العرض والطلب، أساسيات الاقتصاد الجزئي

Contents

أولاً – الطلب الإجمالي (Aggregate demand): 2
1 – الطلب الكلي الفعال: 2
2 – الطلب الإجمالي والاقتراض (الدَّين): 3
3 – أثر معدل ثراء الأسرة والدخل المتاح على الطلب الإجمالي: .. 5
4 – منحنى الطلب الإجمالي: 6
5 – التحولات في منحنى الطلب الإجمالي: 6
6 – العوامل المؤثرة في تحول الطلب الإجمالي: 7
7 – صيغة حساب الطلب الإجمالي: 8
ثانياً – العرض الإجماليAggregate supply : 9
1 – منحنى العرض الإجمالي: 9
2 – تحوّل منحنى العرض الإجمالي: 10
3 – منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل (LRAS): 11
4 – منحنى العرض الإجمالي على المدى القصير SRAS: 13
ثالثاً – العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي: 14
أ – الطلب في الاقتصاد الجزئي: 14
ب – العرض في الاقتصاد الجزئي: 17
1 – العوامل الأساسية التي تؤثر في العرض: 18
2 – قانون العرض في الاقتصاد الجزئي: 18
3 – العلاقة بين الزمن والعرض في الاقتصاد الجزئي: 19
ج – العلاقة بين العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي: 20
1 – السعر انعكاس لتفاعل العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي: 21
2 – قانون العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي: 22
3 – توازن العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي: 23
4 – العرض الزائد في الاقتصاد الجزئي: 23
5 – الحركات والتحولات في منحنى العرض والطلب: 25

العرض والطلب، أساسيات الاقتصاد الجزئي

الأستاذ الدكتور مصطفى العبد الله الكفري

يعد العرض والطلب أحد أهم مفاهيم الاقتصاد الجزئي ويمثل العمود الفقري لاقتصاد السوق. ,يمثل العرض كمية الإنتاج الذي يمكن أن يعرض في السوق. وتشير الكمية المعروضة إلى مقدار منتج معين مستعد المنتج عرضه بسعر معين. وتُعرف العلاقة بين السعر كمية المنتج المعروضة أو الخدمة المقدمة للسوق بعلاقة العرض. كما يمثل الطلب كمية المنتج أو الخدمة المطلوبة من قبل المشترين. الكمية المطلوبة هي كمية المنتج الذي يرغب الناس في شرائه بسعر محدد. وتعرف العلاقة بين السعر والكمية المطلوبة بعلاقة الطلب.

أولاً – الطلب الإجمالي (Aggregate demand):

الطلب الإجمالي هو مجموع قيمة الطلب على السلع النهائية والخدمات في اقتصاد دولة ما في زمن محدد وبمستوى أسعار معين. فالطلب الإجمالي هو مجموع الإنفاق المرغوب أو المخطط له في اقتصاد دولة ما خلال فترة زمنية معينة. ويحدده مستوى الأسعار الإجمالي ويتأثر الطلب عادة المحلي، وصافي الصادرات، ونفقات الحكومة، ودالة الاستهلاك، والعرض النقدي. [1]

إذن الطلب الإجمالي هو مجموع الطلبات الجزئية لمختلف قطاعات الاقتصاد الوطني. ويمثل الطلب الإجمالي عادة المجموع الخطي لأربع مصادر. الاستهلاك والاستثمار والإنفاق الحكومي وصافي الصادرات (إجمالي الصادرات _ إجمالي الواردات).

1 – الطلب الكلي الفعال:

يؤدي انخفاض الطلب الكلي الفعال أو إجمالي مبلغ الإنفاق في الاقتصاد (الانخفاض بسبب الكساد)، إلى انخفاض مستوى النشاط الاقتصادي وانتشار

[1] – أنظر، بول سام ولسون – ويليام د. نوردهاوس، الاقتصاد، ترجمة هشام عبد الله، مراجعة د. أسامة الدباغ.

البطالة غير الارادية ما لم يحدث تدخل فعال. [2] حيث تفقد الأعمال قدرتها على تحريك رأس المال والاستثمار لذلك يتم فصل العمال. وهذا يعني أن العمال لم يعد لديهم سوى القليل لإنفاقه بصفتهم مستهلكين، وبذلك يشتري المستهلكون كمية أقل من المنتجات السلعية والخدمية، الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض الطلب الإجمالي وفصل العمال. ولا يمكن إيقاف الكساد في الاقتصاد المتداخل وتصحيحه إلا من خلال زيادة الطلب الإجمالي.

يميل الأشخاص ذوو الدخل المنخفض عادة إلى إنفاق دخلهم على الفور لتأمين احتياجاتهم: المسكن، والغذاء، والكساء، والنقل، وما إلى ذلك، في حين لا يستهلك الأشخاص ذوو الدخل المرتفع كميات كبيرة من المنتجات، وأحياناً يدخرون المال للاستثمار، هذا يعني انخفاض سرعة تداول رأس المال في الاقتصاد، ومن ثم انخفاض معدل النمو. لذلك، يجب أن يستهدف الإنفاق برامج التشغيل العامة على نطاق واسع بما يكفي لتسريع نمو الاقتصاد إلى مستوياته السابقة.

2 – الطلب الإجمالي والاقتراض (الدَّين):

تشدد نظرية الاقتصاد بعد الكينزي حول الطلب الإجمالي على دور الاقتراض (الدَّين) الذي تعتبره مكوناً أساسياً في الطلب الإجمالي، [3] ويشار إلى مساهمة تغير الدين في الطلب الإجمالي من قبل البعض باسم الدفع الائتماني. الطلب الإجمالي هو الإنفاق سواء كان على الاستهلاك أو على الاستثمار أو على أي فئات الأخرى. الإنفاق والدخل مرتبطان:

صافي المدخرات = الدخل – الإنفاق

الإنفاق = (الدخل – صافي المدخرات) أو

(الدخل + صافي الزيادة في الدين). [4]

---

[2] – أوضح جون مايناردكينز في كتابه (النظرية العامة للتوظيف، والفائدة)، خلال فترة الكساد الكبير إن خسارة القطاع الخاص للناتج كان نتيجة لصدمة النظام الاقتصادي (انهيار أسواق وول ستريت في عام 1929) ويجب أن تُصحح بالإنفاق الحكومي.

[3] – بغض النظر عن المبلغ الذي تقترضه وتنفقه هذا العام، إذا كان أقل من العام الماضي، فهذا يعني أن إنفاقك سيتجه إلى الركود.

[4] – المصدر:

وبذلك يتحدد حجم الإنفاق بما تكسبه مطروحاً منه صافي المدخرات أو مضافاً إليه ما تقترضه. فإذا أنفقت 1100 يورو وكان الدخل 1000 يورو، فيجب أن تكون قد اقترضت 100 يورو. أما إذا أنفقت 900 يورو وكان الدخل 1000 يورو، يكون حجم المدخرات لديك 100 يورو، أو إنك قد استطعت تخفيض ديونك بمقدار 100 يورو.

فإذا نما الدين أو تقلص ببطء كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي، فإن تأثيره على إجمالي الطلب سيكون ضئيلاً. وعلى العكس، إذا كانت الديون كبيرة، فإن التغيرات في ديناميكية نمو الدين قد تملك تأثيراً كبيراً على إجمالي الطلب. [5]

يرتبط التغير في الدين بمستوى الدين:

إذا كان مستوى الدين الكلي 10% من الناتج المحلي الإجمالي ولم يُسدد 1% من القروض، فإن ذلك يؤثر على الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 1% من 10%، أي 0.1% من الناتج المحلي الإجمالي فقط. وعلى العكس، إذا كان مستوى الدين 300% من الناتج المحلي الإجمالي ولم يُسدد 1% من القروض، فإن ذلك يؤثر على الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 1% من 300%، أي 3% من الناتج المحلي الإجمالي، وهو أمر مهم: يؤدي تغيير بهذا الحجم إلى حدوث ركود عام. [6]

تؤثر التغيرات في معدل سداد الدين (الأشخاص الذين يسددون ديونهم) على إجمالي الطلب بما يتناسب مع مستوى الدين. مع نمو مستوى الدين في الاقتصاد، يصبح الاقتصاد أكثر حساسية لتغير الدين، وتشكل فقاعات الائتمان مصدر قلق بالنسبة للاقتصاد الكلي. وبما أن عمليات الشطب ومعدلات الادخار ترتفع في فترات الركود وتسبب كلتاهما تقلص الائتمان،

---

https://www.wikiwand.com/ar/%D8%B7%D9%84%D8%A8_%D8%A5%D8%AC%D9%85%D8%A7%D9%84%D9%8A

[5] – Credit and Economic Recovery: Demystifying Phoenix Miracles, Michael Biggs, Thomas Mayer, Andreas Pick, March 15, 2010, https://www.researchgate.net/publication/228122397_Credit_and_Economic_Recovery_Demystifying_Phoenix_Miracles

[6] – أنظر، المصدر السابق.

