نظرية سلوك المستهلك

II

Théorie du comportement du consommateur

أ. بلمرابط أحمد

المدخل الحديث لتحليل سلوك المستهلك
(نظرية المنفعة الترتيبية: ***منحنيات السواء***)

- تنطلق نظرية المنفعة الحديثة من حقيقة مفادها أن المنفعة غير قابلة للقياس العددي كما هو الحال في النظرية التقليدية، ولكن من الممكن قياس المنفعة ترتيبيا، أي أن المستهلك بإمكانه أن يقرر ما إذا كانت هذه السلعة تحقق له مستوى إشباع أكبر أو أقل من أو يساوي مستوى الإشباع الذي تحققه أي سلعة أخرى غيرها.
- **تفترض نظرية المنفعة الحديثة أن:**

1. **1 -** المستهلك يحصل على منفعة من كل سلعة يستهلكها خلال فترة زمنية.
2. **2 -** هدف المستهلك هو تحقيق أقصى إشباع ممكن في حدود دخله النقدي المتاح.
3. **3 -** المستهلك لديه القدرة على مقارنة السلع أو مجموعات السلع المختلفة وتحديد الأفضل منها(دون قياسها).

فتحليل سلوك المستهلك حسب نظرية المنفعة الحديثة سوف يتم من خلال ثلاث مراحل:

- **المرحلة الأولى:** التعرف على تفضيلات المستهلك باستخدام منحنيات السواء،
- **المرحلة الثانية:** التعرف على القيود التي يواجهها المستهلك من خلال قيد الميزانية،
- **المرحلة الثالثة:** تحديد كميات أو مجموعات السلع والخدمات التي يختار المستهلك شراؤها أو الحصول عليها وتحقق له أقصى (أكبر) منفعة ممكنة.

تفضيلات المستهلك: Les préférences de consommateur

- يتم دراسة تفضيلات المستهلك من خلال مقارنات يقوم بها المستهلك لمجموعات سلعية (أو لتوليفات سلعية أو لمركبات سلعية).
- المجموعة السلعية (التوليفة السلعية) يمكن أن تحتوي على أنواع مختلفة ومتعددة من السلع أو من السلع والخدمات أو من الخدمات.
- لغرض التبسيط في التحليل سوف يتم افتراض أن كل مجموعة سلعية (توليفة سلعية) تحتوي على سلعتين فقط، مثل الثياب (X) والطعام (Y).

منحنيات السواء: Les courbes d'indifférence

منحنى السواء هو أداة التحليل الرئيسية التي يعتمد عليها المنهج الحديث.

تعريف منحنى السواء: هو المحل الهندسي (تمثيل بياني) لكل المجموعات من السلع والخدمات التي تعطي المستهلك نفس القدر من الإشباع، أي أنها المجموعات التي يعتبرها المستهلك سواء (أي متساوية) *Indifference* من ناحية المنفعة .

لاستخدام منحنيات السواء في نظرية المنفعة الحديثة وضعت بعض الافتراضات :

- ✓ **التفضيلات تامة ومتكاملة الترتيب :**

– هذا الافتراض يعني أن المستهلك يستطيع مقارنة وترتيب جميع المجموعات السلعية المختلفة حسب مستوى الإشباع لكل مجموعة (مثلا المجموعة A أفضل من المجموعة B).

– المقارنة والترتيب يتم بصرف النظر عن التكاليف والأسعار، لأنه قد يفضل المستهلك المجموعة A على B ولكنه قد يختار المجموعة B لأنها أرخص ثمنا أو أقل تكلفة.

- ✓ **التفضيلات متناسقة (Conformément)**

هذا الافتراض يعني أن المستهلك إذا كان يفضل المجموعة السلعية A على المجموعة السلعية B وكذلك يفضل المجموعة السلعية B على المجموعة السلعية C، فهذا يعني أن المستهلك لا بد أن يكون يفضل المجموعة السلعية A على المجموعة السلعية C.

- إذا كانت $A>B$ و $B>C$ إذا $A>C$
- يسمى هذا المبدأ **بمبدأ التعدي** (Le postulat de transitivité) وهو الذي يؤكد أن تفضيلات المستهلك وخياراته عقلانية من حيث كونها متسقة وغير متناقضة.

✓ **التفضيلات تتميز بعدم الإشباع (Non saturation)**

هذا الافتراض يعني أن المستهلك يرغب دائما في الحصول على المزيد من السلعة أو السلع التي تتكون منها المجموعة السلعية، أي أنه يفضل الكثير على القليل أو المجموعة الأكثر على المجموعة الأقل.

ملاحظة: يمكن وصف المجموعة السلعية بأنها أكثر من الأخرى إذا كانت تحتوي على عدد وحدات أكبر من سلعة واحدة على الأقل.

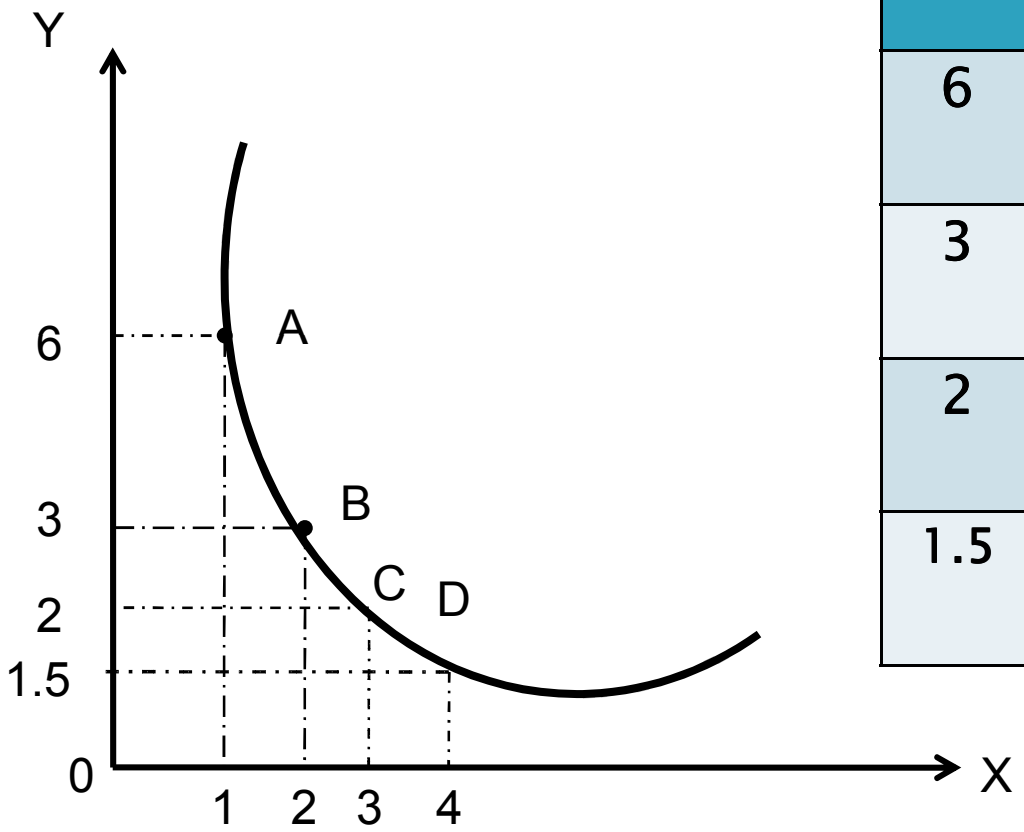
تذكير بتعريف منحنى السواء: هو المحل الهندسي (تمثيل بياني) لكل المجموعات من السلع والخدمات التي تعطي المستهلك نفس القدر من الإشباع، أي أنها المجموعات التي يعتبرها المستهلك سواء (أي متساوية) *Indifference* من ناحية المنفعة .

لعرض مفهوم منحنيات السواء(أو منحنى السواء) نستخدم مفهوم دالة المنفعة الثابتة على المنحنى الواحد لسلعتين X و Y مع افتراض أن المنفعة ثابتة عند المستوى U_0 . يمكن تمثيل دالة المنفعة في هذه الحالة بالدالة الآتية:

$$U_0 = f(X, Y)$$

ويعني ذلك أنه عند المستوى الثابت لـ U_0 هناك توليفات مختلفة لهاتين السلعتين تعطي كل منهما قدر متساوي من المنفعة (الإشباع)، بتمثيل هذه التوليفات بيانيا ينتج منحنى السواء كما في الشكل التالي:

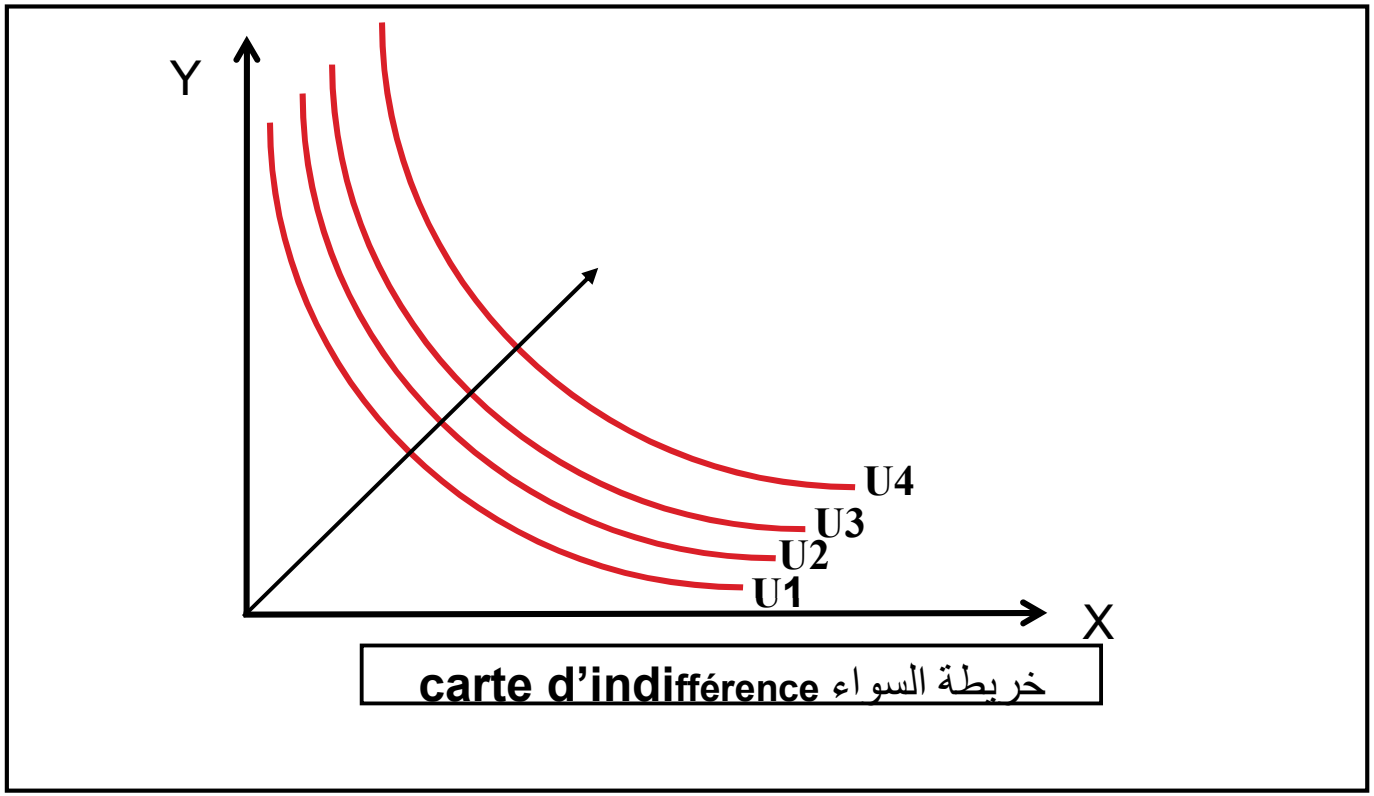
منحنى السواء



لمجموعة السلعية	السلعة x	السلعة y
A	1	6
B	2	3
C	3	2
D	4	1.5

خريطة السواء carte d'indifférence

نستنتج من المثال السابق بأنه في حالة ما إذا كانت جميع التركيبات السلعية تقع على نفس المنحنى، فإنها تعطي نفس الإشباع للمستهلك.
لكن إذا افترضنا أن هذا المستهلك يستطيع أن يحدد عدة مستويات من الإشباع وكل مستوى له تركيبات مختلفة عن المستوى الذي يقع فوقه أو تحته. في هذه الحالة يصبح لهذا المستهلك عدد كبير من منحنيات السواء، وكل منها يعطي مستوى معين من الإشباع، يختلف عن المنحنيات الأخرى، بمعنى آخر أن المستهلك يستطيع أن يرتب كل منحنى سواء بالنسبة للمنحنيات الأخرى، ومجموع هذه المنحنيات يطلق عليها **خريطة منحنيات السواء** فكلما ابتعد المنحنى عن نقطة الأصل كلما كان مستوى الإشباع أكبر والعكس.

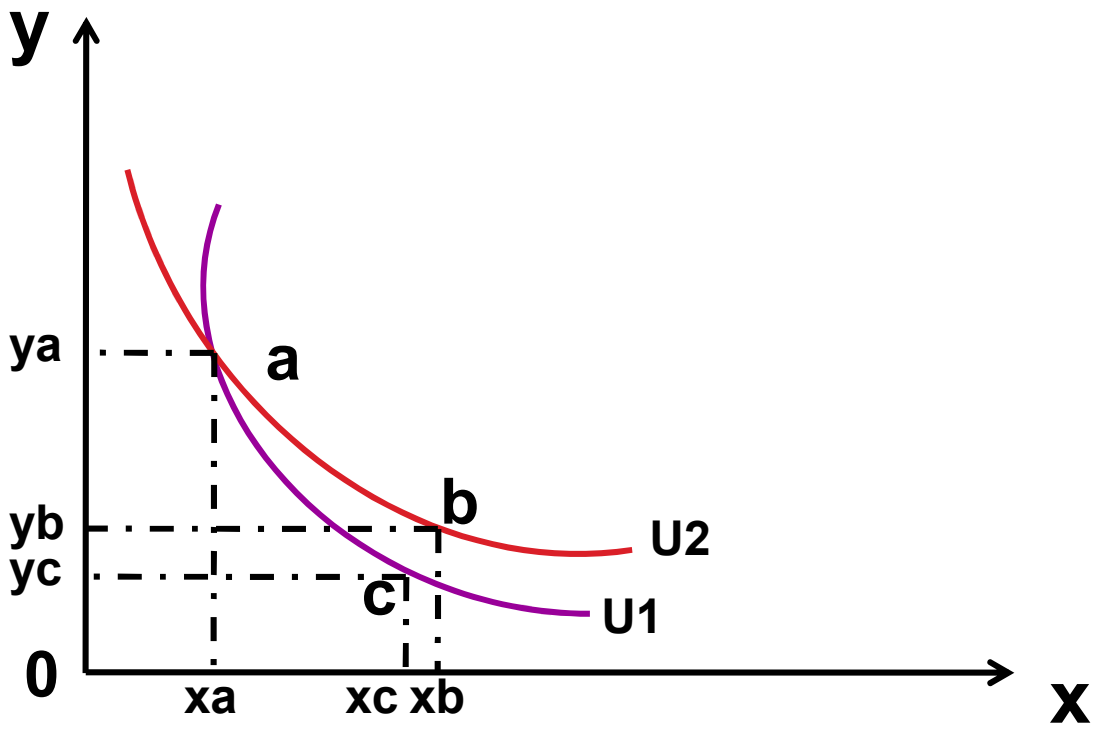


يلاحظ أنه كلما انتقلنا إلى جهة اليمين كلما زاد الإشباع أي أن:

U4>U3>U2>U1

خواص(خصائص) منحنيات السواء:

أولا: منحنيات السواء لا تتقاطع:



فرضية أن تفضيلات المستهلك انتقالية (متسقة وغير متناقضة) تتضمن أن منحنيات السواء لا يمكن أن تتقاطع .

من الشكل: a و c تقعان على منحنى السواء *U1* (نفس مستوى الإشباع)، أيضا a و b تقعان على منحنى *U2* (نفس مستوى الإشباع).

إذا طالما أن a ~ c و a ~b (~ تعني سواء) فمن مبدأ التعدي لا بد أن تكون المجموعتين b و c لهما نفس الإشباع والتفضيل

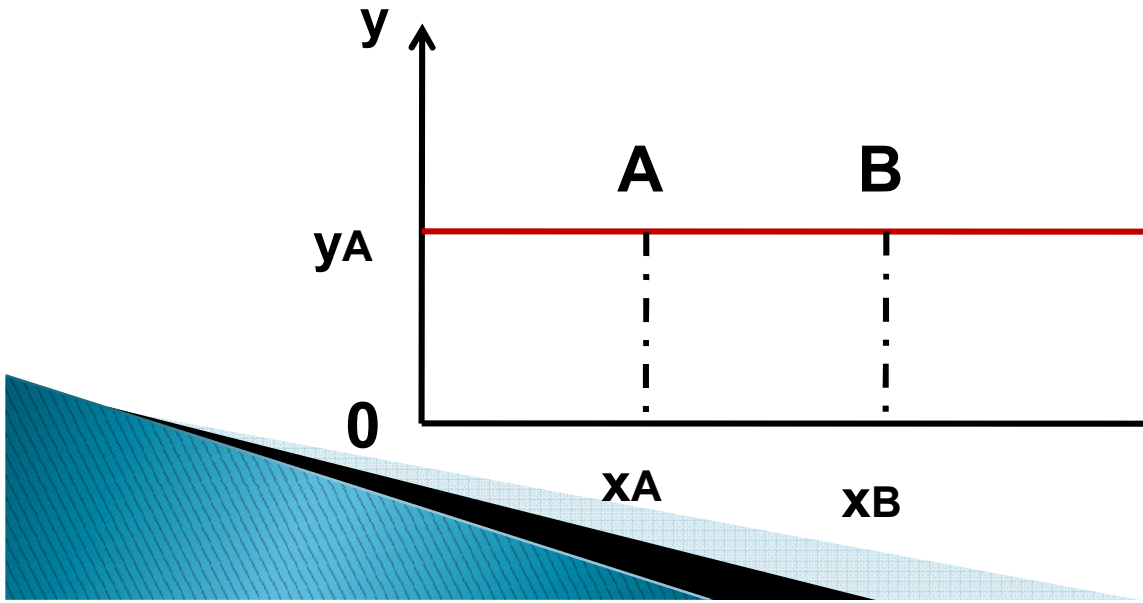
هذا يتناقض مع الموجود في الرسم البياني حيث b تقع في منحنى سواء أعلى من المنحنى الذي تقع عليه c .

أيضا يتناقض هذا مع فرضية أو مبدأ عدم التشبع حيث أن المجموعة b تضم أو تحتوي على كميات أكبر من السلعتين وعليه فمستوى إشباع هذه التركيبة يكون أكبر.

