ثانيا- نظرية منحنيات السواء

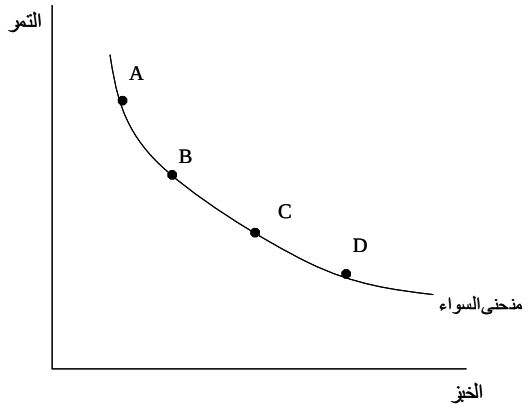
في ظل الانتقادات التي تعرضت لها نظرية المنفعة الكلاسيكية جرى تطوير نظرية بديلة تستبدل الفكرة القائلة بان المنفعة قابلة للقياس عدديا، بافتراض منطقي مفاده «إن الأفراد قادرون على تحديد ما إذا كانت أية مجموعة من السلع تعطي إشباعا أكبر، مساويا أو أقل لما تعطيه أية مجموعة أخرى». فالفرد يستطيع أن يرتب سلم تفضيلاته من المجاميع الأقل إشباعا إلى المجاميع الأكثر إشباعا. وعندها لا يقيس المستهلك المنفعة التي يحصل عليها من استهلاكه السلع، بل يقوم بتفضيل تشكيلة معينة من السلع، وبذا فقد قاس إشباعه من كل مجموعة سلعية قياسا ترتيبيا فهو يرتب المجموعات السلعية وفق أهميتها النسبية بالنسبة له.

1 - منحنى السواء

منحنى السواء يمثل توليفات مختلفة من سلعتين تحقق للمستهلك نفس المستوى من الإشباع أو المنفعة الكلية .أي أن أي نقطة واقعة على منحنى السواء تشتمل على توليفة سلعتين تعتبر سواء في نظر المستهلك .ومن الطبيعي أن هذه التوليفات تختلف من شخص لآخر تبعا لاختلاف أذواق المستهلكين وتفضيلاتهم. ويعكس الجدول التالي التوافيق الممكنة من وجهة نظر المستهلك.

جدول سواء فرد معين

النقطة على المنحنى	الخبز	التمر
A	12	3
B	8	4
C	6	5
D	5	6

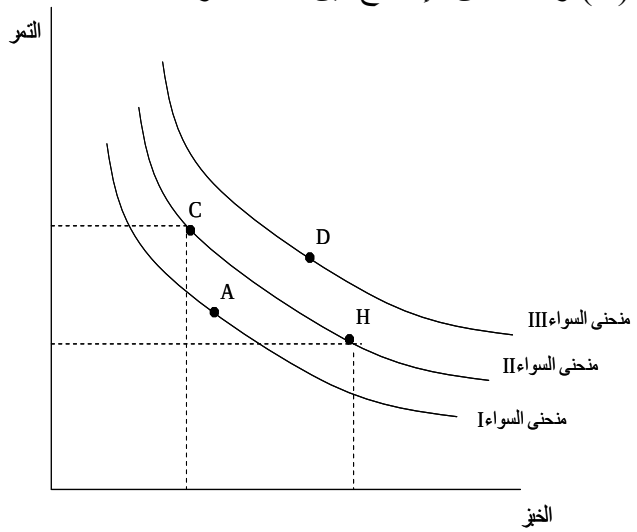


شكل يمثل منحنى سواء فرد معين

يلاحظ من الجدول والشكل البياني اعلاه بان المجموعات المختلفة (A, B, C, D) من السلعتين تعطي المستهلك إشباعا متساويا، وعليه لا يفرق بالاختيار بين أي واحدة من هذه المجموعات وأنها تقع على منحنى السواء نفسه.

2 - خارطة السواء

عند رسم عدة منحنيات للسواء نحصل على خريطة منحنيات السواء للمستهلك والتي تمثل صورة بيانية لتفضيلات المستهلك وأذواقه، حيث يتمكن المستهلك من ترتيب تفضيلاته المختلفة في شكل مجموعات لكل مجموعة منها منحنى السواء الخاص بها ، ومنحنى السواء الأعلى يعطي إشباعاً أعلى فالمنحنى (III) يعطي إشباعا أعلى من المنحنى (II) وبذلك فان الإشباع بين النقاط هو :D > C > A



شكل يمثل خارطة سواء المستهلك (X)

3- خواص منحنيات السواء

تتميز منحنيات السواء ببعض الخصائص منها :

