

محتوای نوشتاری

کتاب اقتصاد

سال تحصیلی

۱۳۹۹-۱۴۰۰

فصل دوم

درس پنجم

بازار چیست و چگونه عمل

می کند؟

نام طراح: مظفری

عنوان / موضوع:

اهداف یادگیری:

- ۱- آشنایی با بازیگران عرصه ی اقتصاد ۲- چرخه ی فعالیت های اقتصادی را درک کند
- ۳- درک مفهوم بازار ۴- آشنایی با مفهوم تقاضا و عرضه و چگونگی رسم منحنی های عرضه و تقاضا
- ۵- چگونگی تعادل در بازار را درک میکند

انتظارات پس از مطالعه:

- بازیگرهای صحنه اقتصاد را می شناسد.
- ارتباط میان فروشندگان و خریداران در اقتصاد چیست.
- می داند ارتباط بین خانوارها و بنگاه ها در اقتصاد چگونه است.
- مقدار و قیمت تعادلی در بازار را محاسبه کند.
- محاسبه مقدار و قیمت تعادلی در بازار

نکات مهم درس:

بازیگران مهم اقتصاد ((بنگاه، خانوار)) - قانون تقاضا - عوامل مؤثر بر تقاضا - منحنی تقاضا - عرضه - چیست و عوامل مؤثر بر عرضه و منحنی عرضه - تعادل در بازار - قیمت و مقدار تعادلی

توضیح خلاصه:

دو گروه از مهمترین تصمیم گیرندگان و بازیگران در اقتصاد:

- ۱- خانوارها
- ۲- بنگاه ها

۱- خانوارها:

خانوارها در دو حالت در اقتصاد مشارکت می کنند:

* خانوارها زمین نیروی کار سرمایه و کارآفرینی را برای تولید کالاها و خدمات ارائه می کنند (صاحب و مالک عوامل تولید)

* خانوارها کالاها و خدمات مورد نیاز را از بنگاه ها خریداری می کنند (خریدار محصولات بنگاهها هستند).

۲_ بنگاهها

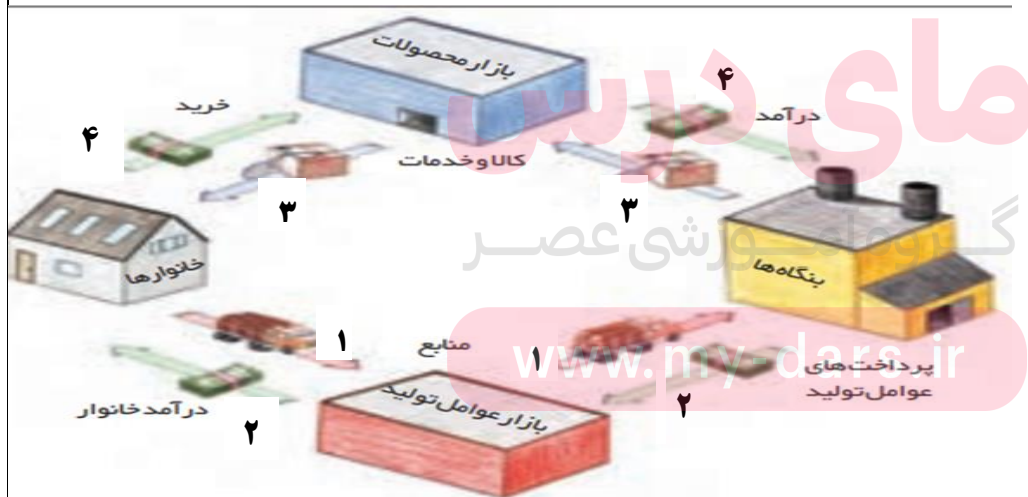
بنگاه در اقتصاد همان چیزی است که مردم معمولاً آن را با عنوان کسب و کار می شناسند. شامل: مزارع کشاورزی، فروشگاهها کسب و کارهای خویش فرما مثل پیرایشگری، نقشه کشی و معماری ساختمان یا شرکت ها و کارگاهها و کارخانه های تولیدی می شود.

