

Microeconomics (1): Key Economic Terms and Definitions (English – Arabic)

الاقتصاد الجزئي (1): المصطلحات الاقتصادية الأساسية وتعريفاتها (إنجليزي – عربي)

1. Economics — علم الاقتصاد

Economics studies how societies allocate scarce resources to satisfy unlimited human needs.

علم الاقتصاد يدرس كيفية استخدام الموارد المحدودة لإشباع الحاجات الإنسانية غير المحدودة.

2. Scarcity — الندرة

Scarcity means that resources are not enough to satisfy all wants.

الندرة تعني عدم كفاية الموارد لإشباع جميع الحاجات.

3. Resources — الموارد

Resources are inputs used to produce goods and services and are limited.

الموارد هي عناصر الإنتاج المتاحة وهي محدودة.

4. Factors of Production — عناصر الإنتاج

They are labor, capital, natural resources, and entrepreneurship.

عناصر الإنتاج تشمل العمل ورأس المال والموارد الطبيعية والتنظيم.

5. Labor — العمل

Labor is human effort used in production, and its reward is wages.

العمل هو الجهد البشري المستخدم في الإنتاج، وعائده الأجر.

6. Capital — رأس المال

Capital includes man-made tools used in production, and its return is interest.

رأس المال هو الوسائل المصنعة المستخدمة في الإنتاج، وعائده الفائدة.

7. Entrepreneurship — التنظيم / ريادة الأعمال

Entrepreneurship organizes production factors and bears risk for profit.

التنظيم هو تنسيق عناصر الإنتاج وتحمل المخاطر لتحقيق الربح.

8. Natural Resources (Land) — الموارد الطبيعية (الأرض)

Natural resources are gifts of nature used in production.

الموارد الطبيعية هي ما وفرتة الطبيعة ويُستخدم في الإنتاج.

9. Economic System — النظام الاقتصادي

It defines how resources are owned and distributed in society.

النظام الاقتصادي يحدد أسلوب إدارة الموارد في المجتمع.

10. Capitalist System — النظام الرأسمالي

An economic system based on private ownership and profit motive.

نظام يقوم على الملكية الخاصة وتحقيق الربح.

11. Socialist System — النظام الاشتراكي

An economic system based on collective ownership and social equality.

نظام يعتمد على الملكية الجماعية وتحقيق العدالة الاجتماعية.

12. Market — السوق

A market is where buyers and sellers exchange goods and services.

السوق هو مكان التقاء البائعين والمشتريين.

13. Price — السعر

Price is the amount paid to obtain a good or service.

السعر هو القيمة النقدية للسلعة أو الخدمة.

14. Demand — الطلب

Demand is the willingness and ability to buy a good.

الطلب هو رغبة المستهلك المدعومة بالقدرة الشرائية.

15. Quantity Demanded — الكمية المطلوبة

The amount consumers are willing to buy at a certain price.

هي مقدار ما يرغب المستهلك في شرائه عند سعر معين.

16. Law of Demand — قانون الطلب

Price and quantity demanded have an inverse relationship.

توجد علاقة عكسية بين السعر والكمية المطلوبة.

17. Non-Price Factors of Demand — العوامل غير السعرية للطلب

Factors such as income and tastes that shift demand.

عوامل مثل الدخل والأذواق تؤدي إلى انتقال منحنى الطلب.

18. Utility — المنفعة

Utility is the satisfaction gained from consumption.

المنفعة هي الإشباع الناتج عن الاستهلاك.

19. Total Utility — المنفعة الكلية

Total satisfaction from consuming several units.

المنفعة الكلية هي مجموع المنافع من استهلاك عدة وحدات.

20. Marginal Utility — المنفعة الحدية

Extra satisfaction from consuming one more unit.

المنفعة الحدية هي المنفعة من الوحدة الإضافية.

21. Law of Diminishing Marginal Utility — قانون تناقص المنفعة الحدية

Marginal utility decreases as consumption increases.

كلما زاد الاستهلاك قلت المنفعة الحدية.

22. Consumer Equilibrium — توازن المستهلك

The point where the consumer maximizes satisfaction.

توازن المستهلك هو تحقيق أقصى منفعة ممكنة.

23. Indifference Curve — منحنى السواء

Shows combinations of goods giving equal satisfaction.

يمثل مجموعات سلع تحقق نفس المنفعة.

24. Marginal Rate of Substitution (MRS) — معدل الإحلال الحدي

The rate of giving up one good for another.

هو معدل استبدال سلعة بأخرى مع ثبات المنفعة.

25. Elasticity of Demand — مرونة الطلب

Measures responsiveness of demand to price changes.

تقيس مدى استجابة الطلب للتغير في السعر.

26. Supply — العرض

Supply is the quantity producers offer at different prices.

العرض هو الكمية التي يرغب المنتجون في بيعها.

27. Law of Supply — قانون العرض

Higher prices lead to higher quantity supplied.

