

## فصل دوم: بازیگران اصلی در میدان اقتصاد

سه سؤال اصلی در اقتصاد	چه چیزی چگونه برای چه کسی	← تولید می شود؟
------------------------	---------------------------	-----------------

پاسخ به سه سؤال (چه چیزی، چگونه و برای چه کسی) ← روشن کننده اهداف تخصیص منابع در اقتصاد است.

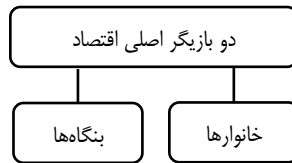
- ❖ برای این که یک پیراهن تولید و به دست مصرف کننده برسد، باید در هر مرحله از تولید به این سه سؤال پاسخ داد.
- ❖ کشاورز در یک مزرعه به این سؤال پاسخ می دهد
- که چه چیزی بکارد؟ چون او می تواند پنبه، جو و یا گندم بکارد. کشاورز پنبه را انتخاب کند. حالا سؤال دوم پیش می آید که چگونه پنبه بکارد و سپس به این مسئله فکر می کند که پنبه را برای چه کسی بکارد؟
- بعد از این که پنبه تولید و به شرکت تولید نخ داده شد، حالا این شرکت نخ است که باید به این سه سؤال پاسخ دهد، پس از آن شرکت تولید پارچه این سه سؤال را از خود می پرسد.
- ❖ الگوی مرز امکانات تولید ← در واقع ابزاری برای تمرین تخصیص منابع با توجه به اهداف اقتصادی است

درس ۵: بازار چیست و چگونه عمل می کند؟

گفت و گو

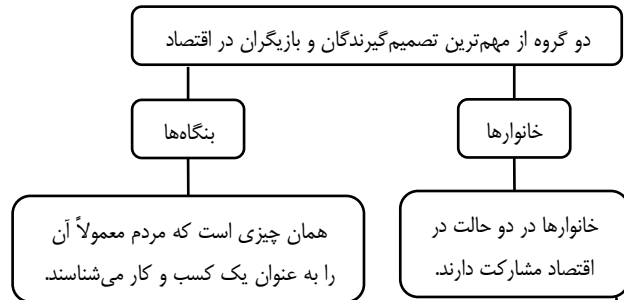
- ۱- به نظر شما چه وقت هر دو طرف یک معامله به خواسته های خودشان می رسند؟  
زمانی که دو طرف معامله از نظر قیمت و مقدار به تفاهم برسند، یعنی بازار در حالت تعادل باشد.
- ۲- دست کدام یک از طرفین برای تحمیل قیمت پیشنهادی خود بازتر است؟  
پاسخ این سؤال بستگی به نوع بازار دارد. اگر بازار رقابتی باشد، هیچ یک از طرفین به تنهایی در شکل گیری قیمت تاثیر گذار نیستند؛ ولی اگر بازار انحصاری باشد، انحصارگر قدرت قیمت گذاری بالاتری دارد.
- ۳- نهایتاً قیمت پیشنهادی چگونه تعیین می شود؟  
قیمت با توجه به مقدار عرضه و تقاضا برای یک کالا یا خدمات، مشخص می شود.

نقشه راه



❖ تعیین قیمت یک کالا و خدمات از طریق ← بده- بستان های بین خانوارها و بنگاهها تعیین می شود.

طرح مسئله



- ① خانوارها خریدار محصولات بنگاهها هستند ← خانوارها کالاها و خدمات مورد نیاز را از کسب و کارها خریداری می کنند.
- ② خانوارها صاحب و مالک عوامل تولید هستند ← خانوارها زمین، نیروی کار، سرمایه و کارآفرینی را برای تولید کالاها و خدمات ارائه می کنند.  
در اقتصاد «بنگاه» همان چیزی است که مردم معمولاً آن را به عنوان یک کسب و کار می شناسند.

• مزارع کشاورزی

• فروشگاهها

✓ مؤسسات کسب و کار یا همان بنگاههای اقتصادی، می توانند شامل

پیرایشگری

نقشه کشی

معماری ساختمان ← باشند

شرکتها

کارگاهها

کارخانه های تولیدی باشند

فرمایی

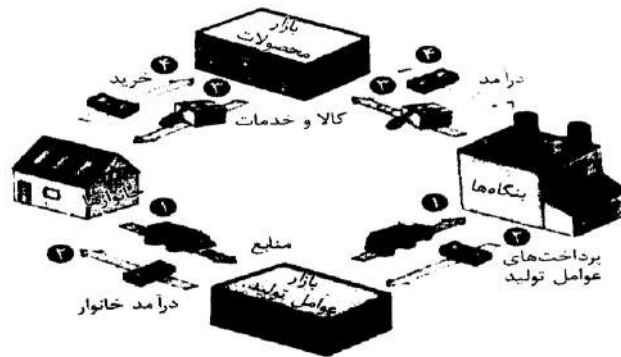
منابع طبیعی ← زمین  
 فیزیکی ← ابزار آلات  
 سرمایه  
 مالی ← پول  
 نیروی انسانی ← نیروی کار

بنگاه‌های اقتصادی برای تولید کالاها و خدمات باید از خانوارها عوامل یا منابع تولید را خریداری یا اجاره کنند، و این عوامل عبارتند از:

- ✓ به طور خلاصه می‌توان گفت، بنگاه‌ها به دو شکل در اقتصاد مشارکت دارند:
- الف ← عوامل تولید (نیروی انسانی، سرمایه و منابع) را از خانوارها خریداری یا اجاره می‌کنند.
- ب ← کالا و خدمات تولید کرده و آن‌ها را به خانوارها می‌فروشند.

