

الاستهلاك ونظرية سلوك المستهلك**Consumption and Theory of Consumer behaviour**

من الملاحظ في حياة الفرد أو المجتمع الاقتصادية أن لها جانبان، يتمثل أحدهما بالاستهلاك والآخر بالإنتاج، ومن هنا كان الاستهلاك والإنتاج ركنان أساسيان في النشاط الاقتصادي، ويأخذ الاستهلاك صوراً متعددة تدخل جميعها في إطار تحليل ودراسة الطلب الذي يعبر عن سلوك المستهلكين تجاه الإقبال على اقتناء السلع والخدمات المتاحة، أما الإنتاج فيأخذ بدوره صوراً متعددة تدخل جميعها في إطار تحليل ودراسة العرض الذي يعكس وجهة نظر المنتجين نحو توجيه مواردهم الاقتصادية والتغيرات التي تطرأ على استغلالها والناجمة عن التغيرات التي تحدث في أثمان تلك الموارد أو إنتاجها أو خدماتها ولهذا سوف نتناول في دراستنا الطلب والعرض ونظرية سلوك المستهلك .

أولاً- الطلب Demand

يرغب الإنسان في حياته العادية إلى اقتناء السلع والخدمات التي يرى فيها منافع خاصة تستطيع أن تشبع رغباته الملحة، إلا أنه قد يعجز في الحصول على تلك السلع لأنه لا يملك موارد مالية كافية ورغبة الإنسان بهذه الصورة غير المعززة بالقدرة الشرائية لا تُعد طلباً، وذلك لأن رغبته هذه لن تؤثر في الكميات المعروضة للبيع من تلك السلع في السوق أو على أثمانها، فهي رغبة عاجزة لا تستند إلى قوة شرائية تعززها.

أما إذا رافق تلك الرغبة لدى الفرد مقدرة شرائية يستطيع بمقتضاها الحصول على السلعة فإن الرغبة في هذه الحالة لها تأثير معين على الكميات المعروضة للبيع وعلى الثمن الذي تباع فيه، ويعرف الطلب اقتصادياً على سلعة معينة بأنه تلك الكمية التي يرغب المشترون باقتنائها والمستعدون لدفع ثمنها بسعر وزمن معين مع بقاء العوامل المؤثرة الأخرى ثابتة، وتعرف الكمية المطلوبة من سلعة ما بأنه الكمية

المحددة من بين مجموعة من الكميات المطلوبة عند سعر معين من بين مجموعة من الأسعار خلال فترة زمنية معينة .

هذا وللطلب على سلعة معينة نوعان أحدهما يسمى بالطلب الفردي الذي يشير إلى الكميات المشتراة من سلعة معينة عند سعر وزمن معين من قبل الفرد، والآخر يسمى بالطلب العام الذي يشير إلى الكميات المختلفة المشتراة من سلعة معينة بواسطة مجموعة من الأفراد عند سعر معين، ومن النادر ما يهتم الاقتصاديون أو التجار بالطلب الفردي، بل يضعون جلّ اهتمامهم بالطلب العام لمجموع الأفراد المستهلكين لسلعة معينة وفي سوق معين .

قانون الطلب Law of Demand

بعد أن تعرفنا على المعنى الاقتصادي للطلب، يمكن التوضيح بأن هناك قاعدة أو قانون يحكم هذا الطلب في النشاط الاقتصادي، وهذا القانون يدخل في إطار تحليل ماذا يحدث للكمية التي يطلبها المستهلك الفرد من سلعة معينة عندما يتغير سعر تلك السلعة بالارتفاع أو الانخفاض في السوق .

يلاحظ أنه كلما انخفض سعر سلعة معينة في سوق معين مع بقاء العوامل المؤثرة على الطلب ثابتة كلما ازدادت الكمية المطلوبة منها عند هذا السعر، وكلما ارتفع سعر السلعة في السوق قلّت الكمية المطلوبة منها؛ أي أن هناك علاقة عكسية بين سعر السلعة والكمية المطلوبة منها، وهذه العلاقة هي ما تدعى بقانون الطلب، وطبعاً ليس ثمن السلعة هو العامل الوحيد الذي يؤثر على الكمية المطلوبة منها في السوق، بل هناك عوامل أخرى تؤثر على الطلب تسمى محددات الطلب .

جدول الطلب Demand Schedule

إن الكمية المطلوبة من سلعة معينة تتغير بتغير سعر هذه السلعة، فتزداد الكمية المطلوبة من السلعة عندما ينخفض سعرها، وتقلّ الكمية المطلوبة من السلعة إذا ارتفع سعرها، وجدول الطلب يصف الكميات المختلفة من السلعة المطلوبة عند مستويات مختلفة من أسعار هذه السلعة، ويمكن توضيح ذلك في الجدول (1) الذي يبين الكميات المطلوبة من سلعة (أ) عند الأسعار المختلفة المقابلة لها :

جدول (1) جدول الطلب

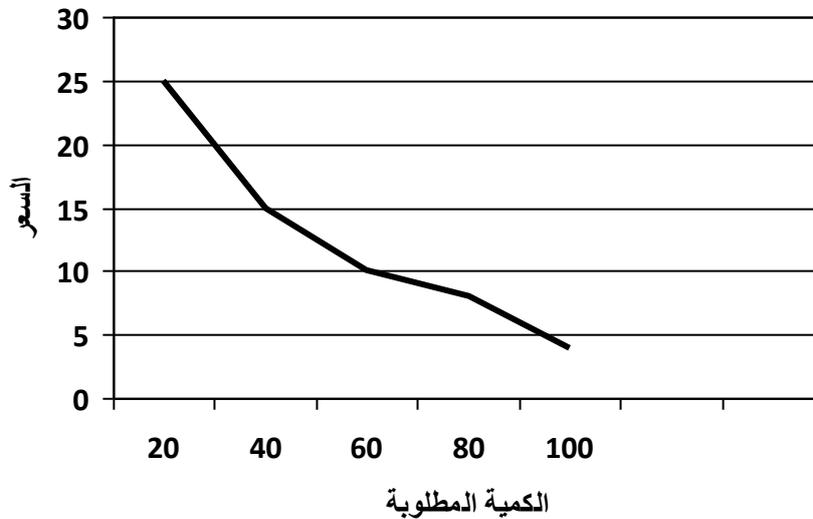
| سعر الوحدة (وحدة نقدية) | الكمية المطلوبة من السلعة أ (وحدة وزن) |
|---------------------------|--|
| 25 | 20 |
| 15 | 40 |
| 10 | 60 |
| 8 | 80 |
| 4 | 100 |

يُلاحظ من الجدول أن قانون الطلب واضح تماماً، حيث العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة والسعر فعندما كان سعر السلعة أ (25) وحدة نقدية كانت الكمية المطلوبة (20) وحدة وزن، وعندما انخفض السعر إلى (15) وحدة نقدية ازدادت الكمية المطلوبة إلى (40) وحدة وزن حتى وصلت إلى (100) وحدة وزن عندما انخفض سعر السلعة إلى (4) وحدة نقدية .

منحنى الطلب Demand Curve

لو قمنا بتمثيل البيانات الواردة في الجدول رقم (1) برسم بياني، حيث تمثل الكميات المطلوبة على المحور الأفقي والأسعار على المحور العمودي، فإنه يظهر لدينا منحنى الطلب الذي يعكس لدينا العلاقة العكسية بين السعر والكمية المطلوبة :

منحنى الطلب



يلاحظ على منحني الطلب أنه ينحدر من الأعلى إلى الأسفل وإلى اليمين، ومعنى ذلك أنه كلما انخفض الثمن زادت الكمية المطلوبة وهذا ما يعرف اقتصادياً بتمدد الطلب، وكلما ارتفع الثمن انخفضت الكمية المطلوبة وهذا ما يعرف اقتصادياً بانكماش الطلب، كما يلاحظ أيضاً أنه لا يتصل بالمحور الرأسي أو الأفقي، ويرجع ذلك إلى أنه لو اتصل بالمحور الرأسي الذي يعبر عن الأسعار فهذا يعني أنه يوجد سعر لكمية مقدارها صفرًا وهذا غير منطقي، كما لو اتصل بالمحور الأفقي فهذا يعني أنه يمكن الحصول على كمية ما من السلعة عند السعر (صفر) وهذا غير منطقي أيضاً .

توجد هناك أحياناً بعض الاستثناءات التي تجعل شكل العلاقة بين الكمية المطلوبة والسعر تبدو بصورة معاكسة تماماً؛ أي كلما ارتفع السعر ازدادت الكمية المطلوبة (حالات شاذة)، ويرجع ذلك إلى:

1- الرغبة في التفاخر والمباهاة : توجد هناك بعض السلع مثل السيارات والمجوهرات فإذا ارتفع سعرها تدافع بعض الناس إلى شرائها (الطبقات الغنية) على اعتبارها سلعة لا يقدر على شرائها إلا هذه الطبقة، الأمر الذي يعكس في رأيهم بيان تميزهم الاجتماعي والرغبة في التفاخر والتباهي .

2- توقعات التغيير في الأسعار : من المشاهد في حياتنا العادية الإقبال الشديد على شراء مزيد من الكميات من سلعة معينة بالرغم من ارتفاع أسعارها، لأنهم يتوقعون مزيداً من الارتفاع في أسعار تلك السلعة وهذا ما يحدث في البورصات .

