

Chapter 3:

The consumer behaviour



Prepared by
Dr Myriam
ZORGUI

الفصل 3:

سلوك المستهلك

الفهرس

I- Consumer preferences,
facilities, and arrangement

II- Price, Quantity and
Demand

III- Elasticity

I- تفضيلات المستهلك والمرافق
والترتيب

II- السعر والكمية والطلب

ثالثا- المرونة

I-1- Consumer's Preferences and Ranking

I-1-1- Revealed Preference Theory

I-1-2- Basket of goods

I-1-3- Preference Assumptions

I-1-4- Ranking

I. 2 Utility Functions

I-3 Law of Diminishing Marginal Utility

I-3-1- Utility with one good

I-3-2- Utility With 2 or More Goods

I-4- Indifference Curves

I-5- The Indifference Maps

I-6- The Marginal Rates of Substitution

1-1- نظرية التفضيل المكشوف

1-1-1- نظرية التفضيل المكشوف

1-1-2- سلة بضائع

1-1-3- افتراضات الترتيب

1-1-4- الترتيب

2. I. 2 Utility Functions

3-1- قانون تناقص المنفعة الحدية

3-1-1- فائدة بسلعة واحدة

3-1-2- فائدة بسلعتين أو أكثر

3-1-3- منحنى التفضيل

3-1-4- خرائط اللامبالاة

3-1-5- المعدلات الهامشية للإحلال

-1-1- تفضيلات المستهلك والمرافق والترتيب

2-1-1- سلة بضائع :

- **تمثل سلة السلع** قيمة مجموعة محددة من المنتجات والخدمات.
- تشمل السلة **مجموعة متنوعة من المنتجات من فئات مختلفة** - الأطعمة والمشروبات ، والملابس ، والإسكان ، والمواصلات ، والتعليم ، والنفقات الطبية ، وعناصر أخرى.
- كل مجموعة من المنتجات لها وزنها الخاص في السلة.

1-1-1- نظرية التفضيل المكشوف:

نظرية التفضيل المكشوف في الاقتصاد ، هي نظرية قدمها الاقتصادي الأمريكي **بول سامويلسون** في عام 1938 ، وهي تنص على أنه **يمكن الكشف عن تفضيلات المستهلكين من خلال ما يشترونه في ظل ظروف مختلفة ، لا سيما في ظل ظروف الدخل والسعر المختلفة .**

- يتم تمثيلها من خلال مجموعة محددة من السلع والخدمات.

-1- تفضيلات المستهلك والمرافق والترتيب -3-

❖ التفضيلات كاملة

يمكن للمستهلك دائمًا ترتيب التفضيلات:

(a) يُفضل «A» على «B»: $B < A$

(ب) يفضل B على A: $B > A$

(ج) المستهلك غير مبال بين A وB: $A \approx B$

❖ الاختيارات متعدية: If

يُفضل A على B:

$$A > B$$

يُفضل B على C:

$$B > C$$

يفضل «A» على «C»:

$$C < A$$

❖ المزيد أفضل:

يفضل المستهلك دائمًا الحصول على المزيد من السلع

1- تفضيلات المستهلك والمرافق والترتيب-ا

1-4- الترتيب

- **الترتيب الترتيبي** : يتم ترتيب السلال أو مقارنتها ببعضها البعض دون أي معلومات كمية أو شدة التفضيل.

Ordinal Ranking

- تُخبر **الأرقام الترتيبية ordinal numbers** ترتيب كيفية تعيين الأشياء ، فهي **تُظهر موضع أو رتبة شيء ما** .
مثال: أحب الكلاب أكثر من القطط.

- **الترتيب الأساسي Cardinal Ranking** : تتم مقارنة السلال من الناحية الكمية.

يتم استخدام **الأرقام** الأصلية **للعد**

The **cardinal numbers** are **used for counting**

مثال: "أحب الكلاب أكثر من القطط بعشر مرات

Utility

-2- الفائدة

-1-2-1- الفائدة الإجمالية:

إجمالي الفائدة (TU) هو إجمالي مقدار الرضا الذي تحصل عليه من استهلاك المنتج.

■ **المنفعة** هي المتعة أو الرضا الذي يتم الحصول عليه من سلعة أو خدمة.

-2-2-1- المنفعة الهامشية:

المنفعة الهامشية (MU) هي التغير في إجمالي المنفعة الناتجة عن استهلاك وحدة إضافية (هامشية) من سلعة أو خدمة.