### جریان چرخشی ساده

همان‌گونه که خانوارها کالا و خدمات را از بنگاه‌ها خریداری می‌کنند، بنگاه‌ها نیز منابع را از خانوارها اجاره یا خریداری می‌کنند و بدین صورت رابطه داد و ستد بین این دو بازیگر شکل می‌گیرد.



**جریان چرخشی،** تعاملات بین بازیگران کلیدی در اقتصاد نیمه بالایی نمودار تبادل تولیدات را در بازار کالاها و خدمات نشان می‌دهد. نیمه پایین نمودار مربوط به بازار عوامل تولید است.

#### • بررسی جریان چرخشی بین خانوار و بنگاه

##### ۱- بازار عوامل تولید

مسیر شماره **یک** ← در مسیر شماره **یک**، خانوارها عوامل تولید (نیروی انسانی، زمین، سرمایه و کارآفرینی) را وارد بازار عوامل تولید کرده و از آن‌جا به بنگاه‌های اقتصادی می‌فرستند.

مسیر شماره **دو** ← در مسیر شماره **دو**، بنگاه‌ها در قبال گرفتن منابع تولید از خانوارها، پول آن را تحت عنوان خرید یا اجاره به خانوارها پرداخت می‌کنند. این پول شامل (مزد یا حقوق، اجاره یا خرید، سود و ...) می‌باشد.

##### ۲- بازار محصولات

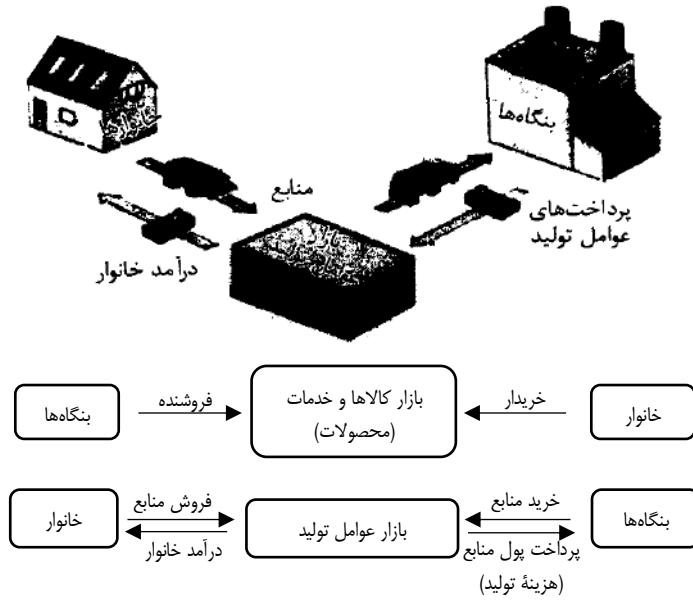
مسیر شماره **سه** ← در مسیر شماره **سه**، بنگاه‌ها خدمات و کالاهای تولیدی خود را به خانوارها می‌فروشند. مسیر شماره **چهار** ← در مسیر شماره **چهار**، خانوارها هزینه خرید کالاها و خدمات را به بنگاه‌ها می‌پردازند.

**نکته ۱** آنچه برای بنگاه هزینه است برای خانوار درآمد محسوب می‌شود. (مسیر شماره دو)

**نکته ۲** آنچه برای بنگاه درآمد است برای خانوار هزینه محسوب می‌شود. (مسیر شماره چهار)

### بازار چیست

- در اقتصاد بازار معنای **پر طرفداری** دارد.
- **بازار** به ارتباط مجموعه خریداران و فروشندگان (کالا و خدمات) در هر جای ممکن، بازار اطلاق می‌شود.



○ هر بازار از دو رکن اصلی تشکیل می‌شود:

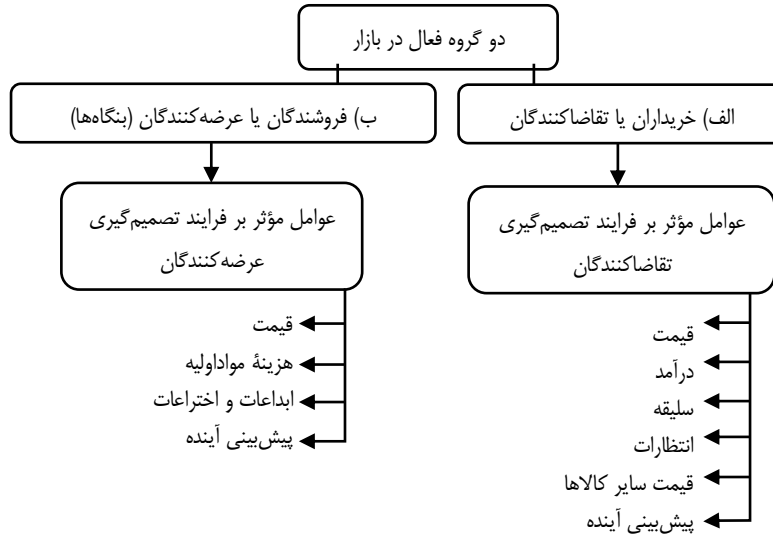
- الف) خریداران ← خریداران همان خانوارها هستند که کالا و خدمات تولیدشده را از بنگاه‌ها می‌خرند و می‌توان به آن‌ها مصرف‌کننده یا تقاضا کننده گفت.
- ب) فروشندگان ← فروشندگان همان بنگاه‌های اقتصادی هستند که کالا و خدمات تولید کرده و به بازار عرضه می‌کنند و می‌توان به آن‌ها عرضه‌کننده یا تولیدکننده گفت.

