



تسهیل شده: ناهید موشق منطقه ۴ تهران

درس پنجم

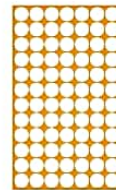
بازار چیست و چگونه عمل می کند؟



موضوع گفت و گوی خانواده آقا محمدی معامله می باشد.

موقعیت

امیرعلی بابی حوصلگی تمام از اتاق خارج شد. در یخچال را باز کرد و نگاهی درون آن انداخت و لب‌هایش را به نشانه بی میلی خم کرد و در را بست. پیش آمد و کنترل تلویزیون را برداشت و شروع کرد به عوض کردن شبکه‌ها و چند بار بی هدف، تمام شبکه‌ها را مرور کرد. مادر از دیدن این وضعیت ناراحت شد و گفت:



آقا پسر شما تکلیفی، درسی، چیزی نداری که این طوری ولو شدی جلوی تلویزیون؟

امیرعلی (بابی حوصلگی): چرا ولی اصلاً نمی‌تونم، حسش نیست!

مادر: از خواهرت یاد بگیر! نشسته سر کارش تا تموم شه!

هنوز حرف مادر تمام نشده بود که سر و کله ستایش هم پیدا شد.

ستایش: من هم واقعاً حوصله حل تمرین‌ها را نداشتم، توی اتاق داشتم طراحی می‌کردم که شما فکر نکنین من به کارام نمی‌رسم.

امیرعلی (با اشاره ابرو): بفرمایین مامان، اینم سوگلیتون! نشسته کاغذ سیاه می‌کنه.

مامان: ببینم! قضیه چیه که هر دوتاتون این قدر بی حوصله شدین؟

ستایش: معلم ریاضی ما یه تحقیق برای درس آمار داده، معلم امیرعلی هم شبیه همین تحقیق رو به اونا داده! من که اصلاً نمی‌دونم چی کارش باید بکنم!

امیرعلی: آخه آمار هم شد درس؟

ستایش: حالا جلوی مامان نگو دیگه. مثل اینکه یادت رفته مامان استاد درس آمار هستن!

امیرعلی با شنیدن این جمله چشمانش برق زد و با چشم به خواهرش اشاره کرد که دنبالش برود و هر دو به اتاقشان رفتند و بعد از چند دقیقه خوشحال از اتاق بیرون آمدند.

مادر: معلومه شما دوتا چی کار می‌کنین؟

مامله من مادر و فرزندان به صورت توافق صورتی کرد.

ستایش (در حالی که تلاش می کرد از ظرفیت های زبان یک دختر، تمام استفاده را بکند): مامان
 جونم که عشق منی! می شه به خواهشی بکنم؟
 مادر: من شماهارو بزرگ کردم دختر، حرف آخر تو بزن.
 امیر علی: خب شما آمار بلدین دیگه، می شه ...
 مادر: باید چند صفحه بشه تحقیقتون؟
 ستایش: الهی من فدای شما بشم که این قدر زود متوجه می شین!
 امیر علی: زیر ۱۰ صفحه نباید باشه!
 مادر: من قبول می کنم ولی به چند شرط! اول اینکه بابت هر صفحه پول می گیرم، دوم اینکه
 کامل نمی نویسم و نتیجه گیری و جمع بندی آخرشو خودتون باید بنویسین و سوم اینکه من
 به کمی کار خونگی دارم که باید انجام بشه.
 ستایش: چه سخت شد! خب حالا صفحه ای چند؟
 امیر علی: به نظرم پیشنهاد خوبیه. ما به چیزی می خواهیم که شما می تونین برامون درستش کنین،
 شما هم نیروی کار می خواین که ما هستیم.
 مادر: قبوله، این می تونه یک بازی جذاب باشه! من با شما ساعتی حساب می کنم. از شما هم
 بابت هر صفحه پول می گیرم!
 ستایش (در حالی که لبخندی به لب داشت): می شه جواب منو هم بدین، صفحه ای چند؟
 ساعتی چند؟

گفت و گو در کلاس نظر شما چه؟



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

نقشه راه مادر این درس به دنبال هستیم؟

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

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

دو بازتیریم اقتصاد > خانوارها ← به شکل در اقتصاد مشارکت دارند. < بنگاه‌ها ← به شکل در اقتصاد مشارکت دارند.

بنگاه و خانوار در اقتصاد

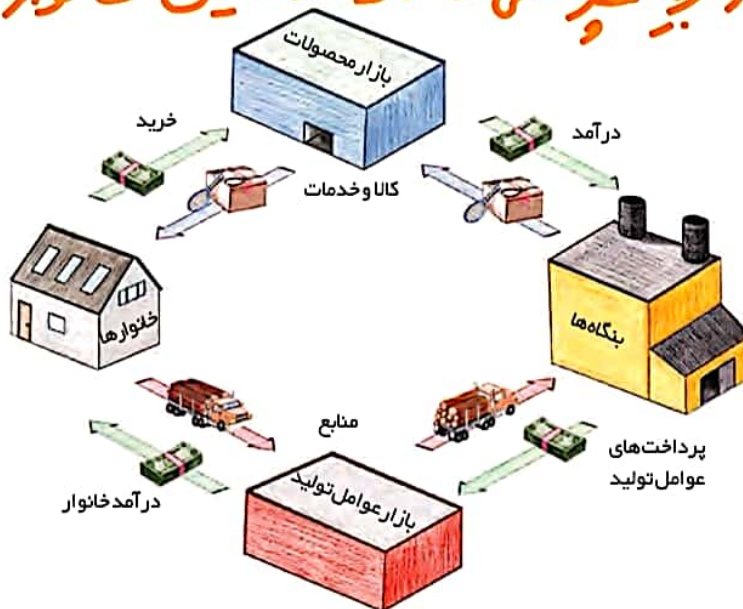
دو گروه از مهم‌ترین تصمیم‌گیرندگان و بازیگران در اقتصاد، خانوارها و بنگاه‌ها هستند. خانوارها در دو حالت در اقتصاد مشارکت می‌کنند:

- ۱- خانوارها کالاها و خدمات مورد نیاز را از کسب و کارها خریداری می‌کنند.
 - ۲- خانوارها زمین، نیروی کار، سرمایه و کارآفرینی را برای تولید کالاها و خدمات ارائه می‌کنند.
- در اقتصاد، «بنگاه» همان چیزی است که مردم معمولاً آن را به عنوان یک کسب و کار می‌شناسند. در درس‌های قبل درباره انواع کسب و کارها مطالبی فراگرفتید. مؤسسات کسب و کارها یا همان بنگاه‌ها می‌توانند شامل مزارع کشاورزی، فروشگاه‌ها، کسب و کارهای خویش فرمایی مثل پیرایشگری، نقشه‌کشی و معماری ساختمان یا شرکت‌ها و کارگاه‌ها و کارخانه‌های تولیدی باشند. برای تولید کالاها و خدمات، این بنگاه‌ها باید از خانوارها منابع را خریداری یا اجاره کنند؛ مثلاً یک رستوران زنجیره‌ای، زمانی که افرادی را استخدام می‌کند، نیروی کار از خانوارها اجاره می‌کند.

جریان چرخشی ساده رابطه داد و ستد در اقتصاد چگونه شکل می‌گیرد؟

همان گونه که خانوارها کالاها و خدمات را از بنگاه‌ها خریداری می‌کنند یا بنگاه‌ها، منابع را از خانوارها اجاره یا خریداری می‌کنند، رابطه داد و ستد شکل می‌گیرد. نمودار زیر جریان چرخشی تعاملات بین بازیگران کلیدی را نشان می‌دهد.

