

1694

دعای پیش از مطالعه

اَللهُمَ اَخرِجنی مِن ظُلُماتِ الوَهمِ وَاَکرِمنی بِنُورِ الفَهمِ
اَللهُمَ افتِح عَلَینا اَبوابَ رَحمتَکَ وَ انشُر عَلَینا خَزائِنِ عُلُومِکَ
بِرَحمَتِکَ یا اَرحَمَ الرّاحِمینَ

پروردگارا، خارج کن مرا از تاریکی‌های فکر و گرامی بدار به نور فهم
پروردگارا، بگشای بر ما درهای رحمتت را و بگستران گنج‌های دانشت را به امید رحمت
تو ای مهربان‌ترین مهربانان

بیایید به حقوق دیگران احترام بگذاریم

دوست عزیز، این کتاب حاصل دسترنج چندین ساله‌ی مؤلف، مترجم و ناشر آن است. تکثیر و فروش آن به هر شکلی بدون اجازه از پدیدآورنده کاری غیراخلاقی، غیرقانونی، غیرشرعی و کسب درآمد از دسترنج دیگران است، نتیجه‌ی این عمل نادرست، موجب رواج بی‌اعتمادی در جامعه و بروز پی‌آمدهای ناگوار در زندگی و محیط ناسالم برای خود و فرزندانمان می‌گردد.

آناهید گستر خلیلی

AGK

Anahid Gostar Khalili

نکات داغ اقتصاد خرد

ویژه کارشناسی ارشد رشته‌ی اقتصاد بهداشت

تألیف و گردآوری:

امین علیزاده

«رتبه 14 کارشناسی ارشد اقتصاد بهداشت دانشگاه علوم پزشکی ایران»

سرشناسه	: علیزاده، امین، 1368-
عنوان و نام پدیدآور	: AGK نکات داغ اقتصاد خرد ویژه کارشناسی ارشد رشته‌ی اقتصاد بهداشت/ تألیف و گردآوری امین علیزاده.
مشخصات نشر	: تهران: آناهید گستر خلیلی، 1404.
مشخصات ظاهری	: 78ص. مصور، جدول، نمودار؛ 14/5×21/5 س‌م.
شابک	: 978-622-4744-56-2
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
موضوع	: اقتصاد خرد -- راهنمای آموزشی (عالی) Microeconomics -- Study and teaching (Higher) اقتصاد خرد -- مسائل، تمرین‌ها و غیره (عالی) Microeconomics -- Problems, examinations, etc (Higher)
رده‌بندی کنگره	: HB180/ف2
رده‌بندی دیویی	: 338/507
شماره کتابشناسی ملی	: 9996333

انتشارات آناهید گستر خلیلی

نام: AGK نکات داغ اقتصاد خرد

تألیف و گردآوری: امین علیزاده

ناشر: آناهید گستر خلیلی

نوبت و سال چاپ: اول . 1404

شمارگان: 1000

چاپ و صحافی: گیلان

مدیر تولید: امیرحسین خلیلی

مدیر فنی و هنری: مریم آرده

تایپ و صفحه‌آرایی: آرزو راضی

بهاء: 110000 تومان

آموزشگاه/ فروشگاه: 02166568621

مرکز پخش: ضلع جنوب‌غربی میدان انقلاب . جنب بانک پارسیان . مجتمع تجاری پارس . طبقه اول

مدیر فروش: 09191685970 (ارتباط از طریق پیامک)

agkpublisher@gmail.com **www.agkins.com**

طلیعه سخن مدیر تولید:

سپردن کار به اهلش نشانه‌ی خردمندی است.

برای تولید بسته‌های آموزشی تمام تلاش خود را به کار گرفته‌ایم تا محصولی شایسته را تقدیم شما عزیزان نماییم. مجموعه‌ای که پیش روی شماست براساس معتبرترین و به‌روزترین منابع کنکور می‌باشد و به قلم مجرب‌ترین اساتید تألیف شده است و مطالعه آن موجب صرفه‌جویی در زمان و هزینه شما خواهد شد.

ارائه بالاترین آمار قبولی در کنکور کارشناسی ارشد و دکتری در دهه اخیر بیان‌گر توانایی این گروه در راستا اهداف خود می‌باشد. اینک با اتکا به تجربه‌ای 17 ساله می‌توانیم ادعا کنیم که مجموعه حاضر، بی‌شک از جمله‌ی کامل‌ترین و تضمینی‌ترین بسته‌های آموزشی در عرصه کنکور می‌باشد.

برخی از ویژگی‌های بسته‌های آموزشی:

- منطبق با معتبرترین و به‌روزترین منابع کنکور
- گردآوری و تألیف توسط مجرب‌ترین اساتید کنکور
- تدریس مطالب از سطح پایه تا پیشرفته به بیان ساده و روان
- انتقال بهتر مفاهیم با استفاده از شکل، جدول و نمودار
- تألیف مبتنی بر نحوه‌ی طراحی سوالات کنکور
- مطالعه یک منبع منسجم به‌جای مطالعه چندین منبع مختلف
- منبعی خودآموز و بدون نیاز به مدرس

اینک علاوه بر مطالعه بسته‌های آموزشی استفاده از خدمات زیر را به عنوان ضمانتی برای قبولی به شما داوطلبان عزیز توصیه می‌کنم؛

- نکات داغ (Hot Points)

این‌بار زمان به نفع شما در حال گذر است؛ دیگر نیازی به خلاصه‌نویسی برای دوران مرور و جمع‌بندی نخواهید داشت ...

اکثر داوطلبان پس از مطالعه‌ی منابع برای خلاصه‌نویسی دچار سردرگمی می‌شوند یا به خلاصه‌های خود اطمینان ندارند، حتی گاهی حجم خلاصه‌ها بیش از حجم منبع می‌شود!!! گاهی هم به اشتباه تصور می‌کنند که نکات و خلاصه‌هایشان در چارچوب کنکور است یا نکاتی را که گلچین کرده‌اند مهم‌اند.

توجه کنیم که خلاصه‌نویسی مطالب برای کنکور دارای اصول و قاعده است که اغلب داوطلبان پس از مطالعه قادر به انجام صحیح آن نیستند. به همین منظور تمام تلاش خود را به‌کار گرفته‌ایم که استانداردترین منبع نکات را در چارچوب کنکور تقدیم شما نماییم.

هدف از تولید نکات داغ فراهم کردن یک منبع برای دوران مرور و جمع‌بندی است.

- ویژگی‌های نکات داغ:

برگرفته از معتبرترین و به‌روزترین منابع کنکور

مجموعه‌ای از نکات کنکوری به صورت طبقه‌بندی موضوعی

پوشش قابل ملاحظه سوالات کنکور در کم‌ترین حجم ممکن

مناسب‌ترین منبع برای دوران مرور و جمع‌بندی

- آزمون‌های آزمایشی: خوش بود گر محک تجربه آید به میان

داوطلب شجاع کیست؟ داوطلبی است که خود را مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد تا پیش از آزمون سراسری به نقاط ضعف خود پی برده و آن‌ها را تقویت نماید. صادقانه به شما توصیه می‌کنیم که در آزمون‌های آزمایشی شرکت کنید تا بتوانید خود را با خود (سنجش) و با دیگران (ارزیابی) مقایسه و نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی نمایید.

- مشاوره و برنامه‌ریزی: برای موفقیت هوش کافی نیست، جسارت لازم دارد.