ثانيا: منحنيات السواء تنحدر من أعلى إلى أسفل ومن اليسار إلى اليمين:

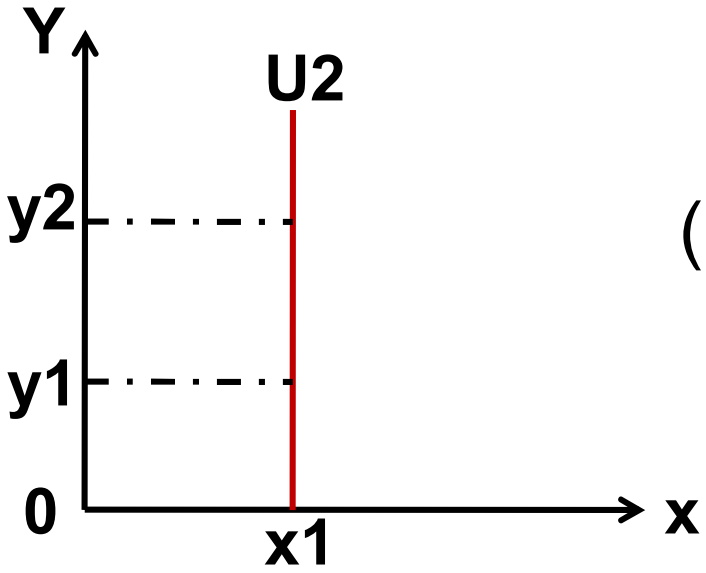
إذا لم تأخذ منحنيات السواء هذا الوضع فتكون إما أفقية، وإما رأسية، أو منحدرة من أعلى إلى أسفل ومن اليمين إلى اليسار، وكل هذه الحالات الثلاثة مرفوضة.

الحالة الأولى: عندما يكون المنحنى أفقيا معنى ذلك أن التركيبات السلعية التي تكون هذا المنحنى لها وحدات ثابتة من السلعة y، وعليه فإن أي نقطة من نقاطه ليست سواء بالنسبة للمستهلك، لأنها تمثل مستوى من الإشباع يختلف عن المستويات الأخرى الممثلة بنقاط أخرى.



الشكل( )

الحالة الثانية: عندما يكون المنحنى رأسيا هذا يعنى أن التركيبات السلعية التي تكون هذا المنحنى تحتوي على وحدات ثابتة من السلعة x، وبالتالي فإن نقاط هذا المنحنى تعطي مستويات مختلفة من الإشباع وهي ليست سواء بالنسبة للمستهلك.

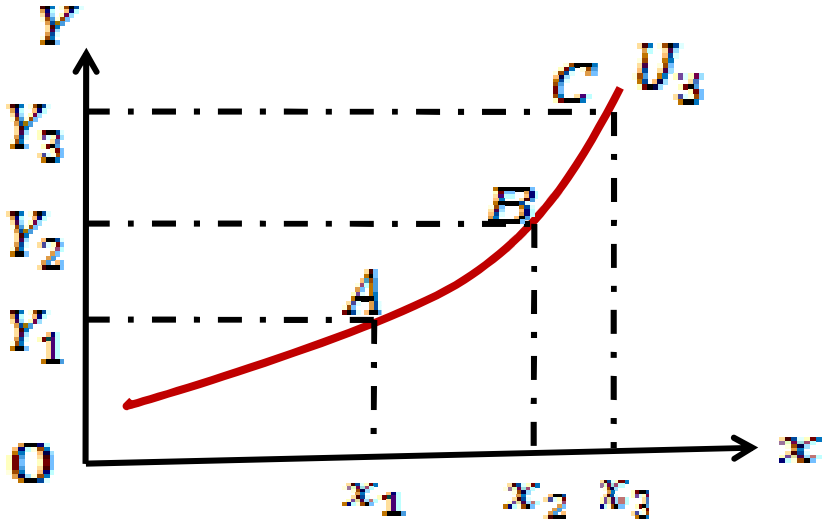


الشكل( )

الحالة الثالثة:

هذه الحالة مفادها أن المنحنى منحدر من أعلى إلى أسفل ومن اليمين إلى اليسار، هذا يعني أن أي نقطة على المنحنى ليست سواء بالنسبة للمستهلك،

لأن كل نقطة على المنحنى تمثل مستوى إشباع مختلف، وذلك لأن الزيادة من السلعة الأولى تؤدي إلى الزيادة من السلعة الثانية، وعليه فإنه حتى تكون المجموعات السلعية تمثل نقاطا على منحنى سواء، فإنه إذا احتوت على وحدات كبيرة من y يجب أن تحتوي وحدات أقل من x والعكس.



ثالثا: **منحنيات السواء مقعرة من أعلى ومحدبة من أسفل.**

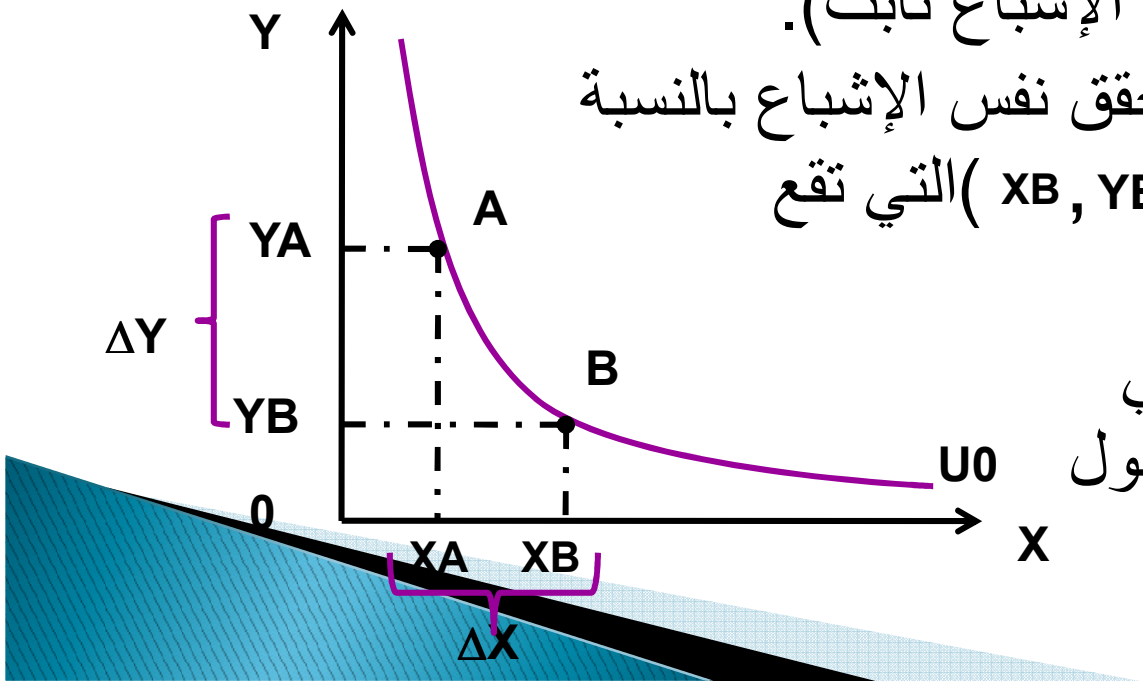
تعكس هذه الظاهرة تناقص المعدل الحدي للإحلال كما سيأتي فيما بعد.

المعدل الحدي للإحلال Taux marginal de substitution TMSxy

- ميل منحني السواء يقيس ما يعرف بمعدل الإحلال الحدي بين سلعتين (Taux marginal de substitution) ويختصر بالرمز TMSxy ويعرف بأنه المعدل الذي يقوم فيه المستهلك باستبدال سلعة محل أخرى مع المحافظة عل نفس مستوي الإشباع.
- فالمعدل الحدي للإحلال بين سلعتين (X و Y) هو عبارة عن مقدار الوحدات التي يتخلي عنها المستهلك من Y (ΔY–) في مقابل الحصول على وحدة واحدة من x (وحدات إضافية من X) (ΔX) بشرط بقائه على نفس منحنى السواء (أي بقاء الإشباع ثابت).

فعلى المنحنى U0 المستهلك يحقق نفس الإشباع بالنسبة للتركيبتين A (XA , YA) وB(XB , YB)التي تقع على نفس المنحنى.

فالنسبة $-\frac{\Delta y}{\Delta x}$ تقيس الكمية التي يمكن التخلي عنها من y للحصول على وحدة أو كمية من x



للبقاء على نفس مستوى الإشباع ،فكلما اقتربت النقطة A من B كلما آلت Δx و Δy إلى الصفر، واقتربت النسبة $-\frac{\Delta y}{\Delta x}$ إلى الميل عند النقطة B ولذلك نستطيع أن نقول بأنه في حالة ما إذا آلت $\Delta X \to 0$ فإن النسبة $-\frac{\Delta y}{\Delta x}$ هي عبارة عن ميل المنحنى عند B وهي نفسها المعدل الحدّي للإحلال بالنسبة للسلعة Y .

$$TMS_{xy} = \frac{-\Delta Y}{\Delta X} = \left|\frac{\Delta Y}{\Delta X}\right|$$

- تأخذ القيمة المطلقة لميل المنحني، وبالتالي ينظر إلى المعدل الحدي للإحلال بين سلعتين كقيمة موجبة.
- من كل هذا نستنتج بأن المعدل الحدي لإحلال x محل Y في النقطة B لا يساوي معدل الإحلال في أي نقطة أخرى على المنحنى U_3 وذلك لتقعر منحنى السواء. كلما زادت الكمية المستهلكة من السلعة X كلما قلت المنفعة المتحصل عليها من الوحدات الإضافية لهذه السلعة.أما فيما يخص السلعة Y فإنه كلما قلت الوحدات المستهلكة منها كلما ارتفعت المنفعة أو الرغبة في الحصول عليها، وقل استعداد المستهلك للتخلي عن وحدات منها.

من هذا كله نستطيع أن نقول بأنه كلما تحركنا على المنحنى نحو النقطة B كلما قلت الكمية من السلعة Y التي يرغب المستهلك التخلي عنها مقابل وحدة واحدة من السلعة X هذا مما يدلنا بأن ميل المنحنى ميل سالب، أما درجة الإشباع على طول المنحنى فهي واحدة مهما كانت النقطة، لأن ما يفقده المستهلك من منفعة نتيجة تخليه عن كمية السلعة y يعوضه عن طريق زيادة استهلاكه من السلعة X.

العلاقة بين المعدل الحدي للإحلال والمنافع الحدية:

العلاقة بين المعدل الحدي للإحلال والمنافع الحدية للسلع يمكن إيجادها رياضيا كما يلي:

افترض أن دالة المنفعة : $U = f(X, Y)$ وأن هذه الدالة ثابتة على طول منحنى السواء أي: $U = f(X, Y)=C$ حيث C عبارة عن ثابت.

فالتفاضل الكلي لهذه الدالة:

$$dU = \frac{\partial U}{\partial X} \bullet dX + \frac{\partial U}{\partial Y} \bullet dY$$

بما أن $\frac{\partial U}{\partial X} = Um_X$ و $\frac{\partial U}{\partial Y} = Um_Y$ (المنفعة الحدية لـ X و Y)

إذا

$$dU = Um_X \bullet dX + Um_Y \bullet dY$$

يقيس التفاضل الكلي مقدار التغير في دالة المنفعة U، وبما أن التغير في المنفعة الكلية ثابتا على طول منحني السواء، تكون $dU=0$ أي أن:

$$Um_X \bullet dX + Um_Y \bullet dY = 0$$

بإعادة ترتيب المعادلة نحصل على المعدل الحدي الإحلال وميل منحني السواء:

$$-\frac{dY}{dX} = \frac{Um_X}{Um_Y} = TMSxy$$

$$TMS_{xy} = -\frac{dy}{dx} = \frac{Um_x}{Um_y} = \frac{\text{المنفعة الحدية للسلعة } x}{\text{المنفعة الحدية للسلعة } y}$$

أي أن المعدل الحدي للإحلال عند أي نقطة يساوي ميل منحنى السواء عند تلك النقطة، ويساوي في نفس الوقت نسبة المنفعة الحدية للسلعة x إلى المنفعة الحدية للسلعة y.

عندما تزيد الكمية المستهلكة من السلعة x فإن المنفعة الحدية لهذه السلعة تنخفض، وعلى العكس من ذلك فإنه عندما تقل الكمية المستهلكة من y فإن المنفعة الحدية لها ترتفع وبذلك فإن النسبة $\frac{Um_x}{Um_y}$ تنخفض لسببين:

- زيادة المنفعة الحدية للسلعة y،(زيادة قيمة المقام)
- انخفاض المنفعة الحدية للسلعة x(انخفاض قيمة البسط).

والنتيجة انخفاض المعدل الحدي للإحلال بالقيمة المطلقة بزيادة استهلاك x ، وكذلك انخفاض ميل المنحنى بالقيمة المطلقة، وهذا ما يعكس ظاهرة تقعر منحنى السواء من أعلى وتحدبه من أسفل وهي الخاصية الثالثة من خواص منحنيات السواء التي سبقت الإشارة إليها.

المعدل الحدي للإحلال بين سلعتين حسب المثال السابق

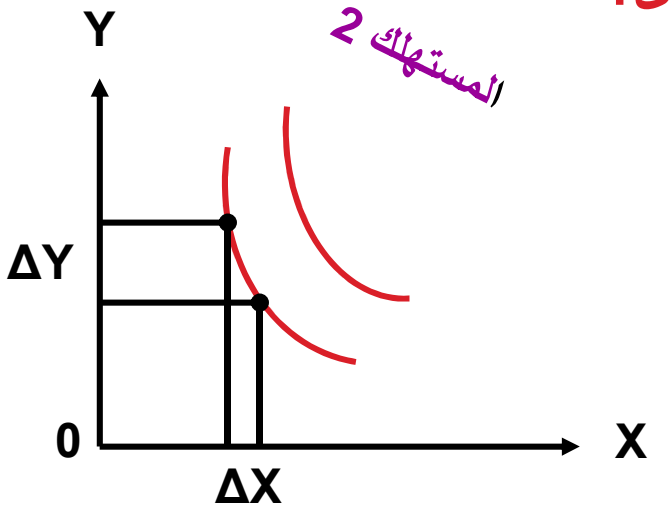
$-\frac{\Delta y}{\Delta x}$	ΔY	ΔX	السلعة Y	السلعة X	المجموعة
-	-	-	6	1	A
3	3 -	1+	3	2	B
1	1 -	1+	2	3	C
0.5	0.5 -	1+	1.5	4	D

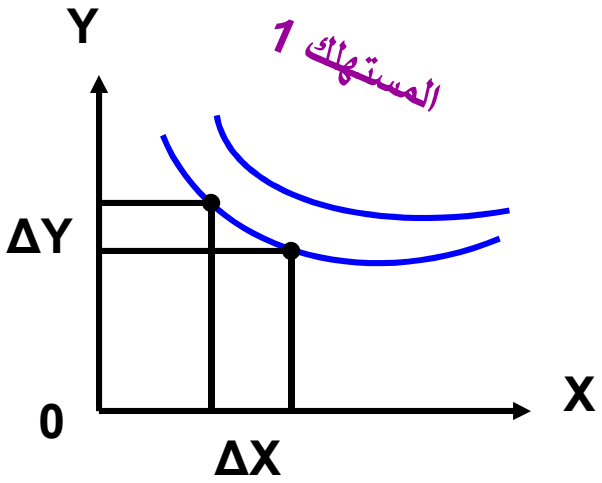
يلاحظ من الجدول أن المعدل الحدي للإحلال بين السلعتين يتجه إلى التناقص وهذا ما يعرف بمبدأ تناقص المعدل الحدي للإحلال الذي يعكس مبدأ: انه كلما قلت الكمية المستهلكة من السلعة زادت أهمية الوحدة الإضافية منها، أي أن الأهمية النسبية للسلعة التي يتم التخلي عنها تتزايد بينما الأهمية النسبية للسلعة التي يتم الحصول عليها تتناقص.

منحنيات السواء واختلاف التفضيلات

- من شكل منحنيات السواء يمكننا مقارنة تفضيلات المستهلكين بعضهم ببعض تجاه نفس السلعة وكذلك معرفة مدي تقييم كل مستهلك لسلعة مقابل سلعة أخرى، بمعني آخر مدى استعداد كل مستهلك لإحلال سلعة محل سلعة أخرى.