فقد يؤدي انخفاض ناتج إجمالي الطلب إلى تفاقم الركود واستدامته في حلقة مفرغة. [7]

(ينشأ هذا المنظور من نظرية انكماش الدين لإيرفينغ فيشر ومفهوم فقاعة الائتمان "الائتمان هو الوجه الآخر للدين" ويرتبط ارتباطاً وثيقاً بهما، وقد شُرح شرحاً مفصلًا في المدرسة بعد الكينزية. إذا ارتفع المستوى العام للدين كل عام، فإن الطلب الإجمالي سيتجاوز الدخل. ومع ذلك، إذا توقف مستوى الدين عن الارتفاع وبدأ بالانخفاض "انفجرت الفقاعة" بدلاً من ذلك، سيقل الطلب الإجمالي عن الدخل بمقدار صافي المدخرات "على شكل سداد الديون أو شطب الديون مثل حالة الإفلاس". يسبب ذلك انخفاضاً مفاجئاً مستداماً في الطلب الكلي، ويُقال إن هذه الصدمة هي السبب المباشر لمجموعة من الأزمات الاقتصادية والأزمات المالية. إن انخفاض مستوى الدين ليس ضرورياً إذ يؤدي تباطؤ معدل نمو الدين إلى انخفاض في إجمالي الطلب "مقارنة بسنة الاقتراض ذات القيمة الأعلى". تنتهي هذه الأزمات عندما يبدأ الائتمان بالنمو مرة أخرى، إما لأن معظم الديون قد سُددت، أو لأنها قد شُطبت، أو لأسباب أخرى). [8]

3 – أثر معدل ثراء الأسرة والدخل المتاح على الطلب الإجمالي:

زيادة ثروات الأسر لها تأثير إيجابي على الطلب الإجمالي. يرجع ذلك إلى زيادة الثقة في الاقتصاد، وارتفاع مستويات الدخل المتاح والمزيد من الرغبة في تحمل ديون المستهلكين. وسنشهد انخفاضاً في ديون المستهلكين عند انخفاض معدل ثراء الأسر. ويرجع ذلك إلى زيادة مدخرات المستهلك وتأجيل الحصول على أنواع معينة من السلع والخدمات. هذا التأجيل له تأثير ضار على اجمالي الطلب ومنحنى الطلب الإجمالي. [9]

---

[7] – المصدر السابق.

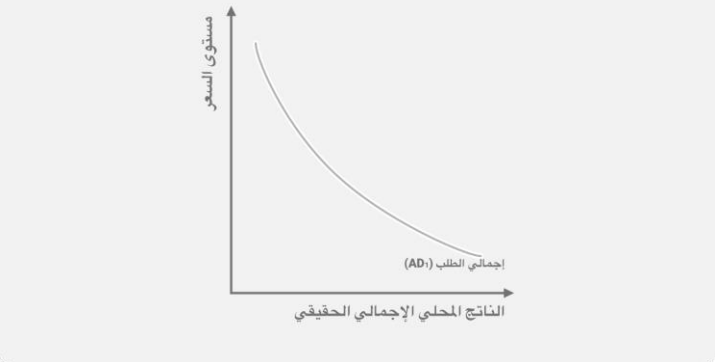
[8] – فيكتور تاشيف Viktor Tachav، منحنى الطلب الإجمالي | التعريف والمحددات والعناصر التي يتألف منها، سلسلة دليل النجاة للمتداول، نوفمبر 17, 2021.

[9] – المصدر السابق.

4 – منحنى الطلب الإجمالي:

منحنى الطلب الإجمالي هو مجموع منحنيات الطلب الجزئية لمختلف قطاعات الاقتصاد. ويمثل الطلب الإجمالي عادة المجموع الخطي لأربع مصادر للطلب. الاستهلاك والاستثمار والإنفاق الحكومي يضاف إليها صافي الصادرات، أي إجمالي الصادرات ناقصاً إجمالي الواردات.

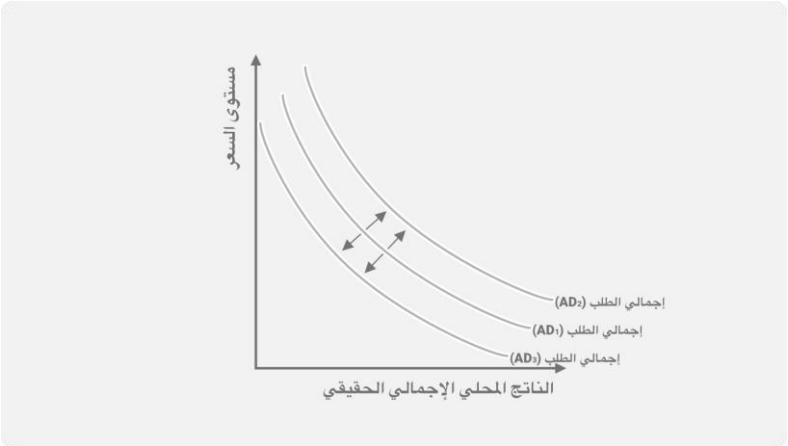
منحنى الطلب الإجمالي



5 – التحولات في منحنى الطلب الإجمالي:

يوضح الشكل 2 تحوّل منحنى الطلب الإجمالي (AD1) بشكل عام نحو الأعلى أو نحو الأسفل حسب مستوى النشاط الاقتصادي، ويمثل المنحنى (AD2) ارتفاع منحنى الطلب الإجمالي للأعلى أي تزايد النشاط الاقتصادي، نتيجة زيادة الطلب الإجمالي. كما يمثل تحول منحنى الطلب الإجمالي (AD3) نحو الأسفل أي تراجع النشاط الاقتصادي نتيجة انخفاض الطلب الإجمالي، ويظل الشكل الأساسي لمنحنى الطلب الإجمالي (AD1) كما هو، ولكن التغييرات الاقتصادية تجعله يتحرك بشكل موازٍ بناءً على الاتجاه النشاط الاقتصادي.

التحولات في منحنى الطلب الإجمالي



يوضح الشكل أعلاه التحول في منحنى الطلب الإجمالي يوضح الزيادة أو النقصان في معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي نتيجة لتحول المنحنى إلى اليسار واليمين عن المنحنى الأصل، معلومات قيّمة بالنسبة للمستثمرين. حيث يمكنهم الاستفادة منها في تحديد أفكارهم وافتراضاتهم حول الاستثمار ومستقبل النشاط الاقتصادي. تترجم هذه الافتراضات إلى التحولات في منحنى الطلب الإجمالي. عند النظر في أن أساسيات شركة متنامية أو صناعة مزدهرة تعتمد على القوة الكامنة للاقتصاد، فينبغي اعتبار ذلك قضية جوهرية في أي استراتيجية استثمار.

6 – العوامل المؤثرة في تحول الطلب الإجمالي:

مما تقدم نجد أن أي عامل يؤدي إلى زيادة الإنفاق الاستهلاكي سيؤدي حتماً إلى زيادة الطلب الإجمالي. أما أكثر العوامل تأثيراً فهي خفض معدلات الفائدة، وخفض تكاليف الاقتراض للاستثمار والأعمال وللمستهلكين، خفض الضرائب المباشرة كضريبة القيمة المضافة وضريبة الدخل، ويوصف تأثير هذه العوامل، بأنه سياسات نقدية توسعية.

الجدير بالذكر أن تحول اتجاه الطلب الإجمالي لا يحدث بين عشية وضحاها إنما خلال فترة تقصر أو تطول، حيث شهد العالم بعض التغييرات التي حدثت في القرن الواحد والعشرين، كأزمة الرهن العقاري 2009 في الولايات المتحدة الأمريكية التي تحولت إلى أزمة مالية عالمية، ووباء الفيروس التاجي (الكورونا) في عام 2020.

