

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سرشناسه: صالحی، عباس؛ ۱۳۴۶ -
عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد خرد / تألیف: عباس صالحی.
مشخصات نشر: کاشان: مرسل؛ ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری: ۱۴۳ص، مصور، جدول، نمودار.
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۲-۳۷۹-۲
وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
موضوع: اقتصاد خرد - - راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع: اقتصاد خرد - - آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۳ ۲۷ص/ف/ HB۱۸۰
رده‌بندی دیویی: ۳۲۸/۵۰۷۶
شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۱۹۵۴۱

- اقتصاد خرد
- عباس صالحی
- آماده‌سازی متن: واحد فنی و تحقیقات انتشارات مرسل
- طراح جلد:
- چاپ اول / ۱۳۹۳ / ۱۰۰۰ نسخه
- شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۹۷۲-۳۷۹-۲
- قیمت: ؟؟؟؟ تومان
- حق چاپ محفوظ است و تکثیر کل یا بخشی از این کتاب شرعاً و قانوناً مجاز نمی‌باشد.



ناشر برگزیده ۲۵ دوره
نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران (۸۹ و ۱۳۸۴)
ناشر شایسته تقدیر سال ۱۳۹۲
www.morsalpub.com

ص پ: ۸۷۱۳۵/۱۳۳۵
تلفکس: ۰۳۱-۵۵۴۵۴۵۱۳ همراه: ۰۹۱۳ ۱۶۱ ۳۵۴۶
فروش اینترنتی: www.morsalpub.com
www.adinebook.com

انتقادات و پیشنهادات خود را به شماره ۰۳۱-۵۵۴۵۴۵۱۳ ارسال نمایید.

اقتصاد خرد

تأليف:

عباس صالحی



انتشارات مرسل

فهرست مطالب

۱۱	معرفی فصل‌ها
۱۷	فصل اول: تعریف علم اقتصاد و کاربرد آن
۱۷	قسمت اول: تعریف علم اقتصاد و کاربرد آن
۱۸	قسمت دوم: اقتصاد خرد - اقتصاد کلان
۱۹	قسمت سوم: چه کالایی باید تولید شود
۲۰	قسمت چهارم: کاربرد منحنی امکانات تولید
۲۴	نمونه سؤالات پایان ترم فصل اول همراه پاسخنامه
۳۰	فصل دوم: سیستم‌های اقتصادی
۳۰	قسمت اول: اقتصاد با برنامه ریزی متمرکز
۳۰	قسمت دوم: اقتصاد بازار آزاد
۳۱	قسمت سوم: سیستم اقتصاد مخلوط ، بازار و دولت
۳۳	- سخنی کوتاه در مورد اقتصاد ایران
۳۶	نمونه سؤالات پایان ترم فصل دوم همراه پاسخنامه
۴۲	فصل سوم: تقاضا و عرضه
۴۲	قسمت اول: خانوارها و بنگاهها
۴۳	قسمت دوم: تقاضا در بازار ستاده ها
۴۸	قسمت سوم: عرضه تولیدات (ستاده ها) در بازار
۵۱	قسمت چهارم: بازار و تعادل در بازار
۵۵	نمونه سؤالات پایان ترم فصل سوم همراه پاسخنامه
۶۱	فصل چهارم: رفتار مصرف کننده و مطلوبیت
۶۱	قسمت اول: رفتار مصرف کننده و مطلوبیت
۶۳	قسمت دوم: پایه و اساس انتخاب یا مطلوبیت
۶۶	قسمت سوم: اثر جانشینی و اثر درآمدی
۶۷	قسمت چهارم: منحنی‌های بی تفاوتی
۷۲	نمونه سؤالات پایان ترم فصل چهارم همراه پاسخنامه

فصل پنجم: کشش.....	۷۹
نمونه سئوالات پایان ترم فصل پنجم همراه پاسخنامه.....	۸۷
فصل ششم: بنگاه تولید.....	۹۶
نمونه سئوالات پایان ترم فصل ششم همراه پاسخنامه.....	۱۰۴
فصل هفتم: هزینه.....	۱۰۸
نمونه سئوالات پایان ترم فصل هفتم همراه پاسخنامه.....	۱۱۳
فصل هشتم: قیمت و تولید.....	۱۲۰
نمونه سئوالات پایان ترم فصل هشتم همراه پاسخنامه.....	۱۲۵
فصل نهم: قیمت و تولید در بازار انحصار کامل.....	۱۳۰
نمونه سئوالات پایان ترم فصل نهم همراه پاسخنامه.....	۱۳۵
فصل دهم: قیمت و محصول در بازار رقابت انحصاری.....	۱۳۹
نمونه سئوالات پایان ترم فصل دهم همراه پاسخنامه.....	۱۴۱

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۱ موضوعات در اقتصاد خرد و کلان ۱۸
- شکل ۱-۳ خانوار و بنگاه اقتصادی و بازارهای میان آنها ۴۳

فهرست نمودار

۲۱	نمودار ۱ - ۱- منحنی امکانات تولید
۲۱	نمودار ۱-۲ نقاط منحنی امکانات تولید
۲۳	نمودار ۱-۳ رشد اقتصادی در منحنی امکانات تولید
۴۴	نمودار ۳-۱ منحنی تقاضا
۴۷	نمودار ۳-۲ کالاهای معمولی افزایش درآمد
۴۷	نمودار ۳-۳ کالاهای معمولی تغییر در قیمت
۴۷	نمودار ۳-۴ کالای پست افزایش درآمد
۴۸	نمودار ۳-۵ منحنی تقاضای بازار
۴۹	نمودار ۳-۶ منحنی عرضه
۵۰	نمودار ۳-۷ جابجایی منحنی عرضه
۵۰	نمودار ۳-۸ منحنی عرضه
۵۱	نمودار ۳-۹ منحنی عرضه بازار
۵۲	نمودار ۳-۱۰ تقاضای مازاد
۵۳	نمودار ۳-۱۱ عرضه مازاد
۵۳	نمودار ۳-۱۲ جابجایی منحنی عرضه در بازار
۶۲	نمودار ۴-۱ اخط بودجه
۶۳	نمودار ۴-۲ افزایش قیمت کالای X روی محدودیت بودجه خانوار
۶۴	نمودار ۴-۳ منحنی‌های مطلوبیت کل و مطلوبیت نهائی
۶۸	نمودار ۴-۴ منحنی بی تفاوتی
۶۹	نمودار ۴-۵ نقشه ترجیحات
۷۰	نمودار ۴-۶ به حداکثر رسانیدن مطلوبیت مصرف کننده
۷۱	نمودار ۴-۷ استخراج منحنی تقاضا از منحنی‌های بی تفاوتی و محدودیت بودجه
۷۹	نمودار ۵-۱ شیب معیار مناسب برای نشان دادن تاثیر است تقاضا نیست
۸۱	نمودار ۵-۲ شکل محاسبه کشش فاصله‌ای تقاضا با توجه به پایه‌های مختلف
۸۲	نمودار ۵-۳ کشش نقطه‌ای تقاضا برای کالای Q
۹۷	نمودار ۶-۱ تابع تولید کل
۹۸	نمودار ۶-۲ استخراج تولید نهائی از تولید کل
۹۹	نمودار ۶-۳ تابع تولید کل
۹۹	نمودار ۶-۴ تولید متوسط و تولید نهائی
۱۰۰	نمودار ۶-۵ جابجایی منحنی تولید نهائی

نمودار ۶-۶	منحنی تولید یکسان یا بی تفاوتی در تولید	۱۰۱
نمودار ۷-۶	نقشه منحنی‌های تولید یکسان	۱۰۳
نمودار ۱-۷	منحنی هزینه‌ها در کوتاه مدت	۱۰۹
نمودار ۲-۷	هزینه‌ها در بلند مدت	۱۱۱
نمودار ۳-۷	چهار کارگاه در بلند مدت	۱۱۱
نمودار ۱-۸	سطح تولیدی که سود را به حداکثر می‌رساند	۱۲۱
نمودار ۲-۸	سطح تولید با سود به حداکثر رسیده	۱۲۳
نمودار ۳-۸	منحنی ARC و سه منحنی مختلف تقاضا و MR	۱۲۳
نمودار ۴-۸	در صنعت کاملا رقابتی در تعادل بلند مدت در نقطه E	۱۲۴
نمودار ۱-۹	منحنی ارزشهای MR بین سطوح متوالی فروش	۱۳۱
نمودار ۲-۹	رسم منحنی ارزشهای ۱ و ۲ و ۴ و ۶ و ۷ جدول صفحه قبل	۱۳۳
نمودار ۳-۹	منحنی انحصارگری که کنترل شده نیست	۱۳۴
نمودار ۱-۱۰	منحنی شرکت رقابت انحصاری	۱۴۰

فهرست جداول

۴۴	جدول ۳-۱ جدول تقاضا
۴۹	جدول ۳-۲ قیمت و مقدار عرضه
۶۲	جدول ۴-۱ درآمد و هزینه و انواع انتخابها
۶۴	جدول ۴-۲ مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی در تعداد مراجعه
۸۰	جدول ۵-۱ کشش تقاضا برای چهار کالای مختلف
۹۷	جدول ۶-۱ تابع تولید
۱۰۰	جدول ۶-۲ تولید کل و تولید نهایی عامل کار
۱۰۱	جدول ۶-۳ روشهای تولید با استفاده از ترکیبهایی از ساعات کار و ساعات ماشین
۱۰۳	جدول ۶-۴ نرخ نهایی تکنیکی جانشینی کار برای سرمایه
۱۰۹	جدول ۷-۱ برنامه فرضی هزینه‌ها برای سطوح مختلف تولید
۱۱۰	جدول ۷-۲ هزینه‌های کوتاه مدت و بلند مدت
۱۲۱	جدول ۸-۱ رابطه درآمد کل و هزینه کل
۱۲۲	جدول ۸-۲ نحوه محاسبه سود و حداکثر کردن آن
۱۳۱	جدول ۹-۱ برنامه تقاضایی که انحصارگر با آن مواجه است
۱۳۲	جدول ۹-۲ ارزشهای ستونهای (۱) تا (۴) و ستونهای (۲) و (۵) برنامه TC نمونه

معرفی فصل‌ها

فصل اول: تعریف علم اقتصاد و کاربرد آن

قسمت اول: تعریف علم اقتصاد و کاربرد آن:

خلاصه: علم اقتصاد مطالعه روش انتخاب و استفاده انسان و جامعه از منابعی است که طبیعت و نسل‌های گذشته در اختیار بشر قرار داده است. برای دستیابی به چگونگی این علم باید به مفاهیم هزینه فرصت و نهایی‌گرایی و بازارهای کارآمد پرداخته شود.

قسمت دوم: اقتصاد خرد، اقتصاد کلان:

خلاصه: اقتصاد خرد فعالیت‌های اقتصادی افرادی را شامل می‌شود در مقابل آن اقتصاد کلان قرار دارد که مجموع اقتصاد جامعه را در نظر دارد. در اقتصاد برای بررسی و توجیه پدیده‌های اقتصادی به مطالعه اثرات متغیرهایی می‌پردازند که در پدیده مورد نظر تأثیر می‌گذارد و برای این منظور از مدل‌های اقتصادی که یک صورت خلاصه شده از واقعیات اقتصادی است استفاده می‌کنند.

قسمت سوم: چه کالایی باید تولید شود:

خلاصه: در اقتصاد انتخاب نوع کالا برای تولید و چگونگی تولید آن همیشه به عنوان سوالی اساسی مطرح بوده است. در پایان به این سوال سه عامل کمیابی، انتخاب و هزینه فرصت مورد توجه قرار می‌گیرد.

کالاهای سرمایه‌ای و کالاهای مصرفی عامل دیگری در رابطه با انتخاب نوع کالا برای تولید انتشار است. گر کشوری منافع امروز را برای فواید و سود آینده مبادله نماید ایجاد به تولید سرمایه کرده است. این سرمایه‌گذاری برای کالاهای مصرفی یا کالاهای سرمایه‌ای امری است که به اقتصاد و سیاست اقتصادی آن کشور بستگی دارد.

قسمت چهارم: کاربرد منحنی امکانات تولید:

خلاصه: منحنی امکانات تولید، منحنی است که کلیه ترکیبهای ممکن از قبیل کالاها و خدمات که می‌توانند تولید شوند را نشان دهد. باید توجه نمود که نقاط روی منحنی امکانات تولید نتیجه اشتغال کلیه منابع موجود به صورت کارآمد می‌باشد و عدم اشتغال و عدم کارایی در مفهوم دیگر اقتصادی است که توسط منحنی امکانات تولید می‌توان آنها را نشان داد.

رشد اقتصادی زمانی در یک کشور اتفاق می‌افتد که منابع جدید کشف شده مورد استفاده قرار گیرد و عواملی که در رشد اقتصادی مؤثر هستند عبارتند از ذخیره سرمایه و تغییرات تکنیکی.

فصل دوم: سیستم‌های اقتصادی

قسمت اول: اقتصاد با برنامه ریزی متمرکز

قسمت دوم: اقتصاد بازار آزاد

قسمت سوم: سیستم اقتصادی مخلوط، بازار و دولت

خلاصه: سیستم‌های موجود در اقتصاد امروز به سه دسته اقتصاد با برنامه ریزی متمرکز، اقتصاد آزاد، اقتصاد مخلوط تقسیم می‌شود.

در اقتصاد با برنامه ریزی متمرکز دولت نقش عمده را به عهده دارد و در اقتصاد آزاد افراد و بنگاهها بر اساس منافع شخصی خود حرکت می‌کنند. و دولت نقش سازنده‌ای در این سیستم اقتصادی ندارد و مکانیزم اقتصاد مخلوط ترکیبی از اقتصاد با برنامه ریزی متمرکز و اقتصاد آزاد است.

اقتصاد جمهوری اسلامی ایران یک سیستم اقتصادی مخلوط است و به سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی تقسیم می‌شود.

فصل سوم: تقاضا و عرضه

قسمت اول: خانوارها و بنگاهها

خلاصه: برای تحلیل مسئله عرضه و تقاضا بر عواملی که در تعیین عرضه و تقاضا نقش عمده‌ای دارند باید پرداخت. یکی از این عوامل بنگاهها می‌باشد که واحدهای تشکیل دهنده

بازار می‌باشد. عامل دیگر خانوار است. که واحد مصرف کننده در یک سیستم اقتصادی می‌باشد. خانوارها و بنگاه‌ها در نوع بازار (بازار ستاده و بازار نهاده‌ها) با یکدیگر روبرو می‌شوند.

قسمت دوم: تقاضا در بازار ستاده‌ها

خلاصه: تصمیم خانوارها که تأثیر مستقیم در مقدار تقاضا در بازار دارد. به عواملی چون درآمد موجود خانوار، مقدار ثروت اندوخته شده در خانوار، قیمت کالای مورد نظر و... بستگی دارد. این عوامل تعیین کننده مقدار کالای مورد تقاضای هر خانوار می‌باشد. مقدار کالای مورد تقاضا آن مقدار از تولیدات است که خانوار می‌خواهد در هر دوره از زمان در قیمت‌های جاری خریداری نماید.

برای تعیین تأثیر قیمت در تقاضا از منحنی تقاضا استفاده می‌شود. منحنی تقاضا به تحلیل گران اقتصادی کمک می‌کند تا رفتار خانوارها را در مقابل افزایش و کاهش قیمت‌ها مطالعه و درک کنند. زمانی که تعداد تقاضا کاهش می‌یابد و شیب منحنی به سمت پایین می‌باشد گفته می‌شود که منحنی دارای شیب منفی است و اغلب به رابطه منفی بین قیمت و مقدار «قانون تقاضا» گفته می‌شود. نکته‌ای که در قانون تقاضا مطرح است. اثر درآمدی و اثر جانشینی می‌باشد. اگر تقاضا برای یک کالا رابطه مستقیم با درآمد داشته باشد آن کالا را یک کالای معمولی می‌خوانیم. زمانی که بین تقاضا برای یک کالا و درآمد رابطه معکوس داشته باشد آن کالا را کالای پست می‌نامیم.

قسمت سوم: عرضه تولیدات (ستاده‌ها) در بازار نهاده‌ها

خلاصه: اقتصاد خرد علاوه بر بررسی رفتار خانوارها به مطالعه رفتار بنگاه‌ها یا تولید کنندگان کالاها و خدمات (عرضه) نیز توجه دارد. عرضه بستگی به عواملی چون درآمد و هزینه تولید دارد. مقدار عرضه را با جدول عرضه نشان می‌دهند جدول عرضه جدولی است که مقادیر مختلف تولید را در ازای قیمت‌های متفاوت نشان می‌دهد. برای نشان دادن رابطه بین عرضه و قیمت از منحنی عرضه استفاده می‌شود که معمولاً شیب مثبت دارد.

قسمت چهارم: بازار و تعادل در بازار

خلاصه: فعالیت بازار بستگی به تصمیمات متقاضیان و عرضه کنندگان دارد. معمولاً

برای کلیه بازارها یکی از سه موقعیت زیر در هر لحظه‌ای می‌تواند رخ دهد.

۱- تقاضا مازاد

۲- عرضه مازاد

۳- و بالاخره تعادل

زمانی که مقدار تقاضا از مقدار عرضه در قیمت‌های جاری بیشتر باشد، تقاضای مازاد وجود دارد. وقتی که در قیمت‌های جاری مقدار عرضه بر مقدار تقاضا شده فزونی گیرد. عرضه مازاد وجود خواهد داشت و بالاخره شرایطی که در آن مقدار عرضه و مقدار تقاضا با یکدیگر برابر هستند. آن قیمت که چنین موقعیتی را به وجود می‌آورد قیمت تعادل است.

فصل چهارم: رفتار مصرف کننده و مطلوبیت:

قسمت اول: رفتار مصرف کننده و مطلوبیت:

خلاصه: تولید عبارت است از جریان بکارگیری خدمات ناشی از عامل کار و نهاده‌های متفاوت دیگر برای بدست آوردن کالاها و خدمات بنگاهها برای انجام تولید مبادرت به خرید نهاده‌ها می‌نمایند و در نهایت کالاهای تولید شده را عرضه می‌کنند. آنچه که نهاده‌ها را بر ستاده‌ها مربوط می‌کند تکنیک تولید است زمانی که تکنیک تولید بر اساس روابط جبری بیان شوند آنرا تابع تولید می‌گویند.

قسمت دوم: پایه و اساس انتخاب یا مطلوبیت:

خلاصه: از میان بسیاری از کالاها و خدمات عرضه شده مصرف کننده یک مجموعه را انتخاب می‌کند. در واقع یک کالا نسبت به کالای دیگر بدلیل مطلوبیت یا رضامندی بیشتری که در مصرف کننده ایجاد می‌کند به کالاهای دیگر ترجیح داده می‌شود. هرچه مصرف کننده از یک کالا بیشتر و بیشتر مصرف کند رضامندی نهائی کاهش می‌یابد که این پدیده قانون نزولی مطلوبیت نهائی نامیده شده است. اگر با افزایش در مصرف یک کالا مطلوبیت نهائی آن کاهش یابد منحنی تقاضای فردی شیب منفی پیدا خواهد کرد.

قسمت سوم: اثر جانشینی و اثر درآمدي:

خلاصه: کاهش قیمت یک کالای عمده تغییر قابل ملاحظه‌ای روی رفتار مصرف کننده می‌گذارد یعنی انتخاب نهائی او برای کالاها و خدمات تغییر می‌کند. در صورت کاهش قیمت‌ها رفاه مصرف کننده افزایش می‌یابد و می‌تواند درآمد اضافی ناشی از کاهش کالای مزبور را صرف خرید بیشتر همان کالا یا کالاهای دیگر از همین افزایش قیمت تأثیر معکوس در رفاه مصرف کننده خواهد گذاشت که این پدیده تأثیر درآمدي تغییر در قیمت نامیده شده است.

قسمت چهارم: منحنی‌های بی تفاوتی:

خلاصه: یک منحنی بی تفاوتی مجموعه‌ای از نقاط است که هر لحظه از این مجموعه ترکیب خاصی از کالاهای مختلف است که مصرف کننده در مقابل این ترکیب‌ها بی تفاوت است. با استفاده از منحنی‌های بی تفاوتی و محدودیت بودجه منحنی تقاضای مصرف کننده بدست می‌آید. مصرف کننده با حرکت روی منحنی بی تفاوتی بدون تغییر مطلوبیت خود یک کالا را جانشین یک کالای دیگر می‌کند جانشینی یک واحد از کالائی را برای کالای دیگر نرخ نهائی جانشینی می‌خوانند.

فصل پنجم: کشش

خلاصه: مفهوم کشش با کشش قیمتی تقاضا، کشش و شیب منحنی تقاضا، محاسبه کشش، کشش و درآمد کل، عوامل مؤثر در کشش تقاضا، کشش درآمدي تقاضا، کشش متقابل قیمت و تقاضا، کشش عرضه توضیح داده می‌شود.

فصل ششم: بنگاه تولید

قسمت اول: بنگاه تولید

خلاصه: به بررسی رفتار تولید کننده‌ای که هدف حداکثر سود را دارد می‌پردازیم. این مقوله یا بحث در مورد ویژگیهای تولید بنگاهها، خانوارها و دولت آغاز می‌شود. تکنیک تولید و منابع تولید مطالب دیگری هستند که رابطه بین نهاده‌ها و ستاده‌ها را آشکار می‌کنند. با یک مثال از مغازه ساندویچ فروشی که به تولید ساندویچ اشتغال دارد با مفاهیم تولید کل، تولید نهائی و تولید متوسط آشنا می‌شویم. در تحلیل تولید نهائی قانون بازده نزولی استفاده از

نهاده در کوتاه مدت را مورد بحث قرار می‌دهیم. رابطه بین تولید نهائی و تولید متوسط و افزایش تعداد عوامل متغیر تولید عنوانهای بعدی در این فصل هستند که ما را با مفهوم ظرفیت تولید و امکان افزایش ظرفیت تولید آشنا می‌کنند.

منحنی‌های تولید یکسان یا منحنی‌های بی تفاوتی در تولید مشابه منحنی‌های بی تفاوتی در مصرف جلوه می‌کنند که در بحث آخر این فصل مورد مطالعه قرار گرفته و به کمک این مفهوم روشهای مختلف در تولید نرخ نهائی تکنیکی جانشینی و نزولی بوده این نرخ بررسی می‌شوند.

فصل هفتم: هزینه

خلاصه: هزینه‌های آشکار، پنهان و سود اقتصادی، مفهوم کوتاه مدت و بلندمدت در قانون بازده نزولی، قانون بازده نزولی (کاهنده)، هزینه‌های کل کوتاه مدت، هزینه‌های هر واحد در کوتاه مدت، هزینه‌های بلند مدت تولید، مفاهیم بازده ثابت، فرآیند کاهنده به مقیاس، علت پیدایش بازده ثابت فزاینده و کاهنده، تفاوت هزینه‌های فرصت، هزینه آشکار، و هزینه پنهان، تفاوت هزینه و سود در اقتصاد، قانون بازدهی کاهنده تشریح می‌شود.

فصل هشتم: قیمت و تولید

خلاصه: رقابت کامل، حداکثر رساندن سود در بلند مدت و کوتاه مدت، اصطلاحات مهم اقتصادی نقطه سر به سری، هزینه ثابت، هزینه کاهنده، اشاره می‌شود.

فصل نهم: قیمت و تولید در بازار انحصار کامل

خلاصه: انحصار خالص، تقاضا و درآمدها، تبعیض قیمت، شرایط لازم برای تبعیض قیمت، انحصار از نظر کارآیی، حداکثر رساندن سود اصطلاحات مهم اقتصادی، انحصار طبیعی، تبعیض قیمت، انحصار خالص تشریح می‌شود.

فصل دهم: قیمت و محصول در بازار رقابت انحصاری

خلاصه: رقابت انحصاری، رقابت کامل، اصطلاحات مهم اقتصادی، محصولات متمایز، رقابت انحصاری، عناصر رقابتی انحصاری، کارایی بلندمدت رقابت انحصاری، رقابت بدون قیمت، مزایا و معایب تبلیغات و تنوع گذاری در کالاهای مشابه توضیح داده می‌شود.

فصل اول: تعریف علم اقتصاد و کاربرد آن

قسمت اول: تعریف علم اقتصاد و کاربرد آن

- مطالعه روش انتخاب و استفاده انسان و جامعه از منابعی است که طبیعت و نسل‌های گذشته در اختیار قرار داده است.

- چرا علم اقتصاد را یاد می‌گیریم: فراگیری یک روش خاص از تفکر است. بهترین راه معرفی این علم پرداختن به مفاهیم سه گانه هزینه و فرصت، نهایی‌گرایی و بازارهای کارآمد است.

– هزینه فرصت: آنچه در یک اقتصاد می‌گذرد نتیجه هزاران تصمیم فردی است.

- هزینه کامل، انتخاب یک تصمیم خاص فایده از دست رفته ناشی از عدم انتخاب دیگری باشد.

- هزینه فرصت، آنچه که ما با یک تصمیم یا انتخاب از دست می‌دهیم. شامل افراد، بنگاهها، خانوارها و کل جامعه می‌شود.

- دلیل مطرح شدن مفهوم هزینه فرصت محدود بودن منابع در مقابل خواسته‌های بی‌شمار است.

– نهایی‌گرایی:

- اگر منزل شما در شیراز محل کار شما در تهران و مأموریتی به اصفهان داشته باشید در این وضعیت هزینه رفتن به منزل شما از اصفهان تا شیراز است. چون با مأموریت تا اصفهان رفته اید.

- برای تولید یک کالا هزینه‌های ثابت و متغیر را محاسبه می‌کنیم و اگر پس از سرشکن کردن هزینه ثابت برای واحدهای تولید شده تولید را افزایش دهیم فقط هزینه متغیر ما بیشتر می‌شود.

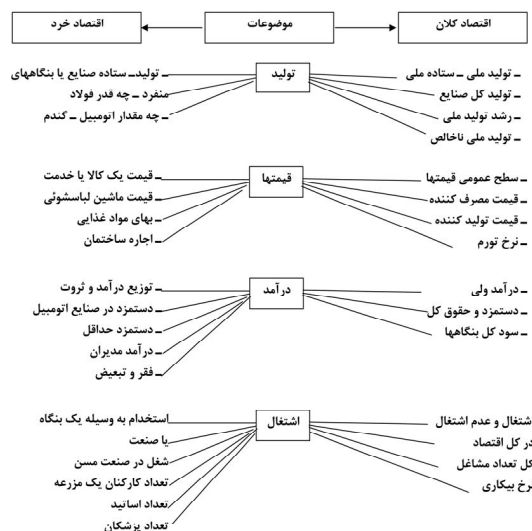
- هزینه نهایی عبارتست از هزینه تولید یک واحد اضافی از یک کالا.

– بازارهای کار آمد:

- فرصت سود مانند صف اتومبیل در موقع پرداخت عوارض می باشد همه دنبال صف کوتاهتر می گردند ولی فرصت کمی است تا همه صفها یکسان شود. و اولین تصمیم گیرندگان فرصت سود دارند حتی خرید ارزهای خارجی و فروشندگان آن ارزشها اگر فردی ارزان تر بفروشد همه به او مراجعه می کنند تا قیمت برابر دیگران و یا صف اتومبیل یکسان شود.
- فرصت سود نصیب کسی می شود که زودتر به آنجا برسد یا زودتر خریدار شود.

قسمت دوم: اقتصاد خرد – اقتصاد کلان

- تصمیمات اقتصادی که افراد و خانوارها می گیرند مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت انتخاب یک بنگاه در مورد اینکه چه تولید کند و چه قیمتی را درخواست کند از چه منابعی در تولید و به چه مقدار بهره گیرد یا یک خانوار چه کالایی را خریداری کند و چه مقدار از آن کالا خریداری نماید موضوع اقتصاد خرد است.
- (اقتصاد کلان) همه چیز را جمع بندی و به کل اقتصاد می اندیشد
- اقتصاد خرد به قیمت یک تولید خاص اقتصاد کلان به سطح عمومی قیمتتها و نرخ تورم می اندیشد.



شکل ۱-۱- موضوعات در اقتصاد خرد و کلان

– نظریه و مدل‌ها:

• در بسیاری از علوم نظریه پردازان به ایجاد مدل‌های رفتاری مبادرت می‌کنند. یک مدل بیان قراردادی یک نظریه است یک مدل بین دو یا چند متغیر ارتباط برقرار می‌کند. بدلیل پیچیدگی بسیار در زندگی اقتصادی و نگرش به کلیه پیچ و خم‌های اقتصادی در یک نگاه غیر عملی یا بسیار دشوار است. به همین دلیل مدل‌های اقتصادی یک صورت خلاصه شده از واقعیات اقتصاد را دارند.

– فرض ثابت بودن متغیرهای دیگر:

• در جهان واقع بسیاری از متغیرها کم و بیش به هر پدیده اقتصادی مؤثر هستند که مطالعه اثرات کلیه این متغیرها در یک مدل غیر عملی یا بسیار دشوار است.

قسمت سوم: چه کالایی باید تولید شود

• با قبول محدودیت در منابع (رابینسن در جزیره به تنهایی) باید تصمیم بگیرد که چگونه از این منابع استفاده نماید تا بهترین وجه خواسته‌های خود را پاسخ گوید محدودیتهایی چون زمان، منابع موجود، آب و هوا، اطلاعات، مهارت می‌تواند از چگونگی تولید کالاها و حد استفاده از منابع را روشن کند و بالاخره اینکه چه کالایی از بین کالاهایی که امکان تولید آن به وسیله رابینسن هست تولید کند به ترجیحات او بستگی دارد.

– چگونه کالاهای تولید شده توزیع شود

• رابینسن در جزیره یک نفر بوده و پس از اینکه یک بومی را نجات می‌دهد و با هم دوست می‌شوند بنام جمعه حال دیگر شرایط فرق می‌کند مسایل اقتصادی پیچیده تر می‌شود. چگونه کالاها بین رابینسن و جمعه باید توزیع شود. اول شرایط زندگی، تولید و توزیع مطرح می‌شود.

– کمیابی، انتخاب و هزینه فرصت

• مفاهیم محدودیت در انتخاب و کمیابی در علم اقتصاد اهمیت بسزایی را دارا هستند. چه در مورد یک فرد رابینسن چه زمانی که رابینسن و جمعه با هم باشند و بالاخره برای یک جامعه که از میلیون‌ها نفر تشکیل شده است محدودیت انتخاب و کمبود منابع وجود دارد.

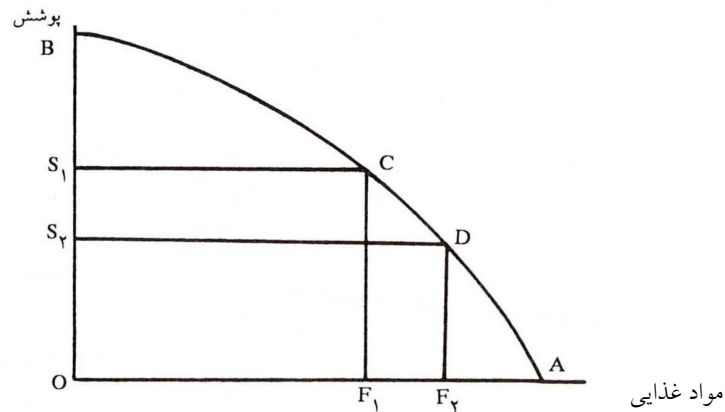
– کالاهای سرمایه‌ای و کالاهای مصرفی

- برای انتقال فواید زمان حال به آینده پس انداز است. یک جامعه اگر بخشی از منابع خود را به تحقیق آموزشی و به تولید کالاهای سرمایه‌ای تخصیص دهد فواید امروز را برای فواید آینده معاوضه کرده است.
- سرمایه هر چیزی است که برای تولید کالاها و خدمات دیگر در یک دوره زمانی بکار گرفته شود.
- لزومی ندارد که سرمایه قابل لمس باشد زمان و وسایلی را که به کار می‌برید تا به وسیله آن مهارت کسب کنید یا آموزش می‌بینید برای ایجاد سرمایه انسانی دارید سرمایه‌گذاری می‌کنید.
- مرحله استفاده از منابع برای تولید یک سرمایه جدید را سرمایه‌گذاری می‌نامیم. و عاقلانه آن است که جریان فایده آینده آن بیشتر از هزینه سرمایه‌گذاری امروز باشد.
- هزینه فرصت سرمایه‌گذاری برای ایجاد سرمایه، مقدار مصرفی است که امروز از آن چشم‌پوشی می‌کنیم.

