

فصل اول

« مفاهیم و کلیات، تقاضا و عرضه »

تعاریف اقتصاد خرد و کلان

علم اقتصاد: علم تخصیص منابع محدود به نیازها و خواسته‌های نامحدود بشر می‌باشد. این منابع توسط طبیعت و نسل‌های گذشته در اختیار بشر قرار گرفته است.

نکته ۱: عامل اصلی موثر در تخصیص هر منبع، محدودیت و کمیابی آن می‌باشد. تا زمانیکه زمین برای ساختن خانه محدود نبود (در طول تاریخ) تخصیص زمین به واحدهای مسکونی بصورت کنونی اتفاق نمی‌افتاد.

اقتصاد خرد و کلان: اقتصاد خرد به بررسی رفتار اقتصادی تک‌تک خانوارها (نمایندگان مصرف‌کنندگان) و بنگاه‌ها (نمایندگان تولیدکنندگان) در جامعه می‌پردازد ولی اقتصاد کلان مجموع رفتار اقتصادی عوامل یک جامعه را به صورت یک کل واحد بررسی می‌نماید.

نکته ۲: اگر اسم، نوع، جنس، گروه، ویژگی و مارک یک محصول یا فعالیت (یا فرد) مشخص شود موضوع بررسی اقتصاد خرد و در غیر اینصورت اقتصاد کلان می‌باشد. همچنین رشد و توسعه، سطح عمومی قیمت‌ها، تورم، بیکاری، اشتغال، درآمد ملی، تولید ملی و ... از مباحث اقتصاد کلان و فقر و تبعیض به دلیل بررسی در سطح خانوار از مباحث اقتصاد خرد می‌باشد.

مثال ۱: کدامیک جزء مباحث اقتصاد کلان نمی‌باشد؟

- (۱) کل درآمد صنعتگران (۲) کل سود جامعه (۳) سطح عمومی قیمت‌ها (۴) تولید ملی

پاسخ: گزینه «۱»

اقتصاد اثباتی و اقتصاد دستوری: اقتصاد اثباتی (ارزشی) به بررسی چگونگی و میزان متغیرهای اقتصادی می‌پردازد و اقتصاد دستوری (هنجاری) از بایدها و نبایدها در اقتصاد بحث می‌نماید.

سوالات اساسی اقتصاد خرد

۱- چه کالاها و خدماتی در جامعه بایستی تولید شوند؟

به دلیل محدودیت و کمیابی، امکانات جامعه توانایی تهیه و تولید محصولات محدودی را خواهند داشت و ترکیب محصولات مورد نیاز جهت تولید با این امکانات، توسط مصرف‌کنندگان با توجه به تقاضای مؤثر (تقاضای همراه با قدرت خرید و اراده) تعیین می‌گردد.

۲- نحوه تولید کالا و خدمات در جامعه باید چگونه باشد؟

دو شیوه اصلی جهت تولید کالاها و خدمات، روش کاربر (استفاده از کارگر بیشتر) و سرمایه‌بر (استفاده از سرمایه بیشتر) می‌باشد که برای تولید کالا و خدمات، تولیدکنندگان با توجه به هزینه تولید کمتر، بهترین روش تولید را انتخاب نموده و بکار می‌گیرند.

۳- نحوه توزیع کالاها و خدمات در جامعه چگونه باید باشد؟

عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان با توجه به نفوذ خود در بازار در تعیین نحوه توزیع کالاها و خدمات نقش بسزایی دارند و در حال حاضر دسترسی آسان به محصولات (خریدهای الکترونیکی) کاربرد بسیار گسترده‌ای در جوامع پیدا کرده است. همچنین نحوه توزیع کالاها و خدمات تا حدودی به سیستم اقتصادی حاکم در هر کشور نیز بستگی دارد.



کج مثال ۲: کدام یک جزء سئوالات اساسی مطرح در اقتصاد خرد نمی باشد؟

(۱) چه کالایی تولید شود؟ (۲) نحوه تولید چگونه باشد؟ (۳) واردات و صادرات چگونه باشد؟ (۴) چگونه توزیع صورت بگیرد؟

پاسخ: گزینه «۳» اقتصاد خرد به سه سؤال چه کالایی؟ چگونه؟ و برای چه کسی؟ پاسخ می دهد.

تقاضا

تعریف تقاضا: مقداری از کالاها و خدمات می باشد که مصرف کنندگان در سطوح مختلف قیمت آن کالا و در یک زمان معین، حاضر به خریداری و مصرف آن می باشند. در این تعریف تمام عوامل مؤثر بر تقاضا به جز قیمت کالا، ثابت در نظر گرفته می شود و تقاضا دربرگیرنده دو عامل نیاز (خواستن) و قدرت خرید (توانستن) می باشد.

قانون تقاضا: با افزایش قیمت هر کالا انتظار می رود مقدار تقاضای آن کاهش یابد و با کاهش قیمت هر محصول انتظار افزایش مقدار تقاضای آن وجود خواهد داشت و در واقع قانون تقاضا بیانگر رابطه معکوس (منفی و غیرمستقیم) بین قیمت و مقدار تقاضا می باشد.

کج مثال: کدام یک بیانگر قانون تقاضاست:

- (۱) رابطه مثبت بین قیمت و مقدار مصرف
(۲) رابطه منفی بین قیمت و مقدار مصرف
(۳) رابطه منفی بین قیمت و فروش محصول
(۴) رابطه منفی بین هزینه و مقدار مصرف

پاسخ: گزینه «۲» قانون تقاضا بیانگر رابطه غیرمستقیم و منفی بین قیمت و مقدار تقاضا می باشد.

عوامل مؤثر در تقاضا: مهمترین عوامل مؤثر بر تقاضا را می توان به صورت زیر مشخص نمود، در واقع هزاران عامل بر تقاضای یک کالا مؤثرند که عوامل مهم تر، تأثیر زیادتری در تقاضای یک کالا خواهند گذاشت. برخی از این عوامل عبارتند از:

۱- **قیمت کالا:** اصلی ترین عامل مؤثر بر تقاضای هر کالا قیمت آن کالا می باشد و قیمت تنها عاملی است که تأثیرات آن بر تقاضا در قانون تقاضا و تابع تقاضا بررسی می شود. بطور کلی قیمت هر کالا دارای رابطه معکوس و منفی با مقدار تقاضای آن می باشد. بجز قیمت سایر عوامل دارای تأثیر کمتر در تقاضا خواهند بود و در واقع مقدار آنها ثابت در نظر گرفته می شود.