**پرداخت‌هایی که بابت خرید منابع تولید به خانوارها پرداخت می‌شود.**

ردیف	عنوان	علت
۱	دستمزد	دریافتی خانوارها بابت فروش نیروی کار
۲	اجاره و پول حاصل از فروش	دریافتی خانوارها بابت فروش یا اجاره زمین، مغازه و ...
۳	سود	دریافتی خانوارها آوردن سرمایه مالی

**بررسی بازار کالا و خدمات**

در بازار چه کسانی حضور دارند و چگونه تصمیم‌گیری می‌کنند؟



**الف) خریداران یا تقاضاکنندگان و فرایند تصمیم‌گیری آنها**

خریداران، خانوارهایی هستند که تقاضاکننده کالاها و خدمات‌اند و نسبت به مشاهده تغییر بازار تصمیمات متفاوتی می‌گیرند.

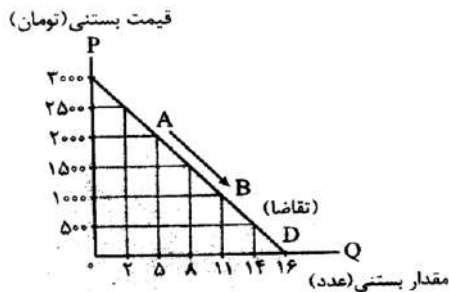
**عوامل موثر بر فرایند تصمیم‌گیری خریداران**

**۱- قیمت کالا**

رابطه بین قیمت و تقاضای خریداران معکوس یا غیرمستقیم است.  
 ↓ تقاضا ≠ قیمت ↑

- با افزایش قیمت ← مقدار تقاضا کاهش می‌یابد و بالعکس، به این رابطه، «**قانون تقاضا**» می‌گویند.
- افزایش درآمد می‌تواند باعث **افزایش در مقدار تقاضا** در هر قیمتی شود.
- چیزهایی که **مد می‌شوند**، حتی بدون تغییر قیمت، مقدار تقاضای آنها زیاده‌تر می‌شود.
- کالاهایی که با کالای موردنظر ما مرتبط‌اند و با هم مصرف می‌شوند، کالاهای «**مکمل**» نامیده می‌شوند مثلاً ما چای و قند را با هم مصرف می‌کنیم و یا خودرو و بنزین که مکمل هم هستند، کالاهایی را که می‌توان به جای یکدیگر استفاده کرد کالاهای «**جانشین**» می‌گویند. مثلاً اگر قیمت گوشت قرمز گران شود، مردم به مصرف مرغ روی می‌آورند و یا اگر قیمت برنج بالا رود، مصرف نان بیش‌تر می‌شود.

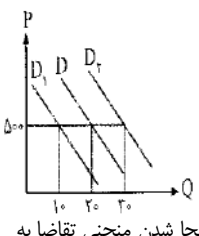
**جدول و منحنی تقاضا و قیمت**



قیمت بستنی	تقاضای بستنی
۰	۱۶
۵۰۰	۱۴
۱۰۰۰	۱۱
۱۵۰۰	۸
۲۰۰۰	۵
۲۵۰۰	۲
۳۰۰۰	۰

**نکات جدول و منحنی تقاضا**

- منحنی تقاضا را با **D** نشان می‌دهند.
- جدول تقاضا رابطه **معکوس** قیمت و مقدار تقاضا را نشان می‌دهد.
- منحنی تقاضا چگونگی رفتار **اقتصادی تقاضاکنندگان** (مصرف‌کنندگان) را نشان می‌دهد.
- منحنی تقاضا، از **چپ به راست نزولی** است.
- نزولی بودن منحنی تقاضا نشان‌دهنده **رابطه معکوس قیمت و تقاضا** است.
- شیب منحنی** تقاضا نشان‌دهنده میزان حساسیت مقدار تقاضای فرد نسبت به قیمت است.
- براساس شیب و درجه حساسیت، کالاها به دو دسته **ضروری** و **تجملی** تقسیم می‌شود.
- اگر **شیب منحنی تقاضا زیاد باشد**، یعنی عکس‌العمل مصرف‌کننده در برابر **قیمت کم** است که اصطلاحاً می‌گوییم **کشش قیمتی تقاضا کم** است که به آن، «**کالای ضروری**» می‌گوییم، کالای لوکس برعکس این حالت است. (یعنی اگر شیب منحنی تقاضا کم باشد، عکس‌العمل مصرف‌کننده در برابر قیمت زیاد است که اصطلاحاً می‌گوییم **کشش قیمتی تقاضا زیاد** است).
- اگر نقطه‌ای بخواهد بر روی منحنی تقاضا از **بالا به پایین** حرکت کند (مانند نقطه A به B) با کاهش قیمت **امکان پذیر** است و برعکس.



- اگر نقطه ای بر روی منحنی تقاضا به سمت **بالا یا پایین** حرکت کند (مانند نقطه A به B و برعکس) به خاطر قیمت است ولی اگر نقطه ای بر روی منحنی تقاضا به سمت چپ یا راست منتقل شود (مانند **D1 و D2**) به خاطر عواملی به جز قیمت است.
- دیگرگونی عواملی مثل درآمد، سلیقه، قیمت کالاهای مکمل و جانشین می‌تواند منحنی را به سمت چپ یا راست جابجا شدن منحنی تقاضا به

## ۲- درآمد

☞ به طور کلی می‌توان گفت که رابطه بین درآمد و تقاضا مستقیم است.