■ **المنفعة**: رقم يمثل مستوى الرضا الذي يحصل عليه المستهلك من استهلاك كمية معينة من سلعة ما

$$\text{Marginal utility} = \frac{\text{change in total utility}}{\text{change in quantity}}$$

Utility

-2- الفائدة

• مثال :

Tickets Bought	Total utility	Marginal utility
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	28	-2
8	18	-10



wikiHow

-1- 3 قانون تناقص المنفعة الحدية(الهامشية) Law of Diminishing Marginal Utility

- ينص **قانون تناقص المنفعة الحدية** على أنّه إذا كل شيء آخر متساو، فإنّه مع زيادة الاستهلاك تنخفض المنفعة الحدية المشتقة من كل وحدة إضافية.
- المنفعة الحدية هي الزيادة المتزايدة في المنفعة التي تنتج عن استهلاك وحدة إضافية واحدة. والمنفعة" نفسها هي **مصطلح اقتصادي** يستخدم للتعبير عن الرضا أو السعادة
- قد تنخفض المنفعة الحدية إلى منفعة سلبية، حيث قد يصبح من غير المواتي تمامًا استهلاك وحدة أخرى من أي منتج.
- لذلك، عادةً ما تكون أول وحدة استهلاك لأي منتج هي الأعلى، مع احتفاظ كل وحدة استهلاك بمنفعة أقل وأقل.
- يتعامل المستهلكون مع قانون تناقص المنفعة الحدية عن طريق استهلاك كميات عديدة من العديد من السلع

3 قانون تناقص المنفعة الحدية -4-1

■ طالما كانت المنفعة الحدية موجبة ، يتلقى المستهلك رضاء إضافيًا ويزداد إجمالي المنفعة.

■ المقياس المطلق للفائدة غير ممكن لأن تصور الرضا يختلف بين الأفراد.

■ تناقص المنفعة الحدية هو تجربة شائعة.

■ إنه أساس كاف للتنبؤات الاقتصادية لسلوك المستهلك.

منحنيات السواء (اللامبالاة)

