اشنایی با مبانی علم اقتصاد

تهیه کننده:دکتر شیخ الاسلامی

- تعریف علم اقتصاد (Economics):

در طول تاریخ تعاریف متفاوتی از علم اقتصاد ارائه شده است.

آدام اسمیت اقتصاد را علم تولید ثروت قلمداد می نمود در حالیکه ریکاردو آن را علم تولید و توزیع ثروت می دانست.

تعاریف امروزین علم اقتصاد بر این نکته تاکید دارد که اقتصاد علم استفاده بهینه از منابع کمیاب تولید است.

- بهترین راه معرفی علم اقتصاد پرداختن به مفاهیم سه گانه زیر است:

1-هزینه فرصت (Opportunity cost):

- هزینه کامل انتخاب یک تصمیم خاص فایده از دست رفته ناشی از عدم انجام انتخاب دیگر می باشد.
- آنچه که ما با یک تصمیم یا انتخاب از دست می دهیم، هزینه فرصت آن انتخاب یا تصمیم خوانده می شود.

- بعنوان مثال دانشجویی که تصمیم به ادامه تحصیل می گیرد، از درآمد حاصل از کار احتمالی که می توانست به انجام آن مبادرت نماید صرف نظر نموده یا چشم پوشی کرده است.
- دلیل مطرح شدن مفهوم هزینه فرصت: محدود بودن منابع در مقابل خواسته های بی شمار است.

2- نهایی گرایی (Marginalism) :

- چنانچه اطلاعات در خصوص آخرین واحد مد نظر باشد مبحث نهایی گرایی مطرح است. مثلاً هزینه نهایی یعنی هزینه آخرین واحد محصول تولید شده یا تولید نهایی یعنی میزان تولید آخرین واحد عامل تولید به کار گرفته شده.

3- بازارهای کارآمد (Efficient Markets) :

- بازارهایی که حاوی فرصت سود آوری هستند، بازارهای کارآمد نامیده می شوند.
- یک فرصت سود آوری در بازار یک چیز معمول نیست ولی این به معنی عدم وجود چنین فرصتی نمی باشد. به وضوح زمان هایی وجود دارند که در یک بازار فرصت برای کسب سود وجود دارد. ولی این فرصت سود نصیب کسی می شود که زودتر به آنجا برسد یا زودتر خبردارشود (اطلاعات بهتری داشته باشد).

اقتصاد به دو حوزه مهم تقسیم میشود:

- اقتصادخرد Micro Economics
- اقتصادکلان Macro Economics

اقتصادخرد : به بحث و بررسی پیرامون رفتار و نوع عملکرد یک واحد مصرف (خانوار) و یا یک واحد تولید (بنگاه) و یا گروهی از مصرف کنندگان و تولید کنندگان می پردازد.

بعنوان مثال یک بنگاه چه تولید کند ؟ چگونه تولید کند؟ چه قیمتی را درخواست نماید؟ یا یک خانوار چه کالایی بخرد؟ چه مقدار بخرد؟

- اقتصاد کلان:

به بحث و بررسی پیرامون رفتار و نوع عملکرد کلیه مصرف کنندگان و یا کلیه تولیدکنندگان می پردازد مانند مفاهیم تولیدملی و مصرف ملی

نظریه و مدل (Theory and Model) :

نظریه بیان رابطه بین دومتغیراست مانند مصرف تابعی از درآمد است.

مدل بیان ریاضی رابطه بین دو متغیراست مانند مدل زیر که در آن C معرف مصرف و y معرف درآمد است.

$$C=a+by$$

فرض ثابت بودن متغیرهای دیگر(Ceteris Paribus):

درجهان واقع بسیاری ازمتغیرها کم و بیش برهرپدیده اقتصادی مؤثرهستند که مطالعه اثرات کلیه این متغیرها در یک مدل غیرعملی یا بسیاردشواراست.

مثلاً در تابع واقعی، مصرف علاوه بر درآمد، تابع ثروت و مصرف دوره قبل و ... می باشد در حالیکه به جهت سادگی، سایر متغیرها را ثابت فرض می کنیم. در تابع زیر y معرف درآمد و W بیانگر ثروت و Ct-1 معرف مصرف دوره قبل می باشد.

$$C = \alpha + \beta 1y + \beta 2 W + \beta 3Ct-1 + \dots$$

- چه کالایی تولیدشود؟

چون کالاهای مورد نیاز مصرف کننده نامحدود و منابع در اختیار وی (زمان ، شرایط جسمانی ، منابع آب و خاک و ...) محدود می باشد لذا مصرف کننده مجبور به انتخاب است.