بنگاهها به دو صورت در اقتصاد نقش دارند:

کالا یا خدمات مورد نیاز خانوارها را تولید کرده و کسب درآمد می کنند

عوامل تولید را از خانوارها می خرد یا اجاره می کند

جریان چرخشی ساده



مسیر شماره (۱)

جهت فلش از سمت خانوار به طرف بنگاه است) یعنی بنگاهها، عوامل تولید مثل زمین سرمایه، نیروی کار را از خانوارها می گیرند

مسیر شماره (۲)

در مقابل بکارگیری عوامل تولید، بنگاهها به خانوارها پول میدهند یعنی به خانوارها برای بکارگیری (منابع طبیعی) اجاره یا قیمت آن را میپردازد و برای بکارگیری سرمایه بهره یا سود آن را به خانواده ها پرداخت کرده و یا برای بکارگیری نیروی انسانی مزد یا حقوق پرداخت می کنند. (از یک سود درآمد برای خانوارها محسوب میشود و از طرفی هزینه ای برای بنگاهها دارد برای بکارگرفتن عوامل تولید)

مسیر شماره (۳)

(جهت فلش از سمت بنگاه به خانوارها) یعنی بنگاهها کالا و خدمات مورد نیاز خانوارها را تولید و عرضه می کنند تا مورد استفاده ی خانوار ها قرار بگیرد.

مسیر شماره (۴)

پولی را که خانوارها در مقابل عوامل تولید گرفته اند(درآمد) حالا باید صرف خرید کالا و خدمات مورد نیاز خود از بنگاهها کنند (درآمدی برای بنگاهها و هزینه برای خانوارهاست).

بازار

بازار چیست؟ به مجموعه خریداران (تقاضا یا خانوارها) و فروشندگان (عرضه کنندگان یا بنگاهها) در هر جایی بازار گفته می شود.

*اما در اقتصاد بازار لزوماً مکان خاصی نیست،

* بازار به ارتباط مجموعه خریداران و فروشندگان کالا و خدمات وبه هر جایی اطلاق می شود.

*منظور همان ارتباط بین خریداران و فروشندگان است که به دو صورت حضور و غیرحضور می باشد

غیر حضور و مجازی مثل زمانی که با تلفن و از پشت میز کالا یا خدمتی را سفارش می دهید یا خرید اینترنتی می کنید.

پس در واقع بازار دو بخش دارد:

الف) خریداران، منظور از خریداران همان خانوارها است که مصرف کننده کالا و خدمات هستند و تقاضاکننده هم نامیده میشود.

ب) فروشندگان، منظور از فروشندگان همان بنگاه ها است که تولید کننده کالا و خدمات هستند و عرضه کننده هم نامیده میشوند

خریداران یا تقاضاکنندگان و فرآیند تصمیم گیری آنها

خریداران، خانوارهایی هستند که کالا یا خدمات را می خردند؛ یعنی تقاضا می کنند و با مشاهده تغییر در شرایط بازار عکس العمل نشان داده و متناسب باتغییرات ایجاد شده تصمیمات متفاوتی را می گیرند.

عوامل مؤثر بر تصمیم مصرف کنندگان در مورد خرید کالا: www.maydars.com

۱- **قیمت کالا** (مهمترین عامل) ۲- در آمد ۳- قیمت سایر کالاها ۴- سلیقه، مد ۵- انتظارات آینده

۱- قیمت کالا:

همانطور که در نمودار می بینید که در پایین ترین قیمت یعنی صفر، یعنی وقتی کالا مجانی است مقدار تقاضا به بالاترین حد خود یعنی ۱۶ می رسد و هر چه قیمت بیشتر می شود مثلاً ۱۰۰۰ تقاضا برای بستنی(کالا) کمتر شده (۱۱ عدد) تا جایی که در قیمت ۳۰۰۰ تومان، یعنی وقتی قیمت در بیشترین حالت است و کالا گران است، هیچ تقاضایی برای آن وجود ندارد.

پس می توان گفت بین مقدار تقاضا ی یک کالا و قیمت آن رابطه عکس وجود دارد: یعنی



پس با افزایش قیمت مقدار تقاضا کاهش و با کاهش قیمت میزان تقاضا افزایش می یابد به این رابطه قانون تقاضا میگویند.



برای ترسیم این منحنی ابتدا یک دستگاه مختصات رسم کرده و اعداد جدول را از کوچک به بزرگ روی محورهای مینویسیم. دقت شود محور افقی فقط اعداد مربوط به مقدار کالا و محور عمودی فقط اعداد مربوط به قیمت نوشته شود اگر مختصات اعداد هر ردیف در جدول را بر روی دستگاه مختصات مشخص کنیم نقاطی را ایجاد می کنند از اتصال تمام نقاط ایجاد شده روی دستگاه منحنی تقاضا بدست می آید که با D نشان می دهیم.

ردیف	قیمت بستنی	تقاضای بستنی
A	۰	۱۶
B	۵۰۰	۱۴
C	۱۰۰۰	۱۱
D	۱۵۰۰	۸
E	۲۰۰۰	۵
F	۲۵۰۰	۲
G	۳۰۰۰	۰

قیمت را با p مخفف price
 و مقدار را با Q مخفف Quantity
 تقاضا را با D مخفف Demand
 نمایش می دهند.

