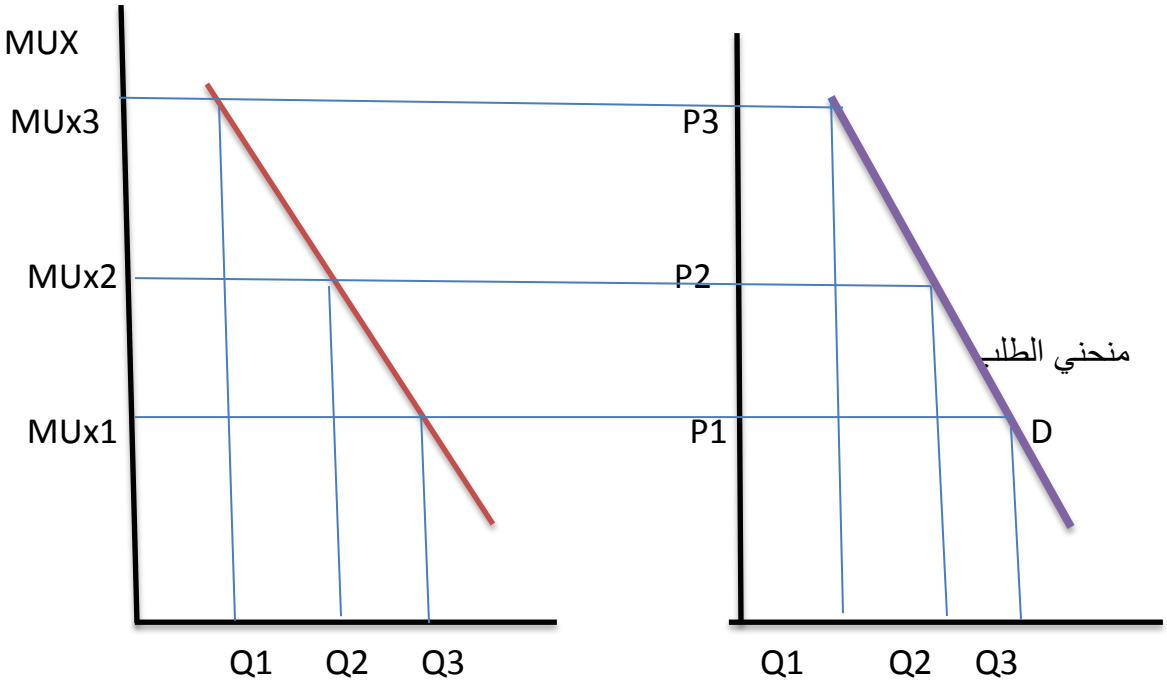
نظرية سلوك المستهلك

اشتقاق منحنى الطلب المستهلك الفرد

من الممكن ان نستفاد من التحليل الكلاسيكي للمنفعة في اشتقاق منحنى الطلب الفردي للمستهلك الذي يمثل العلاقة بين مستويات مختلفة من الكميات المطلوبة من سلعة ما والاسعار المقابلة لها. وذلك استنادا الى معيارين اساسيين هما قانون تناقص المنفعة الحدية وشرط توازن المستهلك، اذ يكون المستهلك مستعد لدفع سعر مرتفع مقابل الحصول على الوحدة الاولى من السلعة الناجم عن ارتفاع منفعتها ، في الوقت الذي يتناقص استعداده للدفع النقدي مقابل الوحدات المتتالية من السلعة معبرا عن قانون الطلب، ويوضح منحنى الطلب ذلك ايضا لميله السالب ، لذلك فان منحنى MU متى ما عبر عن استعداد النقدي للدفع للأفراد يصبح منحنى الطلب.

واستنادا الى تحليل المنفعة التقليدي فان الوحدات الاولى من السلعة او الخدمة (Q1) ذات منفعة حدية عالية (MUx3) ، كما في الشكل (a) لذلك فان المستهلك مستعد لدفع سعر عال مقابلها P3 كما في الشكل (b) ، وعند انخفاض المنفعة الحدية للوحات اللاحقة MUx2 فان استعداد المستهلك يقل للدفع فيدفع سعرا اقل من السابق للوحات الثانية Q2 هو P2وهكذا بالنسبة للثالثة.

