدخل، لكن نسبة الزيادة في الاستهلاك تقل عن نسبة الزيادة في الدخل، ويرتبط الادخار بميل الادخار ويتوقف هذا الأخير على نوعين من العوامل، هما عوامل موضوعية وعوامل شخصية، وتعتبر هذه العوامل إما أن تكون بطيئة التغير في الفترة القصيرة كالعوامل الموضوعية أو أن أثار العوامل الشخصية يلغي بعضها البعض، وعلى ذلك فإن أغلب التغيرات في الادخار في الفترة القصيرة تعود إلى تغير الدخل كمتغير أساس من بين المتغيرات الأخرى المؤثرة على الادخار، ركز الاقتصاديون على ذلك وتطورت الدراسة بشكل أدق وأكثر تفصيل.

3- **دالة الادخار:** من المعلوم أن الدخل المتاح للأفراد إما أن ينفق على الاستهلاك أو يجنب الإدخار وعليه يمكن لنا كتابة دالة الادخار على الصورة التالية[1]:

الدخل المتاح = الاستهلاك + الادخار

(1)- حمدي أحمد العناني، مرجع سبق ذكره، ص 358.

$$Y_d = c + s$$

إذن: $S = y_d - c$

وبتعويض دالة الاستهلاك نجد:

$$C = y_d - (c_0 + b_{yd})$$

$$S = yd - c_0 - b_{yd}$$

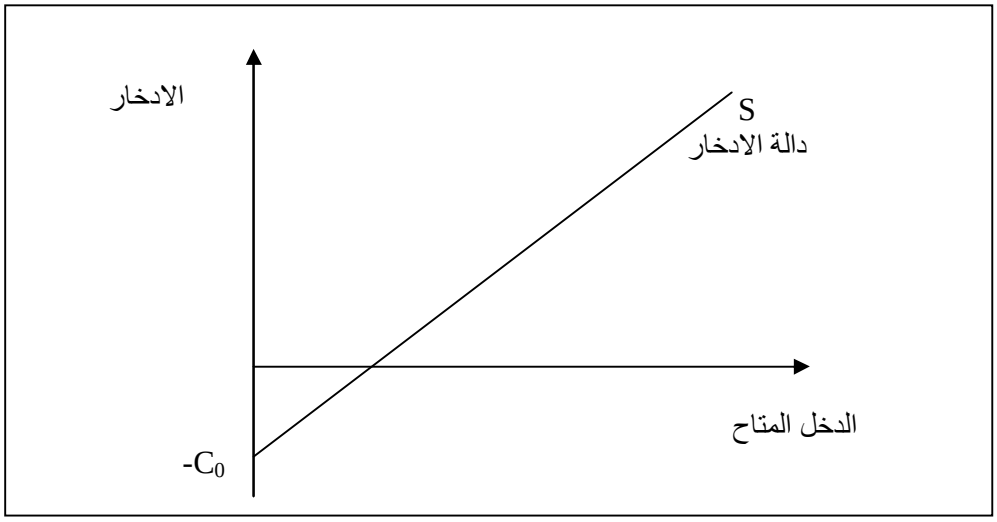
$$S = -c_0 + (1-b)_{yd}$$

حيث:

- S: تمثل حجم المدخرات الحقيقية.
- C0: تمثل حجم نقطة تقاطع دالة الادخار مع المحور الرأسي، وهي تمثل الجزء السالب من دالة الادخار أو بعبارة أخرى فهي تمثل قيمة المسحوبات من المدخرات سابقة لتغطية حجم الاستهلاك (c0+) عندما تكون حجم الدخل المتاح مساويا للصفر.
- (1-b): تمثل الميل الحدي للادخار.

ويمكن لنا تصوير دالة الادخار بيانيا في الشكل التالي:

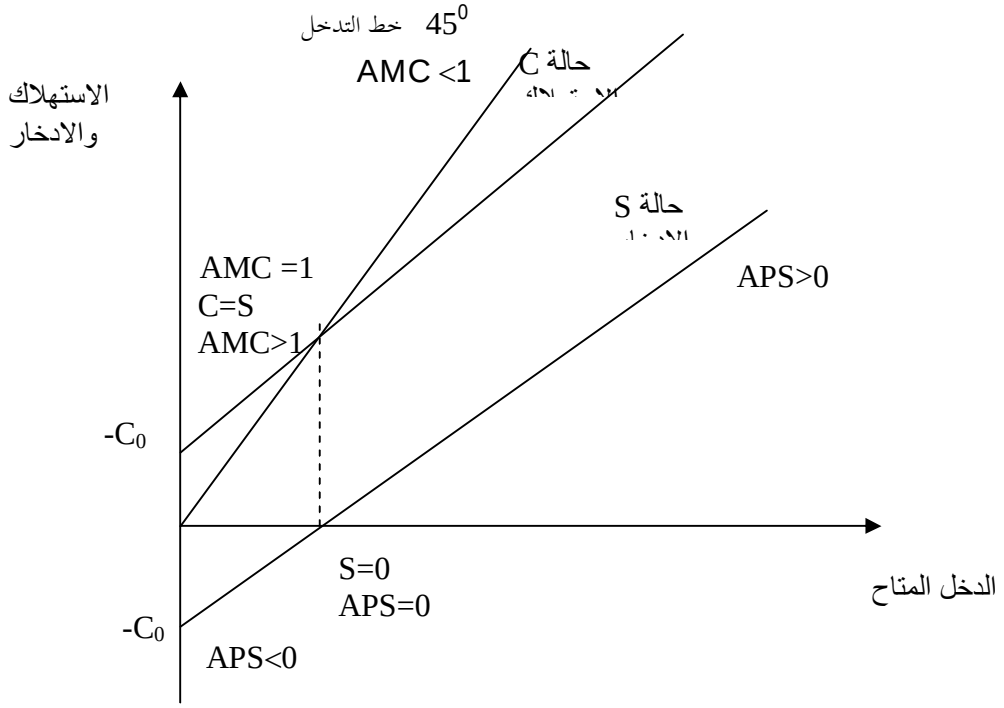
الشكل رقم (6): دالة الادخار



المصدر: محمدي فوزي أبو السعود، المصدر السابق، ص 37.

ويمكن الربط بين كل من دالتي الاستهلاك والادخار في بياني واحد كما يلي:

الشكل رقم(7): دالة الاستهلاك والادخار:



المصدر: محمدي فوزي أبو لسعود، المرجع السابق، ص 38.

ويتضح من الشكل السابق ما يلي:

- نقطة تقاطع دالة الادخار مع المحور الرأسي تكون عند قيمة سالية ($-c_0$) تعادل تماما القيمة الموجبة ($+c_0$) والتي تمثل نقطة تقاطع دالة الاستهلاك مع المحور الرأسي.
- نقطة تقاطع دالة الادخار مع المحور الأفقي والتي تعني أن حجم المدخرات يساوي صفر تقع تماما أسفل نقطة تقاطع دالة الاستهلاك مع خط الدخل والتي تعني أن حجم الدخل مساوي لحجم الاستهلاك.
- الميل الحدي للاستهلاك MPC عند أي نقطتين تقعان على دالة الاستهلاك ثابت دائما مهما زاد الدخل ذلك لأن دالة الاستهلاك هي دالة خطية، كما أن الميل الحدي

للادخار ثابت دائما عند أي نقطتين على دالة الادخار لكون دالة الادخار هي أيضا دالة خطية.

- الميل المتوسط للاستهلاك يتناقص دائما مع زيادة حجم الدخل المتاح.
- الميل المتوسط للادخار يتزايد دائما مع زيادة حجم لادخار المتاح.