نمودار جریان چرخشی داد و ستد میان خانوارها و بنگاه‌ها

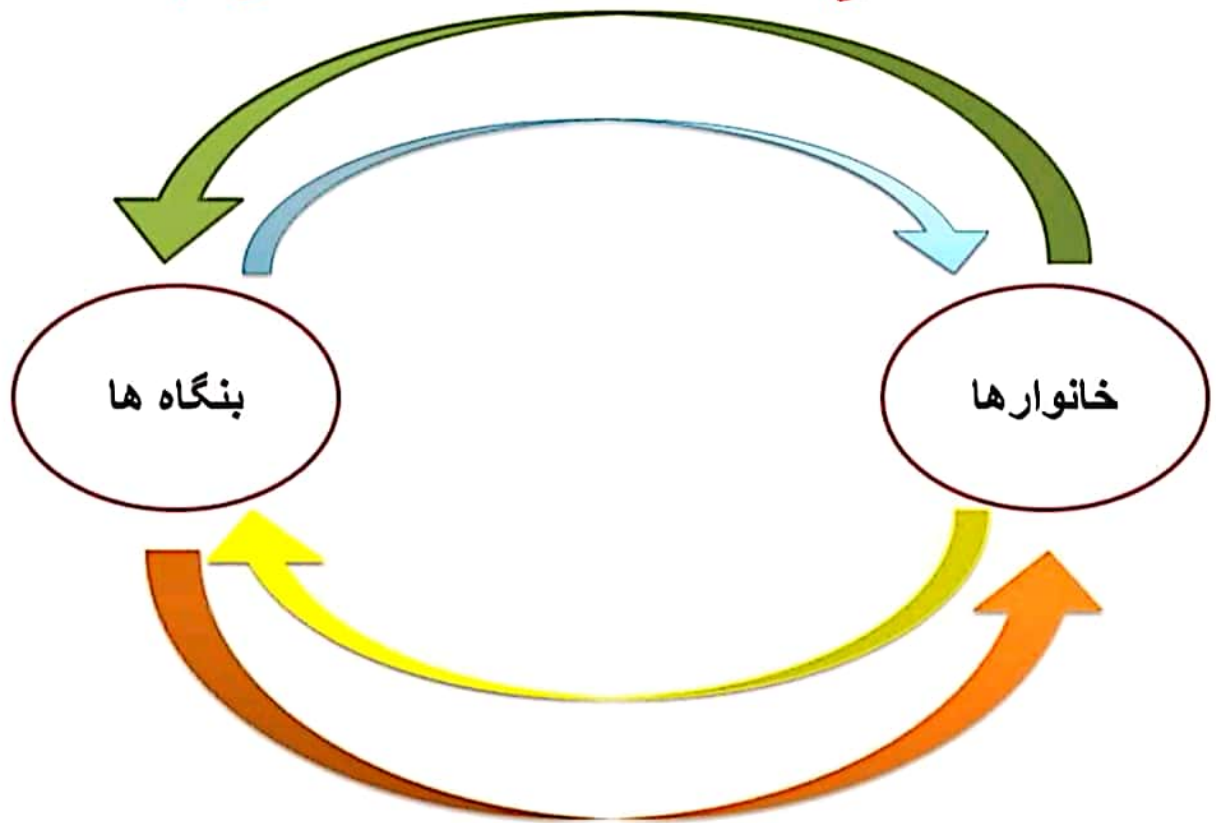


نیمه بالایی نمودار تبادل تولیدات را در بازار کالاها و خدمات نشان می‌دهد.