با افزایش درآمد میل به دست آوردن کالا و خدمات افزایش می‌یابد.

فراموش نشود که همواره افزایش درآمد باعث افزایش مصرف در هر نوع کالایی نمی‌شود، به عنوان مثال افزایش درآمد باعث افزایش تقاضا برای کالاهای معمولی و کاهش تقاضا نسبت به کالاهای پست است.

بر خلاف قانون تقاضا که مطابق با آن، تغییر قیمت کالا باعث حرکت روی منحنی می‌شود، تغییر درآمد باعث انتقال منحنی خواهد شد.

### کالای معمولی و پست را بشناسید

❖ آیا با افزایش درآمد مقدار خرید ما از همه انواع کالاها می‌تواند بیش تر شود یا در مورد برخی کالاها ممکن است حتی کم تر هم شود؟ درباره خرید نوع مرغوب و پست برنج فکر کنید.

پاسخ: با افزایش درآمد خرید کالاهای مرغوب افزایش می‌یابد و خرید کالاهای نامرغوب و پست کاهش می‌یابد.

❖ با افزایش درآمد، منحنی تقاضا به سمت راست و بالا حرکت می‌کند. (برای کالاهای معمولی)

❖ با کاهش درآمد، منحنی تقاضا به سمت چپ و پایین حرکت می‌کند. (برای کالاهای معمولی)

❖ با افزایش درآمد، منحنی تقاضا کالاهای پست به سمت چپ و پایین حرکت می‌کند و برعکس

### ۳- قیمت سایر کالاها (مکمل و جانشین)

درباره کالاهایی که با هم مصرف می‌شوند، فکر کنید و درباره اثر تغییر قیمت یکی به میزان خرید دیگری بحث کنید. مثلاً وقتی می‌خواهید چای بخرید، به بازار قند و شکر هم نیم نگاهی دارید یا وقتی خودرو می‌خرید حواستان به قیمت بنزین هم هست؟ اما چگونه؟

قیمت کالاهای مکمل بر میزان تقاضای ما تأثیرگذار می‌باشند، وقتی قیمت یک کالای مکمل افزایش پیدا می‌کند، مصرف کالای مدنظر ما کاهش می‌یابد و برعکس.

تأثیر تغییر قیمت کالای جانشین بر میزان تقاضا ← هنگامی که قیمت یک کالا افزایش پیدا کند، تقاضا و مصرف کالای جانشین آن افزایش می‌یابد.

### ۴- سایر عوامل:

غیر از درآمد که بر تقاضا اثرگذار است، سلیقه، انتظارات و قیمت سایر کالاها هم می‌تواند بر تقاضا و خرید اثر بگذارد.

مثال: چیزهایی که مد می‌شوند حتی بدون تغییر قیمت، مقدار تقاضای آن‌ها زیاد تر می‌شود و یا هنگامی که پی ببرید قیمت کالایی در آینده بیش تر می‌شود، ممکن است درباره خرید آن تصمیم دیگری بگیرید.

### قیمت به عنوان ابزاری برای مدیریت مصرف

از قیمت کالا می‌توان به عنوان ابزاری برای مدیریت مصرف بهره برد.

سیاست گذاران معمولاً تلاش می‌کنند از دو راه ① آگاه‌سازی مردم به زیان‌های کشیدن سیگار (فرهنگ سازی)

② بالا بردن قیمت سیگار از طریق وضع مالیات بر سیگار مقدار تقاضا و مصرف سیگار را کم کنند

### ب) فروشندگان یا عرضه‌کنندگان و فرایند تصمیم‌گیری آن‌ها

فروشندگان که همان ← بنگاه‌های ارائه‌کننده کالا یا خدمات و نیز عوامل فروش آن‌ها هستند، یار دیگر میدان رقابت اقتصادی‌اند.

قیمت

هزینه مواد اولیه

ابداعات و اختراعات

پیش‌بینی آینده

عوامل مؤثر بر عرضه و تولید کالا

### ۱- رابطه قیمت کالا و عرضه آن

• طبق قانون عرضه ← با افزایش قیمت، مقدار عرضه از هر کالا افزایش می‌یابد و برعکس.

• رابطه قیمت و مقدار عرضه، یک رابطه مستقیم و یا هم جهت است.

↑ قیمت = عرضه ↑

• اگر قیمت یک کالا کاهش پیدا کند، مقدار تولید و عرضه آن نیز کاهش پیدا می‌کند.

• قانون عرضه برای تمام کالاها و تمام زمان‌ها صادق نمی‌باشد.

۲- رابطه بین هزینه مواد اولیه (تولید) و عرضه

رابطه بین هزینه تولید کالا و خدمات و عرضه بنگاه، یک رابطه غیرمستقیم و معکوس است.

هر قدر هزینه تولید بالا رود ← عرضه بنگاه اقتصادی کاهش می‌یابد.

هر قدر هزینه تولید کاهش یابد ← عرضه بنگاه اقتصادی افزایش می‌یابد.

↓ هزینه تولید ≠ مقدار عرضه ↑

۳- تاثیر ابداعات و اختراعات بر عرضه

ابداعات و اختراعات معمولاً با کاهش هزینه‌ها، اثر مثبتی بر مقدار تولید و عرضه دارند.

