المحاضرة ((السادسة))

نظرية منحنيات السواء :

Indifference curves

اولا -نشأة هذه النظرية

تقوم هذه النظرية على أساس التحليل القياسي (العددي)[Cardinal analysis] او كاستبدال للفكرة القائلة بان المنفعة يمكن قياسها عدديا أي أن الأفراد قادرون على تحديد ما إذا كانت أية مجموعة من السلع تعطي إشباعا اكبر مما تعطيه أية مجموعة أخرى.

أن أول من استخدم هذه النظرية (منحنيات السواء) هو الاقتصادي الإنجليزي:(فرانسيس ادجورت – Francis edge worth) وذلك في عام 1881 ثم قام بتعديلها الاقتصادي الإيطالي (وليفر يدو باريتو – Wilfredo pareto في عام 1906 في كتابه الاقتصاد السياسي وقد اكتمل تطور هذه النظرية في عام 1934 من قبل الاقتصاديين البريطانيون (جون هيكس gohn R. hicks) و (الن R.G.D.ALN) حيث أصبحت أداه تحليليه قويه تقوم على أساس تحليلي original analysis .

ثانيا-معنى منحنيات السواء :-

إذا أول وأهم ما تراعيه نظرية منحنيات السواء هما عنصري : الرغبة والمقدرة في تحليلها لسلوك المستهلك .

و تتناول مفهوم هذه النظرية ما يلي :

1-قياس رغبات المستهلكين في استهلاك توليفات مختلفة من السلع من خلال منحنيات السواء .

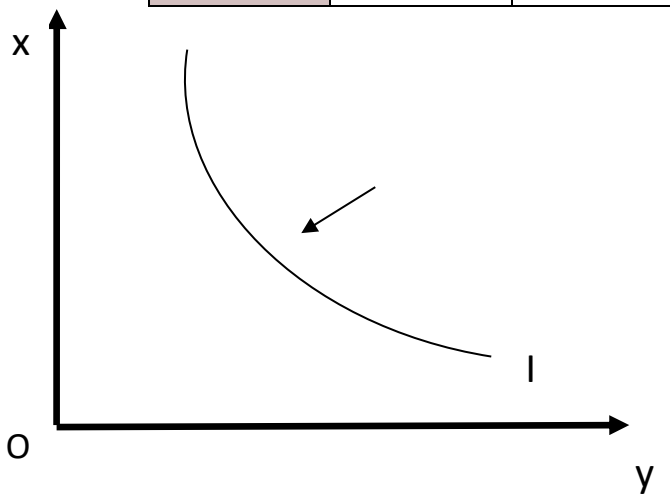
2-اختبار قدرة المستهلكين في الحصول على مختلف السلع ضمن حدود ميزانيتهم المحدودة .

المحاضرة ((السادسة))

ويمكن تعريف منحنى السواء :- بأنه المنحنى الذي يبين مختلف التوليفات من سلعتين بديلتين و التي تحقق منفعة أو إشباعا متساويا من وجهة نظر المستهلك .

و يبين الجدول التالي مجموعتين من التوليفات مختلفة لسلعتين :

السلعة X	9	7	5	3	2
السلعة Y	2	3	6	8	10



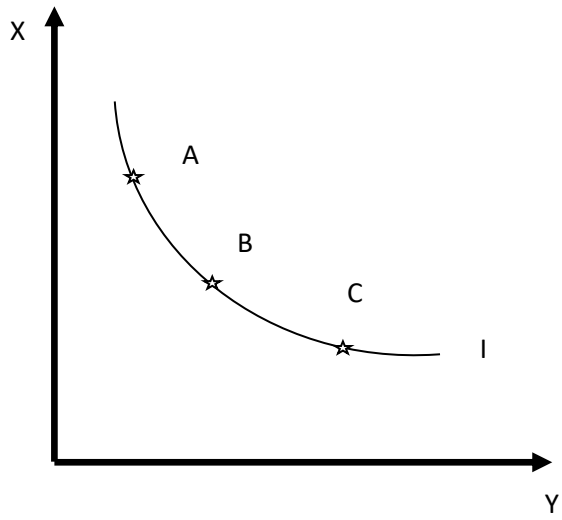
منحنى السواء

يمثل هذا المنحنى أعلى درجة من الإشباع لدى المستهلك في ظل إمكانياته و رغباته , ولو افترضنا أن دخل المستهلك قد ارتفع بمقدار معين , فإن اثر ذلك يتمثل في انتقال المنحنى إلى جهة اليمين حيث أن المنحنى السابق للمستهلك اصبح لا يحقق له أقصى درجة إشباع ويصبح المنحنى الجديد هو المنحنى المثالي و الأكفأ على تحقيق كل رغبات و حاجات المستهلك في ظل دخله المحدود , ويحدث العكس تماما في حالة انخفاض أو ارتفاع اسعار السلع و الخدمات .

