

منطقية سلوك المستهلك المدخل الحديث (الترتيبي)

المدخل الحديث: (تحليل المنفعة الترتيبي)

أداته التحليلية: منحنيات السواء.

افتراضات المدخل الحديث:

□ العقلانية.

□ المنفعة لا تقاس ولكن المستهلك لديه القدرة على التفضيل أو الترتيب بين السلع (قابلية المنفعة للترتيب).

□ بقاء الأشياء الأخرى على حالها.

مثال: يُفضل مستهلك الشاي على القهوة أو يُفضل القهوة على الشاي أو أن القهوة والشاي سيان بالنسبة له.

الافتراضات التي يقوم عليها المدخل الحديث لسلوك المستهلك :-

ا- التفضيلات تامة ومتكاملة الترتيب

يعني ان المستهلك يستطيع مقارنة وترتيب جميع المجموعات السلعية المختلفة حسب مستوى الاشباع الذي يحصل عليه من كل مجموعة

ب - التفضيلات انتقالية

هذا الافتراض يؤكد ان المستهلك وخياراته عقلانية ومتسقة و غير متناقضة

ج - التفضيلات تتميز بعدم الاشباع

هذا الافتراض يعني ان المستهلك يريد دائما في الحصول علي المزيد من السلع التي تتكون منها المجموعة السلعية

تفضيلات المستهلك ومنحنيات السواء:

إذا طلب من المستهلك الاختيار بين السلع المختلفة، فالمتوقع منه أن يرتب تفضيلاته بين تلك السلع في مجموعات.

المجموعة: هي وحدات من السلع المختلفة

مثال: طلب من سعيد أن يرتب تفضيلاته بين المجموعات المختلفة من الملابس (X) والطعام (Y). دخل سعيد وذوقه ثابتان ولا يستطيع سعيد التأثير على أسعار السلع.

فإن سعيد قد:

1. يفضل مجموعة على أخرى: مثل أن يفضل $(2X, 8Y)$ على $(3X, 6Y)$.

2. المجموعات متساوية في الفائدة له.

تفضيلات المستهلك ومنحنيات السواء:

جدول التفضيل الافتراضي:

يظهر المجموعات من السلعتين التي تحقق لهذا المستهلك نفس الاشباع.

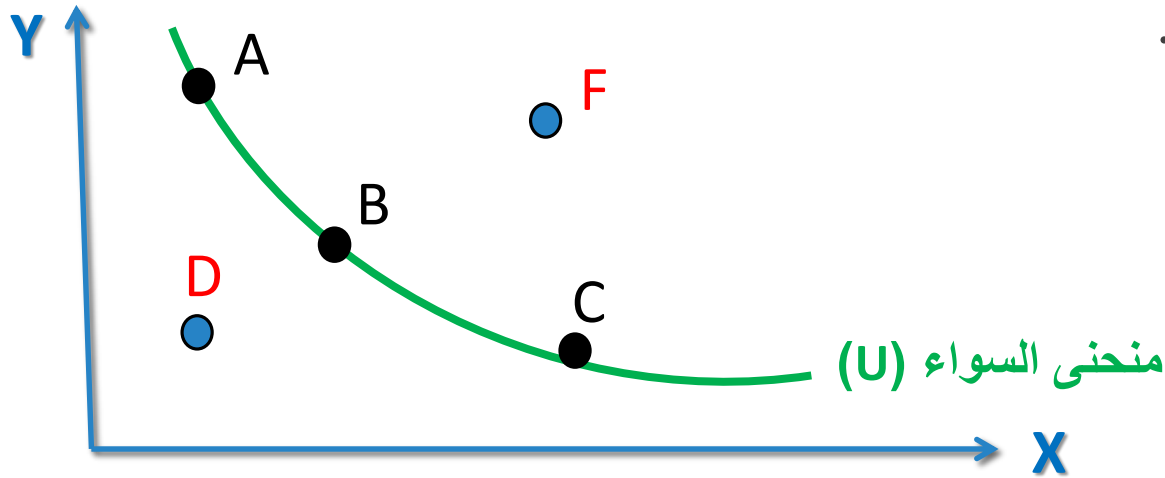
عدد وحدات الملابس (X)	عدد وحدات الطعام (Y)	النقطة
1	11	A
2	8	B
3	6	C
4	5	D
5	4.5	E

تفضيلات المستهلك ومنحنيات السواء:

جميع نقاط الجدول (a,b,c) تعطي المستهلك نفس مستوى الإشباع.
ملاحظة: لم نفترض منفعة رقمية، ولكن افترضنا تساوي المنفعة للمجموعات المختلفة في الجدول.