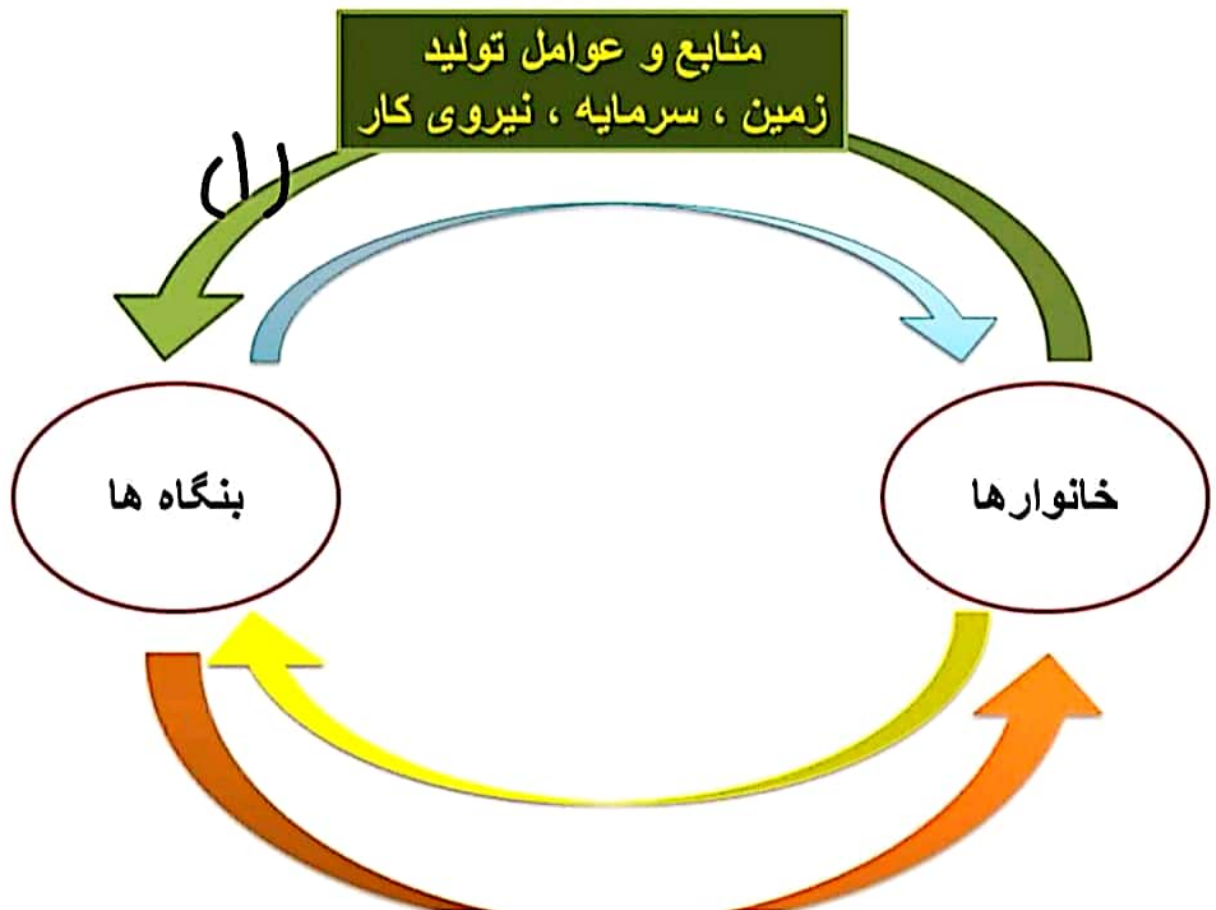
۱- household

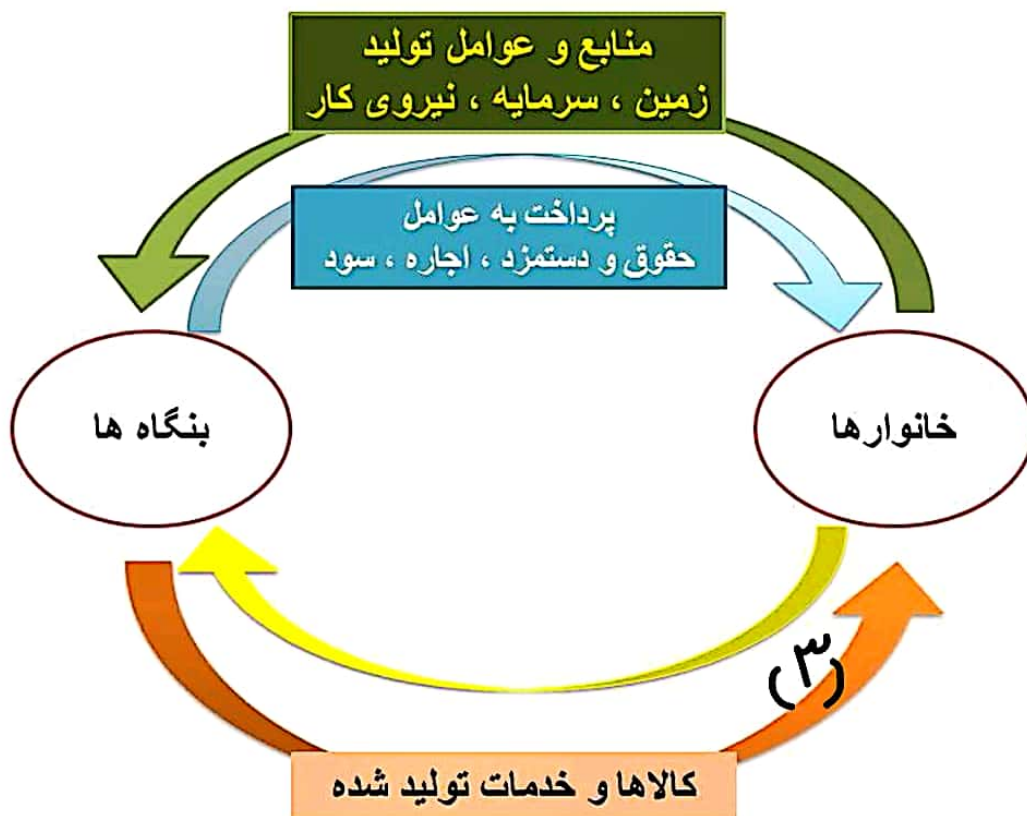
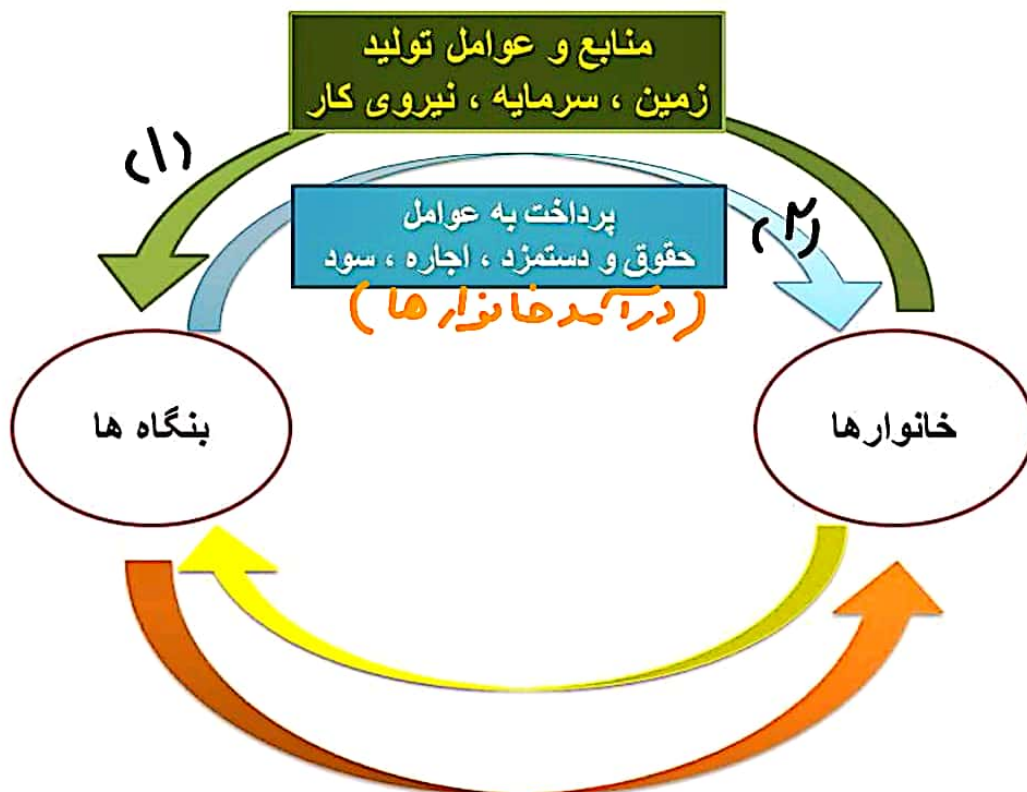
نیمه پایینی نمودار مربوط به بازار عوامل تولید است. ۲- firm

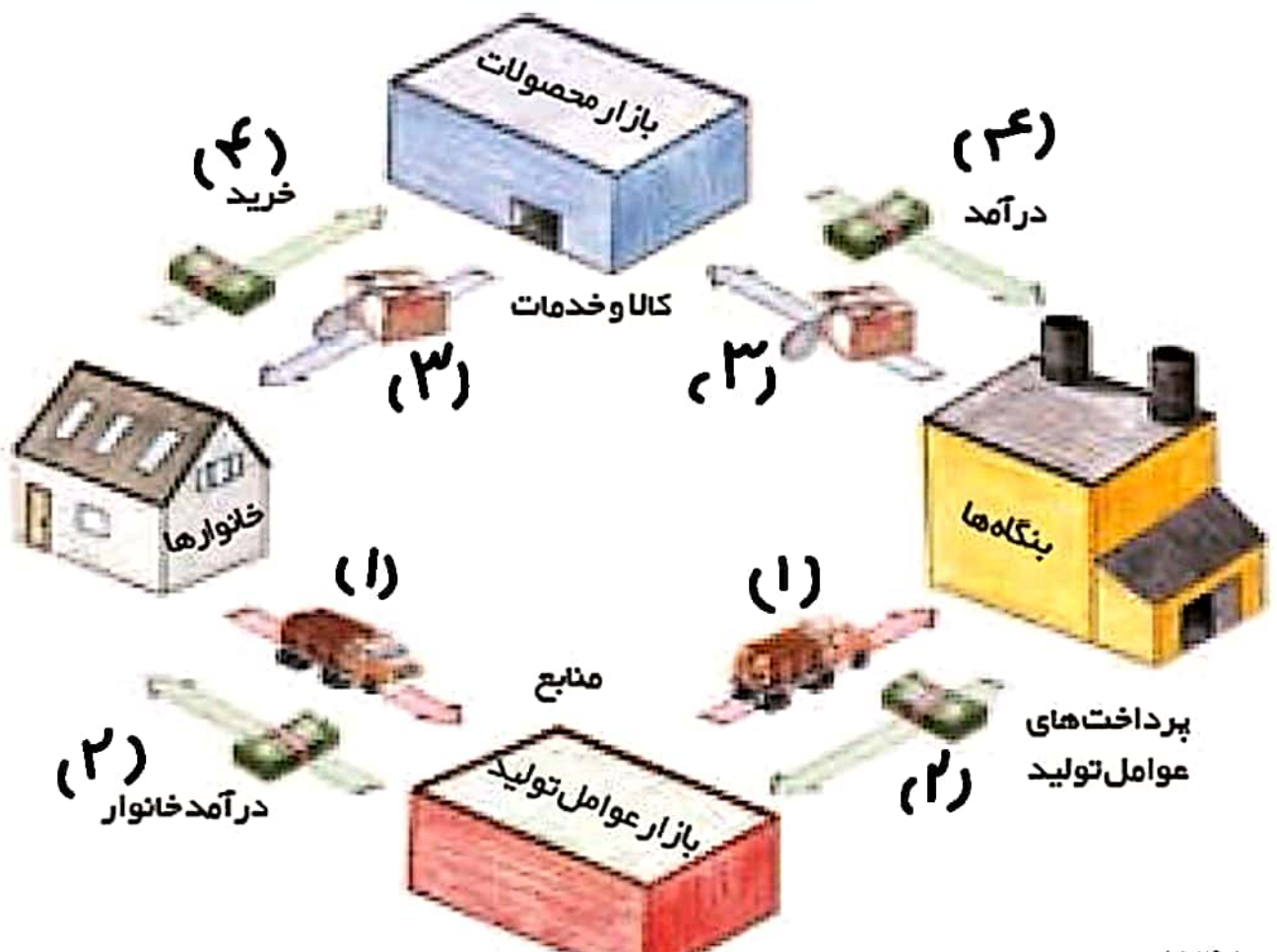
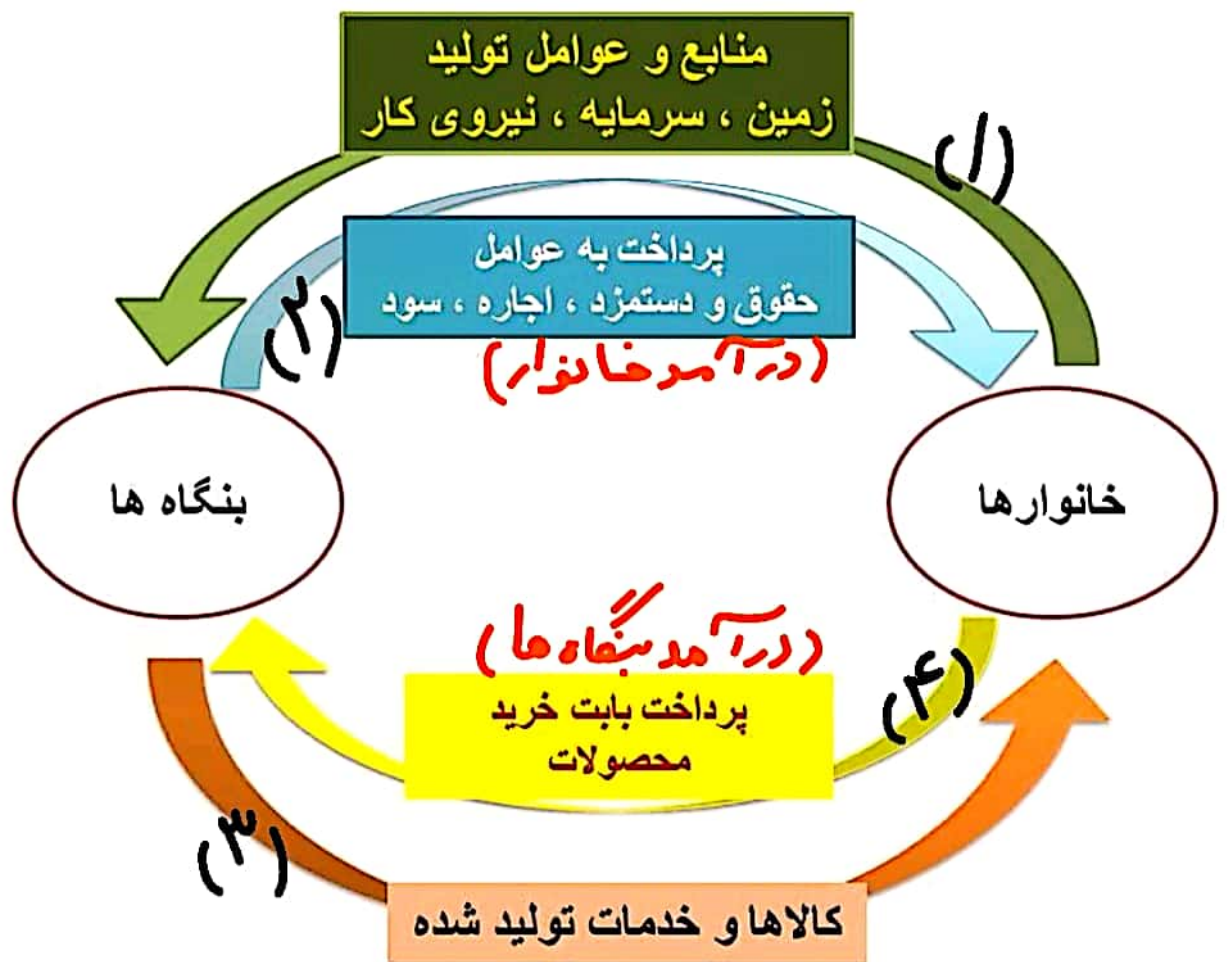
ممودار هر خشی به سورت مرحله به مرحله



