

به نام خدا

اقتصاد دهم انسانی

فصل دوم:

درس پنجم: بازار چیست و چگونه عمل می کند؟



نقشه راه

ما در این درس به دنبال آن هستیم تا با بررسی رفتار متقابل خانوار ها و بنگاه ها :

1- ارتباط میان فروشندگان و خریداران را در اقتصاد به خوبی توضیح دهیم؛

2 - مقدار و قیمت تعادلی را در بازار محاسبه کنیم.

بنگاه و خانوار در اقتصاد



دو گروه از مهمترین تصمیم گیرندگان و بازیگران در اقتصاد

2- بنگاهها

1- خانوارها

خانوارها در دو حالت در اقتصاد مشارکت می کنند :

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

2 - خانوارها زمین، نیروی کار، سرمایه و کارآفرینی را برای تولید کالاها و خدمات ارائه می کنند

بازیگران اصلی در اقتصاد

بنگاه اقتصادی

شامل مزارع کشاورزی، فروشگاه ها، کسب و کارهای خویش فرمایی مثل پیرایشگری، نقشه کشی و معماری ساختمان یا شرکت ها و کارگاه ها و کارخانه های تولیدی

برای تولید کالاها و خدمات، بنگاه ها باید از خانوارها، منابع را خریداری یا اجاره کنند

خانوارها

کالاها و خدمات مورد نیازشان را از کسب و کارها خریداری می کنند

خانوارها زمین، نیروی کار، سرمایه و کارآفرینی را برای تولید کالاها و خدمات ارائه می کنند

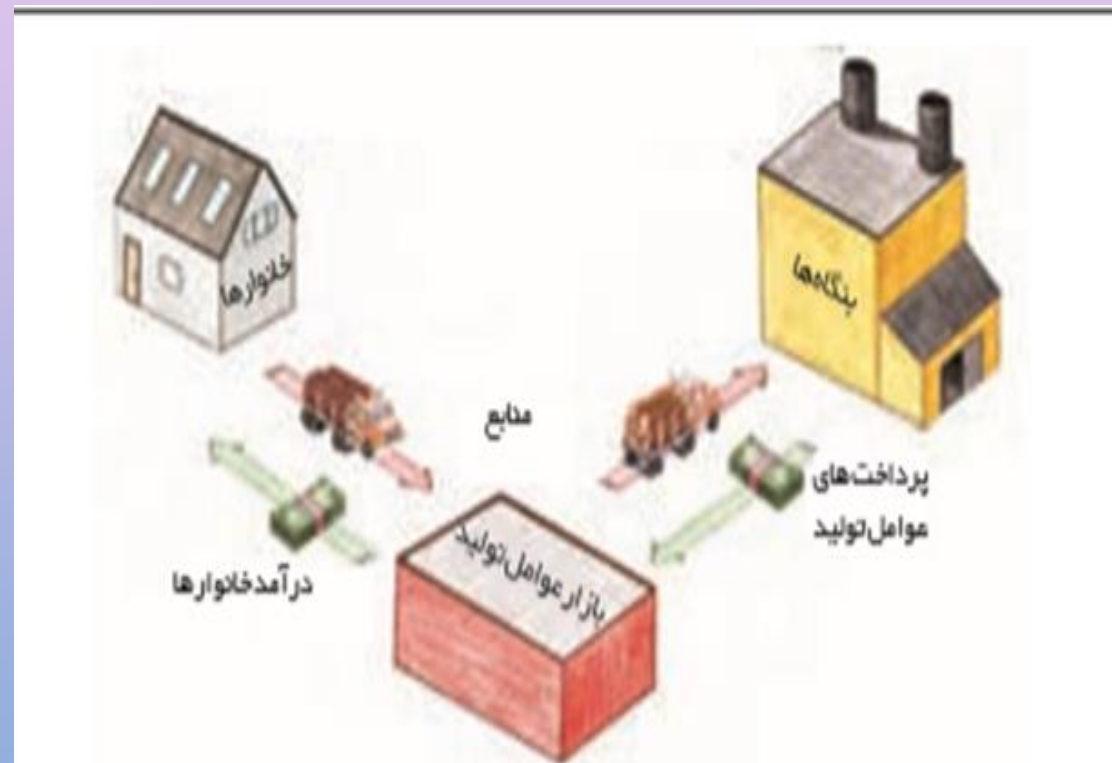
تعاملات بین بازیگران کلیدی

جریان چرخشی ساده



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 را کامل کنید



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

بررسی بازار کالا و خدمات

در بازار چه کسانی حضور دارند
و چگونه تصمیم گیری می کنند؟

الف) خریداران یا تقاضاکنندگان
(خانوارها) و فرایند تصمیم گیری آنها

ب) فروشندگان یا عرضه کنندگان (بنگاه
ها) و فرایند تصمیم گیری آنها

بازار دو بخش دارد:
تقاضاکنندگان و عرضه
کنندگان.