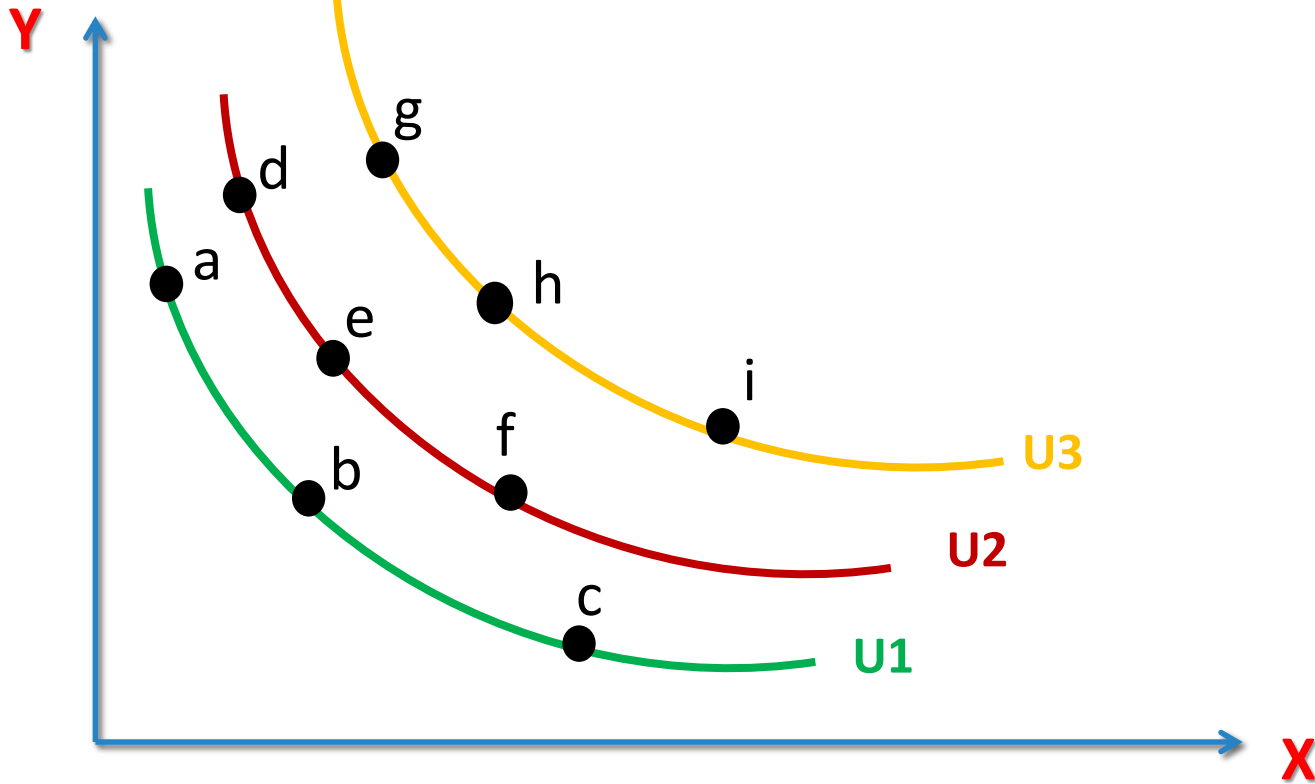
تعريف منحنى السواء

منحنى يوضح جميع المجموعات السلعية التي تعطي للمستهلك نفس المستوى من الإشباع (المنفعة، التفضيل).



تفضيلات المستهلك ومنحنيات السواء:

كل منحنى أعلى يعطي اشباع أكبر لذلك (U_2) افضل من (U_1) و (U_3) افضل من (U_1) و (U_2)



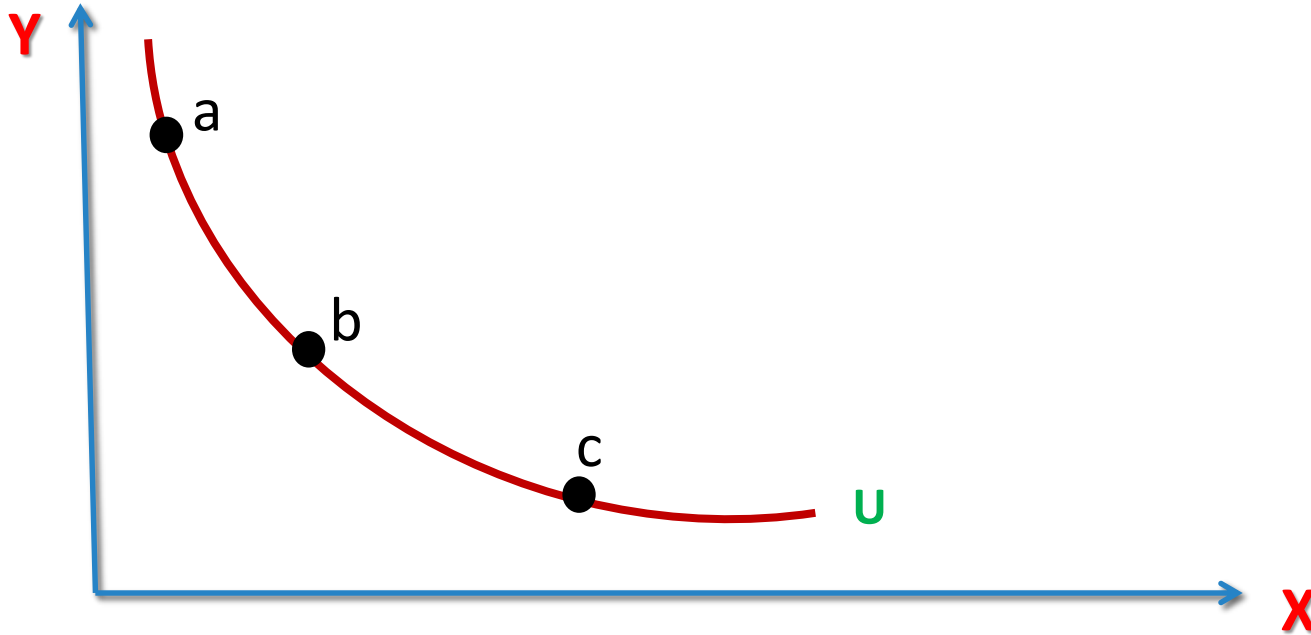
خواص منحنيات السواء:

1. تنحدر من أعلى إلى أسفل ومن اليسار إلى اليمين وذات ميل سالب.
2. مقعرة بعيدا عن نقطة الاصل (محدبة قريبا من نقطة الاصل) وميلها يتجه للتناقص.
3. يوجد عدد لا نهائي من منحنيات السواء يسمى خريطة السواء.
4. منحنيات السواء لا تتقاطع.

خواص منحنيات السواء:

1. سالبة الميل

إذا أراد المستهلك زيادة الاستهلاك من سلعة فلا بد ان يضحى (يقلل) من استهلاكه للسلعة الأخرى ليبقى على نفس منحنى السواء



خواص منحنيات السواء:

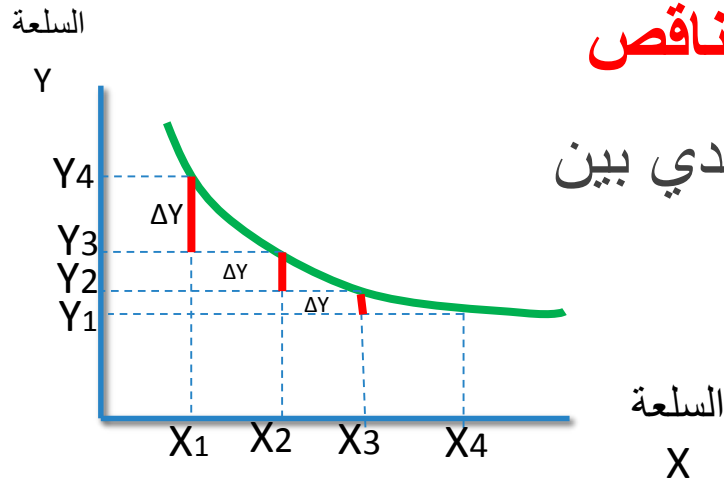
2. منحنى السواء محدباً قريباً من نقطة الاصل (مقعراً بعيداً عن نقطة الاصل)

لكي نبقى على نفس المنحنى فان زيادة الاستهلاك من سلعة سيؤدي الى تخفيض الاستهلاك من الأخرى مما يؤدي إلى زيادة الأهمية النسبية للسلعة التي تم التخلي (التضحية ، التخفيض) عنها