7 – صيغة حساب الطلب الإجمالي:

تعتمد صيغة حساب الطلب الإجمالي على نموذج اقتصادي تم وضعها من قبل روبرت موندیل وماركوس فليمنج. ويشار إلى هذه الصيغة باسم نموذج موندیل فليمينغ Mundell–Fleming. هناك صيغ أخرى أكثر تعقيداً لحساب الطلب الإجمالي ولكن يبقى نموذج موندیل فليمينغ هي الصيغة الأكثر شيوعا. يتم وضع صيغة حساب الطلب الإجمالي عادة كما يلي: [10]

الطلب الإجمالي =	الاستهلاك	+ الاستثمار	+ الإنفاق الحكومي	+ صافي الصادرات
AD =	C	+ I	+ G	+ Nx

الطلب الإجمالي = الاستهلاك + الاستثمار + الإنفاق الحكومي + صافي الصادرات.

$$AD = C + I + G + Nx$$

حيث أن:

- AD = الطلب الإجمالي
- C = إنفاق المستهلكين على السلع والخدمات
- I = الاستثمار/ الإنفاق على السلع الرأسمالية غير النهائية
- G = الإنفاق الحكومي على السلع العامة والخدمات الاجتماعية
- Nx = صافي الصادرات

تستطيع السياسات الحكومية زيادة الطلب الإجمالي وتحويل منحنى الطلب الإجمالي إلى الأعلى بطرق عديدة منها: خفض معدلات الفائدة، تخفيف العبء الضريبي، العمل من أجل الوصول للتوظيف الكامل، تشجيع الصادرات. يؤدي التوظيف الكامل إلى توفير المزيد من الدخل المتاح للإنفاق كما تضمن أسعار الفائدة المنخفضة والأعباء الضريبية الأقل، باحتفاظ المستهلكين بحصة أكبر من دخلهم للإنفاق مع بقاء تكاليف الأعمال التجارية منخفضة نسبياً.

يعتقد بعض الاقتصاديين أن زيادة الطلب الإجمالي هي التي تقود في النهاية إلى زيادة العرض ثم زيادة الطلب الإجمالي. ويرى آخرون أن العرض

---

[10] – فيكتور تاشيف Viktor Tachav، منحنى الطلب الإجمالي | التعريف والمحددات والعناصر التي يتألف منها، سلسلة دليل النجاة للمتداول، نوفمبر 17, 2021.

يجب أن يكون موجوداً مسبقاً للحث على زيادة الطلب الإجمالي. ربما يكون هناك حل وسط، أي توفر درجة معينة من الطلب الإجمالي لمنح الشركات الثقة للاستثمار وزيادة الإنتاج (العرض). نظراً لأن المستثمرين يميلون إلى ظهور الاتجاهات، بدلاً من الاعتماد على المحفزات المؤقتة. [11]

ثانياً – العرض الإجماليAggregate supply :

العرض الإجمالي هو كمية المعروض من السلع والخدمات المعدة للبيع بأسعار معينة من قبل الشركات ضمن الاقتصاد الوطني، خلال فترة زمنية محددة (عادة سنة). وهذا يشمل السلع والخدمات الاستهلاكية الخاصة، والسلع الرأسمالية، كذلك السلع والخدمات التي سيتم تصديرها للخارج.[12]

تلجأ الشركات المنتجة عندما ترتفع الأسعار إلى زيادة منتجاتها وعرضها لمواكبة الطلب الإجمالي. إذا ازداد الطلب وظل العرض ثابتاً، يتنافس المستهلكون على السلع والخدمات المتاحة. وهذا بدوره سيؤدي إلى رفع الأسعار. يقوم المنتجون بزيادة مستوى الإنتاج لبيع المزيد من المنتجات بأسعار عالية وتحقيق الأرباح.

1 – منحنى العرض الإجمالي:

يصف منحنى العرض الإجمالي العلاقة بين الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي والتغيرات في مستويات الأسعار. ويتم تقسيمه عادة إلى منحنيين رئيسيين:

الأول: منحنى العرض الإجمالي على المدى القصير (SRAS).

الثاني: منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل (LRAS).

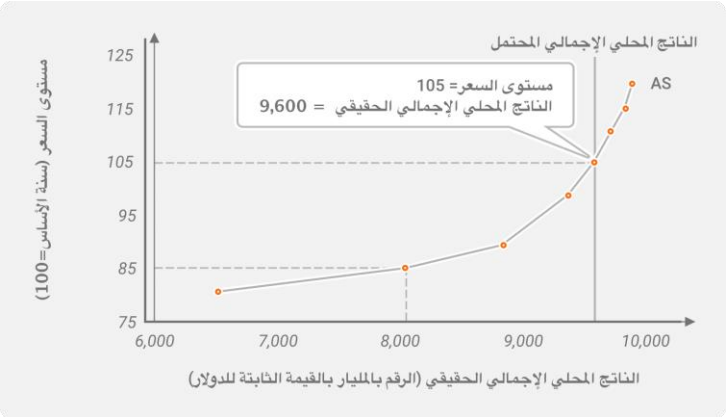
يعتمد منحنى العرض الإجمالي على الفرضية التالية: مع ارتفاع مستويات الأسعار، يمكن للمنتجين الحصول على المزيد من المال لقاء بيع منتجاتهم، مما يدفعهم لإنتاج المزيد. كما ستؤدي الزيادة في مستوى السعر إلى زيادة أسعار مدخلات الإنتاج (زيادة التكاليف)، فيلجأ المنتجون حينها إلى خفض كميات الإنتاج وتخفيض العرض الإجمالي.

---

[11] – المصدر السابق.

[12] – كيريل نيكولييف Kiril Nikolaev، منحنى اجمالي العرض وتعريفه على المدى القصير والطويل، الاقتصاد والتمويل، مايو 15, 2020.

منحنى العرض الإجمالي ومستوى الأسعار



المصدر : opentextbc.ca

تختلف الفرضية الخاصة ببناء منحنى العرض الإجمالي عن الفرضية المستخدمة في بناء منحنى عرض كل سلعة فردية على حدة. لأن أسعار مدخلات الإنتاج في بناء منحنى عرض السلعة الفردية تظل ثابتة. ومع ارتفاع سعر المنتج في السوق، لا تتغير تكاليف الإنتاج لكل وحدة منتج، وبالتالي فالمنتجون على استعداد لزيادة المعروض من السلعة الفردية. هذا هو السبب في أن منحنى عرض السلع الفردية يختلف عن منحنى العرض الإجمالي. لهذا السبب لجأ الاقتصاديون إلى التمييز بين نوعين من منحنيات العرض الإجمالي: منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل، منحنى العرض الإجمالي على المدى القصير.

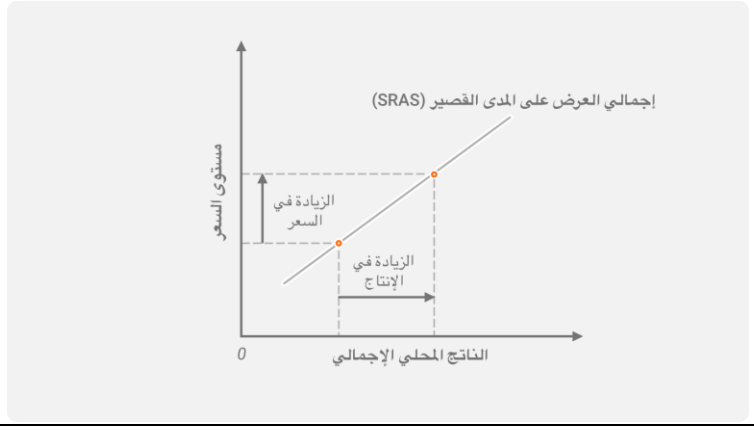
2 – تحوّل منحنى العرض الإجمالي:

هناك العديد من المتغيرات التي يمكن أن تسبب تحولاً في منحنى العرض الإجمالي نحو اليمين أو اليسار. منها الابتكارات التكنولوجية، والتغيرات في حجم العمالة وجودتها، والتغيرات في تكاليف الإنتاج، وتوافر الموارد، والإعانات، والتغيرات في الأجور والضرائب، ومستوى التضخم الحالي. يمكن أن تؤدي هذه العوامل إلى تحولات إيجابية أو سلبية في منحنى العرض الإجمالي. [13]

[13] – المصدر السابق.

يتحول منحنى العرض الإجمالي إلى اليمين إذا ازدادت كفاءة العمال، أو انخفاض تكلفة الإنتاج، أو انخفاض معدلات التضخم، وارتفاع الإنتاجية، وسهولة الحصول على المواد الخام. من ناحية أخرى. كما يتحول منحنى العرض الإجمالي إلى اليسار حين ارتفاع تكاليف الإنتاج، وزيادة الضرائب والأجور، أو انخفاض كفاءة العمال.

منحنى العرض الإجمالي



المصدر : opentextbc.ca

يتحول منحنى العرض الإجمالي إلى اليمين أو اليسار بناءً على التغيرات في العوامل الأساسية.

