

**BSCE – MA624 – F11 – C9 –
Session3**

التحليل الاقتصادي الجزئي Microeconomic Analysis

الدكتور حسن حجازي

المحاضرة الثالثة

**ثانياً: النظرية الحديثة في تحليل سلوك المستهلك
مفهوم منحنيات السواء (الفصل ٢ - قسم ٢)**

ماذا درسنا في المحاضرة السابقة

- مفهوم المنفعة.
- مفهوم المنفعة الحدية.
- المنفعة الكلية.
- مفهوم توازن المستهلك (النظرية التقليدية)
- مفهوم توازن المستهلك بلغة منطقية مبسطة
- إيجاد الكمية التي تحقق توازن المستهلك (حالة سلعة واحدة)
- القاعدة العامة لتوازن المستهلك في إطار النظرية التقليدية

مخرجات المحاضرة الثالثة Learning Outcomes

■ يفترض بنهاية المحاضرة الثالثة أن تتعلم / تتقن ما يلي:

- القياس الترتيبي للمنفعة
- تابع المنفعة الترتيبي
- مفهوم منحنى السواء
- خصائص منحنى السواء

ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك:

للوصول إلى وضع التوازن للمستهلك حسب هذه النظرية هناك
ثلاث مراحل:

■ **المرحلة الأولى:** التعرف على تفضيلات المستهلك من خلال ما
يعرف بمنحنيات السواء.

■ **المرحلة الثانية:** التعرف على القيود التي يواجهها المستهلك في
عملية الإنفاق والشراء (إمكانات المستهلك) من خلال ما يعرف بقيود
الميزانية.

■ **المرحلة الثالثة:** إيجاد التركيب الأمثل الذي يحقق توازن
المستهلك.

ثانياً: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء

لتحليل سلوك المستهلك: ١ - القياس الترتيبي للمنفعة:

المرحلة الأولى: تفضيلات المستهلك: منحنيات السواء:

■ انتقد الاقتصاديون نظرية المنفعة على اعتبار أن افتراض قابلية المنفعة للقياس الكمي هو افتراض بعيد عن الواقعية، واستعاضوا عنها بأسلوب السواء والذي يمثل في القياس الترتيبي للمنفعة وهو الأسلوب الأكثر شيوعاً في تحليل سلوك المستهلك.

ثانياً: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك: ١ - القياس الترتيبي للمنفعة:

■ ما المقصود بالقياس الترتيبي؟

يقصد بالقياس الترتيبي أن الرقم يفيد في تحديد الترتيب فقط وأما قيمة الرقم بحد ذاتها فلا معنى لها. أي أن المقياس الترتيبي يقول مثلاً أن الرقم عشرة هو أعلى في المرتبة من الرقم خمسة، ولا يعني ذلك أن الرقم ١٠ يوازي ضعف الرقم خمسة أو أن الخمسة تساوي نصف العشرة!

ثانياً: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء

لتحليل سلوك المستهلك: ١ - القياس الترتيبي للمنفعة:

تتم دراسة تفضيلات المستهلك من خلال مقارنات يقوم بها المستهلك لمجموعات سلعية (سلات سوقية) تحتوي كل مجموعة أو سلة على سلعة أو أكثر.

فرضيات النظرية:

- نفترض للتبسيط أن كل سلة أو مجموعة سلعية تحتوي على سلعتين فقط هما X و Y و بالتالي فإن المستهلك لديه القدرة على القيام بالمقارنة بين هذه المجموعات أو السلات المختلفة.
- كامل الدخل ينفق على استهلاك السلعتين X, Y
- وللتبسيط أيضاً يفترض الاقتصاديون تحقق مبدئين أساسيين هما:
 - مبدأ السلوك الرشيد والعقلاني للمستهلك (التفضيلات انتقالية).
 - مبدأ عدم الإشباع الكامل.

