



نام درس: اقتصاد
آموزش و پرورش استان کردستان

فصل دوم: بازیگران اصلی در میدان اقتصاد
درس پنجم: بازار چیست و چگونه عمل می کند.
ارائه مطالب: از صفحه ۴۴ تا ۵۳ کتاب

شهرستان سنندج ناحیه ۱
تهیه کنندگان: ژاله رحمانی - زهرا صادقی

فصل دوم

بازیگران اصلی در میدان اقتصاد

مباحث فصل دوم مربوط به فرایند تولید کالاها و خدمات ارائه شده می باشد. مثلاً برای تولید یک پیراهن چه مراحل را طی شده است؟

در واقع باید سه سوال اساسی اقتصادی در فرایند تولید کالاها خدمات مطرح گردد.

۱- چه چیزی تولید شود؟

۲- چگونه تولید شود؟

۳- برای چه کسی تولید شود؟

همچنین در این فصل یاد می گیریم چه کسانی در میدان تخصیص منابع، نقش آفرینی می کنند. به عبارت دیگر، بازیگران میدان فعالیت های اقتصادی چه کسانی هستند؟

بحث گفتگوی خانواده آقای محمدی معامله می باشد.

مادر در قبال انجام کار (تحقیق آمار) فرزندان به صورت ساعتی حق الزحمه دریافت می کند، یا اینکه خدمات خاصی در ازای کار انجام شده از فرزندان می خواهد.

در اینجا فرزندان به عنوان نیروی کار در خدمت مادر مشغول به فعالیت می باشند.

مثلاً مادر در ازای هر صفحه تحقیقی که برای درس آمار انجام می دهد می تواند مبلغی را از ستایش و امیر علی دریافت کند.

این معامله به صورت پیشنهادی بین دو طرف صورت می گیرد.

گفت و گو در کلاس

- ۱- به نظر شما چه وقت هر دو طرف یک معامله به خواسته های خودشان می رسند؟
- ۲- دست کدام یک از طرفین برای تحمیل قیمت پیشنهادی خود بازتر است؟
- ۳- نهایتاً قیمت پیشنهادی چگونه تعیین می شود؟

نقشه راه

ما در این درس به دنبال آن هستیم تا با بررسی رفتار متقابل خانوارها و بنگاه ها بدانیم که دو بازیگر اصلی اقتصاد این خانوارها و بنگاه ها هستند. که از طریق همین بده - بستان های بین خود، قیمت و مقدار کالا و خدمات را تعیین می کنند. در نهایت بتوانیم:

- ارتباط میان فروشندگان و خریداران را در اقتصاد به خوبی توضیح دهیم؛
- بازار را بشناسیم.
- مقدار و قیمت تعادلی را در بازار محاسبه کنیم.

خانوار در اقتصاد

دو گروه از مهمترین تصمیم گیرندگان و بازیگران در اقتصاد، **خانوارها** و **بنگاه ها** هستند.

خانوارها در دو حالت در اقتصاد مشارکت می کنند:

۱- خانوارها کالاها و خدمات مورد نیاز را از کسب و کارها خریداری می کنند.

۲- خانوارها زمین، نیروی کار، سرمایه و کارآفرین را برای تولید کالا و خدمات ارائه می کنند.



بنگاه های تولیدی و خدماتی

در اقتصاد «بنگاه» همان چیزی است که مردم معمولاً آن را به عنوان یک کسب و کار می شناسند. شما قبلاً در مورد کسب و کار مطالبی یاد گرفتید. موسسات کسب و کار یا همان بنگاه ها می توانند شامل: مزارع کشاورزی، فروشگاه ها، کسب و کار هایی خویش فرمایی مثل پیریشگرایی، نقشه کشی و معماری ساختمان یا شرکت ها و کارگاه ها و کارخانه های تولیدی باشند.



برای تولید کالاها و خدمات **بنگاه ها باید از خانوارها منابع را خریداری یا اجاره کنند**؛ به عبارتی، خانوارها صاحبان عوامل تولید محسوب می شوند. مثلاً یک رستوران زنجیره ای، زمانی که افرادی استخدام می کند، نیروی کار از خانوارها اجاره می کند.

