

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'enseignement supérieur
Et de la recherche scientifique
Université M'Hamed BOUGARA de Boumerdès
Faculté Des Sciences Economiques, Commerciales
Et des Sciences De Gestion



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أحمد بوقرة بومرداس
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

مطبوعة بيداغوجية تحت عنوان

محاضرات في
مدخل للاقتصاد

موجهة لطلبة: السنة الأولى جذع مشترك

من إعداد الدكتورة: خديجة شيني
قسم: العلوم التجارية

السنة الجامعية: 2020/2019

المحتوى

رقم الصفحة	الفهرس
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
5	المقدمة
6	المحور الأول: مدخل مفاهيمي حول علم الاقتصاد
13-6	أولاً: ماهية المشكلة الاقتصادية
24-14	ثانياً: ماهية علم الاقتصاد
25	المحور الثاني: الأنشطة الاقتصادية والاعوان الاقتصاديون
81-25	أولاً: الأنشطة الاقتصادية
85-82	ثانياً: الاعوان الاقتصاديون
86	المحور الثالث: الانظمة الاقتصادية
89-86	أولاً: النظام الاقتصادي الرأسمالي
91-90	ثانياً: النظام الاقتصادي الاشتراكي
92	ثالثاً: النظام الاقتصادي المختلط
94-93	رابعاً: النظام الاقتصادي الإسلامي
95	المحور الرابع: الدورة الاقتصادية
96-95	أولاً: مراحل الدورة الاقتصادية
97	ثانياً: أسباب الدورة الاقتصادية
98-97	ثالثاً: النظريات النقدية والدورة الاقتصادية
101-99	رابعاً: عوامل التحديد للدورة الاقتصادية
102	المحور الخامس: التضخم
102	أولاً: مفهوم التضخم الاقتصادي
102	ثانياً: أسباب التضخم الاقتصادي
104-103	ثالثاً: أنواع التضخم الاقتصادي
104	رابعاً: قياس التضخم الاقتصادي

104	خامسا: آثار التضخم الاقتصادي
107-106	سادسا: طرق معالجة التضخم الاقتصادي
108	المحور السادس: البطالة
108	أولا: مفاهيم حول البطالة
109-108	ثانيا: أنواع البطالة
111-110	ثالثا: أسباب البطالة
111	رابعا: علاقة البطالة بالنمو الاقتصادي
111	خامسا: تقدير حجم ومعدل البطالة الطبيعي ونسبتها
115-112	سادسا: آثار البطالة
116	المحور السابع: النمو والتنمية الاقتصادية
117-116	أولا: النمو الاقتصادي
120-118	ثانيا: ماهية التنمية الاقتصادية
	قائمة المراجع

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول
47	جدول تصنيف السلع
68	قانون الطلب
73	الكمية المعروضة بدلالة السعر

قائمة الاشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل
39	طرق التوزيع المباشر
41	العناصر الفاعلة في عملية التبادل
45	طول قنوات التوزيع
48	تمييز الفرق بين التوزيع المباشر وغير المباشر
53	تحديد الربح
56	تحديد معدل الفائدة
68	منحنى الطلب
69	تغير الكمية المطلوبة مع ثبات السعر
74	الكمية المعروضة بدلالة السعر
74	منحنى العرض المتصاعد من جهة اليمين
77	توازن السوق
84	العلاقة بين الاعوان الاقتصاديين

المقدمة :

مدخل للاقتصاد هو مقياس يهدف إلى فهم الأسس والمفاهيم الأساسية في علم الاقتصاد وتطبيقاتها العملية حيث يعتبر علم الاقتصاد فرعاً من العلوم الاجتماعية يدرس كيفية توزيع الموارد المحدودة بين الاحتياجات والرغبات البشرية غير المحدودة. يسعى الاقتصاد إلى فهم سلوك الأفراد والمؤسسات في اتخاذ القرارات الاقتصادية، وكذلك تحليل تأثير هذه القرارات على الاقتصاد بشكل عام.

علم الاقتصاد يتكون من مجموعة من النظريات والمفاهيم التي تساهم في فهم تفاعلات العوامل الاقتصادية المختلفة. تتضمن هذه المفاهيم على سبيل المثال العرض والطلب، والإنتاجية، والتكاليف، والسوق، والسياسات الاقتصادية.

من خلال استكشاف هذه المفاهيم، سيتمكن الفرد أن يفهم كيفية تحديد الأسعار، وتحقيق الإنتاجية القصوى، وتقدير التكاليف المتعلقة بالإنتاج، وفهم أنماط السوق المختلفة وسلوكها، وتقييم السياسات الاقتصادية وتأثيرها على الاقتصاد.

وهذا ما سيتم التطرق إليه في هذه المطبوعة من خلال المحاور التالية :

المحور الأول: مدخل مفاهيمي حول علم الاقتصاد

واجه الإنسان عدة مشاكل أثناء تلبية احتياجاته كندرة الموارد وكثرة الحاجات وهذا ما أدى إلى ظهور علم الاقتصاد لإيجاد حلول لهذه المشاكل الاقتصادية، فما هو علم الاقتصاد؟ وما هي المشكلة الاقتصادية؟

أولاً: ماهية المشكلة الاقتصادية

1. تعريف المشكلة الاقتصادية:

تتمثل المشكلة الاقتصادية في الندرة النسبية للموارد الاقتصادية المتاحة باختلاف أنواعها، ومهما بلغت أحجامها تعتبر موارد اقتصادية محدودة إذا ما تمت مقارنتها مع الحاجات الإنسانية المتعددة والمتجددة والمتباينة باستمرار، لذلك تبرز المشكلة الاقتصادية عند عدم كفاية الموارد الاقتصادية لتلبية جميع الحاجات الإنسانية إلى درجة الإشباع، فالإنسان لديه احتياجات مختلفة منها الأكل والشراب واللباس... وتنقسم هذه الاحتياجات إلى احتياجات أساسية واحتياجات مكملة أي ثانوية.

وتتمثل المشكلة الاقتصادية في أي مجتمع من المجتمعات في عدم القدرة على إشباع جميع الاحتياجات البشرية، ويرجع هذا أساساً إلى الندرة، أي قصور الموارد المتاحة لمجتمع من المجتمعات عن الوفاء بكل ما يحتاج إليه أفرادها¹.

ويمكن تعريف المشكلة أيضاً على أنها وضعية اقتصادية، يعيشها الإنسان في فترة ومكان محددين، هذه الوضعية تتمثل في تعدد الاحتياجات البشرية في ظل الندرة النسبية للموارد التي تلي تلك الحاجات.

2. خصائص المشكلة الاقتصادية:

يمكن إيجاز أهم خصائص المشكلة الاقتصادية فيما يلي:²

❖ الاختيار:

تقودنا غالباً مشكلة ندرة الموارد الاقتصادية وكثرة الحاجات إلى عملية اختيار أفضل بديل ممكن من بين البدائل المختلفة في استعمال هذه الموارد النادرة لتلبية أكبر قدر ممكن من الحاجات، ويقصد بالاختيار

¹ سكيينة بن حمود، "مدخل لعلم الاقتصاد الجزائري: (دار المحمدية العامة، 2009)، ص 19.
² حنان شطبي، محاضرات في مقياس مدخل للاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018، ص: 17
نقلاً عن Kantakji.com/media/175155/ektsad1.pdf.

قدرة الفرد المجتمع على تحديد أي السلع والخدمات يجب ويمكن إنتاجها واستهلاكها قبل غيرها ضمن الإمكانيات المتاحة لهذا الفرد المجتمع، وإي منها لا يمكنه الحصول عليه لعدم مقدرته وتوفير الرغبة لديه.

❖ التضحية:

الموارد الاقتصادية بطبيعتها ذات استعمالات بديلة مختلفة، فلكل مورد من الموارد منافع عدة، وعليه فإذا واجهنا أي مورد نادر الاستعمال فلا بد أن نضحي في سبيل ذلك بكل الاستعمالات الأخرى البديلة لهذا المورد.

❖ الندرة النسبية:

يقصد بالندرة النسبية عند الاقتصاديين المعنى النسبي للعلاقة بين الحاجات الإنسانية ووسائل إشباعها، إن حاجات الأفراد ورغباتهم لا حدود لها بسبب تعددها، في حين أن كمية الموارد الاقتصادية اللازمة لإشباعها قد تكون متوفرة بكميات كبيرة لكن تعتبر موارد نادرة إذا ما قيست بالرغبات البشرية التي ينبغي إشباعها، أي أن هذه الموارد نادرة من حيث كمية عرضها المتاح وقياسا بمستوى الإشباع المطلوب للحاجات.

❖ العمومية:

أي أن جميع البلدان تعاني منها مهما بلغ تقدمها، فالمشكلة الاقتصادية مشكلة عامة زمنية ومكانية، حيث أنها موجودة منذ القدم وإلى يومنا هذا، ولا تتفرد بها دولة دون أخرى.

❖ الديمومة:

بمعنى أنها دائمة وأبدية، حيث أن المجتمعات قديما عانت منها، وكذا الحال بالنسبة للمجتمعات الحديثة التي تعاني منها حاليا، والمجتمعات المقبلة سوف تواجه أيضا هذه المشكلة في المستقبل.

❖ تعدد الحاجات:

أي أن الفرد يسعى إلى تلبية حاجاته النهائية فكلما قام بتلبية حاجاته الحالية بحث عن تلبية حاجات جديدة، وهذه الحاجات تتجدد وتتطور بتطور الأفراد.

3. عناصر المشكلة الاقتصادية:

ويمكن تقسيم عناصر المشكلة الاقتصادية إلى قسمين أساسيين هما الحاجات والأموال ويمكن ايجازهما كما يلي:

❖ الحاجات الاقتصادية:

تتمثل الحاجة في أساسها بالشعور بالافتقاد يجعل الانسان يسعى لإشباع هذا الاحتياج هذه الحاجة لها ثلاث عناصر وهي الألم، معرفة وسيلة تطفئ هذا الألم والرغبة في استخدام هذه الوسيلة لإزالة هذا الإحساس. للإنسان حاجات مادية وحاجات معنوية، وعلم الاقتصاد لا يفرق بين الحاجات فهو يعنى بالحاجات جميعا لارتباط اشباعها بالحصول على الوسائل المادية اللازمة لإشباعها وبالتالي فعلم الاقتصاد لا يهتم بالحاجات بحد ذاتها ولكن يهتم بنتائجها الاقتصادية.

ما يفرق بين الحاجة الاقتصادية والحاجة الغير اقتصادية هو طبيعة وسيلة اشباع الحاجة، فاذا كان موضوع الحاجة مالا اقتصاديا (أي مالا يعتبر نادرا بالنسبة للحاجات) اعتبرت الحاجة اقتصادية وإذا اعتبر غير ذلك كانت الحاجة غير اقتصادية.

الاقتصاديون لا يفرقون بين الحاجات (طبيعية و مكتسبة، حقيقية و غير حقيقية ، مشروعة و غير مشروعة) فالحاجة الاقتصادية حقيقة محايدة ، و ليس معنى ذلك ان القانون و الاخلاق لا يؤثران على اشباع الحاجة ، ذلك ان التنظيم الاقتصادي قد يأخذ بقواعد من شاهنا ترك الحاجات المخالفة للقوانين او الاخلاق دون اشباع.

❖ الاموال الاقتصادية(الموارد):

المال بالمعنى العام هو الشيء النافع، وقابل بطريقة مباشرة او غير مباشرة لإشباع حاجة إنسانية ويكون تحت تصرف لإشباع الحاجات، وتقسم الأموال الى:

- الاموال الحرة:

توجد بكميات وفيرة تكفي لإشباع حاجة كافة الافراد منها، وعلم الاقتصاد لا يهتم بها ولا تمثل مشكلة اقتصادية.

- الأموال الاقتصادية:

تتميز بأن الكميات المتاحة منها محدودة ونادرة بالنسبة للحاجات التي تصلح لإشباعها وهذه الأموال هي التي وحدها تعين علم الاقتصاد .

وهذه الأموال قد تكون أشياء مادية او خدمات غير مادية.

4. حلول المشكلة الاقتصادية:

إن الصراع المستمر بين الإنسان والطبيعة يحسم المشكلة الاقتصادية وعلى الإنسان أن يعمل على تحرير الموارد الطبيعية ليحقق منها المنفعة، فالموارد الإنتاجية تستلزم مجهودات كي تصبح صالحة لإشباع الحاجات، ولذلك فإن أي نظام اقتصادي مهما كان نوعه من خلال عالجه المشكلة الاقتصادية يتعين عليه القيام بما يلي :

- تحديد أو تقرير الحاجات المطلوب إشباعها، والأهداف الإنتاجية بحسب مختلف طبقات أفراد المجتمع.
 - توزيع الموارد الاقتصادية على فروع الإنتاج أو النشاط المختلفة ويسمى هذا بتخصيص الموارد.
 - توزيع المنتجات على الحاجات والخدمات بحسب مختلف حاجيات طبقات المجتمع.
- ومما سبق، فإن المجتمعات الاقتصادية تطرح على نفسها ثلاثة أسئلة أساسية وهي:³

• كيف نتج:

أي تحديد كيفية إنتاج السلع والخدمات، وما هي الموارد الاقتصادية التي سوف تدخل في العملية الإنتاجية، وهل سيتم إنتاج السلع أليا أم يدويا؟ وما هو مستوى التكنولوجيا الذي يتم استخدامه في العملية الإنتاجية، وما هي التوليفة المثلى في مزج عوامل الإنتاج لتحقيق أكبر كمية بأفضل نوعية في الإنتاج.

³ مخلفي أمينة، بن قرينة محمد حمزة، "مطبوعة محاضرات في مقياس مدخل للاقتصاد"، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017-2018 ص 11.

- لمن ننتج:

تحديد الكيفية التي يتم بها توزيع الناتج الوطني أي السلع والخدمات بين أفراد المجتمع، أي هل سيتم التوزيع عن طريق السوق من خلال القدرة على الدفع أم يتم التوزيع بالتساوي بين الأفراد.

- ماذا ننتج:

ويقصد بهذا السؤال التعرف على رغبات أفراد المجتمع، من السلع والخدمات المراد إنتاجها وتحديدها، كما ونوعا، أي تحديد ما هي السلع التي يتعين على المجتمع إنتاجها، وكما سيتم إنتاجها من كل نوع من السلع والخدمات التي يمكن إنتاجها، ومتى سيتم إنتاجها، وهل يتم إنتاج كميات كبيرة بمستويات جودة مختلفة و غيرها من المعايير التي يجب ان يتم التدقيق عليها.

5. الحاجات الاقتصادية:

تعرف الحاجة بأنها الرغبة في الحصول على وسائل لازمة لوجود الإنسان أو للمحافظة عليه أو لتقدمه دون أن يكون الإنسان حائزا لتلك الوسائل، ولكنها تقتض معرفة الإنسان بالغاية التي يسعى إليها، ويمكن تصنيف الحاجات من حيث طبيعتها إلى حاجات مادية كالحاجة إلى المسكن والملبس والغذاء، وحاجات غير مادية كالحاجة إلى التعليم والرعاية الصحية.

5.1 عناصر الحاجة الإنسانية:

إن للحاجة أيا كان موضوعها ثلاثة عناصر أساسية هي:

- إحساس بالألم (كالجوع، العطش، ...).

- معرفة الوسيلة لإطفاء الألم .

- الرغبة في استخدام هذه الوسيلة لإزالة هذا الإحساس.

وليس كل حاجة تدخل ضمن موضوع علم الاقتصاد، فالحاجة إلى النوم وإلى الراحة ليست حاجات اقتصادية، كما أن الاقتصادي لا يهتم بالحاجة ذاتها وإنما يهتم بنتائجها الاقتصادية.

5.2. خصائص الحاجات الاقتصادية:

لكي تكون الحاجات الإنسانية حاجات اقتصادية يجب توفر بعض الخصائص، والتي نوجز أهمها :

- القابلية للتعدد:

فالحاجات الإنسانية في الأصل عديدة ومتنوعة و تتنوع باستمرار تبعا لتقدم الحضارة و تتغير بتغير العادات في المجتمعات، وهي كثيرة بحيث تفوق القدرة على تحقيق إشباعها، وهذه الحاجات لا حد لها.

- القابلية للإشباع:

فهي حاجة قابلة للإشباع، لذلك فالمنفعة تميل إلى التناقص مع استمرار الإشباع ومعنى قابلية الإشباع ان مبلغ المال قابل لإشباع تلك الحاجة. وترد قابلية الحاجة للإشباع إلى طبيعة الإنسان النسبية، فالإنسان محدود القدرة ولكن بعض الكتاب يستنون من هذه القاعدة الحاجة إلى النقود كالحاجة إلى الترف

- القابلية للاستبدال:

وهذا يعني إمكانية الاستعاضة في قضاء حاجة معينة، بقضاء حاجة أخرى، أو الاستعاضة بسلعة أخرى. ولهذا العامل قيمة كبرى في الحياة الاقتصادية. إذ به يحد من سلطان التماذي في ارتفاع الأسعار من قبل المحتكر مثلا في رفع السلعة التي يحتكرها الى مالانهاية من قبل المحتكر.

- الحاجات والرغبات غير محدودة (لا نهائية):

أي عدم وجود نهاية لرغبات الانسان، فهي قابلة للزيادة على مر الزمن.

- كذلك من خصائص الحاجات القابلية لمقياس كقابلية للانقسام.

6. الأسباب العامة للمشكلة الاقتصادية:

من خلال التعاريف والمفاهيم التي تبناها الاقتصاديون للمشكلة الاقتصادية، برزت عدة أسباب وعوامل

تؤدي لظهور المشكلة، وتتمثل هذه الأسباب فيما يلي:

- ندرة الموارد.

- لا نهائية الحاجات.

- الاختيار.

فالإنسان يلجأ إلى إشباع رغباته اللامحدودة بموارد الأرض المحدودة لذلك يلجأ إلى الاختيار كالفرضة البديلة، لعدم القدرة على إشباع كل حاجاته.

6.1. ندرة الموارد:

والمقصود بالندرة هو (الندرة النسبية للموارد الاقتصادية اللازمة لإشباع رغبات الانسان)، أي هي عبارة عن (معنى نسبي في العلاقة بين الحاجات الإنسانية ووسائل اشباعها، فقد تكون الكميات الموجودة من مورد ما كبيرة نوعا ما لكنه يعتبر موردا نادرا إذا ما قيس بالرغبات البشرية التي ينبغي إشباعها، أي أنه نادر من حيث كمية عرضه المتاح قياسا بمستوى الإشباع المطلوب للحاجات)، ومن أسباب المشكلة الاقتصادية في هذه الحالة :

- عدم استغلال موارد المجتمع أو سوء استغلالها.
- عدم كفاءة استخدام الموارد المتاحة.

وهذا يقودنا إلى أن مشكلة الندرة ليست ظاهرة طبيعية فقط بل لها ارتباط مباشر بالإنسان. كذلك لأنها ترتبط بقدرة المجتمع في التغلب على هذه الظاهرة بدرجة تطور المعرفة الفنية والعلمية في ذلك المجتمع ، فبقدر ما تزداد درجة تقدم هذه المعرفة، بقدر ما نعرف أن إمكانيات استخدامها لإشباع الحاجات تنهياً السبل المواتية لتنمية قدرات الانسان في السيطرة على هذه الموارد.

- قابلية بعض الموارد للنفاذ والنضوب.
- زيادة عدد السكان بنسب تفوق الزيادة في الإنتاج.

وكون الندرة النسبية يعني أنه بإمكان الإنسان تنمية الموارد الاقتصادية. ومن الأمور المسلم بها ان مشكلة الندرة تلازم كافة المجتمعات سواء الدول الغنية أو الدول النامية والفقيرة. وهذه الصفة الأساسية لمسألة الندرة تجعل منها أمرا نسبيا. لذلك فان حل المشكلة الاقتصادية يتطلب منا دوما حسن استغلال الموارد النادرة ذات الاستعمالات الكثيرة والمختلفة على أفضل وجه ممكن وتوظيفها في أحسن استعمال على النحو الذي يحقق أقصى الغايات ويلبي أكبر إشباع ممكن من حاجات ومتطلبات الإنسان.

6.2. لا نهائية الحاجات:

من أسباب وجود المشكلة الاقتصادية كون حاجات الانسان لا متناهية وغير محدودة. فمن طبيعة الانسان أنه كلما أشبع رغبة تنثور في نفسه رغبات أخرى.

وتعرف الحاجة بأنها: (إحساس بالألم نتيجة عدم تحقيق منفعة او إشباع وهي مادية مثل اللباس، الغذاء، السكن... الخ ومعنوية مثل الخدمات، النقل، التعليم، الصحة... الخ. ولا تتغير مع تغير المرحلة الحضارية التي يعاصرها الانسان ومن العوامل المؤثرة عليها: التقاليد، الثقافة، المناخ... الخ). ورغم تعدد معاني الحاجة فإنها تدل دائما على حالة نفسية و لكن الحاجة في علم النفس تختلِف عن الحاجة في الاقتصاد. فالذي يفرق بين الحاجة النفسية كالحاجة في الاقتصاد هو وسيلة إشباع هذه الحاجة أي موضوع الحاجة فإذا كان موضوع الحاجة مالا اقتصاديا، أو نادرا بالنسبة للحاجات اعتبرت الحاجة اقتصادية.

6.3. الاختيار:

نتيجة لتعدد وتطور الحاجات الإنسانية وندرة الموارد الاقتصادية، يجد الانسان نفسه تحت ضغط الحاجة إلى الاختيار بين أي الحاجات يشبع أولا، كذلك لعدم القدرة على إشباع كل هذه الحاجات، فندرة الموارد تتطلب منا استغلال الموارد الاقتصادية النادرة ذات الاستعمالات المتعددة على افضل وجه ممكن وتوظيفها في أحسن الاستعمالات في سبيل تحقيق أقصى الغايات كأكبر قدر ممكن من الإشباع لحاجاتنا اللامحدودة، وهذا يتطلب منا ترتيب هذه الحاجات حسب أولويتها وأهميتها أي سلم الأولويات.

ويقصد بالاختيار: (الاختيار القائم على المبادئ الاقتصادية كالمركز على منطق العقلانية كالذي يعني التوفيق بين الاستعمالات البديلة المتاحة له، أي الاختيار بين أي الحاجات التي يجب على الانسان أن يقوم بإشباعها وأي الحاجات التي يضحى بها ويتخلى عن إشباعها.⁴

كما أن الفرد يواجه دائما بمشكلة الاختيار فإن الجماعة أيضا تواجه بنفس المشكلة وكذلك المجتمع كالدولة فتدعوها ندرة مواردها إلى ضرورة توجيهها نحو إشباع الرغبات وذلك على حساب الحرمان من إشباع رغبات أخرى.

⁴ توفيق عبد الرحيم حسن، "مبادئ الاقتصاد الجزئي" عمان، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع ص28.

أي أن الدولة مطالبة دائما بأن تقتصد في استخدام مواردها المحدودة كأن تتجنب أي ضياع فيها (لذلك نجد أن الدول والجماعات المتقدمة تراعي هذا المبدأ حيث تختار وتنتقي طريقة الاستخدام المثلى التي تؤدي إلى تحقيق أعلى إشباع ممكن لأفرادها، كذلك بالمقارنة الأخرى البديلة ويتحقق ذلك عن طريق القيام بدراسة جميع الطرق الممكنة الاستخدام مورد من الموارد كالمفاضلة على أساس نسبة العائد إلى الموارد المستخدمة كاختيار الطريقة المثلى التي تعطي أكبر إشباع ممكن بأقل قدر من الموارد).

أسباب تفاقم المشكلة الاقتصادية

يوجد أسباب عديدة قد تؤدي الى تفاقم المشكلة الاقتصادية سيتم التطرق لها فيمايلي:

- التضخم الذي تمر به معظم اقتصاديات العالم.
- عجز وسائل التمويل عن مسايرة متطلبات التنمية الاقتصادية.
- عجز الجهاز الإنتاجي عن تلبية متطلبات المجتمع من السلع والخدمات.
- انخفاض متوسط نصيب الفرد من الدخل الوطني.
- تزايد الاستهلاك " العام والخاص".
- انخفاض معدلات الادخار والاستثمار عن الحد اللازم للإسراع بالتنمية.
- التوسع في الإصدار النقدي لتمويل عجز الميزانية العامة.
- عجز النظام الضريبي عن تحقيق أهدافه.
- تزايد عبء الديون الخارجية.
- البطالة.

ثانيا: ماهية علم الاقتصاد

يعتبر علم الاقتصاد من أحد أهم العلوم الإنسانية التي تهتم بدراسة سلوك الاقتصاديين إزاء الموارد الإنتاجية المحدودة بهدف مواجهة وتلبية الحاجات الإنسانية اللامحدودة، ويهتم الاقتصاد أيضا بدراسة النشاط الاقتصادي للإنسان والذي يتمثل في الاستهلاك، الإنتاج، التوزيع وغيرها من الأنشطة الاقتصادية والتجارية.

1. نشأة علم الاقتصاد

ظهرت الكتابات الاقتصادية في بدايتها مختلطة بالسياسة، حيث تخلل البحث الاقتصادي إلى جانب مبادئ نمو الثروة المبادئ المتطلبة للحكم الصالح ودعم قوة السلطة، لذا كان يستخدم مصطلح الاقتصاد السياسي، وهو ما تحقق على يد الكاتب الفرنسي "انطوان دي مونكريستان" الذي نشر عام 1615 كتابه بعنوان "شرح مطول في الاقتصاد السياسي" وهدف بمؤلفه إلى تحديد معالم السياسة التي يجب أن تتبعها الدولة لزيادة ثروتها، وفي عام 1776 قدم "آدم سميث" كتابه الشهير "ثروة الأمم" الذي خصصه إلى كيفية تنمية وإدارة الثروة، وبذلك سمي بواضع علم الاقتصاد الحديث، لأنه منذ ذلك التاريخ أصبحت الكتابات الاقتصادية تتسم بسمتين أساسيتين تميزان العلم، وهي انفصالها عن بقية الأفكار والنظريات من العلوم ذات الصلة، وكذلك تناولها بشكل موضوعي وعلمي، وبذلك نشأ علم الاقتصاد كعلم مستقل ولم يظهر مصطلح علم الاقتصاد إلا مع نشأة التحليل المجرد في النصف الثاني من القرن 19 حين أصدر "الفريد مارشال" مؤلفه بعنوان "مبادئ علم الاقتصاد" سنة 1890 ليشتيع فيما بعد هذا الاصطلاح في البلدان الأنجلوسكسونية.

فقد ظهر علم الاقتصاد كما أشرنا ضمن كتابات قدامى المفكرين والفلاسفة كجزء من الفلسفة السياسية والأخلاق فلم يكن فرع مستقل من فروع المعرفة، ورد في الفكر الاقتصادي اليوناني في كتابات أفلاطون في كتابه المعروف بالجمهورية، والذي بحث فيه موضوع الدولة أو المدينة الفاضلة، وكان ضمن ما ورد في ذلك الكتاب والذي يعتبر جزء من قضايا ومجالات علم الاقتصاد اليوم، هو توزيع المجتمع أيضا علم الاقتصاد في كتابات أرسطو حيث تناول طبقات هي طبقة الحكام والجنود والمنتجين، وورد ملكية الأموال، وانتقد الآراء التي كانت تنادي بإلغاء الملكية الخاصة وإنشاء نظام الملكية الجماعية أو الشيوعية، جاء في ذلك الكتاب كذلك قضية الرق وهاجمها ورأى عدم عدالتها، ومن أهم الموضوعات الاقتصادية التي تناولها أرسطو هو القيمة وميز فيها بين نوعين من القيمة منها قيمة الاستعمال وقيمة المبادلة.

تطرق أيضا الكتاب الرومانيون لعلم الاقتصاد ومن أمثلة هؤلاء شيشرون و سنيكا فمما تعرض له شيشرون تفضيله للمهن والحرف، فوضع الزراعة في المقام الأول وبين، "Seneca" عيوب المهن الأخرى من صناعة وتجارة، كذلك وجه انتقادات كبيرة للفائدة ووصل للحد الذي شبهها بالقتل، أما سنيكا فقد بين أن النقود هي أصل غالبية الشرور والآثام، من الحقد والحسد والكراهية والتي قد ينبع عنها الظلم وقد شهدت القرون الوسطى نظام الإقطاع والذي يقوم على وجود علاقات متبادلة بين السدي والفلاحين، فالأرض من

الناحية النظرية تابعة للإمبراطور، ولكن ملكيتها الحقيقية للأسياد الإقطاعيين وهم الحكام، كما تميزت أيضا هذه الفترة بسيطرة حكم الكنيسة على الحياة الاقتصادية. تزامن عهد الإقطاع في أوروبا مع ظهور الإسلام في الجزيرة العربية والذي أحدث طفرة كبيرة في القضايا الاقتصادية المتصلة بالعمل، ملكية الموارد، والفوائد على القروض وآلية عمل السوق، وفي هذا الصدد قد مجد الإسلام العمل وحث عليه، وأخذ بالملكية الفردية وأقرها ووضع أصولها، حرم الفائدة على القروض ونهى عن الاحتكار وأقر المنافسة وآلية العرض والطلب في تحديد الأسعار، هذه هي الجوانب المختلفة لما يمكن تسميته بالأفكار الاقتصادية في مبادئ الدين الإسلامي، بالإضافة لهذه الجوانب نجد أن الفلاسفة المسلمين من أمثال الفارابي وابن سينا وابن خلدون قد أسهموا إسهامات كبيرة في طرح ومناقشة وتحليل بعض القضايا الاقتصادية، للمشكلة الاقتصادية بمفهومها المعاصر عند على سبيل المثال أورد ابن خلدون في كتابه المقدمة شرحا للاقتصاديين، كما قام بتقسيم السلع إلى سلع ضرورية وكمالية، وبين أن طلب هذه السلع إنما يتوقف على درجة العمران والتقدم، كذلك أوضح دور وتأثير العرض والطلب وظروفهما المختلفة في تحديد أسعار السلع والخدمات وفي تقلبات أسعارها، كما بين ابن خلدون أن زيادة السكان تؤدي لتقسيم العمل، وتقسيم العمل يزيد الإنتاج، فيزيد الدخل، ومن ثم يزيد الطلب على السلع فتتسأ صناعات جديدة، وتحصل زيادة أخرى للدخل.

قد أدى انهيار النظام الإقطاع خلال القرن الخامس عشر، لإتاحة الفرصة لظهور أفكار جديدة لتنظيم الحياة الاقتصادية، فقد برزت تيارات أخرى من الأفكار الاقتصادية، وتجسدت في أفكار المدرسة التجارية والطبيعية، فقد سادت أفكار التجاربيين خلال الفترة من القرن الخامس عشر حتى منتصف القرن الثامن عشر، فقد نادى بأنه يجب أن تكون الدولة قوية بثرواتها، وتكمن هذه الأخيرة في مختلف المعادن النفيسة، لذلك يجب أن تعمل الدول على تنمية ثرواتها، واعتبر التجاريون كذلك أن الثروة الكلية في العالم ثابتة الحجم، وترتب على فكرتهم هذه أن اعتبروا ما تكسبه دولة من الدول من هذه الثروة إنما يكون على حساب دولة أخرى .

في حين أسس الفيزيوقراطيون وعلى رأسهم الفرنسي "كيناي" نظرية مبنية على دراسة الإنسان وعلاقاته بالعالم الطبيعي، وأكدوا على أن الزراعة هي النشاط الوحيد المنتج، وتعرضوا لكيفية توزيع الناتج الصافي عن طريق استخدام الجدول الاقتصادي، وفيه يبين "كيناي" كيفية توزيع الصافي بين طبقات المجتمع، وهو ليس بنظرية للتوزيع بالمعنى المفهوم حديثا ولكنه يكتفي بعرض دورة الناتج الصافي وذلك بانتقال الدخل من طبقة إلى أخرى .وبعد التطور الذي عرفه المجتمع الأوروبي والذي تزامن مع التحولات التي تمخضت عن الثورة

الصناعية، جاءت المدرسة الكلاسيكية انعكاساً لهذا التطور واستجابة لمقتضياته، وبظهورها دفعت الفكر الاقتصادي دفعة قوية أخرجت به الاقتصاد كعلم مستقل بحد ذاته له قوانينه ونظرياته، فظهور علم الاقتصاد بمفهومه الحالي يعود إلى الاقتصاديين الكلاسيك و على رأسهم آدم سميث (1790-1723) والذي أصدر كتابه الشهير المعروف بثروة الأمم في العام (1776)، هذا بالإضافة لمجموعة أخرى شملت ديفيد ريكاردو(1772-1823) ، مالتوس (1766-1834)، جون ستيوارت ميل (1806-1873)، جون باتيست ساي (-1767) 1832، ومن الواضح أن هذا التعدد في المؤلفين الذين تكونت منهم المدرسة الكلاسيكية، يجعل من العسير ، ولعل أهم ما جاء ضمن أفكار هذه المدرسة نظرية الإنتاج والتي وضع مبادئ عامة لتلخيص أفكارهم جميعاً تضمنت ظاهرة التخصيص وتقسيم العمل، هذا بالإضافة لقانون المنفعة المتناقصة كما جاءت ضمن أفكارهم نظرية مالتوس في السكان، ونظرية القيمة، ونظرية قيمة العمل، هذا بالإضافة لنظرية التوزيع الوظيفي للدخل .وجاء بعد المدرسة الكلاسيكية مجموعة من الاقتصاديين في أواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين سموا بالكلاسيك الجدد أشهرهم ألفريد مارشال، بيكو، وهكس، وأهم ما جاء به أصحاب هذه المدرسة القيم الحديثة واستخدامها في تفسير نظريات سلوك المستهلك، الإنتاج، التكاليف والأرباح كما جاءت كذلك المدرسة الكينزية والتي أسسها البريطاني "جون مينارد كينز"، وتركز هذه النظرية على دور كلا من القطاعين العام والخاص في الاقتصاد، أي أنه مع تدخل الدولة في بعض المجالات.⁵

2. تعريف علم الاقتصاد

2.1. التعريف اللغوي:

كلمة اقتصاد في اللغة العربية مشتقة من قصد ولها عدة معان، ولكن الذي يهم هو الصلة بالحال والاتفاق ونحوهما والقصد هو الاعتدال في السلوك كله، قال الله تعالى "وأقصد في مشيشك واغضض من صوتك"، سورة لقمان الآية، 19 وجاء على لسان العرب: القصد في الشيء هو ما بين الإسراف والتقتير، والقصد في المعيشة ألا يسرف ولا يقتير. والاقتصاد في اللغة من القصد وهو التوسط بين طرفي الإفراط والتفريط .

⁵ شطيبي حنان، مطبوعة محاضرات في مقياس مدخل للاقتصاد، جامعة الجزائر، 3 كلية العلوم الاقتصادية، 2018 ص 10-7 بتصرف

2.2. التعريف الاصطلاحي:

اختلف الاقتصاديون بشأن تعريف علم الاقتصاد تعريفا اصطلاحيا شاملا وجامعا لكل الموضوعات التي يعالجها، مما نشأ عنه تعدد واختلاف التعريفات له، وهذا راجع إلى اختلاف المقاصد والأهداف من مفكر لآخر، وكذا اختلاف العوامل المؤثرة في هؤلاء المفكرين كالبينة والثقافة.