1. **تفضيل المستهلك لسلعة أكثر من الأخرى:**

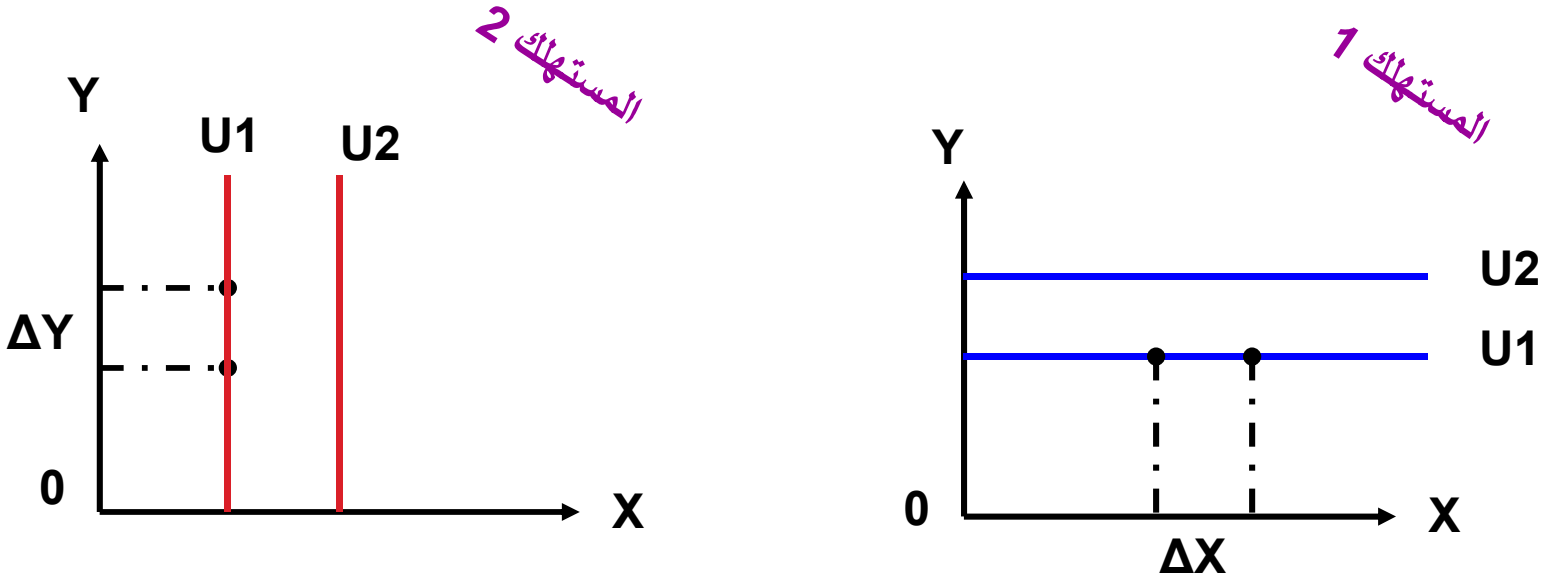




المستهلك الاول لديه الاستعداد للتخلي عن كمية قليلة نسبيا من السلعة Y مقابل الحصول وحدة اضافية من X وذلك لانخفاض معدل الاحلال الحدي (انخفاض الميل) . اي ان المستهلك لديه تفضيل اكبر للسلعة Y

المستهلك الثاني لديه الرغبة للتخلي عن كمية اكبر نسبيا من السلعة Y مقابل الحصول وحدة اضافية من X وذلك لارتفاع معدل الاحلال الحدي (ارتفاع الميل) . اي ان المستهلك لديه تفضيل اكبر للسلعة X

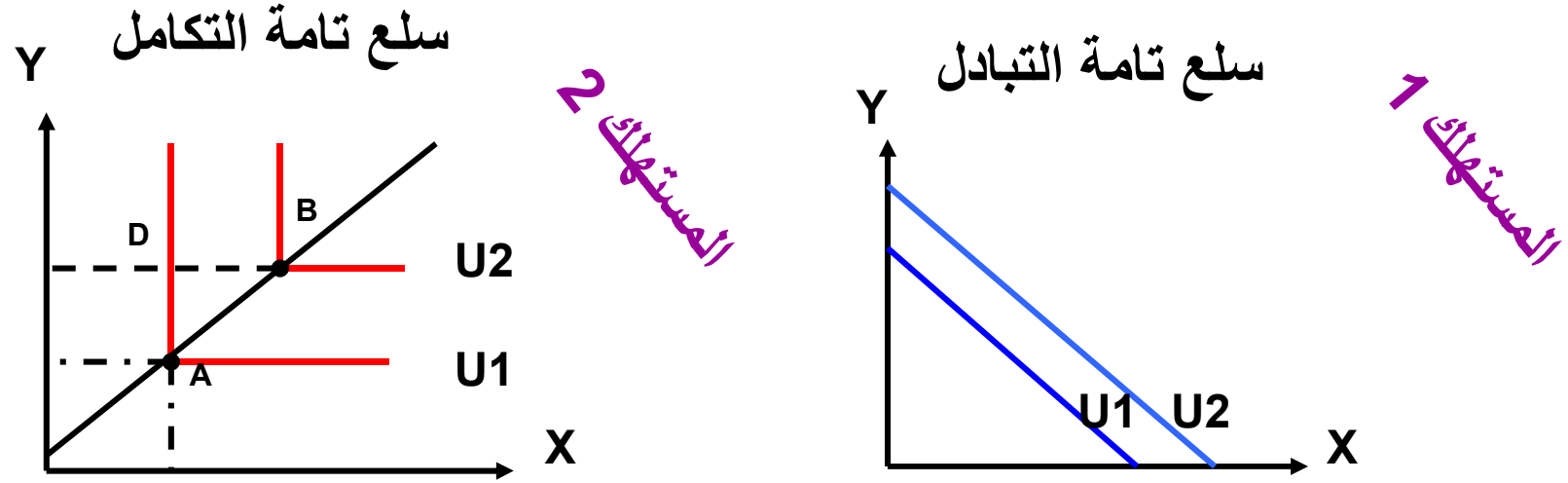
2. **تفضيل المستهلك لسلعة واحدة فقط دون الأخرى:** منحنيات السواء تكون في شكل خطوط مستقيمة راسية أو أفقية.



المستهلك الأول: لديه تفضيل مطلق للسلعة Y والسلعة X تعتبر سلعة محايدة (bien neutre) بالنسبة له (الحصول على كمية قليلة أو كثيرة من السلعة ليس له تأثير على المستهلك)

المستهلك الثاني: لديه تفضيل مطلق للسلعة X والسلعة Y تعتبر سلعة محايدة بالنسبة له

3. **الإحلال أو التبادل التام بين سلعتين:** منحنيات السواء تكون في شكل خطوط مستقيمة بميل سالب أو ذات زاوية قائمة على شكل حرف L



المستهلك الأول : المعدل الحدي للإحلال بين السلعتين ثابت (الميل ثابت) وبالتالي لا تخضع لفرضية تناقص المعدل الحدي للإحلال وهذا يعني أن هناك إحلالا آو تبادلا تاما بين السلعتين (substitut parfait)

المستهلك الثاني : بالنسبة له هناك نقطة وحيدة على كل منحني سواء يمكن أن يختارها، مثلا لو اختار المجموعة A فان أي كميات إضافية من إحدي السلعتين لن تعطي المستهلك أي إشباع إضافي.

- تفضيلات المستهلك (الثاني) التي يوضحها هذا النوع من المنحنيات لا تخضع لفرضية عدم الإشباع لان زيادة الاستهلاك من إحدى السلعتين لا تجعل المستهلك أفضل (النقطة D)
- للانتقال إلى منحني سواء أعلى لا بد من زيادة الكميات المستهلكة من السلعتين معا وبنفس النسبة وهذا يعني أن هناك تكاملا تاما بين السلعتين
- يلاحظ أيضا أن تفضيلات المستهلك في مثل هذه الحالة لا تخضع لفرضية تناقص المعدل الحدي للإحلال حيث يساوي ما لا نهاية في الجزء الراسي ويساوي صفرا في الجزء الأفقي.

إمكانيات المستهلك

- لقد بينت نظرية طلب المستهلك، على أن المستهلك يحاول توزيع دخله المخصص للاستهلاك على السلع والخدمات بهدف تحقيق أقصى قدر من الإشباع بحدود ذلك الدخل، وذلك من خلال الوصول إلى أعلى منحنى سواء والذي يمثل أقصى ما يمكن الوصول إليه من إشباع في حدود الدخل المتاح، حيث أن الدخل يتحكم بسلوك المستهلك ويمثل قدرة المستهلك على الطلب الفعلي.

- يهدف المستهلك إلى تحقيق أقصى إشباع وأكبر منفعة، ويعتمد تحديد الكميات التي تحقق للمستهلك أقصى إشباع على:
- -- إمكانات الفرد وقدرته المادية والمتمثلة بكل من الدخل النقدي للفرد المخصص للإنفاق على مختلف السلع والخدمات،
- -- أسعار السلع والخدمات التي يرغب الفرد في استهلاكها.
- و يتم التعبير عن إمكانات المستهلك بخط الدخل (أوخط الميزانية) والذي هو عبارة عن خط مستقيم ذو ميل سالب يساوي النسبة بين سعري السلعتين التي يرغب الفرد باستهلاكها(التمثيل البياني لمعادلة خط الميزانية).
- بما أن إمكانيات المستهلك تتحدد بالدخل والأسعار فإن إمكانات المستهلك تتغير بتغير الدخل والأسعار والذي سيتبعها تغير في الكميات المستهلكة من السلع والخدمات.

خط الدخل أو قيد الميزانية: Ligne budgétaire

- إذا أنفق المستهلك كل دخله على السلعة X دون أن يشتري أي وحدة من السلعة Y فانه يحصل على الكمية Qx من: $R = Q_x P_x + Q_y P_y$

$$Q_y = 0 \Rightarrow R = Q_x P_x \Rightarrow \quad Qx = \frac{R}{P_x}$$

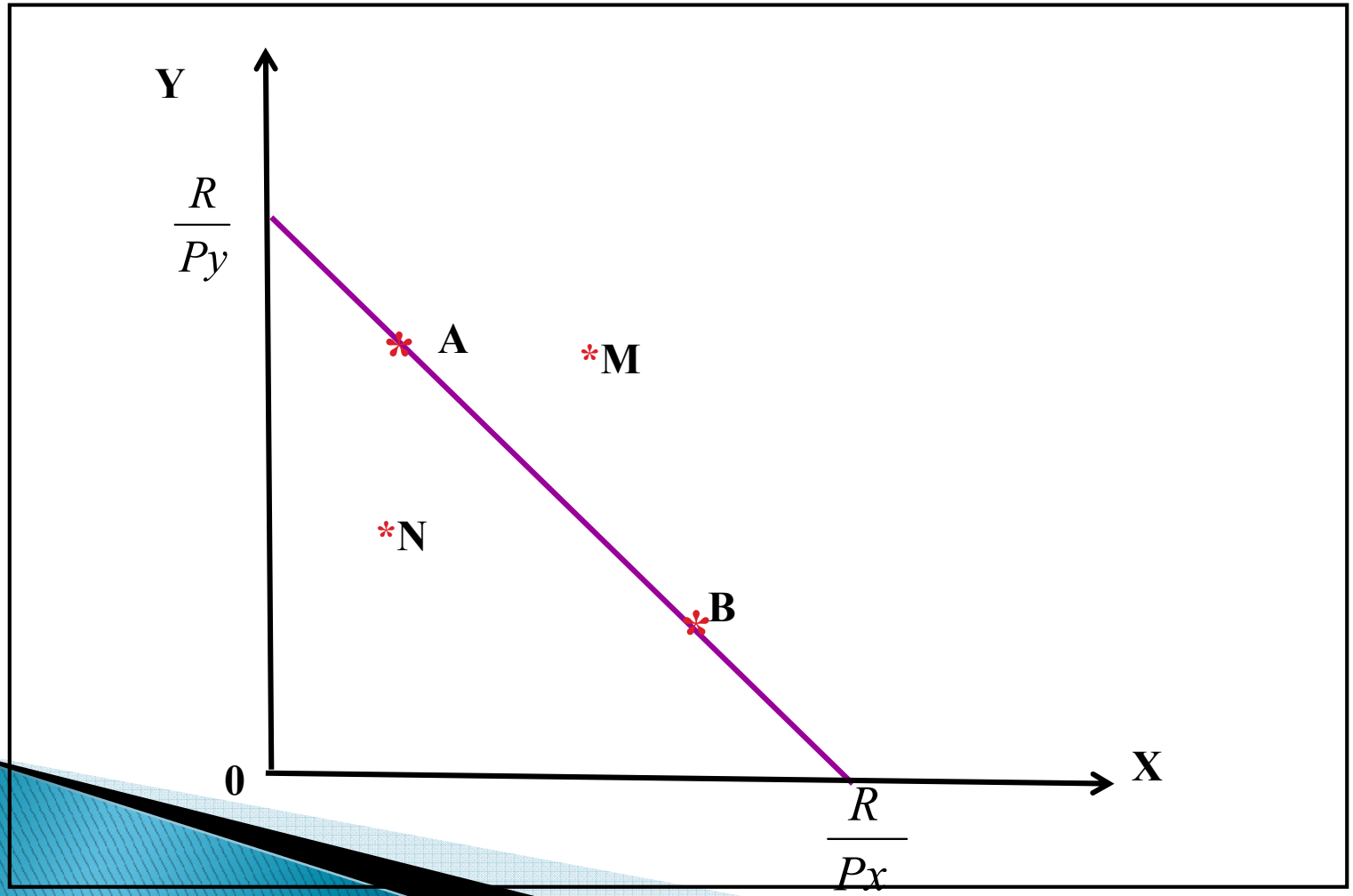
- وكذلك الأمر إذا أنفق كل دخله على السلعة Y دون أن يشتري أي وحدة واحدة من السلعة X فانه يحصل على كمية Qy من:

$$R = Q_x P_x + Q_y P_y \Rightarrow \quad Q_x = 0 \Rightarrow R = Q_y P_y \Rightarrow \quad Qy = \frac{R}{P_y}$$

- وبتوصيل هاتين النقطتين فإننا نحصل على خط مستقيم يمثل خط الميزانية، وهو يمثل أقصى ما يمكن الحصول عليه من السلعتين.
- يوضح خط الميزانية جميع المجموعات الممكنة من السلعتين التي يستطيع المستهلك شراءها بافتراض دخل نقدي معين وأسعار معينة للسلعتين.
- فالمستهلك لا يستطيع الحصول على أية نقطة خارج خط الميزانية مثل النقطة M لأن هذا يتطلب دخل أكبر من دخله، بينما أي نقطة داخل

خط الميزانية مثل النقطة N تعني أن المستهلك لا ينفق كامل دخله كما هو موضح في الشكل التالي:

خط الدخل (خط الميزانية) Ligne budgétaire



للحصول على ميل خط الميزانية نقوم بحل معادلة الميزانية كالآتي:

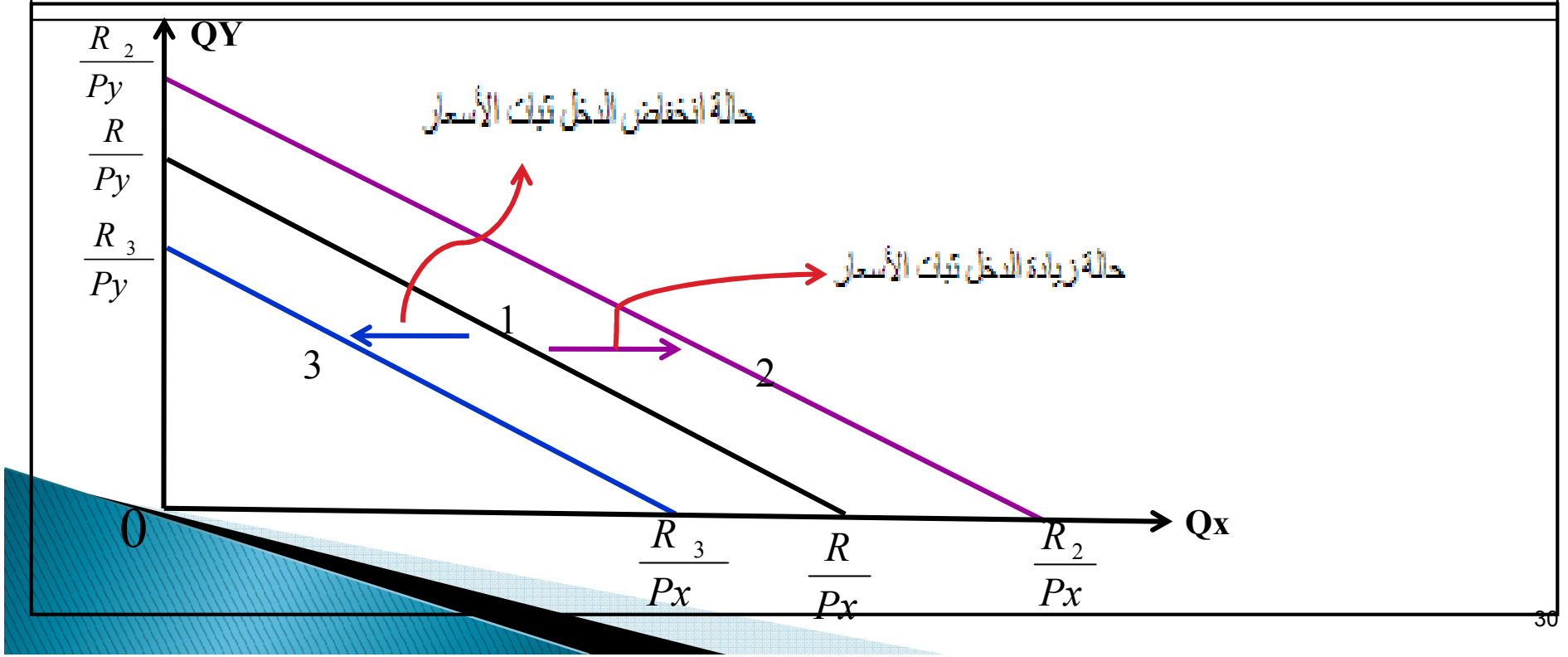
$$R = xPx + yPy \Rightarrow yPy = R - xPx$$

وبالتالي فإن: $$y = \frac{R - xPx}{Py} \Rightarrow y = \frac{R}{Py} - \frac{xPx}{Py}$$

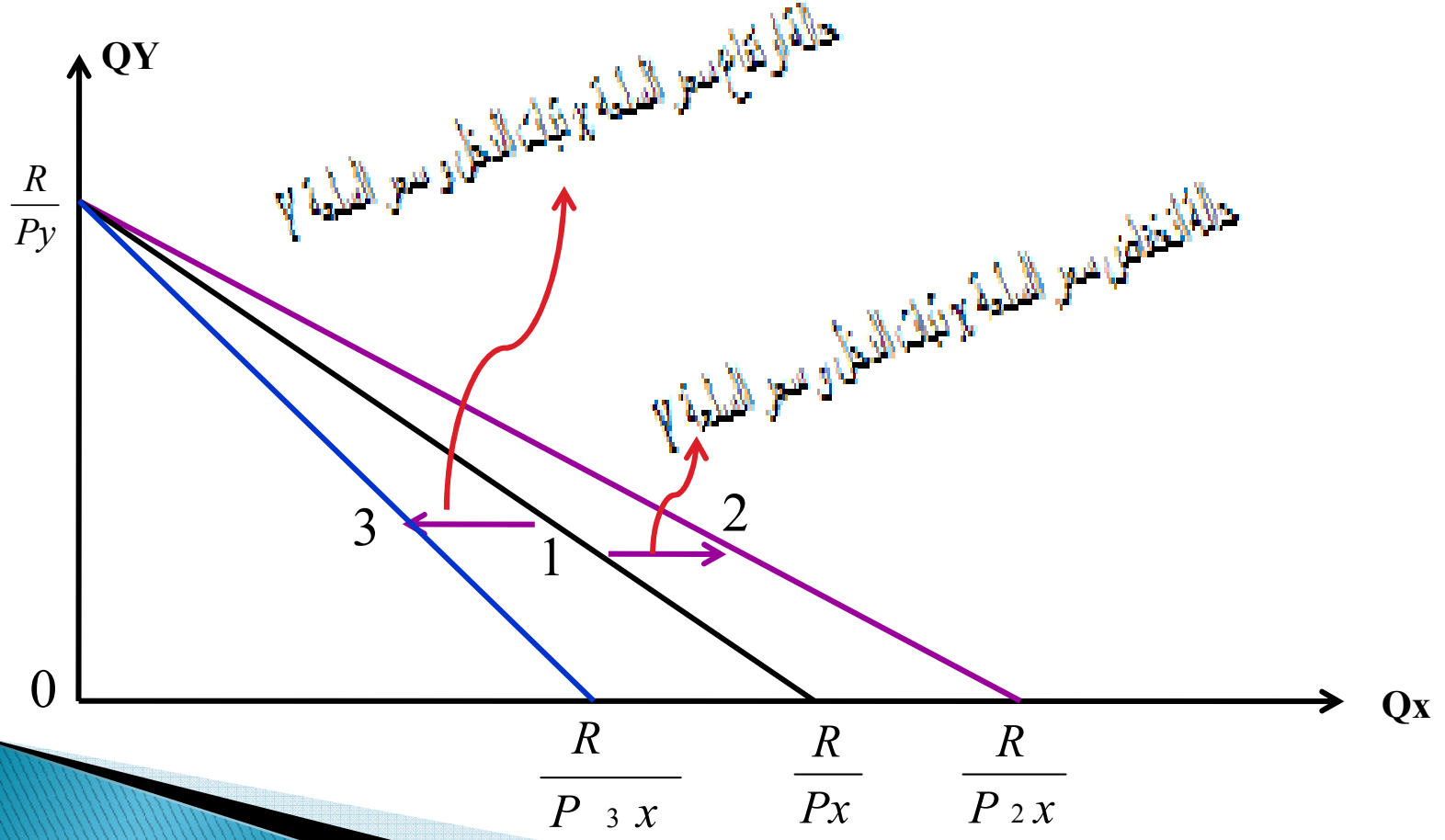
- ومن هذا نستنتج بأن ميل خط الميزانية هو: $$\frac{dy}{dx} = -\frac{Px}{Py}$$
- إذا ميل خط الميزانية هو النسبة بين سعري السلعتين، ومقدار هذا الميل يبين لنا المعدل الذي يمكن فيه استبدال أو إحلال السلعتين بدون أي تغيير في الدخل النقدي المنفق عليهما، بمعنى آخر كمية السلعة Y التي يجب أن يتخلى عنها المستهلك في سبيل الحصول على كميات إضافية من السلعة X.
- من كل هذا يمكن تعريف خط الميزانية: هو عبارة عن المحل الهندسي لكل التركيبات السلعية (من x و y) التي يستطيع المستهلك الحصول عليها عند قيامه بإنفاق كل دخله R