۲- درآمد:

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؟

کالا به صورت مستقیم با درآمد ارتباط دارد؛ افزایش در درآمد سبب افزایش در مقدار تقاضا می شود و کاهش در درآمد سبب کاهش در تقاضا می شود. (کالای عادی)

البته با افزایش در آمد، مصرف و تقاضای هر کالایی افزایش نمی یابد

بعضی کالاها هستند که، کالای پست نامیده می شود یعنی:

کالایی که با افزایش درآمد، تقاضا و مصرف آن کاهش می یابد. (درآمد و تقاضا رابطه ای عکس با هم دارند) مثال: خانواده ای را در نظر بگیرید که درآمد بسیار ناچیزی دارد. این خانواده مجبور است با درآمد کمی که دارد از برنج نامرغوب مصرف کند. اگر درآمد خانواده افزایش یابد یعنی دو برابر شود دیگر مجبور نیست برنج نامرغوب استفاده کند و به جای آن برنج باکیفیت تری می خرد. پس تقاضای او برای برنج نامرغوب، کاهش می یابد زیرا درآمدشان افزایش یافته پس برنج نامرغوب در این حالت کالایی پست محسوب می شود.

کالای معمولی:

با افزایش درآمد تقاضا برای کالای معمولی افزایش و منحنی تقاضا به سمت راست منتقل می شود

و با کاهش درآمد تقاضا برای کالای معمولی کاهش یافته و منحنی تقاضا به سمت چپ منتقل می شود.

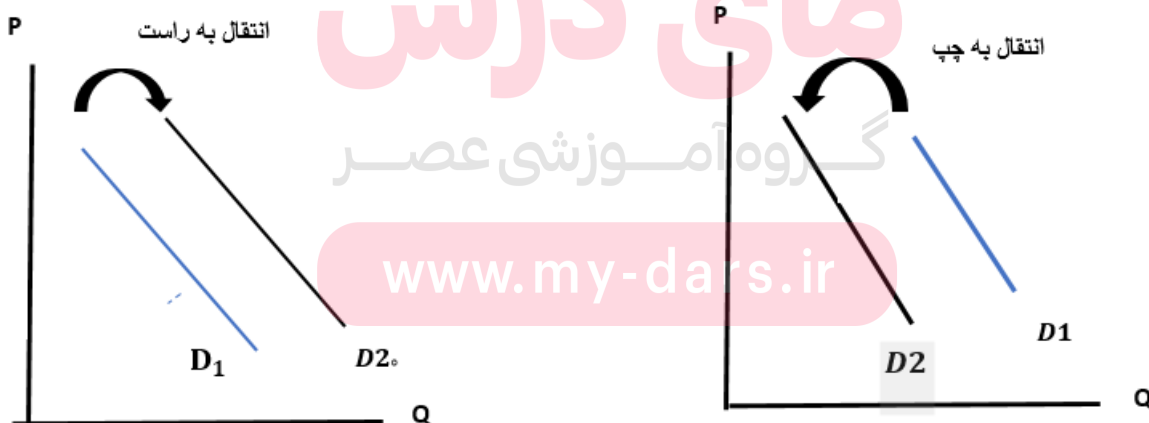
رابطه ی مستقیم بین درآمد و تقاضا در کالای معمولی وجود دارد

کالای پست:

با افزایش درآمد تقاضا برای کالای پست کاهش و منحنی تقاضا به سمت چپ منتقل می شود.

و با کاهش درآمد تقاضا برای کالای پست افزایش یافته و منحنی تقاضا به سمت راست منتقل می شود .

بین درآمد و تقاضا برای کالای پست رابطه ی عکس وجود دارد.



هنگامی که سایر عوامل موثر در تقاضا (سلیقه مصرف کنندگان، قیمت سایر کالاها، درآمد و ...) تغییر کند منحنی تقاضا جابجا می شود .