وبتحديد احداثيات السعر والكمية في الشكل (b) انطلاقا من تحليل المنفعة الحدية (a) يمكن اشتقاق منحنى الطلب الفردي في ضوء تحليل النظرية التقليدية .



a b

فائض المستهلك:

ترتبط فكرة فائض المستهلك ارتباطا وثيقا بنظرية المنفعة الحدية وتوازن المستهلك . فكثيرا ما نرى ان المنفعة التي نحصل عليها تفوق السعر الذي ندفعه لشرائها، اي ان التقييم الشخصي للسلعة مقاسا بسعر الطلب الشخصي عليها اعلى من تقييم السوق لتلك السلعة مقاسا بسعر المحدد في السوق.

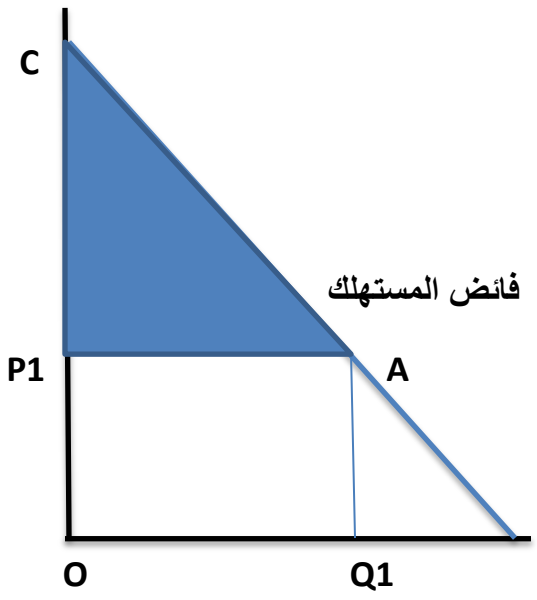
بمعنى اخر فان فائض المستهلك هو الفرق بين ما هو مستعد لدفعه ثمنا للسلعة وسعرها الحقيقي و بمعنى اخر هو الفرق بين المبلغ الذي كان الشخص مستعدا لدفعه للحصول على سلعة معينة وبين المبلغ الذي دفعه فعلا لتلك الكمية حسب الية الاسعار في السوق.

الجدول ادناه الذي يوضح طلب المستهلك على سلعة ولتكن X

السعر	الكمية	الانفاق الفعلي	الانفاق الذي يكون المستهلك مستعد لدفعه	فائض المستهلك
5	1	5	5	صفر
4	2	8	9	1
3	3	9	12	3
2	4	8	14	6
1	5	5	15	10

ويبين الجدول الانفاق الفعلي الذي يكون المستهلك مستعدا لدفعه عند اسعار مختلفة، كما يوضح الجدول الانفاق الذي يكون المستهلك على استعداد لدفعه بدلا من عدم الحصول على هذه السلعة ويمكن حساب الانفاق الذي يكون المستهلك على استعداد لدفعه او على استعداد لان يدفعه مقابل الحصول علي السلعة ،عن طريق ان المستهلك على استعداد للحصول على الوحدة الاولى مقابل 5 وحدات اما في الوحدة الثانية فانه مستعد لدفع 5 وحدات نقدية عن الوحدة الاولى و4 وحدات نقدية عن الوحدة الثانية ليصبح 9 وحدات نقدية وان فائض المستهلك عند الوحدة الثانية هو الفرق بين ما هو مستعد فعلا للحصول على السلعة وبين ما هو على استعداد لدفعه للحصول على السلعة اذن 9-8=1 وهو مقدار فائض المستهلك وهكذا للبقية الوحدات.

فلو افترضنا ان سعر السوق هو 2 ومقدار الكمية المستهلكة هو 4 فان مقدار فائض المستهلك الكلي الذي يحصل عليه المستهلك هو المساحة المثلث P1AC المظللة باللون الازرق، وهي مقدار ما يكون المستهلك علي استعداد لدفعه محصورا بالشكل OQ1AC مطروحا منه ما يدفع فعلا ومحصورا بالمساحة OP1AQ1.


C
فائض المستهلك
P1
A
O
Q1

النظرية الحديثة في توازن المستهلك

قبل الخوض في تفاصيل النظرية الحديثة في توازن المستهلك فان تحليل سلوك المستهلك بالطريقة المنفعة الحدية التقليدية السابقة قامت على افتراض سلوك المستهلك الرشيد وان المنفعة قابلة للقياس الا انها تلقت انتقادات عديدة وجهت الى هذه النظرية منها:

1- قيام التحليل على اساس افتراض قابلية قياس المنفعة بأرقام محددة وهو من الامور المستحيلة في الواقع لان يخضع للقيم الذاتية يختص بها سلوك البشري ولا تقبل للقياس العددي فضلا انه لا توجد وحدات للقياس المنفعة .