الف) خریداران یا تقاضاکنندگان و فرایند تصمیم گیری آنها

خریداران، خانوارهایی هستند که تقاضاکننده کالاها و خدمات اند و نسبت به مشاهده تغییر شرایط بازار تصمیمات متفاوتی می گیرند

منحنی تقاضا



منحنی تقاضا نشان دهنده رفتار اقتصادی مصرف کنندگان

مقدار	قیمت بستنی	تقاضای بستنی
۱۶	۰	
۱۴	۳۷۵	
۱۰	۱۱۲۵	
۸	۱۵۰۰	
۶	۱۸۷۵	
۲	۲۶۲۵	
۰	۳۰۰۰	

قانون تقاضا:

با افزایش قیمت ← مقدار تقاضا کاهش

با کاهش قیمت ← مقدار تقاضا افزایش

بین مقدار تقاضا از یک کالا با قیمت آن رابطه عکس وجود دارد

عوامل موثر بر مقدار تقاضای یک کالا:

قیمت ← مهمترین عامل در تصمیم گیری

درآمد
سلیقه

قیمت سایر کالاها

تبلیغات و انتظارات

با فرض ثابت بودن سایر عوامل

دسته بندی کالا

رابطه درآمد و تقاضا برای کالا

کالای نرمال

با افزایش در آمد تقاضا برای کالا افزایش می یابد و بالعکس

کالای پست

با افزایش درآمد مقدار تقاضا برای کالا کاهش می یابد

سهم زیادی از بودجه خانوار را به خود اختصاص می دهد نان سیب زمینی

دو کالای جانشین

با افزایش قیمت یک کالا و کاهش تقاضا برای آن، تقاضا برای جانشین آن افزایش می یابد

مثل گوشت قرمز و مرغ - قند و کشمش

دو کالای مکمل

کالاهایی که به صورت تکمیلی و با هم مصرف می شود تا یک نیاز رو بر طرف کند قند و چای، خمیر دندان و مسواک

دو کالای مستقل

افزایش قیمت یکی از کالاهای مکمل باعث کاهش تقاضا برای کالای مکمل دیگرش خواهد شد و بالعکس

مانند دو کالای گوشت و خودرو

چگونگی مصرف و رابطه دو کالا

قیمت به عنوان ابزاری برای مدیریت

سیاست گذاران معمولاً تلاش می کنند از دو راه مقدار تقاضا و مصرف سیگار را کم کنند

- 1- آگاه سازی مردم به زیانهای کشیدن سیگار
- 2- بالا بردن قیمت سیگار با وضع مالیات

ب) فروشندگان یا 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

قانون عرضه :

با افزایش قیمت ← افزایش مقدار عرضه

با کاهش قیمت ← کاهش مقدار عرضه

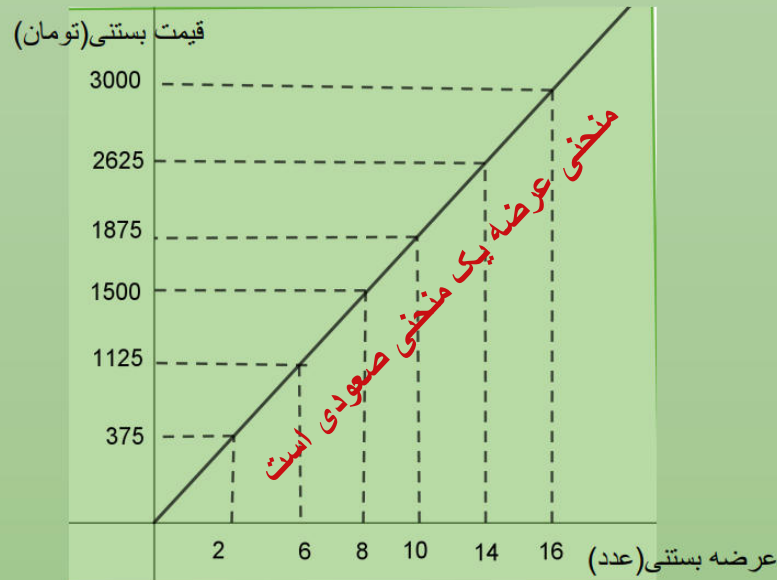
بین مقدار عرضه از یک کالا با قیمت آن رابطه مستقیم وجود دارد

