

چاپ هشتم



پوران پبلیشرز

کتاب ارشد

مجموعه علوم اقتصادی

اقتصاد خرد

مؤلف :

دکتر محسن نظری

هیئت علمی دانشگاه

بهار ۱۳۸۸

سرشناسه	: نظری، محسن، ۱۳۴۲ -
عنوان و پدیدآور	: اقتصاد خرد / تألیف محسن نظری
مشخصات نشر	: تهران: پوران پژوهش، ۱۳۸۷.
مشخصات ظاهری	: ۵۱۲ ص.
فروست	: مجموعه علوم اقتصادی، سری کتاب ارشد
شابک	: 978-964-2547-61-6
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: چاپ هفتم.
موضوع	: اقتصاد خرد -- آزمونها و تمرینها (عالی).
موضوع	: اقتصاد خرد -- راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	: دانشگاه
موضوع	: آزمون دوره‌های تحصیلات تکمیلی.
رده	: LB
رده	
شماره کتابخانه ملی	: ۱۳۲۱۳۰۹

انتشارات پوران پژوهش

نام کتاب:	اقتصاد خرد
تألیف:	محسن نظری
ناشر:	پوران پژوهش
حروفچینی:	پوران پژوهش
چاپ:	عماد
صحافی:	سیدالشهدا
شمارگان:	۴۰۰۰ نسخه
نوبت چاپ:	هشتم - بهار ۱۳۸۸
قیمت:	۸۳۰۰۰ ریال
شابک:	۹۷۸-۹۶۴-۲۵۴۷-۶۱-۶
	ISBN: 978-964-2547-61-6

دفتر مرکزی: میدان انقلاب - ابتدای کارگر جنوبی - کوچه مهدیزاده - پلاک ۷ تلفن: ۶۶۹۲۷۰۴۰

بسمه تعالی

مقدمه ناشر

نگاهی به تعداد داوطلبان آزمون کارشناسی ارشد نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر تقاضا برای ادامه تحصیل در دوره‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به طور چشمگیری افزایش یافته است.

مشکل اساسی اغلب داوطلبان، تعدد و تنوع منابع درسی و عدم دسترسی به منابع درسی مناسب و نمونه سؤالات مناسب برای تمرین و درک بیشتر مفاهیم است.

مؤسسه فرهنگی انتشاراتی پوران پژوهش با بیش از ۱۲ سال سابقه در جهت رفع نیازهای اساسی داوطلبان اقدام به آماده‌سازی و چاپ سه مجموعه متفاوت با سه هدف متفاوت کرده است. مجموعه اول تحت عنوان کتاب ارشد که تاکنون منتشر شده است. در این مجموعه پس از ارائه کامل شرح دروس در هر فصل سؤالات تفکیک شده کنکورهای ۱۵ سال اخیر ارائه شده و به صورت تشریحی پاسخ داده شده است. این مجموعه به دلیل ارائه کامل شرح درس، قابل استفاده دانشجویان سال‌های پایین‌تر نیز می‌باشد و می‌تواند به عنوان مرجع درسی بسیار مناسبی برای دانشجویان و اساتید محترم دانشگاه‌ها مورد استفاده قرار گیرد.

کتاب ارشد که برای کمک به داوطلبان و جلوگیری از پراکنده خوانی آنها تدوین شده است اولین بار در مهرماه سال ۸۰ در غالب پانزده عنوان در اختیار متقاضیان قرار گرفت و تاکنون به بیش از ۱۲۰ عنوان رسیده است. مجموعه دوم که با عنوان اطلس جامع ارشد در اختیار داوطلبان قرار گرفته است شامل ارائه سؤالات چند سال اخیر (غالباً ۵ یا ۶ سال) کنکور سراسری کارشناسی ارشد با پاسخ‌کاملاً تشریحی به همراه اطلاعاتی جامع و مفید از منابع آزمون و آمار متقاضیان و کارنامه‌های آنان در سال‌های اخیر است. این کتاب‌ها به نحوی تدوین شده که برای هر کد رشته امتحانی یک کتاب تالیف شده است. این مجموعه نیز برای اولین بار در بهار ۱۳۸۶ در چهار رشته دانشگاهی به بازار عرضه شد و قرار است به لطف خداوند در همه رشته‌های دانشگاهی چاپ و عرضه شود. مجموعه سوم با عنوان بانک تست ارشد کتابی شامل سؤالات تالیفی در دروس پایه و اساسی هر رشته است که به صورت طبقه‌بندی شده و با پاسخ‌کاملاً تشریحی ارائه شده است. هدف از تهیه مجموعه سوم این است که دانشجو با دیدن تست‌های تالیفی متنوع و ناب و حل‌کاملاً تشریحی آنها درک و تسلط کافی به دروس پایه و اساسی رشته امتحانی خود حاصل کند.

