



نام درس: اقتصاد
آموزش و پرورش استان کردستان

فصل دوم: بازرگران اصلی در میدان اقتصاد
درس پنجم: بازار چیست و چگونه عمل می کند.
ارائه مطالب: از صفحه ۴۴ تا ۵۴ کتاب



شهرستان سنندج ناحیه ۱
تهیه کننده: زهرا صادقی



ISNA PHOTO
Farshid Ardalan



photo : Keyvan Firouzei

در درس چهارم، الگوی مرز امکانات تولید، هزینه فرصت اجتماع، کارایی و ناکارایی در تولید را مورد بررسی قرار دادیم.

مرز امکانات تولید، مرزی است بین آنچه یک کسب و کار با استفاده از منابع موجود و در دسترس، می تواند تولید کند و آنچه نمی تواند.

فصل دوم

بازیگران اصلی در میدان اقتصاد

مباحث فصل دوم مربوط به فرایند تولید کالاها و خدمات ارائه شده می باشد و در این رابطه سه سوال اصلی در اقتصاد مطرح می گردد:

۱- چه چیزی تولید شود؟ (به بحث کمیابی منابع اشاره دارد و موجب انتخاب می گردد)

۲- چگونه تولید شود؟ (با اشاره به چگونگی ترکیب عوامل تولید و ارائه روشهای مناسب و معرفی مرز امکانات تولید)

۳- برای چه کسی تولید شود؟ (نامحدود بودن خواسته ها و نیازهای انسان و محدودیت منابع تولید)

در این درس به دنبال چه هستیم؟

- ۱- بررسی رفتار متقابل خانوارها و بنگاه ها
- ۲- ارتباط میان فروشندگان و خریداران را در اقتصاد به خوبی توضیح دهیم
- ۳- بدانیم که دو بازیگر اصلی اقتصاد این خانوارها و بنگاه ها هستند
- ۴- عرضه و تقاضا و عوامل موثر بر آنها را بشناسیم
- ۵- منحنی های عرضه و تقاضا را رسم کنیم
- ۶- مقدار و قیمت تعادلی را در بازار محاسبه کنیم.
- ۷- تعادل و عدم تعادل در بازار را بررسی کنیم.

خانوارها و بنگاه ها در اقتصاد

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

خانوارها در دو حالت در اقتصاد مشارکت می کنند:

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

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



بنگاه های تولیدی و خدماتی

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



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

خانوار

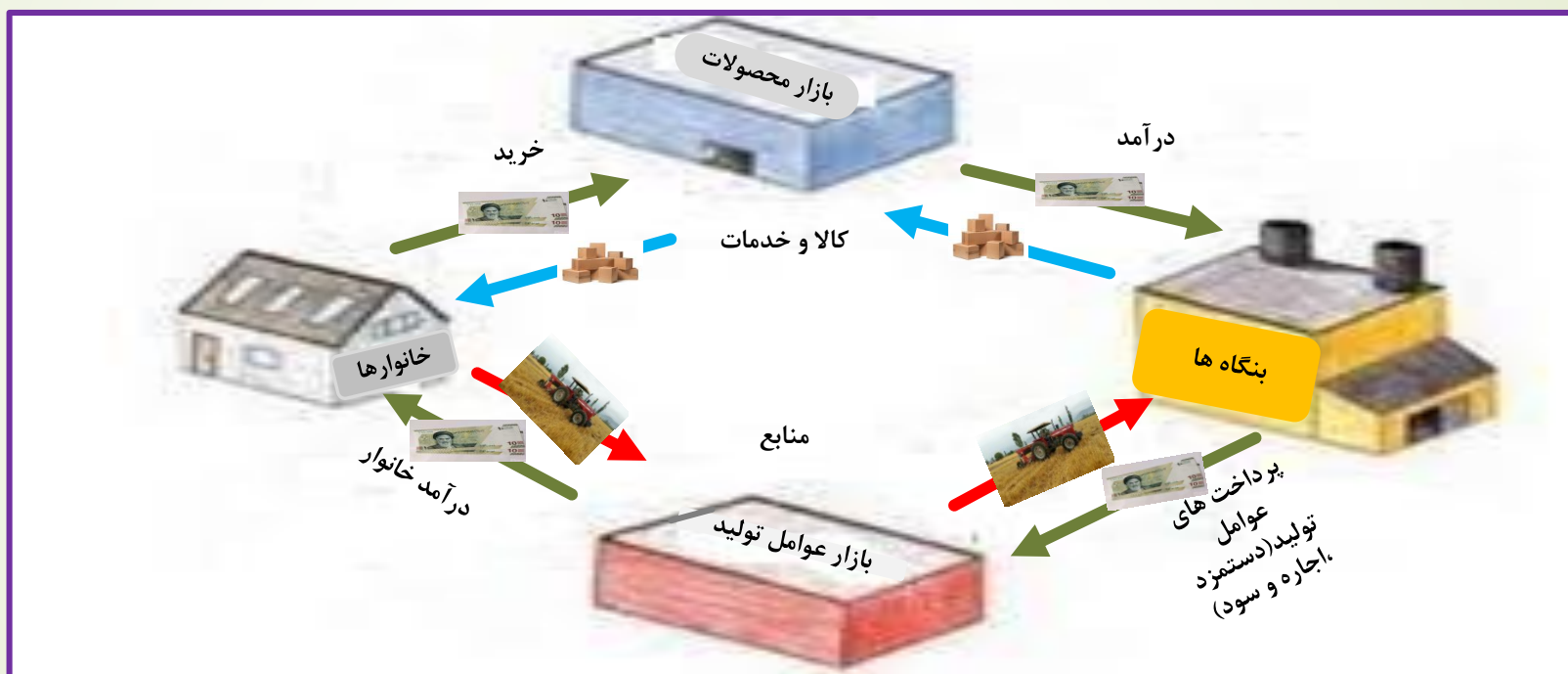


household



جریان چرخشی ساده

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



بازار چیست؟

بازار به مجموعه **خریداران** (تقاضا کنندگان یا خانوارها) و **فروشنندگان** (عرضه کنندگان یا همان بنگاه) چیزی هر جایی بازار اطلاق می شود.