۲- **درآمد:** درآمد نقش بسیار زیادی در قدرت خرید مصرف کنندگان دارد و با افزایش (یا کاهش) درآمد به دلیل تغییر قدرت خرید، مصرف کنندگان، مصرف کالاهای متعدد را تغییر خواهند داد. در نتیجه درآمد به عنوان یک عامل مؤثر در تقاضا بررسی می شود.

۳- **قیمت سایر کالاها:** به دلیل ارتباط کالاها با یکدیگر، مصرف کنندگان در هنگام خرید کالاها قیمت کالاهای دیگر را نیز در نظر می گیرند. چون ممکن است کالایی را به جای کالای مورد نیاز بتوانند مصرف کنند و یا مجبور باشند در کنار یک کالا، کالاهای دیگری را نیز مصرف کنند. بطور مثال خریدار یک ماشین بایستی به قیمت انواع دیگر ماشین ها و میزان مصرف بنزین ماشین مدنظر توجه نماید.

۴- **سلیقه و ترجیحات:** عواملی مثل کیفیت کالا، ویژگی ها، شرایط خرید، تبلیغات و ... همگی باعث تغییر در سلیقه و ترجیحات مصرف کنندگان و در نتیجه تغییر در مقدار مصرف آنها از کالاها و خدمات خواهند شد.

۵- **انتظار هزینه و درآمد در آینده:** با داشتن انتظار درآمد در آینده، فرد مصرف خود را افزایش و با داشتن انتظارات هزینه ای، مصرف خود را در حال حاضر کاهش می دهد.

۶- **عوامل دیگر:** علاوه بر پنج عامل فوق عواملی چون جنس، سن، آب و هوا، شرایط جغرافیایی و ... بر مصرف و تقاضا تأثیرگذار می باشند.

در واقع می توان مقدار تقاضا (Q_x) را تابعی از عوامل متعدد مانند زیر فرض نمود:

$Q_x = f(P_x, I, P_y, U, E, A, \dots)$ که در تابع فوق:

Q_x : مقدار تقاضای کالای X
 P_x : قیمت کالای X
 I : درآمد مصرف کننده
 P_y : قیمت کالای مرتبط با X
 U : ترجیحات
 E : انتظارات هزینه یا درآمد
 A : تبلیغات و ...

کج مثال ۳: کدام یک از عوامل زیر در بررسی تقاضا ثابت نمی باشد؟

- (۱) قیمت کالاهای دیگر (۲) سلیقه و ترجیحات (۳) بودجه (۴) مقدار مصرف

پاسخ: گزینه «۴» در بررسی تقاضا فقط دو عامل قیمت کالا و مقدار مصرف تغییر می کنند و بقیه عوامل ثابت فرض می شوند.

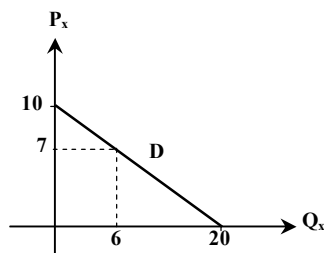
تابع تقاضا: رابطه ریاضی نشان دهنده ارتباط بین مقدار تقاضا (Q) و قیمت کالا (P) تابع تقاضا می باشد که معمولاً به صورت زیر بررسی می شود:

$$Q_x = A - BP_x$$

منحنی تقاضا: با رسم تابع تقاضا در محور مختصات منحنی تقاضا بدست می آید. برای رسم منحنی تقاضا در محور افقی مقدار تقاضا و در محور عمودی قیمت کالا را مشخص می کنیم و برای رسم این منحنی کافیهست دو نقطه از تقاضا را مشخص کنیم در بهترین روش می توان یک بار قیمت

و یک بار مقدار را مساوی صفر قرار داد تا دو نقطه از تابع تقاضا مشخص گردد، با رسم منحنی تقاضا خواهیم دید این منحنی دارای شیب نزولی (منفی) می‌باشد و با افزایش قیمت مقدار تقاضا کاهش می‌یابد (و برعکس).

با توجه به مثال زیر به منحنی تقاضای رسم شده دقت نمائید:



شکل ۱-۱

$$Q_X = 20 - 2P_X$$

$$P_X = 0 \Rightarrow Q_X = 20 - 2(0) \Rightarrow Q_X = 20$$

$$Q_X = 0 \Rightarrow 0 = 20 - 2P_X \Rightarrow 20 = 2P_X \Rightarrow P_X = \frac{20}{2} \Rightarrow P_X = 10$$

با توجه به منحنی تقاضای ذکر شده مقدار تقاضا در قیمت‌های مختلف قابل محاسبه می‌باشد.

بطور مثال به ازای $P_X = 7$ در تابع و در منحنی تقاضا، مقدار تقاضای ۶ بدست می‌آید. همچنین مقدار مصرف ۲۰ و قیمت ۱۰ دارای مفاهیم بسیار مهمی در این منحنی تقاضا می‌باشند، مصرف ۲۰ واحد در زمانی اتفاق می‌افتد که قیمت محصول برابر صفر باشد ($P = 0$) و در واقع زمانی که کالا مجانی است حداکثر استفاده از آن مشخص می‌گردد. به این نقطه، نقطه سیری یا نقطه اشباع (حداکثر مصرف) می‌گویند و با مساوی صفر قرار دادن قیمت در تابع تقاضا، مقدار آن مشخص می‌شود.

در مقابل نقطه حداکثر مصرف، نقطه حداکثر قیمت بررسی می‌شود. در نقطه حداکثر قیمت مقدار مصرف کالا برابر صفر می‌باشد و در قیمت‌های بالاتر از آن تقاضا وجود نخواهد داشت، همچنین در قیمت‌های پائین‌تر از حداکثر قیمت مصرف‌کننده اقدام به مصرف کالا خواهد نمود، برای محاسبه حداکثر قیمت کافیست بجای مقدار مصرف در تابع تقاضا عدد صفر قرار دهیم ($Q = 0$).