تحلیل آماری سؤال‌های اقتصاد خرد آزمون کارشناسی ارشد رشته اقتصاد (کلیه گرایشها) در آزمون ورودی دانشگاه‌های دولتی ۸۸-۱۳۷۰

درصد	جمع	سال																			
		۸۸	۸۷	۸۶	۸۵	۸۴	۸۳	۸۲	۸۱	۸۰	۷۹	۷۸	۷۷	۷۶	۷۵	۷۴	۷۳	۷۲	۷۱	۷۰	
۷/۴	۲۷	۳	۱	۲	۲	۲	۴	۱	۲	۳	۱	۳	۲	۱	۱	۴	۲	۲	۲	۴	۱-تقاضا-عرضه-تعادل
۱۱/۲	۴۱	۲	۳	۲	۳	۱	۲	۲	۴	۱	۳	۱	۳	۴	۲	۴	۳	۴	۸	۴	۲-کشش
۲۲/۸	۸۳	۲	۴	۶	۶	۸	۶	۶	۶	۱۰	۸	۸	۹	۷	۹	۸	۱۱	۶	۶	۷	۳-نظریه رفتار مصرف کننده
۱۲/۹	۴۷	۳	۳	۳	۵	۴	۳	۵	۵	۵	۲	۱	۳	۷	۴	۶	۷	۲	۴	۷	۴-نظریه رفتار تولید کننده
۷/۴	۲۷	۳	۳	۲	۲	۲	-	۲	۵	۲	۴	۴	۶	۲	۴	۳	۷	۳	۷	۵	۵-مزینه
۱۱	۴۰	۳	۱	۶	۲	۴	۴	۲	۳	-	۴	۳	۳	۱	۴	۵	۴	۳	۳	۶	۶-بازار رقابت کامل
۱۴/۶	۵۳	۵	۳	۵	۵	۵	۴	۷	۲	۵	۲	۷	۳	۳	۴	۸	۳	۴	۴	۴	۷-بازار انحصار کامل
۳/۸	۱۴	۵	۱	۲	۲	۱	۳	۳	۱	۲	۲	-	-	۳	۱	۱	۱	۱	۳	۱	۸-بازار رقابت انحصاری و انحصار چند قطبی
۴/۹	۱۸	۲	۱	۲	۲	۲	۳	۱	۲	۲	۴	۱	-	۱	۱	-	۲	۳	-	۲	۹-بازار عوامل تولید
۴/۱	۱۵	-	-	-	-	۱	۱	-	-	-	-	۲	۱	۱	-	۱	-	۲	۳	-	۱۰-سایر مباحث
۱۰۰	۳۶۳	۳۰	۲۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۴۰	جمع

تحلیل آماری سؤال‌های اقتصاد خرد آزمون کارشناسی ارشد رشته اقتصاد (کلیه گرایشها) در آزمون ورودی دانشگاه‌های آزاد ۸۷-۱۳۷۳

درصد	جمع	سال																		
		۸۷	۸۶	۸۵	۸۴	۸۳	۸۲	۸۱	۸۰	۷۹	۷۸	۷۷	۷۶	۷۵	۷۴	۷۳				
۶/۹	۴۰	۱	۳	۲	۲	۲	۱	۲	۲	-	۵	۱	۱	۱	۱	۱	۱-تقاضا-عرضه-تعادل			
۹/۵	۵۵	۴	۲	۱	۱	۲	۴	۶	۴	۳	۱	۳	۳	۵	-	-	۲-کشش			
۲۲/۹	۱۳۳	۶	۴	۵	۵	۴	۲	۲	۳	۶	۵	۷	۱۷	۸	۷	۷	۳-نظریه رفتار مصرف کننده			
۱۳/۳	۷۷	۴	۲	۴	۳	۵	۴	۶	۱	۲	۲	۲	۵	۱	۳	۳	۴-نظریه رفتار تولید کننده			
۱۱/۲	۶۵	۳	۳	۱	۲	۱	-	۱	۲	۱	۴	۳	۱۰	۱	۲	-	۵-مزینه			
۱۰/۷	۶۲	۵	۳	۱	۲	-	۵	۲	۲	۲	۲	-	۸	۵	۴	۴	۶-بازار رقابت کامل			
۱۳/۵	۷۸	۳	۱	۵	۳	۲	۱	۱	۳	۳	۳	۱	۴	۵	۳	۳	۷-بازار انحصار کامل فروش			
۵/۲	۳۰	۳	۱	-	۱	۲	-	-	۱	۱	۲	-	-	-	-	-	۸-بازار رقابت انحصاری و انحصار چند قطبی			
۵	۲۹	۱	۱	۱	۱	۲	-	-	۱	۱	۱	۲	-	۴	۱	۱	۹-بازار عوامل تولید			
۲/۱	۱۲	-	-	-	-	-	۳	-	۱	۶	۱	۱	-	-	۴	-	۱۰-سایر مباحث			
۱۰۰	۵۸۰	۳۰	۲۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۳۰	۲۵	۲۵	۲۰	۴۸	۳۰	۲۵	۲۵	جمع			

