

به نام خداوند اندیشه و مهر

اقتصاد دهم

درس پنجم:

مبحث:

بازار چیست و چگونه عمل می کند؟



ارائه: آرش احدی مطلق
دکتری جامعه شناسی اقتصادی و توسعه



Arash.ahadi@gmail.com



دوره ضمن خدمت

گروه اقتصاد دوره دوم متوسطه نظری
استان آذربایجان شرقی برگزار می کند:

تحلیل پیشینه نظری
کتاب اقتصاد دهم انسانی

شروع از ساعت ۱۷ عصر



کد دوره:
۹۹۷۷۹۹

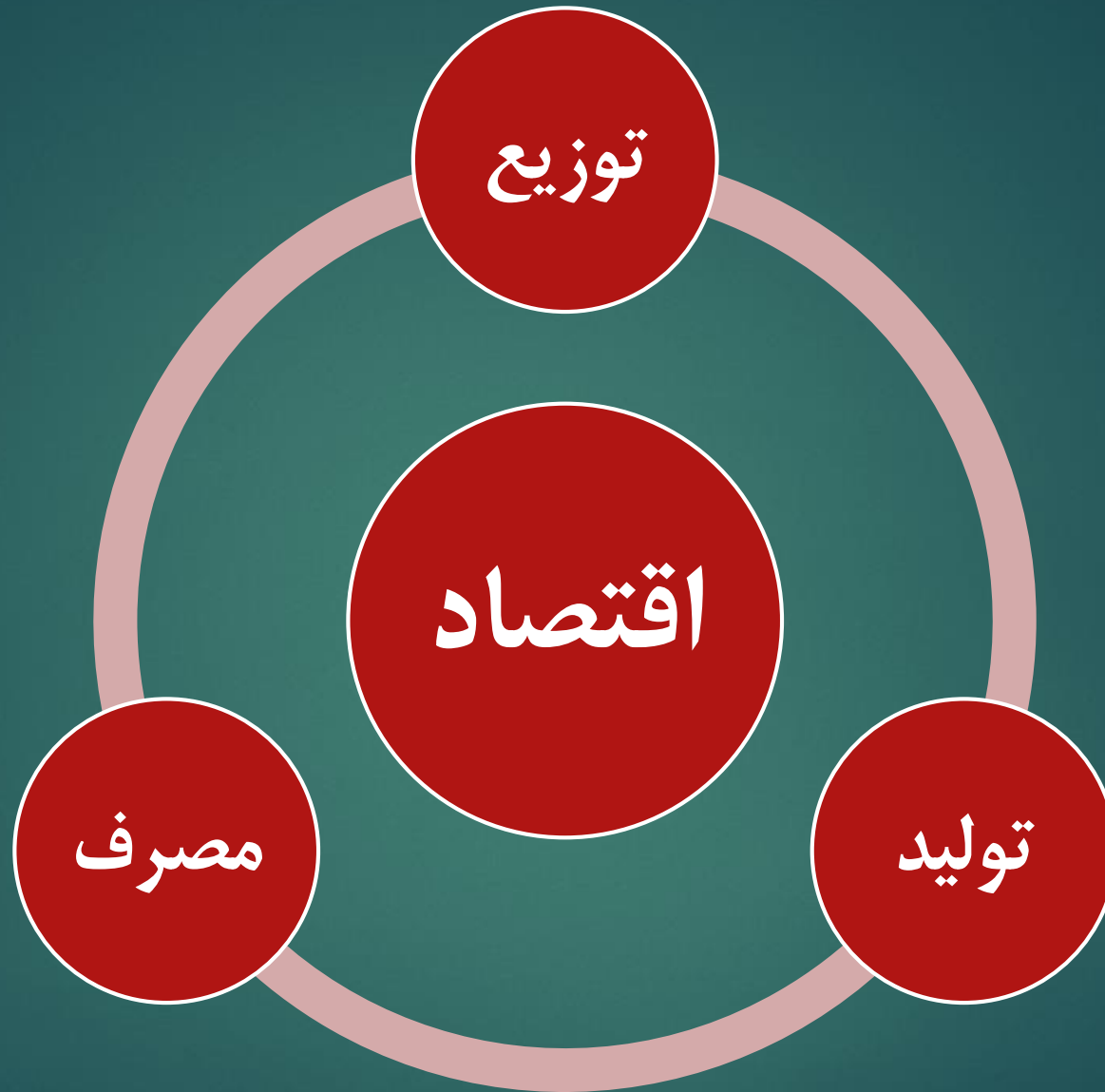
لینک ورود در بستر Adobe Connect
[Http://185.53.143.153/azar](http://185.53.143.153/azar)

زمان برگزاری:

روزهای چهارشنبه تاریخهای	
۱۴۰۱/۱۱/۱۲	
۱۴۰۱/۱۱/۱۹	
۱۴۰۱/۱۱/۲۶	
۱۴۰۱/۱۲/۳	

www.egtesad.tekmedu.ir

پس از پایان دوره و ثبت نام، گروه آموزشی آموزش استان آذربایجان شرقی



علم اقتصاد، شاخه‌ای از علوم اجتماعی است که به تحلیل تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات می‌پردازد.



کانون توجه دانش اقتصاد بر این است که عوامل اقتصادی چگونه رفتار و تعامل می کنند و اقتصادهای مختلف چگونه کار می کنند

چگونگی رفتار و تعامل عوامل اقتصادی

کانون توجه دانش اقتصاد

چگونگی کارکرد اقتصادهای مختلف



اقتصاد

خرد

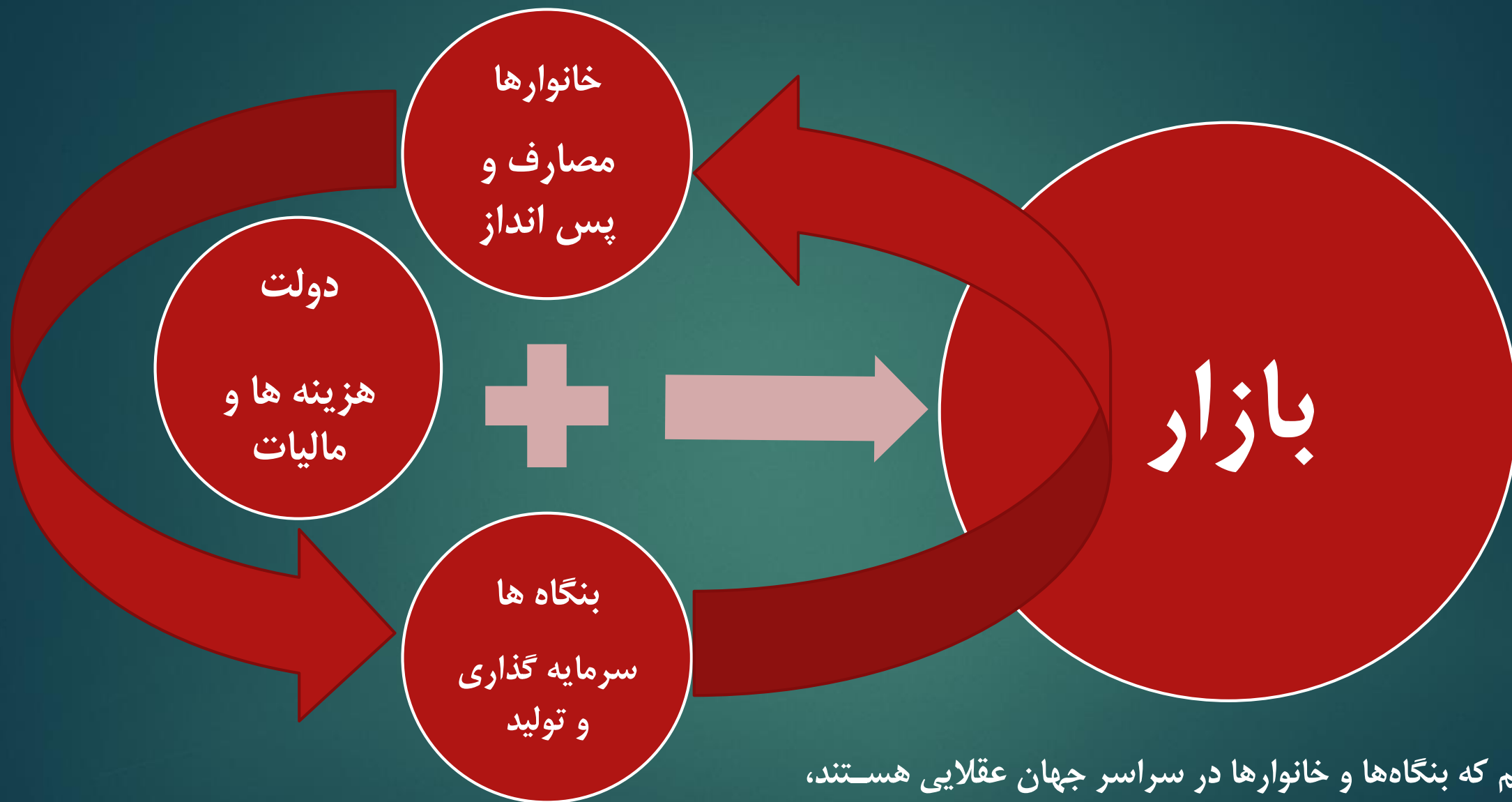
کلان

خانوارها، تحلیل بازیگران منفرد در
یک بازار، تحلیل ساختار بازار

بناگاه ها

بیکاری، تورم، رشد اقتصادی، سیاست های پولی و مالی،
ثبات اقتصادی، توازن تراز بازرگانی خارجی، مخارج و
درآمدهای دولت، رکود اقتصادی، بحران اقتصادی، اقتصاد
توسعه، درآمد ملی، مصرف ملی، سطح اشتغال، سطح
عمومی قیمت ها، اقتصاد بین الملل، بررسی مسایل
اقتصادی در سطح کلان ملی





فرض می کنیم که بنگاه ها و خانوارها در سراسر جهان عقلایی هستند،
اما تصمیمات متفاوتی اتخاذ می کنند به این دلیل که تحت
محدودیت های متفاوتی فعالیت می کنند.



Difference Between

Firm

Company



بِنِگَاہ

یک سازمان یا
مجموعه ای
از منابع



ارائه محصول (کالا
یا خدمت) مشخصی
جهت عرضه و ارائه



فروش با هدف
کسب سود
اقتصادی

کتاب نظریه رشد بنگاه نوشته‌ی ادیت پنروز یک کتاب کلاسیک متعلق
به نیم قرن قبل است که هنوز هم مرجع خوبی برای تعریف مفهوم
بنگاه می باشد.





Arash.ahadi@gmail.com

منابع انسانی

منابع مالی

منابع

ابزارهای تولید

دانش فنی

بنگاه، یک سازمان یا مجموعه از منابع است که در کنار یکدیگر، محصول (کالا یا خدمت) مشخصی را عرضه و ارائه می کنند و آن را با هدف کسب سود اقتصادی، می فروشند.



Arash.ahadi@gmail.com



چه چیزی بنگاه نیست!

انجمن های خیریه

مراکز فرهنگی مردم نهاد

مجموعه ها و مراکز دولتی غیر سودآور

دولت



بنگاه های اقتصادی

خدماتی

بازرگانی

توزیعی

در اقتصاد، بنگاه در مقابل خانوار قرار می گیرد .
خانوارها منابع خود (از جمله اعضای خانواده) را در اختیار بنگاهها قرار می دهند و بنگاهها به کمک این منابع، محصول عرضه می کنند.



مشارکت خانوارها در اقتصاد

خانواده به عنوان واحد کوچکی از اجتماع در توسعه و رشد اقتصادی جامعه نقشی اساسی ایفا می‌کند. در نتیجه میزان، چگونگی و شیوه مصرف و پس‌انداز او در عملکرد و چرخه‌های اقتصاد کشور تأثیر به‌سزایی دارد. مصرف علاوه بر آن که به عنوان هدف تولید و توزیع مورد توجه قرار می‌گیرد، هرگونه تغییر در آن، می‌تواند تأثیر به‌سزایی بر دیگر متغیرهای کلان اقتصادی، از جمله پس‌انداز و سرمایه‌گذاری داشته باشد.