کالای مکمل:

کالاهای مکمل به کالاهایی گفته می شود که کامل کننده ی هم و همراه با هم مصرف می شوند مثل قند و چای، مسواک و خمیر دندان بنزین و خودرو پس با افزایش قیمت کالاهای مکمل، باعث کاهش میزان تقاضا برای کالای دیگر می شود و بالعکس

کالای جانشین:

کالاهایی هستند که با تغییرات قیمت می توانند جایگزین یکدیگر شوند. مثل گوشت سفید و گوشت قرمز اگر قیمت گوشت قرمز افزایش یابد تقاضا برای گوشت سفید زیاد می شود و منحنی تقاضا برای گوشت سفید به سمت راست منتقل می شود و برعکس

سلیقه:

سلیقه در طول زمان تغییر می کند. اگر تغییر سلیقه با افزایش مصرف یک کالا همراه باشد منحنی تقاضا به سمت راست و اگر تغییر سلیقه در جهت کاهش مصرف یک کالا باشد منحنی تقاضا به سمت چپ منتقل می شود. مثلا چیزهایی که مد میشوند حتی بدون تغییر قیمت، مقدار تقاضای آنها بیشتر می شود

انتظارات:

اگر مردم انتظار افزایش قیمت ها را در آینده داشته باشند، پس امروز تصمیم میگیرند و اقدام به تقاضا می کنند و یا درباره ی خرید آن تصمیم می گیرند (مثلا پیش بینی می کنند و انتظار دارند روغن یا برنج گران میشود پس الان شروع به خریدن میکنند) پس این انتظار برای افزایش قیمت ها، منحنی تقاضا را به سمت راست منتقل می کند و برعکس

قیمت به عنوان ابزاری برای مدیریت مصرف:

اگر سیاست گذاران یک کشور تصمیم بگیرند که مصرف یک کالای خاص - مثل سیگار - توسط مردم کمتر شود از دو راه می توانند این تقاضا را کاهش دهند:

- ۱- آگاه سازی مردم به زیان های کشیدن سیگار.
- ۲- با بالا بردن قیمت کالا از طریق وضع مالیات بر سیگار (وقتی مالیات برای خرید یک کالا افزایش میابد قیمت آن افزایش یافته پس مردم کم تر آن کالا را تقاضا و مصرف می کنند.

فروشنندگان یا عرضه کنندگان و فرایند تصمیم گیری آنها

سمت دیگر بازار ، فروشنندگان هستند که همان بنگاه های ارائه کننده کالا یا خدمات و نیز عوامل فروش آنها هستند و نقش عرضه کننده رادر بازار برعهده دارند.

بین قیمت یک کالا و مقدار عرضه آن، رابطه مستقیم وجود دارد؛ یعنی با افزایش قیمت، مقدار عرضه نیز افزایش می یابد (چرا که تولید کننده به دنبال سود بیشتر است) و برعکس.

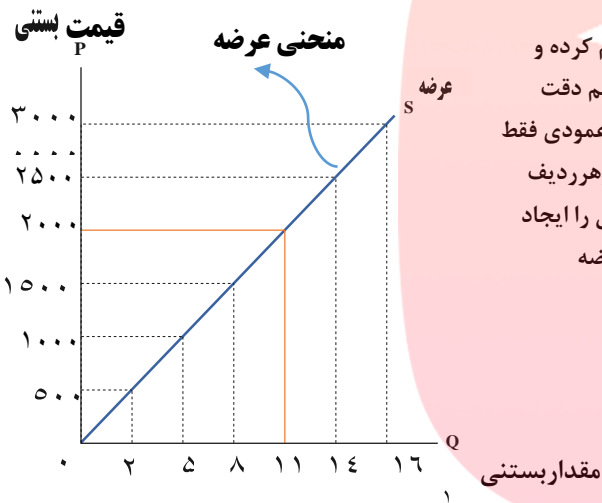
واکنش تولید کنندگان در برابر تغییرات قیمت :

۱- با افزایش قیمت یک کالا مقدار عرضه آن کالا افزایش می یابد. (چرا که در این حالت تولید کننده سود بیشتری را کسب میکند)

۲- با کاهش قیمت یک کالا مقدار عرضه آن کالا نیز کاهش می یابد.

به رابطه مستقیم بین قیمت و مقدار عرضه، «قانون عرضه» گفته می شود یعنی با افزایش قیمت مقدار عرضه بیشتر می شود و برعکس

ترسیم منحنی عرضه:



برای ترسیم این منحنی ابتدا یک دستگاه مختصات رسم کرده و اعداد جدول را از کوچک به بزرگ روی محورهای مینویسیم دقت شود محور افقی فقط اعداد مربوط به مقدار کالا و محور عمودی فقط اعداد مربوط به قیمت نوشته شود اگر مختصات اعداد در هر ردیف از جدول را بر روی دستگاه مختصات مشخص کنیم نقاطی را ایجاد میکند از اتصال نقاط ایجاد شده روی دستگاه منحنی عرضه بدست می آید که با S نشان می دهند

ردیف	قیمت بستنی	تقاضای بستنی
A	۰	۰
B	۵۰۰	۲
C	۱۰۰۰	۵
D	۱۵۰۰	۸
E	۲۰۰۰	۱۱
F	۲۵۰۰	۱۴
G	۳۰۰۰	۱۶