ومن بين هذه التعاريف سيتم إدراج ما يلي:

- **تعريف آدم سميث:** عرف علم الاقتصاد في كتابه "ثروة الأمم: سنة 1776" بأنه "العلم الذي يدرس أسباب ثروة الأمم وكيفية زيادتها".⁶
- **تعريف ألفريد مارشال:** عرف علم الاقتصاد في كتابه "مبادئ الاقتصاد" عام 1890 على أنه "العلم الذي يبحث في كيفية حصول الإنسان على دخله وكيفية استعمال هذا الدخل".⁷
- **تعريف ليونيل روبينز:** عرف علم الاقتصاد في كتابه "طبيعة علم الاقتصاد عام 1932 بأنه "ذلك العلم الذي يختص بدراسة السلوك الإنساني كحلقة اتصال بين الأهداف والحاجات المتعددة وبين الوسائل النادرة ذات الاستعمالات المختلفة".⁸

3. منهج علم الاقتصاد

المنهج هو الأسلوب التي يستخدمه العقل في استخلاص المعارف، والدارسون له يبحثون دائما على الكشف عن قوانينه ونظرياته والعمل على التطوير المستمر لها.

3.1. المنهج الاستنباطي :

وهو منهج يقوم على الانتقال العام إلى الخاص للوصول إلى قوانين اقتصادية، والذي يستند على فكرة السبب والأثر.

ويعتبر من أقدم مناهج المعرفة، والاستنباط عملية عقلية أو فكرية بها من قضية تعد مقدمة مسلما بصحتها إلى قضية تعد نتيجة الزمة لها، وذلك من خلال قواعد ذهنية بحتة تدور كلها في الذهن بعيدا عن الواقع دون الاعتماد على التجربة بمعنى الانتقال في البحث من الكل إلى الجزء (الاستدلال النازل) ويعتبر

⁶ عبد الغفور إبراهيم احمد، "مبادئ الاقتصاد والمالية العامة"، زهران للنشر، الأردن، 2013 ص4.

⁷ عبد الرحمن يسرى، "مقدمة في الاقتصاد"، الدار الجامعية، مصر، 2008 ص 16.

⁸ حمدي أحمد العناني، "أساسيات علم الاقتصاد"، الدار المصرية اللبنانية، مصر، دون سنة نشر، ص.10.

المنهج الرياضي من أبرز أدوات التحليل التي يعتمد عليها هذا المنهج. وفي هذا المنهج يبدأ الباحث بمجموعة من المقدمات تتمثل في مجموعة من التعريفات والافتراضات الأساسية ثم سلسلة من عمليات التحليل المنطقي والتدليل العقلي للبحث ثم يجاول الباحث بعد ذلك استنباط ما يمكن أن يترتب من نتائج معينة من المقدمات الأولية التي بدأ بها. وهكذا نجد أن المنهج الاستنباطي يبدأ من العام وينتهي إلى الخاص.

3.2. المنهج الاستقرائي:

يقوم هذا المنهج على أساس الملاحظة والمشاهدة والتجربة، أي أن الباحث يبدأ من المادة وليس من العقل، فعلى ضوء الحقائق المشاهدة في دنيا الواقع، وعن طريق التجريب والتحليل المنظم لهذه الحقائق يحاول الباحث الوصول إلى القوانين العامة التي تتحكم في ظاهرة موضوع البحث. وهكذا نجد أن المنهج الاستقرائي (منهج تجريب البحث) يصعد من الجزئيات إلى الكليات، أي انه يبدأ من الخاص إلى العام، ويعالج الفكر التقليدي كلا المنهجين بشكل مستقل عن الآخر.

ولكن حديثا اتجهت النظرة إلى المنهج العلمي التجريبي الذي يجمع بين الاستقرائي والاستنباطي، كل من الطريقتين الاستنباطية والاستقرائية تكملان كل منهما الأخرى، في نواح أخرى، من ذلك مثال التحليل الاستنباطي يساعد في اختبار الحقائق المناسبة للدراسة في التحليل الاستقرائي، والدراسات الاستقرائية تمكننا من مراجعة مدى واقعية العروض المعمولة في التحليل الاستنباطي.

4. فروع علم الاقتصاد

يتفرع علم الاقتصاد الى فرعين أساسيين يمكن ادراجهما فيما يلي:

4.1. الاقتصاد الجزئي

وهو فرع من علم الاقتصاد الذي يتناول دراسة سلوك الوحدات الاقتصادية والفردية في المجتمع مثل المستهلك الفرد أو المنتج الواحد أو احدى الصناعات أو أحد الأسواق إلخ، معنى ذلك أن الاقتصاد

الجزئي يركز على سلوك المستهلك والكيفية التي توزع بها الأسرة دخلها بالإنفاق على مختلف السلع والخدمات، كما يهتم بتحديد مستوى الإنتاج الذي يمكن المؤسسة من تعظيم أرباحها⁹.

4.2. الاقتصاد الكلي

وهو فرع في علم الاقتصاد الذي يهتم بدراسة اقتصاد الدولة بشكل كلي، وتحليل الظواهر الاقتصادية الكلية بشكل عام مثل إجمالي الإنفاق الكلي للمجتمع، والاستهلاك الكلي، الإنتاج الكلي، إجمالي الاستثمارات، إجمالي الادخار، المستوى العام للأسعار والأجور، البطالة، التضخم... الخ.¹⁰

أي أن الاقتصاد الكلي يدرس الموضوعات المتعلقة بالاقتصاد الوطني في مجموعه، أي دراسة المقادير الكبرى للاقتصاد، فهو يركز على دراسة اقتصاد دولة ما أو دراسة القطاع، الحكومي، قطاع المنتجين، قطاع العالم الخارجي والذي يتضمن الصادرات والواردات.¹¹

5. أهمية علم الاقتصاد

في وقتنا الحالي أصبحت قوة البلدان تقاس على أساس القوة الاقتصادية التي تكمن في مدى قدرتها على إنتاج الثروة والتنافس من أجل زيادة هذه الثروة ودفع عجلة التنمية، من أجل بلوغ مراتب متقدمة ضمن مجموعة الدول الأكثر تقدماً في العالم حيث تعتبر القوة الاقتصادية المرآة العاكسة لنجاح الدول، ويتحقق ذلك بالاعتماد على العلم الاقتصادي وهنا تكمن أهمية علم الاقتصاد

6. أهداف علم الاقتصاد

يتمثل الهدف الرئيس ي لعلم الاقتصاد في معالجة المشكلة الاقتصادية، ويتم ذلك ابتداء من تحديد احتياجات أفراد المجتمع من السلع والخدمات اللازمة لتلبية رغباتهم، وتحديد كمية الإنتاج ومستوى جودته، وتنظيم العملية الإنتاجية وضبط الطريقة التي سوف يوزع بها الناتج على أفراد المجتمع بما يكفل العدالة في التقسيم، وكذا بتحديد معدل مرتفع للنمو الاقتصادي بما يضمن مواكبة الزيادة المستمرة في عدد السكان، أما

⁹ غادة صالح، "مبادئ الاقتصاد"، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية مصر، 2008، ص 7.

¹⁰ عثمان أبو حرب، "الاقتصاد الدولي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 7.

¹¹ غادة صالح، مرجع سابق، ص 8.

فيما يخص الأهداف الثانوية لعلم الاقتصاد فهي تعتبر كوسيلة داعمة لتحقيق الهدف الرئيس يمثل القضاء على الفقر والحد من البطالة وتحسين مستوى المعيشة وتحقيق الرفاهية الاقتصادية.

7. علاقة علم الاقتصاد بالعلوم الأخرى

يوجد ارتباط وثيق بين أوجه المعرفة المختلفة، وعليه فإن التطورات التي تحدث في أحد هذه المعارف تؤثر في المعارف الأخرى، فهناك علاقة تأثير وتأثر بين علم الاقتصاد والعلوم الأخرى، سواء كانت علوم اجتماعية أو تطبيقية، فكل علم من هذه العلوم يتك بصمة واضحة في ميدان الاقتصاد سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية من بين هذه العلوم ما يلي:

7.1. علاقة علم الاقتصاد بعلم السياسة

يعتبر من الصعب جدا الفصل بين السياسة والاقتصاد، وأكثر ما يعبر عن هذا الارتباط أن الاقتصاد كان يطلق عليه الاقتصاد السياسي، فمن الضروري أن يكون الاقتصادي ملما بالتطورات والقرارات السياسية، فالمحلل الاقتصادي ال يستطيع إغفال العوامل السياسية، والمحلل السياسي لا بد أن يكون ملما بعلم الاقتصاد، ومن خلال السياسة تحدد الغايات التي تسعى إليها الدولة، وبالتالي يستطيع الاقتصادي أن يقدم أفضل النظم لتحقيق تلك الغايات، فالهدوء السياسي والاستقرار من أهم مقومات الانتعاش الاقتصادي في المجتمع.¹²

7.2. علاقة علم الاقتصاد بعلم القانون

يوجد علاقة وثيقة بين علم القانون وعلم الاقتصاد من خلال تلك القواعد والضوابط القانونية المنظمة لمشروع معين، فلا يمكن القيام بأي نشاط اقتصادي الا في اطار قانوني يسمح بذلك فالقانون ينظم العلاقات الاقتصادية بين الأفراد والجماعات وحتى الدول، ويتوجب على المشرع قبل أن يسن قوانينه مراعاة الجوانب الاقتصادية والمخلفات التي قد تتعكس جراء تطبيق هذه القوانين، حيث شهد التاريخ انعكاسات اقتصادية جراء التطبيقات التشريعية كفرض ضرائب مرتفعة على بعض السلع، كما يعمل علم القانون على دراسة الجوانب ذات الأهمية في الحياة الاقتصادية والعمل على تحليلها ووضع القوانين الملمة للأفراد والمعاملات

¹² محمد الوادي وآخرون، "الأساس في علم الاقتصاد"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2007 ص 29.

الاقتصادية، مثل تنظيم الدولة للأسواق وفرض الرسوم والضرائب، تنظيم الأسواق المالية، وهذا كله له تأثير على الحياة الاقتصادية في أي مجتمع.¹³

7.3. علاقة علم الاقتصاد بعلم التاريخ

إن علم التاريخ هو رصد لوقائع تطور الإنسانية عبر مراحل زمنية مختلفة، فلا يمكن فصل السجل التاريخي عن الوقائع الاقتصادية، فيرتبط علم الاقتصاد ارتباطاً وثيقاً بعلم التاريخ، فجزء من الوقائع التاريخية ذات طابع اقتصادي يمكن الاستفادة من نتائجها في فهم وتشخيص بعض الظواهر الاقتصادية الحالية، كذلك معلومات عن التجارب المختلفة التي مرت بها الأمم السابقة، وكيفية التغلب عليها، للاستفادة منها في مواجهة المشاكل والمصاعب الحالية وتجنب ما قد تم تجربته وإثبات فشله.¹⁴

7.4. علاقة علم الاقتصاد بعلم الرياضيات

من أجل الوصول إلى نتائج كمية دقيقة يلجأ الاقتصادي إلى الاستعانة بالأساليب الرياضية في البراهين والتحليل، فاستخدام الرياضيات مكن الاقتصاديين من التعامل مع عدد كبير من المتغيرات ومعرفة طبيعة العلاقة التي تجمعهم، فالرياضيات سمحت بدراسة الظواهر الاقتصادية ذات الطابع الاجتماعي بأسلوب رياضي، وقدمت حلولاً كمية دقيقة للمشاكل الاقتصادية.

7.5. علاقة الاقتصاد بعلم الاجتماع

إن موضوع علم الاجتماع يتعلق ب هذا العلم والذي يهتم بدراسة سلوك الإنسان عند محاولته إشباع حاجاته من خلال السلع والخدمات التي يشتريها ومن خلال انفاق دخله، وكذا تحليل قرارات المنتج المتعلقة بالسلع التي يطرحها في السوق ولقد انصرف بعض الاقتصاديين لدراسة السيسولوجيا الاقتصادية والتي تعبر عن مجمل الاعتبارات والدوافع الاجتماعية المؤثرة على التصرف الاقتصادي، فبعض المشاكل الاقتصادية كانخفاض مستوى معيشة الأفراد يقود إلى مشاكل اجتماعية فعلم الاقتصاد يلتقي بعلم الاجتماع باعتبار أن

¹³ محمد الوادي وآخرون، مرجع سابق، ص 31.
¹⁴ فرحات غول، "مدخل إلى الاقتصاد"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2، ص 28.

هذا الأخير يدرس الظواهر الاجتماعية في شموليتها ويحاول أن يفسرها، في حين أن علم الاقتصاد يهتم بمستوى واحد من مستويات الظواهر الاجتماعية وهو المتعلق بالارتباطات المادية.¹⁵

7.6. علاقة علم الاقتصاد بعلم النفس

يبحث علم النفس في الخصائص النفسية والتصرفات الشخصية للأفراد، فسلوك الأفراد ناتج عن دوافع نفسية، والباحث الاقتصادي معني بدراسة وتحليل سلوك الفرد ودوافعه في أي تصرف اقتصادي سواء في الاستهلاك والادخار والاختيار وغيرها، وهذا من أجل فهم السلوك الاقتصادي للأفراد والتنبؤ بمستقبل هذا السلوك، مما يساهم في وضع السياسات الاقتصادية وإيجاد الحلول المناسبة، كما أن لعدة ظواهر اقتصادية مثل الظواهر النقدية أو ظاهرة القيمة أرضية نفسية، تأثيرات شائعة على الحياة الاقتصادية.¹⁶

7.7. علاقة علم الاقتصاد بعلم الإحصاء

يعتبر الإحصاء العلم الذي يبحث في أساليب جمع البيانات و معالجتها وتحويلها إلى معلومات دقيقة قابلة للاستخدام، ومن هنا يبرز ذلك الترابط بين علم الإحصاء والاقتصاد، فالإحصاء يوفر المعلومة الجيدة للاقتصادي ليسهل عليه عملية اتخاذ القرار، فالاقتصادي يستعين بالأساليب الإحصائية لمعالجة الظواهر والمشاكل الاقتصادية وهو بحاجة ماسة إلى البيانات الإحصائية لتفسير الظواهر الاقتصادية، فأى دراسة اقتصادية معمقة تعتمد إلى حد كبير على الأساليب الحقيقية في جمع البيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها وتفسيرها فالاقتصادي يستعمل الأساليب الإحصائية المختلفة لمعرفة تطور الاقتصاد الوطني، أو تطور أجدد القطاعات الاقتصادية فاستخدام الإحصاء ضروري لكشف العالقة ودرجة الارتباط بين المتغيرات الاقتصادية المختلفة.¹⁷

7.8. علاقة علم الاقتصاد بعلم الجغرافيا

تتمثل الجغرافيا بشكل عام في دراسة العالم في المحيط أو البيئة التي ينتمون إليها، ومن هذا تبنى العالقة بين علم الاقتصاد والجغرافيا والمتمثلة في توطن النشاط الاقتصادي، أي معرفة الوسط الطبيعي للنشاط (معرفة مصادر المواد الخام، المواد الأولية، مصادر الطاقة، التجمعات السكانية...)، يهتم الباحث

¹⁵ فتح الله ولعلو، "الاقتصاد السياسي: مدخل للدراسات الاقتصادية"، دار الحداثة للنشر والطباعة والتوزيع، 1981 ص 38.

¹⁶ فرحات غول، مرجع سبق ذكره، ص 27.

¹⁷ محمد احمد السريتي، "أسس علم الاقتصاد"، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2014 ص 19.

في الجغرافيا بالحياة الاقتصادية من خلال ما يسمى بالجغرافيا الاقتصادية التي تركز على محاولة فهم الثروات والموارد التي يمتلكها المجتمع التي تشكل أساس العملية الاقتصادية، حيث يوفر علم الجغرافيا المعرفة الخاصة بالوسط الطبيعي لنشاط اقتصادي، فاحتواء رقعة جغرافية على نفط أو ذهب أو مورد طبيعي مهم كالحياة، سينعكس حتما على طبيعة النشاط والمستوى الاقتصادي لتلك المنطقة.¹⁸

7.9. علاقة علم الاقتصاد بعلم المنطق

يزود علم المنطق الباحث الاقتصادي بمنهج بحث مبني على استخدام المسلمات للوصول إلى أفكار جديدة فهناك نظريات وفرضيات خاصة بعلم الاقتصاد مبنية على مسلمات منطقية تم الاعتماد عليها في استخلاص أفكار جديدة، وتعتمد العديد من الدراسات الاقتصادية على فرضية الإنسان العقلاني أو الرشيد الذي يسعى لتحقيق أقصى منفعة بأقل تكاليف ممكنة.

¹⁸ محمد دويدار، مبادئ الاقتصاد السياسي، منشأة المعارف، الإسكندرية، 19 ص 24.

المحور الثاني: الأنشطة الاقتصادية و الأعران الاقتصادية

أولاً: الأنشطة الاقتصادية

يوجد العديد من الأنشطة التي تشكل بدورها سلسلة مترابطة لإتمام أي نشاط اقتصادي أو تجاري ويمكن ادراجها كما يلي:

1. الإنتاج

تتطلب تلبية الحاجات الإنسانية توفر السلع والخدمات، فالسلعة أو الخدمة التي تعتبر بدورها وسيلة لإشباع الحاجة، وهذه السلع والخدمات تكون غير متوفرة في حالتها النهائية الصالحة للاستهلاك لذا يجب تعديل بعضها أو اعداده وتسمى عملية التعديل أو التدوير هذه بعملية الإنتاج.

1. تعريف الإنتاج

يمكن تعريف الإنتاج على انه " خلق المنافع التي تشبع الاحتياجات البشرية المختلفة من السلع والخدمات خلال فترات من الزمن " ¹⁹.

كما يعرف كذلك على انه " خلق منفعة أو زيادتها في الشيء ليصبح قابلاً لإشباع حاجة اقتصادية واي عملية تسهم في تحقيق منفعة تعد إنتاجاً وأن أي فعالية تجعل السلع والخدمات في متناول الناس تعتبر إنتاجاً أيضاً" ²⁰.

ويعتبر أيضاً "النشاط الذي يكون الغرض منه تحويل المواد الأولية إلى سلع قابلة للاستهلاك؛ و ذلك بإخضاعها لعدة عمليات صناعية يدوية أو كيميائية أو مجرد تجميع الأجزاء المصنوعة مع بعضها البعض ثم عرضها للبيع" ²¹.

¹⁹ عامر علي سعيد، "مقدمة في الاقتصاد الجزئي"، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 219.

²⁰ نفس المرجع السابق، ص 167.

²¹ سعيد أوكيل، وظائف و نشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 8.

2. عناصر الإنتاج

يمكن تقسيم عناصر العمل الى ما يلي:

أ. **العمل:** هو عنصر بشري يضم العديد من الناس التي تعمل فعلا او القادرة على العمل، كما يتحدد عرض عنصر العمل داخل أي مجتمع من المجتمعات بعدة عوامل أهمها: العدد الكلي للسكان والنسبة القادرة على العمل من هذا العدد، الرغبة في العمل ومعدلات الاجر في سوق العمل

- **العمل وكمية العمل:**

قوة العمل تتحدد بعدد العمال المستخدمين في النشاط الإنتاجي والمتعطلين، اما كمية العمل فيقصد بها كمية العمل الفعلية التي تبذل في النشاط الإنتاجي وتقاس في شكل وحدات زمنية صغيرة غالبا مثل الأيام او الساعات، وتتحدد كمية العمل بعدد العمال المستخدمين في النشاط الإنتاجي و طول فترة العمل و كثافة المجهود الذي يبذل خلال فترة العمل

- **تقسيم العمل وتخصص العمل :**

تقسيم العمل هو تجزئة العمل الى فروع مما يجعلها صنائع في حد ذاتها، هذا التقسيم ساهم في اختراع الآلات.

- **تخصص العمل:**

هو أداء عملية معينة واتقانها مما يؤدي الى تنمية القدرة على الابتكار والتطوير فيها، ومما يؤدي الى تطوير المعرفة الإنسانية في كل فرع من فروع العمل .لكن قد يؤدي التخصص من جهة أخرى الى الثرة املل عند العامل وعدم القدرة على القيام بأعمال أخرى حتى لو كانت قريبة الصلة بالعمل الذي يؤديه و بالتالي الحد من قدرة العامل على الحصول على عمل اخر.

ب. **التنظيم:**

هو تجميع عناصر الإنتاج لاستخدامها في عملية انتاج معينة و خلق مشروعات جديدة بغرض تحقيق الربح.

- من هو المنظم:

فكرة التنظيم تنتمي الى طريقة الإنتاج القائمة على أساس الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج، ومن ثم فالمنظم بالضرورة لابد ان يكون رأسماليا. ولا بد ان يكون شخصا او مجموعة من الافراد او هيئة، وان تكون له القدرة على تجميع وتنسيق عناصر الانتاج المختلفة، وان يمتلك القدرة على اتخاذ زمام المبادرة واتخاذ القرارات المصيرية والجزئية والقدرة أيضا على الابداع والابتكار والرغبة في خلق شيء جديد (مواد أولية جديدة، فنون انتاج جديدة، فتح أسواق أخرى... الخ)

- مهام التنظيم:

الكشف عن وجود حاجة او عدد من الحاجات دون اشباع، وتقدير حجم الطلب عليها وإمكانية تسويقه وبيعه وفقا لمستويات الأسعار المختلفة والقوة الشرائية الموجودة .

البحث عن عناصر الإنتاج اللازمة وتقدير وتقدير مدى صالحيتها وكفاءتها وكفايتها لإنتاج الحاجة المطلوب اشباعها وتقدير تكلفتها.

تحديد الكميات المراد والممكن انتاجها وفقا للفنون الإنتاجية المختلفة الممكن استخدامها وتحديد العائد والتكلفة في كل حالة.

ت. الطبيعة:

يقصد بالطبيعة كل الموارد و القوى الموجودة في الأرض و تشمل كل المكانيات التي توفرها المسطحات المائية من بحار، محيطات، اودية، و ما تحتوي عليه من ثروات غذائية معدية مواد أولية وطاقوية، أي كل الموارد الموجودة فوق الأرض و تحت الأرض و الثروات المناخية كل هذه الموارد تشكل المادة الخام الأساسية التي يقوم عليها كل الإنتاج الانساني لإشباع حاجاته من إنتاجية و استهلاكية ، فالعمل الإنساني لا قيمة له بدون هذه الموارد ، كما ان هذه الموارد في صورها الأولية غير قابلة لإشباع الحاجات الإنسانية لذلك وجب على الانسان التدخل لجعلها تتناسب مع اشباع حاجاته.

ث. رأس المال: وينقسم بدوره الى:

- رأس المال الفني: مجموعة غي متجانسة من الأموال التي سبق انتاجها والتي تستخدم في العملية الإنتاجية من اجل خلق وزيادة إنتاجية المنتجات بنوعها الاستهلاكي والإنتاجي، فالأمر يتعلق بمنتجات تشارك في عملية او عمليات انتاج جديدة كأحد عناصرها ويشمل رأس المال الآلات والمعدات والتسهيلات الائتمانية المختلفة الخاصة بالإنتاج، والمدخرات النقدية المخصصة للاستثمار
- رأس المال المحاسبي: هو القيمة النقدية لأموال المشروعات، هذه الأموال تفقد جزءا من قيمتها سنويا بسبب ما يصيبها من تلف بسبب الاستعمال والقدم، كما يمكن ان تفقد قيمتها نتيجة وجود الآلات جديدة ذات إنتاجية عالية جدا وبتكاليف اقل .
- رأس المال القانوني: ويشمل كافة الحقوق او الأصول المالية التي تدر لصاحبها دخلا، فرأس المال هنا يشمل الديون والحقوق المالية مثل الأسهم والسندات لأنها تدر لصاحبها دخلا

II. التوزيع

يعتبر نشاط التوزيع من اهم الأنشطة التي تساعد في إتمام العملية الاقتصادية سيتم التطرق الى اهم ركائزه فيما يلي:

1. تعريف التوزيع:

يمكننا أن نعرف التوزيع بأنه "عملية إيصال المنتجات إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي، وذلك عن طريق مجموعات الأفراد والمؤسسات التي يتم عن طريقها خلق جملة من المنافع"²²

ينطوي نشاط التوزيع على عدة وظائف تتمحور بشكل عام حول ما يلي:²³

- جمع المعلومات حول الزبائن الحاليين والمحتملين وكذلك حول المنافسين وباقي الفاعلين في البيئة التسويقية.
- الاتصال والترويج: إعداد ونشر المعلومات الكفيلة بتحفيز الشراء.
- التفاوض: أي البحث عن صيغة توافق حول شروط التبادل.
- استلام الطلبات المحولة إلى المنتج بناء على نوايا الشراء لدى الزبائن.

²² ناجي معلا ورائف توفيق، أصول التسويق ، مدخل تحليلي، ط3، دار وائل، عمان، 2005، ص241، بتصرف

²³ Gérard Cliquet et autres, Management de le Distribution, Dunod, Paris, 2003, p :92

- التمويل: بشكل أساسي تمويل المخزونات اللازمة على طول سلسلة التوزيع.
- تحمل المخاطر: الناجمة عن مختلف العمليات الممارسة في إطار التوزيع.
- التوزيع المادي: النقل، التخزين والمناولة.
- الفوترة وتحصيل المبالغ المالية.
- نقل الملكية من البائع إلى المشتري.

إضافة إلى الوظائف الأساسية سألقة الذكر " يضيف الفاعلون في نشاط التوزيع إلى المنتجات التي يبيعونها خدمات، كما أنهم يقومون " بتشكيل ومواءمة المنتجات بما يناسب حاجات المستهلكين وذلك من خلال بعض النشاطات مثل التصنيف، التجميع والتغليف" ²⁴

يتولد عن ممارسة مجمل تلك الوظائف مجموعة من التدفقات التجارية على طول سلسلة التوزيع؛ بعضها يتجه أماميا (التوزيع المادي، عقود الملكية)، وبعضها خلفيا (الطلبات، المبالغ المسددة)، وأخرى تتحرك في الاتجاهين (المعلومات)، يمكن أن نميز خمسة أنواع من التدفقات في القناة التوزيعية:

- تدفق الملكية: يتمثل في انتقال ملكية المنتج من مستوى إلى آخر على طول قناة التوزيع.
- التدفق المادي: يعبر عن التنقل المادي للسلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي عبر مرورها المتتابع بالمخازن الوسيطة.
- تدفق الطلبات: الذي ينطلق من العملاء و الوسطاء صاعدا إلى المنتجين.
- التدفق المالي: يتمثل في تدفق النقود من المستهلك النهائي إلى المنتجين و الوسطاء.
- تدفق المعلومات: يتحرك هذا التدفق في اتجاهين: معلومات صاعدة من السوق باتجاه المنتج. وأخرى موجهة إلى السوق من طرف المنتج والوسطاء للتعريف الجيد بالعروض المقترحة.

²⁴ فهد سليم الخطيب، محمد سليمان عواد، مبادئ التسويق، ط1، دار الفكر، عمان، 2000، ص127.

2. أهمية التوزيع

يتضح إذن أن التوزيع بما يؤمنه من انسياب المنتجات والخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي يكتسي دورا كبيرا وأهمية بارزة تتمحور بشكل عام حول تقليص الفجوة الحاصلة بين مكان الإنتاج وزمانه وشكله من جهة؛ وبين الاستهلاك وما يطرحه من متطلبات من جهة أخرى.

يمكن تجلية أهمية التوزيع من خلال زاويتين أساسيتين: الحاجات الداعية إليه والمنافع المتولدة عنه

2.1. الحاجة الى التوزيع

تنبع الحاجة إلى نشاط التوزيع من مفهوم أساسي يتمثل في 'الفجوة' الفاصلة بين الإنتاج والإستهلاك؛ والتي تتخذ الصور التالية:

- الفجوة الجغرافية أو المكانية:

ففي الظروف المعاصرة يميل إنتاج كثير من السلع إلى التركز في مواقع محدودة (فكرة التركيز الجغرافي للمنتجين)؛ بينما ينتشر المستهلكون و المشترون لهذه السلع في مناطق واسعة.

- الفجوة الزمنية:

وتظهر بوضوح في حالة السلع التي تنتج موسميا ويرغب المستهلكون في الحصول عليها على مدار العام (المنتجات الزراعية بشكل خاص)، أو السلع التي تتسم بالموسمية في استهلاكها أو شرائها وليس في إنتاجها؛ كالمدافئ، المراوح، المكيفات، الملابس الشتوية أو الصيفية...؛ وبصورة عامة تحدث الفجوة الزمنية بين الإنتاج والاستهلاك بالنسبة لمعظم السلع التي يقتضي تحقيق اقتصاديات الحجم إنتاجها وفق نمط 'الإنتاج المستمر' بينما يحدث استهلاكها في آجال لاحقة.

- فجوة الكمية:

وتتمثل في أن المنتج لا بد من أن يقوم بإنتاج كميات معتبرة، بينما يستهلك الأفراد كميات محدودة من كل نوع.

- فجوة التشكيلة أو الأنواع:

فحتى المنشآت الكبيرة تعتبر متخصصة من حيث عدد الأصناف أو الأنواع التي تنتجها إذا قورنت بالأصناف والنوعيات المتعددة التي يشتريها المستهلكون.

- فجوة المنفعة:

وتشير إلى أن المنتجين يملكون السلع التي يرغبون في تبادلها مقابل النقود؛ بينما يملك المستهلكون النقود التي يرغبون في تبادلها مقابل السلع؛ ويمكن اعتبار ذلك نوعاً من فجوة المنفعة أو فجوة الملكية، إذ ليس من وظيفة الإنتاج في حد ذاته أو الاستهلاك في حد ذاته القيام بهذا التبادل.

في الحقيقة يعبر مفهوم الفجوة عن ذلك التباين بين مصالح المنتج و مصالح المستهلك فالأول على سبيل المثال يميل إلى إنتاج كميات كبيرة من سلعة واحدة لتحقيق الاستفادة مما يعرف بـ "اقتصاديات الحجم" أي توزيع التكاليف على عدد كبير من الوحدات، و في المقابل نجد المستهلك يسعى إلى الحصول على كمية محدودة و صغيرة من كل سلعة ؛ و بذلك تنشأ الفجوة و التي يتدخل نشاط التوزيع لردمها بين الطرفين لأن الموزع يحصل على تشكيلة من كميات كبيرة من السلع و هو بالتالي قادر على استيعاب كميات المنتج من جهة و على تلبية احتياجات المستهلك من جهة أخرى.

وصغيرة من كل سلعة؛ وبذلك تنشأ الفجوة والتي يتدخل نشاط التوزيع لردمها بين الطرفين لأن الموزع يحصل على تشكيلة من كميات كبيرة من السلع وهو بالتالي قادر على استيعاب كميات المنتج من جهة وعلى تلبية احتياجات المستهلك من جهة أخرى

2.2. المنافع التي يولدها التوزيع

تؤدي ممارسة الأنشطة السالفة الذكر في إطار وظيفة التوزيع إلى خلق جملة منافع تشكل ما يسمى القيمة المضافة لنشاط التوزيع على حساب ما كان يعتقد سابقاً من "أن القيمة المضافة لا تتجم إلا عن المنتجات المادية"²⁵

ويمكن ادراج المنافع التي تتولد عن التوزيع فيما يلي:

²⁵ رضوان المحمود العمر، ص299.

- المنفعة الشكلية:

و" هي القيمة التي يدركها المستهلك في السلعة أو الخدمة عندما تأخذ شكلاً أو وضعاً معيناً فالمنتجون يغيرون من شكل المادة الأولية الداخلة في الإنتاج إلى مادة أخرى هي السلعة، غير أن المنفعة الشكلية على خلاف ما يعتقد البعض لا تقتصر على وظيفة الإنتاج فقط، إذ أن نشاط التوزيع يضيف هذه المنفعة إلى السلعة " عن طريق تجزئتها وبيعها في عبوات صغيرة تناسب حاجات العملاء وعرضها في أماكن تساعدهم على رؤيتها ومثال على ذلك المنفعة التي تتولد في البن بعد طحنه وتحويل شكله " ²⁶

- المنفعة الزمانية:

وتعني " القيمة التي يدركها المستهلك في السلعة والخدمة نتيجة توفرها في الوقت الذي يطلبها فيه ²⁷ فالفاعلون في نشاط التوزيع كتجار الجملة يضيفون هذه المنفعة في السلعة بتخزينها ليجدها المشتري وقتما يحتاجها مع ما يكلفه التخزين نقدياً وما يحمله من مخاطر التلف والضياع.

- المنفعة المكانية:

يقصد بها " القيمة التي يدركها المستهلك في السلعة أو الخدمة نتيجة توفرها في المكان الملائم الذي، فالفاعلون في نشاط التوزيع يضيفون هذه القيمة في السلعة أو الخدمة بتوفيرها في أماكن مريحة للمشتري تتيح له الحصول عليها ببسر ودون تحمل عناء التنقل والسفر.

- المنفعة الحيازية:

يقصد بها " القيمة التي يدركها المستهلك نتيجة تملكه للسلعة أو الخدمة أو حيازته لها"، و هذا النوع من المنافع يدل على انتهاء الصفة و امتلاك السلعة و حرية استخدامها (أو استهلاكها) قانونياً من قبل المالك إذ أن الفاعلين في نشاط التوزيع يسهلون نقل الملكية فيما بينهم ونقلها الى المشتري.

²⁶ ناجي معلا وآخرون، مرجع سابق، ص244.

²⁷ المرجع السابق، ص244.

- المنفعة التشكيلية:

وتعبر عن القيمة التي يدركها المستهلك نتيجة تمكنه من الاطلاع على تشكيلة واسعة من المنتجات؛ فالفاعلون في نشاط التوزيع يوفرون عادة مجموعة متنوعة من المنتجات لعدد من المنتجين في مكان واحد.

3. أهداف وظيفة التوزيع:

تسعى المؤسسات المنتجة بشكل عام إلى بلوغ جملة من الأهداف لدى تسطير سياستها التوزيعية نجملها عموماً في:

1. التغطية الكمية للسوق:

ينبغي على المؤسسات- في المقام الأول- أن تسعى إلى اعتماد نظام توزيع يتيح وضع منتجاتها تحت تصرف أكبر عدد ممكن من الزبائن المنتظرين.