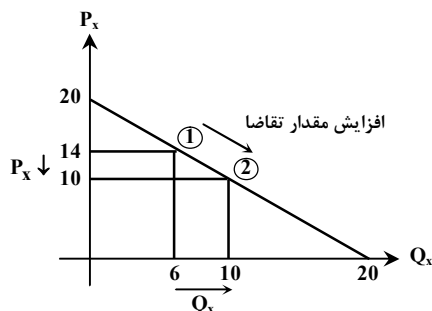
مثال ۴: حداکثر قیمت و حداکثر مصرف (نقطه اشباع) در تابع $Q_X = 30 - 10P_X$ برابر است با:

$$P_X = 10 \quad Q_X = 30 \quad P_X = 30 \quad Q_X = 3 \quad P_X = 3 \quad Q_X = 30 \quad P_X = 10 \quad Q_X = 20 \quad (1)$$

پاسخ: گزینه «۲» برای محاسبه حداکثر مصرف باید $P = 0$ و برای محاسبه حداکثر قیمت باید $Q = 0$ قرار گیرد:

$$\text{حداکثر مصرف} \Rightarrow (P = 0) \Rightarrow Q_X = 30 - 10P_X \Rightarrow Q_X = 30 - 10(0) \Rightarrow Q_X = 30$$

$$\text{حداکثر قیمت} \Rightarrow (Q = 0) \Rightarrow 0 = 30 - 10P_X \Rightarrow 10P_X = 30 \Rightarrow P_X = \frac{30}{10} \Rightarrow P_X = 3$$



شکل ۲-۱

تغییرات مقدار تقاضا:

تغییرات مقدار تقاضا (Q_X)، با توجه به تابع تقاضا ($Q_X = A - BP_X$) و منحنی تقاضا با تغییرات قیمت خود کالا (P_X) طبق قانون تقاضا صورت می‌گیرد. در نتیجه همانند منحنی و تابع روبرو (شکل ۱-۲) مصرف‌کننده با کاهش قیمت مقدار تقاضای خود را از نقطه‌ای به نقطه‌ای دیگر روی منحنی تقاضا انتقال می‌دهد باید توجه کرد که در این تغییرات خود منحنی تقاضا جابه‌جا نمی‌شود.

$$Q_X = 20 - P_X$$

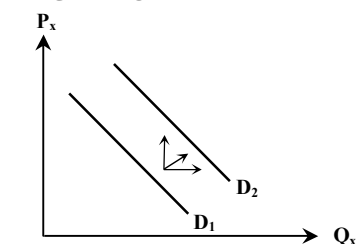
$$\textcircled{1} \quad P_X = 14 \Rightarrow Q_X = 20 - 14 \Rightarrow Q_X = 6$$

$$\textcircled{2} \quad P_X = 10 \Rightarrow Q_X = 20 - 10 \Rightarrow Q_X = 10$$

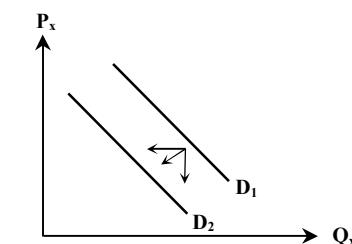
تغییرات تقاضا:

بجز قیمت که تغییرات آن باعث تأثیر در مقدار تقاضا و حرکت روی منحنی تقاضا می‌شود، هر عامل مؤثر دیگر که در رسم تابع تقاضا ثابت فرض شود (درآمد، سلیقه، قیمت کالاهای دیگر و ...) با تغییر خود باعث تغییر تقاضا و انتقال منحنی تقاضا به مختصات جدید خواهد شد، به طور کلی هر عامل که باعث افزایش تمایل مصرف‌کننده به مصرف بیشتر در هر سطح از قیمت گردد باعث افزایش تقاضا (انتقال منحنی تقاضا به سمت راست، بالا و بیرون) و هر عامل که باعث کاهش مصرف در هر سطح از قیمت شود، باعث کاهش تقاضا (انتقال منحنی تقاضا به سمت چپ، پایین، داخل) می‌شود.

افزایش و کاهش تقاضا در شکل ۳-۱ مشخص شده است و مهمترین عوامل مؤثر در تغییرات تقاضا در ادامه توضیح داده می‌شود.



افزایش تقاضا (انتقال به راست، بالا، بیرون)

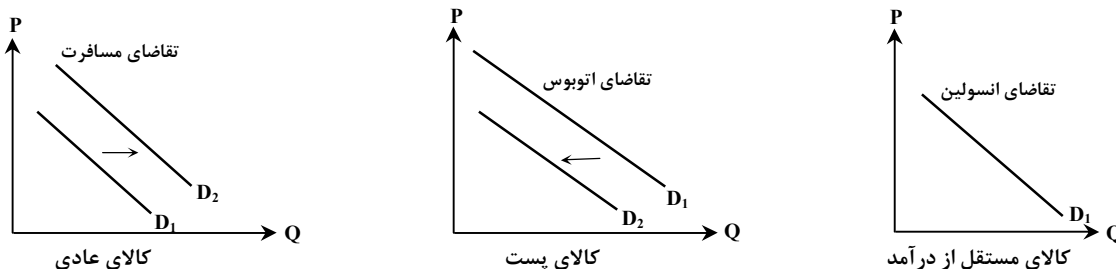


کاهش تقاضا (انتقال به چپ، پایین، داخل)

عوامل مؤثر در انتقال تابع تقاضا (تغییرات تقاضا)

(الف) درآمد:

با تغییرات درآمد (قدرت خرید) مصرف‌کنندگان، آنها بدون تغییر قیمت کالاها تقاضای خود را از کالاهای مختلف تغییر خواهند داد که این تغییرات بستگی به نوع کالاها از نظر درآمدی خواهد داشت؛ اگر کالا عادی باشد، با افزایش درآمد، تقاضای مصرف‌کنندگان از آن کالا افزایش می‌یابد و منحنی تقاضا به سمت راست (بیرون و بالا) منتقل می‌شود (و برعکس). اگر کالا پست باشد با افزایش درآمد، تقاضای آن کاهش می‌یابد و منحنی تقاضا به سمت چپ (پائین و داخل) منتقل می‌شود (و برعکس)، همچنین تغییرات درآمد تأثیری بر تقاضای کالاهای مستقل از درآمد نخواهد داشت مثل انسولین (شکل ۴-۱).



شکل ۴-۱ (افزایش درآمد و تغییر تقاضای کالاهای مختلف)

(ب) قیمت کالاهای دیگر:

کالاها با یکدیگر دارای ارتباط جانشینی یا مکملی می‌باشند و یا نسبت به یکدیگر بی‌ارتباط خواهند بود. اگر دو کالا جانشین یکدیگر باشند مصرف‌کنندگان آن دو کالا را به جای یکدیگر استفاده می‌کنند و با افزایش قیمت یک کالا تقاضای جانشین‌های آن افزایش می‌یابد (مثل نوشابه و دوغ) و در واقع تغییرات قیمت یک کالا و تقاضای جانشین‌های آن هم‌جهت می‌باشد. اگر دو کالا مکمل هم باشند مصرف‌کننده حتماً آن دو کالا را با هم استفاده می‌کند و در واقع دو کالا تکمیل‌کننده یکدیگر خواهند بود، مثل چای و قند، و در نتیجه جهت تغییرات قیمت یک کالا و تقاضای مکمل‌های آن برعکس یکدیگر می‌باشند. مثلاً با افزایش قیمت کره مصرف مربا و تقاضای آن کاهش خواهد یافت. تغییرات قیمت دو کالای بی‌ارتباط هیچ تأثیری در تقاضای یکدیگر نخواهد گذاشت. مثل خودکار و میوه و ...