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول - تقاضا، عرضه، تعادل	۱
فصل دوم - کشش	۳۵
فصل سوم - نظریه رفتار مصرف‌کننده	۷۵
فصل چهارم - نظریه رفتار تولیدکننده	۱۶۷
فصل پنجم - هزینه	۲۲۵
فصل ششم - بازار رقابت کامل	۲۶۶
فصل هفتم - بازار انحصار کامل فروش	۳۱۰
فصل هشتم - بازار رقابت انحصاری و انحصار چند قطبی فروش	۳۶۵
فصل نهم - بازار عوامل تولید (قیمت‌گذاری و اشتغال عوامل تولید)	۳۹۰
فصل دهم - سوالات سایر مباحث	۴۱۷
ضمیمه	۴۲۱
کنکورهای آزمایشی	۴۲۸
پاسخ کنکورهای آزمایشی	۴۶۹
پاسخ خودآزمایی‌ها	۴۷۱
سوالات اقتصاد خرد دانشگاه‌های دولتی سال ۱۳۸۵	۴۷۳
سوالات اقتصاد خرد دانشگاه‌های دولتی سال ۱۳۸۶	۴۸۳
سوالات اقتصاد خرد دانشگاه‌های آزاد سال ۱۳۸۶	۴۹۵
سوالات اقتصاد خرد دانشگاه‌های آزاد سال ۱۳۸۷ و ۱۳۸۸	۵۰۲
منابع و مآخذ	۵۲۸

فصل اول

تقاضا، عرضه، تعادل

تقاضا، عرضه، تعادل

برای پاسخگویی به سؤالهای این فصل باید با موضوعات زیر آشنا شوید:

تقاضا: تعریف تقاضا، عوامل مؤثر بر تقاضا، تغییر تقاضا، حالت‌های خاص
عرضه: تعریف عرضه، عوامل مؤثر بر عرضه، تابع عرضه، تغییر عرضه، حالت‌های خاص
تعادل: تعریف تعادل، شرط تعادل، تغییر در نقطه تعادل، اضافه رفاه مصرف‌کننده، اضافه رفاه تولیدکننده، انواع تعادل، قیمت‌های سقف و کف، اثر مالیات بر هر واحد تولید بر تعادل و تعیین سهم تقاضاکننده و عرضه‌کننده از مالیات.

کنون به توضیح هر کدام از موضوعات بالا به صورت نکته می‌پردازیم:

۱- تعریف تقاضا

تقاضا مقدار کالا یا خدمتی است که با توجه به قیمت و سایر عوامل در هر دوره خریداری می‌کنیم. مثلاً در هفته ۲ کیلو سیب خریداری می‌کنیم، بنابراین گفته می‌شود که تقاضای سیب در هفته ۲ کیلو است. باید توجه داشته باشید که «تقاضا» با «نیاز» تفاوت دارد. ما به کالاها و خدمات زیادی نیاز داریم ولی ممکن است تقاضا نکنیم. بعنوان مثال همه ما به یک هلیکوپتر نیاز داریم ولی تقاضا نمی‌کنیم. بعضی نیازهای ما با توجه به قیمت و درآمد و ... تبدیل به تقاضا می‌شود.

۲- عوامل مؤثر 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 X ، P_x قیمت کالای X ، I درآمد، P_y قیمت سایر کالاها، A تبلیغات و E انتظارات نسبت به آینده می‌باشد.

۳- تابع تقاضا

گر در رابطه (۱-۱)، بجز قیمت، بقیه عوامل مؤثر بر تقاضا را ثابت نگه داریم می‌توان نوشت:

$$Q_x^d = f(P_x) \quad (۲-۱)$$

به رابطه (۲-۱)، تابع تقاضا می‌گویند. پس تابع تقاضا، تابعی است که رابطه قیمت و مقدار کالا را با فرض

فصل دوم

کشش

کشش

برای پاسخگویی به سؤالهای این فصل باید با موضوعات زیر آشنا شوید:

کشش قیمتی تقاضا: تعریف، اندازه‌گیری، تقسیم‌بندی کالاها بر اساس این کشش، عوامل مؤثر بر این کشش، رابطه E و P ، MR ، TR

کشش درآمدی تقاضا: تعریف، اندازه‌گیری، تقسیم‌بندی کالاها بر اساس این کشش.

کشش قیمتی عرضه: تعریف، اندازه‌گیری، تقسیم‌بندی کالاها بر اساس این کشش

کشش متقاطع: تعریف، اندازه‌گیری، تقسیم‌بندی کالاها بر اساس این کشش

روابط بین کشش‌ها، حد کشش‌ها

کنون به توضیح هر کدام از موضوعات بالا به صورت نکته می‌پردازیم:

۱- تعریف کشش

کشش درصد تغییرات دو متغیر نسبت به یکدیگر می‌باشد. بعنوان مثال کشش X نسبت به Y عبارت است

از: (کشش را معمولاً با حرف E نشان می‌دهند).

$$E_{xy} = \frac{\text{درصد تغییرات } X}{\text{درصد تغییرات } Y} = \frac{\% \Delta X}{\% \Delta Y} = \frac{\frac{\Delta X}{X} \times 100}{\frac{\Delta Y}{Y} \times 100} = \frac{\Delta X}{\Delta Y} \cdot \frac{Y}{X} = \frac{dX}{dY} \cdot \frac{Y}{X} = \frac{d \ln X}{d \ln Y}$$

در اقتصاد، کشش‌های زیادی را می‌توان محاسبه نمود ولی چهار کشش زیر از کشش‌های بسیار مهم در اقتصاد

می‌باشند:

۱- کشش قیمتی تقاضا

۲- کشش درآمدی تقاضا

۳- کشش قیمتی عرضه

۴- کشش متقاطع

کنون به توضیح هر کدام از آنها می‌پردازیم:

کشش قیمتی تقاضا

۲- تعریف کشش قیمتی تقاضا

کشش قیمتی تقاضا، درصد تغییرات مقدار تقاضای کالا، تقسیم بر درصد تغییرات قیمت کالا می‌باشد.