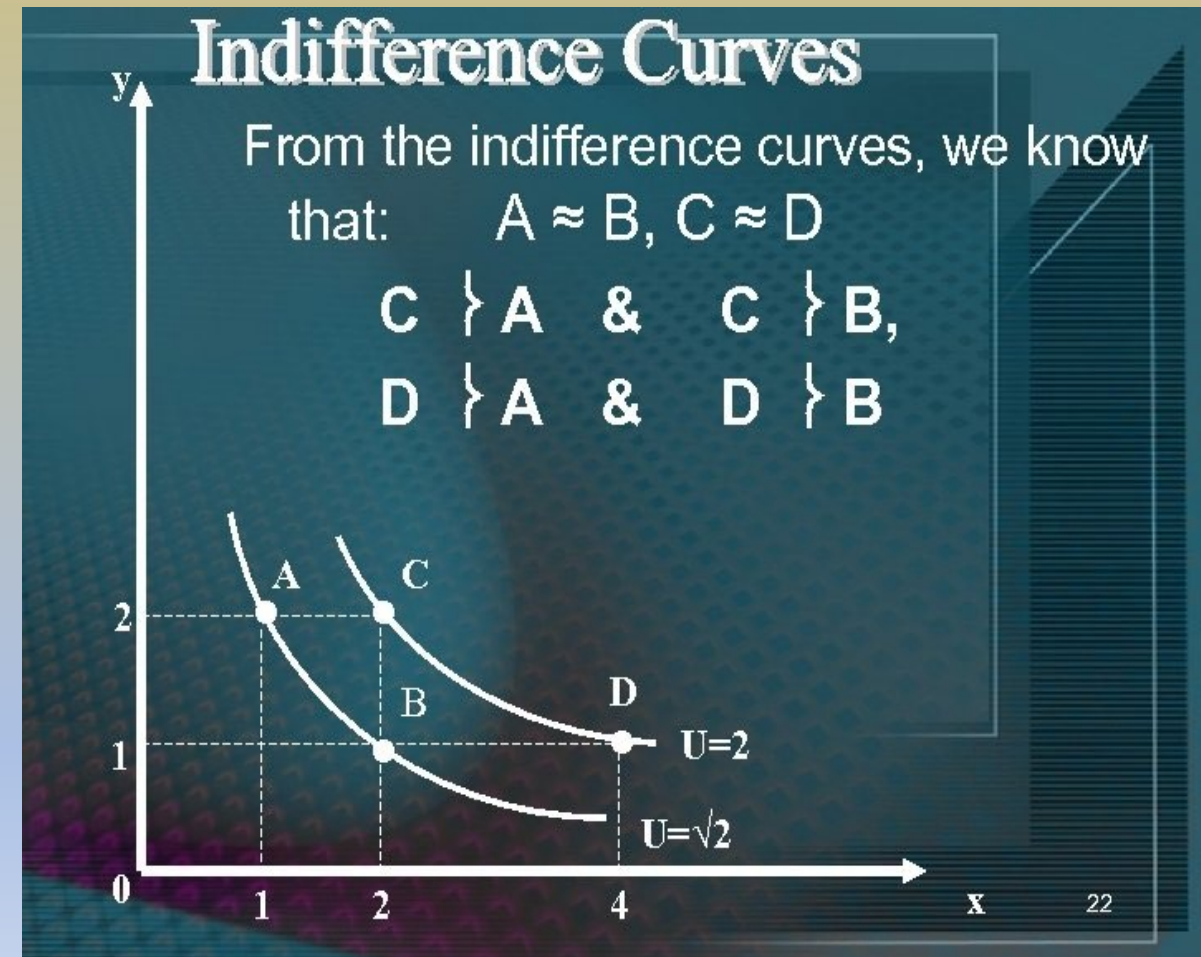
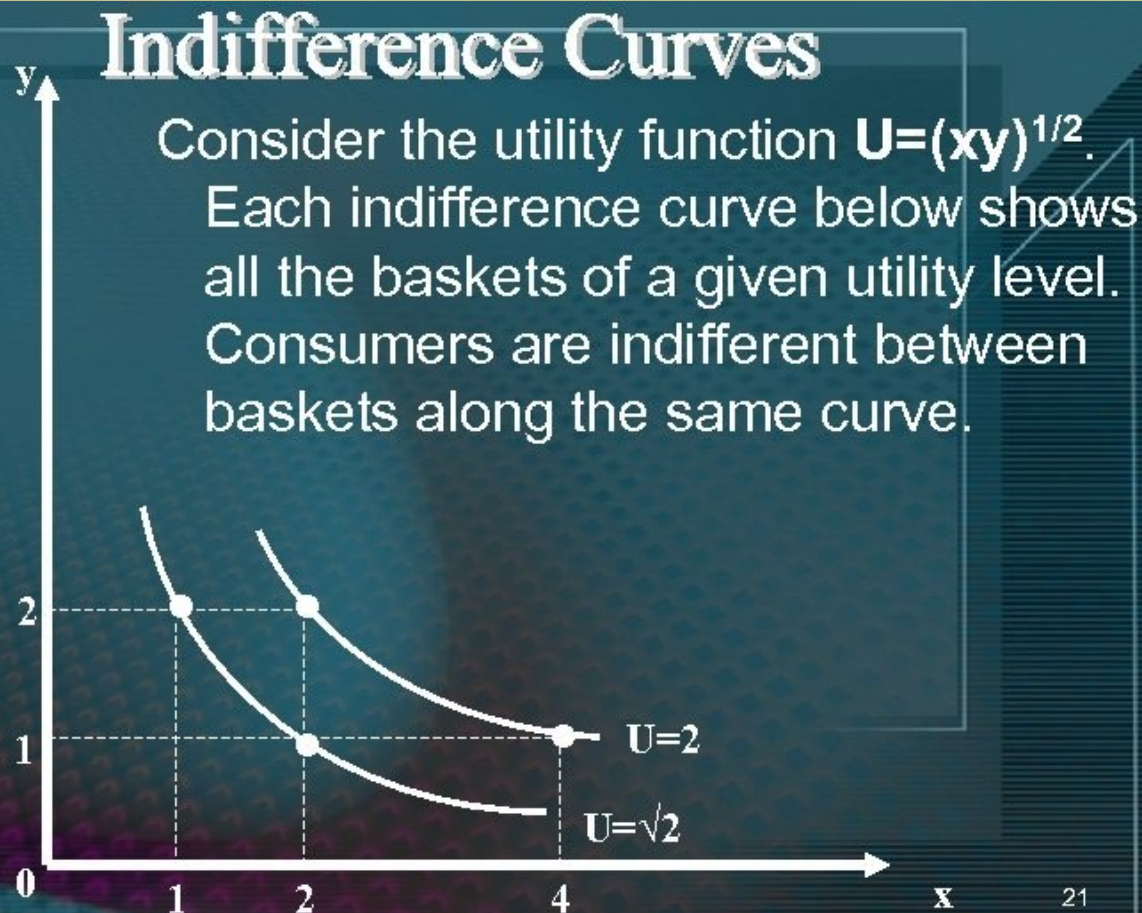
Indifference curve