(ج) سلیقه و ترجیحات:

هر تغییری در سلیقه و ترجیحات فرد باعث افزایش یا کاهش تقاضای وی از کالاهای مختلف خواهد شد. بعنوان مثال افزایش تبلیغ برای استفاده از یک محصول باعث تغییر سلیقه و ترجیح مصرف‌کنندگان و تقاضای بیشتر آن کالا خواهد شد.

کج مثال: با افزایش توصیه‌های بهداشتی برای مصرف کالای X چه اتفاقی رخ می‌دهد؟

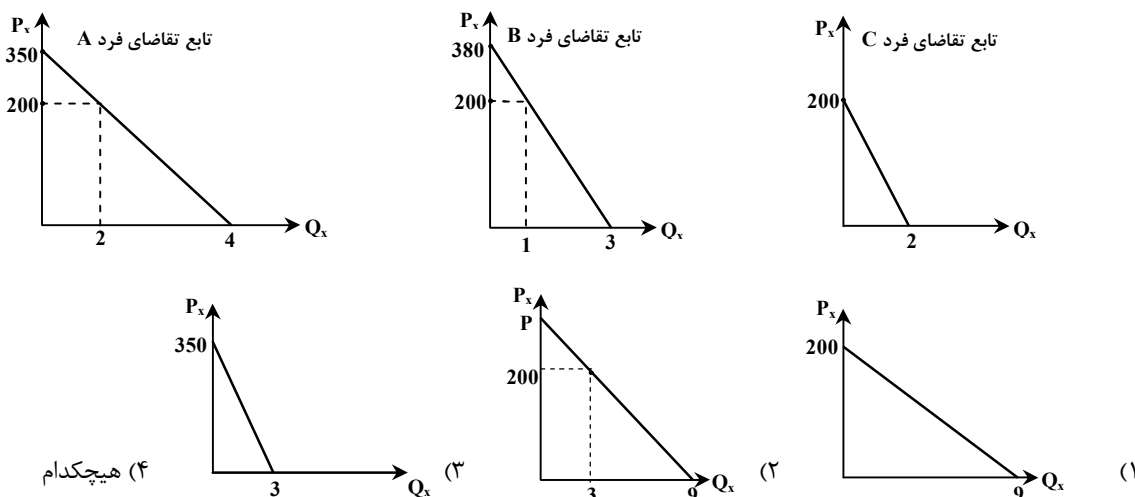
- (۱) تقاضای کالای X به سمت چپ منتقل می‌شود.
- (۲) تقاضای کالای X کاهش می‌یابد.
- (۳) مقدار تقاضای کالای X افزایش می‌یابد.
- (۴) تقاضای کالای X افزایش می‌یابد.

پاسخ: گزینه «۴» با افزایش تمایل به مصرف یک کالا تقاضای آن افزایش می‌یابد.

تابع تقاضای بازار:

تابع تقاضای بازار در واقع مجموع تقاضای افراد در یک بازار می‌باشد که از جمع افقی منحنی‌های تقاضای تک‌تک مصرف‌کنندگان در بازار بدست می‌آید. برای محاسبه تابع تقاضای بازار کافی است مقدار تقاضای تک‌تک افراد را در قیمت‌های مختلف با هم جمع نماییم.

کج مثال ۵: تابع تقاضای سه نفر در بازار بصورت زیر می‌باشد. تابع تقاضای بازار کدامیک از موارد زیر خواهد بود؟





پاسخ: گزینه «۲» در قیمت ۲۰۰ مقدار ۳ واحد و در قیمت صفر ۹ واحد در بازار تقاضا خواهد شد.

عرضه

مقادیری از کالاها و خدمات می‌باشد که در قیمت‌های مختلف و در دوره‌ی زمانی معین، تولیدکنندگان حاضر به تولید و عرضه آن می‌باشند.

نکته ۳: تولید و عرضه متفاوت از یکدیگر می‌باشند و منظور از عرضه، ارائه‌ی کالاها جهت فروش در بازار می‌باشد. بعنوان مثال یک کارخانه‌ی بخاری‌سازی اگرچه در تابستان تولید دارد ولی محصول خود را در فصل سرما عرضه می‌کند.

عوامل مؤثر در عرضه:

با فرض اینکه هر بنگاه تولیدی به دنبال کسب سود می‌باشد. هر عامل که باعث افزایش یا کاهش سود گردد بر عرضه محصول تأثیرگذار خواهد بود. علاوه بر قیمت محصول که اصلی‌ترین عامل مؤثر بر عرضه می‌باشد هزینه‌های تولید و تکنولوژی نیز از مهمترین عوامل مؤثر بر عرضه می‌باشند.

تابع و منحنی عرضه:

با افزایش قیمت محصول طبق قانون عرضه، مقدار عرضه آن افزایش می‌یابد و تابع عرضه نشان دهنده رابطه مستقیم و مثبت بین مقدار عرضه و قیمت محصول می‌باشد. بطور کلی تابع عرضه بصورت زیر می‌تواند ارائه شود:

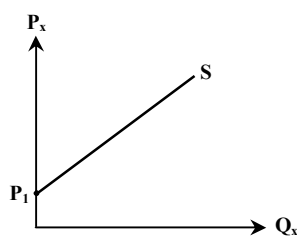
Q_X^S : مقدار عرضه کالا

P_X : قیمت کالا

TC: هزینه‌های تولید

T: سطح تکنولوژی

$$Q_X^S = f(P_X, TC, T, \dots)$$



شکل ۵-۱

با فرض ثابت ماندن سایر عوامل تأثیرگذار، تابع عرضه بصورت زیر با دو متغیر مقدار عرضه (Q_X) و قیمت محصول (P_X) نوشته می‌شود:

$$Q_X = A + BP_X$$

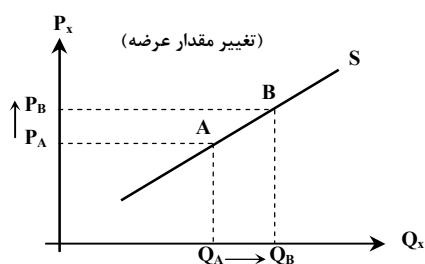
می‌توان تابع عرضه را در مختصات P_X و Q_X بصورت روبرو رسم نمود:

با توجه به تابع عرضه فوق قیمت P_1 که در آن قیمت، مقدار عرضه صفر می‌باشد ($Q = 0$) بیانگر حداقل قیمت یا قیمت پایه می‌باشد. چون در قیمت پائین‌تر از آن هیچ تولیدکننده‌ای حاضر به عرضه محصول در بازار نخواهد بود و در قیمت‌های بالاتر از قیمت پایه (P_1) تولیدکنندگان به عرضه محصول خواهند پرداخت.