در صورتی که نمی‌توانید با توجه به زمان آزادتان برنامه‌ی مطالعاتی استاندارد برای خود تدوین کنید حتماً از افراد با تجربه که خود در این مسیر موفق بوده‌اند کمک بخواهید. افرادی که تجربیات خود را صادقانه در اختیار شما قرار می‌دهند و برنامه‌ریزی مناسب با شرایط زمانی و ویژگی‌های روحی و جسمی مختص شما انجام می‌دهند.

- کتاب تست:

کوچک‌ترین واحد یادگیری در کنکور، تست است.

شما می‌توانید برای این‌که سطح یادگیری خود را پس از مطالعه بسنجید از کتاب‌های تست مجموعه (تست کنکور) و ماطراحان (تست‌های تألیفی) استفاده کنید. این کتاب‌ها به‌صورت موضوعی طبقه‌بندی شده‌اند و می‌توانند نحوه‌ی طرح سوالات کنکور و سطح آن‌ها را به‌صورت واضح به شما نشان دهند.

- درسنامه‌های نکات داغ و کتاب‌های الگوریتم مناسب‌ترین منابع برای دوران مرور و جمع‌بندی:

بیش‌تر داوطلبان حین مطالعه نگران خلاصه‌نویسی و مرور آموخته‌های خود هستند و برای خلاصه‌نویسی زمان زیادی را صرف می‌کنند. اینک به شما مژده می‌دهیم که این‌بار زمان به نفع شما در حال گذر است و دیگر با استفاده از درسنامه‌های نکات داغ و کتاب‌های الگوریتم نیاز به خلاصه‌نویسی ندارید.

شما می‌توانید پیشنهاد و یا انتقاد سازنده خود را به شماره تلفن همراه 09191685970 فقط و فقط پیامک نمایید.

مشاور و مدیر تولید

امیرحسین خلیلی

طلیعه سخن مؤلف:

ضمن آرزوی موفقیت برای شما دانشجویان عزیز، وظیفه خود می‌دانم که درباره آن‌چه که در این کتاب کمک‌آموزشی آورده شده چند نکته مهم را مطرح کنیم.

همان‌طور که از عنوان مشخص است، سعی شده داغ‌ترین نکات درس اقتصاد خرد در قالب یک مجموعه خلاصه و روان آورده شود به‌طوری که نکات پیوسته و سریع گفته نه بلکه آموزش داده می‌شوند.

خب، همه این‌هایی که گفتم خوب بود ولی یک مسأله‌ای مهم است آن هم این‌که غالب سوالات این درس مفهومی و تحلیلی هستند و صرفاً نباید به خواندن نکات و یاد گرفتن آن‌ها بسنده کرد بلکه باید فکری برای تسلط بر نکات کرد که برای این کار من به شما دو راهکار پیشنهاد می‌دهم.

راهکار اول: درسنامه اقتصاد خرد یا اگر وقت بیش‌تری دارید رفرنس اصلی معرفی شده توسط وزارت بهداشت را ابتدا بخوانید. هر فصل که مطالعه‌اش تمام شد بیایید و این نکات را هم بخوانید و از هر فصل تست بزنید خصوصاً تست‌های سال‌های اخیر. این راهکار اول هم کامل است هم زمان‌بر، اما یک راه سریع‌تر و ساده‌تر هم وجود دارد آن هم راه دوم است.

راهکار دوم: نکات داغ را بخوانید (خوبی این کتاب این است که نیامده نکات را صرفاً بگوید بلکه سعی کرده آموزش بدهد البته خیلی خلاصه). بعد از هر فصل تست بزنید خصوصاً تست‌های سال‌های اخیر. نگران کتاب تست مختص درس اقتصاد خرد در کنکور وزارت بهداشت نباشید چون یک کتاب تست درجه یک با پاسخ‌های تشریحی را به زودی منتشر می‌کنیم. این راه حل دوم سریع‌تر است و من به کسانی که تا کنکور زمان زیادی ندارند این راه دوم را پیشنهاد می‌دهم.

یک نکته مهم: کلاً داشتن این کتاب نکات داغ کمک می‌کند که از اصلی‌ترین مطالب دور نمانید چون این کتاب کمک‌آموزشی حاصل بررسی کنکورهای اخیر و منابع معرفی شده و سایر منابع مهم برای درس اقتصاد خرد هست و سعی شده بین همه نکات مهم، آن‌هایی که داغ‌تر هستند را داخل کتاب بیاوریم، پس از بودنش در سبد مطالعه‌اتان خوشحال باشید. امیدوارم این کتاب بتواند به شما کمک کند که سریع‌تر و بهتر نتیجه بگیرید.

در پایان جا دارد از همکاران گرامی جناب آقای امیرحسین خلیلی و سرکار خانم مریم آرده که با زحمات شبانه‌روزی خود در انتشارات آناهید گستر خلیلی، اینجانب را در تألیف این کتاب کمک‌آموزشی صبورانه یاری رساندند، کمال تقدیر و تشکر صمیمانه را داشته باشم و برای ایشان در تمام مراحل زندگی آرزوی بهترین‌ها را دارم.

آرزومند موفقیت شما

امین علیزاده

فهرست مطالب

فصل و عنوان **صفحه**

فصل اول: تقاضا، عرضه، تعادل 9

فصل دوم: کشش 17

فصل سوم: نظریه رفتار مصرف‌کننده 25

فصل چهارم: نظریه رفتار تولیدکننده 35

فصل پنجم: هزینه 45

فصل ششم: بازار رقابت کامل 51

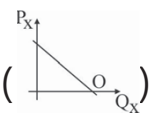
فصل هفتم: بازار انحصار کامل فروش 59

فصل هشتم: بازار رقابت انحصاری و انحصار چندقطبی فروش 66

فصل نهم: بازار عوامل تولید (قیمت‌گذاری و اشتغال عوامل تولید) 72

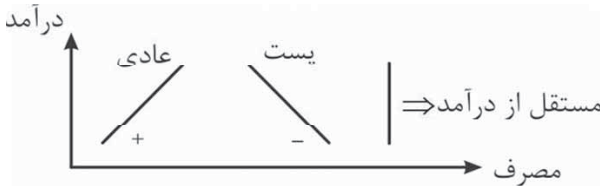
فصل

1 تقاضا، عرضه، تعادل

- تقاضا:
  - مقدار کالا یا خدمتی که با توجه به قیمت و سایر عوامل در هر دوره خریداری می‌کنیم ($\neq$ نیاز داریم).
- عوامل موثر بر تقاضا:
  - $$\underbrace{Q_x^d}_{\text{مقدار تقاضا } x} = F(\underbrace{P_x}_{\text{قیمت } x}, \underbrace{I}_{\text{درآمد}}, \underbrace{P_y}_{\text{قیمت سایر کالاها}}; \underbrace{A}_{\text{تبلیغات}}, \underbrace{E}_{\text{انتظارات}}, \ldots)$$
- تابع تقاضا:
  - تابعی است که رابطه‌ی بین قیمت و مقدار کالا را با فرض ثابت بودن سایر عوامل نشان می‌دهد که این رابطه معمولا معکوس است و به قانون منفی بودن شیب منحنی تقاضا معروف است. تابع تقاضا را می‌توان به‌صورت تابع ($Q_x^\alpha = 10 - 2P_x$)، منحنی () و یا جدول نشان داد. در حالت معمول تابع تقاضا به‌صورت $Q_x^\alpha = F(P_x)$ نشان داده می‌شود اما گاهی تابع $P_x = F(Q_x^d)$ که تابع معکوس تقاضا یا تابع قیمت است نیز به عنوان تابع تقاضا استفاده می‌شود.
- تغییر تقاضا:
  - تغییر قیمت $\leftarrow$ حرکت روی منحنی تقاضا $\Leftarrow$ تغییر در مقدار تقاضا $\Leftarrow$ P عامل درون‌زا
  - تغییر سایر عوامل $\leftarrow$ جابه‌جایی منحنی تقاضا $\Leftarrow$ تغییر در تقاضا $\Leftarrow$ سایر عوامل برون‌زا
- درآمد و تقاضا:

$$I\uparrow \begin{cases} Q_x\uparrow \rightarrow \dfrac{dQ_x}{dI} > 0 \rightarrow \text{کالا عادی یا نرمال} \\ Q_x\downarrow \rightarrow \dfrac{dQ_x}{dI} > 0 \rightarrow \text{کالا پست} \\ \bar{Q}_x \rightarrow \dfrac{dQ_x}{dI} = 0 \rightarrow \text{کالا منتقل از درآمد (نه پست نه نرمال)} \end{cases}$$

- افـزایش Q_x موجـب انتقـال منحنـی تقاضـا بـه سـمت راسـت و کـاهش آن باعـث انتقـال منحنـی تقاضا به سمت چپ می‌شود.
- اگر درآمد ما افزایش یابـد ← و منحنـی تقاضـا بـه راسـت بـره ← کـالا نرمـال / اگـر بـه چـپ بـره ← کالا پست
- منحنی انگل
  - منحنی‌ای است که رابطه‌ی مصرف و درآمد را با فرض ثبات سایر عوامل نشان می‌دهد.



- قیمت سایر کالاها و تقاضا

$$P_y\uparrow \rightarrow Q_{I_y}\downarrow \begin{cases} Q_x\uparrow \rightarrow \text{دو کالا جانشین} \\ Q_x\downarrow \rightarrow \text{دو کالا مکمل} \\ \bar{Q}_x \rightarrow \text{دو کالا مستقل} \end{cases}$$

- منحنی تقاضا
  - شیب مثبت ← کالاگیفن/ عمودی ← انحصاری / افقی ← رقابت کامل
- عرضه:
  - مقـدار کـالا یـا خـدمتی کـه بـه ازای قیمـت معـین و ثابـت بـودن سـایر عوامـل، در هـر دوره، بنگاه‌ها به بازار ارائه می‌کنند.
- عوامل موثر بر عرضه:

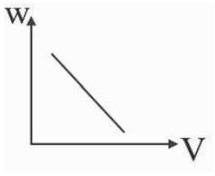
$$Q_x^s = F(P_x, TC, T, E, \ldots)$$

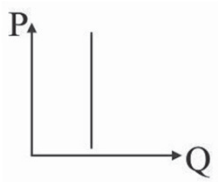
(TC: هزینه‌های تولید؛ E: انتظارات عرضه کنندگان؛ T: تکنولوژی)

- تابع عرضه

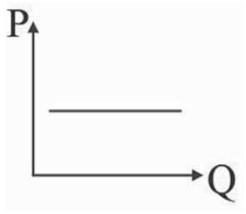
- تابعی است که رابطه‌ی مقدار عرضه‌ی یک کالا و قیمت آن را با فرض ثبات سایر عوامل نشان می‌دهد که این رابطه در حالت معمولی مستقیم است و یعنی شیب منحنی عرضه (صعودی) و مثبت است.
- تغییرات عرضه مثل تغییرات تقاضا است.

- منحنی عرضه

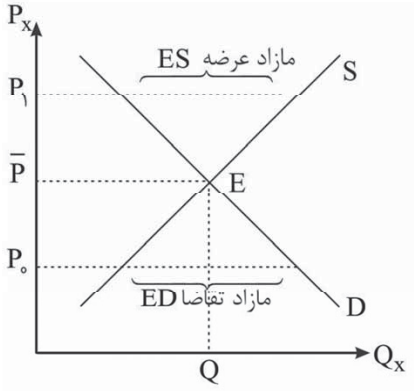




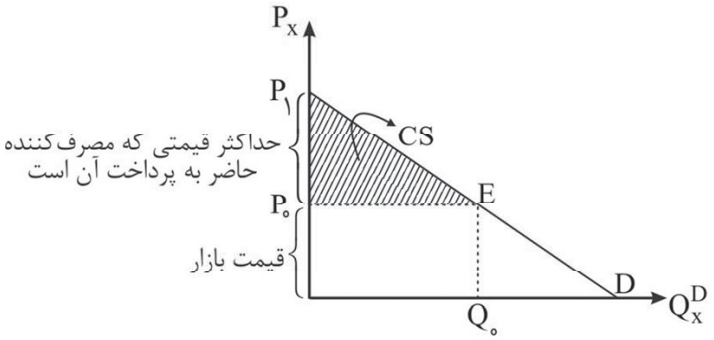
- شیب منفی ← عرضه نیروی کار (حالت‌های خاص) / عمودی ← عرضه کوتاه‌مدت/ افقی ← عرضه رو در روی یک مصرف‌کننده‌ی خاص



- تعادل: به وضعیتی گفته می‌شود که در آن تمایلی به تغییر وجود نداشته باشد.
  - تغییر: عرضه‌کننده قیمت را پایین می‌آورد تا کالایش را بفروشد.
  - تغییر: مصرف‌کننده قیمت را بالا می‌برد تا کالای مورد نظر را به دست آورد.

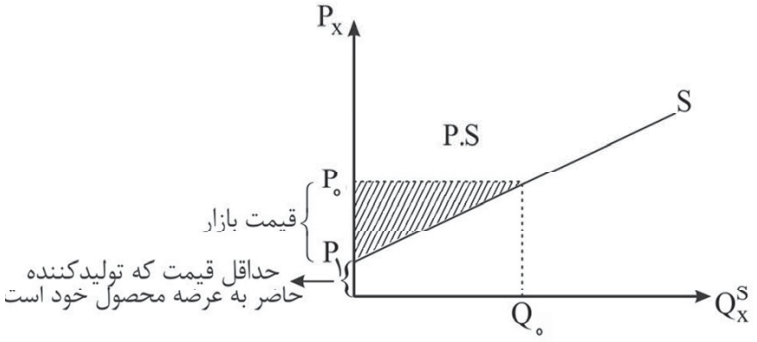


- تغییر در نقطه‌ی تعادل: هر عاملی که باعث انتقال منحنی‌های عرضه و تقاضا شود موجب تغییر در نقطه‌ی تعادل و در نتیجه تغییر در قیمت و مقدار تعادلی می‌گردد که میزان این تغییر به شکل و جا به جایی منحنی‌های عرضه و تقاضا بستگی دارد.
- مازاد رفاه مصرف‌کننده (CS): برابر است با حداکثر قیمتی که مصرف‌کننده حاضر است بپردازد منهای قیمت بازار
- منحنی قیمت بازار از نظر هندسی: سطح زیر منحنی تقاضا و بالای قیمت بازار



$$CS = \int_0^{Q_1} F(Q) - P_1Q_1$$

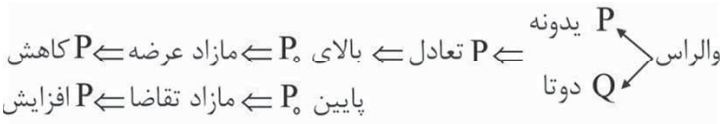
- مازاد رفاه تولیدکننده (P.S): برابر است با قیمت بازار منهای حداقل قیمتی را که عرضه‌کننده برای عرضه کالا باید دریافت نماید.