عبارت دیگر این کشش نشان می‌دهد که به ازای یک درصد تغییر در قیمت کالا، تقاضا برای آن چند درصد

فصل سوم

نظریه رفتار مصرف‌کننده

نظریه رفتار مصرف‌کننده

برای پاسخگویی به سؤال‌های این فصل باید با موضوعات زیر آشنا شوید:

سؤال اصلی این فصل

مفهوم مطلوبیت، مطلوبیت کل، مطلوبیت نهایی و رابطه آنها.
منحنی بی‌تفاوتی: تعریف منحنی بی‌تفاوتی، ویژگی‌های منحنی بی‌تفاوتی، حالت‌های مختلف منحنی‌های بی‌تفاوتی.
خط بودجه: تعریف، معادله، انتقال، چرخش و حالت‌های خاص خط بودجه.
تعادل مصرف‌کننده. تغییر در تعادل مصرف‌کننده. منحنی درآمد - مصرف، انگل، قیمت - مصرف، تقاضای عادی، تقاضای جبرانی، اثر جانشینی، اثر درآمدی، اثر کل
کنون به توضیح موضوعات بالا به صورت نکته می‌پردازیم:

۱- سؤال اصلی این فصل

در این فصل می‌خواهیم به این سؤال جواب دهیم که یک مصرف‌کننده بودجه محدود خود را چگونه به کالاهای مختلف تخصیص دهد (یعنی از هر کالا چند واحد خریداری نماید) تا به هدف خود که حداکثر شدن مطلوبیت است، دسترسی پیدا نماید. محدودیت مصرف‌کننده می‌تواند زمان مصرف‌کننده باشد. یعنی مصرف‌کننده زمان محدودی که در اختیار دارد (۲۴ ساعت) را چگونه به فعالیت‌های مختلف (کار، استراحت) تخصیص دهد تا به حداکثر مطلوبیت برسد.

۲- تعریف مطلوبیت

مطلوبیت احساس خشنودی و یا رضایت خاطر است که از مصرف کالاها و خدمات بدست می‌آوریم. هر چند مطلوبیت قابل اندازه‌گیری نمی‌باشد ولی برای درک چند مفهوم فرض می‌کنیم که مطلوبیت قابل اندازه‌گیری است. مقیاس اندازه‌گیری مفاهیم بر دو نوعند یا cardinal (اصلی) هستند یا ordinal (ترتیبی) هستند. مفاهیمی مثل قد، وزن با اعداد اصلی مثل یک، دو و سه قابل اندازه‌گیری هستند و فاصله بین اعداد نیز معنی‌دار می‌باشد ولی مفاهیم ordinal با اعداد ترتیبی مثل اولین، دومین و ... قابل اندازه‌گیری است مثل دوست داشتن. شما می‌توانید ترتیب یا رتبه غذاهای A، B و C را از نظر دوست داشتن بیان کنید، ولی نمی‌توانید بگویید که غذای A را چند واحد دوست دارید، ولی می‌توانید بگویید غذای A را از غذای B بیشتر دوست دارید.

فصل چهارم

نظریه رفتار تولیدکننده

نظریه رفتار تولیدکننده

برای پاسخگویی به سؤالهای این فصل باید با موضوعات زیر آشنا شوید:

سؤال اصلی این فصل

تابع تولید، تولید کل، تولید نهایی و تولید متوسط و رابطه بین آنها
مراحل تولید، کشش عوامل تولید، بازدهی نسبت به مقیاس
منحنی بی تفاوتی تولید، خط هزینه یکسان
تعادل تولیدکننده، تغییر در تعادل تولیدکننده.
کشش جانشینی عوامل تولید و رابطه آن با سهم عوامل تولید.
انواع توابع تولید.
لگنون به توضیح موضوعات بالا به صورت نکته می پردازیم:

۱- سؤال اصلی این فصل

در این فصل به این سؤال می خواهیم جواب دهیم که یک تولیدکننده (بنگاه، سازمان) چگونه بودجه خود را صرف خرید عوامل تولید کند تا حدکثر تولید را بدست بیاورد. بعبارت دیگر چگونه بودجه خود را به استخدام عوامل تولید تخصیص دهد تا به هدف خود که فرض می کنیم حدکثر تولید است، دسترسی یابد. مصرف کننده درآمد خود را صرف خرید کالاها و خدمات می نماید، تا مطلوبیت کسب نماید و تولیدکننده بودجه خود را برای خرید عوامل تولید هزینه می کند تا کالاها و خدمات تولید نماید. به یاد داشته باشید که هدف تولیدکننده در این فصل، حدکثر کردن سود نمی باشد، بلکه حدکثر کردن تولید از پولی است که هزینه می کند و یا حداقل کردن هزینه برای تولید مشخص از محصول می باشد.

۲- تابع تولید

تابع تولید، تابعی است که رابطه بین مقدار عوامل تولید و مقدار محصول تولیدشده را با فرض ثابت بودن سطح تکنولوژی نشان می دهد. فرض می کنیم که عوامل تولید نیروی کار (L) و سرمایه (K) می باشد. اگر مقدار تولید کل را با TP نشان دهیم می توان نوشت:

$$TP = f(L, K)$$

این تابع تولید، تابع تولید با دو نهاد یا عامل تولید متغیر است. اگر مثلاً K را ثابت فرض کنیم، می توان نوشت $TP_L = f(L)$ که تابع تولید با یک عامل متغیر می باشد.