خریداری کالاها و خدمات

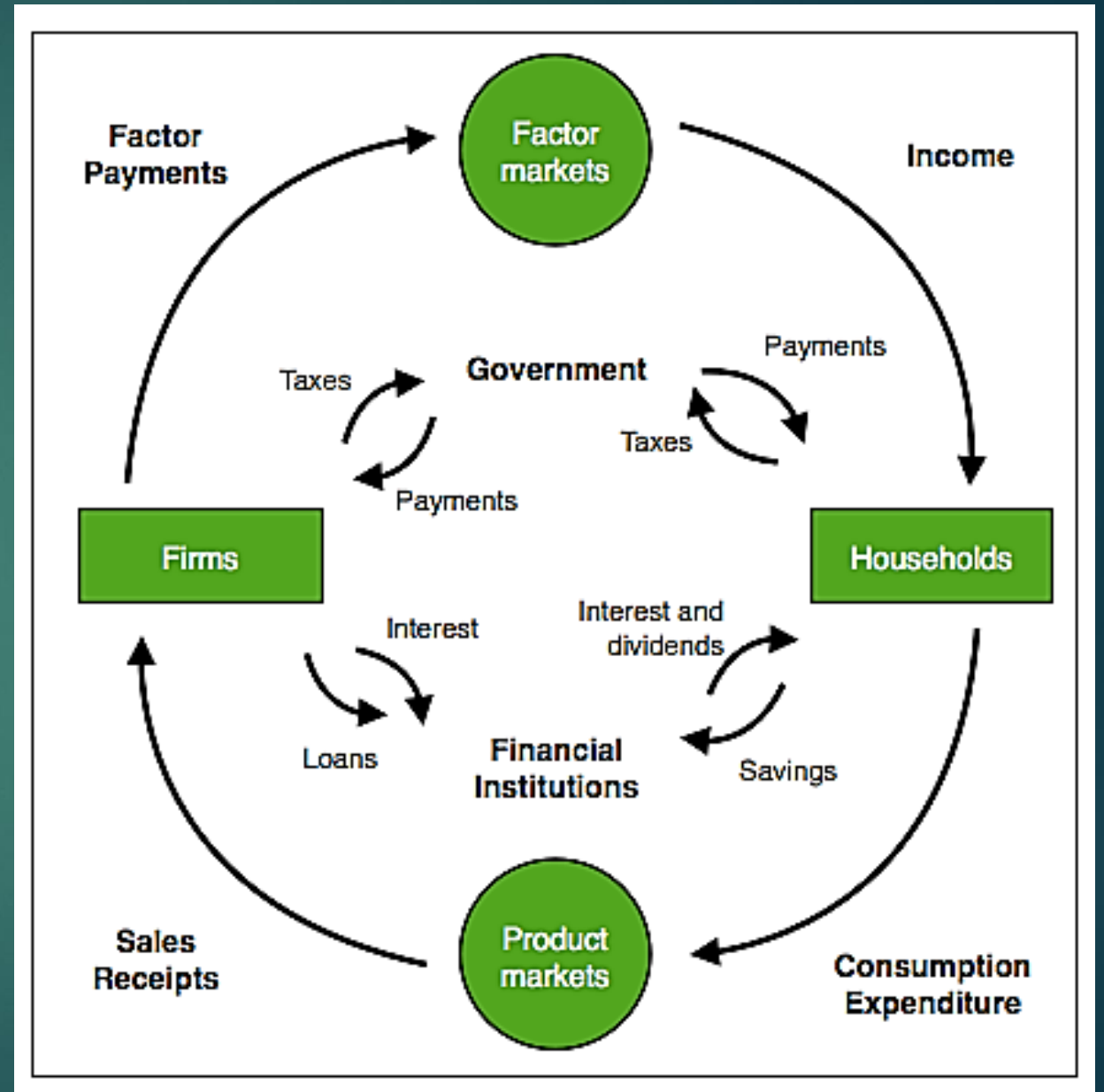
ارائه‌ی زمین، نیروی کار، سرمایه و کارآفرینی

برای تولید کالا و خدمات

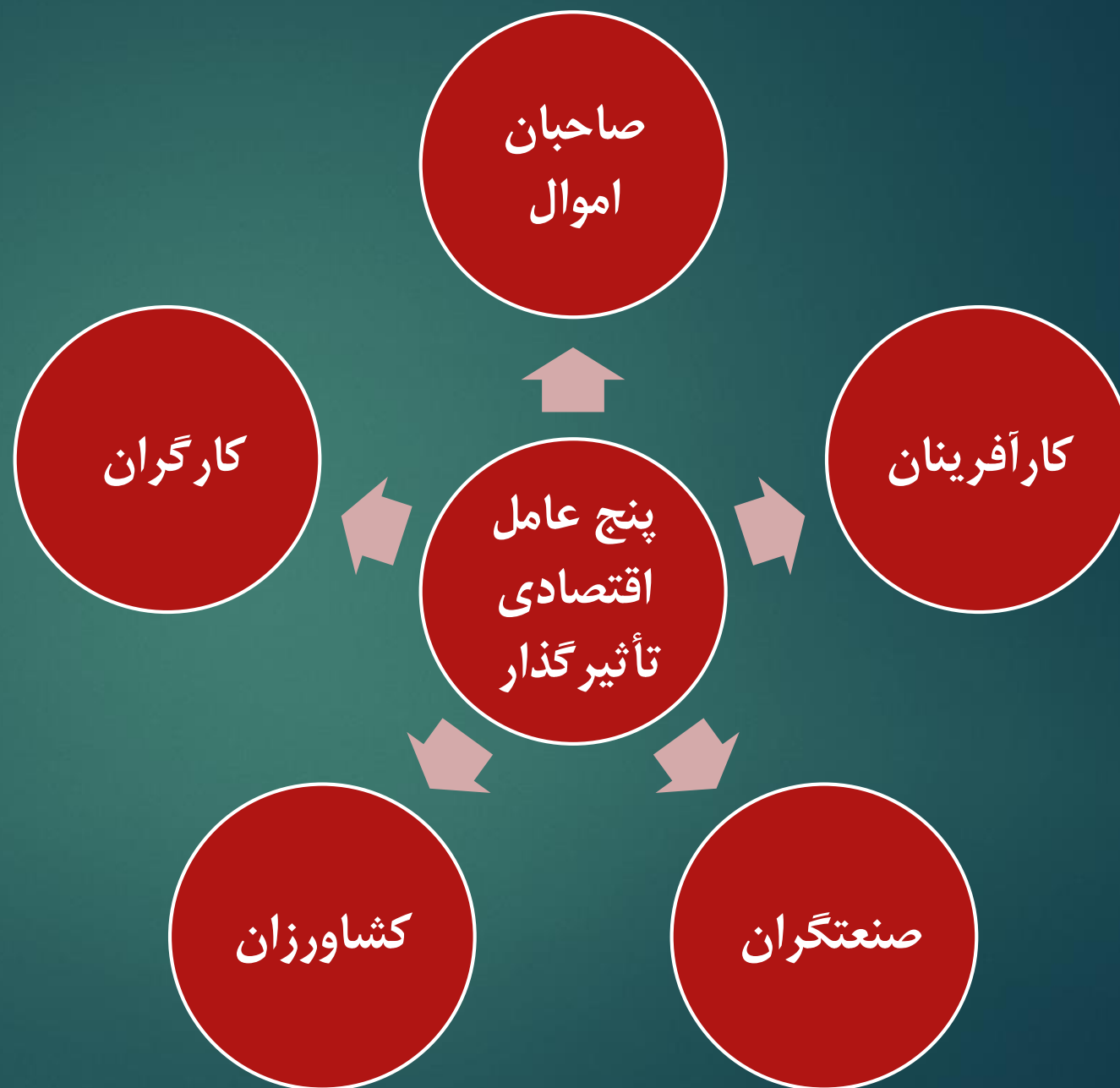




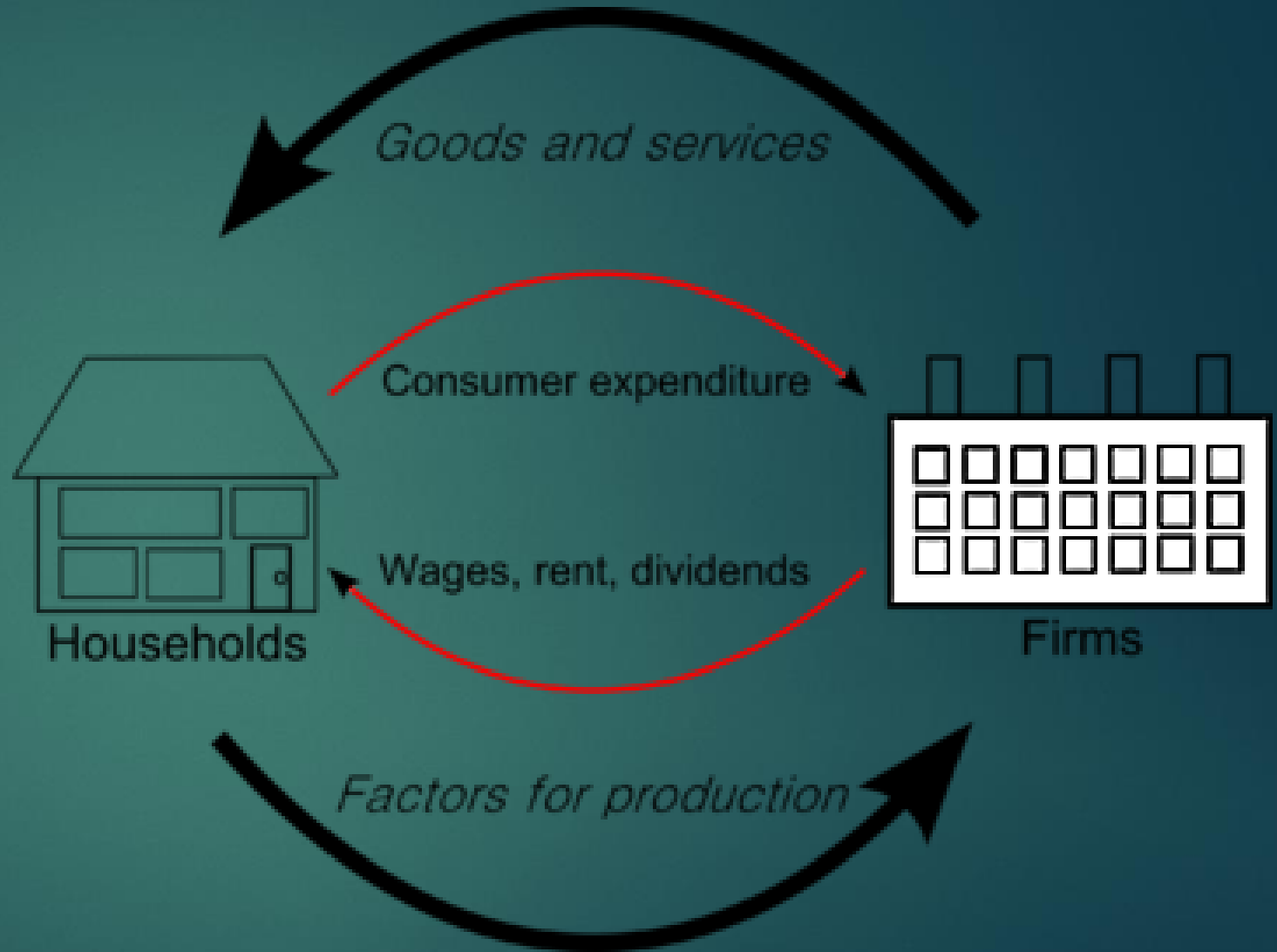
نمودار چرخشی جریان، وابستگی متقابل "جریان" یا فعالیت‌هایی که در اقتصاد رخ می‌دهد (مانند تولید کالا و خدمات یا همان "محصول نهایی") و درآمدی که از تولید به دست آمده را نشان می‌دهد. این جریان چرخشی نشان دهنده تساوی بین درآمد حاصل از تولید (و پرداختی بنگاه‌ها به عوامل تولید) و ارزش کالا و خدمات تولید شده است.

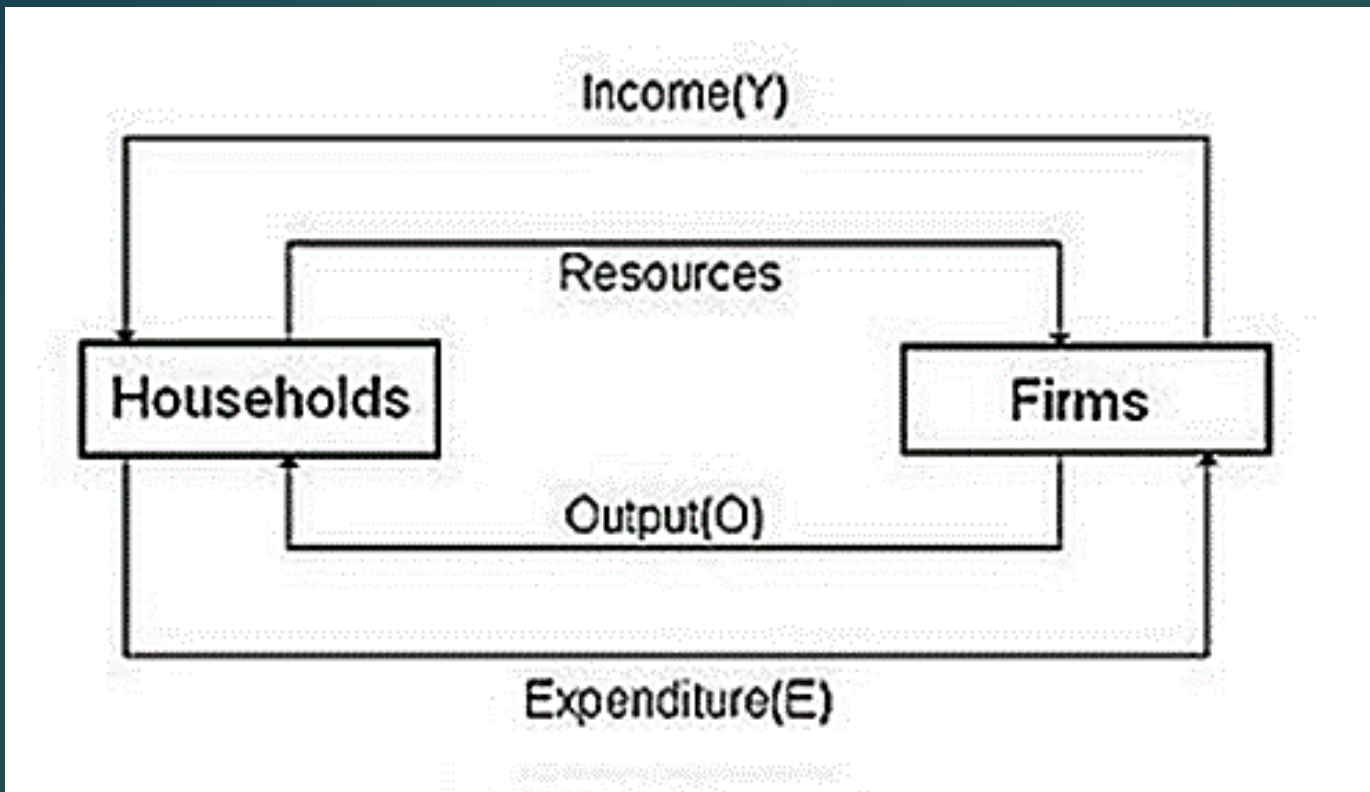


کانتی لون مدل چرخشی جریان اقتصاد را توسعه می‌دهد بدین صورت که توزیع تولیدات مزرعه بین صاحبان اموال، کشاورزان و کارگران را نشان می‌دهد. تولیدات مزرعه با کالا و خدمات تولید شده در شهرها توسط کارآفرینان و صنعتگران مبادله می‌شود. مدل نشان دهنده وابستگی متقابل بین تمام طبقات مردم است که آدام اسمیت لقب "دست نامرئی" را در نظریه عواطف اخلاقی به آن داده است.