2. البعد النوعي لنظام التوزيع:

يمكن أن تعرف نوعية نظام توزيع بأنها قدرته على تسهيل وتحفيز شراء منتجات المؤسسة من طرف زبائنها المحتملين؛ وتتجلى المظاهر النوعية لنظام توزيع فيما يلي:

- ملاءمة قنوات التوزيع لصورة المنتج في الذهن وسمعة علامته التجارية؛ فمثلاً قد يضر توزيع المنتجات الفاخرة في المحلات الشعبية بصورة العلامة التجارية للمؤسسة.
- كفاءة وحيوية أعوان التوزيع: إذ ينبغي مثلاً على مؤسسة تباع تجهيزات مكتبية متطورة أن تستعين بإطارات تجارية مكونة جيداً.
- هيئة عرض منتجات المؤسسة في نقاط البيع: من الضروري للمنتج أن يكون له تصفيف جيد في المحلات التجارية وتنظيم مناسب؛ وبالتالي عليه أن يتأكد من أن موزعيه يحترمون هذه الشروط ويعرضون السلع في هيئة جيدة.
- نوعية خدمات ما بعد البيع المقدمة للزبائن: إذ ليس من المناسب للمنتج بالنسبة لبعض السلع بيعها في قنوات أو لدى وسطاء لا يتوفرون على خدمة الصيانة والإصلاح تجنباً لإزعاج بعض زبائنه والإضرار شيئاً فشيئاً بسمعته.

- مستوى السعر النهائي: إن نظام التوزيع لمؤسسة ما لديه آثار مباشرة على سعر البيع النهائي الذي يباع به منتجها (أي الثمن المطلوب من الزبون النهائي)؛ وعليه ينبغي أن تتناغم هيكله وتسيير هذا النظام مع سياسة التسعير المتبعة من طرف المؤسسة، فمثلا يتعين على مؤسسة ما تنتج مشروبا معيناً وترغب في أن يباع بسعر أقل من سعر مشروب منافس أن تختار موزعيها وبالأخص تتفاوض معهم لضمان عدم طلبهم لسعر يفوق حداً معيناً.

3. تدنية التكاليف:

كل نظام توزيع ينطوي طبعا على تكاليف تتعلق بالهياكل وتكاليف تسيير؛ وعلى غرار بقية التكاليف التسويقية ينبغي أن تخفض إلى أدنى حد ممكن؛ بما يتماشى مع الأهداف الكمية والنوعية السالفة الذكر.

4. أهمية القرارات المتعلقة بالتوزيع:

إن القرارات المتعلقة بالتوزيع من أخطر ما يواجه إدارة التسويق في المؤسسة المعاصرة؛ بحكم "تأثيرها المباشر والكبير على جميع القرارات التسويقية الأخرى، فتحديد الأسعار التي تباع بها منتجات المنشأة أصبح يتوقف على أسلوب التوزيع وطريقته وهكذا الحال فيما يخص قرارات الترويج أو القرارات الخاصة بالمزيج السلعي".²⁸

وتتبع أهمية القرارات المتعلقة بالمزيج التوزيعي من جملة عوامل:

- على قدر كفاءة سياسات التوزيع وقنواته المعتمدة تكون درجة انسياب المنتجات إلى مواقع مشتريها وسهولة الحصول عليها في المكان والزمان المناسبين وبالكمية الملائمة؛ وهو ما يحفز استمرار المشتريين في شرائها ويجنب تحولهم عنها نتيجة الانقطاع أو التذبذب وما يمثله ذلك من انعكاس سيئ على مستوى المبيعات وعلى المؤسسة بالنتيجة.
- بناء على العامل السابق يتبين أن القصور في هذا النشاط يضر بسمعة المؤسسة لدى الوسطاء والمشتريين.
- إن الخلل في سياسات التوزيع ينعكس على تكاليف هذا النشاط؛ ومن ثم على تكاليف وظيفة التسويق؛ وبالنتيجة على تنافسية المؤسسة.

²⁸ محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة و الدار العلمية الدولية، عمان، ط، 2002، ص: 38

- لا شك أن الوسطاء الفاعلين ضمن قناة التوزيع يمكن الاستفادة منهم لتحسين صورة السلعة وسمعتها وسمعة منتجها. كما ينبغي أن يؤخذ بعين الاعتبار وبشكل خاص أن " نظام التوزيع من حيث بناؤه قد يستلزم سنوات طويلة ومن ثم فليس من السهل على المنظمة تغييره"²⁹

لقد رأينا سابقا جملة من الأنشطة والتدفقات الحاصلة ضمن قناة التوزيع؛ وهو ما يستدعي التفكير في كيفية اقتسام تسيير تلك المهام بين الفاعلين في القناة؛ إذ أن السؤال الأساسي - لدى تنظيم شبكة توزيع - لا يدور " حول معرفة ما إذا كان وجود تلك الأنشطة و التدفقات لازما و لكن بشكل أهم حول معرفة من هو الأقدر ضمن الشبكة على ممارسة تلك المهام و إدارة تلك التدفقات بأعلى كفاءة؛ هل هو المنتج، الوسيط أم الزبون؟ يمكن أن نلاحظ في هذا الصدد تنوعا كبيرا في تقسيم المهام داخل الشبكة ليس بين القطاعات فحسب ولكن داخل القطاع الواحد".³⁰

5. إنشاء شبكة التوزيع

إن إدارة التوزيع تسعى إلى تشكيل مزيج توزيعي يختار بين سياستين: التوزيع المباشر والتوزيع غير المباشر وهو ما يحدد طول أو قصر قناة التوزيع، ويختار مستوى تغطية السوق وهو ما يحدد كثافة التوزيع. إن البعدين السابقين (الكثافة ودرجة المباشرة) يشكلان المؤشرين الأساسيين الذين على أساسهما تتمايز قنوات التوزيع.

1.1. تحديد طول قناة التوزيع

يوجد نوعين من قنوات التوزيع أو بمعنى آخر طريقة التوزيع هما:

أ. التوزيع المباشر:

في إطار سياسة التوزيع المباشر؛ يتولى المنتج بنفسه بيع منتجاته إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي دونما استعانة بالوسطاء، وهي أقصر قناة توزيع.

وتقوم سياسة التوزيع المباشر على بعض التفسيرات أهمها:

- رغبة المنتج في الرقابة على الجهود البيعية وعدم ثقته في فاعلية جهود الوسطاء

²⁹ عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق الجزء الأول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992، ص621.

³⁰ Jean-Jacques Lambin et autres, Marketing Stratégique et Opérationnel, 6eme édition, Dunod, Paris, 2005, p :510

- التخلص من أرباح الوسطاء؛ خاصة عندما يكون سعر بيع السلعة منخفضا وتكلفتها مرتفعة أي أن هامش الربح فيها محدود، ويحدث ذلك خصوصا في فترة الكساد.³¹
- قد يرغب المنتج في استغلال المتاجر التي يملكها كمراكز للتجارب والبحوث واستقصاء ردود أفعال المستهلكين وتجميع ملاحظاتهم على السلع الجديدة بهدف إجراء التحسينات والتعديلات الضرورية عليها قبل إنتاجها بشكل أوسع.³²

ويتخذ التوزيع المباشر عدة طرق أهمها:

♦ البيع عن طريق متاجر يملكها المنتج:

يتولى بعض المنتجين بيع منتجاتهم مباشرة إلى المستهلكين في متاجر ومعارض يفتتحونها؛ وتناسب هذه الطريقة مجموعة حالات أهمها :

- في حالة السلع سريعة التلف.
- محدودية كمية الإنتاج.
- محدودية النطاق الجغرافي المستهدف
- السلع التي يتطلب بيعها مهارات خاصة قد لا تتوفر لدى الوسطاء؛ مثل خدمات ما قبل البيع وما بعده
- السلع المتصفة بالتغير المستمر والسريع.

و يلحق بهذه الطريقة المعارض المتخصصة التي يقيمها المنتجون الصناعيون بصورة دائمة أو دورية- و التي تضم نماذج عن السلع المقترحة- لاستهداف المشترين الصناعيين و إبرام الصفقات.

♦ البيع عن طريق مندوب مبيعات:

و تقوم على أساس استعمال فريق من الباعة المتجولين تابعين للمنتج؛ يطوفون على مواقع المستهلكين المحتملين بالسلع أو بعينات منها، أو على " مكاتب و شركات المشترين الصناعيين بالنسبة للسلع الصناعية و معهم العينات و الكتالوجات و الأدوات و المعدات و النماذج الكافية التي تسهل لهم مهمتهم في تقديم و

³¹ خالد الراوي- حمود السند، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص244

³² السابق، نفس الصفحة.

عرض السلع و شرح خصائصها و الإقناع بها.³³ بحكم أن " معظم المؤسسات تشعر بالحاجة إلى تأمين اتصال مباشر مع المشترين و الزبائن النهائيين؛ أين يقوم هيكلها التجاري على قوة بيع مهمتها توطيد و إثراء تيار العلاقات" تناسب مع المشترين و الزبائن النهائيين؛ أين يقوم هيكلها التجاري على قوة بيع مهمتها توطيد و إثراء تيار العلاقات " هذه الطريقة -شكل خاص- السلع الخاصة و السلع الميسرة و السلع الجديدة متعددة الاستعمال أين يتعين على مندوب البيع أن يتقن فن البيع و الإقناع.

كما يلجأ المنتجون إلى ممارسة هذا النوع من البيع عادة استجابة لتطورات معينة في البيئة الاقتصادية؛ كحالة الكساد التي تستدعي التخلص من السلع المنتجة أو حالة البطالة التي تدفع الأفراد إلى البحث عن فرص عمل مما يسهل الحصول على الباعة بشروط ملائمة.

ورغم كونها من أقدم طرق التوزيع المباشر؛ إلا أن أهميتها تراجعت كثيرا في الوقت الحاضر لعدة عوامل أهمها:

- خلو المنازل لقسط معتبر من النهار بفعل ارتفاع العمالة في صفوف النساء .
 - خشية المستهلكين من الوقوع في الغش والتدليس؛ وهو ما يجعل إقناعهم صعبا ومن ثم تدني إنتاجية رجل البيع.
 - محدودية النطاق الممكن تغطيته بهذا الأسلوب؛ إذ تتطلب توسعته عددا ضخما من مندوبي البيع وهو ما يرفع التكاليف خاصة إذا كانت مكافأة المندوب بطريقة المرتب الثابت وليس بطريقة العمولة على أساس الصفقات المبرمة.
 - بالنسبة لكثير من السلع الصناعية؛ يدور التفاوض مع المشترين " على الكثير من الجوانب عدا السعر مثل شروط الاستلام والتسليم والتركييب والتشغيل التجريبي وتدريب العمال والصيانة... قد لا يكون مناسبا تحويل مندوب البيع صلاحية التفاوض على كل هذه الجوانب".³⁴
- ♦ البيع بالبريد:

تستند هذه الطريقة إلى وجود نظام بريدي متطور؛ لذلك فهي أكثر انتشارا في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا منها في الدول النامية؛ حيث يستعمل المنتج الكتالوجات الخاصة بالسلع المراد بيعها ويرسلها عبر

³³ محيي الدين الأزهرى، التسويق الفعال (مبادئ و تخطيط)، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، مصر، 1995 ص508
³⁴ خالد الراوي، حمود السند، مرجع سابق، ص247.

البريد إلى المشتريين المحتملين؛ والذين بدورهم يطلبون السلعة عن طريق ملء قسيمة مخصصة لهذا الغرض وإعادتها إلى المنتج عبر البريد فيقوم الأخير مرة أخرى بإرسال السلعة.

من مزاياها توفير الجهد على المستهلك وإمكانية انخفاض سعر السلعة عن سعر مثلتها في السوق، ومن جهة المنتج قد تتيح له توسيع نطاق السوق بأعباء منخفضة نسبياً عما لو استعان بالوسطاء. ومن أبرز عيوبها وقت انتظار مرتفع نسبياً وارتفاع تكاليف الشحن والنقل وارتفاع تكاليف الكتالوجات الموزعة التي ليس من المضمون أن يقابلها جميعاً عمليات شراء، كما أن " هناك الكثير من السلع التي يحتاج المستهلك أن يجربها أو يكشف عنها قبل الشراء".³⁵

لقد أدت المشكلات السالفة إلى محدودية انتشار هذه الطريقة؛ ومن " الملاحظ أن بعض متاجر التجزئة الكبيرة هي التي تقدم عليها كواحدة من طرق التوزيع التي تتبعها بجانب البيع إلى المستهلكين عن طريق متاجرها".³⁶

♦ البيع الآلي:

تقوم هذه الطريقة على أساس وضع آلات خاصة في أماكن تجمع المستهلكين المحتملين مثل الساحات العامة، مواقف المواصلات و المؤسسات، حيث يعبئ المنتج الآلة بالسلعة المراد بيعها، و ما على الزبون إلا وضع القطع النقدية في المكان المخصص و كبس الزر المناسب للحصول على السلعة المرغوبة.

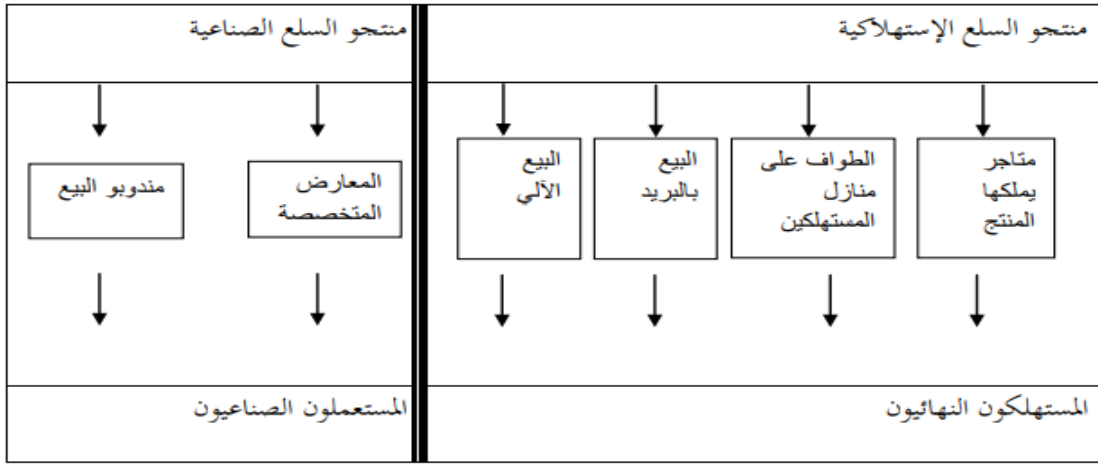
لا تتناسب هذه الطريقة إلا عدداً محدوداً من السلع الاستهلاكية كالكهوهة و مختلف المشروبات؛ كما أن العديد من المشكلات ساهمت في الحد من انتشارها أهمها :

- وجوب استخدام قطع معدنية قد لا تكون متوفرة دوماً.
- لا تتناسب تلك الآلات إلا مع السلع صغيرة الحجم.
- كثرة أعطال الآلات الذي قد يرجع لسوء الاستخدام.

³⁵ محمد الباشا و آخرون، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 122.

³⁶ محيي الدين الأزهرى، مرجع سابق، ص: 510.

والشكل الموالي يظهر طرق التوزيع المباشر:



المصدر: خالد الراوي و حمود السند، التسويق الحديث، دار المسيرة، عمان، 2001، ص: 510

يعتبر التوزيع المباشر عبر واحدة أو أكثر من الطرق السالفة الذكر أقصر قنوات التوزيع؛ و هو ما يجعل البعض يعتقد أنها قناة التوزيع الأقل تكلفة أو الأكثر ربحية نتيجة توفير هامش الربح الذي كان سيحصل عليه الوسطاء، غير أن هذا الاعتقاد -من الناحية العملية- ليس صحيحا بالكامل و قد لا يمكن تحقيقه؛ إذ أن إسقاط وسيط أو أكثر ينقل في الكثير من الأحيان عبء القيام بخدماته و وظائفه إلى بقية حلقات القناة، و تصبح العبرة حينها بمن سيكون الأقدر ضمن الحلقات المتبقية على القيام بتلك الوظائف بتكلفة أقل أو بكفاءة أكبر، و من ثم فقد ترتفع كفاءة النشاط التوزيعي لجهة وفر لصالح المنتج أو المستهلك أو كليهما، و قد لا يحدث أي وفر؛ بل قد تعود القناة المباشرة بنتائج عكسية على كفاءة التوزيع بما يؤثر في سمعة المنتج و مبيعاته.

لقد أدت التطورات المعاصرة وبشكل خاص " التقدم الصناعي والإنتاج الكبير والمنافسة القوية وازدياد عدد المستهلكين وانتشار الأسواق و تباعدها و ازدياد عدد السلع البديلة و المنافسة و ما ينتج عن ذلك أيضا

من الحاجة إلى وظائف النقل و التخزين و التجميع و التمويل و زيادة جهود البيع و زيادة عدد وحدات البيع و أهمية كفاءة أداء هذه الوظائف لمواجهة تلك الظروف" ، أدت تلك التطورات إلى صعوبة تحمل المنتج مسؤولية القناة و أهمية كفاءة أداء هذه الوظائف لمواجهة تلك الظروف " المباشرة؛ و هو ما جعل سياسة التوزيع المباشر محدودة الاستخدام، و كشف أهمية الوسطاء في ملء الفراغ بين المنتج و المستهلك بكفاءة و فاعلية.

ب. التوزيع غير المباشر:

تقوم سياسة التوزيع غير المباشر على أساس إيصال المنتجات إلى المشتريين بالإعتماد على الوسطاء الذين ينقسمون إلى نوعين: " النوع الأول هم الوسطاء الذين يمتلكون السلعة؛ و هم التجار بأنواعهم، و النوع الثاني هم الوسطاء الذين لا يمتلكون السلعة و لكنهم يبيعونها لحساب المنتج و هم الوكلاء بأنواعهم والسماسة".³⁷

لقد " ظهرت أهمية استخدام الوسطاء في تصريف منتجات الشركات نتيجة لاتساع الأسواق التي يخدمها المنتجون بما لا يتمكنون معها من تغطية هذه الأسواق من خلال اتصالهم المباشر مع المستهلك".³⁸ وإذا كان البعض يعتقد بإمكانية تخفيض الأسعار عن طريق استبعاد الوسطاء؛ فإن ذلك لا يكون صحيحا في كل الحالات؛ " نظرا للحقيقة البديهية للتسويق التي تقول بأنه يمكن استبعاد الوسطاء، ولكن لا يمكن استبعاد أنشطة التوزيع الأساسية التي يقومون بها"³⁹.

³⁷ قحطان العبدلي- بشير العلق، التسويق أساسيات و مبادئ، دار زهران، عمان، 2002، ص168.

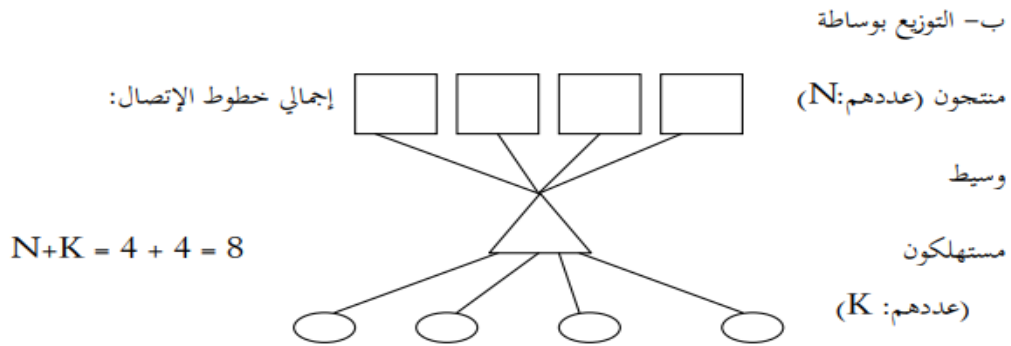
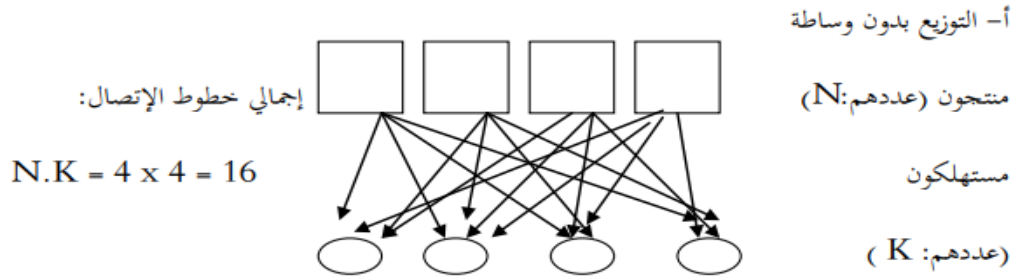
³⁸ محمد فريد الصحن، التسويق، الدار الجامعية، مصر 1999، ص203.

³⁹ مايكل إيتزل- بروس ووكر-ويليام ستانتون، التسويق، الطبعة الأولى، مكتبة لبنان ناشرون، 2006، ص385.

ترجع مبررات الاستعانة بالوسطاء إلى الفوائد المترتبة عنها؛ نجملها فيما يلي:

1. تقليل خطوط الإتصال:

يتزايد تعقيد عملية التبادل بشكل معتبر مع تزايد العناصر الفاعلة فيها؛ كما يظهره الشكل التالي:



المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على: عصام الدين أبو علفة، التسويق النظرية و التطبيق، حورس،

الإسكندرية، 2002، ص: 360

في المثال الذي يوضحه الشكل السابق؛ نلاحظ أن توجه أربعة منتجين إلى أربعة مستهلكين مباشرة يستدعي وجود (16) خط اتصال؛ بينما ينخفض العدد إلى (8) في حالة وجود وسيط؛ و هو ما يظهر أن الأسلوب الثاني أكثر فاعلية من الأول لكونه يسمح بتخفيض عدد المعاملات اللازمة لتأمين اللقاء بين العرض و الطلب.

2. اقتصاديات الحجم:

يمارس الوسيط الأنشطة الموكلة إليه من أجل عرض يتعلق بمجموعة من المنتجين؛ أي من أجل كمية أكبر من تلك التي مل على عدة منتجين؛ و عليه يُمارس كل منتج على حدة تلك الأنشطة لأجلها، فتكلفة رجل البيع عند بائع جملة مثلا تح تكون تكاليف وظيفة البيع أقل مما لو اختار كل منتج أن تكون له قوة بيعيه خاصة به؛ فلقد "أكدت الدراسات المنجزة أنه كلما قصرت القناة بين المؤسسة المنتجة و المستهلك؛ أي وجود علاقة مباشرة بينهما؛ كلما ازدادت نفقات التوزيع؛ و هذا راجع لأن مثل هذه القناة المباشرة في التوزيع تتطلب عددا هاما من رجال البيع و ما يحتاجونه من تدريب و....⁴⁰

كما تتجلى اقتصاديات الحجم في النقل؛ حيث يقوم الوسيط "بنقل السلع من المنتج إلى المستهلك بكميات اقتصادية مما يقلل من تكاليف النقل للوحدة و هذا يلعب دورا كبيرا في إمكانية تقديم السلعة للمستهلك بأسعار مناسبة.⁴¹

3. تقليص فجوة الكمية:

عن طريق الشراء بكميات كبيرة و من ثم تأمين تخزينها و تجزئتها إلى كميات أصغر؛ يسمح تجار الجملة و التجزئة للمنتجين و كذا للمستهلكين بالتصرف على نحو أمثل، إذ أن غياب الوسيط سيدفع المنتج إلى الإنتاج بكميات صغيرة للتكيف مع طلبات الزبائن و من جهة أخرى يحتم على الزبائن الاحتفاظ بمخزونات معتبرة.

أما إذا أخذت مؤسسة ما على عاتقها القيام بنشاطين مستقلين كوظيفتي الإنتاج و التوزيع؛ و بحكم تباين مستوى التشغيل الأمثل بينهما فأنهما تجد نفسها مجبرة على تشغيل إحداهما أو كليهما عند مستوى أعلى أو أقل من المستوى الأمثل، و هو ما يجعل التكاليف أعلى مما لو مورست كل وظيفة بشكل مستقل و عند مستواها الأمثل.

⁴⁰ فريد كورتل- ناجي بن حسين، التسويق: المبادئ و السياسات، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، ماي 2001، ص56.
⁴¹ خالد الراوي و آخرون، مرجع سابق، ص249.

4. عرض أفضل تشكيلة:

إن التشكيلة التي يعرضها المنتج كثيرا ما تتقيد بقيود التجانس في تقنيات التصنيع أو في استعمال المواد الأولية... إلخ ، بينما يبحث الزبون عن تشكيلة تملئها حالة الإستهلاك أو الإستعمال و ظاهرة التكامل بين المنتجات المبحوث عنها .إن الزبون - والمستهلك بشكل خاص- يبحث عموما عن كمية صغيرة بالغة التنوع من المنتجات بينما ينتج المنتج بكمية كبيرة تشكيلة محدودة من المنتجات .من هنا كان دور الوسيط عرض تشكيلة متنوعة تتيح للزبائن الإتصال بعدد كبير من أنواع المنتجات في جولة واحدة ربحا للوقت و الجهد المستغرقين للحصول على احتياجاتهم، فالمنتج لا يمكنه فتح محلات توزيع منتشرة يفترض فيها أن توفر تشكيلة واسعة من السلع في كل محل منها "من أجل جذب المشتريين و تقليل تكلفة إدارة محل التوزيع؛ حيث وجد أن معدل تكلفة، وعليه يتضح أن الموزع هو الأقدر على عرض التشكيلة الوحيدة المباعة يقل مع زيادة تنوع السلع الموجودة في محل التوزيع "المطلوبة.

5. تسهيل الاتصال وتقديم الخدمات:

تواجد الوسيط عموما في أماكن هي أقرب إلى الزبون؛ وهو ما يؤهله لأن يكون أعرف بحاجياته وأقدر على تقليص زمن التسليم وتقديم خدمة ما بعد البيع بشكل أفضل .إن قرب الموزعين من الزبائن وانتشارهم في السوق يسهل الاتصال وجمع المعلومات عن سلوك المستهلكين والمنافسين بما يخدم المنتج في رسم السياسات واتخاذ القرارات،" وفي حالة عدم وجود وسطاء منتشرين في السوق فقد يضطر المنتج إلى . 2 القيام بنفسه بجمع المعلومات عن طريق القيام بالبحوث التسويقية و هذا بحد ذاته مكلف وغير مستمر أو منتظم "إنه لمن الخطأ الاعتقاد بأن الاستغناء عن الوسيط يؤدي إلى توفير هامش الربح الممنوحة لهم؛ بل إن ذلك الاستغناء سيلقي عبء الأنشطة التي يؤديونها على كاهل المنتج؛ و التي هي⁴²:

- ♦ التخزين: يمثل التخزين قيمة هامة من وجهة نظر المنتج؛ الذي سيكون مطالباً في حال الاستغناء عن الوسيط ليس بالاستثمار في المخزون وحسب؛ ولكن في الهياكل اللازمة للتخزين وطاقم العمال اللازم.

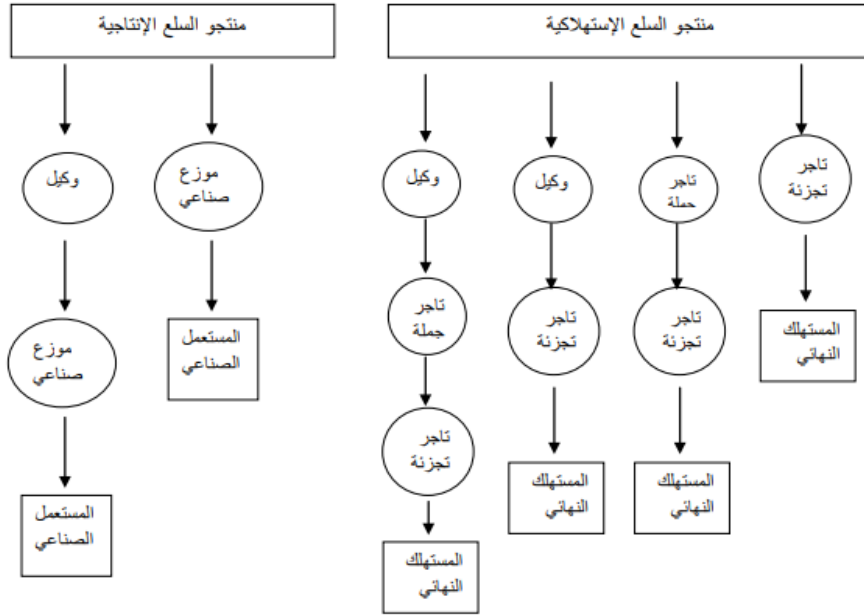
⁴² "بتصرف" Mohamed Seghir Djitli, Comprendre le marketing, Berti éditions, Algérie, 1999, p68

وبالنسبة لتجار التجزئة؛ يمثل التخزين الذي يقوم به تجار الجملة قيمة هامة؛ لأن صغار تجار التجزئة الذين يمثلون معظم نقاط بيع السلع ذات الاستهلاك الواسع لا يمكنهم إلا نادرا الاحتفاظ بمخزونات كبيرة؛ لأسباب تتعلق بالمكان والموارد المالية.

- نشاط التقسيم: تنتج السلع عادة بكميات كبيرة؛ غير أن تاجر التجزئة لا يشتري إلا كميات صغيرة في المرة الواحدة، وعليه يسمح وجود الوسيط لتاجر التجزئة بالتزود بكميات صغيرة في كل مرة؛ وشراء تشكيلة واسعة من المنتجات في الوقت نفسه
- إختيار التشكيلة من أجل تجار التجزئة: إستنادا إلى معرفته بحاجات تجار التجزئة وأذواق زبائنهم؛ يمكن لتاجر الجملة أن يختار المنتجات التي تناسبهم أكثر واعتمادها ضمن تشكيلة المنتجات التي يبيعها
- نقل المنتجات: عموما لا تكون الكميات الصغيرة من سلعة واحدة التي يمون بها تاجر التجزئة ذات مردودية في حالة التسليم المباشر من طرف الوحدة المنتجة، على عكس ذلك يمكن لتاجر الجملة أن يوفق النقل المتعلق بتشكيلة كاملة من السلع القادمة من عدة منتجين وفي الوقت نفسه يخفض تكاليف النقل المرتبطة بكل سلعة على حدة .

وبالإضافة إلى هذه الخدمات الأربع الأساسية؛ يستطيع الوسيط أن يقدموا ثلاث خدمات أخرى لتجار التجزئة يمكن اعتبارها خدمات دعم لوجستي: القرض، ترقية المبيعات والنصائح التقنية .

ينتج عن استعمال الوسيط عدة أشكال من قنوات التوزيع؛ تتفاوت فيما بينها من حيث الطول، يوضح أبرزها الشكل الموالي:



إن "طول قناة توزيع هو عدد الوسطاء الفاعلين بين المنتج أو المستورد و المستهلك النهائي"⁴³

ويتفاوت الطول من قناة إلى أخرى، غير أن القنوات تقسم على هذا الأساس إلى ثلاثة أنماط رئيسية :

- قناة مباشرة: (منتج،مستهلك).
- قناة قصيرة (وجود وسيط واحد): (منتج، موزع، مستهلك).
- قناة طويلة (وجود أكثر من وسيط): (منتج، تاجر جملة، تاجر تجزئة، مستهلك).

إن اتخاذ القرار بشأن اختيار قناة التوزيع المناسبة من ضمن القناة المباشرة و جملة القنوات غير

المباشرة تحكمه عدة عوامل ينبغي أن تؤخذ بعين الاعتبار.

1. عوامل متعلقة بالسوق:

تتمثل هذه العوامل أساسا في حجم السوق، تمركزه الجغرافي و حجم الشراء، فكلما كان حجم السوق - والذي يحدده عدد الزبائن المرتقبين - محدودا؛ أمكن للمؤسسة القيام بتوزيع منتجها بنفسها، غير أن ضخامة عدد المشترين يجعل الاعتماد على الوسطاء أنسب.

⁴³ Marie Camille Debourg et autres, Pratique du marketing, Berti éditions, Alger, 2004, p2562.

من جهة أخرى؛ كلما اتسم السوق بالتشتت الجغرافي و كان الزبائن متوزعين على عدة مناطق كثيرة متباعدة؛ كلما زادت الحاجة إلى الاستعانة بالوسطاء، و بالعكس كلما كان السوق متمركزا؛ أمكن اعتماد التوزيع المباشر.

و كذلك كلما مال الزبائن إلى الشراء بكميات صغيرة و كان الطلب يتسم بالموسمية؛ كان اعتماد القنوات غير المباشرة أفضل، فإذا كان حجم طلبياتهم كبيرا كان التوزيع المباشر مناسبا.

2. عوامل خاصة بالمنتج:

تتمثل هذه العوامل أساسا في الخصائص الفيزيائية و التقنية للمنتج وطبيعته و قيمته؛ فالسلع سريعة التلف تستدعي أقصر قناة توزيع ممكنة، و يستحسن أن تكون قناة السلع الكبيرة الحجم و الثقيلة الوزن قصيرة نظرا لأن تحريكها و نقلها يتطلب جهدا و تكلفة معتبرين؛ ما يجعل من الأنسب أن يكون عدد وجهاتها محدودا، و يفضل للسلع التي تستهلك موسميا اعتماد قناة غير مباشرة طويلة نسبيا؛ " و ذلك من أجل الاستفادة من طاقة الخزن المتوفرة لدى هؤلاء الوسطاء و توزيع مخاطر التقادم و انخفاض الأسعار و تغير أذواق المستهلكين على أكبر عدد ممكن من الوسطاء".⁴⁴

كذلك يناسب التوزيع غير المباشر السلع الاستهلاكية على نحو أفضل من السلع الإنتاجية؛ التي كثيرا ما يوائمها التوزيع المباشر؛ هذا الأخير يناسب أيضا السلع ذات التعقيد التقني الكبير لتطلبها خدمات ما قبل و بعد البيع؛ والسلع الجديدة التي هي في مرحلة الانطلاق لتطلبها جهودا بيعيه معتبرة من أجل جعل السوق يتقبلها.

من ناحية أخرى كلما كانت السلعة أكثر تنميطا و سعرها منخفضا؛ كانت القناة الطويلة أنسب لتوزيعها، وذلك لأجل اقتسام تكاليف التوزيع مع غيرها من السلع المتداولة لدى الوسطاء.

من وجهة النظر التسويقية؛ تصنف السلع إلى عدة أصناف أبرزها:

- السلع الميسرة: هي سلع تشتري بشكل متكرر وكميات صغيرة، سعر الوحدة منخفض، درجة نمطية المواصفات عالية، إمكانية الإحلال كبيرة لوفرة البدائل، لا يكون الزبون مستعدا لتكريس وقت أو جهد

⁴⁴ خالد الراوي و آخرون، مرجع سابق، ص253.

كبير لشرائها؛ كما أن إمكانية تأجيل عملية الشراء منخفضة لكون درجة إلحاح الحاجة عالية، ومن أمثلتها: المشروبات الغازية، الأدوات المكتبية، المنظفات الصناعية...إلخ.

