

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



اقتصاد خرد

ویژه آزمون های کارشناسی ارشد وزارت بهداشت

تالیف: ندا اکبرپور

سرشناسه	: اکبرپور، ندا، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: درسنامه اقتصاد خرد / ندا اکبرپور.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات علمی سنا، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۰ ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۵۶-۲۵-۴
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: اقتصاد خرد -- راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	: (Microeconomics -- Study and teaching (Higher
موضوع	: اقتصاد خرد -- آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
موضوع	: Examinations, questions, -- Microeconomics (Higher (etc
موضوع	: دانشگاه‌ها و مدارس عالی -- ایران -- آزمون‌ها
موضوع	: Universities and colleges --Iran -- Examinations
رده بندی کنگره	: HB ۱۸۰ ۱۳۹۵ ۷ الف ۲/ف
رده بندی دیویی	: ۵/۳۳۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۴۶۸۳۸۸

انتشارات علم سنا (مرجع تخصصی علوم پزشکی)

نام کتاب: درسنامه اقتصاد خرد
نویسنده: ندا اکبرپور
ناشر: علمی سنا
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۵۶-۲۵-۴
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۵
صفحه آرایشی: سحر زعفرانی عیلام
طراح جلد: هادی طغیانی
پست الکترونیک: elmisana@gmail.com
فروش اینترنتی: www.sanabook.com
تیراژ: ۳۰۰
قیمت: ۳۰۰/۰۰۰ ریال

تقدیم به :

پدرم، مادرم و برادران عزیزم
همراهان همیشگی و پشتوانه های زندگی ام...

سیر نمی شوم ز تو، نیست جز این گناه من
سیر مشو ز رحمت، ای دو جهان پناه من
مولانا

مقدمه مولف:

این کتاب با توجه به تمایل زیادی که برای شرکت در آزمون کارشناسی ارشد وزارت بهداشت در رشته های اقتصاد بهداشت و رفاه اجتماعی وجود دارد تالیف و تدوین گردیده است. مطالب درسی در هر فصل را به شرح زیر ارائه کرده ام:

۱. سعی بر این است که مفاهیم درسی به ساده ترین زبان ممکن بیان شود. در همه ی مواردی که وجود شکل، درک مفاهیم را آسان می کند، شکل های مناسبی نیز ترسیم شده است.
 ۲. ترتیب مفاهیم به گونه ای است که که هریک یا چند مفهوم پیش نیاز مفاهیم بعدی باشد تا امکان جمع بندی و برقراری ارتباط بین مفاهیم آموخته شده، فراهم شود.
 ۳. در طراحی و انتخاب مثالها سعی کرده ام تا مسائلی انتخاب شوند که از نظر کمک به فراگیری مطالب به اندازه کافی ارزشمند و قابل تامل باشند.
 ۴. نکته ها و تذکرها ی لازم برای حل تست و اطلاعاتی فراتر از کتاب درسی بیان شده تا دانشجویان بتوانند در حداقل زمان ممکن به اینگونه سوال ها پاسخ دهند.
 ۵. برای کسب مهارت بالا و تسلط کامل بر مفاهیم درسی، هر فصل از کتاب، شامل تعداد نسبتا زیادی تست استاندارد است.
 ۶. تست های آزمون کارشناسی ارشد در ده سال گذشته را به صورت موضوعی در انتهای هر فصل آورده ام.
 ۷. همه ی مسائل و تست ها دارای پاسخ های کاملا تشریحی بوده، به طوری که کتاب حاضر را به صورت راهنمای جامع تدریس درآورده است.
- بدیهی است این کتاب مانند هر اثر دیگری خالی از اشکال و لغزش نخواهد بود. از این رو از اساتید گرانقدر و دانشجویان عزیز تقاضا دارم نظرات اصلاحی خود را با ما در میان گذارند تا در چاپ های بعدی مورد توجه و استفاده قرار گیرد.