- **انتخاب** یعنی گزینش از بین تمام گزینه ها به نحوی که به بهترین وجه خواسته های خود(غذا- پوشش- پناهگاه) را پاسخ گوید. راههای مختلفی برای تولید هرکدام ازکالاهای فوق وجود دارد که انتخاب هر راه به ترجیحات یا مطلوبیت (utility) مصرف کننده بستگی دارد.

- **توزیع کالاها :**
- اقتصادعموماً دارای 3حوزه اصلی می باشد:

حوزه تولید حوزه توزیع حوزه مصرف

- توزیع یعنی نحوه تقسیم تولیدات در بین عوامل تولیدی که در تولید آن محصول ایفای نقش نموده اند.

کمیابی :

- کمیابی یعنی ازهر چیز (کالا یا خدمت) به هر اندازه که بخواهیم موجود نمی باشد. به عبارت دیگر چون منابع و عوامل تولید کمیاب هستند لذا تولیدات و محصولات تولید شده هم کمیاب می باشند.
- کمیابی مستلزم انتخاب و انتخاب مستلزم تحمل هزینه فرصت می باشد.

- انواع کالاها :
- 1- کالای سرمایه ای : کالایی است که با مصرف کردن آن ازبین نمی رود و برای تولید کالاها و خدمات دیگردر یک دوره زمانی به کارگرفته می شود مانند چرخ خیاطی.
- 2- کالای مصرفی : کالایی است که با مصرف کردن آن ازبین می رود و در تولید کالاها و خدمات دیگر به کار گرفته نمی شود مانند پنیر.

تعریف سرمایه گذاری :

فرآیند استفاده از منابع تولیدی برای تولید یک سرمایه جدید را سرمایه گذاری گویند.

- سرمایه گذاری عاقلانه : اگر فواید آینده سرمایه گذاری بیشتر از هزینه امروز سرمایه گذاری باشد آن سرمایه گذاری را عاقلانه گویند.
- هزینه فرصت سرمایه گذاری : مقدارمصرفی است که امروز ازآن چشم پوشی می کنیم.

- منحنی امکانات تولید : production possibility curve (PPC)

تعریف منحنی:

منحنی است که کلیه ترکیب های ممکن از دو کالا یا خدمت را که می توانند تولید شوند نشان می دهد مشروط برآن که از کلیه منابع تولیدی بصورت کارآمد استفاده شود.

- منحنی امکانات تولید برای یک اقتصاد واقعی:

اگر کل کالاها را به دو قسمت مصرفی و سرمایه ای تقسیم کنیم آنگاه می توان موقعیت کشورهای مختلف روی منحنی امکانات تولید را نمایش داد. به عنوان مثال موقعیت ایران که نسبت تولید کالاهای سرمایه ای آن کمتر از کالاهای مصرفی می باشد نزدیک به محور کالاهای مصرفی و موقعیت کشور ژاپن که نسبت تولیدات آن عکس کشور ایران می باشد نزدیک محور کالاهای سرمایه ای قرار دارد.

- عدم کارایی :

وقتی در زیرمنحنی امکانات تولید هستیم عدم کارایی وجود دارد که آن به دو علت می تواند ایجاد شود: یا از همه منابع تولید استفاده نشده و یا با کارایی همراه نبوده و یا هر دو عامل مزبور.

ممکن است روی منحنی امکانات تولید باشیم ولی بازعدم کارایی باشد این در صورتی است که نیازها وخواسته های مردم تولید نشود.

عدم کارایی

1- از همه منابع استفاده نشود.

2- از همه منابع استفاده شود ولی بصورت کارا استفاده نشود.

3- از همه منابع استفاده شود و بصورت کارا استفاده شود ولی خواسته ها و نیازهای مصرف کنندگان مد نظر قرار نگیرد.

4- عدم تخصیص بهینه منابع منجر به عدم کارایی می شود مانند کشت برنج دراصفهان وگندم در گیلان. زیرا تخصیص بهینه منابع حکم می کند که برنج در گیلان و گندم در اصفهان کشت شوند.

رشد اقتصادی :

رشد اقتصادی به دو صورت اتفاق خواهد افتاد:

1- کشف و افزایش منابع تولیدی (نیروی کار، سرمایه ، زمین و...)

2- پیشرفت تکنولوژی

بهنگام تحقق رشد اقتصادی منحنی امکانات تولید به سمت راست جابجا می شود و بسیاری از نقاط که قبلاً دردسترس نبودند روی منحنی یا داخل آن قرارخواهند گرفت.