- منحنى **اللامبالاة** هو منحنى يمثل جميع مجموعات السلع التي تعطي نفس الرضا للمستهلك .
- نظرًا لأن جميع المجموعات تعطي نفس القدر من الرضا ، يفضلها المستهلك بالتساوي . ومن هنا جاء اسم منحنى اللامبالاة.
- **منحنى اللامبالاة** : النقاط المتصلة على الرسم البياني تمثل كميات مختلفة من سلعتين ، النقاط التي يكون المستهلك غير مبال بينها
- **Indifference Curve** هو موضع نقاط مختلفة تظهر مجموعات مختلفة من سلعتين توفر فائدة متساوية للمستهلك.

منحنيات السواء (اللامبالاة)

Indifference curve

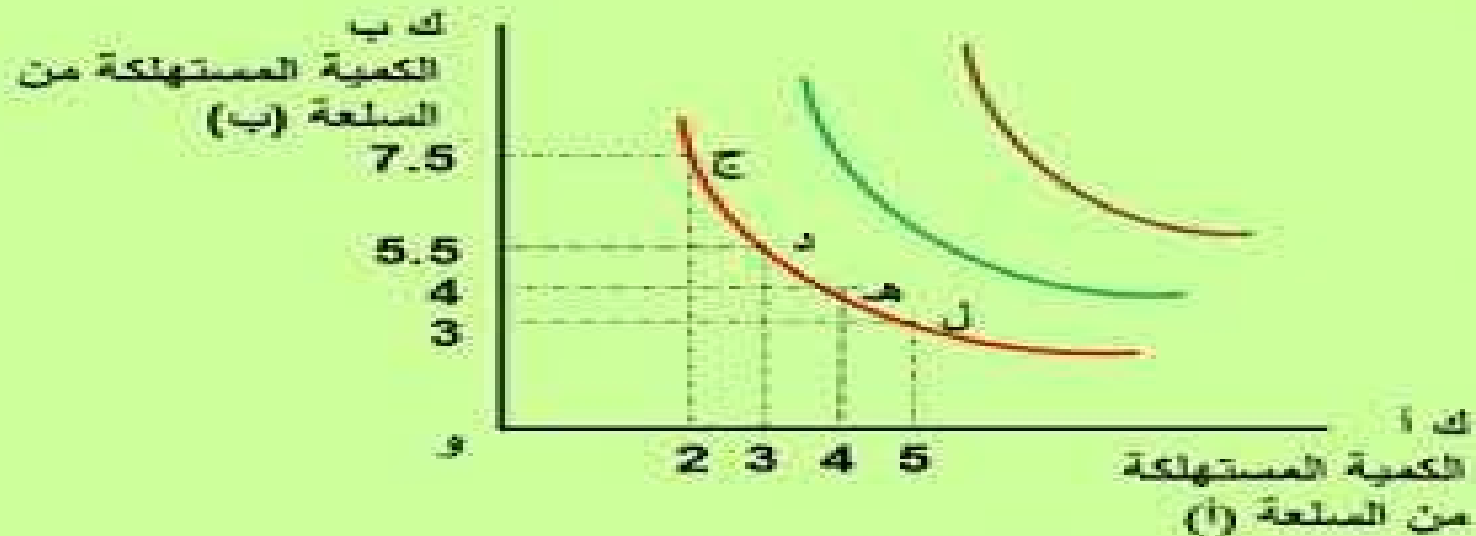
مثال :



منحنيات السواء (اللامبالاة) Indifference curve

❖ منحنيات السواء

- توضح منحنيات السواء مختلف التوليفات من السلعتين (أ ، ب) والتي تعطي كل منها نفس المستوى من الاشباع (نفس المستوى التفضيلي) خلال فترة زمنية معينة ، مع ثبات باقي العوامل الأخرى .



شكل رقم (2) منحنيات السواء

وجدير بالذكر أن ميل أي منحنى عند نقطة معينة تساوي ظل الزاوية الذي يساوي الضلع المقابل على المجاور ، وبالتالي فإن ميل منحنى السواء عند النقطة (د) مثلا = $\frac{\text{التغير في ك ب}}{\text{التغير في ك أ}}$

$$= \frac{\Delta \text{ ب}}{\Delta \text{ أ}}$$

ويلاحظ أن $\Delta \text{ ب}$ سالبة لأنها هي التي تتناقص، و $\Delta \text{ أ}$ موجبة لأنها تزايد نتيجة للعلاقة الاحلالية بينهما وبالتالي ميل المنحنى يكون سالبا.