فصل پنجم

هزینه

هزینه

برای پاسخگویی به سؤالهای این فصل باید با موضوعات زیر آشنا شوید:

مفهوم هزینه از نظر اقتصادی
تقسیم‌بندی هزینه‌ها به هزینه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت
انواع هزینه‌های کوتاه‌مدت و روابط بین آنها، روابط بین تابع تولید و تابع هزینه در کوتاه‌مدت
انواع هزینه‌ها در بلندمدت و روابط بین آنها، رابطه توابع تولید و هزینه در بلندمدت.
لکنون به توضیح موضوعات بالا به صورت نکته می‌پردازیم:

۱- مفهوم هزینه از نظر اقتصادی

هزینه هر کالا یا خدمتی از نظر علم اقتصاد، همه کالاها و یا خدماتی است که از دست می‌دهیم تا آن کالا یا خدمت را بدست آوریم که به **هزینه فرصت** یا **فرصت از دست‌رفته** نیز مشهور می‌باشد. به عنوان مثال هزینه اقتصادی درس خواندن، همه امکانات یا فرصت‌هایی است که از دست می‌دهیم تا درس بخوانیم که عبارت است از شهریه دانشگاه، پولی که بابت کتاب، دفتر، خودکار، رفت و آمد و همه درآمدهایی را که به دلیل درس خواندن از دست داده‌ایم. مثلاً اگر به دلیل درس خواندن، کار خود را رها کرده‌ایم، آن درآمدی را که از دست داده‌ایم، نیز جزء هزینه‌ها می‌باشد. هزینه‌های پولی را **هزینه‌های آشکار** یا **صریح** و هزینه‌های عوامل تولیدی که متعلق به خود ما است را **هزینه‌های پنهان** یا **ضمنی** می‌نامند. مثلاً کشاورزی که زمین متعلق به خودش است، هر چند که اجاره زمین نمی‌پردازد ولی هزینه فرصت اجاره زمین را باید در نظر بگیرد، یعنی محاسبه کند اگر زمین را در بهترین شرایط اجاره می‌داد چه مقدار درآمد کسب می‌کرد، لکنون به دلیل اینکه خود در زمین فعالیت می‌کند از آن درآمد چشم‌پوشی نموده است، پس هزینه فرصت تولید محصول، هزینه فرصت اجاره زمین نیز می‌باشد.

بعنوان مثالی دیگر فرض کنید که بلیط مسابقه فوتبالی را در صبح مسابقه ۵۰۰ تومان خریده‌اید، در بعدازظهر که مسابقه انجام می‌شود، بلیط مسابقه را از شما ۲۰۰۰ تومان می‌خرند، هزینه فرصت یا اقتصادی دیدن مسابقه ۲۰۰۰ تومان است. زیرا شما از ۲۰۰۰ تومان صرف نظر کرده و به دیدن مسابقه رفته‌اید، هر چند که هزینه حسابداری ۵۰۰ تومان است. بنابراین $\text{هزینه اقتصادی} = \text{هزینه‌های آشکار} + \text{هزینه‌های پنهان}$ ، در حالی که هزینه به مفهوم حسابداری بیشتر بر هزینه‌های آشکار تکیه دارد.

مفهوم هزینه فرصت با استفاده از منحنی امکانات تولید: منحنی امکانات تولید، مکان هندسی ترکیبات مختلف کالاها است که با استفاده از عوامل تولید موجود در جامعه می‌توان تولید کرد.

فصل ششم

بازار رقابت کامل

برای پاسخگویی به سؤالیهای این فصل، باید با موضوعات زیر آشنا شوید:

تقسیم بندی بازارها
ویژگی های بازار رقابت کامل، تعادل بنگاه رقابت کامل در کوتاه مدت، مرز تعطیل بنگاه رقابت کامل در کوتاه مدت، منحنی عرضه بنگاه رقابت کامل
تعادل بلندمدت بنگاه رقابت کامل، تعادل بلندمدت بازار و بنگاه رقابت کامل، صنعت رقابتی با هزینه های ثابت، صعودی و نزولی

کنون به توضیح هر کدام از موارد بالا به صورت نکته می پردازیم:

۱- تقسیم بندی بازارها

بر مبنای تعداد تقاضکننده و عرضکننده (تعداد خریدار و فروشنده) بازارها را به شکل زیر تقسیم بندی می کنند:

تعداد عرضکننده / تعداد تقاضکننده	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

انحصار کامل فروش مثل بازار سیگار در ایران که تنها شرکت دخانیات عرضکننده سیگار است و تقاضکننده آن زیاد است. بازار انحصار چندقطبی فروش مثل بازار نوشابه، بازار لوازم خانگی که دارای چند عرضکننده است و تقاضکننده زیاد است.