- مهمترین علت فقر کشورهای فقیر و غیر صنعتی:

1- عدم امکان تولید سرمایه جدید

2- عدم برخورداری از تکنولوژی پیشرفته

- لازمه هر دو مورد فوق صرفنظر کردن از تولید کالاهای مصرفی است که این امر خود به گسترش فقر دامن می زند.

سیستم های اقتصادی :

نحوه تولید و توزیع کالاها و خدمات و نقش دولت در فعالیت های اقتصادی بیان کننده یک سیستم اقتصادی می باشد.

به عبارت دیگر از نحوه تولید و توزیع کالاها و خدمات و نقش دولت در فعالیت های اقتصادی می توان به نوع سیستم اقتصادی پی برد.

- انواع سیستم های اقتصادی :

1- سوسیا لیسم (اقتصاد با برنامه ریزی متمرکز) Socialism

دراین سیستم دولت از جایگاه بسیار بالا و والایی برخوردار است. برخی عبارات طرفداران سوسیالیسم در مورد دولت عبارتند از:

- دولت جانشین خداست برروی زمین.
- اگر هرکس به فکر خویش است ، دولت در فکر همه است.

دولت نقش عمده ای دراقتصاد دارد و مالک عمده محسوب می شود و مالکیت خصوصی در ابعاد بسیار کوچکی است.

تصمیم گیری در مورد تولید و توزیع به عهده دولت است(چه تولید شود؟ چقدرتولید شود؟ و...)

2- کاپیتالیسم، اقتصاد بازار آزاد Capitalism

- درنقطه مقابل اقتصاد برنامه ریزی شده، اقتصاد بازار آزاد قرارمی گیرد.
- دراین اقتصاد، دولت حتی المقدورنباید در امور اقتصادی مداخله کند. یک دست نامرئی به طور اتوماتیک تعادل و هماهنگی را در اقتصاد ایجاد خواهد کرد و نیازی به دخالت دولت نیست.
- از تلاقی و برخورد متقاضیان و عرضه کنندگان در بازار میزان قیمت کالا و میزان عرضه آن مشخص می شود.

- 2- کاپیتالیسم، اقتصاد بازارآزاد Capitalism
- رفتارخریداران و فروشندگان تعیین می کند که چه تولید شود؟ به چه مقدار تولید شود؟ چگونه تولید شود؟ و...
- - مصرف کنندگان با این تصمیم که کالا یا خدمتی را خریداری بکنند یا نکنند رأی به تولید یا عدم تولید آن کالا می دهند.
- - توزیع کالاها و خدمات دراین اقتصاد ازطریق مکانیزم بازار و بصورت غیرمتمرکز صورت می گیرد. به عبارت دیگر مقدار کالا و یا خدمتی که یک مصرف کننده دریافت می کند بستگی به درآمد و ثروت او دارد.

- 3- سیستم اقتصادی مخلوط (Mixed Economy):
- درجهان واقعی اقتصاد کاملاً با برنامه ریزی متمرکز و نیز اقتصاد بازار آزاد یافت نمی شوند. بلکه سیستم های اقتصادی ترکیبی از دو سیستم فوق هستند.

تجربه هر دو گروه از کشورهای فوق (سوسیا لیست و سرمایه داری) نشان داده که ترکیبی از دوسیستم موفق تر خواهد بود.

- اکثریت قریب به اتفاق اقتصاد های جهان ازاین نوع می باشند.
- اقتصاد ایران نیز یک سیستم اقتصادی مخلوط مبتنی بر احکام اسلامی است.

دلایل طرفداران حضور دولت در اقتصاد:

- 1- عدم کارایی :
- سیستم بازار آزاد در زمینه تولید کالاهای عمومی (Public Goods) با عدم کارایی همراه است. کالاهای عمومی کالاهایی هستند که جنبه اجتماعی داشته و به صورت جمعی مورد استفاده مصرف کنندگان قرار می گیرند. بخشی از منابع تولید باید صرف تولید اینگونه کالاها شود، چون مورد نیاز مردم می باشد در حالیکه بخش خصوصی معمولاً به تولید آنها اقدام نمی نماید.

دلایل طرفداران حضور دولت در اقتصاد:

- 1- عدم کارایی :
- -عدم کارایی دربرخورد با وضعیت انحصاری، دخالت دولت را ضروری می نماید.
- - عدم کارایی درجلوگیری ازآلودگی محیط زیست، دخالت دولت را ضروری می نماید.