ثانياً: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل

سلوك المستهلك: ٢ - تابع المنفعة الترتيبي:

■ يمكن تعريف تابع المنفعة الترتيبي $U=f(x, y)$ بالنسبة لمستهلك معين بأنه تابع يعبر عن العلاقة التابعية الموجبة بين مستوى المنفعة الكلية وكميات السلع الداخلة في التركيب الاستهلاكي خلال فترة محددة. (هو تابع ترتيبي وليس كمي)

■ أهم خصائص هذا التابع:

● تابع غير وحيد: أي أن التابع $U=f(x, y)$ مثلاً يكافئ التابع

$$U=f(2x, 2y)$$

● متزايد: أي أن مشتقه الأول بالنسبة لأي متحول من متحولاته موجب.

● يتزايد بمعدل متناقص: أي أن مشتقه الثاني بالنسبة لأي متحول من

متحولاته سالب

ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء

لتحليل سلوك المستهلك: ٢ - تابع المنفعة الترتيبي:

■ **المعدل الحدي للإحلال أو الإبدال:** هو المعدل الذي يتم بموجبه إبدال إحدى السلعتين مكان الأخرى، شريطة الحفاظ على المستوى نفسه من الإشباع أو المنفعة (وهو معدل متناقص).

■ **رياضياً:** يساوي بالقيمة المطلقة $\left| \frac{\partial y}{\partial x} \right|$

مقدار التغير في السلعة y المستغنى عنها

مقدار التغير في السلعة x التي تحل محلها

بسط هذا الكسر يساوي واحد دوماً.

ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء

لتحليل سلوك المستهلك:

٣ - مفهوم منحنيات السواء:

■ **منحنى السواء Indifference curve** : هو المحل

الهندسي للنقاط أو التركيبات السلعية التي تحقق كل منها المستوى ذاته من المنفعة الكلية أو المستوى ذاته من الإشباع (عند مستوى محدد من الدخل).