تغير الطلب

هو حالة الزيادة أو النقصان، ونعني بزيادة الطلب زيادة الكميات المطلوبة من سلعة معينة خلال مدة زمنية معينة عما كانت عليه مع بقاء الأسعار على حالها، وأما نقصان الطلب نعني به نقصان الكميات المطلوبة من سلعة معينة خلال مدة زمنية معينة عما كانت عليه مع بقاء الأسعار على حالها.

العوامل المؤثرة في تغير الطلب

ذكر سابقاً أن الأسعار ليست هي وحدها التي تؤثر على الكميات المطلوبة، وإنما هناك عوامل أخرى إذا تغيرت أو تغير أي منها سيؤدي إلى تغير الطلب وتسمى أحياناً محددات الطلب وهي :

1- عدد المستهلكين

من المعروف أن زيادة عدد المستهلكين أو عدد السكان يعمل على زيادة الكمية المطلوبة من السلعة عند نفس مستوى الأسعار، فعلى سبيل المثال إذا زاد عدد الأطفال في مجتمع معين فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة الكميات المستهلكة من السلع الخاصة بالأطفال كالحليب والألعاب . . . ، وتكون هذه القاعدة صحيحة لكن بصورة عكسية فيما إذا نقص عدد السكان أو المستهلكين، الأمر الذي يجعل الكميات المستهلكة من السلع قليلة، وعلى هذا الأساس فإن أي تغير يحدث في عدد المستهلكين سيتبعه تغير في حالة الطلب الأصلي إلى حالة جديدة عند نفس مستوى الأسعار .

2- دخل المستهلكين

تؤدي الزيادة في دخول المستهلكين أو قلقتها دوراً كبيراً في زيادة أو نقص الكمية المشتراة من السلع، فلو فرضنا أن هناك زيادة حدثت في دخل فرد معين فإن طلبه على السلع المختلفة سوف يزيد ومن الملاحظ أنه كلما زاد دخل الفرد ازداد استهلاكه من السلع غير الرخيصة (لحوم، فواكه، ...) بدرجة أكبر من استهلاك السلع الرخيصة؛ أي حالة الطلب لديه على السلع المختلفة تتغير، وعلى هذا الأساس يمكن القول بأنه إذا زاد دخل المجتمع؛ أي ارتفع مستوى معيشته سيحصل نتيجة ذلك تغير كبير في الطلب على السلع والخدمات، وغالباً ما يؤدي ذلك إلى زيادة الطلب على السلع الكمالية وشبه الكمالية بدرجة أكبر من زيادة الطلب على السلع الرخيصة .

3- أذواق المستهلكين

الذوق مسألة نسبية تختلف بين شخص وآخر تجاه اقتناء واستهلاك السلع والخدمات، فأى تغير يحدث في أذواق المستهلكين يجعلهم يقبلون على شراء سلعة معينة فسوف يزداد الطلب على هذه السلعة كما أن أي تغير في أذواقهم يجعلهم ينصرفون عن سلعة معينة سينخفض الطلب على هذه السلعة، فمثلاً لو انتشرت موضة لبس القبعات أو اقتناء نوع معين من الساعات اليدوية فإن هذا سوف يؤدي إلى زيادة الكميات المطلوبة من تلك السلع، وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن أي تغير يحدث في أذواق المستهلكين سوف يؤدي إلى التغير في الكميات المطلوبة من السلع إن كان بالزيادة أو النقصان .

4- أسعار السلع البديلة

غالباً ما يكون للسلعة مشابه أو بديل لها، وبالتالي أي تغير يحدث في أسعار السلع الأخرى البديلة عن أسعار السلعة الأصلية سيؤدي حتماً إلى تغيرات في الكمية المطلوبة من السلعة، فمثلاً لو فرضنا أن هناك ثلاث سلع بديلة للبرتقال البلدي واليافاوي وأبو صرة، وحدث أن ارتفع سعر البرتقال أبو صرة بدرجة محسوسة فهذا لا شك مبرر لكي يتوجه المستهلكون إلى اقتناء حاجاتهم من البلدي واليافاوي ويزيد الطلب عليهما بالوقت الذي ينقص فيه الطلب على أبو صرة، وإذا حدث العكس أن انخفض سعر أحد أنواع البرتقال الثلاثة بدرجة محسوسة فسوف تزيد الكميات المطلوبة من النوع الذي نقص سعره وبنفس الوقت تنقص الكميات المستهلكة من الأنواع الأخرى .

مرونة الطلب السعرية

رأينا فيما سبق بأن الكمية المطلوبة من سلعة معينة في وقت معين تزيد بانخفاض سعرها وتقل بارتفاعه، لكن التغير الذي يطرأ على الكميات المطلوبة نتيجة التغير في السعر يختلف من سلعة إلى أخرى، فبعض السلع نجد أن تغييراً بسيطاً في ثمنها يؤدي إلى تغير كبير في الكمية المطلوبة منها والبعض الآخر نجد أن تغييراً كبيراً في سعرها يؤدي إلى تغير قليل في الكمية المطلوبة منها، وبناءً على ذلك فإن مرونة الطلب السعرية هي درجة تأثر الكمية المطلوبة من سلعة معينة نتيجة التغير في سعرها مع ثبات العوامل الأخرى، وتتفاوت السلع فيما بينها تفاوتاً كبيراً من حيث درجة مرونة الطلب، وبالتالي يمكن القول بأن مرونة الطلب ما هي إلا مقياس لدرجة استجابة المستهلكين لشراء سلعة ما نتيجة التغير في سعرها، فإذا كانت درجة الاستجابة هذه كبيرة كان الطلب مرناً، أما إذا كانت درجة الاستجابة قليلة لشراء هذه السلعة فإن الطلب يكون غير مرن، وتحسب مرونة الطلب بالقانون الرياضي الآتي :

$$\text{مرونة الطلب} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة}}{\text{التغير النسبي في السعر}} = \frac{\text{ك}_2 - \text{ك}_1}{\text{ك}_1} \div \frac{\text{س}_2 - \text{س}_1}{\text{س}_1}$$

وبتطبيق هذا القانون فإن درجة مرونة الطلب تتراوح بين الصفر واللانهاية، ومن المهم التنويه أن درجة المرونة دائماً سالبة بسبب العلاقة العكسية بين السعر والكمية المطلوبة، لكن بغض النظر عن الإشارة أي عند أخذ القيمة المطلقة فإن :

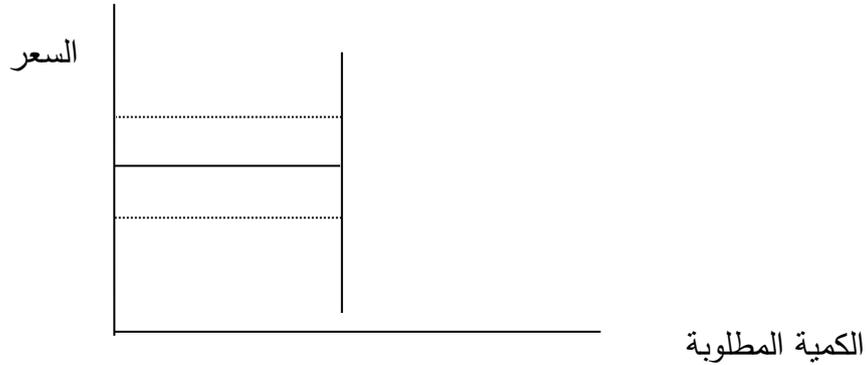
- 1- إذا كانت النتيجة صفراً فإن الطلب يكون عديم المرونة .
- 2- إذا كانت النتيجة أقل من الواحد الصحيح فإن الطلب يكون غير مرن .
- 3- إذا كانت النتيجة مساوية للواحد الصحيح فإن الطلب يكون متكافئ المرونة .
- 4- إذا كانت النتيجة أكبر من الواحد الصحيح فإن الطلب يكون مرناً .
- 5- إذا كانت النتيجة لا نهاية فإن الطلب يكون لا نهائي المرونة (تام المرونة) .

أولاً - الطلب عديم المرونة

أ - لا يؤدي التغير في السعر إلى أي تغير في الكمية المطلوبة، ومثال ذلك بعض السلع الضرورية للمستهلك التي تبقى الكميات المطلوبة منها ثابتة مهما ارتفع أو انخفض سعرها مثل سلعة الملح ، أو تاجر دخل في مزاد لشراء سلعة معينة فمجرد إصراره على شراء تلك الكمية المحددة من السلعة بأي ثمن فإن طلبه هذا يمثل الحالة المدروسة من حالات الطلب عديم المرونة .

ب - في هذه الحالة يكون المعامل العددي لمرونة الطلب مساوياً للصفر .

ج - يأخذ منحنى الطلب شكل خط مستقيم يوازي المحور العمودي على الشكل الآتي :

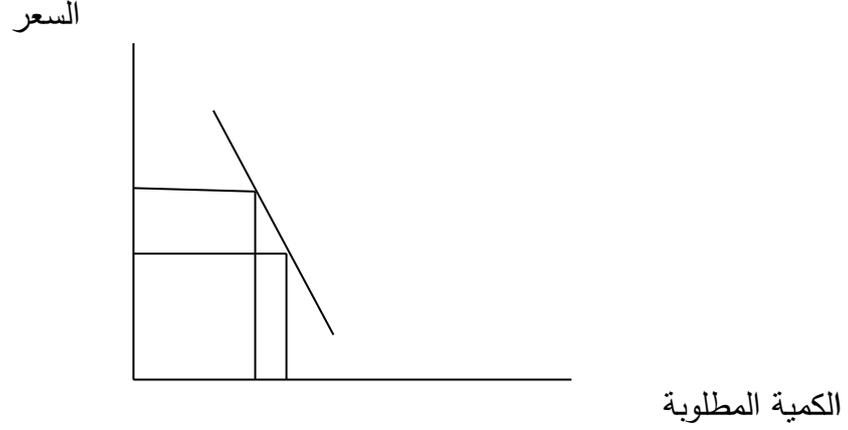


ثانياً - طلب غير مرن

أ - إن التغير النسبي في الكمية المطلوبة أصغر من التغير النسبي في السعر، ومعنى ذلك أن تغيراً صغيراً في الكمية المطلوبة يصاحبه تغيراً كبيراً في السعر .