ثالثا-خواص منحنيات السواء :-

ا-تنحدر (تتجه) منحنيات السواء من أعلى اليسار الى أسفل اليمين دائما , بسبب معدل الإحلال الحدي .

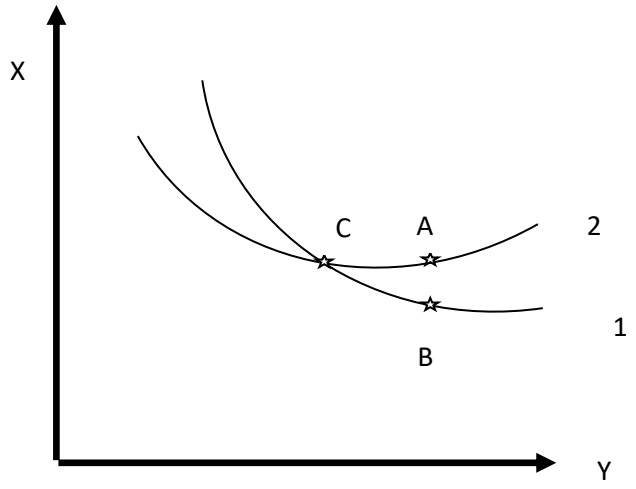
المحاضرة ((السادسة))



ب- يكون شكل منحنى السواء (مقعرا), اي انه محدب باتجاه نقطه الاصل .

ج- منحنيات السواء لا تتقاطع , لان كل منحنى سواء يمثل مستوى اشباع معين , ولذلك فان كل منحنى سواء يختلف عن جميع منحنيات السواء الأخرى , واذا أفترضنا أنها تقاطعت في نقطه معينه فانها سوف تتساوى في الاشباع وهذا لاينطبق مع خصائصها .

ومن الرسم البياني الذي يقع على جهة اليمين يتبين ان النقطة C تقع على منحنيي سواء مختلفين من حيث الإشباع للمستهلك وهذا لا يتناسب مع فرضيات النظرية.

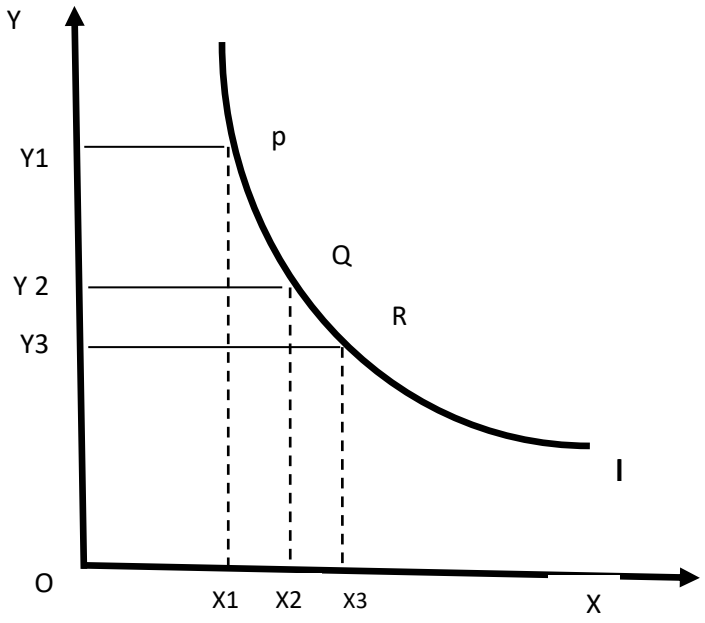


المحاضرة ((السادسة))

رابعا-المعدل الحدي للاحلال MRS

يعني أن الفرد يكون مستعدا للتنازل عن عدد من الوحدات من سلعة ما **مقابل** حصوله على (وحدات اضافيه) من سلعه اخرى .