در مدل دو بخشی جریان
چرخشی درآمد، حالت تعادل
وضعیتی است که در آن
تمایلی برای تغییر در سطوح
درآمد Y و هزینه E و تولید یا
خروجی O وجود ندارد، که
بدین صورت است:
 $Y = E = O$

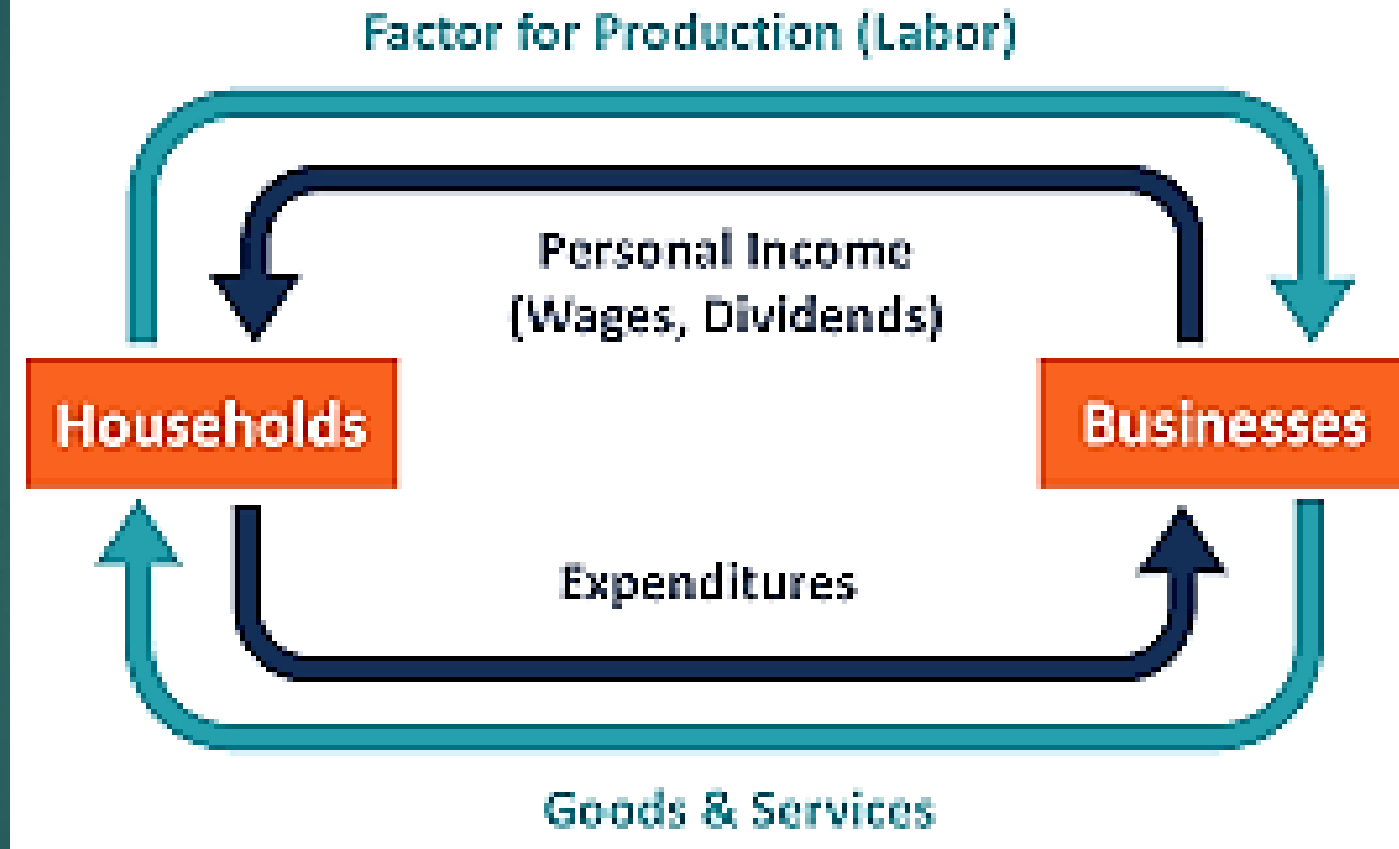




خانواده‌ها تمام درآمد خود را صرف تهیه کالا و خدمات یا مصرف می‌کنند. هیچ پس‌اندازی در کار نیست. تمام خروجی تولید شده شرکت‌ها، توسط خانوار از طریق هزینه‌شان خریداری می‌شود. هیچ بخش مالی وجود ندارد. بخش دولت وجود ندارد. بخش مداخله‌گر خارجی نیز وجود ندارد.



Two-Factor Circular Flow Model

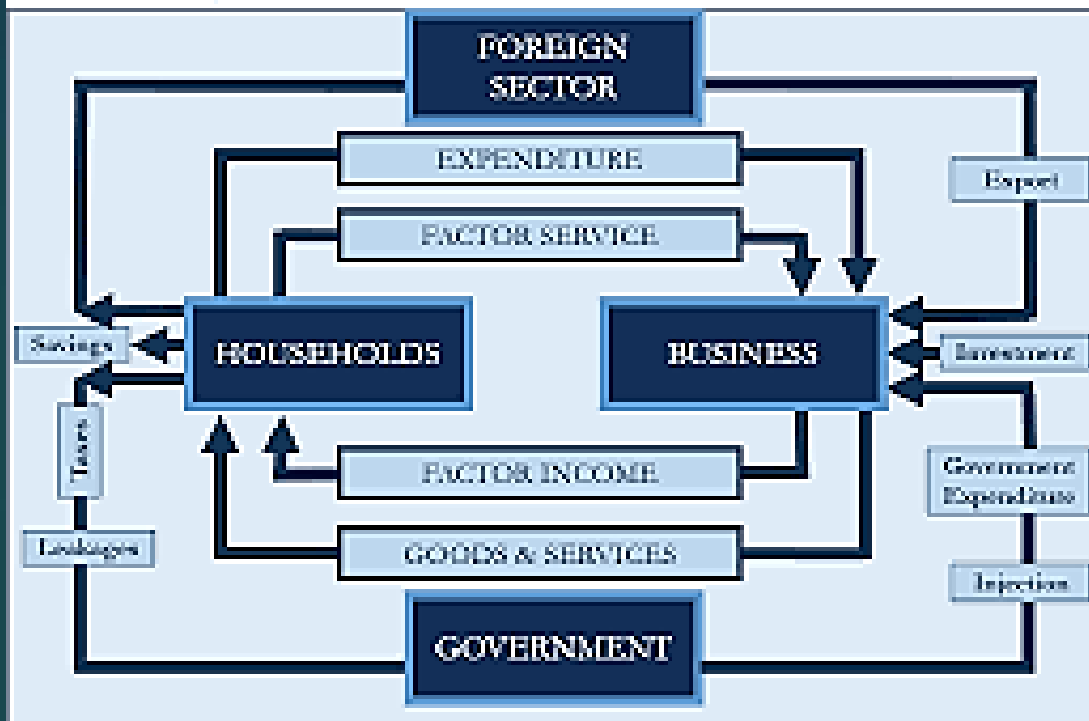




شامل بخش‌های خانوار، بنگاه و دولت می‌باشد؛ که جریان چرخشی درآمد در این بخش‌ها را جدای از کشورهای خارجی، مطالعه می‌کند. در این مدل جریان از بخش خانوار و تولیدکننده به بخش دولت در قالب مالیات می‌باشد.

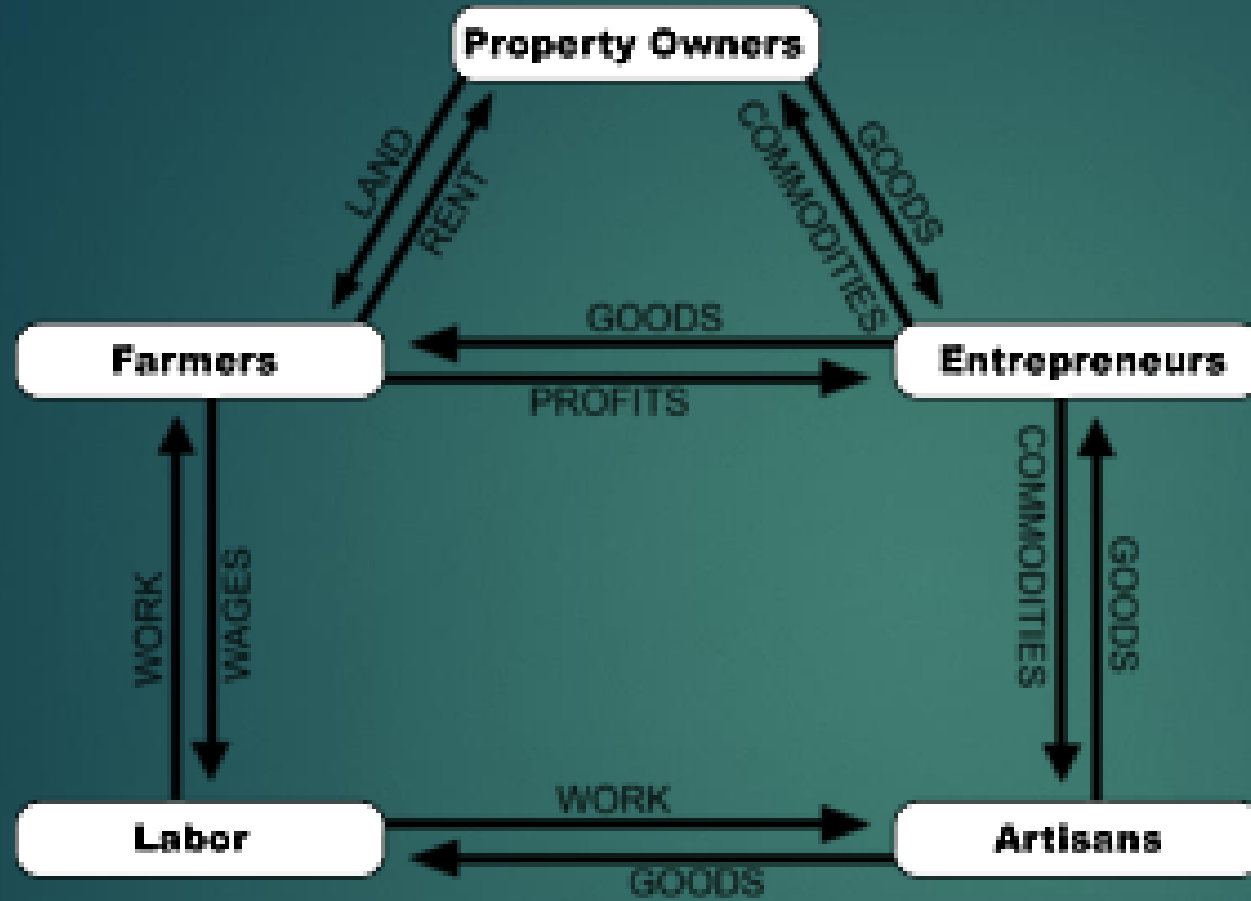


FOUR SECTOR MODEL



مدل چهار بخشی
اقتصاد پولی مدرن شامل یک شبکه از چهار بخش اقتصاد می باشد:
بخش خانوار / شرکت ها یا بخش تولید / بخش دولت / بخش جهان پیرامون





بخش خانوار

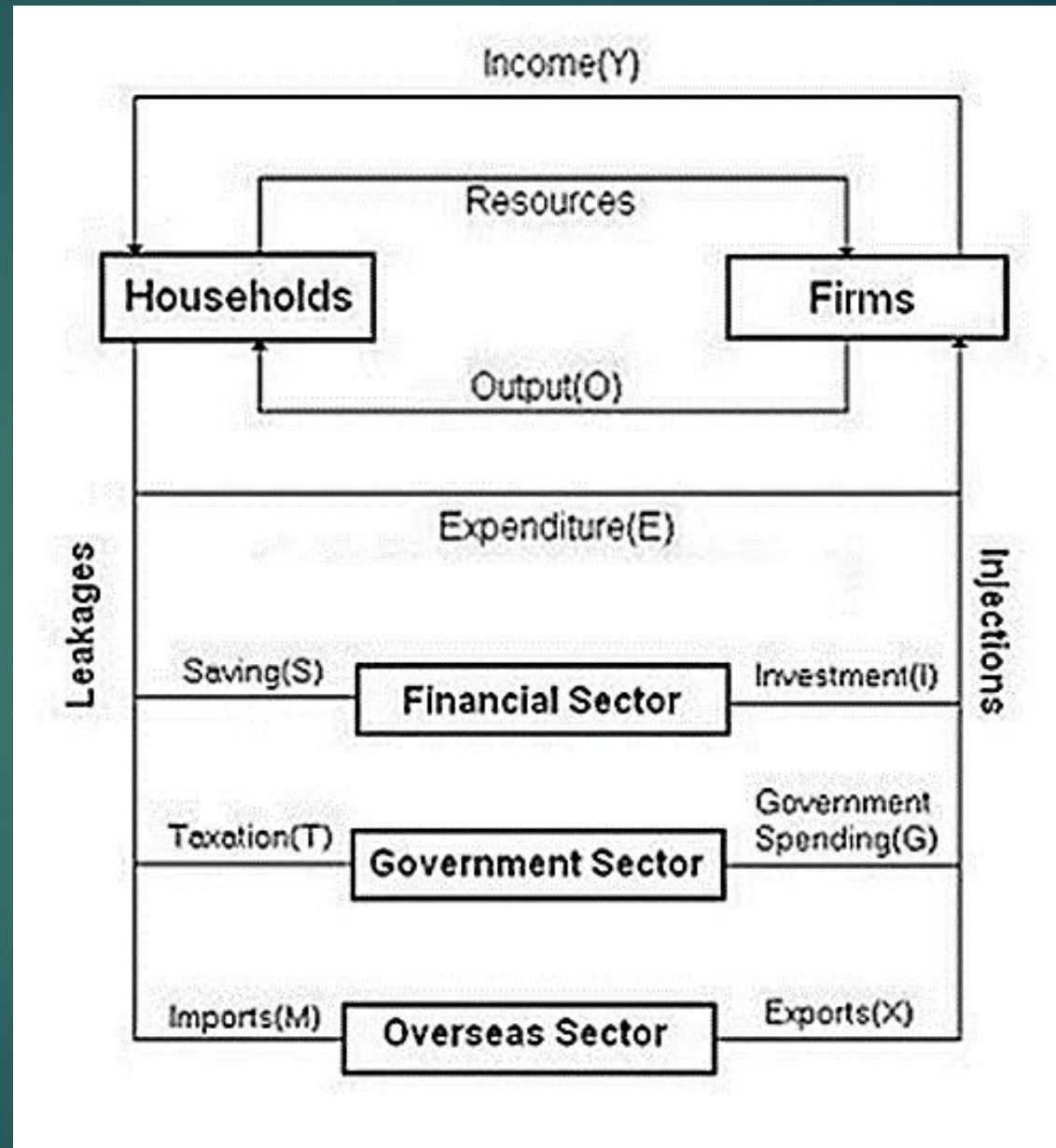
بخش تولید یا شرکتها

بخش بازار مالی: بانکها و واسطه‌های غیر بانکی که در استقراض (از پس انداز خانوار) و وام دهی، شرکت دارند.

