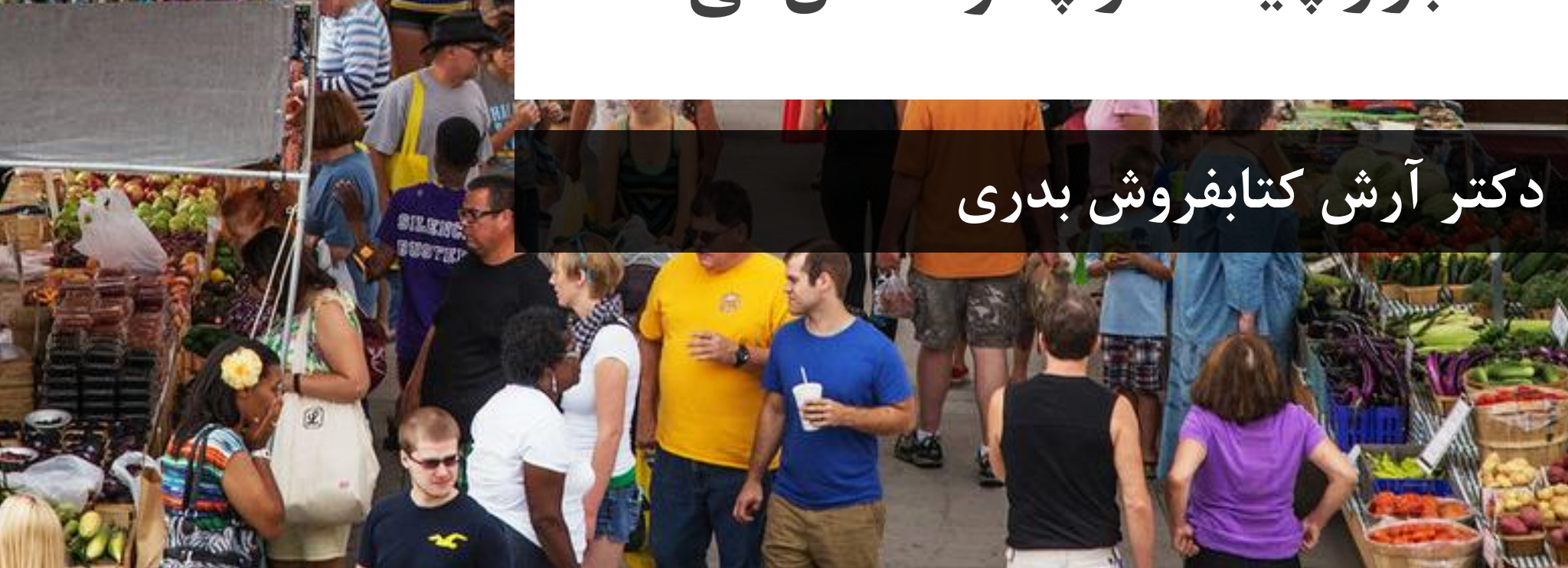




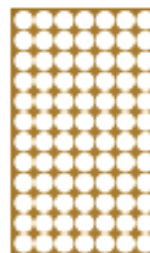
بازار چیست و چگونه عمل می کند؟

درس پنجم



دکتر آرش کتابفروش بدری

موقعیت



امیرعلی بابی حوصلگی تمام از اتاق خارج شد. در یخچال را باز کرد و نگاهی درون آن انداخت و لب‌هایش را به نشانه بی‌میلی خم کرد و در را بست. پیش آمد و کنترل تلویزیون را برداشت و شروع کرد به عوض کردن شبکه‌ها و چند بار بی‌هدف، تمام شبکه‌ها را مرور کرد. مادر از دیدن این وضعیت ناراحت شد و گفت:

آقا پسر شما تکلیفی، درسی، چیزی نداری که این طوری ولو شدی جلوی تلویزیون؟

امیرعلی (بابی حوصلگی): چرا ولی اصلاً نمی‌تونم، حسش نیست!

مادر: از خواهرت یاد بگیر! نشسته سر کارش تا تموم شه!

هنوز حرف مادر تمام نشده بود که سر و کله ستایش هم پیدا شد.

ستایش: من هم واقعاً حوصله حل تمرین‌ها را نداشتم، توی اتاق داشتم طراحی می‌کردم که شما فکر نکنین من به کارام نمی‌رسم.

امیرعلی (با اشاره ابرو): بفرمایین مامان، اینم سوگلیتون! نشسته کاغذ سیاه می‌کنه.

مامان: ببینم! قضیه چیه که هر دوتاتون این قدر بی‌حوصله شدین؟

ستایش: معلم ریاضی ما یه تحقیق برای درس آمار داده، معلم امیرعلی هم شبیه همین تحقیق

رو به اونا داده! من که اصلاً نمی‌دونم چی کارش باید بکنم!

امیرعلی: آخه آمار هم شد درس؟

ستایش: حالا جلوی مامان نگو دیگه. مثل اینکه یادت رفته مامان استاد درس آمار هستن!

امیرعلی با شنیدن این جمله چشمانش برق زد و با چشم به خواهرش اشاره کرد که دنبالش برود

و هر دو به اتاقشان رفتند و بعد از چند دقیقه خوشحال از اتاق بیرون آمدند.

مادر: معلومه شما دوتا چی کار می‌کنین؟

موقعیت

ستایش (در حالی که تلاش می کرد از ظرفیت های زبان یک دختر، تمام استفاده را بکند): مامان
جونم که عشق منی! می شه یه خواهشی بکنم؟
مادر: من شماهارو بزرگ کردم دختر، حرف آخر تو بزن.
امیر علی: خب شما آمار بلدین دیگه، می شه ...
مادر: باید چند صفحه بشه تحقیقتون؟
ستایش: الهی من فدای شما بشم که این قدر زود متوجه می شین!
امیر علی: زیر ۱۰ صفحه نباید باشه!
مادر: من قبول می کنم ولی به چند شرط! اول اینکه بابت هر صفحه پول می گیرم، دوم اینکه
کامل نمی نویسم و نتیجه گیری و جمع بندی آخرشو خودتون باید بنویسین و سوم اینکه من
یه کمی کار خونگی دارم که باید انجام بشه.
ستایش: چه سخت شد! خب حالا صفحه ای چند؟
امیر علی: به نظرم پیشنهاد خوبیه. ما یه چیزی می خوایم که شما می تونین برامون درستش کنین،
شما هم نیروی کار می خواین که ما هستیم.
مادر: قبوله، این می تونه یک بازی جذاب باشه! من با شما ساعتی حساب می کنم. از شما هم
بابت هر صفحه پول می گیرم!
ستایش (در حالی که لبخندی به لب داشت): می شه جواب منو هم بدین، صفحه ای چند؟
ساعتی چند؟

گفت‌و‌گو در کلاس



- ۱- به نظر شما چه وقت هر دو طرف یک معامله به خواسته‌های خودشان می‌رسند؟
- ۲- دست کدام یک از طرفین برای تحمیل قیمت پیشنهادی خود بازتر است؟
- ۳- نهایتاً قیمت پیشنهادی چگونه تعیین می‌شود؟