مبادلات در بازار ممکن است به دو صورت انجام شود

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



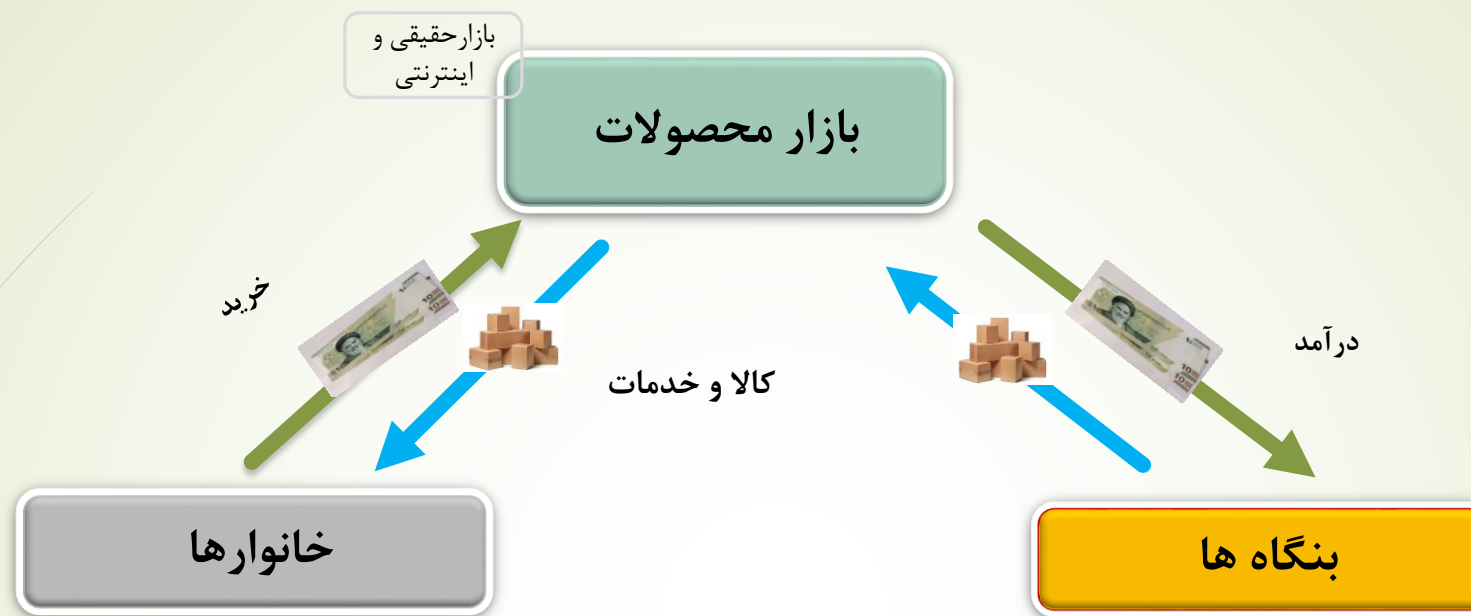
بازار منابع و عوامل تولید



خانوارها صاحبان عوامل تولید هستند. لذا عوامل تولید را از طریق بازار عوامل در اختیار بنگاه ها گذاشته (پیکان قرمز) و بنگاه ها در مقابل، بهای آن را به صورت (اجاره، دستمزد یا سود) به خانوارها پرداخت می کنند (پیکان سبز) که این پولها برای خانوارها درآمد محسوب می شود. بدین گونه بین خانوارها و بنگاه ها **بده - بستان** صورت می گیرد.

مثلا اگر بنگاه تولیدی بخواهد کار کشاورزی را انجام دهد از خانوارها که صاحبان منابع تولید هستند، زمین کشاورزی، نیروی کار و سرمایه فیزیکی را اجاره می گیرد تا بتواند محصول خود را کشت نماید، در ازای آن به خانوارها اجاره یا دستمزد پرداخت می کند.

نکته: در بازار عوامل تولید، خانوارها فروشنده و بنگاهها خریدارند.



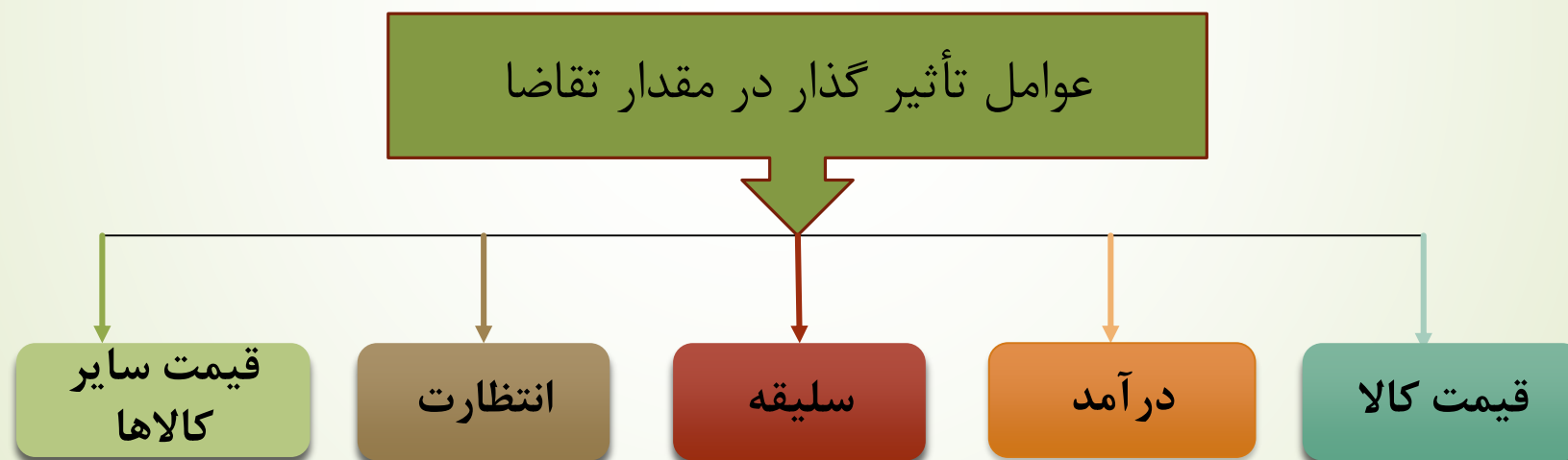
بنگاه ها منابعی را که از خانوارها خریداری یا اجاره کرده بودند در طی مراحل به کالا و خدمات تبدیل کرده و از طریق بازار محصولات به خانوارها می فروشند. (**پیکان آبی**) و در طی جریان برگشتی (**پیکان سبز**)، خانوارها بابت خرید کالاها و خدمات به بنگاه ها پول پرداخت می کنند. این پول از بازار محصولات به عنوان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

نکته: در بازار محصولات، بنگاهها فروشنده و خانوارها خریدارند.