$$P.S = P_1Q_1 - \int_0^{Q_1} S(Q)dQ$$

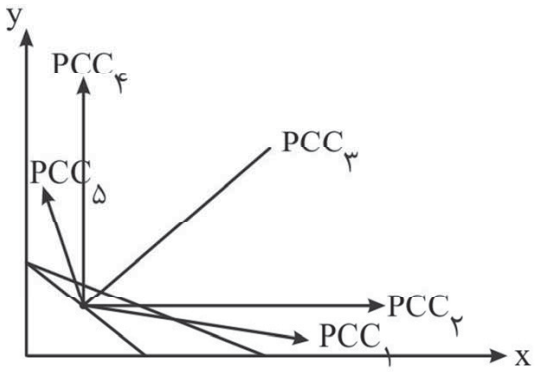
- اضافه رفاه مصرف‌کننده (CS) با قیمت بازار (P_0) و کشش تابع تقاضا رابطه‌ی معکوس دارد و اضافه رفاه تولیدکننده (P_1) با قیمت (P_0) رابطه‌ی مستقیم و با کشش عرضه رابطه‌ی معکوس دارد.
- انواع تعادل: چنان‌چه به هر دلیلی از تعادلی خارج شویم، اگر مجدداً به تعادل اولیه برگردیم به آن تعادل پایدار گویند در غیر این صورت تعادل ناپایدار است. برای بررسی پایداری تعادل دو تفسیر داریم:
  - تفسیر والراس: (فرم: یک قیمت و دو مقدار) (با توجه به S و D) در اینجا مازاد مقدار عرضه و تقاضا داریم. یعنی تعادلی پایدار است، که در آن بالاتر از قیمت تعادلی مازاد عرضه و پایین‌تر از آن مازاد تقاضا داریم.
  - در مازاد عرضه باید قیمت کاهش یابد تا به تعادل برسیم و در مازاد تقاضا، افزایش

حالت 1 ← شیب عرضه + تقاضا ← پایدار است.
حالت 1 ← شیب عرضه تقاضا+ اگر شیب عرضه > شیب تقاضا ← پایدار است.





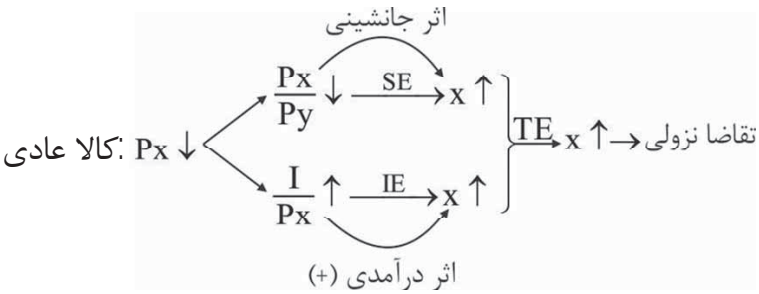
- تفسیر مارشال: (فرم: یک مقدار، دو قیمت) در اینجا مازاد قیمت تقاضا و مازاد قیمت



شکل PCC	E_x^d	نوع کالای x	ارتباط x و y
PCC_1	$E>1$	معمولی (نرمال)	جانشین
PCC_2	$E=1$	نرمال	y مستقل از x
	$E<1$	نرمال	x و y مکمل
	$E=0$	خنثی (پست)	x و y کاملاً مکمل
	$E<0$	گیفن	x و y مکمل

اثر کل، اثر جانشینی، اثر درآمدی

فرض کنید Px کاهش یابد در این صورت $\frac{Px}{Py}$ کاهش می‌یابد یعنی x نسبت به y ارزان‌تر شده است که این باعث افزایش تقاضا برای x می‌شود. این اثر به اثر جانشینی (SE) معروف است که همیشه منفی است. همچنین درآمد حقیقی ($\frac{I}{Px}$) افزایش می‌یابد. در این صورت تقاضا برای x می‌تواند افزایش (x عادی) یا کاهش (پست) یابد و ثابت بماند (مستقل از درآمد). به این اثر، اثر درآمدی (IE) گویند. به مجموع اثر درآمدی و اثر جانشینی، اثر کل ($SE + IE = TE$) می‌گویند. حال به بررسی حالت‌های مختلف می‌پردازیم.



فصل

4

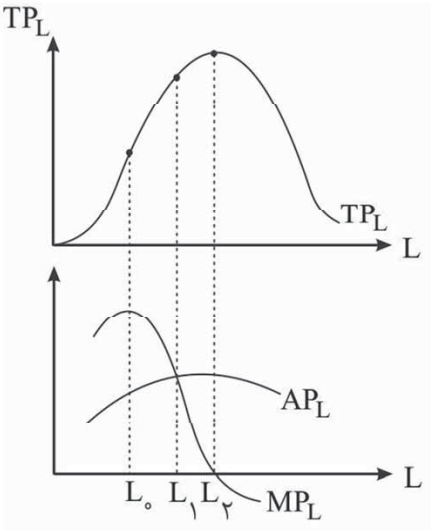
نظریه رفتار تولیدکننده

- در این فصل می‌خواهیم بگوییم که یک تولیدکننده باید چگونه بودجه‌ی خود را صرف خرید عوامل تولید کند تا حداکثر تولید را به‌دست آورد. در این فصل هدف تولیدکننده حداکثر کردن تولید از پولی است که هزینه می‌کند یا حداقل کردن هزینه برای تولید مشخصی از محصول است، نه حداکثر کردن سود.
- تابع تولید: تابعی است که رابطه‌ی بین مقدار عوامل تولید و مقدار محصول تولید شده را با فرض ثابت بودن تکنولوژی نشان می‌دهد.

فقط L متغیر و K ثابت $\rightarrow TP_L = f(L)$

هر دو عامل متغیر $\rightarrow TP = f(L, K)$

- تولید کل (TP): مقدار تولید به ازای هر سطح از عامل تولید است.
- تولید متوسط (AP): به ما می‌گوید که به ازای هر عامل تولید به‌طور متوسط چه مقدار تولید داشته‌ایم. از نظر هندسی شیب خطی است که هر نقطه روی TP را به مبداء وصل می‌کند.



$$AP_L = \frac{TP_L}{L}$$

فصل

6

بازار رقابت کامل

- بازارها را براساس تعداد تقاضاکنندگان (خریداران) و عرضه‌کنندگان (فروشندگان) به شکل زیر تقسیم‌بندی می‌کنند:

عرضه‌کننده / تقاضاکننده	یک	چند	زیاد
یک	انحصار مضاعف	انحصار ناقص خرید	انحصار کامل خرید
چند	انحصار ناقص فروش	انحصار چندقطبی مضاعف	انحصار چندقطبی خرید
زیاد	انحصار کامل فروش	انحصار چندقطبی فروش	رقابت کامل

- اگر در بازاری تعداد عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان زیاد باشد ولی کالاها ناهمگن باشند، بازار رقابت انحصاری داریم.
- ویژگی‌های بازار رقابت کامل:
  - تعداد عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان زیاد است. زیاد یعنی آن‌قدر هست که هر فرد نمی‌تواند به تنهایی روی قیمت‌ها تأثیر بگذارد. در این صورت قیمت‌ها داده شده و خریداران و فروشندگان قیمت‌پذیرند.
  - ورود و خروج به بازار آزاد است (شرط سیال بودن).
  - کالاهای عرضه شده همگن‌اند.
  - اطلاعات کامل است. یعنی خریداران و فروشندگان در مورد قیمت‌ها اطلاعات کامل دارند (شرط شفافیت).