2- ان تحليل المنفعة يفترض استقلالية المنفعة التي يحققها سلعة معينة عن المنفعة التي تحققها سلعة اخرى اس ان الاشباع المتحقق من سلعة معينة مستقل عن الاشباع المتحقق من سلعة اخرى وهو مخالف للواقع اذ ان بعض السلع قد تكون مكملة للأخرى او بديلة لأخرى، اي انها قد تكون بعض السلع لها اثر على السلع الاخرى سوآءا كانت بديلة او مكملة.

3- افترضت النظرية ثبات قيمة المنفعة الحدية للنقود وهو غير ممكن اذ ان النقود تخضع كأي سلعة للعرض والطلب.

4- ان المستهلك في سلوكه الاستهلاكي لا يتصرف على اساس المقارنة بين المنافع الحدية للسلع بل قد يكون اغلب مشترياته تنبع من عادات استهلاكية معينة تعتمد على الاعلان او التفضيل للسلعة معينة.

النظرية الحديثة في سلوك المستهلك

نظرية منحنيات السواء

نظرية المنفعة الترتيبية

ان فكرة نظرية منحنيات السواء لا تستند الى مبدا المنفعة الحدية القابلة للقياس كميا بل تستند الى نظام التفضيل والترتيب للمنفعة عن طريق تفضيل مجموعات السلع المختلفة فالمستهلك حين لا يكون قادرا على قياس المنفعة الا انه يستطيع المقارنة بين المنفعة التي تنتج عن مجموعات مختلفة من السلع اي ان هذا الاسلوب وان كان لا يختلف عن التحليل السابق من حيث الاسلوب المستخدم الا انه يتفق معه من حيث النتيجة.

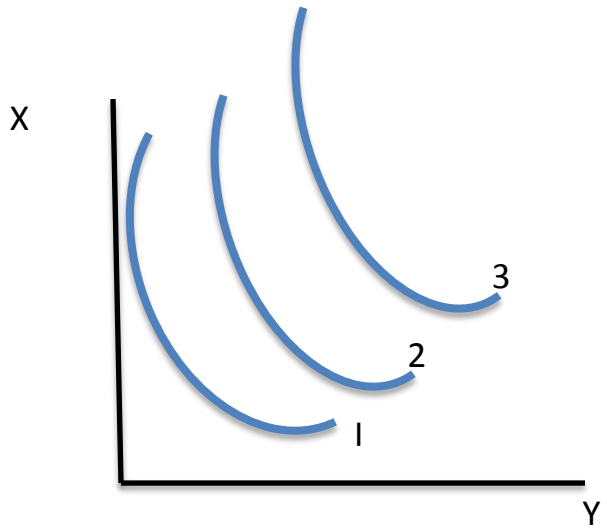
ان هذه النظرية تقوم على فروض معينة منها:

1- ان المستهلك اذا خير بين توليفتين من السلع وقرر اختيار احدهما فانه يعني ان المنفعة قابلة للمقارنة والترتيب وان كانت غير قابلة للقياس .

2- ان المستهلك اذا كانت لديه ثلاث مجاميع من,C,B A,, وكان يفضل A على Bوالمجموعة Bعلى Cفانه حتما يفضل Aعلى C.

3- اذا كانت المجموعة Aتشتمل على مقادير اكبر من السلع بالقياس الى مجموعة Bفانها تعد الافضل من مجموعة B لان Aتحقق مقدار اكبر من المنافع اولا وان المستهلك لم يصل الى درجة الاشباع ثانيا فهو يفضل المجموعة التي تشتمل على مقادير اكبر من السلع.
لذلك يمكن تعريف منحنى السواء على انه تمثيل بياني لكل المجموعات من السلع والخدمات التي تحقق نفس القدر من المنفعة و الاشباع اذا استهلكها المستهلك .

المجموعة	Y	X
A	1	10
B	2	6
C	3	4
D	4	2



ويمكننا رسم مجموعة اخرى من المنحنيات السواء التي يطلق عليها خريطة السواء وهي جميعا تأخذ نفس الشكل ولها نفس الخصائص.

