

بخش اول  
علم اقتصاد

اقتصاد خرد

---

# تعریف علم اقتصاد:

- × علم اقتصاد دارای مفاهیم مختلفی مانند: علم منابع کمیاب، علم بررسی ثروت ملل، علم قوانین حاکم بر ثروتها، علم مطالعه رفاه و بهزیستی انسانها، علم تولید توزیع و مصرف، علم بررسی تجارت، علم انتخاب، علم تصمیم گیری می باشد .
- × علم اقتصاد علم تخصیص بهینه منابع کمیاب است. باید توجه کرد که کمیابی مهمترین موضوع در علم اقتصاد بیان می شود. یعنی انسان ها امکانات محدود در اختیار دارند و خواسته‌هایشان نامحدود است به همین دلیل باید از منابع کمیاب درست استفاده کند تا به حداکثر کارایی دست پیدا کنند .
- × اقتصاد علمی است که رفتار و چگونگی تصمیم گیری انسان ها در رابطه با به کارگیری منابع محدود جهت رفع نیازمندیهای نامحدود بشری را بررسی می کند .

## تقسیم بندی علم اقتصاد:

- × علم اقتصاد را به دو شاخه اقتصاد خرد و اقتصاد کلان تقسیم بندی می کنند .
- × تعریف اقتصاد خرد: بررسی رفتار اقتصادی افراد و بنگاهها است . این شاخه از علم اقتصاد به مطالعه رفتار و قوانین حاکم بر رفتار یک خانوار یا یک بنگاه می پردازد .
- × تعریف اقتصاد کلان : فعالیت های اقتصادی در سطح کلان و سطح کشور را بررسی می کند مانند تورم، اشتغال .

# تحلیل اقتصاد خرد:

- × اقتصاد خرد به بررسی رفتار و فعالیت های انفرادی افراد و یا گروه های کوچک و مشخص افراد می پردازد. به عبارت دیگر موضوع تحلیل اقتصاد خرد مطالعه رفتار اقتصادی یعنی مصرف کننده، تولید کننده یا صاحبان منابع تولیدی به طور انفرادی و روابط بین آنها در بازارها است.
- × اقتصاد خرد با فرض ثابت بودن سایر شرایط، تعادل واحد های بیشمار اقتصادی را تک به تک و به طور انفرادی مورد بحث و بررسی قرار داده است.
- × در اقتصاد خرد تجزیه و تحلیل روی کمیت های جزئی و فردی یا رفتار عامل های فردی در بازارهای معین مطرح می باشد. بدین ترتیب است که اقتصاد خرد رفتار مصرفی و پس انداز خانوارها، رفتار تولیدی بنگاه ها و سرمایه گذاری و همچنین رفتارهای اقتصادی سایر عوامل را به طور انفرادی در بازار کالاهای مصرفی و سرمایه ای، بازار کار و پول و همچنین روابط، عمل و عکس العمل آنها را که منجر به تخصیص مطلوب منابع، تولید، توزیع، مبادله و تعیین قیمت کالاها و عوامل تولید یا درآمد عامل های اقتصادی می گردد را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و شرایط تعادل هر یک از این عوامل و بازارها را بررسی می کند.

# اقتصاد خرد بیان می کند:

- × در مورد خانوارها:
- × یک فرد چگونه امکانات محدود خود را مانند (بودجه و وقت) بین کالاها و خدمات مختلف تخصیص می‌دهد تا به هدف خود که فرض می‌شود حداکثر کردن مطلوبیت است دسترسی پیدا نماید.
- × اقتصاد خرد در رابطه با خانوارها می‌پرسد:
- × چه کالایی را و به چه مقدار باید مصرف کند؟
- × چه عوامل تولیدی را و به چه مقدار عرضه نمایند؟
- × در مورد بنگاه‌ها:
- × یک بنگاه چگونه امکانات محدود خود را مانند (مواد اولیه و سرمایه) صرف استخدام عوامل تولید می‌نماید تا به هدف خود که فرض می‌شود حداکثر تولید یا سود است دسترسی پیدا نماید.
- × در رابطه با بنگاه‌ها می‌پرسد:
- × چه مقدار عامل تولید را استخدام نماید؟
- × چه کالاهایی را و به چه مقدار تولید نمایند؟