8





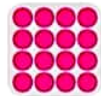


بازار چیست؟

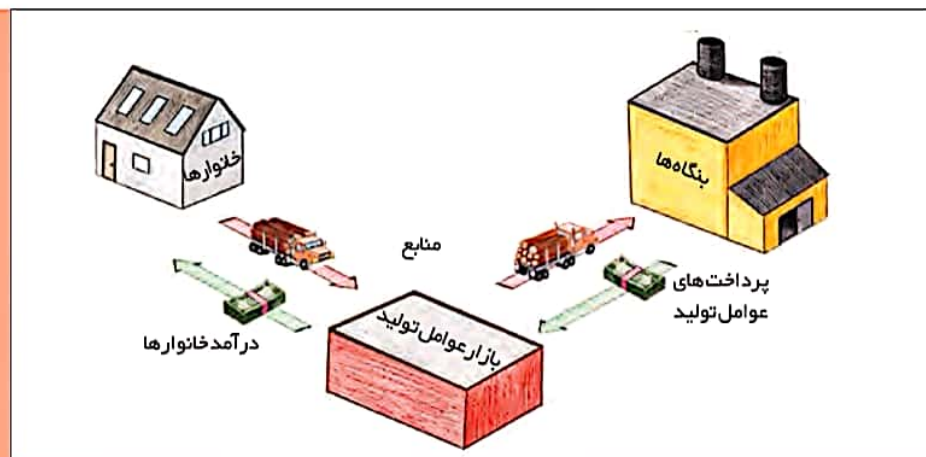
شاید این سؤال به ذهنتان برسد که بازار چیست؟ بازار^۱ معنای خاصی در اقتصاد دارد؛ بازار به مجموعه خریداران و فروشندگان چیزی در هر جای ممکن اطلاق می‌شود. مبادلات در بازار ممکن است حضوری و حقیقی نباشد و به صورت مجازی و در اینترنت صورت گیرد. شما ممکن است با تلفن و پشت میز سفارش دهید و یا با شبکه اینترنت، خرید اینترنتی کنید.

در بازار کالاها و خدمات، خانوارها خریدار و بنگاه‌ها فروشنده‌اند. پیکان‌های آبی در نمودار صفحه قبل، جریان کالاها و خدمات را از بنگاه‌ها به خانوارها در بازارهای کالا و خدمات نشان می‌دهند. همان‌طور که پیکان‌های سبز نشان می‌دهد، پرداخت پول بابت کالا و خدمات خریداری شده در جهت مخالف جریان کالا و خدمات جریان می‌یابد. این پول با عبور از بازار کالا و خدمات به عنوان درآمد بنگاه دریافت می‌شود.

فعالیت گروهی در کلاس



درباره بازار منابع تولید (جریان‌ات نیمه پایینی نمودار) در گروه خود بررسی کنید. چه چیزهایی مورد نیاز هر کدام از طرفین است و در کدام بخش بازار در حال مبادله است؟ سپس نتایج خود را در کنار پیکان‌ها یادداشت کنید و جدول زیر را کامل کنید.



پرداخت‌هایی که بابت خرید منابع تولید به خانوارها پرداخت می‌شود.

ردیف	عنوان	علت
۱	دستمزد	دریافتی خانوارها بابت فروش نیروی کار
۲		
۳		

۱- market

بازار > تقاضا کنندگان (خانوارها) > عرضه کنندگان (بنگاه‌ها)

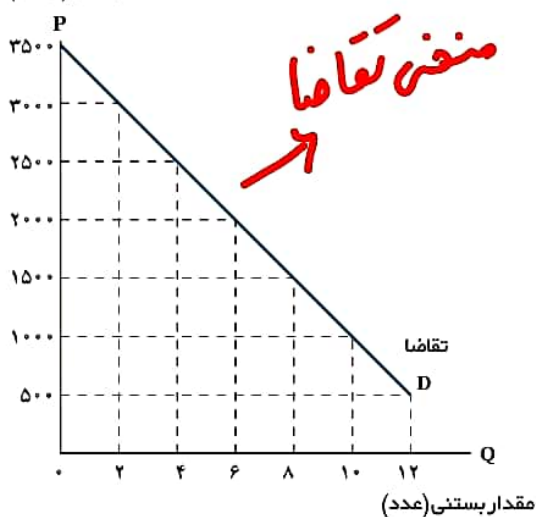
بررسی بازار کالا و خدمات

حال که با جریان چرخشی میان بازیگران اصلی اقتصاد و داد و ستد میان آنها آشنا شدیم، باید به بررسی دقیق‌تر بازار بپردازیم و بررسی کنیم که در بازار چه کسانی حضور دارند و چگونه تصمیم‌گیری می‌کنند. به مجموعه خریداران (تقاضا کنندگان) و فروشندگان (عرضه کنندگان) هر چیزی در هر جایی «بازار» گفته می‌شود. بنابراین بازار دو بخش دارد: تقاضا کنندگان و عرضه کنندگان. در بازار کالا و خدمات، تقاضا کنندگان همان خانوارها و عرضه کنندگان همان بنگاه‌ها هستند.

