

جامعة ديالى

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم الادارة العامة

محاضرات مبادي الاقتصاد

ا.م سناء ستار احمد

المحاضرة الاولى

نشأة علم الاقتصاد

مصطلح علم الاقتصاد Economic : وهو كلمة يونانية قديمة تتكون من قسمين ، Oikos وتعني المنزل و Nomos وتعني تدبير ، وبذلك فهو علم تدبير المنزل

* تعريف علم الاقتصاد

- التعريف الرأسمالي : آدم سميث ؛ هو العلم الذي يختص بدراسة الوسائل التي يمكن للامة من خلالها ان تغتني ماديا ، اما مارشال ؛ يرى بانه علم يدرس الثروة من جهة ويدرس الانسان من جهة اخرى ، اما سام ويلسون ؛ دراسة الكيفية التي يختار الفرد والمجتمع بها استخدام الموارد الانتاجية لإنتاج السلع وتوزيعها حاليا وفي المستقبل ، ويعرفه البعض بانه علم الندرة او علم ادارة الموارد النادرة

- التعريف الاشتراكي : اوسكار لانكه ؛ علم القوانين الاجتماعية للعملية الاقتصادية اما نيكيوتين ؛ علم تطور العلاقات الاجتماعية للإنتاج ، اي العلاقات الاقتصادية بين البشر

مناهج البحث الاقتصادي

من اجل الحصول على نتائج مقنعة لاختبار فرضيات اي مشكلة اقتصادية يراد دراستها فان البحث الاقتصادي العلمي يعتمد على منهجين هما

* المنهج الاستنباطي Deductive Method ويسمى المنهج النظري أو المنهج الاستنتاجي ، ويقوم على أساس التجريد أي تجريد الظاهرة المدروسة من العوامل المؤثرة فيها ، وهذه الطريقة تستند على فرض عام للوصول الى قواعد جديدة تطبق على حالات خاصة بطريقة التحليل المنطقي . (ويعبر عن هذا المنهج بالانتقال من العام الى الخاص)

* المنهج الاستقرائي Inductive Method ويسمى المنهج التجريبي أو المنهج الواقعي ويقوم على أساس مراقبة وتحليل الوقائع بتفاصيلها الدقيقة للوصول منها الى نتائج عامة فمثلا عند ملاحظة ارتفاع أسعار بعض السلع عندما تزداد دخول فئة من المستهلكين يمكن التوصل الى إن الأسعار ترتفع كلما ارتفعت الدخول ، (ويعبر عن هذا المنهج بالانتقال من الخاص الى العام)

طرق التحليل الاقتصادي

يتحقق التحليل الاقتصادي بوحدة أو أكثر من الطرق الآتية :-

* الطريقة الوصفية Descriptive Method اي تحليل الظواهر المختلفة بطريقة لفظية (تعتمد على الوصف اللفظي) دون ان يكون هنالك رابط بين مكونات الظاهرة ، وغالبا ما يكون الباحث فيها عرضة للأخطاء .

* الطريقة الرياضية Mathematical Method اي تحديد العلاقات الدالية بين المتغيرات الاقتصادية وصياغتها على شكل معادلات كمية لتلافي وقوع الخطأ المنطقي الوارد في التحليل اللفظي ، ومن ثم تترجم النتائج الى عبارات لفظية .

* الطريقة القياسية Econometrics Method أحيانا لا يكتفي الباحث بوصف الظاهرة المدروسة ، كما لا يكتفي بتحديد العلاقات الدالية بين المتغيرات ولكنه يحاول ربط هذه المتغيرات بعلاقات كمية يستخدم فيها الرياضيات والإحصاء للحصول على نتائج تمكنه من التنبؤ المستقبلي للظاهرة المدروسة .