أ- **الميل الحدي للاستهلاك والادخار:** يعتبر الدخل العام عاملا أساسيا في تحديد مستوى الاستهلاك والادخار وفرارات الادخار تكون مشروطة بتطوير مستويات الدخل، وهذا ما يؤكد لنا الواقع حيث نجد الأغنياء يدخرون أكثر من الفقراء وهذا لإشباع وتلبية رغباتهم، لأن ارتفاع مستوى الدخل يصاحبه ارتفاع في مستوى الحياة المعيشية، لهذا تكون الطبقة الأكثر حرمانا مجبرة على تخصيص دخلها لضروريات عن تغير الدخل والذي نعبر عنه بالميل الحدي للاستهلاك

وبما أن دالة الادخار ما هي إلا الوجه الآخر من دالة الاستهلاك، والميل الحدي لاستهلاك يرافق الميل الحدي للادخار فيمكن تعريفه على أنه القسم المدخر من كل وحدة إضافية بدلا من أن يستهلك، وبهذا ما يمكن أن يظهر الادخار

$$S= F(y)=y-Fc(y)$$

$$MPS= ds/dy=S$$

حيث أن : $(s=1 –b)$ وهو محصور بين 0 و1

✓ **العلاقة بين MPS ، MPC :**

نعلم أن الدخل $y= c+s$

وعندما يتغير هذا الدخل إذن هناك تغير في كل من الاستهلاك والادخار إذن :

$$\Delta y=\Delta c+\Delta s$$

وبقسمة الطرفين على Δy ينتج أن : $MPC + MPS = 1$

✓ **الميل الوسيطي للادخار :** وهو عبارة عن نسبة الادخار على الدخل الكلي.

وحسب العلاقة نلاحظ تناقص بزيادة الدخل ، وهذا ممكنا استنتاج الميل الوسيطي للادخار:

$$APS = s/y$$

✓ **العلاقة بين MPS و APC :** إن دالة الادخار الكينزية تكتب على الشكل الخطي :

$$S=a+Sy$$

بقسمة طرفي المساواة على Y ينتج مايلي:

$$APS = a/y + MPS$$

ومنه نستنتج أن :

$$APS = MPS$$

ب-العلاقة بين APC و APS : نعلم أ، : $y= c+s$ بقسمة طرفي المساواة نحصل على :

$$APC + APS = 1$$

4- **نظرية الادخار**: تعدّ نظرية كينز في الادخار من أوسع النظريات انتشاراً في الاقتصاد الرأسمالي الحديث. وخلاصة هذه النظرية أن الادخار تابع للاستثمار ويليه. فالاستثمار يؤدي إِلى توفير الدخل الذي يؤدي إِلى الادخار.

إن نظرة كينز للتوازن الاقتصادي العام تقوم على ثلاث قواعد أساسية هي:

- ✓ هدم مبدأ التوازن الاقتصادي العام وفق وجهة نظر التقليديين والتقليديين الجدد من أمثال الاقتصادي الفرنسي ليون فالراس.
- ✓ عرض نظرية جديدة للتوازن الاقتصادي العام
- ✓ عرض سياسة جديدة تقضي بتدخل نشيط وفعال للدولة في الحياة الاقتصادية لتجديد الإنتاج الرأسمالي من وجهة نظر مصالح طبقة الرأسماليين قاطبة ,في حين كانت النظريات السابقة تركز اهتمامها على المشروعات الفردية متجاهلة أهمية الدخل الاقتصادي الكلي في معالجة مسائل التوازن الاقتصادي العام.

إن منطلق كينز في هدمه لنظرية التوازن التقليدية هو محاولته القضاء على قانون ساي وذيوله .ففي رأي ساي ومؤيديه أن العرض يؤدي إلى الطلب أي طلب ما يعرض. فليس هناك إذن أية مشكلة في تقسيم الإنتاج إلى سلع استهلاكية وسلع إنتاجية.
أما من حيث رأس المال فإن الفائدة, التي هي سعر رأس المال, قادرة على أن تنظم استعمال الدخل بين الاستهلاك والادخار مما يؤدي إلى حصول التوافق بين عرض رؤوس الأموال الناتجة عن الادخار وطلب رؤوس الأموال هذه بقصد الاستثمار.

فإذا زادت حاجة المستحدثين إلى رأس المال يكفي أن يرفعوا معدل الفائدة حتى يقبل المستهلكون أن يخفضوا استهلاكهم ويزيدوا ادخارهم مدفوعين بارتفاع الفائدة. وبالعكس إذا قلت حاجة المستحدثين إلى رأس المال انخفضت الفائدة فزاد الاستهلاك ونقص الادخار. ومن ثم فإن هذه الآلية العفوية تضمن بقاء الاستثمار مساوياً دائماً للادخار.
لكن كينز يناهض هذه النظرية بشدة إذ يرى أن القضية ليست بهذه السهولة. ذلك أن قرارات المستهلكين ,وقرارات المستحدثين, وقرارات المدخرين كل منها مستقل عن الآخر لأنها تخضع لدوافع مختلفة.
أ - من ناحية المستحدثين :فإن حجم الإنتاج الذي يقرره المستحدثون يتعلق بالطلب المنتظر الذي يتوخونه, آخذين في الحسبان كلف الإنتاج التي عليهم أن يتحملوها في عمليات إنتاجهم, وهذا يعني عملياً أن حجم الإنتاج متعلق بالربح المأمول الذي سيعود للمستحدثين من جراء

عمليات الإنتاج. ولكن كيف يحدد هذا الربح؟ يجيب كينز: إن الربح هو الفرق بين المردود الهامشي لرأس المال (أي العلاقة بين المردود المرتقب لوحدة إضافية من رأس المال وبين كلفة إنتاج هذه الوحدة الإضافية) المستخدم في عملية الإنتاج, والفائدة التي يدفعها المستحدث لرأس المال الذي حصل عليه من المقرضين. فإذا كانت الفائدة 5٪ مثلاً والمردود المنتظر 15٪, فإن عامل «الحض على الاستثمار»يكون كبيراً , وبالعكس, إذا كانت الفائدة من شأنها امتصاص الربح المنتظر كله أو قسم كبير منه فإن الحض على الاستثمار يختفي.

ب- من ناحية المستهلك :فيكون السؤال: بماذا يتعلق الطلب الحقيقي (أي الطلب المنتظر) الذي سيأتي من ناحية المستهلكين وهم الذين يملكون الدخل الذي بفضله يشترون الإنتاج ويدخرون, وما الذي سيخصصونه للادخار؟

يجيب كينز :إن هذا الأمر يعود إلى الوضع النفسي للأفراد فهذا الوضع هو الذي يحدد «الميل إلى الاستهلاك» كما يحدد الميل إلى الادخار. والمهم لدى كينز هو الدخل وليس السعر , وهكذا يحل مفهوم السعر الذي بنى عليه التقليديون نظريتهم.

ت- من ناحية المدخرين :فالسؤال هو: ماذا يحدث عندما يزداد الدخل؟ لاشك أن المدخرين سيميلون إلى زيادة ادخارهم أكثر مما سيزيدون استهلاكهم. فإذا زاد الدخل بنسبة 5٪ مثلاً فإن الاستهلاك سيزداد 2٪ أو 3٪ ولكن الادخار يزداد 7٪ أو 8٪ فهو يزداد بنسبة أكبر من زيادة الدخل.

وهذا يعدّ بنظر كينز «قانوناً نفسياً أساسياً », وهو يلاحظ لهذا أن الأغنياء يدخرون أكثر مما يوفر الفقراء.

والخلاصة أن كينز يرى أن النظام الاقتصادي يجد نفسه أمام عدد من المتغيرات المستقلة هي :

- ✓ أن العرض يخضع لعامل» الميل إلى الاستثمار» وهذا يُحدد بالفرق بين المردود الهامشي لرأس المال ومعدل الفائدة.

- ✓ وأن الطلب يتنازعه الاستهلاك والادخار, وهما يخضعان للوضع النفسي لدى الأفراد بين «الميل إلى الاستهلاك» و «الميل إلى الادخار» من دون أن يكون لذلك علاقة بقرار المنتجين.
- ✓ وأن معدل الفائدة يخضع هو أيضاً لعوامل اجتماعية نفسية (تفضيل السيولة النقدية, وكتلة النقد المتداولة) من دون علاقة مباشرة بعرض رأس المال أو الطلب عليه.