بخش دوم

تقاضا ، عرضه

---

## تعریف تقاضا:

- × تقاضا به آن مقدار کالا و یا خدمات اطلاق می گردد که فرد با توجه به امکانات محدود درآمدی یا قیمتی می تواند به دست آورد تا با مصرف آن رفع نیاز نماید .
- × پس تقاضا قسمتی از احتیاج، نیاز یا آرزویی دست یافتنی است .
- × تقاضا عاملی است که از طرف مصرف کننده ظاهر می گردد .
- × پس تعریف کامل تقاضا:
- × تقاضا برای کالاهایی مانند X عبارت است از مقادیر مختلفی از آن کالا که مصرف کنندگان قادر و یا حاضرند در قیمت های مختلف و در یک دوره زمانی معین خریداری نمایند به شرط آن که سایر عوامل ثابت فرض شده و تغییر نکند .

# عوامل موثر بر تقاضا:

- × قیمت خود کالا: به قانون تقاضا نیز معروف است. تغییر قیمت یک کالا اثری معکوس بر مقدار تقاضای همان کالا می گذارد. یعنی با افزایش و یا کاهش قیمت یک کالا مقدار تقاضای آن کالا را کاهش و یا افزایش خواهد یافت. تنها استثنایی که در این اصل وجود دارد کالای گیفن است که قانون تقاضا را نقض می کند. یعنی با کاهش قیمت کالای گیفن تقاضای آن کاهش می یابد. در مورد کالای گیفن بعدا صحبت خواهد شد.
- × درآمد شخص: تغییر درآمد اثر مستقیم بر مقدار تقاضای آن کالا خواهد گذاشت و با افزایش و یا کاهش درآمد مقدار تقاضای آن کالا افزایش و یا کاهش خواهد یافت، به استثنای کالای پست که این اصل را نقض می کند.
- × نکته: کالای پست کالایی است که با افزایش درآمد مقدار تقاضای کاهش می یابد. البته پست بودن یک کالا امری نسبی است. مثلا تقاضای سوار شدن اتوبوس در مقابل سوار شدن تاکسی کالای پست محسوب می شود. یعنی زمانی که درآمد مصرف کننده کم است این شخص برای رفت و آمد درون شهری از اتوبوس استفاده می کند ولی زمانی که درآمد افزایش یابد در واحد زمان تعداد دفعات استفاده از اتوبوس کاهش یافته و تقاضا برای سوار شدن تاکسی افزایش می یابد.



✘ قیمت کالاهای مکمل: کالاهایی را مکمل یکدیگر می نامند که به طور تکمیلی و با هم مصرف می شود تا یک نیاز را برطرف سازند مانند قند و چای . تغییر قیمت یک کالای مکمل بر مقدار تقاضای دیگری اثر معکوس می گذارد . یعنی اگر دوتا کالا مکمل یکدیگر باشند افزایش قیمت کالای اول موجب کاهش تقاضای کالای دوم می گردد و بلعکس . به عنوان مثال اگر قیمت چای افزایش یابد تقاضا برای قند کاهش می یابد .

✘ قیمت کالای جانشین: کالاهایی را جانشین می نامند که هر یک به تنهایی بتواند نیاز مشابهی را برطرف سازد و در نبود یکی از آنها بتوان از دیگری برای رفع همان نیاز استفاده کرد. مانند انواع گوشت ها . تغییر قیمت یک کالای جانشین بر مقدار تقاضای دیگری اثر مستقیم می گذارد. یعنی اگر دو کالا جانشین یکدیگر باشند افزایش قیمت کالای اول موجب افزایش تقاضای کالای دوم می شود . به عنوان مثال اگر قیمت گوشت گوسفند افزایش یابد تقاضا برای گوشت مرغ افزایش خواهد یافت .

× قیمت انتظاری: منظور از قیمت انتظاری انتظارات مصرف کنندگان از قیمت ها در آینده است. انتظار افزایش قیمت یک کالا در آینده تقاضای آن کالا را در زمان حال افزایش می دهد و برعکس پیش بینی کاهش قیمت یک کالا در آینده موجب کاهش تقاضا در زمان حال خواهد شد .