- شرط تعادل (حداکثر شدن سود) در بنگاه‌های رقابتی در کوتاه‌مدت: در بازار رقابتی تقاضا در سطح قیمت داده شده‌ی $\bar{f}$ افقی است. می‌دانیم $TR = P.q$ است. از آن‌جایی که P ثابت است و شیب TR هم برابر P است پس TR خطی است که از مبداء می‌گذرد و $AR = MR = \bar{P}$ می‌باشد. بنابراین منحنی‌های MR، AR و تقاضا بر هم منطبق‌اند.
  - شکل منحنی‌های هزینه به نوع بازار ربطی ندارد و همان‌طور که می‌دانیم به شکل تابع تولید بستگی دارد. برای شکل‌گیری تعادل و حداکثر شدن سود باید:

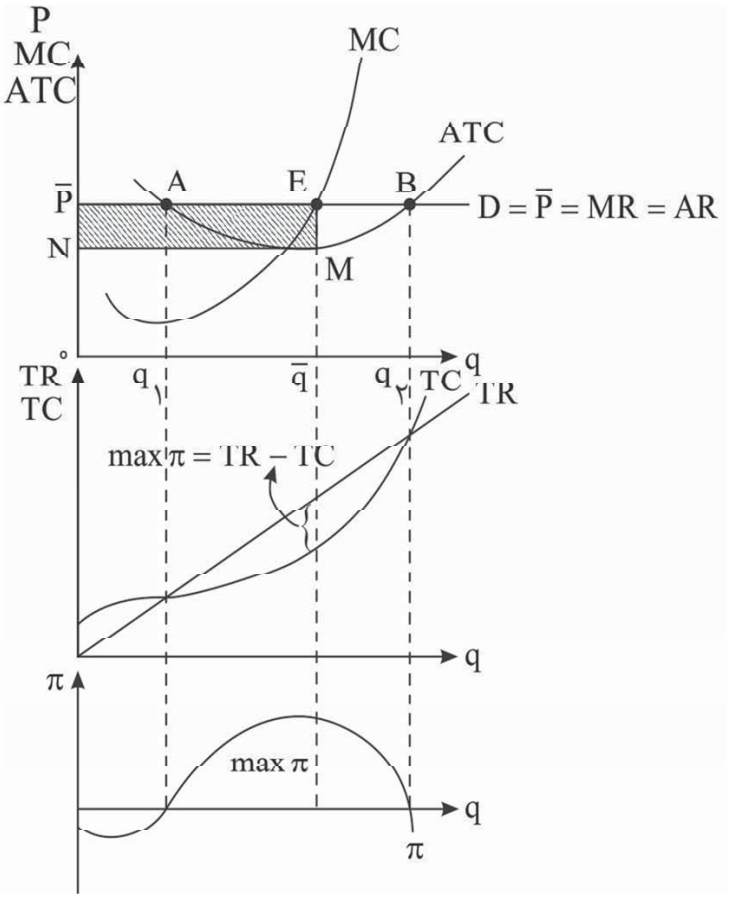
$$\max : \pi = TR - TC \Rightarrow ① : \pi' = 0 \rightarrow MR = MC \rightarrow \bar{P} = MC$$

$$② : \pi'' < 0 \rightarrow MR' - MC' < 0 \rightarrow -MC' < 0 \rightarrow \boxed{MC' > 0}$$ یعنی MC باید صعودی باشد

  - سود زمانی برابر صفر می‌شود که:

$$\pi = TR - TC = 0 \rightarrow TR = TC \rightarrow R = C \rightarrow \boxed{\bar{P} = AC} \quad (AC \nearrow)$$

- با توجه به مطالب فوق شرط تعادل را می‌توانیم در نمودارهای زیر نیز بررسی کنیم.



$$E : MC = \bar{P} = MR \rightarrow \max : \pi = IR - TC \rightarrow q = \bar{q}$$

$$A, B : ATC = \bar{P} = AR \rightarrow TC = TR \rightarrow \pi = 0$$

از A تا E: $\pi > 0$ ولی $MR > MC \rightarrow TR$ افزایش $> TC$ افزایش $\rightarrow \pi \uparrow \rightarrow q_1 \uparrow \rightarrow q = \bar{q}$

از B تا E: $\pi > 0$ ولی $MR < MC \rightarrow TR$ افزایش $< TC$ افزایش $\rightarrow \pi \downarrow \rightarrow q_2 \downarrow \rightarrow q = \bar{q}$

فصل

9

بازار عوامل تولید
(قیمت‌گذاری و اشتغال عوامل تولید)

- همان‌طور که برای بازار محصول انواع مختلف بازار مثل رقابت کامل، انحصار کامل فروش و ... را معرفی کردیم، برای عوامل تولید نیز می‌توان انواع بازارها نظیر رقابت کامل، انحصار خرید، انحصار فروش و ... را تصور کرد. در این فصل می‌خواهیم شرایط تعادل را برای بنگاهی که در هر یک از انواع بازارهای گفته شده فعالیت می‌کند، بیان نماییم.
- شرط تعادل (حداکثر شدن سود) بنگاهی که در بازار کالا و عوامل تولید رقابت کامل فعالیت می‌کند: ابتدا به معرفی مفاهیمی می‌پردازیم که در این قسمت با آن‌ها سروکار داریم. ضمناً فرض ما این است که فقط عامل نیروی کار، نهاده‌ی متغیر بنگاه است.
  - L: تعداد نیروی کار
  - W: دستمزد هر واحد نیروی کار
  - $TVC = L \times W$
  - MP_L : تولید نهایی نیروی کار
  - $VMP_L = P.MP_L = \frac{dTR}{dL}$: ارزش تولید نهایی نیروی کار
    - شکل منحنی VMP_L مانند MP_L است.
  - با این تفاسیر، شرط تعادل در چنین حالتی $W = VMP_L$ است و داریم:

$W > VMP_L$ (مثل این است که $MC > MR$) $\Rightarrow L \downarrow \rightarrow Q \downarrow$

$W < VMP_L \Rightarrow L \uparrow \rightarrow Q \uparrow$

  - از آن‌جایی که هر دو بازار رقابت کامل است، P و W ثابت هستند و می‌دانیم $P = MR$ خواهد بود.