وكل هذا يجعل من الصعب التصور أن خطة المنتجين ستتفق منذ البدء مع خطة المستهلكين والمدخرين, لذلك يرفض كينز فكرة قيام توازن عام عفوي منذ البداية, ولكنه يقر بضرورة وجود توازن عام في النهاية. فكيف يتحقق ذلك التوازن في مرحلة زمنية ما؟ وعلى أي مستوى؟

6- وجهة نظر كينز في الاستثمار والادخار : وتوضح من خلال النقاط الأربع التالية :

أ- **تعادل الاستثمار والادخار:** يرى كينز أنه في مستوى معين ما هناك تعادل بالضرورة بين الادخار وهو الفائض من الدخل بعد الاستهلاك, والاستثمار وهو زيادة في التجهيزات تعادل الجزء من الدخل الذي لا يمتص بالاستهلاك, فالادخار والاستثمار يتساويان إذن لأن كلاً منهما يساوي ذلك الجزء من الدخل الذي لم يستهلك في نهاية المرحلة, وهكذا فإن تساويهما يتم في النهاية لا في البداية.

وهذه الآلية للتعادل بين الاستثمار والادخار ليست أبداً آلية الأسعار كما كان يعتقد التقليديون. إن آلية الأسعار تصلح, كما يرى كينز, على الصعيد الفردي أو على مستوى مشروع منعزل: فانخفاض الأسعار يمكن أن يعطي الفرد أو المشروع مزايا خاصة, وارتفاع الأسعار يُحدث العكس.

هذا الانخفاض أو الارتفاع في الأسعار يؤدي إلى نتيجة لم يفهمها التقليديون: فهو يغير الدخل الموزع ,يزيده أو ينقصه. والمعلوم أن الدخل هو الذي تتم بفضله إعادة شراء الإنتاج المتحقق. ويرى كينز أن تغيرات الدخل, وهي التي يرتكز عليها التوازن النهائي, تتوقف على

قرار المستحدثين, وبوجه أدق تتوقف على الاستثمارات التي يقررون القيام بها, هذه الاستثمارات لها دور حاسم في الدخل القومي, فهي توجده وهي تكثّره.

ب- **الاستثمار يوجد الدخل وهو يؤدي إلى الادخار:** عندما ينّمي المستحدثون, ومنهم الدولة , استثماراتهم بتمويلها سواء بالادخار السابق, أو بطريقة الإصدار الورقي, أي طريقة التضخم النقدي, فإنهم يوزعون الأموال المتوافرة لديهم بمقابل شرائهم ما يحتاج إليه الاستثمار من مواد أولية ويد عاملة وغيرها. وهم بهذا إنما يزيدون دخل من يتلقى هذه الأموال كالتجار, والصناعيين, والزراعيين, والعمال, وبزيادة هذا الدخل يزيدون إمكان الادخار لدى هؤلاء, فزيادة إضافية في الاستثمار تؤدي - ما دامت البلاد لم تبلغ مستوى الاستخدام الكامل - إلى وجود الادخار إضافة إلى تشغيل كمية من اليد العاملة التي كانت ستبقى عاطلة عن العمل.

ت - **استثمار يوجد الإنفاق (المضارب أو المضاعف):** إن الدخل الذي أوجده الاستثمار لن يقتصر على إيجاد الادخار وإنما سيؤدي إلى زيادة الإنفاق, لأن من تلقوه, ومنهم عمال عاطلون عن العمل, سوف يشترون به كميات إضافية من الأرزاق والألبسة وغيرها, مما يؤدي إلى زيادة دخل منتجي هذه السلع الذين سيقومون بزيادة إنفاقهم وزيادة توفيرهم موجدين بذلك لدى آخرين دخلاً إضافياً يؤدي إلى زيادة الإنفاق والادخار, وهكذا تتوسع الأمواج كما تتوسع الدوائر في بركة ماء بعد إلقاء حجر فيها.

إن للاستثمار إذن أثراً محدثاً للدخل, وله كذلك أثر في تكاثر الدخل, وهو ما يطلق عليه« المضارب» أو «المضاعف». والمضاعف هو المعامل الذي يربط زيادة الإنفاق والدخل .فهو يُفيد أنه عندما يحصل تغيير في مجموعة الاستثمار, فإن الدخل يتغير في الاستثمار بمقدار (م) مرة.

4- دوافع الادخار

تقوم عملية الادخار على دعامتين أساسيتين هما :القدرة الادخارية والرغبة الادخارية

أ- **القدرة الادخارية:** هي قدرة الفرد على تخصيص جزء من دخله من أجل المستقبل, وهي تُحدَّد بالفرق بين حجم الدخل وحجم الإنفاق, ويتوقف هذا الأخير على نظام معيشة الفرد وسلوكه وتصرفاته, ومن ثم فإن القدرة الادخارية ليست متوقفة على حجم الدخل المطلق, بل هي مسألة نسبية تختلف من فرد إلى آخر وتتغير بتغير الظروف.

ب- **الرغبة الادخارية:** فهي مسألة نفسية تربوية تقوى وتضعف تبعاً للدوافع التي تدعو للادخار ومقدار تأثر الفرد والطبقات الاجتماعية بهذه الدوافع.

وأهم الدوافع النفسية للادخار هي عطالة معينة في الاستهلاك عندما يرتفع الدخل, والرغبة في تنظيم النفقات تبعاً للتغيرات المتوقعة أو غير المتوقعة في الدُمركَّب «دخل - حاجة», والرغبة في الإثراء.

أما الظروف التي تحدد درجة نشاط الدوافع الموضوعية فهي بالدرجة الأولى: الدخل, ومعدل الفائدة, والنظام المالي ,ودرجة الاستقرار الاجتماعي والدولي, والنظام الاقتصادي - الاجتماعي.

- الدخل: يُعدّ الدخل عاملاً أساسياً في زيادة الادخار أو انخفاضه, فإذا زاد الدخل بنسبة معينة فإن الاستهلاك سيزداد, ولكن الادخار سيزداد بنسبة أكبر من نسبة الاستهلاك. وهذا يعدّ بنظر كينز قانوناً نفسياً أساسياً.

- معدل الفائدة: يختلف الاقتصاديون فيما بينهم حول تأثير معدل الفائدة على تكّون الادخار في الاقتصاد الوطني. ففريق منهم يرى أن انخفاض معدل الفائدة يُسهم في ارتفاع حجم الادخار نتيجة للزيادة التي يحدثها الانخفاض في حجم الاستثمار وفي الدخل القومي, وعلى النقيض من ذلك يرى هذا الفريق أن ارتفاع معدل الفائدة يقود إلى انخفاض حجم الادخار نتيجة للنقص الذي يحدثه ذلك الارتفاع في حجم الاستثمار وفي الدخل القومي إذ الدخل في نهاية المطاف هو مصدر كل ادخار.

ويرى فريق آخر أن انخفاض معدل الفائدة يؤثر سلباً على الادخار إذ يثبط من عزيمة أصحاب الدخول في تأجيل استهلاكهم وتكوين الادخار.

والأمر لا يتعدى الاحتمال لأن سلوك أصحاب الدخول والمستثمرين لا يتعلق فقط بمعدل الفائدة بل يخضع لمؤثرات أخرى مختلفة, وقد تكون متضاربة التأثير في الادخار.

- **النظام المالي:** إذا عمدت الدولة إلى زيادة الضرائب على الدخول انخفض حجم مدخرات الأفراد, وعلى العكس إذا عمدت الدولة إلى تخفيض الضرائب فقد يؤدي ذلك إلى زيادة القدرة على الادخار.