× تعداد متقاضیان یا تعداد جمعیت: افزایش جمعیت یا با افزایش متقاضیان یک کالا تقاضا برای آن کار و افزایش خواهد یافت .

× نکته: عامل تبلیغات در افزایش متقاضیان یک کالا اثر بسیار مهمی دارد . همچنین سلیقه و ترجیحات در جامعه نیز بر تقاضای آن کالا تاثیر می گذارد . سلیقه معمولا تحت تاثیر سن ، میزان تحصیلات، هزینه درمان و غیره می باشد .

## تابع تقاضا:

✘ رابطه ریاضی بین مقدار تقاضا و عوامل موثر بر تقاضا را تابع تقاضا می نامند .

$$Q_x^D = f(P_x)$$

✘ تابع تقاضا رابطه قیمت و مقدار تقاضا را با فرض ثابت بودن بقیه عوامل نشان می دهد. پس تابع تقاضا عبارت است از :

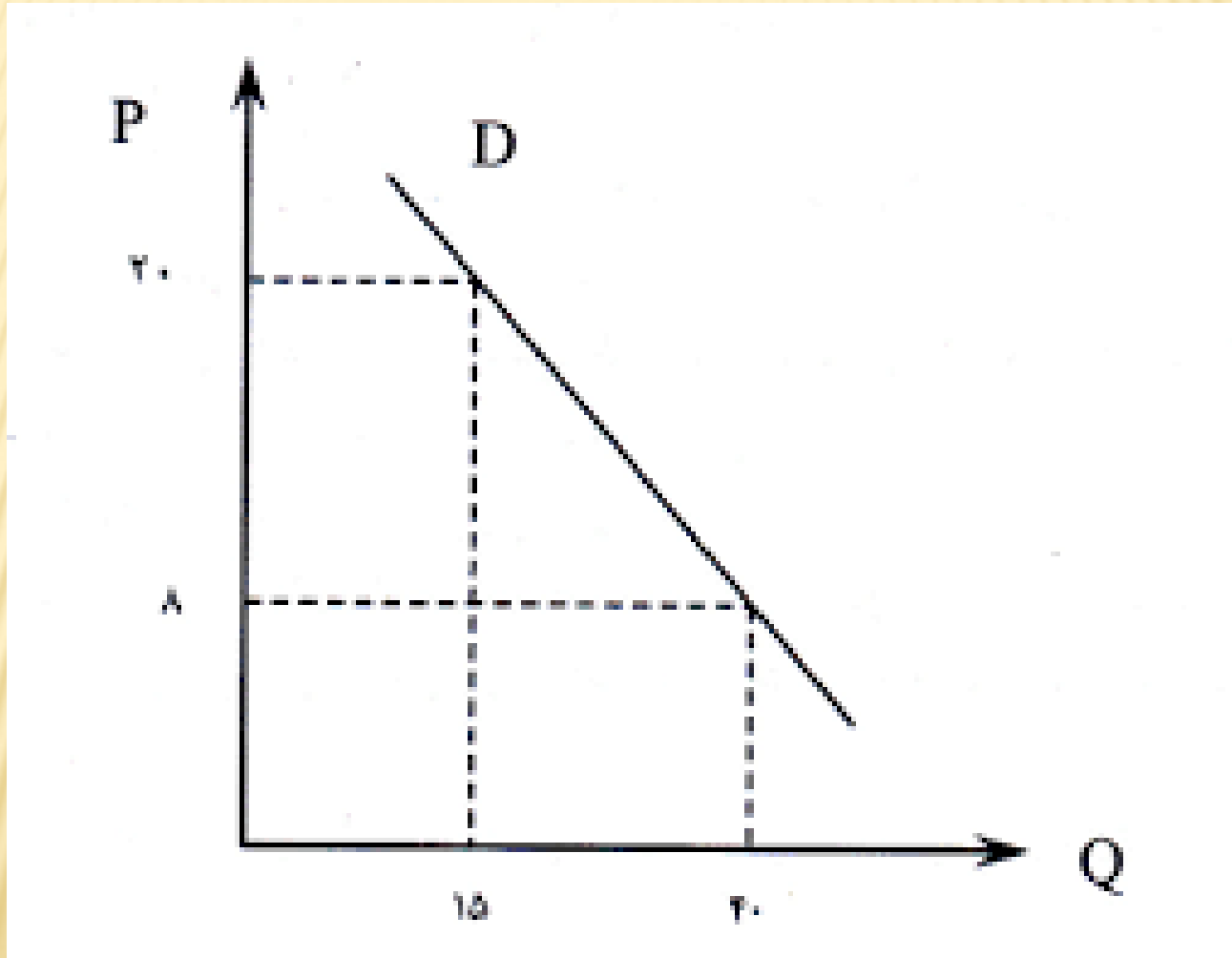
$$Q_x = a - bp_x$$

✘ عبارت منفی در این تابع نشان دهنده رابطه عکس بین قیمت و مقدار است .