- سلع التسوق: تتصف سلع التسوق - على خلاف السلع الميسرة - بأنها تشتري على فترات متباعدة، سعر الوحدة مرتفع نسبياً، درجة نمطية المواصفات منخفضة، إمكانية الإحلال محدودة، يكون الزبون مستعداً لتكريس وقت وجهد للحصول عليها والمقارنة بين البدائل المختلفة المتاحة؛ كما أن إمكانية تأجيل الشراء مرتفعة نسبياً، ومن أمثلتها: الملابس، الأجهزة الكهربائية، الأثاث...إلخ.
- السلع الخاصة: وهي سلع تكون خصائصها متميزة؛ "مثل الأنواع الجديدة من السيارات و بعض أنواع الملابس والمجوهرات وغيرها من السلع التي يكون المستهلك على استعداد لبذل مجهود كبير للبحث عنها و اقتنائها "يقوم الزبون بالمقارنة بين العلامات التجارية؛ و لكن يبحث بنشاط عن نقطة البيع أين تتوفر العلامة التجارية المرغوبة؛ منجذبا بالولاء لخاصية أو أخرى تميزها عن غيرها من العلامات.

إن التصنيف السابق يلعب دوراً هاماً في تحديد السياسة التوزيعية؛ و لقد ذهب البعض إلى تبسيطه

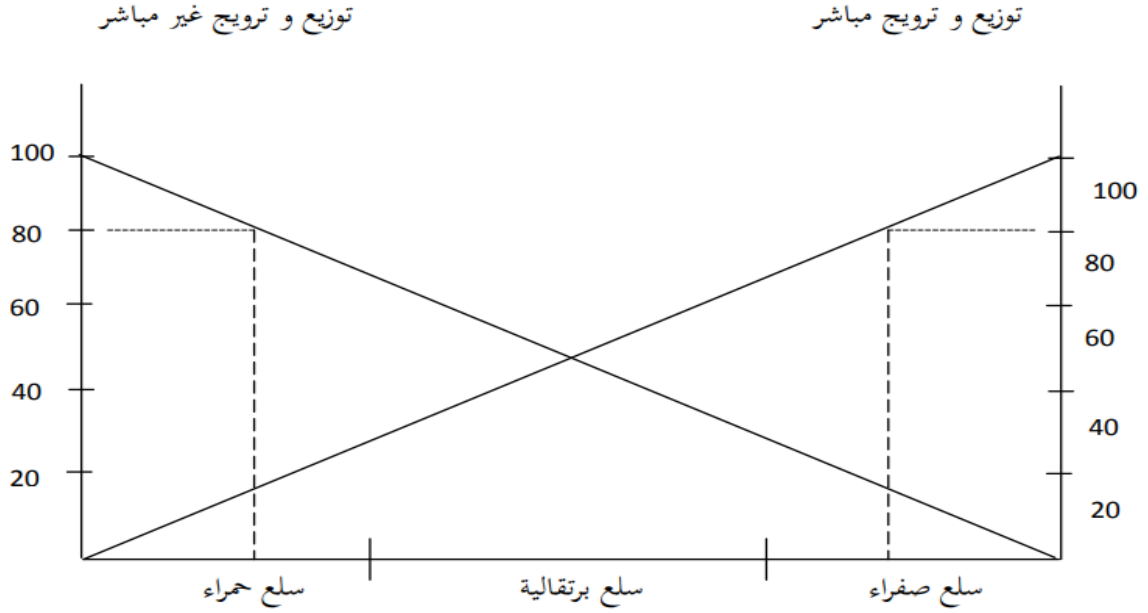
وفق ما يظهره الجدول الموالي:

تصنيف السلع	سلع حمراء	سلع برتقالية	سلع صفراء
الخصائص التسويقية			
1- معدل الإحلال (عدد البدائل)	مرتفع	متوسط	منخفض
2- هامش الربح	منخفض	متوسط	مرتفع
3- الخدمات التي يطلبها المستهلكون	منخفض	متوسط	مرتفع
4- الوقت الذي يستغرقه الإستهلاك	منخفض	متوسط	مرتفع
5- وقت البحث من جانب المستهلكين	منخفض	متوسط	مرتفع

المصدر: عصام الدين أمين أبو علفة، التسويق (المفاهيم-الإستراتيجيات، النظرية و التطبيق)، الجزء الأول، مؤسسة حورس، الإسكندرية، 2002، ص:364، بتصرف

وبناء على التقسيم السابق؛ يبنى قرار المفاضلة بين سياستي التوزيع المباشر والتوزيع غير المباشر وفق ما

يظهره الشكل الموالي:



وفق الشكل السابق؛ توزع السلع التي تميل إلى أن تكون من فئة السلع الصفراء توزيعاً مباشراً بنسبة كبيرة (80% مثلاً)؛ و توزع توزيعاً غير مباشر بنسبة (20%) ، أما السلع التي تميل إلى أن تكون حمراء فيستحسن أن توزع توزيعاً غير مباشر بنسبة كبيرة (80% مثلاً)؛ و توزع بطريقة مباشرة بنسبة (20%)

3. عوامل خاصة بالمؤسسة:

يمكن للمؤسسات ذات الحجم الكبير والموارد المالية الكافية أن تتولى بنفسها العديد من الأنشطة التوزيعية؛ مخفضة بذلك درجة اعتمادها على الوسطاء على عكس المؤسسات الصغيرة .

ويلعب مدى توفر المهارات التسويقية دوراً في اختيار القناة المناسبة؛ فكلما قلت تلك المهارات استدعى الأمر الاستعانة بالوسطاء؛ وهو الملاحظ بشكل خاص لدى المؤسسات التي تقتحم سوقاً جديداً أو أجنبياً.

يعتمد اختيار قناة التوزيع كذلك على "مدى اتساع تشكيلة منتجات المؤسسة؛ فالمنتج المتخصص في منتج واحد (مضارب التنس مثلاً) عليه أن يستعين بتجار الجملة من أجل الوصول إلى نقاط البيع المناسبة (محلات أدوات الرياضة)، أما إذا كان على عكس ذلك ينتج مجموعة متنوعة من المنتجات تباع في نقطة بيع

واحدة؛ فيمكنه أن يتوجه مباشرة إلى تجار التجزئة دون المرور بتجار الجملة، إن تاجر التجزئة يصعب عليه أن يشتري دفعة واحدة حاوية كاملة من غسالات الأطباق، لكنه، يستطيع بسهولة شراء حاوية تحتوي منتجات كهر ومنزلية متنوعة⁴⁵

كما قد ترغب المؤسسة في إحكام الرقابة على توزيع منتجاتها فتختار قناة التوزيع المباشر؛ متحملة بذلك تكلفة تفوق تكلفة التوزيع غير المباشر.

4. عوامل تتعلق بالوسطاء:

كلما وثق المنتج في أن الوسيط يؤدي الأنشطة التوزيعية بكفاءة أكبر منه أو بتكلفة أقل؛ كلما مال لتفضيل التوزيع غير المباشر، وقد لا يوافق الموزعون على سياسات المنتج عندما يبيع سلعته أيضا إلى منافسيهم في نفس المنطقة؛ كما قد لا يوافق المنتج على سلوك الموزع لتعامله مع المنتجات المنافسة؛ أو يعتبر أن هامش الربح الذي يطلبه لقاء وساطته غير مقبول لعدم إمكانية رفع سعر البيع بفعل المنافسة أو ارتفاع مرونة الطلب السعرية..

و قد لا يرضى المنتج عن الخدمات التي يقدمها الوسطاء؛ إذ يميل عادة إلى " استخدام الوسطاء الذين يؤدون جملة من ، كل ذلك يدفع المنتج باتجاه الاعتماد على نفسه في توزيع الخدمات: التمويل، التخزين، الترويج، و خدمات ما بعد البيع "منتجه.

5. إمكانية التطور:

من المعلوم أن اختيار قناة البيع يلزم المؤسسة لفترة زمنية قد تكون طويلة، و بعض القنوات تمكن من التكيف عند الحاجة أكثر من البعض الآخر؛ و على المؤسسة أن تبحث ليس فقط عن القناة التي تناسب الوضع الحالي للسوق، و إنما عن القناة التي حسب التطورات المحتملة- تكون قادرة على الاستجابة للحاجيات على المدى المتوسط و الطويل.⁴⁶

⁴⁵ Jean jacques Lambin et autres, Marketing Stratégique et Opérationnelle :du Marketing à l'orientation Marché, 6^{ème} édition,Dunod,Paris,2005,p520. "بتصرف"

⁴⁶ نصيب رجم، إدارة أنظمة التوزيع، دار العلوم للنشر و التوزيع، عنابة، الجزائر، 2006، ص215.

6. البيئة القانونية:

فالأدوية مثلا لا يمكن توزيعها دون ترخيص من الدولة⁴⁷

يجدر بالذكر أن المنتج الواحد قد يختار - و بالنسبة لنفس السلعة- مزيجا من التوزيع المباشر و غير المباشر؛ فـ "يوزع كمية من إنتاجه مباشرة إلى سوق أو مناطق معينة أو إلى كبار المشترين الصناعيين أو إلى المؤسسات ، و بالنسبة لقنوات التوزيع و الشركات الكبيرة ثم يوزع باقي إنتاجه عن طريق تجار الجملة أو التجزئة أو الوسطاء الوظيفيين "غير المباشر؛ قد يصرف جزءا كبيرا من إنتاجه عن طريق تجار الجملة بالموازاة مع تعامله مع بعض تجار التجزئة الذين يشكل قربهم منه أو حجم مشترياتهم مبررا كافيا للتعامل معهم...إن ذلك المزيج هو في المجمل محكوم بالسعي إلى أكبر تغطية للسوق بأعلى كفاءة.

د. قناة التوزيع الجديدة: الإنترنت

في عالم يتزايد فيه استخدام شبكة الإنترنت؛ وتتسع رقعة الخدمات التي تقدمها؛ صار البعض يعتقد أن "على كل موزع أن يملك موقعا على شبكة الإنترنت ليتمكن من إعلام زبائنه ويتيح لهم الدخول معه في اتصال وحوار".

لقد أفرزت الثورة الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال مفاهيم جديدة من أبرزها ما يعرف بالواقع الافتراضي "الذي أغنى المستهلك عن الجهد المبذول في الانتقال إلى المتاجر و المقارنة بين المعروضات و حملها و دفع ثمنها ثم الرجوع هبا إلى المنزل؛ إذ صار المستهلكون "يستطيعون أن يختاروا الأصناف التي يريدوا و يدفعوا ثمنها إلكترونيا و يتسلموا السلع؛ كل ذلك و هو أمام شاشة الحاسب الآلي في العمل أو في المنزل أو الفندق"، كما أن "التطورات التقنية في قطاع الاتصالات سمحت بإنشاء أساليب اتصال بديلة أكثر فعالية و أقل تكلفة بين المنتجين و الموزعين".

⁴⁷ Patricia Coutelle- Brillet-Véronique des gares, Marketing : de l'analyse à l'action, e-node & Pearson, education, France, 2004, P220.

أدى ازدهار التجارة الإلكترونية إلى جعل مستقبل الدور الذي يؤديه الوسطاء السابق ذكرهم محل تساؤل؛ بل صار البعض يتكلم عن مفهوم جديد هو إلغاء الوساطة؛ غير أن الدراسات التي أجريت في هذا المجال كشفت عن نتائج متضاربة

فبعضها يشير إلى أن دورهم في ظلها سيتعاظم؛ و مرجع ذلك التضارب أساسا هو غياب الإدراك الكافي للوظائف المؤداة من طرف الوسطاء و "غياب التفكير المتكامل الذي يأخذ بعين الاعتبار التكاليف المحتملة و الأسعار المقدمة من طرف. الوسيط من جهة والقيمة المدركة للخدمات المقدمة للزبائن من جهة أخرى".⁴⁸

ورغم الازدهار الكبير الذي عرفته التجارة الإلكترونية؛ إلا أن كلام المتخصصين فيها عن مفهوم 'إلغاء الوساطة' لا يعني الشطب الكامل للفاعلين في التوزيع؛ و لكن يعني إيجاد أنماط جديدة من التوزيع، وعليه يمكن أن تقود إعادة صياغة بعض الأنشطة إلكترونيا إلى استبدال الوسطاء التقليديين بوسطاء جدد أو إلى رفع عدد المتعاملين في القطاع.

في جميع الأحوال "هناك ثلاثة أسباب أساسية تحمي الموزعين وتشكل عائقا يمنع اختفاء الوسطاء المعهودين⁴⁹ :

- دوام الحاجة الماسة إلى الأنشطة اللوجستية كالنقل والتخزين.
- الاستخدام المتعاظم لتكنولوجيا المعلومات من طرف الوسطاء التقليديين و إمكانية استفادتهم هم أيضا من مزايا الإنترنت.
- عدم قابلية الزبائن للتعاطي الكامل والدائم مع ما هو افتراضي.

7. التوزيع الشخصي (توزيع العوائد على عوامل الإنتاج)

هذا النوع من التوزيع يوضح القدر الذي سيتحصل عليه الأشخاص من دخل او اجمالي دخول ولا يؤخذ بعين الاعتبار مصدر نوع هذا الدخل انما يدخل ضمن أنواع التوزيع و في هذا النوع من التوزيع يتم

⁴⁸ Denis Lindon- Frédéric Jallat, le Marketing, 5eme édition, Dunod, Paris, 2005, p : 183.

⁴⁹ Dennis Lindon- Frédéric Jallat, Op.Cit, p : 195.

توزيع الدخل على أفراد المجتمع بغض النظر عن مساهمتهم الفردية في عملية الإنتاج مما يجعل هذا النوع من التوزيع يتخذ شكلا جماعيا واجتماعيا.⁵⁰

7.1. توزيع العوائد على عوامل الإنتاج

يقصد بتوزيع العوائد على عوامل الإنتاج تقسيم الدخل الوطني بين الافراد او فئاته المختلفة الذين ساهموا في الإنتاج الوطني حسب مساهمة كل فرد و اطلق على هذا النوع من التوزيع عدة تسميات فقد اطلق الكلاسيكيون عليه مسمى " نظرية التوزيع" بينما في اخر القرن التاسع عشر شاعت تسمية " نظرية اثمان عناصر الإنتاج" وقد حدد الاقتصاديون اربع عوائد تقابل الأنواع الأربعة لعوامل الإنتاج فالريع عائد الأرض، والاجر عائد العمل، والفائدة عائدة على راس المال، والربح عائد التنظيم: و سيتبين معنى كل منها كما يلي:

51

7.1.1. الريع

يختلف الريع عن اثمان عناصر الإنتاج الأخرى لكونه يتعلق بالموارد ذات الطبيعة الخاصة النادرة والتي تتمثل في كونها محدودة الكمية نسبيا؛

- تعريف الريع:

يعرف الريع على انه الثمن او المقابل الذي يحصل عليه مالك الموارد الطبيعية و خاصة الأرض في مقابل الخدمات التي تقدمها هذه الموارد.⁵²

- أنواع الريع

يمكن التمييز عادة بين نوعين هما:⁵³

ريع النوعية: يسمى أيضا بريع الخصوبة، ويعتبر ريكاردو أول من وضع نظرية حول هذا النوع من الريع حيث إن ما يتحكم في قيمة الريع هو خصوبة الأرض فكلما كانت الأرض خصبة كلما كان ريعها مرتفعا مقارنة بالأراضي الأقل خصوبة.

⁵⁰ شيطبي حنان ، ص67

⁵¹ نفس المرجع أعلاه ص 67-68.

⁵² زينب حسن عوض الله، سوزي عدلي ناشد، " مبادئ علم الاقتصاد"، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2004، ص513. بتصرف

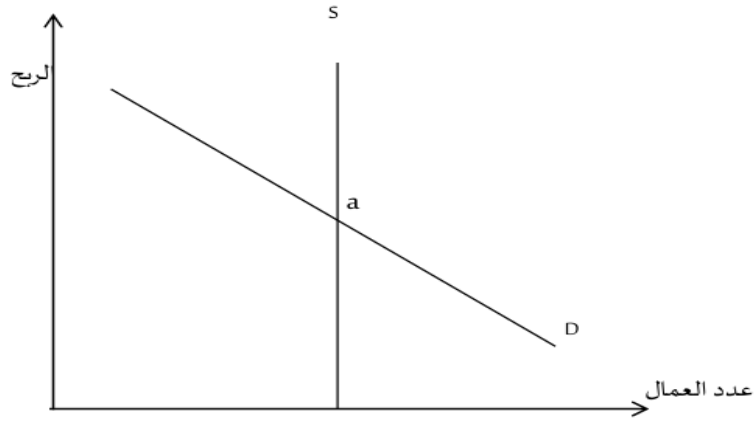
⁵³ فيصل بوطيبة مرجع سابق ص67-68. بتصرف .

ربح الموقع: هناك علاقة عكسية بين قرب موقع الأرض وبيعها، فكلما كانت قريبة من المراكز السكانية أي المدن الكبرى والأسواق كان ربيعها مرتفعاً والعكس صحيح.

- كيفية تحديد الربح

باعتباره سعر لمنفعة عنصر الأرض فإنه يتحدد عند التقاء الطلب على جهد استغلال الأرض مع عرض ذلك الجهد في سوق معين، أي وفقاً لقانون العرض والطلب.

الشكل رقم (07): تحديد الربح



المصدر: فيصل بوطيبة، مرجع سابق، ص: 129.

يلاحظ من خلال الشكل ان عرض الأرض ثابت (عديم المرونة) المتمثل في المنحنى S بينما الطلب على الأرض فهو مرن المتمثل بالخط المائل D وتتحدد قيمة الربح رياضياً عند تقاطع منحنى العرض مع الطلب في النقطة a واقتصادياً عند تطابق عرض ملاك الأراضي لأراضيهم مع طلب المزارعين عليها عند سعر توازن معين .

7.1.2. الأجر

يختلف مفهوم وطبيعة الأجر بين النظامين الرأسمالي والاشتراكي، وذلك لكون الأجر تشكل جزءاً هاماً في نظرية التوزيع المرتبطة بملكية عناصر الإنتاج المختلفة المرتكزة على الملكية الفردية في النظام الرأسمالي وعلى الملكية العامة أو الجماعية في النظام الاشتراكي، ومن ثم كان لابد من وجود اختلاف في مفهوم الأجر.

- تعريف الاجر:

يعرف الاجر على انه ثمن العمل او المقدار من النقود الذي يدفعه صاحب العمل الى العامل نظير خدمات يؤديها هذا العامل، وهي بالنسبة للعامل تمثل الدخل الذي يحصل عليه، مقابل ما يبذله من مجهود لفترة زمنية معينة لحساب صاحب العمل.⁵⁴

- أنواع الاجر:

إن التطرق لمفهوم الاجر لا يكتمل دون التطرق لأهم أشكاله التي يمكن ادراجها كالتالي:

الاجر النقدي والاجر العيني: الاجر النقدي هو المقابل لقيمة العمل ويدفع على شكل سيولة نقدية (كالدينار الجزائري)، أما الاجر العيني هو الذي يدفع للعامل على شكل سلع أو خدمات.

الاجر الاسمي والاجر الحقيقي: الاجر الاسمي هو ما يتلقاه العامل مقابل جهده المبذول في الإنتاج على شكل وحدات نقدية اما الاجر الحقيقي فيعبر عن مقدار السلع والخدمات التي يستطيع العامل الحصول عليها بأجره النقدي.

الاجر الزمني: هو الذي يدفع للعامل لقاء جهده على أساس الفترة الزمنية التي يقضيها في عمله وقد تكون بالساعات او بالأيام.

الاجر بالقطعة: هو الذي يدفع للعامل لقاء جهده على أساس وحدات الإنتاج المتفق عليها.

الاجر المقطوع: هو الاجر الذي يمنح للشخص مقابل قيامه لإنجاز معين، حيث يعتبر هذا الاجر ثابتا لا يشمل علاوات او لا يأخذ بعين الاعتبار التضخم وغلاء المعيشة.

- كيفية تحديد الأجر

إن الاجر مثله مثل عوائد الإنتاج الأخرى يخضع تحديده كسعر ينشأ عن تقاطع منحنى عرض العمل مع منحنى الطلب عليه في سوق العمل، حيث ترتفع الأجور عندما يزيد طلب المنتجين على العمال والعكس صحيح.⁵⁵

⁵⁴ صلاح عبد الباقي، "إدارة الموارد البشرية"، الدار الجامعية، مصر، 2000، ص359.
⁵⁵ الوادي وآخرون، ص303.

7.1.3. الفائدة

اختلف الاقتصاديون على وضع مفهوم دقيق للفائدة وبالرغم من هذا الاختلاف إلا أن جوهر الفائدة ذا مضمون واحد سيتم التطرق له فيما يلي.

- تعريف الفائدة:

تعرف الفائدة على انها: دخل رأس المال أو الثمن الذي ينبغي أن يدفع على خدمات رأس المال في العملية الإنتاجية أي الثمن الذي ينبغي ان يدفع للحصول على الأموال اللازمة لشراء الأجهزة الرأسمالية.⁵⁶

- أنواع الفائدة:

للفائدة عدة أنواع سيتم التطرق اليها فيما يلي:

الفائدة الاسمية والفائدة الحقيقية: يقصد بالفائدة الاسمية بالفائدة المتفق عليها فور الإقراض مثل مبلغ 2000 عن قرض قيمته 30000 حيث هذه الأخير لا تأخذ بعين الاعتبار التغير الذي ممكن ان يحصل للقدرة الشرائية للنقود بينما الفائدة الحقيقية تأخذ بعين الاعتبار التغير الذي يحصل في القدرة الشرائية ولهذا ممكن أن تكون الفائدة الحقيقية أقل قيمة من الافئدة الاسمية.

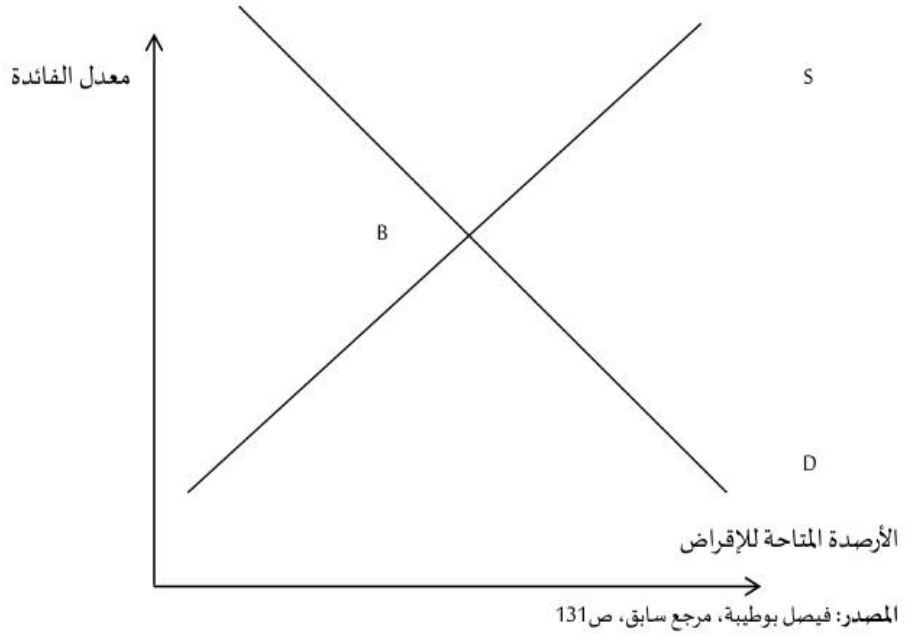
الفائدة البسيطة والفائدة المركبة: تعتبر الفائدة البسيطة فائدة تحسب على أساس ثابت للقرض بينما الفائدة المركبة تعتبر فائدة متراكمة ومتزايدة تحسب على أساس قيمة القرض طوال المدة الزمنية للقرض.

- تحديد سعر الفائدة:

ان سعر الفائدة ينظر اليه من منظور معين على أنه سعر الأرصدة القابلة للإقراض وبناء على ذلك فسعر الفائدة يتحدد بتقاطع منحنى عرض الأموال القابلة للإقراض مع منحنى الطلب عليها في سوق معينة.

⁵⁶ محمد عزيز، محمد عبد الجليل أبو سنيينة، "مبادئ الاقتصاد"، جامعة قاروينس، بنغازي، 2002، ص436.

الشكل رقم (08): تحديد معدل الفائدة



يلاحظ من الشكل أن العلاقة الطردية بين معدل الفائدة وعرض الأرصدة المتاحة للإقراض S من طرف البنوك، بينما العلاقة عكسية بين معدل الفائدة والطلب على الأرصدة المتاحة للإقراض D وعند تطابق العرض والطلب يتحدد معدل الفائدة التوازني b.

7.1.4. الربح

يختلف الربح عن باقي أثمان الخدمات عوامل الإنتاج فالربح يعتبر مبلغ إلا انه يتعرض لتقلبات كثيرة ترجع الى ظروف الإنتاج وتكاليف الإنتاج والسلع وكل العوامل المؤثرة في السوق.

- تعريف الربح:

يعرف الربح على أنه: " الدخل الذي يحصل عليه المنظم مقابل إدارته لمشروع الاستثماري كما يقصد به المكافأة التي يأخذها المنظم عن المخاطر التي يتحملها أثناء قيامه بالاستثمار".⁵⁷

⁵⁷ عامر علي سعيد، "مقدمة في الاقتصاد الجزئي"، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 359.

- أنواع الربح:

يمكن التمييز بين نوعين أساسيين للربح وهما الربح الاقتصادي والربح المحاسبي⁵⁸ سيتم التطرق لهما فيما يلي:

الربح الاقتصادي: هو عبارة عن الفرق الإيرادات الكلية والتكاليف الاقتصادية (النفقات الظاهرة) للكشوف المحاسبية والضمنية التي تضم الى جانب التكاليف الظاهرة جهد المنظم وأرضه الخاصة ورأسماله الخاص.

الربح المحاسبي: هو عبارة عن الفرق بين الإيرادات الكلية للمنتج ونفقاته الكلية، أي ما تبقى للمالك بعد خصم نفقات عوامل الإنتاج الباقية كالأجر والفائدة والريع إضافة الى خصم أقساط الاهتلاك خلال مدة زمنية معينة والضرائب، وهذه النفقات تعرف بالنفقات الظاهرة أي الفرق بين الإيراد الكلي والتكاليف المحاسبية (التكاليف الظاهرة)؛ ولهذا يعتبر الربح المحاسبي أكبر من الربح الاقتصادي لأن التكاليف المحاسبية أقل من التكاليف الاقتصادية.

- تحديد الربح:

يمكن ان يتحدد الربح بعد تسديد كافة التكاليف (ريع وفوائد وضرائب و أجور...) و يحسب على أساس الفرق بين الإيرادات التي حققها المشروع و بين كافة التكاليف التي تم تسديدها وتحملها لإتمام المشروع.

.III. التبادل

يعتبر نشاط التبادل من بين اهم الانشطة الاقتصادية التي شهدها العالم، حيث تتمثل عملية المبادلة في الحصول على أشياء مقابل أشياء أخرى فقد استخدمت عملية المبادلة مجموعة من المراحل وهي نظام المقايضة ومرحلة استخدام وظهور النقود.

⁵⁸ فيصل بوطيبة، مرجع سبق ذكره، ص131-132.

1. مرحلة المقايضة

شهد نشاط التبادل العديد من المراحل، بداية بمرحلة المقايضة، التي تعرضت لعدة صعوبات واجهته وهذا ما سيتم إدراجه وشرحه في هذا العنصر على الشكل التالي:

1.1 مفهوم نظام المقايضة

نظام المقايضة هو النظام القائم على أساس تبادل الحاجات بمعنى تبادل سلع بسلع أخرى فضلا عن إمكانية تبادل الخدمات، وقد كان هذا النظام هو السائد والقائم في المجتمعات البدائية أي قبل تطور التجارة والصناعة واتساع نطاقهما،⁵⁹ فهني تعني تبادل سلعة بسلعة أو خدمة بخدمة دون استخدام أي وسيلة لعملية التبادل هذه.

حيث أدرك الفرد صعوبات إنتاج كل ما يحتاج إليه من السلع والخدمات، كما أدرك أهمية التخصص فأصبح كل فرد يمارس فرعا خاصا من فروع الإنتاج وينتج كمية أكبر من حاجاته ويحصل على باقي السلع التي يحتاجها من منتجي تلك السلع أو الخدمات عن طريق مبادلة فائض إنتاجه بفائض إنتاج وخدمات الآخرين.⁶⁰

ونظرا لاتساع نطاق هذا النشاط تمت مواجهة عدة صعوبات سيتم إيجازها فيما يلي:

1.2 صعوبات نظام المقايضة

يمكن إيجاز الصعوبات التي واجهت نظام المقايضة فيما يلي:

- صعوبة إيجاد وحدة قياس للتبادل، حيث يصعب تقييم السلع المتبادلة او الخدمات بقيمة دقيقة لذلك ينقصها وحدة حساب عامة ومشاركة يقاس بها أسعار السلع والخدمات المتبادلة في السوق.
- صعوبة تخزين وادخار بعض السلع نظرا لعدم توفر إمكانيات التخزين وهذا ما يؤدي الى تلف السلع التي تزيد عن اشباع حاجة المستهلك.
- صعوبة حدوث التوافق الثنائي لرغبات المتبادلين، أي صعوبة تجزئة بعض السلع لتتوافق مع الجانب الآخر من عملية التبادل.

⁵⁹ أحمد فريد مصطفى وآخرون، " الاقتصاد النقدي والمصرفيين النظرية والتعليق"، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، 2000، ص14

⁶⁰ ضياء مجيد، " الاقتصاد النقدي"، مؤسسة شباب الإسكندرية، 2002ص14

- صعوبة إيجاد مقياس للمدفوعات الآجلة، في ظل نظام المقايضة تكون أداة المدفوعات الآجلة هي السلع، وتكون هذه الوسيلة معرضة للخطر كانهخفاض قيمتها أو مخاطر التلف.
- صعوبة مقايضة الخدمات بالسلع، حيث يصعب مبادلة سلعة بخدمة.

2. مرحلة التبادل بالنقود

النقود أداة اجتماعية اخترعها الإنسان منذ زمن بعيد ليدفعها للغير أو يتلقاها منه، وقد ابتكر الإنسان فكرة النقود نظرا للحاجة إلى توسيع نطاق التبادل الذي تدعم بازدياد التخصص وتقسيم العمل واتساع نظام الملكية الخاصة.⁶¹

2.1. ماهية النقود

لقد كان نظام المقايضة كافيا لمواجهة الحاجة إلى التبادل حيث لم يكن التخصص وتقسيم العمل قد وصلا بعد إلى درجة كبيرة من التعقيد، وكان الإنتاج يتم أساسا لإشباع الحاجات مباشرة، لكن المقايضة نفسها ساعدت بجانب عوامل أخرى عديدة على زيادة درجة التخصص وانتشار تقسيم العمل. ومن ثم نشأت الحاجة إلى التوسع في التبادل وهنا عجزت المقايضة على مواجهة هذا التوسع الذي املته متطلبات التطور في النشاط الاقتصادي إنتاجا وتوزيعا وظهرت صعوبات المقايضة والحاجة المتزايدة إلى أداة لتسهيل التبادل ومن هنا النقود للتغلب على هذه الصعوبات.⁶²

2.2. وظائف النقود

ظهرت النقود نتيجة لحاجة الانسان لوسيلة لتسهيل و معالجة الصعوبات التي واجهها في عملية التبادل من أهم وظائف النقود ما يلي:

- النقود وسيلة للتبادل
- النقود مقياس للقيمة (تقدر بها قيمة السلع)
- النقود مستودع للقيمة (مخزن للقيمة)
- أداة لتسديد للمدفوعات الآجلة

⁶¹ إسماعيل عبد الرحمان، حربي محمد عريقات، "مفاهيم ونظم اقتصادية التحليل الاقتصادي الجزئي والكلية" دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 203-204.

⁶² طاهر فاضل البياتي، خالد توفيق الشمري، مرجع سابق، ص 294.

2.3. أنواع النقود

أدى استخدام النقود لظهور أشكال عديدة ومختلفة ويمكن تقسيمها كالآتي:

2.3.1. النقود السلعية:

هناك العديد من السلع التي قامت بوظائف النقود كالذهب والفضة التي استخدمت كنقود لما لها من ميزات خاصة كالقبول العام والتجزئة وسهولة التخزين وسهولة حملها وارتفاع قيمتها بالنسبة للسلع الأخرى. وقد استخدمت الحكومات هذين المعدنين كنقود من خلال المسكوكات، وقيمة هاته المسكوكات بقيمة ما تحويه من المعدن، لذلك يطلق عليها بالنقود السلعية لأنها تستخدم كنقود وسلع في وقت واحد.

2.3.2. النقود الإلزامية:

النقود الإلزامية أو القانونية هي أي شيء يفرضه القانون على الأفراد لاستخدامه كنقود في عمليات التبادل، وتمتاز هذه النقود بارتفاع قيمتها القانونية عن قيمة السلعة المصدرة بها، وتكتسب قيمتها من الإلزام القانوني، وتتمثل في (النقود الورقية، النقود المعدنية، الودائع المصرفية)

2.4. خصائص النقود

- القبول العام من قبل المستهلكين
- سهولة التجزئة أي في حالة تجزئة الوحدة النقدية المستخدمة لا تفقد قيمتها
- سهولة التخزين لأن النقود غير قابلة للتلف في حالة التخزين

IV. حيز التبادل (السوق)

إن عملية الإنتاج لا يتم نجاحها إذا لم توفق بعمليات البيع والشراء في سوق معينة، وتتطلب هذه الأخيرة وجود التي العرض والطلب لتحديد قيمة المنتجات والخدمات.

1. تعريف السوق :

اختلفت تعريفات السوق من مرحلة لمرحلة في علم الاقتصاد حيث تم تعريفه على أنه

1.1. التعريف بالمفهوم القديم :

إن التعريف التقليدي للسوق هو أنه محصور في المكان الذي يلتقي فيه المتعاملون وعلى الحالة المادية المتوفرة في تلك الفترة الزمنية، فإن السوق في تلك الفترة كان محدود من حيث الحيز المكاني وذلك لعدم توفر وسائل الاتصال والتكنولوجيا المتوفرة في الوقت الحالي، وبعد الثورة التي حصلت على مستوى قطاعات الاتصال والنقل انتقل السوق من مفهومه القديم التقليدي إلى المفهوم العصري الغير المنحصر على الكيان المكاني فقط.

1.2. التعريف بالمفهوم الحديث:

إن السوق حسب مفهومه الاقتصادي الحديث الذي ظهر بعد التطور أصبح يتمثل في العالقات المتبادلة ما بين المتعاملين في السوق والذين تتلاقى رغباتهم المتمثلة في تبادل السلع والخدمات المتنوعة من حيث طلبها أو عرضها، وأن هذا المفهوم الجديد لا يقتصر على أن السوق في محل جغرافي معين أي في حيز مكاني بل بفضل التطور على مستوى وسائل الاتصال أصبحت التعاملات واسعة المجال فمثال في وقتنا هذا أصبحت الأنترنت سوقا عامليا تربط كافة أسواق العالم. ومن هذا المعنى الاقتصادي اتضح أن نطاق السوق لسلع ما لا يحده إلا مدى سهولة الاتصال بين أطراف المتبادلين ومدى قابلية السلع للنقل من متعامل لأخر، أي أن السوق لا يتحدد بمكان أو نطاق مادي معين.