نقشه راه

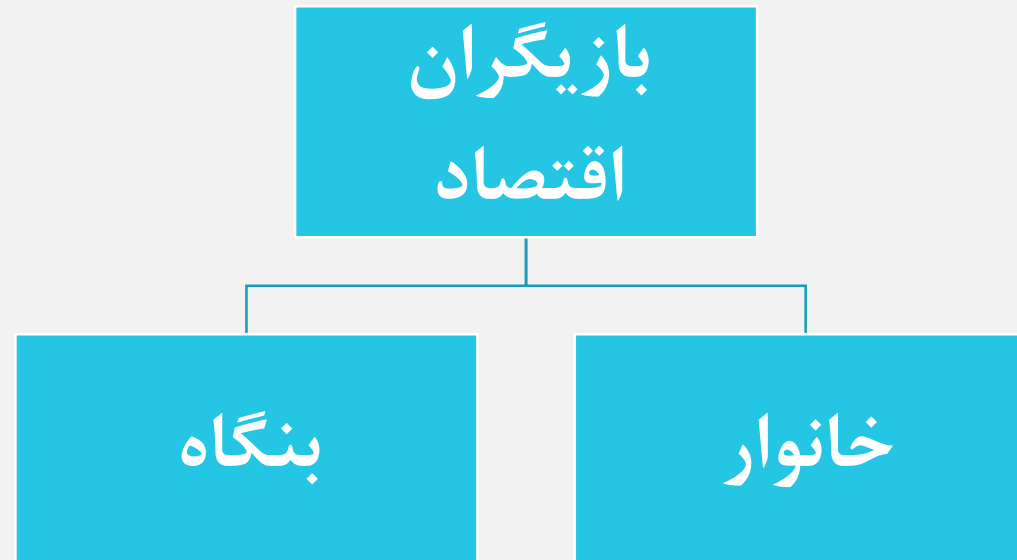
ما در این درس به دنبال آن هستیم تا با بررسی رفتار متقابل خانوارها و بنگاهها دریابیم که دو بازیگر اصلی اقتصاد این دو هستند که از طریق همین بده – بستان های بین خود، قیمت و مقدار کالا و خدمات را تعیین می کنند. در نهایت نیز بتوانیم:

- ارتباط میان فروشندگان و خریداران را در اقتصاد به خوبی توضیح دهیم؛
- مقدار و قیمت تعادلی را در بازار محاسبه کنیم.

بنگاه و خانوار در اقتصاد



دو گروه مهم تصمیم‌گیرندگان و بازیگران در اقتصاد، خانوارها و بنگاه‌ها هستند.



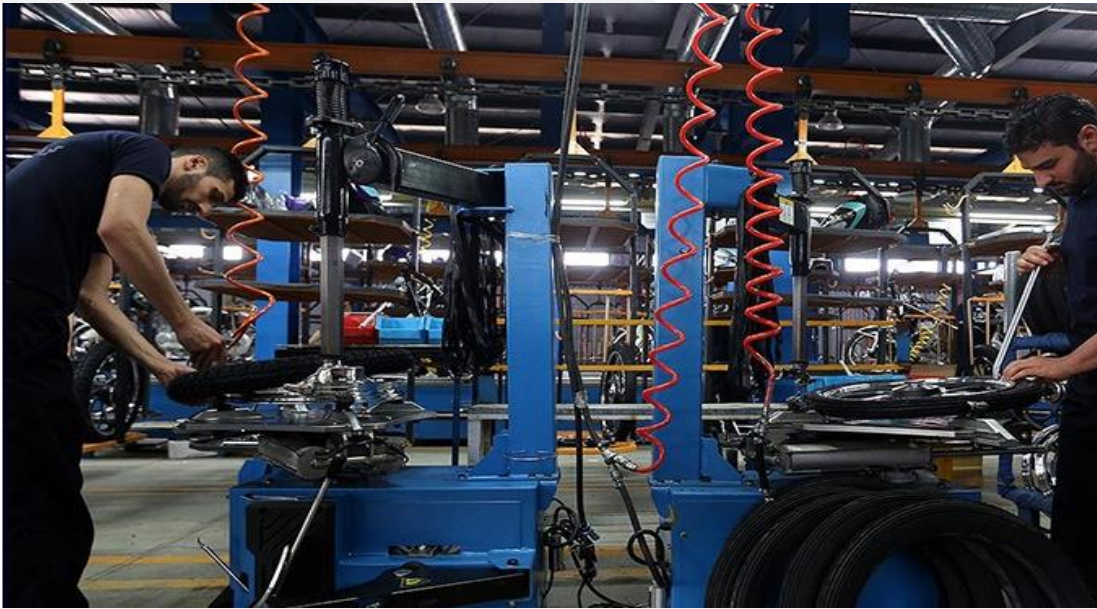
خانوار در اقتصاد



خانوارها در دو حالت در اقتصاد مشارکت می کنند:

- خانوارها کالاها و خدمات مورد نیاز را از کسب و کارها خریداری می کنند.
- خانوارها زمین، نیروی کار، سرمایه و کارآفرینی را برای تولید کالاها و خدمات ارائه می کنند.

بنگاه اقتصادی



❖ بنگاه اقتصادی

همان چیزی است که مردم معمولاً آن را به عنوان یک کسب و کار می شناسند، بنگاه گفته می شود.

❖ مثال برای بنگاه

مزارع کشاورزی، فروشگاه ها، کسب و کارهای خویش فرمایی مثل پیرایش گری، نقشه کشی و معماری ساختمان یا شرکت ها و کارگاه ها و کارخانه های تولیدی.