منحنی عرضه را با S نشان میدهند مخفف کلمه ی SUPPLY

در قیمت صفر کمترین قیمت، مقدار عرضه صفر میشود و هیچ کالایی تولید نمی شود (چون تولید کننده به دنبال سود است) و در قیمت ۱۰۰۰ مقدار عرضه کالا ۵ می شود در قیمت ۲۵۰۰ مقدار کالای تولیدی ۱۴ عدد میباشد و در بالاترین قیمت یعنی ۳۰۰۰ بیشترین تولید خود را تولید کننده دارد یعنی ۱۶ عدد

نکته: با افزایش قیمت عرضه بیشتر و با کاهش قیمت عرضه کاهش می یابد یعنی منحنی عرضه صعودی است

** هزینه های تولید (قیمت عوامل تولید)

رابطه بین هزینه های تولید کالا یا خدمات و عرضه بنگاه، یک رابطه عکس است

اگر هزینه های تولید افزایش یابد ← عرضه بنگاه کاهش می یابد.

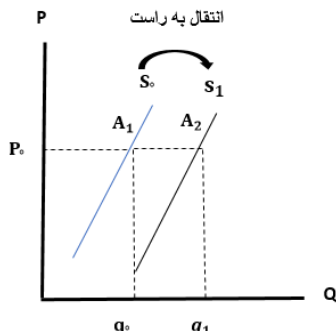
اگر هزینه های تولید کاهش یابد ← عرضه بنگاه افزایش می یابد

پس رابطه ی بین هزینه های تولید و عرضه ی تولید، رابطه ای معکوس است

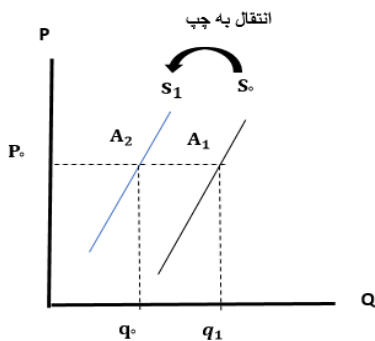
* اگر قیمت شیر که ماده اولیه و مهم تولید بستنی است گران شود تولید کننده بستنی کمتر تولید میکند زیرا هزینه تمام شده برای تولید بستنی بیشتر شده و برعکس اگر ماده اولیه بستنی ارزان شود دلیل کاهش هزینه ی تولید تولید کننده بیشتر تولید می کند

* اگر در تکنولوژی به کار گرفته شده در تولید، تغییراتی ایجاد شود (مثلا دستگاهی اختراع بشود که بتواند با تعداد کارگر کمتر و با سرعت بیشتر بستنی تولید کند) عرضه و تولید بنگاه بیشتر می شود. زیرا این تغییرات باعث کاهش هزینه های تولید می شود،

نکته - ابداعات و اختراعات باعث کاهش هزینه های تولید می شود، پس مقدار تولید و عرضه افزایش می یابد.