ولما كانت منحنيات السواء مقعرة من الاعلى ومحدبة باتجاه نقطة الاصل فان هذا يعني ان المعدل الحدي لاحلال x مقابل y يتناقص كلما استبدلت x ب y على طول منحنى السواء وكما موضح بالشكل التالي :



تناقص المعدل الحدي للاحلال

ويظهر من الشكل منحنى السواء I وعليه النقاط الموازنة الثلاث(P,Q,R) وعلى المحور الأفقي نجد ان:

$$OX_1 = X_1X_2 = X_2X_3$$

فاذا تحركنا من نقطة p الى Q فان المعدل الحدي لاحلال x بy في نقطة Q يكون كما ياتي:

$$\frac{OY1 - OY2}{OX2 - OX1} = \frac{Y1Y2}{X1X2}$$

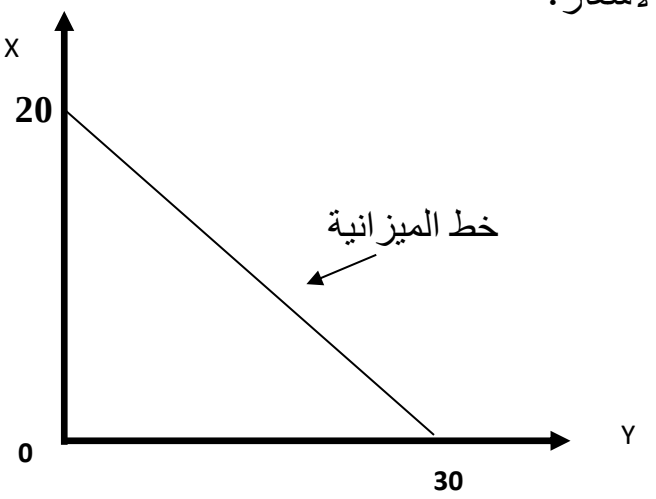
وبالمثل اذا تحركنا من نقطة Q الى نقطة R فان المعدل الحدي للاحلال عند النقطة R سيكون:

$$\frac{OY2 - OY3}{OX3 - OX2} = \frac{Y2Y3}{X2X3}$$

ولما كانت X1X2 X2X3 وان Y1Y2 اكبر من Y2Y3 فان MRT عند النقطة R اقل منه عند Q وهذا = نح من الميل المتناقص للمماس P,Q,R وبناء على ذلك يمكن ان نقول: كلما حلت X محل Y ولكي يبقى المستهلك عند منحنى السواء نفسه فان المعدل الحدي لإحلال X بY يكون متناقصا .

خامسا- خط الميزانية Expenditure line

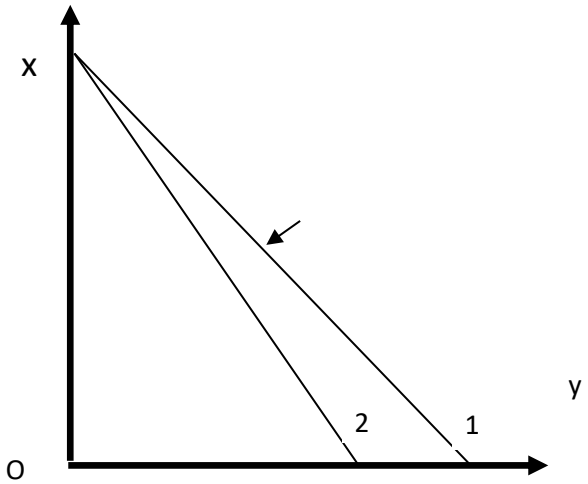
يمكن تعريف **خط الميزانية:** الخط الذي يبين مختلف التوليفات من السلعتين التي يمكن للمستهلك شرائها في ظل دخله المحدود مع ثبات الأسعار.



يختلف ميل خط الميزانية حسب أسعار السلع أو ميزانية أو دخل المستهلك, فبينما تحدد الأسعار الميل لهذا الخط فان الميزانية تحدد موقع الخط.

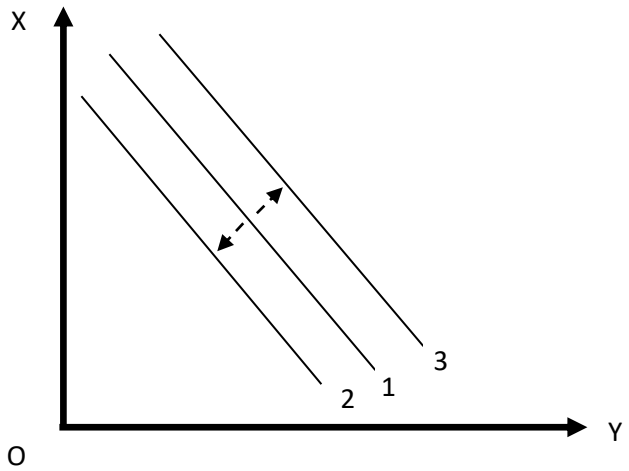
المحاضرة ((السادسة))

فإذا افترضنا أن (X) 20 كغم و (Y) 30 كغم. ففي الشكل السابق نفترض أن المستهلك يحتاج **20** من X و 30 y , فإذا ارتفع سعر إحدى السلع و لتكن Y فان خط الميزانية يميل إلى الانحدار اكثر إلى جهة اليسار و ذلك لان رغبة المستهلك تكون اقل في شراء تلك السلعة لهذا السعر ويصبح الشكل كما يلي حيث ينتقل خط الميزانية من (1)إلى (2).