خانوار

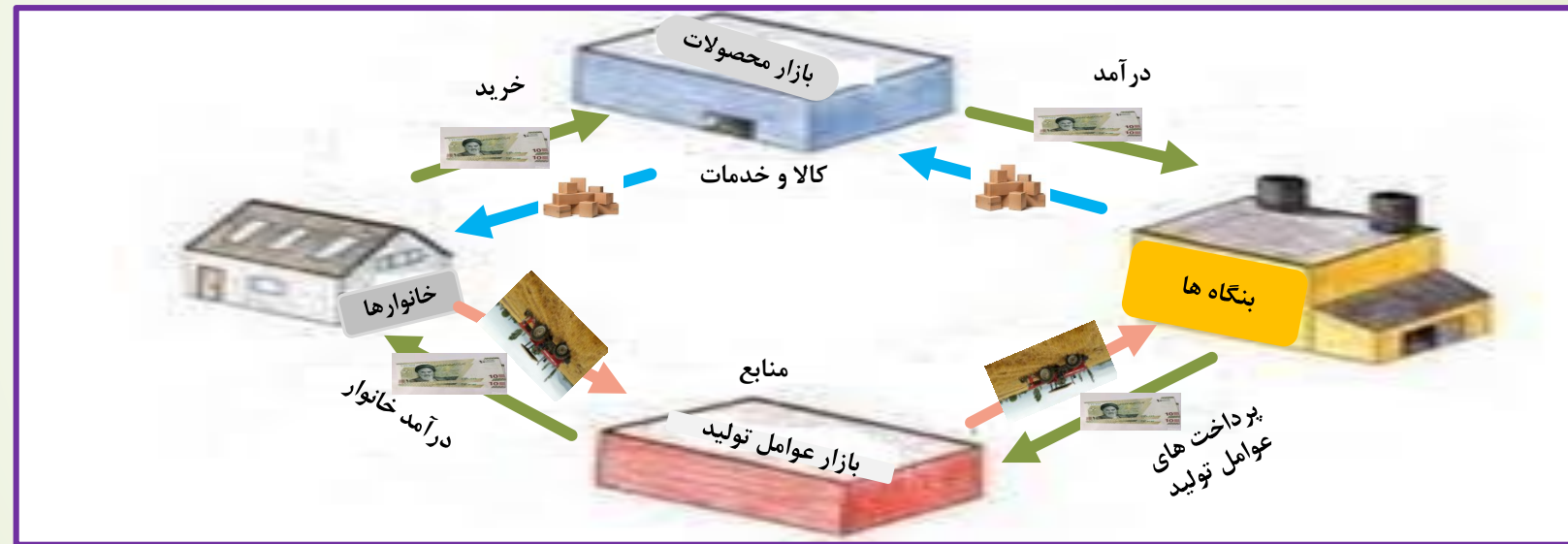


household



جریان چرخشی ساده

همان گونه که خانوارها کالاها و خدمات را از بنگاه ها خریداری می کنند، رابطه داد و ستد شکل می گیرد. نمودار زیر جریان چرخشی تعاملات بین بازیگران کلیدی را نشان می دهد.