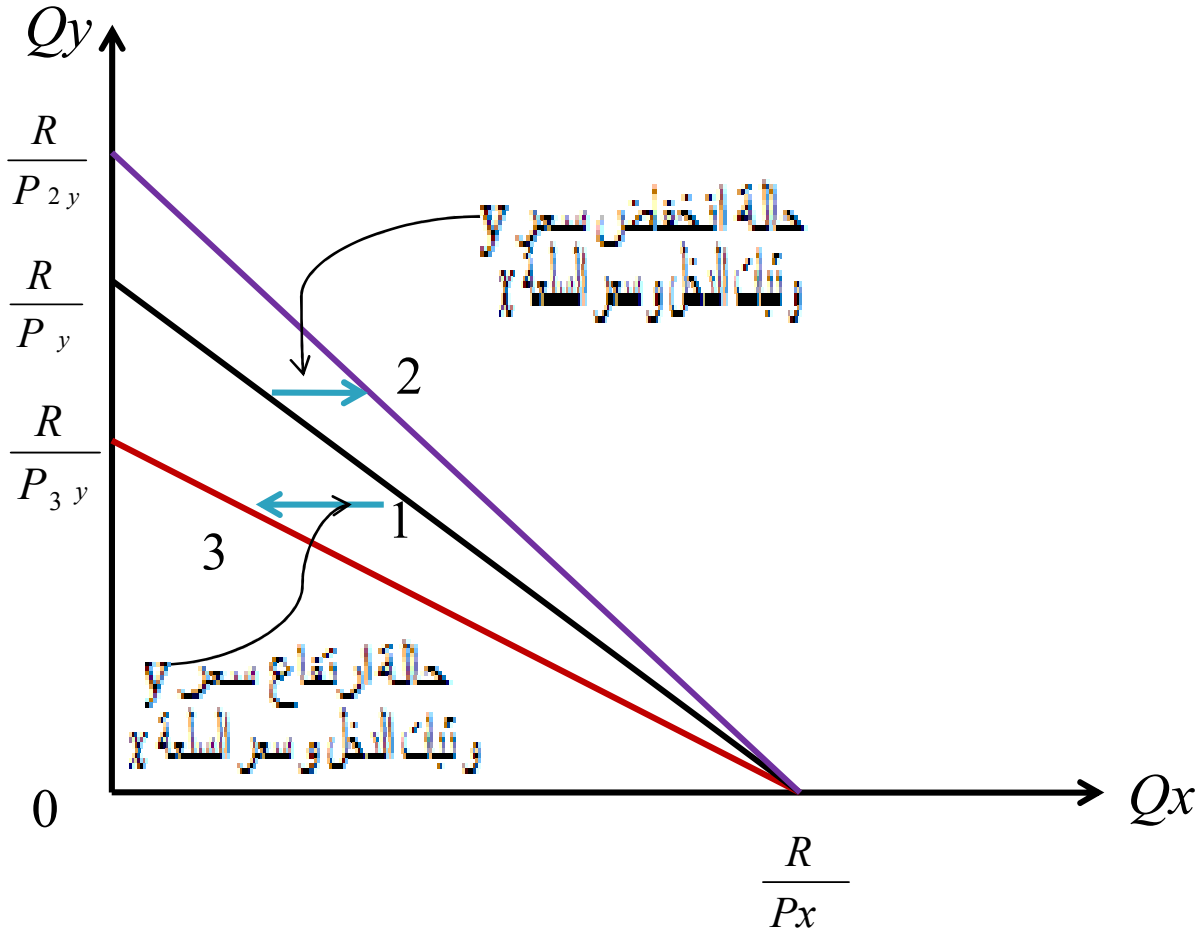
التغيرات في الدخل والأسعار: يعتبر السعر والدخل العاملان الرئيسيان المؤثرين والمحددين لخط الميزانية ولإمكانات المستهلك. التغيرات في الدخل والأسعار تؤدي إلى انتقال خط الميزانية.

تغير الدخل: إذا أرتفع الدخل من R إلى *R2* فان خط الميزانية ينتقل إلى أعلى ونحصل على كميات من السلعتين أكبر من قبل، أما إذا انخفض الدخل من *R* إلى *R3* فان خط الميزانية ينتقل إلى اليسار ونحصل على كميات أقل من السلعتين .



تغير السعر: إذا تغير سعر أحدى السلعتين مع ثبات سعر السلعة الأخرى وثبات دخل المستهلك، فان خط الميزانية ينتقل إلى اليمين أو اليسار من جهة السلعة التي تغير سعرها مع ثباته في نفس النقطة من جهة السلعة التي بقي سعرها ثابت .



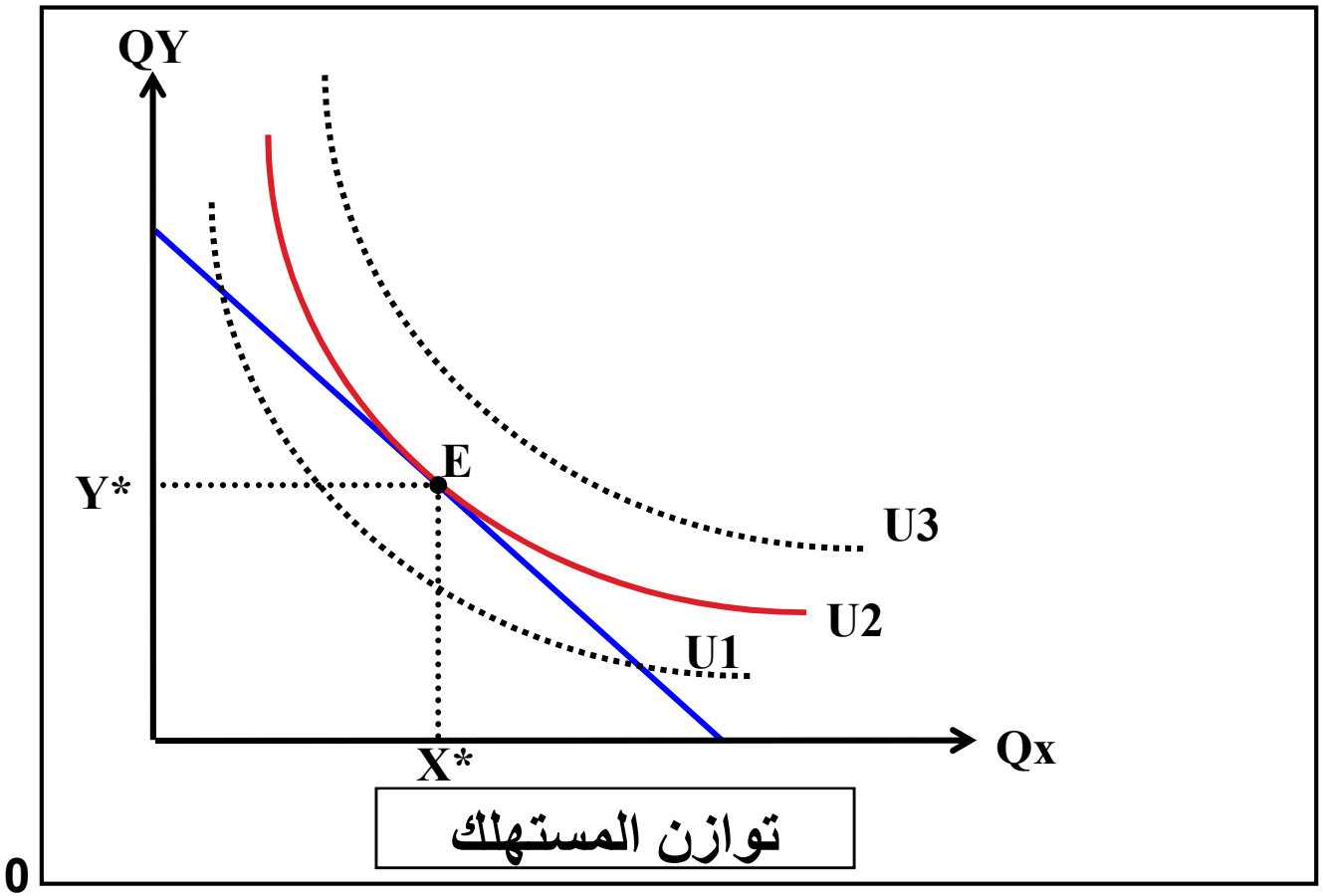

Qy
R/P2y
R/Py
R/P3y
حالة انخفاض سعر y
وثبات الدخل وسعر السلعة x
2
1
3
حالة ارتفاع سعر y
وثبات الدخل وسعر السلعة x
0
Qx
R/Px

L'équilibre du consommateur توازن المستهلك

اتضح مما سبق أن دخل المستهلك يبين قدرة هذا الأخير على شراء السلعتين x , y واتضح أيضاً أن منحنيات السواء تبين رغبة وتفضيل المستهلك.

- الفرضية الأساسية في توازن المستهلك هي أن يحاول المستهلك تحقيق أقصى منفعة ممكنة في حدود دخله، وانه سيختار أفضل مجموعة من السلعتين على منحنى السواء الذي يتطابق مع دخله.
- بيانياً نقطة التوازن تتحقق عند نقطة التماس بين أعلى منحنى سواء وخط الميزانية، والشكل التالي يبين هذه الحالة " حالة التوازن"

توازن المستهلك



- تمثل النقطة E توازن المستهلك حيث يتساوى عندها ميل خط الميزانية مع ميل منحنى السواء $U2$ وعندها يتحقق شرط التوازن وهو :

$$TMS_{xy} = \frac{P_X}{P_Y}$$

- أي أن:

$$\frac{Um_x}{Um_y} = \frac{P_X}{P_Y} \Rightarrow \frac{Um_x}{P_x} = \frac{Um_y}{P_y}$$

هذا هو الشرط الأول لتعظيم المنفعة (تساوي المنفعة الحدية للنقود)، أيضاً فان المستهلك في هذه النقطة يكون قد انفق كامل دخله ويتحقق بذلك الشرط الثاني وهو:

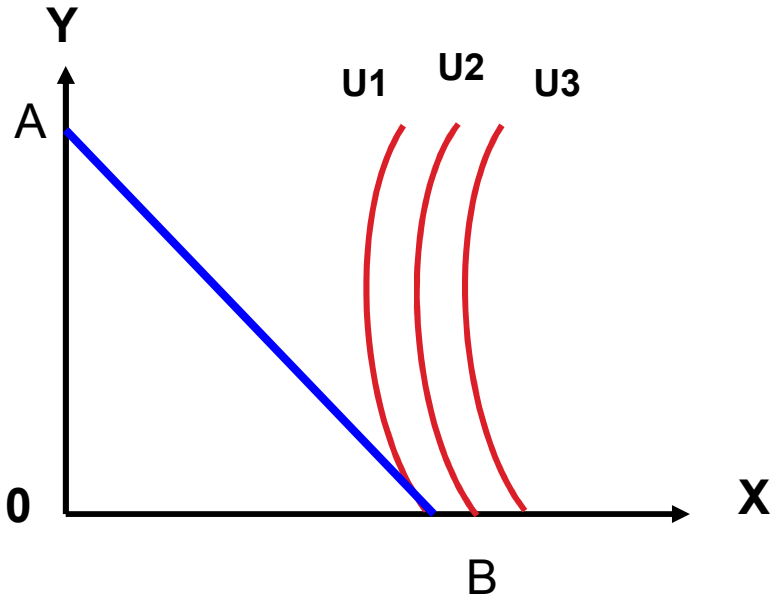
$$R = X \ .P_x + Y.P_y$$

وبذلك يكون المستهلك قد أنفق دخله بالكامل وحصل على أقصى منفعة في حدود دخله.

- هذه نفس النتيجة التي توصلنا إليها باستخدام الطريقة الكلاسيكية غير أن المنفعة هنا غير مقاسه.

ملاحظة:

- تجدر الإشارة إلى أنه قد يحدث أن يكون ميل منحني السواء أكبر من ميل خط الميزانية، وهذا يعني أن معدل الإحلال الحدي بين السلعتين X و Y أكبر من النسبة بين سعري السلعتين عند جميع المجموعات السلعية كما في الشكل التالي:



- في هذه الحالة يواجه المستهلك ما يعرف بالحل الركني (solution d'angle)، وعنده تكون المجموعة أو النقطة B هي الوحيدة التي تحقق التوازن وتعظم الإشباع، أي أن من مصلحة المستهلك أن ينفق جميع دخله على شراء السلعة X.
- العكس صحيح في حالة كون المعدل الحدي الإحلال أقل من النسبة بين سعري السلعتين عند جميع المجموعات السلعية، فإن المستهلك سيواجه أيضا حلا ركنيا عند النقطة A ويكون من مصلحته إنفاق جميع دخله على شراء السلعة Y.

- مما سبق - عرضه وبالتحديد أثناء دراستنا لسلوك المستهلك من خلال نظرية المنفعة الترتيبية - تعرفنا على المكونات الرئيسية الثلاثة لهذه النظرية :

- الأول: ويتمثل في تفضيلات المستهلك التي تعكس ما يرغبه أو يتمناه المستهلك من سلعتين وتم تمثيلها بيانيا باستخدام خريطة من منحنيات السواء
- والثاني: يتمثل في إمكانات المستهلك التي تعكس ما يقدر أو يستطيع شراءه من سلعتين، وتم تمثيلها بيانيا باستخدام خطوط (قيود) الدخل والميزانية، وكيفية تأثير التغيرات في أسعار السلع ومستويات الدخل على هذه الخطوط (خطوط الدخل أو الميزانية).
- والمكون الثالث: لهذه النظرية يتمثل في خيارات المستهلك التوازنية، وهذه تم تحديدها بالجمع بين تفضيلات المستهلك (ما يرغبه أو يتمناه) مع إمكانيات المستهلك (ما يستطيع الحصول عليه)، ووضحت تلك الخيارات المجموعات المختلفة من السلع التي سوف يختارها أو يشتريها المستهلك، حتى يحصل المستهلك على أقصى إشباع او منفعة

ممكنة في حدود دخله، **الوضع التوازني** (أي المجموعات الاستهلاكية المثلى).

- تعتبر هذه المكونات الثلاثة لنظرية سلوك المستهلك أنها الأدوات التحليلية الأساسية في دراسة وتحليل نظرية طلب المستهلك،
- **والآن يمكن أن نطور ذلك التحليل لمعرفة كيف تؤثر تلك التغيرات في الأسعار والدخل على الأوضاع التوازنية للمستهلك أو قرارات الشراء المثلى للسلع المختلفة ،**
- **بالتالي سوف نحصل على بعض العلاقات التي تلخص لنا كيف يتغير طلب المستهلك مع تغير كل من سعر السلعة والدخل إلى غير ذلك من العلاقات الأخرى.**

أولا : أثر التغيرات في الأسعار والدخل:

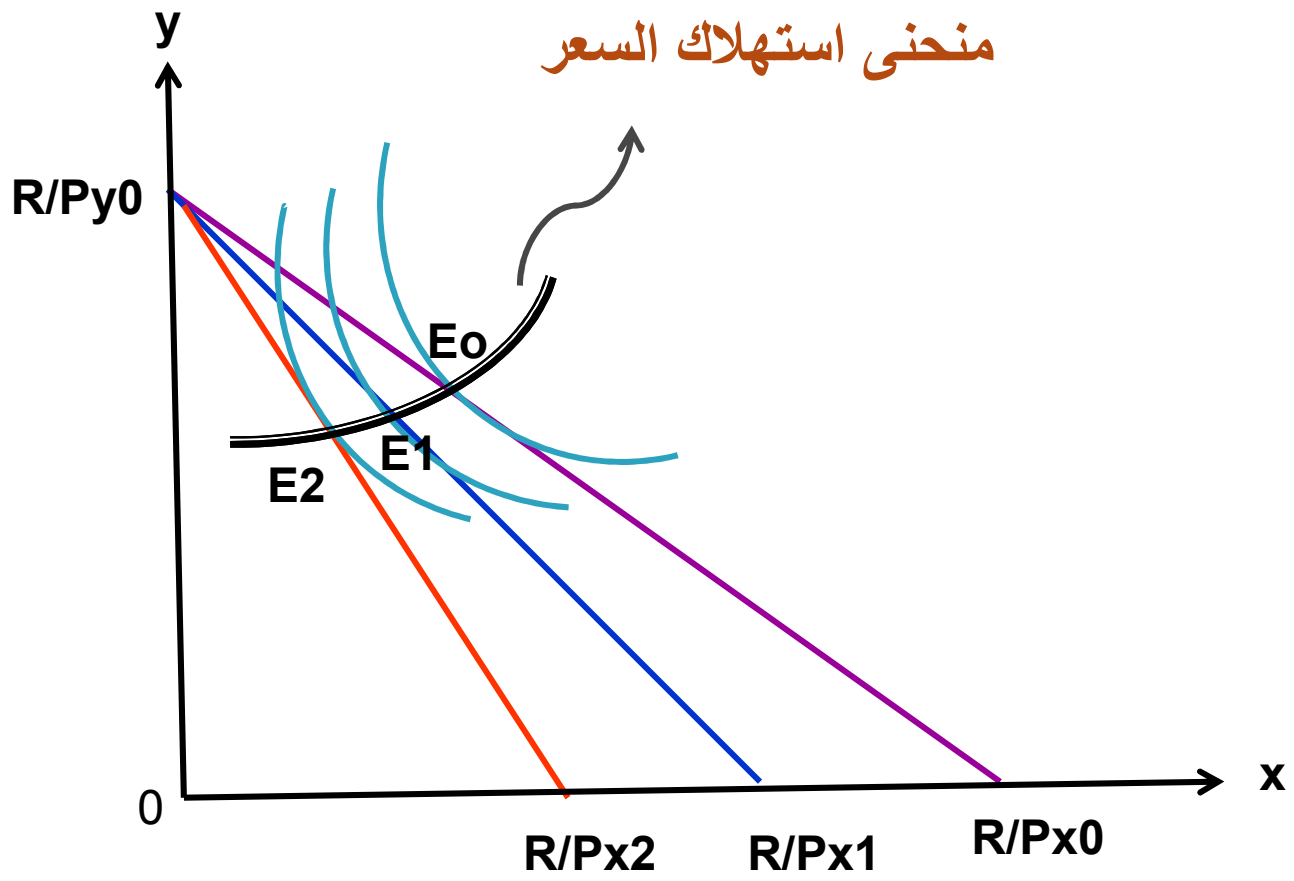
1. *منحنى استهلاك السعر*

- يمكن تعريف منحنى استهلاك السعر بأنة الخط (المنحنى)الذي يصل بين المجموعات المختلفة من أي سلعتين (x و Yمثلا) التي سيقوم المستهلك بشرائها عند الأسعار المختلفة للسلعة (X) بافتراض ثبات الدخل وثبات سعر السلعة الأخرى (Y).
- ولتوضيح ذلك بيانيا نفترض أن هناك مستهلكا يحقق التوازن عند الوضع E0 (كما هو موضح بالشكل أدناه) ومن ثم حدث ارتفاع في سعر السلعة X من (PX0)إلى (PX1) مع بقاء كل من سعر السلعة (Y) والدخل النقدي للمستهلك ثابتين، فسيؤدي ذلك إلى تحرك خط الدخل على اليسار باتجاه السلعة (x) ومن ثم فان المستهلك سينتقل إلى وضع توازني جديد هو E1

☜وبافتراض أن السعر ارتفع مرة أخرى إلى PX2 فإن ذلك سيدفع المستهلك للانتقال إلى وضع توازني آخر هو E2وهكذا،

☜إن الخط الذي يصل بين نقاط التوازن المذكورة أعلاه هو ما يسمى بمنحنى استهلاك السعر، وحيث أن هذا المنحنى يمكن اشتقاقه بافتراض مستويات مختلفة من الأسعار لسلعه ما وثبات الدخل وأسعار السلعة الأخرى، لذلك فإن الحركة من نقطة إلى أخرى على نفس المنحنى تمثل ما يعرف **بالأثر السعري (أثر السعر)** .