قسمت چهارم: کاربرد منحنی امکانات تولید

– کاربرد منحنی امکانات تولید:

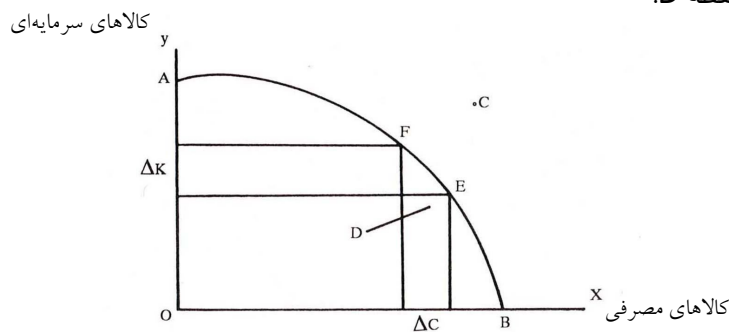
- با استفاده از ابزاری که آن را منحنی تولید می‌نامیم می‌توانیم اصول محدودیت انتخاب و کمبود را توضیح دهیم. کلیه ترکیبهای ممکن از کالاها و خدمات که می‌توانند تولید شوند را نشان می‌دهد مشروط به آن که کلیه منابع جامعه به صورت کارآمد استفاده شود.
- در نمودار ۱-۱ نقطه روی منحنی مثل C ترکیب تولید OF_1 از مواد غذایی و OS_1 از پوشش را نشان می‌دهد.
- نقطه دیگر مثل D نیز ترکیب OF_2 و OS_2 از دو کالا را بدست می‌دهد.
- حال به حرکت از نقطه C به D توجه کنید در تولید روی نقطه C میزان تولید S_1 پوشش بیشتر از F_1 مواد غذایی است و نقطه D بالعکس



نمودار ۱-۱- منحنی امکانات تولید

- محدودیت و انتخاب باعث می‌شود هر نقطه فرق کند مقدار تولید پوشش که کاهش می‌یابد هزینه فرصت تولید اضافه مواد غذایی است.
- هزینه فرصت افزایش تولید F_1, F_2 مواد غذایی از دست دادن پوششی به مقدار S_1, S_2 است.

- در نمودار ۲-۱ محور y کالاهای سرمایه‌ای و محور x کالاهای مصرفی است.
- نقاط بالای منحنی مثل نقطه C ترکیب کالاهائی است که خارج از دسترس هستند که نشانه اشتغال کامل کار و بکارگیری کارآمد منابع هستند. نقاط روی منحنی امکانات تولید نقاطی هستند که امکانات تولید هدر نمی‌رود و هرکس که بدنبال کار هست کاری پیدا خواهد کرد و نقاط درون و زیر منحنی یا عدم اشتغال و یا عدم کارایی را مشخص می‌کنند مانند نقطه D .



نمودار ۲-۱- نقاط منحنی امکانات تولید

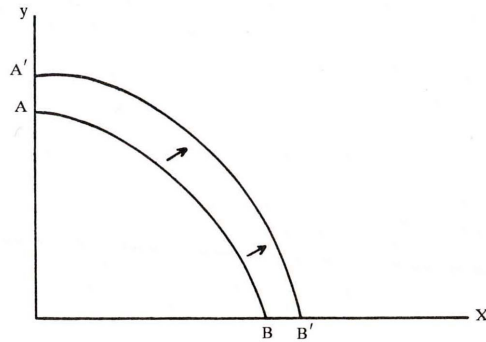
- اگر اقتصاد در نقطه A قرار گیرد چنین معنی می‌دهد که اصلاً کالای مصرفی تولید نمی‌شود اگر در نقطه B باشد بالعکس سرمایه‌ای اصلاً تولید نمی‌شود.
- **عدم کارایی:** یک اقتصاد کارآمد آن است که کالاهای مورد نیاز مردم را با حداقل هزینه یا حداکثر کارایی تولید کند.
- **عدم کارایی در تولید زمانی اتفاق می‌افتد که جامعه اقتصادی در موقعیتی زیر منحنی امکانات تولید قرار می‌گیرد.**

– شکل منحنی امکانات تولید:

- با توجه به ترسیم نمودار تولید همیشه شیب این منحنی‌ها منفی خواهد بود.
- به دلیل محدودیت منابع و ثابت بودن تکنولوژی نقاط روی منحنی امکانات تولید نتیجه اشتغال کلیه منابع موجود به صورت کارآمد می‌باشد. جامعه می‌تواند فقط یک نقطه روی این منحنی را انتخاب کند.
- افزایش در تولید یک کالا فقط با انتقال و جابجایی منابع از تولیدات کالای دیگر عملی و ممکن می‌شود و در نتیجه افزایش تولید یک کالا با کاهش در تولید کالای دیگری همراه خواهد بود.

– چگونه رشد اقتصادی ممکن می‌شود:

- منابع جدیدی کشف شده و مورد استفاده قرار می‌گیرد تا بتواند با منابع موجود تولیدات را افزایش داد. منابع جدید به این معنی که نیروی کار جدید با ذخیره سرمایه بیشتر در دسترس باشد، تولید و استفاده از ابزار و وسایل تولید کارایی نیروی کار را افزایش می‌دهد.
- بهبود در تولید نتیجه تغییرات تکنولوژی و اختراعات یعنی کشف و بکارگیری روشهای جدید و کارآمدی تولید است.



نمودار ۱-۳ رشد اقتصادی در منحنی امکانات تولید

– منابع رشد و وضعیت کشورهای فقیر و غیر صنعتی:

- عوامل متعددی در رشد اقتصادی مؤثر هستند که عمده ترین آنان ذخیره سرمایه و تغییرات تکنیکی هستند. که برای کشورهای فقیر دستیابی به هر دو عامل فوق دشوار است.
- تولید کالاهای سرمایه‌ای در گرو گذشت از تولیدات کالاهای مصرفی است و همین شرایط برای تغییرات تکنولوژی نیز صادق است. تغییرات تکنیکی نتیجه تحقیقات است. بخش عمده سرمایه کشور در زمینه چه کالاهایی صرف می‌شود، سرمایه‌ای یا مصرفی است.

نمونه سؤالات پایان ترم فصل اول همراه پاسخنامه

۱- تعریف علم اقتصاد کدام یک از موارد زیر می باشد؟

- الف) مطالعه روش استفاده از منابع طبیعی
- ب) مطالعه روش انتخاب و استفاده انسان و جامعه از منابع طبیعی
- ج) مطالعه روش انتخاب و استفاده انسان از منابع طبیعی و نسل های گذشته
- د) مطالعه روش انتخاب و استفاده انسان و جامعه از منابع طبیعی و نسل های گذشته

۲- عمده ترین دلیل مطالعه علم اقتصاد چیست؟

- الف) بهره گیری از منابع طبیعی
- ب) روش استفاده از منابع طبیعی و نسل های گذشته
- ج) فراگیری، یک روش خاص از تفکر است
- د) فراگیری، روش های استفاده از تفکر است

۳- عمده ترین مفاهیم پرداختی علم اقتصاد چیست؟

- الف) هزینه فرصت و درآمد و نهایی گرایی
- ب) نهایی گرایی و فرصت اندیشی و درآمد
- ج) بازارهای کارآمد و هزینه فرصت و نهایی گرایی
- د) هزینه فرصت و بازارهای کارآمد

۴- هزینه فرصت را تعریف کنید؟

- الف) هزینه های استفاده از یک کالا
- ب) هزینه بهره گیری یک کالا به جای کالای دیگر
- ج) آنچه که انتخاب می کنیم و دیگر انتخاب را از دست می دهیم
- د) انتخاب یک تصمیم خاص فایده از دست رفتن ناشی از عدم انجام انتخاب دیگر

۵- دلیل مطرح شدن مفهوم هزینه فرصت چیست؟

- الف) محدودیت منابع و هزینه های بالا
- ب) خواسته های بی شمار مردم
- ج) محدودیت منابع در خواسته های بی شمار مردم
- د) هزینه های بالا

۶- نهایی گرایبی کدام یک از موارد زیر می باشد؟

- الف) هزینه تولید کل
ب) هزینه نهایی تولید کل
ج) هزینه نهایی یک واحد از تولید کل
د) هزینه تولید یک واحد اضافی از یک کالا

۷- بازارهای کارآمد را تعریف کنید؟

- الف) بهترین موقعیت استفاده از پول
ب) قرارگیری در موقعیت مناسب فروش یک کالا
ج) هزینه ی کم و سود بالا
د) استفاده از فرصت سود

۸- کدام یک از موارد زیر مربوط به اقتصاد خرد می باشد؟

- الف) تولید ملی
ب) قیمت تولید کننده
ج) نرخ تورم
د) توزیع ثروت و درآمد

۹- کدام یک از موارد زیر مربوط به اقتصاد کلان می باشد؟

- الف) شغل در صنعت مس
ب) تولید
ج) تعداد پزشکان
د) نرخ بیکاری

۱۰- اقتصاد خرد را تعریف کنید؟

الف) خرده نگری

ب) علم اقتصاد تجزیه و تحلیل

ج) علم تجزیه و تحلیل مسائل تولیدی و صنعتی داخلی

د) اقتصاد خانواده و بنگاه های منفرد

۱۱- اقتصاد کلان را تعریف کنید؟

الف) کلان گرایبی

ب) تولید در سطح کل

ج) فروش و تولید در سطح کل

د) اقتصاد بنگاه های گروهی و تولیدات صنعتی در وجهه ی کل

۱۲- برای بررسی و توجیه پدیده های اقتصادی از چه متغیرهایی در اقتصاد

استفاده می کنند؟

الف) متغیر ثابت
ب) متغیرهای بی تاثیر

ج) متغیر وابسته
د) متغیرهایی که بر پدیده مورد نظر تاثیر می گذارند.

۱۳- کدام یک از موارد زیر یک کالای سرمایه ای برای خانواده است؟

الف) خوراک
ب) پوشاک
ج) پس انداز
د) ماشین

۱۴- سرمایه چیست؟

- الف) هر چیزی که تولید و مصرف شود
ب) هزینه فرصت برای تولید یک کالا
ج) هر چیزی که معاوضه شود
د) هر چیزی که برای تولید کالاها و خدمات دیگر در یک دوره زمانی به کار گرفته شود.

۱۵- سرمایه گذاری چیست؟

- الف) تولید یک کالا
ب) تولید یک کالای مصرفی
ج) تولید یک سرمایه
د) استفاده از منابع برای تولید یک سرمایه جدید

۱۶- علت منفی بودن شیب منحنی امکانات تولید چیست؟

- الف) وجود هزینه فرصت
ب) وجود هزینه نهایی
ج) وجود هزینه کل
د) وجود هزینه متغیر

۱۷- هزینه فرصت سرمایه گذاری چیست؟

- الف) چشم پوشی از تولید یک کالا
ب) چشم پوشی از تولید یک کالا به جای کالای دیگر
ج) مقدار مصرفی که امروز از آن چشم پوشی می کنیم
د) درآمد به دست آمده از سرمایه گذاری

۱۸- کدام یک از موارد زیر یک کالای مصرفی است؟

- الف) خوراک
ب) پس انداز
ج) زمین
د) استراحت

۱۹- کاربرد منحنی امکانات تولید چیست؟

- الف) توضیح و تولید
ب) توضیح هزینه ی فرصت
ج) توضیح عرضه و تقاضا
د) می توانیم اصول محدودیت انتخاب و کمبود را توضیح دهیم

۲۰- زمانی منحنی امکانات تولید نشان درستی خواهد داشت که

- الف) تولید به نحو احسن انجام شود
ب) کلیه تولیدات مصرف شود
ج) عرضه و تقاضا یکسان شود
د) کلیه منابع جامعه به صورت کارآمد استفاده شود

۲۱- اگر از روی نمودار از بالا به سمت پایین بیایم چه اتفاقی می افتد؟

الف) تولید بالا می رود

ب) تولید یک کالا کاهش و تولید کالای دیگر افزایش می یابد

ج) مصرف کاهش می یابد

د) تولید افزایش و عرضه کاهش می یابد

۲۲- یکی از مفاهیمی که می توانیم از منحنی امکانات تشخیص داد

می باشد.

الف) محدودیت

ب) نهایی گرایی

ج) بازارهای کارآمد

د) هزینه فرصت

۲۳- مفهوم نقاط داخل منحنی امکانات چیست؟

الف) نشان عدم کارایی و یا عدم اشتغال است

ب) نشان تولید بالاست

ج) نشان کارایی و مصرف تمام منابع

د) استفاده بیش از حد از منابع و امکانات

۲۴- مفهوم نقاط خارج از منحنی امکانات چیست؟

الف) عدم کارایی

ب) تولید بالا

ج) کالاهایی که خارج از دسترسند

د) کارایی و مصرف تمام منابع و امکانات

۲۵- در بالای منحنی Y و پایین منحنی X چه کالاهایی قرار دارند؟

الف) کالای مصرفی - کالای تولید

ب) کالای سرمایه ای - کالای مصرفی

ج) کالای مصرفی - کالای سرمایه ای

د) عرضه - تقاضا

۲۶- اقتصاد کارآمد چیست؟

الف) تولید فقط با حداقل هزینه

ب) تولید فقط با حداکثر کارایی

ج) تولید کالا با حداقل هزینه یا حداکثر کارایی

د) تولید کالا برابر مصرف یا تقاضا

۲۷- اگر شیب منحنی امکانات مثبت و صفر شود، چه اتفاقی می افتد؟

الف) عرضه و تقاضا یکسان

ب) تولید نامحدود

ج) تولید یک کالا بدون کاهش تولید کالای دیگر

د) افزایش مواد اولیه

۲۸- در چه زمانی رشد اقتصادی رخ می دهد؟

الف) زمانی که تولید افزایش یابد.

ب) زمانی که منحنی امکانات سیر نزولی داشته باشد.

ج) زمانی که تقاضا بیشتر از تولید باشد

د) زمانی که منابع جدید کشف و منابع تولید و نیروی کار جدید و ذخیره سرمایه بیشتر در دسترس باشد.

۲۹- عمده ترین عامل برای رشد اقتصادی چیست؟

الف) ذخیره ی سرمایه ب) تغییرات تکنیکی

ج) گزینه الف و ب د) کشف منابع جدید

۳۰- ارتقای منحنی امکانات از یک نمونه به نمونه ی بالاتر نشان چیست؟

الف) تولید بیشتر ب) سرمایه ی بیشتر

ج) صنعتی شدن و پیشرفت د) افزایش کالای مصرفی

پاسخنامه

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۶
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۱
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۵
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۶
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۷
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۸
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۹
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۰

د	ج	ب	الف	
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۵
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۱
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۲
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۳
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۴
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۵

فصل دوم: سیستم‌های اقتصادی

قسمت اول: اقتصاد با برنامه‌ریزی متمرکز

- نحوه تولید و توزیع کالاها و خدمات و نقش دولت در فعالیتهای اقتصادی بیان کننده یک سیستم اقتصادی می‌باشد.
- با توجه به نقش دولت و اهمیت آن در اقتصاد از یکدیگر تمیز داده می‌شود.
- در اقتصاد امروز سه دسته عمده اقتصاد با برنامه‌ریزی متمرکز - اقتصاد آزاد - اقتصاد مخلوط وجود دارد.

– اقتصاد با برنامه‌ریزی متمرکز: در چنین اقتصادی دولت نقش عمده‌ای دارد.

- در یک اقتصاد برنامه‌ریزی شده حکومت مرکزی یا سازمان برنامه‌ریزی مرکزی برنامه‌ای که مشخص می‌کند چه کالایی و خدماتی به چه مقدار تولید می‌شوند را طرح‌ریزی می‌کند.
- در چنین اقتصادی دولت مالک عمده محسوب می‌شود و مالکیت خصوصی محدود می‌باشد. سازمان برنامه‌ریزی نه تنها نوع کالا و مقدار آن را برای تولید تعیین می‌کند بلکه برنامه‌ریزی نحوه تولید و چگونگی توزیع را نیز به عهده می‌گیرد. (نظم سوسیالیست کمونیست)

قسمت دوم: اقتصاد بازار آزاد

– اقتصاد بازار آزاد: در نقطه مقابل اقتصاد برنامه‌ریزی شده، اقتصاد بازار آزاد قرار می‌گیرد.

- افراد و بنگاهها بر اساس منابع شخصی خود حرکت می‌کنند بدون آنکه دولت دخالتی در فعالیتهای اقتصادی آنها داشته باشد. مرکز و سازمانی که یک اقتصاد آزاد از طریق آن به سوالهای اساسی اقتصاد پاسخ می‌گوید بازار می‌باشد.

- بازار مکانی را تجسم می‌کند که در آنجا متقاضی‌ها و عرضه‌کنندگان اشتغال به مبادله کالاها و خدمات می‌پردازند.
- در کلیه بازارها وجود خریدار و فروشنده یا متقاضی تقاضا کننده ضروری است. رفتار خریداران و فروشندگان در نظام اقتصادی آزاد تعیین می‌کند که چه تولید و به چه مقدار تولید، چگونه تولید شود و چه کسی آنرا دریافت کند.
- ترکیب کالاها و خدماتی که در هر بازار آزادی یافت می‌شود به وسیله سلیقه و ترجیحات مصرف‌کننده تعیین می‌شود.
- تصمیم‌گیری که بر اساس مبانی بازار آزاد باشد به کالایی در تولید منتهی می‌شود. اگر تولیدکننده‌ای از کارایی لازم برخوردار نباشد به وسیله رقبا از بازار خارج می‌شود و تولیدکننده کارآمدتر جای او را خواهد گرفت. در نتیجه این رقابت است که در نهایت نحوه تولید را تعیین می‌کند.
- اقتصاد آزاد سیستم بدون هدایت از خارج و خود به خود عمل می‌کند. عامل عمده و صور اصلی هماهنگی در یک سیستم اقتصاد آزاد قیمت است. قیمت مبلغی است که یک واحد کالا به آن به فروش می‌رسد یا خریداری می‌شود.
- عمده تصمیمات در اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد با توجه به قیمت‌ها و هزینه‌ها اتخاذ می‌گردد به همین جهت اقتصاد خرد را نظریه قیمت نیز می‌نامند.

قسمت سوم: سیستم اقتصاد مخلوط، بازار و دولت

- امروزه در جهان اقتصاد برنامه ریزی شده خالص و یک اقتصاد کاملاً مبتنی بر بازار آزاد وجود خارجی نداشته باشد بلکه سیستم‌های واقعی اقتصادی ترکیبی از دو سیستم فوق هستند. حتی سیستم اقتصادی مبتنی بر برنامه ریزی اقتصادی متمرکز که قبلاً در کشورهای کمونیست و سوسیالیست بود بازار آزاد هم وجود داشت و بالعکس هم اقتصاد مبتنی بر بازار که دولت دخالت در اقتصاد ندارد ایالات متحده که در ظاهر اقتصاد بر بازار آزاد را تجربه میکند حدود ۲۰ درصد از تولید کل را خریداری و ۱۸ درصد عامل کار در بخش دولتی اشتغال دارند درآمد مالیاتی حدود ۲۵ درصد درآمد ملی می‌باشد و سوبسید می‌دهد.

- سه گروه ادعای طرفداران حضور دولت در اقتصاد به صورت اجمالی به تحلیل آنها می‌پردازیم: ۱- بازار نمی‌تواند مبادرت به تولید و فراهم نمودن آنچه که مردم می‌خواهند بنماید یعنی عدم کارایی در مکانیزم بازار وجود دارد. ۲- امکان داشته و بلکه محتمل است که توزیع درآمد مناسب نبوده و در جریان توزیع درآمد عده‌ای سهم نبرده و یا سهم جزئی ببرند. ۳- عدم اشتغال، تورم و بحرانها به خودی خود تعدیل نمی‌شوند به عبارت دیگر مکانیزم بازار قادر به حفظ ثبات اقتصادی نیست.

• عده‌ای هم اعتقاد دارند که هیچ تضمینی وجود ندارد که دولت نیز در برآوردن نیاز جامعه توزیع درآمد و حفظ ثبات کوتاهی ننماید.

۱- عدم کارایی:

• کالاها و خدماتی که به کالاهای عمومی شهرت دارند به وسیله دولت و از طریق جمع آوری مالیات از مردم تولید می‌شود.

• در شرایطی که بخش خصوصی در تصمیمات خود برای تولید و مصرف کالاها و خدمات کلیه منافع و یا هزینه‌های موجود را در نظر نمی‌گیرد. دخالت دولت لازم می‌باشد. تولید کنندگانی که با تولیدات صنعتی خود در محیط اطراف ایجاد آلودگی می‌کنند. حضور دولت به نفع جامعه و برای جلوگیری از آلودگی محیط زیست لازم است. برای جلوگیری از ابتلا به یک بیماری میکروبی واکسینه کردن و حمایت و اجبار دولت را می‌طلبد. رقابت بکارگیری کارآمدترین روش تولید و استفاده بهینه از نهاده‌ها می‌باشد. ایجاد یک ابتکار یا اختراع برای بهبود روش تولید افزایش کیفیت کالا و کاهش هزینه تولید هست اما نباید باعث پرورش انحصارگر باشد و حضور دولت مهم است.

۲- توزیع مجدد درآمد:

• بعضی از افراد با توجه به امکانات بیشتر و یا به دلیل شرایط انحصاری بازار با وجود بازارهای غیر رقابتی سهم بیشتری از درآمد جامعه را به خود تخصیص می‌دهند و بعضی هم توانایی جسمی و ذهنی استفاده از درآمد ملی را ندارد.

• دولت‌ها با استفاده از ابزار مالی مبادرت به توزیع مجدد درآمد می‌نمایند یا به کمک فقرا می‌روند. (بیمه‌های اجتماعی، آموزش رایگان بهداشت و درمان، ایجاد خانه‌های سالمندان و تعدیل ثروت در جامعه بوسیله مالیات).

۳- ایجاد ثبات اقتصادی:

• مسائلی چون تورم، عدم اشتغال در سیستم اقتصاد بازار آزاد مقدار اشتغال یا سطح قیمت‌ها برنامه ریزی نمی‌شود. اما دولت از طریق برقراری مالیات‌ها و سوبسیدها و یا تغییر در هزینه‌های مختلف با استفاده از سیستم بانکی در قسمت‌ها و سطح اشتغال تأثیر بگذارد.

- سخنی کوتاه در مورد اقتصاد ایران:

• سیستم اقتصادی مخلوط یا ترکیبی می‌باشد یعنی در کنار وجود بازارهای آزاد و دولت به عنوان راهنما کنترل‌کننده بازارها در جهت فقط کارایی در استفاده از منابع و توزیع‌کننده درآمد حاضر است. برخی از اصول قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.

• اصل سوم، بند ۹: رفع تبعیضات و ایجاد عادلانه امکانات در تمام زمینه‌های مادی و

معنوی

• اصل سوم، بند ۱۲: اقتصاد صحیح و عادلانه، ایجاد رفاه و رفع فقر و برطرف ساختن

هر نوع محرومیت در زمینه تغذیه مسکن کار بهداشت

• اصل بیست و نهم: برخورداری از تأمین اجتماعی، بازنشستگی، بیکاری، پیری از

کارافتادگی، بی‌سرپرستی و ... حقی همگانی و دولت مکلف است طبق قوانین از محل درآمدهای عمومی درآمدهای حاصل از مشارکت مردم برای تک‌تک افراد تأمین کند.

• اصل سی‌ام: دولت وسایل آموزش و پرورش رایگان دوره متوسطه و تحصیلات عالی

تا در حد خودکفایی رایگان گسترش دهد.

• اصل سی و یکم: مسکن متناسب با نیاز حق هر فرد و خانواده ایرانی است زمینه

اجرای این اصل را فراهم کند.

فصل چهارم اقتصاد و امور مالی: اصل چهل و سوم

• برای تأمین استقلال اقتصادی جامعه و ریشه کن کردن فقر و محرومیت و برآوردن

نیازهای انسان در جریان رشد با حفظ آزادی او اقتصاد جمهوری اسلامی ایران بر اساس

ضوابط زیر استوار می‌شود:

۱- تأمین نیازهای اساسی: مسکن خوراک پوشاک بهداشت درمان آموزش و پرورش

- ۲- تأمین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل و قرار دادن وسایل کار در اختیار همه
- ۳- تنظیم برنامه اقتصادی کشور به صورتی که شکل و محتوا و ساعات کار علاوه بر شغل، فرصت و توان کافی برای خودسازی باشد
- ۴- رعایت آزادی انتخاب شغل و عدم اجبار افراد به کاری معین و جلوگیری از بهره‌کشی از کار دیگری
- ۵- منع افراد به غیر انحصار و احتکار درباره معاملات باطل و حرام
- ۶- منع اسراف و تبذیر در همه شئون مربوط به اقتصاد، مصرف، سرمایه‌گذاری، تولید، توزیع
- ۷- استفاده از فنون و تربیت افراد ماهر به نسبت احتیاج برای توسعه کشور
- ۸- جلوگیری از سلطه اقتصادی بیگانه به اقتصاد کشور
- ۹- تاکید بر افزایش تولیدات کشاورزی، دامی و صنعتی که نیازهای عمومی و خودکفایی را شامل می‌شود.

اصل چهل و چهارم:

- نظام اقتصادی بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه ریزی منظم و

صحیح

اصل چهل و پنجم:

- انفال و ثروت‌های عمومی

اصل چهل و ششم:

- هرکسی مالک حاصل کسب و کار مشروع خویش و سلب کسب و کار مالکیت نشود.

اصل چهل و هفتم:

- مالکیت شخصی که از راه مشروع باشد ضوابط آنرا قانون معین می‌کند.

اصل چهل و هشتم:

- بهره برداری از منابع طبیعی در سطح استانها و توزیع فعالیت‌های اقتصادی، باید تبعیض در کار نباشد.

اصل چهل و نهم:

- دولت موظف است ثروتهای ناشی از ربا، غصب، رشوه، اختلاس، سرقت، قمار، به صاحب حق را ادا کند.

اصل پنجاهم:

- حفاظت از محیط زیست نسل‌های امروز و بعدی وظیفه عمومی تلقی می‌گردد.

اصل پنجاه و یکم:

- هر نوع مالیات و معافیت و بخشودگی به موجب قانون می‌باشد.

اصل پنجاه و دوم:

- بودجه سالانه کشور از طرف دولت و تصویب مجلس و هرگونه تغییر تابع مراتب مقرر قانون خواهد بود.

اصل پنجاه و سوم:

- کلیه دریافت‌های دولت متمرکز و پرداختها در حدود اعتبارات مصوب به موجب قانون انجام می‌گیرد.

اصل پنجاه و چهارم:

- دیوان محاسبات کشور زیر نظر مجلس شورای اسلامی به موجب قانون انجام می‌گیرد.

اصل پنجاه و پنجم:

- وظایف دیوان محاسبات رسیدگی و حسابرسی هزینه‌ها، گزارش تفریغ بودجه در دسترس عموم.

اصل چهل و چهارم:

- نظام اقتصادی ایران را عنوان کرده است (دولتی، تعاونی، خصوصی)

اصل چهل و هفتم:

- مالکیت شخصی به رسمیت شناخته شده است.

اصل چهل و شش:

- آزادی فعالیت اقتصادی را بیان می‌کند.
- اصل چهل و سه از اینکه دولت بزرگ شده و به صورت یک کارفرمای بزرگ و معلق درآید حذر نموده است.

نمونه سؤالات پایان ترم فصل دوم همراه پاسخنامه

۱- وجود چه مواردی در فعالیتهای اقتصادی بیان کننده یک سیستم اقتصادی می باشد؟

الف) نحوه ی تولید و توزیع کالاها ب) نحوه ی تولید و توزیع خدمات
ج) نقش دولت د) هر سه مورد

۲- در اقتصاد با برنامه ریزی متمرکز چه ارگانی نقش عمده را ایفا می کند؟

الف) دولت ب) همه ی مردم ج) بازاریها د) شرکت ها و سازمانهای خصوصی

۳- نقطه مقابل اقتصاد برنامه ریزی شده چه نوع اقتصادی است؟

الف) اقتصاد مخلوط

ب) اقتصاد آزاد

ج) اقتصاد برنامه ریزی شده

د) گزینه الف و ب

۴- مرکزی که یک اقتصاد آزاد از طریق آن به سوالهای اقتصادی پاسخ می گوید کجاست؟

الف) دولت و حکومت ب) شرکتهای دولتی ج) بازار د) الف و ب

۵- ترکیب کالاها و خدماتی که در هر بازار آزاد یافت می شود به چه وسیله ای تعیین می شود؟

الف) به وسیله ی سلیقه و ترجیحات مصرف کنندگان

ب) به وسیله سلیقه ی فروشندگان

ج) به وسیله سلیقه و ترجیحات تولید کنندگان

د) به وسیله سلیقه ی واسطه ها

۶- وجود چه عاملی در تولید تولیدکنندگان آنها را از رقابت در بازار خارج نمی کند؟

الف) ثروت زیاد ب) کارایی قابل توجه ج) تولید زیاد د) ب و ج

۷- مقدار کالا یا خدماتی که هر مصرف کننده یا خانوار دریافت می کند بستگی به چه عاملی دارد؟

الف) درآمد و ثروت (ب) اوقات فراغت

ج) سلیقه (د) میزان کارآیی کالا و خدمات

۸- افراد با توجه به چه چیزی در بازار تصمیم به کار کردن می گیرند؟

الف) علایق (ب) مهارتها

ج) دستمزد (د) سلیقه و ترجیحات

۹- در چه نوع اقتصادی افراد می توانند مستقلا در مورد اینکه با ثروت خود چه کارهایی انجام دهند تصمیم بگیرند؟

الف) اقتصاد بازار آزاد (ب) اقتصاد نیمه متمرکز

ج) اقتصاد متمرکز (د) الف و ب

۱۰- مفهوم واقعی اقتصاد به بازار آزاد چیست؟

الف) این فعالیت عبارت است از یک جریان دخالت دائمی و منظم با اهداف از قبل تعیین شده
ب) در این فعالیت سوالهای اساسی اقتصادی بدون نیاز به برنامه یا دخالت دولت مرکزی پاسخ داده می شود.

ج) در این سیستم حکومت مرکزی برنامه ای مشخص می کند که چه کالا و خدماتی و به چه مقدار تولید شود.

د) در این سیستم قواعدی هستند که توسط دولت برنامه ریزی شده اند و بازارهای آزاد هم به فعالیت می پردازند.

۱۱- ویژگی های بازار آزاد چیست؟

الف) سیستم بدون هدایت از خارج و خود به خود عمل می کند.

ب) افراد بر اساس منافع شخصی خود به فعالیت تولیدی پرداخته و کالاهای مورد نیاز مردم با تولید می کنند.

ج) گروهی از مردم مشخص بر آن نظارت دارند.

د) الف و ب

۱۲- عامل عمده و سود اصلی هماهنگی در یک سیستم اقتصاد آزاد چه چیزی است؟

الف) منفعت ب) درآمد ج) قیمت د) ثروت

۱۳- چه عاملی تعیین کننده ی هزینه تولید محصولات هستند؟

الف) قیمت ستاده ها ب) قیمت نهاده ها ج) الف و ب د) هر سه مورد

۱۴- عمده تصمیمات در اقتصاد مبتنی بر بازار آزاد با توجه به چه عاملی اتخاذ می گردد؟

الف) قیمت ها و هزینه ها ب) سرمایه های موجود در بازار

ج) کارایی تولید کنندگان د) هر سه مورد

۱۵- نظریه ی قیمت را برای کدام یک از گزینه های زیر می توان برگزید؟

الف) اقتصاد کلان ب) اقتصاد خرد

ج) سیستم اقتصادی مخلوط د) سیستم اقتصادی متمرکز

۱۶- برنامه های اقتصادی متمرکز در شکل افراطی منجر به چه می شود؟

الف) اتلاف منابع ب) عدم کارایی

ج) بازده ضعیف اقتصادی د) هر سه مورد

۱۷- کدامیک از گزینه های زیر کوتاهی های مکانیزم بازار آزاد را نشان می دهد؟

الف) عدم کارایی در مکانیزم و عدم توزیع عادلانه ی درآمد بین اقشار مختلف جامعه

ب) عدم حفظ ثبات اقتصادی

ج) تصمیم گیری بر اساس منافع شخص

د) الف و ب

۱۸- کالاهای عمومی با چه پشتوانه ای مالی در اختیار مردم قرار می گیرد؟

الف) کمک دولت ب) جمع آوری مالیات

ج) سرمایه ی بخش خصوصی د) الف و ب

۱۹- دولت ها از طریق چه برنامه هایی اقدام به توزیع مجدد درآمد می نمایند؟

الف) بیمه های اجتماعی و آموزش های رایگان ب) بهداشت و درمان رایگان

ج) پرداخت به بیکاران د) هر سه مورد

۲۰- طبق اصل سی و یکم چه افرادی برای داشتن مسکن در اولویت هستند؟

الف) افرادی که در رفاه کامل هستند

ب) افرادی که نیازمند تر هستند (روستائیان و کارگران)

ج) افرادی که کوچ می‌کنند (عشایر)

د) شهرنشینان

۲۱- طبق اصل بیست و نهم چه خدماتی به صورت بیمه حقی همگانی است؟

الف) برخورداری از تامین اجتماعی

ب) استفاده از مکانهای عمومی (پارک، نمایشگاه ها و ...)