# بررسی تغییر مقدار تقاضا و تغییر تقاضا:

- × این دو مورد با هم متفاوت هستند .
- × هرگاه بخواهیم مقدار تقاضا را تنها در نتیجه تغییر قیمت آن بررسی کنیم (با ثابت بودن سایر شرایط ) تغییر قیمت که باعث تغییر تقاضا می شود باعث جابجایی یا انتقال منحنی تقاضا نخواهد شد .
- × هرگاه بخواهیم تغییرات تقاضا را با توجه به عاملی جز قیمت بررسی نماییم تغییر آن عامل (با ثابت بودن قیمت ) که باعث تغییر تقاضا می شود باعث انتقال منحنی تقاضا میشود . تغییر آن عامل اگر باعث افزایش تقاضا شود موجب انتقال منحنی تقاضا به سمت راست و بالا می شود و برعکس اگر تغییر آن عامل باعث کاهش تقاضا شود موجب انتقال منحنی تقاضا به سمت چپ و پایین می شود .

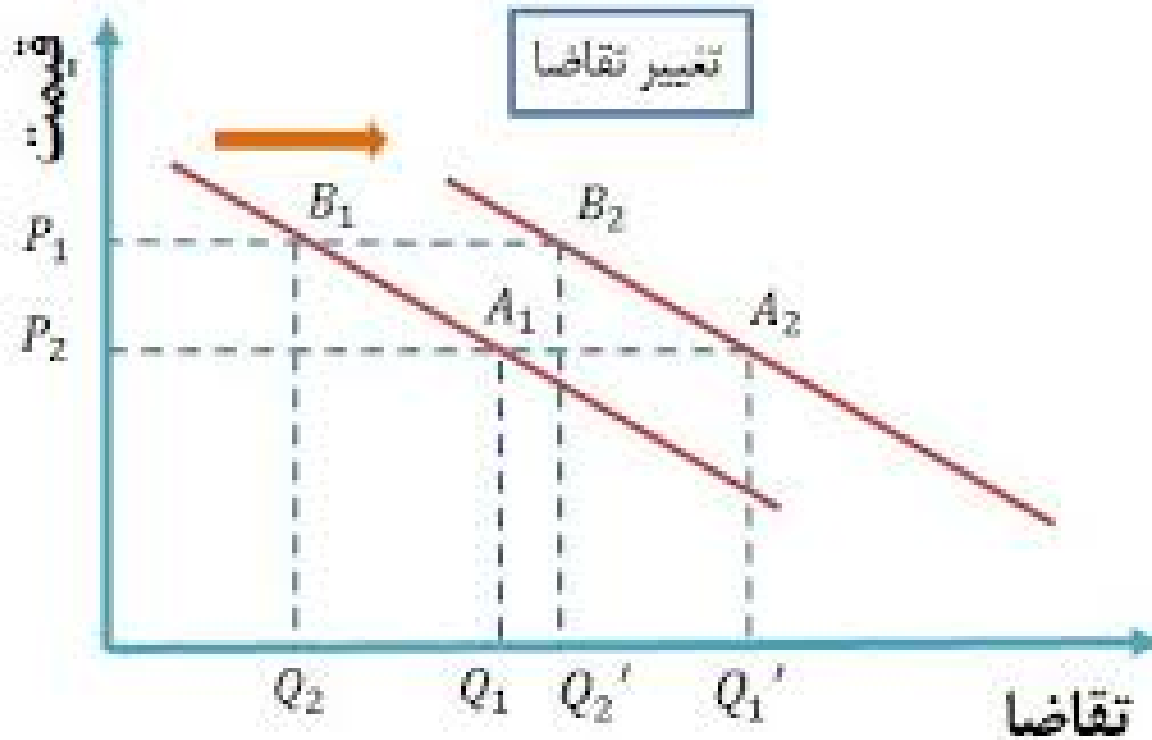
# تغییر در مقدار تقاضا :