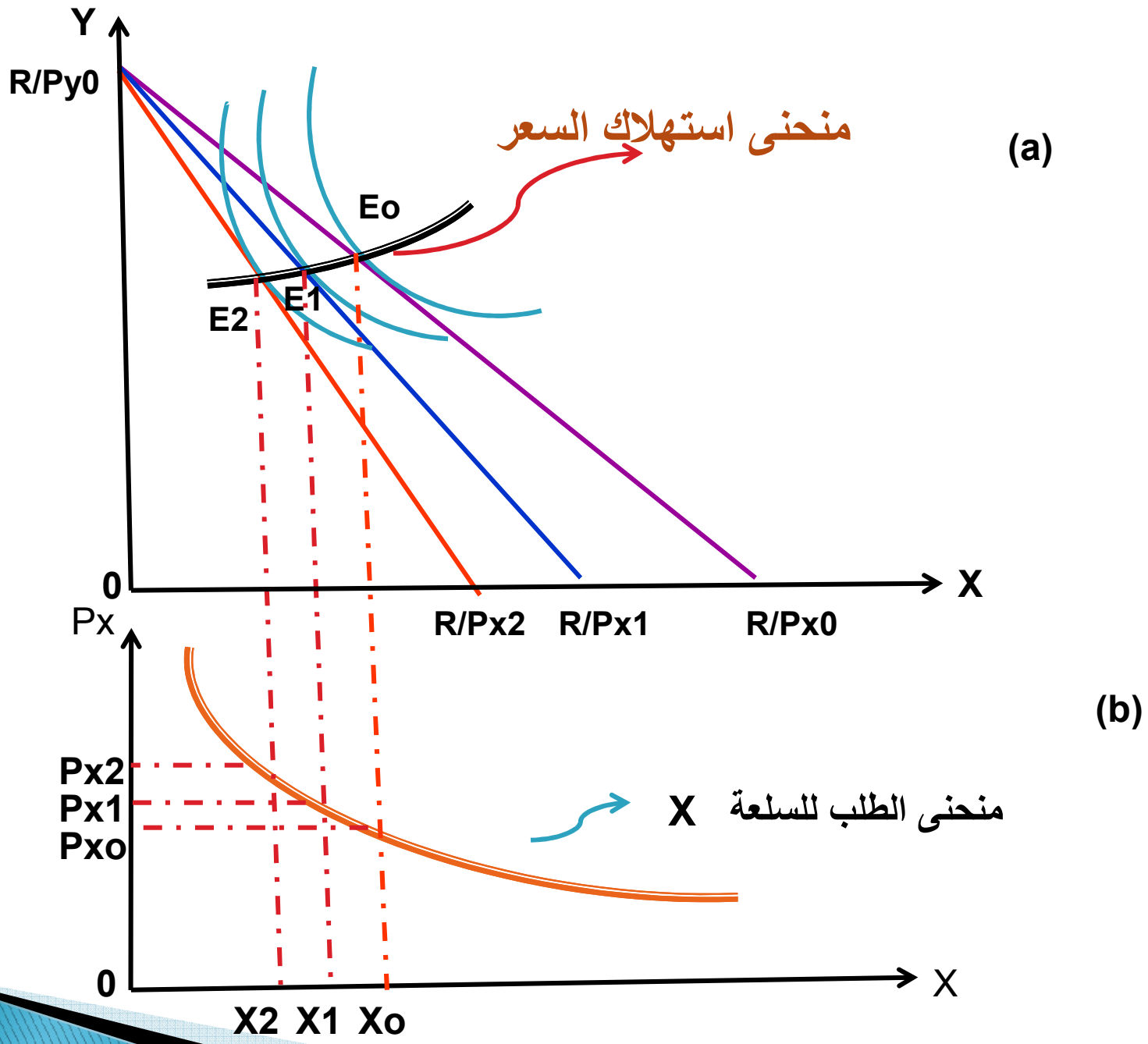
Courbe de consommation Prix



2. منحنى طلب المستهلك

- ✓ باستخدام منحنى استهلاك السعريمكننا اشتقاق منحنى الطلب العادي للسلعة (x) والذي يوضح الكميات المختلفة من السلعة X التي سيشتريها المستهلك عند الأسعار المختلفة، وذلك بافتراض بقاء العوامل أو ظروف الطلب الأخرى ثابتة (ومن ضمنها الدخل وسعر السلعة y)،
- ✓ ويوضح الرسم (a) في الشكل التالي أنه عندما يكون سعر السلعة x مساويا Px0 فإن الوضع التوازني للمستهلك سيكون عند النقطة E0 وبالتالي فإن المستهلك سيشتري الكمية X0 ، وعندما يرتفع السعر إلى PX1 فإن الوضع التوازني الجديد سيكون عند E1 وعلية فإن المستهلك سيشتري كمية أقل من السلعة X وليكن X1. وهكذا.

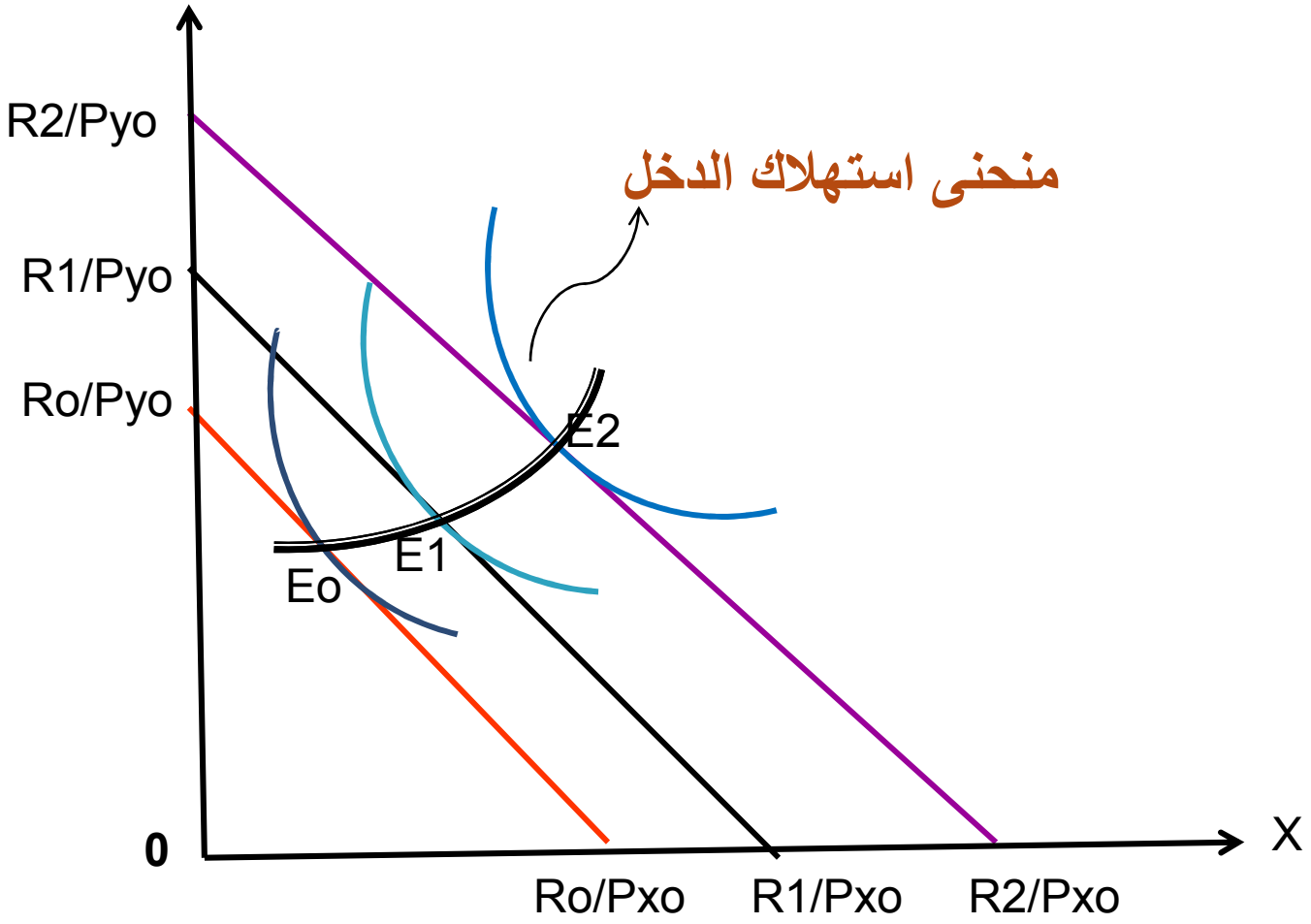
- وبرسم هذه العلاقة بين سعر السلعة X والكمية المطلوبة منها نحصل على منحنى الطلب العادي للسلعة X وذلك كما يوضح الرسم (b) في الشكل، حيث يمثل المحور الرأسي سعر السلعة X والمحور الأفقي الكمية المطلوبة منها، ويتبين من الرسم أن هناك علاقة عكسية بين سعر السلعة و الكمية المطلوبة منها ، فعندما يرتفع سعر السلعة تقل الكمية المطلوبة والعكس.


Y
R/Py0
منحنى استهلاك السعر
(a)
Eo
E1
E2
0
X
R/Px2
R/Px1
R/Px0
Px
(b)
Px2
Px1
Pxo
منحنى الطلب للسلعة X
0
X
X2 X1 Xo

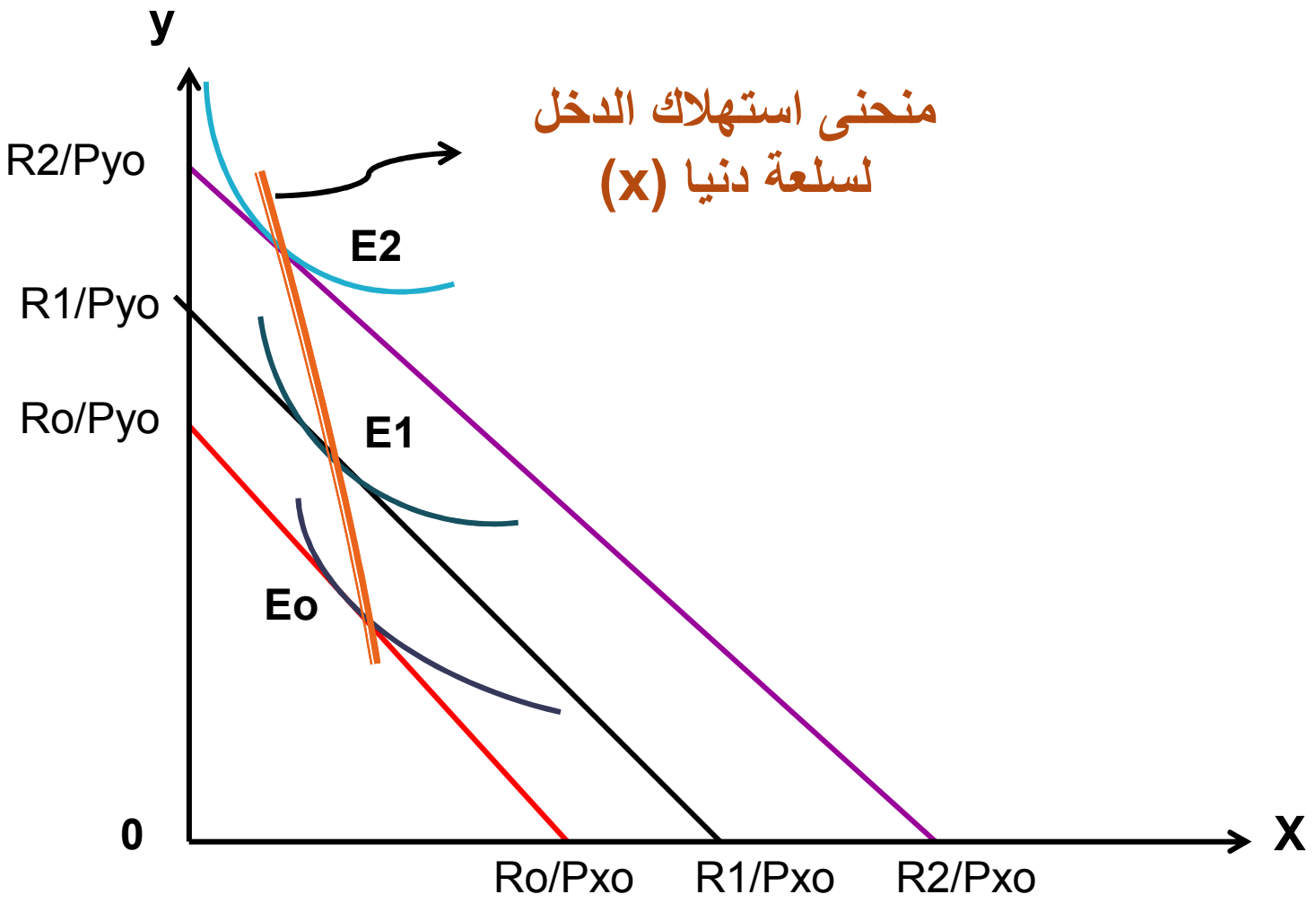
3. منحنى استهلاك الدخل:

- يمكن تعريف منحنى استهلاك الدخل بأنه الخط الذي يصل بين المجموعات المختلفة من أي سلعتين (X، Y) التي سيقوم المستهلك بشرائها عند المستويات المختلفة للدخل النقدي وذلك بفرض ثبات أسعار هاتين السلعتين.(منحنى استهلاك الدخل، هو عبارة عن المحل الهندسي لمجموع النقاط التي يتحقق عندها توازن المستهلك، والمقابلة لمختلف مستويات الدخل، عند افتراض ثبات كل العوامل الأخرى بما فيها أسعار السلعتين x وy).
- ولتوضيح ذلك بيانيا نفترض أن الوضع التوازني الذي بحقيق أقصى أشباع للمستهلك هو عند نقطة التماس E0 كما في الشكل التالي وذلك عند مستوى الدخل R0 والأسعار (Px0) و(PY0) لكل من السلعتين (x) و(Y) على الترتيب ، وبافتراض حدوث زيادة في دخل المستهلك إلى R1 مع ثبات أسعار كلا السلعتين ، فإن ذلك سيؤدي إلى انتقال خط دخل المستهلك إلى اليمين بميل يساوي ميل الخط القديم وبناء علية سينتقل المستهلك إلى وضع توازني جديد هو E1

- وبافتراض زيادة الدخل مره أخرى تحت نفس الظروف (ثبات الأسعار) فإن المستهلك سيصبح عند الوضع التوازني E2 وهكذا....
- وعلية فأنة سيكون لدينا ثلاثة خطوط دخل (ميزانية) متوازية، وثلاث نقاط تماس (توازن) هي E0، E1،E2 وكل هذه النقاط توضح مجموع السلع (X وY) التي سوف يختارها المستهلك لتعظيم منفعته عند مستويات الدخل المختلفة،
- إن الخط الذي يصل بين نقاط التوازن المذكورة أعلاه يسمى منحنى استهلاك الدخل، حيث أن المنحنى يتم اشتقاقه بافتراض مستويات مختلفة من الدخل وثبات أسعار جميع السلع ، لذلك فلن الحركة من نقطة إلى أخرى على هذا المنحنى تمثل ما يعرف (**بأثر الدخل**) أو الأثر الدخلي.