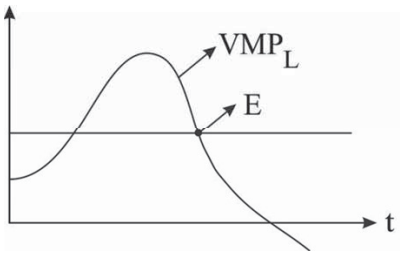
- در این‌جا برای به‌دست آوردن شرط حداکثر سود از π نسبت به L مشتق می‌گیریم. یعنی داریم:

$$TR = \bar{P}.Q = \bar{P}.TP_L \qquad TVC = \bar{W}.L$$

$$\max : \pi = TR - TVC - TFC$$

$$\frac{d\pi}{dL} = \bar{P}.MP_L - \bar{W} - 0 = 0 \Rightarrow \boxed{VMP_L = \bar{W}} \Rightarrow$$ شرط لازم

$$\frac{d^2\pi}{dL^2} = \frac{dV}{dL} - 0 < 0 \Rightarrow \boxed{\frac{dVMP_L}{dL} < 0} \Rightarrow$$ شرط کافی VMP_L یا همان MP_L نزولی باشد



- قبلاً گفتیم در بازار رقابتی شرط حداکثر سود $P = MC$ است و حالا گفتیم شرط تعادل $W = VMP_L$ است. داریم:

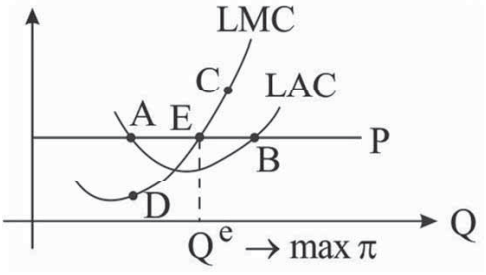
$$\boxed{VMP_L = W} \Rightarrow P.MP_L = W \Rightarrow P = \frac{W}{MP_L} \Rightarrow \boxed{P = MC}$$

$$W < VMP_L \Rightarrow MC < P \ , \ W > VMP_L \Rightarrow MC > P$$

- حال اگر دو نهاده‌ی متغیر در تولید داشته باشیم مثل L و K در این صورت شرط تعادل یا حداکثر سود به‌صورت زیر می‌باشد.

$$VMP_L = W , VMP_K = r \Rightarrow \frac{MP_L}{W} = \frac{MP_K}{r} = \frac{1}{P} = \frac{1}{MC}$$

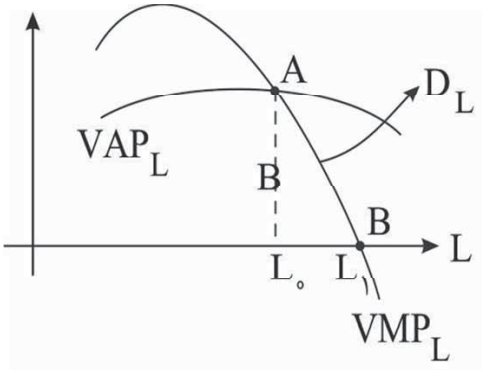
- شرط بالا، شرط حداکثر شدن سود است که در بلندمدت فقط در نقطه‌ی $P = LMC$ برقرار است. اما همان‌طور که در فصل‌های قبل گفته بودیم $\frac{MP_L}{W} = \frac{MP_K}{r}$ شرط حداکثر شدن تولید به ازای هزینه‌ای معین یا شرط حداقل شدن هزینه به ازای سطح تولیدی معین است که در همه‌ی نقاط روی منحنی‌های هزینه بلندمدت برقرار است.



- تابع تقاضای بنگاه برای نهاده‌ی متغیر وقتی فقط یک نهاده‌ی متغیر داریم: همان تابع VMP_L است. البته آن قسمت از VMP_L که اولاً مثبت است و ثانیاً پایین‌تر از $VAP_L = P.AP_L$ قرار دارد.

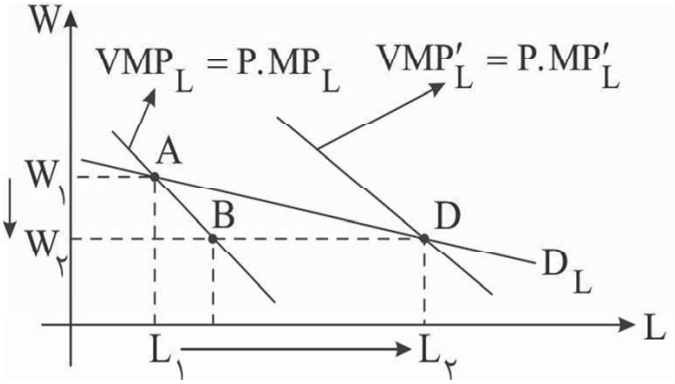
$If: VMP_L < 0 \rightarrow VTP_L \downarrow \rightarrow \pi \downarrow$

$If: VMP_L > VAP_L \rightarrow MC < AVC \rightarrow$ ضرر



- برای به‌دست آوردن معادله خط تقاضای نیروی کار کافی است با کمک شرط تعادل یعنی $W = VMP_L$، L را برحسب W به‌دست آوریم و یا این‌که این کار را به کمک حداکثر کردن تابع سود انجام دهیم.

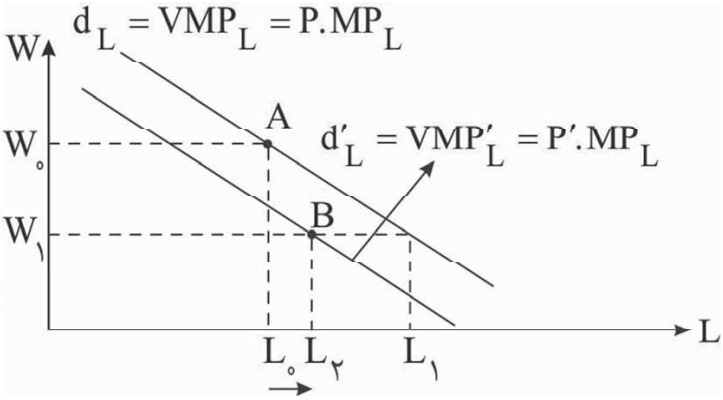
- تابع تقاضای بنگاه برای نهاده‌ی متغیر وقتی بیش از یک نهاده‌ی متغیر داریم: در این حالت دیگر تابع تقاضای نیروی کار منحنی VMP_L نیست. بلکه خطی است که شیبش از VMP_L کم‌تر است. زیرا در این حالت وقتی دستمزد کاهش می‌یابد، علاوه بر افزایش استخدام نیروی کار، نهاده‌ی دیگر مثل سرمایه نیز بیش‌تر استخدام می‌شوند و در نتیجه MP_L افزایش می‌یابد و تابع VMP_L به سمت راست منتقل می‌شود. در این صورت اگر در سطح دستمزد W_1 در نقطه‌ی A باشیم، با کاهش دستمزد تا W_2 دیگر به B منتقل نمی‌شویم. بلکه در نقطه‌ی D قرار می‌گیریم.

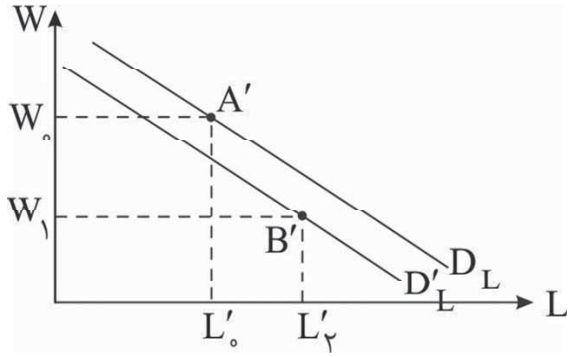


- منحنی تقاضای بازار برای یک نهاده‌ی متغیر: تقاضای بازار نیروی کار در صورتی از جمع افقی تقاضای بنگاه‌ها به‌دست می‌آید که قیمت محصول ثابت باشد. اما وقتی دستمزد کاهش می‌یابد، نیروی کار بیش‌تری استخدام می‌شود و تولید افزایش می‌یابد در نتیجه P کاهش می‌یابد و موجب انتقال VMP_L که همان تقاضای بنگاه‌ها است به سمت چپ می‌شود. در این صورت به جای L_1، هر بنگاه L_2 نیروی کار استخدام می‌کند که متناظر با آن در بازار L'_2 نیروی کار استخدام می‌شود.