عوامل موثر بر مقدار عرضه ی یک کالا توسط تولید کنندگان :

قیمت ← مهمترین عامل در تصمیم گیری

هزینه های تولید

منحنی عرضه



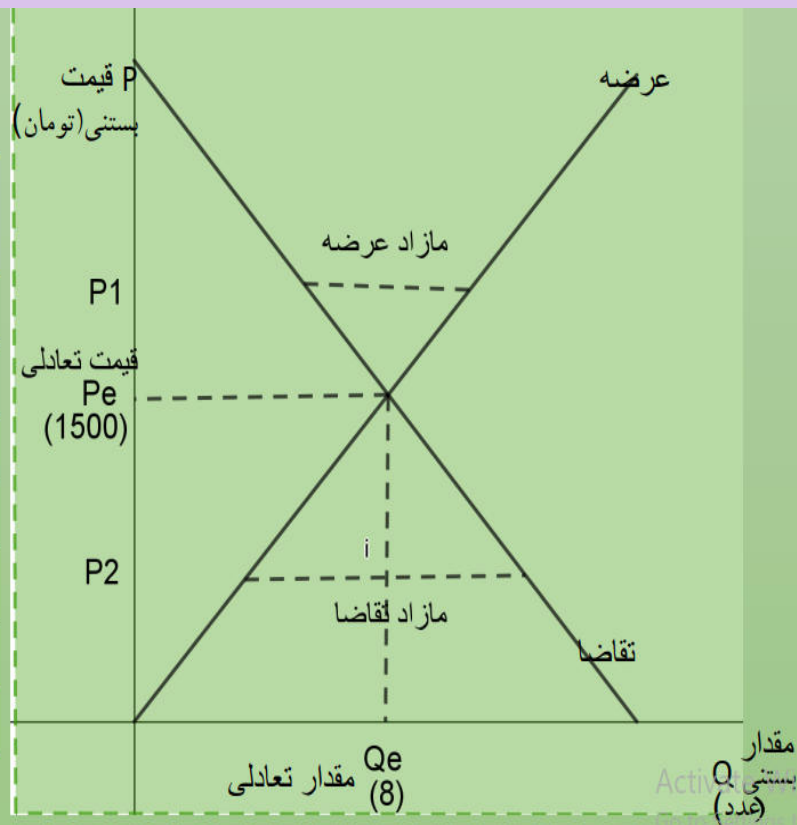
منحنی عرضه نشان دهنده رفتار اقتصادی بنگاه هاست.

با فرض ثابت بودن سایر عوامل

تعادل در بازار

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

تقاضای بستنی	عرضه ی بستنی	قیمت بستنی
۱۶	۰	۰
۱۴	۲	۳۷۵
۱۰	۶	۱۱۲۵
۸	۸	۱۵۰۰
۶	۱۰	۱۸۷۵
۲	۱۴	۲۶۲۵
۰	۱۶	۳۰۰۰



عرضه = تقاضا

قیمت تعادلی

مقدار تعادلی

تعادل در بازار

عدم تعادل

مازاد عرضه (کمبود تقاضا)
عرضه < تقاضا

قیمت بالاتر از قیمت
تعادلی

تولید کننده بیشتر از تقاضای مصرف
کننده تولید کند

راه حل

کاهش قیمت

مازاد تقاضا (کمبود عرضه)
عرضه > تقاضا

قیمت پایین تر از قیمت
تعادلی

برخی از تقاضا کنندگان موفق به
خرید کالای مورد نظر نمی شوند

راه حل

افزایش قیمت

انواع بازار

بازار رقابتی

تعداد زیادی فروشندگان و خریداران

هیچ یک از طرفین به تنهایی در شکل گیری قیمت تأثیرگذار و به عبارت دیگر «قیمت گذار» نیستند

مثل : بازار ماکارونی

بازار انحصاری

گاه به دلایل طبیعی، اقتصادی، قانونی یا حتی غیرقانونی، تعداد فروشنده یا خریدار به یک یا چند نفر محدود می شود

انحصارگر، قیمت گذار است

خریداران در بازار انحصاری قیمت پذیرند

شرکت پخش و پالایش فرآورده های نفتی، توانیر

مزایده

فروشنندگان آثار هنری در نمایشگاه ها و حراجی ها،

مناقصه

خریداران عمده کالا و خدمات.