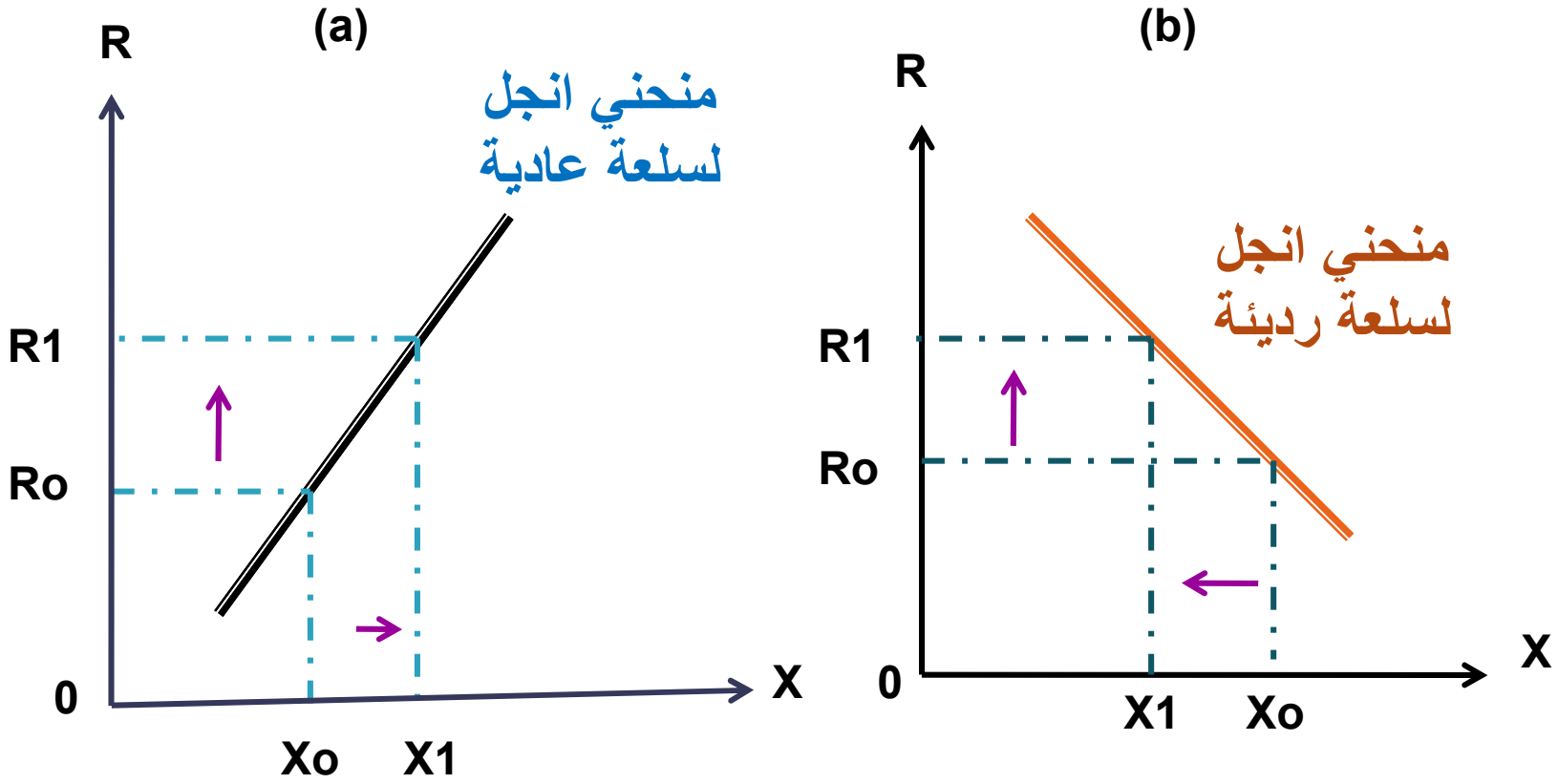

منحنى استهلاك الدخل
R2/Pyo
R1/Pyo
Ro/Pyo
E2
E1
Eo
0
X
Ro/Pxo
R1/Pxo
R2/Pxo

- يوضح الشكل السابق إن منحنى استهلاك الدخل يمثل علاقة طردية بين الدخل والكميات المشتراة من السلعتين وذلك لكون المنحنى ذا ميل موجب، إن هذه العلاقة بين الدخل والكميات المشتراة من السلعة (X) مثلا تعنى أنه كلما ارتفعت مستويات الدخل زادت الكميات المشتراة من السلعة والعكس صحيح
- وعلية فإن السلعة أو السلع التي تتمتع بهذه الخاصية تسمى بالسلع العادية، وهي السلع التي يزيد الطلب عليها والكمية المشتراة منها عندما يزيد دخل المستهلك.
- ومن ناحية أخرى فإن منحنى استهلاك الدخل قد يكون ذا ميل سالب كما يوضحه الرسم في الشكل (التالي)، وهذا يعني أن هناك علاقة عكسية بين الدخل والكمية المشتراة من إحدى السلعتين (X) مثلا، وعلية فإن السلع التي تتمتع بهذه الخاصية تسمى السلع الرديئة، أو الدنيا وقد سبقت الإشارة إليها وهي السلع التي يقل الطلب عليها أو الكمية المشتراة منها عندما يزيد دخل المستهلك.


y
منحنى استهلاك الدخل
لسلعة دنيا (x)
R2/Pyo
E2
R1/Pyo
Ro/Pyo
E1
Eo
0
X
Ro/Pxo
R1/Pxo
R2/Pxo

4. منحنى أنجل (courbe d'Engel):

- يوضح هذا المنحنى العلاقة بين مستويات الدخل المختلفة والكميات المطلوبة من سلعة معينة عند ثبات السعر، ويبين الرسم(a) في الشكل (التالي) أنه عندما تكون السلعة عادية فإن المستهلك يشتري الكمية (X0) عند مستوى الدخل(R0) وعندما يزيد دخلة إلى(R1) فأنة سيشتري كمية أكبر(X1)، وعندما يكون مستوى الدخل(R2) فأنة سيشتري الكمية (X2) وهكذا.
- من ذلك نستنتج أن المنحنى الذي يربط بين مستويات الدخل المختلفة و الكميات المطلوبة من السلعة (x) وهو ما يعرف بمنحنى أنجل سيكون ذا ميل موجب وذلك لأن السلعة عادية، ولكن قد يحدث أن تكون السلعة (x) دنيا وبالتالي فإن منحنى أنجل يكون ذا ميل سالب لأن الكمية المشتراة من السلعة سوف تقل مع زيادة الدخل، وهذا ما يوضحه الرسم(b) في الشكل.
- أخيرا لاحظ أنة قد يحدث التحرك على نفس المنحنى نتيجة لتغير الدخل، وقد يحدث انتقال للمنحنى لليمين أو اليسار نتيجة تغير عوامل أخرى مثل أسعار السلع أو تفضيلات الاستهلاك.


(a)
R
منحني انجل
لسلعة عادية
R1
Ro
0
X
Xo
X1
(b)
R
منحني انجل
لسلعة رديئة
R1
Ro
0
X
X1
Xo

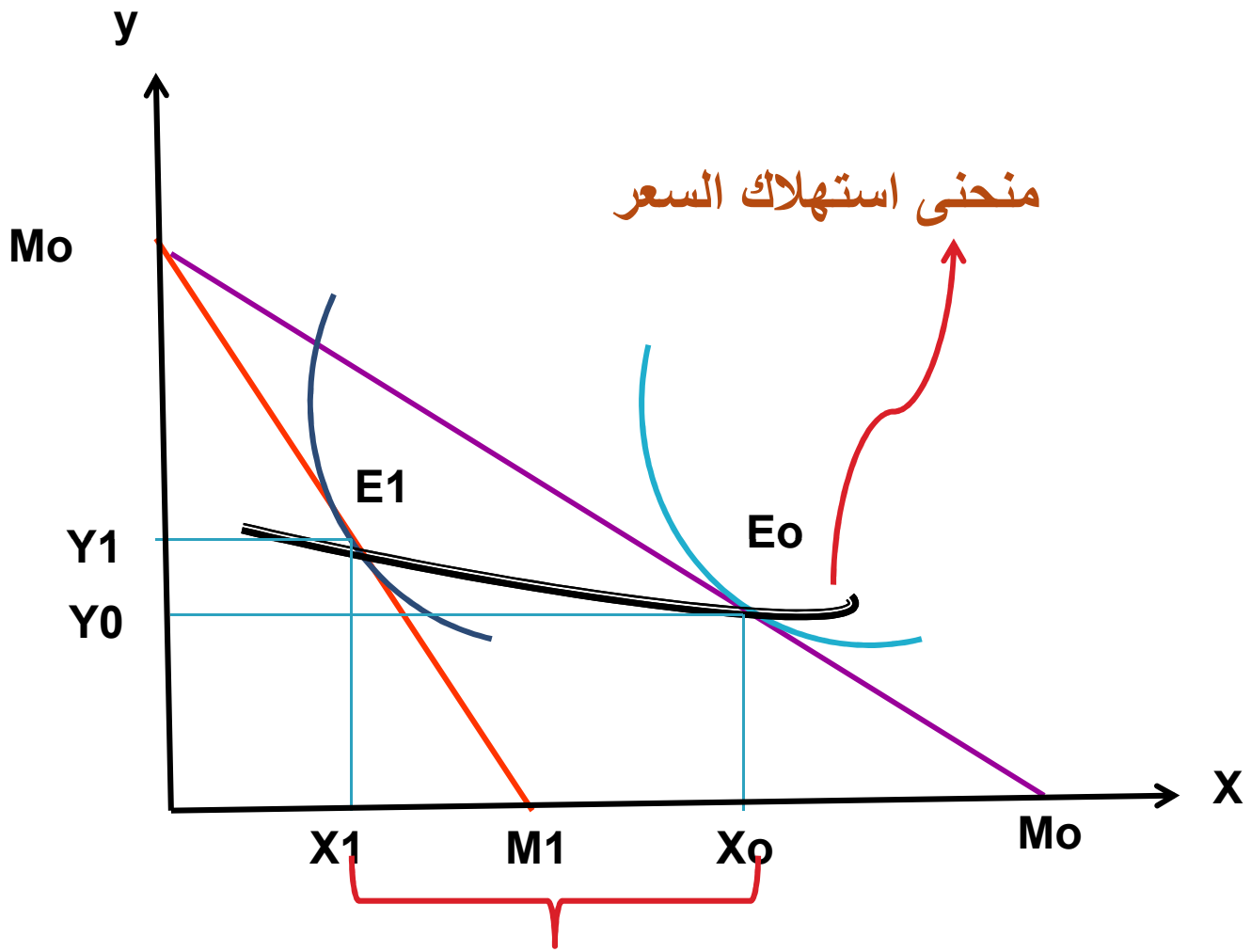
تحليل مكونات أثر السعر (الأثر السعري) (L'effet du prix)

- عند اشتقاق منحنى استهلاك السعر تم ذكر أن أثر السعر يتمثل بالحركة من نقطة إلى أخرى على ذلك المنحنى، وتم تعليل ذلك بكون أن اشتقاق منحنى استهلاك السعر تم بتغيير سعر سلعة ما وتثبيت الدخل النقدي وأسعار السلع الأخرى.
- وعليه يمكن القول أن أثر السعر يوضح لنا إجمالي الأثر الذي يحدث نتيجة تغيير سعر سلعة ما على الكمية المطلوبة أو المشتراة من هذه السلعة عند التوازن، وذلك بافتراض ثبات الدخل النقدي وسعر السلعة أو السلع لأخرى
- ويعتبر أثر السعر هو الأساس الذي تقوم علية عملية اشتقاق منحنى طلب المستهلك الفرد في نظرية سلوك المستهلك.

- عادة ما يتم تجزئة أثر السعر أو أثر تغير سعر سلعة ما على الكمية المطلوبة منها إلى أثرين مختلفين هما أثر الإحلال وأثر الدخل.
- فمثلا عندما يرتفع سعر سلعة ما وذلك بفرض ثبات سعر السلة الأخرى والدخل النقدي فان المستهلك عادة ما يقوم بشراء كمية أقل من السلعة التي أصبحت غالية الثمن وذلك لسببين:

1. أن المستهلك سيقوم باستبدال أو إحلال سلع أخرى محل هذه السلعة لأن تلك السلع الأخرى أصبحت رخيصة نسبيا في نظره (على الرغم أن سعرها لم يتغير) وهذا ما يعرف **بأثر الإحلال**.
2. أن المستهلك عندما يرتفع سعر السلعة وبافتراض ثبات العوامل الأخرى فإن القوة الشرائية لدخل المستهلك أو الدخل الحقيقي له سوف ينخفض، وبافتراض أن السلعة عادية فإن ذلك سيدفع بالمستهلك إلى التقليل من استهلاكه لهذه السلعة وهذا ما يعرف **بأثر الدخل**

- وحتى نتعرف على أثر السعر وكيف يمكن الحصول عليه بيانيا سنفرض أن هناك سلعتين Xو Y ،وأن سعر السلعة الأولي (Px0) ،وسعر السلعة الثانية (PYO) ، ودخل المستهلك الأصلي يبلغ (R0) وعلية فان خط دخل المستهلك يتمثل في الخط (RO,RO) كما في الشكل (التالي)، ووضع التوازن الأصلي للمستهلك يتمثل في نقطة مماس خط الدخل مع منحنى السواء U وذلك عند النقطة E0 حيث الكميات التوازنية بالنسبة للمستهلك هي (XOوYO).
- والآن افترض حدوث ارتفاع في سعر السلعة X ليصبح Px1 (الدخل وسعر السلعة الأخرى ثابتان لم يتغيرا)، هذا سيؤدي إلى انتقال خط الدخل من جهة السلعة X التي تغير سعرها لنحصل على خط دخل جديد يتمثل في (R1,RO) وتكون الكميات التوازنية الجديدة (X1Y1).
- لاحظ أنه في البداية كانت النقطة المثلي التي تحقق التوازن للمستهلك هي (E0) على منحنى السواء (U)،
- ولكن بعد الارتفاع في سعر السلعة (X) أصبحت النقطة المثلى التي تحقق التوازن هي (E1) وذلك على منحنى السواء (U1) لهذا فان الأثر الكلي (السعري) نتيجة لتغيير سعر السلعة (X) يتمثل في الحركة من الوضع (E0) إلى (E1) على منحنى استهلاك السعر، أو التغيير في الكمية المطلوبة للسلعة من XO إلى X1 .


y
منحنى استهلاك السعر
Mo
E1
Eo
Y1
Y0
X
X1
M1
Xo
Mo
أثر السعر (الأثرالكلي)

أثر كل من الدخل والإحلال نظريا

إن تغيير سعر سلعة ما بالارتفاع أو الانخفاض سوف يؤثر على قرارات الشراء بالنسبة للمستهلك من هذه السلعة وذلك لسببين:

A/ إن تغير سعر السلعة سيجعلها في نظر المستهلك إما أكثر أو أقل جاذبية، ففي حالة ارتفاع سعرها فإن ذلك سيدفع بالمستهلك إلى العزوف عنها، وبالمقابل يزيد من استهلاك السلع الأخرى وهذا يعني أنه سوف يحل السلع الأخرى التي أصبحت الآن رخيصة نسبيا في نظره محل هذه السلعة، أما في حالة انخفاض سعرها فإن ذلك سيشجع المستهلك على الإقبال عليها، وبالتالي فأنه سيفكر في استخدام كميات أكبر من هذه السلعة على حساب السلع الأخرى، وهذا يعني أنه سيوف يحل هذه السلعة مكان سلعة أخرى أصبحت غالية نسبينا في نظره.

- نخلص من ذلك أنه في حالة تغيير سعر السلعة فأنه سيكون هناك عملية إحلال لهذه السلعة بدلا من سلع أخرى في حالة انخفاض سعرها ،أو إحلال سلع أخرى محل السلعة الأصلية في حالة ارتفاع سعرها ،ولذلك يسمى التغيير في الكمية المطلوبة الناتج عن ذلك بأثر الإحلال (L'Effet de substitution).
- فلو افترضنا أن هناك شخصا يستهلك سلعتين فقط هما Xو Y وأنه حصل ارتفاع في سعر السلعة (X) إن ذلك سيؤدي إلى أن يقلل المستهلك استهلاكه من السلعة (X) ويزيد استهلاكه من السلعة الأخرى (Y) التي أصبحت في نظره رخيصة نسبينا وهذا هو أثر الإحلال .
- ويلاحظ أن أثر الإحلال دائما سالب فهو يتحرك في اتجاه معاكس لحركة السعر، وهذا يعني أنة يمثل علاقة عكسية بين سعر السلعة والكمية المطلوبة منها، ففي حالة ارتفاع السعر فإن الكمية المطلوبة تنخفض وفي حالة انخفاض السعر فإن الكمية المطلوبة تزيد.

B/ إن تغير سعر السلعة سيؤدي إلى تغير القوة الشرائية لدخل المستهلك أو بمعنى أخر إلى تغير دخله الحقيقي.

- ففي حالة ارتفاع سعر السلعة فإن ذلك سيقلل من القوة الشرائية لدخل المستهلك، أو يقلل من دخله الحقيقي، فعلى الرغم من أن الدخل النقدي (أو مقدار النقود التي يمتلكها) لم يتغير فإن الكمية التي تستطيع هذه النقود شراءها من السلعة قد انخفضت، وفي حالة انخفاض سعرها فإن ذلك سيزيد من قوة دخله الشرائية أو يزيد من دخله الحقيقي وهذا ما يسمى بأثر الدخل (L'effet de revenu).
- وباستخدام نفس مثال السلعتين السابق فان ارتفاع سعر السلعة X سوف يقلل من قوة دخل المستهلك الشرائية، وبالتالي سيدفع المستهلك إلى أن يقلل استهلاكه منها وذلك لأن دخله الحقيقي قد انخفض نتيجة لارتفاع سعرها حيث أن عدد الوحدات من السلعة X التي يستطيع دخله شراءها من هذه السلعة أصبح أقل مما كان عليه.

- إن أثر الدخل يعتمد على نوع السلعة محل الدارسة، فإذا كانت السلعة عادية فإن ذلك يعني أن هناك علاقة طرديه بين الكميات المطلوبة من السلعة ومستوى الدخل، فارتفاع سعر السلعة مثلا سيؤدي إلى انخفاض الدخل الحقيقي للمستهلك وبالتالي ستقل الكمية المطلوبة من السلعة (لأن السلعة عادية) والعكس صحيح في حالة انخفاض سعر السلعة، لذلك فإن أثر الدخل سيكون سالبا في حالة السلعة العادية، ونقول هنا أن أثر الدخل سالب لأننا نربط بين اتجاه السعر(ارتفاع مثلا) وأثر ذلك على الكمية المطلوبة (انخفاض) من خلال التأثير على الدخل،
- أما إذا كانت السلعة رديئة فإن هذا يعني أن هناك علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة من السلعة ومستوى الدخل، وبالتالي فإن أثر الدخل سوف يكون موجبا بالنسبة للسلعة الرديئة، فارتفاع سعر السلعة مثلا سيؤدي إلى انخفاض الدخل الحقيقي للمستهلك وبالتالي ستزيد الكمية المطلوبة من السلعة (لأن **السلعة رديئة**) والعكس صحيح في حالة انخفاض سعر السلعة.

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

- مما سبق توضيحه يتبين لنا أنه عندما يتغير سعر سلعة ما فإن ذلك سيؤدي إلى تغيير الكمية المطلوبة من السلعة، وذلك بفعل كل من التأثيرين السابقين :**أثر الإحلال وأثر الدخل** ،ومجموع هذين التأثيرين هو ما اصطلح على تسميته بالأثر الكلي أو الأثر السعري (وذلك لأنه ناتج عن تغيير سعر السلعة).
- ففي حالة السلعة العادية فإن كل من أثر الإحلال وأثر الدخل يعمل في نفس الاتجاه فعند ارتفاع سعر السلعة فإن كلا الأثرين يعمل على تخفيض الكمية المطلوبة من السلعة، وبالتالي فإن الأثر الكلي (السعري) لارتفاع السعر هو تخفيض الكمية المطلوبة من السلعة، وعند انخفاض سعر السلعة فإن كلا الأثرين يعمل على زيادة الكمية المطلوبة، وبالتالي فإن الأثر الكلي (السعري) ينتج عنة زيادة الكمية المطلوبة من السلعة.