ج) استفاده برنامه های تلویزیون و رادیو

د) بهره بردن از امنیت اجتماعی

۲۲- طبق اصل سی ام وسایل آموزش و پرورش تا چه دوره ای برای عموم مردم

رایگان است؟

الف) تا پایان ابتدایی

ب) ابتدایی راهنمایی

ج) ابتدایی متوسطه

د) تا پایان متوسطه

۲۳- نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر چه بخشهایی استوار است؟

الف) دولتی

ب) تعاونی

ج) خصوصی

د) گزینه الف و ب و ج

۲۴- صنایع بزرگ، صنایع مادر، بازرگانی خارجی، معادن بزرگ، بانکداری مربوط به

کدام یک از بخشهای اقتصادی جمهوری اسلامی ایران است؟

الف) دولتی

ب) تعاونی

ج) خصوصی

د) هر سه مورد

۲۵- مالکیت در سه بخش اقتصادی کشور تا چه زمانی مورد حمایت قانون

جمهوری اسلامی است؟

الف) تا زمانی که از محدوده ی قوانین اسلام خارج نشود

ب) مایه ی زیان جامعه نشود.

ج) موجب رشد و توسعه اقتصادی کشور گردد

د) الف و ب و ج

۲۶- ثروت‌های عمومی از قبیل زمینهای موات یا رها شده و یا معادن ، دریاها در اختیار چه کسانی است؟

الف) مردم ب) حکومت اسلامی ج) بخش خصوصی د) بخش تعاونی

۲۷- دولت وظیفه دارد که ثروت‌های ناشی از موارد غیر مشروع را به چه کسانی رد کند؟

الف) به بخش خصوصی ب) به بخش تعاونی

ج) به صاحبان حق و در غیر این صورت به بیت المال د) بخش دولتی

۲۸- در حکومت جمهوری اسلامی حفاظت از محیط زیست به عهده‌ی کیست؟

الف) بر عهده‌ی عموم مردم ب) بر عهده شهرداری

ج) دوستداران محیط زیست د) بر عهده دولت

۲۹- موارد معافیت و بخشودگی و تخفیف مالیاتی به موجب مشخص می‌گردد؟

الف) اصول و ضوابط ب) اساسنامه ها ج) قانون د) هر سه مورد

۳۰- بودجه‌ی سالانه‌ی کل کشور برای رسیدگی و تصویب به تسلیم می‌گردد؟

الف) حکومت مرکزی ب) مجلس شورای ملی ج) دولت د) الف و ب

پاسخنامه

د	ج	ب	الف	
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۶
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۹
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۱
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۴
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۶
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۸
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۹
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۰

د	ج	ب	الف	
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۷
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۵

فصل سوم: تقاضا و عرضه

قسمت اول: خانوارها و بنگاهها

- **خانوارها و بنگاهها:** در جریان زندگی رایینسن و جمعه خیلی معادلات و نیازها راحت تر رفع می شود، ولی در جامعه که بسیاری از مردم خواسته ها و سلیقه های بیشتری دارند. کشاورزان، صنعتگران، پزشکان، معلمین و تخصص ها در مبادله دخالت دارد

- در جهان امروز ما صحبت از خانوارها از یک سو و بنگاهها را از سمت دیگر مطرح می کنیم.

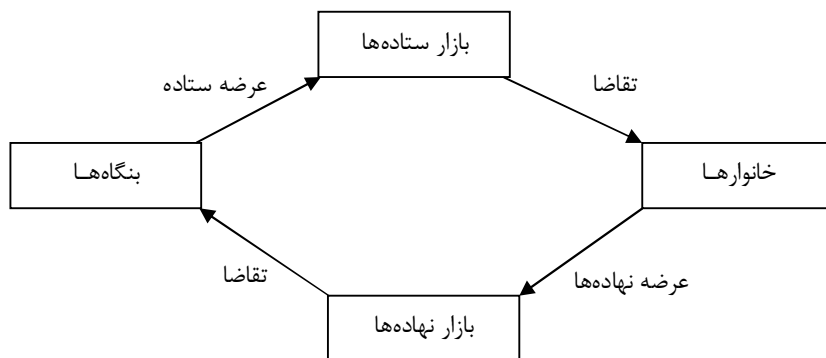
- **بنگاه:** با تصمیم یک فرد یا گروهی از افراد برای تولید از طریق تبدیل نهاده ها به ستاده ها که شامل کالاها و خدمات است در ابعاد کوچک و بزرگ و با هدفهای سودآوری و خدمت رسانی اقدام می کنند.

- **خانوار:** واحد مصرف در یک سیستم اقتصادی خانوار نامیده می شود. از یک نفر مجرد متأهل و گروهی که در سبد مصرفی کالا و خدمات مشترک هستند و در نهایت بحث محدودیت وقت، توانایی، شغل و درآمد تصمیمات او را شکل می دهد.

- بازار ستاده ها و نهاده ها:

- دو نوع بازار اساسی که بازار ستاده ها یا تولیدات و بازار نهاده ها کالا و خدمات که برای مصرف خانوار تولید می شود. در اینجا عرضه بنگاهها و تقاضای خانوارها مطرح می گردند.

- در بازار نهاده ها خانوارها منابع را عرضه می کنند در بازار ستاده ها نیاز به درآمد دارند که این درآمد را به عرضه کل در بازار کار و یا عرضه پس انداز خود و یا پس اندازی که به ارث برده اند در بازار سرمایه بدست می آورند.



شکل ۳-۱ خانوار و بنگاه اقتصادی و بازارهای میان آنها

قسمت دوم: تقاضا در بازار ستاده‌ها:

- تصمیم خانوار بستگی به عوامل مختلف دارد:

- ۱- درآمد موجود خانوار
 - ۲- مقدار ثروت اندوخته شده خانوار
 - ۳- قیمت کالای مورد نظر
 - ۴- قیمت کالاهای دیگر
 - ۵- سلیقه و ترجیحات خانوار
 - ۶- انتظاری که خانوار در مورد درآمد، ثروت و قیمت‌ها در آینده دارد.
- مقدار کالای مورد تقاضا آن مقدار از تولیدات است که خانوار می‌خواهد در هر دوره از زمان در قیمت‌های جاری خریداری نماید.
 - تجزیه و تحلیل ما از تقاضا و عرضه چگونگی تعیین قیمت بازار را معین می‌کند. قیمت در بازار از برخورد دو منحنی عرضه و تقاضا بدست می‌آید.
 - دو هدف تحلیل تأثیر قیمت کالا بر مقدار تقاضا بقیه عوامل را ثابت فرض می‌کنیم. مثلاً درآمد، ثروت، قیمت کالاهای دیگر، ترجیحات و انتظارات در آینده ثابت فرض می‌شود.

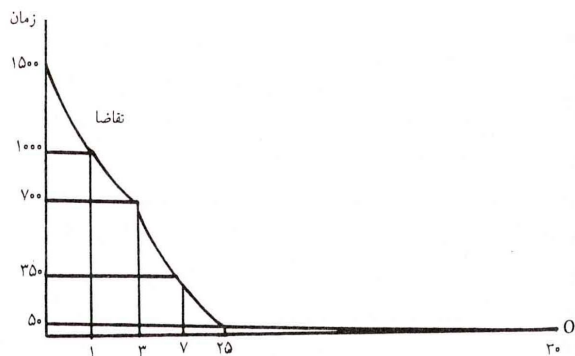
– قانون تقاضا یا قیمت و مقدار تقاضا:

- یک جدول تقاضا مقدار خرید کالا را به وسیله خانوار در قیمت‌های مختلف نشان می‌دهد. شیب منحنی منفی است ارتباط منفی یا برعکس مقدار تقاضا و قیمت وجود دارد.

- اغلب به رابطه منفی بین مقدار و قیمت « قانون تقاضا » خطاب می‌شود دلیل دیگر قانون نزولی بودن مطلوبیت علت شیب منفی می‌باشد.

جدول ۱-۳ جدول تقاضا

قیمت هر بار تلفن	مقدار تقاضا تعداد تلفن در ماه
۰	۳۰
۵۰	۲۵
۳۵۰	۷
۷۰۰	۳
۱۰۰۰	۱
۱۵۰۰	۰



نمودار ۱-۳ منحنی تقاضا

- نکته دیگر در قانون تقاضا اثر درآمدی و اثر جانشینی می‌باشد. در تغییرات قیمت اگر درآمد شخص بیشتر شود حاضر به خرید بیشتر می‌باشد و همچنین اگر در افزایش قیمت و یا کاهش قیمت کالای جانشین آن مقرون به صرفه اقتصادی باشد بیشتر خریداری می‌شود.

• در نتیجه به نظر معقول می‌رسد که در صورت ثابت بودن بقیه متغیرها فرض می‌کنیم که کاهش قیمت باعث افزایش مقدار تقاضا خواهد شد و افزایش قیمت کاهش تقاضا را بدنبال دارد.

– دو مشخصه دیگر از منحنی تقاضا:

اولاً: منحنی تقاضا محور عمودی یا محور قیمت‌ها را قطع می‌کند به این معنی که اگر قیمت به اندازه کافی بالا باشد هیچ تقاضائی صورت نمی‌گیرد و خانوارها مصرف کالا را متوقف می‌کنند.

ثانیاً: منحنی تقاضا محور افقی یا محورمقدارها را نیز قطع می‌کند حتی در قیمت صفر بعلت محدودیت زمانی می‌باشد.

– عوامل دیگر تعیین کننده در تقاضای خانوار:

• بین عواملی که بر تقاضا تأثیر می‌گذارند ما فقط به تحلیل تقاضای خود کالا پرداختیم عوامل دیگر موثر در تقاضا هم وجود دارد.

– درآمد و ثروت:

• درآمد خانوار جمع تمام دستمزدها، حقوق، سود، اجاره و دیگر انواع درآمد است که یک خانوار در یک دوره معین دریافت می‌کند. در نتیجه درآمد یک جریان است و برای بیان آن ذکر دوره زمانی لازم است. اگر در این دوره کمتر خرج کنیم پس انداز کرده ایم و اگر بیشتر خرج کنیم قرض و یا از پس انداز خود خرج کرده ایم.

• ثروت ارزش کل آنچه داریم منهای بدهکاری ما خواهد بود. به عبارت دیگر ثروت یک ذخیره است. پس انداز هم جریانی است که ذخیره ثروت را تحت تأثیر قرار می‌دهد. خانوارها با درآمد، بیشتر و اندوخته پس انداز یا ثروت بیشتر توانایی و استطاعت خرید کالاهای بیشتر و متنوع تر را دارند.

• اگر تقاضای یک کالا رابطه مستقیم با درآمد داشته باشد آن کالا را یک کالای معمولی می‌خوانیم.

• اگر با افزایش درآمد تقاضا برای کالا کاهش و در سطح درآمد پایین تقاضا افزایش می‌یابد آن کالا را کالای پست می‌نامیم.

– قیمت کالا و خدمات دیگر:

• نیاز یک خانوار فقط با یک کالا تأمین نمی‌شود و یک سبد از کالاها یا مجموعه‌ای از کالاها و خدمات هستند.

• بطور کلی وقتی که افزایش در قیمت یک کالا باعث افزایش در تقاضا برای کارایی دیگر بشود (یک رابطه مستقیم و مثبت) می‌گوئیم که کالاها جانشین یکدیگر هستند. به همین ترتیب برای دو کالای جانشین کاهش در قیمت یکی باعث کاهش در تقاضا برای دیگری خواهد شد.

• در بسیاری موارد دو کالا لازم و ملزوم یکدیگر هستند یا باید با یکدیگر مصرف شوند یا مصرف توأم آنها مناسبتر است. تلفن و نامه نگاری بطور کلی اگر دو کالا مکمل یکدیگر باشند افزایش در قیمت یکی از آنها باعث کاهش تقاضا برای دیگری خواهد شد.

– سلیقه و ترجیحات:

• درآمد، ثروت و قیمت کالاها و خدمات موجود عواملی هستند که ترکیب کالا و خدمات را برای خرید و مصرف خانوار مشخص می‌کنند.

• تصحیح نهایی شما در مورد ترکیب کالاها و خدماتی که خریداری می‌کنید بستگی به ترجیحات و سلیقه خود شما دارد.

بعضی از تعاریف:

• **کالاهای معمولی:** وقتی درآمد افزایش می‌یابد تقاضا زیاد می‌شود وقتی درآمد کم می‌شود تقاضا کاهش می‌یابد.

• **کالای پست:** وقتی درآمد افزایش می‌یابد تقاضا برای آن کاهش می‌یابد.

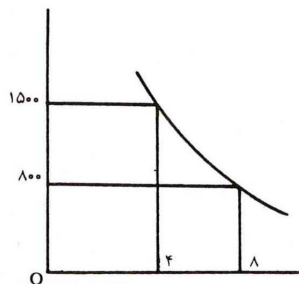
• **کالای جانشینی:** کالاهائی که خدمات مشابه داشته و بجای یکدیگر قابل استفاده هستند. وقتی یکی از این کالاها افزایش یابد تقاضا برای دیگری افزایش می‌یابد.

– **کالای مکمل:** کالاهائی که با هم مصرف می‌شوند لازم و ملزوم یکدیگر هستند وقتی قیمت یکی افزایش می‌یابد تقاضا برای دیگری کاهش می‌یابد را کالاهای مکمل می‌گویند.

– جابجائی منحنی تقاضا و حرکت روی منحنی تقاضا:

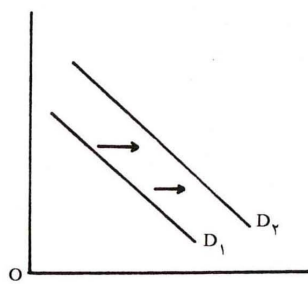
• منحنی تقاضا در شرایطی رسم می‌شود که ما درآمد، قیمت کالاهای دیگر، سلیقه و ترجیحات و انتظارات آینده را ثابت فرض می‌کنیم. چون دستگاه مختصات که منحنی تقاضا را در آن رسم می‌کنیم دوی بعدی است و دو محور آن مقدار و قیمت کالای مورد تقاضا را نشان می‌دهد. هر تغییر دیگری که در تقاضا تأثیر بگذارد و باعث جابجائی منحنی تقاضا می‌شود.

- تغییر در قیمت خود کالا \leftarrow تغییر در مقدار تقاضا \leftarrow حرکت روی منحنی تقاضا (کالای معمولی)
- تغییر در درآمد، ترجیحات، قیمت کالای دیگر \leftarrow تغییر در تقاضا \leftarrow جابجائی منحنی تقاضا (کالای معمولی و پست)

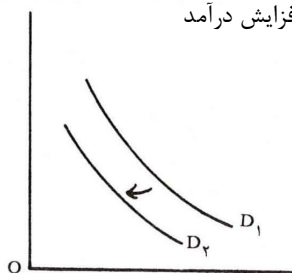


نمودار ۳-۳ کالاهای معمولی

تغییر در قیمت



نمودار ۲-۳ کالاهای معمولی افزایش درآمد



نمودار ۴-۳ کالای پست افزایش درآمد

- از منحنی تقاضای خانوار تا منحنی تقاضای بازار:

- منحنی تقاضای بازار از جمع منحنی‌های خانوارها به دست می‌آید. مقدار کل تقاضا برای یک کالا در بازار در یک قیمت معین چیزی به جزء جمع تقاضای کلیه مصرف کنندگان کالا در آن قیمت نخواهد بود. منحنی تقاضای بازار جمع تقاضای تمام متقاضیان به قیمت‌های مختلف کالا است.

- جابجائی منحنی تقاضا:

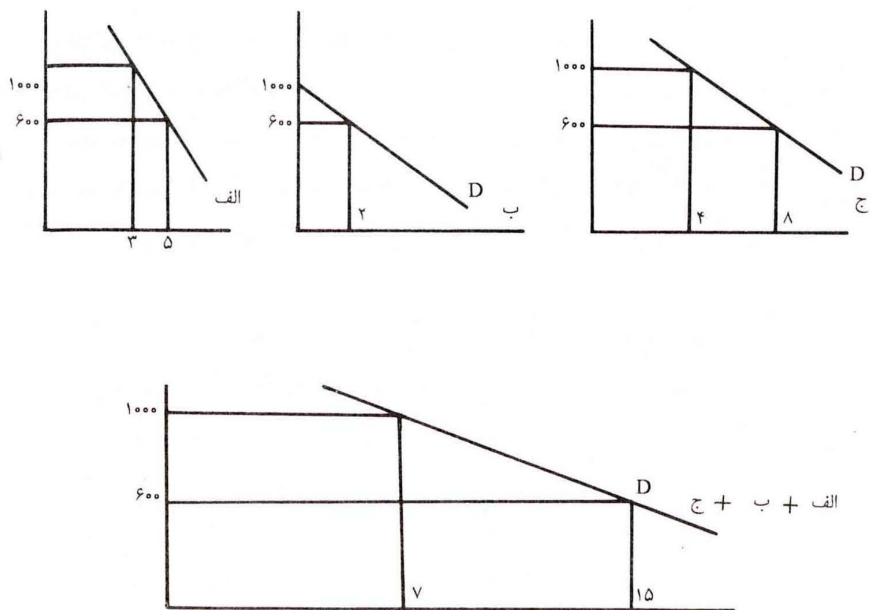
- وقتی به علت تغییر در یکی از عواملی که قبلاً ثابت فرض شده بود، روابط جدیدی بین قیمت و مقدار تقاضای آن به وجود می‌آید.

- حرکت روی منحنی تقاضا:

- زمانی روی منحنی تقاضا حرکت می‌شود که قیمت کالای مورد نظر افزایش یا کاهش می‌یابد.

– تقاضای بازار:

- جمع مقدار تقاضای کلیه خانوارها برای یک کالا یا خدمت تقاضای بازار را تشکیل می‌دهد.



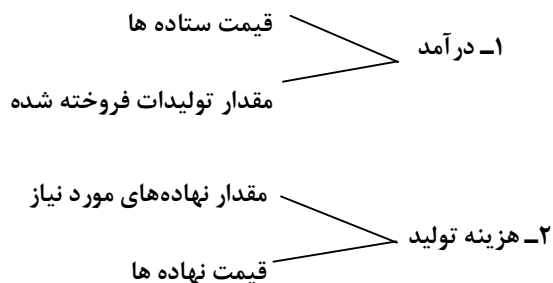
نمودار ۳-۵ منحنی تقاضای بازار

قسمت سوم: عرضه تولیدات (ستاده‌ها) در بازار:

– عرضه تولیدات (ستاده‌ها) در بازار:

- اقتصاد خرد علاوه بر بررسی رفتار خانوارها یا مصرف‌کنندگان رفتار بنگاه‌ها یا تولیدکنندگان کالاها و خدمات نیز می‌پردازد.
- چون سود اختلاف درآمد و هزینه است احتمالاً تغییرات در درآمد و تغییرات در هزینه تولید می‌تواند سود و از آنجا عرضه را متأثر کند.
- عرضه متأثر از تغییر در درآمد و هزینه تولید است. درآمد یک بنگاه بستگی به قیمت کالا در بازار و مقدار فروش او دارد. هزینه تولید بستگی به عوامل بسیاری دارد. عمده‌ترین آنها عبارتند از: نوع نهاده‌هایی که برای تولید مورد نیاز هستند. مقدار هر نهاده‌ی مورد نیاز، قیمت نهاده‌ها.

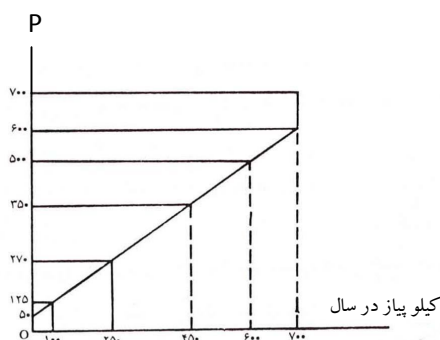
– عرضه تولیدات بستگی به عوامل زیر دارد:



– قیمت و مقدار عرضه – قانون عرضه:

- بطور کلی اگر تصور کنیم که افزایش در قیمت بازار منتهی به افزایش تولیدات شود. یک رابطه مثبت بین مقدار عرضه کالا و قیمت آن وجود دارد. این عبارت به قانون عرضه شهرت دارد.
- منحنی عرضه شیب مثبت خواهد داشت. عرضه کننده گان در قیمت‌های بالاتر مقدار بیشتری از کالا را تولید می‌کند در نتیجه شیب منحنی عرضه مثبت است.

قیمت هر کیلو	مقدار تولید
۵۰	۰
۱۲۵	۱۰۰
۲۷۰	۲۵۰
۳۵۰	۴۵۰
۵۰۰	۶۰۰
۶۰۰	۷۰۰
۷۰۰	۷۰۰



جدول ۲-۳ قیمت و مقدار عرضه

نمودار ۳-۶ منحنی عرضه

• با توجه به تکنیک تولیدی که اختیار نموده در سال محدودیت ۷۰۰ کیلوگرم دارد. اما امکان وجود دارد که احمد بتواند در بلندمدت با خریداری مقدار دیگری زمین، ماشین آلات یا تغییر تکنیک تولید بیشتری نماید. که مفاهیم کوتاه مدت و بلندمدت مطرح می‌شود.

– جابجائی منحنی و حرکت روی منحنی عرضه:

• منحنی عرضه رابطه بین مقدار کالا و یا خدمت قابل عرضه به وسیله یک بنگاه و قیمت آن کالا یا خدمت را نشان می‌دهد. در صورت ثابت بودن متغیرهای دیگر قیمت‌های بالاتر بازار منتهی به تولید بیشتر می‌شود. در واقع منحنی عرضه فقط تغییرات قیمت را روی مقدار عرضه کالا یا خدمات را نشان می‌دهد.

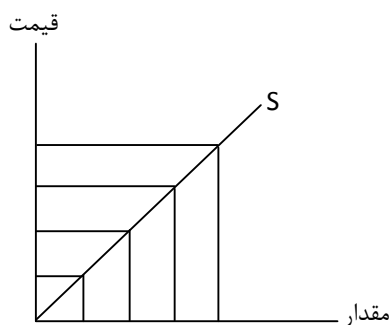
• وقتی عوامل دیگری غیر از قیمت خود کالا یا خدمت که در عرضه مؤثر هستند تغییر می‌کند منحنی عرضه جابجا می‌شود. (عمده ترین عوامل هزینه تولید است)

• هزینه‌های غیرمستقیم هم می‌توانند در تصمیمات عرضه مؤثر افتند. ممکن است در ضمن اینکه پیشرفت تکنیکی باعث جابجائی جدول عرضه و منحنی عرضه برای تولید است.

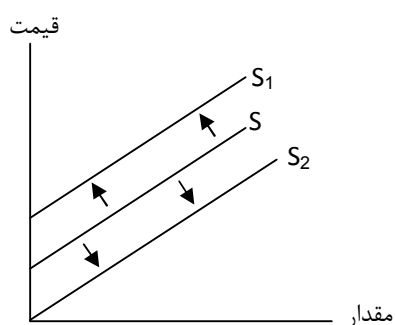
• تغییر در قیمت کالا ← تغییر در مقدار عرضه کالا ← حرکت روی منحنی عرضه

• تغییر در هزینه‌ها، قیمت نهاده‌ها، تکنولوژی ← تغییر در عرضه ← جابجائی منحنی

عرضه



نمودار ۳-۸ منحنی عرضه

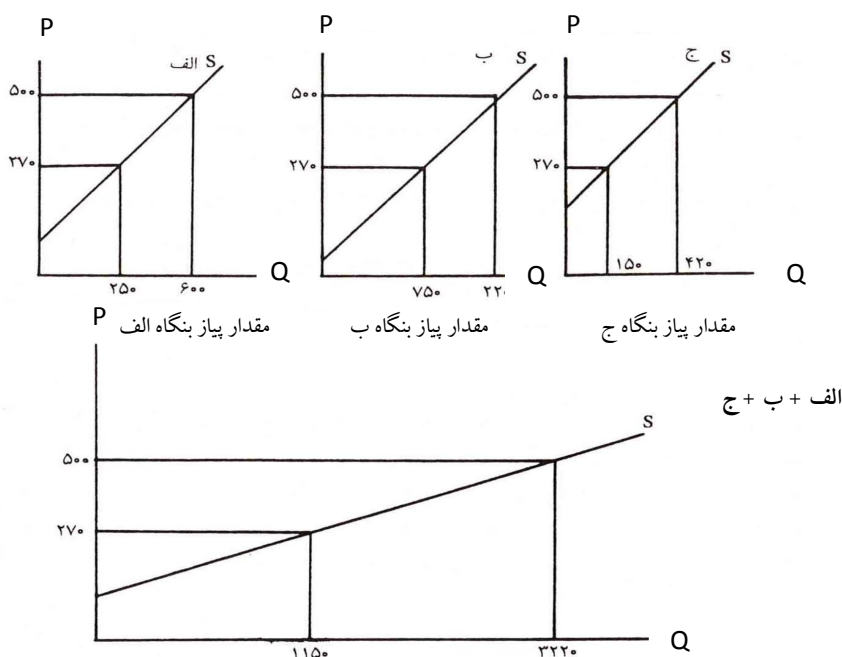


نمودار ۳-۷ جابجایی منحنی عرضه

– از منحنی عرضه یک بنگاه تا منحنی عرضه بازار:

• منحنی عرضه بازار از جمع تمام مقادیر عرضه بنگاه‌های تولیدکننده یک کالا در قیمت‌های مختلف بدست می‌آید.

- جدول عرضه، جدولی که مقادیر مختلف تولید را در ازای قیمت‌های متفاوت نشان می‌دهد.
- منحنی عرضه، که اطلاعات جدول عرضه را در دستگاه مختصات نمودار می‌کند.
- عرضه بازار، جمع تمام مقادیر یک کالا و یا خدمت که به وسیله کلیه عرضه کنندگان آن کالا یا خدمت تولید و عرضه می‌شود و منحنی عرضه بازار را تشکیل می‌دهد.



نمودار ۳-۹ منحنی عرضه بازار

قسمت چهارم: بازار و تعادل در بازار:

- بازار و تعادل در بازار: تصمیمات خانوار و بنگاه‌ها در مورد تقاضا و عرضه مطرح شد و به هر حال فعالیت و عملکرد بازار بستگی به این دو گروه یا برخورد تصمیمات متقاضیان و عرضه کنندگان دارد.

برای کلیه بازارها سه موقعیت می‌تواند رخ دهد:

- ۱- مقدار تقاضا در قیمت موجود نسبت به مقدار عرضه بیشتر باشد (تقاضای مازاد)
- ۲- سطح عرضه نسبت به کالای تقاضا شده در قیمت موجود فزونی یابد (عرضه مازاد)

۳- اگر دو مورد فوق در بازار نباشد مقدار تقاضا و عرضه در قیمت‌های جاری با یکدیگر برابر خواهند بود (تعادل در بازار)

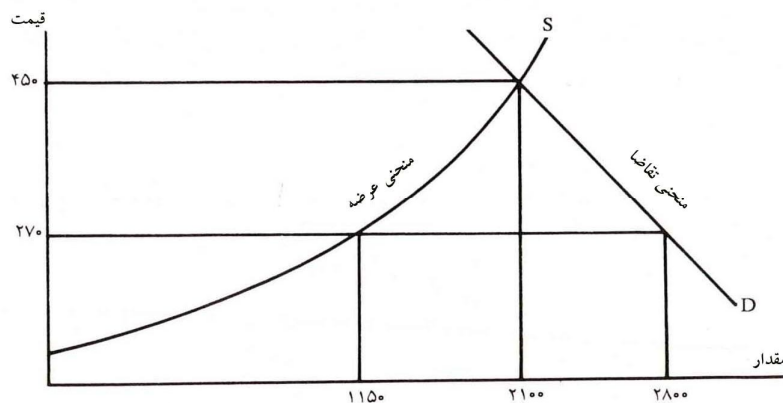
۱- تقاضای مازاد:

• در نمودار ۳-۱۰ در قیمت ۲۷۰ ریال مقدار عرضه پیماز از طرف مزرعه داران ۱۱۵۰ کیلو خواهد بود. در حالی که متقاضیان در این قیمت ۲۸۰۰ کیلو تقاضا دادند. در نتیجه موجب افزایش قیمت می‌شود که دو واقعه رخ می‌دهد:
اول: مقدار تقاضا با خروج بعضی از متقاضیان از بازار کاهش می‌یابد و احتمالاً به بازار کالای جانشین می‌روند.

دوم: مقدار عرضه افزایش می‌یابد چون مزرعه داران با مشاهده افزایش قیمت تخصیص منابع بیشتر می‌دهند برای تولید بیشتر.

• این جریان تا زمانی که تقاضای مازاد از بازار حذف شود ادامه خواهد یافت. این واقعه در قیمت ۴۵۰ ریال و عرضه ۲۱۰۰ کیلوگرم برابر و تعادل می‌یابد.

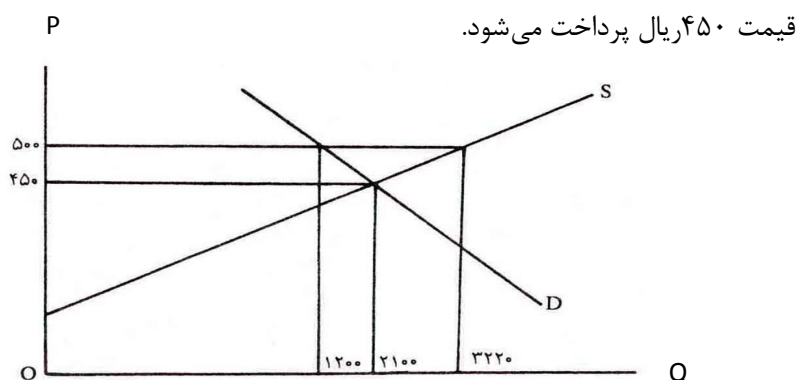
• وقتی مقدار تقاضا بیشتر از مقدار عرضه باشد قیمت‌ها تمایل به افزایش می‌گیرند وقتی که قیمت در یک بازار افزایش یابد مقدار تقاضا کاهش می‌یابد و عرضه افزایش تا بازار به شرایط تعادل که در آن مقدار تقاضا شده از کالا برابر مقدار عرضه شده است.



نمودار ۳-۱۰ تقاضای مازاد

۲- عرضه مازاد:

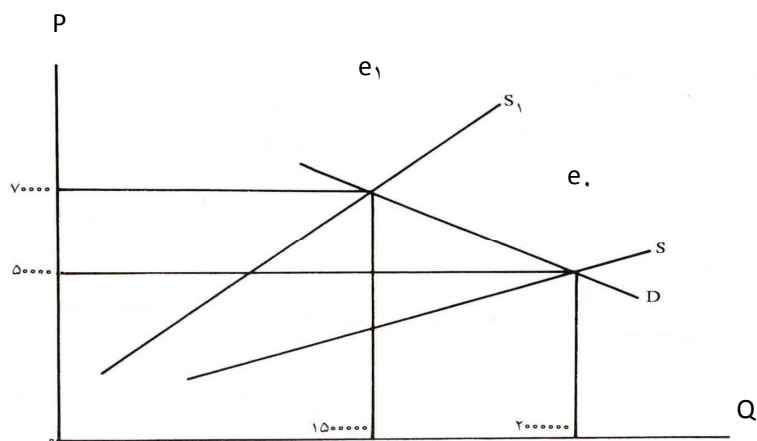
- در نمودار ۱۱-۳ در قیمت ۵۰۰ ریال برای هر کیلو تولید بیشتر و عرضه به میزان ۳۲۲۰ کیلو برای فروش عرضه می‌شود در صورتی که در قیمت ۵۰۰ ریال تقاضای مصرف کننده ۱۲۰۰ کیلو بیشتر نیست در نتیجه بازار عرضه تولیدکننده مجبور است قیمتها را کاهش دهد.
- در قیمت ۴۵۰ ریال که نقطه تعادل عرضه و تقاضا می‌باشد میزان ۲۱۰۰ کیلو تقاضا و



نمودار ۱۱-۳ عرضه مازاد

تغییرات در تعادل:

- در نمودار ۱۲-۳ تعادل در تولید و مصرف ۲/۰۰۰/۰۰۰ و قیمت ۵۰/۰۰۰ ریال است. با توجه به عواملی غیر از قیمت و مقدار که اثر روی منحنی عرضه و انتقال آن می‌شود مثلاً حوادث طبیعی و غیر قابل پیش بینی منحنی عرضه در تولید محصول را به سمت چپ و بالا انتقال می‌دهد.