2. وظائف السوق:

تختلف وظائف الأسواق باختلاف الأنظمة الاقتصادية الموجودة، ولكن أغلبية الأسواق تشترك في الوظائف التالية:

• تنظيم الإنتاج:

حيث تتم عملية تنظيم الإنتاج لسلعة أو خدمة معينة على ضوء موقف السلعة أو الخدمة في السوق بمتابعة عرضها والطلب عليها ومستوى أسعارها في السوق، وبالتالي تنسيق الإنتاج بناء على الأسعار والطلب على مختلف السلع والخدمات.

• تحديد قيمة السلع أو الخدمات:

حيث يتم تحديد قيم السلع والخدمات بناء على تفاعل الطلب مع العرض على السلع والخدمات، وتكون الأسعار هي مقياس تلك القيم.

• توزيع السلع والخدمات:

تم توزيع السلع أو الخدمات المنتجة عن طريق الأسواق عن طريق تقديمها للأسواق.

• تشجيع الاستثمار والادخار:

حيث يعتبر الاستثمار والادخار من أهم وظائف السوق المهمة بالمستقبل وتتم هاتين العمليتين نتيجة ظروف السوق المختلفة.

3. أنواع السوق:

توجد العديد من أنواع الأسواق التي تختلف باختلاف كيفية ومضمون التعامل فيها ومنها ويمكن ايجازها فيما يلي:

3.1. سوق السلع والخدمات:

يقصد بسوق السلع والخدمات هو المكان الذي يلتقي فيه عارضوا هذه السلعة أو الخدمة مع طالبيها، وتشمل السلع التي يتم التفريق بينها حسب طبيعتها كالتالي:

- سوق السلع الاستهلاكية: سوق الخضار والفواكه واللحوم.
- سوق السلع التجهيزية: مثل السوق الفلاحية والصناعية.
- سوق السلع الوسطية: مثل سوق النفط والمواد الأولية.

يتشكل سوق السلع والخدمات من القطاعات الأساسية التالية:

- قطاع المستهلك:

هم الأفراد والأسر الذين يطلبون السلع والخدمات الاستهلاكية ويوفرون خدمات عناصر الإنتاج .

- قطاع الإنتاج:

هم المنشآت وأصحابها من رجال العمال والمستثمرين الذين يطلبون السلع والخدمات الاستثمارية ويوظفون عناصر الإنتاج بغرض إنتاج وتوفير السلع والخدمات .

- القطاع الحكومي:

هي الوحدات الحكومية المختلفة ويعكس الطلب الحكومي على السلع والخدمات.

- القطاع الخارجي:

هو الطلب المحلي على السلع والخدمات الخارجية (الواردات) والطلب الخارجي على السلع والخدمات المحلية (الصادرات) .

3.2. سوق العمل:

هو مكان التقاء عارضي قوة العمل (الأفراد الراغبين في العمل) مع طالبي خدمة العمل (المؤسسات والإدارات) يعرف سوق العمل على أنه سوق افتراضي كما أنه من أنواع الأسواق الاقتصادية، حيث يجتمع فيه كل من الأشخاص الذين يبحثون عن وظائف مناسبة بالإضافة إلى أصحاب هذه الوظائف من أصحاب

الشركات والمؤسسات المختلفة، حيث يعتبر هذا السوق حلقة وصل بين كل الأشخاص المرتبطين ارتباطاً مباشراً بالعمل.

3.3. سوق الأوراق المالية:

هو المكان الذي يلتقي فيه عارضوا الأوراق المالية مع طالبيها، حيث يتم فيه تداول أصول مالية طويلة الأجل ويأتي عرض هذه الأموال من جانب أولئك الذين يريدون توظيف أموالهم لأجل طويل، أما الطلب فيأتي من جانب أولئك الذين يريدون استخدامها في استثمارات طويلة الأجل؛ حيث يعتبر سوق الأوراق المالية الحيز الذي يجمع بين بائعي الأوراق المالية ومشتريها بصرف النظر عن الوسيلة التي يتحقق بها هذا الجمع أو المكان الذي يتم فيه، شريطة توافر قنوات اتصال فعالة بين المتعاملين سواء في السوق المحلية أو الدولية تمكنهم من المتابعة الفورية لأسعار الأوراق المالية أينما وجدت.

كما تصنف الأسواق تبعاً لاتساعها أو ضيقها إلى الأصناف التالية⁶³:

- الأسواق المحلية:

وهي تلك الأسواق التي يتم فيها تبادل السلع والخدمات في مدينة ما أو قرية أو داخل دولة معينة دون الخروج من حدودها في عملية التبادل.

- الأسواق الإقليمية:

وتتمثل في تلك الأسواق التي تتعامل فيها مجموعة من البلدان متجانسة من حيث تقاليدها وعاداتها الاستهلاكية.

- الأسواق العالمية:

هي الأسواق التي يتعامل فيها المنتجين والمشتريين لسلعة أو خدمة على مستوى عالمي.

⁶³ علي جودع الشرفات وآخرون، "أساسيات الاقتصاد الجزئي"، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2008، 150.

4. أشكال الأسواق

إن التعاملات ما بين طالبي وعارضي السلع والخدمات تتم على أساس الأثمان المختلفة المتوقعة على نوع السوق المتكونة فيه الصفقة المعينة، وأن هذه الأثمان تتغير حسب هيكل السوق أيضاً، إن الأسواق تختلف حسب الطريقة المحددة للثمن ومن جهة أخرى حسب سلطة كل من البائع والمشتري في تحديد ثمن الصفقة. وتنقسم أشكال السوق الى نوعان اساسيان هما:

4.1. سوق المنافسة الكاملة:

إن هذا النوع من السوق يتكون حسب شروط لازمة الوجود لتحقيقه، ولقد حظي بالعديد من الدراسات من جانب الاقتصاديين ولقد كان الاقتصادي "كورنو" أول من عالج حالة المنافسة الكاملة في كتابه؛ وتتطلب سوق المنافسة الكاملة عدة شروط أهمها:

- التجانس في وحدات السلعة:

ويقصد بتجانس السلع أن تكون جميع الوحدات السلعية متشابهة ومتماثلة ومتساوية من حيث درجة الإشباع للرغبات، أي متطابقة من ناحية الجودة والكفاءة في أداء الخدمة

- تعدد البائعين والمشتريين:

يشترط إن يوجد عدد كبير من المشتريين والبائعين لنفس السلعة، أي بمعنى اخر كلما انفرد المشتري بسلعة ما كانت نسبة شراء هذه السلعة المعنية ضئيلة مقارنة بالكمية الكلية المطلوبة وبهذا مهما زاد أو نقص من نسبة شرائه لن يؤثر في حجم الطلب الكلي، أما بالنسبة للبائع المنفرد بالسلعة فانه يمد السوق بنسبة ضئيلة جدا من الكمية الكلية المعروضة منها وبهذا فإنه لن يؤثر فيها مهما زاد أو نقص إنتاجه لها، وهكذا يتحقق التوازن .

- العلم الكامل بظروف السوق:

ويقصد بهذا أن يكون مجموع المشتريين والبائعين على علم بالثمن السائد في السوق بالنسبة للسلعة وظروف عرضها وطلبها، فعند عرض البائع لسلعة ما لا يستطيع رفع السعر على السعر السائد في السوق

أما المشترون لا يستطيعون أن يدفعوا ثمنًا أقل من الثمن السائد في السوق، وبذلك الثمن يكون ثابت داخل السوق لا يتغير بقوى المتعاملين

- حرية الدخول والخروج من السوق:

ويقصد به أن يكون في استطاعة أي بائع جديد راغب في إنتاج سلعة ما أن يدخل أو يخرج من السوق دون أي عائق قانوني أو اقتصادي وتشتمل حرية الدخول أيضا على عناصر الإنتاج اللازمة لإنتاج السلع.

4.2. سوق المنافسة غير الكاملة

وتنقسم هذه السوق الى ثلاثة اشكال سيتم ادراجها كما يلي:

4.2.1. سوق الاحتكار التام

يعتبر سوق الاحتكار التام الصورة المتناقضة تماما لسوق المنافسة الكاملة في كافة الشروط، فإن الاحتكار معناه يعني اختفاء كل إثر المنافسة وسيادة الاحتكار سواء من جانب البائع أو المشتري وفيما يلي شروط الاحتكار :

- من جانب المشتري:

نجد حالة الاحتكار الكامل من طرف المشتري وهذا في حالة تحكم مشتري واحد في طلب السلعة وسعرها.

- من جانب البائع:

نجد حالة الاحتكار الكامل من طرف البائع وهذا في حالة تحكم بائع واحد في عرض السلعة وسعرها ويشترط ألا يكون لهذه السلعة مثيل أو بديل من وجهة نظر رغبة المشتري.

وكذلك وجود قيود تمنع دخول المنتجين جدد إلى السوق المحتكر مثل عوائق قانونية (براءة الاختراع)، عوائق حكومية (قوانين) عوائق إنتاجية (ملكية عناصر الإنتاج) عوائق تقنية (التكنولوجيا المستخدمة).

4.2.2. سوق احتكار القلة

يقصد به قيام حالة الاحتكار دون أن يتمثل في وجود بائع أو مشتري وحيد للسلعة أو وجود مشتري أو مستهلك وحيد للسلعة بل يوجد هناك عدد قليل من البائعين لسلعة ما وقد يحدث احتكار القلة سواء من جانب البائعين أو المشتريين، ويتميز بخصائص كالتالي:

- وجود عدد قليل من البائعين والمشتريين .
- وجود سلع غير متجانسة وأسعار مختلفة
- في حالة احتكار القلة من البائعين يكون كل بائع على علم برد فعل باقي البائعين
- في حالة احتكار القلة من المشتريين يكون كل مشتري على علم برد فعل باقي المشتريين
- وجود منافسة غير سعرية، بحيث تكون السلع المنتجة سلع متميزة، ويكون هناك اختلاف بسيط كنوع التغليف وخدمات ما بعد البيع.
- وجود عوائق تمنع دخول السلع إلى السوق أي دخول أي مشروع للسوق.

5. آليات السوق

يعمل السوق بتركيب مجموعة من الآليات تتمثل في العرض والطلب.

5.1. آلية الطلب

يعرف الطلب على انه: " الكمية من السلع والخدمات التي يرغب المستهلكون في شرائها ولهم المقدرة المالية على الشراء بالسعر السائد في سوق معينة خلال فترة زمنية محددة " وفي هذه الحالة فقط يكون الطلب فعالا، ويكون إيجابيا من المنظور الاقتصادي، فتوفر الرغبة لدى المستهلكين دون قدرتهم على دفع قيمة السلعة أو الخدمة ليس له أي معنى اقتصادي.

5.1.1. قانون الطلب

ينص قانون الطلب على وجود عالقة عكسية بين سعر السلعة والكمية المطلوبة منها، أي انه كلما زاد سعر السلعة انخفضت الكميات المطلوبة، والعكس صحيح؛ إلا أن هذا القانون لا يطبق على بعض السلع في بعض الحالات وتسمى استثناءات قانون الطلب مثل: حالة الحروب، حالة التباهي والتفاخر، مسايرة المجموعة (التقليد) دافع التميز والانفرادية.

5.1.2. جدول ومنحنى الطلب

يبين جدول الطلب الكميات المطلوبة من سلعة معينة عند أسعار معينة، كما يوضح منحنى الطلب التمثيل البياني لهذا الجدول، ويعبر المنحنى عن التمثيل البياني للعلاقة العكسية بين سعر السلعة والكمية المطلوبة منها، مع افتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب.

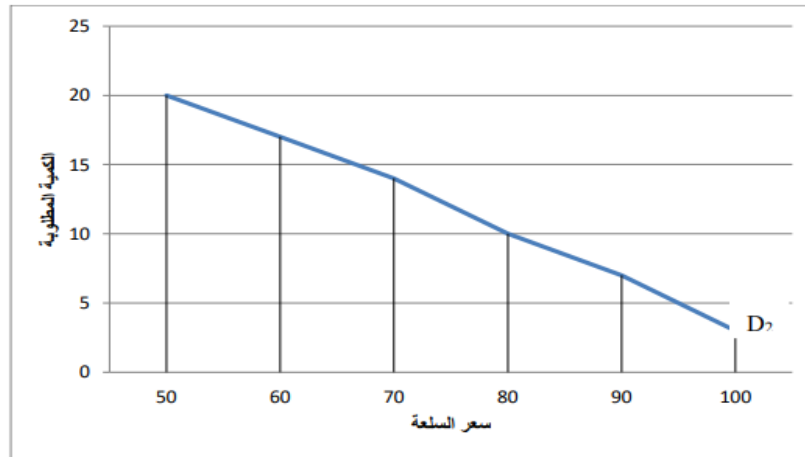
الجدول رقم (02): قانون الطلب

كمية السلعة المطلوبة	سعر السلعة (دج)
3	100
7	90
10	80
14	70
17	60
20	50

المصدر: فيصل بوطيبة، مرجع سابق، ص103

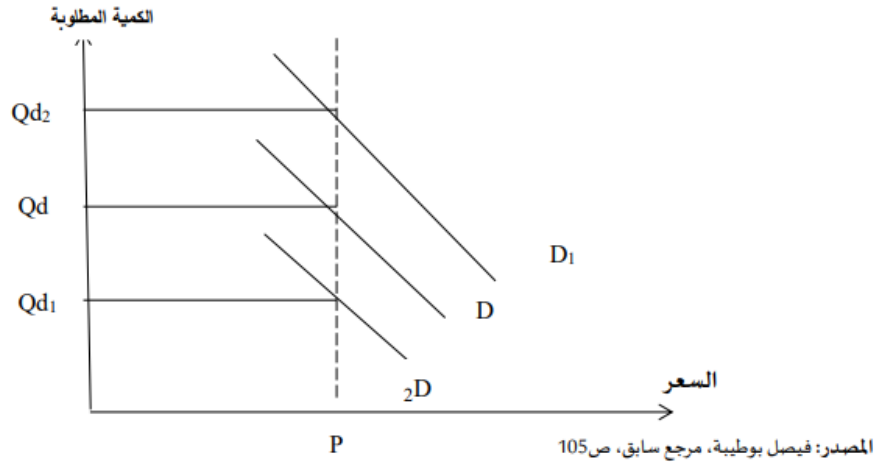
يلاحظ من الجدول تزايد الكميات المطلوبة من السلعة كلما انخفض السعر، بناء على معطيات الجدول السابق يمكن رسم منحنى الطلب كما يلي:

الشكل رقم (02): منحنى الطلب



من خلال الشكل يمكن أن نستنتج بأن منحنى الطلب هو خط مستقيم سالب الميل، دلالة على وجود علاقة عكسية بين السعر والكمية المطلوبة ما من السلعة بافتراض ثبات العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب.

الشكل رقم (03): تغير الكمية المطلوبة مع ثبات السعر



من الشكلين السابقين يلاحظ أن التغير في السعر مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة يؤدي إلى تغير في الكمية المطلوبة، حيث يكون هذا التغير بيانياً على نفس المنحنى زيادة أو نقصاناً (الشكل الأول)، ولكن بافتراض ثبات السعر وتغير أحد أو كل محددات الطلب ينتقل المنحنى إلى الأعلى في حالة زيادة الطلب وإلى الخلف في حالة انخفاض الطلب.

5.1.3. محددات الطلب

ويقصد بها العوامل المؤثرة في الطلب على سلعة أو خدمة معينة وهي

- سعر السلعة نفسها:

توجد علاقة عكسية بين سعر السلعة والكمية المطلوبة منها، حيث أن ارتفاع السعر يؤدي إلى

انخفاض الطلب على السلعة والعكس صحيح

- أسعار السلع البديلة:

السلع البديلة هي السلع التي تتنافس على إشباع حاجة معينة لدى المستهلك، فالعلاقة بين الطلب على السلعة وسعر السلعة البديلة لها علاقة طردية، فكلما زادت أسعار السلع البديلة زادت الكمية المطلوبة من السلعة، والعكس صحيح مثل: الشاي والقهوة

- الدخل المتوسط لدى المستهلك:

العلاقة بين طلب سلعة طبيعية ومستوى دخل المستهلك علاقة مباشرة، حيث أن زيادة الدخل تمكن المستهلك من زيادة استهلاكه للسلع الطبيعية كما تمكنه من زيادة شراء سلع جديدة لم يكن بمقدوره شرائها من قبل والعكس صحيح بالنسبة للسلع العادية، لكن الزيادة في الدخل تؤدي إلى تراجع الطلب في حالة السلع الرديئة، فعند تحسن دخل الفرد يفكر في شراء سلع أحسن جودة

- ذوق المستهلك:

فيما يتعلق بذوق المستهلك فتغير ذوق المستهلك ناحية سلعة معينة سيزيد من الطلب عليها كما أن تغير ذوق المستهلك ضد سلعة معينة سيقلل من الطلب عليه، مثال إذا أصبح المستهلك يحب الحلوى بدرجة أكبر من ذي قبل، يؤدي هذا إلى شراء الفرد لكميات أكبر عما كان يشتريه، أما إذا حدث وكره المستهلك طعم الحلوى فإن الكميات التي يطلبها منها ستقل، أي العلاقة بين ذوق المستهلك والطلب علاقة طردية شريطة بقاء العوامل الأخرى ثابتة ويتأثر ذوق المستهلك بعوامل مثل الإعلان، التقليد، حب التفاخر

- توقعات المستهلك:

فيما يخص توقعات المستهلك فإن توقعات ارتفاع الأسعار في المستقبل لسلعة ما سيزيد من الطلب عليها، فهناك علاقة عكسية بين توقعات المستهلكين والطلب على السلعة.

- الإنفاق على الدعاية والإعلان والإشهار:

زيادة الإنفاق على الدعاية واللجان يقدم السلعة للمستهلكين ويرغبهم فيها ويزيد من الطلب عليها. فالعلاقة بين الإنفاق على الدعاية والإعلان والطلب على السلعة علاقة مباشرة وطردية.

- عدد المستهلكين:

توجد علاقة طردية بين الكمية المطلوبة من كل سلعة وعدد المستهلكين لتلك السلعة، حيث تزداد الكمية المطلوبة من كل سلعة كلما زاد عدد المستهلكين لتلك السلعة وتنخفض الكمية المطلوبة من كل سلعة كلما انخفض عدد المستهلكين لتلك السلعة (يعتمد بصفة أساسية على حجم السكان والذي بدوره يعتمد على عوامل ديمغرافية مثل معدلات الهجرة ومعدلات المواليد والوفيات وغيرها)،

- أسعار السلع المكملة:

السلع المكملة هي السلع التي تستخدم معا أو تكمل بعضها البعض من أجل إشباع حاجة معينة، فالعلاقة عكسية بين سعر السلعة الأصلية والطلب على السلعة المكملة لها، فمثال ارتفاع سعر السيارات يؤدي إلى تراجع الطلب على السيارات والذي بدوره يؤدي إلى تراجع الطلب على البنزين. بالإضافة للمحددات السابقة نجد أن الطلب على بعض السلع يتأثر بعوامل خاصة مثل العوامل المناخية والاجتماعية مثال الطلب على المشروبات الباردة يزداد في فصل الصيف وينخفض عليه في فصل الشتاء.

5.1.4 دالة الطلب

هي علاقة دالية أو صياغة رياضية للعلاقة التي تربط بين الكمية المطلوبة من سلعة (كمتغير تابع) والعوامل المؤثرة في الطلب على هذه السلعة (كمتغيرات مستقلة) وتكتب بالشكل التالي:

$$Q_d = f(y, p_x, p_r, N, T, E, \dots)$$

بحيث:

Q_d : الكمية المطلوبة	y : دخل المستهلك	p_x : سعر السلعة
p_r : أسعار السلع الأخرى	N : عدد المستهلكين	T : أذواق المستهلكين
		E : توقعات المستهلكين

5.2. آلية العرض

وتوضح هذه الآلية تناسب الكمية المعروضة من سلعة معينة مع أسعارها في السوق.

يعرض العرض على أنه: " تلك الكمية من السلع أو الخدمات والتي تكون متاحة للمشتريين في سوق معينة وفي فترة زمنية معينة وبسعر معين ."

كما يعرف العرض كذلك على أنه: " الكميات من السلع التي يكون المنتجون راغبين وقادرين على توفيرها عند أسعار معينة خلال فترة زمنية معينة."

بهدف تحقيق مكاسب مالية، وبناء عليه لا يدخل في دائرة العرض ما هو موجود في المخازن لأنهم يدخل بعد إلى السوق، كما أن الكمية المعروضة تستجيب لتقلبات الأسعار، فضلا عن ذلك فالأصل في عرض السلعة أو الخدمة هو السعي إلى الربح لأنه هو الدافع الرئيسي للإنتاج وتوفير الخدمات.

5.2.1. قانون العرض

يوضح قانون العرض وجود علاقة طردية بين الكمية المطلوبة من السلعة وبين سعر هذه السلعة، أي كلما ارتفع السعر زادت الكميات المعروضة من السلعة والعكس صحيح.

5.2.2. جدول العرض

هو جدول يبين فيه ارتفاع الكميات المعروضة من السلعة مع ارتفاع أسعارها.

الجدول رقم (03): الكمية المعروضة بدلالة السعر

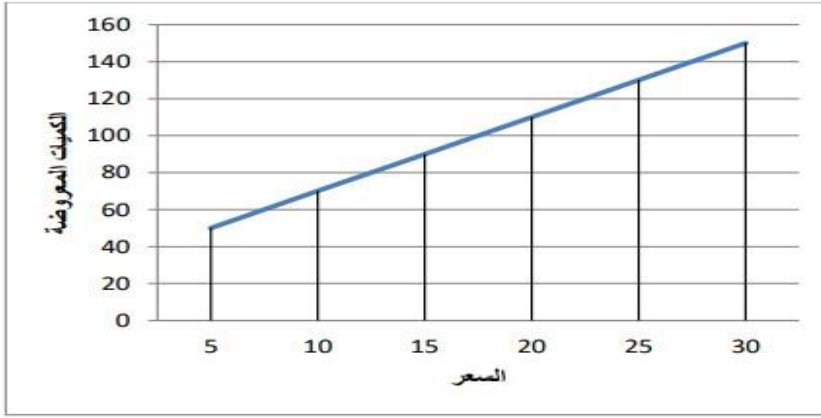
الكمية المعروضة (كغ)	سعر السلعة (دج)
50	5
70	10
90	15
110	20
130	25
150	30

المصدر: فيصل بوطيبة، مرجع سابق، ص 96

5.2.3. منحنى العرض

هو منحنى هندسي تمثل فيه مختلف الثنائيات المرافقة للعلاقة الطردية بين الكميات المعروضة من سلعة معينة مع الأسعار التي توافقها.

الشكل رقم (04): الكمية المعروضة بدلالة السعر



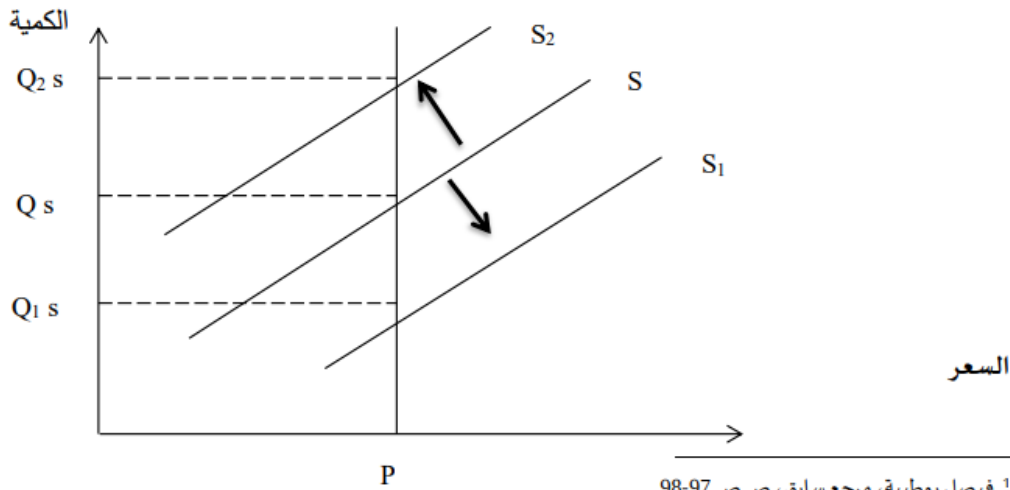
المصدر: فيصل بوطيبة، مرجع سابق، ص 97

يتضح من خلال الشكل إن:

- منحنى العرض متصاعد من جهة اليمين
- ميل منحنى العرض موجب للدلالة على العلاقة الطردية بين سعر السلعة والكمية المعروضة منها .

من جهة أخرى يوضح الشكل السابق أن أي تغيير في السعر مع ثبات باقي محددات العرض يؤدي إلى تغيير في الكمية المعروضة، بحيث يكون التغيير بيانياً على نفس منحنى العرض زيادة أو نقصاناً، أما عند ثبات السعر وحدث تغيير في أحد أو كل محددات العرض الأخرى، عندها ينتقل منحنى العرض جهة اليمين في حالة زيادة العرض، وينتقل جهة اليسار في حالة نقصان العرض كما يوضحه الشكل الموالي.

الشكل رقم (05): منحنى العرض متصاعد من جهة اليمين



¹ فيصل بوطيبة، مرجع سابق، ص 97-98

5.2.4. محددات العرض

هناك عدة عوامل تؤثر على الكميات المعروضة من السلع بخلاف سعر السلعة أهمها ما يلي:

- أسعار عناصر الإنتاج:

إذا ارتفعت أسعار عناصر الإنتاج المستخدمة في عملية الإنتاج يؤدي إلى انخفاض الأرباح مما يساهم في تخفيض العرض من السلعة والعكس صحيح.

- التقدم التكنولوجي:

فكلما استخدم المنتج آلات متطورة كلما زاد عرضه من السلع والعكس صحيح.

- أسعار السلع الأخرى:

إن ارتفاع أسعار السلع الأخرى مع ثبات سعر السلعة المعينة سيدفع المنتج إلى تخفيضه للإنتاج نحو السلع الأخرى التي ارتفع ثمنها في السوق للحصول على عوائد كبيرة والعكس صحيح

- توقعات المنتجين:

إن توقع المنتجين بزيادة سعر سلعة ما يساهم في ارتفاع عرضهم لها والعكس صحيح في حالة توقعهم بانخفاض سعرها مستقبلاً.

- عدد العارضين:

دخول لعارضين جدد لنفس السلعة يؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة من تلك السلعة في السوق والعكس صحيح.

- السياسة المالية:

تؤثر السياسة المالية التي تنتهجها الدولة على عرض السلع والخدمات في السوق، فبالنسبة للضرائب تعتبر العلاقة عكسية بينها وبين الكمية المعروضة⁶⁴، فارتفاع معدلات الضرائب والرسوم يزيد من التكاليف، الأمر الذي يعمل على تقليص الإنتاج، أي أن الكمية المعروضة تتأثر سلباً أو إيجاباً بمستوى الضرائب والرسوم، أما بالنسبة للإعانات التي تقدمها الدولة للمنتجين أو البائعين لأسباب معينة كتسهيلات الإقراض أو تخفيض الرسوم قصد التوسع في الإنتاج أو الاستثمار أو تقليص الواردات يؤدي إلى انخفاض التكاليف، وهو ما يشجع على زيادة الإنتاج أي وجود علاقة طردية بين الإعانات وبين الكمية المعروضة من السلعة.

64 المعموري محسن، "مبادئ علم الاقتصاد" دار اليازوري، عمان، 2014، ص428.

5.2.5. دالة العرض

وهي علاقة دالية أي صياغة رياضية للعلاقة بين الكمية المعروضة من السلعة (كمتغير تابع) ومحددات العرض (كمتغيرات مستقلة)، ويمكن كتابتها بالشكل التالي:

$$Q_S = f(p, p_x, p_y, N, T, \dots)$$

بحيث: Q_S : الكمية المعروضة من السلعة
 P : سعر السلعة المعروضة
 p_x : أسعار السلع الأخرى
 p_y : أسعار عوامل الإنتاج
 N : عدد العارضين
 T : التقدم التكنولوجي

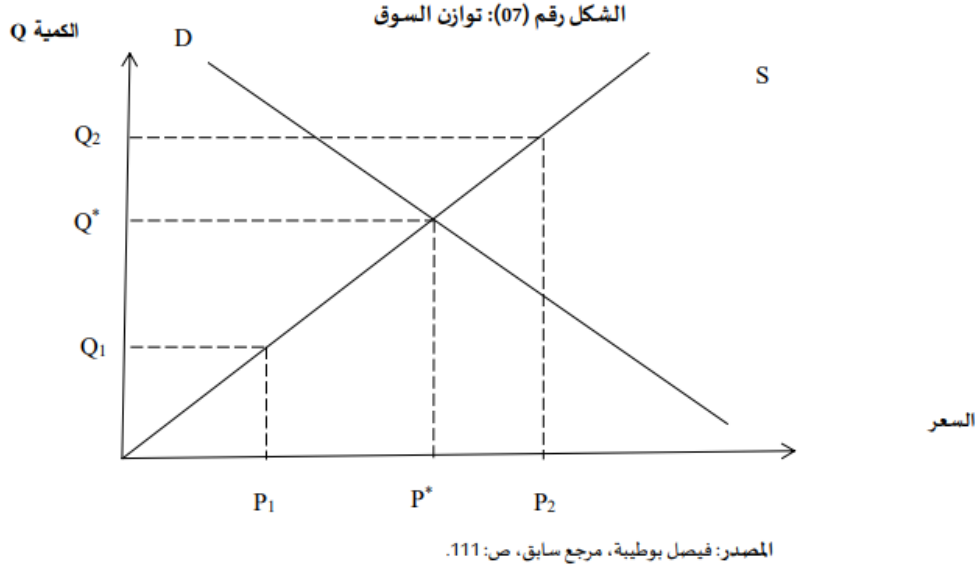
وبافتراض تغير سعر السلعة وثبات باقي المحددات الأخرى المؤثرة على العرض، يمكن كتابة دالة العرض على الشكل التالي:

$$Q_S = f(p)$$

حيث تكون الكمية المعروضة من السلعة دالة لسعرها فقط.

5.3. توازن السوق

تدل كلمة التوازن على تساوي الكميات المعروضة مع الكميات المطلوبة من سلعة معينة في سوق محددة خلال فترة زمنية معينة، ويتحقق هذا التوازن هندسيا بتألفي منحنى العرض السوقي مع منحنى الطلب السوقي للسلعة، ويسمى كلا من السعر عند تلك النقطة بالسعر التوازني مع الكمية المطلوبة والتي والذي تتعادل عنده الكمية المعروضة تتمثل في الكمية التوازنية.



6. القيمة

أي سلعة يتم بيعها في سوق معين تخضع عند تقييمها لقوى العرض والطلب وتوافقهما بسعر معين وبقيمة معينة.

7.2 تعريف القيمة:

تعرف القيمة من الجانب الاقتصادي على أنها: " الجانب الاقتصادي ذو الأهمية الاقتصادية المضافة من قبل الشخص على شيء ما، فهي وحدة قياس للأشياء مقابل أشياء أخرى وفي حالة التعبير عنها نقدياً تسمى سعراً.⁶⁵"

إن الاقتصاديين يميزون بين مفهومين للقيمة وهما:

- القيمة الاستعمالية: يقصد بها لا قدرة الشيء على إشباع حاجة إنسانية مباشرة عندما يستعمله الإنسان أو مقدار المنفعة التي يحصل عليها الإنسان لإشباع هذه المواصفات التي تتجسد في الشيء المستعمل نفسه"

⁶⁵ تام علوان المصلح، " علم الاقتصاد الجزئي والكلّي"، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص37.

- القيمة التبادلية أو الاجتماعية: ويقصد بها القوة الشرائية للسلع والخدمات أثناء القيام بمبادلتها في السوق مقابل الحصول على السلع والخدمات.

تكمُن أهمية القيمة أو السعر في الاقتصاد من خلال:

إن فكرة تحديد أسعار خدمات عناصر الإنتاج في أسواق الموارد الاقتصادية يساهم في تحديد أسعار مداخل تلك العوامل؛ كما يساهم تحديد أسعار السلع والخدمات في تحديد القدرة الاستيعابية للأشخاص.

7.3. النظريات المفسرة للقيمة

إن تطور نظرية القيمة لم يكن وليد قوى العرض والطلب لدى الكلاسيك فقط، بل جاءت نتيجة لأفكار ونظريات عديدة تطورت مع مرور الزمن، إلى أن وصلت إلى ما هي عليه حالياً بما يطلق عليه بنظرية العرض والطلب، وعليه برزت مجموعة من النظريات المفسرة لنظرية القيمة وهي على النحو التالي:⁶⁶

- نظرية العمل للقيمة فهي نظرية قديمة عالجت موضوع القيمة:

حيث يرى أصحابها (ريكاردو، كارل ماكس) بأن قيمة السلعة تحدد اعتماداً على كمية العمل المبذول في إنتاجها؛ ولقد برز فيها بعض الاختلاف بين الرأسماليين والاشتراكيين، وبالخصوص فيما يتعلق بفائض القيمة ودرجة الاستغلال.... الخ. ولقد انتقدت هذه النظرية بمنحها أهمية كبيرة للعمل على حساب عناصر الإنتاج الأخرى.

كما انتقدت أيضاً بكونها اهتمت بجانب العرض على حساب الطلب.

- نظرية تكاليف الإنتاج للقيمة:

وهي امتداد للنظرية السابقة الذكر ويرى أصحابها بتحديد قيمة السلع اعتماداً على تكاليف إنتاجها، وهذا ما أيدته الفيزيوقراطيين وتعيب هذه النظرية بتركيزها على العرض " الندرة"، وأهملت الطلب على السلع " المنفعة منها"، ومدى أهميتها في تحديد قيمة السلع إضافة إلى إهمالها لنوعية السلع وترى بانها متجانسة في نوعيتها.

- نظرية المنفعة للقيمة:

ومن أهم رواد هذه المدرسة (فالراس) ويعتقد مؤيدي هذه النظرية بتحديد قيمة السلع اعتماداً على منافعها، فالسلعة التي تحقق أكبر منفعة للشخص لها قيمة أكبر من السلع الأقل منفعة. ويعاب على هذه النظرية بإهمالها لفكرة الندرة وتركيزها على منفعة السلعة، مما ساهم في بروز فكرة لغز القيمة أو تناقض القيمة، حيث قد تكون هناك سلعة ذات منفعة كبيرة لكنها ذات قيمة قليلة، أو ليس لها قيمة كالهواء مثلاً.

⁶⁶ توبي عبد المالك، محاضرات في مقياس مدخل للاقتصاد، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019، ص 49-50.