■ سبب تسمية منحنى السواء بهذا الاسم: لأن تفضيل المستهلك

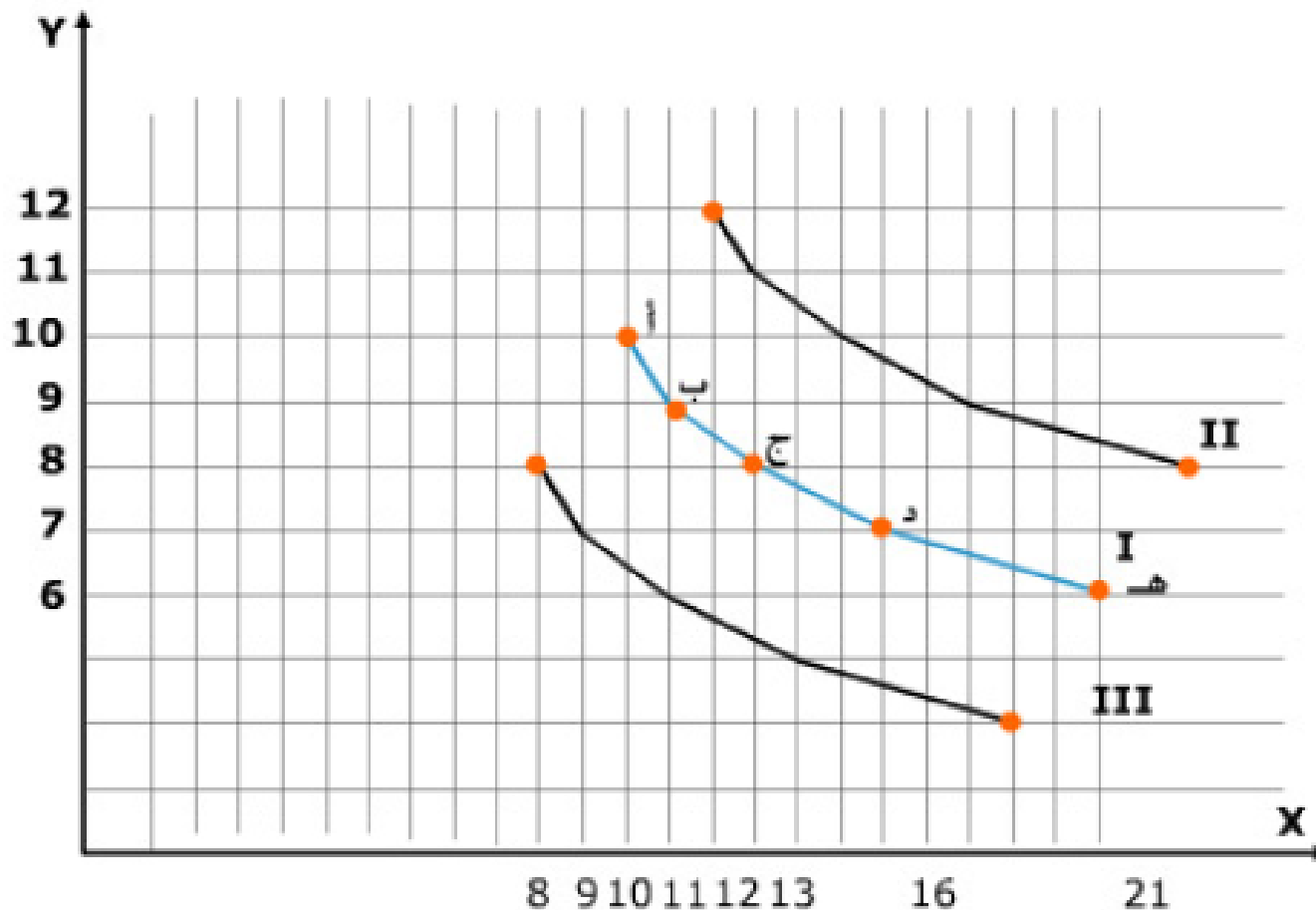
يكون سريان بين أي من المجموعات السلعية الواقعة على المنحنى.

ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك:
مثال عددي لمفهوم منحنيات السواء:

الجدول رقم (3)

التغير في (y) نسبة التبدل = التغير في (x)	كمية (x)	كمية (y)
	10	10
نسبة التبدل الأول $\frac{1}{1}$	11	9
نسبة التبدل الثاني $\frac{1}{2}$	13	8
نسبة التبدل الثالث $\frac{1}{3}$	16	7
نسبة التبدل الرابع $\frac{1}{5}$	21	6
وهكذا.....		

ثانياً: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك:
تمثيل منحنيات السواء بيانياً (تابع):