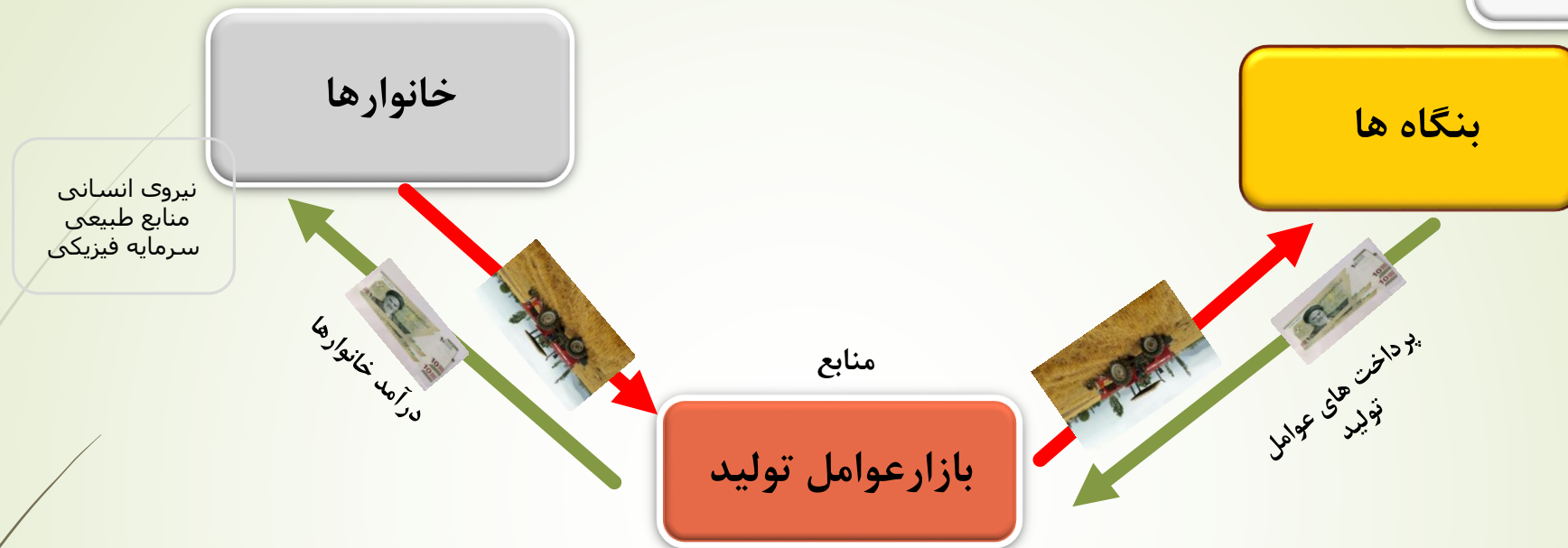


بازار چیست؟

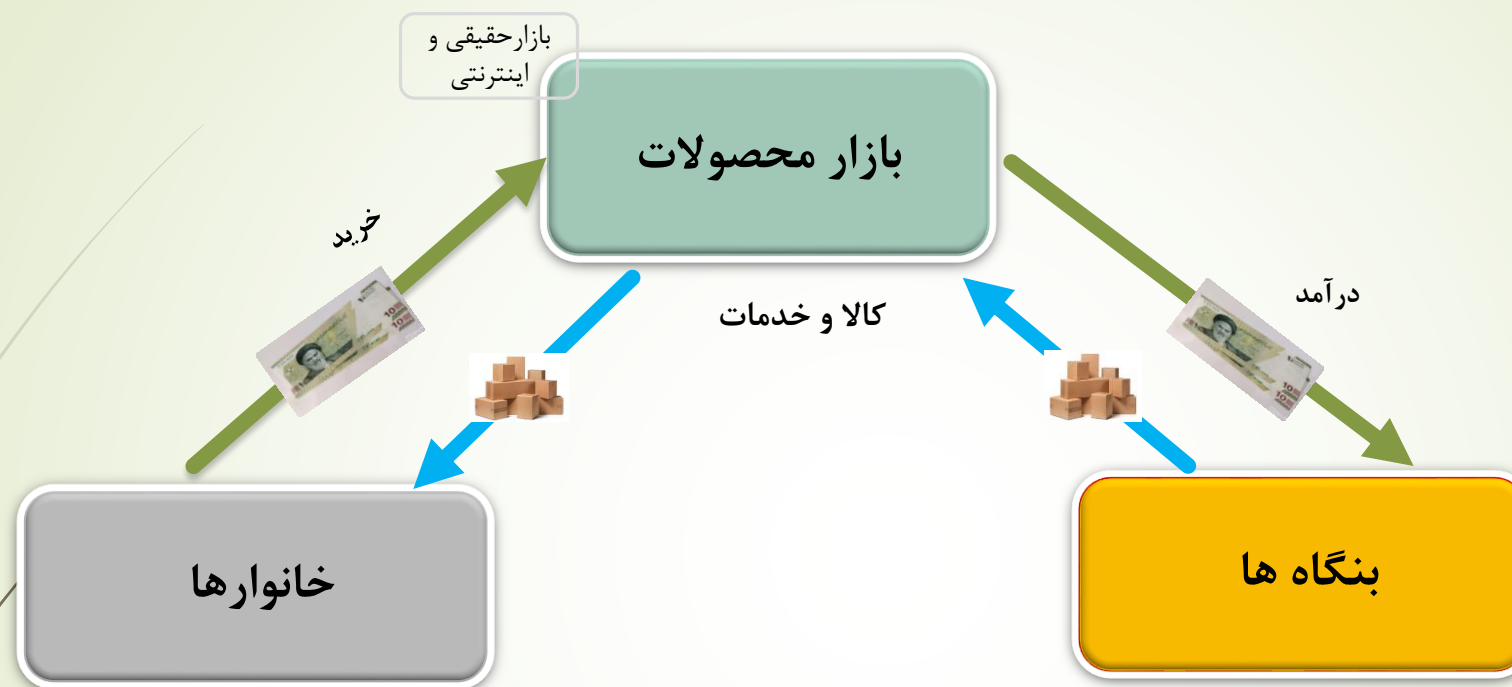
بازار به مجموعه **خریداران** (تقاضا کنندگان یا خانوارها) و **فروشنندگان** (عرضه کنندگان با همان بنگاه ها) هر چیزی در هر جایی بازار اطلاق می شود.
مبادلات در بازار ممکن است به دو صورت انجام شود