- **درجة الاستقرار الاجتماعي والدولي :** تؤثر التوقعات التي تحدث في أوقات الأزمات الاقتصادية والحروب في حجم الادخار: فتوقع الأفراد حدوث نقص في إنتاج سلعة استهلاكية معينة يؤدي إلى تهافتهم على شرائها بكميات وافرة تكفي لاحتياجاتهم مستقبلاً مما يؤدي إلى نقص المدخرات.

- **النظام الاقتصادي – الاجتماعي :** النظام الاقتصادي - الاجتماعي هو الذي يحدد في نهاية المطاف توزيع الدخل على طبقات المجتمع. فهناك فارق كبير في مصدر المدخرات بين بلدان المجتمع الرأسمالي والمجتمع الاشتراكي.

ففي ظل الرأسمالية تتكون المدخرات من ادخار أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة بالدرجة الأولى. أما في ظل الاشتراكية حيث يعاد توزيع الثروةوالدخل توزيعاً عادلاً بما يحقق تقليل الفوارق بين الطبقات إلى أدنى حد ممكن, فإن القاعدة الشعبية يرتفع نصيبها تدريجياً في الدخل القومي فتزداد قدرتها على الادخار.

5- أنواع الادخار:

يمكن تقسيم الادخار في الاقتصاد الحديث إلى قسمين: الادخار الاختياري والادخار الإجباري.

أ- الادخار الاختياري: وهو الادخار الحر الذي يقوم به الفرد طوعاً واستجابة لإرادته ورغبته نتيجة لموازنته بين وضعين: وضع إقدامه على إنفاق دخله ووضع إمساكه عن هذا الإنفاق. وتسهم جملة من الإجراءات والسياسات في زيادة حجم الادخار الحر عن طريق إيجاد الوعي الادخاري لدى المواطنين وتنميته, ودعم الضمانة والثقة بالادخار, وتطوير المؤسسات الادخارية وتوسيعها وتحسين خدماتها .

ولا تزال المؤسسات الادخارية في البلدان النامية محدودة العدد وقاصرة على تقديم

الخدمات الضرورية للمدخر نتيجة لأسباب إدارية وفنية, إضافة إلى أن الادخارات الفردية مقصورة في الغالب على المدخرين في المدن, ويكاد الادخار أن يكون معدوماً في المناطق الريفية لعدم وجود فروع للمؤسسات الادخارية كالمصارف وصناديق توفير البريد.

ب- الادخار الإجباري: وهو ادخار يجبر عليه الأفراد نتيجة لمقتضيات قانونية أو لقرارات حكومية أو قرارات الشركات. وقد انتشر الادخار الإجباري في الاقتصاد الحديث وفي مقدمة مجالاته المجالات الخمسة التالية:

- نطاق الادخار التقاعدي لدى صناديق المعاشات والتأمينات الاجتماعية: وهذا النوع من المدخرات له أهمية خاصة لاتساع مجاله ولتمتعه بصفة الاستمرار والثبوت.

- نطاق ادخار الشركات: وهذا النوع من المدخرات يتكون عندما تقرر الهيئة العامة لإحدى الشركات دعم احتياطاتها أو عدم توزيع قسط من أرباحها قصد القيام بتمويل ذاتي, فيترتب على ذلك تناقص في الأرباح الموزعة على المساهمين.

- نطاق الادخارات عن طريق الضرائب: إذ تُحصّل الدولة الكثير من الأموال مما يوفر لها إمكانات أكبر للاستثمار في المشروعات الإنمائية من جهة, وتقليص الاستهلاك من جهة أخرى ,ولاسيما الاستهلاك الخاص المرتبط بالتبذير والاتفاقات غير المسوَّغة.

وللضرائب في الاقتصاديات الرأسمالية المتقدمة أثر مهم في معالجة المشاكل الناجمة عن الدورة الاقتصادية وإفرازاتها وإعادة توزيع الدخل الوطني وتغذية خزانة الدولة, ولاسيما في المراحل التي تزيد فيها النفقات زيادة كبيرة إثر الاندفاع نحو التسلح.

أما في الدول النامية,فإن للضرائب أثراً كبيراً في خدمة تمويل التنمية, وهي تسوَّغ بالدرجة الأولى بضعف إمكانات الادخار الحر وضرورة تحقيق الأهداف التالية: ضغط الاستهلاك وكبح جماحه وتحويل الموارد منه إلى الاستثمار, وتحويل موارد مبعثرة من أيدي الأفراد إلى يد الدولة لتمويل الاستثمار العام, وتوفير الحوافز لزيادة الاستثمار وتوجيهه, وتقليل الفوارق الاقتصادية.

- القروض: ويمكن تقسيمها إلى قسمين :القروض الداخلية والقروض الخارجية.

❖ **القروض العامة الداخلية:** هي الأداة التي يُلجأ إليها بسبب شح الادخار الحر وقصور الادخار الإجباري ممثلاً في الضرائب. ويسوَّغ الاقتراض الداخلي في الدول

النامية غالباً بتفشي ظاهرة الاكتناز وانتشار ظاهرة الإنفاق الكمالي والمظهري والتفاخري وتدفق الاستثمارات إلى الميادين غير المنتجة، إذ يساعد الحصول على القروض وتوجيهها وفقاً لأهداف الخطة العامة للدولة وعلى أساس معايير الاستثمار مساعدة كبيرة في دعم جهود التنمية الاقتصادية.

❖ **القروض الخارجية:** هي الأداة التي تلجأ إليها الدولة بسبب قصور التمويل المحلي ورغبتها في تجنب بعض المخاطر الاقتصادية الداخلية كالتدهور النقدي أو عدم الرغبة في تحمل ضرائب أعلى.

وتساعد القروض الخارجية, إذا أحسن استخدامها, على زيادة الناتج وتنمية الصادرات وبدائل المستوردات, مما يسهم في زيادة الدخل الوطني والمدخرات الوطنية وتحسين الميزان التجاري, كما تعاون على منع التضخم وتجنب تدهور العملة الوطنية.

- **التمويل التضخمي:** إذا لم يتيسر استدراك الفائض الاقتصادي من قطاعات الاقتصاد القومي طواعية بفضل الادخار الحر أو كرهاً بوساطة الضرائب أو عن طريق القروض, فإنه يمكن أن يُبْتَحْدث ادخار بزيادة وسائل الدفع والائتمان ثم الاستحواذ عليها واستخدامها في تمويل التنمية باسم التمويل التضخمي.

والتمويل التضخمي أو التمويل بالعجز وسيلة لتحويل الموارد من الاستهلاك الجاري إلى التكوين الرأسمالي بإصدار نقود أو ائتمان لسد الفجوة التي تحدث في تمويل خطة التنمية الاقتصادية.

ويتحقق التمويل بالعجز غالباً في الدول المتقدمة اقتصادياً بالحصول على الائتمان من الجهاز المصرفي, في حين يكون في الدول النامية غالباً عن طريق إصدار النقود.

6- أهمية الادخار والعوامل المؤدية إلى عرقلته

للادخار أهمية بالغة في النشاط الاقتصادي إذ يعتبر محرك التنمية الاقتصادية من خلال توفير رؤوس الأموال اللازمة لهذه التنمية، إلا أنه يواجه صعوبات وعراقيل مختلفة كالعراقيل السياسية والاقتصادية .

أ- أهمية الادخار في النشاط الاقتصادي:

لقد لمست معظم الدول أهمية المدخرات في دفع عجلة التنمية الاقتصادية واستمرارها

ومن ثم استمرار التقدم والنشاط الاقتصادي وضمان الاستقرار, إذ تعد المدخرات الوطنية الدعامة الأساسية للاستثمار ,لذا عملت هذه الدول بمختلف مذاهبها السياسية على تنمية الوعي الادخاري بين أفرادها بشتى الطرق وجذب هذه المدخرات وتجميعها لاستخدامها في تمويل التنمية الاقتصادية بما يتفق وأهداف الدولة وبما يعود على المجتمع بالنفع العام.