دلایل طرفداران حضور دولت در اقتصاد:

2- توزیع مجدد درآمد :

در سیستم بازار آزاد الزاماً توزیع درآمد، عادلانه و مناسب نمی تواند باشد. بعضی افراد با توجه به امکانات بیشتر و یا به دلیل شرایط انحصاری سهم بیشتری از درآمد جامعه را به خود اختصاص می دهند.

- دولت ها از طریق برنامه های مختلف همانند بیمه های اجتماعی، بیمه بیکاری، آموزش و بهداشت و درمان رایگان و... باید به توزیع مجدد درآمد اقدام نموده و به کمک فقرا روند.

دلایل طرفداران حضور دولت در اقتصاد:

3- ایجاد ثبات اقتصادی :

وجود عدم تعادل ها دراقتصاد نظیر تورم و بیکاری، دخالت دولت دراقتصاد را توجیه می نماید. مثلا ًبهنگام تورم دولت می تواند با اخذ مالیات بیشتر یا کاهش هزینه های خویش تورم را تعدیل کند و درمورد بیکاری با پرداخت سوبسید بیشتر، کاهش مالیات و افزایش هزینه های خویش عمل نماید.

خانوارها و بنگاه ها :

- بنگاه کوچکترین واحد تولید دراقتصاد است. کارش تبدیل نهاده به ستاده است. هدف بنگاه حداکثر کردن سود می باشد.
- خانوار کوچکترین واحد مصرف در اقتصاد است. فصل مشترک همه خانوارها (1نفره یا چند نفره) این است که در مصرف سبدی ازکالاها و خدمات اشتراک دارند. هدف خانوار حداکثرکردن مطلوبیت می باشد.

تقاضا

- تعریف تقاضا :

به مقدار کالایی که درهر دوره از زمان در قیمت های جاری توسط خانوار مورد درخواست قرار می گیرد تقاضا می گویند.

- تابع تقاضا: $QDx = F(Px)$ $F' < 0$

در تابع فوق QDx معرف مقدار تقاضای کالای X و Px بیانگر قیمت کالای X می باشد. $F' < 0$ است یعنی مشتق تابع منفی است یا به عبارت دیگر شیب منحنی تقاضا منفی است.

جدول تقاضا :

جدولی است که مقادیر مختلف تقاضای یک کالا را در ازای قیمت های مختلف ارائه می کند. به عبارت دیگر جدولی است که دو ستون دارد. یک ستون نشان دهنده قیمتهای مختلف کالا و ستون دیگر بیانگر مقادیر مختلف تقاضا می باشد.

منحنی تقاضا :

اگر اطلاعات درون جدول تقاضا را روی دستگاه مختصات نشان دهیم، منحنی تقاضا بدست خواهد آمد. ملاحظه میشود که شیب منحنی تقاضا منفی می باشد.

- قانون تقاضا :

به رابطه منفی یا معکوس بین قیمت کالا و مقدار تقاضای آن، قانون تقاضا گفته می شود.

- علل شیب منفی منحنی تقاضا:

1- اثردرآمدی $Px\uparrow \rightarrow$ درآمد $\downarrow \rightarrow Dx \downarrow$

2- اثر جانشینی:

اگر قیمت کالای x افزایش یابد، در حقیقت کالای x نسبت به کالای جانشین خود گرانتر شده، پس تقاضای کالای x کمتر و بجای آن تقاضای کالای جانشین آن (Y) بیشتر میشود.

دو مشخصه منحنی تقاضا :

- 1- منحنی تقاضا محورعمودی (محور قیمت) را به علت محدودیت درآمد قطع می کند. به عبارت دیگر قیمتی آنقدر بالا وجود دارد که در آن قیمت، تقاضای مصرف کننده از آن کالا صفر است.

دو مشخصه منحنی تقاضا :

- 2- منحنی تقاضا محور افقی (محور مقدار تقاضا) را قطع می کند به دو علت وجود محدودیت زمانی و ثانیاً ضرر به سلامتی مصرف کننده.
- به عبارت دیگر اگر چه کالا رایگان و مجانی باشد اما میزان تقاضای مصرف کننده محدود است به علت محدودیت زمانی که در آن محدوده، تقاضا مورد بررسی قرار می گیرد. ضمناً در مورد مواد غذایی علاوه بر علت فوق علت ضرر به سلامتی مصرف کننده نیز مانع از تقاضای نامحدود کالاهای رایگان می شود.

عوامل موثر بر تقاضای یک کالا :

- 1- قیمت کالا :

تقاضای کالا در خلاف جهت حرکت قیمت آن کالا میباشد.