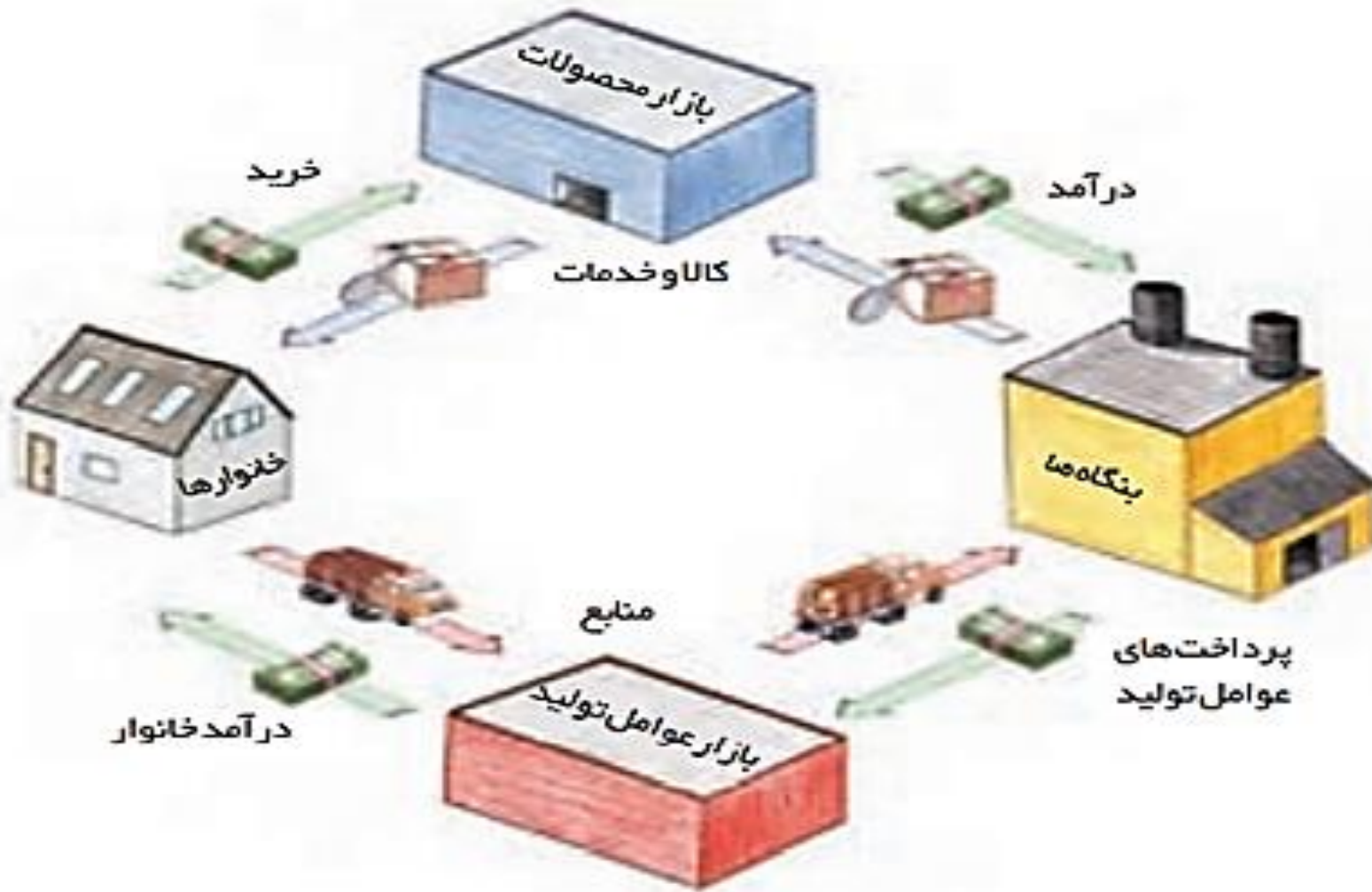
بنگاه اقتصادی



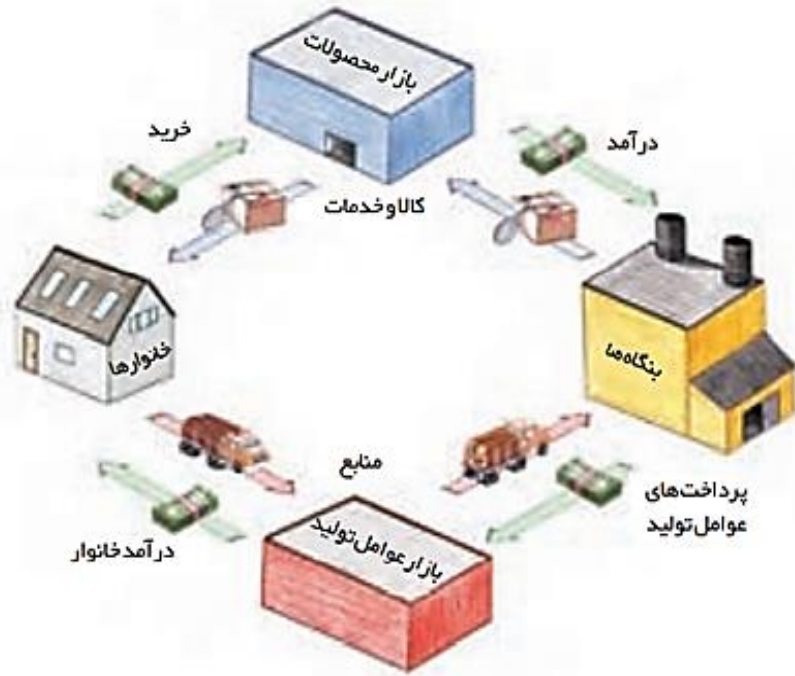
برای تولید کالاها و خدمات بنگاه‌ها چه اقدامی انجام می‌دهند؟

پاسخ: بنگاه‌ها باید از خانوارها منابع را خریداری یا اجاره کنند. مثلاً یک رستوران زنجیره‌ای، در هنگام استخدام افراد، نیروی کار را از خانوارها اجاره می‌کند.

جریان چرخشی ساده



جریان چرخشی ساده



- نیمه بالایی نمودار تبادل تولیدات را در بازار کالاها و خدمات نشان می‌دهد.

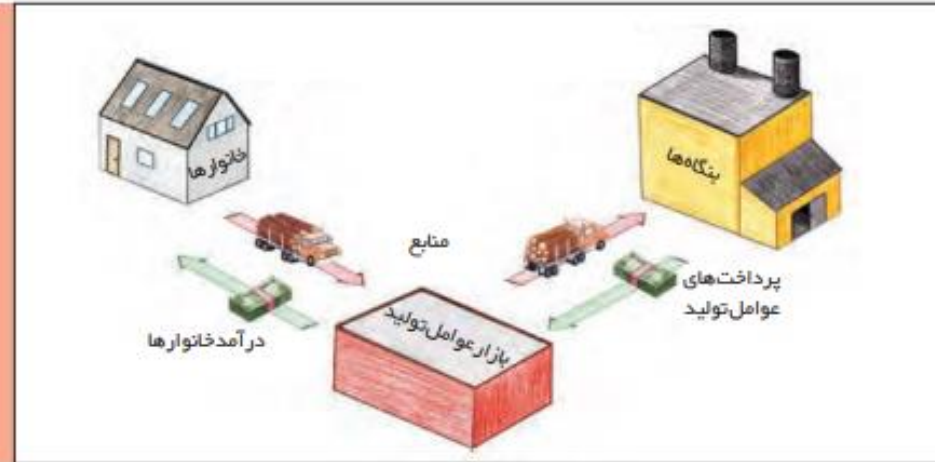
- در بازار کالاها و خدمات، خانوارها خریدار و بنگاه‌ها فروشنده‌اند.

- پیکان‌های آبی در نمودار، جریان کالاها و خدمات را از بنگاه‌ها به خانوارها در بازارهای کالاها و خدمات نشان می‌دهند.

- پیکان‌های سبز نشان می‌دهد، پرداخت پول بابت کالاها و خدمات خریداری شده در جهت مخالف جریان کالا و خدمات جریان می‌یابد. این پول با عبور از بازار کالا و خدمات به عنوان درآمد بنگاه دریافت می‌شود.

فعالیت گروهی در کلاس

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 پیکانها یادداشت کنید و جدول زیر را کامل کنید.