(گر دو عرضکننده باشد، انحصار دوقطبی یا دو فروشنده ای و یا انحصار دو جانبه نیز گفته می شود
گر سه عرضکننده باشد، انحصار سه قطبی و ...)، انحصار کامل خرید، مانند بازار توتون که تنها خریدار آن شرکت دخانیات است، بازار رقابت کامل، مثل بازار میوه در تهران، که عرضکننده و تقاضکننده آن زیاد است.

گر فرض همگن بودن کالای تولیدشده توسط بنگاهها را نیز اضافه کنیم، بازارهای دیگری نیز قابل تعریف می باشد. به عنوان مثال گر عرضکننده و تقاضکننده زیاد باشد ولی کالاهایی که بنگاهها عرضه می کنند، از یکدیگر متفاوت باشد، (همگن نباشد) مثل بازار خدمات آرایشگاه در شهرهای بزرگ، که بنگاههایی

فصل هفتم

بازار انحصار کامل فروش

برای پاسخگویی به سؤلهای این فصل باید با موضوعات زیر آشنا شوید:

تعریف بازار انحصار کامل فروش
شرط تعادل (حدکثر شدن سود) بنگاه انحصار کامل در کوتاه مدت،
مرز تعطیل بنگاه انحصار کامل در کوتاه مدت
شرط تعادل بلندمدت بنگاه انحصار کامل
سیاست تبعیض قیمت، کنترل انحصارگر، انحصارگر چند کارخانه‌ای، دلایل ایجاد انحصار فروش
مقایسه تعادل بلندمدت بازار رقابت کامل و انحصار کامل فروش
کنون به توضیح موارد بالا به صورت نکته می‌پردازیم:

۱- تعریف بازار انحصار کامل فروش

بازار انحصار کامل فروش، به بازاری گفته می‌شود که در آن تنها یک عرضه‌کننده وجود داشته باشد و برای کالای تولیدی بنگاه نیز جانشین نزدیکی وجود نداشته باشد. به عنوان مثال شرکت دخانیات تنها عرضه‌کننده سیگار در داخل کشور است، پس بازار سیگار در داخل کشور، انحصار فروش است. هر چه جانشین‌های کالایی که بنگاه انحصاری، عرضه می‌کند، کمتر باشد، قدرت انحصاری انحصارگر بیشتر است. به عنوان مثال شرکت برق، تنها فروشنده برق در کشور و شرکت اتوبوسرانی در تهران نیز تنها عرضه‌کننده خدمات حمل و نقل مسافر بوسیله اتوبوس در تهران است؛ یعنی هر دو انحصارگر هستند ولی قدرت انحصاری آنها برابر نمی‌باشد. شرکت برق، قدرت انحصاری بیشتری دارد، زیرا جانشین‌های برق بسیار کم و ضعیف هستند. اگر شرکت برق، قیمت برق را افزایش دهد، مصرف‌کنندگان، تقاضای خود را نمی‌توانند خیلی کاهش دهند، به عبارت دیگر تقاضای برق به حالت عمودی نزدیک است. بنابراین قدرت انحصاری شرکت برق زیاد است. ولی حمل و نقل بوسیله تاکسی، موتور، دوچرخه، پیاده و ... جانشین خدمات حمل و نقل اتوبوس است. در صورت افزایش قیمت بلیط اتوبوس، مصرف‌کنندگان به استفاده از جانشین‌های اتوبوس ترغیب می‌شوند و تقاضای آن، کاهش می‌یابد. پس هر چه تقاضا به حالت عمودی نزدیکتر شود، یعنی کشش قیمتی تقاضای آن کمتر شود، قدرت انحصاری بیشتر می‌شود. قدرت انحصاری با کشش قیمتی تقاضا رابطه‌ای معکوس دارد. شاخص اندازه‌گیری قدرت انحصاری که به شاخص لرنر نیز معروف است، به صورت زیر تعریف شده است:

$$\text{شاخص لرنر} = \frac{1}{\text{کشش قیمتی تقاضا}} = \frac{P-MR}{P}$$

فصل هشتم

بازار رقابت انحصاری و انحصار چند قطبی فروش

برای پاسخگویی به سؤالهای این فصل باید با موضوعات زیر آشنا شوید:

تعریف بازار رقابت انحصاری
شرط تعادل بنگاه رقابت انحصاری در کوتاه‌مدت و بلندمدت
تفاوت تعادل بلندمدت بنگاه رقابت انحصاری با بنگاه رقابت کامل و انحصار کامل فروش در بلندمدت
تعریف بازار انحصار چندقطبی فروش
شرط تعادل بنگاه انحصار چندقطبی، مدل شبه رقابتی، تبانی، کورنو، اشتکلبرگ، سوئیزی، چمبرلین، رهبری قیمت

کنون به توضیح موارد بالا به صورت نکته می‌پردازیم:

۱- تعریف بازار رقابت انحصاری

بازار رقابت انحصاری به بازاری گفته می‌شود که در آن تعداد زیادی عرضه‌کننده کالاهای غیر همگنی را بفروش می‌رسانند. معنی زیاد در تعریف فوق این است که تعداد بنگاه به حدی باشد و سهم هر بنگاه از بازار آن اندازه کم باشد، که یک بنگاه نتواند با تغییر قیمت یا مقدار تولید خود بر قیمت، سود یا مقدار تولید بنگاههای دیگر اثر بگذارد. غیر همگن بودن نیز به این معنی است که کالا یا خدمتی که بنگاهها عرضه می‌کنند، مشابه یکدیگر نمی‌باشد و از یکدیگر متمایز می‌باشد. به عنوان مثال خدمات آرایشگاهها، بازار لباس، بازار کفش و ... را می‌توان نمونه‌هایی از بازار رقابت انحصاری نام برد.