- ۱- حضوری و حقیقی
- ۲- مجازی و اینترنتی



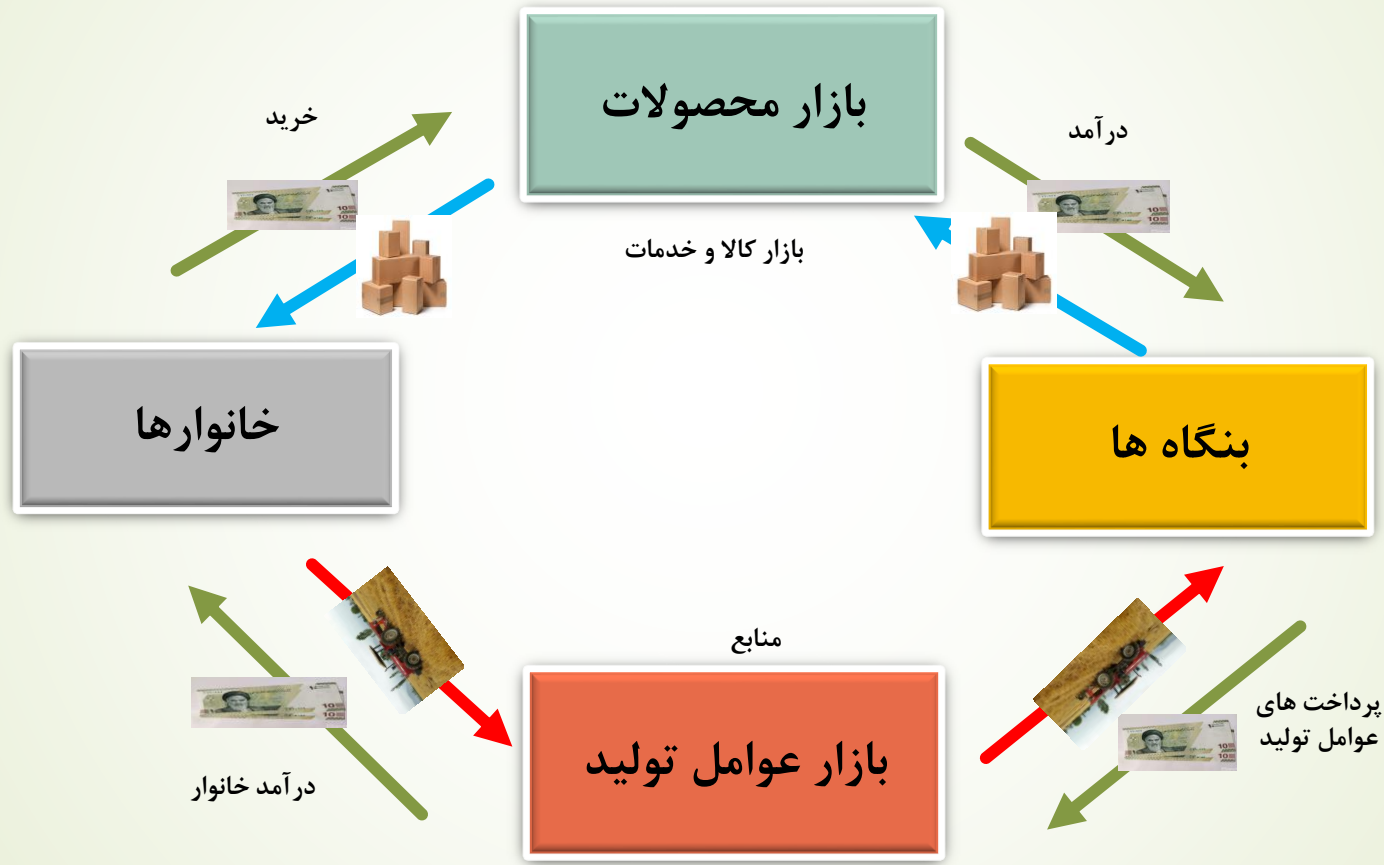


خانوارها صاحبان عوامل تولید هستند. لذا عوامل تولید را از طریق بازار عوامل در اختیار بنگاه‌ها گذاشته (پیکان قرمز) و بنگاه‌ها در مقابل، بهای آن را به صورت (اجاره، دستمزد یا سود) به خانوارها پرداخت می‌کنند (پیکان سبز) که این پولها برای خانوارها درآمد محسوب می‌شود. بدین گونه بین خانوارها و بنگاه‌ها **بده - بستان** صورت می‌گیرد. مثلا اگر بنگاه تولیدی بخواهد کار کشاورزی را انجام دهد از خانوارها که صاحبان منابع تولید هستند، زمین کشاورزی، نیروی کار و سرمایه فیزیکی را اجاره می‌گیرد تا بتواند محصول خود را کشت نماید، در ازای آن به خانوارها اجاره یا دستمزد پرداخت می‌کند.



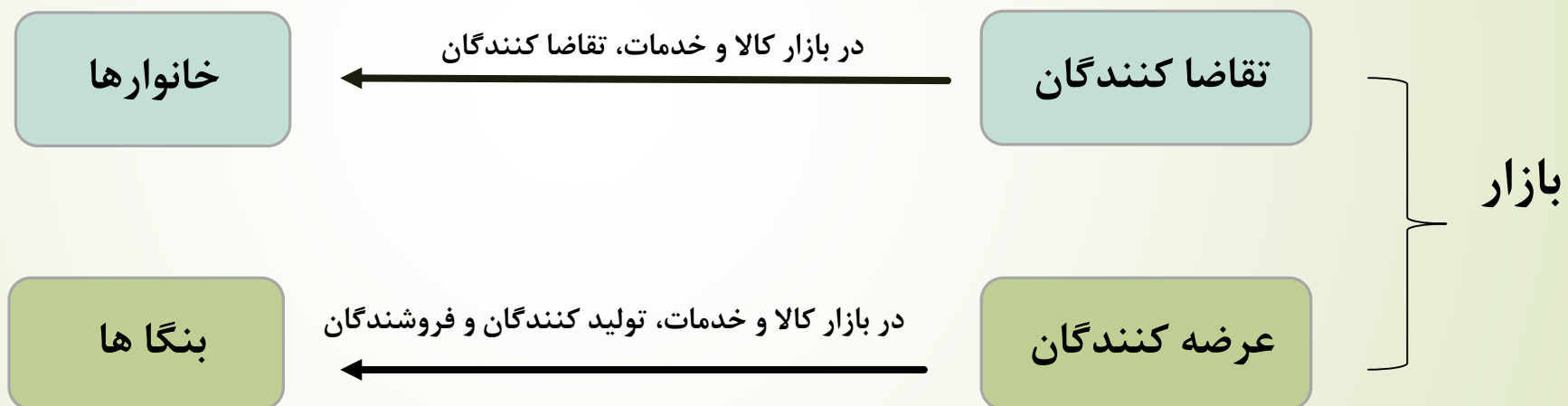
بنگاه‌ها منابعی را که از خانوارها خریداری یا اجاره کرده بودند در طی مراحل به کالا و خدمات تبدیل کرده و از طریق بازار محصولات به خانوارها می‌فروشند. (پیکان آبی) و در طی جریان برگشتی (پیکان سبز)، خانوارها بابت خرید کالاها و خدمات به بنگاه‌ها پول پرداخت می‌کنند. این پول از بازار محصولات به عنوان **درآمد بنگاه‌ها** دریافت می‌شود. بنگاه‌ها کالاها و خدمات تولید شده را از طریق بازار محصولات داد و ستد می‌کنند و به خانوارها می‌فروشند و خانوارها در قبال دریافت این کالاها و خدمات، پول پرداخت می‌کنند. (خرید از طریق خانوارها)