3 – منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل (LRAS):

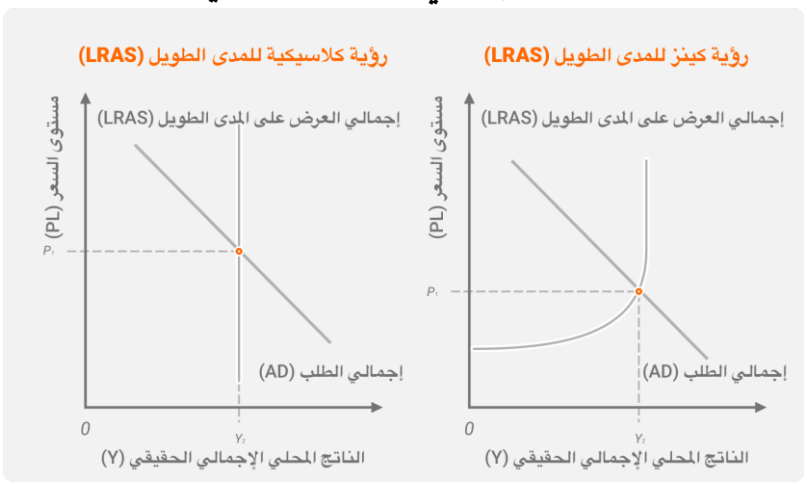
يكون منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل عمودياً بالكامل. لأن الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي على المدى الطويل يعتمد على توفر وعرض رأس المال، والعمالة، والمواد الخام، وعوامل الإنتاج الأخرى، غير متأثراً بتحولات السعر. وبذلك تبقى الكمية المنتجة خلال تلك الفترة كما هي بغض النظر عن التغيرات في مستوى السعر. وهذا مختلف تماماً عن منحنى عرض السلع الفردية. يرجع السبب في ذلك إلى أن منحنى عرض السلع والخدمات الفردية (تنتجها شركة معينة)، يرتبط بأسعار هذه المنتجات بالنسبة إلى السلع أو الخدمات الأخرى. وبالتالي، يمكن للشركات الاستفادة من تحول الأسعار النسبية لزيادة إنتاجها.

مثال: نفترض أن لدينا معمل لإنتاج الألبان والأجبان حيث ينتج كميات كبيرة من الزبدة والأجبان. إذا ارتفع سعر الزبدة، تقوم إدارة المعمل بإنتاج وعرض المزيد من كميات الزبدة للاستفادة من ارتفاع الأسعار، وهذا يوضح درجة تأثير السعر النسبي على المعروض من الزبدة في السوق. [14]

أما بالنسبة للعرض الإجمالي فيرتبط بتقييد الإنتاج في الاقتصاد بأكمله من خلال توفر عوامل الإنتاج (الأراضي، العمال، رأس المال، الموارد الأخرى). دون النظر، ما إذا كانت مستويات الأسعار ترتفع أو تنخفض، فلا يمكن أن يتجاوز الناتج الإجمالي النقطة التي تسمح بها الموارد المتاحة للبلد.

يوضح الرسم البياني أدناه، العلاقة بين مستوى السعر ومنحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل وتدفق الإنتاج خلال فترة زمنية معينة. يظل منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل LRAS عمودياً في منحنى العرض الإجمالي الكلاسيكي، حتى مع ارتفاع السعر.

منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويلLRAS



المصدر: opentextbc.ca

أما منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل LRAS لدى كينز، يكون السعر مرناً حتى نقطة معينة ثم يصبح منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل LRAS عمودياً وغير حساس للسعر.

[14] – كيريل نيكولييف Kiril Nikolaev، منحنى اجمالي العرض وتعريفه على المدى القصير والطويل، الاقتصاد والتمويل، مايو 15, 2020.

يكون منحنى العرض الإجمالي على المدى الطويل رأسياً لأنه على المدى الطويل، لا تؤثر التغيرات في السعر على إجمالي الإنتاج. بدلاً من ذلك، فإن عوامل الإنتاج الأخرى (كثيفة رأس المال) هي التي تؤثر على إجمالي الإنتاج. وتشمل هذه العوامل (الأراضي، العمال، رأس المال، الموارد الأخرى كثيفة رأس المال).

4 – منحنى العرض الإجمالي على المدى القصير SRAS:

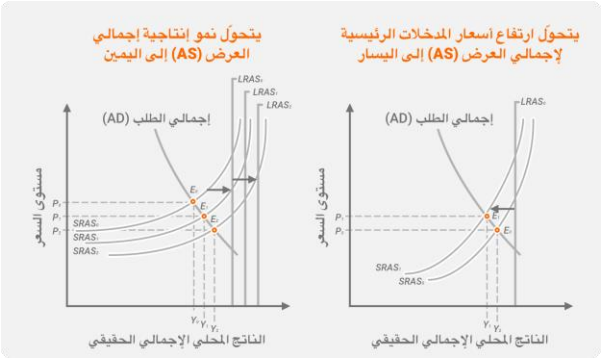
على المدى القصير، يتفاعل منحنى العرض الإجمالي مع مستوى السعر. هذا يعني أنه ينحرف صعوداً بدلاً من الاتجاه العمودي الكامل. ويتم رسم منحنى العرض الإجمالي على المدى القصير SRAS لتوضيح بعض المتغيرات الاقتصادية مثل مستوى الأجر الاسمي. حيث أن معدل الأجر الاسمي هذا ثابت على المدى القصير، لذا فإن ارتفاع السعر ينطوي على إمكانية ربح أعلى لتبرير الزيادة في الإنتاج. ويختلف هذا على المدى الطويل حيث يعتمد معدل الأجر الاسمي على الظروف الاقتصادية (تؤدي مستويات البطالة المنخفضة إلى ارتفاع الأجور الاسمية والعكس صحيح). [15]

الافتراض الأساسي لمنحنى العرض الإجمالي على المدى القصير SRAS هو أن موردي عوامل الإنتاج المطلوبة لا يستجيبون على الفور للزيادة في مستوى الأسعار ورغبة المعمل بزيادة منتجات معينة.

مثال: مصنع الألبان والأجبان السابق إذا كانت هناك زيادة عامة في مستوى سعر جبنة القشقوان، فقد يرغب المعمل بزيادة إنتاج جبنة القشقوان على الفور. لكن مربي الأبقار اللذين يوردون الحليب للمعمل غير قادرين زيادة كميات الحليب على الفور، بل سيستغرق الأمر بعض الوقت.

[15] – كيريل نيكولييف Kiril Nikolaev، منحنى اجمالي العرض وتعريفه على المدى القصير والطويل، الاقتصاد والتمويل، مايو 15, 2020.

منحنى العرض الإجمالي على المدى القصير SRAS



المصدر : opentextbc.ca

يوضح الرسم البياني أعلاه منحنى العرض الإجمالي على المدى القصير SRAS، العلاقة المباشرة بين التغيرات في مستوى السعر وكميات الإنتاج على المدى القصير. فكلما ارتفع السعر، ازداد الإنتاج والعكس صحيح.

ثالثاً – العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي:

أ – الطلب في الاقتصاد الجزئي:

يعبر الطلب عن الكميات من سلعة أو خدمة معينة، يكون الأشخاص أو الوحدات (فرد، أسرة، مجموعة اجتماعية معينة، مشروع، حكومة)، على استعداد لشرائها عند أثمان معينة، وفي لحظات زمنية معينة، وفي إطار نطاق مكاني محدد، وبافتراض السلوك الاقتصادي الرشيد لجمهرة المستهلكين. (16) من خلال التعريف أعلاه نجد أن علاقات الطلب هي أساساً علاقات اجتماعية واقتصادية ذات طبيعة مزدوجة. وتتكون عناصر العلاقة من ثلاث مجموعات رئيسة هي:

(1) مجموعة من العوامل ذات الطابع الكمي وهي تشمل الكميات المطلوبة من السلعة، الأثمان بالنسبة لهذه السلعة والسلع الأخرى المرتبطة بها. الدخل الذي يمثل القوة الشرائية للمستهلك.

(2) مجموعة من العوامل والظروف الشخصية والسلوكية (الأذواق والإعلان).

(3) مجموعة من العناصر التكميلية البنائية (الزمان والمكان).

(16) – المصدر السابق، ص170.