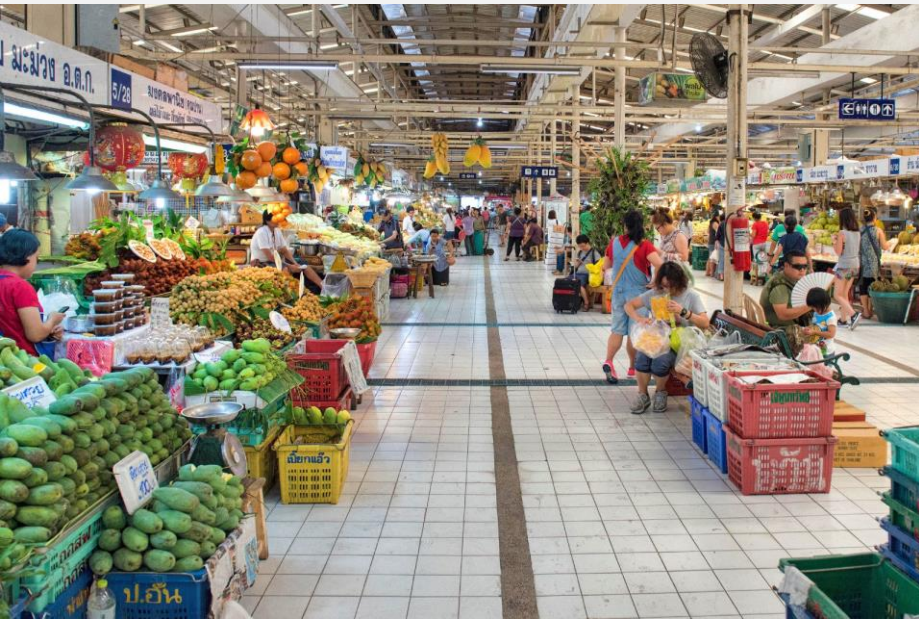


پرداخت‌هایی که بابت خرید منابع تولید به خانوارها پرداخت می‌شود.

ردیف	عنوان	علت
۱	دستمزد	دریافتی خانوارها بابت فروش نیروی کار
۲		
۳		

بررسی بازار کالا و خدمات

تعریف بازار



- بازار معنای خاصی در اقتصاد دارد؛
- بازار به مجموعه خریداران و فروشندگان چیزی در هر جای ممکن اطلاق می‌شود.
- مبادلات در بازار ممکن است حضوری و حقیقی نباشد و به صورت مجازی و در اینترنت صورت گیرد.
- شما ممکن است با تلفن و پشت میز سفارش دهید و یا با شبکه اینترنت، خرید اینترنتی کنید.

MARKET

بررسی بازار

بخش های بازار

بازار از دو بخش **تقاضا کنندگان** و **عرضه کنندگان** تشکیل شده است.

در بازار کالا و خدمات، **تقاضا کنندگان** همان **خانوارها** و **عرضه کنندگان** همان **بنگاه ها** هستند

بخش های بازار

عرضه کنندگان

تقاضا کنندگان

بررسی بازار



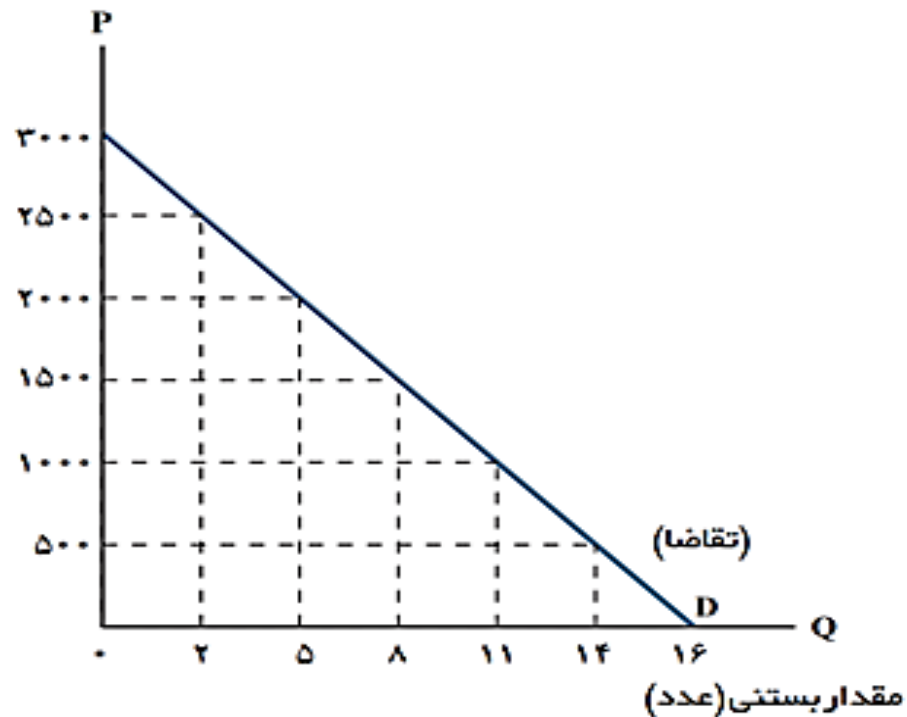
الف) خریداران یا تقاضاکنندگان و فرایند تصمیم گیری آن ها

- **خریداران، خانوارهایی هستند که تقاضاکننده کالاها و خدمات اند و نسبت به مشاهدهی تغییر شرایط بازار تصمیمات متفاوتی می گیرند.**
- **انگیزهی مصرف کنندگان از خرید کالاها و خدمات، رفع نیاز است. تصمیم آن ها در مورد خرید کالا، از عواملی مختلفی مانند قیمت کالا، درآمد، سلیقه خودشان و قیمت سایر کالاها تاثیر می پذیرد.**
- **مهم ترین عاملی که بر رفتار مصرف کننده تاثیر می گذارد، قیمت کالا است.**

قانون تقاضا

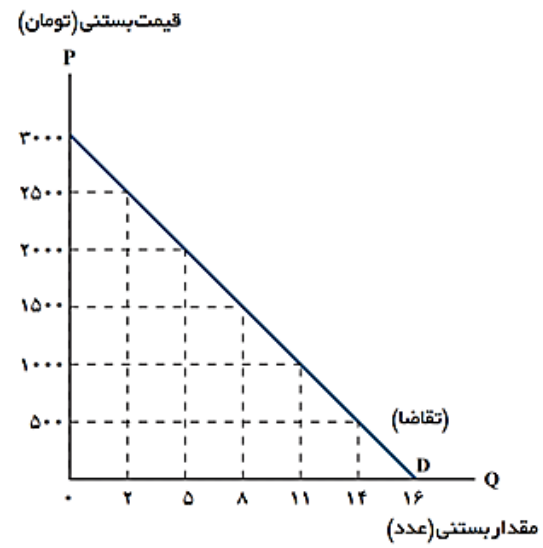
- با افزایش قیمت کالا، میزان مصرف یا تقاضا کاهش می یابد. همچنین با کاهش قیمت میزان تقاضا افزایش می یابد.
- به عبارت بهتر قیمت و مقدار کالا با هم رابطه معکوس دارند.