مثال ۶: با افزایش مالیات و کاهش سوبسید حداقل قیمت عرضه محصول

(۱) افزایش می‌یابد. (۲) کاهش می‌یابد. (۳) ثابت می‌ماند. (۴) هر سه حالت ممکن است.

پاسخ: گزینه «۱» حداقل قیمت عرضه (قیمت پایه) قیمتی است که عرضه کنندگان در قیمت‌های بالاتر از آن اقدام به عرضه محصول می‌نمایند و این قیمت همان قیمت تمام شده محصول می‌باشد، با افزایش مالیات و کاهش سوبسید قیمت تمام شده افزایش و در نتیجه حداقل قیمت عرضه محصول نیز افزایش می‌یابد.



شکل ۶-۱

تغییرات عرضه و تغییرات مقدار عرضه:

همانند تقاضا، با تغییرات قیمت محصول، مقدار عرضه تغییر می‌یابد و همانند شکل ۶-۱ با افزایش (یا کاهش) قیمت محصول مقدار عرضه شده یا مقدار عرضه افزایش (یا کاهش) می‌یابد و بدین ترتیب تغییرات مقدار عرضه فقط روی منحنی عرضه اولیه صورت می‌گیرد:

تغییرات عرضه:

بجز قیمت، هر عامل مؤثر در تغییر سود بنگاه بر عرضه محصول تأثیر خواهد گذاشت و در نتیجه منحنی عرضه به مختصات جدید منتقل خواهد شد. دلیل کسب سود باعث انگیزه بیشتر جهت افزایش عرضه خواهد شد. مهمترین عوامل تأثیرگذار در افزایش عرضه (و کاهش عرضه) در دو گروه هزینه‌های تولید و سطح تکنولوژی طبقه‌بندی می‌شوند:

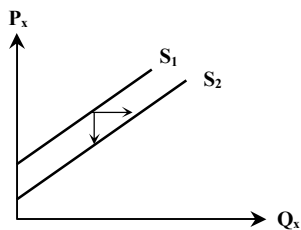
الف) هزینه‌های تولید:

کاهش در هزینه‌های تولید شامل هزینه مواد، دستمزد، مالیات، اجاره و ... باعث تمایل تولیدکنندگان به عرضه بیشتر محصول و در نتیجه افزایش عرضه و انتقال منحنی عرضه به سمت راست و پائین خواهد شد. همچنین افزایش هزینه‌های تولید باعث کاهش عرضه و انتقال منحنی عرضه به سمت چپ و بالا خواهد شد (شکل ۷-۱).

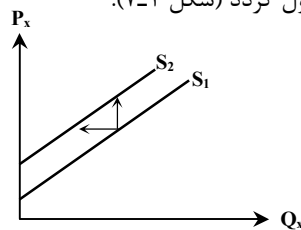


ب) سطح تکنولوژی:

پیشرفت تکنولوژی باعث افزایش سطح عرضه و پسرفت تکنولوژی باعث کاهش عرضه خواهد شد. همچنین کشف روشهای جدید تولید نیز می تواند باعث افزایش عرضه محصول گردد (شکل ۷-۱).

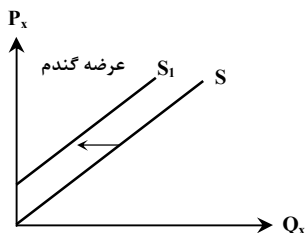


(افزایش عرضه)



(کاهش عرضه)

شکل ۷-۱



عرضه گندم

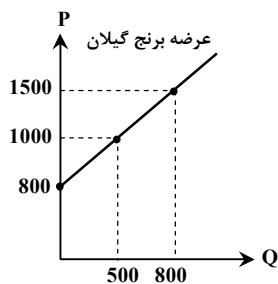
مثال ۷: علت انتقال منحنی عرضه زیر کدامیک از گزینه ها نمی تواند باشد:

- ۱) افزایش هزینه کاشت محصول
- ۲) ضعیف تر شدن تکنولوژی تولید
- ۳) کاهش قیمت گندم
- ۴) افزایش دستمزد کشاورزان

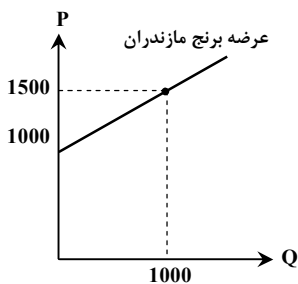
پاسخ: گزینه «۳» کاهش قیمت گندم باعث کاهش مقدار عرضه گندم و حرکت روی منحنی عرضه اولیه خواهد شد ولی بقیه گزینه ها باعث کاهش عرضه گندم خواهند شد.

عرضه بازار:

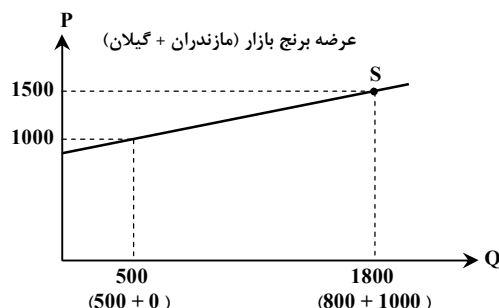
عرضه بازار نشان دهنده کل محصول عرضه شده در بازار در هر سطح قیمت و در یک زمان معین می باشد. منحنی عرضه بازار از جمع افقی منحنی های عرضه تک تک عرضه کنندگان در بازار بدست می آید. برای بدست آوردن عرضه بازار در قیمت های مشخص که تمام عرضه کنندگان مقدار عرضه مشخصی دارند مقادیر عرضه با یکدیگر جمع زده می شود. همانند مثال زیر که عرضه برنج توسط دو استان گیلان و مازندران به منظور محاسبه عرضه بازار با یکدیگر جمع زده شده است:



عرضه برنج گیلان

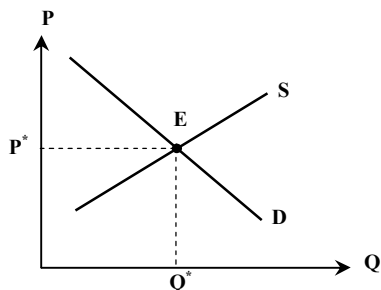


عرضه برنج مازندران



عرضه برنج بازار (مازندران + گیلان)

تعادل



شکل ۸-۱ (تعادل)

منحنی عرضه به تنهایی بیانگر رفتار عرضه کنندگان و منحنی تقاضا به تنهایی بیانگر رفتار مصرف کنندگان می باشد. برای بررسی عرضه و تقاضای یک محصول بایستی منحنی های عرضه و تقاضا را در یک محور مختصات مشترک رسم نمود که در این حالت نقطه برخورد منحنی های عرضه و تقاضا بیانگر برابری عرضه و تقاضا خواهد بود و هیچ نیرویی جهت خروج از این حالت وجود نخواهد داشت. در اقتصاد به این حالت در اصطلاح تعادل می گویند و محل تلاقی منحنی های عرضه و تقاضا نقطه تعادل (E) خواهد بود. در نقطه تعادل قیمت تعادلی (P^*) و مقدار تعادلی (Q^*) مشخص می شود (شکل ۸-۱).

قیمت تعادلی در اقتصاد قیمتی است مشترک بین عرضه کنندگان و مصرف کنندگان که در این قیمت مقدار عرضه (Q_S) و مقدار تقاضا (Q_D) با هم برابرند (Q^*).

نکته ۴: مختصات نقطه تعادل با مساوی هم قرار دادن توابع عرضه و تقاضا ($S = D$) بدست می آید.

مثال ۸: اگر تابع عرضه و تقاضا بصورت زیر باشد قیمت و مقدار تعادلی برابر است با:

$$Q = 40 - 2P$$

$$Q = 30, P = 5 \quad (2)$$

$$Q = 10, P = 5 \quad (1)$$

$$Q = 25 + P$$

$$Q = 5, P = 30 \quad (4)$$

$$Q = 30, P = 10 \quad (3)$$

$$S = D \Rightarrow 40 - 2P = 25 + P$$

پاسخ: گزینه «۲» کفایت عرضه و تقاضا را مساوی یکدیگر قرار دهیم:

$$15 = 3P \quad \boxed{P^* = 5}$$

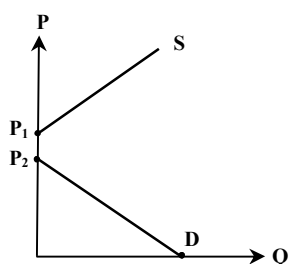
$$Q = 25 + P \Rightarrow Q = 25 + 5 \Rightarrow \boxed{Q^* = 30}$$

اگر قیمت تعادلی را در تابع عرضه یا تقاضا قرار دهیم مقدار تعادلی محاسبه خواهد شد:

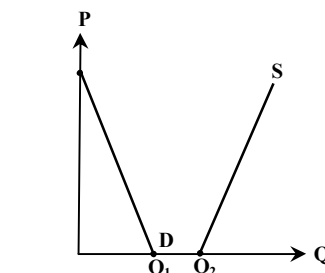
نکته ۵: حجم بازار از ضرب مقدار تعادلی در قیمت تعادلی بدست می‌آید و بطور نمونه در مثال قبلی حجم بازار برابر $30 \times 5 = 150$ می‌باشد.

عدم تعادل:

اگر منحنی‌های عرضه و تقاضا یکدیگر را قطع ننمایند و یا به دلیل سیاست‌های حمایتی دولت قیمتی متفاوت از قیمت تعادلی در بازار تعیین شود می‌گوئیم عدم تعادل وجود دارد که عدم برخورد منحنی‌های عرضه و تقاضا به یکی از دو صورت زیر امکان‌پذیر می‌باشد (شکل ۱-۸).



عدم تعادل و عدم مصرف مثل الماس



عدم تعادل و مصرف در نقطه اشباع مثل نذری

شکل ۱-۹

با توجه به دو بازار فوق در بازار الماس حداکثر قیمت برای مصرف‌کننده (P_2) از قیمت پایه جهت عرضه محصول (P_1) کمتر است. در نتیجه این محصول در بازار مبادله نمی‌شود (برای مصرف‌کننده خاص) ولی در حالت دوم نقطه اشباع (مصرف در قیمت صفر یا Q_1) از عرضه محصول در قیمت صفر (Q_2) کمتر است در نتیجه مصرف‌کننده در نقطه اشباع و حداکثر مصرف، مصرف می‌نماید.

مثال ۹: در کدام یک از بازارهای زیر احتمال وقوع عدم تعادل به دلیل سطح درآمد پایین مصرف‌کنندگان بیشتر است؟

- (۱) بازار مواد غذایی (۲) بازار پوشاک (۳) بازار مسافرت خارجی (۴) بازار بورس

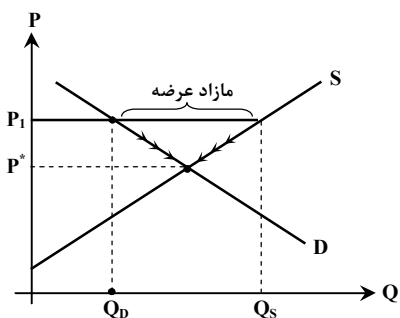
پاسخ: گزینه «۳» حداقل قیمت عرضه برای مسافرت خارجی ممکن است بالاتر از حداکثر مبلغ تقاضای آن باشد در نتیجه عدم تعادل در

این مورد بیشتر می‌باشد.

عدم تعادل به دلیل سیاست‌های دولت:

الف) سیاست مازاد عرضه (کمبود تقاضا) یا کف قیمت:

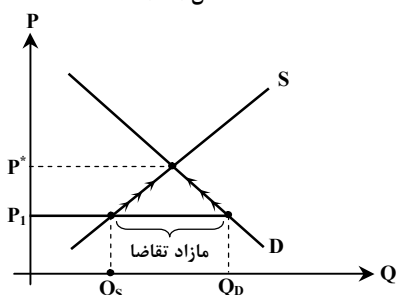
در این سیاست قیمت محصول بالاتر از قیمت تعادلی توسط دولت تعیین می‌شود (P_1) هدف این سیاست حمایت از تولیدکنندگان می‌باشد و به دلیل قیمت بالاتر از قیمت تعادلی، مقدار عرضه از مقدار تقاضا بیشتر خواهد بود ($Q_S > Q_D$). با عدم دخالت دولت در این بازار تولیدکنندگان با رقابت قیمتی و کاهش قیمت‌ها در بازار باعث بازگشت بازار به تعادل خواهند شد (شکل ۱-۱۰).