تفاوت و تشابه این بازار با رقابت کامل: بازار رقابت انحصاری بجز شرط همگن بودن سایر ویژگیهای بازار رقابت کامل را دارا می‌باشد. به عبارت دیگر شرط همگن بودن در بازار رقابت کامل را به غیر همگن تغییر دهیم، بازار رقابت کامل به بازار رقابت انحصاری تبدیل می‌شود.

تفاوت و تشابه این بازار با انحصار کامل فروش: شباهت بازار رقابت انحصاری با انحصار کامل فروش در این است که در این بازار نیز هر بنگاه کالای منحصر بفرد خود را بفروش می‌رساند و قدرت انحصاری دارد. مثلاً هر چند عرضه‌کننده صابون زیاد است ولی عرضه‌کننده صابونی با مارک X، فقط یک بنگاه می‌باشد. تفاوت این بازار با انحصار کامل فروش نیز این است که ورود به بازار رقابت انحصاری آزاد است ولی ورود به بازار انحصار کامل فروش آزاد نمی‌باشد.

۲- شرط تعادل (حدکثر شدن سود) بنگاه رقابت انحصاری در کوتاه‌مدت

بنگاه رقابت انحصاری هنگامی در تعادل است که سود کل بنگاه حدکثر باشد. برای اینکه مشخص کنیم

فصل نهم

بازار عوامل تولید (قیمت‌گذاری و اشتغال عوامل تولید)

بازار عوامل تولید

برای پاسخگویی به سؤالهای این فصل باید موضوعات زیر آشنا شوید:

تقسیم‌بندی بنگاهها از نظر فعالیت در بازار محصول و بازار عوامل تولید.
شرط حدکثر شدن سود بنگاهی که در بازار محصول و عوامل تولید با رقابت کامل روبرو است.
شرط حدکثر شدن سود بنگاهی که در بازار محصول انحصار فروش دارد و در بازار عوامل با رقابت کامل روبرو است.
شرط حدکثر شدن سود بنگاهی که محصول خود را در بازار رقابت کامل بفروش می‌رساند و در بازار عوامل تولید انحصار خرید دارد.
شرط حدکثر شدن سود بنگاهی که در بازار محصول انحصار فروش دارد و در بازار عوامل تولید با انحصار خرید روبرو است.
شرط حدکثر شدن سود بنگاهی که در بازار عوامل تولید با انحصار فروش روبرو است.
مقایسه حالت‌های مختلف از نظر استخدام نهاده‌ها و درآمد نهاده‌ها
کنون به توضیح موارد بالا به صورت نکته می‌پردازیم:

۱- تقسیم‌بندی بنگاهها از نظر فعالیت در بازار محصول و بازار عوامل تولید

همه بحثهایی که در فصلهای قبلی انجام شد، مربوط به بازار محصول بنگاهها بود و بازار عوامل تولید را تاکنون مورد تجزیه و تحلیل قرار نداده‌ایم. در جدول زیر چند حالت که برای یک بنگاه می‌تواند پیش آید نشان داده شده است:

		بازار عوامل تولید	
انحصار فروش	انحصار خرید	رقابت کامل	بازار محصول
۵	۳	۱	رقابت کامل
۶	۴	۲	انحصار کامل فروش

جدول بالا می‌تواند گسترش یافته و حالت‌های دیگر بازارها را نیز در برگیرد. در حالت اول بنگاه محصول خود را در بازار رقابت کامل بفروش می‌رساند و عوامل تولید خود را نیز از بازار رقابت کامل استخدام می‌کند. بعنوان مثال کشاورزی را در نظر بگیرید که سیب تولید می‌کند. این کشاورز سیب را در بازار رقابت کامل بفروش می‌رساند و نهاده نیروی کار را نیز از بازار رقابت کامل استخدام می‌کند. دانشجویان می‌توانند برای