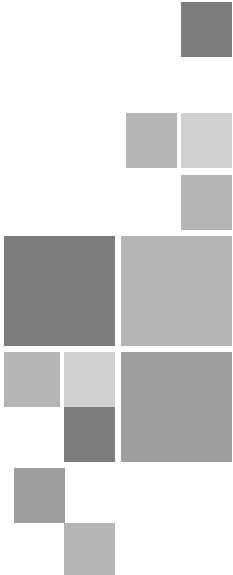
ندا اکبرپور

مهرماه ۱۳۹۵

Neda.Akbarpour88@gmail.com

فهرست:

۷	فصل اول: تقاضا، عرضه، تعادل
۳۳	فصل دوم: کشش
۶۱	فصل سوم: نظریه رفتار مصرف‌کننده
۸۷	فصل چهارم: نظریه رفتار تولیدکننده
۱۰۹	فصل پنجم: هزینه
۱۲۷	فصل ششم: بازار رقابت کامل
۱۴۷	فصل هفتم: بازار انحصار کامل
۱۶۸	فصل هشتم: بازار رقابت انحصاری و بازار عوامل تولید



فصل اول: تقاضا، عرضه، تعادل



در این فصل با موضوعات زیر آشنا می‌شوید:

تقاضا، تعریف تقاضا، عوامل موثر بر تقاضا، تغییر در تقاضا، عرضه،
تعریف عرضه، عوامل موثر بر عرضه، تغییر در عرضه، حالت‌های
خاص عرضه، تعادل، تعریف تعادل، شرط تعادل، انواع تعادل،
قیمت‌های سقف و کف، و مسائل دیگر...



مقدمه: علم اقتصاد با مساله کمیابی سر و کار دارد. کالاها کمیاب هستند زیرا منابعی که برای تولید آنها به کار گرفته می‌شوند دارای استفاده‌های دیگر نیز می‌باشند. یک وظیفه اصلی علم اقتصاد این است که تاثیر عواملی را که قیمت‌ها و مقادیر کالاهای فروخته شده را تعیین می‌کنند مورد تحلیل قرار دهد. به طور کلی عواملی که بر تقاضای یک کالا اثر می‌گذارند و عواملی که بر عرضه کالا اثر دارند تحت بررسی قرار می‌گیرند.

تعریف تقاضا: تقاضا مقدار کالا یا خدمتی است که با توجه به قیمت و سایر عوامل در هر دوره خریداری می‌کنیم باید توجه داشته باشیم که تقاضا با نیاز تفاوت دارد ما به کالاها و خدمات زیادی نیاز داریم ولی ممکن است تقاضا نکنیم به عنوان مثال ما به یک هواپیمای شخصی نیاز داریم ولی تقاضا نمی‌کنیم بعضی از نیازهای ما با توجه به قیمت و درآمد و ... تبدیل به تقاضا می‌شوند.

عوامل موثر بر تقاضا: مقدار تقاضا از هر کالا، توسط هر فرد بستگی به قیمت کالا، درآمد، قیمت سایر کالاها، تبلیغات، انتظارات و بسیاری عوامل دیگر دارد که می‌توان به صورت زیر نوشت:

$$Q_x^D = F(P_x, I, P_y, A, E, \dots)$$

که Q_x^D مقدار تقاضا از کالای P_x ، قیمت کالای P_y ، قیمت سایر کالاها و A تبلیغات E انتظارات نسبت به آینده می‌باشد.

مصرف‌کنندگان معمولاً قادر و مایل به خرید مقدار بیشتری در قیمت‌های پایین‌تر هستند چنین رفتاری به حدی نافذ است که به آن قانون تقاضا نسبت داده می‌شود. یک دلیل عمده برای رابطه معکوس میان قیمت و مقدار خریداری شده آن است که مصرف‌کنندگان تمایل به جانشین کردن دارند یعنی هنگامی که قیمت‌ها تغییر می‌کند مقدار بیشتری از کالای ارزان‌تر و مقدار کمتری از کالای گرانتر خریداری می‌کنند.

تذکره: هر وقت منحنی تقاضا را رسم می‌کنیم قیمت همیشه در محور عمودی و مقدار در محور افقی تعبیه خواهد شد.