به عبارت دیگر، با افزایش قیمت کالا، تقاضای آن کاهش و با کاهش قیمت کالا، تقاضای آن افزایش می یابد.

عوامل موثر بر تقاضای یک کالا :

2- درآمد مصرف کننده :

- کالای نرمال: چلو کباب و تاکسی Dx↑ → ↑ درآمد
- کالای پست: ساندویچ و اتوبوس Dx↓ → ↑درآمد

- رابطه مستقیم بین درآمد مصرف کننده و تقاضای کالاهای نرمال وجود دارد در حالیکه بین درآمد مصرف کننده و تقاضای کالاهای پست رابطه معکوس برقرار است.
- کالای نرمال کالایی است که با افزایش درآمد بر میزان تقاضای آن افزوده می شود. در مثال فوق چلو کباب و تاکسی کالای نرمال هستند.
- کالای پست کالایی است که با افزایش درآمد از میزان تقاضای آن کاسته می شود. در مثال فوق ساندویچ و اتوبوس کالای پست هستند.

عوامل موثر برتقاضای یک کالا :

- 3- ثروت مصرف کننده : درآمد < ثروت
- ثروت اعم از درآمد است. ثروت تمام مواردی که جزء درآمد است را شامل میشود و علاوه بر آن اقلامی نظیر وسیله نقلیه و منزل و ... که جزء درآمد محسوب نمیشوند را هم در بر می گیرد.
- رابطه بین ثروت و تقاضای کالاهای نرمال مستقیم و رابطه بین آن و تقاضای کالاهای پست معکوس میباشد.

عرضه :

- هدف بنگاه برای تولید، کسب حداکثر سود است.
- سود تابع در آمد و هزینه است به نحوی که با درآمد رابطه مستقیم و با هزینه رابطه معکوس دارد.
  هزینه – در آمد = سود
- درآمد از حاصل ضرب مقدار فروش و قیمت کالا و هزینه از حاصل ضرب مقدار نهاده ها و قیمت آنها بدست می آید.

عرضه :

- تولید کننده می بایست از بین روشهای تولید کاربر و سرمایه بر مناسبترین روش تولید یا تکنیک تولید را انتخاب کند.
- مناسبترین روش تولید کم هزینه ترین آن می باشد.

- **تعریف عرضه :**

به مقدار کالایی که در هر دوره از زمان، در قیمت های جاری توسط بنگاه برای فروش به بازار ارائه می شود عرضه گویند.

- **تابع عرضه :**

$$QSx = F (Px) \quad F' > 0$$

- در تابع فوق QSx معرف مقدار عرضه کالای X و Px بیانگر قیمت کالای X می باشد. $F' > 0$ است یعنی مشتق تابع مثبت است یا به عبارت دیگر شیب منحنی عرضه مثبت است.

جدول عرضه :

جدولی است که مقادیر مختلف عرضه یک کالا را در ازای قیمت های مختلف ارائه می کند. به عبارت دیگر جدولی است که دو ستون دارد. یک ستون نشان دهنده قیمتهای مختلف کالا و ستون دیگر بیانگر مقادیر مختلف عرضه می باشد.

منحنی عرضه :

اگر اطلاعات درون جدول عرضه را روی دستگاه مختصات نشان دهیم، منحنی عرضه بدست خواهد آمد. ملاحظه میشود که شیب منحنی عرضه مثبت می باشد.

قانون عرضه :

- به رابطه مثبت یا مستقیم بین قیمت یک کالا و مقدار عرضه آن کالا، قانون عرضه گفته می شود.
- توانایی یک بنگاه برای افزایش تولید در مقابل افزایش قیمت محدود است .
- علت محدودیت در کوتاه مدت: محدودیت زمین و تکنولوژی تولید است.
- علت عدم محدودیت در بلند مدت: افزایش زمین و ماشین آلات و دستیابی به تکنولوژی برتر میباشد.