جریان چرخش ساده اقتصاد خانوارها و بنگاه‌ها



بررسی بازار کالا و خدمات

در قسمت اول این درس ما با جریان چرخشی میان بازیگران اصلی اقتصاد و داد و ستد میان آنها آشنا شدیم، حال به بررسی دقیقی تر بازار می پردازیم که در بازار چه کسانی حضور دارند و چگونه تصمیم گیری می کنند. **تعریف بازار:** به مجموعه خریدار (تقاضا کنندگان) و فروشندگان (عرضه کنندگان) هر چیزی در هر جایی بازار گفته می شود. (بازار حقیقی یا اینترنتی)



الف) خریداران و تقاضا کنندگان و فرایند تصمیم گیری آنها

خریداران ۱- خانوارهایی هستند که تقاضا کننده کالا و خدمات هستند.

۲- نسبت به مشاهده تغییر شرایط بازار تصمیمیات متفاوتی می گیرند.

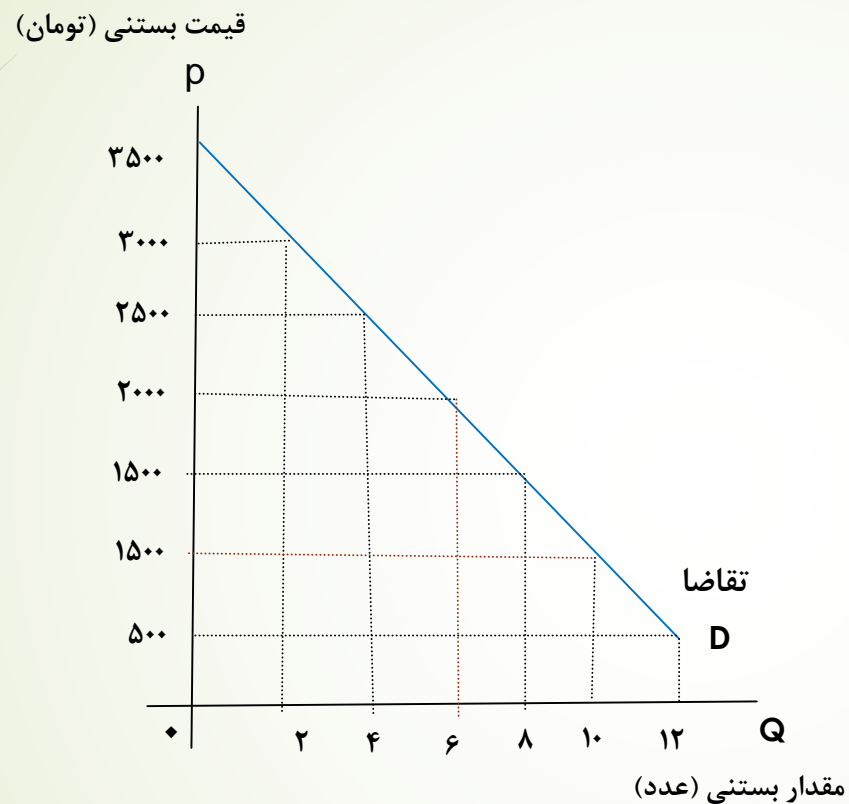
تغییر شرایط بازار به چه صورت می باشد؟

تصور کنید شما بعضی از بعد ظهر های گرم تابستان برای خانواده بستنی می خرید تا با خنکای مصرف آن گرما را تحمل پذیرتر کنید. خوب حالا فرض کنید که امروز راهی بازار شدید و تغییر شرایط بازار را می بینید. مثلاً:

* **قیمت** هر عدد بستنی **دو برابر** شده است. تصمیم شما برای خرید بستنی چگونه هست؟ بیشتر می خرید یا کمتر خرید می کنید؟

* **قیمت** هر عدد بستنی **نصف** شده است. تصمیم شما این بار به چه صورت خواهد بود؟ آیا باز هم به میزان قبلی بستنی بخرد؟

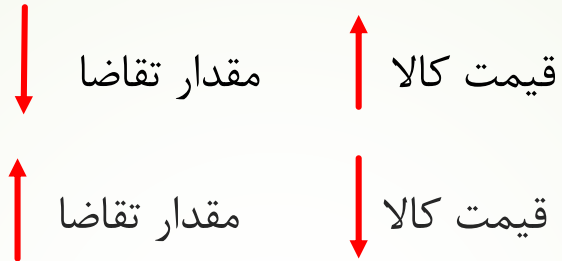
از طریق جدول و محور مختصات مقدار تقاضای یک کالا را در تغییر شرایط **قیمت** بررسی می کنیم.