الشكل رقم (2) / منحنيات السواء

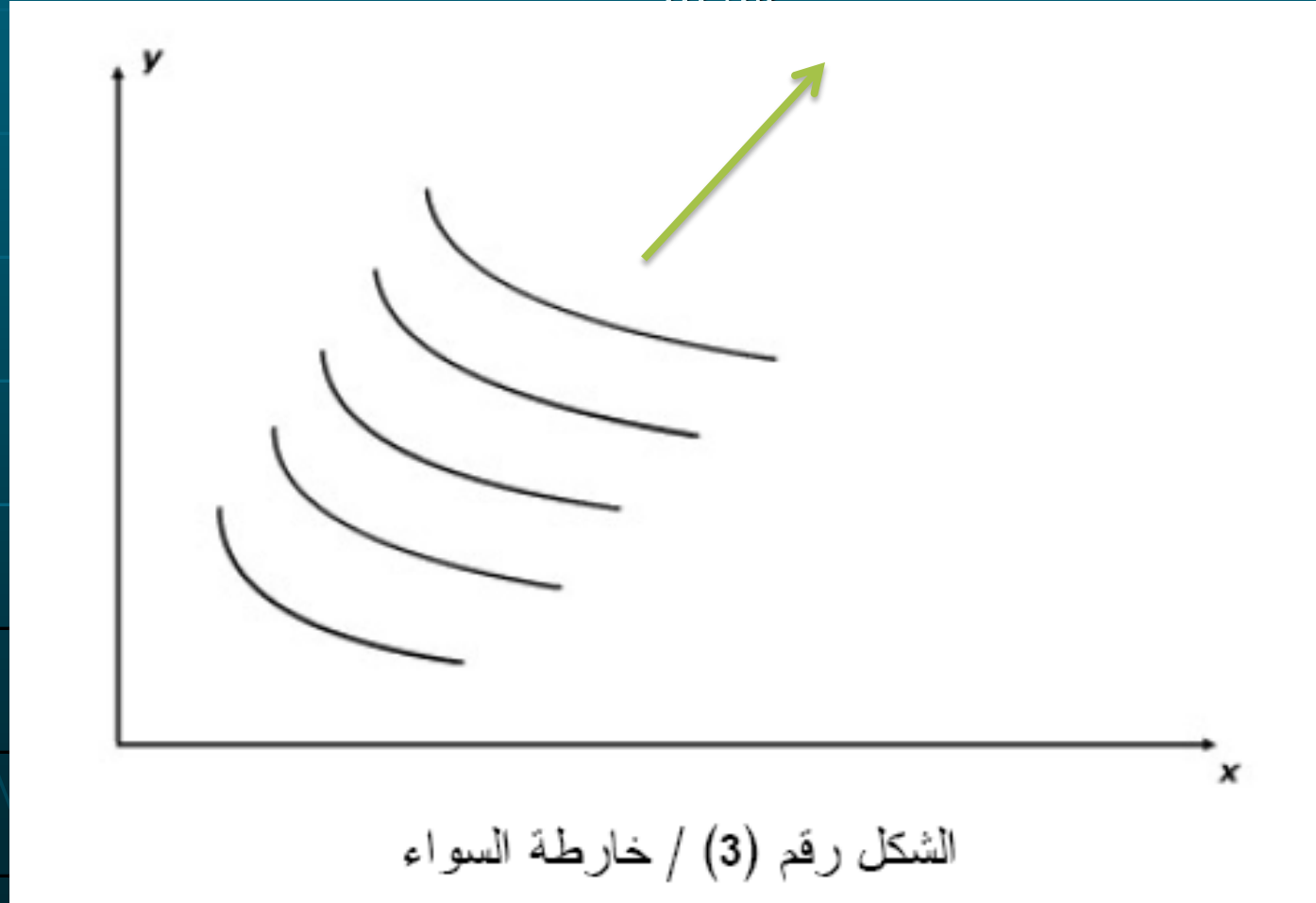
ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك:

٤- خصائص وأشكال منحنيات السواء:

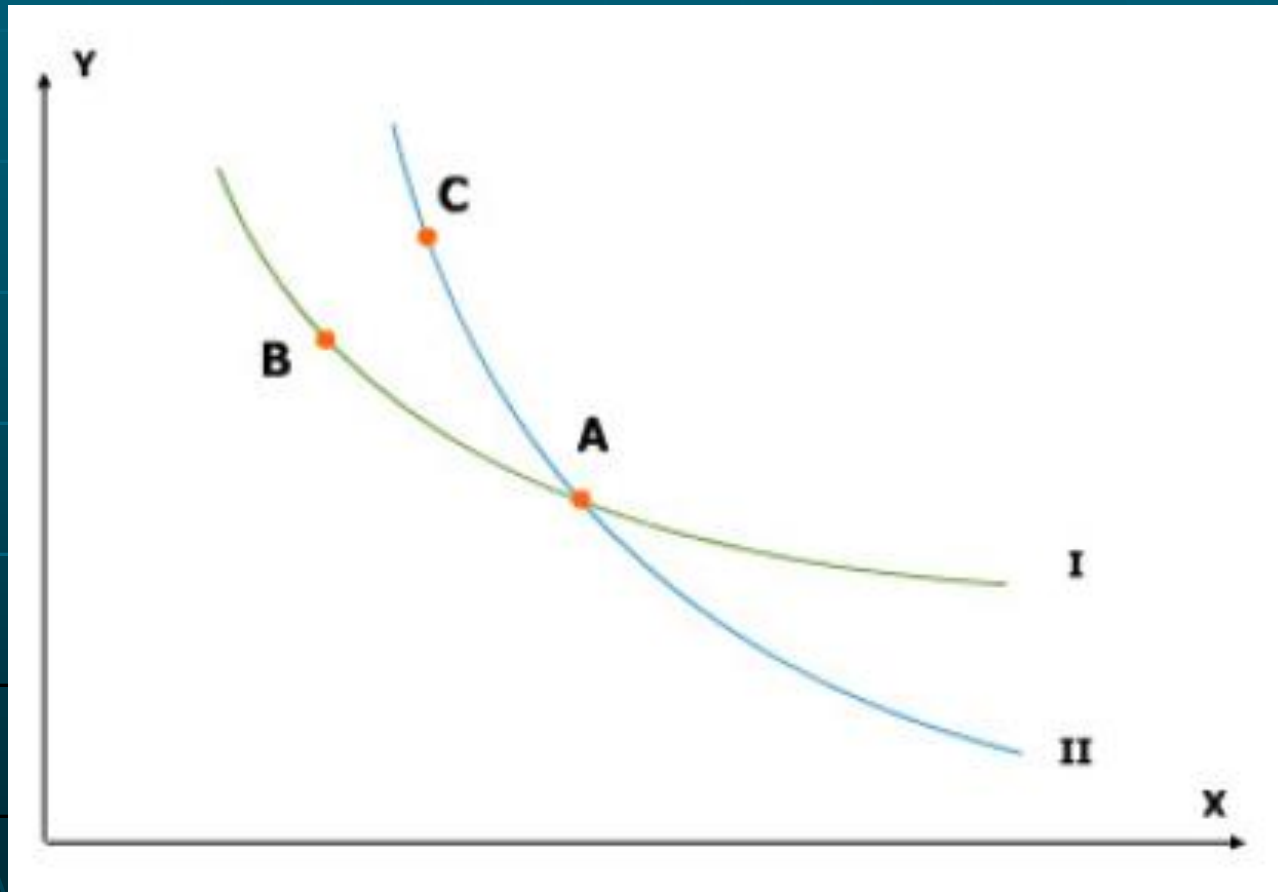
١. أن هناك عدد لا نهائي من منحنيات السواء وكل منحنى أعلى يعطي إشباع أكبر (خريطة السواء).
٢. منحنيات السواء لا تتقاطع أبداً .
٣. منحنيات السواء محدبة إلى نقطة الأصل أو مقعرة إلى أعلى .
٤. منحنيات السواء تتحدر من أعلى إلى أسفل جهة اليمين (أي أنها ذات ميل سالب).

الخاصة الأولى: وجود عدد لا نهائي من منحنيات السواء

خارطة السواء: مجموعة منحنيات السواء التي تعبر عن خيارات المستهلك بالنسبة للسلع المدروسة عند المستويات المختلفة من الإشباع. وهي تمثل رياضياً بتابع منفعة



الخاصة الثانية: عدم احتمال تقاطع منحنيات السواء مع بعضها.



الخاصة الثالثة: منحنيات السواء مقعرة نحو الأعلى أو محدبة باتجاه نقطة الأصل: منحنيات السواء ذات ميل سالب (معدل الإحلال الحدي سالب):

■ يقيس ميل منحنى السواء ما يعرف بمعدل الإحلال الحدي بين سلعتين

MRS Marginal Rate of Substitution ويرمز له

■ نظراً لأن ميل منحنى السواء سالب مما يعني أنه إذا كان التغير في

إحدى السلعتين موجب فإن التغير في السلعة الأخرى لابد أن يكون

سالب، فهذا يجعلنا نأخذ القيمة المطلقة لمعدل الإحلال الحدي بين

سلعتين فننظر له كقيمة موجبة.