من الرسم نلاحظ ان ميل منحنى السواء يتناقص

يقيس ميل منحنى السواء معدل الاحلال الحدي بين

السلعتين (MRS)



تابع خواص منحنيات السواء:

تحذب منحنى السواء قريبا من نقطة الاصل (تقعره بعيدا عن نقطة الاصل) هو بسبب تناقص الميل (معدل الاحلال الحدي) كلما اتجهنا من اعلى الى اسفل

معدل الاحلال الحدي (Marginal Rate of Substitution) :

هو المعدل الذي يقوم فيه المستهلك باستبدال سلعة محل سلعة اخرى مع المحافظة على نفس مستوى الاشباع (أي البقاء على نفس منحنى السواء)

بمعنى هو المعدل الذي يتم من خلاله التضحية او التخلي عن كميات من سلعة او خدمة من اجل الحصول على وحدة اضافية واحدة من السلعة او الخدمة الاخرى .

$$MRS = \frac{\Delta y}{\Delta x}$$

معدل الاحلال الحدي هو الميل بالقيمة المطلقة (بمعنى الميل باهمال الاشارة السالبة).

تناقص معدل الاحلال الحدي (Diminishing Marginal Rate of Substitution) :

مع المزيد من التضحية بكميات من سلعة او خدمة من اجل الحصول على وحدة اضافية من السلعة الاخرى فان الاهمية النسبية للسلعة المتخلي عنها ترتفع

تابع خواص منحنيات السواء:

لنفترض ان لدينا سلعتين (X,Y) لكي نظل على نفس منحنى السواء السالب الميل لابد ان المنفعة المكتسبة من سلعة ما تساوي المنفعة المتخلى عنها من السلعة الاخرى

$$MU_x \cdot \Delta x = MU_y \cdot \Delta y$$

المنفعة المكتسبة

المنفعة المتخلى عنها

ومنها

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{\Delta y}{\Delta x}$$

$$MRS = \frac{\Delta y}{\Delta x}$$

وبما ان

$$MRS_{yx} = \frac{MU_x}{MU_y} = \frac{\Delta y}{\Delta x}$$

اذن

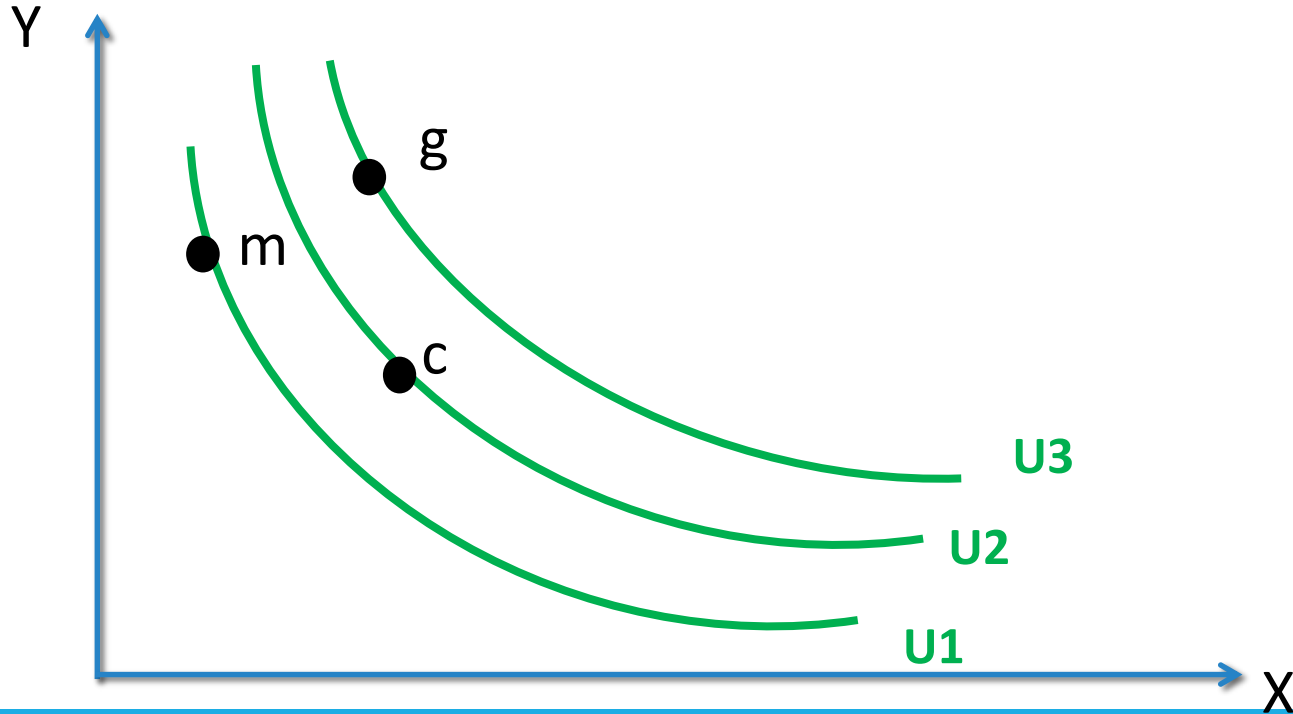
اي ان معدل الاحلال الحدي للسلعة (X) محل السلعة (Y) يساوي النسبة بين المنفعة الحدية لهما

وهنا يلتقي المدخل التقليدي مع الحديث

تابع خواص منحنيات السواء:

3. عدد غير محدود (لا نهائي) من منحنيات السواء يسمى خريطة السواء:

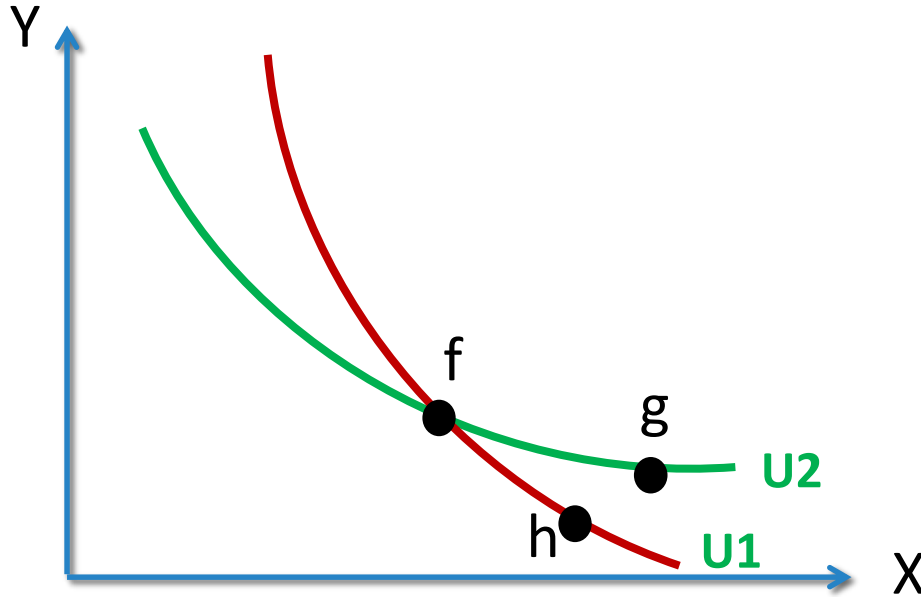
هذه الخاصية تعبر عن فكرة التفضيل والمقارنة التي نفترضها في سلوك المستهلك. منحنى السواء الأعلى يعني تفضيل أكبر.



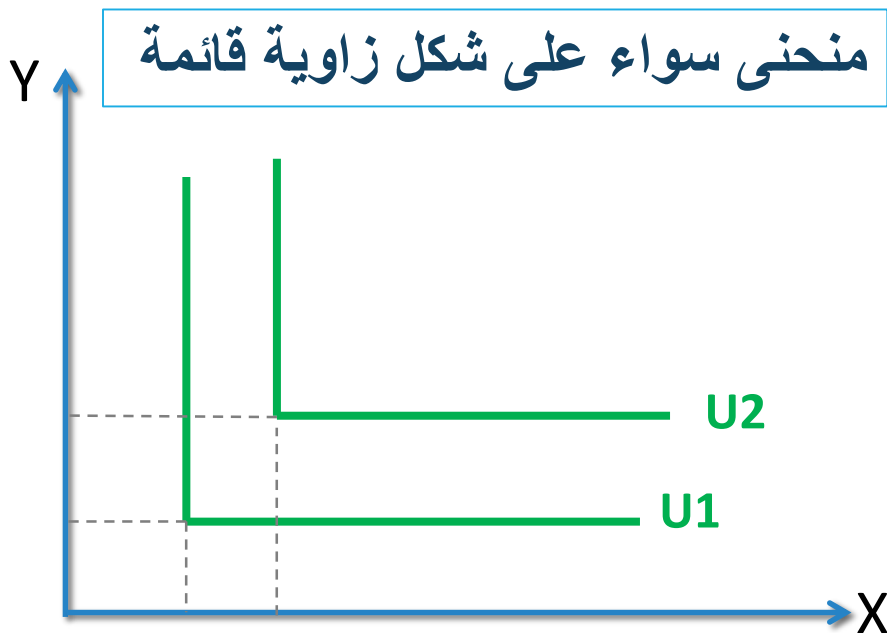
تابع خواص منحنيات السواء:

4. عدم تقاطع منحنيات السواء:

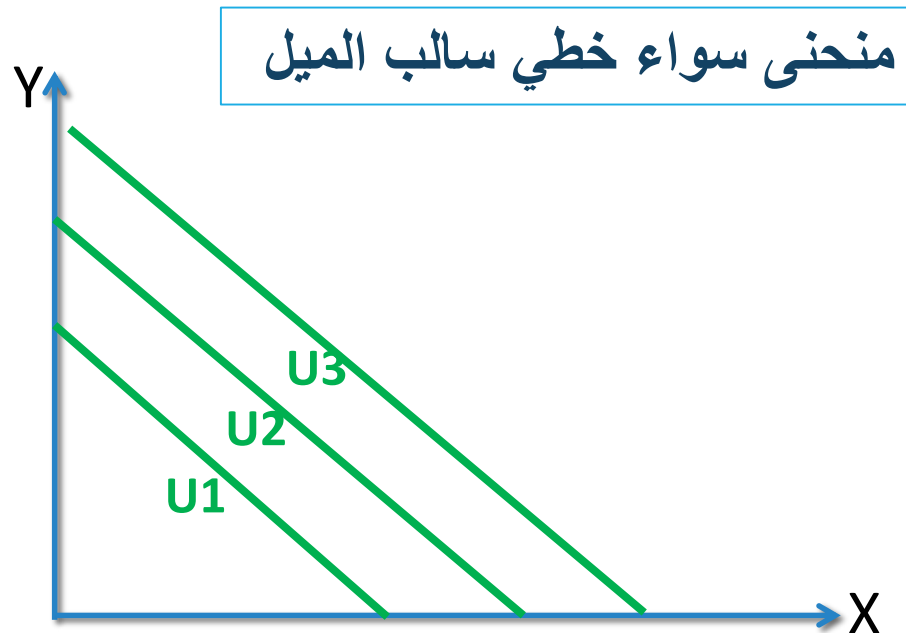
إذا تقاطعت منحنيات السواء فهذا يعني أنه يمكن لنقطتين أن تقعا على منحنى سواء مختلفين وتكون منفعتهم متساوية للمستهلك وهذا يتناقض مع منطقية سلوك المستهلك حيث المنحنى الأعلى يعطي إشباع أعلى .



أشكال أخرى لمنحنيات السواء:

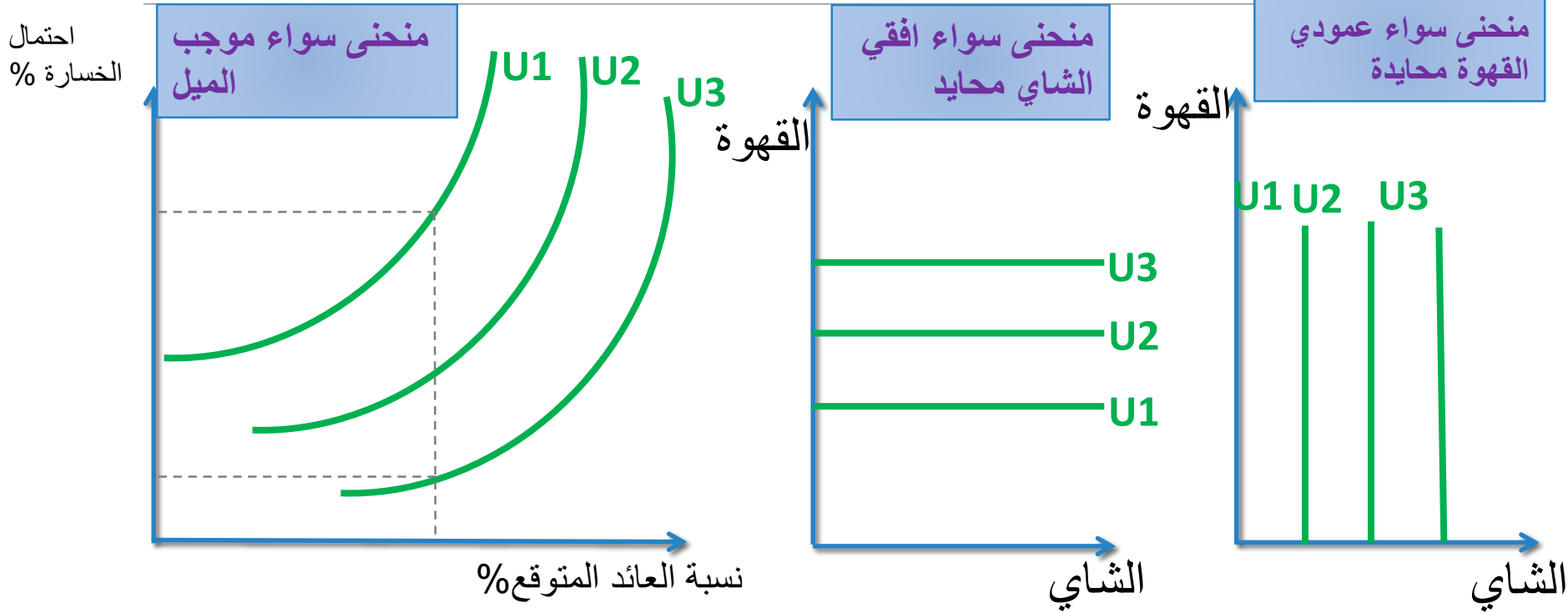


السلعتين بينهما تكامل تام فلا يمكن استهلاك سلعة دون الأخرى. معدل الإحلال الحدي صفر
مثال : سيارات والاطارات او جوال وشريحة



السلعتين بينهما تبادل تام معدل الإحلال الحدي ثابت
مثال : معجون اسنان (A) ومعجون اسنان (B)

أشكال أخرى لمنحنيات السواء:



عندما يكون هناك عناصر مخاطرة للمستثمر.

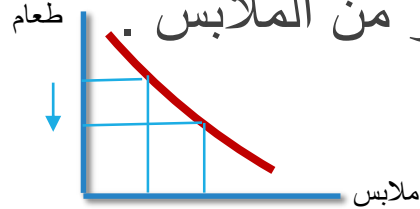
عندما يواجه المستهلك خيار بين سلعة يرغبها و سلعة لا يهتمه أمرها.

تابع اشكال اخرى لمنحنيات السواء

تفضيل سلعة على سلعة :-

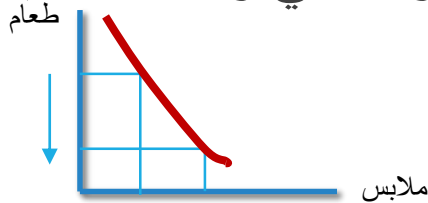
□ اذا كان منحنى السواء منخفض الميل أي معدل الاحلال منخفض

هذا يعني ان المستهلك يضحى بكمية قليلة من سلعة (الطعام) للحصول علي وحدة اضافية من سلعة اخرى (الملابس) وهذا يدل على ان تفضيله للطعام اكبر من الملابس .



□ اذا كان منحنى السواء مرتفع الميل اي معدل الاحلال الحدي مرتفع

هذا يعني ان المستهلك يضحى بكمية كبيرة من سلعة (الطعام) للحصول علي وحدة اضافية من السلعة الاخرى (الملابس) فهو يفضل الملابس علي الطعام

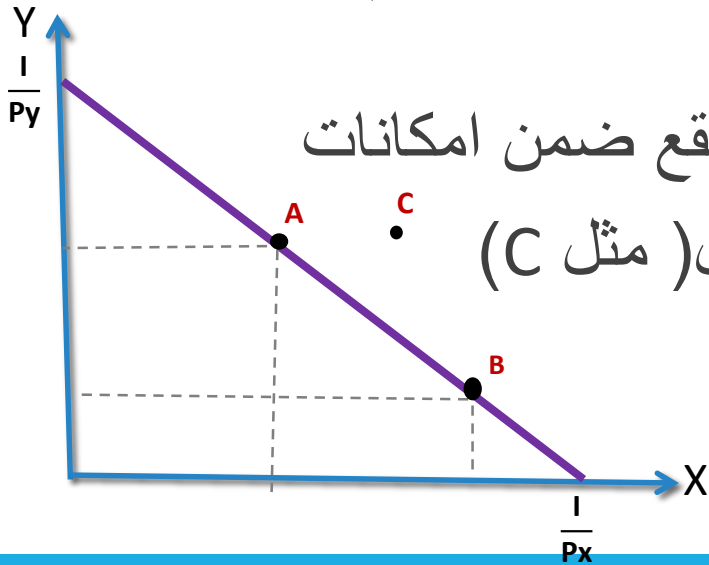


دخل المستهلك وإمكانات الإنفاق:

ما يشتريه المستهلك يعتمد على تفضيلاته معبرا عنها بمنحنيات السواء والدخل والأسعار

خط الدخل (خط الميزانية):

يمثل أقصى ما يمكن ان ينفقه المستهلك ، او يمثل حدود المستهلك وإمكاناته أي يمثل المجموعات المختلفة من السلع والخدمات التي **يمكن** شراؤها من قبل الوحدة الاستهلاكية بافتراض دخل نقدي معين وأسعار معينة.



اي نقطة على خط الدخل (مثل A او B) تقع ضمن امكانات

المستهلك واي نقطة على يمين خط الدخل (مثل C)

لا يستطيع المستهلك الحصول عليها

لأنها فوق إمكاناته

دخل المستهلك وامكانيات الانفاق

من الرسم السابق

$$\frac{P_x}{P_y} = \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{\text{المقابل}}{\text{المجاور}} = \text{ميل خط الدخل}$$