فصل دهم

سوالات سایر مباحث

۱. معنی کلمه اقتصاد، نزدیکترین ارتباط [را] بکلمه..... دارد. (سراسری ۷۱)
- الف) آزاد ب) کمیاب ج) نامحدود د) بدون قید
۲. توزیع دو کالا بین دو فرد، بهینه پارتو نامیده می‌شود؛ اگر..... (سراسری ۷۱)
- الف) وضع یک فرد بدون بدتر شدن وضع دیگران بهتر نشود.
ب) افراد، روی منحنی قرارداد، مصرفشان باشند.
ج) افراد، روی منحنی امکانات مطلوبیت خودشان باشند.
د) تمام موارد فوق.
۳. پس از دستیابی به بهینه پارتو..... (سراسری ۷۲)
- الف) وضعیت یکی از افراد را می‌توان بهبود بخشید و وضعیت فرد دیگر را بدتر نمود.
ب) وضعیت هیچ یک از افراد را نمی‌توان بهبود بخشید.
ج) وضعیت تمام افراد را می‌توان بهبود بخشید.
د) وضعیت یکی از افراد به قیمت بدتر شدن وضع یکی دیگر از افراد امکان دارد.
۴. در بحث بهینه پارتو ترجیح دارد که افراد مبادله کنند..... (سراسری ۷۴)
- الف) بر روی خط پیمان قرار داشته باشند.
ب) از کالاهای مختلف مقادیر مختلفی در اختیار داشته باشند.
ج) در روی خط پیمان نباشد.
د) در بازار کالا یکدیگر را ملاقات کنند.
۵. در چه صورت منحنی قرارداد کاملاً بر قطر جعبه اجورث منطبق می‌شود؟ (سراسری ۷۶)
- الف) فرد A به کالای X بیشتر از فرد B تمایل داشته باشد.
ب) فرد B به کالای X بیشتر از فرد A تمایل داشته باشد.
ج) فرد A از کالای X متغیر باشد.
د) سلیقه دو فرد یکسان باشد.
۶. تخصیص کارآی تولید منجر به کدام مورد زیر می‌گردد؟ (سراسری ۷۷)
- الف) بیشترین سطح تولید
ب) کمترین سطح قیمت تولیدات
ج) نقاط بر روی منحنی امکانات تولید
د) بیشترین سطح قیمت تولیدات

ضمیمه

* در سؤال‌های درس ریاضی کارشناسی ارشد معمولاً سؤال‌هایی در ارتباط با درس اقتصاد خرد وجود دارد. در این قسمت این سؤال‌ها همراه با کلید آنها ارائه می‌شود. حل تشریحی آن به دانشجویان وگذار می‌گردد.

۱. گر تابع تقاضا برای کالایی $p = 20 - 5q$ (p قیمت و q مقدار باشد) مقدار مگزیم درآمد برابر است با: (الف) ۲۰ (ب) ۳۰ (ج) ۲۵ (د) ۱۵ (سراسری ۷۰)
۲. تابع تقاضای دو کالای وابسته $x = \frac{q}{p}$ می‌باشد (x تقاضا و p قیمت کالای اول و q قیمت کالای دوم) کشش متقابل $E_{x,q}$ کدام است؟ (الف) ۲ (ب) -۱ (ج) +۱ (د) -۲ (سراسری ۷۰)
۳. گر تابع تقاضا $y = 28 - 5x$ و هزینه کل $TC = x^2 + 4x$ باشد مگزیم سود کدام است؟ (x مقدار تولید است). (الف) ۱۰ (ب) ۱۲ (ج) ۸ (د) ۲۴ (سراسری ۷۲)
۴. گر تابع مطلوبیت مصرف‌کننده‌ای به صورت $u = x^2 + y^2 - xy$ باشد گر درآمد مصرف‌کننده‌ای برابر ۷۰۰۰ واحد و قیمت کالای y دو برابر قیمت کالای x باشد، آنگاه تابع تقاضای مصرف‌کننده برای کالای x عبارتست از: (الف) $x = \frac{2000}{p_x}$ (ب) $x = \frac{1000}{p_x}$ (ج) $x = \frac{1500}{p_x}$ (د) $x = \frac{p_x}{2000}$ (سراسری ۷۲)
۵. تابع درآمد متوسط $P = 45 - \frac{1}{4}Q$ و تابع هزینه کل $TC = Q^3 - 8Q^2 + 57Q + 2$ مفروض‌اند، مقدار تولید در نقطه حدکثر سود برابر است با: (الف) ۱ (ب) ۵ (ج) ۲ (د) ۴ (سراسری ۷۳)
۶. گر توابع هزینه نهایی و درآمد نهایی به ترتیب $MC = X^2 + 2$ و $MR = -X + 4$ باشند، با فرض $C(0) = 0$ مقدار سود مگزیم چقدر است؟ (الف) صفر (ب) $\frac{4}{3}$ (ج) ۲ (د) $\frac{7}{6}$ (سراسری ۷۳)
۷. تابع کاب - دگلاس $Z = aK^{\alpha}L^{\beta}$ مفروض است، در این تابع درجه همگنی و نسبت بازده به مقیاس کدام است؟ (الف) ۱، نزولی (ب) ۱، ثابت (ج) ۱/۱، نزولی (د) ۱/۱، صعودی (سراسری ۷۳)

منابع و مأخذ:

1. Miller.R.L., Meiners, R.E. "Intermediate Microeconomics" McGraw-Hill, 1986.
2. Salvatore, Dominik : "Theory and problems of Microeconomic Theory, 2ed. McGraw-Hill 1999.
3. Mansfield, Edwin "Microeconomics". Norton, 1997.
4. Hirshleifer J. and Amihai Glazer" price Theory and Applications" Prentice Hall, 1992.
5. Pindyck, R, and D.L.Rubinfeld "Microeconomics" Maxwell, 1998.
6. Nicholson, W. "Microeconomic Theory" Dryden press, 1998.
7. Varian, Hal, "Intermediate Microeconomics" 5nded, 1999.

۸. فرگوسن، نظریه اقتصاد خرد، مرکز نشر دانشگاهی

۹. موریس و فیلیپس، تحلیل اقتصادی، دانشگاه تهران

۱۰. بایلاس، نظریه اقتصاد خرد، نشرنی

۱۱. لفت ویچ، سیستم قیمت‌ها و تخصص منابع، دانشگاه علامه طباطبائی