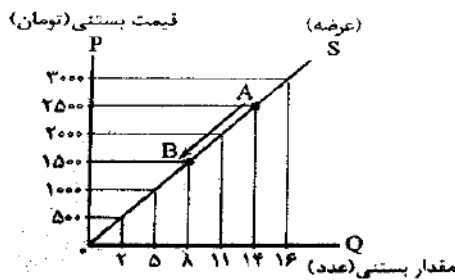
ابداعات و اختراعات باعث کاهش مصرف انرژی، مواد اولیه و به طور کلی استفاده مطلوب از عوامل تولید می‌شوند.

ابداعات و اختراعات باعث افزایش تولید و بهره‌وری می‌گردند.

↑ ابداعات و اختراعات = مقدار عرضه ↑

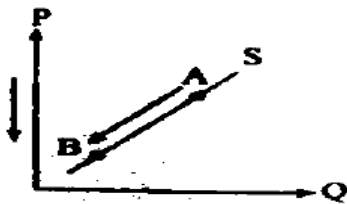
رابطه ابداعات و اختراعات یا عرضه کالا و خدمات، یک رابطه مستقیم است.

جدول و منحنی عرضه و قیمت

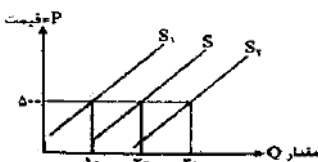


تقاضای بستنی	قیمت بستنی
۰	۰
۲	۵۰۰
۵	۱۰۰۰
۸	۱۵۰۰
۱۱	۲۰۰۰
۱۴	۲۵۰۰
۱۶	۳۰۰۰

نکات منحنی عرضه



«جابجایی دیگر به خاطر تغییر در قیمت»



«جابجایی منحنی عرضه به سمت راست

و چپ به دلیل عواملی به جز قیمت»

✓ منحنی عرضه را با S نشان می‌دهند.

رابطه بین قیمت و مقدار عرضه مستقیم است.

منحنی عرضه چگونگی رفتار اقتصادی عرضه‌کنندگان (تولیدکنندگان) را نشان می‌دهد.

منحنی عرضه، از چپ به راست صعودی است و از راست به چپ نزولی است.

✓ صعودی بودن منحنی عرضه، نشان‌دهنده رابطه مستقیم قیمت و مقدار عرضه است.

شیب منحنی عرضه نشان‌دهنده درجه حساسیت تولیدکننده نسبت به قیمت است.

✓ اگر تولیدکننده‌ای به دلیل مدیریت ضعیف یا فرسوده بودن تجهیزات نتواند با افزایش قیمت، تولید خود را افزایش دهد، منحنی عرضه‌اش با شیب بیش

تر است و اصطلاحاً می‌گوییم، کنش قیمتی عرضه پایین است.

✓ اگر نقطه‌ای بخواهد بر روی منحنی عرضه از بالا به پایین حرکت کند (مثل نقطه A به B) با کاهش قیمت امکان‌پذیر است و برعکس.

✓ اگر منحنی عرضه به سمت بالا یا پایین حرکت کند (نقطه A به B و برعکس) به خاطر قیمت است ولی

اگر منحنی عرضه به سمت چپ یا راست منتقل شود (مثل S1 و S2) به خاطر عواملی به جز قیمت است.

عواملی مثل تغییر در هزینه تولید، دستمزد کارگر، اجاره، قیمت مواد اولیه، سود و تغییر انتظارات مصرف‌کنندگان

می‌تواند منحنی عرضه را به چپ یا راست منتقل کند.

تبادل در بازار کالا و خدمات

رفتار عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان در بازار در مقابل هم صورت می‌گیرد و باید با هم هماهنگ باشد.

عرضه و تقاضا باید با یکدیگر در تعادل باشند.

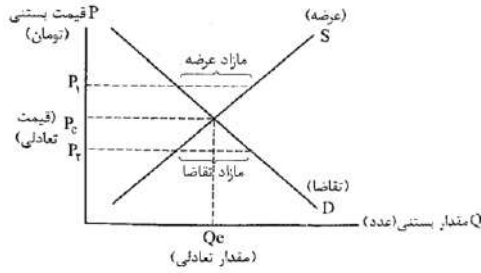
اگر مقدار تقاضای کالایی از مقدار عرضه آن بیش تر باشد، در بازار کمبود عرضه رخ می‌دهد و باعث بالا رفتن قیمت می‌شود؛ چرا که عده‌ای که به آن کالا

مشاققت دارند، تلاش می‌کنند با پیشنهاد قیمت بالاتر آن را به دست آورند. (پایین نقطه تعادل)

وقتی عرضه بیش تر از تقاضا باشد، مزاد عرضه رخ می‌دهد و همین امر سبب می‌شود برخی از تولیدکنندگان از قیمت خود کم کنند تا بتوانند با پیدا کردن مشتری

کالای بیش تری را بفروشند. (بالای نقطه تعادل)

فصل دوم: درس پنجم | بازار چیست و چگونه عمل می کند؟



قیمت بستنی	تقاضای بستنی	عرضه بستنی
۰	۱۶	۰
۲	۱۴	۵۰۰
۵	۱۱	۱۰۰۰
۸	۸	۱۵۰۰
۱۱	۵	۲۰۰۰
۱۴	۲	۲۵۰۰
۱۶	۰	۳۰۰۰