- نظرية العرض والطلب للقيمة:

فهذه النظرية الاقتصادية حديثة النشأة، جاءت لتفادي عيوب النظريات السابقة الذكر نظرا لتركيز بعضها على جانب العرض وإهمالها لجانب الطلب أو العكس واصبح من الصعب تحديد قيمة السلعة اعتمادا على احد الجانبين، والأخذ بمزاياها، كما أنه توفر المنفعة وحدها لا تساهم في تحديد السعر ومثال ذلك الهواء، وال توفر الندرة وحدها تحدد السعر فمثال سلعة السكر بالنسبة للمرضى به قيمته منعدمة لديهم، وعليه كان من الضروري لكي يكون ثمن لسلعة ما إن تتصف بالندرة في العرض والمنفعة من جانب الطلب معا، لأن مستعمل السلعة هو محدد ما اذا كانت نافعة له ام لا، وبما أن الندرة ممثلة لجانب العرض فلماذا لا يستطيع المنتج للسلعة إنتاج كمية ومرغوب فيها والإجابة عن ذلك بأنه يتحدد بندرة عوامل الإنتاج الكافية لإنتاجها، وعليه فثمن السلع يتحدد في السوق بناء على توافق التي العرض والطلب فيه

خامسا: الاستهلاك

الاستهلاك هو ذلك الجزء من الدخل الموجه إلى الإنفاق على السلع والخدمات بغرض إشباع حاجات المستهلك ورغباته، حيث يتوزع الدخل بين استخدامين: استهلاك وادخار.

يمكن تصنيف الاستهلاك حسب عدة معايير كما يلي:

- استهلاك عام واستهلاك خاص: يتمثل الأول في الإنفاق الذي تقوم به الدولة ممثلة في مؤسساتها من أجل إشباع الحاجات العامة، بينما يتمثل الثاني في الإنفاق على الحاجات الشخصية من طرف الأشخاص طبيعيين كانوا أو معنويين
- استهلاك نهائي واستهلاك وسيط: يشير الأول إلى استعمال السلعة بشكل نهائي في إشباع حاجة معينة كاستهلاك غذاء لإشباع الحاجة الى الطعام، أما الثاني فيشير إلى استعمال سلعة بغرض انتاج سلعة أخرى أو خدمة مثل استهلاك البنزين لتقديم خدمة نقل

يتأثر مستوى الاستهلاك بعدة عوامل يطلق عليها "محددات الاستهلاك" وأبرزها:

- الدخل: يرتبط مع الاستهلاك طرديا فكلما زاد الدخل زاد الاستهلاك والعكس بالعكس
- السعر: يرتبط عكسيا مع الاستهلاك؛ فكلما زاد مستوى السعر نقصت الكمية المطلوبة من السلعة
- الضرائب: ترتبط الضريبة على الدخل والاستهلاك عكسيا مع حجم الاستهلاك

- الأذواق والتقليد: يلعب الذوق والتقاليد دورا هاما في تحديد مستوى الاستهلاك فكلما زاد ميل الفرد الى نمط معين من السلع أدى ذلك إلى تفضيلها على غيرها حتى مع ارتفاع سعرها؛ كما أن تقليد الفرد لفئة معينة يدفعه إلى طلب سلع معينة
- التوقعات: يتأثر قرار الأفراد الشرائي بالتوقعات المستقبلية حول إمكانية وفرة أو ندرة سلعة معينة و هو ما يؤثر في الكميات المطلوبة من سلع معينة

.V الادخار

الادخار هو ذلك الجزء من الدخل الذي لا يوجه إلى الإنفاق الاستهلاكي؛ فهو إذن حاصل الطرح بين الدخل والإنفاق الاستهلاكي مع استبعاد الاكتناز الذي يشير الى تحييد أثر الموارد المالية من أي فعالية في الاقتصاد.

ويمكن تصنيف الادخار حسب عدة معايير كالآتي:

- ادخار فردي وادخار جماعي: يقوم بالنوع الاول الأفراد؛ بينما يقوم بالثاني الدولة من مجمل الدخل القومي.
- ادخار اختياري وادخار إجباري: يعبر الأول عن ادخار طوعي يقوم به الفرد بحرية؛ أما الثاني فيتحقق بعدة أشكال أهمها:
 - المدخرات الناجمة عن فرض الدولة لضرائب موجهة للاستثمارات.
 - المدخرات من الأرباح غير الموزعة التي تحتفظ بها المؤسسات لتأمين التمويل الذاتي.
 - المدخرات الناجمة عن التأمين الإجباري والاقتطاع من رواتب الموظفين في شكل ضرائب مختلفة وثمة عدة عوامل تؤثر في حجم الادخار أهمها:
 - مستوى الدخل والثروة: يرتبط طرديا مع حجم الادخار فكلما زاد الدخل أو الثروة التي يملكها الفرد كان ميله إلى الادخار أكبر.
 - معدل الفائدة: يميل المتعاملون مع البنوك إلى رفع حجم ودائعهم فيها كلما زاد معدل الفائدة الذي يحصلون عليه.
 - معدل التضخم: يرتبط عكسيا مع حجم الإدخار لأنه يؤدي إلى تناقص القدرة الشرائية للنقود
 - المستوى الثقافي و التعليمي: كلما زاد هذا المستوى أدى إلى وعي أكبر بأهمية الإدخار

- القيم: تؤثر منظومة القيم في عملية الادخار؛ فالملتزم بتعاليم الاسلام مثلا يفضل البنوك الاسلامية على التقليدية.

VI. سابعا: الاستثمار

يمكن تعريف الاستثمار على أنه التضحية باستهلاك حالي من أجل استهلاك أفضل في المستقبل، ويكتسي هذا النشاط أهمية كبيرة.

ويمكن إدراج أهمية هذا النشاط فيما يلي:

- رفع مستوى التنمية ومن ثم رفع مستوى معيشة المجتمع بما يؤدي إليه من توفير الحاجات المختلفة.
- امتصاص اليد العاملة وبالتالي الحد من البطالة.
- توفير مداخيل للدولة عن طريق الجباية والضرائب المختلفة.
- المساهمة في التقدم التقني عن طريق تطوير التكنولوجيات أو نقلها.

ويمكن تصنيف الاستثمار حسب عدة معايير كما يلي:

- استثمار مباشر واستثمار غير مباشر: يتضمن الأول إنجاز مشاريع حقيقية مثل إنشاء مصنع (استثمار حقيقي)؛ أما الثاني فيتضمن شراء أصول مالية كالأسهم والسندات (استثمار مالي).
- استثمار وطني واستثمار أجنبي: يتولى النوع الأول مستثمرون محليون من الوطن بخلاف الثاني الذي يتولاه مستثمرون أجانب.
- استثمار حكومي واستثمار خاص: يتولى النوع الأول الدولة ومؤسساتها؛ بينما يتولى النوع الثاني الخواص المحليين كانوا أو أجانب.

ويتأثر حجم الاستثمار بعدة عوامل أهمها:

- المناخ السياسي والاقتصادي والقانوني الملائم لتحفيز المستثمرين وطمأنتهم.
- وجود بنية تحتية ملائمة للنشاط الاستثماري كالطرق وشبكات الكهرباء والسكك والاتصالات...
- المنظومة الإدارية الفعالة والخالية من الفساد.
- منظومة مالية وبنكية فعالة.

ثانياً: الأعوان الاقتصاديين

1. مفهوم الاعوان الاقتصاديون:

يعبر العون الاقتصادي هو كل شخص طبيعي أو معنوي يزاول نشاطا اقتصاديا، حيث قسم الأعوان الاقتصاديون إلى عدة تقسيمات، أهمها:

1.1. العائلات:

العائلة هي مجموعة من الأفراد يعيشون تحت سقف واحد (عائلات عادية كالأزواج والأبناء، وعائلات غير عادية كالعسكريين بالثكنات...) ونشاطها الرئيسي الاستهلاك، كما تساهم في الاقتصاد الوطني من خلال:

- استعمال جزء من دخلها في الإنفاق الاستهلاكي (السلع والخدمات).
- ادخار الجزء المتبقي من دخلها .
- استثمار مدخراتها، تطلب خدمات المؤسسات المالية .
- دفع الاشتراكات الاجتماعية، الضرائب والرسوم للإدارات العمومية.

1.2. المؤسسات الاقتصادية:

وهي وحدات اقتصادية يتمثل نشاطها في :

- إنتاج السلع والخدمات من خلال مزج وسائل الإنتاج وبيعها في السوق، فتحقق المؤسسة فائض في الثروة يسمى القيمة المضافة .
- تدفع الضرائب والرسوم للدولة .
- تقوم بالاستثمار من أجل تجديد وسائل الإنتاج أو توسيع نشاطها.

1.3. المؤسسات المالية:

هي تلك المؤسسات التي يتمثل نشاطها الأساسي في إنجاز عمليات مالية منها البنوك، صناديق الادخار، شركات التأمين
يتمثل نشاطها في :

- تجميع مدخرات الأعوان الاقتصاديين الآخرين .
- تقدم قروضا للأعوان الاقتصاديين .
- تدفع الضرائب والرسوم لخزينة الدولة .
- تستهلك السلع والخدمات.

1.4. الإدارات العمومية:

هي كل الهيئات التابعة للدولة والمسؤولة عن تنفيذ السياسات العمومية، والتي تقدم خدمات غالبا مجانية وهي تتكون من الإدارات العمومية المركزية، الجماعات المحلية، ... ويتمثل نشاطها في:

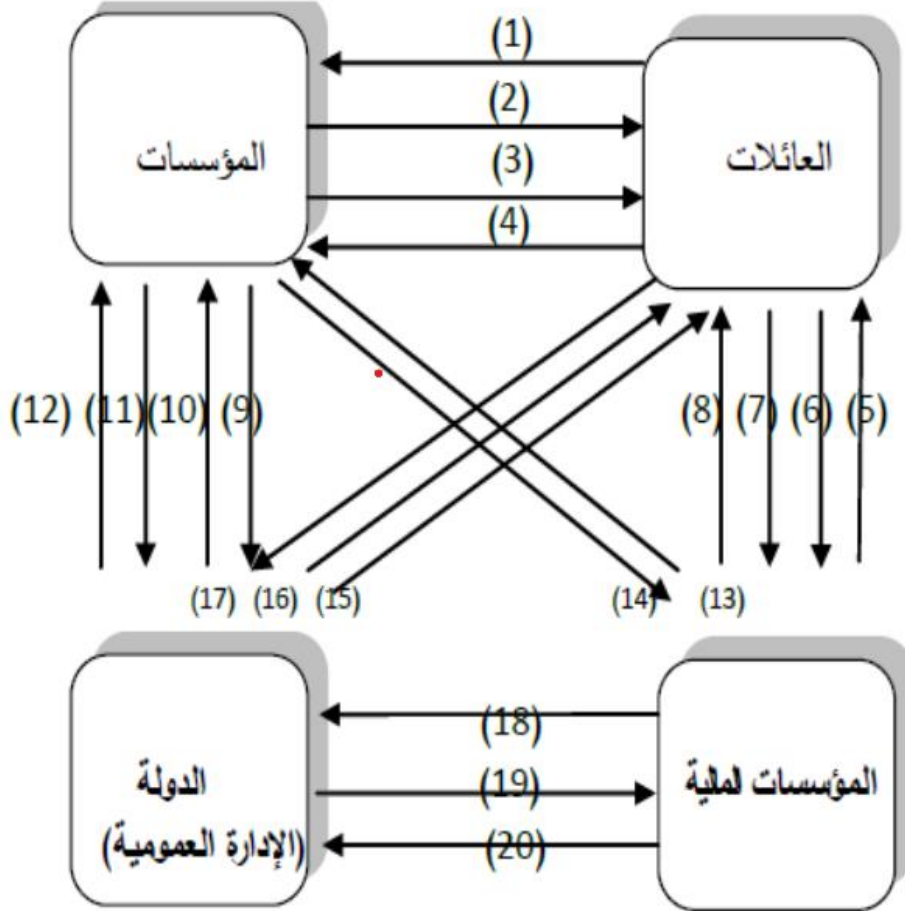
- تقديم خدمات لأفراد المجتمع .
- تتحصل على الإيرادات في شكل ضرائب ورسوم من الأعوان الاقتصاديين الآخرين .
- تستهلك السلع والخدمات المشتراة من المؤسسات الاقتصادية .
- تقوم بالاستثمار في مجالات مختلفة.

1.5. العالم الخارجي:

تشمل العالم الخارجي كل الأعوان الاقتصاديين غير المقيمين المتواجدين خارج الوطن والذين تربطهم عالقات اقتصادية مع الأعوان الاقتصاديين المقيمين في الدولة المعنية. أي أنه يوضح العالقات الاقتصادية بين الوحدات المقيمة والوحدات غير المقيمة (تصدير واستيراد السلع والخدمات)، ومن الضروري الإشارة الى ان الوحدات المكونة لهذا القطاع هي وحدات غير متجانسة.

2. العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين:

إن دراسة العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين تستدعي استعمال التحليل الاقتصادي الكلي، حيث يتم الاعتماد على الدارة الاقتصادية لتمثيل هذه العلاقة بتصور يسمح بإظهار التدفقات الحقيقية (السلعية والخدمية) وكذا التدفقات النقدية ما بين مختلف الأعوان الاقتصاديين؛ وكل تدفق حقيقي يقابله تدفق نقدي.



المصدر: مغاري عبد الرحمن، مدخل إلى الاقتصاد، مطبوعة بيداغوجية موجهة إلى طلبة الجذع المشترك علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير، جامعة بومرداس، 2017-2018، ص: .

من خلال الشكل أعلاه يتضح ما يلي:

- قطاع العائلات يقوم بتقديم عمله إلى قطاع المؤسسات (1) وهو ما يمثل تدفقا عينيا لخدمات عنصر العمل، بالمقابل يحصل قطاع العائلات على تدفق نقدي في شكل أجور (2).

- قطاع العائلات يشتري سلعا وخدمات من قطاع المؤسسات (3) وهو ما يمثل تدفقا سلعيا، ويدفع بالمقابل قيمة هذه السلع (4) في شكل تدفق نقدي.
 - قطاع العائلات يتلقى قروضا من المؤسسات المالية (5) ويدفع بالمقابل فوائد(6)، ومن ناحية ثانية تقوم العائلات بإيداع مدخراتها لدى البنوك (7) وتتلقى مقابل ذلك فوائد (8).
 - من جهتها تتولى المؤسسات تسديد ضرائب للدولة (9) نتيجة ممارستها للنشاط الاقتصادي، وقد تتلقى دعما من طرف الدولة (10).
 - كما تقوم هذه المؤسسات ببيع سلع وخدمات للدولة (11) وتحصل منها على قيمة هذه السلع والخدمات (12).
 - وتقوم بين المؤسسات المالية وقطاع المؤسسات عالقات تأخذ مثال شكل قروض تقدمها البنوك لهذه المؤسسات (13)، وبالمقابل تدفع المؤسسات فوائد على تلك القروض(14).
 - ترتبط الإدارات العمومية بالعائلات من خلال تقديم الإدارات خدمات لها (15)، وتقوم بإعادة توزيع المداخيل والثروة الوطنية (16). ومن جهتها تدفع العائلات اشتراكات وضرائب ورسوم لهذه الإدارات (17).
 - كما ترتبط الدولة بالمؤسسات المالية من خلال تقديم المؤسسات المالي قروضا للدولة (18) وتدفع بالمقابل فوائد(19) . من جهتها تفرض الإدارة ضرائباً على المؤسسات المالية.
- وفي ظل الانفتاح الاقتصادي أصبح الاقتصاديات المحلية مرتبطة بالخارج، حيث تقوم هناك مبادلات بين الأعوان الاقتصاديين المقيمين داخل البلد والمقيمين في خارجه (تبادل السلع والخدمات، المداخيل، رؤوس الأموال). فسوق رؤوس الأموال المحلي يتلقى رؤوس أموال من الخارج. أما على صعيد المبادلات التجارية فنجد أن صادرات البلد تأخذ شكل نفقات أسر العالم الخارجي على السلع والخدمات المحلية، وبالمقابل فإن واردات البلد من السلع والخدمات يقابلها إيرادات للمؤسسات الخارجية. كما أن العلاقات مع الخارج تأخذ شكل هجرة نحو الداخل وهجرة نحو الخارج، فهجرة مواطني البلد نحو الخارج يسمح بدخول عائداً نتيجة ترحيل مداخلهم إلى البلد، وبالعكس نجد أن هجرة الأجانب إلى داخل البلد الآخر يترتب عليها بالمقابل ترحيل مداخلهم نحو الخارج إلى بلدانهم الأصلية.

المحور الثالث: الأنظمة الاقتصادية

النظام الاقتصادي هو الطريقة التي يتبناها أي مجتمع لتسيير العمليات الاقتصادية وحل المشاكل المتعلقة باقتصاده، ويوجد عدة أنظمة أهمها:

أولاً: النظام الرأسمالي:

يقوم على نمط إنتاج يقسم المجتمع إلى فئتين: فئة مالكي وسائل الإنتاج من أفراد ومؤسسات وفئة العمال الذين يبيعون قوة عملهم إلى الفئة الأولى؛ ويرتكز على المبادئ التالية:

1. الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج:

حق الفرد في تملك السلع والوسائل سواء أكانت سلعا استهلاكية أم إنتاجية بينما تمتلك الدولة جزءا من الثروة القومية الذي لا يمكن تركه لملكية الفرد كالمباني الحكومية، المناجم، الغابات والبنية التحتية للنشاط الاقتصادي كالطرق والجسور... مع مراعاة أن لا تضر الملكية الخاصة بالصالح العام.

2. حرية التعاقد والعمل:

العمل سلعة كأي سلعة يخضع لقانون العرض و الطلب لذلك فالتعاقد حر فيما بين الأفراد.

3. عدم تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي:

حيث تكفي بتحقيق الوظائف الأساسية كالأمن و الدفاع و العدالة و توفير البيئة و المناخ المناسب لإقامة المشاريع.

4. المنافسة الحرة:

لأنها تحقق الكفاءة الاقتصادية و تؤدي إلى تخفيض التكلفة و بالتالي ترشيد استعمال الموارد؛ فمثلا لو افترضنا نجارا يصنع منتجا هو "النافذة"؛ السعر يتحدد في السوق بفعل حرية النشاط الاقتصادي و ظاهرة المنافسة، ماذا يترتب على هذا الوضع؟

لنأخذ الرموز التالية: الربح: W والسعر P و التكلفة C

الربح ما هو إلا الفرق بين السعر و التكلفة:

$$W = P - C$$

تعظيم الربح (الحافز الأساسي لمالك وسائل الإنتاج) يكون إما بـ (ارتفاع السعر) و إما (انخفاض التكلفة):

$$W \uparrow \rightarrow P \uparrow / C \downarrow$$

و بما أن السعر يحدده السوق بقوى التنافس سيترتب على ذلك أن يلجأ المنتج إلى محاولة السيطرة على التكلفة و هو ما يؤدي به إلى أن يخطط و ينظم عملية الإنتاج بأقصى كفاءة ممكنة (اختيار الوسائل و الآلات ، تنظيم العمل... بحيث يخفض الهدر في الخشب و المستلزمات...); و ينطبق الكلام نفسه على بقية المنتجات و القطاعات؛ و هو ما يؤدي إلى استغلال أمثل و عقلاني لموارد المجتمع.

5. مبدأ سيادة المستهلك

وجه رغبات المستهلكين إلى منتج معين يؤدي إلى زيادة الطلب عليه ؛ فيتشكل حافز الربح المغري الذي يوجه المنتج إلى إنتاج تلك السلعة ؛ و هو ما يعني أن رغبات المستهلكين هي من يقرر أي المنتجات تنتج و بأي كمية.

6. قانون العرض والطلب:

يمثل المستهلكون قوى الطلب، ويمثل المنتجون قوى العرض وبتفاعل القوتين في الأسواق يتحدد السعر و تتحدد كمية كل سلعة في السوق؛ حيث زيادة الطلب ترفع سعر المنتج و العكس، كما أن زيادة العرض تخفض السعر و العكس.

• تقييم النظام الرأسمالي:

تبنى النظام الرأسمالي بعض الأسس الملائمة لطبيعة الإنسان كحرية التملك الفردي و حرية النشاط الاقتصادي و احترام حافز الربح، و حسبه فإن ما يعرف بـ "جهاز الثمن" أو ما سماه آدم سميث "اليد الخفية" قادر على توجيه القوى المختلفة و توزيعها و إعادة توزيعها بالكيفية التي تحقق رغبات المجتمع و توظف الإمكانيات الإنتاجية بأفضل طريقة لذلك أدى إلى:

- ازدهار عملية الإنتاج: من حيث الكم والنوع نتيجة تحرير المبادرة
- تحسن نسبي لمستوى المعيشة: بفعل التطور الكبير في وسائل الإنتاج وعملية الإنتاج
- الاستغلال العقلاني للموارد الاقتصادية: بحكم الأسس السابق شرحها يتم توظيف موارد المجتمع بكفاءة .

غير أن هذا النظام لا يخلو من عيوب أهمها:

- مشكلة الاحتكار :

باستفحال ظاهرة استحواد مشروع أو منتج معين على منتج ما و انتفاء منافس له يتحكم المحتكر في الكميات و الأسعار فيعطل جهاز الثمن عن أداء دوره في تحقيق التخصيص الكفء للموارد (كثيرا ما يلجأ المحتكر إلى تعطيل الوسائل عن الإنتاج كالأرض و الآلات لتقليل المعروض و رفع السعر و استغلال المستهلكين).

- التفاوت الطبقي :

نظرا للندرة النسبية لوسائل الإنتاج قياسا إلى عدد السكان فإن حرية التملك تؤدي إلى تركيز تلك الوسائل في يد فئة قليلة كما يؤدي ادخار جزء من مداخيل المنتجين إلى إعادة استثمارها و زيادة تراكم وسائل الإنتاج في أيديهم و لعدم قدرة طبقة واسعة على تملك وسائل الإنتاج يحصل تفاوت طبقي.

- الدورات الاقتصادية والتقلبات :

نظريا يرى النظام الرأسمالي أن ما يسمى جهاز الثمن يحقق الكفاءة و يوزع الموارد بفعالية؛ لكن على أرض الواقع كثيرا ما لوحظ أن توسع النشاط الاقتصادي يؤدي إلى زيادة أرباح المنتجين ما يرفع الطاقة الإنتاجية و يؤدي إلى حصول كمية أكبر من المنتجات قد لا تتناسب هذه الزيادة مع التزايد في القدرة الشرائية للطبقة العاملة من أجل استيعاب الزيادة في الكمية المنتجة فيؤدي ذلك إلى أزمة كساد و ينتج عن الأزمة البحث عن تخفيض الكمية المنتجة و إنقاص العمالة و في النهاية تحصل أزمة بطالة.

زيادة على ذلك إشكالية التنبؤ و تقدير الطلب على المنتجات ليست دوما بذات الدقة خاصة في المدى الطويل نظرا لعوامل و تغيرات سياسية و اجتماعية مستمرة يصعب تقديرها بدقة و هو ما يؤدي إلى اختلال التوازن بين الإنتاج و الاستهلاك... و بالنتيجة فإن التقلب هو من سمات هذا النظام تارة انتعاش و رواج و تارة كساد و ركود.

- الحرية الافتراضية :

نظريا: ينادي النظام الرأسمالي بحرية الاستهلاك، حرية التعاقد بين العمال و أصحاب المشاريع و المؤسسات ...

لكن فعليا نجد فئة محدودة تتمتع بالحرية هي فئة (الملاك)؛ حيث أن الأجير لا يحصل دوما على العمل المرغوب و بفعل التنافس في عرض اليد العاملة تميل الأجور إلى الانخفاض و بدخل منخفض لا يتمتع العامل بحرية الاستهلاك إذ تبقى لديه حاجات غير مشبعة.

ثانياً: النظام الاقتصادي الاشتراكي

هو مذهب يناقض المذهب الفردي الحر ، يكرس النظرية الجماعية بدلا من الفردية لذلك ينادي بتدخل الدولة في النشاط الإقتصادي مع تمايز الأطروحات حول شكل و حدود هذا التدخل: بين من يحصره في غرض تحسين أوضاع الطبقات العاملة و مناد بإلغاء الكلي للملكية الفردية بحيث تحل الدولة محل الفرد، و يحل حافز المصلحة العامة محل حافز الربح و عليه فإن الدولة هي مالك عوامل الإنتاج (الأراضي، المصانع...) و تتخذ القرارات الاقتصادية من خلال "جهاز التخطيط المركزي".

يقوم النظام الإشتراكي على المبادئ التالية:

- الملكية الجماعية لوسائل الإنتاج :

تمتلك الدولة وسائل الإنتاج ما يؤدي إلى اختفاء طبقة الرأسماليين و تقليص الفجوة بين الطبقات المختلفة في المجتمع و يتقاضى العامل الأجر نظير الجهد و ليس بتفاعل قوى العرض و الطلب في سوق العمل.

- الهدف الأساسي من النشاط الإنتاجي إشباع الحاجات الجماعية:

دافعية السلوك لا تتأسس على حافز الربح باعتباره يؤدي إلى الاستغلال و من ثم الإجحاف في توزيع الثروة؛ و لكن يعوض حافز الربح بحافز الشعور الوطني و روح المسؤولية، و مقابل استبعاد الربح تغطي حاجات المجتمع مجانا كالتعليم و الرعاية الصحية؛ إن تعميم ملكية وسائل الإنتاج و تبني الطريقة الجماعية في إشباع الحاجات يكفل العدالة في إنتاج الثروة و توزيعها و يمنع الاستئثار الشخصي و النزعة الفردية التي تأسس عليها النظام الرأسمالي.

- مبدأ التخطيط المركزي:

تتصرف الدولة كمثل عن المجتمع، توجه وسائل الإنتاج (التي هي تحت ملكيتها) لإشباع الحاجات الجماعية لعموم المجتمع ، تتولى القيام بعمليات الإنتاج و التوزيع من خلال جهاز التخطيط المركزي و عبر الخطط المركزية الشاملة تسطر أهداف النشاط الاستهلاكي و الإنتاجي و توزيع الموارد و تحدد كيفية توزيع الناتج...لذلك ينعت الاقتصاد - الاشتراكي ب "الاقتصاد الموجه".

تقييم النظام الإشتراكي:

يمكن تسجيل بعض الايجابيات المرتبطة بالنظام الإشتراكي وأبرزها:

- انتفاء سلطة المال وحصر السلطة في جهة وحيدة هي الدولة.
- انتفاء التفاوت الطبقي بفعل التوزيع المتكافئ للدخل
- انتفاء ظاهرة الإحتكار و ظاهرة التقلبات الاقتصادية نسبيا .لكن من حيث التطبيق لوحظ وجود فجوة بين ما نظري و بين التطبيق على الواقع.

حيث يمكن تسجيل أبرز عيوب هذا النظام كما يلي:

- قوة الحوافز المادية و المعنوية المقدمة للأفراد لتشجيع الإنتاج أضعف من قوة حافز الربح ما أدى إلى تعطيل المبادرات و زرع نوع من الكسل في إدارة المشاريع و المؤسسات
 - قوة الردع أضعف من نظيرتها في النظام الرأسمالي الذي قد يؤدي فيه الإهمال إلى الخسائر و حتى فقدان الممتلكات بخلاف النظام الإشتراكي أين يؤدي عدم شعور الفرد بالتملك إلى نوع من الإهمال و التسيب.
 - اجتماع سلطة القرار في يد فئة قليلة من المخططين يجعل عواقب القرارات الخاطئة كبيرة على المجتمع، بينما القرار الخاطيء من طرف منتج ما في النظام الرأسمالي لا يمس عموما إلا المنتج نفسه أو لا تكون تداعياته بالاتساع نفسه.
 - بما أن الدولة هي المشرف على إدارة المشاريع و مراقبتها فإن ذلك يحتم ضرورة وجود جهاز إداري ضخم و هو في الكثير من الأحيان يرفع تكاليف الإنتاج.
- أدت هذه العيوب السابقة إلى تفكير بعض المنظرين في نظام مختلط يمزج بين النظامين الرأسمالي و الإشتراكي .

ثالثا: النظام الاقتصادي المختلط

يحاول النظام الاقتصادي المختلط الجمع بين إيجابيات النظامين السابقين (الرأسمالي و الإشتراكي) و تجنب عيوبهما، غير أن التركيبة المنتهجة قد تكون أميل إلى واحد منهما (رأسمالي أساسا مطعم ببعض سمات النظام الإشتراكي لتفادي بعض النقائص، أو إشتراكي أساسا مطعم بسمات الرأسمالي لتجنب عيوب الأخير...).

من أبرز سمات النظام الإقتصادي المختلط:

- اقتصاد ينشط فيه قطاع عمومي إلى جانب قطاع خاص
- الجمع بين التخطيط الحكومي و آلية السوق؛ تتضمن الآلية الأولى اتخاذ الدولة لقرارات الإستثمار و الإنتاج و التسعير بالنسبة للقطاع العمومي و ينشط القطاع الخاص على أساس الآلية الثانية (الأسعار)
- تمارس الدولة الرقابة على نشاط القطاع الخاص عبر أدوات أهمها نظام التراخيص التي تمنح للقطاع الخاص من أجل إنشاء المشاريع... فعبء هذه العملية تتحكم في الإستثمار و الإنتاج في مختلف القطاعات و بالنتيجة تستطيع التحكم في كمية الإنتاج
- الحد من سيطرة المحتكرين بحكم أن الاحتكار يؤدي إلى الإستغلال عبر رفع الأسعار ما يضر بمستوى الرفاه للمجتمع
- تأمين الدولة لمصالح الطبقة العاملة بتشريع قوانين دعم لفئة البطالين و تحديد ساعات العمل و حد أتكريس سيادة المستهلك: حرية اختيار السلع التي يستهلكها و على أساس تفضيلاته يسيطر المنتجون سياساتهم.

من خلال ما سبق يمكن أن نستشف دور الدولة في النظام المختلط كما يلي :

- إرساء البيئة القانونية المناسبة لعمل جهاز الأسعار: بتوفير الخدمات الأساسية المشجعة على ازدهار المبادلات واتساع الأسواق وضمان أمنها وتنظيمها
- حماية نظام المنافسة: بالحد من نشوء وتأثير الاحتكار

- الحد من الآثار السلبية لجهاز الأسعار: بالتدخل لضمان حدود دنيا من المستوى المعيشي عبر آليات مختلفة منها تعويضات البطالة، الضمان الإجتماعي، برامج دعم بعض الفئات المحتاجة إلى مساعدة كالمسنين.

رابعاً: النظام الاقتصادي الإسلامي⁶⁷

يقوم الهيكل العام للاقتصاد الإسلامي على ثلاثة مبادئ رئيسة تميزه عن سائر المذاهب الاقتصادية الأخرى وهذه المبادئ الأساسية الثلاثة هي مبدأ الملكية المزوجة ومبدأ الحرية الاقتصادية ضمن نطاق الشرع والعقل ومبدأ العدالة الاجتماعية..

إن المذهب الإسلامي لا يتفق مع الشكل الرأسمالي للملكية، بأن الملكية الاجتماعية مبدأ عاماً، ولكن يقر مبدأ الملكية المزوجة، أي الملكية ذات الأشكال المتنوعة فهو يؤمن بالملكية الخاصة للأفراد والملكية العامة للدولة في حدود ضيقة ويخصص لكل منها حقلاً خاصاً تعمل فيه.

النظام الاقتصادي في الإسلام هو نظام رباني وال يجب أن ينظر إليه كما يحلو لبعض الكتاب تسميته بأنه نظام وسط بين الرأسمالية والاشتراكية لأنه نظام من لدن حكيم عليم جاءت تشريعاته لتتناسب وطبيعة البشر الذين استخلفهم الله في الأرض لعمارتها واستغلال ثرواتها حسب القواعد والأسس الشرعية التي وضعها الإسلام، ويقوم النظام الاقتصادي الإسلامي على عدة دعائم وأسس اقتصادية واجتماعية تمثل مبادئ هذا النظام وهذه المبادئ هي:

- مبدأ الملكية الفردية أو الخاصة:

الإسلام يحترم الملكية الخاصة ويعتبرها حق فطري للإنسان وحق الملكية في الإسلام ليس حقاً مطلقاً إنما حقاً مقيداً بتحقيق منفعة الجماعة وهذه القيود يمكن تقسيمها إلى ثلاث مجموعات هي:

- قيود على الملكية من حيث اكتسابها
- قيود على الملكية من حيث تنميتها والانتفاع بها
- قيود على الملكية من حيث نقلها للآخرين

⁶⁷ رياض حمودة، الفكر الاقتصادي الإسلامي، مجلة النبأ، عدد41، كانون الثاني، 2000، على الرابط :

- مبدأ الملكية العامة:

الملكية العامة هي التي يقصد بها تخصيص المال للمنفعة العامة و تشمل ما يلي:

- الملكية الشائعة للانتفاع
- الأراضي الموقوفة للمصلحة العامة والتي تقع تحت حماية الدولة
- كافة المعادن الموجودة في باطن الأرض والتي تتوقف عليها المصلحة العامة

وحين يقرر الإسلام حق الفرد في الملكية الخاصة تحقيقاً للمصلحة الشخصية واحتراماً لفتوته التي خلق عليها لا يغفل مصلحة الجماعة فتكون هناك الملكية العامة على ان يتحقق توازن بين المصلحتين العامة والخاصة.

- مبدأ احترام وتقدير العمل:

ينظر الإسلام الى العمل نظرة احترام وتقدير، كما أن العمل في الإسلام يستهدف تنوع الإنتاج لكي يشمل كافة الحاجات الإنسانية.

مبدأ التفاوت الشديد في الثروات:

وضع الإسلام التشريعات الكفيلة بالحد من تضخم الملكية والتفاوت الشديد في الثروات الناجم عن سريان مبدأ الملكية الخاصة من خلال تشريعات مثل الميراث والهبة والزكاة...

- مبدأ تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي لحل المشاكل الاقتصادية:

تلعب الدولة دوراً هاماً في ضمان عدم طغيان الفرد في تصرفاته و في تملكه على مصلحة الجماعة مع ضمان حرية الأفراد في التصرف و في اتخاذ القرارات كما تعمل على منع احتكار السلع والخدمات والعمل على توفيرها بالكمية والنوعية التي تشبع رغبات الافراد مع ضمان حد الكفاية لغير القادرين على الحصول عليها وهو الحد الذي يحقق حياة كريمة لجميع افراد المجتمع غنيهم وفقيرهم، وذلك عن طريق الوسائل المختلفة التي حددها الإسلام من تكافل بين أفراد المجتمع و زكاة و مسؤوليات على أولي الأمر وغيرها .