ب - درجة مرونة الطلب أقل من الواحد الصحيح .

ج - منحنى الطلب في هذه الحالة شديد الانحدار على الشكل الآتي :

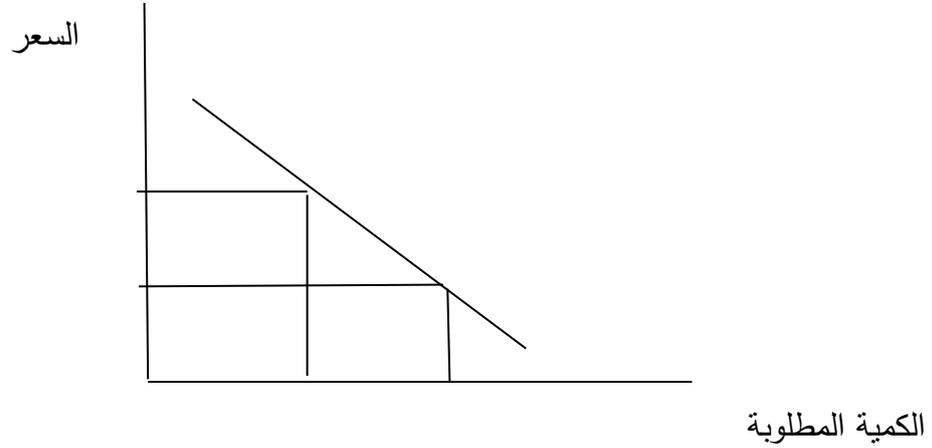


ثالثاً - طلب متكافئ المرونة

أ - التغير النسبي في السعر يؤدي إلى نفس التغير النسبي في الكمية المطلوبة .

ب - درجة مرونة الطلب مساوية للواحد الصحيح .

ج - منحنى الطلب يأخذ شكل انحدار متوسط بين المحور الأفقي والعمودي على الشكل الآتي :

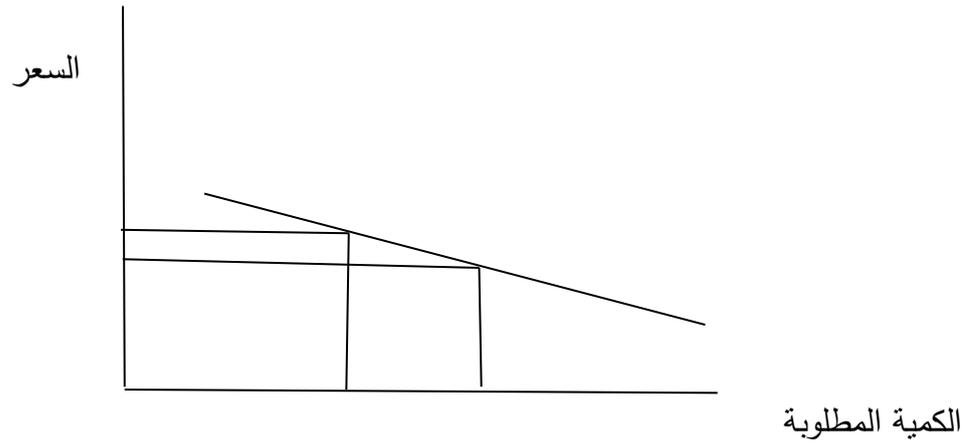


رابعاً - طلب مرن

أ - التغير النسبي في الكمية المطلوبة أكبر من التغير النسبي في السعر .

ب - درجة مرونة الطلب أكبر من الواحد الصحيح .

ج - منحنى الطلب قليل الانحدار على الشكل الآتي :

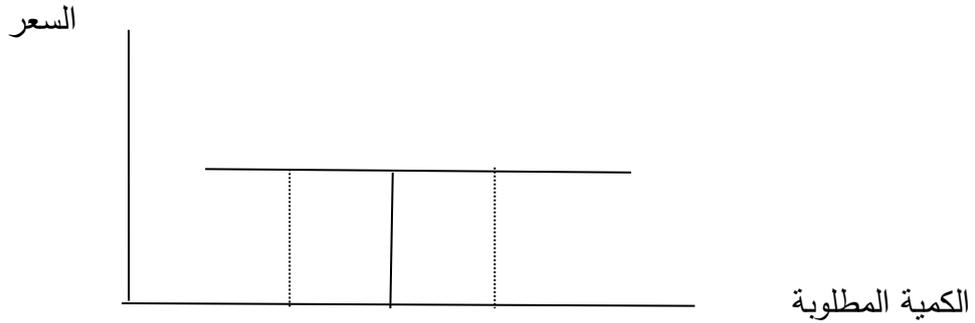


خامساً - طلب تام المرونة (لا نهائي المرونة)

أ - السعر ثابت لا يتغير، لكن الكمية المطلوبة هي التي تتغير، ومثال ذلك عندما تقوم الدولة بشراء بعض المحاصيل الزراعية محددة سعراً معيناً .

ب - المعامل العددي للمرونة لا نهاية .

ج - يأخذ منحنى الطلب شكل خط مستقيم يوازي المحور الأفقي على الشكل الآتي :



مثال : السعر : 8 4

الكمية : 16 18

يُلاحظ في هذا المثال أن السعر قد تغير بشكل كبير، بينما الكمية المطلوبة تغيرت بشكل قليل، وعند تطبيق قانون المرونة نجد :

$$\text{مرونة الطلب} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المطلوبة}}{\text{التغير النسبي في السعر}} = \frac{\text{ك}_2 - \text{ك}_1}{\text{ك}_1} / \frac{\text{س}_2 - \text{س}_1}{\text{س}_1}$$

$$8 - 4$$

$$16 - 18$$

$$\text{مرونة الطلب} = \frac{\text{0.25} - \text{}}{8} / \frac{\text{}}{16} =$$

درجة المرونة أقل من الواحد الصحيح (بغض النظر عن الإشارة) فالطلب غير مرن .

العوامل المؤثرة في مرونة الطلب السعرية

1- مدى ضرورة السلعة بالنسبة للمستهلك : تنقسم السلع في هذا السياق على اختلاف أنواعها وأشكالها إلى سلع ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها، و سلع كمالية يمكن الاستغناء عنها، مع أن هذا الأمر يعد مسألة نسبية تختلف حسب المجتمعات الإنسانية ودرجة تطورها، فهناك بعض السلع تعد ضرورية في بعض المجتمعات بينما تعد كمالية في مجتمعات أخرى، وعلى كل حال فإن السلع الكمالية بشكل عام يعد الطلب عليها مرناً، لأن أي انخفاض في سعرها سيؤدي إلى دخول مستهلكين جدد، وهذا يؤدي بدوره إلى زيادة الكمية المطلوبة منها بدرجة كبيرة مثل السيارات والأدوات الكهربائية وبعض أنواع الفاكهة.....، بينما إذا كانت السلعة ضرورية فإن الطلب عليها يكون قليل المرونة، فالمستهلك لا يمكنه الاستغناء عنها مهما تغير سعرها، ولن تتأثر الكميات المطلوبة منها مثل سلعة الخبز.

2- وجود السلع البديلة : إن وجود سلع بديلة لسلعة ما يجعل الطلب على هذه السلعة يتصف بالمرونة ونعني ببدائل السلع وجود سلع يمكن أن تحل محل سلع أخرى تؤدي نفس رغبة الإشباع عند المستهلك وكلما توافر للسلعة بديل وكان هذا البديل أقرب إلى إشباع نفس الرغبة من السلعة الأصلية كلما كان الطلب على هذه السلعة أكثر مرونة، لأن أي ارتفاع في سعر السلعة الأصلية يجعل المستهلكون يتحولون عنها إلى شراء السلعة البديلة التي لم يتغير سعرها والعكس صحيح، وعلى هذا الأساس يمكن القول بأنه كلما كان للسلعة بديل فإن أي تغير في أسعار السلعة الأصلية أو البديلة فإن ذلك سيؤدي إلى تغير في حجم المبيعات من السلعة، وبالتالي سيجعل هذا بأن يكون الطلب عليها مرناً مثل المنسوجات الحريرية والقطنية وبعض أنواع شامبو الشعر ومستحضرات التجميل والمشروبات الغازية.... .

3- نسبة الإنفاق من الدخل على السلعة : إن الأهمية النسبية لما ينفقه المستهلك على السلعة بالقياس إلى دخله تؤثر في مرونة الطلب، فإذا كانت النسبة قليلة فإن ذلك يجعل الطلب على هذه السلعة قليل

المرونة، لأن أي تغيير في سعرها بالزيادة أو النقصان لن يؤدي بصورة محسوسة إلى زيادة أو نقصان الكميات المطلوبة منها مثل الجرائد، وعلى العكس تماماً فإن السلع التي تأخذ نصيباً كبيراً من دخل المستهلك فإن الطلب عليها يكون متصفاً بالمرونة بصورة أكبر، حيث أن أي تغيير في أسعار تلك السلع يؤثر بشكل كبير في الكمية المطلوبة منها مثل الملابس .