بخش دولت: شامل فعالیتهای اقتصادی محلی، ایالتی و دولت مرکزی می‌باشد.

بخش جهان پیرامون: تبدیل مدل از یک اقتصاد بسته به اقتصاد باز است.





عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان در اقتصاد



مفهوم رفتار اقتصادی

چگونگی تصمیم گیری و اقدام هر یک از مصرف کنندگان
(خریداران) و تولید کنندگان (فروشندگان) یک
محصول و نیز واکنش آنها به تغییرات وضعیت اقتصادی



«تقاضا» به مقدار کالا یا خدماتی اطلاق می‌گردد که انسان‌ها می‌توانند با توجه به امکانات محدودی که در اختیار دارند، خریداری کنند. به صورت کلی، مصرف‌کننده با هدف کسب مطلوبیت، به مصرف کالاها و خدمات می‌پردازد. تقاضا به همراه عرضه یکی از مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار در کنش‌های اقتصادی و سازوکارهای بازار به شمار می‌رود.

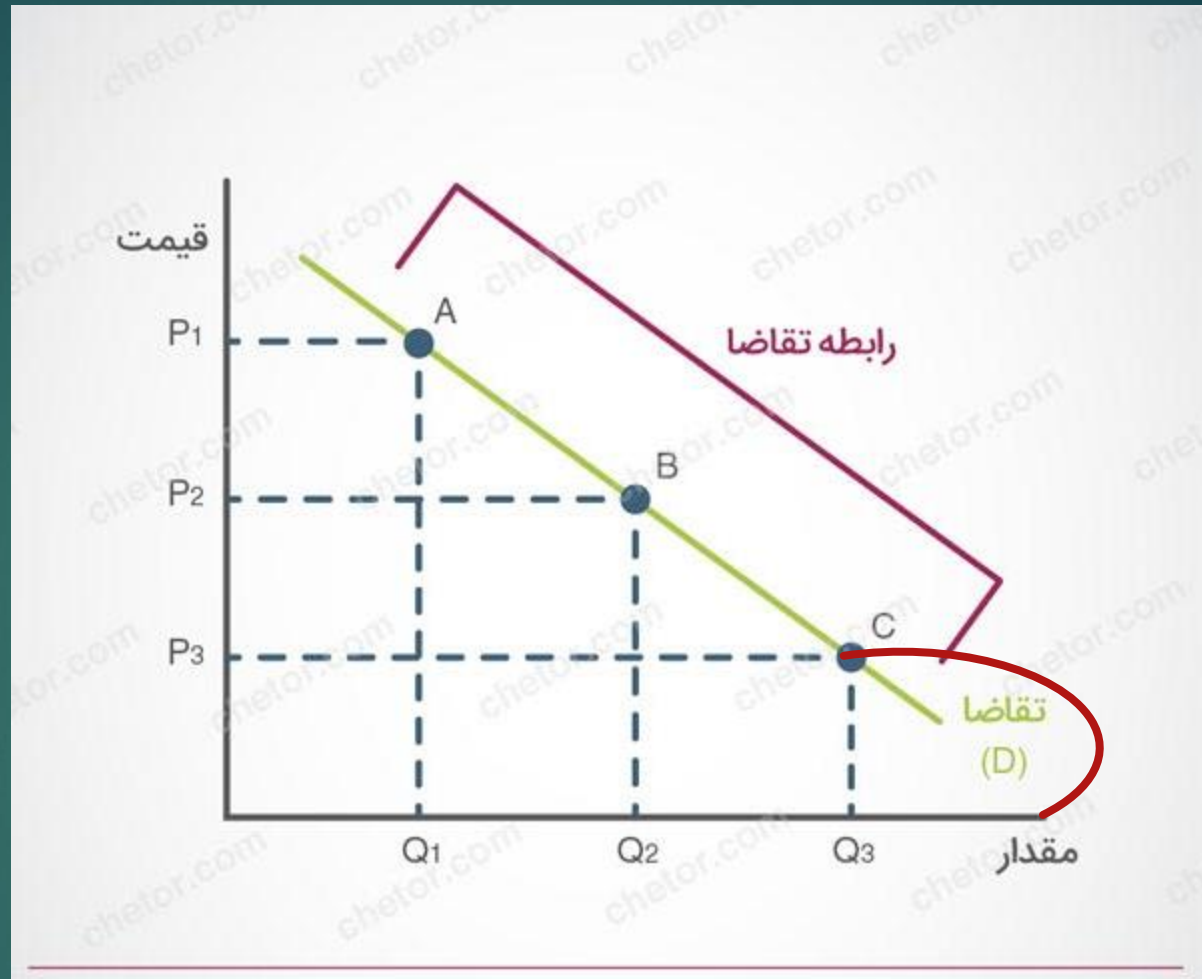


نیاز به مصرف

احساس
رضایتمندی

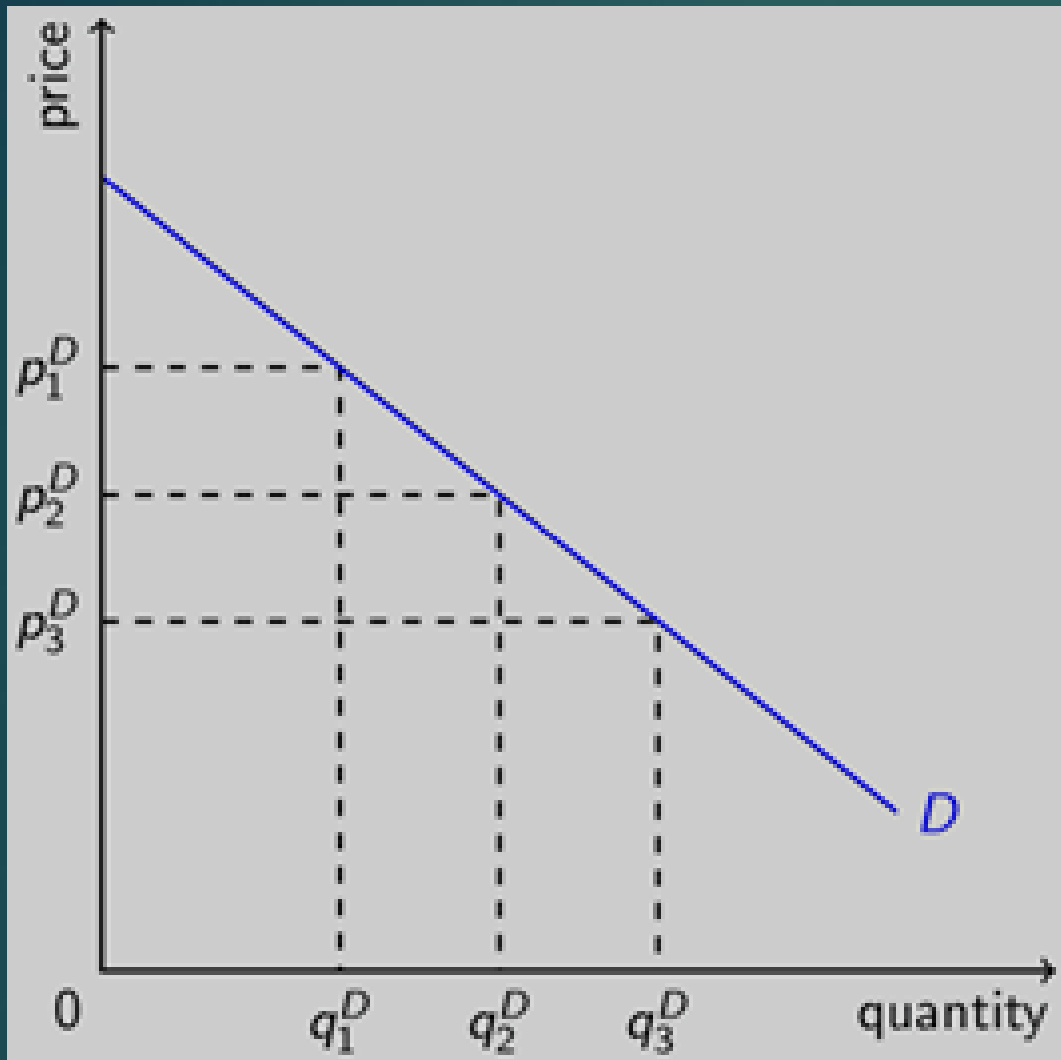
عامل تقاضا





هر منحنی نزولی قطعا منحنی تقاضا است!
 تمام منحنی های تقاضا، لزوما نزولی نیستند!





رابطه‌ی معکوسی بین قیمت و کمیت مورد تقاضا وجود دارد. هنگامی که مقادیر را روی نمودار نمایش دهید، منحنی آن شیب منفی خواهد داشت.



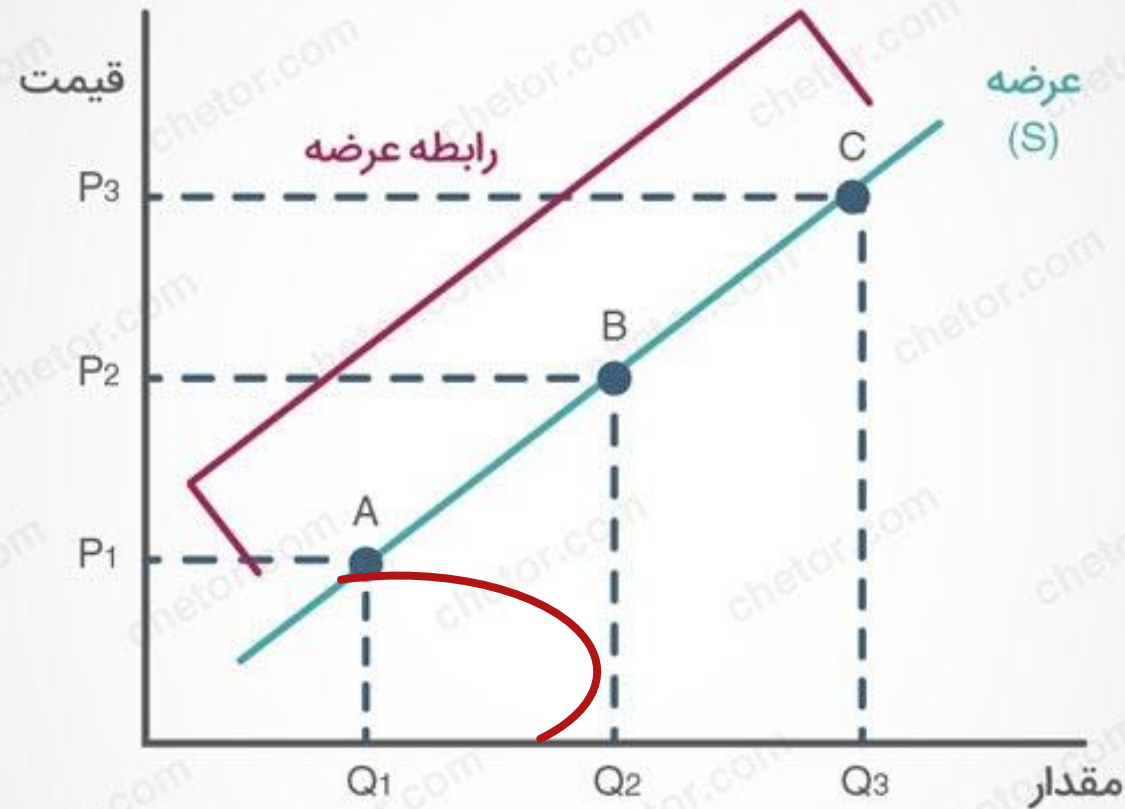


SUPPLY®

«عرضه» بخشی از محصولات یا خدمات تولیدشده به شمار می‌رود که توسط تولیدکنندگان در معرض فروش قرار داده شده است. به صورت کلی، امکان دارد بخشی از محصولات تولیدشده، در انبار نگهداری و عرضه نشود. عرضه، همانند تقاضا، یکی از مهم‌ترین نیروهای اقتصادی بازار است.



با کاهش قیمت، عرضه‌ی آن نیز کاهش می‌یابد. این رابطه‌ای «مستقیم» است و منحنی عرضه، شیب مثبتی دارد.



هر منحنی صعودی قطعا منحنی عرضه است!
اما تمام منحنی های عرضه، لزوما صعودی نیستند!