تابع تقاضا: اگر در این رابطه

$$Q_x^D = F(P_x, I, P_y, A, E, \dots)$$

به جز قیمت بقیه عوامل موثر بر تقاضا را ثابت نگه داریم می‌توان نوشت $Q_x^D = f(P_x)$ که به آن



تابع تقاضا می‌گوییم. در واقع تابع تقاضا تابعی است که رابطه قیمت و مقدار تقاضای کالا را با فرض ثابت بودن بقیه عوامل نشان می‌دهد.

به طور کلی رابطه ی قیمت و مقدار تقاضا معمولاً رابطه‌ای معکوس است به عبارت دیگر شیب منحنی تقاضا منفی است که به قانون «منفی بودن شیب منحنی تقاضا» نیز معروف است.

تغییر تقاضا:

دو نوع تغییر تقاضا داریم:

(۱) تغییر در مقدار تقاضا که به علت تغییر در قیمت کالا به وجود می‌آید و با حرکت روی منحنی تقاضا نشان داده می‌شود.

(۲) **تغییر در تقاضا** که به علت تغییر در قیمت کالا به وجود نمی‌آید، بلکه به علت تغییر در عوامل موثر بر تقاضا به جز عامل قیمت صورت می‌گیرد مثل تغییر در درآمد، تغییر در قیمت سایر کالاها و به عبارت دیگر اگر عواملی را که در تابع تقاضا ثابت فرض کرده‌ایم تغییر کنند باعث جابه‌جایی منحنی تقاضا می‌شوند و به این جابه‌جایی تغییر در تقاضا گفته می‌شود.

رابطه: هنگامی که قیمت پایین (بالا) می‌آید با ثابت ماندن سایر عوامل مقدار تقاضا افزایش (کاهش) می‌یابد. وقتی عاملی که به هنگام ترسیم منحنی تقاضا ثابت نگه داشته شده بود تغییر کند تقاضا افزایش یا کاهش می‌یابد، افزایش در تقاضا اشاره بر این می‌کند که مصرف‌کنندگان مایل و قادر به خرید مقدار بیشتری از کالا در هر قیمت از روی منحنی تقاضا می‌باشند کاهش در تقاضا اشاره بر این می‌کند که آن‌ها مایل و قادر به خرید مقدار کمتری از کالا در هر قیمت هستند.

تغییر در تقاضا از طریق انتقالات در منحنی تقاضا ارائه می‌شود و تغییر در مقدار تقاضا از طریق حرکت در طول منحنی تقاضای اولیه نشان داده می‌شود.

*** تست شماره ۱) کدام یک از عوامل زیر در مقدار تقاضای یک فرد موثر نمی‌باشد؟**

الف) قیمت

ب) درآمد فرد

ج) مقدار عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان

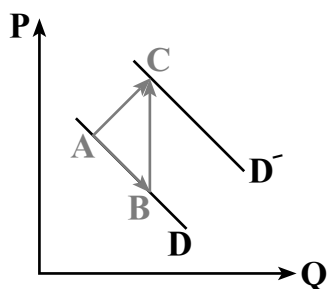
د) سلیقه فرد

پاسخ صحیح: گزینه (ج) می‌باشد زیرا یک فرد هنگام تصمیم‌گیری در مورد مقدار تقاضا به عواملی



چون قیمت کالا، درآمد، سلیقه خود، توجه دارد ولی تعداد تقاضاکنندگان و مقدار عرضه‌کنندگان متغیرهای تعیین‌کننده مقدار تقاضای یک فرد نمی‌باشند.

*** تست شماره ۲) با توجه به نمودار زیر کدام حرکت اثر کاهش در قیمت بازار را بر روی تقاضای بازار با فرض ثابت بودن سایر شرایط نشان می‌دهد؟ (آزمون دانشگاه دولتی ۸۸)**



الف) حرکت از A به B

ب) حرکت از A به C

ج) حرکت از B به C

د) انتقال از D به D'

پاسخ: (گزینه الف) زیرا اگر قیمت کالا تغییر کند روی منحنی تقاضا حرکت می‌کنیم ولی اگر سایر عوامل به جز قیمت تغییر کند باعث انتقال یا جابه‌جایی تقاضا می‌شود حرکت از A به سمت B به دلیل کاهش قیمت صورت گرفته است.