(ويمكن عد الكميات المطلوبة والأثمان والدخل من قبيل المتغيرات الداخلية الرئيسة. وباقي العوامل الأخرى من قبيل المتغيرات الخارجية الثانوية). (17)

ويعرف الاقتصادي فتح الله ولعلو الطلب داخل السوق على أنه: (مقدار المواد أو الخدمات التي تكون الوحدات الاقتصادية مستعدة لشرائها بسعر معين). وقد يكون الطلب خاصاً يتعلق بمادة واحدة، يكون الطلب عاماً فيشمل مجموع النفقات التي ينفقها الأفراد أو المؤسسات الاقتصادية. (18)

إن درجة الإنفاق أو حجم الطلب على السلع أو الخدمات يختلف باختلاف درجات المرونة. (19) فارتفاع أثمان السلع سوف تترتب عليه زيادة في حجم الإنفاق بالنسبة للسلع التي يعد الطلب عليها غير مرن. أي لا تتأثر بزيادة الثمن، كالملح مثلاً. وهذا يعني أن المستهلك مجبر للحصول على هذا النوع من السلع على الرغم من ارتفاع ثمنها. وبالعكس فإن حجم الإنفاق سوف يتناقص إذا كان الطلب على السلعة مرناً. وهذا معناه أن المستهلك يستطيع أن يستغني عن هذه السلعة، الأجهزة اللوحية، الهاتف المحمول، الكمبيوتر. وبذلك فإن الطلب على هذه السلع سوف يتأثر كثيراً بزيادة الثمن.

وتكون نتائج انخفاض أثمان السلع على الطلب مغايرة تماماً لنتائج ارتفاع الثمن. فإذا كان الطلب على السلعة غير مرن، فإن انخفاض ثمن سيؤدي إلى نقص في الإنفاق المخصص على السلعة، لأن المشتري سوف يشتري الكمية نفسها من السلعة بثمن أقل، أما إذا كان الطلب مرناً، فإن انخفاض الثمن سيؤدي إلى زيادة الكميات المطلوبة، (وزيادة الإنفاق للحصول على كميات أكبر من السلعة. ما دام الطلب يستجيب بسرعة وإيجابية للتغيرات في ثمن السلعة بالنقصان). (إن درجة الارتباط ونسبة التغير بين الكمية المطلوبة من سلعة معينة وأثمانها، أو ما يسمى المرونة، تتوقف على مدى ضرورة

---

(17) – د. مصطفى رشدي شيحة، علم الاقتصاد من خلال التحليل الجزئي، الدار الجامعية، بيروت 1985، ص169.

(18) – أنظر، فتح الله ولعلو، الاقتصاد السياسي، المصدر السابق، ص516.

(19) – مرونة الطلب وفقاً لمقياس مارشال لمرونة الطلب السعرية هي:

$$\text{مرونة الطلب} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة}}{\text{التغير النسبي في الثمن}}$$

السلعة للمستهلك، فالسلع الضرورية والأساسية، التي تشبع الحاجات الأساسية عند الإنسان، يتمتع الطلب عليها بمرونة ضئيلة، تصل في بعض الأحيان إلى درجة الجمود. ومن أمثلة هذه السلع المواد الغذائية والأدوية. وعلى ذلك فالكمية المطلوبة منها لا تتأثر كثيراً بتغيرات الثمن وخاصة عند ارتفاعه، لأن الكمية المطلوبة من هذه السلع ترتبط بالوجود والحاجة أكثر مما ترتبط بالثمن). (20) ونستطيع توضح العلاقة العكسية بين السعر وحجم الطلب من خلال المثال التالي:

1 - قانون الطلب في الاقتصاد الجزئي:

ينص قانون الطلب على أنه كلما ارتفع سعر المنتج، قل الطلب على ذلك المنتج، إذا بقيت جميع العوامل الأخرى المؤثرة على الطلب ثابتة. أي كلما ارتفع سعر المنتج كلما انخفضت الكمية المطلوبة من هذا المنتج.

العلاقة بين السعر والطلب

السعر P (ليرة سورية لكل قطعة)	الكمية المطلوبة Q (مليون قطعة سنوياً)
P1	Q1
P2	Q2
P3	Q3
P4	Q4
P5	Q5

المصدر: أرقام افتراضية.

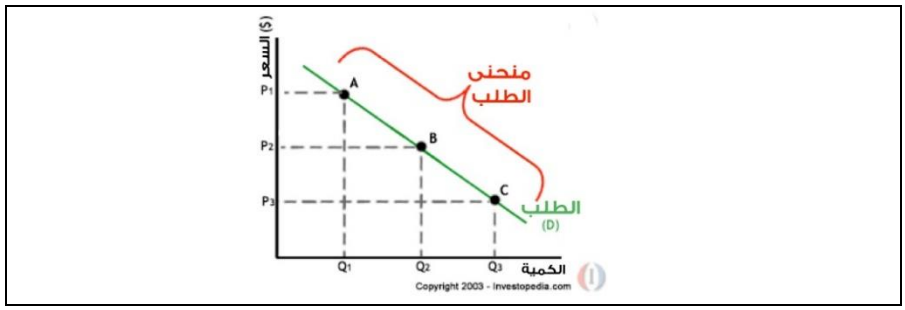
نلاحظ من الأرقام الواردة في الجدول أعلاه العلاقة بين كمية الطلب لهذه السلعة وسعرها هي علاقة عكسية. حيث نجد أن انخفاض سعر الوحدة من P1 ل.س إلى P2 ل.س قد أدى إلى ارتفاع كمية الطلب من Q1 وحدة إلى Q2 وحدة.

2 - منحنى الطلب في الاقتصاد الجزئي:

يمكننا توضيح هذه العلاقة بياناً في منحنى الطلب كما يلي:

---

(20) – أنظر، د. مصطفى رشدي شيحة، المصدر السابق، ص213.



A و B و C هي نقاط على منحنى الطلب. وتعكس كل نقطة منها على المنحنى علاقة مباشرة بين الكمية المطلوبة من المنتج سلعة أو خدمة (Q) وسعر هذا المنتج (P). لذا، عند النقطة A، ستكون الكمية المطلوبة من المنتج هي Q1 حين كان سعر المنتج P1، وهكذا. يوضح منحنى الطلب العلاقة بين سعر المنتج والكمية المطلوبة من المنتج علاقة عكسية. حيث نرى أنه كلما ارتفع سعر المنتج كلما انخفضت الكمية المطلوبة منه (أ)، وكلما انخفض سعر المنتج كلما زاد الطلب عليه (ج).

وهذا يعني أن المستهلك يشتري كمية من المنتج أقل حين ارتفاع سعر المنتج، وكذلك تكون تكلفة الفرصة البديلة لشراء هذا المنتج جيدة. نتيجة لذلك، سيتجنب الأشخاص شراء منتج من شأنه أن يجبرهم على التخلي عن استهلاك شيء آخر يقدرونه أكثر. يوضح الرسم البياني أدناه أن منحنى الطلب، هو مائل من الأعلى إلى الأسفل.

مما تقدم نلاحظ أن الأسباب الرئيسة التي تؤثر في مرونة الطلب هي: مدى ضرورة السلعة، مدى توفر بدائل قريبة يمكن أن تحل محل السلعة، ودرجة تكامل السلعة مع سلعة أخرى في الاستهلاك، أو ما يسمى الطلب المتلازم (الطلب على السيارة والطلب على البنزين). كما يعد دخل المستهلك من أهم محددات الطلب، حيث إن حجم الطلب على سلعة ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بحجم دخول المستهلكين. ونعني بالدخل هنا: مجموع القوة الشرائية النقدية المتاحة للأفراد والمخصصة أساساً للحصول على احتياجاتهم الاستهلاكية من مختلف السلع والخدمات.

ب – العرض في الاقتصاد الجزئي:

العرض في السوق هو كمية البضائع التي يمكن أن يتزود السوق بها خلال فترة زمنية معينة وبثمن معين. أما بالنسبة لسلعة معينة فإن العرض

هو عدد الوحدات من هذه السلعة التي تعرض للبيع، في زمن معين، بسعر معين. والجهاز الإنتاجي والمنتجون هم الذين يعرضون السلع والخدمات للبيع. والمشروع عندما يعرض سلعة معينة فإنه يحدد كمية العرض بما يتناسب وهدف المشروع وهو تحقيق ربح معين من عرض هذه الكمية وبيعها في السوق. ولتحقيق الربح يجب أن يزيد سعر السلعة على تكاليف الإنتاج.

1 – العوامل الأساسية التي تؤثر في العرض:

مما تقدم نجد أن العوامل الأساسية التي تؤثر في العرض هي:

– تكاليف الإنتاج:

وتتكون عادة من الأجور وثمن المواد الأولية والآلات...إلخ. ويشكل مجموع هذه النفقات "التكاليف الإجمالية". ونحصل على متوسط تكلفة الوحدة الواحدة من حاصل قسمة التكاليف الإجمالية على عدد الوحدات المنتَجة.