الف) خریداران (تقاضا کنندگان) و فرایند تصمیم گیری آنها

خریداران، خانوارهایی هستند که تقاضا کننده کالا و خدمات هستند و نسبت به مشاهده تغییر شرایط بازار تصمیم های متفاوتی می گیرند.

برای درک بهتر، لازم است عوامل موثر بر مقدار تقاضا را معرفی کرده، سپس تغییر شرایط بازار را یک به یک در نظر می گیریم.



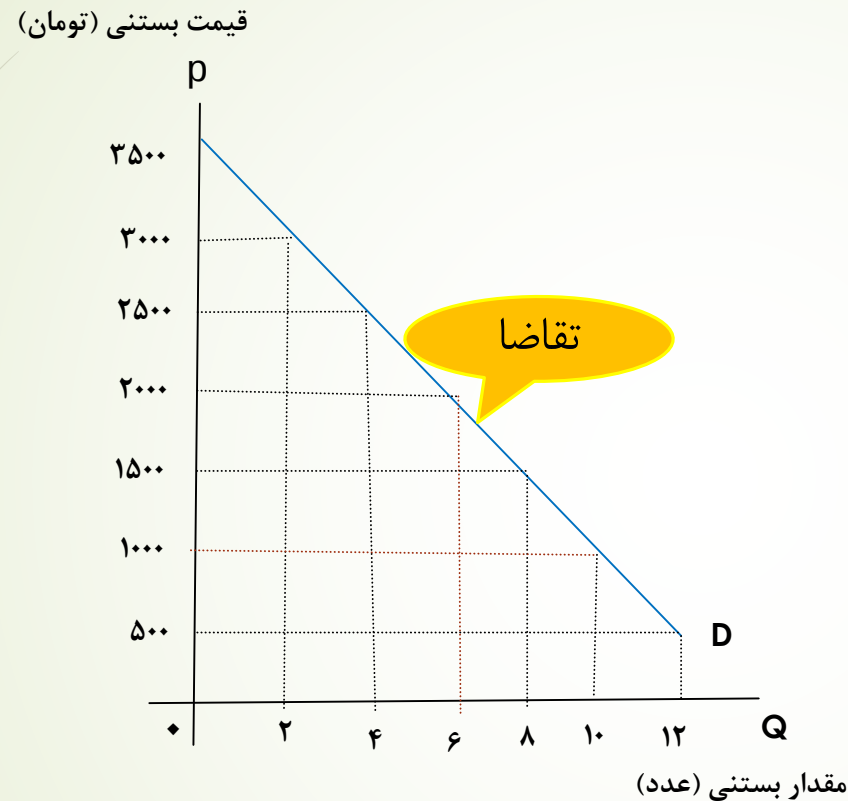
اولین عامل موثر بر تقاضا، قیمت کالای مورد نظر می باشد.