ولقد أظهر التطور الاقتصادي أن لصغار المدخرين أهمية كبيرة فيما يمكن أن يُحصل عليه من تجميع مدخراتهم التي تفوق في حالات كثيرة المدخرات التي تُجمع من القلة من ذوي الدخول الكبيرة ولا سيما بعد أن نمت الطبقة العاملة والفئات المتوسطة ,من ناحية, وبعد أن ضغطت المطالب والنفقات المتزايدة للدولة, من ناحية أخرى. وإذا كانت أهمية الادخار أساساً للاستثمار, سواء للفرد أو للدولة أوضح ما تكون في الأحوال العادية, فإنها أشد وضوحاً وأكثر إلحاحاً في مراحل التنمية والتطور, إذ تؤدي المدخرات خدمات جليلة للفرد وللدولة.

- **أهمية الادخار لدى الفرد :** تعتبر هذه المدخرات عوامل الأمان للمستقبل, ذلك أنه بإيداعها أو باستثمارها في أي من الأوعية الادخارية أو الاستثمارية يحصل منها على عائد مجز إما أن ينفقه في مواجهة مطالبه المتزايدة وإما أن يزيد به مدخراته واستثماراته. وتوجه الدولة هذه المدخرات إلى الإنفاق على مشروعات جديدة تزيد من دخول الأفراد وتفتح لهم آفاقاً جديدة وفرصاً أكبر للعمل والخدمة. وتؤدي المشروعات الجديدة إلى توفير المزيد من السلع والخدمات للفرد وتتيح له الحصول عليها بأسعار أفضل.

- **أهمية الادخار لدى الدولة** : فيما يتصل بالدولة فإن المدخرات تخدمها في تحقيق ما يلي:

- ✓ توفير التمويل المحلي المطلوب لمشروعات التنمية من دون اضطرار الدولة إلى اللجوء لزيادة الضرائب ولوسائل التمويل التوسعية التي تؤدي إلى زيادة حدة التضخم الذي يصاحب عادة الإنفاق على برامج التنمية والذي تنعكس آثاره في الارتفاع المطرد للأسعار.
- ✓ الحدّ من الضغوط التضخمية التي تصاحب الإنفاق على خطط التنمية وذلك بامتصاص
- ✓ الزيادة في الدخول المترتبة على الزيادة في الإنفاق في تكوين مدخرات جديدة.
- ✓ الحدّ من الإنفاق الاستهلاكي للأفراد بما يسمح بتوجيه المزيد من السلع للتصدير الأمر الذي يساعد الدولة في الحصول على القطع الأجنبي اللازم لمشروعات التنمية

وتحقيق المزيد من الاستثمار الذي يعود على جميع أفراد المجتمع بالنفع العام من جهة, وتقليص الطلب على السلع المستوردة من جهة ثانية.

- ✓ خفض النفقات التي تواجهها الدولة في توفير المزيد من السلع الاستهلاكية نتيجة زيادة الطلب عليها لزيادة دخول الأفراد وزيادة إنفاقهم, ويساعد خفض هذه النفقات على توجيه الوفر المحقق إلى إنتاج المزيد من السلع والخدمات بدلاً من استيرادها.

ب- عوامل عرقلة النشاط الادخاري: يواجه الادخار جملة من العراقيل نلخصها في النقاط التالية:

- ✓ **العوامل السياسية** : إن عدم الاستقرار السياسي في بلد ما يشجع على تهريب الأموال الداخلية إلى الخارج من طرف أصحاب الأموال ,و المستثمرين الخواص و بهذا فإنهم يعملون على تغذية البنوك الأجنبية , و كذالك ينتج عن التدهورات السياسية الداخلية إلي انتشار الأموال و الامتناع عن توضيفها في المشاريع الاستثمارية مما يعرقل التنمية المحلية للوطن , إذن فسلوك المجتمع عن عدم الثقة في الأجهزة الحكومية الإدارية و المؤسسات المالية على ضمان أموالهم لعدم الأمن المالي و الاقتصادي مما يعرقل الهيئات المختصة على جمع و تعبئة الادخار خاصة ذلك المتعلق بالادخار العائلي
- ✓ **العوامل الاقتصادية:** إن تدهور الظروف الاقتصادية كالتضخم الذي ينتج عنه انخفاض في قيمة رأس المال النقدي ,وتوزيع مداخيل غير حقيقية و التي تؤثر سلبا على تعبئة الادخار و توجه الأفراد إلى الابتعاد عنه وتحويل الأموال إلى عملات أجنبية متميزة باستمرار و تحويلها إلى خيرات عينية عوض عن استثمارها في المشاريع أو إيداعها في الأوعية الادخارية المختصة لا يعود عليها بالفائدة الإيجابية لأن مقارنة سعر الفائدة المقدم من طرف الجهاز الادخاري لمعدل التضخم فإن رأس المال يفقد من قيمته النقدية.

المحور السابع: التوزيع

يعتبر التوزيع أحد العناصر الربعة للمزيج التسويقي وهو لا يقل أهمية عنها، فعن طريقه يستطيع الزبون أن يتحصل على السلعة التي يريد في الوقت والمكان المناسبين، فالسلعة الجديدة والمتميزة وذات الخصائص الجذابة والمعلن عنها وذات السعر المناسب قد لا تحقق الهدف المرجو منها إذا لم تكن متاحة في المكان الملائم والوقت المناسب.

أولا: مفهوم التوزيع

يعرف التوزيع على أنه: "توفير السلع في المكان المناسب بالكميات الكافية، الموافقة للأذواق والاحتياجات والاختيارات في الوقت المناسب، مصحوب بالخدمات اللازمة للبيع والصيانة للزبون"[1].

و يعرف أيضا على أنه: "إيصال السلعة من المنتج إلى المورد أو إلى المستهلك النهائي أو الصناعي"[2] .

كما يعرف التوزيع على أنه: "المرحلة التي تتبع عملية الإنتاج للسلع والخدمات قصد إيصالها إلى المتصل الصناعي أو المستهلك النهائي، حيث يشمل مختلف النشاطات التي تتضمن وصول السلعة أو الخدمة إلى الزبون في المكان والزمان المناسبين"[3] .

من خلال هذه التعاريف يتضح أن التوزيع عبارة عن مجموعة من الأنشطة التي تعمل على انسياب وتدفق السلع والخدمات بعد الانتهاء من عمليات الإنتاج إلى غاية وصولها إلى الزبون، بطريقة مباشرة أو مرورا بعدد من الوسطاء المقدمين للخدمات اللازمة والكافية للزبائن.

---

[1] - J. Lendrevie et D. Lendon, Mercator – 5ème édition Dalloz, Paris – 1997 – p332.

[2]- بيان هاني حرب – مبادئ التسويق – مؤسسة الوراق ـ عمان – الأردن- 1999 – ص 187.

[3] - Justear et S.F. Giraby – Marketing objectif – 2ème édition – Durant – Paris – 1984- p89.