قیمت بستنی (تومان)



تقاضای بستنی	قیمت بستنی
۱۶	۰
۱۴	۵۰۰
۱۱	۱۰۰۰
۸	۱۵۰۰
۵	۲۰۰۰
۲	۲۵۰۰
۰	۳۰۰۰

قانون تقاضا

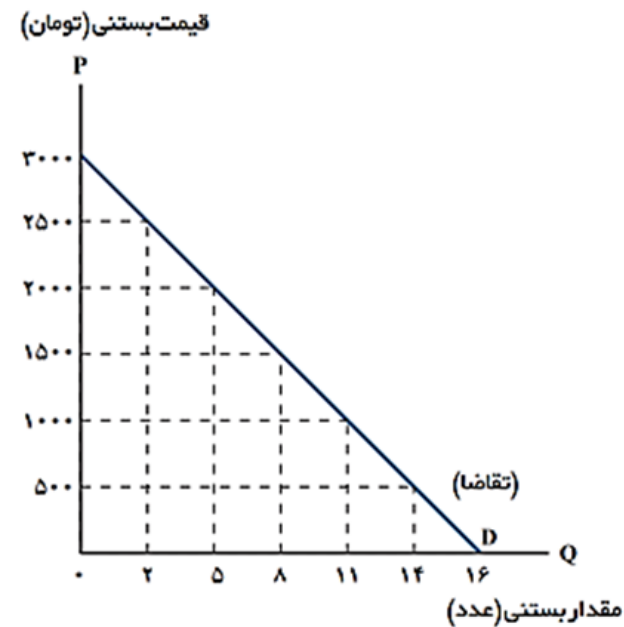


تقاضای بستنی	قیمت بستنی
۱۶	۰
۱۴	۵۰۰
۱۱	۱۰۰۰
۸	۱۵۰۰
۵	۲۰۰۰
۲	۲۵۰۰
۰	۳۰۰۰

- علت معکوس بودن این رابطه در این است که مصرف کنندگان در صورت بالا رفتن قیمت یک کالا از کالاهای جانشین یا مشابه آن که تغییرات قیمت را نداشته اند استفاده می کنند.
- نزولی بودن منحنی تقاضا، نشان می دهد که با افزایش قیمت، مقدار تقاضا کاهش می یابد و در مقابل با کاهش قیمت، مقدار تقاضا افزایش می یابد.

سایر عوامل موثر بر تقاضا

تصمیم خریداران، از عواملی مختلفی مانند درآمد، سلیقه، انتظارات و قیمت سایر کالاها تاثیر می پذیرد.



درآمد



- تقاضا برای یک کالا به صورت **مثبت** با درآمد ارتباط دارد.
- افزایش در درآمد سبب افزایش در مقدار تقاضا در هر قیمت می شود.



سلیقه



- مثلاً چیزهایی که مد می‌شوند، حتی بدون تغییر قیمت، مقدار تقاضای آن‌ها زیادتر می‌شود.



انتظارات



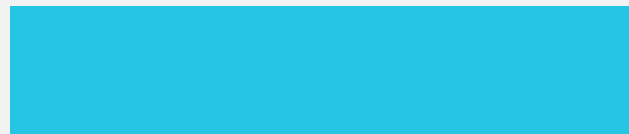
هنگامی که پی ببرید قیمت کالایی در آینده بیشتر می شود، امروز ممکن است درباره خرید آن تصمیم دیگری بگیرید.



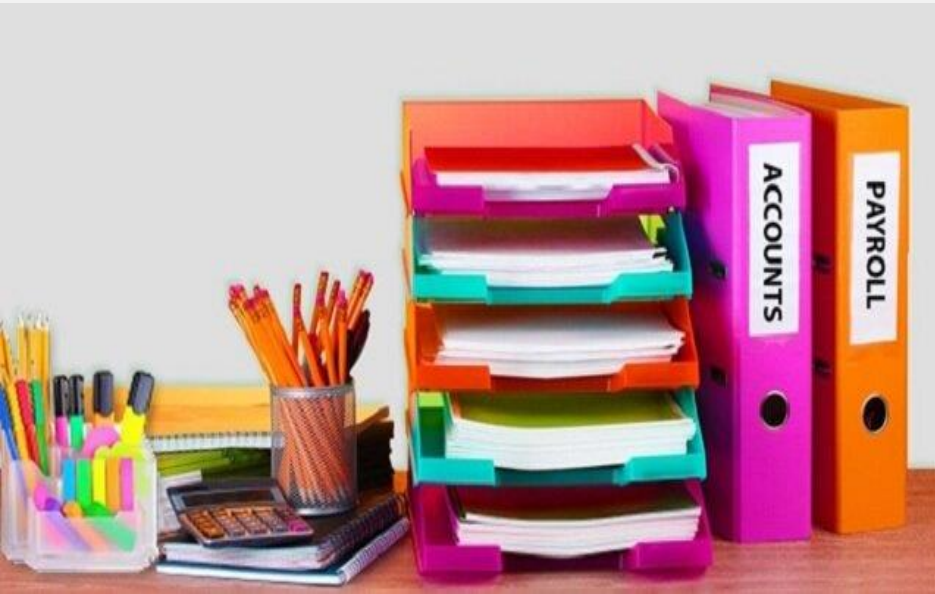
قیمت سایر کالاها



برای بررسی تاثیر قیمت سایر کالاها بر میزان تقاضا، می‌بایست با انواع کالاها آشنا شویم.



کالای معمولی



کالایی است که با کاهش درآمدها، تقاضا برای آن کم می‌شود و با افزایش درآمد تقاضا برای بیشتر می‌شود. **مداد، دفتر**

کالای پست



کالایی است که با افزایش درآمد، تقاضا برای آن کاهش و با کاهش درآمد تقاضا برای افزایش می‌یابد. مثل **سیب زمینی**

کالای مکمل



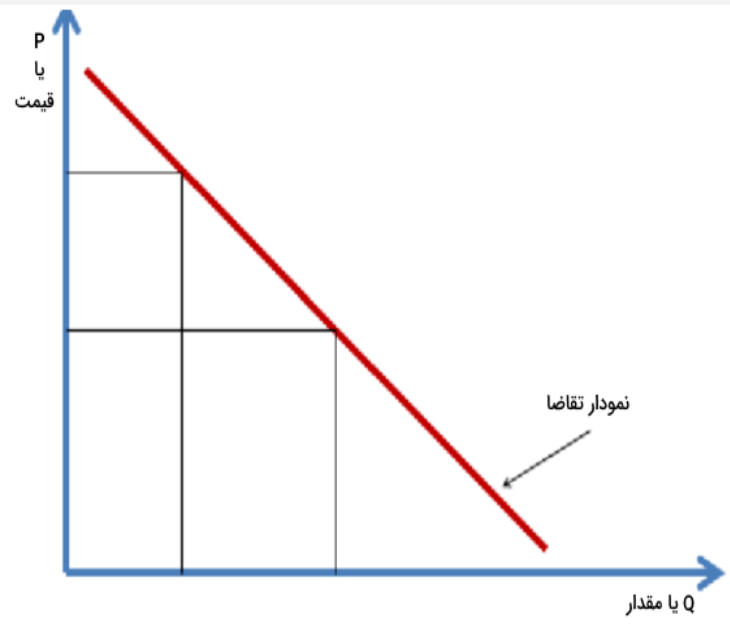
کالاهایی که با هم مصرف شوند و با افزایش قیمت یکی، تقاضا برای دیگری کاهش یابد، مکمل گفته می‌شوند. **قند و چای، شکر و قهوه.**

کالای جانشین



اگر با افزایش قیمت یک کالا، تقاضا برای کالای دیگر افزایش یابد، به این کالا جانشین می‌گویند.
مثل گوشت قرمز و سفید، چای و قهوه، دوغ و نوشابه.