بر خلاف رابطه‌ی تقاضا، رابطه‌ی عرضه‌ی عنصری از زمان به حساب می‌آید. زمان در عرضه اهمیت دارد، زیرا تأمین‌کنندگان باید به سرعت به تغییر در عرضه یا قیمت واکنش نشان بدهند اما نه همیشه؛ بنابراین فهم این موضوع مهم است که آیا یک تغییر قیمتی در نتیجه‌ی تغییر در تقاضا، موقتی است یا دائم.



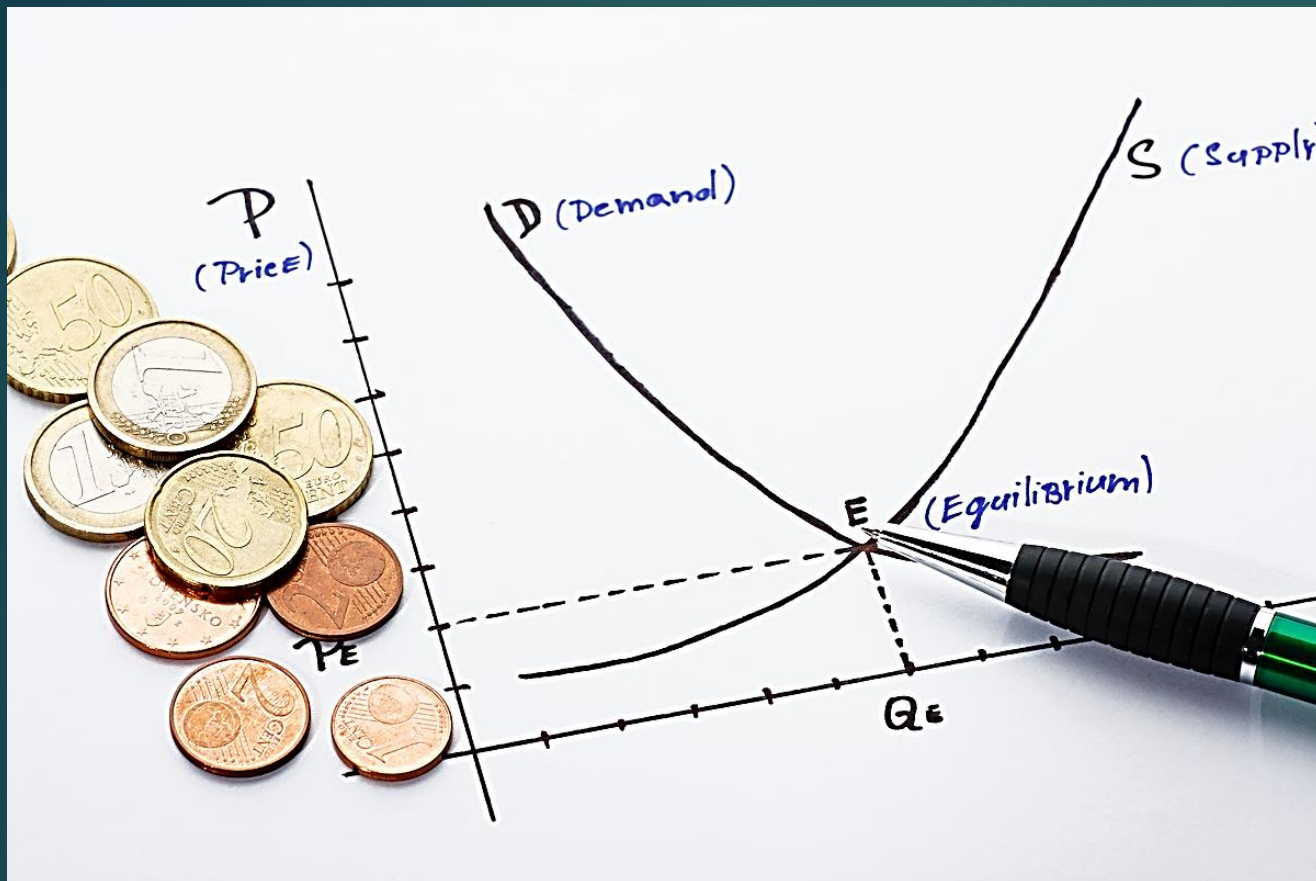
Arash.ahadi@gmail.com



به دلیل شدت باران در فصل بهار، بازار شاهد افزایش تقاضا و قیمت برای محصول چتر است.



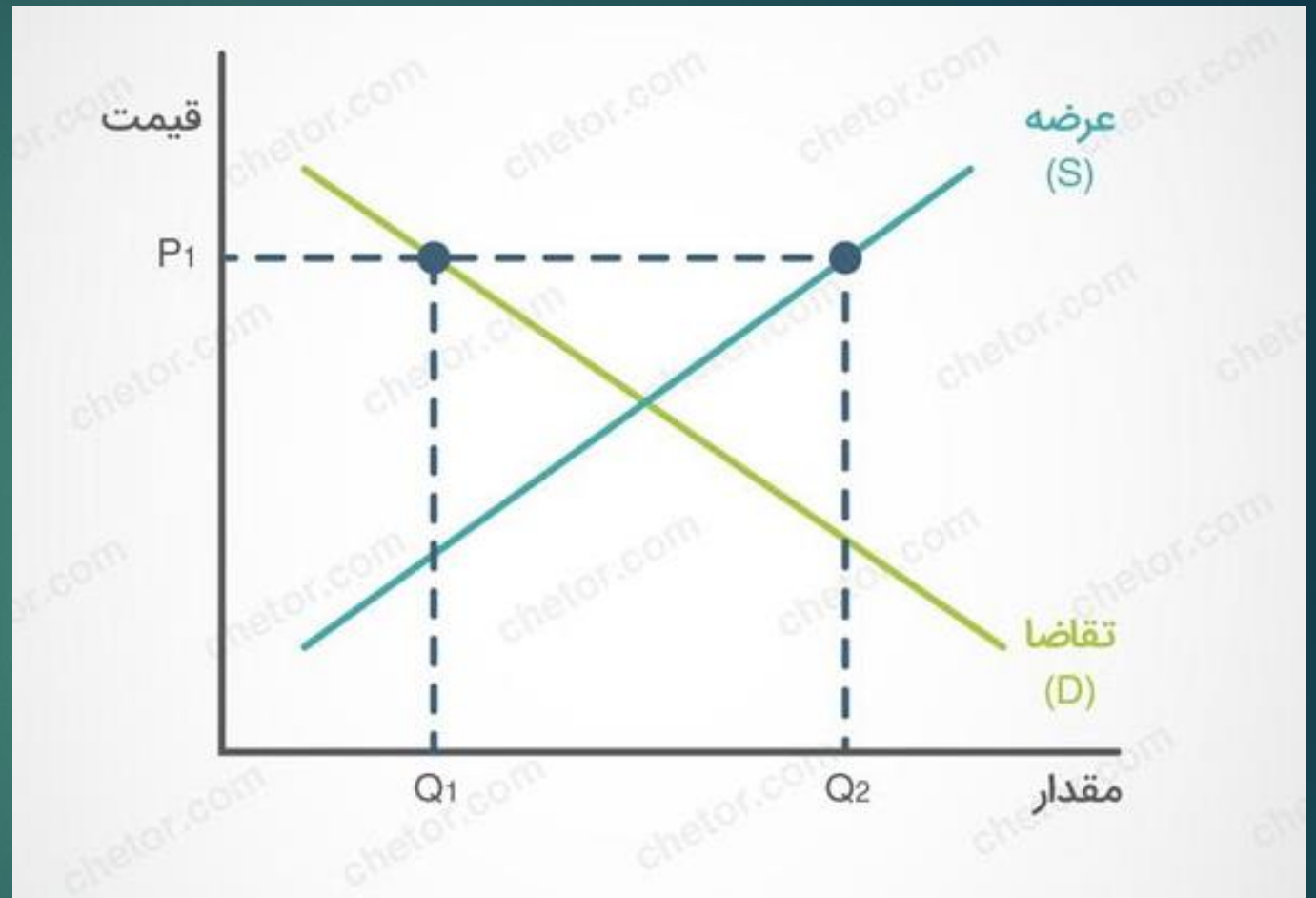
Arash.ahadi@gmail.com



قیمت تعادلی نقطه‌ی تلاقی منحنی‌های عرضه و تقاضا در نمودار است. قیمت تعادلی نقطه‌ی قیمتی است که: هم تولیدکنندگان و هم خریداران آن را منطقی و سودمند می‌دانند.



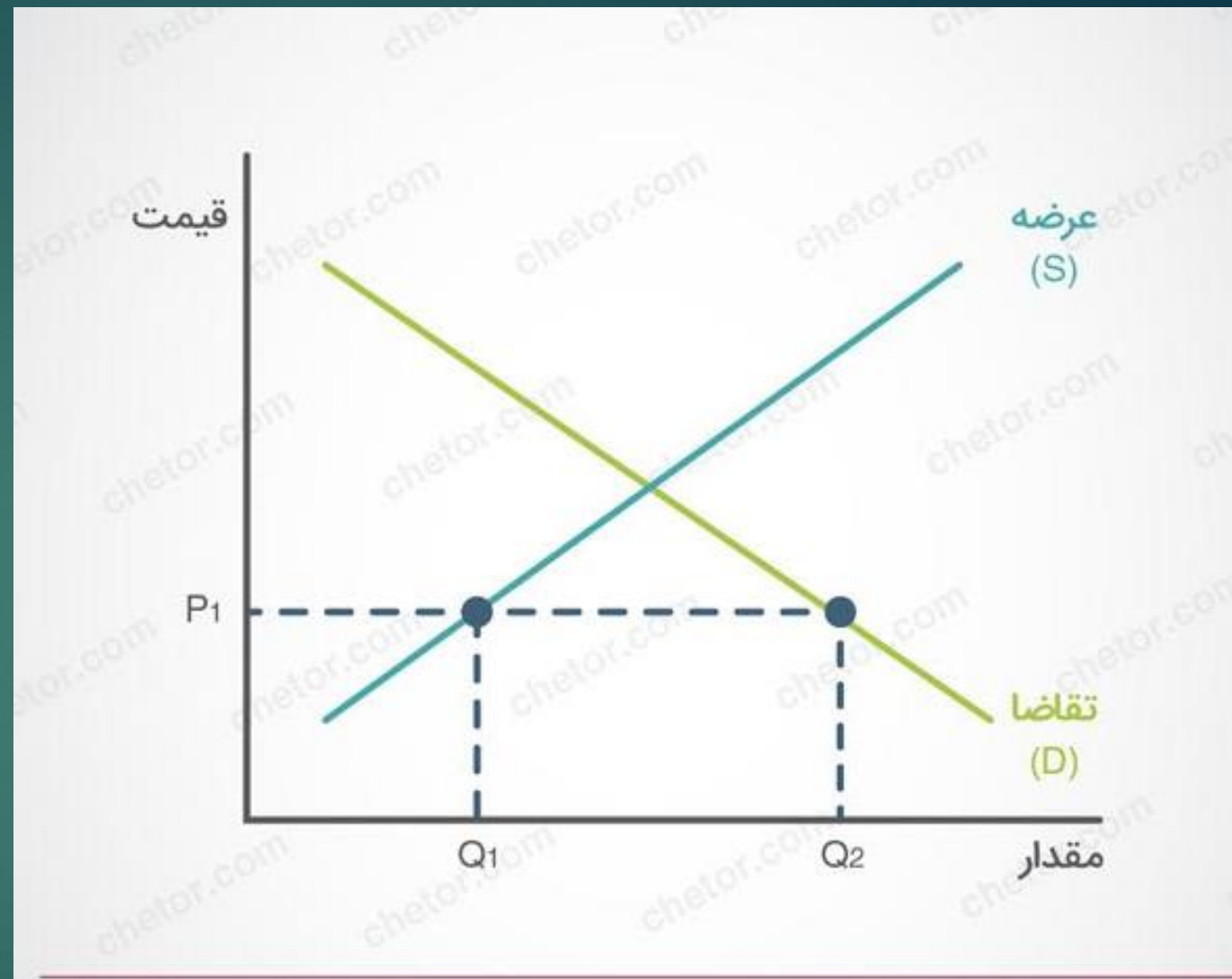
در قیمت های بالاتر از قیمت تعادلی
مازاد عرضه وجود دارد و تقاضا نسبت
به عرضه کمتر می شود. این مازاد
عرضه باعث کاهش قیمت می شود و
قیمت مجدداً به قیمت تعادلی می رسد.