– ثمن المنتج:

حيث نجد أن هناك علاقة طردية بين العرض والثمن، أي أن تغير كل منهما يتم بالاتجاه نفسه. فإذا ارتفاع السعر ارتفع العرض، وكذلك إذا انخفض السعر انخفض العرض.

2 – قانون العرض في الاقتصاد الجزئي:

ينص قانون العرض على أنه كلما ارتفع سعر المنتج كلما ارتفعت الكمية المعروضة من هذا المنتج. ويوضح قانون العرض الكميات التي سيتم عرضها للبيع بسعر معين. ولكن على عكس قانون الطلب تظهر علاقة العرض مع السعر علاقة طردية. هذا يعني أن المنتجين يعرضون المزيد من إنتاجهم كلما ارتفع سعر المنتج لأن بيع كمية أكثر بسعر أعلى يؤدي إلى زيادة الإيرادات وزيادة الأرباح.

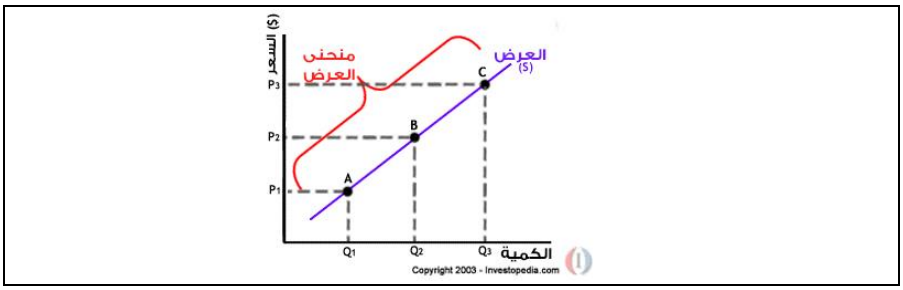
العلاقة بين السعر والعرض

السعر للوحدة الواحدة (ل.س)	كمية الوحدات المعروضة
0.0	0
0.5	0
1.0	1

2	**1.5**
3	**2.0**
4	**2.5**
5	**3.0**

المصدر: أرقام افتراضية.

من الأرقام الواردة في الجدول نلاحظ أن العلاقة بين كمية عرض هذه السلعة علاقة طردية. حيث نجد أن كمية العرض قد ارتفعت من 1.0 وحدة إلى 5.0 وحدات عندما ارتفع سعر الوحدة الواحدة من 1.0 ل. س إلى 3.0 ل.س. يوضح الرسم البياني أدناه أن منحنى العرض، هو مائل من الأسفل إلى الأعلى.



A و B و C نقاط على منحنى العرض. تعكس كل نقطة على المنحنى علاقة مباشرة بين الكمية المعروضة من المنتج (Q) وسعر هذا المنتج (P). عند النقطة B، ستكون الكمية المعروضة من المنتج Q2 وسيكون سعر هذا المنتج P2، وهكذا.

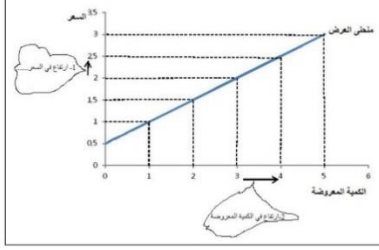
3 – العلاقة بين الزمن والعرض في الاقتصاد الجزئي:

من المهم توفير الوقت لأن المنتجين العارضين لا يستطيعون دائمًا أن يتفاعلوا بسرعة مع التغير في الطلب أو التغير بالسعر. لذا من المهم محاولة تحديد ما إذا كان تغيير السعر الناتج عن الطلب سيكون مؤقتًا أو دائمًا.

لنفترض أن هناك زيادة مفاجئة في الطلب والأسعار لمنتج معين في موسم غير المتوقع. قد يلبي المنتجون العارضون ببساطة الزيادة في الطلب باستخدام معدات الإنتاج الخاصة بهم بشكل مكثف. ومع ذلك، إذا كان هناك زيادة في الطلب والأسعار بشكل دائم سيحتاج السكان إلى المنتج على مدار السنة، فمن المتوقع أن يكون التغيير في الطلب والسعر طويل الأجل؛

وسيتعين على المنتجين العارضين تعديل آلاتهم ومعداتهم الإنتاجية من أجل تلبية مستويات الطلب الجديدة على المدى الطويل.

جدول العرض هو الجدول الذي يبين الكمية المعروض عند كل سعر. ومنحنى العرض الذي يرسم جدول العرض يبين كيفية تغير الكمية المعروضة مع تغير السعر. ونظرا لأن الاسعار الاعلى ترفع الكمية المعروضة يتصاعد منحنى العرض للأعلى.



السعر	الكمية المعروضة
0	0
0,5	0
1	1
1,5	2
2	3
2,5	4
3	5

وهذا يعني أن منحنى العرض (ع، عَ) من خلال علاقته بالسعر ينحدر من اليمين إلى اليسار. ولا بد هنا من الإشارة إلى العرض المتلازم، كما في تلازم عرض البنزين مع سعره وتتأثر مرونة العرض "مدى تغير العرض تبعاً لتغير العوامل المؤثرة فيه" بالثمن وإمكان التخزين ونفقات الإنتاج.

ج – العلاقة بين العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي:

الآن بعد أن عرفنا قانون العرض وقانون الطلب، دعونا ننتقل إلى مثال يوضح كيف يؤثر العرض والطلب على السعر.

تخيل إصدار قرص مضغوط خاص بإصدارك المفضل على 20 دولارًا. ولأن التحليل السابق للشركة سجل أظهر أن المستهلكين لن يطلبوا أقراصاً مدمجة بسعر أعلى من 20 دولاراً، فإن عشرة أقراص مدمجة فقط تم إصدارها لأن تكلفة الفرصة البديلة مرتفعة للغاية بالنسبة للموردين لإنتاج المزيد. ومع ذلك، إذا تم طلب الأقراص المدمجة العشر من قبل 20 شخصًا، فسوف يرتفع السعر لاحقًا، وفقًا لعلاقة الطلب، مع زيادة الطلب، وكذلك السعر. وبالتالي، فإن الارتفاع في السعر يجب أن يدفع المزيد من الأقراص المضغوطة إلى أن يتم توريدها لأن علاقة العرض تدل على أنه كلما ارتفع السعر كلما ارتفعت الكمية المعروضة.

ومع ذلك، إذا كان هناك 30 قرصًا مضغوطًا منتَجًا ولا يزال الطلب على 20، فإن السعر لن يتم دفعه لأن العرض أكثر من استيعاب الطلب. في الواقع، بعد أن يكون المستهلكون الـ 20 راضين عن مشترياتهم من الأقراص

المدمجة، قد ينخفض سعر الأقراص المدمجة المتبقية مع محاولة منتجي الأقراص المدمجة بيع الأقراص المدمجة العشر المتبقية. ومن ثم، فإن انخفاض السعر سيجعل مؤتمر نزع السلاح متاحاً للأشخاص الذين سبق لهم أن قرروا أن تكلفة الفرصة البديلة لشراء القرص المضغوط بسعر 20 دولاراً كانت عالية جداً.

1 – السعر هو انعكاس لتفاعل العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي:

يحدد العلاقة بين الطلب والعرض القوى التي تؤثر بتخصيص الموارد. تقوم نظريات الطلب والعرض بتخصيص الموارد بأكثر الطرق فعاليةً في اقتصاد السوق.

في ظل الإنتاج البضاعي الرأسمالي، الذي يقوم على الملكية الخاصة لوسائل الإنتاج، يتولى قانون القيمة تنظيم الإنتاج بطريقة عفوية. ويتحقق هذا الدور من خلال آلية الأسعار أو ما يسمى أحياناً آلية السوق "العرض والطلب". والقيمة هي الأساس في تحديد أسعار السلع. ولكن السعر كشكل للقيمة يمكن أن يكون أكثر أو أقل من القيمة. وتظهر هذه الفروق حين يكون سعر السلعة أعلى أو أدنى من القيمة، وهذه تسمى الفروق الكمية. إن سبب الفروق بين السعر والقيمة فعلياً هو عدم التوافق بين العرض والطلب بالنسبة للسلعة المعينة. فعندما يزيد الطلب على العرض يرتفع سعر السلعة على القيمة، وعندما يزيد العرض على الطلب ينخفض السعر عن القيمة، ولا يتساوى السعر مع القيمة إلا إذا تساوى العرض مع الطلب. (21)

السؤال الأساسي التي تحاول نظرية الثمن الإجابة عنه: لماذا يكون للسلع وعوامل الإنتاج أثمان؟ الجواب عن هذا السؤال بكل بساطة: يكون للسلع والخدمات وعوامل الإنتاج أثمان لأنها تتصف بصفتين أساسيتين: (22)

الأولى – لأنها نافعة وتؤدي إلى إشباع حاجة أو رغبة للإنسان. والثانية – لأنها نادرة نسبياً، نادرة بالنسبة إلى الاستعمالات التي يرغب فيها الأفراد. أي توفرها بكميات محدودة. وبذلك يكون السبب الرئيس الذي من أجله يكون

---

(21) – الاقتصاد السياسي للرأسمالية، النظرية الماركسية –اللينينية، دار التقدم، موسكو 1976، ص79.