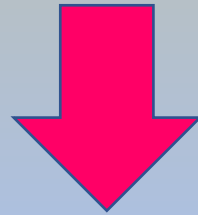
منحنيات السواء (اللامبالاة) Indifference curve

* - خصائص منحنيات السواء :

الاكتمال: Completeness: كل سلة تقع على منحنى لامبالاة واحد فقط	عبورية: Transitivity: منحنيات اللامبالاة لا تتقاطع
	منحنيات رفيعة: Thin curves: منحنيات اللامبالاة ليست "سميكة"
المنحدر السلبي: Negative Slope: عندما يحب المستهلك كلتا السلعتين (MU_a و MU_b موجبان) ، يكون منحنى اللامبالاة مائلاً للأسفل. تفضيلات المستهلك محدبة . preferences are convex.	

منحنيات السواء (اللامبالاة) Indifference curve

- خريطة السواء هي مجموعة من منحنيات السواء.
- إنه يصور الصورة الكاملة لتفضيلات المستهلك.
- نحن نعلم أن المستهلك غير مبال بين المجموعات الموجودة على نفس منحنى اللامبالاة . ومع ذلك ، من المهم ملاحظة أنه يفضل التركيبات في منحنيات اللامبالاة الأعلى لتلك الموجودة في المنحنيات السفلية .
- وذلك لأن منحنى اللامبالاة الأعلى يعني مستوى أعلى من الرضا .



تقدم جميع المجموعات في IC1 نفس الرضا ، ولكن جميع المجموعات في IC2 تعطي رضاًا أكبر من تلك الموجودة في IC1.

6- المعدل الهامشي للإحلال -1-1-

- **معدل الاستبدال الهامشي (MRS)** هو التغيير (الخسارة) في سلعة واحدة اللازمة لتعويض التغيير (المكسب) في سلعة أخرى ،
- في هذه الحالة ، MRS هي مقايضة (خسارة) y لزيادة صغيرة في x