شکل ۱-۱۰

ب) سیاست مازاد تقاضا (کمبود عرضه) یا سقف قیمت

در این سیاست قیمت محصول پایین‌تر از قیمت تعادلی توسط دولت تعیین می‌شود و هدف از اجرای این سیاست حمایت از مصرف‌کنندگان می‌باشد و به علت قیمت پایین‌تر از قیمت تعادلی، مقدار تقاضا از مقدار عرضه بیشتر خواهد بود ($Q_S < Q_D$). عدم دخالت دولت در این بازار نیز باعث بازگشت به تعادل به دلیل پیشنهاد قیمت‌های بالاتر توسط مصرف‌کنندگان و ایجاد بازار سیاه خواهد شد (شکل ۱-۱۱).

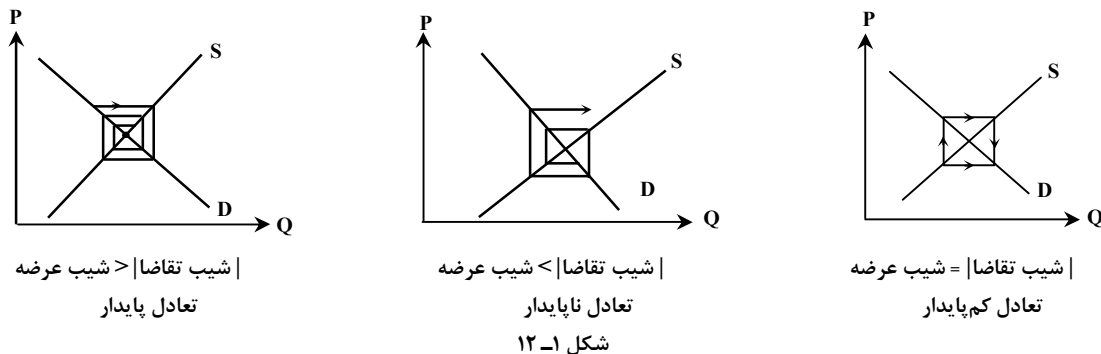


شکل ۱-۱۱



الگوهای بازگشت به تعادل:

برای بازگشت به تعادل الگوهای مختلفی بررسی شده است که یکی از مهمترین الگوهای مورد بررسی الگوی تار عنکبوتی است. طبق این الگو پس از خروج از تعادل با توجه به شیب منحنی‌های عرضه و تقاضا یکی از سه حالت تعادل پایدار (بازگشت بازار به تعادل اولیه بصورت خودکار)، تعادل ناپایدار (خروج از تعادل و دور شدن از آن بدون دخالت در بازار) و کم‌پایدار رخ خواهد داد. در الگوی تار عنکبوتی با خروج از تعادل موافق عقربه‌های ساعت دور منحنی‌های عرضه و تقاضا چرخش می‌کنیم و پایداری تعادل را بررسی می‌نمائیم (شکل ۱-۱۲).



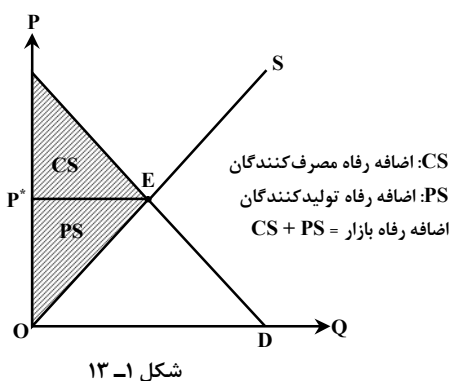
نکته ۶: در الگوی بازگشت به تعادل والراسی اولویت تعدیل با قیمت و در الگوی مارشالی اولویت با مقدار می‌باشد.

مثال ۱۰: اگر بازاری پس از خروج از تعادل به تعادل اولیه برگردد نوع تعادل است و شیب منحنی عرضه در این بازار قدر مطلق شیب منحنی تقاضا خواهد بود.

- (۱) پایدار - کمتر از
- (۲) ناپایدار - برابر با
- (۳) کم‌پایدار - کمتر از
- (۴) پایدار - بیشتر از

پاسخ: گزینه «۴» در حالت تعادل پایدار شیب تابع عرضه بیشتر از قدر مطلق شیب تابع تقاضاست و پس از خروج از تعادل، بازار خود به خود به تعادل برمی‌گردد.

اضافه رفاه تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان

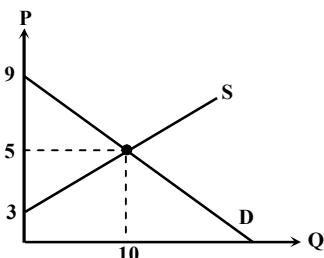


قیمت تعادلی بازار این امکان را فراهم می‌کند که مصرف‌کنندگان همگی قیمت تعادلی را پرداخت نمایند. بدون شک در بین مصرف‌کنندگان کسانی وجود دارند که حاضر بودند برای محصول پول بیشتری بپردازند و قیمت تعادلی امکان رفاه بیشتری را برای آنها فراهم کرده است. از طرف دیگر تولیدکنندگانی که حاضر به عرضه محصول با قیمت پائین‌تر بوده‌اند برای اینکه به رفاه بیشتر دست یابند محصول را به قیمت تعادلی به فروش می‌رسانند. به مجموع رفاه مصرف‌کنندگان اضافه رفاه مصرف‌کنندگان (CS) و به مجموع رفاه تولیدکنندگان اضافه رفاه تولیدکنندگان اطلاق می‌شود (PS) و همچنین جمع اضافه رفاه تولیدکنندگان و اضافه رفاه مصرف‌کنندگان، اضافه رفاه بازار می‌باشد (شکل ۱-۱۳).

با توجه به عرضه و تقاضای زیر به سئوالات پاسخ دهید.

مثال ۱۱: حجم بازار را محاسبه کنید.