وعند تكوين اي مجموعة من المجاميع في A,B,C,D فأننا عند تكوين هذه المجاميع لابد ان تتوفر قاعدتان مهمتان:

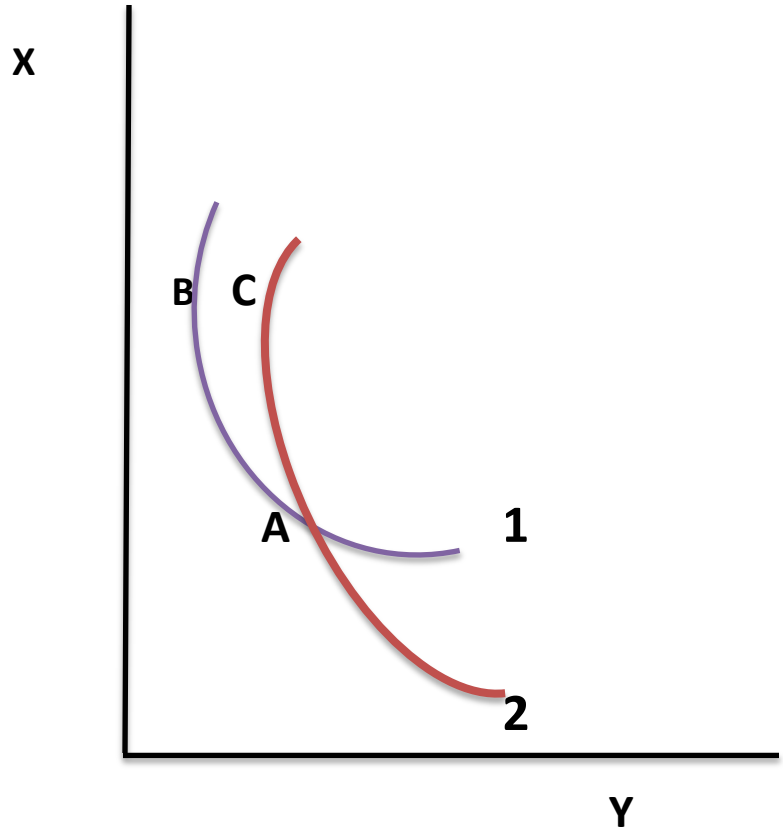
اولا: اذا كانت احدى المجموعات تتضمن مقدارا من احدى السلعتين بالنسبة لمجموعة الاخرى لابد ان تشتمل مقدار اقل من السلعة الثانية.

ثانيا: يجب مراعاة انه عند زيادة الكمية من احدى السلعتين وتقل الكمية من السلعة الثانية فان المنفعة الحدية للسلعة الثانية سوف تزداد ، وفق مبدا تناقص المنفعة الحدية .

وهكذا فكلما اتجهت منحنيات السواء نحو اليمين كلما كانت مفضلة لدى المستهلكين لانها تشكل كميات اكبر من السلعتين ومن ثم تعطي اشباع اعلى.

خصائص منحنيات السواء

اولا : منحنيات السواء لا تتقاطع:

علمنا سابقا ان لكل منحنى سواء مستوى ثابت من المنفعة والاشباع وان لكل مجموعة تقع عليه تحقق نفس القدر من المنفعة والاشباع. وان منحنيات السواء التي تقع الى الاعلى نحو اليمين تحقق مستوى اشباع ومنفعة اكبر لانها تحتوي على مستويات اكبر من السلع والخدمات ، وبالتالي فان اي منحنيين من منحنيات السواء يمثلان مستويات مختلفة من المنفعة فلابد ان يقع احدهما اعلى من الاخر وبالتالي لا يمكن ان يتقاطعا.

ولشرح ذلك فلو افترضنا ان هنالك منحنيين 1، و2 وان منحنى 1 لديه مجموعتان A,B تقعان على نفس المنحنى وهما تحققان نفس المنفعة للمستهلك، وكذلك لو ان لدى منحنى 2 مجموعتان A,Cتحققان نفس المنفعة لأنها تقعان على نفس المنحنى . وعليه يجب ان تكون المجموعتان B,C متساويتين في المنفعة وهذا غير صحيح لانها تقعان على منحنيان مختلفان وان المجموعة Cتحقق منفعة اعلى من المجوعة B لأنها تحتوي على مجموعة اكبر من احدى السلعتين ونفس الكمية من السلعة الاخرى وهو يعني ان منحنيات السواء لا يمكن ان تتقاطع .