الف) خریداران یا تقاضا کنندگان و فرایند تصمیم‌گیری آنها قانون تقاضا

خریداران، خانوارهایی هستند که تقاضا کننده کالاها و خدمات اند و نسبت به مشاهده تغییر شرایط بازار تصمیمات متفاوتی می‌گیرند. برای اینکه بتوانیم ساده‌تر مفاهیم را بیاموزیم، تغییر شرایط بازار را یک به یک در نظر می‌گیریم. تصور کنید بعد از ظهرهای گرم تابستان برای خانواده بستنی می‌خرید تا با خنکای مصرف آن گرما را تحمل‌پذیرتر کنید. اگر امروز که برای خرید راهی بازار شدید ببینید که قیمت آن دوبرابر شده است چه می‌کنید؟ بیشتر می‌خرید یا کمتر؟ اگر قیمت آن نصف شده باشد چه می‌کنید؟ آیا باز هم همان مقدار قبلی را می‌خرید؟ مقدار تقاضا از یک کالا با قیمت آن رابطه‌ای عکس دارد. به طوری که با افزایش قیمت، مقدار تقاضا کاهش می‌یابد و بالعکس! به این رابطه، «قانون تقاضا» می‌گویند.

قیمت بستنی (تومان)



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

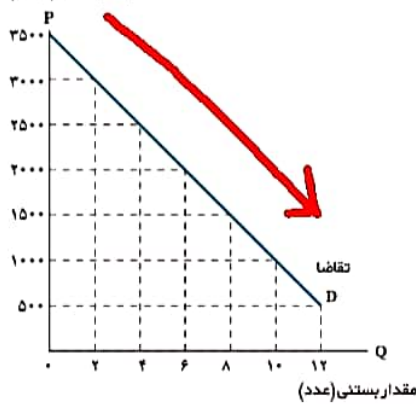
اگر هر کدام از دو عدد یک سطر را روی یک دستگاه مختصات پیدا کنید، نمودار بالا درست می‌شود که با وصل کردن نقاط به هم خط رو به پایینی شکل می‌گیرد. به این منحنی، منحنی تقاضا می‌گویند.

۱- demand law

۲- demand curve



قیمت بستنی (تومان)



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

نکات نمودار تقاضا:

۱. نمودار تقاضا رفتار را متغایری خریداران را نشان می‌دهد.
۲. بین مقدار خرید و قیمت کالا رابطه معکوس وجود دارد.
۳. منحنی تقاضا، یک منحنی نزولی می‌باشد.
۴. نزولی بودن منحنی تقاضا به این معناست که: با افزایش قیمت، مقدار تقاضا کاهش می‌یابد و بالعکس.
۵. به رابطه معکوس بین قیمت و مقدار تقاضا قانون تقاضا می‌گویند.
۶. عوامل مؤثر بر تقسیم خریداران در مورد خرید کالا عبارتند از:
 - ۱- قیمت کالا * هم‌تربین عامل

سایر عوامل

- ۲- درآمد
- ۳- سلیقه
- ۴- انتظارات
- ۵- قیمت سایر کالاها

کالاها را مکمل
کالاها را جانشین

نرمه: تغییر قیمت باعث ایجاد شدن نقاط روی منحنی تقاضا

می‌شود و خود منحنی را حرکت نمی‌دهد.
اما تغییر در سایر عوامل، باعث حرکت منحنی می‌شود.



رابطه بین درآمد و تقاضای کالا

نرمال : رابطه مثبت

پیست : رابطه منفی

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

تقاضا برای یک کالای نرمال به صورت مثبت با درآمد ارتباط دارد. افزایش در درآمد سبب افزایش در تقاضا در هر قیمت می شود.

↑ تقاضا برای کالای نرمال ⇒ ↑ درآمد



کالای معمولی و پیست را بشناسید!

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

↓ تقاضا برای کالای پیست ⇒ ↓ درآمد



غیر از درآمد و قیمت که بر مقدار تقاضا اثر گذار است، سلیقه، انتظارات و قیمت دیگر کالاها هم می تواند بر مقدار تقاضا و خرید اثر بگذارد. مثلاً چیزهایی که مد می شوند، حتی بدون تغییر قیمت، مقدار تقاضای آنها زیادتیر می شود یا هنگامی که پی ببرید قیمت کالایی در آینده بیشتر می شود، امروز ممکن است درباره خرید آن تصمیم دیگری بگیرید! **تأثیر عوامل بر تقاضا با مثال**

کالاهایی که با کالای مورد نظر ما مرتبط اند، مثلاً با هم مصرف می شوند یا به جای هم مصرف می شوند، اگر دچار تغییر قیمت شوند، 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. **کالاهای مکمل و جانشین**



کالاهای مکمل را بشناسید!

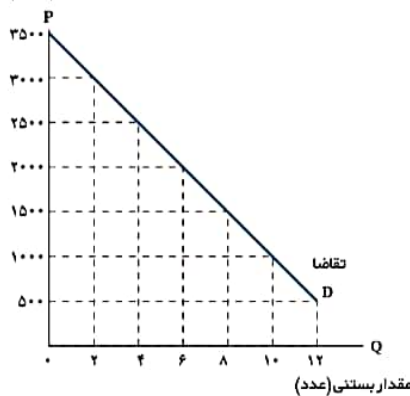
درباره کالاهایی که با هم مصرف می شوند، فکر کنید و درباره اثر تغییر قیمت یکی بر میزان خرید دیگری بحث کنید. مثلاً وقتی می خواهید چای بخرد، به بازار قند و شکر هم نیم نگاهی دارید یا وقتی خودرو می خرید حواستان به قیمت بنزین هم هست؛ اما چگونه؟



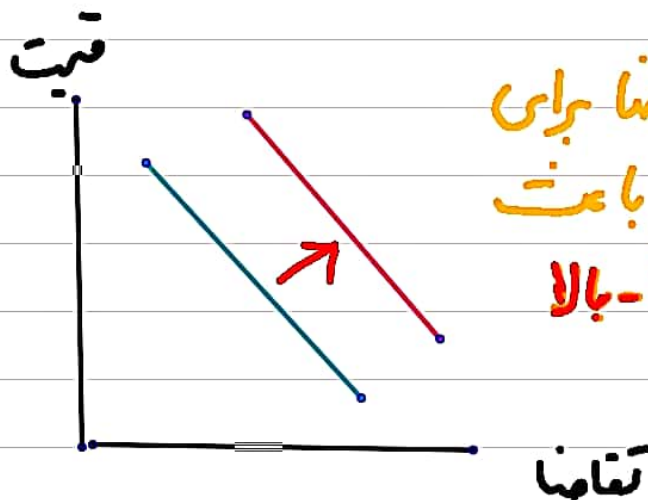
درباره کالاهای

مکمل (A و B) : افزایش قیمت A ⇒ کاهش تقاضای B
 در کالای جانشین : افزایش قیمت A ⇒ افزایش تقاضای B
 (A و B)

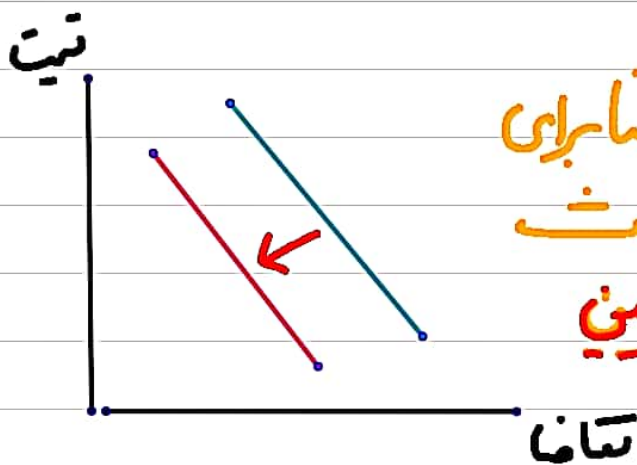
قیمت بستنی (تومان)



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



با افزایش درآمد مقدار تقاضا برای کالا افزایش می‌یابد و این باعث انتقال منحنی به سمت راست - بالا می‌شود.