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

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

* **قیمت** هر عدد بستنی **نصف** شده است. تصمیم شما این بار به چه صورت خواهد بود؟

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

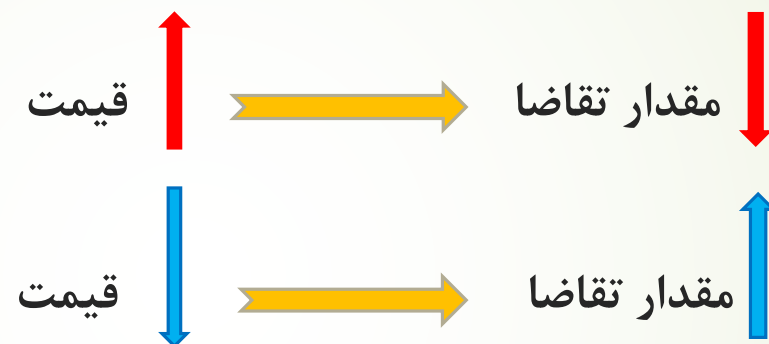


قیمت بستنی	مقدار تقاضای بستنی
۵۰۰	۱۲
۱۰۰۰	۱۰
۱۵۰۰	۸
۲۰۰۰	۶
۲۵۰۰	۴
۳۰۰۰	۲
۳۵۰۰	۰

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

«**قانون تقاضا**» بین قیمت کالا و مقدار تقاضای آن رابطه ای **معکوس** وجود دارد. به طوری که با افزایش قیمت، مقدار تقاضا کاهش می یابد و بالعکس

demand law



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

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

بررسی تاثیر درآمد بر تقاضا

دومین عامل تاثیر گذار بر تقاضا، **میزان درآمد افراد** می باشد. هر گاه سطح **درآمد** افراد (با فرض ثابت بودن سایر شرایط) **افزایش** یابد ، تقاضا برای **کالاهای عادی** **یا نرمال** **افزایش** می یابد و برعکس.

کالای معمولی و پست را بشناسیم

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

کالای معمولی: کالاهایی هستند که **ارتباط مثبتی با سطح درآمد دارند**. لذا هرچه درآمد افزایش یابد میزان خرید این کالاها بیشتر می شود و برعکس و اکثریت کالاها و خدمات در این بخش قرار دارند.

تقاضا  **درآمد** (در کالاهای نرمال یا معمولی)



آیا با افزایش درآمد مقدار خرید ما از همه انواع کالاها می تواند بیشتر شود یا در برخی کالاها ممکن است حتی کمتر شود؟ مثلاً درباره خرید نوع مرغوب برنج و یا بی کیفیت و پست برنج فکر کنید.



کالای پست:

در علم اقتصاد کالای پست به کالایی می گویند که با افزایش درآمد، تقاضا برای آن کاهش می یابد. علت کاهش تقاضا این است که مصرف کنندگان با افزایش درآمدشان به جای مصرف آن کالا به مصرف کالاهایی با کیفیت روی می آورند.

↑ درآمد (در کالای پست) → تقاضا ↓



کالاهای جانشین

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

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



کالای مکمل را بشناسید!

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

مثلاً: قند و چای، مسواک و خمیر دندان و اتومبیل و بنزین

افزایش قیمت یکی از کالاهای مکمل باعث **کاهش در میزان تقاضا** برای کالای دیگر خواهد شود.



سلیقه: مثلاً چیزهایی که مد می شود، حتی بدون تغییر قیمت، مقدار تقاضای آنها زیادتیر می شود.
انتظارت: هنگامی که پی ببرید قیمت کالایی در آینده بیشتر می شود، امروز ممکن است در باره خرید آن تصمیم دیگری بگیرید.