(22) – أنظر، د. كامل بكري، مبادئ الاقتصاد، الدار الجامعية، بيروت 1987، ص17–18.

للمنتجات "السلع الاقتصادية" ثمن هو المستهلك الذي لا يطلب هذه الأشياء إلا لأنها نافعة وتؤدي إلى تلبية حاجاته ورغباته، إضافة إلى عجز المنتجين عن عرضها بكميات غير محدودة لكونها نادرة. وبذلك تكون المنفعة والندرة هما القوتان الرئيستان اللتان تؤديان إلى ظهور الأثمان.

(فعندما يتحدد ثمن لإحدى السلع في سوق تلك السلعة، فإنما يرجع ذلك إلى النفع والندرة يعكسان نفسهما بصورة مجسمة في هيئة طلب المستهلكين من ناحية، وعرض المنتجين من الناحية الأخرى. فالثمن يتحدد بتفاعل العرض والطلب في السوق). (23)

2 – قانون العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي:

إن الترابط بين العرض والطلب والسعر، كما يظهر بشكل مباشر في السوق، يتضمن علاقة سببية وتناسباً كمية، وهذا ما يسمى قانون العرض والطلب. ويمكننا توضيح القانون: (24)

آ – تشكل كميات البضائع التي يمكن ابتياعها في السوق الطلب، ويتناسب عكسياً مع الثمن.

ب – تشكل كمية البضائع التي يمكن تزويد السوق بها العرض، ويتناسب طرداً مع الثمن.

وهذا يعني أن حجم الطلب ينخفض حين ارتفاع الأسعار في السوق، ويزداد حجمه في حال انخفاض الأسعار. أما بالنسبة للعرض فتزداد كمية العرض عندما ترتفع أسعار السوق، وتنخفض كميته عندما تنخفض الأسعار. تبدأ آلية "ميكانيزم" عمل قانون العرض والطلب فعاليتها في سوق المنافسة الحرة الكاملة. وهي عبارة عن سوق نموذجية نظرية غير ممكنة التحقق في عالمنا المعاصر. إلى جانب "سوق المنافسة الحرة الكاملة" يوجد شكل آخر

---

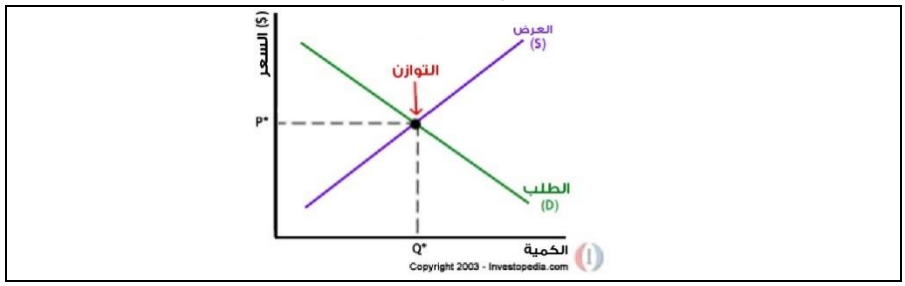
(23) – Stonier. A. and Hague D.A., Textbook of Economic Theory, 4th ed. London, Longman 1972, P.P. 11-12

(24) – أنظر: S. Szefler i s. Marciniak, Ekonomia Polityczna, P.W.N. Warszawa 1974. Str. 150.

هو السوق الاحتكارية. وأشكال أخرى تقع بين هذا السوق وذاك مثل سوق المنافسة الاحتكارية وسوق منافسة القلة. (25)

3 – توازن العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي:

عندما يكون العرض والطلب متساويين (أي عندما تتقاطع منحنى العرض مع منحنى الطلب) يقال إن السوق يكون في حالة توازن. في هذه المرحلة، يكون توزيع المنتجات في أقصى قدر من الكفاءة لأن كميتها التي يتم عرضها هي بالضبط نفس كمية المنتجات المطلوبة. وبالتالي، فإن جميع (الأفراد أو الشركات أو البلدان) راضون عن الوضع الاقتصادي الحالي. في السعر المحدد، يبيع المنتجون الموردون جميع السلع التي ينتجونها ويحصل المستهلكون على جميع السلع التي يطلبون شرائها.



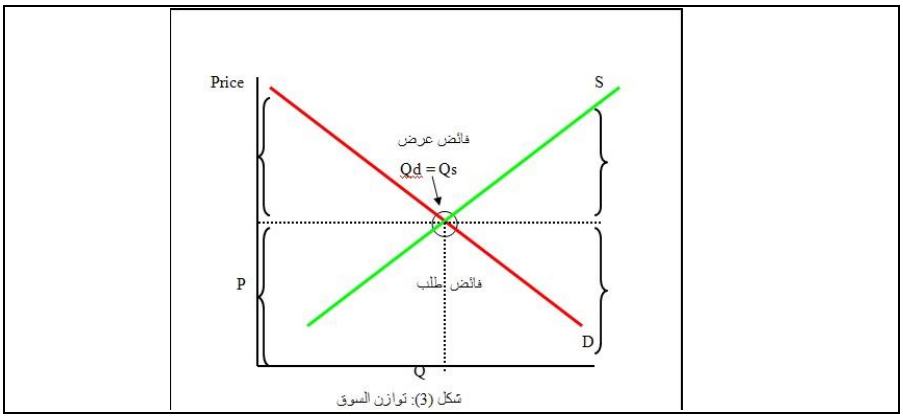
يحدث التوازن عند تقاطع منحنى العرض ومنحنى الطلب في نقطة محددة، عند هذه النقطة، سيكون سعر المنتج P * وستكون الكمية المطلوبة والمعروضة Q *. ويشار إلى هذه الأرقام على أنها سعر التوازن وكمية التوازن. في الواقع، لا يمكن الوصول إلى حالة التوازن إلا من الناحية النظرية، وبالتالي فإن أسعار المنتجات (السلع والخدمات) تتغير باستمرار متأثرة بتقلبات كمية الطلب والعرض.

4 – العرض الزائد في الاقتصاد الجزئي:

إذا تم تحديد سعر مرتفع للغاية، سيحدث فائض العرض داخل السوق وسيكون هناك عدم كفاءة بتخصيص الموارد.

---

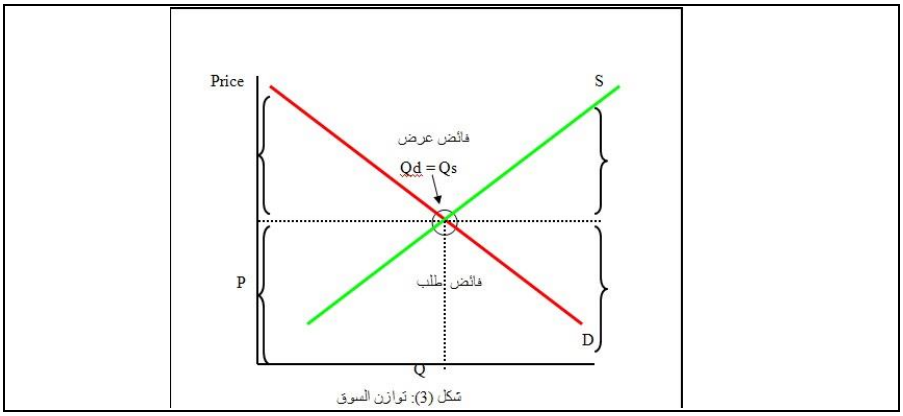
(25) – سبق وتم شرح المنافسة والاحتكار في فصل سابق.



شكل (3): توازن السوق

كما نرى على الرسم البياني، يحدث التوازن عند تقاطع منحنى العرض S ومنحنى الطلب D، مما يشير إلى عدم الكفاءة التخصيصية. عند هذه النقطة، سيكون سعر البضاعة P * وستكون الكمية Q *. ويشار إلى هذه الأرقام على أنها سعر التوازن وكمية التوازن.