مقدار تقاضای بستنی	قیمت بستنی
۱۲	۵۰۰
۱۰	۱۰۰۰
۸	۱۵۰۰
۶	۲۰۰۰
۴	۲۵۰۰
۲	۳۰۰۰
۰	۳۵۰۰

اگر هر کدام از دو عدد یک سطر از جدول را روی دستگاه مختصات پیدا کنیم، نمودار بالا درست می شود. که با وصل کردن نقاط به هم خط رو به پایین شکل می گیرد. به این منحنی، **منحنی تقاضا** می گویند. demand

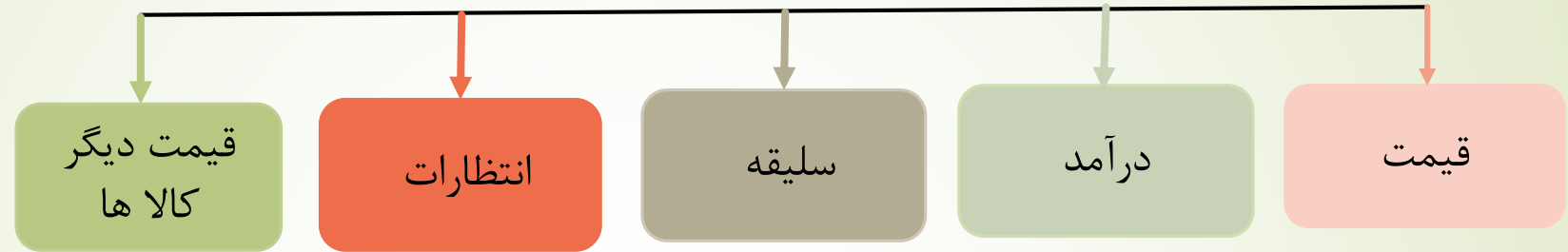
«**قانون تقاضا**» مقدار تقاضا از یک کالا با قیمت آن رابطه ای عکس دارد. به طوری که با افزایش قیمت، مقدار تقاضا کاهش می یابد و بالعکس



به دلیل رابطه عکس بین مقدار تقاضا کالا و قیمت کالا منحنی تقاضا، **شیب نزولی** دارد.

سایر عوامل: تصور کنید قیمت بستنی تغییر نکرده، ولی درآمد شما دو برابر شده است. در این صورت مقدار خریدتان از بستنی چه تغییری می کند؟ ممکن هست خرید شما کمتر شود یا بیشتر؟ شاید هم ثابت بماند! آیا از هیچ کالایی بیشتر نمی خرید؟ چرا؟

عوامل تأثیر گذار در مقدار تقاضا



تقریباً ما از **قیمت** و **درآمد** آگاهی داریم در مورد سلیقه و انتظارات و قیمت دیگر کالاها را بررسی می کنیم.

سلیقه: مثلاً چیزهایی که مد می شود، حتی بدون تغییر قیمت، مقدار تقاضای آنها زیادتر می شود.
انتظارات: هنگامی که پی ببرید قیمت کالایی درآیند بیشتر می شود، امروز ممکن است درباره خرید آن تصمیم دیگری بگیرید.

قیمت دیگر کالاها: ۱- مکمل ۲- جانشین

کالای معمولی و پست را بشناسیم

کالا: به تمام وسایلی که که نیاز های انسان را به طور مستقیم و یا غیر مستقیم برآورده می کنند کالا گفته می شود.

کالای معمولی: کالاهایی هستند که در صورتی ما با محدودیت درآمد مواجه نباشیم، مصرف ما بیشتر از زمانی است که با کمبود درآمد دوچار می شویم. و اکثریت کالاها و خدمات در این بخش قرار دارند. آیا با افزایش درآمد مقدار خرید ما از همه انواع کالاها می تواند بیشتر شود یا در برخی کالاها ممکن است حتی کمتر شود؟ مثلاً درباره خرید نوع مرغوب برنج و یا بی کیفیت و پست برنج فکر کنید.



کالای پست: علم اقتصاد کالای پست به کالایی می گویند که با افزایش درآمدها تقاضا برای آن کاهش می یابد علت کاهش تقاضا این است که مصرف کنندگان با افزایش درآمدها به جای مصرف آن کالا روی به مصرف کالاهایی با کیفیت می کنند.



کالای جانشینی

کالای جانشینی یک مفهوم اقتصادی می باشد. کالاهایی هستند که به دلیل تغییر شرایط، ممکن است در استفاده یا مصرف جایگزین یکدیگر شوند.