شیب منحنی تقاضا



- **شیب منحنی تقاضا** نشان دهنده **میزان حساسیت** میزان تقاضای فرد نسبت به قیمت است. براساس شیب و همین درجه حساسیت، کالاها به ۲ دسته **ضروری** و **لوکس** تقسیم می شود.
- اگر **شیب منحنی تقاضا زیاد** باشد، یعنی **عکس العمل مصرف کننده** در برابر قیمت، **کم** است که اصطلاحاً می گوئیم **کشش قیمتی تقاضا کم** است که به آن، **کالای ضروری** می گوئیم. کالای لوکس برعکس این حالت است.

قیمت به عنوان ابزاری برای مدیریت مصرف



سیاست‌گذاران معمولاً تلاش می‌کنند از دو راه مقدار تقاضا و مصرف سیگار را کم کنند:

- راه آگاه‌سازی مردم به زیان‌های کشیدن سیگار
- بالا بردن قیمت آن از طریق وضع مالیات بر سیگار

بررسی بازار

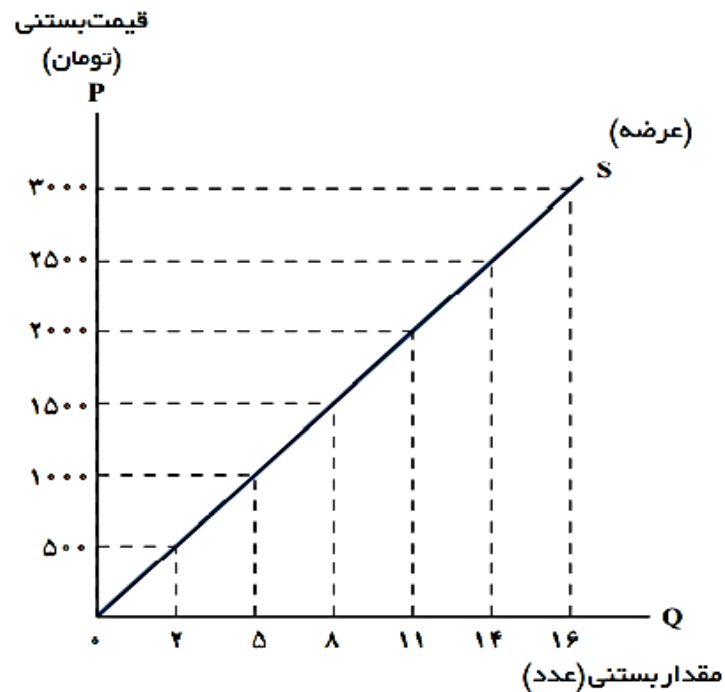


ب) فروشندگان یا عرضه کنندگان و فرایند تصمیم گیری آن ها

- **فروشندگان** که همان بنگاه‌های ارائه کننده‌ی کالا یا خدمات و نیز عوامل فروش آن‌ها هستند.
- انگیزه‌ی فروشندگان از فروش کالاها و خدمات، **کسب سود** است. تصمیم آن‌ها در مورد فروش کالا، از عواملی مختلفی مانند **قیمت کالا، هزینه‌های تولیدی و شرایط رونق و رکود بازار** تاثیر می‌پذیرد.
- مهم‌ترین عاملی که بر رفتار عرضه کننده تاثیر می‌گذارد، **قیمت کالا** است.

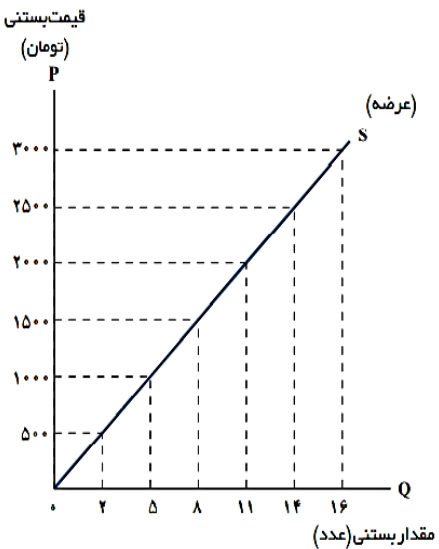
قانون عرضه

- با افزایش قیمت کالا، میزان تولید یا عرضه افزایش می یابد. همچنین با کاهش قیمت میزان عرضه کاهش می یابد.
- به عبارت بهتر قیمت و مقدار کالا با هم رابطه مستقیم دارند.



عرضه بستنی	قیمت بستنی
۰	۰
۲	۵۰۰
۵	۱۰۰۰
۸	۱۵۰۰
۱۱	۲۰۰۰
۱۴	۲۵۰۰
۱۶	۳۰۰۰

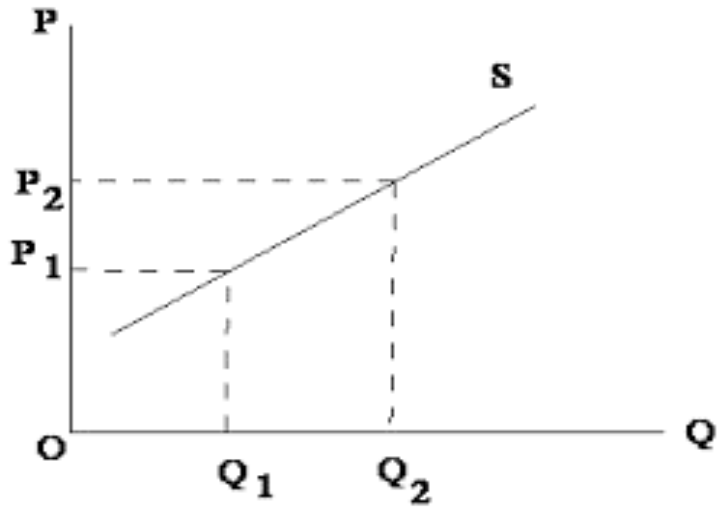
قانون عرضه



عرضه بستنی	قیمت بستنی
۰	۰
۲	۵۰۰
۵	۱۰۰۰
۸	۱۵۰۰
۱۱	۲۰۰۰
۱۴	۲۵۰۰
۱۶	۳۰۰۰

- علت مثبت بودن این رابطه در این است که تولیدکنندگان در صورت بالا رفتن قیمت یک کالا می خواهند تعداد بیشتری از آن تولید نمایند تا به سود بیشتری دست یابند.
- صعودی بودن منحنی عرضه، نشان می دهد که با افزایش قیمت، مقدار عرضه افزایش می یابد و در مقابل با کاهش قیمت، مقدار عرضه کاهش می یابد.

سایر عوامل موثر بر عرضه



تصمیم تولید کنندگان در مورد میزان تولید کالا تحت تاثیر عواملی همچون هزینه‌های تولید و پیش بینی وضعیت رونق و رکود بازار توسط تولید کنندگان و ابداعات و اختراعات می‌تواند قرار بگیرد.

هزینه های تولیدی

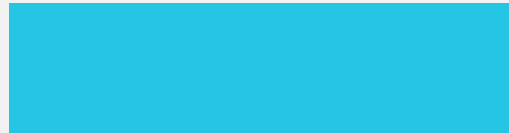
با کاهش هزینه های تولیدی مقدار تولید افزایش می یابد.