في الواقع، لا يمكن الوصول إلى حالة التوازن في السوق إلا من الناحية النظرية، لأن أسعار المنتجات (السلع والخدمات) تتغير باستمرار متأثرة بتقلبات الطلب والعرض.



شكل (3): توازن السوق

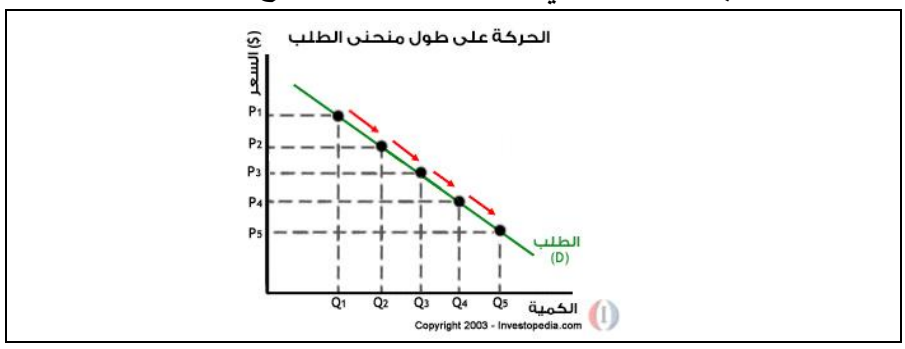
في هذه الحالة، بسعر P1، تكون كمية البضائع التي يطلبها المستهلكون عند هذا السعر هي Q2. وعلى العكس، فإن كمية السلع التي يرغب المنتجون في إنتاجها عند هذا السعر هي Q1. وبالتالي، هناك عدد قليل جدا من السلع التي يتم إنتاجها لتلبية احتياجات (طلب) المستهلكين. ومع ذلك، بما أن المستهلكين يضطرون للتنافس مع بعضهم البعض لشراء السلعة بهذا السعر، فإن الطلب سيدفع السعر للأعلى، مما سيجعل الموردين يريدون توفير المزيد وتقريب السعر من توازنه.

5 – الحركات والتحولات في منحنى العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي:

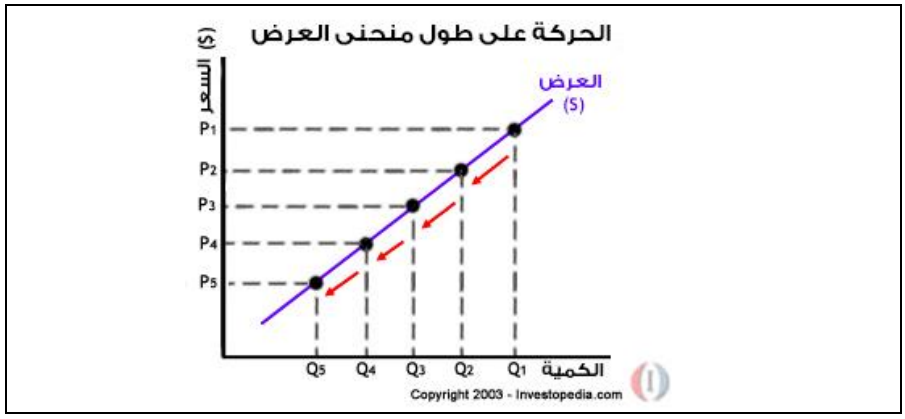
بالنسبة إلى الاقتصاد، تمثل "الحركات" و "التحولات" فيما يتعلق بمنحنى العرض والطلب ظواهر سوق مختلفة تماماً:

أ – الحركات في منحنى العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي:

تشير الحركة إلى تغيير على طول منحنى. على منحنى الطلب، تشير الحركة إلى تغير في السعر والكمية المطلوبة من نقطة إلى أخرى على المنحنى. تشير الحركة إلى أن علاقة الطلب تبقى ثابتة. لذلك، ستحدث حركة على منحنى الطلب عندما يتغير سعر التغييرات الجيدة والكمية المطلوبة وفقا لعلاقة الطلب الأصلية. بعبارة أخرى، تحدث حركة عندما يحدث تغيير في الكمية المطلوبة فقط بتغير في السعر، والعكس صحيح.

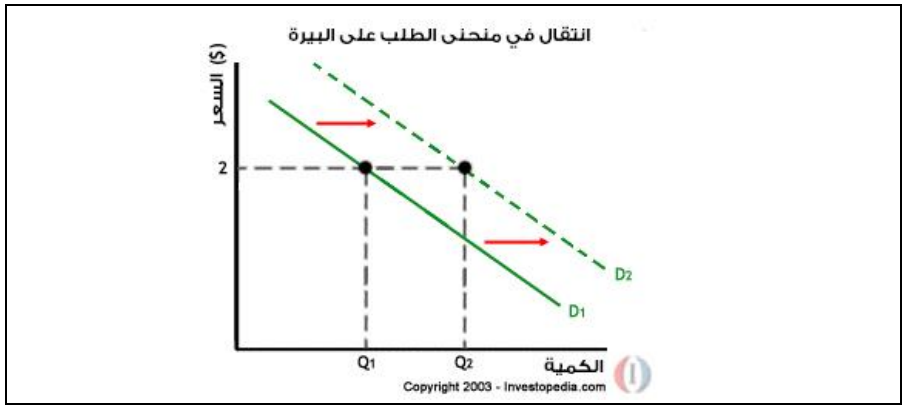


مثل الحركة على طول منحنى الطلب، تعني الحركة على طول منحنى العرض أن علاقة العرض تظل ثابتة. لذلك، ستحدث حركة على منحنى العرض عندما يتغير سعر التغييرات الجيدة والكمية المعروضة وفقا لعلاقة العرض الأصلية. بعبارة أخرى، تحدث حركة عندما يحدث التغير في الكمية المعروضة فقط بتغير في السعر، والعكس صحيح.

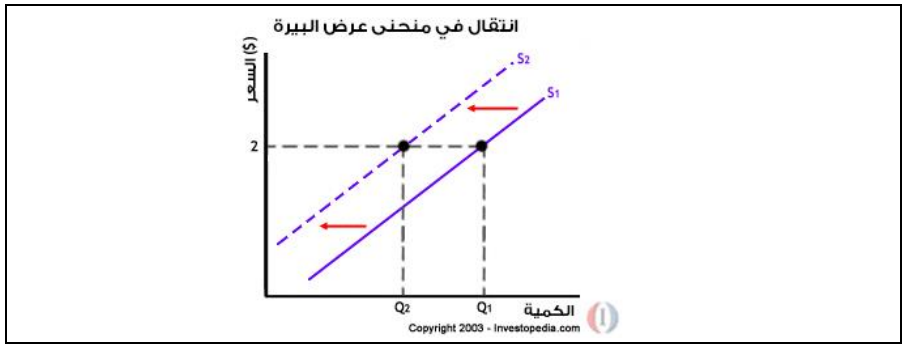


ب – التحولات في منحنى العرض والطلب في الاقتصاد الجزئي:

يحدث التغير في منحنى الطلب أو العرض عندما تتغير كمية أو طلب كمية السلعة على الرغم من أن السعر يظل كما هو. على سبيل المثال، إذا كان سعر زجاجة المياه الغازية 2 دولار، وزادت كمية المياه الغازية المطلوبة من Q1 إلى Q2، عندئذ سيكون هناك تحول في الطلب على المياه الغازية. تشير التغيرات في منحنى الطلب إلى أن علاقة الطلب الأصلية قد تغيرت، وهذا يعني أن الطلب على الكمية يتأثر بعامل آخر غير السعر. قد يحدث تحول في علاقة الطلب إذا، على سبيل المثال، أصبح الجعة فجأة النوع الوحيد من الكحول المتاح للاستهلاك.



وعلى العكس من ذلك، إذا كان سعر زجاجة المياه الغازية 2 دولار، وانخفضت الكمية المعروضة من Q1 إلى Q2، فسيحدث تحول في إمدادات المياه الغازية. مثل التحول في منحنى الطلب، يشير التحول في منحنى العرض إلى أن منحنى العرض الأصلي قد تغير، مما يعني أن الكمية المعروضة تتأثر بعامل آخر غير السعر.



قد يحدث تحول في منحنى العرض إذا، على سبيل المثال، تسببت كارثة طبيعية في نقص شامل في القفزات؛ ستضطر الشركات المصنعة للبيرة لتزويد أقل من المياه الغازية لنفس السعر.

الأستاذ الدكتور مصطفى العبد الله الكفري

كلية الاقتصاد – جامعة دمشق