✘ شکل صفحه قبل تغییر در مقدار تقاضا را نشان می دهد. همانطور که از شکل می بینیم اگر مصرف کننده فقط با تغییر قیمت روبرو باشد و سایر عوامل موثر بر تقاضا همگی ثابت باشند و تغییر نکند مانند درآمد سلیقه و .... اگر همین مصرف کننده متوجه شود قیمت کالا افزایش داشته است بر طبق قانون تقاضا این مصرف کننده مقدار خرید و تقاضای خود را کاهش می دهد. در این حالت شخص فقط روی منحنی تقاضای خود به سمت کالا حرکت خواهد کرد.

✘ در شکل قیمت ابتدا ۸ واحد بوده است که با آن مصرف کننده ۴۰ واحد تقاضا داشته است. با افزایش قیمت به ۲۰ مقدار تقاضای مصرف کننده کاهش یافته و به ۱۵ واحد رسیده است. می بینیم چون تغییر حاصل قیمت کالا است پس روی منحنی حرکت کرده است.

# تغییر در تقاضا:



✘ وقتی یکی از عوامل مانند درآمد و انتظارات و سلیقه و ..... بر تقاضای کالا اثر بگذارند و قیمت کالا هیچ تغییری نکند، تغییر در تقاضا و منحنی آن به وجود می آید .

✘ در شکل صفحه قبل با افزایش یکی از عوامل غیر از قیمت منحنی منتقل شده است. البته این نمودار هم زمان تغییر در مقدار تقاضا را هم نشان می دهد.



## درآمد شخص:

✘ اگر درآمد شخص زیادتر شود از کالاها بیشتر استفاده می کند به چنین کالاهایی کالای عادی یا نرمال گفته می شود. زمانی که کالاها عادی باشند با افزایش درآمد مقدار مصرف شخص از آن کالا زیاد میشود. مانند استفاده از تاکسی یا مانند تحصیلات

✘ نکته: وقتی کالای عادی باشد و درآمد شخص افزایش پیدا کند منحنی تقاضا به سمت راست و اگر درآمد کاهش یابد منحنی تقاضا به سمت چپ منتقل می شود. همانند شکل صفحه قبل.

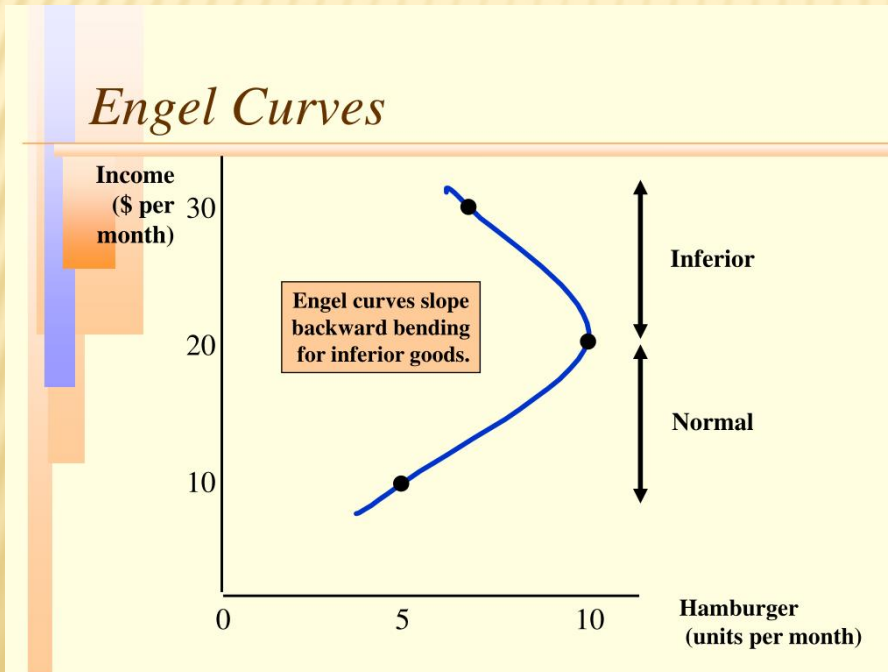
✘ وقتی درآمد شخص افزایش می یابد اگر آن شخص تقاضای خود از آن کالا را کاهش دهد به چنین کالایی کالای پست گفته می شود. مثلاً زمانی که درآمد ما زیاد تر از قبل می شود و ما به جای اتوبوس از تاکسی استفاده می کنیم. در این حالت استفاده از اتوبوس کالای پست می باشد. در این حالت منحنی تقاضا برای کالای پست به سمت چپ منتقل می شود.