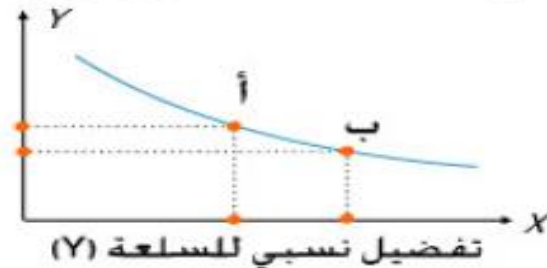
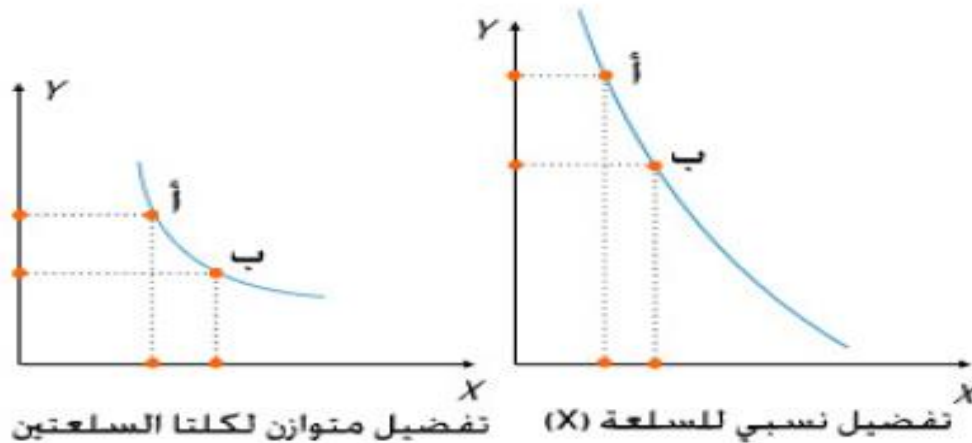
ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك:

٤- خصائص وأشكال منحنيات السواء:

أشكال منحنيات السواء

■ هناك مدلولين هما شدة الميل وشدة التقعر

١. المدلول الاقتصادي لشدة ميل منحنيات السواء (أي توضعها بالنسبة للمحورين): يعبر عن ذوق المستهلك وتفضيله النسبي لإحدى السلعتين.



الأشكال رقم (9)

ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك:

٤- خصائص وأشكال منحنيات السواء: أشكال منحنيات السواء (تابع)

حالات خاصة غير مرغوبة:

■ منحنى السواء مستقيم يوازي محور X ← يفضل y ولا

يرغب ب X

■ منحنى السواء مستقيم يوازي محور y ← يفضل X ولا

يرغب ب y

ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك:

٤- خصائص وأشكال منحنيات السواء: أشكال منحنيات السواء (تابع)

٢- المدلول الاقتصادي لضعف أو شدة تقعر منحنيات السواء:

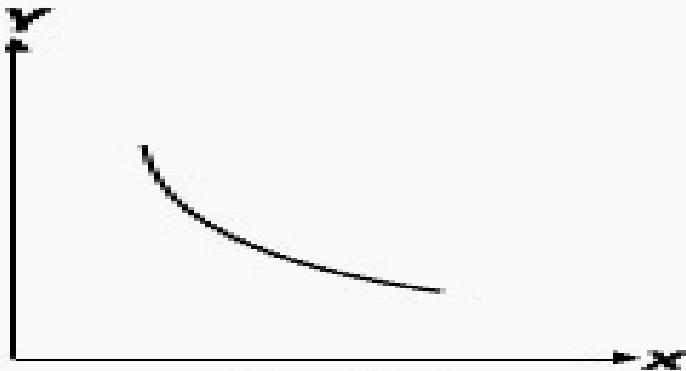
■ يعبر عن العلاقة الاحلالية أو الابدالية ما بين السلعتين المدروستين