نمودار ۱۲-۳ جابجایی منحنی عرضه در بازار

- در این حالت قیمت محصول به خاطر کمبود عرضه افزایش می‌یابد. تا جایی که در مقدار $1/500/000$ مجدداً با قیمت جدید $70/000$ ریال تعادل برقرار می‌شود.
- در قیمت $50/000$ ریال برای هر تن تقاضای مازاد وجود دارد با افزایش قیمت و کاهش تقاضا افزایش عرضه بازار به تعادل جدید خواهد رسید.
- **تعادل:** شرایطی که مقدار عرضه و مقدار تقاضا با یکدیگر برابر و قیمتی که در چنین شرایطی است قیمت تعادل می‌گویند.
- **تقاضای مازاد:** شرایطی که مقدار تقاضا شده در قیمت‌های جاری بیش از مقدار عرضه شده باشد را با وجود تقاضای مازاد معرفی می‌کنند.
- **عرضه مازاد:** قیمت‌های موجود مقدار عرضه بر مقدار تقاضا شده فزونی می‌گیرد.
- **چند نکته مهم در مورد مکانیزم عرضه و تقاضا در بازار ستاده‌ها:**
 - ۱- عوامل تعیین کننده تقاضا عبارتند از: ترجیحات خانوارها، درآمد و ثروت خانوارها، قیمت‌ها، و انتظارات از تغییرات آینده
 - ۲- عوامل تعیین کننده عرضه عبارتند از: هزینه‌های تولید و قیمت‌ها، هزینه‌های تولید به وسیله قیمت نهاده‌ها، تکنیک تولید
 - ۳- در سمت تقاضا سؤال اینست که در قیمت‌های معین اگر خانوارها بتوانند آنچه می‌خواهند را خریداری کنند چه قدر خریداری خواهند کرد.
 - ۴- در سمت عرضه سؤال اینست که در قیمت‌های معین اگر بنگاه بتواند آنچه که می‌خواهد بفروشد چقدر تولید می‌کند.
 - ۵- قیمت همیشه بر حسب قیمت واحد است.
 - ۶- مقدار مورد تقاضا همیشه بر حسب یک دوره زمانی معین است مثل یکروز، یکماه یا یکسال
 - ۷- در مورد حرکت روی منحنی‌های تقاضا و عرضه و جابجایی این منحنی‌ها دقت کامل بکنید.

نمونه سؤالات پایان ترم فصل سوم همراه پاسخنامه

- ۱- تصمیمات خانوار متاثر از افراد آن خانوار می باشد.
- الف) درآمد (ب) ثروت (ج) انتظارات (د) سلیقه و ترجیحات
- ۲- شیب منحنی تقاضا چگونه است؟
- الف) نزولی و مثبت (ب) صعودی و مثبت (ج) صعودی و منفی (د) نزولی و منفی
- ۳- در منحنی تقاضا رابطه مقدار و قیمت چگونه است؟
- الف) با افزایش قیمت مقدار زیاد می شود (ب) با کاهش قیمت مقدار زیاد می شود.
- ج) با کاهش قیمت مقدار هم کاهش می یابد. (د) با کاهش قیمت مقدار ثابت می شود.
- ۴- هنگامیکه افزایش در قیمت یک کالا باعث افزایش در تقاضا برای کالای دیگر شود آن کالا را می نامند.
- الف) کالای معمولی (ب) کالای پست (ج) کالای جانشینی (د) کالای مکمل
- ۵- در دو کالای مکمل قیمت در یکی از آنها باعث تقاضا برای دیگری خواهد شد.
- الف) افزایش - کاهش (ب) کاهش - کاهش
- ج) افزایش - افزایش (د) کاهش - افزایش
- ۶- زمانی که بین تقاضا برای یک کالا و درآمد رابطه معکوس وجود داشته باشد آن کالا را می نامیم.
- الف) کالای مکمل (ب) کالای جانشینی (ج) کالای پست (د) کالای معمولی
- ۷- عرضه به چه عواملی بستگی دارد؟
- الف) تغییر در درآمد و هزینه کالاهای دیگر (ب) ترجیحات و هزینه تولید
- ج) تغییر در درآمد و هزینه تولید (د) ترجیحات و هزینه کالای دیگر
- ۸- انتخاب بهترین تکنیک تولید به کدام یک از عوامل زیر بستگی دارد؟
- الف) قیمت کالاها (ب) قیمت ستاده‌ها (ج) قیمت نهاده‌ها (د) درآمد
- ۹- سه عامل مشترک که در عرضه و تقاضا موثر هستند کدامند؟
- الف) سلیقه - قیمت - مقدار (ب) مقدار ، ترجیحات ، انتظار
- ج) سلیقه - ترجیحات - انتظار (د) قیمت - انتظار - مقدار

۱۰- تغییر در قیمت کالا منجر به و تغییر در هزینه ها و قیمت نهاده ها

و تکنولوژی منجر به می شود.

الف) جابجایی منحنی عرضه - حرکت روی منحنی عرضه

ب) حرکت روی منحنی تقاضا - جابجایی منحنی عرضه

ج) حرکت روی منحنی عرضه - جابجایی منحنی تقاضا

د) حرکت روی منحنی عرضه - جابجایی منحنی عرضه

۱۱- خروج بنگاه ها باعث جابجایی منحنی عرضه به سمت و ورود

تولیدکنندگان جدید باعث جابجایی منحنی عرضه به سمت می شود.

الف) راست - چپ

ب) چپ - راست

ج) راست - راست

د) چپ - چپ

۱۲- هنگامی که مقدار تقاضا در قیمت موجود نسبت به مقدار عرضه بیشتر باشد

..... و هنگامی که مقدار عرضه نسبت به کالای تقاضا شده بیشتر باشد

..... وجود دارد.

الف) عرضه مازاد - تعادل

ب) عرضه مازاد - تقاضای مازاد

ج) تقاضای مازاد - عرضه مازاد

د) تقاضای مازاد - تعادل

۱۳- هنگامیکه تقاضای مازاد وجود دارد قیمتتها و سپس تقاضا

..... می یابد.

الف) افزایش - افزایش

ب) کاهش - افزایش

ج) افزایش - کاهش

د) کاهش - کاهش

۱۴- هنگامی که عرضه مازاد وجود دارد قیمتتها و تقاضا می یابد

در نتیجه عرضه کاهش یافته و تعادل برقرار می شود.

الف) کاهش - افزایش

ب) افزایش - کاهش

ج) کاهش - کاهش

د) افزایش - افزایش

۱۵- منحنی تقاضا تحت تاثیر افزایش درآمد به کدام سمت جابجا می شود؟

الف) راست - پایین

ب) چپ - بالا

ج) راست - بالا

د) راست - پایین

۱۶- اگر تقاضا برای یک کالا ارتباط مستقیم با درآمد داشته باشد آن کالا را یک می‌نامند.

الف) کالای معمولی (ب) کالای جانشینی

ج) کالای پست (د) کالای مکمل

۱۷- کدام یک از گزینه های زیر قانون عرضه را بیان می کند؟

الف) رابطه منفی بین مقدار عرضه کالا و قیمت آن

ب) رابطه منفی بین مقدار تقاضا و قیمت آن

ج) رابطه مثبت بین مقدار تقاضا و قیمت آن

د) رابطه مثبت بین مقدار عرضه کالا و قیمت آن

۱۸- هنگامی که مازاد عرضه وجود دارد یعنی و هنگامی که کسری عرضه وجود دارد یعنی داریم .

الف) کسری عرضه - مازاد عرضه (ب) کسری عرضه - مازاد تقاضا

ج) کسری تقاضا - مازاد تقاضا (د) مازاد تقاضا - کسری تقاضا

۱۹- یک بنگاه از طریق تبدیل به و فروش آن در بازار شکل می‌گیرد.

الف) کالا- منابع (ب) منابع - مواد اولیه

ج) ستاده - نهاده (د) نهاده - ستاده

۲۰- اگر برای تولید یک کالا، کارگر و فراوان باشد آن تکنیک تولید را تفکیک می‌نامند.

الف) گران - کاربر (ب) گران - سرمایه بر

ج) ارزان - کاربر (د) ارزان - سرمایه بر

۲۱- کدام یک از گزینه های زیر در تکمیل این جمله مناسب می باشد؟

با مصرف هر کالا در یک دوره زمانی مشخص، احتمالا مطلوبیت و رضایت خاطر واحدهای اضافی می یابد.

الف) کمتر - کاهش (ب) کمتر - افزایش

ج) بیشتر - افزایش (د) بیشتر - کاهش

۲۲- برای دو کالای جانشین قیمت در یکی باعث تقاضا برای دیگری خواهد شد.

- الف) افزایش - کاهش
 ب) کاهش - افزایش
 ج) افزایش - ثابت ماندن
 د) کاهش - کاهش

۲۳- کدام یک از گزینه های زیر بیانگر کالای مکمل نمی باشد؟

- الف) کره مربا ب) فیلم و دوربین ج) قند و چای د) گوشت و مرغ

۲۴- برای حرکت روی منحنی تقاضا کدام یک از عوامل زیر تاثیر گذارند؟

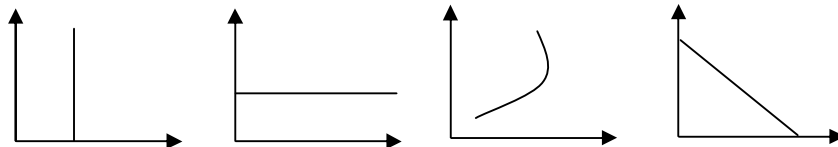
- الف) قیمت ب) مقدار
 ج) ترجیحات د) قیمت و مقدار

۲۵- کدام یک از گزینه های زیر از عمده ترین عامل موثر بر عرضه کالا به شمار می رود؟

- الف) مقدار ب) هزینه تولید ج) انتظارات د) سلیقه و ترجیحات

۲۶- کدام یک از گزینه های زیر نشان دهنده مقدار ثابت کالا و قیمت های متفاوت آن است؟

- الف) ب) ج) د)



۲۷- کالای پست چه کالایی است؟

- الف) کالایی که هنگام افزایش درآمد تقاضا برای آن کاهش می یابد.
 ب) کالایی که هنگام افزایش درآمد تقاضا برای آن افزایش می یابد.
 ج) کالایی که هنگام افزایش درآمد عرضه آن افزایش می یابد.
 د) کالایی که هنگام افزایش درآمد عرضه آن کاهش می یابد.

۲۸- کاهش هزینه های تولیدی باعث جابه جایی نمودار به سمت و افزایش آن باعث جابجایی به سمت می شود.

- الف) پایین - بالا ب) بالا - پایین ج) پایین - پایین د) بالا - بالا

۲۹- خانوارها چه چیزی را تعیین می کند؟

(الف) مقدار ستاده هایی که باید تولید و عرضه شود.

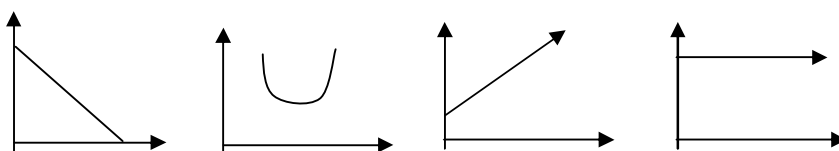
(ب) نوع و مقدار نهاده هایی که تقاضا می شوند و تکنیک تولید را تعیین می کند.

(ج) نوع و مقدار کالاهای مورد تقاضا در بازار ستاده ها

(د) نوع نهادهای عرضه شده در بازار نهاده ها

۳۰- کدام یک نشان دهنده محور تقاضای نرمال است؟

(الف) (ب) (ج) (د)



۳۱- آن کالایی که وقتی درآمد می یابد تقاضا می شود و

وقتی درآمد می شود تقاضا می یابد را کالای معمولی می

خوانیم.

(الف) زیاد- کم - کم - زیاد (ب) افزایش - زیاد - کاهش - افزایش

(ج) کاهش - زیاد - افزایش - کم (د) افزایش - افزایش - کاهش - افزایش

۳۲- کدام یک از عوامل زیر باعث حرکت روی منحنی تقاضا می شود؟

(الف) تغییر در قیمت خود کالا و تغییر در مقدار تقاضا (ب) تغییر درآمد- ترجیحات

(ج) تغییر در تقاضا (د) قیمت کالاهای دیگر

۳۳- جمع مقدار تقاضای کلیه خانوارها برای یک کالا یا خدمات چه نامیده می

شود؟

(الف) قانون تقاضا (ب) قانون عرضه

(ج) تقاضای بازار (د) تقاضای مازاد

۳۴- جدولی که مقادیر مختلف تولید را در ازای قیمت‌های متفاوت نشان می دهد؟

(الف) جدول تقاضا (ب) جدول عرضه (ج) منحنی تقاضا (د) منحنی عرضه

۳۵- مقدار مورد تقاضا همیشه بر حسب چه چیزی معین می شود؟

(الف) یک دوره زمانی (ب) بازار (ج) بنگاه ها (د) خانوارها

پاسخنامه

د	ج	ب	الف	
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۹
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۰
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۱
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۳
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۵
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۸
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۲
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۵

د	ج	ب	الف	
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۵
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۲
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۴
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۶
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۸

فصل چهارم: رفتار مصرف کننده و مطلوبیت

قسمت اول: رفتار مصرف کننده و مطلوبیت

- دو عامل عمده تصمیم گیرنده اقتصادی یعنی مصرف کنندگان و تولیدکنندگان می پردازیم.
- تصمیمات عمده‌ای که بوسیله خانوارها گرفته می‌شود سه گونه هستند عبارتند از:
 - ۱- چقدر از هر ستاده تقاضا نمایند
 - ۲- چند ساعت کار عرضه نمایند
 - ۳- چقدر خرج کنند و چقدر برای خرج در آینده پس انداز نمایند
- در هریک از انتخابهای فوق خانوار با محدودیت روبرو می‌باشد که هیچ گونه کنترل بر این محدودیتها ندارد. مفروضات زیر:
 - در یک سیستم بازارهای رقابت کامل هم خانوارها و هم بنگاهها در قیمت بازار تأثیری ندارند.
 - عوامل مؤثر در تقاضای خانوارها را به صورت زیر برشمردیم:
 - ۱- قیمت کالای مورد نظر
 - ۲- درآمد موجود خانوار
 - ۳- ثروت اندوخته شده بوسیله خانوار
 - ۴- قیمت کالاها و خدمات دیگر که موجود هستند
 - ۵- سلیقه و ترجیحات خانوار
 - ۶- انتظار در مورد قیمت‌ها و درآمد و ثروت آتی
 - منحنی تقاضا ارتباط بین مقدار تقاضا و قیمت را نشان می‌دهند مشروط بر اینکه عوامل مؤثر دیگر ثابت باشند.
 - وضعیت فردی که از نظر درآمد و هزینه نشان می‌دهد تقاضای هر مصرف کننده برای یک کالای خاص در بازار یکی از بسیار تصمیماتی است که او در جریان تصمیم گیری کلی خود با توجه به محدودیت‌های موجود اتخاذ می‌کند.
 - هر مصرف کننده دیر یا زود با محدودیت بودجه مواجه می‌شود.

جدول ۴-۱ درآمد و هزینه و انواع انتخابها

انتخاب	اجاره ماهیانه	تعداد و هزینه‌های دیگر	هزینه کل	درآمد
الف	۴۰.۰۰۰	۶۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰
ب	۵۰.۰۰۰	۵۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰
ج	۷۰.۰۰۰	۳۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰
د	۸۰.۰۰۰	۲۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰
هـ	۱۰۰.۰۰۰	۲۰.۰۰۰	۱۲۰.۰۰۰	۱۰۰.۰۰۰

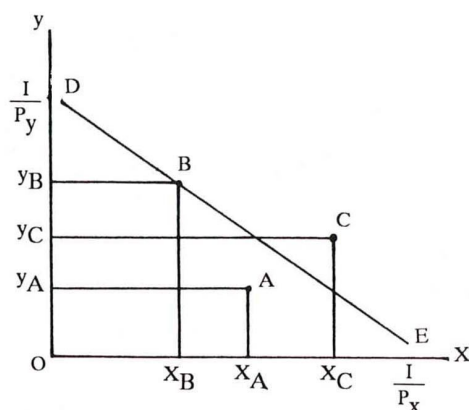
- شکل محدودیت بودجه:

• خانواری که فقط درآمدی برابر I داشته و فاقد ثروت است. این خانوار فقط دو کالای X و Y را خریداری می‌کند که قیمت این دو کالا به ترتیب برابر P_X و P_Y از آنجا که مبلغ هزینه شده روی دو کالا از درآمد تجاوز نمی‌کند می‌توان محدودیت بودجه را $I \leq P_X X + P_Y Y$

$$P_X X + P_Y Y \leq I$$

• خط ED کلیه ترکیبهای دو کالای X و Y را نشان می‌دهد اگر تمام درآمد صرف خرید این دو کالا شود.

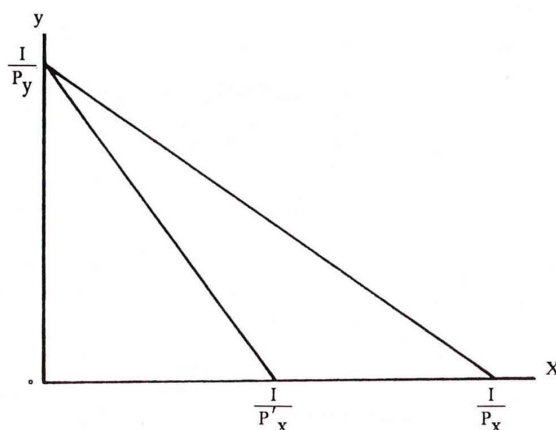
در نقطه B تمام درآمد صرف خرید دو کالا شده است. در نقطه A تمام درآمد صرف نشده و مازاد درآمد داریم در نقطه C در دسترس نیست.



نمودار ۴-۱ خط بودجه

• محدودیت بودجه و مجموعه در دسترس برای مصرف کننده‌ای که دو کالا را خریداری می‌کند.

- تأثیر افزایش قیمت کالای X روی محدودیت بودجه خانوار
- وقتی که قیمت یک کالا افزایش می‌یابد منحنی محدودیت بودجه دوران می‌کند و انتخاب‌های محدودتری را باقی می‌گذارد.



نمودار ۲-۴ افزایش قیمت کالای X روی محدودیت بودجه خانوار

قسمت دوم: پایه و اساس انتخاب یا مطلوبیت:

- ترجیحات و سلیقه افراد عامل انتخاب نهائی خانواده‌ها با توجه به محدودیت‌ها به حساب می‌آید.
- یک کالا نسبت به کالای دیگر ترجیح داده می‌شود یا خیر بستگی به این دارد که چقدر مطلوبیت یا رضایت مندی نسبت به کالای دیگر در خود دارد.
- بعضی نارسائی‌ها و مشکلات در مفهوم مطلوبیت وجود دارد. اول اینکه اندازه گیری مطلوبیت غیر ممکن است دوم مقایسه مطلوبیت دو نفر با یکدیگر نیز غیر ممکن است.

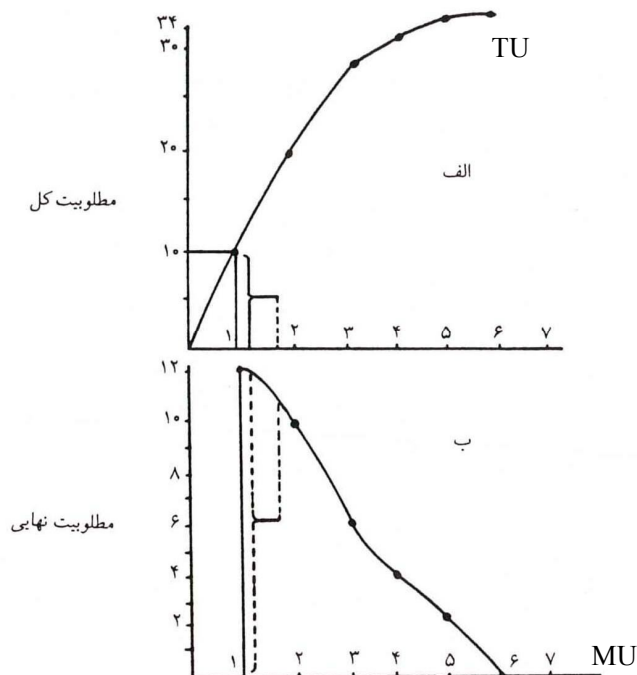
– نزولی بودن مطلوبیت نهائی:

- الفرد مارشال اقتصاددان قرن نوزدهم: هرچه قدر از یک کالا بیشتر مصرف می‌کنیم رضایت مندی که از واحدهای اضافی یا نهائی آن بدست می‌آوریم کمتر می‌شود. این مهم را طبیعت انسانی دانسته و آن را قانون نزولی بودن مطلوبیت نهائی نام داده است.

• مطلوبیت نهائی مطلوبیت اضافی است که با مصرف یک واحد دیگر از یک کالا بدست می‌آید. تا زمانی که یک کالا مطلوبیت نهائی مثبت داشته باشد مطلوبیت کل افزایش خواهد یافت وقتی مطلوبیت نهائی صفر می‌شود مطلوبیت کل دیگر افزایش نمی‌یابد.

جدول ۲-۴ مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی در تعداد مراجعه

مطلوبیت نهائی	مطلوبیت کل	تعداد دفعات
۱۲	۱۲	۱
۱۰	۲۲	۲
۶	۲۸	۳
۴	۳۲	۴
۲	۳۴	۵
۰	۳۴	۶



نمودار ۳-۴ منحنی‌های مطلوبیت کل و مطلوبیت نهائی

– تخصیص درآمد برای حداکثر نمودن مطلوبیت:

• محمود واقعا چندبار به تماشای تئاتر می‌رود؟ این مطلب به سه چیز بستگی دارد: درآمد او، قیمت بلیط تئاتر و عمل دیگری که می‌تواند به جای رفتن به تئاتر انجام دهد.

• ابتدا فرض بود که هم تماشای تئاتر و هم رفتن به مسابقه والیبال مجانی باشد ولی مجانی بودن به این معنی نیست که محمود بتواند در یک شب هم به سینما و هم به مسابقه برود برای او محدودیت زمانی مطرح است او باید هر شب بین سینما و والیبال یکی را انتخاب کند.

• اگر تئاتر را کالای X و مسابقه والیبال را کالای Y بنامیم مطلوبیت نهائی آنها به ترتیب Mux, Muy و قیمت px, py بنامیم $\frac{Mux}{px}, \frac{Muy}{py}$ و به طور کلی مصرف کننده بدنبال حداکثر مطلوبیت هزینه‌های خود را روی کالاها و خدمات ترتیب می‌دهد که شرط $\frac{Mux}{Px} = \frac{Muy}{py}$ و اگر هر کدام از طرف مساوی بیشتر بود افزایش مطلوبیت دیگری نشان می‌دهد.

• نرخ نهائی جانشینی $MRS = \frac{Mux}{Muy} = \frac{px}{py} \Rightarrow \frac{Mux}{Px} = \frac{Muy}{py}$

• نسبت مطلوبیت نهائی کالای X به مطلوبیت نهائی کالا Y را نرخ جانشینی می‌خوانیم.

$$MRS = \frac{Mux}{Muy} = \frac{4}{1} = 4$$

• اگر $\frac{Mux}{Muy}$ برابر چهار باشد یک واحد X چهار برابر یک واحد Y ارزش دارد یعنی حاضر هستیم که چهار واحد از Y را با یک واحد از X مبادله کنیم. نسبت قیمت‌های و اگر $\frac{px}{py} = \frac{5}{1} = 5$ برابر پنج باشد که یک واحد X پنج برابر بیشتر از یک واحد Y به فروش می‌رسد اگر ما از خریدن یک واحد X چشم‌پوشی نمائیم می‌توانیم پنج واحد Y خریداری کنیم. اگر $\frac{Mux}{Muy} = 4$ برابر چهار و $\frac{px}{py} = 5$ برابر پنج باشد بهتر است از کالای Y خریداری کنیم چون اگر یک واحد از X را برای چهار واحد از Y مبادله کنیم مطلوبیت ما کاهش نمی‌دهد.

یابد در حالیکه در بازار برای یک واحد از کالای X به ما پنج واحد از کالای Y می‌دهند. در نتیجه ما با خرید کمتر از X و بیشتر از Y مطلوبیت اضافه بدست می‌آوریم. اگر $\frac{Mux}{Muy} > \frac{px}{py}$ بزرگتر از نسبت قیمت‌ها باشد عکس آنچه در بالا گفتیم رخ می‌دهد.

– ارتباط منحنی تقاضا و مطلوبیت:

- نزولی بودن مطلوبیت نهائی و شیب منحنی تقاضا: نزولی بودن مطلوبیت نهایی نزولی بودن منحنی تقاضا را هم توجیه می‌کند.
- اگر با افزایش در مصرف یک کالا مطلوبیت نهایی آن کاهش یابد قاعدتا ما تمایل خواهیم داشت که برای هر واحد اضافی مبلغ کمتری را پرداخت کنیم. این یکی از دلایلی است که منحنی تقاضای فردی شیب منفی پیدا می‌کند.

قسمت سوم: اثر جانشینی و اثر درآمدی:

- مصرف کننده‌ها با محدودیت انتخاب روبرو هستند. تغییرات قیمت‌ها از دو طریق به خانوارها تأثیر می‌گذارند.
- اگر مصرف کننده پس از کاهش قیمت کالا به همان مقدار قبل از کاهش قیمت از کالا خریداری نماید هزینه او روی کالای مذکور کمتر از گذشته بوده و بخشی از درآمد او باقی می‌ماند که می‌تواند این درآمد اضافی را صرف خرید همان کالا یا کالاهای دیگر بنماید. (تأثیر درآمدی تغییر در قیمت گویند)
- اگر نسبت قیمت‌ها بیان کننده هزینه فرصت کالای X می‌باشد. اگر قیمت کالای X کاهش یابد چنین معنی می‌دهد که می‌توانیم یک واحد از X را با گذشت از تعداد کمتری Y بدست آوریم. افزایش در مصرف کالای X که به این ترتیب یعنی به خاطر ارزانی اتفاق می‌افتد. (اثر جانشینی تغییر قیمت می‌خوانند).
- عکس آنچه در مورد کاهش قیمت توضیح دادیم در مورد افزایش قیمت صادق است. افزایش قیمت باعث می‌شود که شخص نتواند به تعداد گذشته از کالای X خریداری کند و وضعیت او بدتر می‌شود. در نتیجه تقاضایش برای کالای X کاهش می‌یابد (اثر درآمدی) و افزایش قیمت کالای X باعث می‌شود که برای مصرف یک واحد بیشتر از X می‌باید مقدار بیشتری از کالای Y از دست برود در صورتیکه با گذشت از مصرف کالای X می‌توان بیشتر از گذشته کالای Y را خریداری نمود نتیجتاً محتمل است که مقدار بیشتری کالای Y را با گذشت بیشتر از خرید کالای X بدست آورد (اثر جانشینی).

• اگر قیمت یک کالا کاهش پیدا کند با تحت دو تأثیر درآمدی و جانشینی مقدار بیشتری از کالای مورد نظر را مصرف می‌کنیم اگر قیمت کالا افزایش یابد مقدار مصرف خود را کاهش می‌دهد. با دقت در اثر تغییرات بعضی از کالاها متوجه شوید که اثر جانشینی و درآمدی در جهت مخالف هستند.

قسمت چهارم: منحنی‌های بی تفاوتی:

• چگونه مصرف کننده با توجه به محدودیت درآمد و معین بودن قیمت کالاها بین دو کالا انتخاب می‌کند. اگر فقط دو کالا وجود داشته باشد و مبادرت به انتخاب بهینه نماید چگونه منحنی‌های بی تفاوتی بوجود می‌آیند.

فرضیات: چهار فرض برای تجزیه و تحلیل مورد نظر لازم داریم:

۱- کالاهای مورد نظر دارای مطلوبیت نهائی مثبت هستند یعنی مقدار بیشتر از هر کالا را ترجیح دارد. فرض معقولی است زیر مطلوبیت منفی را انسان از آن اجتناب می‌کند و مصرف نمی‌کند.

۲- فرض نرخ نهائی جانشینی نزولی باشد یعنی هرچه بیشتر از کالای X و کمتر از کالای

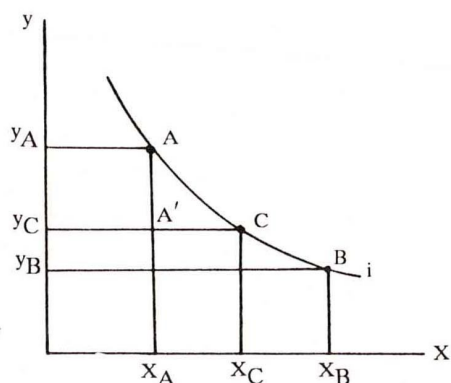
Y مصرف کنیم $\frac{MUX}{MUy}$ کاهش می‌یابد که قطعاً مشابه فرضیه نزولی بودن مطلوبیت نهائی است.

۳- فرض اینکه مصرف کنندگان قادر هستند بین انواع ترکیب‌های کالاها و خدمات موجود انتخاب نمایند در انتخاب دو کالای A و B سه صورت وجود دارد • A را به B ترجیح دهد • B را به A ترجیح دهد • بین A و B بی تفاوت باشد.

۴- فرض انتخاب مصرف کننده به قاعده عقلانی بودن مبتنی باشد اگر مصرف کننده‌ای A را به B ترجیح دهد و همچنین B را به C ترجیح دهد آنگاه در مقابل انتخاب بین A و C می‌باید A را بر C ترجیح دهد.

- استخراج منحنی بی تفاوتی:

• یک منحنی بی تفاوتی مجموعه‌ای از نقاط است که هر نقطه از این مجموعه ترکیب خاصی از کالاهای X و Y را بدهد که همه آنها یک سطح مطلوبیت را به ما بدهند. (مطلوبیت کل برابر)

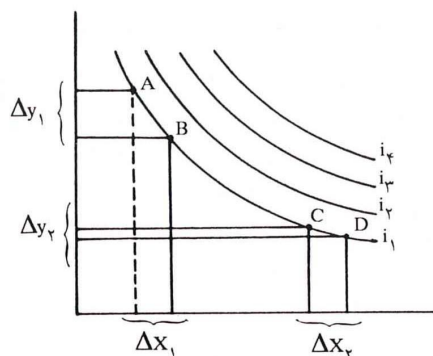


نمودار ۴-۴ منحنی بی تفاوتی

- هر نقطه‌ای در دستگاه مختصات یک مقداری از X و یک مقداری از Y را تعیین می‌کند. هر مصرف کننده یک مجموعه‌ای از منحنی‌های بی تفاوتی دارد.
- در نقطه A به مصرف کننده یک مقدار جزئی بیشتر از دو کالای X و Y بدهد نقطه جدیدی بدست می‌آید که شروع منحنی و نقاط دیگر منحنی بی تفاوتی را بوجود می‌آورد.
- هر منحنی که در سمت راست و بالای منحنی دیگر قرار داشته باشد ارجح تر یعنی ترکیب کالاهائی که با آن نشان داده می‌شوند مطلوبیت بیشتری را ایجاد می‌کنند.
- شکل منحنی‌های بی تفاوتی بستگی به ترجیحات افراد دارد و مجموعه منحنی‌های بی تفاوتی را نقشه ترجیحات یا نقشه بی تفاوتی می‌خوانند که هر مصرف کننده یک نقشه ترجیحات منحصر دارد.

= خصوصیات منحنی‌های بی تفاوتی:

- منحنی‌ها به سمت مرکز مختصات محدب می‌باشد این شکل خاص از منحنی بی تفاوتی نتیجه مستقیم فرضیه نزولی بودن نرخ جانشینی است.
- برای درک بهتر محدب بودن منحنی‌های بی تفاوتی به بخشی از منحنی A_1 که بین دو نقطه A و B و بخشی که بین دو نقطه C و D قرار دارد توجه فرمائید. حرکت از A به B با مبادله مقدار قابل توجهی از کالای Y مقدار نسبتاً کمی از کالای X را می‌توان بدست آورد. ولی حرکت از C به D نشان می‌دهد که مصرف کننده حاضر است مقدار کمی از کالای Y مقدار بیشتری از کالای X را دریافت کند.



نمودار ۴-۵ نقشه ترجیحات

• حرکت از A به B تغییری در مطلوبیت کل ایجاد نمی کند.