1. تنحدر منحنيات السواء من أعلى الى أسفل متجهة من اليسار الى اليمين لأنها تعبر عن علاقة عكسية بين كمية استهلاك السلعتين المدروستين. ويرجع ذلك الى ان المستهلك الذي يتنازل عن عدد معين من وحدات احدى السلعتين لابد وان يعوضه بعدد اكبر من وحدات السلعة الاخرى لكي يضمن تحقيق نفس القدر من الاشباع .
2. تكون منحنيات السواء دائماً محدبة بالنسبة لنقطة الاصل، وهو تعبر عن تناقص المعدل الحدي للاحلال بين السلعتين المدروستين، أي علاقة تنافس بين السلعتين.
3. النقاط التي تقع على منحنى السواء تعطي للمستهلك نفس المنفعة أي نفس الاشباع.
4. منحنيات السواء لا يمكن ان تتقاطع، لان كل نقطة من النقاط الواقعة على منحنى سواء معين تعطي نفس الاشباع ، ولهذا تكون النقاط الواقعة خارج هذا المنحنى لا تعطي نفس الاشباع ، بمعنى اذا تقاطع منحنيا سواء فإن مستويات الاشباع تكون مختلفة .

5. كلما ابتعد منحنى السواء عن نقطة الاصل وعن المحورين الافقي والعمودي ، كلما اعطى مستوى اشباع اكبر، أي منفعة كلية أكبر، وبالعكس كلما اقترب هذا المنحنى الى نقطة الاصل كلما اعطى مستوى اشباع أقل .
6. وجود عدد لا نهائي من منحنيات السواء، كما اتضح من خلال خارطة السواء.

4 - معدل الإحلال الحدي (MRS)

يعرف المعدل الحدي لإحلال السلعة (X_1) محل السلعة (X_2) بأنه كمية (X_2) التي يرغب المستهلك التنازل عنها للحصول على وحدة واحدة من السلعة (X_1) للبقاء على مستوى الإشباع نفسه، وهذا المعدل يتناقص كلما تحرك المستهلك إلى الأسفل على منحنى السواء. وذلك لان المستهلك يكون راغبا في البدء بالتنازل عن كمية أكبر من السلعة (X_2) للحصول على وحدة واحدة من السلعة (X_1). ويحسب كالآتي:

$$MRS_{X1X2} = \frac{\Delta X_2}{\Delta X_1}$$ وهو يمثل ميل منحنى السواء.

X_1	X_2	MRS_{X1X2}
2	13	--
3	6	7
4	4.5	1.5
5	3.5	1
6	3	0.5
7	2.7	0.3

نلاحظ انه عندما (MRS=7) هذا يعني إن المستهلك مستعد للتنازل عن سبعة وحدات من السلعة (X_2) مقابل الحصول على وحدة واحدة من السلعة (X_1).

5 - خط السعر

إن المستهلك عند قيامه بشراء السلع والخدمات فلابد أن يكون إنفاقه عليها في حدود دخله وفي ضوء اسعارتلك السلع في السوق، كما ان المستهلك يقوم بتوزيع دخله بين الاستخدامات المختلفة ليحصل على اكبر ما يمكن من مستوى الاشباع . ولدراسة ذلك استخدم الاقتصاديون ما يسمى (خط الميزانية) او (خط السعر) ، والذي يقصد به الخط الذي يمثل المجموعات المختلفة من السلعتين المدروستين التي يمكن للمستهلك الحصول عليها عن طريق انفاقه الاستهلاكي وبالاسعار السائدة لهاتين السلعتين في السوق.

ويمكن تحديد خط السعر وفق الآلية الآتية: نفترض أولاً إن المستهلك يواجه سلعتين هما: (X_1 , X_2)

ودخله المحدود هو (M) لذا فان معادلة الإنفاق هي: $M = p_{X1}q_{X1+}p_{X2}q_{X2}$

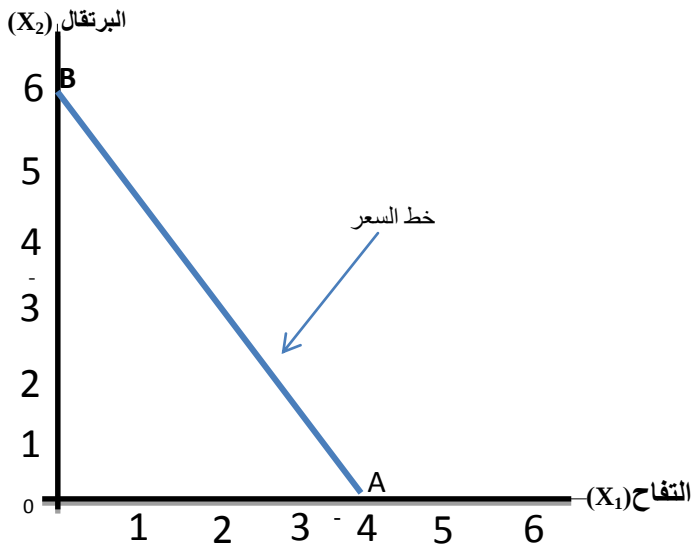
ولتحديد الكمية من السلعة (X_2)، نفترض إن المستهلك ينفق دخله بأكمله على شرائها أي إن تكون الكمية من السلعة (X_1) صفراً. وهي تحدد النقطة على المحور العمودي. أي: $M = p_{X2}q_{X2}$