ثانيا: أهمية التوزيع

يعتبر التوزيع من الأدوات الرئيسية التي تضمن عملية انسياب السلع والخدمات من مصادرها إلى حيث تواجد المستفيدين منها في الوقت المناسب والمكان المحدد، وتسعى وظيفة التوزيع إلى حل التناقضات بين الرغبات والحاجات المتنوعة بالاستهلاك والإنتاج، فالزبون يسعى دائما إلى تحصين نفسه حسب سلم حاجاته بالكمية التي يحتاج إليها ويرغب فيها،

وفي نفس الوقت دون أن يكون مجبرا على تكوين مخازن، أما المنتج فإنه ملزم على تصريف منتجاته من أجل تحقيق استمرارية وثيرة الإنتاج بشكل منتظم ومتفاعل، وهنا تتجلى أهمية التوزيع في إيجاد توليفة بين الطرفين، بين المنتج الزبون على الشكل التالي:[1]

1- بالنسبة للمنتج: يمكن تلخيص أهمية التوزيع بالنسبة للمنتج في النقاط التالية:

- تنظيم العملية الإنتاجية بصورة مستمرة ودائمة.
- المحافظة على السلع أثناء التخزين والنقل.
- استخدام أفضل الوسائل لنقل السلع.
- ضمان كفاءة المخازن واتخاذ الإجراءات والأنظمة المتعلقة بكفاءة التخزين.
- تحقيق ميزة تنافسية أكيدة إذا تم القيام بمختلف أنشطته بطريقة فعالة.
- توفير إمكانية تحقيق التكامل الأفقي والتكامل الخلفي، والمقصود بالتكامل الأفقي تحقيق أقصى قدر من المرونة في السيطرة على قنوات التوزيع ونقل المنتجات والخدمات إلى الزبون، أما التكامل الخلفي فيوفر نفس القدر من المرونة في تهيئة عناصر المدخلات من مصادرها.

2- بالنسبة للزبون: كذلك للتوزيع أهمية كبيرة بالنسبة للزبون، هذه الأهمية تتمثل في النقاط التالية:

---

[1]- طارق الحاج وآخرون – التسويق من المنتج إلى المستهلك – دار الصفاء – عمان – الأردن – 1997 – ص 151.
بشير العلاق وآخرون- مرجع سابق – ص 216 .

- الإسهام في تعريف الزبون بالأعداد الكبيرة والهائلة من السلع والخدمات عن طريق قيامه بوظيفة النقل وعرض وترتيب السلع في أماكن وأوقات تواجد الزبائن، هذا يعني أن غياب مختلف أنشطة التوزيع يؤدي إلى صعوبة حصول الزبون على السلع والخدمات التي يريد بسهولة ويسر، بل بتكاليف مرتفعة ومشقة كبيرة.
- يعمل كأداة تحقيق التوازن بين المعروض من السلع والطلب عليها، عن طريق نشاط التخزين والنقل، حيث يتم تخزين السلع الموسمية لوقت طلبها أو الحاجة إليها، كما يعمل على طرح المنتجات التي تكون مفتقرة ومطلوبة في السوق بكثرة.
- القيام بوضع المنتج في متناول الزبون في المكان والزمان الذي يرغب فيه.
- تقسيم وتفكيك الأحجام الكبيرة من المنتجات إلى أحجام متوسطة أو صغيرة تكون في متناول الزبون
- تقديم الخدمات المرافقة للمنتج.

ثالثا: أهداف التوزيع: يمكن إبراز أهداف التوزيع في النقاط التالية:[1]

1- مساعدة اقتراب المنتج من الزبون: في بعض الأحيان يصعب على المنتج أن يكون متواجدا في مختلف نقاط أو أماكن تواجد كافة الزبائن، وهذا ما يؤدي على التقليل أو الحد من إدراك هؤلاء الزبائن لحاجاتهم، لكن عن طريق مختلف الأنشطة التوزيعية يقترب المنتج أكثر فأكثر من الزبون رغم بعده الجغرافي والمكافي عنه، فأنشطة التوزيع تقرب المسافة وتوحد الصلة بين هذا المنتج والزبون.

2- ضمان تدفق وانسياب السلع: بعد أن يتعرف، وبعد أن يحدد المنتج كافة حاجات الزبائن المستهدفين عن طريق إجراء دراسة السوق، يعمل على توفير هذه الحاجات بشكل دائم ومستمر وإيصالها إلى هؤلاء الزبائن، ولا يتم ذلك إلا عن طريق القيام بمختلف الأنشطة التوزيعية، فالتوزيع إذن يضمن تدفق وانسياب السلع وحتى الخدمات إلى الزبائن في أحسن الظروف وفي الأوقات المناسبة والأماكن المحددة.

[1] - Bertrand JP – Techniques commerciales et marketing – Berti édition Nantes – 1993 –p 18.

3- التقليص من عدد المبادلات: وأن وجود الوسطاء يؤدي إلى التقليل والتقليص من عدد المبادلات، لأن الوسيط يتصل بالمنتج، ثم يتصل بالزبون وهذا ما يؤدي إلى التقليل من التكاليف والجهود من الطرفين[1].

4- القضاء على المضاربة: إن قيام المنتجين والمؤسسات التوزيعية المتخصصة بالتوزيع بمختلف الأنشطة التوزيعية يؤدي إلى توفير السلع في مختلف أماكن تواجد الزبائن وفي الأوقات المناسبة، وذلك يؤدي إلى القضاء على المضاربة خاصة في حالة قلة السلع المتداولة.

6- **توزيع الأخطار:** إن قيام المنتج أو المؤسسات التوزيعية بمختلف الأنشطة التوزيعية يؤدي إلى إخراج السلع عن مخازن المنتج إلى مخازن المؤسسات الوسطية وعلى رأسها متاجر الجملة، وبذلك فإن المنتج يعمل على تقسيم التكاليف وكافة الأخطار المتعلقة بالسلعة بينه وبين باقي شبكة التوزيع، وهذا ما يؤدي إلى تعاون كل من المنتج وباقي شبكة التوزيع في تحمل المخاطر بتوزيع الأعباء.

رابعا: وظائف التوزيع

لما كان التوزيع يتمثل في انسياب السلع والخدمات من أماكن إنتاجها إلى أماكن تواجد زبائنها، فإن له وبشكل أساسي عدة وظائف يتضمنها، من أهم هذه الوظائف ما يلي:[2]

1- تجزئة كميات السلع إلى كميات أصغر: تتم هذه الوظيفة عن طريق قيام تجار التجزئة وتجار الجملة بمجموعة من الأنشطة مفادها شراء السلع بكميات ضخمة وكبيرة وتجزئتها وجعلها بأحجام صغيرة تتناسب مع استهلاك كل أسرة أو وحدة مستهلكة.

---

[1] P. Kotler et B. Dubois – op cit – p 497.

[2] - Helfer JP et orsoni. J – marketing - édition Vuibert 5ème édition – Paris – 1998 – p 296.
- طلعت أسعد عبد الحميد – التسويق الفعال – دار الفجر – الاسكندرية – مصر – 2002- ص 429.
- عبد الكريم راضي الجبوري – التسويق الناجح – دار التيسير – بيروت – لبنان- 2000 – ص 130.

2- تجميع العديد من السلع والخدمات: تتم هذه الوظيفة من خلال جلب وتجميع عدد كبير من السلع المتشابهة فيما بينها داخل مجموعة سلعية، إذ يقوم تاجر الجملة بجمع عدد من السلع من عدة منتجين، وكذلك الحال بالنسبة لتاجر التجزئة.

3- النقل والتخزين: إن السلع المنتجة لابد أن توضع أولا في أماكن مخصصة تسمى بالمخازن، وبالتالي القيام بوظيفة التخزين، حيث تقوم المؤسسات التوزيعية الوسطية بتخزين السلع في مختلف مخازنها حتى تكون جاهزة للبيع وتغطية الطلب عليها، وبالتالي فإن وظيفة التخزين تؤدي على مستوى كافة الحلقات التوزيعية.

4- الاتصال وجمع المعلومات: إن وجود المؤسسات الوسطية كحلقة وصل بين المنتجين والزبائن في السوق وبطريقة دائمة ومستمرة يؤدي إلى جمع المعلومات من كافة الزبائن، من حيث الأذواق والرغبة ومدى القابلية للشراء، العادات الشرائية وغيرها، فهم يتصلون اتصالا مباشرا بهم من جهة، ومن جهة أخرى فإن هذه المؤسسات تؤدي العديد من الأنشطة الترويجية الهامة للمنتجين، حيث يتداولون الاسم والعلامة التجارية للمنتجات لتصل إلى الزبون بذات الاسم الذي يضعه المنتج.