✘ کالای مستقل از درآمد کالاهایی است که با افزایش یا کاهش درآمد تاثیری در خرید ما از آن کالا نداشته باشد. مانند استفاده از قرص سرماخوردگی در زمان بیماری

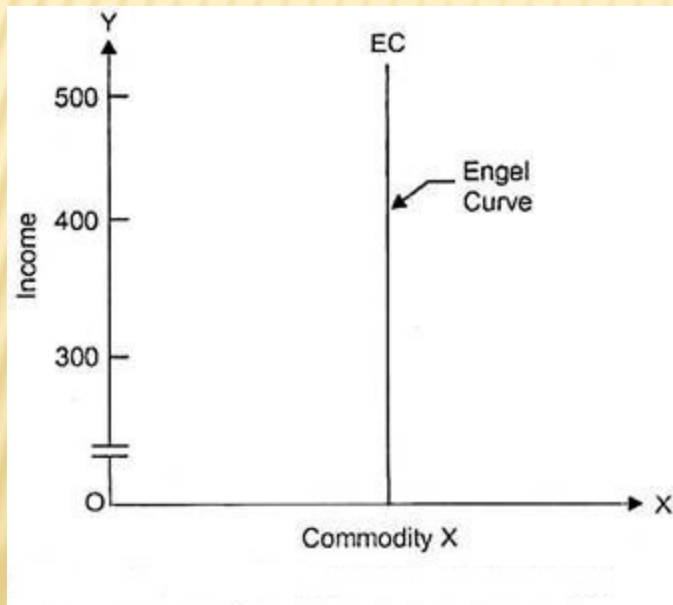


# منحنی انگل:

- × منحنی است که رابطه مصرف و درآمد را با فرض ثابت بودن سایر عوامل نشان میدهد .
- × اگر درآمد افزایش یابد و مقدار مصرف ما افزایش یابد منحنی انگل در مورد کالای عادی به صورت زیر است :
- × اگر درآمد افزایش یابد و مقدار مصرف کاهش یابد و بلعکس منحنی انگل در مورد کالای پست به صورت زیر است :



✘ اگر درآمد افزایش یا کاهش یابد اما اثری در مقدار مصرف ما نداشته باشد منحنی کالای مستقل از درآمد به صورت زیر است:



## اثر تغییر در قیمت سایر کالاها بر منحنی تقاضا :

- × کالاهای جانشین کالاهایی هستند که مصرف کننده از مصرف آنها تقریباً یک لذت و مطلوبیت را به دست می‌آورد و مصرف کننده می‌تواند آن‌ها را به جای هم مصرف کند و یکی را جانشین دیگری کند مانند قند و شکر . زمانی که دو کالا جانشین هم باشند و قیمت یکی از آنها افزایش یابد تقاضا برای کالای دیگر افزایش می‌یابد و منحنی تقاضا برای آن کالا در این حالت به سمت راست جابجا می‌شود و برعکس
- × کالاهای مکمل کالاهایی هستند که باید باهم مصرف شوند و افراد نمی‌توانند آنها را به تنهایی مصرف نمایند مانند چای و قند . زمانی که کالاها مکمل باشند قیمت یکی از آنها افزایش یابد تقاضا برای دیگری کاهش یافته و منحنی تقاضا به سمت چپ منتقل می‌شود و بالعکس
- × زمانی که کالاها مستقل از یکدیگر باشند قیمت کالایی افزایش داشته باشد تقاضای مصرف کننده تغییری نمی‌کند یعنی آنکه این دو کالا هیچ رابطه‌ای با هم ندارند .