النظرية الاقتصادية

*** النظرية : مجموعة من الفرضيات Assumption والتعريفات Definitions الخاصة بإحدى الظواهر يمكن من خلالها التوصل الى استنتاج يستخدم للتنبؤ بسلوك هذه الظاهرة مستقبلا (مثل الأسعار والتكاليف والعرض والطلبالخ)**

*** من مجموع النظريات : المتعلقة بالظواهر يتكون علم الاقتصاد**

*** هدف النظرية : هو محاولة تفسير أسباب حدوث الظاهرة الاقتصادية وبالتالي التنبؤ بما ستكون عليها مستقبلا ، من اجل التهيؤ لمواجهة الآثار المحتملة التي يتركها تطور الظاهرة**

*** لا يسلم بصحة النظرية إلا بعد إجراء المزيد من الاختبارات عليها ومدى اقترابها من الواقع**

*** تقبل النظرية كلما نجحت في الاختبار ، ولكن عند فشلها يعاد صياغتها من جديد**

الاقتصاد الجزئي والاقتصاد الكلي

تقسم دراسة النظرية الاقتصادية على مجالين واسعين هما

*** الاقتصاد الجزئي Micro – Economics ويتعلق بنشاط الأفراد Individuals والمشروعات Firms ، ويركز على كيفية تحديد الأسعار والكميات المطلوبة والمعرضة من السلع والخدمات وفق الأسعار المعلنة أي ما لذي يدفع الفرد على شراء سلعة ما كونه مستهلكا أو ما لذي يدفعه لإنتاجها كونه منتجا .**

*** الاقتصاد الكلي Macro – Economics ويتعلق بالنشاط الاقتصادي الوطني ككل أي ، إذ يتضمن دراسة الإنتاج الكلي ومستوى الاستخدام (البطالة) والمستوى العام للأسعار (التضخم) ويتناول الدورات التجارية ويحلل السياسات المالية والنقدية والسياسات التجارية والضريبية وقيس ويحلل معدلات النمو الاقتصادي**

المحاضرة الثانية

النظام الاقتصادي

النظام الاقتصادي يتكون عادة من القواعد والقوانين والتقاليد والمبادئ التي تحكم عمليات ونشاطات الاقتصاد القومي

ويتم من خلالها استخدام الموارد الإنتاجية المتاحة المحدودة لإشباع الحاجات الإنسانية المتعددة والمتجددة

تختلف النظم الاقتصادية بعضها عن البعض الآخر في طريقة الإجابة على الأسئلة الشائعة الآتية :

ماذا ننتج ؟ وكم ننتج ؟ و كيف ننتج ؟ ولمن ننتج ؟

وهناك ثلاثة انواع من النظم الاقتصادية التي يجيب كل منها عن هذه الأسئلة بشكل يختلف عن الآخر

* النظام الرأسمالي : ويسمى نظام المشروع الحر ، او النظام الفردي ، وفيه تكون جميع الثروة او جميع الموارد الاقتصادية مملوكة للأفراد ، وان الأسئلة الاقتصادية يمكن حلها بواسطة آلية الأسعار ، ويطلق عليه (نظام سيادة المستهلك) .

* النظام الاشتراكي : و يسمى نظام الاقتصاد المخطط او النظام المركزي ، وفيه تكون جميع الثروة او جميع وسائل الإنتاج مملوكة للمجتمع الذي تمثله الدولة المركزية ، وان الإجابة على الأسئلة الاقتصادية تتم عن طريق سلطة تخطيط مركزي .

* النظام المختلط : وهو مزيج من كلا النظامين ، اذ يمكن اعتباره نظاما فرديا ذو قطاع عام كبير ، او اعتباره نظاما مخططا ذو قطاع خاص كبير ، وهو بذلك نظام

يشارك في الإجابة على الأسئلة الاقتصادية فيه كلا القطاعين الخاص والعام . وهو الأكثر انتشارا في عالم اليوم .

أهداف النظام الاقتصادي

تتمثل الأهداف الرئيسية التي تسعى المجتمعات إلى تحقيقها فيما يلي

(1) الكفاءة : وتعني الاستغلال الأمثل للموارد الاقتصادية (لا بد من التمييز بين الموارد الاقتصادية وعوامل الإنتاج والمدخلات) ، وعادة يميز الاقتصاديون بين ثلاثة أنواع من الكفاءة:

- الكفاءة الفنية : وتعني إنتاج أكبر كمية من السلع والخدمات بأقل تكلفة ممكنة.