تعداد بنگاه‌ها

$(L'_۲ = n.L_۲)$





- منحنی عرضه یک عامل متغیر وقتی بازار رقابت کامل است: در این حالت منحنی عرضه‌ای که در مقابل یک بنگاه قرار می‌گیرد افقی است و دستمزد ثابت است. ولی منحنی عرضه‌ی بازار معمولاً صعودی است. یعنی مثلاً برای افزایش عرضه‌ی نیروی کار در بازار، باید دستمزد افزایش یابد.
- شرط تعادل بنگاهی که بازار محصولش انحصار کامل فروش و بازار عوامل رقابت کامل است: در این حالت شرط حداکثر شدن سود این است که $\boxed{MRP_L = W}$ باشد و هم‌چنین MRP_L نزولی باشد. در چنین حالتی دستمزد ثابت است.
  - MRP_L: درآمد نهایی حاصل از تولید نیروی کار می‌باشد و نشان می‌دهد که به ازای هر واحد تغییر نیروی کار، درآمد کل بنگاه چقدر تغییر می‌کند. در واقع:

$$MRP_L = \frac{\Delta TR}{\Delta L} = \frac{dTR}{dL}$$

می‌دانیم: $TR = P.Q, P = F(Q), Q = F(L) \Rightarrow \boxed{MRP_L = \frac{dTR}{dL} = \frac{dTR}{dQ}.\frac{dQ}{dL} = MR, MP_L}$

  - در این حالت تابع تقاضای نیروی کار همان VMP_L است و MRP_L دارای شیبی دو برابر VMP_L است. چون MR دارای شیبی دو برابر P است و $VMP_L = P.MP_L$ و $MRP_L = MR.MP_L$.

- شرط تعادل بنگاه انحصاری:

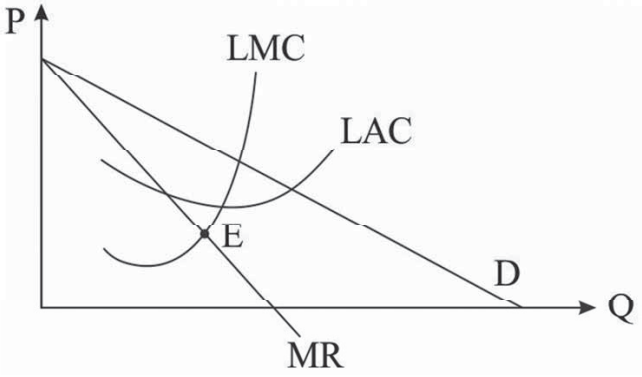
$$If: MRP_L = W \rightarrow MR.MP_L = W \rightarrow MR = \frac{W}{MP_L} \rightarrow MR = MC$$

$$If: MRP_L > W \rightarrow MR > MC$$

$$If: MRP_L < W \rightarrow MR < MC$$

- اگر بنگاهی که بازار محصولش انحصاری و بازار عوامل رقابت کامل است، با بیش از یک نهاده‌ی متغیر مواجه باشد، مثلاً L و K هر دو متغیر باشند، شرط تعادل به‌صورت زیر خواهد بود که این شرط فقط در $MR = LMC$ برقرار است.

$$\begin{cases} MRP_L = W \rightarrow MR = \frac{W}{MP_L} = MC \\ MRP_K = r \rightarrow MR = \frac{r}{MP_K} = MC \end{cases} \Rightarrow \boxed{\frac{MP_L}{W} = \frac{MP_K}{r} = \frac{1}{MR} = \frac{1}{MC}}$$

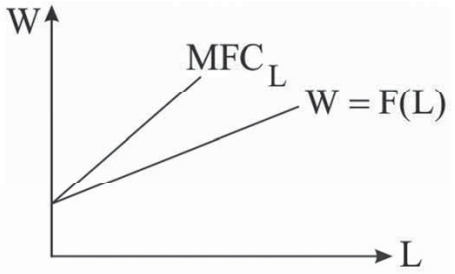


- شرط تعادل بنگاهی که بازار محصولش رقابت کامل است و در بازار نهاده‌ها انحصار خرید دارد: در این حالت تابع عرضه‌ی بازار نهاده، همان تابع عرضه‌ای است که در مقابل بنگاه خریدار نهاده قرار دارد. در این صورت تابع عرضه‌ی نیروی کار صعودی و با عرض از مبداء مثبت خواهد بود و تابع آن به‌صورت $W = F(\overset{+}{L})$ معرفی می‌شود. چون در این‌جا دیگر دستمزد ثابت نیست. به معرفی یک متغیر جدید می‌پردازیم:

- MFC_L: هزینه‌ی نهایی نیروی کار است و نشان می‌دهد که یک واحد نیروی کار بیش‌تر، چقدر هزینه‌ی کل بنگاه را افزایش می‌دهد و داریم:

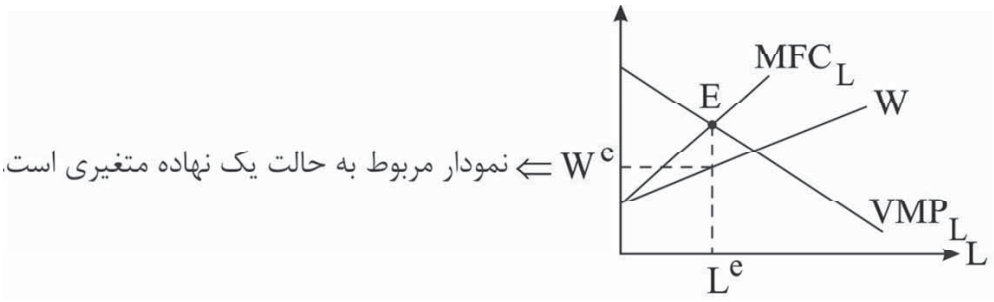
$$MFC_L = \frac{dTVC}{dL} = \frac{d(W.L)}{dL} = W'_L.L + L'_L.W$$

✧ منحنی MFC_L نیز صعودی با عرض از مبداء برابر با منحنی عرضه‌ی نیروی کار و شیبی دو برابر آن است. یعنی داریم:



و از آن‌جا که در این‌جا بازار محصول رقابتی است $MRP_L = VMP_L$ خواهد بود و شرط تعادل به‌صورت $\boxed{VMP_L = MFC_L}$ می‌باشد. هم‌چنین اگر بیش از یک نهاده‌ی متغیر داشته باشیم شرط تعادل به‌صورت زیر خواهد بود:

$$\left.\begin{array}{l} VMP_L = MFC_L \rightarrow P.MP_L = MFC_L \\ VMP_K = MFC_K \rightarrow P.MP_K = MFC_K \end{array}\right\} \Rightarrow \frac{MP_L}{MFC_L} = \frac{MP_K}{MFC_K} = \frac{1}{P} = \frac{1}{MC}$$



اگر بازار محصول از نوع رقابت کالم باشد $MRP_L = VMP_L$ و اگر بازار عوامل رقابت کامل باشد $MFC_L = W$ خواهد بود.