اگر مطلوبیت نهائی y را با mu_y و تغییرات در مصرف y را با Δy مشخص کنیم داریم:

$$۱- (MU_y \cdot \Delta y) = \text{مطلوبیت از دست رفته برای کاهش مصرف } y$$

$$۲- (MU_x \cdot \Delta x) = \text{مطلوبیت بدست آمده از افزایش در مصرف } x$$

از آنجا که دو رابطه ۱ و ۲ باید برابر باشند داریم:

$$۳- (MU_x \cdot \Delta x) = (MU_y \cdot \Delta y)$$

$$۴- \frac{MU_x}{MU_y} \text{ یا}$$

$$\frac{-(MU_x \Delta x)}{MU_y} = \frac{(MU_y \Delta y)}{MU_y} = \frac{MU_x \Delta x}{MU_y} = \frac{\Delta y}{1} = \frac{MU_x \Delta x}{MU_y \Delta y} = \frac{MU_x \Delta x}{MU_y \Delta y \Delta y} = \frac{MU_x}{MU_y} = -\frac{\Delta y}{\Delta x}$$

$\frac{MU_x}{MU_y}$ چون $\frac{\Delta y}{\Delta x}$ شیب منفی بی تفاوتی است در نتیجه می توان گفت که شیب منفی

بی تفاوتی برابر نسبت مطلوبیت نهائی کالای X به مطلوبیت نهائی کالای Y با علامت منفی است.

– منحنی های بی تفاوتی:

• تقاضا تابعی از درآمد، قیمت کالاها و خدمات و ترجیحات مصرف کنندگان است.

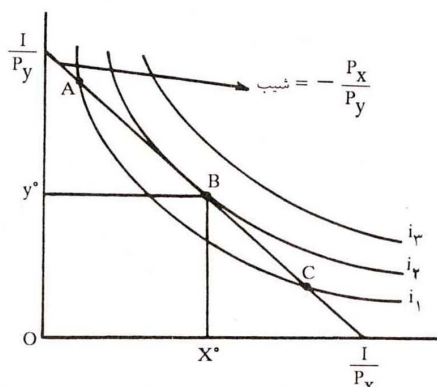
چگونه به کمک منحنی های بی تفاوتی و محدودیت بودجه ترکیب کالاهای X و Y را که مصرف کننده انتخاب می کند بدست می آوریم.

• محدودیت بودجه ترکیبهای مختلف کالاهای X و Y را به دو گروه آنها که در دسترس هستند $-\frac{px}{py}$ شیب و آنها که خارج از دسترس می‌باشند تقسیم می‌کند.

• اگر اصلاً کالای Y مصرف نشود و تمام درآمد صرف کالای X شود یعنی $\frac{I}{PX}$ تمام نقاط روی خط بودجه و زیر آن در دسترس مصرف کننده هستند. شیب خط بودجه $-\frac{px}{py}$ می‌باشد.

• در جایی که منحنی بی تفاوتی و خط بودجه بر هم مماس هستند شیب آنها نیز برابر می‌باشد با توجه به این نکته $\frac{MUx}{MUy} = \frac{px}{py}$

• $\frac{MUx}{px} = \frac{MUy}{py}$ مطلوبیت نهائی هر ریال مصرف روی دو کالای X و Y به حداکثر می‌رسد.



نمودار ۴-۶ به حداکثر رسانیدن مطلوبیت مصرف کننده

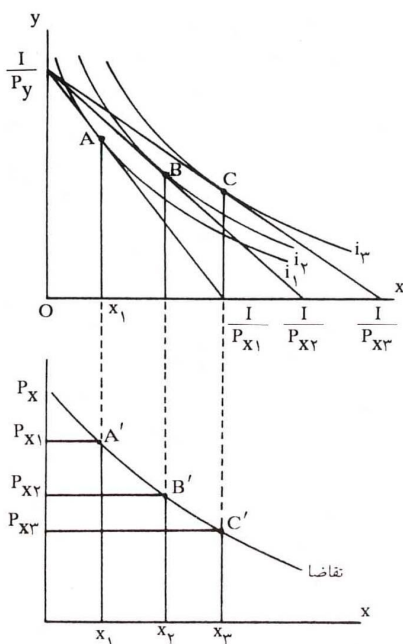
• جانشینی یک واحد از کالائی را برای کالای دیگر نرخ نهائی جانشینی می‌خوانند.

- استخراج منحنی تقاضا از منحنی‌های بی تفاوتی و محدودیت بودجه:

• در نمودار ۴-۷ کاهش قیمت کالای X از P_x^1 به P_x^2 خط بودجه را دوران می‌دهد محل برخورد با محور Y تغییر نمی‌کند اما تقاطع آن با محور X تغییر می‌کند چون در قیمت جدید شخصی اگر تمام درآمد خود را صرف X نماید مقدار بیشتری از کالای X را می‌تواند خریداری کند.

- حال قیمت کالای X را از P_x^1 به P_x^2 کاهش می دهیم در نمودار ۷-۴ مشاهده می شود که کاهش قیمت کالای X باعث دوران خط بودجه به سمت بالا و راست شده و نقاط در دسترس بیشتری از کالاهای X و Y را قابل حصول می نماید.
- محل برخورد خط بودجه با محور عمودی تغییر نمی کند در حالیکه محل برخورد آن با محور افقی تغییر کرده و $\frac{I}{P_x^2}$ تعیین کننده محل جدید برخوردار است. با توجه به محدودیت جدید بودجه به موقعیتی که حداکثر مطلوبیت مصرف کننده را تعیین می کنند B خواهد بود. این موقعیت مقدار مصرف کالای X را در قیمت P_x^2 برابر x_2 نشان می دهد با توجه به قیمت (P_x^2) و مقدار کالای X (x_2) در نمودار ۲ یک نقطه دیگر پیدا می کنیم (B^1).

- از سه نقطه A^1 ، B^1 ، C^1 روی منحنی تقاضا برای کالای X قرار دارند که از اتصال آنها بر فرض اینکه نقاط دیگر را نیز داشته باشیم منحنی تقاضا به دست می آیند که در نمودار ۷-۴ رسم شده است.



- نمودار ۷-۴ استخراج منحنی تقاضا از منحنی های بی تفاوتی و محدودیت بودجه

نمونه سؤالات پایان ترم فصل چهارم همراه پاسخنامه

- ۱- زمانی که تکنیک تولید بر اساس روابط جبری بیان شوند آن را چه می نامند؟
 الف) تولید نهایی (ب) تابع تولید (ج) سود (د) هزینه متوسط
- ۲- گزینه نادرست در مورد مطلوبیت را انتخاب کنید؟
 الف) اندازه گیری مطلوب غیرممکن است
 ب) مقایسه مطلوبیت دو نفر با یکدیگر غیر ممکن است.
 ج) اندازه گیری مطلوبیت ممکن است
 د) ترجیح یک کالا نسبت به کالای دیگر بستگی به مطلوبیت کالا دارد.
- ۳- کدام گزینه انتخاب نهایی خانوار را در پی دارد؟
 الف) درآمد و قیمت کالا (ب) سلیقه و ترجیحات
 ج) سلیقه و درآمد (د) نوع کالا و درآمد
- ۴- با صفر شدن مطلوبیت نهایی مطلوبیت کل چه تغییری می کند؟
 الف) تغییر نمی کند (ب) افزایش می یابد
 ج) کاهش می یابد (د) صفر می شود
- ۵- تا زمانی که یک کالا مطلوبیت نهایی مثبت داشته باشد مطلوبیت کل چگونه خواهد بود؟
 الف) افزایش می یابد (ب) کاهش می یابد
 ج) ثابت می ماند (د) صفر می شود
- ۶- نزولی بودن مطلوبیت نهایی چه چیزی را توجیه می کند؟
 الف) نزولی بودن منحنی عرضه (ب) صعودی بودن منحنی تقاضا
 ج) نزولی بودن منحنی تقاضا (د) صعودی بودن منحنی عرضه
- ۷- کالاهایی که با افزایش درآمد مصرف آنها نیز افزایش می یابد چه کالاهایی است؟
 الف) کالای پست (ب) کالای معمولی
 ج) کالای جانشینی (د) کالای مکمل

۸- در کدام نوع کالا با افزایش درآمد تقاضا برای آن کاهش می یابد؟

- الف) کالای پست
ب) کالای مکمل .
ج) کالای جانشینی
د) کالای معمولی

۹- کدام یک مطلوبیت کل برابری را در برابر کالاهای X و Y می دهد؟

- الف) منحنی محدودیت بودجه
ب) منحنی عرضه
ج) منحنی تقاضا
د) منحنی بی تفاوتی

۱۰- یک منحنی بی تفاوتی

الف) بستگی به ترجیحات افراد دارد و مجموعه منحنی های بی تفاوتی را نقشه ترجیحات می خوانند

ب) که در سطح بالاتری قرار گیرد نشان دهنده رده مطلوبیت بیش تری است.

ج) مجموعه ای از نقاط است که هر نقطه یک ترکیب از مقادیر کالاهای X و Y را می دهند که همگی مطلوبیت کل برابری دارند.

د) همه موارد بالا

۱۱- کدامیک جزء فرضیات یک منحنی بی تفاوت نمی باشد؟

الف) فرض می کنیم که کالاهای مورد نظر دارای مطلوبیت نهایی منفی هستند.

ب) نرخ نهایی جانشینی نزولی می باشد.

ج) فرض می شود که مصرف کنندگان قادر هستند که بین انواع ترکیبهای کالاها و خدمات موجود انتخاب کنند.

د) فرض می شود که انتخاب مصرف کنندگان بر قاعده عقلانی بودن ساده ای مبتنی است.

۱۲- چه موقع شیب منحنی بی تفاوتی شیب و خط بودجه با هم برابرند؟

الف) جایی که خط بودجه بالای منحنی بی تفاوتی باشد.

ب) جایی که خط بودجه زیر منحنی بی تفاوتی باشد.

ج) جایی که خط بودجه و منحنی بی تفاوتی بر هم مماس باشد.

د) موارد الف و ب

۱۳- رابطه ای که از مماس بودن خط بودجه و منحنی بی تفاوتی به دست می آید کدام است؟

$$\frac{mux}{muy} = \frac{px}{py} \quad (\text{الف})$$

$$\frac{mux}{muy} < \frac{px}{py} \quad (\text{ج})$$

$$\frac{mux}{muy} > \frac{px}{py} \quad (\text{ب})$$

$$\frac{mux}{muy} \geq \frac{px}{py} \quad (\text{د})$$

۱۴- آن چه که نهاده ها را بر ستاده ها مربوط می کند.....

الف) تابع سود ب) مطلوبیت ج) تکنیک تولید د) تابع تولید

۱۵- شکل خاص از منحنی بی تفاوتی که بدست مرکزخصات محدب میباشد نتیجه مستقیم کدام است؟

الف) فرضیه صعودی بودن نرخ نهایی جانشینی

ب) فرضیه داشتن مطلوبیت نهایی مثبت

ج) فرضیه نزولی بودن نرخ نهایی جانشینی

د) فرضیه داشتن مطلوبیت نهایی منفی

۱۶- کدامیک در خصوص محدودیت بودجه صحیح است؟

الف) وقتی قیمت یک کالا افزایش می یابد منحنی محدودیت بودجه دوران می کند و انتخاب های محدودتری را باقی می گذارد.

ب) درآمد، ثروت و قیمت ها محدودیت بودجه خانوار را تعیین می کند.

ج) وقتی قیمت یک کالا کاهش می یابد منحنی محدودیت بودجه دوران می کند و انتخاب های محدودتری را باقی می گذارد.

د) موارد ۱ و ۲

۱۷- کدامیک از عوامل موثر در تقاضای خانوارها به شمار می آید؟

الف) قیمت کالای مورد نظر ب) ثروت اندوخته شده به وسیله خانوار

ج) درآمد موجود خانوار د) تمام موارد

۱۸- زمانی که اثر جانشینی و درآمدی در خلاف جهت هم هستند.....

الف) کالا پست است ب) کالا معمولی است

ج) کالاها مکمل اند د) کالاها جانشین اند

۱۹- قانون نزولی بودن مطلوبیت نهایی بیان کننده کدام است؟

- (الف) هر چه مصرف کننده از یک کالا بیش تر استفاده کند مطلوبیتش افزایش می یابد.
 (ب) هر چه مصرف کننده از یک کالا بیشتر مصرف کند مطلوبیتش کاهش می یابد.
 (ج) هر چه مصرف کننده از یک کالا بیشتر و بیشتر مصرف کند مطلوبیت نهائی اش کاهش می یابد.
 (د) هر چه مصرف کننده از یک کالا کم تر و کم تر مصرف کند مطلوبیت نهائی اش کاهش می یابد.

۲۰- منحنی بی تفاوتی مجموعه ای از ترکیبات دو کالای X , Y است که همگی

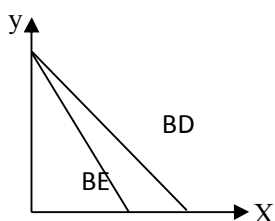
.....

- (الف) مطلوبیت نهایی برابری را می دهند. (ب) مطلوبیت نهایی کاهنده را می دهند.
 (ج) مطلوبیت کل نزولی را می دهند. (د) مطلوبیت کل برابری را می دهند.

۲۱- شیب خط بودجه برابر است با

(الف) $\frac{I}{P_x}$ (ب) $-\frac{P_x}{P_y}$ (ج) $\frac{m_{ux}}{P_y}$ (د) $\frac{P_y}{I}$

۲۲- در شکل رو به رو خط بودجه از BD به BE تغییر مکان داده است کدامیک از



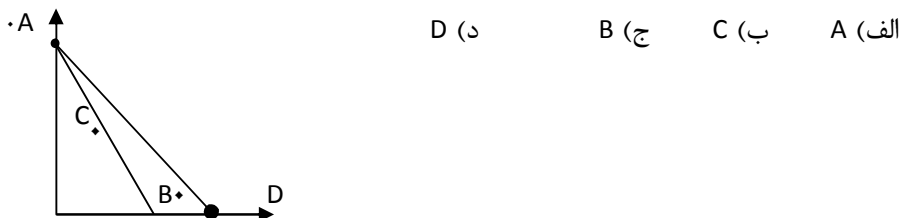
عوامل زیر می تواند عامل این تغییر مکان باشد؟

- (الف) افزایش قیمت کالای X
 (ب) افزایش قیمت هر دو کالای X,Y
 (ج) افزایش قیمت کالای Y
 (د) کاهش قیمت هر دو کالای X,Y
- ۲۳- کدامیک جزء تصمیمات عمده ای که به وسیله خانوارها گرفته می شود

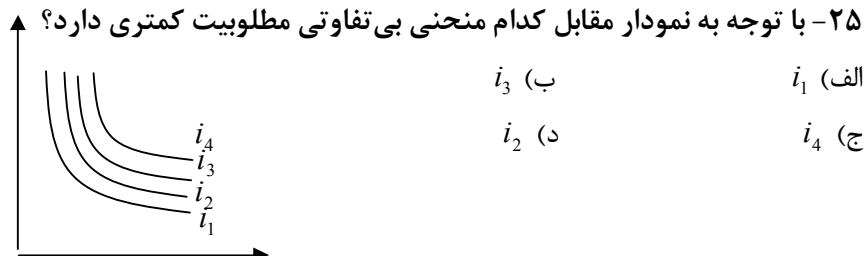
هستند؟

- (الف) چقدر از هر ستاده تقاضا نمایند
 (ب) چند ساعت کار عرضه کنند.
 (ج) چقدر خرج کنند و چقدر برای خرج درآینده پس انداز کنند.
 (د) همه موارد

۲۴- با توجه به نمودار مقابل کدام نقطه بیانگر این است که تمام درآمد هزینه نمی‌شود؟



۲۵- با توجه به نمودار مقابل کدام منحنی بی تفاوتی مطلوبیت کمتری دارد؟



۲۶- شرط تعادل برای یک خانوار کدام است؟

الف) $P_x \cdot X + P_y \cdot y > I$ ب) $P_x \cdot X + P_y \cdot y = I$ ج) $\frac{mux}{px} > \frac{mux}{py}$ د) $\frac{mux}{px} \leq \frac{mux}{py}$

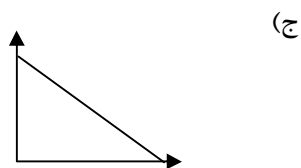
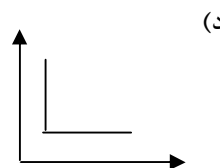
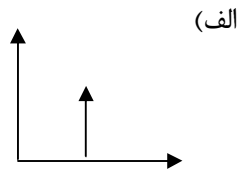
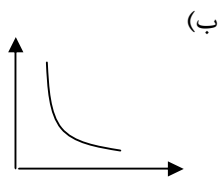
۲۷- کدامیک بیانگر مصرف کننده ای است که به دنبال حداکثر مطلوبیت است؟

الف) $\frac{mux}{px} > \frac{mux}{py}$ ب) $\frac{mux}{px} = \frac{mux}{py}$ ج) $\frac{mux}{my} = \frac{px}{py}$ د) موارد ۲ و ۳

۲۸- اگر کالایی معمولی باشد

- الف) با افزایش درآمد مصرف آن ها نیز افزایش می یابد.
- ب) با افزایش درآمد مصرف آنها نیز کاهش می یابد.
- ج) با افزایش درآمد تقاضا برای کالا کاهش می یابد.
- د) با افزایش قیمت این کالا تقاضا برای کالاهای دیگر کاهش می یابد.

۲۹- اگر دو کالا مکمل باشند منحنی بی تفاوتی چگونه است؟



۳۰- اگر $\frac{m_{ux}}{p_x} = \frac{m_{uy}}{p_y}$ باشد مصرف کننده با خرید کدام مطلوبیت را افزایش

می دهد؟

(الف) x (ب) Y (ج) مصرف کننده در نقطه تعادل است (د) (الف و ب)

پاسخنامه

د	ج	ب	الف	
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۶
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۸
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۴
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۶
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۰

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۵
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۵

فصل پنجم: کشش

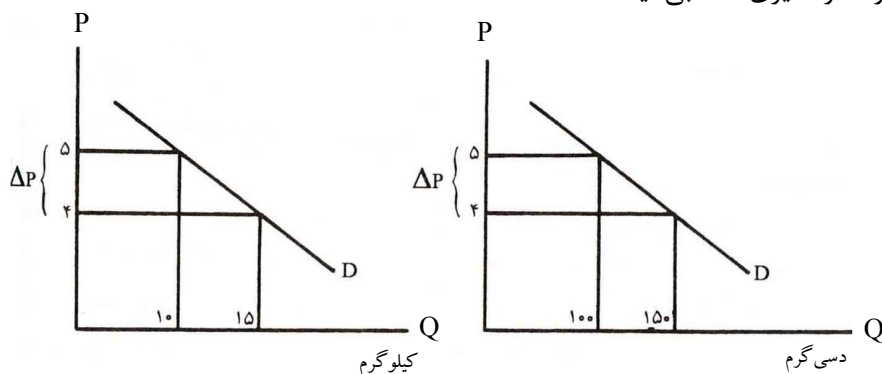
- مطالعه رفتار مصرف کننده (تقاضا) و رفتار تولیدکننده (عرضه) چنین مطرح می‌نمایند که خریداران و فروشندگان بر اساس تغییرات در قیمت کالاها برنامه‌های خود را در مورد خرید و فروش تغییر می‌دهند.

– کشش قیمتی تقاضا:

- وقتی قیمت‌ها افزایش می‌یابند تقاضا کم و در زمان کاهش قیمت‌ها تقاضا افزایش می‌یابد.

– کشش و شیب منحنی تقاضا:

- هرچند که از جهاتی شیب منحنی تقاضائی می‌تواند بازگوکننده اثر تغییر در قیمت در مقدار تقاضا باشد ولی گاه کاملاً گمراه کننده است. به عبارت دیگر شیب تقاضا به تنهایی معیار اندازه‌گیری مناسبی نیست.



نمودار ۵-۱ شیب معیار مناسب برای نشان دادن افزایش قیمت در تقاضا نیست.

- شیب یک خط یا منحنی به واحد اندازه‌گیری متغیرها بستگی پیدا می‌کند. برای اینکه این مشکل را حل کنیم تغییرات در قیمت و مقدار کالا بر حسب درصد اندازه‌گیری می‌کنیم.

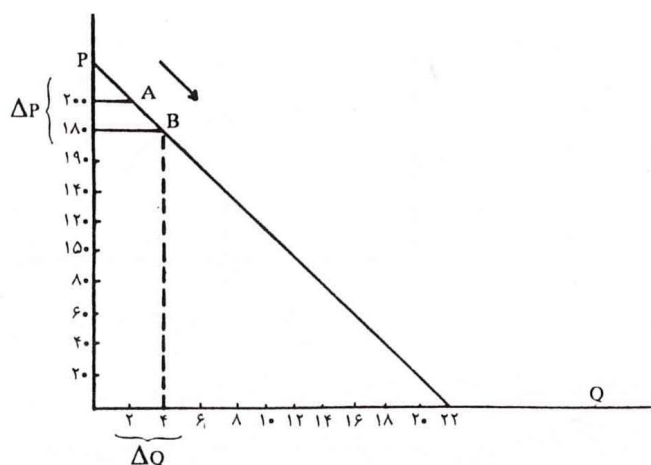
$$\text{کشش قیمتی تقاضا} = \frac{\% \text{ تغییر در مقدار تقاضا}}{\% \text{ تغییر در قیمت}} = \frac{\Delta Q\%}{\Delta p\%}$$

- قانون تقاضا معمولاً علامت منفی را پیشنهاد می‌کند یعنی افزایش قیمت باعث کاهش تقاضا و یا بر عکس می‌شود. چون علامت صورت و مخرج کسر مخالف یکدیگر هستند علامت خود کسر منفی خواهد بود.
- کشش تقاضا برای چهار کالای مختلف:
- افزایش در قیمت داروی بیماران مبتلا به قند تأثیر بیشتری در مقدار تقاضای کالا ندارد انسولین در حد مرگ و زندگی برای بیماران ضروری است و تقاضای این کاملاً بدون کشش است.

جدول ۵-۱ کشش تقاضا برای چهار کالای مختلف

کالا	$\Delta Q\%$	$\Delta Q\%$	کشش
انسولین	+۱۰٪	۰٪	صفر
نان	+۱۰٪	-۱٪	-۰/۱
تخم مرغ	+۱۰٪	-۱۰٪	-۱
هندوانه	+۱۰٪	-۳٪	-۳

- نان کالای بسیار ضروری است ولی نه به این صورت که بعضی از تغییرات در مصرف آن مسئله مرگ و زندگی را مطرح کند کشش پذیری خیلی کم و برابر ۰/۱- دارد.
 - تخم مرغ نه ضروری است و نه غیر ضروری کشش قیمتی تقاضا برای تخم مرغ واحد و با توجه به علامت آن ۱- است.
 - هندوانه برای مصرف کننده ایجاد مطلوبیت می‌کند اما یک کالای ضروری نیست با توجه به کشش قیمتی آن که از واحد بیشتر و با توجه به علامت ۳ کالای غیر ضروری محسوب می‌شود.
- = محاسبه کشش: اگر قیمت غذا در رستوران ۲۰۰ تومان باشد هر ماه دو وعده غذا می‌خوریم اگر قیمت غذا به ۱۸۰ تومان کاهش یابد ما ۴ بار در ماه یعنی دو برابر در رستوران غذا می‌خوریم.



نمودار ۲-۵ شکل محاسبه کَشش فاصله‌ای تقاضا با توجه به پایه‌های مختلف

• حال برای محاسبه کَشش قیمتی تقاضا از محاسبه کَشش فاصله‌ای تقاضا استفاده می‌کنیم.

• محاسبه کَشش فاصله‌ای تقاضا، تبدیل تغییرات در قیمت و مقدار به صورت درصد است. مثلا کاهش قیمت غذای رستوران از دویست تومان به صدو هشتاد تومان تغییر برابر بیست تومان را نشان می‌دهد و افزایش تقاضا از دو وعده به چهار وعده تغییر دو وعده غذا را مشخص می‌کند ولی این اعداد فقط تغییر هستند نه درصد تغییرات. برای تبدیل تغییرات قیمت به درصد تغییرات باید ابتدا پایه لازم برای تبدیل را انتخاب کنیم. معمولا قیمت اولیه به عنوان پایه محاسبات انتخاب می‌شود.

• قیمت اولیه در مثال صفحه قبل ۲۰۰ تومان در نتیجه تغییر ۲۰ تومان نسبت به ۲۰۰ تومان تغییر برابر ۱۰٪ یعنی می‌توان گفت که قیمت ده درصد کاهش یافته به صورت مشابه برای محاسبه درصد تغییرات در مقدار تقاضا پایه را دو وعده صرف غذا می‌گیریم در نتیجه ۱۰۰ درصد افزایش ایجاد شده است. قیمت ۱۰ درصد کاهش یافت در نتیجه علامت منفی می‌گیرد در حالی که تقاضا ۱۰۰ درصد افزایش علامت مثبت خواهد داشت. کَشش قیمتی تقاضا که نسبت درصدهای فوق است به صورت

$$\text{کَشش قیمتی تقاضای بهروز برای غذای رستوران} = \frac{۱۰\%}{۱۰\%} = -۱۰$$

- تنها راه انتخاب پایه مقدار اولیه با قیمت اولیه نیست روش دیگری که معمولاً ترجیح داده میشود محاسبه سال پایه بر اساس نقطه وسط فاصله تقاضا میباشد یعنی بر اساس

$$\text{نقطه وسط خط } AB, \text{ موقعیت وسط } AB \text{ قیمت } 190 \text{ تومان} = \frac{200 + 180}{2} = \text{قیمت پایه}$$

$$\text{مقدار تقاضای پایه} = \frac{2+4}{2} = 3$$

- تغییر در مقدار تقاضا که ۲ وعده نسبت به ۳ است $\frac{2}{3}$ یا برابر $66\frac{2}{3}\%$ مقدار پایه

است. همچنین تغییر در قیمت که ۲۰ تومان نسبت به ۱۹۰ تومان است $\frac{20}{190}$ یا $10\frac{5}{19}\%$ درصد

نسبت به قیمت پایه است. برای مثال بالا کشش قیمتی تقاضا برابر است با نسبت $66\frac{2}{3}\%$

$$\text{درصد مثبت به } 10\frac{5}{19}\% \text{ درصد منفی } -6\frac{3}{5} = \frac{66\frac{2}{3}\%}{-10\frac{5}{19}\%} = \text{کشش منحنی تقاضا برای غذای}$$

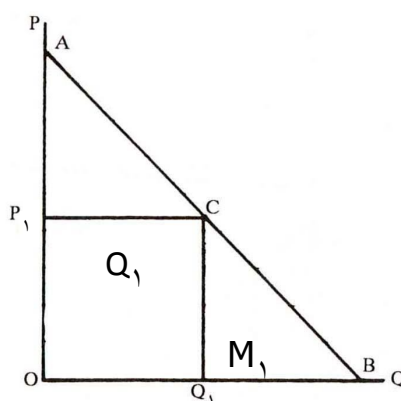
رستوران

- قابل مشاهده است که با تغییر در پایه محاسبه کشش فاصله‌ای تقاضا مقدار کشش به دست آمده فرق خواهد کرد.

- در بسیاری از موارد بجای کشش فاصله‌ای تقاضا از کشش نقطه‌ای تقاضا استفاده

می‌شود.

$$\text{کشش در نقطه } C = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q} 100}{\frac{\Delta P}{P} 100} = \frac{\frac{\Delta Q}{QI}}{\frac{\Delta P}{PI}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{PI}{QI}$$



نمودار ۳-۵ کشش نقطه‌ای تقاضا برای کالای Q

• $\frac{\Delta Q}{\Delta P}$ عکس شیب منحنی در شکل روبرو است.

• در شکل روبرو منحنی تقاضا خطی است شیب در تمام نقاط روی منحنی ثابت است.

• شیب منحنی برابر $\frac{CQ_1}{BQ_1}$ است. اگر $BQ_1 = M_1$ نشان دهیم:

$$\text{شیب منحنی} = \frac{CQ_1}{M_1} \quad \text{یا} \quad \frac{\Delta Q_1}{\Delta P} = \frac{M_1}{CQ_1}$$

• از طرف دیگر CQ برابر قیمت در نقطه C یعنی P_1 است:

$$\frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{M_1}{P_1} \quad \text{کشش در نقطه C} = \frac{M_1}{P_1} \cdot \frac{P_1}{Q_1} = \frac{M_1}{Q_1}$$

• کشش در نقطه C بستگی به نسبت $\frac{M_1}{Q_1}$ دارد اگر $M_1 = Q_1$ باشد کشش در نقطه

C برابر واحد خواهد بود. همچنین اگر $M_1 > Q_1$ باشد (صورت کسر بزرگتر باشد) تقاضا در نقطه C کشش پذیر و اگر $M_1 < Q_1$ باشد کم کشش خواهد بود.

– کشش و درآمد کل:

$$\% \text{ تغییر در مقدار تقاضا} = \frac{\% \text{ کشش قیمت تقاضا}}{\% \text{ تغییر در قیمت}}$$

• در فرض ما دو گروه تولید کننده نفت و هندوانه وجود دارد و حال تغییرات در قیمت یا مقدار عرضه این تولیدکنندگان را با توجه به کشش قیمتی تقاضا بررسی می کنیم. درآمد

$$TR = P \times Q \quad \text{در هر بازاری حاصل ضرب قیمت و مقدار ؟ است.}$$

• وقتی قیمت یک کالا افزایش می یابد مقدار تقاضا کاهش می یابد و بالعکس

$$P \uparrow \Rightarrow Q \downarrow, P \downarrow \Rightarrow Q \uparrow$$

• از آنجا که درآمد کل حاصل ضرب این دو مقدار است افزایش یا کاهش آن بستگی به این دارد که کدام یک از تغییرات بزرگتر باشد. اگر درصد کاهش در مقدار تقاضا کمتر از افزایش در قیمت باشد باید درآمد کل افزایش یابد.

• چنین شرایطی تقاضا کم کشش باشد یعنی درصد افزایش در قیمت به درصد کاهش

$$\uparrow P * Q \downarrow \Rightarrow TR \uparrow \quad \text{در تقاضا بصورتی غلبه می کند که درآمد افزایش یابد.}$$

• نفت یک کالای ضروری برای تولید کالاهای صنعتی و مصارف دیگر دارد. کشش تقاضا برای نفت کم است در نتیجه افزایش قیمت نفت منحنی به افزایش درآمد کشورهای صادرکننده نفت می‌شود.

• عکس نتیجه گیری بالا در شرایط کشش دار بوده تقاضا صادق است اگر کشش قیمتی تقاضا زیاد باشد درصد افزایش در قیمت‌ها نمی‌تواند بر درصد کاهش تقاضا غلبه کند بلکه خود مغلوب درصد کاهش تقاضا می‌شود بصورتی که درآمد کل کاهش می‌یابد

$$\uparrow P \times Q \downarrow \Rightarrow TR \downarrow$$

• هندوانه کالای غیر ضروری است که کشش تقاضا برای آن کم است در نتیجه افزایش قیمت هندوانه بوسیله کشورهای تولید کننده هندوانه منجر به کاهش درآمد آنها خواهد شد.

• می‌توان مشابه نتایج بالا برای کاهش و افزایش در مقدار عرضه نیز عنوان نمود یعنی انتظار می‌رود که با کاهش در مقدار عرضه کالا قیمت آن کالا در بازار افزایش یابد. اگر درصد کاهش در عرضه بیشتر از درصد افزایش قیمت باشد درآمد کل کاهش می‌یابد:

$$\uparrow P \times Q \downarrow \Rightarrow TR \downarrow$$

• و برعکس اگر درصد کاهش در عرضه کمتر از درصد افزایش قیمت باشد درآمد کل افزایش خواهد یافت: $\uparrow P \times Q \downarrow \Rightarrow TR \uparrow$

– عوامل موثر در کشش تقاضا: ۱- تعداد کالای جانشین ۲- سهم کالا در بودجه

خانوار ۳- موارد استفاده کالا ۴- طول زمان ۵- قیمت کالا

• کشش تقاضا روشی است که بصورت مقدراری رفتار مصرف کننده را در مقابل تغییرات در قیمت‌ها نشان می‌دهد.

• چند عامل در تعیین کشش تقاضا چه فردی و چه بازار مؤثر هستند:

• در دسترس بودن کالای جانشین نزدیک

• اهمیت کالا در سبد مصرفی

• زمان

• در دسترس بودن کالای جانشین نزدیک:

اگر کالای جانشین در دسترس نباشد یا وجود نداشته باشد قاعدتا کشش قیمتی تقاضا

کمتر خواهد بود مثلا برای انسولین کالای جانشین نزدیکی وجود ندارد.

• اهمیت کالا در سبد مصرفی:

وزن اهمیت کالای مورد نظر در هزینه فرد متقاضی است. بعضی از کالاها سهم بسیار جزئی از هزینه‌های خانوار را تشکیل می‌دهند. به این صورت تقاضا کشش پذیری کمتری را نشان می‌دهد.

• زمان: در یک دوره زمانی مناسب کشش تقاضا برای کالائی از شرایط کم کشش به سمت کشش پذیری می‌رود.