مازاد عرضه

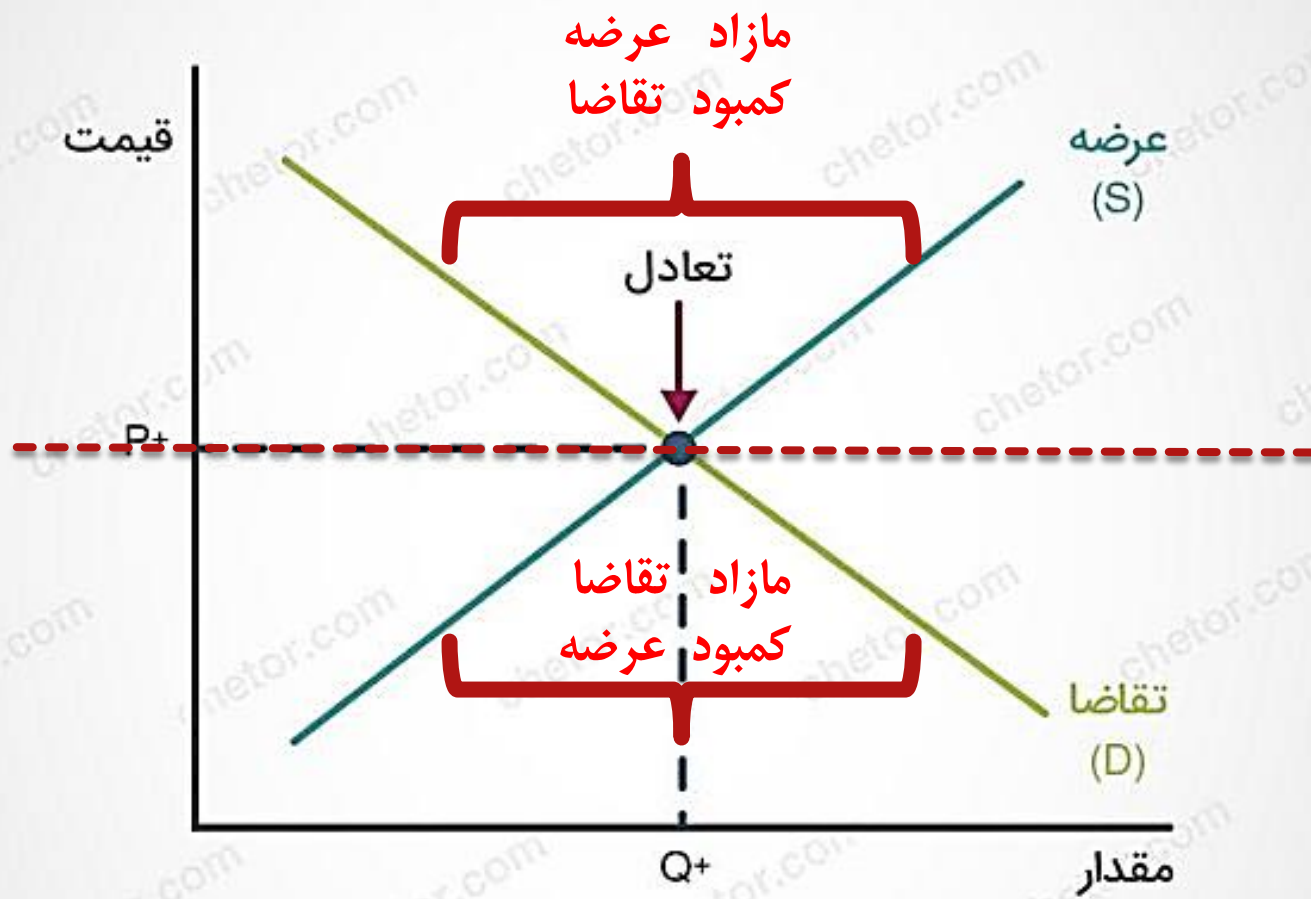


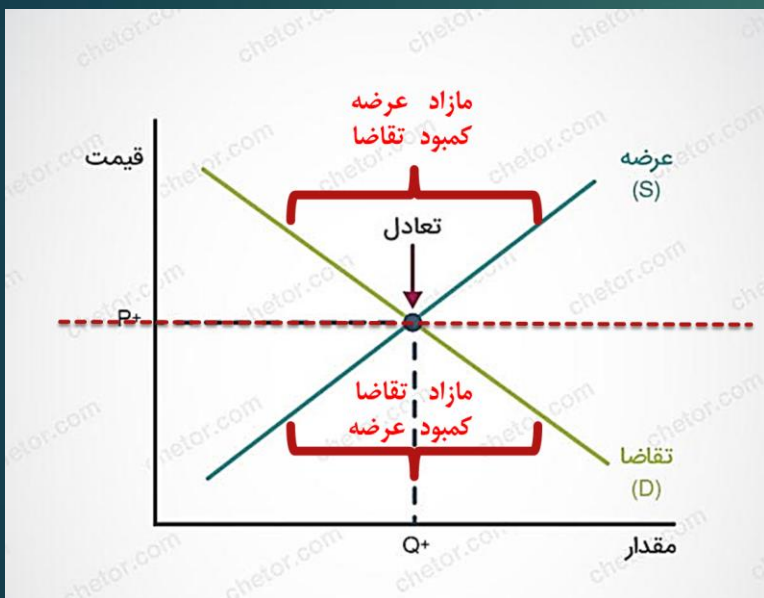
در قیمت‌های پایین‌تر از قیمت تعادلی مازاد تقاضا بوجود می‌آید و همین امر باعث می‌شود تا فشار تقاضا قیمت‌ها را افزایش دهد و قیمت مجدداً به قیمت تعادلی خود برسد.



مازاد تقاضا

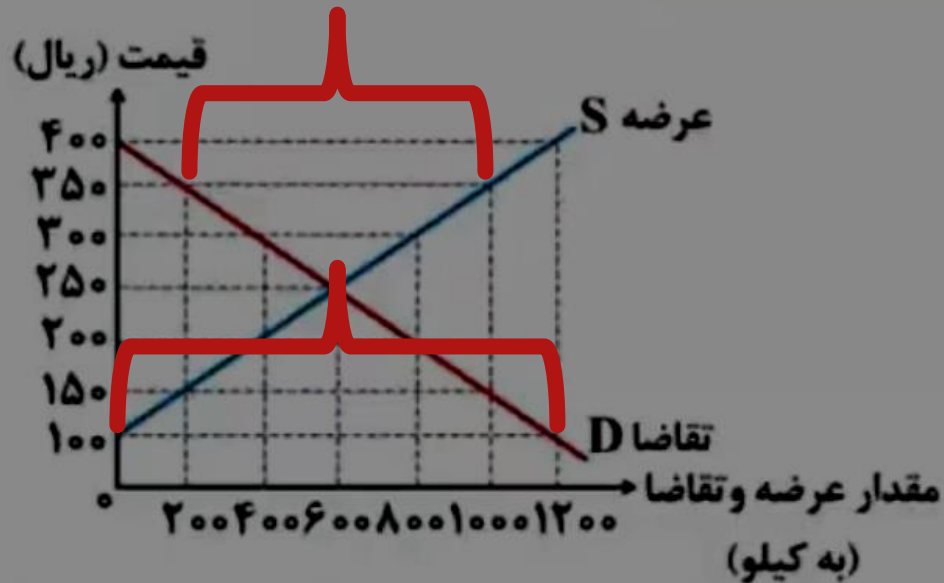






محاسبه میزان مازاد عرضه / کمبود تقاضا و یا کمبود عرضه / مازاد تقاضا در یک قیمت معین

تفاضل مقدار عرضه و مقدار تقاضا در آن قیمت

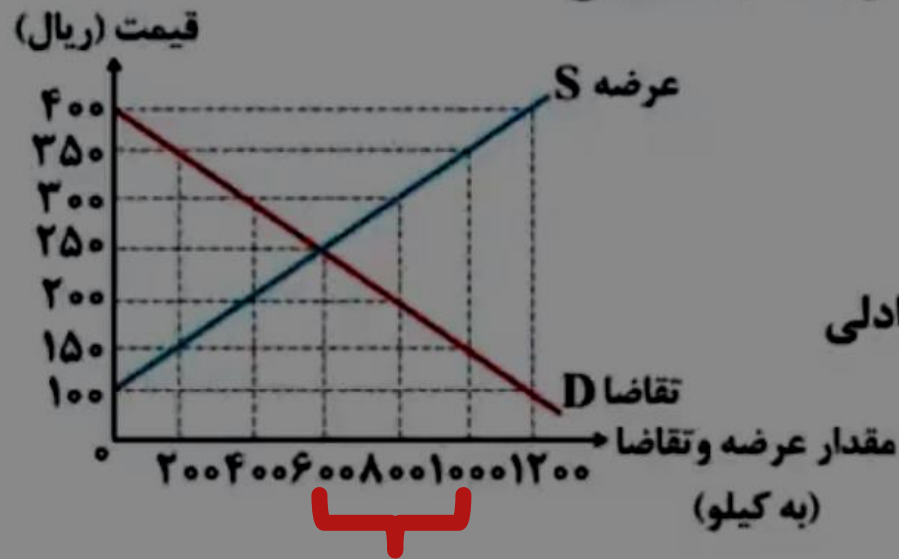


$$\text{مقدار مازاد عرضه در قیمت } 350: 1000 - 200 = 800$$

$$\text{مقدار مازاد تقاضا در قیمت } 100: 1200 - 0 = 1200$$



محاسبه میزان مازاد یا کمبود عرضه نسبت به مقدار عرضه تعادلی در یک قیمت معین



مقدار عرضه تعادلی - مقدار عرضه در آن قیمت

مقدار مازاد عرضه در قیمت ۳۵۰ نسبت به عرضه تعادلی : $1000 - 600 = 400$



۳ محاسبه مقدار مازاد یا کمبود تقاضا نسبت به مقدار تقاضای تعادلی در یک قیمت معین



مقدار تقاضای تعادلی - مقدار تقاضا در آن قیمت

$600 - 1200 = 600$: مقدار مازاد تقاضا در قیمت 100 نسبت به تقاضای تعادلی



حداکثر پرداختی مصرف‌کنندگان / حداکثر دریافتی یا درآمد تولیدکنندگان در یک قیمت معین ← رقم یا

ارزش معاملات در یک قیمت معین



قیمت × مقدار کمتر (از بین عرضه و تقاضای آن قیمت)

حداکثر درآمد تولیدکنندگان در قیمت ۳۵۰

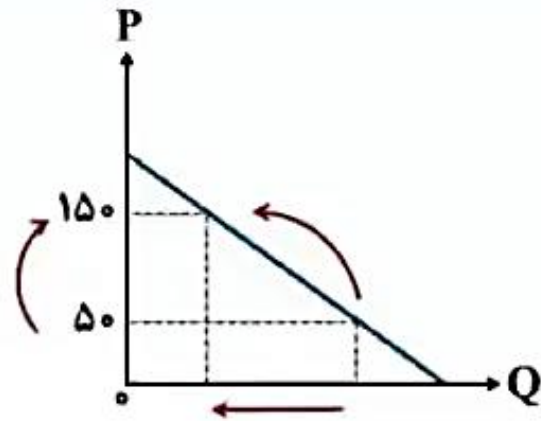
$$\text{تقاضا} = 200 \quad , \quad \text{عرضه} = 1000 \Rightarrow 350 \times 200 = 70000$$

حداکثر درآمد تولیدکنندگان در قیمت ۱۰۰

$$\text{تقاضا} = 1200 \quad , \quad \text{عرضه} = 0 \Rightarrow 100 \times 0 = 0$$



نکته: جابه‌جایی نقطه‌ای بر روی خود منحنی‌ها



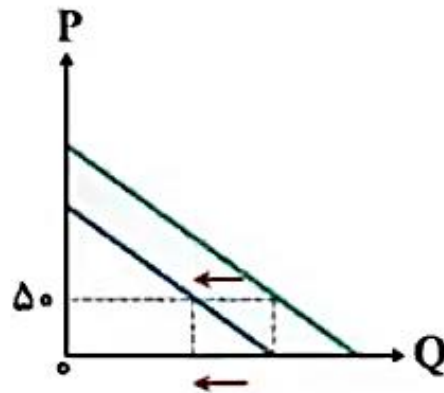
حرکت بر روی خود منحنی‌ها

تأثیر تغییرات قیمت

← به سمت چپ = کاهش مقدار

← به سمت راست = افزایش مقدار

نکته: جابه‌جایی مکان منحنی‌ها بر روی نمودار



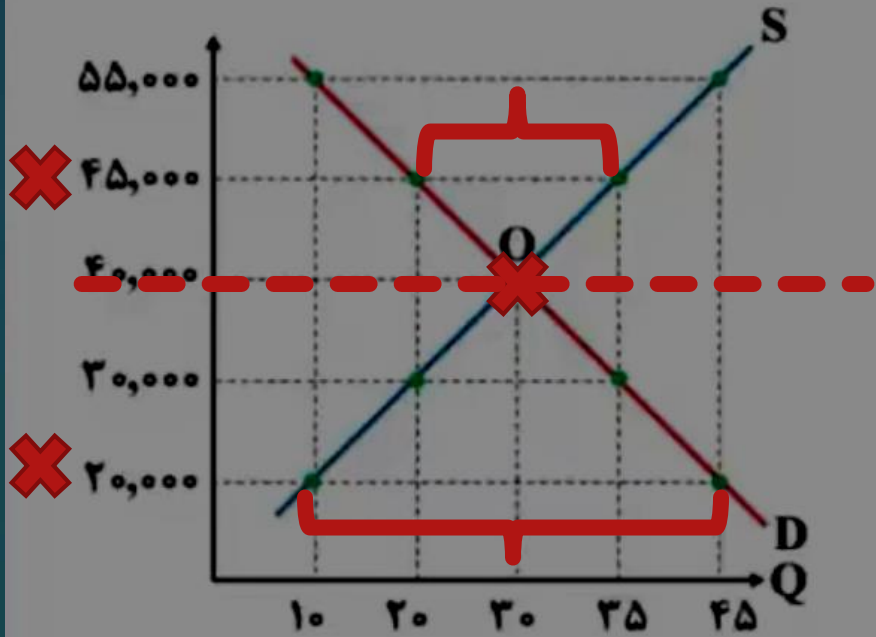
تأثیر هر عاملی به غیر از قیمت

← به سمت چپ = کاهش مقدار

← به سمت راست = افزایش مقدار



با توجه به منحنی تعادلی زیر به ترتیب:



آ) مازاد یا کمبود عرضه در قیمت ۲۰۰۰۰ تومان چقدر است؟

ب) مازاد یا کمبود تقاضا در قیمت ۴۵۰۰۰ تومان چقدر است؟

ج) بیشترین میزان درآمد تولیدکننده در کدام سطح قیمت و چقدر

است؟

۱) الف) ۴۵ واحد مازاد عرضه - ب) ۳۵ واحد کمبود تقاضا - ج) قیمت

۴۰ هزار تومان و درآمد برابر ۱۲۰۰۰۰۰ تومان

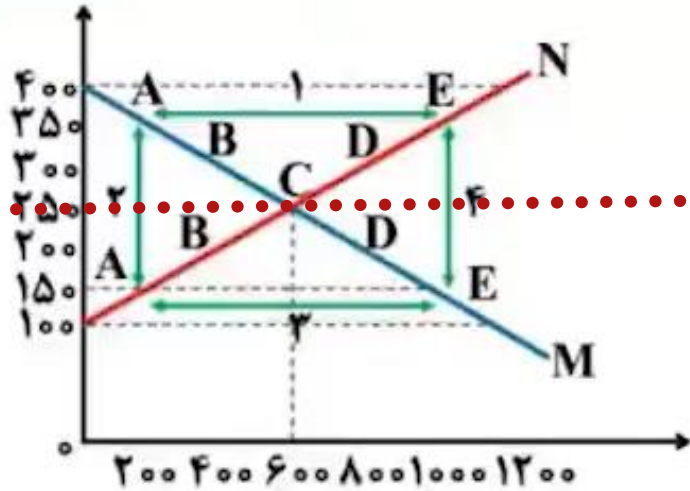
۲) الف) ۳۵ واحد کمبود عرضه - ب) ۱۵ واحد کمبود تقاضا - ج)