- مبدأ تحليل البيع وتحريم الربا

المحور الرابع: الدورة الاقتصادية

شهد العالم الرأسمالي خلال الفترة من عام 1930 إلى عام 1935 تقلبًا حادًا في النشاط الاقتصادي عُرف بالكساد العظيم، وعادة ما يلاحظ أن النظم الاقتصادية الرأسمالية أو ما يعرف بالاقتصاد الحر تمر بتقلبات في مستويات النشاط الاقتصادي بها وتتفاوت درجة هذه التقلبات فمنها ما هو معتدل ومنها ما هو بالغ الحدة في مداه، وترتبط هذه التقلبات بمستويات الإنتاج والعمالة والمستويات العامة للأسعار، فتأخذ هذه التقلبات في العادة شكل الدورة لذا اصطلح على تسميتها باسم الدورات الاقتصادية أو الدورات التجارية

أولاً: مراحل الدورة الاقتصادية

تشمل الدورة الاقتصادية على أربعة مراحل متميزة هي:

- مرحلة الكساد:

تتسم مرحلة الكساد بازدياد البطالة ازدياداً شديداً وانخفاض مستوى الطلب الاستهلاكي بالنسبة لقدرة المقتصد على إنتاج السلع الاستهلاكية الأمر الذي يؤدي إلى ازدياد الفائض غير المستخدم من الطاقة الإنتاجية للمقتصد وتتخذ غالبية الأسعار اتجاهها تنازلياً في هذه الفترة وذلك بالرغم من أن بعض الأسعار قد لا تتغير ولذلك فإن المستوى العام للأسعار يتجه اتجاهات تنازلية في هذه الفترة، وكذلك تتناقص الأرباح وقد تصبح سالبة بالنسبة لكثير من الوحدات الاقتصادية مما يؤدي إلى وجود موجة من التشاؤم بين رجال الأعمال تؤدي بدورها إلى إحجامهم عن القيام بأية استثمارات جديدة، أما البنوك وغيرها من المؤسسات المالية فسوف تتراكم النقود لديها لعدم توافر المقترضين الموثوق فيهم من رجال الأعمال

- مرحلة الانتعاش:

عندما يصل الكساد إلى منتهاه وتصل الدورة إلى ما يطلق عليه نقطة التحول السفلى مما يؤدي إلى حدوث الانتعاش ومتى بدأ الانتعاش فإنه عادة ما يستمر ويزداد، فيبدأ استبدال الآلات البالية بأخرى جديدة وتبدأ العمال والدخل والإنفاق الاستهلاكي في الازدياد، ويتفاءل رجال الأعمال نتيجة لازدياد الإنتاج والمبيعات، والأرباح ويقبلون بذلك على القيام باستثمارات جديدة ويزداد الإنتاج نتيجة لازدياد الطلب. ويتم

ذلك بسهولة عن طريق تشغيل الطاقة الإنتاجية المعطلة والعمال العاطلون ويقف بذلك الاتجاه النزولي للأسعار وقد يأخذ في التحول على اتجاه صعودي طفيف.

- مرحلة الرواج:

بعد استمرار الانتعاش فترة تتسم بالسهولة التي كان يتم بها ازدياد الإنتاج نتيجة لاختفاء الطاقات المعطلة واستخدام الوحدات الإنتاجية الموجودة إلى أقصى طاقاتها الإنتاجية، ويبدأ بعض العجز في عرض بعض المواد الأولية وفي بعض الفئات العمالية في الظهور مما يؤدي إلى ضرورة حدوث استثمارات جديدة تؤدي إلى رفع الجدارة الإنتاجية للعمال حتى يزداد الإنتاج ولذلك فإن الإنتاج لا يزداد بنفس المعدل الذي يزداد به الطلب الأمر الذي يؤدي إلى ارتفاع الأسعار، وازدياد الإنتاج يؤدي إلى ظهور مزيد من العجز في عرض المواد الأولية وفي بعض المهارات الفنية مما يعني ظهور فائض في الطلب على العمل فترتفع الأجور والتكاليف والأسعار وكذلك الأرباح ويزداد الإنفاق الاستثماري بينما لا يزداد عرض الأموال بنفس المعدل مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار الفائدة، وبالرغم من ذلك فإن التفاوض الذي يحيط برجال الأعمال يدفعهم إلى مزيد من الاستثمارات التي لا تبررها المستويات الحالية للأسعار والمبيعات وإنما يبررها توقعات رجال الأعمال عن ازدياد الطلب وارتفاع الأسعار.

- مرحلة الانكماش:

ما أن يبلغ الرواج مده حتى يصل إلى نقطة التحول العليا وتبدأ مرحلة الانكماش، وما أن تبدأ هذه المرحلة حتى تبدأ القوى التي تعمل على خفض مستويات النشاط الاقتصادي في العمل بصورة تكاد تكون منظمة، فينخفض الطلب على السلع الاستهلاكية وتقل الأسعار، وعلى ذلك فإن الاستثمارات التي كانت تبدو مربحة باعتبار توقعات الطلب والأسعار تصبح غير مربحة وكذلك أسعار الفائدة المرتفعة التي كان رجال الأعمال يتحملونها في ظل ازدياد الطلب والأسعار تصبح عبئاً ثقيلاً عليهم. مما يؤدي إلى هبوط الإنتاج فتمر كثير من الوحدات الاقتصادية في مأزق ونقل الأرباح وتخفض الاستثمارات الجديدة إلى مستويات شديدة الانخفاض وتزداد الطاقة المعطلة للوحدات الإنتاجية الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى الكساد مرة ثانية، وتتكرر الدورة مرة أخرى.

ثانياً: أسباب الدورة الاقتصادية

حاول الكثير من الاقتصاديين وضع نظريات تفسر كيفية حدوث الدورات الاقتصادية فالتكرار الدوري لها قد يعود إلى أسباب تتكرر باستمرار يمكن معه تحديد هذه الأسباب والسيطرة عليها، ومن النظريات التي تفسر الدورات الاقتصادية ما يستند إلى العوامل النقدية المترتبة على التوسع أو الانكماش في عرض النقود أو تلك التي تهتم بعوامل التجديد والابتكار أو تلك التي تستند إلى الحالة النفسية وما يصيب التوقعات من حالات متتابعة من التفاؤل أم التشاؤم أو تلك التي تتعلق بانخفاض الاستهلاك المترتب على حصول الطبقات الغنية على جزء كبير من الدخل أو تلك الخاصة بالإفراط في الاستثمار... الخ.

وفي محاولة تصنيف هذه النظريات المختلفة فإنه يمكن تقسيمها إلى تلك النظريات التي تركز أساساً على العوامل الخارجية عن النظام الاقتصادي وتلك التي تركز أساساً على العوامل الداخلية وتتسبب المجموعة الأولى من النظريات أسباب الدولة إلى التقلبات في العوامل الخارجية عن النظام الاقتصادي مثل الحروب أو الثورات أو اكتشاف الموارد الطبيعية أو معدلات النمو في السكان والهجرة أو الاكتشافات العلمية والفنية... الخ. أما المجموعة الثانية فتحاول البحث عن العوامل التي تؤدي إلى تولد الدورات الاقتصادية داخل النظام الاقتصادي نفسه بالشكل الذي يدفع به من الراج إلى الانكماش وهكذا.

ثالثاً: النظريات النقدية والدورة الاقتصادية

يوجد عددًا من النظريات النقدية التي تحاول تفسير الدورة الاقتصادية بهدف توضيح الكيفية التي يتم من خلالها توليد التقلبات الاقتصادية وعدم الاستقرار بواسطة العوامل النقدية وكيف يمكن السيطرة على هذه القوى باستخدام السياسة النقدية، ومن بين تلك النظريات ما يعرف باسم نظرية هايك وسلوك الجهاز السوقي. ولتوضيح هذه النظرية أفترض أن النظام الاقتصادي تسوده حالة التوازن عند مستوى التوظيف الكامل، وأفترض أيضاً أن البنوك ملزمة بالاحتفاظ بنسبة الاحتياطيات إلى الودائع عند 100% وعدم حدوث أو تغير النقود أو سرعة تداولها، وبناء على هذه الافتراضات فإن كافة القروض التي تتم بهدف الاستثمار لا بد وأن تتولد من الأموال المخصصة للادخار الجاري وهذا يعني أن عادات الادخار في المجتمع هي التي تحدد ذلك الجزء من الإنتاج الجاري الذي يتم تخصيصه لزيادة حجم الإنتاج في المستقبل فلو قرر المجتمع تخفيض الاستهلاك الحاضر من أجل زيادة الاستهلاك في المستقبل فإن الادخار سيرتفع مما يؤدي إلى انخفاض سعر الفائدة واستيعاب هذه المدخرات بأسرها في الاستثمارات الجديدة، والموارد التي يخصصها المجتمع

لأغراض الاستهلاك الجاري يتم استخدامها في المراحل العليا للإنتاج في حين أن الموارد التي تخصص للاستثمار يتم استخدامها في المراحل الدنيا للإنتاج، وعند سيادة التوظيف الكامل فإن زيادة الاستثمار تتضمن تحويل الموارد من المراحل العليا للإنتاج إلى المراحل الدنيا وتتضمن بالتالي إطالة هيكل الإنتاج أو التوسع في الطريقة غير المباشرة التي يتم بها الإنتاج .

والتوسع في استخدام الطرق غير المباشر لن يترتب عليه أية مساوئ إذا تم بناء على رغبة المدخرين، ولكن المشكلة تكمن فيما تؤدي إليه سهولة الحصول على الائتمان من توهّم المستثمرين بإمكانية تحقيق الأرباح بإطالة هيكل الإنتاج، وسيزول هذا التوهّم مع صعوبة الحصول على الائتمان ومع شعور المستثمرين بعد ذلك بأن حجم الموارد المخصصة لإنتاج السلع الرأسمالية كان أكبر من اللازم، وسيدفع هذا الشعور بالمستثمرين إلى التقليل من الطرق غير المباشرة التي يتم بها الإنتاج وسيحل بذلك الكساد.

وسيؤدي احتفاظ البنوك بنسبة معينة من الودائع في شكل احتياطي قانوني إلى تزايد احتمال حصول المستثمرين على موارد أكبر من تلك التي يرغب المدخرون في ادخارها حتى عند التوظيف الكامل، ويطلق على هذه العملية الادخار الإجباري

ونظرا لمحاولة البنوك تعظيم أرباحها فإنها ستقوم بالتخلص من فائض الاحتياطي المتوفر لديها في شكل قروض وستؤدي بالتالي إلى انخفاض سعر الفائدة السائدة في السوق عن سعر الفائدة الطبيعي مما يدفع بالمستثمرين إلى الحصول على موارد إضافية وتحويلها بعيدًا عن أغراض الاستهلاك وسيترتب على ذلك ارتفاع في أسعار السلع الاستهلاكية والذي سوف يؤدي إلى تخفيض الدخل الحقيقي والاستهلاك الحقيقي للمجتمع وسيجبر المجتمع بالتالي على القيام بالادخار .

ويمكن أن تستمر عملية الرواج التضخمي هذه طالما كان الاحتفاظ بالانخفاض المستمر في سعر الفائدة في حيز الإمكان، ولكن القيود المفروضة على البنوك في منح الائتمان ستضع حدودًا لهذه العملية، ويرجع ذلك إلى زيادة الإنفاق الاستثماري وستؤدي إلى زيادة الدخول النقدية والتي ستؤدي إلى زيادة الطلب على السلع الاستهلاكية وارتفاع أسعارها بالتالي، وهذا الارتفاع في أسعار السلع الاستهلاكية سيجذب الموارد مرة أخرى من إنتاج السلع الرأسمالية إلى إنتاج السلع الاستهلاكية، وباتجاه نسبة الاحتياطي إلى الودائع الذي تحتفظ به البنوك نحو الانخفاض فإنها ستحجم عن القيام بعمليات الإقراض مما يؤدي إلى ارتفاع سعر الفائدة، ولكن هذا الارتفاع في تكلفة الائتمان سيؤثر تأثيرًا سيئًا على ربحية العديد من المشروعات الجديدة،

وسيؤدي بالتالي إلى حدوث الكساد المتمثل في محاولة رجال الأعمال تعديل هيكل الإنتاج إلى المستوى التوازني المناسبة.

رابعاً: عوامل التجديد والابتكار

يرى بعض الاقتصاديين أن الدورات الاقتصادية هي نتيجة طبيعية من نتائج التقدم الاقتصادي ومن أهم النظريات في هذا المجال هي نظرية شومبيتر، وتستند تلك النظرية إلى التفرقة الواضحة بين الاختراع والابتكار، بينما تتمثل الاختراعات في الجهود التي يقوم بها المهندسون والعلماء في اكتشاف السلع الجديدة وفي اكتشاف الطرق الجديدة التي يمكن أن يتم بها الإنتاج وفي اكتشاف الموارد الجديدة وفي اكتشاف الأسواق الجديدة، وفي توضيح التنظيمات الجديدة في الصناعة، إلا أن الابتكارات تتمثل في الجهود التي يقوم بها المنظمون لوضع هذه الاختراعات موضع التنفيذ من الناحية التجارية وتبدو أهمية هذه التفرقة بالنظر إلى طبيعة كل منها، فبينما نجد أن الاختراع يمكن أن يستمر بشكل منتظم إلى حد كبير خلال الزمن، إلا أن الابتكار يتميز بميله إلى الظهور في طفرات أو مجموعات بدلا من أن يتوزع بالتساوي على دار الزمن، وهذه الخاصية هي التي تؤدي إلى ظهور حالات الرواج والكساد.

وتعتمد السرعة التي تتحقق بها عمليات الابتكار والتجديد على عرض المنظمين في المجتمع وبالرغم من عدم القدرة على تحديد عرض المنظمين بصورة كمية دقيقة إلا أن هذا المفهوم يُشكل في نظرية شومبيتر العامل المحدد لمعدل النمو الاقتصادي. ويعتمد هذا العرض على معدل الأرباح وعلى المناخ الاجتماعي والذي يتمثل في مجموعة من العوامل الاجتماعية التي لا يمكن قياسها بدقة مثل القيم الاجتماعية السائدة والتركيب الطبقي والنظام التعليمي والعوامل الدينية... الخ.

وتبدأ نظرية شومبيتر بالتعرض إلى الحالة الساكنة أو التيار الدائري للنشاط الاقتصادي والذي يتدفق باستمرار فالنظام الاقتصادي يميل إلى استقرار في وضع توازني عام ساكن حيث تسوده عدد من الخواص المميزة مثل ثبات كل من حجم ونوعية القوة العاملة ورأس المال والأساليب الفنية للإنتاج والموارد المتاحة وهذا يعني أن هذه الحالة تتميز بوجود العمل الذي تقوم به الإدارة لاستمرار التدفق بمعدل ثابت.

ومع افتراض أن التيار الدائري للنشاط الاقتصادي قد تعرض فجأة لاضطراب خارجي يتمثل في تحقيق مجموعة من الابتكارات يقوم بها عدد محدود من المنظمين والتي قد تتمثل في إنتاج مجموعة محدودة من السلع الاستهلاكية الجديدة يعتقدون بأن إنتاجها سيكون أمرا مريحا، ويؤدي ظهور هذه الأرباح التي تتحقق

نتيجة الابتكار إلى إقبال أعداد متزايدة من رجال الأعمال على تقليد هؤلاء المنظمين وإنتاج هذه السلع وستتجه أعداد من رجال الأعمال إلى التزايد بالتدرج نتيجة لأن المشكلات التي تواجهها عمليات الابتكار يتم التخلص منها بمرور الزمن ولتزايد الخبرة في إنتاج وتسويق هذه السلع .

وكلما تزايد عدد رجال الأعمال في إنتاج هذه المجموعة الجديدة من السلع كلما تزايدت الضغوط على الآخرين للإقدام على إنتاج هذه السلع أيضا حتى لا يفقدوا أسواقهم، بالإضافة إلى ذلك فإن تحقق هذه الابتكارات خاصة في حالة التوظيف الكامل أو شبه الكامل ستدفع بالأسعار نحو الارتفاع من أجل اجتذاب عناصر الإنتاج من الصناعات الأخرى وهذا سيؤدي إلى ازدهار فرص الربح وتشجيع الاستثمار في هذه المرحلة المبكرة من الرواج.

وهذه العوامل المختلفة ستؤدي إلى اتجاه الطلب الكلي نحو التزايد بشكل واضح وسيؤدي تزايد الطلب على السلع الاستهلاكية إلى ارتفاع مضطرب في الأسعار وإلى استمرار التحول من إنتاج السلع الاستهلاكية إلى إنتاج السلع الاستثمارية وهذه هي مرحلة التوسع أو الرواج .وتجدر الإشارة إلى أن حالات التوسع هذه تتميز بزيادة الطلب على موارد الاستثمار عن عرض المدخرات بشكل واضح ولهذا السبب فإن هذه الابتكارات سيتم تمويلها باللجوء إلى الائتمان المصرفي وهذا يعني أن الفرق بين الاستثمار والإدخار المخطط هو الذي يؤدي إلى تولد هذه المرحلة من التوسع .

ولكن هذه المرحلة البد وأن تنتهي عاجلا يعني ضعف هذه أو آجلا وهو الأمر الذي يعني ضعف هذه الموجة من الابتكارات وانتهاء الرواج، ويرجع ذلك إلى مجموعة من الأسباب أهمها يتعلق بانتهاء العمل في إقامة المصانع الجديدة واتجاه الإنفاق الاستثماري بالتالي نحو الانخفاض، وبالإضافة إلى ذلك فإن إنتاج هذه المصانع من السلع الاستهلاكية سيبدأ في غمر الأسواق في وقت يتجه فيه حجم الاستثمار نحو الانخفاض، وهذا يعني انخفاض الطلب على هذه السلع وانخفاض أسعارها بالتالي، مع ما يترتب على ذلك من تأثير سيء في أرباح المنتجين، وهكذا تلوح بوادر الانكماش، وأخيرا فيمكن الإشارة إلى أن قدرة النظام الاقتصادي على تقبل هذه الموجة من الابتكارات هي قدرة محدودة نسبياً وستؤدي بالتالي إلى إحداث تغير جذري في البيانات الاقتصادية المتاحة، مع ما يترتب على ذلك من إعادة للنظر في التقديرات والعلاقات المضادة بين المتغيرات، وفي مثل هذه الظروف ستتزايد مخاطر القيام بالاستثمار وسيحجم رجال الأعمال عن القيام

بالاستثمار حتى يتم الوصول إلى وضع توازني جديد يمكن فيه القيام بتقديرات على درجة معقولة من الدقة حول ربحية المشروعات المختلفة.

وهكذا تبدأ المرحلة الثانية من الدورة والمتمثلة في مرحلة الانكماش التراكمية والتي تمتد إلى شتى مجالات النشاط الاقتصادي وستستمر هذه العملية حتى يتم الوصول إلى وضع التوازن الجديد حتى يتسنى للنظام الاقتصادي التكيف مع الابتكارات الجديدة التي تحققت في الفترة السابقة وحيث تؤدي قوى المنافسة بين المشروعات المختلفة إلى خروج المشروعات ذات الكفاءة المنخفضة عن الصناعة كلياً وهذا يعني أن الكساد لا يمكن اعتباره شراً في حد ذاته ولكنه يؤدي مهمة اقتصادية حيوية ويساهم بذلك في زيادة رفاة المجتمع في الأجل الطويل.

المحور الخامس: التضخم

أولاً: مفهوم التضخم الاقتصادي

يعرف التضخم Inflation بأنه الزيادة المستمرة في المستوى العام للأسعار، لذا لا يعد تضخماً الزيادات الطارئة في الأسعار لسبب أو لآخر، من قبيل ارتفاع الأسعار بسبب العوامل الموسمية أو العرضية، كما إن الزيادة في الأسعار لا تعني أن تكون لجميع السلع فقد ترتفع أسعار بعض السلع فيما يبقى البعض الآخر ثابتاً، إضافة إلى أنه لا يشترط أن تكون زيادات الأسعار متساوية لجميع السلع فقد تكون الزيادات متباينة، وبغض النظر عن الأسباب المؤدية إلى ارتفاع الأسعار إلا أنها تعني انخفاض القوة الشرائية بحيث تصبح كتلة نقدية كبيرة تطارد سلعا قليلة بحيث تؤدي إلى ارتفاع الأسعار بمعنى حدوث فائض في الطلب النقدي عن قدرة العرض السلعي، وفي أوقات التضخم فإن المستهلكين سيدفعون أسعاراً أعلى مقابل ما يحصلون عليه من سلع وخدمات.

ثانياً: أسباب حدوث التضخم

هناك نظريتان رئيسيتان تفسران حدوث التضخم يمكن إيجازهما فيما يلي:

- التضخم بجذب الطلب (Demand Pull Inflation)

في ظل هذه النظرية فإن الطلب الكلي يؤدي إلى ارتفاع مستويات الأسعار، ويحدث التضخم عندما يزيد الطلب الكلي بسرعة أكبر من العرض الكلي، وبما أن العرض الكلي مقيد بعوامل الإنتاج مثل معدلات التراكم الرأسمالي والتقدم التكنولوجي، فإن زيادة الطلب الكلي قد تسبب في الزيادة في المستوى العام للأسعار، ويوضح الشكل التالي كيف إن الزيادات المتتالية في الطلب الكلي (AD) ترفع سعر التوازن إلى أعلى لتعبر عن ارتفاع في المستوى العام للأسعار.

- التضخم بدفع النفقة (Cost Push Inflation)

وطبقاً لهذه النظرية يحدث التضخم نتيجة ضغوط النقابات العمالية لزيادة الأجور النقدية بسرعة أكبر من الزيادة التي تحدث في الأحوال العادية، ويسمى عندها بالتضخم الناشئ عن ارتفاع الأجور كما ينشأ عن الممارسات الاحتكارية للمديرين الذين يرفعون الأسعار حتى في غياب الزيادات في الطلب أو ارتفاع التكاليف، ويطلق عليه اسم التضخم الناشئ عن زيادة الأرباح إن نجاح نقابات العمال في فرض زيادة الأجور

بمعدل يزيد عن الزيادة التي تقررها قوى السوق، بما يمهد لزيادة متوسط الأجور النقدية في الاقتصاد القومي، فإن النتيجة ستكون زيادة في المستوى العام للأسعار، ومع انخفاض العرض الكلي فإن العمالة والنتائج ينخفضان.

ثالثاً: أنواع التضخم

يمكن التمييز بين أنواع مختلفة من التضخم سيتم التطرق إليها فيما يلي:

- التضخم الأصيل أو الصريح أو الصحيح:

ويحدث عندما ال تقابل الزيادة في الطلب الكلي زيادة الإنتاج مما ينعكس في صورة زيادة في الأسعار.

- التضخم الزاحف :

ويتصف هذا النوع من التضخم بارتفاع بطيء في الأسعار حتى في الحالات التي تكون فيها زيادة معتدلة في الطلب، أي ألا تكون هناك زيادات حادة في مستويات الأسعار.

- التضخم المكبوت:

وهو يمثل الحالة التي تمنع الزيادة في الأسعار من الارتفاع نتيجة لوجود العوائق والضوابط التي تحد من ارتفاع الأسعار نتيجة الرقابة على الأسعار بسبب التدخل الحكومي وإتباع سياسات التقنين ونظام البطاقات للحد من الإنفاق على السلع والخدمات بغية السيطرة على الأسعار، وتجدر الإشارة إلى أن القيود التي تفرض للحد من ارتفاع الأسعار لا تعني عدم وجود ضغوط تضخمية بل أنها تؤجل أن تؤدي دورها في ارتفاع الأسعار.

- التضخم المفرط:

وهو الحالة التي ترتفع فيها الأسعار بمعدلات مرتفعة جداً وتزداد معه سرعة تداول النقود وتفقد النقود إحدى أهم وظائفها، ألا وهي كمستودع للقيمة، ويؤدي هذا النوع من التضخم إلى فقدان ثقة الجمهور بالعملة الوطنية بحيث يسعون للتخلص منها ويفضلون حيازة السلع والموجودات الثابتة أي أن الأفراد يرفضون الاحتفاظ بالنقود، ويحدث هذا النوع من التضخم خلال الأزمات والحروب والكوارث وهو ما حدث في ألمانيا ما بين عامي 1921 و1923 وفي رومانيا وروسيا والصين بعد الحرب العالمية الثانية.

رابعاً: قياس التضخم

يقاس التضخم بثلاثة مقاييس سيتم إيجازها في هذا العنصر:

- الرقم القياسي لأسعار المستهلك ويعكس هذا الرقم التغيرات في الأوزان المرتبطة بمختلف شرائح الإنفاق، وعينة البنوك المسعرة وعينة المؤسسات التي تتقرر في نطاقها الأسعار، ويغطي هذا المؤشر مشتريات القطاع العائلي، ويقاس الرقم القياس لأسعار المستهلك سعر سلة ثابتة من السلع السوقية، وبمرور الوقت يجد المستهلكون أن بعض الأسعار ترتفع بسرعة أكبر من غيرها، ونتيجة لهذا فإنه بدلاً من الاستمرار في شراء سلة السلع والخدمات السوقية نفسها، فإنهم يحلون السلع التي ارتفعت أسعارها بنسبة أقل محل السلع التي ارتفعت أسعارها بنسبة أكبر.
- الأرقام القياسية لأسعار المنتج تقيس هذه الأرقام أسعار السلع عند المراحل المختلفة للإنتاج، وتتشمل الأرقام القياسية وفقاً لمراحل الإنتاج والسلع، فهي أرقام قياسية للسلع النهائية والمواد الوسيطة والمواد الخام، لكن تبقى الأرقام القياسية لمرحلة الإنتاج أكثر نفعاً من الرقم القياسي لكل السلع، لأن الأخير يبالغ في تقدير التغيرات السعرية، مع ذلك فإنه يمكن استخدام الأرقام القياسية لأسعار المنتج للكشف أو التنبؤ عن التغيرات التي تحدث في الرقم القياسي لأسعار المنتج.
- المنخفض الضمني للنتائج القومي الإجمالي، ويعتبر المنخفض أو المنكماش الضمني مقياساً لأسعار كل السلع والخدمات النهائية في الاقتصاد القومي خلال مدة معينة.

خامساً: آثار التضخم

إن ارتفاع الأسعار بشكل مستمر في ظل صعوبة السيطرة عليه يحدث آثاراً على المستوى الاقتصادي والاجتماعي ويمكن أن نوجز هذه الآثار بما يأتي:

- أثر التضخم على إعادة توزيع الدخل:

إن التضخم كما أوضحنا هو الارتفاع المستمر في المستوى العام للأسعار بمعنى انخفاض القوة الشرائية للأفراد الذين لم تتغير دخولهم النقدية، أو أنها تغيرت بمعدلات أقل من معدل زيادة الأسعار، إن أول الفئات المتضررة من ذلك هم أصحاب الدخل الثابت (الموظفون، المتقاعدون...) لأن دخولهم ترتبط بعقود قانونية ليس من السهل تغييرها عند تغير الأسعار، ويزداد تضرر هذه الفئات كلما كان ارتفاع الأسعار أعلى، لذا يرى الاقتصاديون إن ذوي الدخل المحدود هي الفئات التي تكون أشد تضرراً في حالة التضخم من الفئات

ذات الدخل المرتفع لأن دخولهم تتسم بالمرونة عند ارتفاع الأسعار أنهم سيحصلون على دخول أعلى من جراء زيادة أسعار منتجاتهم أو خدماتهم، وهي دخول تفوق الزيادة المستمرة في الأسعار، بمعنى أنه يحصل إعادة توزيع للدخل من ذوي الدخل المحدود إلى ذوي الدخل المرتفع، إذ إن تغير الدخل لأفراد المجتمع بالنسبة نفسها ال يحدث أي مشكلة ألن حصة كل فئة ستبقى بدون تغير .

- أثر التضخم على الاستهلاك

يخصص جزء من الدخل القومي للاستهلاك والادخار، وفي أوقات التضخم يحدث اختلال للعلاقة بين الاستهلاك والادخار، فارتفاع المستوى العام للأسعار يعني انخفاض القوة الشرائية أو الدخل الحقيقي، لذا يلجأ الأفراد إلى تقليص مدخراتهم للمحافظة على استهلاكهم السابق، كما يفقد النقود وظيفتها مخزن للقيمة، إذ يلجأ الأفراد للتخلص من مدخراتهم وتحويلها إلى أصول مادية، ونتيجة لذلك ينعدم الحافز للادخار ويزداد الاستهلاك.

- أثر التضخم على ميزان المدفوعات

إن ارتفاع أسعار السلع المحلية في أوقات التضخم يجعلها أعلى من مثيلاتها في الدول الأخرى مما يفقدها التنافسية ويقلل الصادرات منها وهذا يفقد البلد موردا مهما من إيرادات الدولة، وبالمقابل يجعل الأسعار الأجنبية أدنى من أسعار السلع المحلية مما يؤدي إلى زيادة الاستيراد واستنزاف قدر من موارد الدولة.

- أثر التضخم على الاستثمار

يؤدي الارتفاع المستمر في الأسعار إلى شيوع حالة اللايقين في اتخاذ قرارات الاستثمار، إذ يجد المستثمرين صعوبة في تقدير تكاليف الإنتاج في المستقبل وتقدير الأسعار المستقبلية لذا فإنهم سوف يلجئون إلى المشروعات التي تمتاز بمدة استرداد قصيرة ويعزفون عن الاستثمار في المشروعات الإنتاجية الضخمة أو أنهم يستثمرون في أسواق المال المضاربة بمعنى الاستثمار في النشاط غير المنتج وهو ما يخلف آثارا ضارة على الاقتصاد.

- الآثار الاجتماعية للتضخم

لا تقتصر آثار التضخم على الجانب الاقتصادي فحسب، بل يحدث آثارا اجتماعية غير مرغوبة، فهو يولد حالة من عدم الرضا لدى الجمهور لاختلال العلاقة بين الأجور والأسعار، كما إن التضخم يعد أحد مصادر القلق والاضطراب الاجتماعي والسياسي بسبب التفاوت الذي يخلقه في توزيع الثروة، مولدا تزايدا في النزاعات بين العمال وأرباب العمل وانتشارا للفساد والرشوة وانخفاض كفاءة أداء العاملين.

سادسا: طرق معالجة التضخم

يتطلب إتباع الإجراءات الخاصة للحد من التضخم تحديد أسبابه، ثم الانطلاق لوضع السياسة الكفيلة بمعالجته عبر السياستين المالية والنقدية، ويمكن تلخيص إجراءات السياستين بما يأتي:

- إجراءات السياسة المالية لعلاج التضخم

هناك أداتان أساسيتان من أدوات السياسة المالية يمكن أن تستخدمان للحد من التضخم هما الإنفاق الحكومي والضرائب، ففي أوقات التضخم ينبغي تقييد الإنفاق الحكومي وزيادة الضرائب بحيث يؤديان إلى تخفيض الطلب الكلي بشقيه الاستهلاكي والاستثماري بشكل يؤدي إلى تخفيض الأسعار.

- إجراءات السياسة النقدية لعلاج التضخم

يمكن تعريف السياسة النقدية على انها : " مجموعة من القواعد والأساليب والوسائل والإجراءات والتدابير التي تقوم بها السلطة النقدية للتأثير في عرض النقود بما يتلاءم مع النشاط الاقتصادي لتحقيق اهداف اقتصادية معينة خلال فترة زمنية معينة والسلطة النقدية هنا يقصد بها بنك البنوك (البنك المركزي) في أي دولة و تبنى السياسة النقدية على التأثير على عرض النقود أو المعروض النقدي بأدوات معينة تسمى أدوات السياسة النقدية".⁶⁸

و بعبارة أخرى يمكن القول: " ان السياسة النقدية هي كلما تعمله السلطة النقدية من أجل تحقيق استقرار النقد وأداء وظائفه الاقتصادية والاجتماعية بصورة كاملة ومنتزعة".⁶⁹

⁶⁸ عبد المطلب عبد الحميد، السياسة النقدية واستقلالية البنك المركزي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2013، ص18.
⁶⁹ رحيم حسين ، النقد والسياسة النقدية في اطار الفكرين الإسلامي و الغربي ، عمان، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2016، ص177.

يمكن استخدام أدوات السياسة النقدية لعلاج التضخم، وتتلخص تلك الأدوات فيما يلي:

- أ. تخفيض عرض النقد ويترتب على ذلك ارتفاع في أسعار الفائدة وبالتالي انخفاض الطلب الكلي.
- ب. تستخدم سياسة سعر الخصم بين البنك المركزي والبنوك التجارية، إذ تعمل على رفعه وبالتالي تخفيض الائتمان الممنوح للبنوك التجارية، وبالتالي تخفيض عرض النقد ورفع سعر الفائدة وبالتالي تخفيض الأسعار.
- ت. يمكن أن يستخدم الاحتياطي القانوني من خلال رفع نسبته، وبالتالي يؤثر على سيولة البنوك التجارية وتخفيض قدرتها على منح الائتمان.
- ث. استخدام عمليات السوق المفتوحة إذ يدخل البنك المركزي كبائع ومشتري للأسهم والسندات بشكل يؤثر على السيولة وبالتالي تخفيض عرض النقد، مما يؤدي إلى زيادة سعر الفائدة وبالتالي تخفيض الطلب الكلي مما يؤدي إلى الحد من ارتفاع الأسعار أو إلى تخفيضها.

إن استخدام أدوات السياستين المالية والنقدية يجب ألا يكون بشكل متعارض لأنه يحدث نتائج سلبية على النشاط الاقتصادي على سبيل المثال، ففي أوقات التضخم يتطلب من السياسة المالية أن تعمل على تخفيض الإنفاق الحكومي، بالمقابل أن تكون السياسة النقدية سياسة تشفوية بمعنى أن تعمل على تخفيض عرض النقد مثال، فإذا عملت عكس ذلك فإن الأهداف بين السياستين ستكون متضاربة، وتؤدي بالاقتراب إلى الشلل، لذا يجب أن يكون هناك تنسيق في عمل السياستين.

المحور السادس: البطالة

يعتبر مفهوم البطالة من المفاهيم التي أخذت أهمية كبرى في المجتمعات المعاصرة من حيث البحث والتحليل ولقد احتلت جزءا كبيرا في عدد من الفروع المعرفية منها علوم الاقتصاد والإحصاء والاجتماع حيث يرتبط مفهوم البطالة بوصف حالة المتعطلون عن العمل وهم قادرون عليه ويبحثون عنه إلا أنهم يجدونه ومن أهم هذه التعريفات ما يلي:

أولاً: مفاهيم حول البطالة

تعرف البطالة بأنها بقاء العامل خارج نطاق العمل المنتج رغم قدرته عليه وهي أيضا ندرة توافر العمل المناسب لشخص ما راغب فيه وقادر عليه نظرا لزيادة القوى البشرية المؤهلة عن حجم فرص العمل التي يتيحها المجتمع سواء كانت إنتاجية أم خدمية.⁷⁰

كما تعرف البطالة بأنها عدم توافر العمل لشخص راغب فيه مع قدرته عليه في مهنة تتناسب مع استعداداته وخبراته وذلك لحالة سوق العمل.⁷¹

وهناك من يعرف البطالة بأنها عدم القدرة على تحقيق التشغيل الكامل للأفراد سواء تم ذلك لعدم توافر فرص العمل الكافية للراغبين في العمل، أم تم ذلك بمحض اختيار الأفراد الناجم عن زهدهم في العمل.⁷²

ثانياً: أنواع البطالة

إن أشكال وأنواع البطالة مختلفة ومتعددة ومن الصعب حصرها جميعا ومن أهم هذه الأنواع ما يلي:⁷³

- **البطالة الدورية:** تنتشر البطالة الدورية في البلاد الرأسمالية المتقدمة التي يتعرض اقتصادها القومي للأزمات الناتجة عن انخفاض الطلب الفعلي مما ينتج عنه تعطيل لجانب كبير من الطاقة الإنتاجية للاقتصاد القومي ومن ثم تتغشى البطالة بين العمال ويترتب على هذه الأزمات آثار خطيرة على اقتصاديات هذه البلاد.
- **البطالة الاحتكاكية:** تحدث هذه البطالة نتيجة للتقلبات المستمرة للعاملين بين المناطق المهن المختلفة وتنتشأ بسبب نقص المعلومات لدى الباحثين عن العمل ولدى أصحاب العمل الذين تتوفر لديهم فرص العمل،

⁷⁰ نبيل عبد الفتاح، فاطمة عبد العزيز، سيكولوجية العلاقات وخدمية البيئة في التعليم الثانوي التجاري، مطبعة الاشراف، 1995، ص183-184.

