

الباب الثاني

الفصل السابع : الإيرادات

أولاً: الإيراد الكلي Total Revenue

هو: "مجموع ما يحصل عليه البائع ثمناً للكمية التي يبيعها ، وبالتالي هو حاصل ضرب الكمية المباعة في السعر"

الإيراد الكلي = الكمية المباعة * السعر

$$TR=Q*P$$

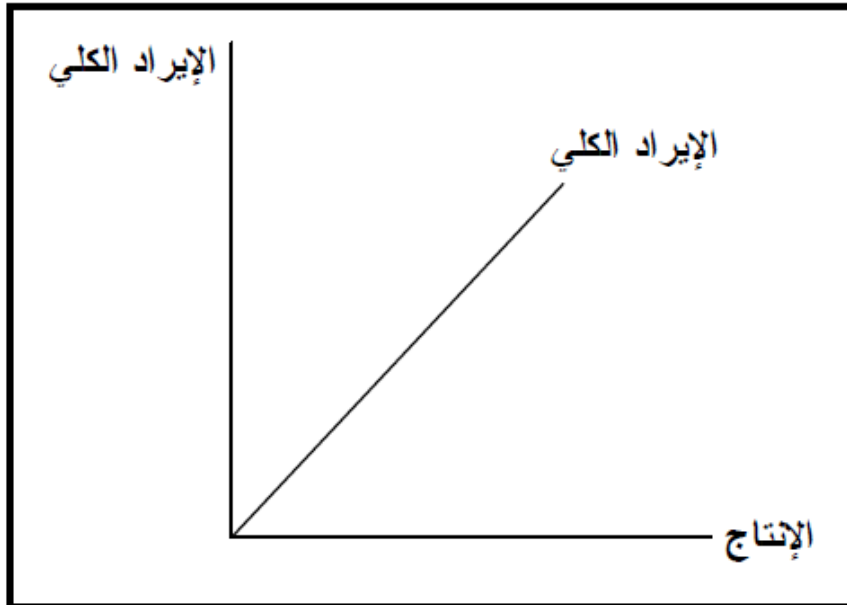
حيث ان :

TR : الإيراد الكلي

Q : الكمية المباعة

P : سعر الوحدة المباعة

ان منحنى الإيراد الكلي في السوق المنافسة الكاملة هو خط مستقيم يبدأ من نقطة الاصل وميله يساوي السعر ، ولما كان البائع في حالة المنافسة الكاملة لا يستطيع التأثير في السعر فهو معطى فان ميل خط الإيراد الكلي لا يتغير.



ثانياً: الإيراد المتوسط : Average Revenue

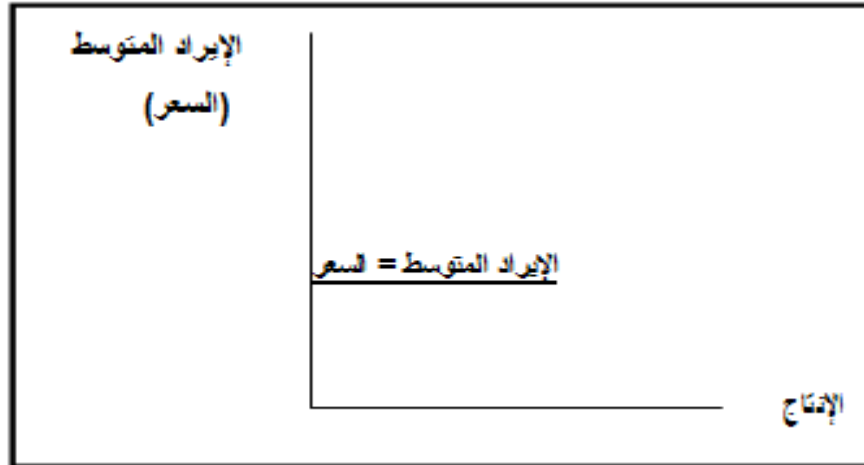
هو " نصيب الوحدة المباعة من الإيراد الكلي ، وبالتالي هو خارج قسمة الإيراد الكلي على الوحدات المباعة"

الإيراد المتوسط = الإيراد الكلي / عدد الوحدات المباعة

$$AR = TR/Q$$

إن الإيراد المتوسط في سوق المنافسة الكاملة لا يتغير بتغير الكمية المباعة والسبب في ذلك::: إن السعر في سوق المنافسة الكاملة يكون ثابتاً لا يستطيع البائع التحكم فيه والإيراد المتوسط هو السعر الذي تباع به السلعة وذلك لأنه عند قسمة الإيراد الكلي على عدد الوحدات المباعة نحصل على الإيراد المتوسط وعند ضرب عدد الوحدات المباعة في السعر نحصل على الإيراد الكلي وعليه فإن منحنى الإيراد المتوسط على شكل خط مستقيم موازي للمحور الأفقي وهو :

الإيراد المتوسط = السعر



ثالثاً: الإيراد الحدي : Marginal Revenue

هو مقدار التغير في الإيراد الكلي الناتج من تغير الكمية المباعة بوحدة واحدة. أو هو الإيراد الناتج من بيع وحدة إضافية من الانتاج.

الإيراد الكلي = التغير في الإيراد الكلي / التغير في الوحدات المباعة

ولما كان الإيراد الكلي هو الكمية المباعة مضروبة في السعر وأن السعر ثابت فإن الإيراد الكلي سيزداد عند بيع وحدة إضافية ما يعادل السعر وهذا يعني أن السعر في ظل المنافسة الكاملة يكون مساوياً للإيراد الحدي وإن الإيراد الحدي يكون ثابتاً عند تغيير الكمية المباعة ، أي أنه سيأخذ خطأ مستقيماً موازياً للمحور الأفقي.