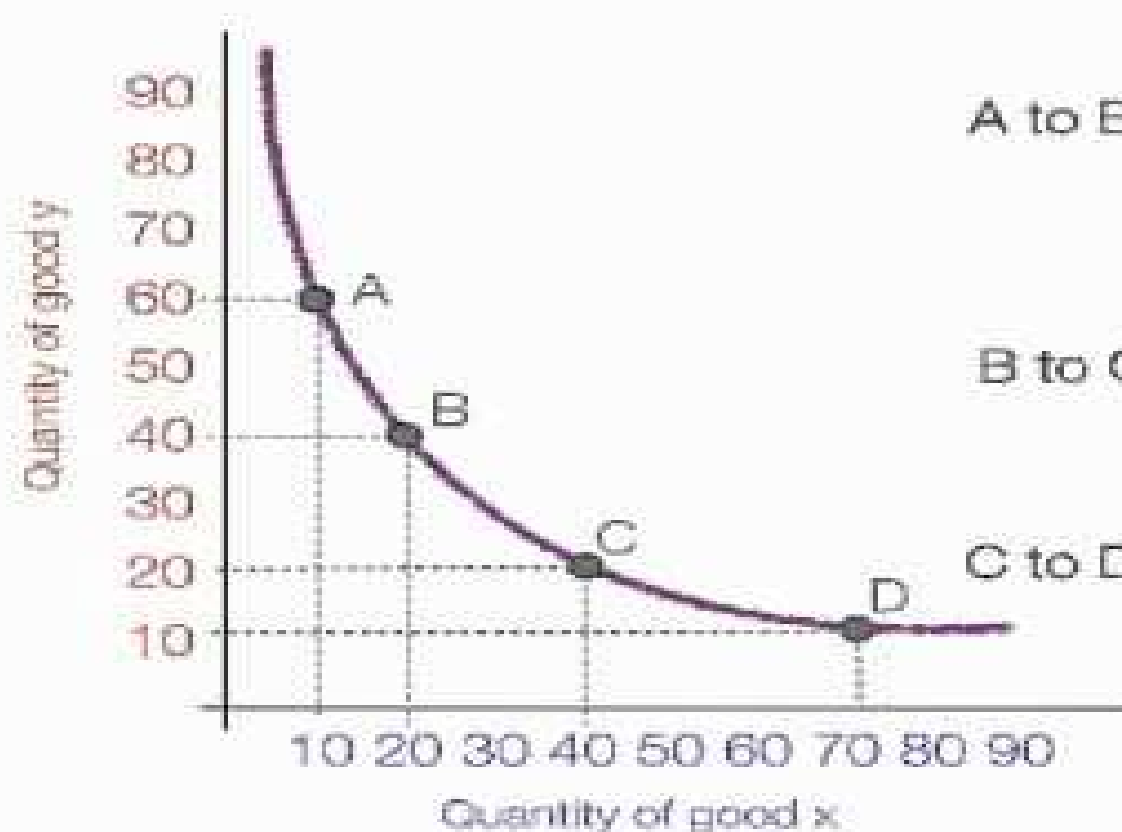
$$|MRS_{xy}| = dy/dx = MU_x / MU_y$$

6- المعدل الهامشي للإحلال 2-1

مثال:

Indifference Curves

Marginal Rate of Substitution



A to B

$$\frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{60 - 40}{10 - 20} = \frac{20}{-10} = -\frac{2}{1}$$

B to C

$$\frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{40 - 20}{20 - 40} = \frac{20}{-20} = -\frac{1}{1}$$

C to D

$$\frac{\Delta y}{\Delta x} = \frac{20 - 10}{40 - 70} = \frac{10}{-30} = -\frac{1}{3}$$

6- المعدل الهامشي للإحلال 2-1

$$\text{المعدل الهامشي لإحلال } x \text{ لـ } y \\ X\Delta Y / \Delta MRS_{xy} =$$

تم اكتساب x ، لذا كم يجب التخلي عن y بالتناوب ،
إذا تم التخلي عن x ، فما مقدار y الذي يمكننا الحصول عليه؟

• إن MRS تساوي **ميل** منحنى اللامبالاة (ميل الظل لمنحنى اللامبالاة).

6- المعدل الهامشي للإحلال 3--1

- على طول منحنى اللامبالاة للفرد ، يستهلك الفرد سلاًلاً مختلفة من السلع بينما يظل في نفس المنفعة
- الفرد على استعداد **لذلك الاستبدال** (لاستخدام شيء أو شخص بدلاً من شيء آخر) واحد جيد لآخر.
- يجب تعويض الفرد عن طريق زيادة في سلعة واحدة إذا انخفضت السلعة الأخرى

6- المعدل الهامشي للإحلال 4-1

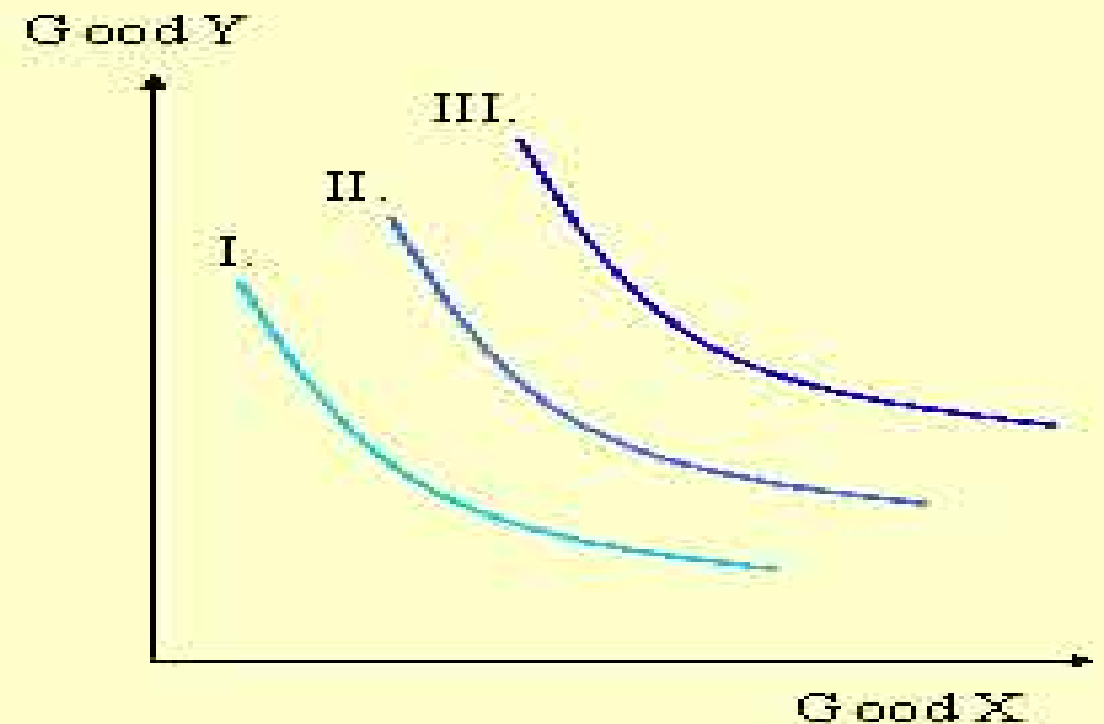
Indifference Curve Analysis

Indifference Curve

- A curve that defines the combinations of 2 or more goods that give a consumer the same level of satisfaction.