۵۵۰۰۰ تومان و درآمد برابر ۲۴۷۵۰۰۰ تومان

۳) الف) ۴۵ واحد مازاد عرضه - ب) ۳۵ واحد مازاد تقاضا - ج) قیمت ۵۵۰۰۰ تومان و درآمد ۲۴۷۵۰۰۰ تومان

۴) الف) ۳۵ واحد کمبود عرضه - ب) ۱۵ واحد کمبود تقاضا - ج) قیمت ۴۰ هزار تومان و درآمد ۱۲۰۰۰۰۰ تومان





با توجه به نمودار زیر:

آ کدام شماره، بیانگر مازاد عرضه است؟

ب کدام دو نقطه، به ترتیب بیانگر قیمت و مقدار و مفهوم تعادلی است؟

ج کدام شماره، مبین مفهوم کمبود عرضه است؟

د کدام حروف به ترتیب، بیانگر منحنی تقاضا و عرضه است؟

ه کدام دو عدد بیانگر «عرضه صفر» است؟ و کدام دو عدد مبین «تقاضای صفر» است؟

۱ الف (ب ۱) C - ۲۵۰ - ۶۰۰ (ج ۳) د N و M (ه ۱۰۰، ۱۲۰۰، ۴۰۰ و ۱۲۰۰)

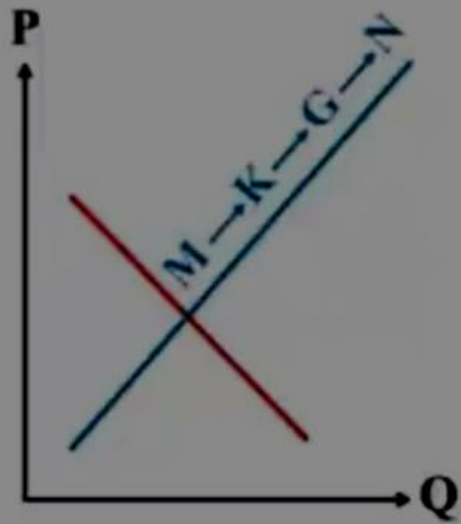
۲ الف (ب ۱) B - ۲۵۰ - ۶۰۰ (ج ۴) د N و M (ه ۱۰۰، ۱۲۰۰، ۴۰۰ و ۱۲۰۰)

۳ الف (ب ۳) B - ۶۰۰ - ۲۵۰ (ج ۲) د M و N (ه ۱۰۰، ۱۲۰۰، ۴۰۰ و ۱۲۰۰)

۴ الف (ب ۳) C - ۶۰۰ - ۲۵۰ (ج ۱) د M و N (ه ۱۰۰، ۱۲۰۰، ۴۰۰ و ۱۲۰۰)



با توجه به نمودار منحنی «.....» علت حرکت از نقطه M به N، کدام است؟



۱ عرضه - قیمت بالاتر و عرضه کم تر

~~۲ تقاضا - قیمت پایین تر و تولید بیش تر~~

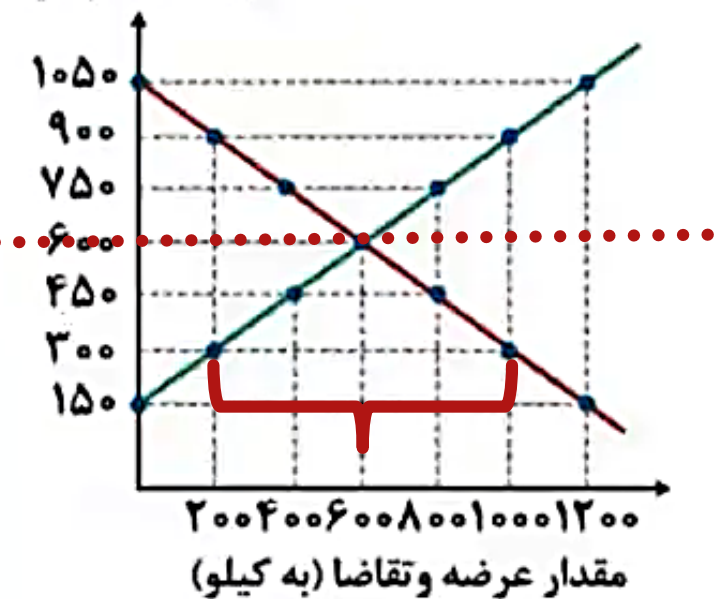
۳ عرضه - قیمت بیش تر و عرضه بیش تر

~~۴ تقاضا - توانایی تولید کم تر و قیمت بالاتر~~



با توجه به نمودار عرضه و تقاضای زیر، به ترتیب:

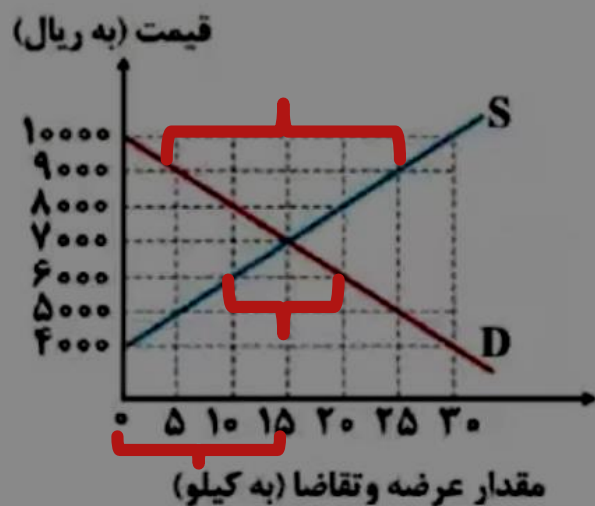
قیمت (به تومان)



- آ در قیمت ۳۰۰ تومان چه وضعیتی و به چه اندازه در بازار وجود دارد؟
 ب در سطح قیمت ۱۰۵۰ تومان کدام عامل بازار را به حالت تعادل می‌رساند؟
 ج در سطح قیمت ۷۵۰ تومان حداکثر درآمد تولیدکنندگان چند تومان است؟
 ۱ الف) کمبود عرضه - ۸۰۰ کیلو، ب) افزایش قیمت، ج) ۶۰۰.۰۰۰ تومان
 ۲ الف) مازاد تقاضا - ۸۰۰ کیلو، ب) کاهش قیمت، ج) ۳۰۰.۰۰۰ تومان
 ۳ الف) مازاد عرضه - ۴۰۰ کیلو، ب) افزایش قیمت، ج) ۶۰۰.۰۰۰ تومان
 ۴ الف) کمبود تقاضا - ۴۰۰ کیلو، ب) کاهش قیمت، ج) ۳۰۰.۰۰۰ تومان



نمودار زیر، بیانگر مقادیر عرضه و تقاضای یک کالا در قیمت‌های مختلف است. با توجه به آن:



ا در قیمت: ۱۰۰۰۰ ریال، کمبود تقاضا نسبت به مقدار تقاضای تعادلی چقدر است؟

ب در قیمت: ۶۰۰۰ ریال و ۹۰۰۰ ریال، به ترتیب مقدار مازاد تقاضا و کمبود تقاضا چیست؟

ج در کدام سطح از قیمت و مقدار، دریافتی تولیدکننده به حداکثر می‌رسد و مقدار آن کدام است؟

د کدام عامل موجب از بین رفتن فاصله بین عرضه و تقاضا و هماهنگی رفتار اقتصادی تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌شود؟

۱ الف (۱۵، ب) ۲۰ - ۱۰، ج) ۱۰۰۰۰ و ۳۰ - ۳۰۰۰۰۰، د) افزایش قیمت از ۶۰۰۰ ریال به ۷۰۰۰ ریال

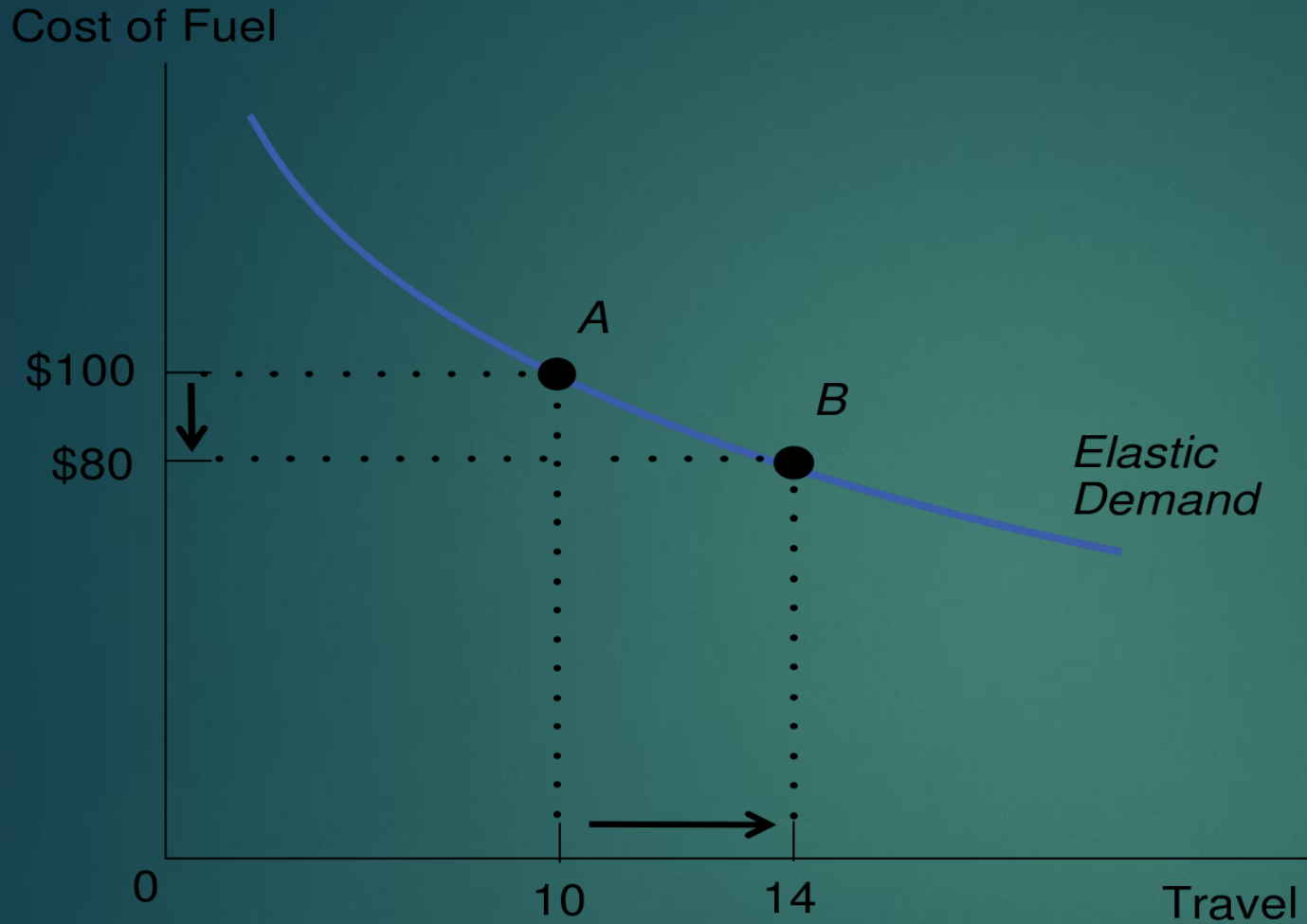
۲ الف (۱۵، ب) ۱۰ - ۲۰، ج) ۷۰۰۰ و ۱۵ - ۱۰۵۰۰۰، د) کاهش قیمت از ۸۰۰۰ ریال به ۷۰۰۰ ریال

۳ الف (۳۰، ب) ۱۰ - ۲۰، ج) ۷۰۰۰ و ۱۵ - ۱۰۵۰۰۰، د) افزایش قیمت از ۶۰۰۰ ریال به ۷۰۰۰ ریال

۴ الف (۳۰، ب) ۲۰ - ۱۰، ج) ۱۰۰۰۰ و ۳۰ - ۳۰۰۰۰۰، د) کاهش قیمت از ۶۰۰۰ ریال به ۷۰۰۰ ریال



کشش قیمتی



هنگامی که قیمتی را برای محصول یا خدمات خود در نظر می‌گیرید، باید به یاد داشته باشید تمام محصولات به یک شکل رفتار نمی‌کنند. میزانی که تقاضا برای محصول شما قیمت را تحت تأثیر قرار می‌دهد، کشش قیمتی تقاضا نامیده می‌شود.