پیش بینی وضعیت رکود و رونق بازار توسط تولید کنندگان

اگر در آینده تولیدکننده پیش بینی نماید که بازار در وضعیت رونق خواهد بود، تولید را افزایش خواهد داد و اگر وضعیت رکود در آینده پیش بینی شود، مقدار تولید را کاهش خواهد داد.



ابداعات و اختراعات



استفاده از تکنولوژی‌های جدید و ابداعات و اختراعات تازه می‌تواند هزینه‌های تولیدی را کاهش دهد که این خود منجر به افزایش میزان عرضه می‌شود.



شیب منحنی عرضه

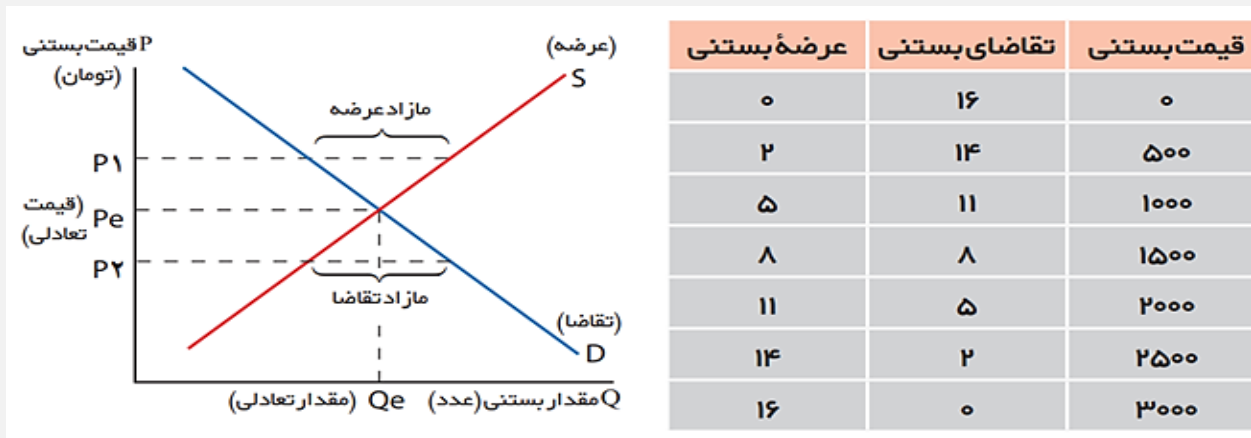


- **شیب منحنی عرضه** نشان دهنده **درجه حساسیت تولیدکننده نسبت به قیمت** است. اگر تولید کننده ای به دلیل مدیریت ضعیف یا فرسوده بودن تجهیزات نتواند با افزایش قیمت، تولید خود را افزایش دهد، **منحنی عرضه اش** با شیب **بیشتر** است و اصطلاحاً می‌گوییم **کشش قیمتی عرضه پایین** است.

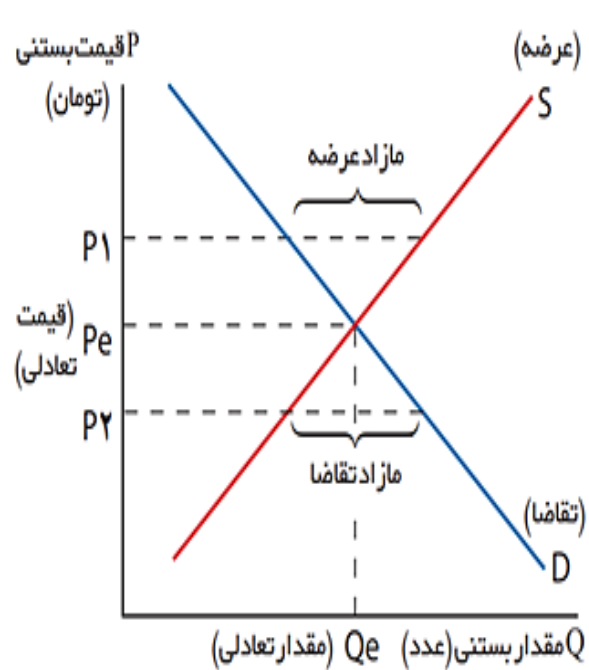
تعادل در بازار کالاها و خدمات



رفتار عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان در بازار در مقابل هم صورت می‌گیرد و باید با هم هماهنگ باشد. به عبارت دیگر عرضه و تقاضا باید با یکدیگر در تعادل باشند. یعنی هر دو به توافق برسند که در یک قیمت و مقدار مشخص مبادله را انجام می‌دهند. به این نقطه **تعادل** می‌گویند.



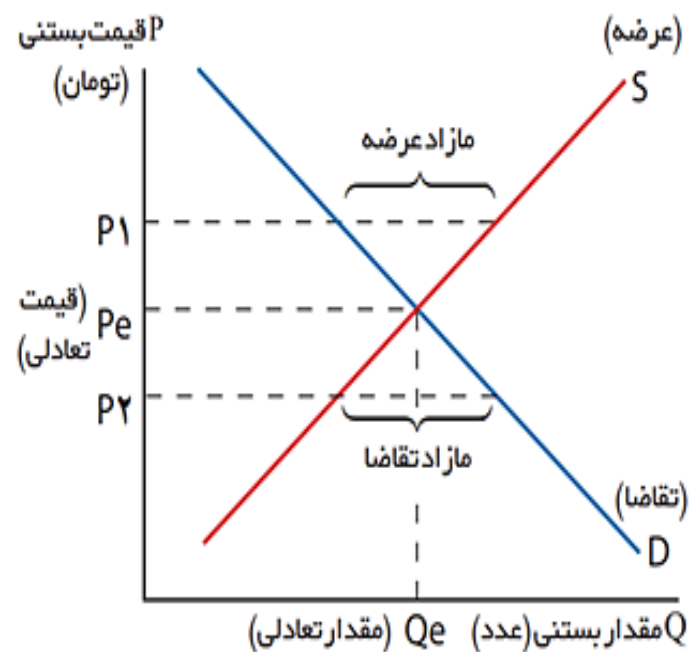
تعادل در بازار کالاها و خدمات



عرضه بستنی	تقاضای بستنی	قیمت بستنی
۰	۱۶	۰
۲	۱۴	۵۰۰
۵	۱۱	۱۰۰۰
۸	۸	۱۵۰۰
۱۱	۵	۲۰۰۰
۱۴	۲	۲۵۰۰
۱۶	۰	۳۰۰۰

- همان طور که در نمودار مشاهده می شود محل برخورد منحنی عرضه و تقاضا نقطه تعادلی است. همچنین این موضوع را می توان از جدول نیز گفت.
- مقدار تقاضا و عرضه ی بستنی در قیمت ۱۵۰۰، برابر با ۸ است.
- بنابراین تقاضا کننده و عرضه کننده هر دو در قیمت ۱۵۰۰ به این توافق رسیده اند که ۸ واحد بستنی مبادله کنند.