- الكفاءة الاقتصادية (التوزيعية) : وتعني إنتاج السلع والخدمات بالكميات التي يريدها المجتمع .

- الكفاءة الاجتماعية : وتعني إنتاج السلع والخدمات بالشكل الذي لا يضر بحق الاجيال القادمة بالموارد الاقتصادية

(2) النمو الاقتصادي : ويعرف بأنه زيادة كمية السلع والخدمات التي يمكن إنتاجها في المجتمع مع مرور الزمن لتتلائم مع زيادة متطلبات الحياة والرفاهية وزيادة السكان .

(3) الاستقرار الاقتصادي : ويعني ذلك ثبات المستوى العام للأسعار وعدم وجود تقلبات غير طبيعية في أسعار السلع والخدمات .

(4) العدالة : وتعني توزيع الدخل أو الناتج القومي بين أفراد المجتمع بطريقة عادلة. (منحنى لورنس)

الحاجة

لكي تكون هنالك حاجة لابد من توافر ثلاثة شروط هي :

* احساس بالالام (كالجوع او العطش او الرغبة الشديدة في امتلاك سيارة)

* معرفة الوسيلة لاطفاء هذا الالام

* الرغبة في استخدام هذه الوسيلة لاطفاء هذا الالام

الحاجة الاقتصادية

لكي تكون الحاجة اقتصادية لابد من توافر ثلاث شروط هي

* قابليتها للتعدد والتجدد : يقصد بالتعدد هو ان الحاجات الإنسانية كثيرة ومتعددة فالإحساس بالجوع يدفع الى البحث عن وسائل إشباعها ولكن هذه الوسائل متعددة وغير متشابهة بين البشر فمنهم من يشبعها بالخبز او اللحم او الفاكهة او الخضار او خليط منها الخ ، كذلك فان إطفاء الم الجوع لا يقف عند أول مرة بل سرعان ما تعود الحاجة مرة أخرى .

* قابلية الحاجة إلى الإشباع : فالحاجة التي لا يمكن إشباعها مثل الحاجة الى العلم او الحاجة الى الشهرة وغيرها ليست حاجات اقتصادية

* تعدد وسائل إشباع الحاجة الواحدة : فإذا كانت هنالك بدائل متعددة لإشباع حاجة ما فهي حاجة اقتصادية كالسيارة او الملابس او الطعام وما الى ذلك .

السلع

تعرف السلع بأنها كل الأشياء المفيدة والنافعة والتي يحتاجها الناس لإشباع حاجاتهم الإنسانية ، وهنالك نوعين من السلع من حيث الوفرة والندرة هما

* السلع الحرة Free goods : وهي الأشياء النافعة والموجودة في الطبيعة بشكل غير محدود وان استخدامها لا تترتب عليه أية تكلفة (مثل الماء والهواء وأشعة الشمس) وهذا النوع من السلع يكون خارج نطاق علم الاقتصاد .

* السلع الاقتصادية Economics Goods : وهي السلع النافعة والموجودة بشكل نادر وان الحصول عليها يحتاج الى تكاليف ولا يمكن الحصول عليها مجاناً .

وهنالك نوعين من هذه السلع هي :

1- السلع المادية (الثروة) 2- السلع غير المادية (الخدمات)

الفعاليات الاقتصادية

الفعالية الاقتصادية هي محاولة الانتفاع من الوسائل النادرة لأشباع أكبر قدر ممكن من الحاجات المتعددة وغير المحدودة ، ويتم ذلك من خلال الفعاليات الرئيسية الآتية

- 1 - الإنتاج Production : وهو خلق منفعة للسلع والخدمات او زيادتها .
- 2- التبادل Exchange وهي عملية مبادلة السلع المنتجة بالنقود ومن ثم مبادلة هذه النقود بسلع أخرى .
- 3- التوزيع Distribution وهي عملية تقسيم الدخل الناجم عن خلق المنفعة او زيادتها ، على الذين أسهموا في إيجاد هذا الدخل .
- 4- الاستهلاك Consumption وهو الهدف النهائي من كل نشاط اقتصادي ويتمثل بالانتفاع من السلع والخدمات لأشباع الحاجات الانسانية.