وهذا الميل ثابت. علي لماذا؟

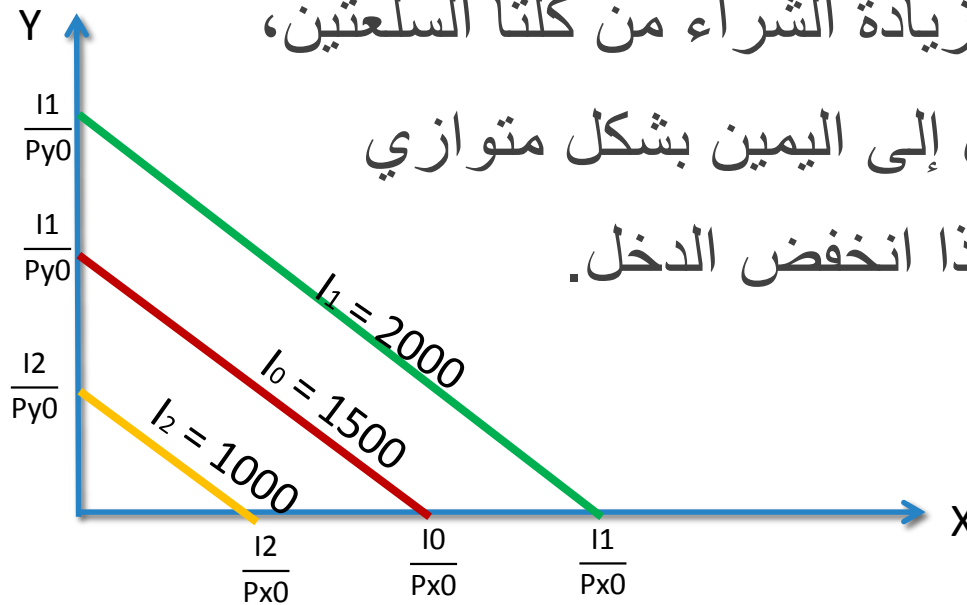
دخل المستهلك وإمكانات الإنفاق:

يتغير موقع خط الدخل إذا:

1. تغير مستوى الدخل:

إذا زاد دخل المستهلك مع بقاء أسعار السلع كما هي، فإن إمكانات الإنفاق للمستهلك تزداد و سيتمكن من زيادة الشراء من كلتا السلعتين،

مما يؤدي إلى انتقال خط الدخل إلى اليمين بشكل متوازي (بسبب ثبات الميل). والعكس إذا انخفض الدخل.

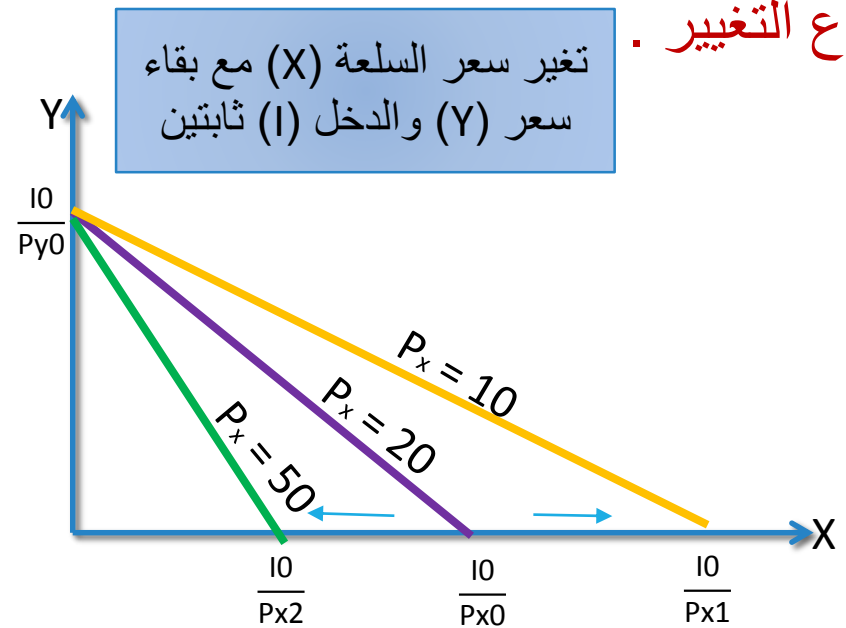
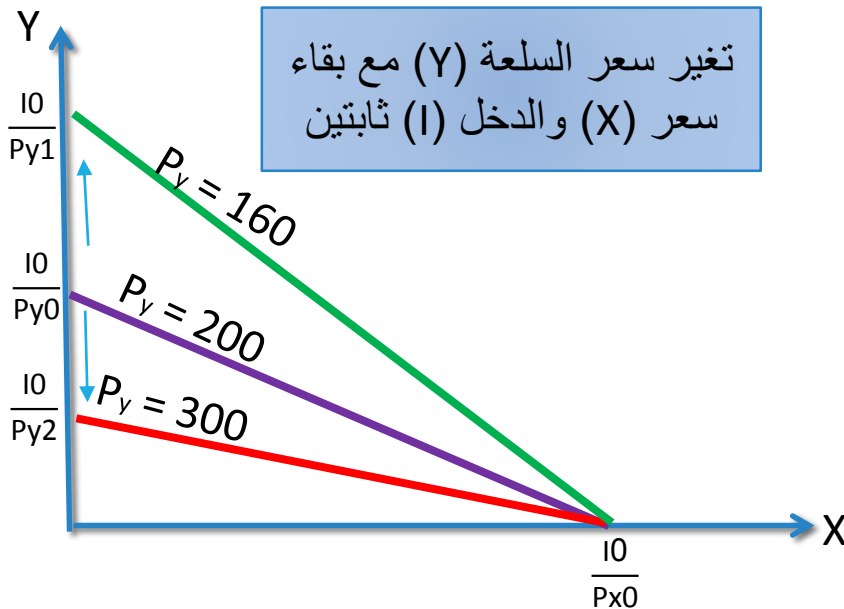


دخل المستهلك وإمكانات الإنفاق:

يتغير موقع خط الدخل إذا:

2. تغير السلعة (X) او السلعة (Y) :

تغير سعر إحدى السلعتين مع بقاء سعر السلعة الأخرى ودخل المستهلك ثابتاً ، فإن إمكانات الإنفاق للمستهلك تتغير و سيغير من كمية الشراء من السلعة التي تغير سعرها مما يؤدي إلى انتقال خط الدخل إلى اليمين أو اليسار بشكل غير متوازي (تغير الميل) حسب نوع التغيير .