4- طول الفترة الزمنية : من المحتمل أن يتحول الطلب غير المرن على سلعة ما بمرور الوقت إلى طلب مرن نسبياً نتيجة تعديل المستهلك نمط استهلاكه، فمثلاً إذا ارتفع سعر دواء معين فقد يستمر المستهلكون في شرائه على المدى القصير لأنهم يحتاجونه من أجل صحتهم، وبالتالي لن تتأثر الكمية المطلوبة منه وعلى المدى الطويل قد يتمكن المستهلكون من العثور على علاجات بديلة أو التحول إلى دواء مختلف مما يجعل الطلب على الدواء الأصلي أكثر مرونة.

أهمية دراسة مرونة الطلب

عند وضع أي سياسة سعرية للسلع من قبل القطاع الخاص أو العام ينبغي إجراء دراسة مستفيضة للتعرف على مرونة الطلب على هذه السلع، وعلى سبيل المثال إذا أرادت إحدى مؤسسات الصناعات الغذائية أن تسعّر صنف ما من أصناف المعلبات المحفوظة فيجب أن تدرس هذه المؤسسة نوع الطلب على هذه السلعة، فإذا كان من النوع المرن فإن أي انخفاض في السعر للوحدة من السلعة سيؤدي إلى زيادة دخل المؤسسة من جراء بيع كميات كبيرة من السلعة بسعر منخفض، أما إذا كان من النوع غير المرن فإن دخل المؤسسة سيكون أكبر بعدم تخفيض سعر السلعة والحفاظ على مستوى معين من السعر.

وإذا أرادت الحكومة (قطاع عام) مثلاً زيادة معدل الضريبة على سلعة ما بقصد الحصول على زيادة مما تجمه من الضرائب، أيضاً يجب أن تدرس نوع الطلب على هذه السلعة، لأن زيادة معدل الضريبة سيؤدي إلى ارتفاع سعر هذه السلعة، فإذا كان نوع الطلب عليها مرناً فإن ذلك سيؤدي إلى انخفاض المبيعات من هذه السلعة، وبالتالي سيؤدي هذا إلى انخفاض الدخل المتحصل عليه للحكومة أي سيكون تأثير زيادة معدل الضريبة عكسياً على الحصيلة الحكومية من الدخل، أما إذا كان نوع الطلب على هذه السلعة من النوع قليل المرونة فقد تزيد محصلة الدخل الحكومي برفع الضريبة.

ثانياً - العرض Supply

المقصود بالعرض في العرف الاقتصادي تلك الكمية التي يكون المنتجون أو التجار مستعدين لبيعها بسعر ووقت ومكان معين مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، وترتبط مسألة العرض من السلع والخدمات بشكل كلي بمسألة الندرة، وذلك أن إنتاج أي سلعة يتم بتضافر مجموعة عوامل الإنتاج (الأرض، العمل، رأس المال، التنظيم)، حيث أن هذه العوامل محدودة في مقدارها ولها صفة الندرة، وهذه الحقيقة تبين لنا كيفية تنظيم عرض أي سلعة، فحاجات ومطالب الإنسان في الحياة تتعدد ولا يمكنه إشباع إلا عدد قليل نسبياً منها، والسبب في ذلك هو مسألة ندرة عوامل الإنتاج النسبية.

قبل البدء في التحليلات المختلفة لظاهرة العرض يجب أن نفرق بين الكمية المعروضة من السلعة والكمية المخزونة منها، حيث تعرف الكمية المعروضة بأنها تلك الكمية المحددة من بين مجموعة من الكميات عند سعر معين من بين مجموعة من الأسعار يكون البائع على استعداد لبيعها، أما الكمية المخزونة من السلعة فهي تلك الكمية التي يخزنها المنتجون أو التجار ولا يعرضونها للبيع عند سعر معين؛ أي لا تدخل في حساب العرض وفق التعريف السابق، وبالتالي فإن الكمية المعروضة من سلعة معينة في وقت من الأوقات قد تشكل نسبة كبيرة أو ضئيلة بالنسبة للمخزون من تلك السلعة .

قانون العرض Low of Supply

من الملاحظ أنه كلما ارتفع سعر سلعة معينة في السوق أدى ذلك إلى زيادة الكمية المعروضة منها عند هذا السعر، حيث أن رغبة المنتجين أو التجار تكون في العادة في بيع كمية أكبر من السلعة عندما يرتفع سعرها سعياً وراء الحصول على المزيد من الأرباح، هذا ويحدث العكس تماماً إذا انخفض سعر السلعة فإن الكمية المعروضة من السلعة تنخفض، وعلى هذا الأساس فإن هناك علاقة تحكم بين الكميات المعروضة من السلعة وأسعارها، وهذه العلاقة طردية بين سعر السلعة والكمية المعروضة منها ويطلق على هذه العلاقة في العرف الاقتصادي بقانون العرض الذي يشير إلى أن الكمية المعروضة من سلعة معينة تتناسب طردياً مع سعر تلك السلعة فتزيد بارتفاعه وتقل بانخفاضه مع بقاء العوامل المؤثرة الأخرى على حالها .

ومما يجدر ملاحظته في هذا المجال أن سعر السلعة ليس هو العامل الوحيد الذي يؤثر على الكمية المعروضة من السلعة، وإنما يوجد هناك الكثير من العوامل الأخرى منها سياسة الدولة المالية

والعوامل الطبيعية وغيرها من العوامل التي لها تأثير مباشر على الكمية المعروضة من سلعة معينة في السوق .

جدول العرض Supply Schedule

إن الكمية المعروضة من سلعة معينة تتغير بتغير سعر هذه السلعة، فتزداد الكمية المعروضة من تلك السلعة بارتفاع سعرها ، وتقلّ الكمية المعروضة من السلعة إذا انخفض سعرها، وجدول العرض يصف الكميات المختلفة من السلعة المعروضة عند مستويات مختلفة من أسعار هذه السلعة، ويمكن توضيح ذلك في الجدول (2) الذي يبين الكميات المعروضة من سلعة (أ) عند الأسعار المختلفة المقابلة لها :

جدول (2) جدول العرض

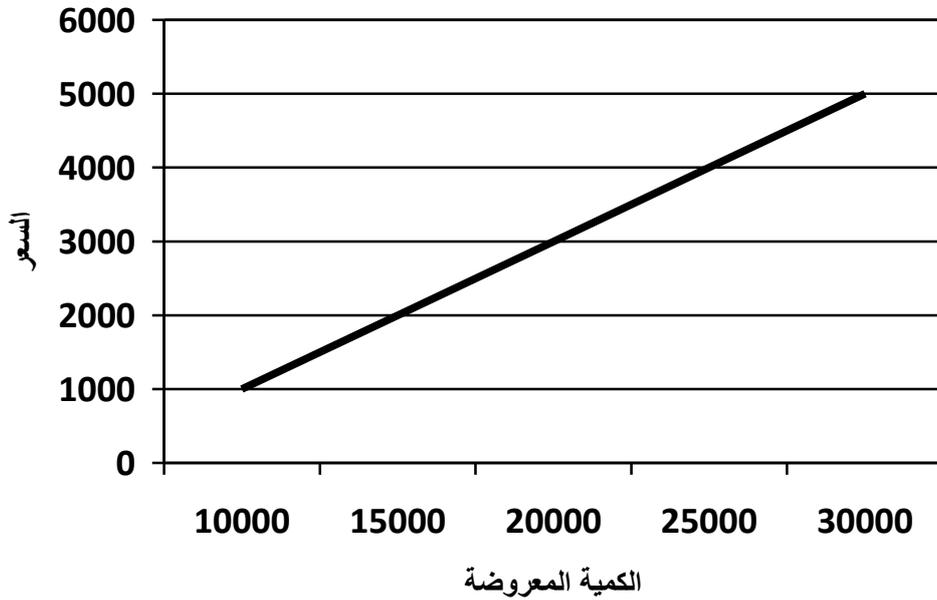
| الكمية المعروضة من السلعة أ (طن) | سعر الطن (ليرة سورية) |
|------------------------------------|-------------------------|
| 10000 | 1000 |
| 15000 | 2000 |
| 20000 | 3000 |
| 25000 | 4000 |
| 30000 | 5000 |

يُلاحظ من الجدول أن هناك علاقة طردية بين سعر السلعة (أ) والكمية المعروضة منها في فترة معينة؛ إذ كلما ارتفع السعر زادت الكمية المعروضة، وبالعكس كلما انخفض السعر انخفضت الكمية المعروضة منها، وهكذا نجد عندما كان سعر الطن (1000) ليرة سورية كانت الكمية المعروضة (10000) طن، وعندما ارتفع السعر إلى (2000) ليرة سورية ازدادت الكمية المعروضة من السلعة (أ) إلى (15000) طناً ، وهكذا كلما ارتفع السعر ازدادت الكمية المعروضة ، فجدول العرض والحالة هذه يبين لنا الأثر الذي يحدثه تغير السعر على الكمية المعروضة من سلعة معينة مع بقاء العوامل الأخرى المؤثرة في العرض على حالها .