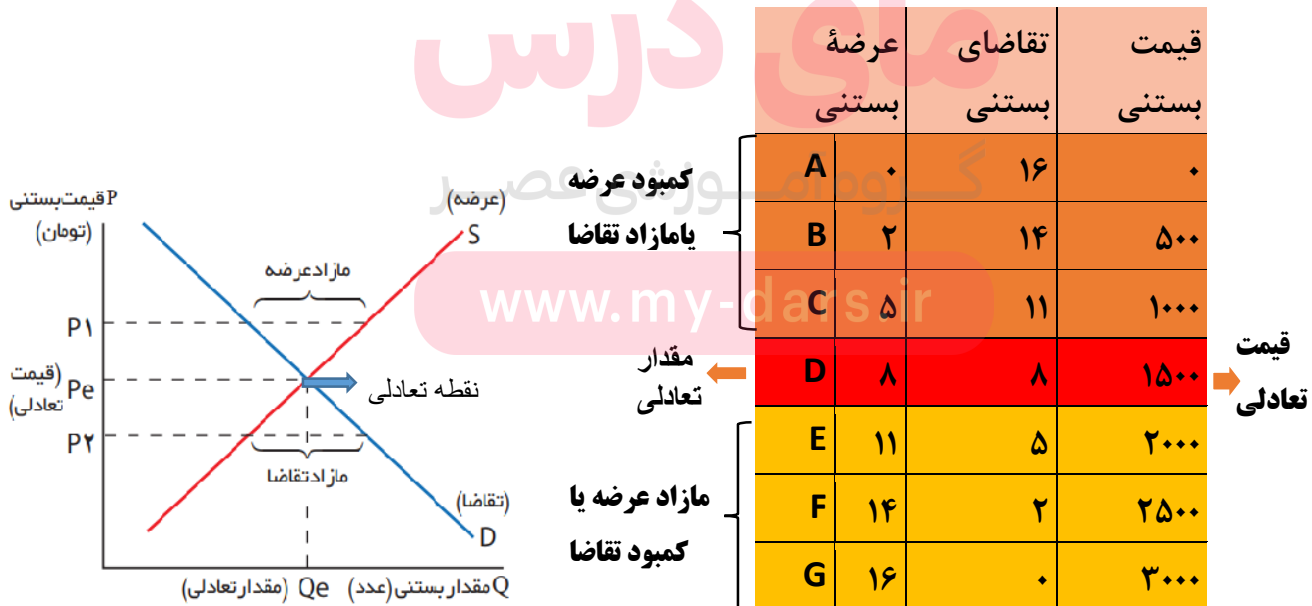


اگر هزینه های تولید کاهش یابد، منحنی عرضه کالا به سمت راست منتقل میشود (عرضه زیاد می شود)



اگر هزینه های تولید افزایش یابد، منحنی عرضه کالا به سمت چپ منتقل می شود

تعادل در بازار



تعادل:

رفتار عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان در بازار در مقابل هم صورت می گیرد و باید با هم هماهنگ باشد .

اگر مقدار کالایی که تولیدکنندگان تولید کرده اند برابر با مقدار کالایی باشد که مصرف کنندگان تقاضا می کنند. بازار در وضعیت تعادلی قرار دارد (ردیف D) یعنی هیچ یک از تقاضاکنندگان بدون کالا نمی مانند و هیچ یک از تولید کنندگان کالایی در انبار ندارند و همه فروش رفته است که در این حالت تولید کننده حداکثر سود را

کسب میکند

در بازار در دو حالت عدم تعادل اتفاق می افتد:

۲- افزایش قیمت از سطح قیمت تعادلی

۱- کاهش قیمت از سطح قیمت تعادلی

۱- عدم تعادل در بازار به دلیل کاهش قیمت:

در بعضی مواقع این حالت تعادلی در بازار بهم میخورد مثلا قیمت از سطح تعادلی کمتر شده پس به علت پایین آمدن قیمت کالا، (طبق قوانین عرضه و تقاضا) تقاضا برای کالا زیاد می شود و عرضه ی کالا کم شده پس همه مصرف کنندگان به دلیل کمبود کالا موفق به خرید نمی شوند یعنی در واقع با کاهش قیمت مازاد تقاضا و کمبود عرضه را در بازار داریم (ردیف های A، B، C)

در قیمت پایین تر از قیمت تعادلی با کمبود عرضه یا مازاد تقاضا عدم تعادل اتفاق می افتد. پس

برای رسیدن بازار به تعادل در شرایط کمبود عرضه یا مازاد تقاضا باید افزایش قیمت کالا صورت بگیرد:

چون به همه کالا نرسیده پس تقاضا کنندگان برای بدست آوردن کالا با یکدیگر رقابت کرده و در نتیجه کالا را با قیمت بالاتر تقاضا می کنند (پس افزایش قیمت صورت میگیرد)

با افزایش قیمت کالا، از یک سو تقاضا برای خرید کالا کم شده و از طرفی عرضه کنندگان با افزایش قیمت تولید خود را بیشتر کرده تا جایی که فاصله بین عرضه و تقاضا کم شود و بازار دوباره به تعادل برسد.

۲- عدم تعادل در بازار به دلیل افزایش قیمت:

زمانی که افزایش قیمت صورت بگیرد تولید کنندگان اقدام به تولید کالای بیشتر میکنند از طرفی تقاضا کنندگان به دلیل این افزایش قیمت کالای کمتری در خواست و تقاضا می کنند پس تقاضا > عرضه

در نتیجه تولید کنندگان موفق به فروش مقدار اضافی کالاهای تولیدی خود نخواهند شد؛ پس میتوان گفت در بازار مازاد عرضه وجود دارد و همچنین چون تقاضا برای خرید کالای تولیدی کم شده پس با کمبود تقاضا در بازار هم رو

به رو هستیم. در قیمت بالای قیمت تعادلی کمبود تقاضا یا مازاد عرضه است (تقاطع E، F، G) پس

برای رسیدن به تعادل در شرایط مازاد عرضه یا کمبود تقاضا باید کاهش قیمت کالا بصورت بگیرد:

(طبق قانون عرضه و تقاضا) با کاهش قیمت کالا توسط تولید کنندگان، از یک سو مصرف کنندگان به تقاضای

بیشتر برای خرید کالا ترغیب شده و تولید کنندگان می توانند مقدار اضافی تولید خود را به فروش برسانند و از طرفی با کاهش قیمت تولید کننده به دلیل سود کم تولید خود را کاهش داده این کاهش قیمت تا جایی ادامه می

یابد که فاصله بین عرضه و تقاضا از بین برود و دوباره بازار به سطح تعادل برسد

بیشتر بدانیم:

انواع بازارها:

۳- حراجی (الف - مزایده ب - مناقصه)

۲- انحصاری

۱- رقابتی

بازار رقابتی:

*در این بازار، تعداد فروشندگان و خریداران به قدری زیاد است که حضور و رفتار هر یک از عرضه کنندگان و تقاضاکنندگان به نسبت کل بازار بسیار کوچک است

*هیچ یک از طرفین به تنهایی در شکل گیری قیمت تأثیرگذار و به عبارت دیگر «قیمت گذار» نیستند. مانند بازار محصولاتی چون ماکارونی و رب گوجه، انواع شوینده ها و... که معمولاً بازار رقابتی است.

بازار انحصاری:

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. (انحصار یا در خرید است یا در فروش)

مثلاً شرکت توانیر در کشور ما، به دلیل طبیعی و شرکت های خودرویی به دلایل قانونی، انحصارگر در فروش کالای خود به شمار می روند (فروشنده یا تولید کننده منحصر به فرد است)

شرکت پخش و پالایش فراورده های نفتی از یک سو تنها خریدار (انحصارگر در خرید) و از سویی دیگر تنها فروشنده ی محصولات خود هستند (انحصارگر در فروش)

انحصارگر، قیمت گذار است و خریداران در بازار انحصاری قیمت پذیرند.

انحصارگر غیرقانونی معمولاً با افزایش قیمت خود به مشتریان و رفاه جامعه ضرر می زند؛ بنابراین دولت باید مانع شکل گیری آن و تبانی برخی از تولیدکنندگان شود.

اما انحصار طبیعی و قانونی مشروط به مواظبت و مقررات گذاری صحیح می تواند برای مصرف کننده سودمند باشد.

برخی دیگر از انواع بازارها را هم می توان در قالب حراجی ها دید که به دو صورت مزایده و مناقصه مشاهده می شود.

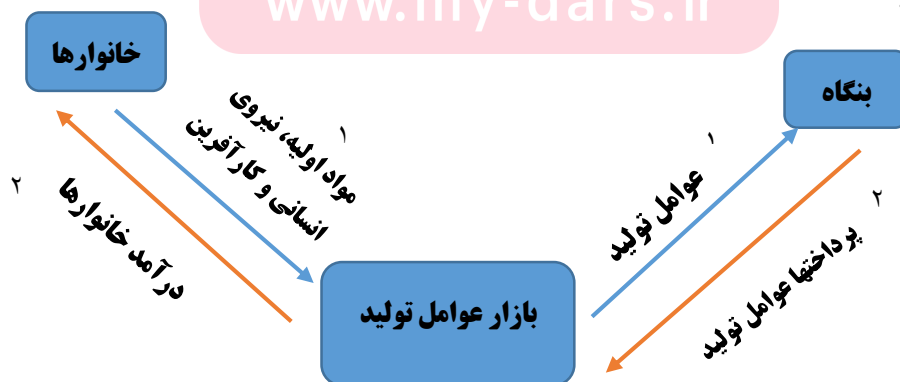
۱- فروشندگان آثار هنری در نمایشگاه ها و حراجی ها، مزایده برگزار میکنند

۲- خریداران عمده کالا و خدمات (خرید دولتی) مناقصه برگزار می کنند.

فعالیت های گروهی ۴۹ صفحه:

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 پیکان ها یادداشت کنید و

جدول زیر را کامل کنید.



