

محاضرات الاقتصاد السياحي

اول فنادق

" العرض السياحي "

أولاً : مفهوم العرض :

إذا كان الطلب يعبر عن سلوك المستهلك ورغبته في انخفاض الأسعار لإشباع حاجاته، فإن العرض يعبر عن سلوك المنتج ورغبته في ارتفاع الأسعار من أجل تعظيم أرباحه.

يعرف العرض (Supply) " الكمية التي يعرضها المنتجون للبيع في السوق من سلعة ما عند سعر محدد وفي فترة زمنية معينة " .

ثانياً : قانون العرض :

سنلاحظ فيما بعد أن هناك عدة عوامل تؤثر في العرض سواء كان هذا التأثير طردياً أم عكسياً. إلا أن الاقتصاديون اختاروا عامل السعر وأثره في العرض كأساس لاستنباط قانون العرض (Law Of Supply) إذ ينص هذا القانون على " وجود علاقة عكسية بين السعر والكمية المعروضة، فكلما زاد السعر زادت الكميات المعروضة والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة " .

وما يعلل هذا السلوك إن المنتج الذي لم يرغب بإنتاج وحدة إضافية من السلعة قبل ارتفاع سعرها، سيرغب في إنتاج كمية أكبر من السلعة بعد أن يزداد سعرها، وسيصبح أكثر استعداداً لإنتاج المزيد من السلعة كلما زاد سعرها، لأن زيادة أسعار السلعة مع ثبات العوامل الأخرى يعني زيادة أرباح المنتج مما يحفزه على إنتاج المزيد.

ثالثاً : جدول العرض :

لكي نتضح آلية العرض بشكل أفضل سنتعامل مع العرض بلغة الأرقام، وهذا سيقودنا الى جدول العرض (Supply schedule). والذي يعرف على أنه " جدول يوضح من خلاله كميات العرض لسلعة ما وفي فترة معينة عند مستويات مختلفة من الأسعار " كما موضح في الجدول الآتي :

عرض المنتج لسلعة ما

P السعر (دولار)	S الكمية المعروضة (وحده)
٤	١٠
٨	١٦
١٣	١٨
١٨	٢٠

وبلاحظ أن السعر هو العامل المستقل، والكمية المعروضة تمثل العامل التابع، ويعبر عن هذه العلاقة كما في المعادلة الآتية :

$$S=f(p)$$

حيث أن : S وحدات الكمية المعروضة

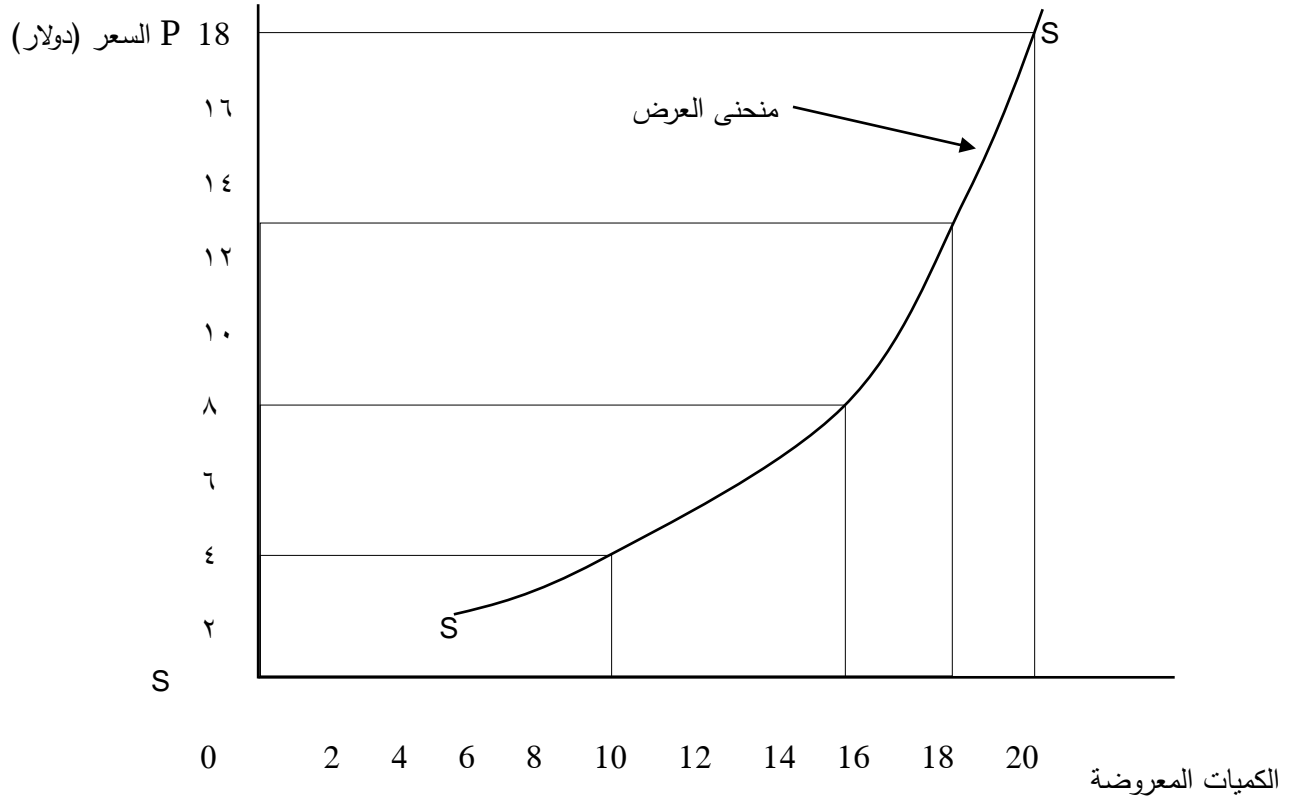
f دالة

P سعر السلعة

وهذا يعني أن المحرك الديناميكي هو السعر، فإن تغيير السعر يأتي أولاً، ثم يعقبه تغيير في الكمية المعروضة. أي أن قرارات العرض تتوقف على التغير في السعر. وبلاحظ أنه عندما كان سعر السلعة (٤) دولار وهو منخفض بنظر المنتج فسوف يكتفي بعرض (١٠) وحدة فقط من السلعة، وعندما يرتفع السعر فسوف يزيد من الكميات المعروضة.

رابعاً : منحنى العرض :

بالإمكان تمثيل الجدول السابق بمخطط بياني حيث يثبت السعر (P) على المحور العمودي وتثبت وحدات الكمية المعروضة (S) على المحور الأفقي كما في الشكل (١٥) الآتي : -



ويلاحظ أن منحنى العرض (Offer Curve) ينحدر من أسفل ايسار الى أعلى اليمين للتعبير عن العلاقة الطردية بين سعر السلعة والكمية المعروضة منها، ويلاحظ أن المنتج لن يقبل على عرض المزيد من وحدات السلعة إلا إذا ارتفع سعرها، حيث يبرر السعر المرتفع عندئذ عرض وحدات إضافية تحقق ربح أعلى.