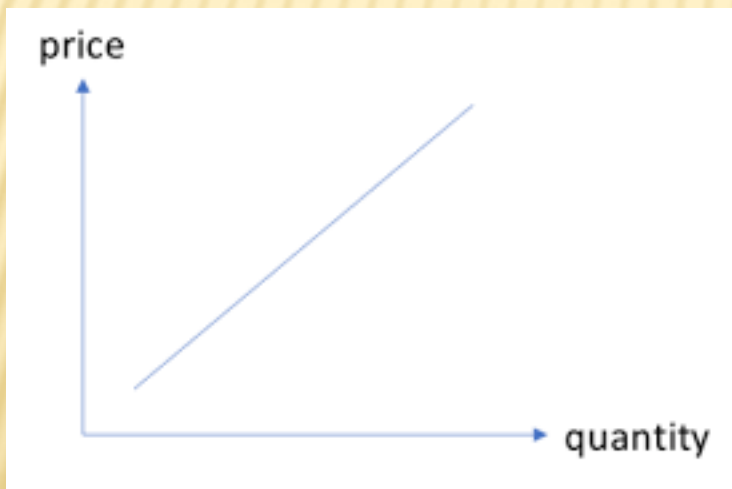
× سلیقه می‌تواند روی تقاضای مصرف‌کننده اثر بگذارد زمانی که سلیقه مصرف‌کننده به سمت کالایی سوق پیدا می‌کند تقاضای آن کالا زیاد می‌شود و منحنی تقاضا به سمت راست تغییر مکان می‌دهد .

× تبلیغات از کالای می‌تواند مصرف‌کننده را به سمت خود بکشد و در این رابطه تبلیغات مثبت تقاضا را زیاد میکند و تبلیغات منفی تقاضای کالا را کاهش می‌دهد .

× انتظارات در مورد قیمت‌های نسبی آینده نیز موثر است. وقتی قیمت یک کالای خاص نسبت به قیمت سایر کالاها تغییر نماید مصرف‌کننده نسبت به تغییرات آن کالای خاص تجزیه و تحلیل می‌کند. اگر مصرف‌کننده انتظار داشته باشد در آینده قیمت این کالا نسبت به سایر کالاها از افزایش بیشتری برخوردار باشد در حال حاضر خرید خود را از آن کالا افزایش می‌دهد و منحنی تقاضا به سمت راست می‌رود و اگر مصرف‌کننده انتظار کاهش قیمت را در آینده داشته باشد در حال حاضر تقاضای خود را کاهش می‌دهد و منحنی تقاضا به سمت چپ می‌رود.

# عرضه:

- × عرض حداکثر مقداری را نشان می‌دهد که تولیدکنندگان مایل هستند در هر قیمت عرضه کنند.
- × تابع عرضه:
- ×  $Q_x^s = f(P_x, TC, T, E, \dots)$
- ×  $Q_x = a + bp_x$
- × رابطه مستقیم بین قیمت کالا و مقدار فروش نشان دهنده منحنی عرضه است و شیب صعودی دارد.





✘ علامت مثبت در رابطه نشان دهنده قانون عرضه است .

✘ قانون عرضه:

✘ در علم اقتصاد مصرف‌کننده به لذتی که از مصرف کالا به دست می‌آورد توجه دارد و تولید کننده به سودی که از تولید کالایی عایدش می‌شود تمرکز می‌کند. هرچه قیمت کالاها زیادتر باشد درآمد تولیدکنندگان بیشتر و تولید کنندگان حاضر هستند تعداد کالای بیشتری تولید نمایند.