اگر کالای مورد نظر ما دچار تغییر قیمت شود، روی مقدار خرید ما از کالای مورد نظرمان اثر می گذارد. مثلاً وقتی گوشت قرمز گران می شود، مردم گوشت سفید را بیشتر می خردند و جایگزین آن می کنند. یا قیمت قهوه گران تر می شود مردم از چای بیشتر استفاده می کنند.



کالای مکمل را بشناسید!

کالای مکمل: در علم اقتصاد به کلاهایی گفته می شود که به صورت تکمیلی و با هم مصرف می شوند تا یک نیاز مشخص را برطرف سازند.

مثلاً: قند و چای، مسواک و خمیر دندان و اتومبیل و بنزین
افزایش قیمت یکی از کالاهای مکمل باعث کاهش در میزان تقاضا برای کالای دیگر خواهد شود.



قیمت به عنوان ابزاری برای مدیریت مصرف

سیاست گذاران معمولاً از دو راه، مقدار تقاضا و مصرف سیگار را کم کنند. یکی، از راه آگاه سازی مردم به زیان های کشیدن سیگار دیگری با بالا بردن قیمت آن از طبق وضع مالیات برسیگار به نظر شما این دو روش به چه صورت بر مصرف سیگار مؤثرند؟

مالیات دخانیات

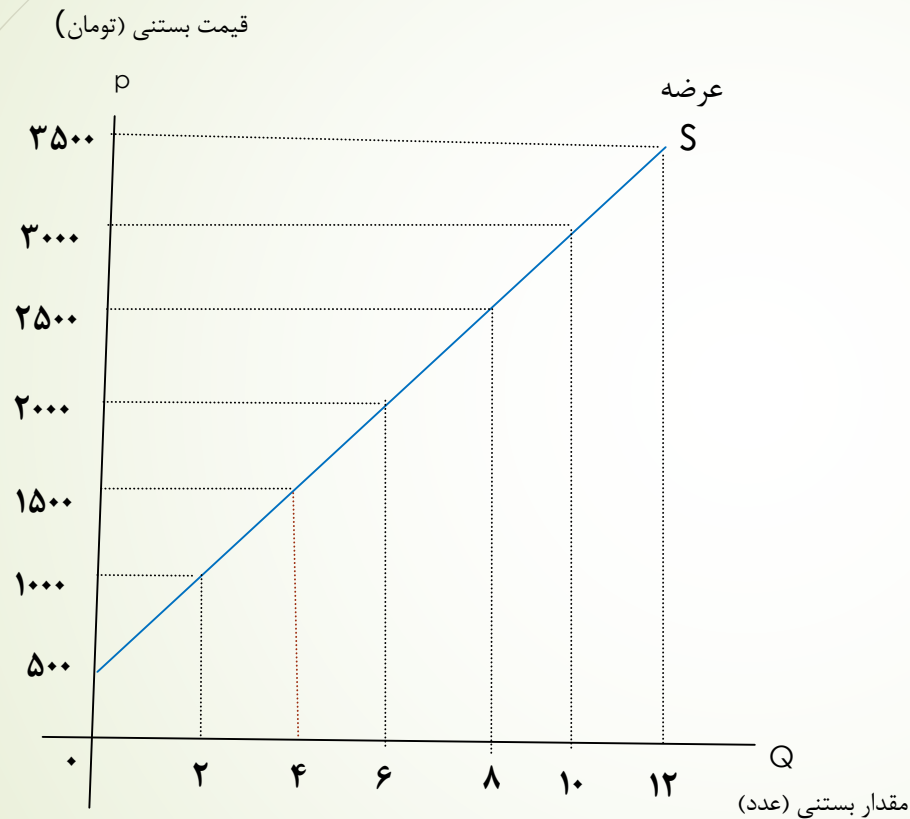


ب) فروشندگان یا عرضه کنندگان و فرایند تصمیم گیری

به سمت دیگر بازار برای بررسی رفتار فروشندگان برویم. فروشندگان که همان بنگاه های ارائه کننده کالا یا خدمات و نیز عوامل فروش آنها هستند، بازیگر دیگر میدان رقابت اقتصادی اند. اگر شما تولید کننده یا فروشنده بستنی بودید و قیمت بستنی در بازار به دلیل شروع فصل گرم سال بیشتر می شد، چه می کردید؟ کمتر بستنی تولید می کردید و می فروختید یا بیشتر؟ یا به همان مقدار سابق؟



طبق **قانون عرضه**، با افزایش قیمت، مقدار عرضه از هر کالا افزایش می یابد و بالعکس!



مقدار عرضه بستنی	قیمت بستنی
۰	۵۰۰
۲	۱۰۰۰
۴	۱۵۰۰
۶	۲۰۰۰
۸	۲۵۰۰
۱۰	۳۰۰۰
۱۲	۳۵۰۰

اگر هر کدام از دو عدد یک سطر جدول را روی دستگاه مختصات پیدا کنیم، شکل بالا درست می شود که با وصل کردن نقاط هم خط روبه بالایی شکل می گیرد. به این منحنی، **منحنی عرضه** گفته می شود. supply

تصور کنید قیمت بستنی زیاد نشده اما قیمت شیر که مادهٔ اولیه و مهم تولید بستنیاست گران تر شده است.