المحاضرة الثالثة

العرض والطلب

- **الطلب:** العلاقة بين سعر سلعة (أو خدمة) وعدد الوحدات التي يرغب المستهلكون في شرائها عند كل سعر افتراضي.
- **جدول الطلب:** جدول يوضح علاقة الطلب إما لفرد أو مجموعة.
- **قانون الطلب:** عند ثبات كل المؤثرات الأخرى، يدفع انخفاض السعر المستهلكين إلى شراء وحدات أكثر من سلعة (أو خدمة)، بينما يدفعهم ارتفاع السعر إلى شراء وحدات أقل.
- **منحنى الطلب:** توضيح بياني لعلاقة الطلب بحيث يمثل السعر على المحور الرأسي والكمية على المحور الأفقي. في بعض الأحيان يُرسم منحنى الطلب كخط منحني أو حتى كخط مستقيم. منحنيات الطلب «تنحدر نحو الأسفل»؛ بمعنى أنها تبدأ أعلى اليسار وتتحرك إلى الأسفل جهة اليمين.
- **العرض:** العلاقة بين سعر سلعة (أو خدمة) وعدد الوحدات التي يرغب المنتجون في بيعها عند كل سعر افتراضي.
- **جدول العرض:** جدول يوضح علاقة العرض إما لفرد أو لمجموعة من المنتجين.
- **منحنى العرض:** توضيح بياني لعلاقة العرض بحيث يمثل السعر على المحور الرأسي والكمية على المحور الأفقي. في بعض الأحيان يُرسم منحنى العرض كخط منحني، أو حتى كخط مستقيم. منحنيات العرض «تميل نحو الأعلى»؛ بمعنى أنها تبدأ أسفل اليسار وتتحرك إلى الأعلى جهة اليمين.
- **قانون العرض:** عند ثبات كل المؤثرات الأخرى، يدفع ارتفاع السعر المنتجين إلى بيع وحدات أكثر من سلعة (أو خدمة)، في حين يدفعهم انخفاض السعر إلى بيع وحدات أقل.
- **الفائض/الوفرة:** عندما يرغب المنتجون في بيع وحدات من سلعة (أو خدمة) أكثر مما يرغب المستهلكون في شرائها. ويحدث ذلك عندما يكون السعر الفعلي أعلى من سعر الإقفال.
- **العجز:** عندما يرغب المستهلكون في شراء وحدات من سلعة (أو خدمة) أقل مما يرغب المنتجون في بيعه. ويحدث ذلك عندما يكون السعر الفعلي أدنى من سعر الإقفال.
- **سعر التوازن/سعر الإقفال:** السعر الذي يرغب عنده المنتجون بيع نفس عدد الوحدات التي يرغب المستهلكون في شرائها. يظهر سعر التوازن على الرسم البياني عند تقاطع منحنى العرض مع منحنى الطلب.
- **كمية التوازن:** عدد الوحدات التي يرغب المنتجون في بيعها، ويرغب المستهلكون في شرائها بسعر التوازن. تظهر كمية التوازن على الرسم البياني عند تقاطع منحنى العرض مع منحنى الطلب.
- **انخفاض العرض/انتقال منحنى العرض إلى اليسار:** موقف يؤدي فيه حدوث تغير بجانب سعر سلعة (أو خدمة) إلى تقليل المنتجين لعدد الوحدات التي يرغبون في بيعها عند عدد من الأسعار المحتملة. وعلى الرسم البياني يؤدي هذا التغير إلى تحرك منحنى العرض نفسه إلى اليسار. وبالمثل، تحدث زيادة في العرض أو تحرك منحنى العرض إلى اليمين عندما يدفع أحد التغيرات المنتجين إلى زيادة عدد الوحدات التي يرغبون في بيعها عند عدد من الأسعار المحتملة.
- **انخفاض الطلب/انتقال منحنى الطلب إلى اليسار:** موقف يؤدي فيه حدوث أحد التغيرات بجانب سعر سلعة (أو خدمة) إلى تقليل المستهلكين لعدد الوحدات التي يرغبون في شرائها

عند عدد من الأسعار المحتملة. وعلى الرسم البياني يتسبب هذا التغير في تحريك منحنى الطلب نفسه نحو اليسار.