ارتفاع سعر السلعة x مع بقاء سعر y والدخل على حاله

وكما ذكرنا فان الميزانية هي العامل الأساسي في تحديد موقع الخط فإذا ارتفع الدخل للمستهلك مع بقاء الأسعار ثابتة فإن الخط (الميزانية) يرتفع إلي أعلى كما في الشكل فكلما ارتفع الدخل ارتفع خط الميزانية ألي أعلى وبالتالي فرصة زيادة الكميات من تلك السلع هي اكبر , إذا العلاقة طرديه بين الدخل و الميزانية .



ارتفاع وانخفاض خط الميزانية طبقا لتغير دخل المستهلك

ولكن إذا ارتفع دخل المستهلك مع ارتفاع الأسعار بنفس المقدار فان خط الميزانية لا يتغير من موقعه .

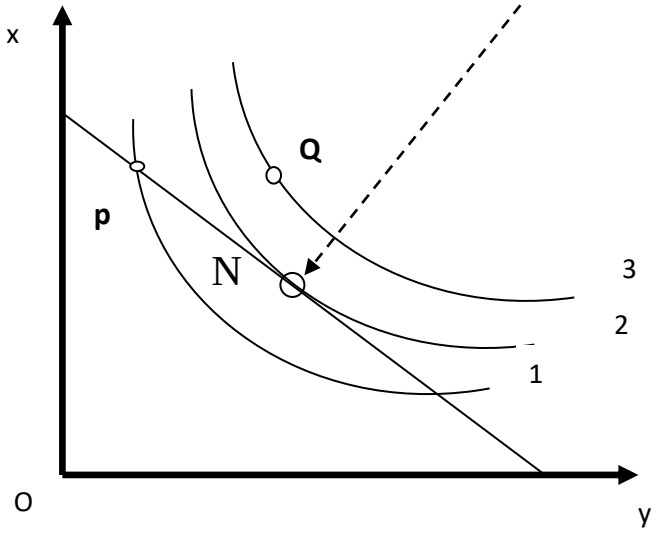
سادسا- توازن المستهلك : Consumer Equilibrium

وهو النقطة التي يتحقق عندها الحد الأقصى من الإشباع لدى المستهلك في ظل دخله المحدود وثبات مستوى الأسعار .

إن خط الميزانية يمكن المستهلك أن يحصل على ميزانية معينه عند ثبات أسعار السلع , بينما تعكس منحنيات السواء ما يرغب المستهلك والهدف من عملية التحليل هو تحديد نقطه التوازن المستهلك من خلال الموائمة بين الرغبات والقدرات . وحيث أن المستهلك دائم الرغبة في الحصول على اكبر قدر ممكن من المنفعة أو الإشباع وهذا يعني بالرسم أنه يعمل على الوصول إلى أعلى منحنى سواء ممكن تسمح به ميزانيته المحدودة وهذا يعنى حصوله على كميات اكبر من السلع المتوفرة في التوليفة المناسبة .

نقطه توازن

توازن المستهلك



ويتضح من خلال الرسم اعلاه يتبين إن هناك ثلاث منحنيات سواء المنحنى الأعلى وهو رقم (3) والذي يبعد عن خط الميزانية وبذلك فان هذا المنحنى لا يمكن للمستهلك الوصول إليه لان ميزانية(دخله) لا تسمح بذلك.

أما المنحنى رقم (1) فهو كذلك يبعد عن خط الميزانية ولكن هذا المنحنى لا يمثل طموح المستهلك حيث يستطيع المستهلك تحقيق رغباته من خلال منحنى رقم (2) والذي يمس خط الميزانية عند النقطة (N) .

إذ ان هذا المنحنى هو أعلى منحنى يمكن للمستهلك الوصول أليه وإن توازن المستهلك يتحقق عند هذه النقطة (N).

اما بالنسبة للنقاط Q , p لا يحققان شرط التوازن لان الأولى تقع على منحنى سواء اقل وتقطع خط الميزانية ولا تمسه ,اما النقطة الثانية فتقع خارج إمكانية المستهلك.