با کاهش درآمد مقدار تقاضا برای کالا کاهش می‌یابد و این باعث انتقال منحنی به سمت چپ - پایین می‌شود.

(مقدار کالای دراینگا، کالای معمولی می‌باشد)

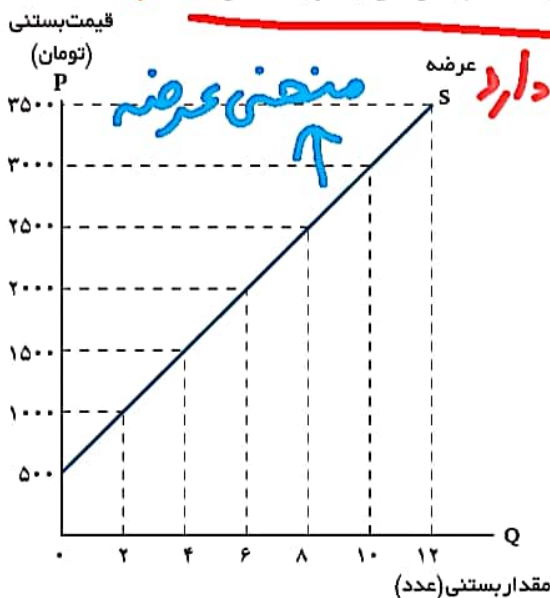
• تغییر در سایر عوامل موثر بر تقاضا نیز به همین گونه باعث انتقال منحنی می‌شود.

قیمت به عنوان ابزاری برای مدیریت مصرف

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

قانون عرضه

ب) فروشندگان یا عرضه کنندگان و فرایند تصمیم گیری آنها
به سمت دیگر بازار برای بررسی رفتار فروشندگان برویم. فروشندگان که همان بنگاه های ارائه کننده کالا یا خدمات و نیز عوامل فروش آنها هستند، بازیگر دیگر میدان رقابت اقتصادی اند. اگر شما تولید کننده یا فروشنده بستنی بودید و قیمت بستنی در بازار به دلیل شروع فصل گرم سال بیشتر می شد، چه می کردید؟ کمتر بستنی تولید می کردید و می فروختید یا بیشتر؟ یا به همان مقدار سابق؟
طبق قانون عرضه^۱، با افزایش قیمت، مقدار عرضه از هر کالا افزایش می یابد و بالعکس!



بین عرضه و قیمت رابطه مستقیم وجود دارد

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

اگر هر کدام از دو عدد یک سطر را روی یک دستگاه مختصات پیدا کنیم، شکل بالا درست می شود که با وصل کردن نقاط به هم خط رو به بالایی شکل می گیرد. به این منحنی، منحنی عرضه^۲ گفته می شود.

سایر عوامل: تصور کنید قیمت بستنی زیاد نشده اما قیمت شیر که ماده اولیه و مهم تولید بستنی است گران تر شده است. شرایط به وجود آمده چه تأثیری بر مقدار تولید شما دارد؟ آیا اگر قیمت بستنی در بازار تغییری نکرده باشد باز هم می توانید به همان میزان قبلی بستنی تولید کنید و بفروشید؟ اگر شیر ارزان تر شود چه تأثیری دارد؟ اگر دستگاهی اختراع شود که بتواند با تعداد کارگر کمتری، بستنی تولید کند و از این جهت هزینه های تولید شما را کمتر کند؛ چه تأثیری بر تولید و عرضه می گذارد؟ ابداعات و اختراعات معمولاً با کاهش هزینه ها اثر مثبتی بر تولید و عرضه دارند. سایر عوامل مؤثر بر مقدار عرضه

۱- supply law

۲- supply curve



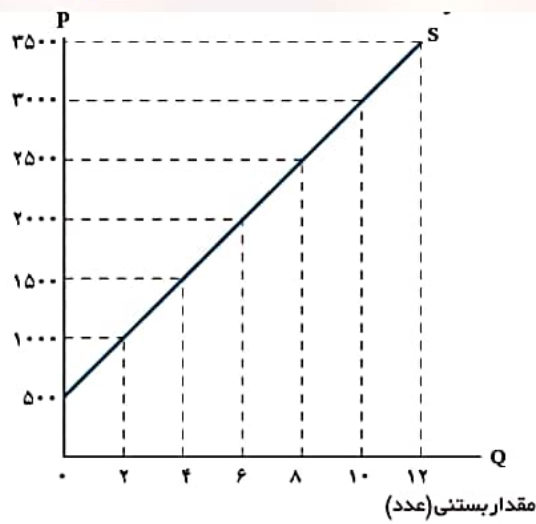
مقدار عرضه بستنی	قیمت بستنی
0	500
2	1000
4	1500
6	2000
8	2500
10	3000
12	3500

نکات نمودار عرضه:

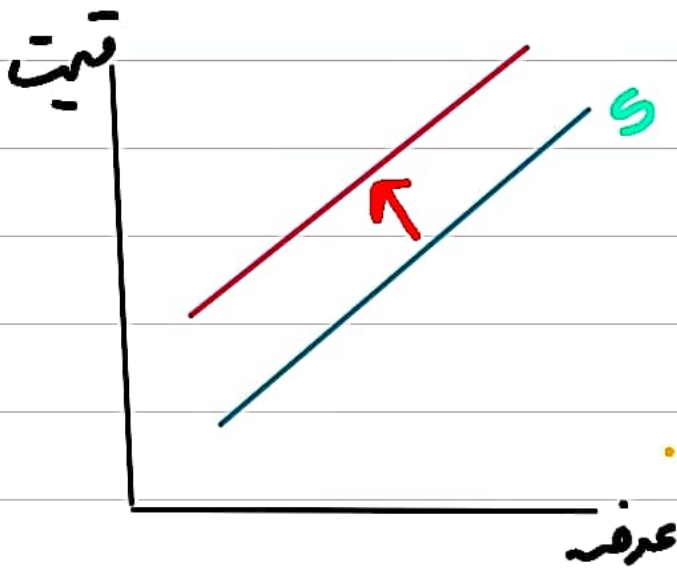
- ۱- نمودار عرضه رفتاراً مقادیری فروشنده مان را نشان می دهد.
- ۲- بین مقدار عرضه و قیمت کالا رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۳- منحنی عرضه یک منحنی صعودی می باشد.
- ۴- صعودی بودن منحنی عرضه به این معنی است که: با افزایش قیمت، مقدار عرضه افزایش می یابد و بالعکس.
- ۵- به رابطه مستقیم بین قیمت و مقدار عرضه مان را عرضه گویند.
 - (هر چه قیمت بیشتر $\Rightarrow$ عرضه هم بیشتر)
 - (هر چه قیمت کمتر $\Rightarrow$ عرضه هم کمتر)
- ۶- عوامل موثر بر تقسیم فروشندگان در مورد فروش کالا:

- ۱- قیمت کالا * مهم ترین عامل
 - ۲- هزینه های تولید
- تغییر در قیمت مواد اولیه
ابداعات و اختراعات