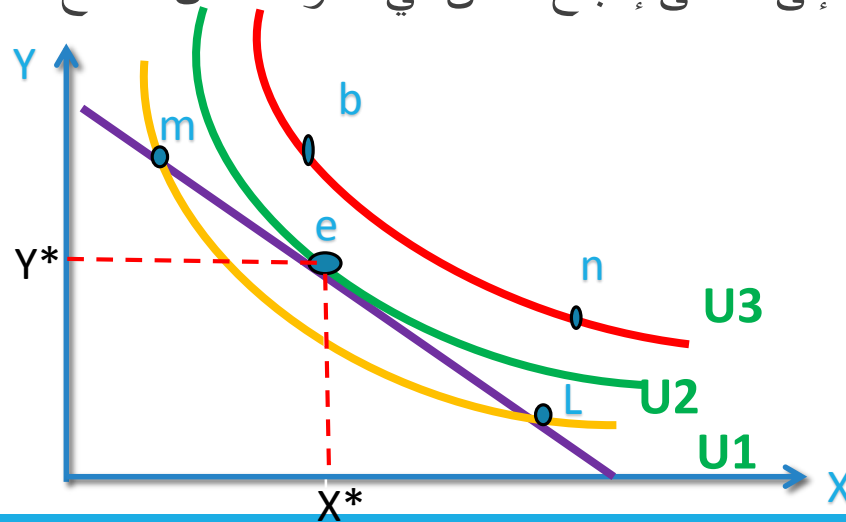
توازن المستهلك باستخدام منحنيات السواء:

إذا أُعطينا تفضيلات المستهلك معبرا عنها بمنحنى السواء و أسعار السلع و دخل المستهلك معبرا عنها بخط الدخل او قيد الميزانية

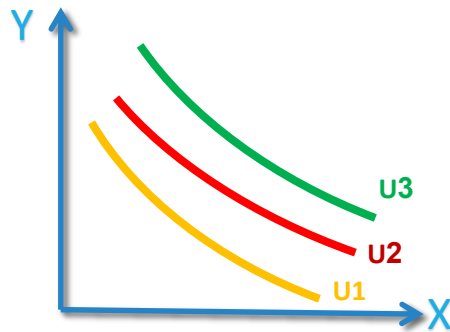
سؤال : ماهي الكميات التي يشتريها هذا المستهلك من كلتا السلعتين والتي تحقق له أقصى إشباع ممكن في حدود دخله؟

عندما تتقابل تفضيلات المستهلك مع امكاناته يحدث التوازن وتتحدد الكميات التوازنية من السلعتين

يتحقق لهذا المستهلك الوصول إلى أقصى إشباع ممكن في حدود الدخل المتاح عند تماس أعلى منحني سواء مع خط الدخل.

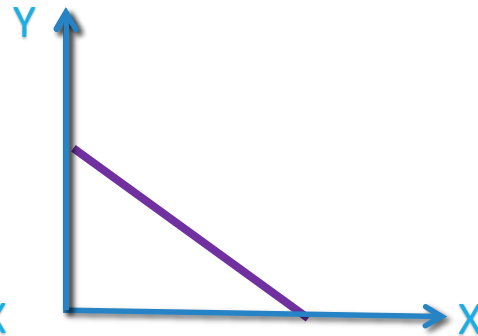


توازن المستهلك باستخدام منحنيات السواء:



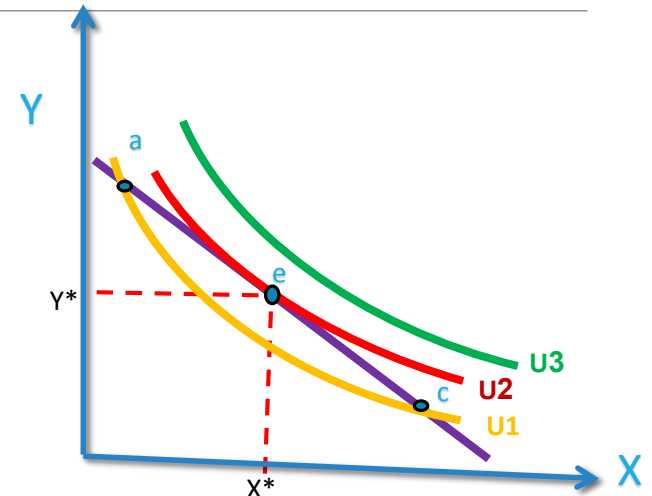
$$MRS = \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{Mux}{Muy}$$

تفضيلات المستهلك



$$\frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{PX}{PY}$$

امكانيات المستهلك



$$MRS = \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{Mux}{Muy} = \frac{PX}{PY}$$

توازن المستهلك

التوازن يتم عندما ميل خط الدخل (الاسعار النسبية) = معدل الاحلال الحدي، وينفق المستهلك في حدود دخله

شرطي التوازن للمستهلك

$$MRS = \frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{Mux}{Muy} = \frac{PX}{PY}$$

$$M = Px \cdot X + Py \cdot Y$$

توازن المستهلك باستخدام منحنيات السواء

- **النقطة (e) تمثل:** مماس خط الدخل مع منحنى السواء وهي أفضل المجموعات الاستهلاكية والتي يصل عندها المستهلك للتوازن.
- ميل المماس لمنحنى السواء = معدل الإحلال الحدي لسلعة محل أخرى.
- ميل خط الدخل = النسبة بين السعرين.
- **شرطي التوازن:**

$$MRS_{XY} = \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_X}{MU_Y} = \frac{P_1}{P_2}$$

دخل المستهلك = الإنفاق على السلعتين

أي أنه: سيشتري المجموعة التي يتساوى عندها معدل السعرين مع معدل التضحية بسلعة مقابل أخرى شريطة أن ينفق على السلعتين في حدود دخله.

توازن المستهلك باستخدام منحنيات السواء

- تساوي معدل الإحلال الحدي مع النسبة بين السعرين يعني أن معدل استبدال السلعتين بالنسبة للمستهلك يساوي معدل استبدالهما في السوق (معدل السعرين).
- يستمر المستهلك باستبدال سلعة محل أخرى إلى أن تتساوى قيمة ما يضحى به مع ما يحصل عليه:

$$\begin{aligned}\Delta X \cdot P_1 &= \Delta Y \cdot P_2 \\ \frac{\Delta Y}{\Delta X} &= \frac{P_1}{P_2}\end{aligned}$$

اشتقاق منحنى الطلب:

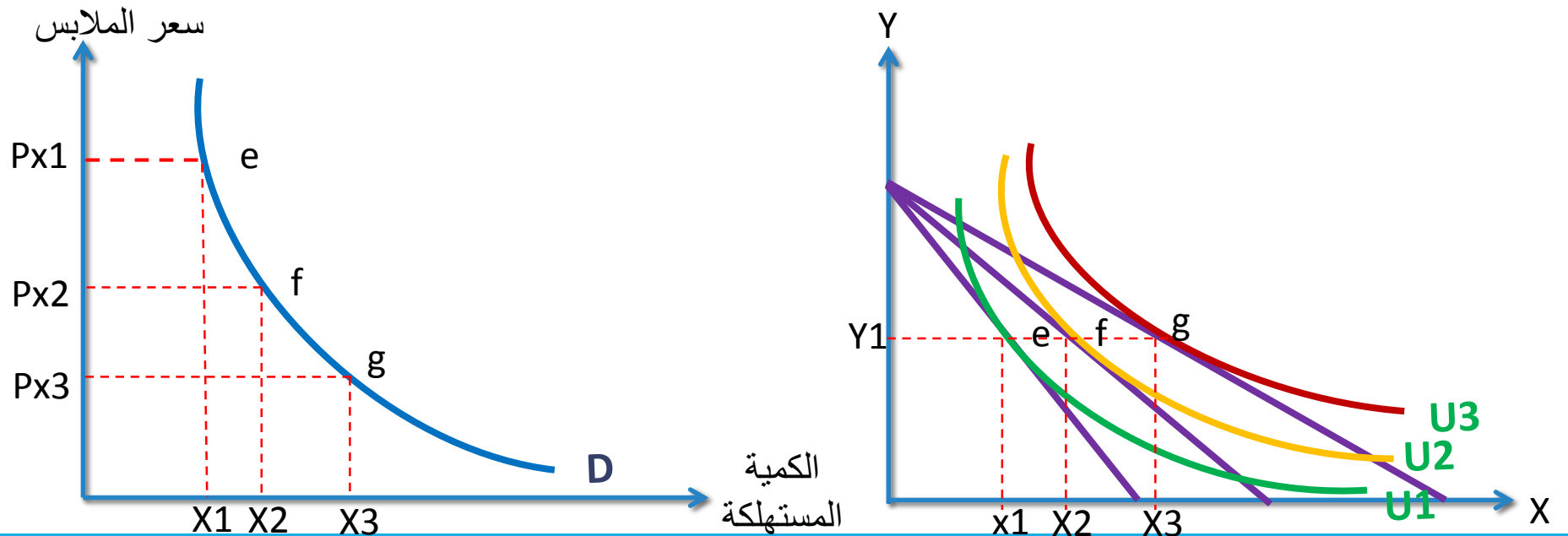
اشتقاق منحنى طلب المستهلك على سلعة معينة باستخدام منحنيات السواء:
كيف تتفاعل تفضيلات المستهلك ودخله وأسعار السلع المختلفة لتحديد الكميات التي يشتريها المستهلك من سلعة ما.

مثال: سعيد يحقق أقصى إشباع ممكن في حدود دخله البالغ 2400 ريال عند استهلاك 3 وحدات طعام و 6 وحدات ملابس وذلك بالأسعار 400 ريال للملابس و 200 ريال للطعام. الدخل وأسعار الطعام ثابتة وتفضيلات المستهلك معروفة ولم تتغير ولكننا غيرنا السعر.

اشتقاق منحنى الطلب:

التغيرات في أسعار الملابس مع بقاء الدخل وأسعار الطعام ثابتة يؤدي إلى انتقال خط الدخل إلى اليمين أو اليسار باتجاه المحور الأفقي.

تغيرات أسعار الملابس تؤدي إلى الحصول على وضع توازني جديد.

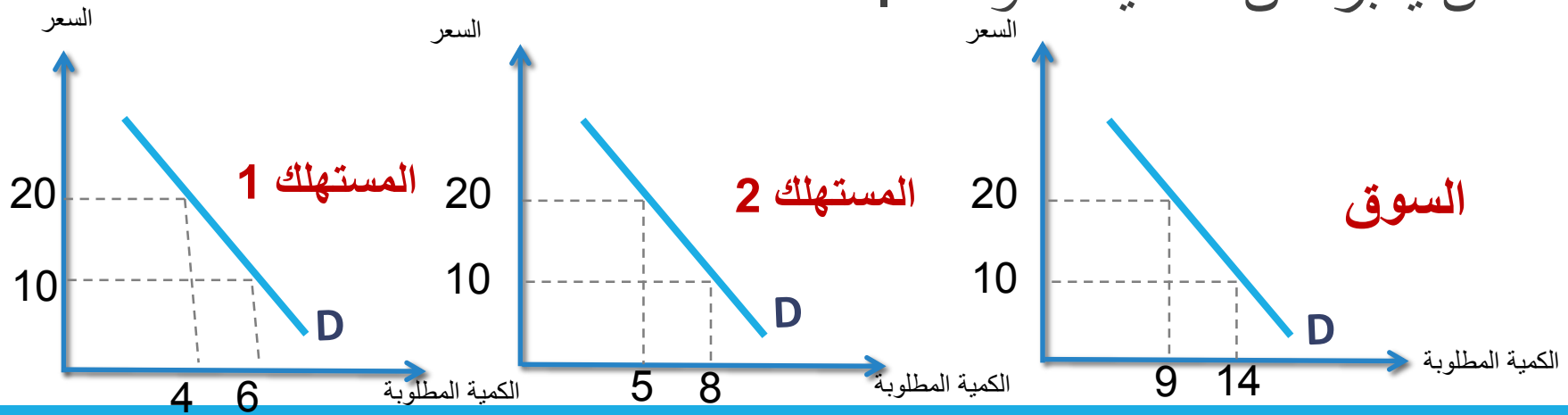


منحنى الطلب الإجمالي (طلب السوق):

منحنى الطلب الإجمالي على السلعة:

هو تجميع للكميات التي يطلبها كل مستهلك من السلعة عند كل سعر هو التجميع الأفقي لمنحنيات الطلب لكل مستهلك.

تختلف الكميات التي يطلبها المستهلكون من السلعة عند كل سعر بسبب اختلاف الأذواق والدخول بحيث يكون لكل مستهلك جدول ومنحنى طلب خاص يعبر عن تفضيلاته ودخله.



الخلاصة:

تنقسم نظرية سلوك المستهلك إلى تحليل رقمي للمنفعة وأداته التحليلية المنفعة الكلية والمنفعة الحدية وتناقص المنفعة الحدية وتحليل ترتيبية للمنفعة وأداته التحليلية منحنيات السواء.

عند تحليل المنفعة الرقمي يحقق المستهلك أقصى اشباع عندما تتساوى عنده منفعة وحدة النقد في كل الاستخدامات وينفق في حدود دخله .

عند تحليل المنفعة الترتيبية يحقق المستهلك أقصى اشباع عندما يساوي معدل الإحلال الحدي النسبة بين السعرين (الاسعار النسبية) وينفق في حدود دخله .

التجميع الأفقي لمنحنيات طلب المستهلكين يعطينا منحنى الطلب الإجمالي في السوق.