كلما ارتفع السعر زادت الكمية المعروضة.

28. Market Equilibrium — التوازن السوقي

Occurs when demand equals supply.

يتحقق عندما يتساوى العرض مع الطلب.

29. Equilibrium Price — سعر التوازن

The price at which the market is stable.

سعر يستقر عنده السوق.

30. Government Price Intervention — تدخل الحكومة في الأسعار

Government sets prices above or below equilibrium.

تدخل الدولة لتحديد الأسعار لحماية المنتج أو المستهلك.

31. Production — الإنتاج

Creating or adding utility to goods and services.

الإنتاج هو خلق أو إضافة منفعة.

32. Production Function — دالة الإنتاج

Shows relation between inputs and output.

توضح العلاقة بين عناصر الإنتاج والناتج.

33. Short Run — المدى القصير

A period where at least one factor is fixed.

فترة يكون فيها أحد عناصر الإنتاج ثابتاً.

34. Total Product — الناتج الكلي

Total output produced in each time.

إجمالي ما يتم إنتاجه خلال فترة معينة.

35. Average Product — الناتج المتوسط

Output per unit of variable input.

الناتج الكلي مقسومًا على عدد وحدات العمل.

36. Marginal Product — الناتج الحدي

Extra output from one more unit of labor.

الزيادة في الناتج بسبب إضافة وحدة عمل.

37. Law of Diminishing Returns — قانون تناقص الغلة

Adding more variable input reduces marginal output.

زيادة عنصر متغير تؤدي في النهاية إلى انخفاض الناتج الحدي.

38. Perfect Competition — المنافسة الكاملة

A market with many sellers and homogeneous products.

سوق يتسم بتعدد المنتجين وتجانس السلعة.

39. Monopoly — الاحتكار

A market controlled by a single producer.

سوق يسيطر عليه منتج واحد دون بدائل قريبة.

40. Marginal Cost — التكاليف الحدية

Cost of producing one additional unit.

تكلفة إنتاج وحدة إضافية من السلعة.

41. Isoquant Curves — منحنيات الكمية المتساوية

Isoquant curves show different combinations of production inputs that produce the same level of output.

منحنيات الكمية المتساوية تمثل مجموعات مختلفة من عناصر الإنتاج التي تحقق نفس مستوى الإنتاج.

42. Isocost Curves — منحنيات التكلفة المتساوية

Isocost curves represent combinations of inputs that result in the same total cost.

منحنيات التكلفة المتساوية تمثل جميع تراكيب عناصر الإنتاج التي تكلف المنتج نفس التكلفة الكلية.

43. Short-Run Cost Curves — منحنيات التكاليف في الأجل القصير

Short-run cost curves show production costs when at least one factor of production is fixed.

منحنيات التكاليف في الأجل القصير توضح سلوك التكاليف عندما يكون أحد عناصر الإنتاج ثابتاً.

44. Long-Run Cost Curves — منحنيات التكاليف في الأجل الطويل

Long-run cost curves show the lowest possible cost of production when all inputs are variable.

منحنيات التكاليف في الأجل الطويل توضح أقل تكلفة ممكنة للإنتاج عند إمكانية تغيير جميع عناصر الإنتاج.

45. Perfect Competition — المنافسة التامة (الكاملة)

Perfect competition is a market structure with many buyers and sellers, homogeneous products, and price takers.

المنافسة التامة هي سوق يتعدد فيه المنتجون والمستهلكون، وتكون السلعة متجانسة ولا يملك أي طرف التأثير في السعر.

46. Monopolistic Competition — المنافسة الاحتكارية

Monopolistic competition is a market with many sellers offering differentiated products.

المنافسة الاحتكارية سوق يضم عددًا كبيرًا من المنتجين مع تمايز السلع وقدرة محدودة على التحكم في السعر.

47. Oligopoly — احتكار القلة

Oligopoly is a market structure dominated by a few large firms that influence prices and output.

احتكار القلة هو سوق تسيطر عليه عدد محدود من الشركات الكبيرة القادرة على التأثير في السعر والإنتاج.

48. Cross Elasticity of Demand — مرونة الطلب التقاطعية

Cross elasticity of demand measures how demand for one good responds to a price change of another good.

مرونة الطلب التقاطعية تقيس مدى استجابة الطلب على سلعة ما للتغير في سعر سلعة أخرى.

49. Income Elasticity of Demand — مرونة الطلب الدخلية

Income elasticity of demand measures how demand changes as consumer income changes.

مرونة الطلب الدخلية تقيس استجابة الكمية المطلوبة للتغير في دخل المستهلك.

50. Derivation of Demand Functions — اشتقاق دوال الطلب

Derivation of demand functions explains how demand is obtained from consumer behavior and market factors.

اشتقاق دوال الطلب يوضح كيفية تحديد الطلب اعتماداً على سلوك المستهلك والعوامل المؤثرة فيه.