■ العلاقة الاحلالية قوية ← التقعر طفيف

■ العلاقة الاحلالية ضعيفة ← التقعر شديد

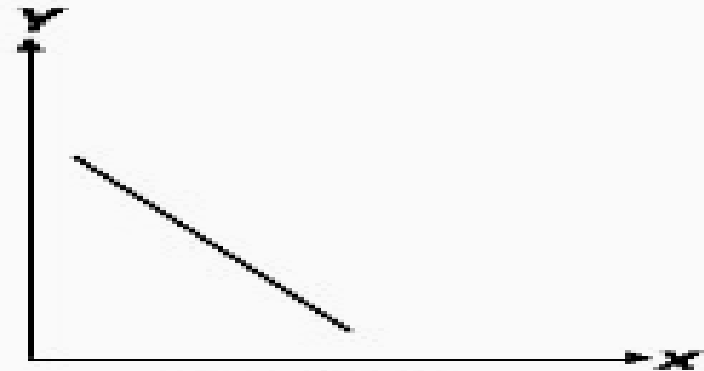
ثانيًا: النظرية الحديثة في استخدام منحنيات السواء لتحليل سلوك المستهلك:

٤- خصائص وأشكال منحنيات السواء: أشكال منحنيات السواء (تابع)



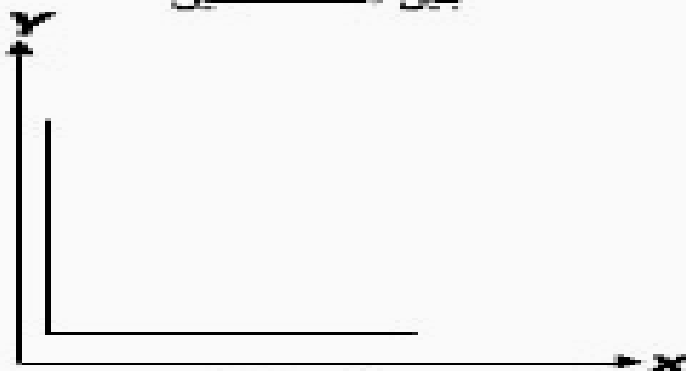
منحني السواء

خفيف التقعر دلالة على شدة العلاقة الإيجابية والإيجابية بين السلعتين



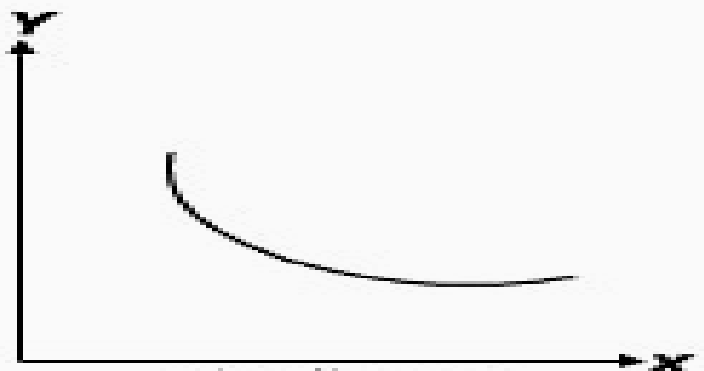
منحني السواء

على شكل خط مستقيم (سلعتان متشابهتان) / حالة متطرفة



منحني السواء

على شكل زاوية قائمة (سلعتان متكاملتان) / حالة متطرفة



منحني السواء

تشديد التقعر دلالة على ضعف العلاقة الإيجابية والإيجابية بين السلعتين