- عواملی که بر مقدار عرضه یک کالا موثر هستند عبارتند از:

1- هزینه تولید :

الف) هزینه مستقیم مانند افزایش قیمت نهاده تولید:

افزایش هزینه تولید ← افزایش قیمت نهاده ← حرکت منحنی عرضه به سمت چپ ← کاهش عرضه ←

← کاهش هزینه تولید ← کاهش قیمت نهاده ← حرکت منحنی عرضه به سمت راست← افزایش عرضه

- ب) هزینه غیر مستقیم مانند افزایش هزینه حمل و نقل

→افزایش هزینه تولید → افزایش هزینه حمل و نقل

حرکت منحنی عرضه به سمت چپ← کاهش عرضه

2- تکنولوژی :

→ استفاده از تکنولوژی پیشرفته

→افزایش عرضه

حرکت منحنی عرضه به سمت راست

رفتار مصرف کننده و مطلوبیت :

چون در آمد مصرف کننده محدود و نیازهای وی نامحدود می باشد، لذا وی بین گزینه های مختلف مجبور به انتخاب است. این انتخاب معمولاً موارد زیر را در بر میگیرد:

- 1- از هرکالا (ستاده) چقدرتقاضا نمایند؟
- 2- برای دستیابی به درآمد مورد نظر چند ساعت کار عرضه نمایند؟
- 3- چه مقدارازدرآمد خویش را مصرف و چقدرآن را پس انداز کنند؟

عوامل موثردر تقاضای خانوارها:

1- قیمت کالای مورد نظر
2- قیمت سایر کالاها و خدمات
3- درآمد خانوار
4- ثروت خانوار
5- سلیقه و ترجیحات خانوار
6- انتظارات درمورد قیمت ها، درآمد و ثروت آتی

از بین عوامل ششگانه فوق 4 عامل نخست عوامل موثر در محدودیت بودجه (محدودیت درآمد) خانوار میباشند.

عوامل موثر در محدودیت بودجه خانوار:

1- قیمت کالای مورد نظر (رابطه مستقیم)

2- قیمت سایر کالاها (رابطه مستقیم)

3- درآمد خانوار (رابطه معکوس)

4- ثروت خانوار (رابطه معکوس)

رابطه بین هزینه فرصت و محدودیت درآمد:

هزینه فرصت : هزینه واقعی هر کالا یا خدمتی ارزش کالاها و خدماتی است که اگر آن کالا یا خدمت ابتیاع نمی شد، می توانستند خریداری شوند.

- علت مطرح شدن هزینه فرصت، محدودیت بودجه (درآمد) می باشد.

عوامل موثر در انتخاب تعداد واحدهای یک کالا:

- سوال این است: مصرف کننده مورد نظر چند بار به تماشای تئاتر می رود؟ برای پاسخ دادن به این سوال ابتدا باید عوامل موثر بر انتخاب تعداد واحدهای یک کالا را برشمرد.

1- درآمد مصرف کننده: رابطه مثبت دارد اگرکالا نرمال باشد و رابطه منفی دارد اگر کالا پست باشد.

2- قیمت آن کالا: رابطه منفی دارد.

3- عمل دیگری که بجای خرید آن کالا می تواند انجام دهد (هزینه فرصت خرید آن کالا) که دارای رابطه منفی میباشد.

- این مصرف کننده تا جایی که مطلوبیت نهایی کالای مورد نظر مثبت باشد، از آن کالا تقاضا خواهد نمود.

انتخاب بین گزینه های مختلف

- اگر غیر از انتخاب تماشای تئاتر، انتخاب دیگری مثل تماشای مسابقه والیبال هم مطرح باشد (وهر دو مجانی بوده و یا قیمت مساوی داشته باشند) در این صورت مصرف کننده به ترتیب آن موردی را انتخاب می نماید که مطلوبیت نهایی آن بالاتر باشد. این فرآیند تا جایی ادامه دارد که تعداد انتخابهای وی تکمیل شود. بعنوان مثال 7 شب هفته را بین این دو گزینه انتخاب کرده باشد.

انتخاب بین گزینه های مختلف

- اگر دو کالا (دو گزینه مورد انتخاب) قیمت های متفاوت داشته باشند، مطلوبیت نهایی به تنهایی نمی تواند برای انتخاب کافی باشد. دراین حالت مطلوبیت حاصل از آخرین ریال مصرف شده درهر مورد ملاک است که از تقسیم مطلوبیت نهایی هر کالا بر قیمت همان کالا بدست می آید.
- در مثال تئاتر و والیبال Mux / Px و Muy / Py را هم حساب کرده و در جدول می نویسیم به ترتیب آن موردی را انتخاب می نماید که حاصل این نسبت برای آن بیشتر باشد.

نقشه ترجیحات مصرف کننده :

- به مجموعه منحنی های بی تفاوتی یک مصرف کننده در یک دستگاه مختصات، نقشه ترجیحات یا نقشه بی تفاوتی مصرف کننده گویند. هر مصرف کننده یک نقشه ترجیحات منحصر بفرد دارد.