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

- أما في حالة **السلعة الرديئة** ، فإن كلا من أثر الإحلال وأثر الدخل يعمل في اتجاهين متعاكسين ، فمثلا عند ارتفاع سعر السلعة فإن أثر ألإحلال يعمل كما ذكرنا على تخفيض الكمية المطلوبة من السلعة بينما يعمل أثر الدخل على زيادة الكمية المطلوبة منها (لأن الدخل الحقيقي انخفض والسلعة رديئة) والأثر الكلي (السعري) يعتمد على أي من هذين الأثرين يتغلب على الأخر :
  - فإذا كان أثر الإحلال السالب أكبر من أثر الدخل الموجب فإن الأثر الكلي سيكون انخفاض الكمية المطلوبة من السلعة ،
  - أما إذا كان أثر الدخل الموجب أكبر من أثر الإحلال السالب فإن الأثر الكلي سيكون زيادة الكمية المطلوبة من السلعة.

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

- في الحالة الأخيرة نلاحظ أن الأثر الكلي لارتفاع سعر السلعة أدى إلى زيادة الكمية المطلوبة منها ويعرف هذا النوع من السلع باسم **سلع جيفن** (Giffin Goods) أو (Biens de Giffin)
- وهي حالة خاصة من السلع الرديئة يكون فيها ارتفاع سعر السلعة قد أدى إلى انخفاض القوى الشرائية لدخل المستهلك أو الدخل الحقيقي بشكل كبير جدا مما يدفع المستهلك إلى زيادة الاستهلاك من السلعة الرديئة.
- لذلك يمكن القول أن التفرقة بين السلع الرديئة وسلع جفن يمكن ومعرفته من خلال اثر الإحلال واثر الدخل وأيهما يتغلب على الأخر

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

- يمكن تلخيص الحالات السابقة لكل من الأثر السعري واثر الإحلال واثر الدخل في الجدول التالي:

اتجاه السعر	ارتفاع السعر(p)			انخفاض السعر(p)		
نوع السلعة / الاثر	عادية	رديئة وليست من نوع جفن	رديئة من نوع جفن	عادية	رديئة وليست من نوع جفن	رديئة من نوع جفن
اثر الاحلالSE (سالب دائما)	$Q\downarrow$ (-)	$Q\downarrow$ (-)	$Q\downarrow$ (-)	$Q\uparrow$ (+)	$Q\uparrow$ (+)	$Q\uparrow$ (+)
أثر الدخلIE $P\uparrow\Rightarrow M\downarrow$ $P\downarrow\Rightarrow M\uparrow$	$Q\downarrow$ (-)	$Q\uparrow$ (+)	$Q\uparrow$ (+)	$Q\uparrow$ (+)	$Q\downarrow$ (-)	$Q\downarrow$ (-)
ألاثر السعري (الكلي)	$Q\downarrow$	$Q\downarrow$ (SE>IE)	$Q\uparrow$ (IE>SE)	$Q\uparrow$	$Q\uparrow$ (SE>IE)	$Q\downarrow$ (IE>SE)

P = سعر السلعة Q = الكمية المطلوبة من السلعة M = دخل المستهلك

SE = أثر الإحلال IE = أثر الدخل

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

أثر كل من الدخل والإحلال بيانيا:

يمكننا تحت الافتراضات النظرية السابقة تجزئة الأثر السعري (الكلي) بيانيا الى :

أ) حالة السلعة العادية:

- في حالة كون السلعة Xعادية فإن الأثر الكلي لارتفاع سعرها يتمثل في انخفاض الكمية المطلوبة منها أو زيادتها في حالة انخفاض سعرها وهذا بسبب وجود اثر الإحلال واثر الدخل
- للتعرف على هذين الأثرين كلا على حده في حالة ارتفاع سعر السلعة أو انخفاضه نقوم بتجزئة الأثر الكلي وذلك بعزل اثر الدخل عن اثر الإحلال ويتم ذلك عن طريق تعويض المستهلك عن الانخفاض الذي يحصل في دخله الحقيقي نتيجة لارتفاع سعر السلعة أو سحب الزيادة في دخله الحقيقي التي تتولد في حالة انخفاض سعر السلعة، وبهذه الطريقة نستطيع التعرف على مقدار اثر الإحلال مستقلا عن اثر الدخل.

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

- في البداية نفترض أن المستهلك لديه دخل مقداره Mo ويرغب في شراء سلعتين فقط هما XوY حيث سعر كل منهما Pxo وPyo على الترتيب ،
- أن الوضع التوازني الذي يحقق للمستهلك أقصى إشباع هو عند نقطة التماس لمنحنى السواء Uo مع خط الدخل MoMo أي عند النقطة Eo حيث يشتري المستهلك الكمية Xoمن السلعة X والكمية Yo من السلعة Y ،
- افترض الآن أنه حصل فقط ارتفاع في سعر السلعة X من Pxo ألي Px1 مع ثبات كل من الدخل وسعر السلعة الاخري ، سيؤدي ذلك إلي انتقال خط الدخل إلي اليسار باتجاه السلعة X ليصبح M1Mo بدلا من MoMo وبالتالي سينتقل المستهلك إلي وضع توازني جديد هو E2 .
- لذلك فإن الأثر السعري أو الكلي لارتفاع سعر السلعة X يتمثل في انخفاض الكمية المطلوبة منها من Xo إلي X2.

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

- وللتعرف على مقدار أثر الإحلال فقط دون غيره نقوم بعزل اثر الدخل وذلك بتعويض المستهلك بمقدار الانخفاض الذي حصل في دخله الحقيقي نتيجة لارتفاع السعر بحيث نجعل المستهلك يحقق نفس مستوى الإشباع السابق ،أي يكون على نفس منحنى السواء الأصلي U ويواجه مستوي الأسعار الجديد (Px1 وPyo) لذا فإن المستهلك بعد تعويضه عن الانخفاض في الدخل سيواجه خط دخل جديد يكون مماسا لمنحنى السواء الأصلي U

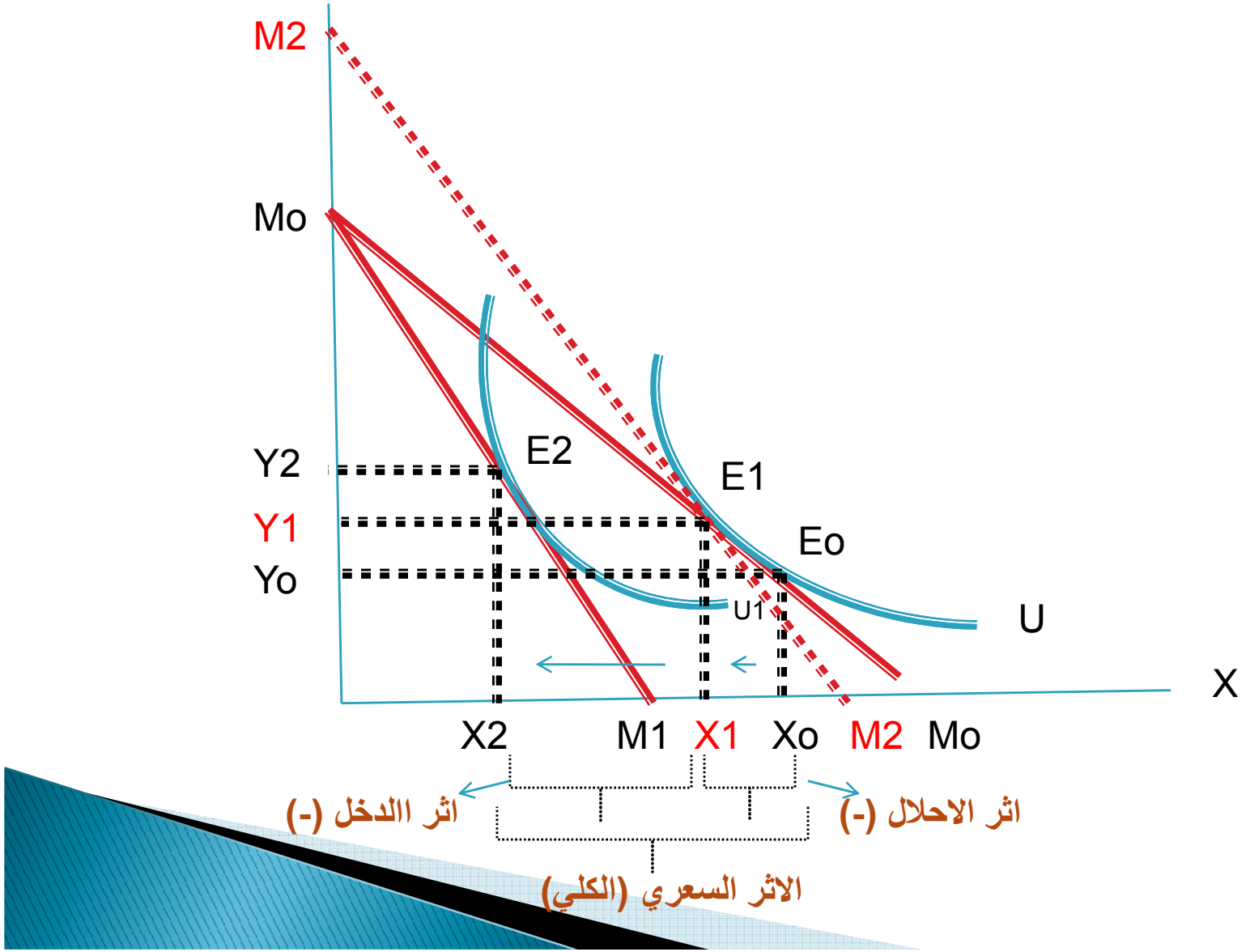
تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

السوائل الآن هو :كم من الدخل يحتاج ذلك المستهلك حتي يصل إلي منحني السواء الأصلي الذي كان علية قبل ارتفاع سعر السلعة ؟ وما هو الوضع التوازني للمستهلك؟

للاجابه على السؤال نقوم برسم خط ميل افتراضي M_2M_2 (الخط المتقطع في الشكل (التالي) له ميل يساوي ميل خط الدخل الجديد (MoM_1) ويكون مماس لمنحنى السواء الأصلي U عند النقطة E_1 و يلحظ أن الكميات المثلي عند هذه النقطة هي X_1 وY_1 ، وأن المسافة (M_1-M_0) علي المحور الرأسي التي تقع بين خطى الدخل المتوازيين هي مقدار الدخل الذي يحتاجه المستهلك (الدخل التعويضي) لكي يبقى عند مستوى الإشباع الأصلي (U) ويواجه في نفس الوقت الأسعار (Px_1 وPyo) .

اثر الاحلال واثر الدخل في حالة السلع العادية



تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

ولكن ماذا يعني لنا خط الدخل الافتراضي M2M2 ونقطة التماس E1؟

- أن هذا الافتراض يعنى أنه على الرغم من أننا قمنا بتعويض المستهلك عن الانخفاض في دخله الحقيقي (بسبب الارتفاع في سعر السلعة x) بالمقدار الذي يعيده إلي حد الإشباع الأصلي ألا ان ارتفاع سعر السلعة (X) أدي إلي تخفيض الاستهلاك منها بالقدر (Xo-X1) ويحل بدلا منها السلعة أو السلع أخري ،لذا فان الانتقال من الوضع (Eo)إلي (E1) على منحنى السواء(U) ناتج عن أثر الإحلال ،بينما الانتقال من الوضع E1على منحنى السواء U إلي الوضع E2 على منحنى السواء U1 ناتج عن أثر الدخل.

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

وهذا يعني إننا لوقمنا بسحب الدخل الافتراضي الذي عوضنا به المستهلك فإنه سينتقل إلي منحنى سواء أقل (U1) ويقلل استهلاكه من السلعة X بالمقدار (X1-X2) وذلك نتيجة لانخفاض دخله وهذا بدوره يعني أن :

الأثر الكلي (TE) = أثر الاحلال (SE) + أثر الدخل (IE)

لذا فإن : TE = X0-X1+X1-X2 =X0-X2

لاحظ أن أثر الإحلال بالسالب (دائما) وأثر الدخل هنا أيضا سالب (لأن السلعة عادية)، لذلك فكلاهما يعمل في نفس الاتجاه على تخفيض الكمية المطلوبة من السلعة نتيجة لارتفاع سعرها.

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

ب) حالة السلعة الرديئة :

قد يحدث أن تكون السلعة (X) رديئة ، وبالتالي فإن أثر الدخل سيكون بالموجب بمعنى أن انخفاض الدخل الحقيقي (نتيجة لارتفاع سعر السلعة) سوف يؤدي إلى زيادة الكمية المطلوبة من السلعة ، وعلية فأنه سيكون لدينا قوتان متضادتان أحدهما أثر الإحلال والأخرى أثر الدخل الموجب ، وبالتالي فإن الأثر الكلى يعتمد على أي من هذين الأثرين يتغلب على الآخر ، ولذلك فإنه سيكون لدينا حالتان:

تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

1- أثر الإحلال أكبر من أثر الدخل (ES>ER) :

- في هذه الحالة فإن أثر الإحلال السالب سوف يطغى على أثر الدخل الموجب وبالتالي فإن الأثر الكلي سوف يكون بالسالب بمعنى أن ارتفاع سعر السلعة سوف يؤدي إلي انخفاض الكمية المطلوبة منها.
- ويوضح الشكل التالى هذه الحالة ، حيث أن ارتفاع سعر السلعة (X) قد أدى إلى انخفاض الكمية المطلوبة بالمقدار (X1-XO) نتيجة لإحلال السلعة الأخرى بدلا منها ، لذلك فإن الانتقال من الوضع (EO) إلى (E1) على نفس منحنى السواء (U) هو أثر الإحلال في هذه الحالة .
- وبالإضافة إلي ما سبق فإن ارتفاع سعر السلعة (X) سوف يؤدى ألى انخفاض الدخل الحقيقي للمستهلك ، ولكون السلعة رديئة فإن المستهلك سوف يقوم بزيادة استهلاكه منها بالمقدار (X2-X1).

تحليل طلب المستهلك

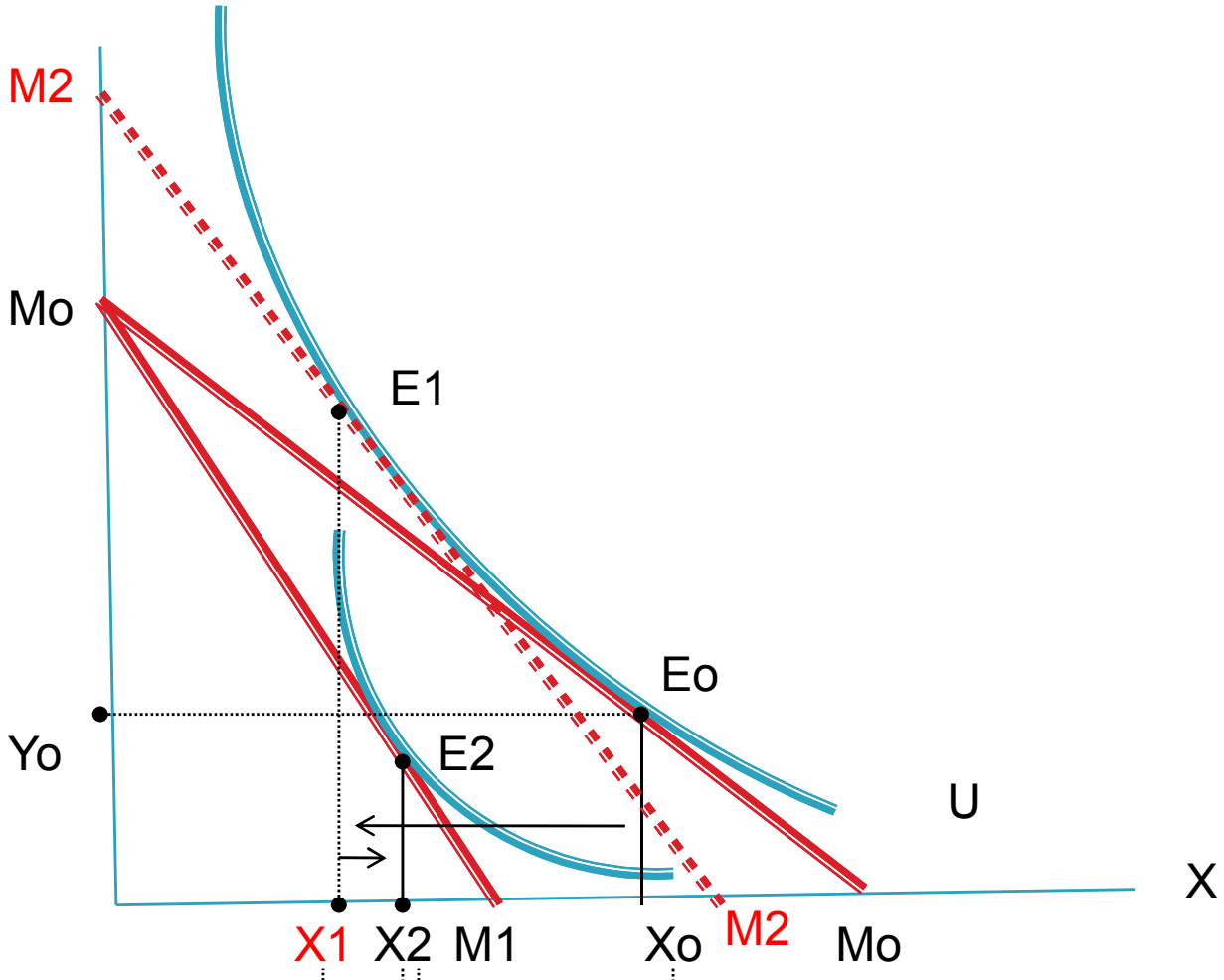
Analyse de la demande du consommateur

- وعلية فإن الانتقال من الوضع E1 ألى E2 ناتج عن أثر الدخل وبالتالي فإن الأثر الكلي يتمثل في الانتقال من الوضع EO على منحنى السواء U إلى الوضع التوازني E2 على منحنى السواء U1 وكما سبق فان هذا يعني أن :

الأثر الكلي (ET) = أثر لإحلال(ES) +أثر الدخل (ER)

لذا فإن : ET = X0-X1 + X1-X2 = X0-X2

اثر الاحلال والدخل لسلعة رديئة (حالة ارتفاع السعر)



تحليل طلب المستهلك

Analyse de la demande du consommateur

2- أثر الدخل أكبر من أثر الاحلال (ER>ES) :