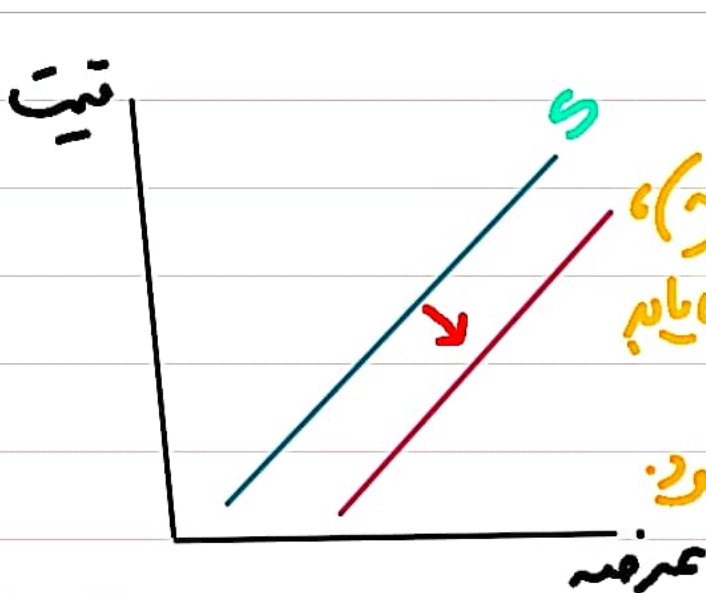
توجه: تغییر قیمت کالا باعث جابجاشدن نقاط آردی منحنی می شود
و خود در منحنی را حرکت می دهد اما تغییر در سایر عوامل، باعث حرکت منحنی می شود.



مقدار عرضه بستنی	قیمت بستنی
0	500
2	1000
4	1500
6	2000
8	2500
10	3000
12	3500



با افزایش هزینه‌های تولید
(مثلاً گران شدن مواد اولیه)،
مقدار عرضه کالا کاهش می‌یابد
و این باعث انتقال منحنی
به سمت بالا-چپ می‌شود.



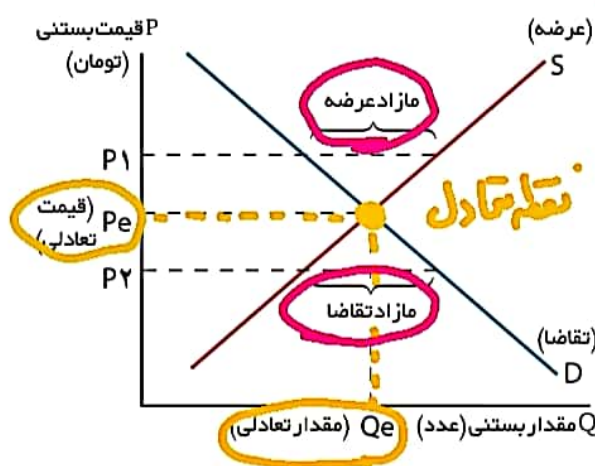
با کاهش هزینه‌های تولید
(مثلاً ارزان شدن مواد اولیه)،
مقدار عرضه کالا افزایش می‌یابد
و این باعث انتقال منحنی
به سمت پایین-راست می‌شود.

اقدامات و افتراعات نیز می‌توانند به همین گونه باعث کاهش
هزینه‌های تولید و انتقال منحنی عرضه شوند.

تأمین کنندگان و عرضه کنندگان در بازار با هم موافق می شوند قیمت کالا ← عامل هماهنگ کننده تأمین و عرضه

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 عبارت دیگر عرضه و تقاضا باید با یکدیگر در تعادل باشند. در غیر این صورت چه می شود؟ اگر مقدار تقاضای کالایی از مقدار عرضه آن بیشتر باشد، در بازار کمبود رخ می دهد و باعث بالا رفتن قیمت می شود؛ چرا که عده ای که به آن کالا مشتاق ترند تلاش می کنند با پیشنهاد قیمت بالاتر آن را به دست آورند. در مقابل وقتی مقدار عرضه بیشتر از تقاضا باشد هم مازاد رخ می دهد و همین سبب می شود برخی از تولید کنندگان از قیمت خود کم کنند تا بتوانند با پیدا کردن مشتری کالای بیشتری را بفروشند. جدول زیر ترکیب دو جدول قبلی است. در هر قیمت ببینید در بازار چه اتفاقی می افتد؟ بازار در چه قیمتی به تعادل می رسد و در آن خبری از مازاد و کمبود نیست؟



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

مازاد عرضه
تعادل
مازاد تقاضا

انحصار فروش
انحصار خرید

رقابت
انحصار

بیشتر بدانیم

انواع بازار

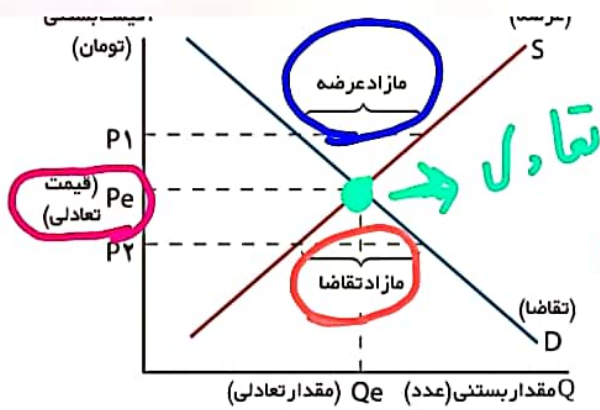
در بازار هر محصول، گاه تعداد فروشندگان و خریداران به قدری زیاد است که حضور و رفتار هریک از عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان به نسبت کل بازار بسیار کوچک خواهد بود و در عمل، هیچ یک از طرفین به تنهایی در شکل گیری قیمت تاثیر گذار و به عبارت دیگر «قیمت گذار» نیستند. در این صورت بازار را به اصطلاح «بازار رقابتی»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

گاه به دلایل طبیعی، اقتصادی، قانونی یا حتی غیرقانونی، تعداد فروشنده یا خریدار به یک یا چند نفر محدود می شود. این وضعیت را «انحصار» می گوئیم. مثلاً شرکت توانیر در کشور ما، به دلیل طبیعی و شرکت های خودروبی به دلایل قانونی، انحصارگر در فروش کالای خود به شمار می روند. شرکت پخش و پالایش فراورده های نفتی از یک سو تنها خریدار و از سویی دیگر تنها فروشنده



در رقابت
بازار رقابتی

در انحصار
بازار انحصاری



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

مازاد عرضه
تقاضا
تبادل
مازاد عرضه

در بازار ممکن است یکی از سه حالت زیر حاکم باشد:

حالت اول: تبادل در بازار $\rightarrow$ عرضه = تقاضا

حالت دوم: مازاد تقاضا $\rightarrow$ عرضه > تقاضا

حالت سوم: مازاد عرضه $\rightarrow$ تقاضا > عرضه

در حالت تبادل (عرضه = تقاضا)، تقاضا کمتر و عرضه کمتر با هم هماهنگی می‌رسند که بازار همیشه تمایل به رسیدن به

تبادل دارد. اگر در بازار مازاد تقاضا ایجاد شود $\hookrightarrow$ قیمت افزایش می‌یابد

که بازار به تبادل می‌رسد. و اگر در بازار مازاد عرضه ایجاد شود $\hookrightarrow$ قیمت کاهش می‌یابد که بازار به تبادل می‌رسد.