منحنى العرض Supply Curve

يمكن تمثيل البيانات الواردة في الجدول رقم (2) بصورة رسم بياني، حيث تمثل الكميات المعروضة على المحور الأفقي والأسعار على المحور العمودي، وبالتالي يظهر لدينا منحنى العرض على السلعة (أ) :

منحنى العرض



يلاحظ على منحنى العرض أنه يرتفع من الأسفل إلى الأعلى وإلى اليمين، ومعنى ذلك أنه كلما ارتفع السعر زادت الكمية المعروضة وهذا ما يعرف اقتصادياً بتمدد العرض، وكلما انخفض السعر انخفضت الكمية المعروضة وهذا ما يعرف اقتصادياً بانكماش العرض؛ أي تمدد العرض وانكماشه يكون على نفس منحنى العرض، وبناءً على ذلك يمكن القول بأن التغيرات التي تحدث في الأسعار والكميات المعروضة تأخذ اتجاهاً واحداً؛ أي أن العلاقة بينهما تأخذ طابعاً طردياً، ولهذا السبب نرى أن انحدار منحنى العرض هو انحدار إيجابي بعكس منحنى الطلب الذي يأخذ انحداراً سلبياً .

تغير العرض Supply Change

هو حالة الزيادة أو النقصان نتيجة تغير الظروف المحيطة بالعرض، ونعني بزيادة العرض زيادة الكميات المعروضة من سلعة معينة خلال مدة زمنية معينة عما كانت عليه مع بقاء الأسعار على حالها وأما نقصان العرض نعني به نقصان الكميات المعروضة من سلعة معينة خلال مدة زمنية معينة عما كانت عليه مع بقاء الأسعار على حالها، وعلى هذا الأساس فإن زيادة العرض أو انخفاضه تعني تغيير طبيعة العلاقة التي كانت قائمة بين الأسعار وبين الكميات المعروضة .

العوامل المؤثرة في تغير العرض

دُكر سابقاً أن الأسعار ليست هي وحدها التي تؤثر على الكميات المعروضة، وإنما توجد عوامل أخرى منها :

1- أسعار عناصر الإنتاج

فإن حدث وانخفض سعر عنصر أو أكثر من أسعار عناصر الإنتاج التي تستخدم في إنتاج السلعة فإن ذلك يؤدي إلى انخفاض تكاليف إنتاج السلعة، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة من السلعة عند كل سعر من الأسعار، لأن في ذلك يتحقق مزيد من الأرباح لمنتجي السلعة.

2- المستوى الفني للإنتاج

كثيراً ما يحدث تحسّن في وسائل الإنتاج من استنباط أنواع جديدة من البذور، أو اكتشاف مبتكرات زراعية حديثة، أو إحلال الميكنة بدل العمال ... ، كل ذلك من شأنه أن يؤدي إلى تمكين المنتجين من الإنتاج بتكاليف أقل، وفي نهاية الأمر يؤدي ذلك إلى زيادة الكميات المنتجة من السلع، وبالتالي زيادة الكميات المعروضة منها عند مختلف الأسعار.

3- مستوى الإعانات والضرائب

إذا أعطت الحكومة مثلاً إعانة مالية نقدية أو عينية إلى المزارعين فإن ذلك سوف يؤدي إلى تخفيض تكاليف إنتاج السلعة، وبالتالي تزداد الكميات المعروضة منها، كذلك لو فرضت الحكومة ضريبة

على إنتاج سلعة معينة أو زادت من مقدارها فلا شك بأن ذلك سيؤدي إلى زيادة تكاليف إنتاج هذه السلعة، وبالتالي سوف تقل الكمية المعروضة منها .

4- العوامل الطبيعية

كثيراً ما يحدث وخاصةً في إطار ممارسة العمل الزراعي أن تأتي الطبيعة بعكس ما هو متوقع من أسباب تجعل المواسم الزراعية عرضةً للتلف أو تأتي في صالحها، مما يؤثر بشكل مباشر على عرض السلع الزراعية فإما أن تجعل عرضها كبيراً أو قليلاً، ومن أمثلة ذلك (أمطار، صقيع، رياح ...)

مرونة العرض السعرية

رأينا فيما سبق بأن الكمية المعروضة من سلعة معينة في وقت معين تزيد بارتفاع سعرها وتقل بانخفاضه

لكن التغير الذي يطرأ على الكميات المعروضة نتيجة التغير في السعر يختلف من سلعة إلى أخرى فبعض السلع نجد أن تغييراً بسيطاً في سعرها يؤدي إلى تغير كبير في الكمية المعروضة منها والبعض الآخر نجد أن تغييراً كبيراً في سعرها يؤدي إلى تغير قليل في الكمية المعروضة منها، وبناءً على ذلك فإن مرونة العرض السعرية هي درجة تأثر الكمية المعروضة من سلعة معينة نتيجة التغير في سعرها مع ثبات العوامل الأخرى، وتتفاوت السلع فيما بينها تفاوتاً كبيراً من حيث درجة مرونة العرض .

تحسب مرونة العرض بالقانون الرياضي الآتي :

$$\text{مرونة العرض} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المعروضة}}{\text{التغير النسبي في السعر}} = \frac{\text{ك}_2 - \text{ك}_1}{\text{س}_2 - \text{س}_1}$$

التغير النسبي في السعر

ك₁

ك₂

وبتطبيق هذا القانون فإن درجة مرونة العرض تتراوح بين الصفر واللانهاية على النحو الآتي :

1- إذا كانت النتيجة صفراً فإن العرض يكون عديم المرونة .

2- إذا كانت النتيجة أقل من الواحد الصحيح فإن العرض يكون غير مرن .

3- إذا كانت النتيجة مساوية للواحد الصحيح فإن العرض يكون متكافئ المرونة .

4- إذا كانت النتيجة أكبر من الواحد الصحيح فإن العرض يكون مرناً .

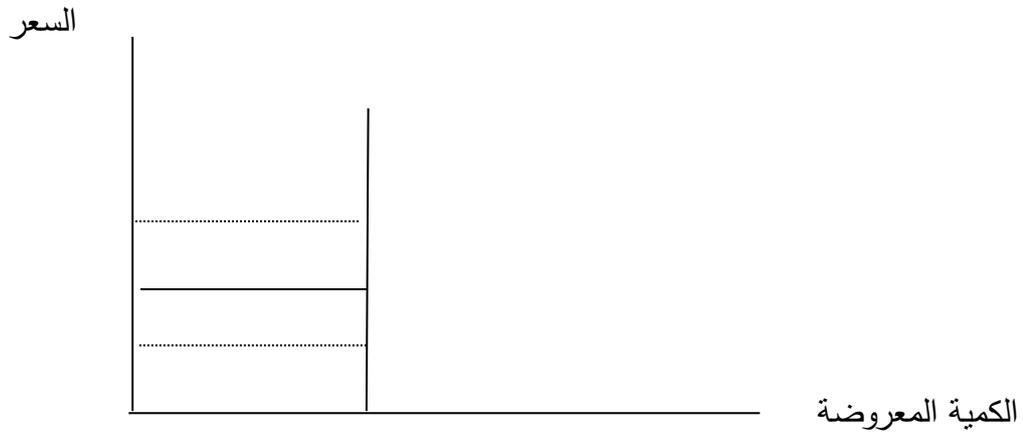
5- إذا كانت النتيجة لا نهاية فإن العرض يكون لا نهائي المرونة (تام المرونة) .

أولاً - العرض عديم المرونة

أ - لا يؤدي التغير في السعر إلى أي تغير في الكمية المعروضة، وهذا يعني أن الكمية المعروضة لا تستجيب إطلاقاً للتغيرات في الأسعار.

ب - في هذه الحالة يكون المعامل العددي لمرونة العرض مساوياً للصفر .

ج - يأخذ منحنى العرض شكل خط مستقيم يوازي المحور العمودي على الشكل الآتي :



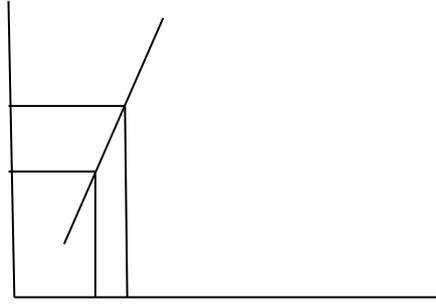
ثانياً - عرض غير مرن

أ - إن التغير النسبي في السعر أكبر من التغير النسبي في الكمية المعروضة، ومعنى ذلك أن تغيراً كبيراً في السعر يصاحبه تغيراً بسيطاً في الكمية المعروضة .

ب - درجة مرونة العرض أقل من الواحد الصحيح .

ج - منحنى العرض في هذه الحالة شديد الانحدار على الشكل الآتي :

السعر

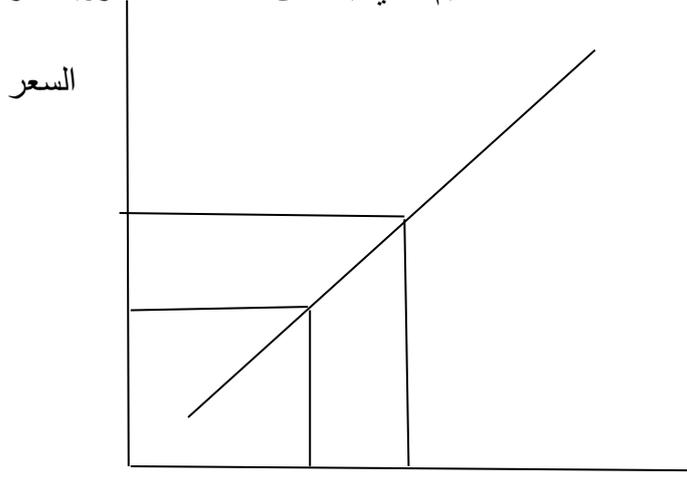


الكمية المعروضة

ثالثاً - عرض متكافئ المرونة

- أ - التغير النسبي في السعر يؤدي إلى نفس التغير النسبي في الكمية المعروضة .
ب - درجة مرونة العرض مساوية للواحد الصحيح .