- (۱) ۵۰
- (۲) ۳۰
- (۳) ۹۰
- (۴) ۴۰



پاسخ: گزینه «۱» حجم بازار از ضرب قیمت تعادلی در مقدار تعادلی محاسبه می‌گردد: $P^* \times Q^* = 10 \times 5 = 50$

مثال ۱۲: با افزایش تمایل به استفاده از این محصول کدام قیمت و مقدار تعادلی ممکن است تعادل جدید بازار محسوب شوند.

- (۱) $Q = 8, P = 10$
- (۲) $Q = 4, P = 8$
- (۳) $Q = 9, P = 4$
- (۴) $Q = 13, P = 7$

پاسخ: گزینه «۴» با افزایش تمایل به مصرف، تقاضا افزایش می‌یابد و منحنی تقاضا به سمت راست و بالا منتقل می‌شود و در نتیجه قیمت و مقدار تعادلی افزایش می‌یابد.

✓ مثال ۱۳: اضافه رفاه مصرف کنندگان عبارتست از:

$$30(4)$$

$$20(3)$$

$$10(2)$$

$$40(1)$$

✓ پاسخ: گزینه «۳» اضافه رفاه مصرف کنندگان مساحت مثلث بالای قیمت تعادلی و پایین تابع تقاضا می باشد. $CS = \frac{(9-5) \times 10}{2} = 20$

✓ مثال ۱۴: کدام قیمت به عنوان قیمت کف قابل اعمال در این بازار می باشد؟

$$P = 10(4)$$

$$P = 7(3)$$

$$P = 4(2)$$

$$P = 5(1)$$

✓ پاسخ: گزینه «۳» قیمت کف بالاتر از قیمت تعادلی و پایین تر از حداکثر قیمت می باشد.

✓ مثال ۱۵: اگر شیب تقاضا $0/4 -$ و شیب عرضه $0/2 +$ باشد، تعادل بازار:

(۴) قابل بررسی نمی باشد.

(۳) کم پایدار است.

(۲) ناپایدار است.

(۱) پایدار است.

✓ پاسخ: گزینه «۲» چون شیب تابع عرضه از قدر مطلق شیب تابع تقاضا کمتر است تعادل ناپایدار می باشد.



تست‌های طبقه‌بندی شده فصل اول

- ۱- کدام یک از موارد زیر در حوزه بررسی اقتصاد کلان قرار ندارد؟ (آزاد ۷۵)
- (۱) مقایسه رشد تولید در بخش صنعت و کشاورزی
(۲) بررسی مکانیزم قیمت در موسسات انحصاری
(۳) بررسی الگوهای توسعه اقتصادی
(۴) مطالعه تأثیر افزایش صادرات غیرنفتی در ایجاد اشتغال
- ۲- در صورت ثبات سایر شرایط چنانچه قیمت یکی از کالاهای مکمل کاهش یابد، تقاضا برای دیگری: (آزاد ۷۵)
- (۱) افزایش می‌یابد (۲) ثابت می‌ماند (۳) کاهش می‌یابد (۴) مشخص نیست
- ۳- تابع تقاضا برای کالایی به صورت $P = 20 - 4Q$ می‌باشد. در چه قیمتی برای این کالا تقاضا وجود ندارد؟ (آزاد ۷۵)
- (۱) ۲۰ (۲) ۱۰ (۳) ۸۰ (۴) ۵
- ۴- چنانچه کاهش تقاضا برای کالایی به علت افزایش درآمد باشد، آن کالا یک کالایی: (آزاد ۷۵)
- (۱) لوکس است. (۲) پست است. (۳) عادی است. (۴) می‌تواند عادی یا پست باشد.
- ۵- در صورتی که معادلات عرضه و تقاضا برای کالایی به صورت مقابل باشد، مقدار کالایی که در شرایط تعادل خرید و فروش می‌شود چقدر است؟ (آزاد ۷۵)
- $q_x^d = 2800 - 4p$
 $q_x^s = 10p + 350$
- (۱) ۴۲۰۰ (۲) ۱۷۵۰ (۳) ۱۶۰۰ (۴) ۲۱۰۰
- ۶- نقطه A بر روی منحنی عرضه ۵۰۰ واحد کالای عرضه شده را در قیمت ۳۰۰ ریال نشان می‌دهد. برای آنکه نقطه A به B متصل شود کدام شرط لازم است؟ (آزاد ۷۵)
- (۱) کمک‌های اقتصادی دولت به عرضه کننده
(۲) تخفیف‌های مالیاتی
(۳) کاهش قیمت کالای موردنظر
(۴) فراوانی نهاده‌های عوامل تولید
- ۷- در رسم منحنی عرضه کدام یک از عوامل زیر ثابت فرض نمی‌شود؟ (آزاد ۷۶)
- (۱) ضرایب مالیاتی بر تولید مؤسسه
(۲) هزینه تولید
(۳) تکنولوژی
(۴) قیمت کالای عرضه شده
- ۸- در صورت ثبات شرایط چنانچه قیمت یکی از کالاهای مکمل کاهش یابد، تقاضا برای دیگری: (آزاد ۷۶)
- (۱) افزایش می‌یابد (۲) کاهش می‌یابد (۳) ثابت می‌ماند (۴) تفاوتی نمی‌نماید
- ۹- اگر تقاضا برای کالایی که مصرف عام دارد به میزان قابل توجهی افزایش یابد، کدام عامل از تغییرات قیمت این کالا جلوگیری می‌کند؟ (آزاد ۷۶)
- (۱) افزایش عرضه
(۲) اعلام قیمت‌های تثبیتی به وسیله دولت
(۳) افزایش عرضه سایر کالاها
(۴) افزایش درآمد مصرف‌کنندگان
- ۱۰- «عامل مشترک» تعیین کننده «هم عرضه و هم تقاضا» چیست؟ (آزاد ۷۷)
- (۱) قیمت کالاها (۲) هدف تولید کننده
(۳) سطح معلومات فنی (۴) درآمد خانواده‌ها
- ۱۱- مورد مربوط به مطالعات «اقتصاد خرد» کدام است؟ (آزاد ۷۷)
- (۱) درآمد ملی (۲) شاخص کلی قیمت‌ها
(۳) تولید خالص ملی (۴) قیمت تک تک کالاها
- ۱۲- بر اثر کدام عامل زیر، منحنی عرضه به سمت چپ تغییر مکان می‌دهد؟ (آزاد ۷۸)
- (۱) افزایش مالیات بر فروش
(۲) کمک‌های دولت به تولیدکنندگان
(۳) پایین آمدن قیمت یک یا چند ماده
(۴) بهبود فنون تولیدی