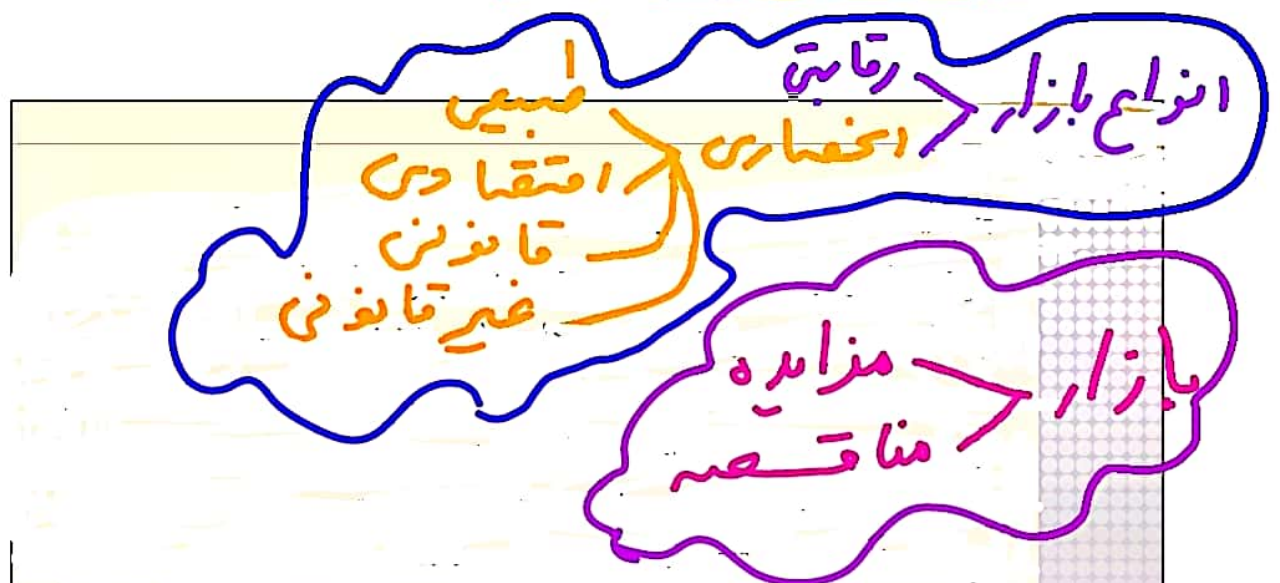
نیت تعادلی: قیمتی است که در آن عرضه = تقاضا است.

در قیمت‌های کمتر از قیمت تعادلی همیشه مازاد تقاضا و در قیمت‌های بیشتر از قیمت تعادلی همیشه مازاد عرضه وجود دارد.

ویژگی‌های بازار انحصاری و انواع آن

محصولات نفتی است و خرید و فروش این کالا را در انحصار خود دارد. انحصارگر، قیمت گذار است و خریداران در بازار انحصاری قیمت پذیرند. انحصارگر غیرقانونی معمولاً با افزایش قیمت خود به مشتریان و رفاه جامعه ضرر می‌زند؛ بنابراین دولت باید مانع شکل‌گیری آن و تبانی برخی از تولیدکنندگان شود. اما انحصار طبیعی و قانونی مشروط به مواظبت و مقررات‌گذاری صحیح می‌تواند برای مصرف‌کننده سودمند باشد.

برخی دیگر از انواع بازارها را هم می‌توان در قالب حراجی‌ها دید که به دو صورت مزایده و مناقصه مشاهده می‌شود. فروشندگان آثار هنری در نمایشگاه‌ها و حراجی‌ها، مزایده و خریداران عمده کالا و خدمات مناقصه برگزار می‌کنند.



و هنگامی که آهن گران شد، به قیمت روز فروختم. این هم غیرقانونی نبود؛ یک خرید و فروش معمولی بود، آن هم به قیمت بازار و کاملاً سازگار با قانون عرضه و تقاضا. فکر می‌کنم با این توصیف نیازی به درس خواندن نداشته باشید! حاضرم در صورت نیاز، بیشتر راهنماییتان کنم. البته اکنون از کشور متواری شده‌ام؛ ولی شاید برگردم!

سه چیز پایدار نماند: مال بی تجارت و علم بی بحث و ملک بی سیاست

استان سمنان، باب هشت

مزایده: بازاری است که در آن عرضه‌کننده، تقاضا می‌کند تقاضا کننده ای را بیاورد که کالا یا خدمات را با قیمت بالاتر بفرشد.

مناقصه: بازاری است که در آن تقاضا کننده، عرضه می‌کند عرضه‌کننده ای را بیاورد که کالا یا خدمات را با قیمت کمتر بخرد.

بیشتر بدانیم



بازار، هزینه مبادله و مسئله نظام حقوقی

منحنی‌های عرضه و تقاضا که تا به حال با آنها آشنا شدید یک الگوی انتزاعی برای تحلیل آسان‌تر پدیده‌های اقتصادی است. با این حال در واقعیت اجتماعی، ارتباط‌های میان عرضه و تقاضا یا خریداران و فروشندگان با موانع و پیچیدگی‌هایی روبروست. اگر روی صفحات کاغذ می‌توانیم به راحتی منحنی‌های عرضه و تقاضا را جابه‌جا کنیم و یا نقاط روی آن را حرکت دهیم، در دنیای واقعی این حرکت‌ها و انتقالات با اصطکاک و کندی روبه‌رو می‌شود. به سخن دیگر تعامل خریداران و فروشندگان یا بنگاه‌ها و خانوارها در دنیای واقعی اقتصاد هزینه بر است. این هزینه‌ها که اقتصاددانان به آن هزینه‌های مبادله^۱ می‌گویند، غیر از هزینه تولید است.

فرض کنید به عنوان مدیرعامل یک شرکت تولید لباس می‌خواهید برای شرکت خود پارچه خریداری کنید. برای این کار لازم است تا با یک شرکت نساجی قراردادی ببندید. جست‌وجو برای یافتن یک شرکت نساجی معتبر، فرایندهای چانه‌زنی و بستن قرارداد و همچنین نظارت بر عملکرد آن، همه شامل هزینه‌هایی است که باید در نظر گرفته شود. این هزینه‌های مبادله در واقع بر نحوه تخصیص منابع اثر گذار است.

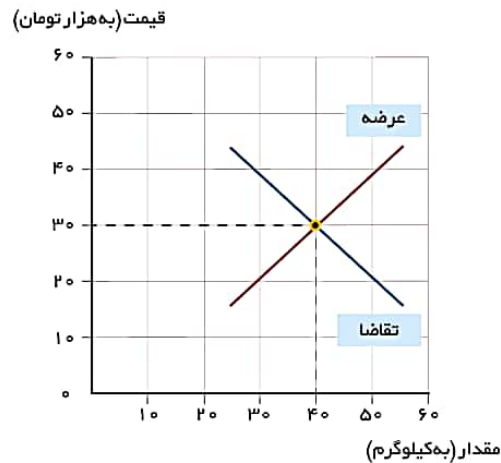
اقتصاددانان معتقدند با وجود هزینه‌های مبادله، شیوه توزیع حقوق مالکیت بر تخصیص منابع اثر می‌گذارد؛ این که کسی به عنوان مدیرعامل یک شرکت وارد قراردادی شود با این که کسی به عنوان کارگر وارد قرارداد شود، هزینه‌های مبادله‌ای متفاوت و به تبع آن تخصیص منابع متفاوتی ایجاد می‌کند. حقوق مالکیت افراد در نقش اجتماعی - اقتصادی آنها اثر گذار است و بنابراین سازوکار بازار در درون یک نظام حقوقی قرار دارد. طبیعی است که در هر جامعه انسانی و در هر نظام اقتصادی، حقوق مالکیت و قراردادهای و سایر نهادهای اجتماعی با توجه به ارزش‌ها و اهداف آن جامعه تعریف می‌شوند و سامان می‌یابند.

^۱ transaction cost

برای تفکر و تمرین



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



اگر شرکت ایران سبز تصمیم بگیرد قیمت محصول را ۴۰۰۰۰ تومان تعیین کند، در این قیمت تحلیل کنید که چه شرایطی پیش می‌آید و کارخانه ممکن است با چه مشکلاتی مواجه شود؟ همچنین بیان کنید که چه اتفاقی باید برای بازار بیفتد تا قیمت و مقدار مجدداً به وضعیت تعادلی بازگردد؟

تحلیل کنید

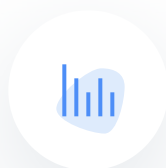


- خریداران و فروشندگان در بازار چگونه با یکدیگر تعامل می‌کنند؟
- قیمت تعادلی چیست و اگر مقدار عرضه یا تقاضا بیشتر از مقدار آنها در قیمت تعادلی باشد، در بازار چه روی می‌دهد؟
- بازار چیست و چگونه مقدار و قیمت تعادلی در آن مشخص می‌شود؟



اپلیکیشن درسی همیار

برنامه رایگان درسی همیار



تمام پایه ها

جواب کتاب ، تدریس و نمونه سوال



همیشه رایگان

برنامه همیار کاملا رایگان میباشد