شرایط به وجودآمده چه تأثیری بر مقدار تولید شما دارد؟

آیا اگر قیمت بستنی در بازار تغییری نکرده باشد باز هم می توانید به همان میزان قبلی بستنی تولید کنید و بفروشید؟

اگر شیر ارزان تر شود چه تأثیری دارد؟

اگر دستگاهی اختراع شود که بتواند با تعداد کارکنان کمتری، بستنی تولید کند و از این جهت هزینه های تولیدی شما را کمتر کند؛ چه تأثیری بر تولید و عرضه می گذارد؟

«ابداعات و اختراعات معمولاً با کاهش هزینه ها اثر مثبتی بر تولید و عرضه دارند.»

تعادل در بازار کالا و خدمات

رفتار عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان در بازار در مقابل هم صورت می گیرد و باید با هم هماهنگ باشد. به عبارتی دیگر **عرضه و تقاضا باید با یکدیگر به تعادل باشند**. در غیر این صورت چه می شود؟

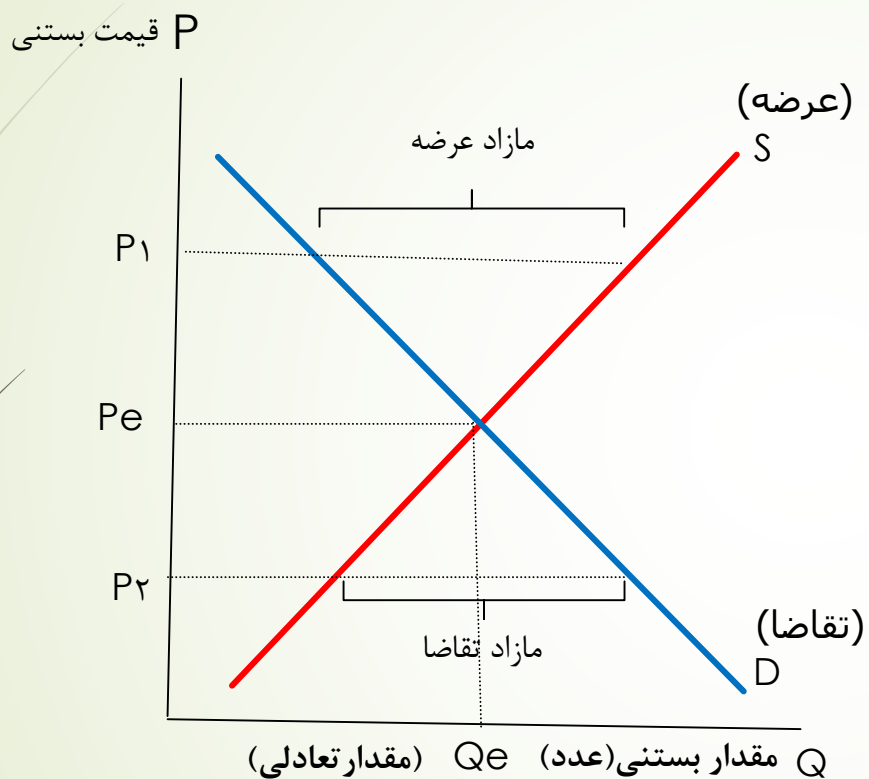
اگر مقدار تقاضای کالایی از مقدار عرضه آن بیشتر باشد **در بازار کمبود رخ می دهد و باعث بالا رفتن قیمت می شود**؛ چرا که عده ای که عده ای که با آن کالا مشتاق ترند تلاش می کنند با پیشنهاد قیمت بالاتر آن را بدست آورند.

تقاضا ↑ عرضه ↓ برابر با کمبود عرضه کالا ← قیمت کالا ↑

در مقابل وقتی مقدار عرضه بیشتر از تقاضا باشد هم مازاد عرضه رخ می دهد و همین سبب می شود برخی از تولیدکنندگان از قیمت کالا خود کم کنند تا بتوانند با پیدا کردن مشتری کالای بیشتری را بفروشند.

عرضه ↑ تقاضا ↓ برابر با مازاد عرضه کالا ← قیمت کالا ↓

در جدول زیر ترکیب دو جدول قبلی است. در هر قیمت می بینیم در بازار چه اتفاقی می افتد؟ بازار در چه قیمتی به تعادل می رسد و در آن خراب از مازاد یا کمبود نیست؟



equilibrium

مقدار عرضه بستنی	مقدار تقاضای بستنی	قیمت بستنی
۰	۱۲	۵۰۰
۲	۱۰	۱۰۰۰
۴	۸	۱۵۰۰
۶	۶	۲۰۰۰
۸	۴	۲۵۰۰
۱۰	۲	۳۰۰۰
۱۲	۰	۳۵۰۰

قیمت تعادلی در ۲۰۰۰ تومان برای تولید کننده و مصرف کننده می باشد.



تشکر از توجه شما عزیزان