قیمت به عنوان ابزاری برای مدیریت مصرف

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

مالیات دخانیات



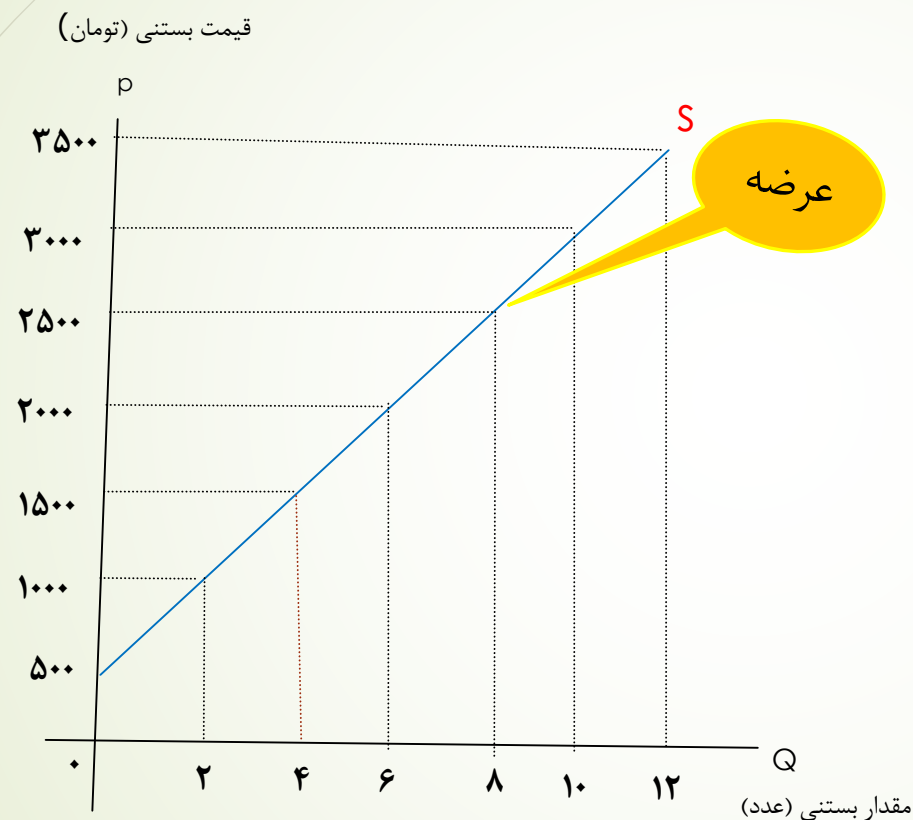
ب) فروشندگان (عرضه کنندگان) و فرایند تصمیم گیری آنها

فروشندگان که همان بنگاه های ارائه کننده کالا یا خدمات و نیز عوامل فروش آنها هستند، بازیگر دیگر میدان رقابت اقتصادی اند.

اگر شما تولید کننده یا فروشنده بستنی بودید و قیمت بستنی در بازار به دلیل شروع فصل گرم سال بیشتر می شد، چه می کردید؟ کمتر بستنی تولید می کردید و می فروختید یا بیشتر؟ یا به همان مقدار سابق؟



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



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

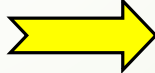
اگر هر کدام از اعداد یک سطر جدول را روی دستگاه مختصات پیدا کنیم، شکل بالا درست می شود که با وصل کردن نقاط به هم خط روبه بالایی شکل می گیرد. به این منحنی، **منحنی عرضه** گفته می شود. **supply**

تبادل در بازار کالا و خدمات

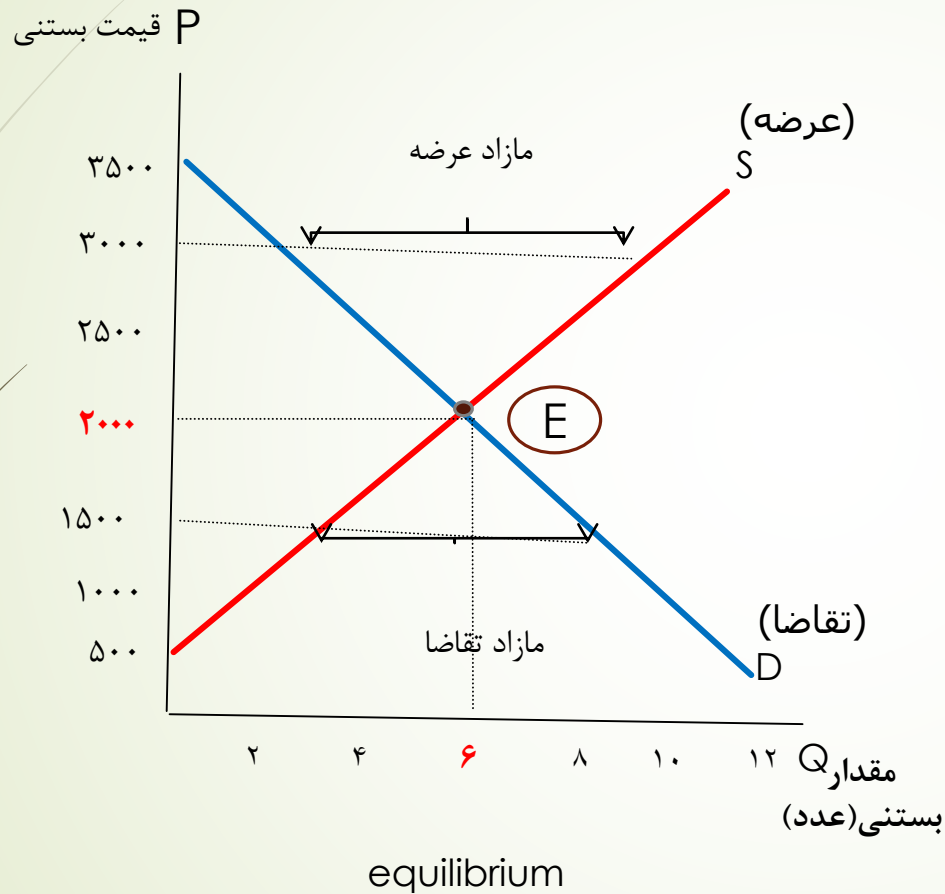
رفتار عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان در بازار در مقابل هم صورت می گیرد و باید با هم هماهنگ باشد. به عبارتی دیگر **عرضه و تقاضا باید با یکدیگر در تبادل باشند**. در غیر این صورت چه می شود؟ اگر مقدار تقاضای کالایی از مقدار عرضه آن بیشتر باشد **در بازار کمبود رخ می دهد و باعث بالا رفتن قیمت می شود**؛ چرا که عده ای که به آن کالا مشتاق ترند تلاش می کنند با پیشنهاد قیمت بالاتر آن را