## دلیل صعودی بودن شیب منحنی عرضه:

- × انگیزه افزایش تولید: اگر تمام عوامل موثر بر عرضه و قیمت همه کالاها ثابت باشد فقط قیمت یک کالا افزایش یابد عرضه کننده آن کالا برای آنکه از فروش محصول سود بیشتری به دست آورد اقدام به تولید بیشتر محصول می‌کند و هر چه قیمت آن کالا افزایش یابد تولید و عرضه آن کالا نیز افزایش می‌یابد.
- × وجود هزینه های تولید: اگر تولید کننده کالایی بخواهد تولید آن کالا را افزایش دهد باید منابع بیشتری در اختیار داشته باشد پس مجبور است بیشتر هزینه کند و منابع بیشتری را آماده نماید لذا باید هر لحظه مقدار تولید را با افزایش قیمت زیادتر نموده تا سود عرضه کننده در حد متعارف باقی بماند.

## تغییر عرضه:

- × دو نوع تغییر در عرضه داریم :
- × تغییر در مقدار عرضه: که به دلیل تغییر در قیمت کالا صورت می گیرد و با حرکت روی منحنی عرضه نشان داده میشود .
- × تغییر در عرضه: به دلیل تغییر در عواملی به جز قیمت کالا صورت می گیرد و باعث جابجایی منحنی عرضه می شود.

- 
- × عوامل موثر بر عرضه :
  - × قیمت خود کالا
  - × قیمت نهاده‌های تولیدی
  - × مالیات و کمک‌های دولت به بخش تولیدی
  - × انتظارات فروشندگان از قیمت‌های نسبی آینده
  - × تکنولوژی تولید

✘ قیمت خود کالا : اگر قیمت خود کالا تغییر پیدا کند و سایر عوامل ثابت بماند در این صورت حرکت روی منحنی عرضه صورت خواهد گرفت و با افزایش قیمت خود کالا عرضه آن افزایش می‌یابد و بالعکس.

✘ قیمت نهاده های تولیدی : عواملی که باعث می‌شود تا کالایی تولید شود بسیار زیادند که عبارتند از مواد اولیه نیروی کار زمین و سرمایه در جریان تولید هر کدام از این عوامل هزینه ای را دریافت می نماید به مواد اولیه قیمت مواد اولیه و به نیروی کار دستمزد و زمین اجاره و به سرمایه بحر تعلق می گیرد حال هر کدام از این موارد قیمتش تغییر کند باعث تغییر در نهادهای تولیدی می‌شود . اگر قیمت نهادهای تولید افزایش یابد یعنی هزینه‌ها افزایش یافته و منحنی عرضه به سمت چپ جابجا خواهد شد و بالعکس .

✘ مالیات و کمک‌های دولت به بخش تولید: گرفتن مالیات از تولید کننده باعث می‌شود هزینه‌های بخش تولید افزایش یابد و روی عرضه تاثیر بگذارد اگر تمام عوامل از جمله قیمت ثابت باشد افزایش مالیات در نهایت باعث کاهش سود میشود و کاهش سود عرضه را کاهش می‌دهد و منحنی عرضه به چپ می‌رود و بلعکس .

✘ انتظارات تولیدکنندگان از قیمت‌های نسبی آینده اگر تولید کننده کالایی انتظار را داشته باشد که در روزهای آینده به قیمت آن کالا نسبت به سایر کالاها افزایش بیشتری خواهد داشت در حال حاضر عرضه خود را کاهش می‌دهد تا در آینده بتواند در قیمت بالاتر سود بیشتری به دست آورد .

✘ یعنی هر گونه انتظار افزایش قیمت در آینده باعث کاهش ارز در حال حاضر و هرگونه انتظار کاهش قیمت در آینده باعث افزایش عرضه در حال حاضر خواهد شد .

✘ تکنولوژی: اگر تمام عوامل موثر بر عرضه از جمله قیمت ثابت باشد و فقط تکنولوژی تغییر کند باعث افزایش عرضه خواهد شد و منحنی عرضه به راست منتقل خواهد شد. به دلیل اینکه ورود تکنولوژی به چرخه تولید باعث افزایش تولید کاهش هزینه تمام شده برای هر کالا خواهد شد در نتیجه تکنولوژی سود بنگاه را افزایش خواهد داد.

✘ تعداد بنگاه های تولیدی در صورت ثابت بودن همه عوامل موثر بر عرضه فقط تعداد تولیدکنندگان کالای خاصی افزایش یابد عرضه افزایش خواهد یافت و منحنی عرضه به سمت راست جابجا می شود و برعکس.

پایان

---