ج - منحنى العرض يأخذ شكل الخط المستقيم الذي يبدأ من نقطة المبدأ بزاوية قدرها 45 درجة :

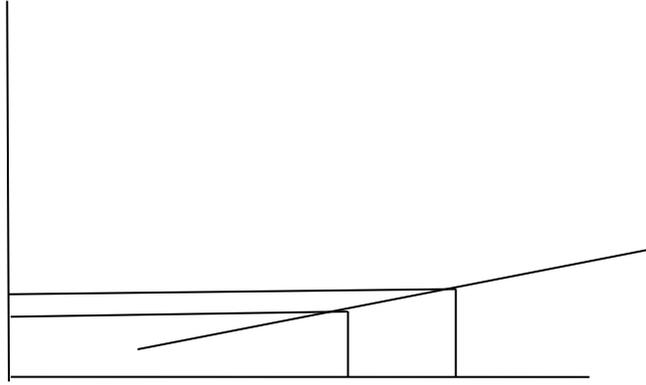


الكمية المعروضة

رابعاً - عرض مرن

- أ - التغير النسبي في الكمية المعروضة أكبر من التغير النسبي في السعر .
ب - درجة مرونة العرض أكبر من الواحد الصحيح .
ج - منحنى العرض قليل الانحدار على الشكل الآتي :

السعر



الكمية المعروضة

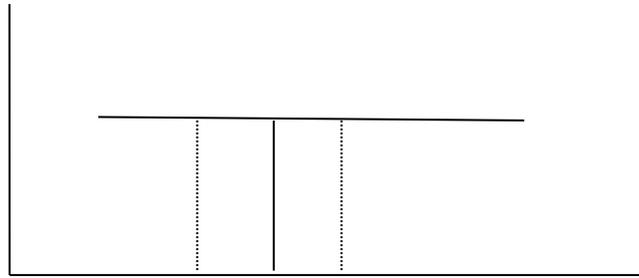
خامساً - عرض تام المرونة (لا نهائي المرونة)

أ - السعر ثابت لا يتغير، لكن الكمية المعروضة هي التي تتغير.

ب - المعامل العددي للمرونة لا نهاية .

ج - يأخذ منحنى العرض شكل خط مستقيم يوازي المحور الأفقي على الشكل الآتي :

السعر



الكمية المعروضة

مثال : السعر : 6 8

الكمية : 10 10

يُلاحظ في هذا المثال أن السعر ارتفع بينما الكمية المعروضة لم تتغير، وعند تطبيق قانون المرونة نجد:

$$\text{مرونة العرض} = \frac{\text{التغير النسبي في الكمية المعروضة}}{\text{التغير النسبي في السعر}} = \frac{\text{ك}_2 - \text{ك}_1}{\text{ك}_1} / \frac{\text{س}_2 - \text{س}_1}{\text{س}_1}$$

س₁

ك₁

التغير النسبي في السعر

$$\text{مرونة العرض} = \frac{10 - 10}{10} / \frac{6 - 8}{6} = 0$$

درجة المرونة تساوي الصفر فالعرض عديم المرونة .

العوامل المؤثرة في مرونة العرض

مرونة العرض لها جانبان أحدهما يطلق عليه بمرونة العرض في الفترة القصيرة، وثانيهما مرونة العرض في الفترة الطويلة، ويجب التفريق بينهما لأن كل نوع له عوامل يتأثر بها تختلف عن النوع الآخر على النحو الآتي :

تتوقف المرونة في الفترة القصيرة على مقدار المخزون من السلعة، وما دامت هناك كمية مخزونة من السلعة فسيكون من الطبيعي أن أي ارتفاع في سعر السلعة سيؤدي إلى زيادة الكمية المعروضة منها، وكلما كانت الكمية المخزونة أكبر كلما كان العرض على هذه السلعة أكثر مرونة، وبالعكس إذا كانت الكمية المخزونة من السلعة قليلة أو معدومة كان من الصعب على المنتجين أو التجار أن يزيدوا من عرض هذه السلعة مهما ازداد سعرها، وبالتالي يكون عرض السلعة في هذه الحالة غير مرن.

أما في الفترة الطويلة فسيكون عرض السلعة مرناً إذا كان إنتاجها لا يستلزم نسبة كبيرة من رأس المال الثابت (آلات، مباني، ...)، إذ في حال ارتفاع الأسعار يمكن زيادة الإنتاج بتشغيل عدد أكبر من العمال، وفي حال انخفاض الأسعار يمكن التقليل من الإنتاج عن طريق الاستغناء عن بعض العمال، أما إذا كان إنتاج السلعة يستلزم نسبة كبيرة من رؤوس الأموال الثابتة مثل الصناعات الثقيلة فإن عرض السلعة يميل إلى عدم المرونة، لأن زيادة الإنتاج يتطلب استثمار رؤوس أموال جديد قد لا يكون من السهل الحصول عليها، هذا ومن ناحية أخرى فإن تقليل الكمية المنتجة يؤدي إلى تعطيل استثمار رؤوس الأموال الثابتة .

ثالثاً - نظرية سلوك المستهلك Theory of Consumer behavior

اهتم الاقتصاديون بدراسة الطريقة التي يتصرف بها المستهلك تجاه إنفاق دخله المحدود على السلع المختلفة، وقدموا في هذا المجال نظريتين أساسيتين هما النظرية الكلاسيكية أو ما يطلق عليها في العرف الاقتصادي قانون تناقص المنفعة الحدية، ونظرية منحنيات السواء، وتحاول كل من النظريتين الوصول بالمستهلك إلى مرحلة التوازن لتوزيع دخله المحدود على السلع التي يرغب في اقتنائها.

أولاً- النظرية الكلاسيكية (قانون تناقص المنفعة الحدية) وتوازن المستهلك

تعتمد هذه النظرية على قانون تناقص المنفعة الحدية في تفسير سلوك المستهلك العادي في إنفاق دخله المحدود على السلع المختلفة، وقد تمت الإشارة إلى هذا القانون سابقاً (بزيادة استهلاك المستهلك من سلعة معينة قابلة للإشباع فإن المنفعة الحدية للوحدات المتتالية المستهلكة من هذه السلعة تتناقص حتى تصل إلى الصفر، وبعدها تتحول المنفعة الحدية إلى صورة سلبية)، وبما أن الهدف الذي يسعى إليه المستهلك هو الوصول إلى أقصى إشباع ممكن من السلع المختلفة التي ينفق عليها من دخله المحدود، فإنه يبدأ أولاً بتحديد الحاجات المطلوب إشباعها، ثم ينتقل ثانياً إلى الحاجات الأقل أهمية (تحديد أولويات هذا الإشباع)، وهو بذلك يحاول توزيع دخله بين السلع والخدمات للحصول على أقصى منفعة كلية، ولكي يصل المستهلك إلى تحقيق هذا الهدف فعليه أن يطبق في توزيع دخله على السلع والخدمات التي تحقق رغباته المبدأ الحدي .

ويشير المبدأ الحدي إلى أن المستهلك يقوم بتوزيع دخله إلى الدرجة التي تتساوى عندها أسعار وحدات السلع والخدمات مع منفعتها الحدية، وعند هذا المستوى من التوزيع يكون المستهلك قد وصل إلى مرحلة التوازن، وطالما ظل هذا الوضع ثابتاً فإن المستهلك يكون في حالة سكون، ولن يفكر في إعادة توزيع دخله، أما إذا حدث تغير في أسعار السلع والخدمات البديلة، أو تغير ذوقه، أو تغير دخله فإنه يقوم من جديد بتوزيع دخله وفقاً للمبدأ الحدي لكي يصل إلى مرحلة توازن جديدة، ويمكن توضيح توازن المستهلك وفقاً للنظرية الكلاسيكية على النحو الآتي :

$$\frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (أ)}}{\text{سعر السلعة (أ)}} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة (ب)}}{\text{سعر السلعة (ب)}} = \dots \dots \dots \frac{\text{المنفعة الحدية للسلع (ن)}}{\text{سعر السلعة (ن)}}$$

سعر السلعة (ن)

سعر السلعة (ب)

سعر السلعة (أ)

لنفرض أن سعر الوحدة من السلعة (أ) قد انخفض بسبب زيادة الكمية المعروضة، أو نتيجة ظهور سلعة بديلة أقل منها في السعر، أو بسبب التقدم الفني الذي أثر على تكاليف إنتاجها....، وفي ضوء هذا الفرض ستصبح المعادلة غير متساوية، لأن الطرف الأول سيكون أكبر من الأطراف الأخرى وبالتالي يخرج المستهلك من حالة التوازن التي كان فيها، ولكي يرجع إليها مرةً أخرى يجب أن يقوم بزيادة إنفاقه على السلعة (أ) التي انخفض ثمنها، وهذا ما يؤدي إلى نقص المنفعة الحدية لهذه السلعة وفقاً لقانون تناقص المنفعة الحدية، وهذا يؤدي بدوره إلى رجوع الطرف الأول من المعادلة إلى مساواة بقية الأطراف وبذلك يصل إلى مرحلة التوازن من جديد، وبتعبير آخر يعمل المستهلك على إحلال السلعة التي انخفض ثمنها محل السلعة أو السلع التي بقي ثمنها ثابتاً، ويمكن للمستهلك أن يرجع إلى حالة التوازن بأن يقلل من إنفاقه على السلع التي بقي ثمنها ثابتاً .