مسیر شماره (۱)

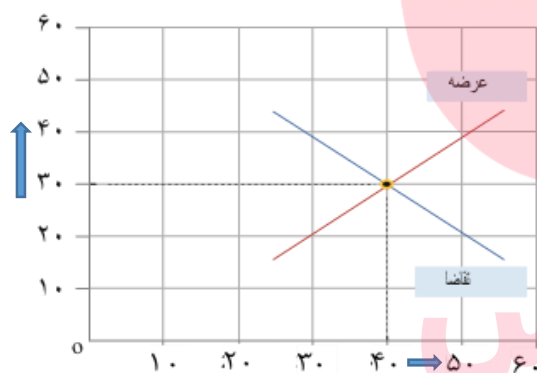
(جهت فلش آبی رنگ که از سمت خانوار به طرف بنگاه است) یعنی بنگاهها، عوامل تولید مثل زمین سرمایه، نیروی کار را از خانوارها می گیرند

مسیر شماره (۲) (فلش قرمز)

برای بکارگیری عوامل تولید، بنگاهها به خانوارها پول پرداخت می کنند یعنی به خانوارها برای بکار گیری (منابع طبیعی) اجاره یا قیمت آن را میپردازد و برای بکارگیری سرمایه بهره یا سود آن را به خانواده ها پرداخت کرده و یا برای بکارگیری نیروی انسانی مزد یا حقوق پرداخت می کنند. (از یک طرف درآمد برای خانوارها محسوب میشود به دلیل گرفتن پول و از طرفی هزینه ای برای بنگاههاست بدلیل پرداخت پول به خانواده)

ردیف	عنوان	علت
۱	دستمزد	دریافتی خانواده بابت فروش نیروی کار
۲	اجاره	دریافتی خانوارها بابت اجاره یا خرید محل کسب و کار
۳	سود	دریافتی خانوار بابت سرمایه گذاری در بنگاهها

قیمت (به هزار تومان)



برای تفکر و تمرین، صفحه ۵۵:

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

اخیراً هزینه های تولید افزایش یافته و مسئولان کارگاه مجبور شده اند، قیمت محصول را ۴۰۰۰۰ تومان تعیین کنند. در قیمت ۴۰۰۰۰

تومان تحلیل کنید که چه شرایطی پیش می آید 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؟

در قیمت تعادلی ۳۰،۰۰۰ مقدار عرضه و تقاضا برای کود زیستی با هم برابر است یعنی ۴۰،۰۰۰ کیلو نه کمبود و نه مازاد کود وجود دارد

اما با افزایش قیمت کود (از ۳۰ هزار به ۴۰ هزار) مقدار عرضه افزایش یعنی ۴۰ ← ۵۰ کیلو گرم و مقدار تقاضا کاهش یعنی ۴۰ ← ۳۰ کیلو گرم

یعنی تولید کود زیستی ۲۰ کیلو مازاد بر تقاضا می باشد چرا که از ۵۰ کیلو تولید فقط برای ۳۰ کیلو آن مشتری وجود دارد (۵۰-۳۰=۲۰)

حال باید آقای محمدی این ۲۰ کیلو کود اضافی را در هر صورت بفروشد چرا که هزینه های نگهداری هم اضافه شده و سود کمتری برایش می ماند پس برای فروش این مقدار باید قیمت کود را کاهش دهد تا مصرف کنندگان بتوانند بخرند و از طرفی با کاهش قیمت، عرضه و تولید کم می شود و تاجایی این روند ادامه می یابد که دوباره بازار به تعادل برسد.

تحلیل کنید

خریداران و فروشندگان در بازار چگونه با یکدیگر تعامل می کنند؟

خریداران که خانوارها هستند کالا و خدمات مورد نیاز خود را از بنگاههای تولیدی خریداری می کنند و بنگاهها منابع مورد نیاز خود برای تولید را از خانوارها اجاره یا خریداری میکنند و با یکدیگر این گونه تعامل می کنند.

قیمت تعادلی چیست و اگر عرضه یا تقاضا بیش از قیمت تعادلی باشد چه روی می دهد؟

سطحی از قیمت که مقدار عرضه و تقاضا با هم برابر هستند و مازاد یا کمبود عرضه یا تقاضا نداشته باشیم اگر عرضه بیشتر از قیمت تعادلی باشد با مازاد روبه رو میشود و تقاضا به دلیل این افزایش قیمت با کمبود مواجه می شود.

بازار چیست و چگونه مقدار و قیمت تعادلی در آن مشخص می شود؟

به مجموعه ی خریداران و فروشندگان چیزی در هر جای ممکن اطلاق می شود. مبادلات در بازار ممکن است حضوری و یا مجازی باشد رفتار اقتصادی عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان در بازار در مقابل هم صورت می گیرد و با هم هماهنگ هستند، که عامل هماهنگی، قیمت کالا می باشد.

هر سطحی از قیمت که مقدار عرضه شده از یک کالا با مقدار تقاضا شده از همان کالا با یکدیگر برابر باشند، قیمت تعادلی گفته میشود و به مقادیر برابر در عرضه و تقاضا مقدار تعادلی گفته می شود. (که تنها در قیمت تعادلی این حالت وجود دارد)

مای درس

گروه آموزشی عصر

www.my-dars.ir