– کشش درآمدی تقاضا:

• کشش درآمدی تقاضا پاسخ تقاضا را نسبت به تغییر در قیمت نشان می‌دهد. درصد تغییرات در مقدار تقاضا ناشی از درصد تغییرات در درآمد است.

$$\text{کشش درآمد تقاضا} = \frac{\% \text{ تغییر در مقدار تقاضا}}{\% \text{ تغییر در درآمد}} = \frac{\Delta Q\%}{\Delta I\%}$$

• یکی از معیارهای اساسی در اقتصاد کشش درآمدی تقاضا است. از معیارهای مهم در تشخیص ضروری بودن کالاها کشش درآمد برای آن کالا است. (کالای معمولی و پست)

کشش متقابل قیمت و تقاضا:

$$\text{کشش درآمد تقاضا} = \frac{\% \text{ تغییرات در تقاضای کالای } Y}{\% \text{ تغییر در قیمت کالای } X} = \frac{\frac{\Delta y}{y}}{\frac{\Delta x}{x}} = \frac{\% \Delta Q_y}{\% \Delta p_x}$$

• کشش متقابل قیمت تأثیر در مقدار تقاضای یک کالای ناشی از تغییر در قیمت کالای دیگر را نشان می‌دهد.

• علامت کشش متقابل تقاضا نامشخص و بستگی به ارتباط بین دو کالای مورد نظر دارد.

• اگر علامت کشش مثبت باشد به این معنی است که تغییر در قیمت کالای X باعث تغییر هم جهت در مقدار تقاضای کالای Y می‌شود در این صورت این دو کالا جانشین هستند. اگر علامت کشش منفی باشد تغییر در قیمت کالای X باعث تغییر در جهت مخالف در تقاضای کالای Y می‌گردد این دو کالا مکمل هستند.

- کشش عرضه:

• معیار اندازه گیری کشش در مورد رفتار عرضه کنندگان راهنمای مناسبی است. تأثیر متغیر در مقدار عرضه ناشی از تغییر در قیمت را می‌توان با کشش عرضه معرفی نمود. کشش عرضه مشابه به دیگر کشش‌ها.

$$\text{کشش عرضه} = \frac{\% \Delta QS}{\% \Delta p} = \frac{\% \text{تغییرات در مقدار عرضه کالا}}{\% \text{تغییر در قیمت کالای}}$$

• انتظار می‌رود که کشش منحنی عرضه کالاها علامت مثبت داشته باشد به این معنی که مثلاً افزایش قیمت کالا منتهی به افزایش در عرضه آن کالا شود. مشابه مورد تقاضا منحنی عرضه می‌تواند کشش پذیر، کم کشش و یا کشش واحد داشته باشد. مثلاً اگر درصد افزایش در قیمت کالا باعث درصد بیشتر افزایش در عرضه کالا شود عرضه کشش‌پذیر است.

نمونه سؤالات پایان ترم فصل پنجم همراه پاسخنامه

۱- مطالعه‌ی چه چیزی مطرح می‌نماید که خریداران و فروشندگان بر اساس تغییر در قیمت کالاها برنامه‌ی خود را در مورد خرید و فروش تغییر می‌دهند.

الف) رفتار مصرف‌کننده (ب) رفتار تولیدکننده

ج) رفتار مصرف‌کننده و عرضه‌کننده (د) رفتار تولیدکننده و عرضه

۲- خریداران و فروشندگان بر اساس چه چیزی برنامه‌های خود را در مورد خرید و فروش تغییر می‌دهند؟

الف) بر اساس تغییرات در قیمت کالاها (ب) بر اساس تغییرات در ترجیحات

ج) بر اساس تغییر در کیفیت کالاها (د) بر اساس تغییرات در درآمد

۳- چه کسانی بر اساس تغییرات در قیمت کالاها برنامه‌های خود را در مورد خرید و فروش تغییر می‌دهند؟

الف) خریداران (ب) فروشندگان

ج) سرمایه‌داران بخش خصوصی (د) خریداران و فروشندگان

۴- تغییر در برنامه‌های اقتصادی تقاضاکننده و عرضه‌کننده چه موقع رخ می‌دهد؟

الف) قبل از تغییر در شرایط اقتصادی (ب) پس از تغییر در شرایط اقتصادی

ج) همراه با تغییر در شرایط اقتصادی (د) قبل و بعد از تغییر در شرایط اقتصادی

۵- پس از تغییر در شرایط اقتصادی آگاهی از چه تغییراتی در گروه مصرف‌کننده و عرضه‌کننده بسیار مهم است؟

الف) تغییراتی که این دو گروه در فعالیت‌های خود ایجاد می‌کنند.

ب) تغییراتی که این دو گروه در انتظارات خود به وجود می‌آورند

ج) تغییراتی که این دو گروه در برنامه‌های اقتصادی خود ایجاد می‌کنند

د) همه‌ی موارد

۶- اقتصاد دانان از چه مفهومی به منظور آگاهی از تغییراتی که در برنامه های اقتصادی مصرف کنندگان و عرضه کنندگان پس از تغییر در شرایط اقتصادی رخ می دهد استفاده می کنند؟

الف) هزینه (ب) کشش (ج) سود (د) گزینه الف و ب

۷- وقتی قیمت ها افزایش می یابد چه تغییری در تقاضا ایجاد می شود؟

الف) تقاضا افزایش می یابد (ب) تغییری در تقاضا ایجاد نمی شود.

ج) تقاضا کم می شود (د) بستگی به درآمد تقاضا کننده دارد.

۸- افزایش تقاضا نشان دهنده ی چیست ؟

الف) افزایش در قیمت (ب) کاهش در قیمت

ج) افزایش در مقدار کالا (د) ثابت ماندن قیمت

۹- با کاهش در مقدار عرضه ی کالا

الف) قیمت کالا کاهش می یابد.

ب) قیمت کالا تغییری نمی کند

ج) قیمت کالا افزایش می یابد

د) بسته به شرایط بازار هر یک از گزینه ها امکان پذیر است

۱۰- کشورهای صادر کننده ی نفت به چه چیزی اهمیت می دهند؟

الف) افزایش در قیمت نفت (ب) کاهش در هزینه ها

ج) افزایش در درآمد نفت (د) گزینه الف و ب

۱۱- شیب منحنی تقاضا از جهاتی می تواند بازگو کننده ی چه چیزی می باشد؟

الف) اثر تغییر در مقدار تقاضا در قیمت (ب) اثر تغییر در قیمت در مقدار تقاضا

ج) اثر تغییر در نوع تقاضا (د) اثر تغییر در درآمد تقاضا کننده

۱۲- در منحنی تقاضا چه چیزی به تنهایی معیار اندازه گیری مناسبی نیست؟

الف) شیب (ب) واحد اندازه گیری (ج) معکوس شیب (د) گزینه الف و ب

۱۳- شیب یک خط یا منحنی به چه چیزی بستگی پیدا می کند؟

الف) تغییر در قیمت کالا (ب) واحد اندازه گیری متغیرها

ج) تغییر در مقدار تقاضا (د) تغییر در مقدار عرضه

۱۴- عبارت است از نسبت درصد تغییرات در مقدار تقاضا به درصد

تغییرات در قیمت

(الف) کسش درآمدی تقاضا

(ب) کسش متقابل تقاضا

(ج) کسش قیمتی تقاضا

(د) کسش عرضه

۱۵- اگر کسش قیمتی تقاضا باشد کالا ضروری محسوب می شود.

(الف) بزرگتر از ۱- (ب) کوچکتر از صفر

(ج) برابر ۱ (د) بین صفر و ۱-

۱۶- اگر کسش قیمتی تقاضا بین صفر و ۱- باشد در این صورت کالا چگونه کالایی

است؟

(الف) ضروری (ب) کسش پذیر (ج) دارای کسش واحد (د) بی کسش

۱۷- در صورتی که درصد تغییرات در قیمت و درصد تغییرات در مقدار تقاضا به

صورت مطلق با هم برابر باشند کالای مورد نظر چه نوع کالایی است؟

(الف) جانشین (ب) پست (ج) ضروری (د) دارای کسش واحد است

۱۸- در چه صورتی کالا کسش پذیر محسوب می شود؟

در صورتی که :

(الف) درصد تغییرات در مقدار تقاضا کمتر از درصد تغییرات در قیمت باشد.

(ب) درصد تغییرات در قیمت بیشتر از درصد تغییرات در مقدار تقاضا باشد.

(ج) درصد تغییرات در مقدار تقاضا بیش تر از درصد تغییرات در قیمت باشد.

(د) درصد تغییرات در مقدار تقاضا برابر با درصد تغییرات در قیمت باشد.

۱۹- راه های محاسبه ی کسش قیمتی تقاضا را بنویسید.

(الف) کسش نقطه ای تقاضا

(ب) کسش فاصله ای تقاضا

(ج) تفریق کسش نقطه ای تقاضا از کسش فاصله ای تقاضا

(د) کسش نقطه ای تقاضا یا کسش فاصله ای تقاضا

۲۰- اولین مرحله در محاسبه ی کشش فاصله ای تقاضا چیست؟

- الف) تبدیل تغییرات در قیمت و مقدار به صورت درصد
 ب) تنها باید تغییرات در قیمت را به درصد تبدیل کنیم.
 ج) تنها باید تغییرات در مقدار را به درصد تبدیل کنیم.
 د) نباید واحد قیمت و مقدار به واحد دیگری تغییر یابد.

۲۱- چه چیز را به عنوان پایه محاسبات انتخاب می کنند؟

- الف) قیمت اولیه ب) تقاضای اولیه
 ج) قیمت پایانی د) هر چیزی می تواند به عنوان پایه محاسبات انتخاب شود.

۲۲- در چه صورتی درآمد کل افزایش می یابد؟

- الف) درصد کاهش در مقدار تقاضا بیشتر از درصد افزایش در قیمت باشد.
 ب) درصد کاهش در مقدار تقاضا کمتر از درصد افزایش در قیمت باشد.
 ج) درصد افزایش در مقدار تقاضا بیش تر از درصد افزایش در قیمت باشد.
 د) درصد کاهش در مقدار تقاضا برابر با درصد افزایش در قیمت باشد.

۲۳- اگر درصد افزایش در قیمت بر درصد کاهش در تقاضا به صورتی غلبه کند که

درآمد افزایش یابد در این صورت تقاضا چگونه است؟

- الف) کشش پذیر است ب) دارای کشش واحد است
 ج) کم کشش است د) دارای کشش صفر است

۲۴- اگر کشش قیمتی تقاضا زیاد باشد در این صورت :

- الف) افزایش در قیمت ها نمی تواند بر کاهش در تقاضا غلبه کند.
 ب) افزایش در قیمت ها می تواند بر کاهش در تقاضا غلبه کند.
 ج) درصد افزایش در قیمت ها نمی تواند بر درصد کاهش تقاضا غلبه کند.
 د) درصد افزایش در قیمت ها می تواند بر درصد کاهش تقاضا غلبه کند.

۲۵- در چه صورت درآمد کل کاهش می یابد؟

- الف) درصد کاهش در عرضه بیش تر از درصد افزایش در قیمت باشد.
 ب) درصد افزایش در عرضه بیش تر از درصد کاهش در قیمت باشد.
 ج) درصد کاهش در عرضه کمتر از درصد افزایش در قیمت باشد.
 د) درصد کاهش در عرضه برابر با درصد افزایش در قیمت باشد.

۲۶- اگر درصد کاهش در عرضه کمتر از درصد افزایش در قیمت باشد در این

صورت

الف) درآمد کاهش می یابد (ب) درآمد ثابت می ماند.

ج) درآمد افزایش می یابد (د) قابل پیش بینی نیست.

۲۷- عوامل موثر در کشش تقاضا چیست؟

الف) در دسترس بودن کالای جانشین نزدیک (ب) اهمیت کالا در سبد مصرفی

ج) زمان (د) همه ی موارد

۲۸- در چه صورتی کشش قیمتی تقاضا کمتر خواهد بود؟

در صورتی که :

الف) کالای مکمل وجود نداشته باشد (ب) کالای جانشین وجود نداشته باشد.

ج) کالای جانشین وجود داشته باشد (د) کالای مکمل وجود داشته باشد.

۲۹- چه عاملی باعث می شود که در یک دوره ی زمانی مناسب کشش تقاضا برای

کالایی از شرایط کم کشش به سمت کشش پذیری رود؟

الف) تبدیل شدن کالای مورد نظر به کالای پست

ب) وجود کالای مکمل

ج) به وجود آمدن کالای جانشین برای کالای مورد نظر

د) افزایش در درآمد تقاضا کننده

۳۰- کشش درآمدی تقاضا عبارت است از :

الف) درصد تغییرات در مقدار تقاضا ناشی از درصد تغییرات در درآمد

ب) درصد تغییرات در درآمد ناشی از درصد تغییرات در مقدار تقاضا

ج) درصد تغییرات در مقدار تقاضا ناشی از درصد تغییرات در قیمت

د) درصد تغییرات در قیمت ناشی از درصد تغییرات در مقدار تقاضا

۳۱- از معیارهای اساسی در اقتصاد چیست؟

الف) کشش قیمتی تقاضا

ب) کشش متقابل عرضه

ج) کشش درآمدی تقاضا

د) کشش عرضه

پاسخنامه

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۲
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۵
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۶
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۸
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۹
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۰
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۳
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۸

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۸
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۴
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۶
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۹

فصل پنجم: کشش / ۹۵

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴۲

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴۰
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴۱

فصل ششم: نگاه تولید

- تولید عبارت است از جریان بکارگیری خدمات ناشی از عامل کار، وسایل مختلف و نهادهای متفاوت دیگر برای بدست آوردن کالا و خدمات.
- **نهادها:** عامل کار، سرمایه، زمین، منابع طبیعی و مدیریت تولید که با یکدیگر ترکیب می‌شوند تا به تولید کالاها و خدمات بپردازند.
- در بازار نهادهای عوامل تولید را تقاضا می‌کنند و سپس کالاها و خدمات تولید شده را در بازار ستادهای عرضه می‌کنند.
- دولت نیز مانند بنگاهها و خانوار در بسیاری از موارد با ترکیب نمودن زمین، کار و سرمایه کالاهای عمومی تولید می‌کند که مورد تقاضای بسیاری از افراد جامعه می‌باشند.

= تولید و تکنیک تولید:

- تولید جریان ترکیب و تبدیل نهادهای به ستادهای است. آنچه که نهادهای را به ستادهای مربوط می‌کند تکنیک تولید است.
- برای انتخاب تکنولوژی مناسب قاعدتاً بنگاه روشی را انتخاب می‌کند که هزینه تولید را به حداقل برساند در یک سیستم اقتصادی که عامل کار فراوان و ارزان و در مقابل سرمایه کمیاب است بدون شک تمایل انتخاب تکنیک کاربر وجود دارد. در اقتصادی که کارگران گران و کمیاب است انگیزه جانشینی سرمایه برای کار و یا حرکت بدست تکنیک تولید سرمایه بر وجود دارد.

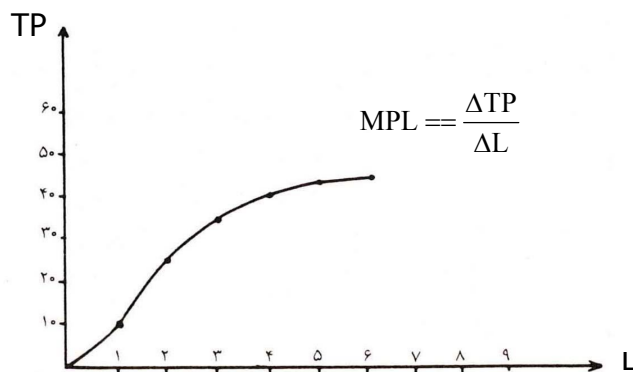
– تابع تولید:

- در یک مغازه ساندویچ فروشی که یک اجاق برای پخت وجود دارد اگر یک نفر عامل کار تولید کند در ساعت ۱۰ عدد ساندویچ تولید کرده و همین طور نفر دوم و سوم حتی ۴ و ۵ و ۶ هم اگر بیایند شاید تولید کل در ساعت بیشتر و تا حداکثر ۴۲ بشود ولی محدودیت مکان و امکانات تولید نهائی برای ورود هر نفر کمتر و کمتر می‌شود چنانچه نفر ششم

هرچند تولید کل از ۴۲ به ۴۲ یعنی تفاوتی نمی کند بلکه تولید متوسط و سرانه خیلی کمتر می شود.

جدول ۶-۱ تابع تولید

تعداد واحد عامل کار L	تولید کل ساندویچ (در ساعت) TP	تولید نهائی ($\Delta TP / \Delta L$)	تولید متوسط TP / L
۰	۰	-	-
۱	۱۰	۱۰	۱۰
۲	۲۵	۱۵	۱۲/۵
۳	۳۵	۱۰	۱۱/۷
۴	۴۰	۵	۱۰/۵
۵	۴۲	۲	۸/۴
۶	۴۲	۰	۷

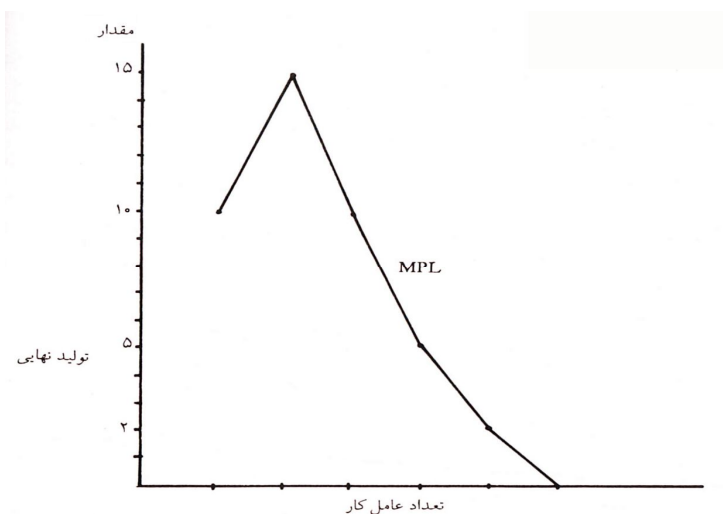


نمودار ۶-۱ تابع تولید کل

• **تولید نهائی و قانون بازده نزولی:** تولید نهائی عبارت است از افزایش در ستاده ناشی از بکارگیری یک واحد اضافی از یک نهاده در حالیکه دیگر نهاده‌ها بدون تغییر باقی می‌مانند. جدول فوق در بکارگیری عامل کار و تولید نهائی ۱۰ و ۱۵ در عاملهای دیگر کاهش می‌یابد.

• بازده نزولی در جدول فوق آغاز بکار عامل سوم است اضافه شدن نفر دوم باعث می‌شود که کارایی نفر اول به علت تمرکز توجه به تولید ساندویچ به جای انجام کلیه کارهای مغازه افزایش یابد ولی اضافه را نفر سوم و دیگران محدودیت اجاق گاز برای بکارگیری چند نفر نشان خواهد داد.

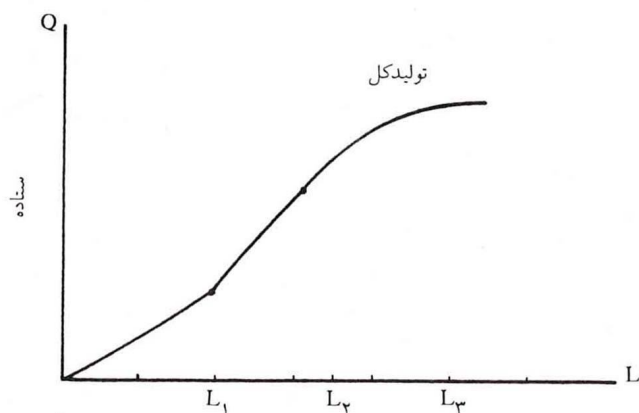
• بازده نزولی به این معنی است که شیب منحنی تولید نهائی به سمت پایین بر می‌گردد.



نمودار ۶-۲ استخراج تولید نهائی از تولید کل

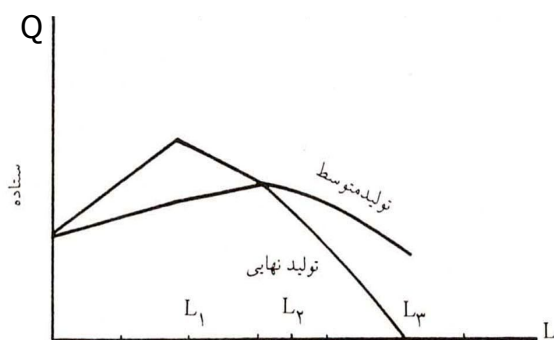
– تولید نهائی در مقابل تولید متوسط:

- تولید متوسط مقدار متوسط تولید هر واحد از عامل تولید متغیر می‌باشد.
- بین تولید متوسط و تولید نهائی ارتباط وجود دارد. اگر تولید نهائی بیشتر از تولید متوسط باشد تولید متوسط افزایش می‌یابد و اگر تولید نهائی کمتر از تولید متوسط باشد تولید متوسط افزایش می‌یابد و اگر تولید نهائی کمتر از تولید متوسط باشد تولید متوسط کاهش خواهد یافت.



نمودار ۳-۶ تابع تولید کل

- نمودار ۴-۶ منحنی‌های تولید متوسط و تولید نهائی نشان داده می‌شود. که از منحنی تولید کل بدست آمده اند.
- منحنی تولید نهائی شیب منحنی تولید کل را رسم می‌کند منحنی‌های تولید متوسط و تولید نهائی از یک نقطه شروع می‌شوند سپس تولید نهائی افزایش می‌یابد و تولید متوسط با تاخیر آنرا دنبال می‌کند.
- توابع تولید نهائی و متوسط را می‌توان از منابع تولید کل استخراج نمود تولید نهائی عامل کار را با $\frac{\Delta Q}{\Delta L}$ نشان می‌دهیم. این علامت مشتق تابع تولید کل می‌باشد.
- وقتی منحنی تولید نهائی در بالای تولید متوسط قرار دارد تولید متوسط صعودی است و وقتی که منحنی تولید نهائی زیر منحنی تولید متوسط است تولید متوسط نزولی است.



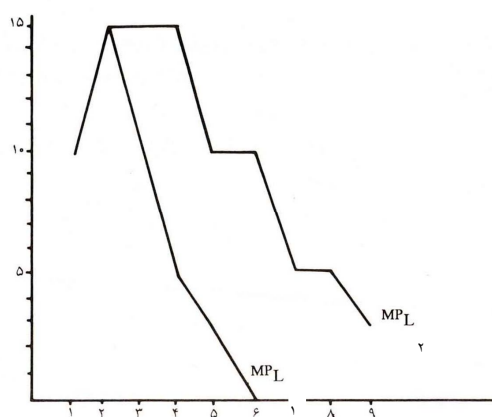
نمودار ۴-۶ تولید متوسط و تولید نهائی

• دو عامل متغیر در تولید: تاکنون تابع تولید را با یک عامل متغیر (کار) در نظر گرفته ایم. در یک دوره زمانی که به اندازه کافی بلند باشد عوامل دیگر نیز می‌توانند تغییر یابند.

• علاوه بر عامل کار سرمایه نیز می‌تواند افزایش یابد و با افزایش سرمایه تولید نهائی عامل کار زیاد خواهد شد. کار و سرمایه نهاده هائی هستند که مکمل یکدیگر می‌باشند.

جدول ۶-۲ تولید کل و تولید نهائی عامل کار

	MPL _۱		MPL _۲	
	تولید کل	تولید نهائی	تولید کل	تولید نهائی
۰	۰	۰	۰	۰
۱	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰
۲	۲۵	۱۵	۲۵	۱۵
۳	۳۵	۱۰	۴۰	۱۵
۴	۴۰	۵	۵۵	۱۵
۵	۴۲	۲	۶۵	۱۰
۶	۴۲	۰	۷۵	۱۰
۷	۴۲	۰	۸۰	۵



نمودار ۶-۵ جابجائی منحنی تولید نهائی

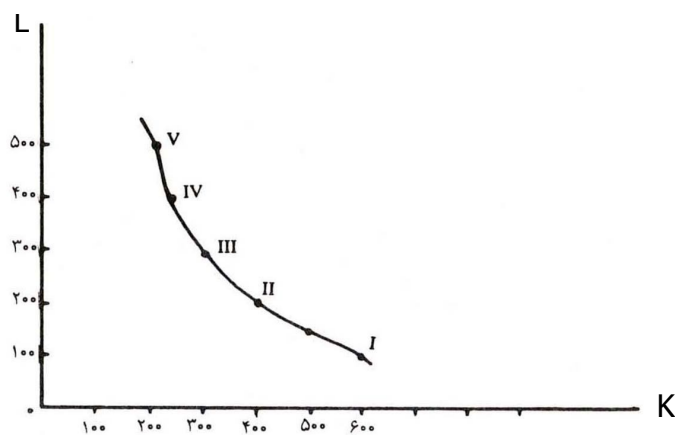
- جابجایی منحنی تولید نهائی در نتیجه افزایش در سرمایه گذاری وقتی سرمایه جدید به شکل یک اجاق دیگر اضافه می شود تولید نهائی عامل کار افزایش خواهد یافت.

– منحنی های تولید یکسان یا منحنی های بی تفاوتی در تولید:

- منحنی تولید یکسان (بی تفاوتی در تولید) چنان منحنی است که کلیه ترکیبهای از نهاده های متغیر را که سطح تولید برابری را می دهند مشخص می کند. به شرح زیر:
- روش I استفاده کافی از ماشین در صورتی که ۶۰۰ ساعت از وقت ماشین آلات کفش دوزی را در برگیرد می توان با بکارگیری ۱۰۰ ساعت کار تعداد ۳۰۰ جفت کفش مورد نظر را تولید نمود چنین تکنیکی تولیدی "سرمایه بر" محسوب خواهد شد.

جدول ۳-۶ روشهای تولید با استفاده از ترکیبهایی از ساعات کار و ساعات ماشین

روش	ساعات ماشین K	ساعات کار L
I	۶۰۰	۱۰۰
II	۴۰۰	۲۰۰
III	۳۰۰	۳۰۰
IV	۲۳۰	۴۰۰
V	۲۰۰	۵۰۰



نمودار ۳-۶ منحنی تولید یکسان یا بی تفاوتی در تولید

- منحنی تولید یکسان به ما نشان می‌دهد که روشهای متفاوتی برای تولید یک مقدار خاصی از یک ستاده وجود دارد.
- از طرف دیگر می‌توان با مقدار سرمایه کمتر و کار بیشتر سیصد جفت کفش تولید نمود روش II با ۴۰۰ ساعت وقت ماشین و ۲۰۰ ساعت کار یکی از روشهای کمتر سرمایه بر را پیشنهاد می‌کند. به عبارت دیگر با انتخاب روش II، ۱۰۰ ساعت کار را جانشین ۲۰۰ ساعت بهره‌گیری از ماشین آلات می‌کنیم بدون آنکه سطح تولید تغییر کند. روش V نسبت به دیگر روش‌ها بیشتر کاربر است. زیرا در مقابل استفاده از ۵۰۰ ساعت کار فقط از ۱۰۰ ساعت وقت ماشین آلات بهره می‌گیرد و همان ۳۰۰ جفت کفش را تولید می‌کند.

- نرخ نهائی تکنیکی جانشینی:

- کار برای سرمایه اندازه مقدار سرمایه‌ای است که می‌توان بدون تغییر در سطح ستاده برای یک واحد کار جانشین نموده با $MRTS_{LK}$ نشان داده می‌شود. نرخ نهائی تکنیکی جانشینی در هر نقطه‌ای روی منحنی تولید یکسان با شیب منحنی در آن نقطه نشان داده

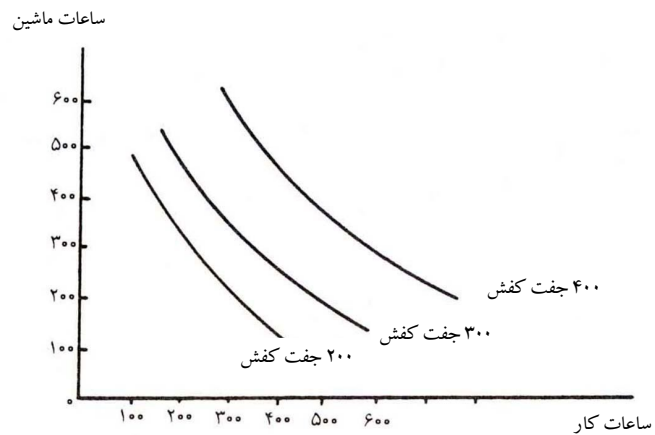
$$MRTS_{LK} = \frac{\Delta K}{\Delta L} \quad \text{می‌شود.}$$

- با جانشینی بیشتر کار برای سرمایه برای جانشینی تعداد ساعات معین از وقت ماشین ساعات کار بیشتری مورد نیاز است تا سطح ستاده ثابت بماند. مثلاً وقتی که ۴۰۰ ساعت کار با ۲۳۰ ساعت وقت ماشین برای تولید ۳۰۰ جفت کفش بکار می‌روند اگر ساعات کار به ۵۰۰ ساعت افزایش یابد باید برای هر ۳/۰ ساعت وقت ماشین یک ساعت کار جانشین شود:
- می‌توان نتیجه گرفت که نرخ نهائی تکنیکی جانشین کار برای سرمایه با افزایش جانشینی کار برای سرمایه کاهش خواهد یافت.

- نزولی بودن نرخ نهائی جانشینی سرمایه برای کار هرچه مقدار بیشتری از سرمایه جانشین ساعات کار شوند تا سطح تولید ثابت بماند مقدار بیشتری از سرمایه جانشین ساعات کار شود تا سطح تولید ثابت بماند مقدار بیشتری سرمایه باید برای مقادیر مشخص کار جانشین شود.

جدول ۴-۶ نرخ نهایی تکنیکی جانشینی کار برای سرمایه

روش	ساعات ماشین K	ساعات کار L	تغییر در ساعات کار ماشین	تغییر در ساعت کار	$MRTS_{LK} = \frac{K}{L}$
I	۶۰۰	۱۰۰			
II	۴۰۰	۲۰۰	-۲۰۰	۱۰۰	۲
III	۳۰۰	۳۰۰	-۱۰۰	۱۰۰	۱
IV	۲۳۰	۴۰۰	-۷۰	۱۰۰	۰/۷
V	۲۰۰	۵۰۰	-۳۰	۱۰۰	۰/۳



نمودار ۶-۷ نقشه منحنی‌های تولید یکسان

- نقشه منحنی‌های تولید یکسان: نقشه منحنی‌های تولید یکسان این امکان را می‌دهند که تولیدات ممکن از هر ترکیب از نهاده‌ها را بدست آوریم.
- نرخ نهایی تکنیکی کار برای سرمایه با افزایش بکارگیری کار برای سرمایه کاهش می‌یابد.

نمونه سؤالات پایان ترم فصل ششم همراه پاسخنامه

- ۱- عبارتند از عامل کار، سرمایه، منابع طبیعی، مدیریت تولید که با یکدیگر ترکیب می شوند تا بر تولید کالاها و خدمات بپردازند.
 (الف) ستاده ها (ب) نهاده ها (ج) Process (د) تولید
- ۲- نحوه انتخاب خانوار در بین طیف وسیعی از کالاها و خدمات موجود در بازار با توجه به چیست؟
 (الف) کیفیت کالاها
 (ب) مناسب بودن قیمت ها
 (ج) محدودیت درآمد و قیمت
 (د) ارزان بودن و کیفیت بالا
- ۳- جریان ترکیب و تبدیل نهاده ها به ستاده است که اشکال متفاوتی دارد؟
 (الف) تابع تولید (ب) تکنیک تولید (ج) تولید نهایی (د) تولید
- ۴- آنچه که نهاده ها را به ستاده ها مربوط می کند چیست؟
 (الف) تابع تولید (ب) تولید نهایی (ج) تکنیک تولید (د) تولید
- ۵- در کدام یک از موارد زیر از تکنیک کاربر استفاده می شود؟
 (الف) در سیستم اقتصادی که کارگر گران است.
 (ب) در سیستم اقتصادی که کارگر کمیاب است
 (ج) در سیستم اقتصادی که سرمایه برای کار وجود دارد.
 (د) در سیستم اقتصادی که عامل کار فراوان و ارزان است.
- ۶- کدام یک از موارد زیر تابع تولید را تعریف می کند؟
 (الف) آنچه که نهاده را به ستاده تبدیل می کند.
 (ب) جریان ترکیب و تبدیل نهاده ها به ستاده ها
 (ج) مقدار متوسط تولید هر واحد از عوامل تولید متغیر می باشد.
 (د) روابط بین نهاده ها و ستاده ها که همان تکنیک تولید است بر اساس روابط عددی و ریاضی بیان می شود.