5- تقديم الخدمات لتجار التجزئة والزبائن: يقوم تجار الجملة والوكلاء بتقديم خدمات استشارية وتقنية لتجار التجزئة تمكنهم من عرض السلع، القيام بالعمليات المحاسبية، تنظيم أماكن البيع، وغيرها، كما يقدم تجار التجزئة بدورهم خدمات للزبائن، قد تكون خدمات قبلية وقد تكون خدمات بعدية من أجل تسهيل عملية استعمال السلع، والقيام بعمليات الشراء، ومن بين الخدمات المقدمة للزبائن، توضيح كيفية الاستعمال، إبراز أهمية وفوائد المنتج، خدمات الصيانة، وغيرها.

6- خدمات الائتمان: تقوم المؤسسات الوسطية في بعض الحالات ببيع المنتجات لأجل أو بالتقسيط، أو عن طريق بطاقات الائتمان، أو الدفع المسبق لقيمة المشتريات للمنتج، وبذلك فهذه المؤسسات تقدم وتمنح الائتمان إما للمستوى الأعلى أو للمستوى الأدنى، وإن هذه الخدمات تسهم في اكتساب زبائن جدد الذين ليست لديهم القدرة على الشراء بالنقد الفوري للسلع.

خامسا: عناصر التوزيع:

يحتوي نظام التوزيع على عدد من الأنشطة تتمثل فيما يلي[1]:

1- النقل: يعرف النقل على أنه: "عملية تحريك السلع من أماكن إنتاجها أو بيعها إلى أماكن استهلاكها بالكميات المطلوبة أو المرغوبة في الوقت المحدد وبالوسيلة المناسبة والتكلفة المناسبة"[2]، ومن ثم فإنه يعد النقل من أهم مكونات التوزيع، لما له من تأثير كبير على انسياب السلع والخدمات من أماكن إنتاجها إلى أماكن استهلاكها أو استعمالها،

2- التخزين: لا يمكن لعملية النقل أن تتم إذا لم تمر المنتجات على المخازن، ويعرف التخزين على أنه: "وسيلة الاحتفاظ بالموجودات لفترة زمنية، والمحافظة عليها ومعالجتها في حالة تعرضها لظروف طبيعية تحدث فيها تغييرات، ومن ثم توفيرها عند الحاجة في المرحلة الموالية"[3]،

ويعد التخزين عنصرا من عناصر التوزيع الذي يعمل على الاحتفاظ بالمخزونات سلعا تامة الصنع أو نصف مصنعة أو قيد التصنيع كانت أو مواد أولية في مكان معين، ومعالجتها في حالة تأثير الظروف الطبيعية عليها إلى حين إخراجها إلى وسائل النقل.

5- **مناولة المواد:** يتعلق نشاط مناولة المواد بجميع العمليات المتعلقة بتحريك المواد بهدف تجهيز وترتيب ووضع المواد في مكان يسهل عن طريقه حركتها وتخزينها ونقلها، وقد عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق مناولة المواد على أنها: "فن تحريك وتغليف وتخزين المواد بأي شكل من الأشكال سواء تلك المواد السائلة أو اللينة أو الصلبة"[4].

[1] - J. Lendrevie et D. Lendon – op cit – p 333.
[2]- محمد إبراهيم عبيدات – مبادئ التسويق مدخل سلوكي – دار المستقبل – عمان – الأردن – 1999 – ص 318.
[3]- زكي خليل المساعد – مرجع سابق – ص 427.
[4]- بشير العلاق وآخرون – مرجع سابق – ص 235.

سادسا: قنوات التوزيع ووظائفها

1- تعريف قنوات التوزيع:

تعرف قنوات التوزيع على أنها: "الطريق الذي يسلكه المنتج سلعة كان أو خدمة من مكان إنتاجه إلى مكان استهلاكه"[1]،كما تعرف قنوات التوزيع على أنها: "مجموع الوسطاء التي تأخذ على عاتقها مختلف أنشطة التوزيع، أي الأنشطة التي تسمح بانسياب السلع من المنتج إلى الزبون"[2].

وعليه فإن قناة التوزيع ما هي إلا تلك الطريق التي تمر من خلالها السلع والخدمات من المنتجين أو البائعين إلى الزبائن عن طريق مجموعة من المؤسسات أو الأفراد كحلقة وصل بين المنتج والزبون وباستخدام الوسائل المختلفة في ذلك.

2- وظائف قنوات التوزيع: تؤدي قنوات التوزيع عادة عدة وظائف، أهمها:[3]

أ- **القيام بالبحوث**: وتتم من خلال جمع المعلومات وترتيبها وتصنيفها وتحليلها من أجل إتمام تخطيط العمليات البيعية واتخاذ القرارات ورسم السياسات لتسهيل عمليات التبادل داخل القناة التوزيعية.

ب- **القيام بالترويج**: من أجل إعطاء صورة ايجابية عن المنتج ومنتجاته ودفع الزبون إلى الإقبال على شراء هذه المنتجات.

ت- **الاتصال**: مع الزبون، بهدف جلبه وبناء علاقة تبادلية معه.

ث- **الربط والجمع**: أي طرح المنتجات التي تتلاءم شكلا وحجما مع حاجات ورغبات الزبون .

ج- **التفاوض**: ويتم من خلال إجراء حوار مع كافة الزبائن المستهدفين وحتى المحتملين، بهدف الوصول إلى الاتفاق النهائي حول سعر البيع، كيفية التسديد، كيفية التسليم، وقت التسليم.

ح- **التوزيع المادي**: ويقصد به النقل والتخزين ومناولة المواد.

---

[1] - J. Lendrevie et D. Lendon – opcit – p 332.
[2] - P. Kotler et B. Dubois – op cit – p 496.
[3] - J. Viguy – la distribution : structures et pratiques – Dalloz – paris – 1997 – p 108.

خ- **التمويل**: أي تحديد ميزانية تغطية تكاليف التوزيع وتسييرها بشكل مناسب.

د- **المخاطرة**: وذلك بتحميل القائمين على قنوات التوزيع المخاطر المصاحبة لتوزيع المنتج كالمخاطر المتعلقة بتغير وتقلب الأسعار، التلف، تغير أذواق الزبائن، وغيرها.

ومقابل هذه الوظائف توجد مجموعة من المنافع التي تقدمها قنوات التوزيع، هذه المنافع تتمثل فيما يلي:[1]

- ✓ **المنفعة الزمانية**: ويقصد بها توفير السلع في الوقت المناسب الذي يطلب فيه الزبون لهذه السلع، ويتحقق ذلك من خلال القائمين على قنوات التوزيع.
- ✓ **المنفعة المكانية**: ويقصد بها توفير السلع في المكان المنسب الذي يطلب منه الزبون السلع التي يرغب فيها، هذا يعني أن القائم على قناة التوزيع يتيح للزبون الحصول على السلعة في المكان الملائم.
- ✓ **المنفعة الشكلية**: ويقصد بها توفير السلع بالشكل والحجم المناسب الذي يحدده الزبون، هذا يعني أن القائم على قناة التوزيع يعمل على طرح وتوزيع المنتجات بالأشكال والأحجام التي يرغب الزبون فيها.
- ✓ **المنفعة والحيازية أو التملك**: ويقصد بها انتقال حيازة المنتجات من المنتج إلى الوسيط، ثم إلى الزبون .

3- أنواع قنوات التوزيع: وهي[2]:

أ- القنوات المباشرة: ويقصد بها توزيع المنتجات بطريقة مباشرة وبشكل مباشر من المنتج إلى الزبون دون الاعتماد على أية قناة أخرى، أو وسطاء آخرين، والشكل التالي يوضح ذلك:

ب- القناة غير المباشرة : تعتمد هذه الطريقة أو السياسة على الاستعانة بالوسطاء في توزيع السلع، ويوجد نوعين من الوسطاء : الوسطاء التجار وهم الذين تنتقل إليهم ملكية السلع من

[1] - Bertraud. J.P – op cit – p 19.
[2] - P. Kotler et B. Dubois – op cit – p 499.