أما النقطة على المحور الأفقي، فنفترض إن المستهلك لا يشتري من السلعة (X_2) وينفق دخله بأكمله على شراء السلعة (X_1). أي:

$$M = p_{X1}q_{X1}$$

ويمكن تطبيق ذلك ناخذ المثال التالي لرسم خط السعر:
نفترض ان مستهلك يخصص للانفاق على سلعتين التفاح والبرتقال 6 دولار يوميا .
سعر الكيلو غرام الواحد من التفاح هو(1.5) دولار وسعرالكيلو غرام الواحد من البرتقال (1) دولار. سنجد ان بإمكان المستهلك توزيع الـ (6) دولار على السلعتين بطرق مختلفة ، كما يتضح من خلال الجدول الآتي:

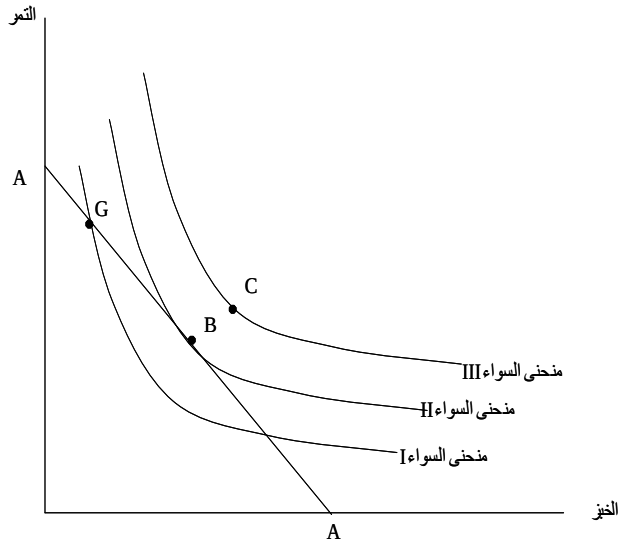
التفاح(X_1)	البرتقال(X_2)
4	0
3	1.5
2	4
1	4.5
0	6



شكل يمثل خط السعر

6- توازن الفرد المستهلك باستخدام منحنيات السواء

يمكن تحديد وضع توازن المستهلك وتحديد الكميات التي يستهلكها من السلعتين باستخدام كل من خط الدخل أو خط الميزانية للمستهلك وخريطة منحنيات السواء الخاصة بالمستهلك والتي تعبر عن أذواقه وتفضيلاته ليكون في وضع توازن ويحصل على أكبر إشباع أو منفعة ممكنة من توزيعه لدخله على تلك السلع، إن هدف المستهلك هو الوصول إلى أعلى منحنى سواء ممكن وبحيث يحصل على توليفة من السلعتين ولكن بشرط أن يكون مجموع الإنفاق عليها في حدود دخله .وهذا يعني أنه يجب أن تكون نقطة توازن المستهلك واقعة على خط الدخل وعلى أعلى منحنى سواء يمكن الوصول إليه في حدود هذا الدخل. ويعكس الشكل ادناه توازن الفرد باستخدام مفهوم السواء



تظهر خارطة السواء الشكل اعلاه المتمثلة بثلاث منحنيات سواء تبين تفضيل المستهلك بين جميع الميزانيات في خارطة السواء. أما الخط (AA) فهو يوضح خط السعر للمستهلك نفسه. وبالنسبة لمنحنى السواء الثالث فانه يمثل مستوى إشباع عالٍ لا يمكن أن يبلغه المستهلك في حدود دخله الذي يعكسه خط السعر، أما منحنى السواء الأول فانه وان كان يمثل إشباعا يمكن أن يصل إليه المستهلك في حدود دخله إلا انه يقع دون المستويات القصوى لتلك الحدود، بمعنى أنه يمكن أن يبلغ مستوى إشباعا أعلى باستخدام دخله النقدي وفي ظل أسعار السلعتين. لذا فان النقطة (B) على منحنى السواء الثاني وخط السعر هي نقطة توازن المستهلك، لان أي نقطة أخرى هي أما دون أو أعلى إشباعا للفرد أو أدنى أو أقل من مستوى دخله النقدي. وعند هذه النقطة يتساوى معدل الإحلال الحدي مع النسبة السعرية.