عرضه

تعریف: عرضه، مقدار کالا و یا خدمتی است که به ازای قیمت معین و یا ثابت بودن سایر عوامل بنگاه‌ها به بازار ارائه می‌کنند.
مثلاً عرضه خودرو ۳۰۰ هزار دستگاه در سال است.

عوامل موثر بر عرضه:

مقدار عرضه بنگاه‌ها بستگی به قیمت کالا، هزینه‌های تولید، تکنولوژی تولید، انتظارات عرضه‌کنندگان و خواهد داشت اگر Q_x^s مقدار عرضه، P_x قیمت کالا و TC هزینه‌های تولید، T تکنولوژی و E انتظارات عرضه‌کنندگان باشد می‌توان نوشت $Q_x^s = F(P_x, TC, T, E, \dots)$ اگر به جز قیمت کالا بقیه عوامل را ثابت نگه داریم می‌توان نوشت: $Q_x^s = F(P_x)$ به این رابطه تابع عرضه گفته می‌شود، بنابراین تابع عرضه تابعی است که رابطه مقدار عرضه Q_x^s یک کالا و قیمت کالا را با فرض ثابت بودن سایر عوامل نشان می‌دهد

توجه: منحنی عرضه معمولاً شیب مثبت دارد. یعنی رابطه قیمت و مقدار عرضه رابطه‌ای مستقیم می‌باشد.

تغییر در عرضه:

دو نوع تغییر عرضه داریم؛



الف) تغییر در مقدار عرضه که به دلیل تغییر در قیمت کالا صورت می‌گیرد و با حرکت روی منحنی عرضه نشان داده می‌شود.

ب) تغییر در عرضه: که به دلیل تغییر در عواملی به جز قیمت کالا صورت می‌گیرد به عبارت دیگر عواملی که در رسم منحنی عرضه ثابت نگه داشته‌ایم (مثل هزینه‌های تولید یا تکنولوژی). اگر تغییر کنند باعث جابه‌جایی منحنی عرضه می‌گردد که به تغییر در عرضه معروف است.

رابطه:

هنگامی که قیمت بالا می‌رود و سایر عوامل ثابت می‌مانند مقدار عرضه بالا می‌رود. (روی منحنی عرضه به سمت بالا حرکت می‌کنیم) و هنگامی که قیمت کاهش می‌یابد و سایر عوامل ثابت می‌مانند مقدار عرضه کاهش می‌یابد. (روی منحنی عرضه به سمت پایین حرکت می‌کنیم)
وقتی عاملی که به هنگام ترسیم منحنی عرضه ثابت نگه داشته شده بود تغییر نماید برای مثال قیمت نهاده‌ها یا تکنولوژی عرضه افزایش یا کاهش می‌یابد، (منحنی عرضه انتقال می‌یابد)

* تست شماره ۳) هر نقطه روی تابع عرضه نشان دهنده

الف) حداکثر مقدار تولید به ازای قیمت معین است

ب) حداقل قیمتی می‌باشد که برای هر سطح محصول لازم است تا کالا عرضه شود

ج) حداکثر قیمتی می‌باشد که برای هر سطح محصول لازم است تا کالا عرضه گردد

د) الف و ب

پاسخ) گزینه (د) صحیح می‌باشد: به طور کلی تابع عرضه نشان دهنده حداکثر مقدار عرضه به ازای قیمت معین است، همچنین تابع عرضه حداقل قیمتی که بنگاه برای مقدار عرضه مشخصی باید دریافت کند را نشان می‌دهد بنابراین از یک طرف نشان دهنده حداکثر مقدار عرضه و از طرف دیگر نشان دهنده حداقل قیمتی است که برای عرضه کالا دریافت می‌شود.

* تست شماره ۴) یک نقطه روی منحنی تقاضا نشانگر:

الف) قیمت و مقدار تقاضا شده به وسیله مصرف‌کنندگان

ب) توافق خریداران و فروشندگان کالا در قیمت معین است

ج) نسبت قیمت خریداران به قیمت فروشندگان است

د) نسبت قیمت فروشندگان به قیمت خریداران است