بدست آورند. **مازاد تقاضا (کمبود عرضه)**  **عرضه > تقاضا**

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

مازاد عرضه (کمبود تقاضا)  **عرضه < تقاضا**

در جدول زیر ترکیب دو جدول قبلی بوده و نمایانگر بازار می باشد.
در هر قیمت می بینیم در بازار چه اتفاقی می افتد؟
بازار در چه قیمتی به تعادل می رسد؟



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

قیمت تعادلی در ۲۰۰۰ تومان و مقدار تعادلی ۶ واحد می باشد.

جمع بندی نمودار بازار

در بازار سه منطقه را مورد بررسی قرار می دهیم

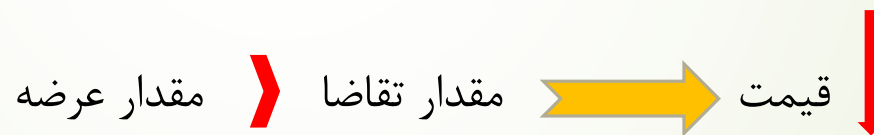
نقطه تعادل

نقاط بالاتر از تعادل (عدم تعادل)

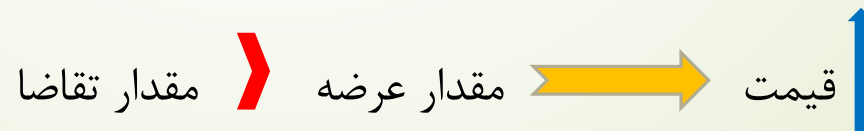
نقاط پایین تر از تعادل (عدم تعادل)

بررسی نقطه تعادل در بازار: هرگاه بازار در یک قیمت معین، مقدار عرضه و تقاضا با هم برابر باشد، بازار در تعادل است.
در نقطه تعادل هیچ مازاد یا کمبود کالا وجود ندارد.
بررسی عدم تعادل در بازار:

نقاط بالاتر از تعادل: هرگاه بازار در یک قیمت معین، مقدار عرضه از مقدار تقاضا بیشتر باشد، بازار با مازاد عرضه (یا کمبود تقاضا) روبرو می گردد و برای بازگشت به تعادل، قیمت تا رسیدن به قیمت تعادلی، کاهش می یابد.



نقاط پایین تر از تعادل: هرگاه در یک قیمت معین، مقدار تقاضا از مقدار عرضه بیشتر باشد بازار با مازاد تقاضا (یا کمبود عرضه) روبرو می گردد و برای رسیدن به تعادل، قیمت تا رسیدن به قیمت تعادلی افزایش می یابد.



A photograph of a paved path in a park during autumn. The path is covered with fallen yellow and orange leaves. On the left, there is a low stone wall and a grassy slope with trees. On the right, there are more trees and a building in the background. The text "تشکر از توجه شما عزیزان" is overlaid in the center of the path.

تشکر از توجه شما عزیزان