المنتج، والوسطاء الوكلاء، وهم الذين يبيعون السلع لحساب المنتج ولا تنتقل إليهم ملكية السلع[1]،

سابعا: إستراتيجية التوزيع

ويمكن إبراز الإستراتيجية التوزيعية من خلال :[2]

1- **إستراتيجية التوزيع المكثف أو الشامل:** ويقصد بالتوزيع المكثف أو الشامل استغلال جميع المنافذ التوزيعية المتاحة والمتوقع أن يصل أو يقبل عليها الزبون المستهدف، وبالتالي فإن التوزيع الشامل يسعى لتحقيق التغطية الواسعة والكلية للسوق، مع العلم فإن هذا التوزيع يتناسب مع السلع الميسرة كالخبز والجرائد والمياه الغازية التي يكرر الزبون شراءها عدة مرات، ومن جهة أخرى تنخفض درجة ولائه للسلعة، بحيث أن الزبون إذا لم يجد نوع معين من هذه السلع يتوجه إلى شراء نوع آخر، وبالتالي يتوجب على المسوق أن يتأكد من وجود المخزون الكافي من السلع في مختلف نقاط البيع التي يقبل عليها الزبون.

والملاحظ في هذه الإستراتيجية أن المنافسة تكون بين نفس الزبائن، لتجانس وعدم اختلاف السلع المطروحة في السوق هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن إتباع هذه الإستراتيجية يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية نتيجة وجود السلعة في كافة النقاط البيعية.

2-إستراتيجية التوزيع الانتقائي أو المحدود: ويقصد بهذه الإستراتيجية اختيار عدد محدود من المنافذ في قطاع سوقي معين، وبالتالي فإن التوزيع الانتقائي يسعى لتغطية عدد معين من نقاط البيع، مع العلم فإن هذه الإستراتيجية تناسب انسياب سلع التسوق وبعض السلع الخاصة التي تزداد فيها درجة ولاء وتفضيل الزبون لاسم تجاري معين، مع أن اختيار المؤسسات التوزيعية يتوقف على عدة معايير منها حجم مبيعات المتجر، قدرته على البيع، موارده المالية، وغيرها، وإن اختيار المنتج لعدد معين من المؤسسات يتم على

[1]- محمود صادق بازرعة – إدارة التسويق- المكتبة الأكاديمية –القاهرة- مصر – 2001 –ص 355.
[2] - J. Lendrevie et D. Lendon- op cit- p363.

أساس تحقيق أكبر حجم ممكن من المبيعات، أمثلة : المعاطف، البدلات، النظارات الطبية، إلخ ...

3- إستراتيجية التوزيع الوحيد: يقصد بهده الإستراتيجية اختيار أحد الموزعين للقيام بمهام التوزيع وانسياب السلع في قطاع سوقي معين ومحدد، وأن توزع جميع المنتجات عن طريق هذا الموزع.

مع العلم فإن لهذه الإستراتيجية عدة مزايا لكل من المنتج والموزع، فبالنسبة للمنتج بإمكانه إجراء الرقابة على جميع منتجاته على هذا الموزع، بأن لا يقوم بتوزيع منتجات المنتجين المنافسين، أما بالنسبة للموزع فإنه يضمن أن جميع مبيعات هذا المنتج تتم فقط من خلاله، وفي نفس الوقت يجتنب المنافسة السعرية من طرف الموزعين المنافسين طالما لا يوجد غيره في هذا القطاع السوقي.

قائمة المراجع

1- المراجع باللغة العربية

- أحمد جامع: النظرية الاقتصادية، الجزء الأول، التحليل الاقتصادي ، دار النهضة العربية، مصر، 1984.
- أحمد جامع، علم الاقتصاد، دار النهضة العربية، مصر، 1986.
- العشري حسين، درويش وآخرون، مبادئ علم الاقتصاد، مطبعة دار الشعب، مصر، 1994.
- بيان هاني حرب، مبادئ التسويق، مؤسسة الوراق، الأردن، .1999
- حسين عمر ، الاستثمار و العولمة ، دار الكتاب الحديث ، مصر ، 1997 .
- حسين عمر ، الموسوعة الاقتصادية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1991 .
- حمدي احمد العناني: أساسيات علم الاقتصاد، الدار المصرية اللبنانية، مصر، دون سنة نشر.
- خبابة عبد الله، بلاطة مبارك، أساسيات في الاقتصاد العام، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2010.
- سكينة بن حمود، مدخل لعلم الاقتصاد، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2009
- نجيب ابراهيم نعمة الله ، أسس علم الاقتصاد، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2006.
- زياد رمضان، مبادئ الاستثمار المالي و الحقيقي، دار وائل للنشر، 1999 .
- طلعت الدمرداش، مبادئ في الاقتصاد، مكتبة القدس، مصر، 2005.
- طاهر خيدر حردان ، مبادئ الاستثمار، المستقبل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 1997
- ضياء مجيد الموسوي، أسس علم الاقتصاد، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2013.
- طارق الحاج وآخرون، التسويق من المنتج إلى المستهلك ، دار الصفاء، الأردن، 1997.
- طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الفعال، دار الفجر، الاسكندرية، مصر،
- عادل المهدي ولمياء المغربي، مبادئ الاقتصاد، مطبعة العشري، مصر، دون سنة النشر
- عبد الله الصعيدي، مبادئ علم الاقتصاد، الجزء الأول، مطابع البيان، دبي، 2002.

-عبد الغفور إبراهيم احمد، مبادئ الاقتصاد والمالية العامة، دار زهران للنشر، الأردن، 2013.

- عبد الكريم راضي الجبوري، التسويق الناجح ، دار التيسير، بيروت، لبنان، 2000 .

- عبد الرحمان يسرى، مقدمة في الاقتصاد الدار الجامعية، مصر، 2008

- علي خالفي، المدخل إلى علم الاقتصاد، دار أسامة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

- على لطفي، محاضرات في التنمية الاقتصادية، كلية التجارة، جامعة عين شمس، القاهرة، 2003 .

- محمد إبراهيم عبيدات، مبادئ التسويق مدخل سلوكي، دار المستقبل، عمان، الأردن،2002.

- محمد حامد دويدار وآخرون، أصول علم الاقتصاد السياسي، الدار الجامعية، مصر، 1988

- محمد الوادي وآخرون، الأساس في علم الاقتصاد، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2007

- محمد طاقة و آخرون، أساسيات علم الاقتصاد الجزئي والكلي، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008

- محمد فوزي أبو السعود، مقدمة في الاقتصاد الكلي مع التطبيقات، الدار الجامعية، مصر 2010.

- محمود صادق بازرعة، إدارة التسويق، المكتبة الأكاديمية ـالقاهرة، مصر، 2001

- ناظم محمد نوري الشمري، محمد موسى الشروف، مدخل في علم الاقتصاد، دار زهران، عمان، 1999.

2- المراجع باللغة الأجنبية:

- Alain Cotta, Dictionnaire de Science Economique, Maison Mame, France, 3ème édition, 1968-1975.

- Bertrand JP – Techniques commerciales et marketing – Berti édition Nantes – 199.

- C. Charmal ”Investissement et croissance économique”, Dunod, Paris 1969.
- Helfer JP et orsoni. J – marketing - édition Vuibert 5ème édition – Paris – 1998.
- Jean Charles Hall "Choix d’investissement dans l’entreprise", France 1973.
- J. Lajugie, Les systèmes économiques, P.U.E, Colle, Que Sais-je ?, Paris, 1989, 12ème Ed.
- J. Lendrevie et D. Lendon, Mercator – 5ème édition Dalloz, Paris – 1997.
- Justear et S.F. Giraby – Marketing objectif – 2ème édition – Durant – Paris – 1984.
- J. Viguy – la distribution : structures et pratiques – Dalloz – paris – 1997.