جدول ترکیبی عرضه، تقاضا و قیمت

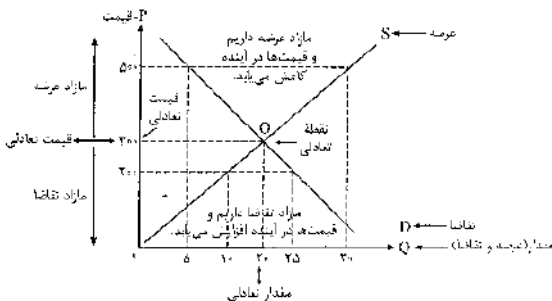
قیمت (به هزار ریال)	مقدار تقاضا (به کیلو)	مقدار عرضه (به کیلو)
۱۰۰	۱۲۰۰	۰
۱۵۰	۱۰۰۰	۲۰۰
۲۰۰	۸۰۰	۴۰۰
۲۵۰	۶۰۰	۶۰۰
۳۰۰	۴۰۰	۸۰۰
۳۵۰	۲۰۰	۱۰۰۰
۴۰۰	۰	۱۲۰۰

نکات

- ۲۵۰ قیمت تعادلی است، چون در آن مقدار عرضه و تقاضا برابر است.
- ۶۰۰ مقدار تعادلی است، چون در آن عرضه و تقاضا برابر است.
- در قیمت‌های بیش تر از ۲۵۰ بازار با مازاد عرضه یا کمبود تقاضا روبه‌رو است، مانند قیمت‌های ۳۰۰، ۳۵۰ و ۴۰۰.
- در قیمت‌های کم تر از ۲۵۰ بازار با مازاد تقاضا یا کمبود عرضه مواجه است، مانند قیمت‌های ۲۰۰، ۱۵۰ و ۱۰۰.
- در قیمت ۱۰۰ بازار با ۱۲۰۰ کیلو مازاد تقاضا روبه‌رو است.
- در قیمت ۳۵۰ بازار با ۸۰۰ کیلو مازاد عرضه روبه‌رو شده است.

$1200 - 0 = 1200$   
مازاد تقاضا عرضه تقاضا

مازاد عرضه عرضه  $800 = 200 - 1000$  (عرضه)



نکات منحنی ترکیبی عرضه و تقاضا

- در شکل مقابل S منحنی عرضه است، چون از چپ به راست صعودی است.
- در شکل مقابل D منحنی تقاضا است، چون از چپ به راست نزولی است.
- در شکل مقابل P محور قیمت‌ها است.
- در شکل مقابل Q محور مقدارها است. (عرضه و تقاضا)
- در شکل مقابل O نقطه تعادل است چون در آن منحنی عرضه و تقاضا یکدیگر را قطع کرده‌اند و یا می‌توان گفت در آن عرضه و تقاضا باهم برابرند.
- در شکل بالا ۲۰ مقدار تعادلی است، چون اگر از نقطه تعادل به سمت محور مقدارها حرکت کنیم به آن می‌رسیم.
- در شکل بالا ۳۰۰ قیمت تعادلی است، چون اگر از نقطه تعادل به سمت محور قیمت‌ها حرکت کنیم به آن می‌رسیم.
- در قیمت‌های بالاتر از قیمت ۳۰۰ مازاد عرضه یا کمبود تقاضا می‌باشد چون قیمت از قیمت تعادلی بالاتر است.
- در قیمت‌های پایین‌تر از قیمت ۳۰۰، بازار با مازاد تقاضا یا کمبود عرضه روبه‌رو است.
- هرگاه قیمت از قیمت تعادلی بالاتر باشد، در آینده به‌خاطر کاهش قیمت از طرف عرضه‌کننده، قیمت‌ها کاهش یافته تا به قیمت تعادلی برسد.
- هرگاه قیمت از قیمت تعادلی پایین‌تر باشد، در آینده قیمت افزایش یافته تا به قیمت تعادلی برسد، چون گروهی از تقاضاکنندگان حاضر به خرید با قیمت بالاتری هستند. علت این امر بدین خاطر است که در این بازار گروهی از مصرف‌کنندگان به خرید کالای موردنیاز خود موفق نمی‌شوند. این گروه حاضرند مبلغ بیش‌تری

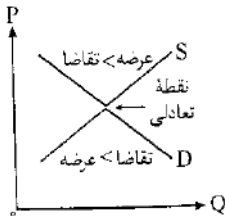


برای خرید کالا بپردازند و این امر سبب افزایش قیمت می شود. افزایش قیمت از یک سود سبب افزایش انگیزه برای تولیدکننده شده و از سوی دیگر، مصرف کننده از مصرف خود می کاهد. این افزایش قیمت تا سطحی ادامه می یابد که فاصله عرضه و تقاضا از بین برود و تعادل در بازار برقرار شود.

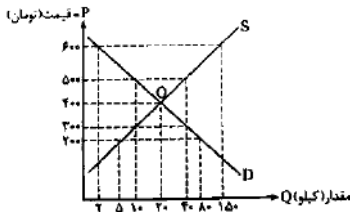
هرگاه در بازار، قیمت در سطح **قیمت تعادلی نباشد**، عواملی آن را به سمت قیمت تعادلی می کشانند، مشروط بر این که عوامل بیرونی مثل قیمت گذاری دولت مانع تعدیل نشود.