شرط تعادل بنگاه برای زمانی که بازار محصول انحصار فروش و بازار عوامل انحصار خرید باشد و اگر فقط L عامل متغیر باشد، معادل $MFC_L = MRP_L$ خواهد بود و چنان‌چه K هم متغیر باشد داریم:

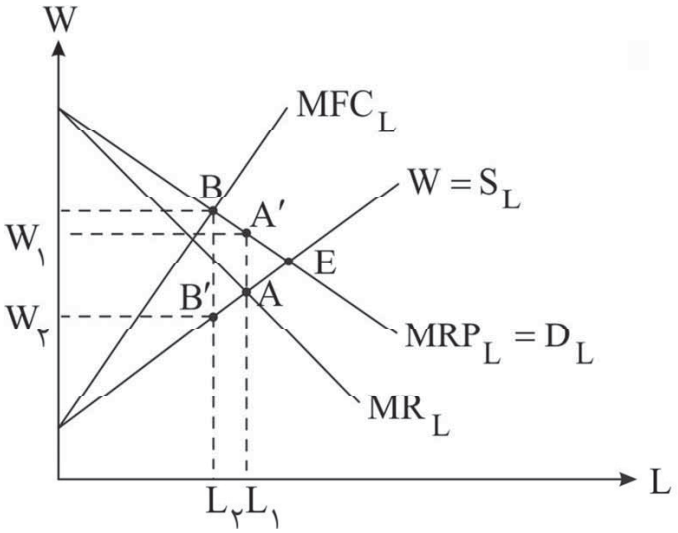
$$\frac{MP_L}{MFC_L} = \frac{MP_K}{MFC_K} = \frac{1}{MC} = \frac{1}{MR}$$

بیش‌ترین اشتغال و دستمزد و در نتیجه بیش‌ترین درآمد نیروی کار در حالت اول (محصول: رقابت کامل / عوامل: رقابت کامل) شکل می‌گیرد و کم‌ترین سطح L و W و درآمد نیروی کار در حالت چهارم (محصول: انحصار فروش / عوامل: انحصار خرید) رخ می‌دهد.

نوع دوم و سوم مابین این دو حالت قرار می‌گیرند و قابل مقایسه با هم نیستند.

- انحصار مضاعف:

- به حالتی گفته می‌شود که در بازار عوامل فقط یک فروشنده و یک خریدار وجود داشته باشد. در این حالت مطابق شکل MRP_L و درآمد نهایی حاصل از تولید خریدار است که در واقع همان تقاضای پیش روی فروشنده است و MR_L درآمد نهایی فروشنده است و W منحنی عرضه پیش روی خریدار است و برابر است با هزینه نهایی فروشنده MFC_L نیز هزینه نهایی نیروی کار خریدار است.
- بنابراین تعادل خریدار در نقطه B با شرط $MRP_L = MFC_L$ در سطح اشتغال L_2 و دستمزد W_2 برقرار می‌شود و تعادل فروشنده در نقطه A با شرط $MR_L = W = MC$ با اشتغال L_1 و دستمزد W_1 برقرار می‌شود. این‌که تعادل کلی در کجا شکل می‌گیرد به قدرت چانه‌زنی طرفین بستگی دارد.



- اما آن‌چه مسلم است این می‌باشد که تعادل در محدوده‌ی $BB'AA'$ و دستمزد بین W_1 و W_2 و اشتغال بین L_1 و L_2 برقرار می‌شود.
- اگر دو انحصارگر فروش و انحصارگر خرید در هم ادغام شوند، نقطه تعادل نقطه E خواهد بود.

جامــع

حاوی تمامی مطالب و نکات لازم
برای کنکور براساس منابع

بانک سوالات

جمع‌آوری سوالات کنکور کاردانی به کارشناسی
کارشناسی ارشد و دکتری به‌صورت فصل‌بندی شده

الگــوریتم

چکیده‌ی تمامی مطالب و نکات لازم
برای کنکور براساس منابع

سوالات تألیفی

تألیف سوالات مشابه کنکور



دریافت نمونه‌ی کتاب به‌صورت رایگان

FREE
DOWNLOAD

www.agkins.com

جامـــع

حاوی تمامی مطالب و نکات لازم
برای کنکور براساس منابع

بانک سوالات

جمع‌آوری سوالات کنکور کاردانی به کارشناسی
کارشناسی ارشد و دکتری به‌صورت فصل‌بندی شده

الگـــوریتم

چکیده‌ی تمامی مطالب و نکات لازم
برای کنکور براساس منابع

سوالات تألیفی

تألیف سوالات مشابه کنکور



دریافت نمونه‌ی کتاب به‌صورت رایگان

FREE
DOWNLOAD

www.agkins.com

شماره تماس با نمایندگی‌های فعال و رسمی

آناهیـد گستـر خـلیـلی

نمایندگی	شماره تماس	نمایندگی	شماره تماس
اراک (آقای حسینی)	09913713750	شیراز (آقای فروردین/ خانم هوشمندی)	09195730152
اردبیل (خانم عاصمی‌زاده)	09199101248	فسا (خانم شعبانی)	09913713742
ارومیه (آقای آرمیون)	09199101241	قزوین (خانم چگینی)	09195730149
اسفراین (خانم اسماعیل‌زاده)	09196321852	کرج (آقای دکتر علیرضاپور)	09197781947
اصفهان (آقای نصری)	09195730150	کاشان (خانم صادق‌پور)	09913713746
ایلام (آقای دکتر بوچانی)	09190980318	کردستان (آقای ابراهیمی)	09195730148
اهواز (آقای امین‌فر)	09195730154	کرمانشاه (آقای ابراهیمی)	09195730148
بیرجند (آقای دکتر بهروان)	09195907203	کهکیلویه (آقای فروردین/ خانم هوشمندی)	09195730152
تبریز (خانم عاصمی‌زاده)	09195730147	گرگان (آقای شاه‌علی)	09199101247
جهرم (آقای یاعلی جهرمی)	09013737896	مراغه (آقای صمدی)	09195733179
خرم‌آباد (خانم میر)	09192705878	مشهد (خانم دکتر شجاعی)	09913713744
زنجان (خانم دکتر هوشیار)	09192705871	میاندوآب (آقای صمدی)	09195733179
ساری (آقای دکتر اکبری)	09197781944	هرمزگان (آقای زارعی)	09195733284
سمنان (آقای دکتر سلمانی)	09913713741	همدان (آقای سوری)	09195730155
شهرکرد (خانم تقی‌پور)	09199101249	یزد (خانم مهندس آزاد)	09199101243

بانک کتاب ناهید

«هر کتابی، از هر انتشاراتی را از ما بخواهید»



- ✓ جامع‌ترین بانک کتاب
- ✓ تحویل روزانه
- ✓ ارسال به تمامی نقاط کشور
- ✓ سفارش کتاب به‌صورت تلفنی و آنلاین

www.NIBS.ir

کتب دانشگاهی، فنی‌و مهندسی، علوم پزشکی، علوم انسانی، عمومی، ادبی، مذهبی، کمک آموزشی، کودک و نوجوان و کتب نفیس

فروشگاه: تهران – خیابان انقلاب- روبه‌روی درب اصلی دانشگاه تهران

پاساژ فروزنده – طبقه همکف – پلاک ۳۳۱

تلفن: ٦٦٤٨٩٣٧٥ – ۰۲۱ – ٦٦٤٨٩٣٤٩ – ۰۲۱