۷- در جریان تولید دو عامل کار و سرمایه نهاده هایی هستند که یکدیگر می‌باشند.

الف) جانشین (ب) مکمل (ج) مقابل (د) بی نیاز

۸- منحنی کلیه ترکیبهایی از نهاده هایی متغیر را که سطح تولید برابری را می‌دهند مشخص می‌کنند.

الف) تولید متوسط (ب) تولید نهایی (ج) تولید کل (د) تولید یکسان

۹- کدام نوع منحنی روشهای متفاوتی را برای تولید یک مقدار خاص از ستاده را نشان می‌دهد؟

الف) منحنی تولید نهایی (ب) منحنی تولید کل

ج) منحنی تولید یکسان (د) منحنی تولید متوسط

۱۰- مقدار سرمایه ای است که میتوان بدون تغییر در سطح ستاده برای یک واحد کار جانشین نمود؟

الف) تولید تابع (ب) تولید نهایی

ج) تکنیک سرمایه بر (د) نرخ نهایی تکنیک جانشین

۱۱- کدام یک از موارد زیر نماد یا فرمول نرخ نهایی تکنیکی جانشینی است؟

الف) mpl (ب) $\Delta @ / \Delta L$ (ج) mrs_{LK} (د) TP

۱۲- منحنی های تولید یکسان نسبت به مرکز مختصات هستند و نماینده سطوح تولید می‌باشند.

الف) دورتر - کمتر (ب) دورتر - بیشتر

ج) نزدیک تر - بیشتر (د) نزدیک تر - کمتر

۱۳- عبارت است از جریان بکارگیری خدمات ناشی از عامل کار، وسایل مختلف و نهاده های متفاوت دیگر برای به دست آوردن کالاها و خدمات.

الف) تولید (ب) نهاده ها (ج) ستاده ها (د) مطلوبیت نهایی

۱۴- جمله ی زیر مربوط به کدام یک از گزینه های زیر است؟

وقتی مقادیر بیشتری از نهاده متغیر به نهاده ثابت اضافه می‌شود، تولید نهایی عامل متغیر کاهش خواهد یافت.

الف) تولید نهایی (ب) تولید متوسط

ج) قانون بازده نزولی (د) تولید کل

۱۵- اگر تولید نهایی بیشتر از تولید متوسط باشد تولید متوسط می‌یابد

اگر تولید نهایی کمتر از تولید متوسط باشد تولید متوسط خواهد یافت.

الف) کاهش - افزایش ب) افزایش - کاهش

ج) کاهش - کاهش د) افزایش - افزایش

۱۶- وقتی منحنی تولید نهایی در بالای تولید متوسط قرار دارد تولید متوسط

..... است و وقتی که منحنی تولید نهایی زیر منحنی تولید متوسط است، تولید

متوسط است.

الف) نزولی - صعودی ب) صعودی - نزولی

ج) نزولی - نزولی د) صعودی - صعودی

۱۷- منحنی کلیه ترکیب‌هایی از نهاده‌های متغیر را که سطح تولید برابر

را نشان می‌دهند مشخص می‌کند؟

الف) تولید متوسط ب) تولید یکسان

ج) تولید نهایی د) تولید کل

پاسخنامه

<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۵
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۸

فصل هفتم : هزینه

- هزینه‌های آشکار، هزینه‌های پنهان و سود اقتصادی:
- **هزینه آشکار:** مخارجی هستند که عملاً صندوق شرکت برای خرید و بکارگیری خدمات عوامل مورد استفاده شرکت پرداخت می‌شود.
- **هزینه‌های پنهان:** هزینه‌های عواملی هستند که خود شرکت مالک آن است و در جریان تولید خود شرکت بکار گرفته می‌شود.
- در اقتصاد هزینه‌ها شامل هر دو دسته هزینه‌های آشکار و پنهان می‌باشد سود مازاد درآمد بر هزینه‌ها است.

– قانون بازده نزولی (کاهنده):

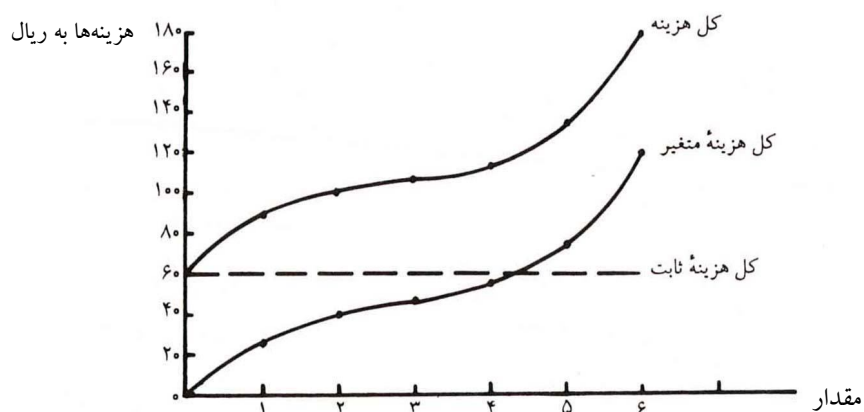
- بیانگر اینکه هرچه ما واحدهای بیشتر و بیشتر از یک عامل تولید متغیر همراه با یک یا چند واحد از عوامل تولید ثابت استفاده کنیم بعد از رسیدن به نقطه‌ای یا سطحی از استفاده هر واحد اضافی این عامل متغیر تولید مقدار کمتر و کمتری محصول تولید شده اضافی بدست خواهیم آورد.

– **کوتاه مدت:** • به مدت زمانی که در آن حداقل یک عامل تولید ثابت باشد(نتواند تغییر کند) کوتاه مدت گفته می‌شود. بنابراین قانون بازده کاهنده یک قانون کوتاه مدت است.

– **بلندمدت:** • در مدت زمانی است که در طول آن تمام عوامل تولید قابل تغییر هستند.

جدول ۱-۷ برنامه فرضی هزینه‌ها برای سطوح مختلف تولید

Q	کل هزینه ثابت (ریال)	کل هزینه متغیر (ریال)	کل هزینه (ریال)
۰	۶۰	۰	۶۰
۱	۶۰	۳۰	۹۰
۲	۶۰	۴۰	۱۰۰
۳	۶۰	۴۵	۱۰۵
۴	۶۰	۵۵	۱۱۵
۵	۶۰	۷۵	۱۳۵
۶	۶۰	۱۲۰	۱۸۰



نمودار ۱-۷ منحنی هزینه‌ها در کوتاه مدت

– هزینه کل کوتاه مدت:

- در کوتاه مدت: کل هزینه ثابت، کل هزینه متغیر و کل هزینه وجود دارند.
- کل هزینه ثابت: (TFC) شرکت در کوتاه مدت برای نهاده‌های ثابت متحمل می‌شود بدون توجه به مقدار محصول و اینکه آیا اصولاً تولیدی صورت می‌گیرد یا نه ثابت و مستمر است.

• **TVC** کل هزینه‌های متغیر هزینه‌های هستند که برای بکارگیری نهاده‌های متغیر بوسیله شرکت پرداخت می‌شود. این هزینه‌ها مستقیماً با مقدار (میزان) محصول تولید شده تغییر می‌کنند.

– هزینه‌های هر واحد در کوتاه مدت:

• اگرچه هزینه کل خیلی اهمیت دارد ولی هزینه‌های متوسط یا هزینه‌های هر واحد در تجزیه و تحلیل‌های کوتاه مدت یک شرکت دارای اهمیت بیشتری هستند.
MC هزینه نهائی برابر است با تعبیر در **TC** یا تغییر در **TVC** به ازای هر واحد تغییر در تولید

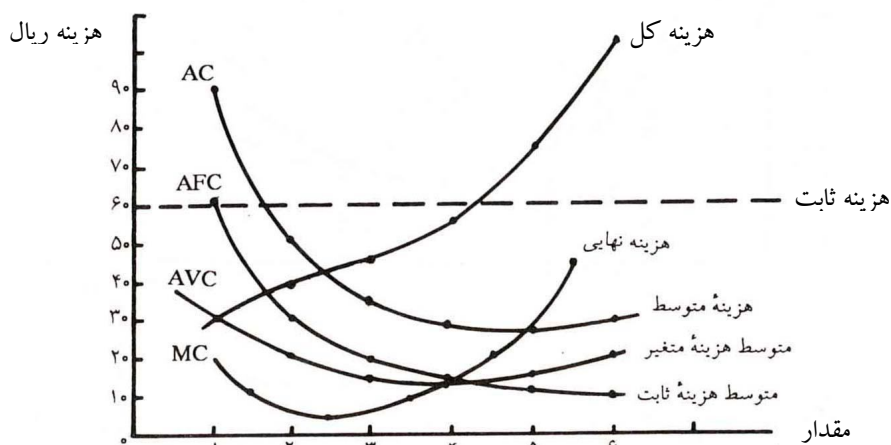
$$\frac{TC}{Q} = \frac{TFC}{Q} + \frac{TVC}{Q} \Rightarrow AC = AFC + AVC$$

جدول ۷-۲ هزینه‌های کوتاه مدت و بلند مدت

MC	AC	AVC	AFC	TC	TVC	TFC	Q
-	۹۰	۳۰	۶۰	۹۰	۳۰	۶۰	۱
۱۰	۵۰	۲۰	۳۰	۱۰۰	۴۰	۶۰	۲
۵	۳۵	۱۵	۲۰	۱۰۵	۴۵	۶۰	۳
۱۰	۲۸/۷۵	۱۳۰/۷۵	۱۵	۱۱۵	۵۵	۶۰	۴
۲۰	۲۷	۱۵	۱۲	۱۳۵	۷۵	۶۰	۵
۴۵	۳۰	۲۰	۱۰	۱۸۰	۱۲۰	۶۰	۶

– هزینه‌های بلندمدت تولید

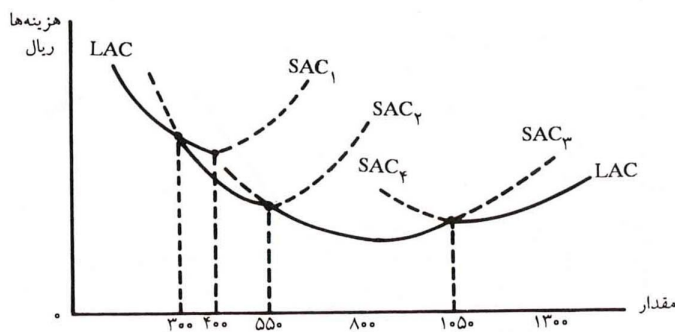
• در بلندمدت عوامل تولید ثابت وجود ندارد و شرکت می‌تواند کارگاهش را بهر اندازه بسازد یا ساخته شدن کارگاه مخصوص شرکت در کوتاه مدت فعالیت می‌کند. اندازه کارگاه را می‌توان با منحنی هزینه متوسط کوتاه مدت **SAC** مشخص کرد.



نمودار ۲-۷ هزینه ها در بلند مدت

• چهار کارگاه که شرکت در بلند مدت به اندازه‌ها مختلف می‌تواند بسازد هر کارگاه بوسیله منحنی SAC نشان داده شده است. برای تولید ۳۰۰ واحد محصول شرکت باید کارگاه شماره ۱ را بسازد (بوسیله SAC_1 مشخص شده است) از ۳۰۰ تا ۵۵۰ واحد محصول باید کارگاه بزرگتری که بوسیله SAC_2 داده شده بسازد از ۵۵۰ تا ۱۰۵۰ شرکت باید روی SAC_3 فعالیت کند.

• شرکت با کارگاه ۱ می‌تواند ۴۰۰ واحد محصول تولید کند اما با هزینه بیشتر از کارگاه ۲ قسمت نامربوط منحنی‌ها SAC خط چین شده است. قسمت باقی مانده (خط چین شده) منحنی LAC را تشکیل می‌دهد. با رسم منحنی‌های بیشتر از SAC می‌توانیم منحنی LAC یکنواخت تری بدست آوریم.



نمودار ۳-۷ چهار کارگاه در بلند مدت

– بازده ثابت، فزاینده، کاهنده به مقیاس:

- اگر در بلندمدت تمام عوامل تولید را به یک نسبت معین افزایش دهیم سه نتیجه امکان پذیر است:
 - ۱- بازده ثابت: به مقیاس که در آن محصول بهمان نسبت افزایش عوامل تولید افزایش می‌یابد.
 - ۲- بازده فزاینده به مقیاس که محصول به نسبت بیشتری از افزایش عوامل تولید افزایش می‌یابد.
 - ۳- بازده کاهنده به مقیاس یا هزینه‌های فزاینده که محصول به نسبت کمتری از افزایش عوامل تولید افزایش می‌یابد.
- بازده فزاینده به مقیاس یا صرفه‌های تولید انبوه ممکن است در نتیجه تقسیم نیروی کار و تخصصی در تولید بدست آید بالاتر از اندازه بخصوص مشکلات مدیریت باعث به وجود آمدن بازده کاهنده به مقیاس می‌شود.

نمونه سؤالات پایان ترم فصل هفتم همراه پاسخنامه

- ۱- بهره‌ی پرداختی توسط شرکت برای وام سرمایه پولی معرف یک
(الف هزینه‌ی آشکار ب) هزینه پنهان (ج) هزینه‌ی فرصت (د) تمام موارد
- ۲- مزدی که یک صاحب شرکت در بهترین نحوه‌ی استخدامش برای مدیریت در جای دیگر به دست می‌آورد معرف یک
(الف) سود (ب) هزینه آشکار (ج) هزینه پنهان (د) هزینه فرصت
- ۳- کدام یک از موارد زیر هزینه‌هایی هستند که خود شرکت مالک آنهاست؟
(الف) هزینه آشکار (ب) هزینه پنهان (ج) سود (د) هزینه فرصت
- ۴- سود چیست؟
(الف) مازاد درآمد بر هزینه (ب) مازاد هزینه بر درآمد
(ج) مازاد هزینه‌های آشکار (د) مازاد هزینه‌های پنهان
- ۵- مخارج واقعی و پرداخت شده از صندوق شرکت برای خرید و به کارگیری عوامل تولید مورد نیاز، از کدام یک از هزینه‌هاست؟
(الف) هزینه آشکار (ب) هزینه پنهان (ج) هزینه‌ی کل (د) هزینه متغیر
- ۶- هزینه‌ی خدمات عوامل تولید که مالکیت و به کارگیری آن به عهده‌ی خود شرکت در تولید است از کدام یک از هزینه‌هاست؟
(الف) هزینه آشکار (ب) هزینه پنهان (ج) هزینه‌ی کل (د) هزینه متغیر
- ۷- قانون بازدهی کاهنده عبارت است از
(الف) رابطه‌ی پولی بین نهاده‌ها و محصول
(ب) قانون کوتاه مدت
(ج) قانون بلند مدت
(د) رابطه تولید قابل سوال
- ۸- قانون بازدهی کاهنده وقتی شروع به فعالیت می‌کند که
(الف) مجموع تولید شروع به افزایش کند (ب) مجموع تولید شروع به کاهش کند.
(ج) قانون بلند مدت (د) تولید نهایی شروع به کاهش کند.

۹- اگر فقط قسمتی از نیروی کار استخدام شده به وسیله ی شرکت را در هر زمان بدون پرداخت بتوان از کار بیکار کرد، مجموع فردها و حقوق های پرداخت شده به وسیله شرکت باید به عنوان

الف) هزینه ثابت (ب) هزینه متغیر

ج) قسمتی هزینه ی ثابت، قسمتی متغیر (د) هر کدام از موارد بالا در نظر گرفته شود.

۱۰- کدام یک از موارد زیر مستقیماً با مقدار محصول تولید شده تغییر می کنند؟

الف) کل هزینه ثابت (ب) کل هزینه متغیر

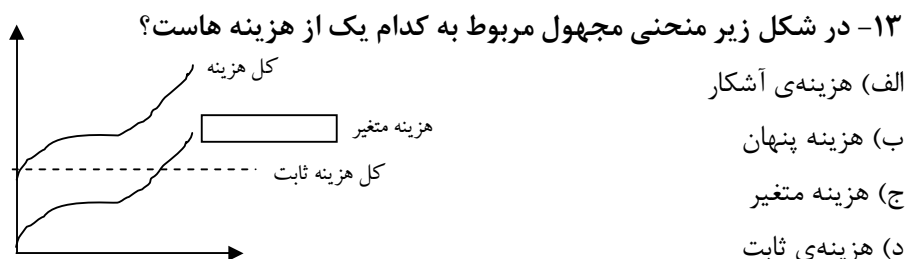
ج) کل هزینه (د) هزینه آشکار

۱۱- به مدت زمانی که در آن حداقل یک عامل تولید ثابت باشد..... گفته می شود.

الف) کوتاه مدت (ب) بلند مدت (ج) کاهنده (د) افزایشنده

۱۲- به مدت زمانی که در طول آن تمام عوامل تولید قابل تغییر هستند گفته می شود.

الف) کوتاه مدت (ب) بلند مدت (ج) کاهنده (د) افزایشنده



۱۴- وقتی که قانون بازدهی کاهنده شروع به فعالیت کند، منحنی TVC شروع می کند به

الف) کاهش با نرخ فزاینده (ب) افزایش با نرخ کاهنده

ج) کاهش با نرخ کاهنده (د) افزایش با نرخ فزاینده

۱۵- وقتی قانون بازده نزولی وارد عمل نشده است، منحنی TVC شروع می کند به

...

الف) افزایش با نرخ کاهنده (ب) افزایش با نرخ فزاینده

ج) کاهش با نرخ کاهنده (د) کاهش با نرخ فزاینده

۱۶- کدامیک از هزینه ها در کوتاه مدت مورد نظر نیست؟

الف) AFC ب) AVC ج) AC د) SAC

۱۷- تمام منحنی های هزینه به شکل U هستند به جز

الف) منحنی AVC ب) AFC ج) AC د) MC

۱۸- هزینه ی MC به مقدار کدام هزینه بستگی ندارد؟

الف) TFC ب) TC ج) TVC د) AC

۱۹- منحنی LAC نشان می دهد :

الف) حداقل هزینه ی تولید سطوح مختلف محصول در یک کارگاه مشخص

ب) حداقل هزینه ی تولید سطوح مختلف محصول وقتی اندازه ی کارگاه قابل تغییر باشد.

ج) سطح تولید که سود به حداکثر برسد

د) تغییر در TC تولید سطوح مختلف محصول وقتی که نهاده ها قابل تغییر باشد.

۲۰- در کوتاه مدت اندازه ی کارگاه با توجه به منحنی کدام هزینه مشخص

می شود؟

الف) LAC ب) FC ج) VC د) SAC

۲۱- در بلند مدت اندازه ی کارگاه با توجه به منحنی کدام هزینه مشخص می شود؟

الف) LAC ب) SAC ج) AC د) MC

۲۲- حداقل هزینه ی هر واحد تولید در هر سطح تولید وقتی که امکان ساخت

اندازه ی دل خواه کارگاه وجود داشته باشد به وسیله ی کدام منحنی نشان داده

می شود؟

الف) LAC ب) SAC ج) AC د) MC

۲۳- اگر شرکتی در بلند مدت تمام نهاده ها را دو برابر کند و مجموع تولید کم تر

از دو برابر افزایش یابد با مورد مواجه هستیم .

الف) بازدهی کاهنده ب) بازده ثابت به مقیاس

ج) بازده فزاینده به مقیاس د) بازده کاهنده به مقیاس

۲۴- اگر شرکتی در بلند مدت تمام نهاده ها را دو برابر کند و مجموع تولید به

نسبت دو برابر افزایش یابد ما با مورد مواجه هستیم.

الف) بازدهی کاهنده ب) بازده ثابت به مقیاس

ج) بازده فزاینده به مقیاس د) بازده کاهنده به مقیاس

۲۵- اگر شرکتی در بلند مدت تمام نهاده ها را دو برابر کنیم و مجموع تولید بیشتر از دو برابر افزایش یابد ما با مورد مواجه هستیم .

الف) بازدهی کاهنده (ب) بازده ثابت به مقیاس

ج) بازده فزاینده به مقیاس (د) بازده کاهنده به مقیاس

۲۶- نتیجه ی تقسیم نیروی کار و تخصص در تولید چه به دست می آید؟

الف) بازدهی کاهنده (ب) بازده ثابت به مقیاس

ج) بازده فزاینده به مقیاس (د) بازده کاهنده به مقیاس

۲۷- مشکلات مدیریتی باعث به وجود آمدن کدام یک از انواع بازده می باشد؟

الف) بازده فزاینده به مقیاس (ب) بازده ثابت به مقیاس

ج) بازده کاهنده به مقیاس (د) بازدهی کاهنده

۲۸- مجموع هزینه های ثابت و مجموع هزینه های متغیر برابر است با

الف) TC (ب) AC (ج) MC (د) FC

۲۹- این تعریف بیانگر کدام هزینه هاست؟ مقدار کارایی که جامعه برای آزاد شدن

منابع محدود و کمیاب جهت تولید یک واحد بیشتر از کالای دیگر صرف نظر کند.

الف) هزینه ی فرصت (ب) هزینه آشکار (ج) هزینه ی نهان (د) هزینه متغیر

۳۰- بازده کاهنده به مقیاس همان است. و بازده فزاینده به مقیاس همان را

نشان می دهد

الف) هزینه های فزاینده، هزینه های کاهنده

ب) هزینه های کاهنده، هزینه های فزاینده

ج) هزینه های فزاینده، هزینه های فزاینده

د) هزینه های کاهنده، هزینه های کاهنده

۳۱- وقتی از سرود در اقتصاد صحبت می کنیم منظور چیست؟

الف) بازده پایین نرمال (ب) بازده بالای نرمال

ج) هزینه ها (د) درآمد

۳۲- کدام یک از موارد زیر عامل ثابت در کوتاه مدت است؟

الف) مالیات بر دارایی (ب) مواد خام (ج) سوخت (د) مالیات سرانه ی تولید

۳۳- کدام یک از موارد زیر با افزایش تولید به طور مداوم کاهش می یابد؟

الف) AFC ب) AVC ج) AC د) TC

۳۴- AC برابر است با

الف) AVC+AFC ب) MC+AFC ج) AVC+FC د) AVC+MC

۳۵- AFC برابر است با فاصله ی عمودی بین

الف) منحنی AC و AVC ب) منحنی AC و FC

ج) منحنی FC و AVC د) منحنی FC و TC

۳۶- برابر است با فاصله ی عمودی بین منحنی AC و AVC

الف) AFC ب) TFC ج) MC د) TC

۳۷- برنامه ی MC به وسیله ی کسر ارزش های متوالی

الف) TC ب) TVC ج) TC و TVC د) همه ی موارد

۳۸- منحنی MC همیشه کدام منحنی ها را در پایین ترین نقاطشان قطع می کند؟

الف) AVC و AC ب) AFC و AC ج) AVC و AFC د) ATC و AC

۳۹- منحنی LAC کاهنده یک شرکت در طول طیف محصول را میتوان توضیح داد

به وسیله

الف) بازدهی کاهنده ب) بازده کاهنده به مقیاس

ج) بازده فزاینده به مقیاس د) هزینه های فزاینده

۴۰- منحنی LAC فزاینده یک شرکت در طول طیف را می توان توضیح داد به

وسیله ی

الف) بازدهی کاهنده ب) بازدهی کاهنده به مقیاس

ج) بازده فزاینده به مقیاس د) هزینه های فزاینده

پاسخنامه

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۹
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۴
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۵
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۶
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۸
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۹
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۶

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۸
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۲
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۳
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۵
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۸

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴۰

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳۸
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳۹

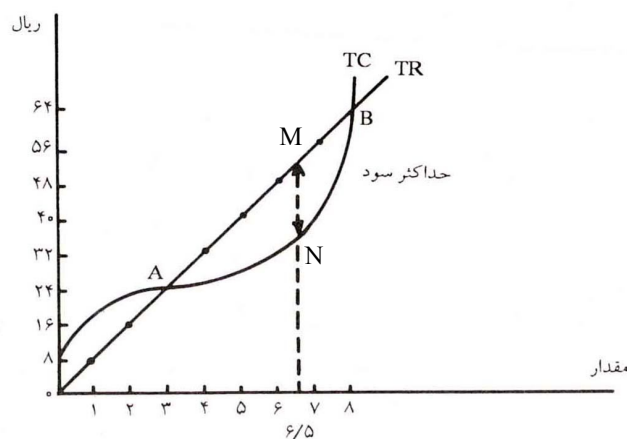
فصل هشتم: قیمت و تولید

تعریف رقابت کامل:

- صنعتی در رقابت کامل است که: ۱- از تعداد زیادی فروشنده مستقل که یک کالا تشکیل شده هر فروشنده به قدری کوچک است که نمی تواند روی قیمت کالا اثر بگذارد ۲- تمام شرکتها در این صنعت کالاهای متجانس (مشابه) بفروش می‌رسانند.
 - ۳- جابجائی کامل عوامل و منابع تولید وجود دارد و در بلندمدت شرکتها می‌توانند بدون هیچ اشکالی وارد این صنعت یا از آن خارج شوند. در نتیجه یک شرکت با رقابت کامل « قیمت پذیر» است می‌تواند هر مقدار کالا را در قیمت جاری بازار به فروش رساند.
 - مثال در کشاورزی محصول گندم تولید شده توسط کشاورزان آنقدر تولید کننده بسیار است و آنها به قدری نسبت به تولید کوچک هستند نمی‌توانند روی قیمت کالا اثر داشته باشند.
- حداکثر رساندن سود در کوتاه مدت: • روش مجموع (روش کل) وقتی تفاوت (مثبت) بین درآمد کل TR و هزینه‌های کل TC بزرگترین باشد شرکت در کوتاه مدت سود را به حداکثر می‌رساند. TR برابر است با قیمت ضربدر مقدار TC در بخش بررسی شد.
- TR منهای TC برابر است با سود کل. $TR - TC = \text{سود کل}$

جدول ۱-۸ رابطه درآمد کل و هزینه کل

سود کل	کل هزینه TC	کل درآمد TR	قیمت P	مقدار Q
-۸	۸	۰	۸	۰
-۱۲	۲۰	۸	۸	۱
-۷	۲۳	۱۶	۸	۲
۰	۲۴	۲۴	۸	۳
+۶/۶۰	۲۵/۴۰	۳۲	۸	۴
+۱۲	۲۸	۴۰	۸	۵
+۱۶	۳۲	۴۸	۸	۶
+۱۶/۹۰ *	۳۵/۱۰	۵۲	۸	۶/۵ *
+۱۶	۴۰	۵۶	۸	۷
۰	۶۴	۶۴	۸	۸



نمودار ۱-۸ سطح تولیدی که سود را به حداکثر می‌رساند

- خط مستقیم با شیب مثبت از مبدا شروع می‌شود زیرا قیمت بطور ثابت ۸ ریال است در تولید زیر ۳ و بالای ۸، TC بیش از TR می‌شود و شرکت زیان متحمل می‌شود. در تولید ۳ و ۸ (نقاط A, B) $TR=TC$ و شرکت سر به سر است. بین نقاط A, B و TR بیش از TC است و شرکت سود دارد. سود کل در تولید ۶/۵ واحد وقتی که TR با بیشترین مقدار از TC بزرگتر است. (۱۶/۹۰ ریال) به حداکثر می‌رسد.

– به حداکثر رساندن سود در کوتاه مدت: روش نهایی

• بطور کلی تجزیه و تحلیل کوتاه مدت شرکت بوسیله درآمد نهایی هزینه نهایی سودمندتر است. درآمد نهایی (MR) تغییر در TR در واحد تغییر در مقدار فروخته شده است.

• شرکتی با رقابت کامل سود خود را در کوتاه مدت در تولیدی که $MR=P=MC$ با شد به حداکثر می‌رساند. (MC فزاینده است)

• مادامی که $MR > MC$ باشند برای شرکت افزایش تولید سودآور است شرکت TR را بیشتر از TC افزایش می‌دهد پس سود کل افزایش خواهد یافت. در جایی که $MC > MR$ تولید سودآور نیست.

جدول ۸-۲ MR تغییر در TR است و MC تغییر در TVC و TC است.

جدول ۸-۲ نحوه محاسبه سود و حداکثر کردن آن

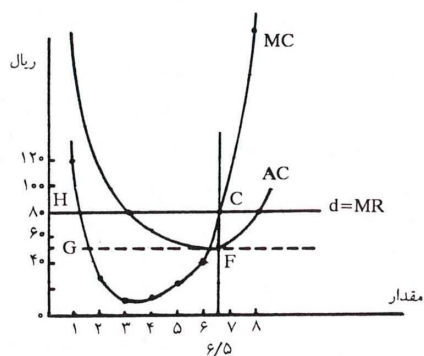
سود کل (ریال)	سود هر واحد (ریال)	AC (ریال)	AVC (ریال)	MC (ریال)	TC (ریال)	TVC (ریال)	MR (ریال)	TR (ریال)	P (ریال)	Q
-۸	-	-	-	-	۸	۰	-	۰	۸	۰
-۱۲	-۱۲	۲۰	۱۲	۱۲	۲۰	۱۲	۸	۸	۸	۱
-۷	-۳/۵۰	۱۱/۵۰	۷/۵	۳	۲۳	۱۵	۸	۱۶	۸	۲
۰	۰	۸	۵/۳۳	۱	۲۴	۱۶	۸	۲۴	۸	۳
+۶/۶۰	+۱/۶۵	۶/۳۵	۴/۳۵	۱/۴۰	۲۵/۴۰	۱۷/۴۰	۸	۳۲	۸	۴
+۱۲	+۲/۴۰	۵/۶۰	۴	۲/۶۰	۲۸	۲۰	۸	۴۰	۸	۵
+۱۶/۰۲	+۲/۶۷	۵/۳۳	۴	۴	۳۲	۲۴	۸	۴۸	۸	۶
+۱۶/۹۰	+۲/۶۰	۵/۴۰	۴/۱۷	۸	۳۵/۵۰	۲۷/۱۰	۸	۵۲	۸	۶/۵
+۱۶/۰۳	+۲/۳۹	۵/۷۱	۴/۵۷		۴۰	۳۲		۵۶	۸	۷
۰	۰	۸	۷	۲۴	۶۴	۵۶	۸	۶۴	۸	۸

– سود یا زیان کوتاه مدت:

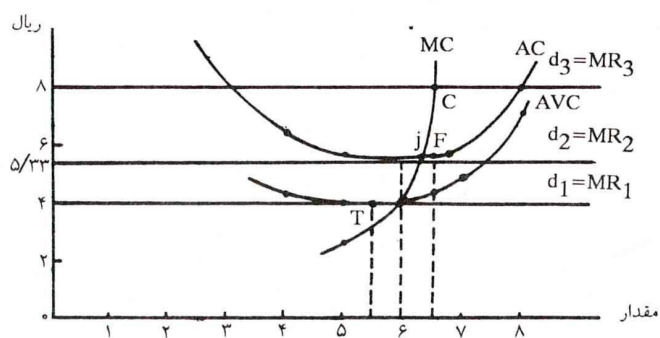
• شرکت سود کل خود را در صورتی به حداکثر می‌رساند که $MC = MR$ فزاینده و $AC > P > AVC$ باشد اگر $P = AC$ باشد شرکت در نقطه سر به سر است. اگر $AC < P > AVC$ باشد شرکت زیان کل را با تعطیل کردن به حداقل می‌رساند بنابراین $P = AVC$ نقطه تعطیل برای شرکت است.

– منحنی عرضه کوتاه مدت شرکت:

• از آنجائی که یک شرکت با رقابت کامل همیشه در $MC = MR = P$ (مادامی که $AC > P > AVC$) تولید می‌کند منحنی عرضه کوتاه مدت شرکت بوسیله قسمت افزایش منحنی MC بالای AVC شرکت یا نقطه تعطیل نشان داده می‌شود.



نمودار ۲-۸ سطح تولید با سود به حداکثر رسیده

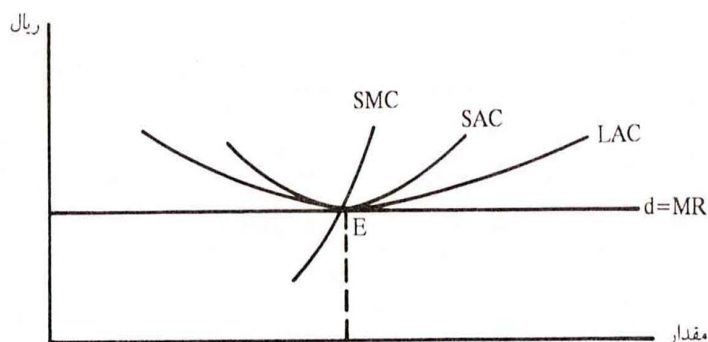


نمودار ۳-۸ منحنی Arc و سه منحنی مختلف تقاضا و MR

– تعادل بلند مدت یک شرکت رقابتی:

• اگر در یک صنعت رقابتی، شرکت‌ها سود کوتاه مدت داشته باشند در بلندمدت شرکت‌های بیشتری وارد این صنعت می‌شوند. این عرضه بازار را افزایش و قیمت بازار را کاهش می‌دهد تا جایی که سودها با هم مطابقت کنند و شرکتها در نقطه سر به سر قرار گیرند.