تولید

- **تعریف تولید :**

جریان تبدیل نهاده ها یا عوامل تولید را به ستاده ها یا محصولات، تولید گویند.

- **بازار نهاده و ستاده :**

بنگاه های تولیدی در بازار نهاده، به تقاضای نهاده و در بازار ستاده به عرضه ستاده مشغولند.

انواع تولیدکنندگان

- تولید کنندگان را میتوان به سه بخش عمده طبقه بندی نمود:

1- بنگاه های تولیدی: که خود به دو بخش تقسیم میشوند: انتفاعی که بدنبال کسب حداکثر سود میباشند و غیرانتفاعی که بدنبال کسب حداکثر سود نمیباشند همانند دانشگاه (تولید و پرورش علم و مهارت)

2- خانوارها : که به تولید کالاهایی همانند سبزی، میوه و گل و پرورش فرزندان اشتغال دارند.

3- دولت : که به تولید کالاها وخدمات عمومی می پردازد.

تکنیک تولید :

- آنچه که نهاده ها را به ستاده ها مربوط می کند، تکنیک تولید گویند. به عبارت دیگر، شیوه تبدیل نهاده ها به ستاده ها را تکنیک تولید می نامند.
- - اکثرستاده ها رامی توان با چندین روش تولید بدست آورد یعنی با استفاده از تکنیک های مختلف :
- 1- تکنیک کاربر(Labor Intensive) مثال: خراب کردن یک محله قدیمی بکمک تعداد زیادی کارگر
- 2- تکنیک سرمایه بر (Capital Intensive) مثال: خراب کردن یک محله قدیمی بکمک لودر و بولدوزر

انتخاب تکنیک تولید

- کدام تکنیک تولید(تکنولوژی) انتخاب می شود؟
- آن تکنیک تولید که هزینه تولید را به حداقل برساند.
- اگر نیروی کار ارزان باشد، تکنیک کاربر و اگر سرمایه ارزان باشد، تکنیک سرمایه بر انتخاب خواهد شد.

قانون بازده نزولی :

- - قانون بازده نزولی : وقتی مقادیر بیشتری از یک نهاده متغیر به یک نهاده ثابت اضافه می شود، از مرحله ای به بعد به تدریج تولید نهایی آن عامل متغیر کاهش خواهد یافت.
- - قانون بازده نزولی در کوتاه مدت صدق می نماید زیرا در بلند مدت تمام یا اکثر نهاده ها متغیر هستند.
- - بازده نزولی به این معنی است که شیب منحنی تولید نهایی از مرحله ای به بعد منفی خواهد بود.

افزایش همزمان سرمایه و نیروی کار:

- اگر به منظور افزایش تولید، همزمان با افزایش نیروی کار، سرمایه (مثلاً تعداد اجاق گاز در مغازه ساندویچ فروشی) نیز افزایش یابد، آنگاه افزایش سرمایه، باعث افزایش تولید نهایی نیروی کار می شود.

کشش و درآمد کل :

- اگر درصد افزایش در قیمت کالا کمتر از درصد کاهش در مقدار تقاضای کالا باشد، آنگاه تقاضای کالای مزبور کشش پذیر است(مانند هندوانه یا هر کالای غیر ضروری) و در این صورت درآمد کل کاهش خواهد یافت.

- اگر $\% P\uparrow < \% Q\downarrow \rightarrow$ کاهش TR

عوامل موثر در کشش تقاضا:

1- دسترسی به کالای جانشین:

اگر کالای جانشین در دسترس باشد، کشش قیمتی تقاضا بیشتر خواهد بود (تغییر قیمت اثر عمده ای بر مقدار تقاضا دارد) مانند نارنگی وپرتقال. زیرا به محض افزایش قیمت یک کالا، مصرف کنندگان کالای جانشین آن را بجای آن کالا مصرف می نمایند.

- اگر کالای جانشین در دسترس نباشد، کشش قیمتی تقاضا کمتر خواهد بود مانند انسولین.

عوامل موثر در کشش تقاضا:

- 2- اهمیت کالا در سبد مصرفی :

اگر کالا سهم بسیار جزئی از هزینه های مصرف کننده را تشکیل دهد (وزن و اهمیت کالا در بودجه وی کم باشد) در نتیجه فرد از تغییرات قیمت این کالا تاثیر چندانی نمی پذیرد، دراین صورت تقاضای آن کشش پذیری کمتری را نشان خواهد داد و برعکس یعنی اگر اهمیت کالا در بودجه فرد زیاد باشد کشش پذیری بیشتری را نشان خواهد داد.