قیمت پایین تر از قیمت تعادلی ← بالا بودن تقاضا و کمبود عرضه ←

نرسیدن کالا به عده ای از تقاضاکنندگان ← این گروه حاضر به خرید یا قیمت بالاتر می شوند ← افزایش قیمت تا سطح تعادلی



قیمت بالاتر از قیمت تعادلی ← افزایش تولید و حضور تولیدکنندگان بیش تر ← بالا رفتن عرضه و کمبود تقاضا ← مازاد شدن عرضه ← کاهش قیمت تا سطح تعادلی



مثال: با توجه به شکل مقابل به سؤالات پاسخ دهید.

۱- منحنی عرضه کدام است؟ چرا؟

S منحنی عرضه می باشد، چون از چپ به راست صعودی است.

۲- منحنی تقاضا کدام است؟ چرا؟

D منحنی تقاضا می باشد، چون از چپ به راست نزولی است.

۳- نقطه تعادل کدام است؟ چرا؟

O نقطه تعادل است، چون در آن مقدار عرضه و تقاضا برابر است و منحنی عرضه و منحنی تقاضا یکدیگر را قطع کرده اند.

۴- قیمت تعادلی کدام است؟ چرا؟

۴۰۰ قیمت تعادلی است، چون اگر از نقطه تعادل به سمت محور قیمت ها حرکت کنیم به قیمت ۴۰۰ می رسیم.

۵- مقدار تعادلی کدام است؟ چرا؟

۲۰ مقدار تعادلی است، چون اگر از نقطه تعادل به سمت محور مقادیر حرکت کنیم به مقدار ۲۰ می رسیم.

۶- در کدام قیمت ها مازاد عرضه یا کمبود تقاضا داریم؟ چرا؟

در قیمت های ۵۰۰ و ۶۰۰ چون این قیمت ها از قیمت تعادلی بیش ترند.

در قیمت های ۳۰۰ و ۲۰۰ چون این قیمت ها از قیمت تعادلی کم تر هستند.

۸- در قیمت ۶۰۰ چند کیلو مازاد عرضه داریم؟

در قیمت ۶۰۰ ما ۱۵۰ کیلو عرضه داریم و ۲ کیلو تقاضا. چون این قیمت بالای قیمت تعادلی است، مازاد عرضه داریم.

مقدار مازاد عرضه به کیلو  $150 - 2 = 148$

۹- در قیمت ۲۰۰ کیلو چند کیلو مازاد تقاضا داریم؟ و ارزش پولی این مقدار مازاد چقدر است؟

در قیمت ۲۰۰، ما ۸۰ کیلو تقاضا داریم و ۵ کیلو عرضه

مازاد تقاضا  $80 - 5 = 75$

۱۵۰۰۰ تومان مازاد تقاضا داریم  $200 \times 75 = 15000$

چون در قیمت ۲۰۰ تومان می خواهیم مازاد را پولی به دست آوریم باید مقدار مازاد را محاسبه و سپس آن را در قیمت ضرب کنیم.

۱۰- بازار در قیمت ۶۰۰، تا نقطه تعادل (نقطه تعادل O) چه میزان مازاد دارد؟

$150 - 2 = 148$

۱۱- اگر فرد بخواهد در قیمت ۵۰۰، تمام مازاد عرضه خود را بفروشد، چه اقدامی باید انجام دهد؟

در قیمت ۵۰۰ ما با ۳۰ کیلو مازاد عرضه روبه رو هستیم، پس باید قیمتی را پیدا کنیم که دقیقاً ۳۰ کیلو مازاد تقاضا داشته باشد، در قیمت ۳۰ شرایط این گونه است، پس باید قیمت را از ۵۰۰ به ۳۰ کاهش دهیم.

۱۲- در قیمت ۴۰۰ تومان، چند تومان مازاد داریم؟

چون قیمت تعادلی است در آن نه کمبود و نه مازاد داریم.

پس هیچ مازادی نداریم.

۱۳- در قیمت ۲۰۰ تومان، چند تومان عرضه داریم؟

در قیمت ۲۰۰ تومان، ۵ کیلو عرضه داریم:

$5 \times 200 = 1000$

فصل دوم: درس پنجم | بازار چیست و چگونه عمل می کند؟

بیش تر بدانیم

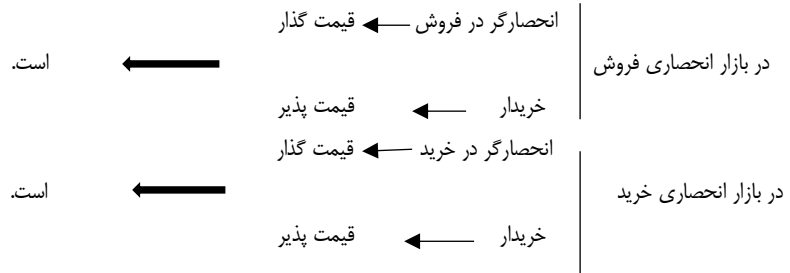
انواع بازار

۱- بازار رقابتی

✓ در بازار هر محصول، تعداد فروشندگان و خریداران به قدری زیاد است که حضور رفتار هر یک از طرفین به نسبت کل بازار بسیار کوچک خواهد بود و در عمل، هیچ یک از طرفین به تنهایی در شکل گیری قیمت تأثیر گذار و به عبارت دیگر «قیمت گذار» نیستند. در این صورت، بازار را به اصطلاح «بازار رقابتی» می نامند. بازار محصولاتی چون ماکارانی معمولاً رقابتی است.