- في هذه الحالة فإن أثر الدخل الموجب سوف يطغي على أثر الإحلال السالب ،وبالتالي فإن الأثر الكلي سوف يكون بالموجب ، بمعني أن ارتفاع سعر السلعة سوف يؤدي الي زيادة الكمية المطلوبة منها ،وهذه كما نعلم حالة خاصة من السلع الرديئة تسمي بسلع جفن ،وهذا يعني أن جميع سلع جفن هي سلع رديئة ولكن ليست كل سلعة رديئة هي من نوع جفن (لماذا)؟
- ويوضح الشكل (التالي) هذه الحالة حيث إن ارتفاع سعر السلعة قد ينتج عنه أثر إحلال يتمثل في الانتقال من الوضع التوازني (EO) إلى (E1) على نفس منحنى السواء U أي تنخفض الكمية المطلوبة من السلعة بالمقدار (X1-XO) .
- أما بالنسبة لأثر الدخل الناتج عن ارتفاع سعر السلعة فإنه يتمثل في الانتقال من الوضع التوازني E1ألي E2 ،والسبب في ذلك هو أن ارتفاع سعر السلعة قد أدى إلى انخفاض الدخل الحقيقي للمستهلك بالمقدار MO-M2 ولكون السلعة رديئة فإن ذلك سيؤدي إلى أن يزيد الشخص استهلاكه منها بالمقدار(X1-X2)

تحليل طلب المستهلك

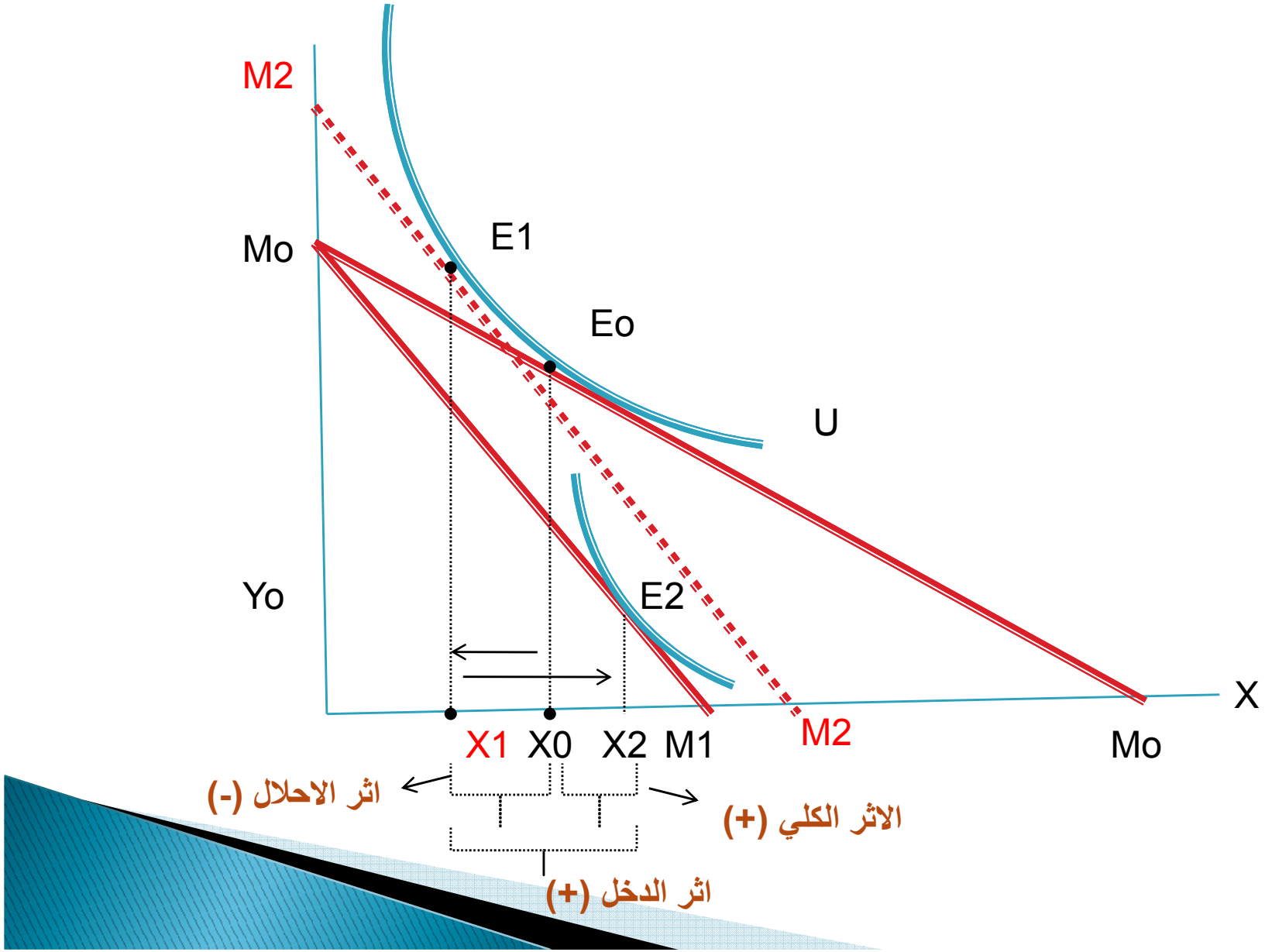
Analyse de la demande du consommateur

- وبناء على ذلك فإن الأثر الكلي لارتفاع سعر السلعة Px سيتمثل في انتقال المستهلك من الوضع التوازني (EO)على منحنى السواء (U) إلي الوضع التوازني الجديد (E2) على منحنى السواء (U1) وحيث أن :

الأثر الكلي (ET) = أثر الإحلال (ES) + أثر الدخل (ER)

أي أن : $X0-X2=X1-X2+X0-X1 = ET$

اثر الاحلال والدخل لسلعة رديئة من نوع جفن (حالة ارتفاع السعر)



فائض المستهلك

Le surplus du consommateur

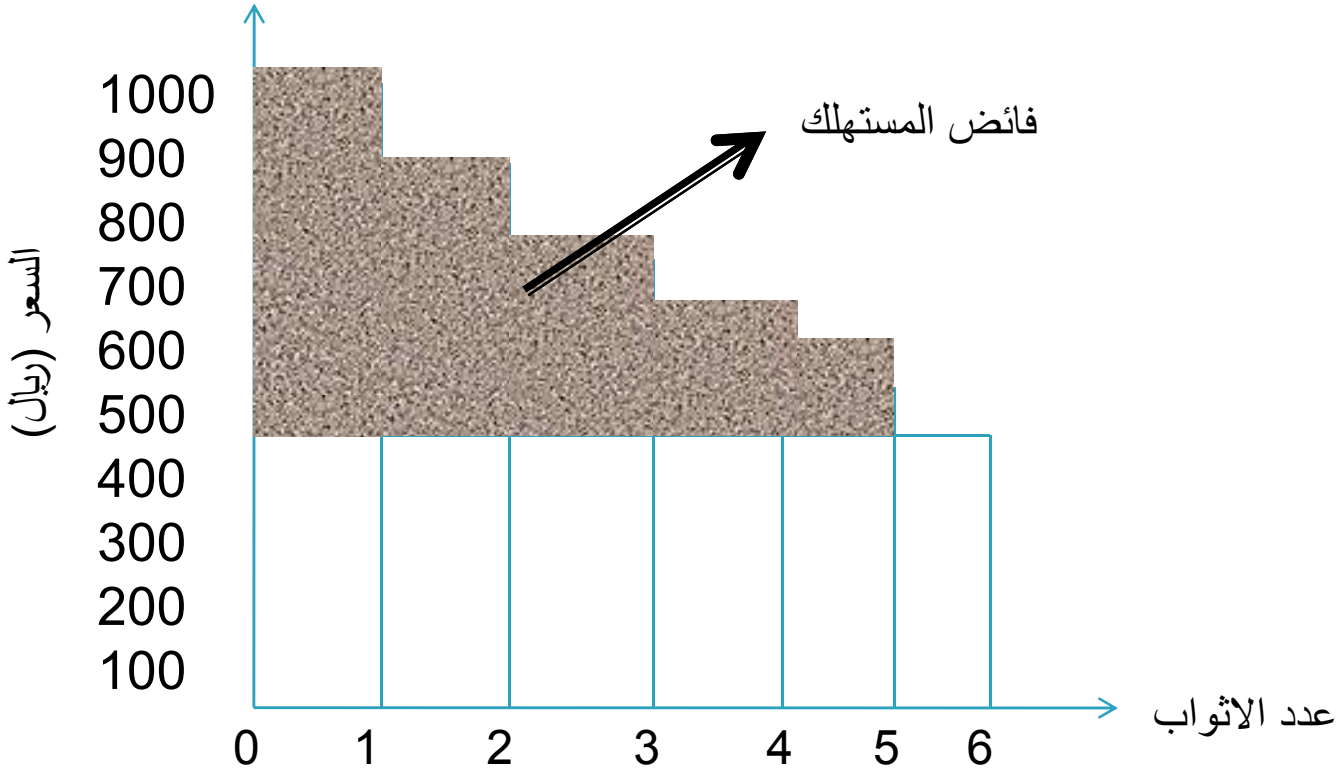
- بصفة عامة عندما يقرر المستهلك شراء سلعة ما فإن السعر الذي يرغب في دفعه مقابل الحصول على هذه السلعة يختلف عن السعر الذي يدفعه بالفعل عند شرائها .
- إن الفرق بين مقدار ما يرغب المستهلك دفعه ثمنا لكمية معينة من السلعة ومقدار ما يدفعه فعليا لهذه الكمية يسمى فائض المستهلك.
- مثال على ذلك إذا كان المستهلك يرغب في شراء ثوب معين ولديه استعداد لدفع مبلغ ألف دينار ثمنا لهذا الثوب , وعند شرائه وجد أن سعره في السوق هو ستمائة دينار فقط , وبالتالي فإن الفرق بين السعر الذي يرغب في دفعه والسعر الذي دفعه فعلا ومقداره أربعمائة دينار يسمى فائض فائض المستهلك.

- وعادة ما يتم قياس هذا الفائض عند كمية معينة بإجمالي المساحة تحت منحنى الطلب مطروحا منه إجمالي الإنفاق على تلك الكمية (السعر) . (الكمية)
- ويوضح الرسم ( ) في الشكل التالي كيفية الحصول على فائض المستهلك باستخدام منحنى أو دالة الطلب المتقطعة،
- حيث نقوم بتكوين دالة طلب المستهلك على سلعة ما كالملابس مثلا، وذلك بسؤاله عن عدد الأثواب الإضافية التي سيقوم بشرائها عند مختلف الأسعار في لحظة زمنية معينة .
- وبافتراض أن هذا المستهلك لن يقوم بشراء أي ثوب عند أي سعر أعلى من ألف دينار، وسيكتفي بما لديه من ملابس قديمة، ولكن عند السعر 1000 سيقوم بشراء ثوب واحد ولو انخفض السعر إلى 900 دينار سيقوم بشراء ثوب إضافي (أي أنه يرغب في شراء ما مجموعه ثوبان بسعر 900 دينار للثوب) وعند السعر 800 دينار سيأخذ ثوبا آخر إضافي (أي أنه يرغب في شراء ما مجموعه ثلاثة أثواب بسعر 800 دينار للثوب).

وهكذا بالنسبة لباقي الأسعار .

- وبافتراض أن السعر السائد في السوق للثوب الواحد هو 500 دينار، فإننا نجد أن المستهلك عند هذا السعر سيشتري ستة أثواب وبالتالي فإن مجموع ما سيدفعه فعلا ثمنا لهذه الأثواب الستة هو 3000 دينار.
- اذا المستهلك عند هذا السعر سيشتري ستة أثواب وبالتالي فإن مجموع ما سيدفعه فعلا ثمنا لهذه الأثواب الستة هو 3000 دينار، ولكن إذا ما نظرنا إلى ما كان يرغب المستهلك دفعه لهذه الأثواب الستة كل على حده لوجدناه كالتالي :1000 دينار للثوب الأول و 900 دينار للثوب الثاني و 800 دينار للثوب الثالث وهكذا.
- أي أن مجموع ما كان المستهلك يرغب ومستعد لدفعه لهذه الأثواب الستة هو 3500 دينار [1000 + 900 + 800 + 700 + 600] [3500 = 500 + وبالتالي إذا قارنا مجموع ما يدفعه فعلا ثمنا لهذه الأثواب الستة (3000) وبين ما كان يرغب في دفعه ثمنا لها (3500) لوجدنا الفرق بينهما يبلغ 500 دينار وهذا هو فائض المستهلك.

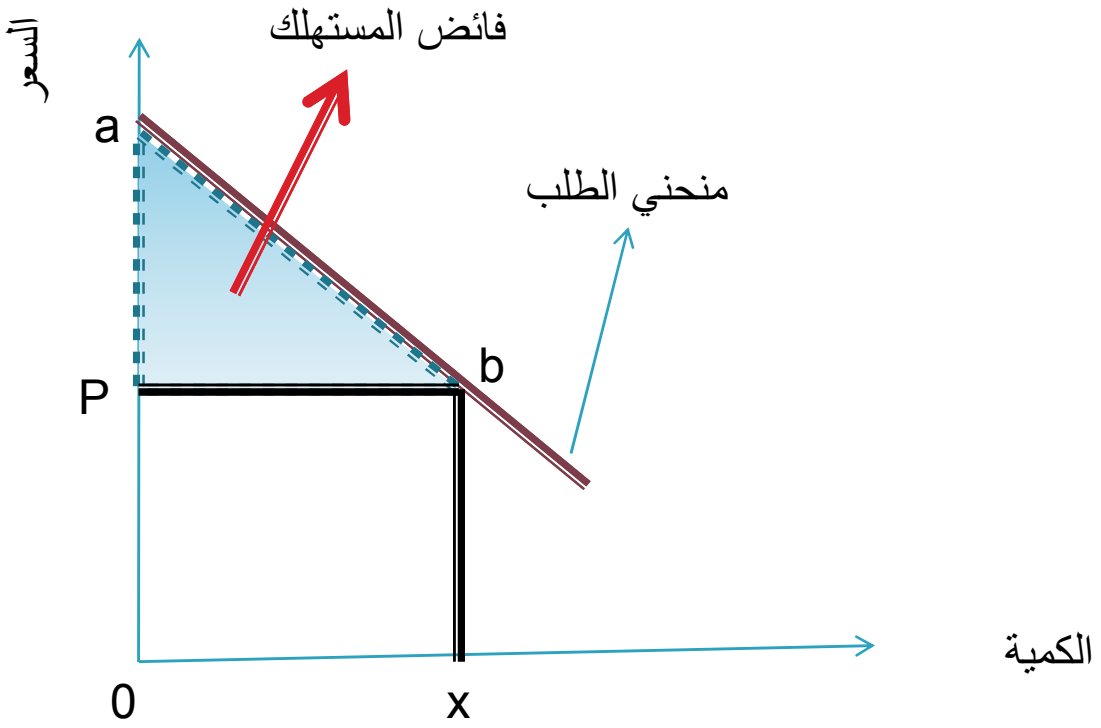
فائض المستهلك *Le surplus du consommateur*



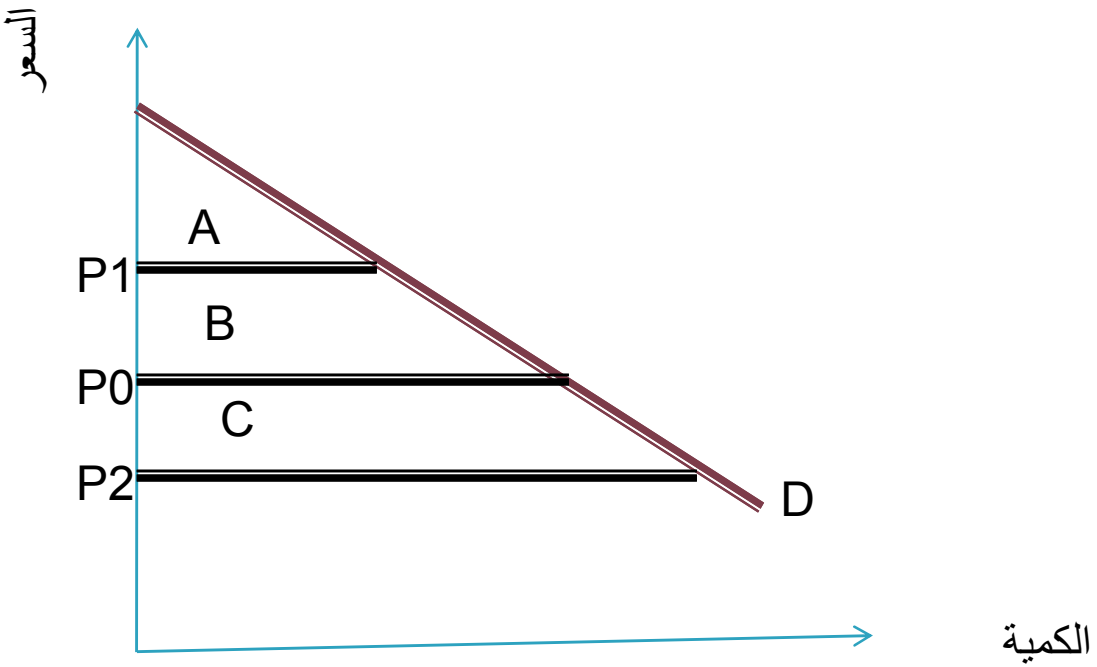
فائض المستهلك *Le surplus du consommateur*

- بالنسبة لدالة الطلب المستمرة فإنه يتم قياس فائض المستهلك بسهولة عند أي مستوى للأسعار ، ويوضح الرسم التالي كيفية الحصول عليه باستخدام منحنى أو دالة الطلب المستمرة , حيث أنه عند السعر P فإن المستهلك يختار الكمية X وبالتالي فإن ما يدفعه فعلا ثمنا لهذه السلعة يتمثل في المساحة (0Pbx) ,
- ولكن في الحقيقة ما يرغب دفعه لهذه الكمية هو إجمالي المساحة (0abx) وعليه فإن فائض المستهلك عند ذلك السعر هو عبارة عن المساحة (Pab).

فائض المستهلك *Le surplus du consommateur*



فائض المستهلك *Le surplus du consommateur*

- عندما يتغير سعر سلعة ما فإن المستهلك أما يستفيد (تزيد منفعته) أو يتضرر (تنقص منفعته) تبعا لطبيعة التغير هل هو انخفاض في السعر أم ارتفاع , وهذا بالطبع سيتضمن زيادة أو نقصان في فائض المستهلك
- فمثلا في الشكل التالي عندما يكون السعر السائد للسلعة هو P0 فإن فائض المستهلك عبارة عن المنطقة (A و B) ,
- ولكن عندما يرتفع السعر إلى (P1) فإن فائض المستهلك ينخفض ويصبح المنطقة (A) فقط , وعليه فإن المفقود من فائض المستهلك يتمثل في المنطقة (B).
- بالمثل فأن انخفاض السعر من (P0) إلى (P2) سيؤدي الي زيادة فائض المستهلك ليصبح عبارة عن المنطقة (A و B و C), ويلاحظ أخيرا أن حجم الزيادة أو النقص في الفائض يعتمد على مقدار التغير في السعر ومرونة الطلب.

فائض المستهلك *Le surplus du consommateur*