إذاً يمكن القول بأن المستهلك يرجع إلى حالة التوازن في حال تغير ثمن الوحدة من السلع التي يوزع دخله عليها بأن يزيد استهلاكه من السلع التي انخفض ثمنها، أو يقلل من إنفاقه على السلع التي بقي ثمنها ثابتاً، أو يعمل الأمرين معاً في نفس الوقت.

الفروض والأسس التي تقوم عليها النظرية الكلاسيكية

- 1- إن للمستهلك الحرية الكاملة في اختيار السلع واتخاذ القرارات.
- 2- إن المستهلك رشيد ومترن في تصرفاته، فهو يهدف إلى الوصول إلى أقصى إشباع ممكن أو أقل تضحية ممكنة .
- 3- ذوق المستهلك ثابت ولا يتغير في الفترة الزمنية القصيرة .
- 4- دخل المستهلك محدود بالنسبة لما لديه من رغبات يريد إشباعها .
- 5- إن المستهلك على علم تام بجميع أسعار السلع والخدمات .
- 6- أسعار السلع والخدمات محددة وفقاً لقانوني الطلب والعرض .
- 7- التجانس التام في وحدات السلعة الواحدة .
- 8- إمكانية تجزئة الدخل (النقود) والسلع أيضاً إلى وحدات صغيرة تمكنه من شراء أي كمية من السلعة تحقق رغباته .

9- إمكانية قياس المنفعة الحدية بوحدات .

الانتقادات الموجهة للنظرية الكلاسيكية

1- المنفعة الحدية لا يمكن قياسها بشكل دقيق، وذلك لاختلافها من شخص إلى آخر حسب الميول الشخصية .

2- بعض السلع يصعب بل من المستحيل أن تتجزأ إلى الحد الذي يمكن المستهلك باختيار الكمية التي يرغب بها .

3- لا تتوافر لدى المستهلك المعرفة الكاملة بالبدائل المتاحة للسلعة أو حجم المنافع التي تضيفها .

4- إن ظاهرة الاستخدام الرشيد للمستهلك في صرفه للنقود تخضع للعادات والتقاليد وتطورها .

ثانياً- نظرية منحنيات السواء (النظرية الحديثة) وتوازن المستهلك

بنيت نظرية منحنيات السواء على أساس كيف يستطيع المستهلك توزيع دخله بين السلع المختلفة ذات الأسعار المعنية؟! وبهذا وفقاً للنظرية الحديثة وتلافياً للانتقادات التي وجهت إلى النظرية الكلاسيكية وعلى رأسها صعوبة قياس المنفعة بدقة أصبح المقياس هنا التركيز على دخل المستهلك من ناحية وأسعار السلع من ناحية أخرى، بينما كان التركيز في النظرية الكلاسيكية على دخل المستهلك وعلى مسألة الإشباع والمنفعة، هذا وقد وضعت للنظرية الحديثة فروض أساسية لا تختلف عن فروض النظرية الكلاسيكية إلا بالنسبة لمسألة قياس المنفعة، حيث لا يمكن قياسها بدقة وإنما يمكن قياسها بشكل نسبي ومن الضروري أن نلقي الضوء على مفهوم منحنيات السواء ومدلولها .

منحنيات السواء

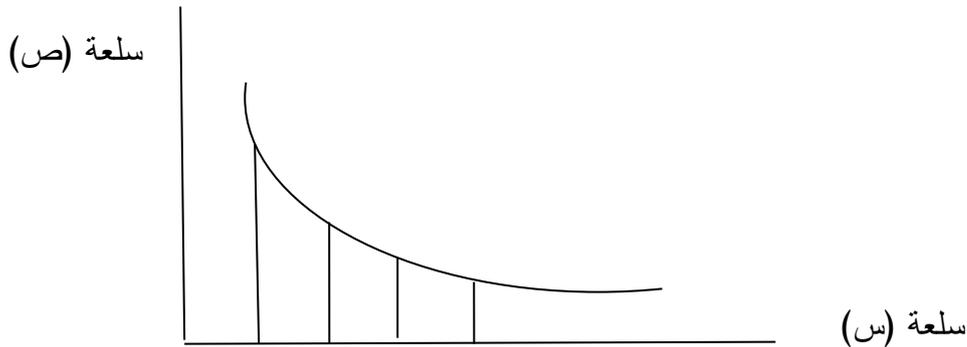
تقوم فكرة منحنيات السواء على أساس أن المستهلك عند اختياره للسلع والخدمات اللازمة لإشباع حاجاته لا يضع في اعتباره قياس المنفعة التي يمكن أن تعود عليه من استهلاك تلك السلع، إنما يبني اختياره على أساس أفضلية الحصول على وحدات إضافية من هذه السلعة أو تلك، بمعنى أن كل ما يفعله المستهلك هو مجرد تفضيل سلعة أو خدمة على غيرها؛ لأن هذه السلعة أو الخدمة تعطيه إشباعاً كلياً أكبر من غيرها، أو قد لا يفضل سلعة أو خدمة على غيرها لتساويها في نظره من حيث درجة الإشباع، بمعنى أنه يكون على السواء لديه أن يحصل على هذه المجموعة أو السلعة أو تلك، وهذه هي الفكرة العامة لمنحنيات السواء.

ويمكن التعبير عن منحنى السواء بصورة جدولية أو بيانية توضح التركيبات أو التوليفات أو المجموعات المختلفة من سلعتين تعطيان إشباعاً متساوياً للمستهلك، ولنفرض وجود مستهلك وسلعتين (س) و(ص) يمكن استبدالهما بتوليفات أو مجموعات مختلفة من تلك السلعتين، وكل منها يحقق لهذا المستهلك نفس درجة الإشباع :

جدول (3) : جدول السواء للمستهلك

| السلعة | مجموعة (1) | مجموعة (2) | مجموعة (3) | مجموعة (4) |
|--------|------------|------------|------------|------------|
| س | 1 | 2 | 3 | 4 |
| ص | 6 | 3 | 2 | 1.5 |

يُلاحظ من الجدول وجود أربع توليفات بين السلعتين (س، ص) أو أربع مجموعات سواء، بمعنى لو أخذ المستهلك المجموعة الأولى أو الثانية أو الثالثة أو الرابعة فإنه يبلغ نفس المستوى من الإشباع ويمكن تمثيل هذا الجدول بيانياً على النحو الآتي :



إن كل نقطة من هذا المنحني (التي تعبر في حقيقتها عن توليفة بين السلعتين) تحقق نفس المستوى من الإشباع في نظر المستهلك .

خصائص منحنيات السواء

1- منحنيات السواء تتحدر من الأعلى إلى الأسفل وإلى اليمين، وهذا يعني أنه لكي نحصل على نفس درجة الإشباع فلا بد من نقص الكمية المستهلكة من أحد السلع ولتكن (ص) مثلاً وزيادة الكمية المستهلكة من السلعة الأخرى ولتكن (س) .

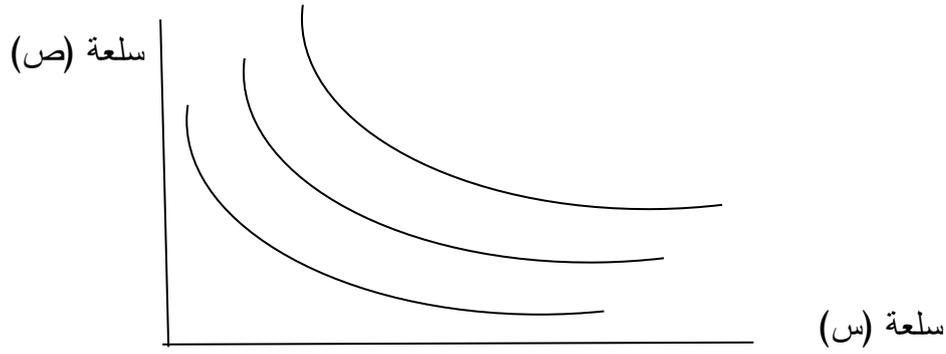
2- منحنيات السواء ذات شكل مقعر إذا نظر إليها من الأعلى، وهذا يعكس النسبة الاستبدالية للسلعتين (س، ص) التي تأخذ الشكل المتناقص؛ يعني أن الكمية من السلعة (ص) التي يضحي بها المستهلك في مقابل زيادة استهلاكه من السلعة (س) تكون بكميات متناقصة، وذلك بسبب ندرة السلعة (ص) ووفرة السلعة (س) النسبية، ويطلق على النسبة الاستبدالية بين السلعتين (س، ص) **بالمعدل الحدي للإحلال**، ويمكن تفسير ذلك جدولياً على النحو الآتي :

جدول (4) : جدول السواء لسلعتين ونسبة الاستبدال بينهما

| المجموعات | سلعة (س) | سلعة (ص) | المعدل الحدي للإحلال |
|-----------|----------|----------|----------------------|
| الأولى | 2 | 10 | - |
| الثانية | 3 | 6 | 4 |
| الثالثة | 4 | 4 | 2 |
| الرابعة | 5 | 3 | 1 |
| الخامسة | 6 | 2.5 | 0.5 |

يُلاحظ من الجدول وجود خمسة مجموعات أو توليفات من سلعتين (س، ص)، وكل منها تحقق نفس درجة الإشباع بالنسبة للمستهلك، كما يُلاحظ أن الكمية المضحي بها من السلعة (ص) من أجل الحصول وحدة واحدة من السلعة (س) متناقصة، ففي المجموعة الثانية يُلاحظ أن التضحية من السلعة (ص) مقدارها (4) من أجل الحصول على وحدة واحدة من السلعة (س)، أما في المجاميع الأخرى المتعاقبة نرى أن مقدار التضحية يقل تدريجياً من أجل الحصول على وحدة واحدة من السلعة (س)، حيث كانت التضحية على التوالي (2، 1، 0.5) من السلعة (ص).