۲- بازار انحصاری

گاه به دلیل طبیعی، اقتصادی، قانونی یا حتی غیرقانونی، تعداد فروشنده یا خریدار به یک یا چند نفر محدود می شود. این وضعیت را «انحصار» می گوئیم. مثلاً شرکت توانیر در کشور ما، به دلیل طبیعی و شرکتهای خودرویی به دلیل قانونی، انحصارگر در فروش کالای خود به شمار می روند.



انحصارگر غیرقانونی ← معمولاً با افزایش قیمت خود به مشتریان و رفاه جامعه ضرر می زند، بنابراین دولت باید مانع شکل گیری آن و تئانی برخی از تولیدکنندگان شود.

- ✓ انحصار طبیعی و قانونی مشروط به مواظبت و مقررات گزاری صحیح می تواند برای مصرف کننده سودمند باشد.
- ✓ برخی دیگر از انواع بازارها را هم می توان در قالب **حراجی ها** دید که به دو صورت **مزایده** و **مناقصه** مشاهده می شوند.
- ✓ فروشندگان آثار هنری در نمایشگاه ها و **حراجی ها**، **مزایده** و خریداران عمده کالا و خدمات مناقصه برگزار می کنند.
- ✓ **مزایده** ← فروش محصول به بالاترین قیمت ← فروشندگان آثار هنری در نمایشگاه ها و حراجی ها
- ✓ **مناقصه** ← خرید محصول از پایین تر قیمت ← خریداران عمده کالا و خدمات

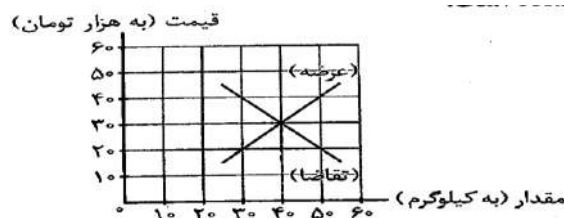
فصل دوم: درس پنجم | بازار چیست و چگونه عمل می‌کند؟

خلاصه انواع بازارها در یک نگاه

انواع بازار	ویژگی‌ها	پیامدها	تقسیم‌بندی و مثال
بازار رقابتی	تعداد فروشندگان و خریداران زیاد است. حضور هر یک از عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان به نسبت کل بازار بسیار کوچک خواهد بود. در عمل هیچ‌یک از طرفین به تنهایی در شکل‌گیری قیمت تأثیرگذار نیستند و به عبارت دیگر «قیمت‌گذار» نیستند.	قیمت‌گذاری به صورت طبیعی و باتوجه به عرضه و تقاضا می‌باشد.	بازار بسیاری از محصولات و تولیدات مانند بازار ماکارونی
بازار انحصاری	تعداد فروشنده یا خریدار به یک یا چند نفر محدود می‌شود. تولیدکننده یا فروشنده منحصر به فرد را «انحصارگر در فروش» و خریدار یا تقاضاکننده منحصر به فرد را «انحصارگر در خرید» می‌نامیم. انحصارگر «قیمت‌گذار» است و خریداران در بازار انحصاری قیمت‌پذیرند. شرکت توانیر ایران انحصار طبیعی در فروش دارد. شرکت‌های خودرویی به دلایل قانونی انحصارگر در فروش کالاهای خود به شمار می‌روند. انحصارگر غیرقانونی معمولاً با افزایش قیمت خود به مشتریان و رفاه جامعه ضرر می‌زند.	در بازار انحصاری شرایط به نفع انحصارگر است. دولت باید با انحصار غیرقانونی مقابله کند. انحصار طبیعی و قانونی ۱- مشروط به مواظبت ۲- مقررات‌گذاری صحیح دولت می‌تواند برای مصرف‌کننده سودمند باشد.	انحصار طبیعی ← شرکت توانیر انحصار اقتصادی انحصار قانونی ← شرکت‌های خودرویی انحصار غیرقانونی
بازار حراجی‌ها	این بازارها در قالب حراجی‌ها شکل می‌گیرند. فروشندگان آثار هنری در نمایشگاه‌ها و حراجی‌ها ← مزایده خریداران عمده کالا و خدمات مثل خریدهای دولتی ← مناقصه	—	مزایده‌ها مناقصه‌ها

برای تفکر و تمرین

۱. یکی از محصولاتی که در کارگاه آقای محمدی (شرکت ایران سبزی) تولید می‌شود، کودهای زیستی برای گیاهان آپارتمانی است. قیمت و مقدار تعادلی این محصول در نمودار زیر نشان داده شده است.



اخیراً هزینه‌های تولید افزایش یافته و مسئولان کارگاه مجبور شده‌اند، قیمت محصول را ۴۰۰۰۰۰ تومان تعیین کنند. در قیمت ۴۰۰۰۰۰ تومان تحلیل کنید که چه شرایطی پیش می‌آید و کارخانه ممکن است با چه مشکلاتی مواجه شود؟ همچنین بیان کنید که چه اتفاقی باید برای بازار بیفتد تا قیمت و مقدار مجدداً به وضعیت تعادلی بازگردد؟

اگر قیمت کالا ۴۰ هزار تومان شود میزان عرضه ۵۰ کیلو و میزان تقاضا ۳۰ کیلو است؛ پس کارخانه با ۲۰ کیلو مازاد عرضه یا کمبود تقاضا مواجه می‌شود و کالاهای مازاد به روی دست کارخانه باد می‌کند. در این شرایط کارخانه باید قیمت خود را کاهش دهد تا تقاضاکنندگان حاضر به خرید کالا با قیمت جدید شوند. کاهش قیمت باید با قیمت تعادلی یعنی ۳۰ هزار تومان صورت گیرد.