• در نتیجه تمام شرکتها در یک صنعت کاملا رقابتی با تعادل بلندمدت در پایین ترین $P=LAC$ تولید می‌کنند. منابع تولید در تولید کالاها و خدماتی که بیشترین درخواست برای آنها در جامعه وجود دارد. به نحوی مورد استفاده قرار می‌گیرند که بیشترین کارایی را داشته باشد و مصرف کننده پایین ترین قیمت ممکن را بپردازند. $P=AC=SMC=LAC$



نمودار ۸-۴ در صنعت کاملا رقابتی در تعادل بلند مدت در نقطه E

– صنایع با هزینه‌های ثابت فزاینده و کاهنده:

• وقتی با وارد شدن شرکت‌های بیشتری در یک صنعت در بلندمدت تولید آن صنعت افزایش پیدا می‌کند و تقاضا برای عوامل تولید بیشتر می‌شود. قیمت عوامل ممکن است ثابت بماند افزایش یا کاهش باید که منجر به داشتن صنعت با هزینه‌های ثابت، فزاینده و یا کاهنده می‌شود. منحنی عرضه بلندمدت یک صنعت با هزینه‌های ثابت افقی است. در صنعت با هزینه‌های فزاینده منحنی عرضه بلند مدت افزایش و در صنعت با هزینه‌های کاهنده کاهش می‌یابد.

نمونه سؤالات پایان ترم فصل هشتم همراه پاسخنامه

- ۱- نقطه سر به سر کدام است؟
الف) $P=MC$ ب) $P=AVC$ ج) $P=AC$ د) $MR=MC$
- ۲- نقطه تعطیل بنگاه رقابت کدام است؟
الف) $P=AC$ ب) $MR=MC$ ج) $P=AVC$ د) $P=MC$
- ۳- در صنعت با هزینه های فزاینده منحنی عرضه آن در بلند مدت و در صنعت با هزینه کاهنده می یابند.
الف) کاهش - کاهش ب) افزایش - افزایش
ج) کاهش - افزایش د) افزایش - کاهش
- ۴- کدام یک از گزینه های زیر معمولی ترین هزینه هاست؟
الف) هزینه فزاینده ب) هزینه کاهنده ج) هزینه ثابت د) هزینه متغیر
- ۵- سطح تولیدی که در آن درآمد کل برابر هزینه کل و سود کل صفر است؟
الف) نقطه تعطیل ب) نقطه سر به سر ج) هزینه ثابت د) رقابت کامل
- ۶- صنعت با هزینه ثابت صنعتی است که منحنی عرضه آن در بلند مدت افقی است زیرا
الف) قیمت عوامل تولید با افزایش تولید در آن صنعت کاهنده است.
ب) قیمت عوامل تولید با افزایش تولید در آن صنعت ثابت است.
ج) قیمت عوامل تولید با کاهش تولید در آن صنعت فزاینده است.
د) قیمت عوامل تولید با کاهش تولید در آن صنعت ثابت است.
- ۷- صنعت با هزینه کاهنده، صنعتی است که منحنی عرضه آن در بلند مدت شیب منفی دارد زیرا....
الف) قیمت عوامل تولید با افزایش تولید در آن صنعت ثابت است.
ب) قیمت عوامل تولید با کاهش تولید در آن صنعت افزایش می یابد.
ج) قیمت عوامل تولید با افزایش تولید در آن صنعت کاهش می یابد.
د) قیمت عوامل تولید با کاهش تولید در آن صنعت ثابت می یابد.

۸- صنعت با هزینه فزاینده صنعتی که منحنی عرضه آن در بلند مدت شیب مثبت دارد زیرا.....

- الف) زیرا قیمت عوامل تولید با افزایش تولید در آن صنعت کاهش می یابد.
- ب) زیرا قیمت عوامل تولید با افزایش تولید در آن صنعت افزایش می یابد.
- ج) زیرا قیمت عوامل تولید با کاهش تولید در آن صنعت افزایش می یابد.
- د) زیرا قیمت عوامل تولید با کاهش تولید در آن صنعت ثابت است.

۹- کدام یک از گزینه های زیر در مورد رقابت کامل درست نیست؟

- الف) تعداد فروشندگان زیاد است و هر کدام به قدری کوچک هستند که نمی توانند روی قیمت کالا اثر می گذارد
- ب) تمام شرکتها در این صنعت، محصولات متجانس تولید می کنند.
- ج) تحرک کامل منابع تولید وجود دارد و در بلند مدت شرکتها بدون اشکال می توانند وارد یا خارج صنعت شوند.
- د) تحرک کامل منابع تولید وجود دارد و در کوتاه مدت شرکتها بدون اشکال می توانند وارد یا خارج صنعت شوند.

۱۰- یک شرکت سود کل را به حداکثر می رساند وقتی که :

الف) $TR=TC$

- ب) TC از TR به بیشترین اندازه بزرگتر است
- ج) TR از TC به بیشترین اندازه بزرگتر است
- د) در نقطه سر به سر قرار دارد.

۱۱- یک شرکت با رقابت کامل با منحنی تقاضایی مواجه است که.....

- الف) شیب منفی دارد.
- ب) شیب مثبت دارد.
- ج) افقی است
- د) همه موارد بالا درست است.

۱۲- MR برای شرکت با رقابت کامل

- الف) برابر است با تغییر در TR به ازاء تغییر در واحد مقدار فروخته شده .
- ب) برابر است با P
- ج) ثابت است
- د) همه موارد بالا درست است.

۱۳- اگر شرکتی از منابع خیلی تخصصی استفاده کند این صنعت با کدام هزینه مواجه است؟

الف) ثابت ب) کاهنده ج) فزاینده د) هر سه مورد

۱۴- در روش نهایی بهترین سطح تولید برای یک شرکت رقابتی کامل، تولیدی است که در آن....

الف) $MC = P$ فزاینده یا MR ب) $MC = P$ کاهنده یا MR

ج) AC کمترین است د) AVC کمترین است.

۱۵- اگر در تولیدی که MC فزاینده $P = MR$ یا $P = AC$ باشد شرکت

الف) سود دارد. ب) در نقطه سر به سر است

ج) زیان را به حداقل می رساند د) در نقطه تعطیل است.

۱۶- اگر در بهترین سطح تولید $AC > P > AVC$ باشد شرکت

الف) تعطیل می کند ب) سر به سر می شود.

ج) زیان خود را به حداقل می رساند د) در نقطه تعطیل است.

۱۷- اگر در بهترین سطح تولید $AC > P > AVC$ باشد شرکت

الف) متحمل زیانی بزرگتر از TFC خود می شود.

ب) متحمل زیانی برابر TFC می شود.

ج) متحمل زیانی کوچکتر از TFC می شود.

د) سود می برد.

۱۸- نقطه تعطیل شرکت در سطح تولیدی است که در کوتاه مدت قیمت از باشد.

الف) AC پایین تر ب) AVC پایین تر

ج) MC پایین تر د) P پایین تر

۱۹- یک شرکت رقابتی کامل در تعامل بلند مدت، سطح تولیدی دارد که

الف) SAC پایین ترین $P =$

ب) LAC پایین ترین $P =$

ج) $P = SMC$

د) همه موارد بالا

۲۰- منحنی عرضه کوتاه مدت شرکت رقابتی، قیمت افزایشی است .

الف) منحنی MC بالای AVC

ب) منحنی AC بالای AVC

ج) منحنی MC بالای AC

د) منحنی AVC بالای MC

۲۱- اگر با افزایش تولید یک صنعت در بلند مدت، قیمت عوامل تولید افزایش یابد،

L_0 داریم

الف) یک صنعت با هزینه ثابت ب) یک صنعت با هزینه کاهشده

ج) یک صنعت با هزینه فزاینده د) همه موارد بالا

۲۲- اگر در یک صنعت رقابتی، شرکتها سود کوتاه مدت داشته باشند.....

الف) در بلند مدت شرکتهای کمتری وارد این صنعت می شوند.

ب) در بلند مدت شرکتهای بیشتری وارد این صنعت می شوند.

ج) در کوتاه مدت شرکتهای بیشتری وارد این صنعت می شوند.

د) در کوتاه مدت شرکتهای کمتری وارد این صنعت می شوند.

۲۳- مهمترین مزیت یک بازار کاملا رقابتی است (گزینه مناسب تر را

انتخاب کنید).

الف) از منابع برای تولید کالا استفاده شود.

ب) از منابع برای تولید کالاها و خدمات جامعه استفاده شود.

ج) منابع بیشترین کارایی را داشته باشند.

د) از منابع برای تولید کالا و خدمات مورد تقاضای جامعه با بیشترین کارایی استفاده شود و

مصرف کنندگان پایین ترین قیمت ممکنه را بپردازد.

۲۴- کدام یک از موارد زیر از نواقص عمده بازار رقابتی کامل است؟

الف) بازار رقابتی بیشترین کارایی را دارد.

ب) یک شرکت کاملا رقابتی معمولا کوچک است و در بلند مدت سود نمی کند.

ج) یک شرکت کاملا رقابتی معمولا کوچک است و در کوتاه مدت سود نمی کند.

د) در بازار رقابتی از منابع برای تولید کالا و خدمات مورد نیاز جامعه است استفاده می شود.

پاسخنامه

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۵
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۶
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۸
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۹
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲۰
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲۴

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۸
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۱
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۲

فصل نهم: قیمت و تولید در بازار انحصار کامل

– تعریف انحصار خالص: شکلی از بازار است که در آن فقط یک فروشنده واحد برای یک کالا وجود دارد و هیچگونه جایگزینی برای آن کالا نیست. درست در جهت عکس رقابت کامل است.

– انحصار خالص ممکن است نتیجه: ۱- بازده فزاینده به مقیاس ۲- کنترل روی عرضه مواد خام ۳- حق امتیاز ۴- فرانشیز دولتی باشد

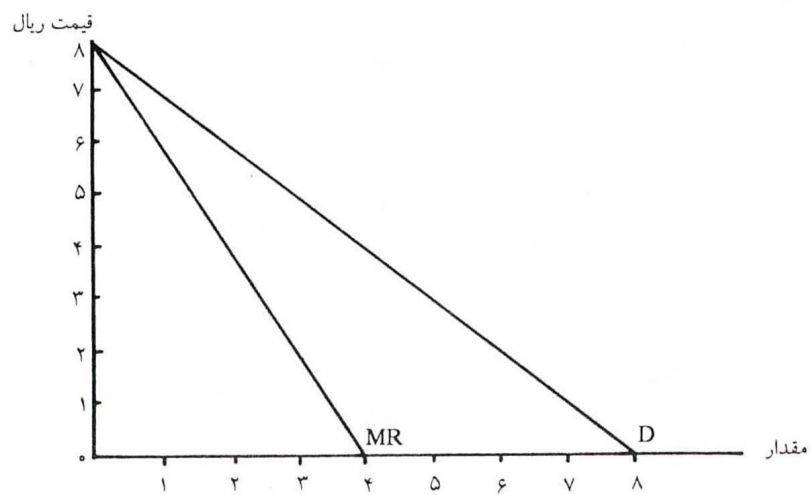
– تقاضا و درآمد نهایی:

تحت انحصار خالص، شرکت در واقع کل صنعت است و با منحنی تقاضای صنعت برای کالا که شیب منفی دارد روبرو است در نتیجه اگر انحصارگر مایل باشد کالای بیشتری به فروش رساند باید قیمت آن کالا را کاهش دهد بنابراین برای انحصارگر MR کمتر از P و منحنی MR زیر منحنی D قرار دارد.

در جدول ۹-۱ ستون ۱ و ۲ برنامه تقاضایی که انحصارگر با آن مواجه است ارزشهای TR ستون ۳ از ضرب هر ارزش در مقدار مربوطه اش بدست می‌آید. ارزشهای MR ستون ۴ تفاوت بین ارزشهای متوالی TR و بین سطوح متوالی TR و فروش ثبت می‌شود.

جدول ۹-۱ برنامه تقاضایی که انحصارگر با آن مواجه است

(۴) ریال MR	(۳) ریال TR	(۲) Q	(۱) ریال P
-	۰	۰	۸
۷	۷/۰۰	۱	۷
۵	۱۲/۰۰	۲	۶
۳	۱۳/۷۵	۲/۵	*۵/۵
۱	۱۵/۰۰	۳	۵
-۱	۱۶/۰۰	۴	۴
-۳	۱۵/۰۰	۵	۳
-۵	۱۲/۰۰	۶	۲
-۷	۷/۰۰	۷	۱
	۰	۸	۰



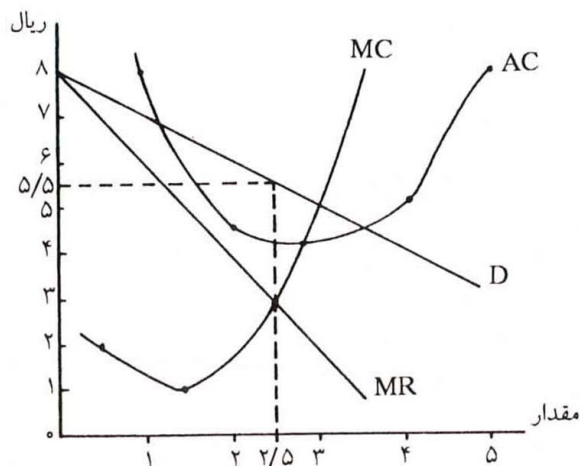
نمودار ۹-۱ منحنی ارزش‌های MR بین سطوح متوالی فروش

- به حداکثر رساندن سود:

برای انحصار گر بهترین سطح تولید یا حداکثر سود در سطحی از تولید است که $MR=MC$ باشد. سپس قیمت منحنی تقاضا را نشان می‌دهد. با توجه به سطح AC در این تولید انحصار گر می‌تواند دارای سود باشد. سود کل را در $۳/۷۵$ ریال به حداکثر می‌رساند وقتی که تولید و فروشی معادل $۲/۵$ واحد محصول در قیمت $۵/۵$ ریال دارد در این تولید $MR=MC=۳$ است مادامی که $MR > MC$ باشد انحصار گر تولید و فروش را گسترش می‌دهد زیرا با این کار TR بیشتر از TC اضافه می‌کند. (و سود افزایش می‌یابد). بنابراین سود کل وقتی که $MR=MC$ شود به حداکثر می‌رسد نتیجه مشابهی را با روش درآمد کل هزینه کل نیز می‌توان بدست آورد.

جدول ۹-۲ ارزشهای ستونهای (۱) تا (۴) و ستونهای (۲) و (۵) برنامه TC نمونه

(۹)	(۸)	(۷)	(۶)	(۵)	(۴)	(۳)	(۲)	(۱)
سود کل ریال	سود واحد ریال	AC	MC ریال	TC ریال	MR ریال	TR ریال	Q	P ریال
-	-	-	-	۶	-	۰	۰	۸
-۱	-۱	۸	۲	۸	۷	۷	۱	۷
۳	+۱/۵	۴/۵	۱	۹	۵	۱۲	۲	۶
۳	۱/۲	۴/۳	۳/۵	۱۰/۷۵	۳/۵	۱۳/۷۵	۲/۵	۵/۵
۱/۷۷	۰/۵۹	۴/۴۱	۵	۱۳/۲۵	۲/۵	۱۵	۳	۵
-۴	-۱	۵	۶/۷۵	۲۰	۱	۱۶	۴	۴
-۲۰	-۴	۷	۱۵	۳۵	-۱	۱۵	۵	۳



نمودار ۹-۲ رسم منحنی ارزشهای ۱ و ۲ و ۴ و ۶ و ۷ جدول صفحه قبل

- تبعیض قیمت:

یک انحصارگر با سطح معین تولید و TC می‌تواند کل درآمد و سود را به وسیله تبعیض قیمت افزایش دهد. این تبعیض شامل قیمت‌های مختلف برای یک کالا است: ۱- برای مقادیر مختلف خریداری شده ۲- برای طبقات مختلف مصرف کنندگان ۳- در بازارهای مختلف. یک شرکت تلفن برای ۵۰ تلفن اول در هر ماه هر با ۵ ریال برای ۱۰۰ تلفن بعدی هر با ۳ ریال و ... قیمت تعیین می‌کند.

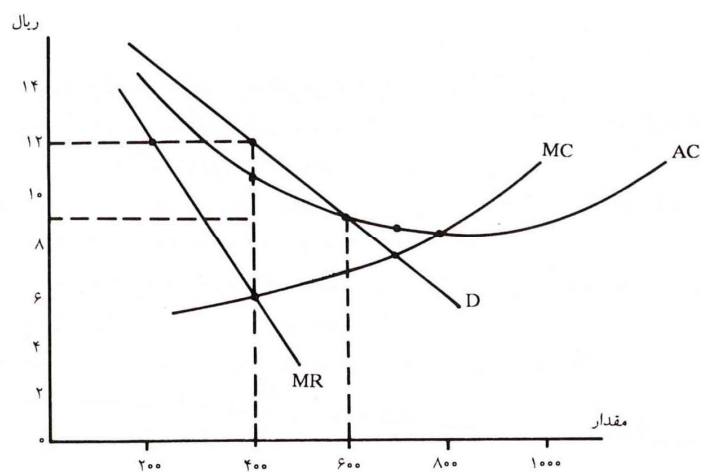
انحصارگر حداکثر سود را با تبعیض قیمت وقتی که $MR = MC$ آخرین واحد فروخته شده به خریداران مختلف یا بازارهای مختلف یکسان است بدست می‌آورد.

- انحصار از نظر کارایی:

از آنجایی که انحصارگر تولید محصولش در $MR = MC$ است نسبت به یک رقیب کامل با منحنی‌های هزینه یکسان کمتر تولید می‌کند و قیمت بیشتر می‌گذارد. انحصار منجر به اختصاص نادرست منابع می‌شود سود انحصاری ممکن است در بلند مدت به علت بسته بودن یا محدودیت ورود به صنعت باقی بماند. از آنجایی که سهامداران شرکت اکثراً گروه‌هایی با درآمد زیاد هستند سود انحصاری منجر به عدم تساوی بیشتر درآمد می‌شود. بالاخره انحصارگر ممکن است از کار خود احساس امنیت کند و انگیزه زیادی برای پیشرفت تکنولوژی نداشته باشد.

- کنترل انحصار:

از نقطه نظر کارایی دولت (مرکزی و ایالتی یا محلی) اجازه فعالیت به انحصارات طبیعی (مانند خدمات عمومی) با تبعیت از مقررات می‌دهد معمولاً به این صورت می‌شود که دولت قیمتی را مشخص می‌کند که به انحصارگر فقط امکان بازده (معمولی یا عادلانه) حدود ۱۰٪ تا ۱۴٪ روی سرمایه اش می‌دهد هرچند این فقط قسمتی از مساله جدی تر تخصیص نادرست منابع را حل می‌کند.



نمودار ۳-۹ منحنی انحصارگری که کنترل شده نیست

نمونه سؤالات پایان ترم فصل نهم همراه پاسخنامه

- ۱- کدام یک از تعاریف زیر بر اساس انحصار خالص درست است؟
- الف) بازاری است که چند فروشنده برای یک کالا وجود دارد و هیچ گونه جایگزینی برای آن کالا نیست.
- ب) بازاری است که فقط یک فروشنده واحد برای یک کالا وجود دارد و هیچ گونه جایگزینی برای آن کالا نیست.
- ج) بازاری است که فقط یک فروشنده برای چند کالا وجود دارد و جایگزینی برای آن کالا وجود دارد.
- د) بازاری است که دارای چند فروشنده برای چند کالا وجود دارد و جایگزینی برای آن کالا وجود دارد.
- ۲- انحصارات طبیعی معمولاً به چند صورت عمل می کنند؟
- الف) بازده فزاینده به مقیاس ب) کنترل روی عرضه مواد خام
- ج) حق امتیاز د) فرانشیز دولتی
- ۳- انحصار ممکن است با مالکیت چه چیزی به وجود آید که مانع تولید کالای مشابه توسط شرکت های دیگر شود؟
- الف) حق امتیاز ب) بازده فزاینده به مقیاس
- ج) فرانشیز دولتی د) کنترل روی عرضه مواد خام
- ۴- درآمد نهایی انحصارگر در کدام موارد زیر است؟
- الف) بیشتر از P ب) برابر با P
- ج) کمتر از P د) گاهی کمتر از P و گاهی بیشتر از P
- ۵- برای انحصارگر بهترین سطح تولید یا حداکثر سود در چه سطحی از تولید است؟
- الف) $MC < MR$ ب) $MR > TR$ ج) $MC = TR$ د) $MR = MC$
- ۶- منحنی تقاضایی که انحصارگر با آن مواجه است به چه صورت است؟
- الف) شیب مثبت دارد ب) شیب افقی ج) شیب منفی دارد د) شیب عمودی

۷- در تبعیض قیمت که شامل قسمت‌های مختلف یک کالاست کدام مورد وجود

ندارد؟

الف) برای مقادیر مختلف خریداری شده (ب) در شرکت‌های مختلف

ج) برای طبقات مختلف مصرف کننده (د) در بازارهای مختلف

۸- به کدام دلایل زیر انحصارگر کمتر تولید می‌کند و بیشتر قیمت می‌گذارد؟

الف) $P > MC, MR = MC$ (ب) $MC > P, MR = P$

ج) $P < MR, MR = MC$ (د) $MC < P, MC = MR$

۹- یک انحصارگر کنترل شده به وسیله دولت فقط موقعی منابع تولید را نادرست

تخصیص نمی‌دهد که نماینده دولت قیمت را برابر چه بداند؟

الف) AC (ب) AVC (ج) AFC (د) MC

۱۰- شرکتی که بازده فزاینده به مقیاس مواجه است قادر است کالا را به تمام بازار

یا هزینه کمتر هر واحد نسبت به ۲ یا تعداد بیشتری شرکت، عرضه کند؟

الف) تبعیض قیمت (ب) انحصار طبیعی

ج) انحصار خالص (د) کنترل انحصار

۱۱- انحصار خالص ممکن است بر پایه ی چه چیزی باشد؟

الف) بازده فزاینده به مقیاس (ب) کنترل روی عرضه مواد خام

ج) حق امتیاز یا فرانشیز دولتی (د) همه موارد

۱۲- در کوتاه مدت انحصارگر دارای چه چیزی می‌شود؟

الف) سود می‌برد (ب) سربه سر می‌شود

ج) ضرر می‌کند (د) هر کدام از موارد فوق ممکن است اتفاق بیفتد.

۱۳- منحنی عرضه ای انحصارگر در کوتاه مدت چگونه است؟

الف) قسمت فزاینده منحنی MC است (ب) قسمت فزاینده MC بالایی AVC است.

ج) قسمت فزاینده MC بالای AC است (د) هیچکدام

۱۴- در بلند مدت انحصارگر می‌تواند ؟

الف) می‌تواند زیان ببیند

ب) سربه سر می‌شود

ج) می‌تواند به سود بردن ادامه دهد

د) همیشه در پایین ترین نقطه منحنی LAC تولید می‌کند

۱۵- با توجه به صنعت کاملاً رقابتی با شرایط هزینه‌ای یکسان یا یک انحصارگر چه می‌کند؟

الف) مقدار بیشتری تولید می‌کند ب) مقدار کمتری تولید می‌کند

ج) قیمت مشابه اعمال می‌کند د) قیمت پایین تری می‌گذارد

۱۶- دولت می‌تواند تمام سود انحصاری را با برقراری قیمتی معادل به چه صورت از بین ببرد؟

الف) AC ب) AVC ج) AFC د) MC

۱۷- یک انحصارگر کنترل شده به وسیله دولت فقط موقعی منابع تولید را نادرست تخصیص نمی‌دهد که نماینده دولت قیمت را برابر با کدام موارد زیر تعیین نمی‌کند؟

الف) AC ب) AVC ج) AFC د) MC

۱۸- اعمال قیمت‌های مختلف برای یک کالا برای مقادیر مختلف خریداری شده، برای طبقات مختلف مصرف‌کنندگان یا در بازارهای مختلف مربوط به کدام موارد زیر است؟

الف) انحصار خالص ب) تبعیض قیمت

ج) انحصار طبیعی د) فرانشید دولتی

۱۹- شرکت‌های الکتریکی، تلفن و سایر «خدمات عمومی» معمولاً چه چیزی را روی طیف کامل محصولات می‌دارند؟

الف) بازده فزاینده به مقیاس ب) کنترل روی عرضه مواد خام

ج) حق امتیاز د) فرانشید دولتی

پاسخنامه

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۰
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۱
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۲
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۳
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۵
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۶
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱۸
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۱۹

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۳
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۵
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۸
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۹

فصل دهم: قیمت و محصول در بازار رقابت انحصاری

رقابت انحصاری:

- تعریف رقابت انحصاری: تعداد زیادی شرکت وجود ندارد که کالاها و خدمات مشابه ولی متنوع (یا متمایز) را به فروش می‌رسانند.
در واقع مخلوطی است از رقابت و انحصار. عناصر رقابتی بدست آمده از: تعداد زیاد شرکت و ورود آسان.
عنصر انحصاری بدست آمده از محصولات و خدمات مشابه متنوع (یا متمایز یعنی مشابه نه یکسان).

مثال ۱: در خرده فروشی رقابت انحصاری متداولترین فرم بازار است. حتی اگر فرق کالاها با هم خیالی باشد مانند انواع مارکهای آسپیرین اگر مشتری حاضر به پرداخت بیشتر و یا تحمل مسیر طولانی تر باشد از نظر اقتصادی اهمیت دارد.

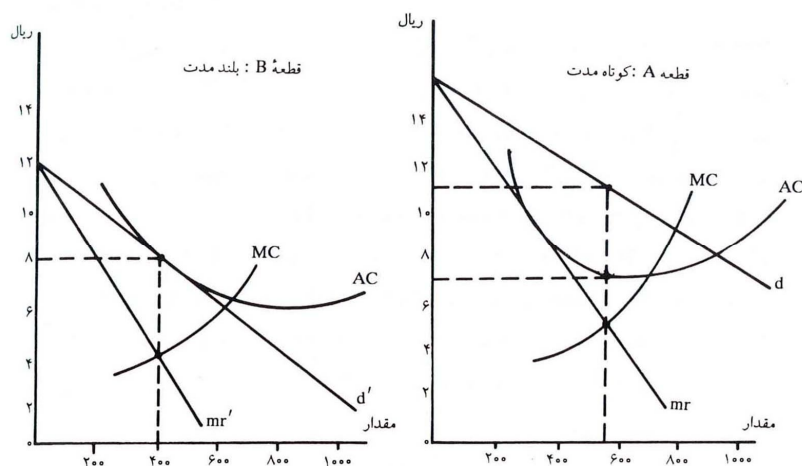
- به حداکثر رساندن سود:

انحصارگر رقابتی یا منحنی تقاضا با شیب منفی (تمایز محصول) ولی بسیار کشش دار (به علت در دسترس بودن جایگزین‌های نزدیک) روبرو است. بهترین یا سودآورترین سطح تولید وقتی است که $MR=MC$ با $P > AVC$ باشد.

در این تولید، شرکت می‌تواند در کوتاه مدت سود ببرد، سر به سر شود یا زیان خود را به حداقل برساند. در بلندمدت شرکتها یا بوسیله سود کوتاه مدت جذب این صنعت می‌شوند یا اگر زیان کوتاه مدت وجود دارد صنعت را ترک می‌گویند تا منحنی تقاضایی (d) که شرکت با آن مواجه است مماس با منحنی AC شود و شرکت سر به سر شود حتی با $(P=AC)$

مثال ۲- نمودار ۱۰-۱ در قطعه A نمودار یک انحصارگر رقابتی را نشان می‌دهد که ۵۵۰ واحد تولید می‌کند ($MR=MC$) داده شده است. و آن را به ۱۰/۵۰ ریال (روی d) به فروش می‌رساند و سود هر واحد معادل ۳/۵۰ و مجموع سود (سود کل) ۱۹۲۵ ریال دارد. این سود شرکت‌های بیشتری را به صنعت جذب می‌کند. ورود شرکت‌های دیگر باعث انتقال

منحنی تقاضای شرکت به پایین و چپ (در قطعه B) می‌شود. در شرکت ۴۰۰ واحد به قیمت هر واحد ۸ ریال می‌فروشد و سر به سر می‌شود از آنجائیکه $P > MR$ در حالی که $MR = MC$ است قیمت فزاینده منحنی MC بالای AVC معرف منحنی عرضه شرکت نیست زیرا به علت تمایز محصول تجزیه و تحلیل ما منحصر به یک شرکت محصول می‌شود و ما تنها یک قیمت و مقدار تعادل نداریم بلکه دسته‌ای از مقادیر و قیمت‌ها خواهیم داشت.



نمودار ۱۰-۱ منحنی شرکت رقابت انحصاری

– مفاهیم کارایی بلندمدت رقابت انحصاری:

شرکت رقابتی انحصاری منابع را نادرست تخصیص می‌دهند زیرا او در وضعیتی تولید می‌کند که $p > MC$ است.

علاوه بر این او در پایین‌ترین نقطه منحنی LAC مانند رقابت کامل تولید نمی‌کند. هرچند معمولاً این عدم کارایی‌ها بعثت روبرو بودن انحصارگران رقابتی با تقاضای بسیار کشش‌دار زیاد نیستند.

برعکس رقابت کامل انحصارگر رقابتی در رقابت بدون قیمت که بصورت آگهی‌های تجارتي و تمایز محصول شرکت است. این تاکتیکها به منظور افزایش سهم شرکت از بازار و انتقال منحنی تقاضا به طرف بالا و راست است. اگرچه آنها هزینه‌ها شرکت را نیز افزایش می‌دهند و منحنی‌های هزینه شرکت به طرف راست انتقال می‌یابد در حالی که بعضی آگهی‌ها مشتریان را آگاه می‌کند و تمایز محصول تنوع طلبی مشتریان را ارضاء می‌کند هر دو ممکن است زیاد و اتلاف‌کننده باشند.

نمونه سؤالات پایان ترم فصل دهم همراه پاسخنامه

۱- رقابت انحصاری به شکلی از بازار اشاره می کند که در آن .

الف) تعداد زیادی فروشندگان یک کالای متجانس وجود دارد.

ب) تعداد زیادی فروشندگان محصولات متمایز وجود دارد.

ج) چند فروشنده یک کالای متجانس وجود دارد.

د) چند فروشنده محصولات متمایز وجود دارد.

۲- منحنی تقاضایی که یک شرکت رقابتی انحصاری با آن مواجه است.

الف) شیب منفی و کشش بسیار دارد. ب) شیب مثبت و بسیار بی کشش است.

ج) افقی است د) بی نهایت کشش دارد.

۳- بهترین سطح تولید برای انحصارگر رقابتی، تولیدی است که در آن باشد.

الف) $MR=AC$ ب) $MR=MC$ ج) $MR>MC$ د) $MR<MC$

۴- در کوتاه مدت یک انحصارگر رقابتی

الف) سربه سر است

ب) سود می برد.

ج) زیان می کند

د) هر کدام از موارد بالا ممکن است

۵- در بلند مدت یک انحصارگر رقابتی

الف) زیان می کند

ب) سربه سر می شود

ج) سود می برد

د) هر کدام از موارد بالا ممکن است.

۶- یک انحصارگر رقابتی در بلند مدت

الف) در جایی تولید می کند که $P>MC$ باشد

ب) در پایین ترین نقطه منحنی AC خود تولید نمی کند.

ج) در رقابت غیر قیمتی شرکت می کند.

د) همه موارد بالا

۷- انحصارگر رقابتی با منحنی تقاضا با شیب ولی روبرو است.

الف) منفی - با کشش کم ب) منفی - بسیار کشش پذیر

ج) مثبت - با کشش بسیار د) مثبت - با کشش کم

۸- شرکت رقابتی انحصاری منابع را نادرست تخصیص می دهند زیرا.....

الف) او در وضعیتی تولید می کند که $P > MC$ باشد

ب) او در وضعیتی تولید می کند که $P < MC$ باشد.

ج) او در وضعیتی تولید می کند که $P = MC$ باشد.

د) او در وضعیتی تولید می کند که $P > MR$ باشد.

۹- شکلی از بازار که در آن فروشندگان بسیاری برای یک محصول متمایز وجود

دارد.

ب) رقابت غیر قیمتی

الف) محصولات متمایز

د) همه موارد

ج) رقابت انحصاری

پاسخنامه

د	ج	ب	الف	
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۱
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۲
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۳
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۴
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۵
<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۶
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	۷
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	۸
<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	۹