عوامل موثر در کشش تقاضا:

- 3- زمان :
- گاه در یک دوره زمانی، کشش تقاضا برای کالایی از شرایط کم کشش به سمت کشش پذیری می رود. عامل اساسی در این تغییر به وجود آمدن کالاهای جانشین برای کالای مورد نظر است.

هزینه:

هزینه های یک تولید کننده را میتوان به دو بخش عمده تقسیم نمود:

- هزینه های آشکار: مخارجی هستند که عملاً ازصندوق شرکت برای خرید و استفاده خدمات عوامل تولید پرداخت می شود مانند دستمزد کارگر، بهره وام واجاره ساختمان. به عبارت دیگر هزینه پرداخت شده بابت عوامل تولیدی که در مالکیت تولید کننده نمی باشند را هزینه های آشکار گویند.

- **هزینه های پنهان** : هزینه های آن بخش از عوامل تولید است که خود تولید کننده مالک آنها است. برای تخمین و برآورد این هزینه ها محاسبه می کنیم که این عوامل در بهترین شرایط استفاده آنها چقدر ارزش دارد. به عبارت دیگر هزینه فرصت آنها را محاسبه می کنیم.

صنایع با هزینه های ثابت، فزاینده و کاهنده:

1- صنعت با هزینه ثابت: با وارد شدن شرکتهای بیشتری در یک صنعت، در بلند مدت تولید آن صنعت افزایش پیدا می کند و تقاضا برای عوامل تولید بیشترمی شود. اگر در این حا لت قیمت عوامل تولید ثابت باقی بماند، آن صنعت را با هزینه ثابت می نامند.

- منحنی عرضه بلند مدت یک صنعت با هزینه های ثابت افقی است یا شیب صفر دارد.

صنایع با هزینه های ثابت، فزاینده و کاهنده:

- 2 – صنعت با هزینه فزاینده : با وارد شدن شرکتهای بیشتری در یک صنعت، در بلند مدت تولید آن صنعت افزایش پیدا می کند و تقاضا برای عوامل تولید بیشتر می شود، اگردر این حالت قیمت عوامل تولید افزایش یابد، آن صنعت را با هزینه فزاینده می نامند.
- در صنعت با هزینه های فزاینده، منحنی عرضه بلند مدت شیب مثبت داشته و صعودی است.

صنایع با هزینه های ثابت، فزاینده و کاهنده:

- 3-صنعت با هزینه کاهنده : با وارد شدن شرکتهای بیشتری در یک صنعت، در بلند مدت تولید آن صنعت افزایش پیدا می کند و تقاضا برای عوامل تولید بیشتر می شود، اگر در این حالت قیمت عوامل تولید کاهش یابد، آن صنعت را با هزینه کاهنده می نامند.
- در صنعت با هزینه های کاهنده، منحنی عرضه بلند مدت شرکت شیب منفی داشته و نزولی است.

خلاصه مطالب درس

1-نتیجه گیری انتخابهای افراد یک جامعه شکل گیری اقتصاد در هر جامعه است.

2-اقتصاد مطالعه رفتار ما انسانها در حوزه زندگی مادی است .

3-محدودیت منابع مارا به انتخاب کردن مجبور میسازد .

4-انتخابهای ما بر مبنای هزینه ها و فواید گزینه هایی است که در اختیار داریم .

5-نتیجه انتخابهای ما میزان و مقدار کالاها و خدمات تو لید شده در جامعه را تعیین میکند که در نهایت میزان رفاه و برخورداری افراد جامعه را مشخص مینماید .

6-هدف از مطالعه این درس اینست که :چه کالاها و خدماتی در یک جامعه تولید شود-این کالاها و خدمات چگونه تولید شود-این کالاها و خدمات برای چه کسانی تولید شود-چه کسانی این محصول را مصرف میکنند .

7-استفاده از تکنیک های مهم ارزیابی اقتصادی مانند (طرح کسب وکار-b.p)-و بررسی محیط های پیرامون بنگاههای از جمله ماتریس swot

فهرست مطالب جزوه:

- 1-تعاریف و مفاهیم کلیدی اقتصاد.
- 2-اشنایی با اقتصاد خرد و کلان و تفاوتها.
- 3-مبادله کالاها و خدمات و مزایا و معایب ان
- 4-عرضه و تقاضا
- 5-قیمت و مقدار تعادلی
- 6-اشنایی با بازارها و مکاتب اقتصادی
- 7-اشنایی با شاخص های اقتصادی -سرانه تولید-ضریب جینی-رشد و توسعه-GNP-GDP