- البدائل: سلع (أو خدمات) يستخدمها المستهلكون للأغراض نفسها. على سبيل المثال: الكولا والبيبسي سلعتان بديلتان في حالة ذهاب أحد الأفراد إلى المتجر لشراء مياه غازية. ويؤدي تغير سعر إحدى السلعتين إلى تغير في نفس الاتجاه على طلب السلعة البديلة. (أي إن انخفاض سعر الكولا سيتسبب على الأرجح في خفض الطلب على البيبسي).

المحاضرة الرابعة

تعريف السوق في علم الاقتصاد وأهم أشكاله

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

- السوق أيضا يعرف بالعملية التي يتم من خلالها تحديد الاسعار والكميات المتبادلة من السلع والخدمات المختلفة.

- والسوق بطبيعته يأخذ اشكالا عديدة من اهمها:

١/ سوق المنافسة التامة. ويتميز بأربع خصائص هي: كثرة عدد البائعين والمشتريين، تجانس السلعة تجانسا تاما، حرية الدخول والخروج من السوق، العلم التام بأحوال السوق.

٢/ سوق الاحتكار. وهنا نعرف المحتكر بأنه المنتج الذي يقوم بالاستحواذ والسيطرة على جميع مخرجات صناعة معينة دون سواه بالشروط التالية: يكون هناك منتج واحد الساعة او الخدمة، يقوم المنتج ببيع سلعة ليس لها مثيل بالسوق، عدم امكانية دخول منتجين آخرين للصناعة او السوق.

٣/ سوق المنافسة الاحتكارية.

من خصائص هذا السوق: وجود عدد كبير من المنتجين البائعين، عدم تجانس السلعة (أي أن السلعة ليست متماثلة وإنما تختلف مواصفاتها من منتج لآخر)، حرية الدخول والخروج من السوق.

٤/ سوق احتكار القلة.

وهي سوق يتولى فيها عدد محدد من المنتجين بيع سلعة أو خدمة متماثلة أو متنوعة يستأثر كل منهم بنسبة كبيرة من الانتاج أو الصناعة، ويؤثر بقراراته وبسياسته الانتاجية أو التسويقية السعرية تأثيراً مباشراً في باقي المنتجين.

المحاضرة الخامسة

ويمكن أيضاً تقسيم هذه الأسواق من الناحية العلمية إلى فئتين، الفئة الأولى: أسواق المنافسة التامة والاحتكار، وهي حالات بعيدة عن الواقع العملي؛ إذ إنه في سوق المنافسة التامة يصعب وجود منتجات متجانسة أو متماثلة تماماً كما أن حرية الدخول والخروج من السوق لا يمكن أن توجد بشكل مطلق، وفي سوق الاحتكار يصعب وجود منتج وحيد لا بديل له ووجود سوق مغلق لا يمكن لمنافسين جدد الدخول إليه مطلقاً.

الفئة الثانية: أسواق المنافسة الاحتكارية واحتكار القلة تمثل العديد من الأسواق الفعلية في الواقع العملي، ومن أمثلة أسواق احتكار القلة صناعة السيارات والسجائر وشيكات البث التليفزيوني أو المرئي، أما المنافسة الاحتكارية فأبرز أمثلتها سوق الخدمات مثل: المطاعم، والصناعة، والملابس، والخدمات المصرفية، وما إلى ذلك؛ ومن ثمَّ يعرف الاحتكار على أنه: عبارة عن تركيبة أو هيكلية معينة لسوق ما، تسمح لشركة واحدة أو متعامل واحد فيه بإنتاج سلعة أو خدمة ما وحمايته من منافسة الآخرين له.