Marginal Rate of Substitution

- The rate at which a consumer is willing to substitute one good for another and stay at the same satisfaction level.



6- المعدل الهامشي للإحلال 5--1

Combination	Oranges' quantities	Apples' quantities	Substitution
1	20	1	-----
2	15	2	$\frac{20-15}{2-1} = \frac{5}{1} = 5$
3	11	3	$\frac{15-11}{3-2} = \frac{4}{1} = 4$
4	8	4	$\frac{11-8}{4-3} = \frac{3}{1} = 3$
5	6	5	$\frac{8-6}{5-4} = \frac{2}{1} = 2$

EXAMPLE

II- Price, Quantity and Demand

II-1- Price and Quantity

II-2- Law of Law of Demand

II-3- Assumptions of Law of Demand

II-4- Demand Curve

II-5- Changes in Income

II- السعر والكمية والطلب

II-1- السعر والكمية

II-2- قانون الطلب

II-3- افتراضات قانون الطلب

II-4- منحنى الطلب

II-5- التغيرات في الدخل

1- السعر والكمية - II

- تحدد العديد من القوى المبلغ الذي نرغب في شرائه.
- يركز الاقتصاديون على العلاقة بين **السعر** والكمية **بدلاً** من محاولة شرح جميع القوى دفعة واحدة.
- هذا هو افتراض ثبات العوامل الأخرى (كل الأشياء الأخرى متساوية).

2- قانون الطلب-11

■ مفاهيم **المنفعة الحدية** ومع **ثبت العوامل الأخرى** شرح **المنحدر الهابط لمنحنى الطلب**.

■ مع **الدخل والأذواق** والتوقعات **وأسعار السلع والخدمات الأخرى**، يكون الناس على استعداد لشراء كميات إضافية من سلعة ما فقط إذا انخفض سعرها.

2- قانون الطلب-11

- كلما زادت المنفعة الحدية ، زادت استعدادك للدفع.
- يوضح تناقص المنفعة الحدية سبب انخفاض السعر حتى تتمكن من الاستمرار في شراء سلعة أو خدمة.
- وفقًا لقانون الطلب ، تزداد كمية السلعة المطلوبة في فترة زمنية معينة مع انخفاض سعرها ، مع افتراض ثبات باقي المتغيرات.