کشش تقاضا

کشش واحد یا یک

درصد تغییرات در مقدار تقاضا
برابر درصد تغییرات در قیمت

کشش بیشتر از واحد (تقاضای
باکشش)

درصد تغییرات در مقدار تقاضا،
بزرگتر از درصد تغییرات در قیمت

کشش کمتر از واحد (تقاضای
کم کشش)

درصد تغییرات در تقاضا کوچکتر
از درصد تغییرات در قیمت

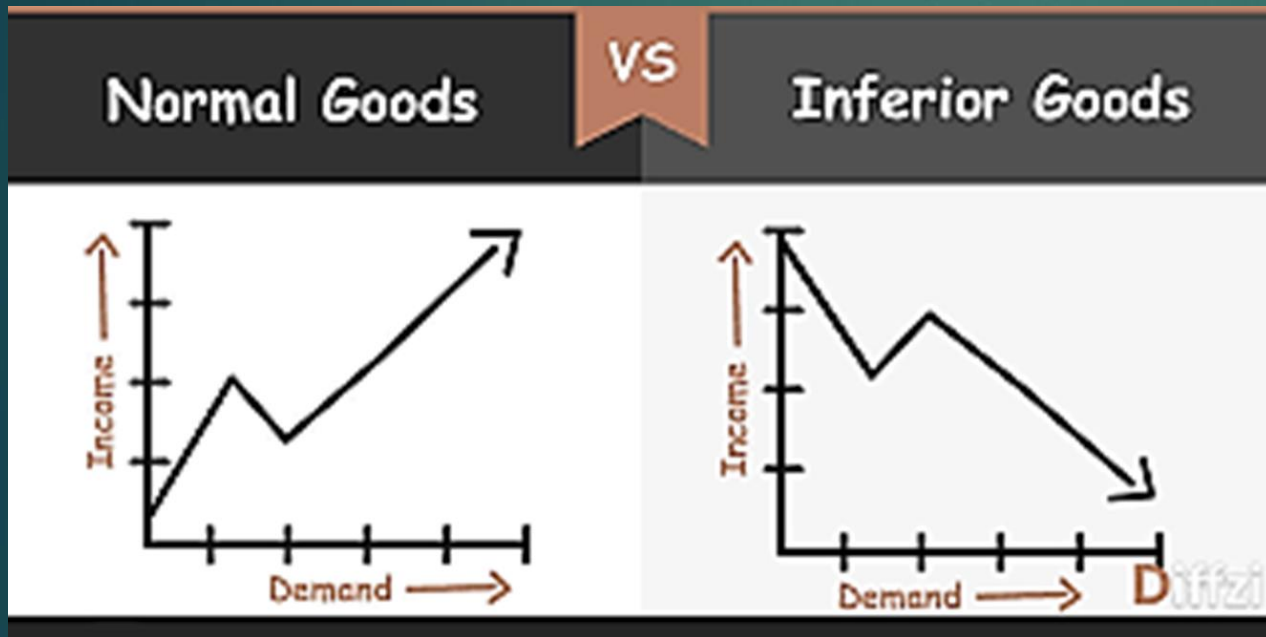
کشش برابر صفر (تقاضای
بی کشش)

تغییرات قیمت کالا، تغییری در
مقدار تقاضا ایجاد نمی کند



کالای معمولی

کالای پست

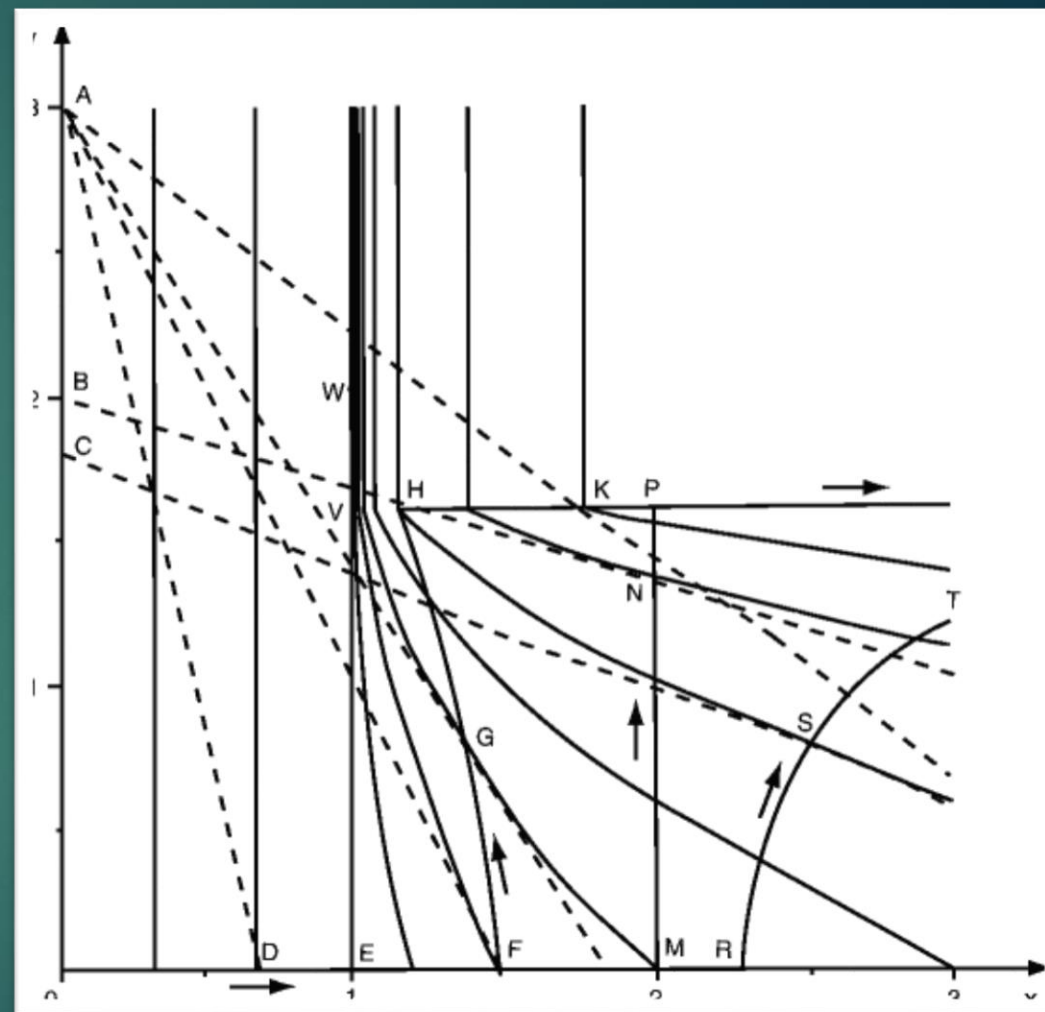


کالای پست کالایی است که تقاضای مصرف کننده برای مصرف آن، با افزایش درآمد، کاهش می یابد. اغلب، کالاهای پست، جانشین های ارزان قیمت «کالای عادی» یا «کالای ضروری» مانند غذا به شمار می روند.

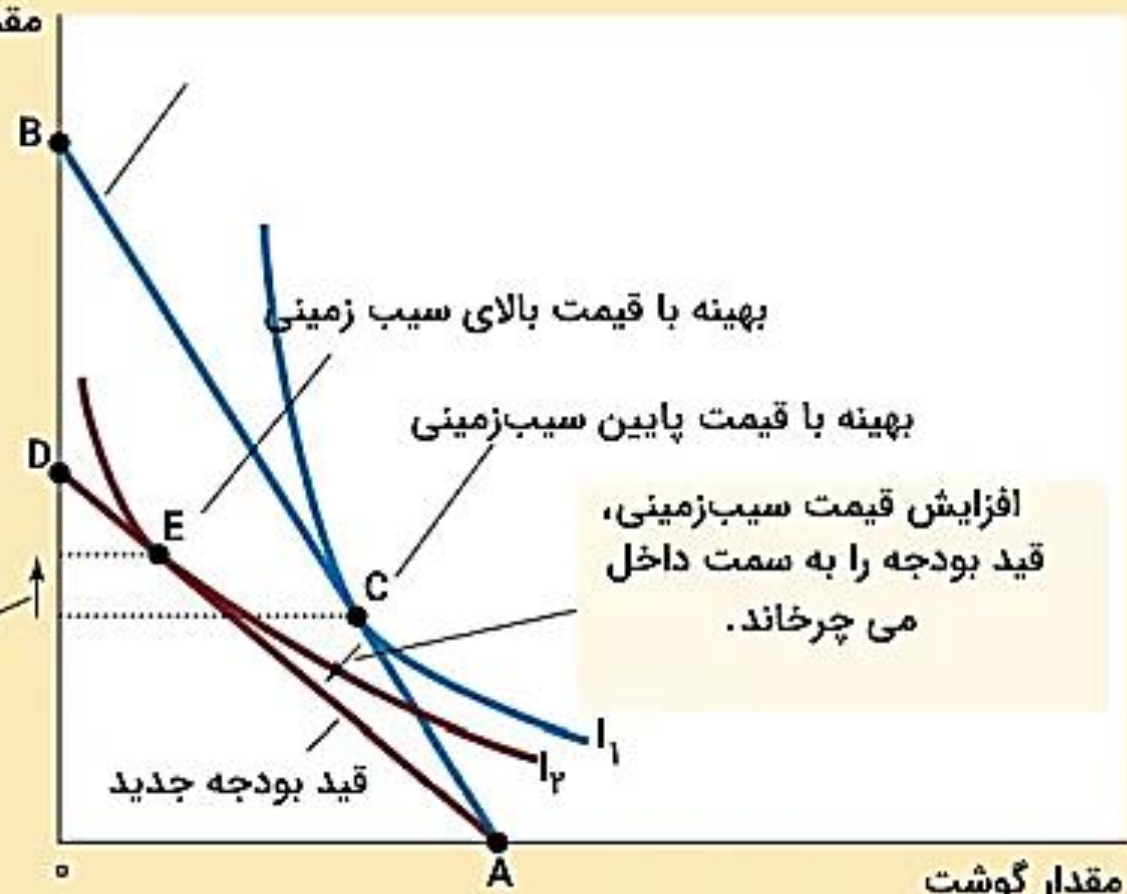


کالای گیفن از انواع کالاهاى پست بدون جایگزین است. در نتیجه، با تغییرات قیمت، اثر جانشینی اعمال نمی شود.

Giffen Paradox



مقدار سیب زمینی



بهینه با قیمت بالای سیب زمینی

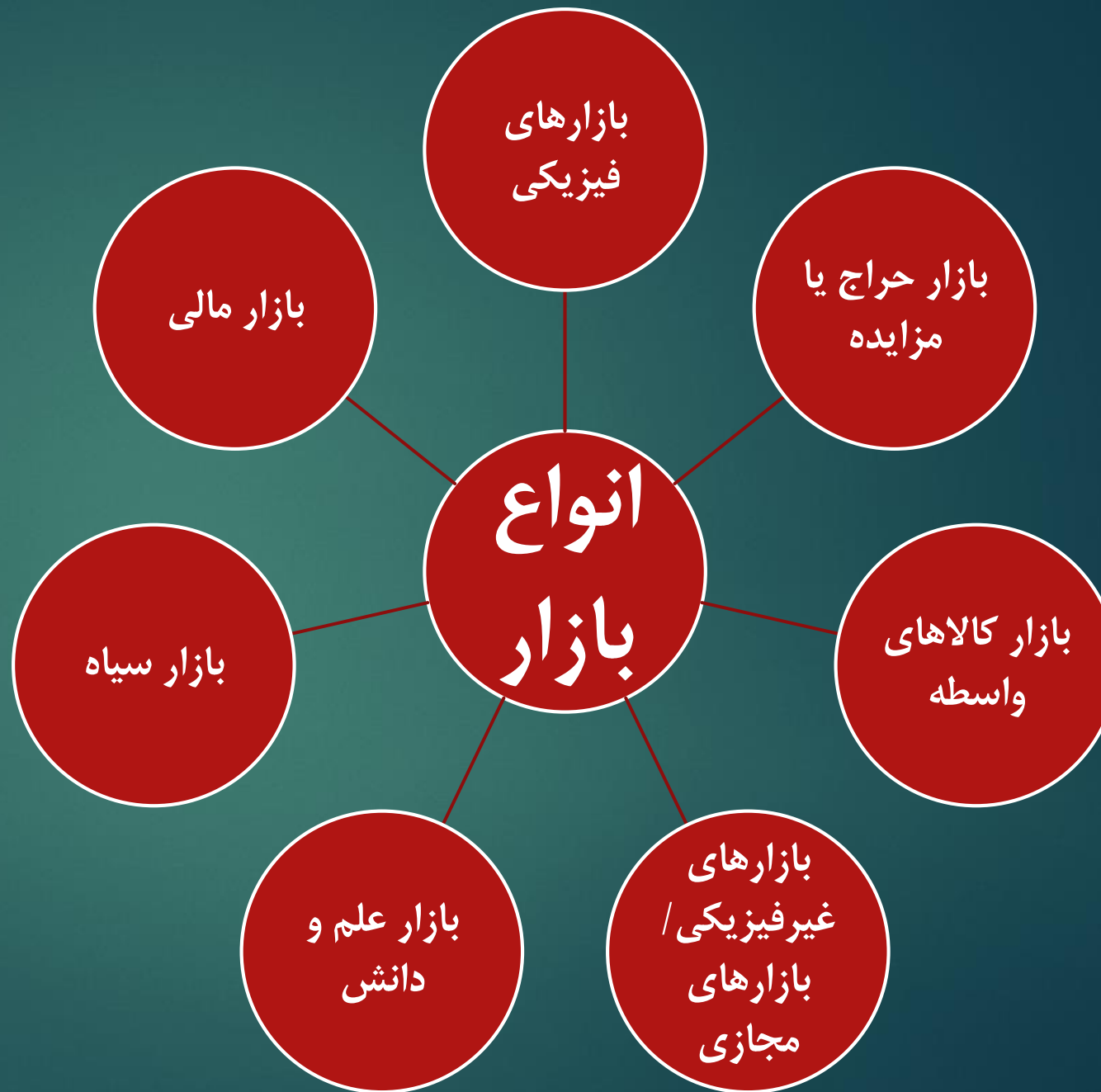
بهینه با قیمت پایین سیب زمینی

افزایش قیمت سیب زمینی،
قید بودجه را به سمت داخل
می چرخاند.

افزایش مصرف
سیب زمینی،
اگر سیب زمینی
کالای گیفن باشد.

قید بودجه جدید

مقدار گوشت







سبز و سرفراز و سلامت باشید