ويمكن أيضاً تقسيم هذه الأسواق من الناحية العلمية إلى فئتين، الفئة الأولى: أسواق المنافسة التامة والاحتكار، وهي حالات بعيدة عن الواقع العملي؛ إذ إنه في سوق المنافسة التامة يصعب وجود منتجات متجانسة أو متماثلة تماماً كما أن حرية الدخول والخروج من السوق لا يمكن أن توجد بشكل مطلق، وفي سوق الاحتكار يصعب وجود منتج وحيد لا بديل له ووجود سوق مغلق لا يمكن لمنافسين جدد الدخول إليه مطلقاً.

الاحتكار في مواجهة المنافسة التامة

وتستخدم مفاهيم الاحتكار والمنافسة التامة كمتضادات؛ حيث تعتبر المنافسة التامة هي الوضع الأمثل، والاحتكار هو الوضع المضاد لها، وعليه تسعى السياسة العامة إلى الوصول إلى الوضع الأمثل أو الاقتراب منه وتجنب الاحتكار؛ نظرًا للمساوئ التي ينطوي عليها؛ إذ إن المحتكر باستطاعته أن يمارس عملية التحكم في الأسعار للمنتج الذي ينتجه ويفرض سعرًا واحدًا عاليًا ليعظم أرباحه، أو أن يفرض سعرًا منخفضًا لمنع منافسيه من الدخول إلى السوق أو أن يقوم بفرض أسعار مختلفة حسب فئات المستهلكين فيما يعرف بعملية "تمييز الأسعار" Price Discrimination، ومن أمثلة ذلك فرض أسعار مختلفة لاستهلاك الطاقة الكهربائية (سعر للاستهلاك المنزلي، وسعر للأغراض التجارية، وسعر للأغراض الصناعية) وهكذا. ويشترط لممارسة عملية تمييز الأسعار توافر الشرطين الآتيين:

1 - إمكانية تصنيف المستهلكين إلى فئات.

2 - ألا يستطيع المستهلك إعادة بيع السلعة التي حصل عليها بسعر منخفض إلى المستهلكين الآخرين.

فائض المستهلك والمنتج يحدد حالة السوق

ويستخدم الاقتصاديون في تحليلاتهم لمقارنة الوضع الأمثل (المنافسة التامة) مع الوضع غير المرغوب فيه (الاحتكار) المفاهيم التالية:

1 - فائض المستهلك وهو الفرق بين أقصى سعر يرغب المستهلك في دفعه مقابل وحدة واحدة من سلعة ما، وبين السعر الذي يدفعه فعلاً مقابل هذه السلعة.

2 - فائض المنتج: وهو الفرق بين السعر الذي يستلمه المنتج مقابل وحدة واحدة من السلعة التي ينتجها، وبين الحد الأدنى للسعر الذي يمكن أن يقبله لكي يبيع هذه السلعة؛ حيث يتضح من المقارنة وجود ثلاثة فروق أساسية:

1 - أن فائض المستهلك أقل في ظل الوضع الاحتكاري.

2 - أن فائض المنتج أكبر في ظل الوضع الاحتكاري.

3 - أن مجموع فائض المستهلك والمنتج، في الاقتصاد ككل أقل في ظل الوضع الاحتكاري.

وبذلك نجد أن الوضع الاحتكاري يضر بالمستهلك وبالاقتصاد ككل، والسبب في ذلك هو أنه في ظل الوضع الاحتكاري يتم تضييع مكاسب محتملة من التبادل بين الطرفين، كان يمكن تحقيقها لولا وجود الاحتكار، وهو ما يُسمى بالخسارة الباهظة

Deadweight Loose، وهو الأمر الذي يبرر تدخل الدولة وصانعو السياسة لمحاولة منع حدوث هذا الوضع وعدم السماح لشركة واحدة أو حتى عدة شركات بالتحكم في السوق ككل وسن التشريعات المنظمة لذلك، مثل قوانين مكافحة الاحتكار وقوانين المنافسة؛ وذلك لكي تحقق الأهداف التالية:

- 1 - حماية المستهلك والاقتصاد من الضرر الذي يسببه الاحتكار.
- 2 - تنويع الخيارات والبدائل أمام المستهلك.
- 3 - تحقيق مبدأ تساوي الفرص في ممارسة النشاط الاقتصادي ودخول الأسواق.
- 4 - تحقيق الكفاءة في إنتاج السلع والخدمات.