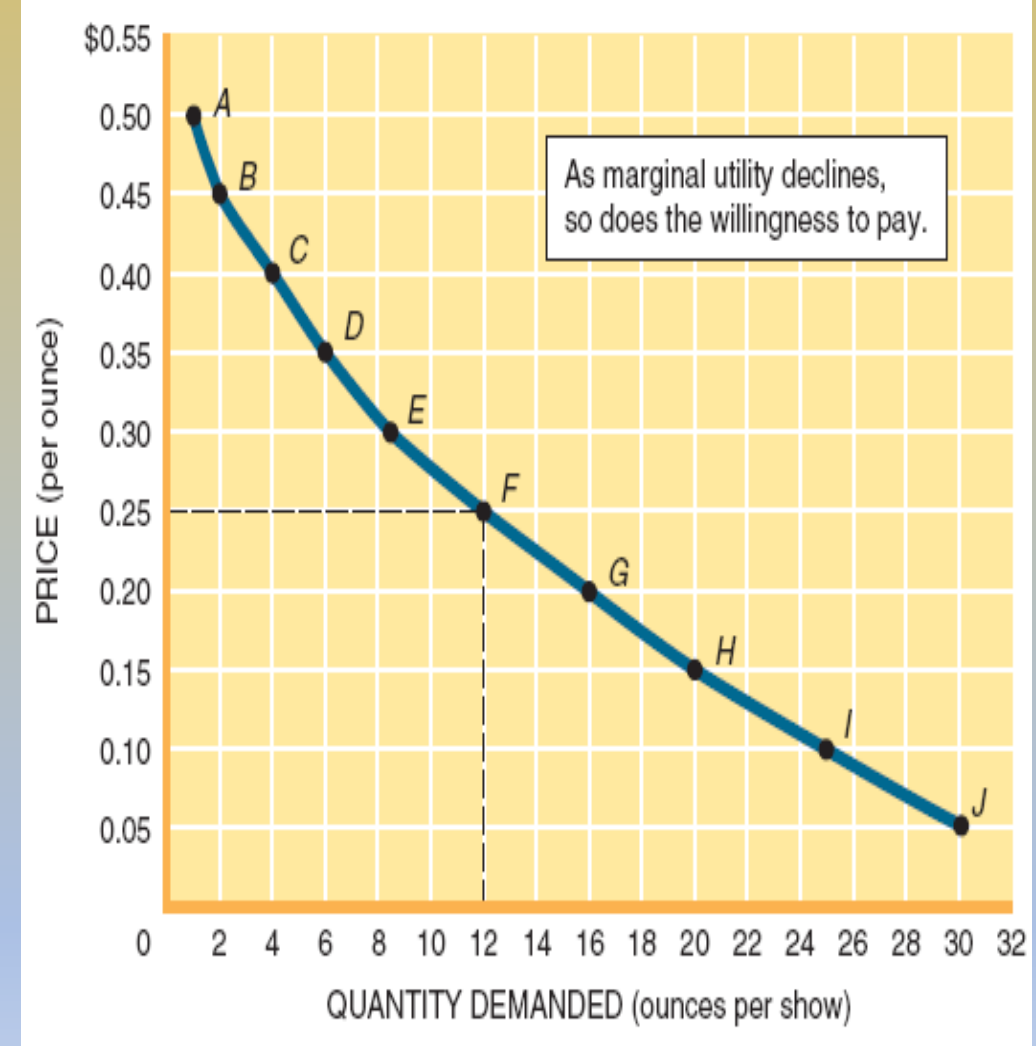
3- افتراضات قانون الطلب-II

Basic Assumptions of Law of Demand

1. No Change in the Income.
2. No Change in Size and Composition of Population.
3. No Change in Prices of Related Goods.
4. No Change in Consumer's Taste, Preference, etc.
5. No Expectation of a Price Change in Future.
6. No Change in the Climatic Conditions.

4- منحنى الطلب-11

- يمثل **منحنى الطلب** كميات السلعة التي يرغب المستهلك وقادر على شرائها بأسعار بديلة في فترة زمنية معينة ، مع افتراض ثبات باقى المتغيرات.



5- التغيرات في الدخل-II

- **الدخل** هو أحد محددات الطلب.

- نوضح **تغيرات الدخل** مع **التحولات**

من منحنى الطلب.

ثالثا- المرونة

1- مرونة السعر-III

2- الطلب المرن مقابل الطلب غير المرن-III

2-1- الطلب المرن-III

2-2- الطلب غير المرن-III

2-3- الطلب المرن الأحادي-III

elasticity

ثالثا- المرونة

-1111- مرونة الطلب السعرية

- تقاس استجابة المستهلكين للتغير في **السعر بمرونة الطلب السعرية**.
- **مرونة الطلب السعرية** هي النسبة المئوية للتغير في الكمية المطلوبة مقسومة على النسبة المئوية للتغير في السعر.

$$\text{Price elasticity (E)} = \frac{\text{percentage change in quantity demanded}}{\text{percentage change in price}}$$

ثالثا- المرونة

■ يرتفع سعر الفشار بنسبة 20% وتنخفض الكمية المطلوبة بنسبة 10%.

■ مرونة الطلب السعرية هي:

EXAMPLE

$$(هـ) = \frac{\text{نسبة التغير في الكمية المطلوبة}}{\text{النسبة المئوية للتغير في السعر}} = \frac{-10\%}{20\%} = -0.5$$

ثالثًا- المرونة

-2III- الطلب المرن مقابل الطلب غير المرن

• يمكن أن يكون الطلب مرناً أو غير مرن أو مرناً أحاديًا

-2III-1- **الطلب المرن** : استجابة المستهلك كبيرة بالنسبة للتغير في السعر.

-2-2III- **الطلب غير المرن** : يكون الطلب غير مرن إذا كانت القيمة المطلقة لـ E أقل من 1.

في هذه الحالة ، لا يستجيب المستهلكون بشدة لتغيرات الأسعار.

ثالثاً- المرونة

-2III-3- الطلب المرن الوحدوي :

الطلب أحادي المرونة إذا كانت القيمة المطلقة لـ
ه يساوي 1 .