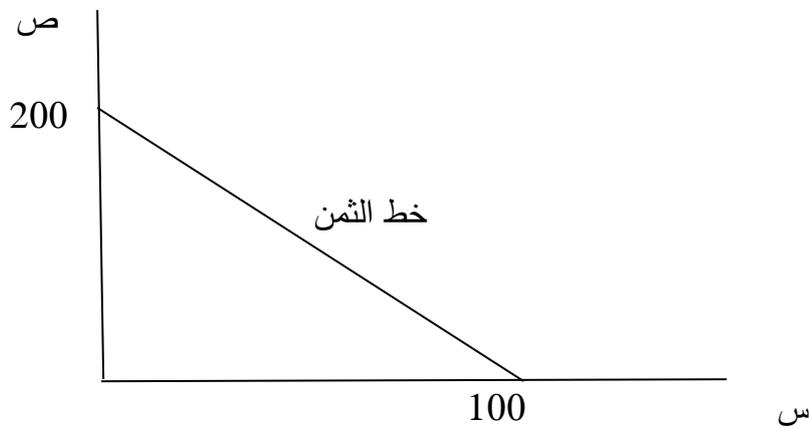
3- منحنيات السواء لا تتقاطع، إذ أن هذه الميزة تجعل من كل منحنى سواء يختلف عن الآخر في درجة الإشباع، وعلمنا بالسابق أن منحنى السواء الواحد يحقق في جميع نقاطه نفس المستوى من الإشباع، أما إذا كان لدينا عدد من منحنيات السواء فيطلق عليها في العرف الاقتصادي **خريطة السواء**، كما هو موضح في الشكل الآتي :



توازن المستهلك ونظرية منحنيات السواء

من أجل التعرف على كيفية وصول المستهلك إلى حالة التوازن وفقاً لنظرية منحنيات السواء، لا بد من معرفة دخل المستهلك وأسعار السلع المعروضة، بالإضافة إلى معرفة مؤشرات أخرى يأتي على رأسها ما يتعلق بالنسبة التمنية للسلع المتبادلة.

نفرض أنه يوجد أحد المستهلكين يمتلك دخلاً محدوداً (500) ألف ليرة سورية، ويقوم هذا المستهلك بإنفاق دخله على سلعتين (س، ص)، وبفرض سعر الوحدة من السلعة (س) هو (5000) ليرة سورية، وسعر الوحدة من السلعة (ص) هو (2500) ليرة سورية، وبناءً على ذلك فإن المستهلك يستطيع شراء إما (100) وحدة من السلعة (س) إذا لم يشتري شيئاً من السلعة (ص)، أو يستطيع شراء (200) وحدة من السلعة (ص) إذا لم يشتري شيئاً من السلعة (س)، ويمكن عن طريق الرسم البياني توضيح الكميات المشتراة من السلعتين وفقاً لما تقدم :

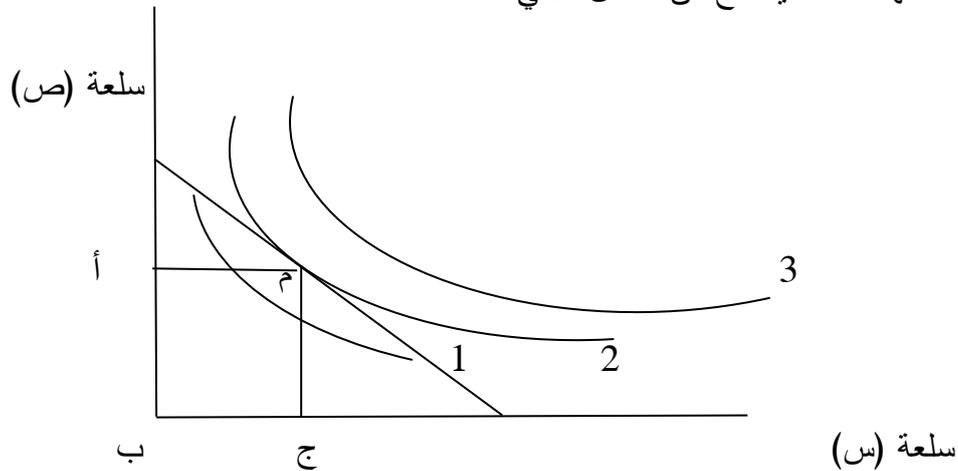


من الشكل السابق يطلق على الخط الواصل بين الكميات المشتراة من كل من السلعتين في ضوء الدخل المحدود بـ **خط الثمن أو خط السعر**، ومن الملاحظ أن ميل هذا الخط يعكس النسبة بين سعر السلعة (س) وهي على المحور الأفقي، وسعر السلعة (ص) وهي على المحور الرأسي.

$$\text{ميل خط الثمن} = \frac{\text{ثمن السلعة (س)}}{\text{ثمن السلعة (ص)}} = \frac{5000}{2500} = 2$$

إن خط الثمن يعد الحد الفاصل الذي لا يستطيع المستهلك أن يتعداه في ضوء دخله المحدود وأسعار ثابتة للسلعتين، وذلك لأن أي نقطة خارج هذا الخط لا يمكن للمستهلك الوصول إليها بسبب دخله المحدود الذي لا يمكنه من ذلك، كذلك ليس من المنطق أن يختار المستهلك نقطة من داخل خط الثمن لأن هذا يعني عدم إنفاق كل الدخل المتاح لديه على السلعتين، وعلى هذا فإن المستهلك توجد أمامه فرصة لشراء مجموعات مختلفة من كلتا السلعتين معاً، وطالما أن الأسعار التي يشتري بها كلتا السلعتين ثابتة ودخله أيضاً ثابت، فهو في هذه الحالة لا يمكنه شراء وحدات أكثر من السلعة (س) مثلاً إلا إذا اشترى وحدات أقل من السلعة (ص) والعكس صحيح .

وبعد هذا التحليل ومعرفة ظروف المستهلك وإمكانياته نتعرف على المجموعة أو التوليفة من السلعتين التي تحقق له أقصى إشباع ممكن في ضوء دخله المحدود وأسعار السلعتين الثابتة، فإذا أمكننا التعرف على هذه المجموعة أو التوليفة يكون المستهلك قد وصل إلى حالة التوازن وهو هدفنا المنشود وهذا يكون مرتبط بالتعرف على خريطة السواء لهذا المستهلك بالإضافة إلى خط الثمن له، ومن ثم فإن توازن المستهلك يتحدد بنقطة تماس خط الثمن مع منحنى السواء، وتتحدد بذلك التوليفة من السلعتين التي تحقق توازن المستهلك، كما يتضح من الشكل الآتي :



يُلاحظ في الشكل السابق ثلاثة منحنيات سواء كل منها يعبر عن مستوى إشباع معين، وخط الثمن الواصل بين المحور الأفقي والرأسي، ويرغب المستهلك في الوصول إلى أي نقطة (توليفة بين السلعتين) على المنحني (3)، إلا أنه لن يتمكن من ذلك نظراً لوقوعها خارج خط الثمن، بمعنى آخر خارج حدود دخله المحدود، لذلك يستطيع أن يختار أي نقطة على المنحنيين (2) و(1)، لأن ذلك يدخل ضمن دخله المحدود وضمن إطار خط الثمن، إلا أنه لو اختار أي نقطة على المنحني (1) والواقعة داخل خط الثمن فيكون قد أساء الاختيار، لأن إمكانياته تسمح له بتجاوز هذه النقطة والحصول على نقطة أخرى تحقق له إشباع أكبر.

إذاً لا بد لمستهلكنا من اختيار نقطة واقعة على المنحني (2) وبنفس الوقت تكون ضمن حدود إمكانياته؛ أي على خط الثمن، والنقطة (م) هي التي تحقق هدف المستهلك التي تمثل الكمية من السلعة (ص) مقدارها (ب أ)، والكمية من السلعة (س) ومقدارها (ب ج)، وهذه التوليفة من السلعتين هي التي تحقق التوازن للمستهلك، وهي نقطة التماس بين المنحني (2) وخط الثمن، كما أن هذه النقطة تعبر عن تساوي المعدل الحدي للإحلال (بالنسبة لمنحني السواء) للسلعتين (س، ص) مع النسبة الثمنية لسعر السلعتين وهو ميل خط الثمن، وهذا هو شرط التوازن للمستهلك في إطار نظرية منحنيات السواء.

إذا شرط تحقيق التوازن للمستهلك في إطار نظرية منحنيات السواء هو تساوي المعدل الحدي للإحلال بين السلعتين مع النسبة بين ثمنيهما، أو هو نقطة تماس منحني السواء مع خط الثمن.

- انتهت -