⁷¹ عبد الخالق عفيفي، بطالة الشباب وأثرها على التنمية الشاملة، القاهرة، الأهرام، 1993، ص38.

⁷² السيد عبد الفتاح عفيفي، رؤية سيكولوجية للشباب لمشكلة البطالة بين خريجي الجامعات والمعاهد العليا، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الخدمة الاجتماعية بالفيوم، جامعة القاهرة بعنوان الخدمة الاجتماعية في الوطن العربي لأفاق المستقبل، 1990، ص78.

⁷³ حمدي زهران، التنمية الاقتصادية النظرية والتحليل، القاهرة، مكتبة عين شمس، 1979، بتصرف.

ومن الجلي أو نقص المعلومات إنما يعني عدم التقاء جانب العرض، أي انتقاء الصلة بين طالبي الوظائف ومن يعرضون بين هذه الوظائف.

- **البطالة الهيكلية:** يقصد بها ذلك النوع من التعطل الذي يصيب جانبا من قوة العمل، بسبب تغيرات هيكلية تحدث في الاقتصاد الوطني، وتؤدي لإيجاد حالة من عدم التوافق بين فرص التوظيف المتاحة ومؤهلات وخبرات العمال المتعطلين والراغبين في العمل والباحثين عنه.

- **البطالة السافرة أو الصريحة أو الظاهرة:** يقصد بها حالة التعطل الظاهر التي يعاني منها جزء من قوة العمل المتاحة، أي وجود عدد من الأفراد دون جدوى، ولذا فهم في حالة تعطل كامل لا يمارسون أي عمل وهي تظهر بشكل واضح في فائض العرض في سوق العمل بالطلب عليه.

- **البطالة المقنعة:** وهي الحالة التي يتكدس فيها عدد كبير من العمال بشكل يفوق الحاجة الفعلية للعمل مما يعني وجود عمالة زائدة أو فائضة وهذه الفئة من العمالة تبدو من الناحية الظاهرية أنها في حالة عمل لأنها تشغل وظيفة وتتقاضى عنها أجرا، ولكنها من الناحية الفعلية ال تعمل وال تضيف شيئا إلى الإنتاج.

- **البطالة الاختيارية:** في هذا النوع يرغب الأفراد في ترك وظائفهم الحالية للفرغ من أجل لبحث عن فرص عمالة أفضل ذات دخل أعلى أو أكثر ملاءمة للقدرات والطموحات وهي الحالة التي يتعطل فيها الفرد بمحض إرادته واختياره حينما يقدم استقالته من العمل الذي كان يعمل به إما لعزوفه عن العمل وتفضيله للفرغ مع وجود مصدر آخر للدخل والإعاشة، أو لأنه يبحث عن عمل أفضل يوفر له أجرا أعلى وظروف عمل أفضل وقرار التعطل هنا اختياري ولم يفرضه صاحب العمل ولم يجبر عليه.

- **البطالة الإجبارية:** وهي حالة البطالة التي يرغم عليها الراغبون في العمل والقادرون عليه في ظل مستوى الأجور السائدة والباحثون عنه ولكن دون جدوى، والتي يتعطل فيها العاملون بشكل قهري.

- **البطالة الموسمية:** يقصد بها عدم انتظام العمل بالنسبة لفئات معينة من الشباب والكبار في مواسم معينة كما هو الحال في القطاع الزراعي.

- **البطالة الفنية (التقنية):** تظهر نتيجة لتعطل سير الإنتاج بسبب التعطل المفاجئ لآلات أو التذبذب في التموين بالمواد الأولية.

- **البطالة الجزئية:** في بعض الأحيان تقدم المؤسسة لسبب ما على تخفيض الإنتاج بصفة مؤقتة، فتقوم بتخفيض عدد ساعات العمل لكل عامل مقابل تخفيض نسبة من الأجر، في هذه الحالة تظهر البطالة الجزئية.

ثالثا: أسباب البطالة

تعتبر مشكلة البطالة من المشاكل الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والثقافية لهذا تعتبر مسؤولية مشتركة بين كافة قطاعات المجتمع والمؤسسات الخاصة به وهذا ما يؤدي الى اختلاف وتعدد الأسباب لهذه الظاهرة كما يلي:

- الزيادة الهائلة في معدل النمو السكاني وارتفاع معدلات الحياة وارتفاع متوسط الأعمار.
- التطور التكنولوجي السريع والمتلاحق الذي أدى إلى الاستغناء عن عدد كبير من العاملين.
- قصور الموارد المالية والاقتصادية عن فتح مجالات عمل جديدة وعدم نمو فرص العمل بنفس معدل نمو السكان.
- الإقبال الشديد وزيادة الطلب الاجتماعي على التعليم الجامعي نظرا لمجانبة التعليم وتعظيم الشهادة الجامعية.
- الزيادة المطردة في أعداد الخريجين بمعدلات متضاعفة عما كانت عليه في السنوات الماضية.
- الخلل والفجوة وعدم التنسيق بين سياسات التعليم واحتياجات التنمية وسوق العمل وخطط التنمية.
- أصبحت نوعيات العمل المطلوبة تتطلب مهارات معينة مثل اللغة والكمبيوتر وهي لا تتوافر لدى أغلب خريجي الجامعة.
- اختصار التكنولوجيا للوقت والجهد وإنجاز الأعمال والمهام بسرعة وبدقة وبتكلفة أقل جعلها تحل محل الإنسان.
- تطبيق اتفاقيه الجات وسياسة الخصخصة ومعايير الجودة والمنافسة الدولية زادت من صعوبة العمل.
- عزوف الكثير من المتعلمين والخريجين عن العمل اليدوي وتفضيل العمل المكتبي.
- ارتفاع نسبة الامية بسبب التسرب والانقطاع عن العلم.
- سوء سياسة التوظيف الحكومي التي أدت الى التضخم الإداري والبطالة المقنعة دون مراعاة متطلبات الوظيفة وسوق العمل.
- زيادة أعباء الديون الخارجية والداخلية التي تؤدي الى أزمات اقتصادية تظهر في انكماش النشاط الاقتصادي.
- جمود سوق العمل وعدم نموه وضعف مساهمة القطاع الخارجي في فتح أسواق عمل جديدة.

رابعاً: علاقة البطالة بالنمو الاقتصادي⁷⁴

تعد العلاقة بين البطالة والنمو الاقتصادي علاقة عكسية، ويُشار إلى أن البطالة هي أحد عوامل الاقتصاد الكلي التي يستخدمها الاقتصاديون والجهات المعنية الأخرى لقياس معدل النمو الاقتصادي، وعندما يبدأ مستوى البطالة في الانخفاض فإنه عادة ما يكون مرتبطاً بعوامل الاقتصاد الكلي الأخرى مثل؛ الزيادة في الطلب على السلع والخدمات التي تكون بمثابة العامل المحفز لزيادة العمالة، فعلى سبيل المثال، من الممكن أن تؤدي زيادة الطلب على نوع معين من المنتجات من قبل المستهلكين إلى زيادة عدد الموظفين في شركة التصنيع لمواكبة وتيرة الطلب، وفي حال انخفاض الطلب على هذا المنتج سيؤدي إلى تسريح العمال؛ إذ تكون الشركة مضطرة للتخلي عن ثقل غير ضروري من أجل الحفاظ على أرباحها.

ومن الممكن تفسير الارتباط بين النمو الاقتصادي والبطالة من حيث المخرجات الضرورية للخدمات التي يقدمها الموظفون، واللازمة في الحفاظ على الاقتصاد وتعزيز النمو الاقتصادي، إذ يؤثر الارتفاع في معدل البطالة على مستوى الإنتاج إذ ينخفض معه؛ بسبب انخفاض عدد العمال المشاركين في الإنتاج، ويمكن ملاحظة العلاقة بين النمو الاقتصادي والبطالة من خلال تقليل الموارد اللازمة لتطوير الاقتصاد في الدولة، فعندما يكون العمال عاطلين عن العمل لن يتمكنوا من كسب أي أموال، وبالتالي ستفقد الحكومة ضريبة الدخل التي ستكسبها عادةً منهم، وبدلاً من ذلك قد تضطر الحكومة إلى إنفاق الموارد التي كان يمكن تخصيصها لمشاريع تنموية أخرى في تقديم أنواع مختلفة من الخدمات للعمال العاطلين عن العمل، وقد تكون في صورة رعاية طبية أو دعم مواد غذائية وغيرها، ويمكن تلخيص الارتباط بين النمو الاقتصادي والبطالة من خلال حقيقة أن مستوى البطالة يكون أعلى خلال فترات الركود الاقتصادي، والعكس من ذلك في حالة الازدهار، أو خلال فترة النمو في الاقتصاد.

خامساً: تقدير حجم ومعدل البطالة الطبيعي ونسبتها

أكد علماء الاقتصاد أن بلوغ المعدل الطبيعي للبطالة يعني قدرة المجتمع على الاستغلال الأمثل والشامل والمتكامل للموارد الاقتصادية والبشرية والتوظيف الكامل لها ولكن بلوغ ذلك سيكون حالة من التوازن بين جاني العرض والطلب في سوق العمل وهذا بدوره ال يعني أن معدل البطالة سيكون صفراً ويختلف معدل البطالة الطبيعي من فترة الأخرى، وذلك تبعاً للأزمات الاقتصادية مثل ارتفاع الأسعار ومستوى الدخل وارتفاع معدلات

⁷⁴ بنينة توفيق الربح، أمال عبد الرحيم، مرجع سابق، 2002، ص20.

البطالة⁷⁵ ويتحدد حجم البطالة من خلال احتساب الفرق بين حجم مجموع قوة العمل وحجم مجموع المشتغلين ويتم حساب حجم البطالة في البلدان الصناعية عادة خلال الفرق بين حجم العمل المعروض عند مستوى الأجر السائد، وحجم المستخدم عند ذلك المستوى خلال فترة زمنية أما نسبة البطالة فتحسب بقسمة حجم البطالة على إجمالي قوة العمل مضروباً في 100.

$$\text{التعطل} = \frac{\text{حجم البطالة (عدد العاطلين)}}{\text{إجمالي أو مجموع قوة العمل}} \times 100$$

وإن نتائج المعادلة السابقة ومخرجاتها تتأثر بعاملين رئيسيين:⁷⁶

- **العامل الأول:** ذو علاقة بتحديد العمر الزمني المصرح به رسمياً لدخول قوة العمل.
- **العامل الثاني:** يتعلق بتحديد فترة الانقطاع عن العمل التي بموجبها يمكن اعتبار الفرد عاطلاً عن العمل، وعلى الرغم من عمومية حساب معدل البطالة فإن تطبيقه يختلف من بلد لآخر وذلك لأسباب منها سن دخول العمل حيث تختلف سن دخول العمل في كثير من دول العالم.
- **العامل الثالث:** فترة الانقطاع عن العمل حيث تختلف فترة الانقطاع عن العمل من بلد لآخر وتؤثر بدورها في النتائج مع البطالة.

سادساً: آثار البطالة

تتجم عن البطالة آثار عديدة منها الآثار الاقتصادية والاجتماعية بل وحتى السياسية. فمن الآثار الاقتصادية الهدر الكبير في الموارد البشرية الإنتاجية غير المستغلة ونجد أيضاً انخفاض مستوى الدخل الشخصي وما يترتب على ذلك من انخفاض القوة الشرائية وانخفاض الانفاق الاستهلاكي وانخفاض حجم الادخار وما قد ينتج عن ذلك من كساد وفائض في الناتج الكلي للاقتصاد. ومن جانب آخر، فإن للبطالة آثاراً اجتماعية منها انخفاض التقدير الشخصي للعاطل عن العمل وارتفاع معدلات الجريمة. أما من الجانب السياسي نجد المظاهرات التي يقوم بها العاطلون عن العمل وما يترتب على ذلك من محاولات حكومية لمعالجة الوضع.

⁷⁵ بئينة توفيق الرحب، آمال عبد الرحيم، مرجع سابق، 2002، ص20.

⁷⁶ محمد عبد الله البكر، مرجع سابق، 2004، ص269.

ويمكن تصنيف و تلخيص الآثار حسب التصنيفات التالية :

الآثار الاجتماعية الناجمة عن البطالة

تبرز لنا ظاهرة البطالة كتعبير عن سوء العلاقات الاجتماعية وإجحافها، كوجه آخر لسوء توزيع أو تقسيم العمل الاجتماعي، وسوء توزيع الدخل والثروة، على المستويين المحلي والوطني، وعلى المستوى العالمي بين الدول الغنية والدول الفقيرة، وبالتالي يتضح لنا أيضاً، أن البطالة والقهر والحرمان التي تشكل آفات اقتصادية واجتماعية وأخلاقية معاً، ليست نتيجة طبيعية للتقدم التاريخي، وبخاصة ليست نتيجة حتمية للتقدم العلمي والتقني، كما يزعم الفكر المحافظ المدافع عن المصالح والامتيازات المكتسبة ضد منطق العلم والتاريخ، وإنما هي ناجمة عن فساد وجور وخلل أساسي في النظام الاجتماعي السائد، في العملية الاقتصادية-الاجتماعية كلها الجارية اليوم في ظل العولمة وعلى جميع الأصعدة، الدولية والإقليمية والمحلية .

إذ يترتب على البطالة مجموعة من الآثار الاجتماعية والنفسية حيث يشعر العاطلون بالإحباط واليأس وعدم الانتماء للدولة، فتنتشر الجريمة بأنواعها، وخاصة في صفوف العاطلين الذين لا يتلقون إغاثة بطالة خلال فترة تعطله، ويكون واقع البطالة وما ينجم عنها نتيجة لفقدان مصدر العيش (الكسب) أشد على القطاعات الأضعف في المجتمع، وهم الفقراء والنساء، أضف لذلك الانحرافات الفكرية وانتشار الشعور بالحقد والبغضاء نحو الطبقات التي تحيا في بجموحة من العيش، ومما هو جدير بالذكر انه كلما طالبت فترة التعطل كلما صار ضررها جسيماً حيث تؤثر تأثيراً سلبياً على المواهب الفنية والعقلية للعامل فتضمحل مهاراته بل يفقد الإنسان ميزة التعود على العمل وإتقانه وينحط مستواه.

وتساعد البطالة على زيادة حالة ما يسمى بالتشرذم الاجتماعي، وتؤدي حالة التعطل الدائم والمؤقت عن العمل وما يصاحبها من مشكلات اجتماعية وضغوطات اقتصادية على إصابة غالبية الشباب المتعطل عن العمل بحالة من الإحباط الشديد المزمن وحالة من عدم الثقة بالنفس وخاصة لدى الشباب من حملة الشهادات المتوسطة والجامعية، مما يدفعهم هذا الشعور إلى التفكير جدياً بالانتقام من المجتمع الذي يرفض منحهم فرصة العيش الكريم، وتحسين أوضاعهم الاجتماعية، وتحقيق ذواتهم وتجسيد طموحاتهم من خلال تحصنهم بالعمل وأيضاً يدفعهم هذا الشعور إلى التفكير جدياً بالهجرة إلى مجتمعات أخرى.⁷⁷

⁷⁷ ماهر احمد : تقليل العمالة ، الاسكندرية ، مصر ، الدار الجامعية ، 2000 ، 81.

آثار البطالة على الصحة النفسية والجسدية البدنية⁷⁸

تؤدي حالة البطالة عند الفرد إلى التعرض لكثير من مظاهر عدم التوافق النفسي والاجتماعي، إضافة إلى أن كثيراً من العاطلين عن العمل يتصفون بحالات من الاضطرابات النفسية والشخصية فمثلاً، يتسم كثير من العاطلين بعدم السعادة وعدم الرضا والشعور بالعجز وعدم الكفاءة مما يؤدي إلى اعتلال في الصحة النفسية كما ثبت أن العاطلين عن العمل تركوا مقاعد الدراسة بهدف الحصول على عمل ثم لم يتمكنوا من ذلك يغلب عليهم الاتصاف بحالة من البؤس والعجز ويعد من أهم مظاهر الاعتلال النفسي التي قد يصاب بها العاطلون عن العمل:

- **الاكتئاب:** تظهر حالة الاكتئاب بنسبة أكبر لدى العاطلين عن العمل مقارنة لأولئك ممن يلتزمون أداء أعمال ثابتة، وتتفاقم حالة الاكتئاب باستمرار وجود حالة البطالة عند الفرد، مما يؤدي إلى الانعزالية والانسحاب نحو الذات، وتؤدي حالة الانعزال هذه إلى قيام الفرد العاطل بالبحث عن وسائل بديلة تعينه على الخروج من معاشة واقعه المؤلم وكثيراً ما تتمثل هذه الوسائل في تعاطي المخدرات أو الانتحار

- **تدني اعتبار الذات:** يؤصد العمل لدى الإنسان روابط الانتماء الاجتماعي مما يبعث نوعاً من الإحساس والشعور بالمسؤولية، ويرتبط هذا الإحساس بسعي الفرد نحو تحقيق ذاته من خلال العمل، وعلى عكس ذلك فإن البطالة تؤدي بالفرد إلى حالة من العجز والضجر وعدم الرضا مما ينتج عنه حالة من الشعور بتدني الذات وعدم احترامها.

أما عن الحالة النفسية والعزلة التي يعانيها كثير من العاطلين عن العمل تكون سبباً للإصابة بكثير من الأمراض وحالة الإعياء البدني كارتفاع ضغط الدم، وارتفاع الكوليسترول والذي من الممكن يؤدي إلى أمراض القلب أو الإصابة بالذبحة الصدرية إضافة إلى معاناة سوء التغذية أو الاكتساب عادات تغذية سيئة وغير صحية.

الآثار الاقتصادية⁷⁹

إحدى نتائج ظاهرة البطالة زيادة حجم الفقر، الذي يعتبر . أيضاً . من العوامل المشجعة على الهجرة، ويقول الخبراء بأن مشكلة الهجرة إلى أوروبا تكاد تكون مشكلة اقتصادية بالأساس، فبالرغم من تعدد الأسباب المؤدية

⁷⁸ ماهر احمد ، نفس المرجع السابق ، ص 81 .
⁷⁹ نفس المرجع أعلاه، ص 83 بتصرف .

إلى هذه الظاهرة، إلا أن الدوافع الاقتصادية تأتي في مقدمة هذه الأسباب، ويتضح ذلك من التباين الكبير في المستوى الاقتصادي بين البلدان المصدرة للمهاجرين، والتي تشهد غالبًا افتقارًا إلى عمليات التنمية، وقلة فرص العمل، وانخفاض الأجور ومستويات المعيشة، وما يقابله من ارتفاع مستوى المعيشة، والحاجة إلى الأيدي العاملة في الدول المستقبلة للمهاجرين، حيث تقدر منظمة العمل الدولية حجم الهجرة السرية بما بين 10 - 15% من عدد المهاجرين في العالم.. البالغ عددهم حسب التقديرات الأخيرة للأمم المتحدة حوالي 180 مليون شخص.

أما فيما يتعلق بالآثار الاقتصادية للبطالة على المستوى الكلي فالكل يعرف أن أهم مؤشر في اتجاهات الطلب على العمل هو نمو الإنتاج، وبالتالي فإن تباطؤ النمو الاقتصادي يعني ارتفاعا في معدلات البطالة، وهكذا فإن الوضع في المنطقة العربية بصورة عامة و منذ التسعينات تلخص في ضعف أداء الإنتاج مقارنة بنمو سريع في القوة العاملة، كما تبين الاحصائيات أن النمو في القوة العاملة قد فاق الزيادة التي طرأت على فرص التوظيف في المنطقة العربية.

المحور السابع: النمو والتنمية الاقتصادية

أولاً: النمو الاقتصادي

1. تعريف النمو الاقتصادي

تعريف النمو الاقتصادي: هو عبارة عن الزيادة في الناتج الوطني الإجمالي الحقيقي او الناتج المحلي الإجمالي بين فترتين او هو ارتفاع معدل الدخل الفردي والتعريف الاول الأقرب للواقع لأنه يقيس معدل النمو في الاقتصاد عبر الزمن أما الثاني فيشير على متوسط النمو الحقيقي للفرد في دولة ما والواقع أن بعض الدول حققت معدلات نمو مرتفعة الا ان التعداد الهائل لسكان قلل من معدل الدخل.

2. مراحل النمو الاقتصادي

تنقسم هذه المراحل إلى أربع مراحل رئيسية سيتم التطرق إليها فيما يلي:

2.1. مرحلة التهيؤ للانطلاق

تمثل هذه المرحلة انتقال من المجتمع التقليدي الى مرحلة الانطلاق وتسعى الدولة في هذه المرحلة لكسر حاجز الجمود الذي يخيم على الدولة في المجتمع بسبب التخلف الموجود فيها كما قد اعتبر العلماء ان ظهور طبقة المفكرين تساعد على خروج المجتمع من الفكر التقليدي.

2.2. مرحلة الانطلاق

هذه المرحلة تحول الدولة القضاء على أسباب التخلف الموجودة فيها وذلك من اجل السعي نمو إلى تقدم من خلال زيادة الموارد الاقتصادية وكذلك تطوير أساليب الانتاج والتوزيع واقامة الصناعات الثقيلة وتطور الخدمات والنمو من الزراعة كالعنب، بأن هذه المرحلة قصيرة نوعا ما حيث شهد الاقتصاد الوطني تحولا كبيرا في مرحلة الانطلاق وبعد ذلك تتحول بشكل تلقائي او بطريقة أوتوماتيكية.

2.3. مرحلة النضوج

تحقق الدولة في هذه المرحلة نمو لدى جميع قطاعاتها بشكل متوازن ويزيد الاستثمار فيها عن الاستهلاك.

2.4. مرحلة الاستهلاك

تتميز هذه المرحلة بوصول الدولة لدرجة كبيرة من درجة التقدم وزيادة إنتاجها عن الحاجة المطلوبة وارتفاع مستوى دخل مكنها من الرفاهية.

3. أنواع النمو الاقتصادي وأهميته

تنقسم أنواع النمو و أهميتها الى ما يلي:

- النمو المحتمل

هي قدرة المؤسسات على تحقيق أرباح أكثر وتوسع قوتها العاملة وزيادة الإنتاج من ناحية التجارية تعتمد إمكانية النمو في أي منطقة اعتمادا كبير على توقعات قيادتها الربح

- النمو الفعلي

هو الزيادة في الإنتاج الفعلي النمو الذي أخذ مؤسسة ما او شركة ولم تسجله على ارض الواقع عند ما يتم تسجيل الإحصائيات الفعلية الذي يشرون اليه.

4. متطلبات النمو الاقتصادي

- توفير كافة المعلومات المالية التي تساعد في دعم النمو الاقتصادي
- وضع الخطط الاقتصادية
- تدريب العمال والموظفين من خلال الدورات التأهيلية
- نشر الوعي الاقتصادي عند الأفراد وتعزيز الثقافة

ثانيا: ماهية التنمية الاقتصادية

1. تعريف التنمية الاقتصادية:

تعرف التنمية الاقتصادية كسياسة اقتصادية طويلة الأجل لتحقيق نمو اقتصادي، بأنها عملية يزداد بواسطتها الدخل القومي الحقيقي للاقتصاد خلال فترة زمنية طويلة وإذا كان معدل التنمية أكبر من معدل نمو السكان فان متوسط دخل الفرد حقيقي سيرتفع .

وعندما نركز اهتمامنا فقط على زيادة في الناتج القومي فإننا ننظر نظرة شاملة إلى نتيجة النهائية لعملية التنمية غير انه إذا فحصنا العملية بتفصيل أدق فسنلاحظ وجود تغيرات أخرى كثيرة ويمكن أن نقسم أهم هذه التغيرات إلى:

"تغيرات أساسية في عرض عوامل الإنتاج وتغيرات في هيكل الطلب على المنتجات"

وتشمل الأولى اكتشاف موارد إضافية جديدة و تراكم رأس المال, إدخال طرق فنية جديدة الإنتاج ، تحسين مهارات نمو السكان , أما الثانية فهي ترتبط بالتحسينات في تركيب السكان من حيث الحجم والسن وفي مستوى وتوزيع الدخل القومي وفي الأذواق بإضافة الى ترتيبات أخرى مرفقيه وتنظيمية

أما الاصطلاح الدخل القومي الحقيقي فهو يشير هنا إلى مجموع ناتج القومي من سلع والخدمات النهائية معبرا عنه ليس في شكل نقدي وإنما في شكل حقيقي أي أن تعبير النقدي للدخل القومي ينبغي تصحيحه عن طريق رقم قياسي مناسب لأسعار كل من السلع الاستهلاكية والرأسمالية.⁸⁰

2. مقياس التنمية الاقتصادية

2.1 مقياس شامل للسلع والخدمات النهائية المنتجة:

وندخل في حسابنا استهلاك الآلات والسلع الرأسمالية الأخرى أثناء عملية الإنتاج حيث كلما كان إجمالي الناتج القومي لا يأخذ في حساب الحالات الرأسمالية فان صافي الناتج القومي ال إجمالي الناتج القومي هو الذي يعنينا في هذه الحالة لأنه يتضمن السلع والخدمات الاستهلاكية نهائية مضافا اليها فقد صافي الاضافة الى السلع الرأسمالية.

⁸⁰ كامل بكري، التنمية الاقتصادية، دار الجامعية 1988، ص 63،64.

2.2. مقياس تنمية بالرفاهية الاقتصادية

يقنضي استخدام الزيادة في متوسط الدخل الفرد الحقيقي لا الزيادة في الدخل القومي الحقيقي , ذلك لأنه اذا كان مقياس الحكم هو مجرد زيادة الدخل القومي الحقيقي فقد ينشا موقفا يزداد فيه دخل قومي حقيقي فعلا بينما قد لا يطرا أي تحسن على مستوى معيشة ويحدث هذا عندما تفوق زيادة السكان زيادة الناتج القومي مما ينتج عنه انخفاض متوسط دخل الفرد الحقيقي او عندما تساوي زيادة الناتج القومي مع زيادة السكان مما ينتج عنه بقاء متوسط دخل فرد حقيقي ثانيا.

2.3. مقياس متوسط دخل الفرد حقيقي

حيث انه يثير مشكلة بصدد كيفية حسابه من الأفضل عند حساب متوسط دخل الفرد اذا يقسم الدخل القومي الحقيقي على مجموع السكان دون تخصيص إجراء مناسب من ناحية الاستهلاك بينما قسمته على سكان العاملين فقد يكون إجراء مناسباً من الناحية الإنتاجية⁸¹

3. أهداف التنمية الاقتصادية

يمكن تلخيص أهدافها في النقاط التالية:⁸²

- زيادة الدخل القومي
- رفع مستوى المعيشة
- تقليل في دخول والثروات
- تعديل التركيب النسبي للاقتصاد القومي
- 4. متطلبات التنمية الاقتصادية وأهميتها

يمكن إيجاز متطلبات التنمية الاقتصادية على شكل نقاط سيتم إدراجها على الشكل التالي:

- التخطيط وتوفير البيانات والمعلومات اللازمة
- الانتاج بجوده وتوفير التكنولوجيا الملائمة لتوفير الموارد البشرية المخصصة
- وضع السياسات الاقتصادية الملائمة

⁸¹ كامل بكري، مرجع سبق ذكره، ص 65-69

⁸² نفس المرجع أعلاه ص 80-85.

- توفير الأمن والاستقرار اللازم
- نشر الوعي التنموي بين المواطنين
- أما أهمية التنمية الاقتصادية فتركز فيما يلي:
- زيادة الدخل الحقيقي وبالتالي تحسين معيشة المواطنين .
- توفير فرص العمل للمواطنين .
- تقليل الفوارق الاجتماعية والاقتصادية بين طبقات المجتمع.
- توفير السلع والخدمات المطلوبة ال شباب حاجات المواطنين وتحسين مستوى الصحي والتعليمي والثقافي .
- تقليل الفوارق الاجتماعية والاقتصادية بين طبقات المجتمع .
- تحسين وضع ميزان المدفوعات.
- تسديد الديون أولاً بأول وتحقيق الأمن القومي للدولة.

قائمة المراجع باللغة العربية:

- سكيينة بن حمود، "مدخل لعلم الاقتصاد الجزائري: (دار المحمدية العامة، 2009).
- حنان شطيبي، محاضرات في مقياس مدخل للاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2018.
- مخلفي أمينة، بن قرينة محمد حمزة، "مطبوعة محاضرات في مقياس مدخل للاقتصاد"، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح1، ورقلة، 2017-2018.
- توفيق عبد الرحيم حسن، "مبادئ الاقتصاد الجزئي" عمان، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع.
- عبد الغفور إبراهيم احمد، "مبادئ الاقتصاد والمالية العامة"، زهران للنشر، الأردن، 2013.
- عبد الرحمان يسري، "مقدمة في الاقتصاد"، الدار الجامعية، مصر، 2008.
- حمدي أحمد العناني، "أساسيات علم الاقتصاد"، الدار المصرية اللبنانية، مصر.
- غادة صالح، "مبادئ الاقتصاد"، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية مصر، 2008.
- عثمان أبو حرب، "الاقتصاد الدولي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- فرحات غول، "مدخل إلى الاقتصاد"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر.
- فتح الله ولعلو، "الاقتصاد السياسي: مدخل للدراسات الاقتصادية"، دار الحدائث للنشر والطباعة والتوزيع، 1981.
- محمد احمد السريتي، "أسس علم الاقتصاد"، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2014.
- محمد دويدار، مبادئ الاقتصاد السياسي"، منشأة المعارف، الإسكندرية.
- عامر علي سعيد، "مقدمة في الاقتصاد الجزئي"، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- سعيد أوكيل، وظائف و نشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- ناجي معلا ورائف توفيق، أصول التسويق، مدخل تحليلي، ط3، دار وائل، عمان، 2005.
- فهد سليم الخطيب، محمد سليمان عواد، مبادئ التسويق، ط1، دار الفكر، عمان، 2000.
- محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة و الدار العلمية الدولية، عمان، ط، 2002.
- عبد السلام أبو قحف، أساسيات التسويق الجزء الأول، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992.
- خالد الراوي- حمود السند، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2001.
- محيي الدين الأزهرى، التسويق الفعال (مبادئ و تخطيط)، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، مصر، 1995.
- محمد الباشا و آخرون، مبادئ التسويق الحديث، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2000.
- قحطان العبدلي- بشير العلاق، التسويق أساسيات و مبادئ، دار زهران، عمان، 2002.
- محمد فريد الصحن، التسويق، الدار الجامعية، مصر 1999.
- مايكل إيتزل- بروس ووكر-ويليام ستانتون، التسويق، الطبعة الأولى، مكتبة لبنان ناشرون 2006.

- فريد كورتل- ناجي بن حسين،التسويق: المبادئ و السياسات،منشورات جامعة منتوري،قسنطينة،ماي2001.
- نصيب رجم، إدارة أنظمة التوزيع، دار العلوم للنشر و التوزيع، عنابة، الجزائر، 2006.
- زينب حسن عوض الله، سوزي عدلي ناشد، " مبادئ علم الاقتصاد"، دار الجامعة الجديدة ، مصر، 2004.
- صلاح عبد الباقي، " إدارة الموارد البشرية"، الدار الجامعية، مصر، 2000.
- محمد عزيز، محمد عبد الجليل أبو سنيّة، " مبادئ الاقتصاد"، جامعة قاروبونس، بنغازي، 2002.
- عامر علي سعيد، "مقدمة في الاقتصاد الجزئي"، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- أحمد فريد مصطفى وآخرون، " الاقتصاد النقدي والمصرفيين النظرية والتعليق"، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية،2000.
- ضياء مجيد، " الاقتصاد النقدي"، مؤسسة شباب الإسكندرية، 2002.
- إسماعيل عبد الرحمان، حربي محمد عريقات، "مفاهيم ونظم اقتصادية التحليل الاقتصادي الجزئي والكلي" دار وائل للنشر والتوزيع،عمان2004.
- علي جدوع الشرفات وآخرون، " أساسيات الاقتصاد الجزئي"، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان،2008.
- المعموري محسن، "مبادئ علم الاقتصاد" دار اليازوري، عمان، 2014.
- تام علوان المصلح، " علم الاقتصاد الجزئي والكلي"، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- توبي عبد المالك، محاضرات في مقياس مدخل للاقتصاد، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2019.
- عبد المطلب عبد الحميد، السياسة النقدية واستقلالية البنك المركزي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2013.
- رحيم حسين ، النقد والسياسة النقدية في اطار الفكرين الإسلامي و الغربي ، عمان، الأردن، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2016.
- نبيل عبد الفتاح، فاطمة عبد العزيز، سيكولوجية العلاقات وخدمية البيئة في التعليم الثانوي التجاري، مطبعة الاشراف،1995.
- عبد الخالق عفيفي، بطالة الشباب وأثرها على التنمية الشاملة، القاهرة، الأهرام، 1993.
- السيد عبد الفتاح عفيفي، رؤية سيكولوجية للشباب لمشكلة البطالة بين خريجي الجامعات والمعاهد العليا، المؤتمر العلمي الثالث لكلية الخدمة الاجتماعية بالفيوم، جامعة القاهرة بعنوان الخدمة الاجتماعية في الوطن العربي لأفاق المستقبل، 1990.
- حمدية زهران، التنمية الاقتصادية النظرية والتحليل، القاهرة، مكتبة عين شمس، 1979.

المراجع باللغة الأجنبية:

- Gérard Cliquet et autres, Management de le Distribution, Dunod, Paris, 2003.

- Jean-Jacques Lambin et autres, Marketing Stratégique et Opérationnel, 6eme édition, Dunod, Paris, 2005.
- Mohamed Seghir Djitli, Comprendre le marketing, Berti éditions, Algérie, 1999.
- Marie Camille Debourg et autres, Pratique du marketing, Berti éditions, Alger, 2004.
- Jean jacques Lambin et autres, Marketing Stratégique et Opérationnelle :du Marketing à l'orientation Marché, 6eme édition, Dunod, Paris, 2005.
- Patricia Coutelle- Brillet-Véronique des gares, Marketing : de l'analyse à l'action, e-node & Pearson, education, France, 2004.
- Denis Lindon- Frédéric Jallat, le Marketing, 5eme édition, Dunod, Paris, 2005.