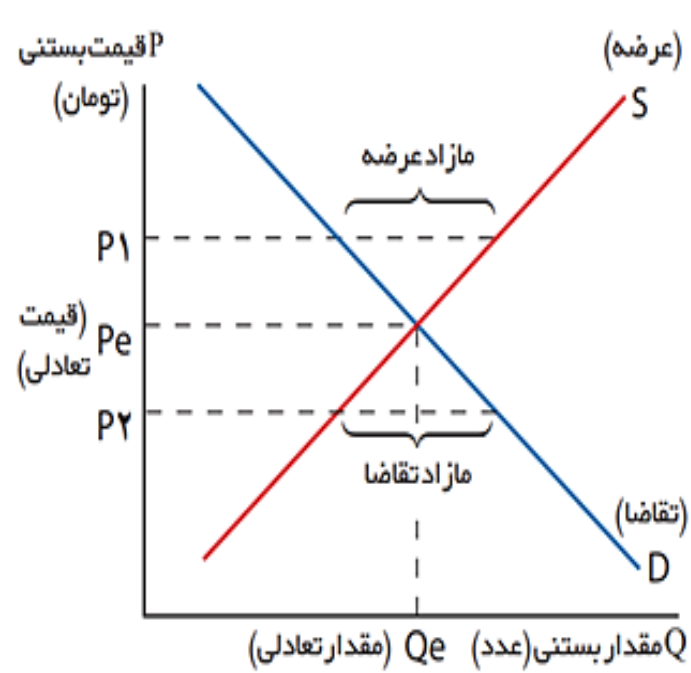
کمبود عرضه



عرضه بستنی	تقاضای بستنی	قیمت بستنی
۰	۱۶	۰
۲	۱۴	۵۰۰
۵	۱۱	۱۰۰۰
۸	۸	۱۵۰۰
۱۱	۵	۲۰۰۰
۱۴	۲	۲۵۰۰
۱۶	۰	۳۰۰۰

- کمبود عرضه هنگامی است که قیمت از سطح قیمت تعادلی پایین تر باشد.
- اگر مقدار تقاضای کالایی از مقدار عرضه آن بیشتر باشد، در بازار کمبود رخ می دهد و باعث بالا رفتن قیمت می شود؛ چرا که عده ای که به آن کالا مشتاق ترند تلاش می کنند با پیشنهاد قیمت بالاتر آن را به دست آورند.

مازاد عرضه

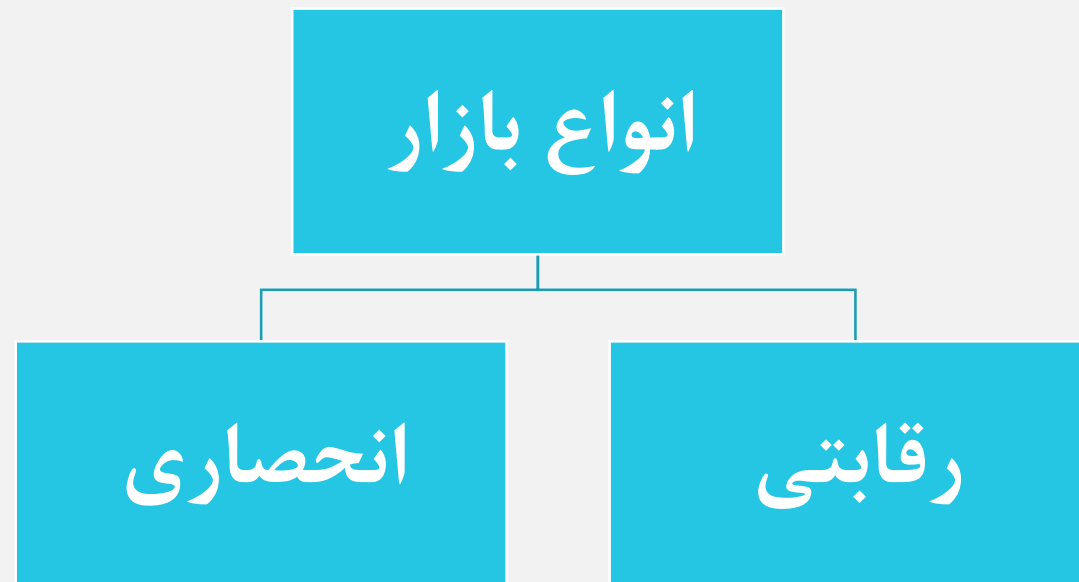


عرضه بستنی	تقاضای بستنی	قیمت بستنی
۰	۱۶	۰
۲	۱۴	۵۰۰
۵	۱۱	۱۰۰۰
۸	۸	۱۵۰۰
۱۱	۵	۲۰۰۰
۱۴	۲	۲۵۰۰
۱۶	۰	۳۰۰۰

- مازاد عرضه هنگامی است که در بازار قیمت از سطح قیمت تعادلی بالاتر باشد.
- در مقابل وقتی مقدار عرضه بیشتر از تقاضا باشد هم مازاد رخ می‌دهد و همین سبب می‌شود برخی از تولیدکنندگان از قیمت خود کم کنند تا بتوانند با پیدا کردن مشتری کالای بیشتری را بفروشند.

انواع بازار

در یک دسته‌بندی کلی می‌توان بازارها را در دو دسته رقابتی و انحصاری تقسیم کرد.



بازار رقابتی



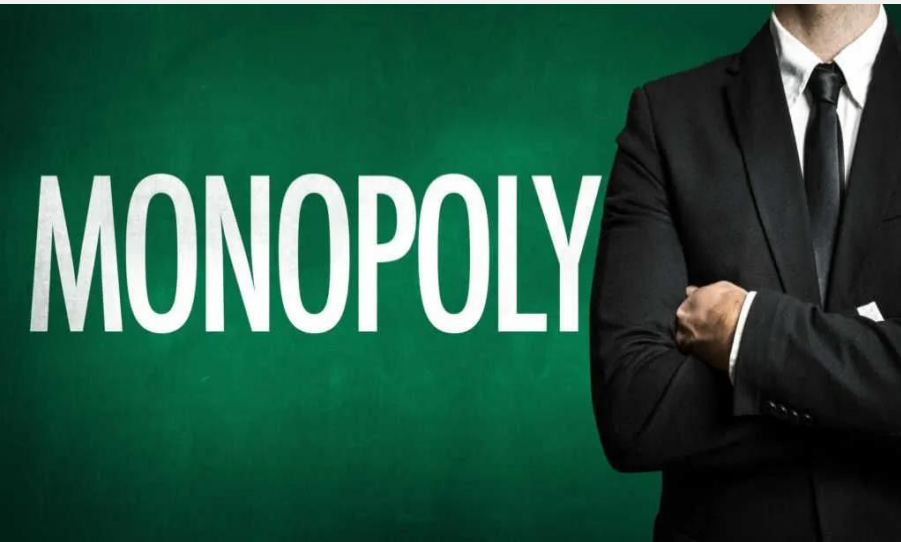
به بازاری گفته می شود که در آن تعداد زیادی تولید کننده وجود دارد و آن ها با هم به رقابت می پردازند تا به فروش بیشتری دست یابند، مثل بازار محصول ماکارونی، شوینده ها و ...

بازار انحصاری



- به بازاری اطلاق می شود که در آن فقط یک تولید کننده یا فروشنده وجود دارد و هیچ رقیبی در برابر او فعالیت نمی کند.
- بنابراین مصرف کنندگان برای تهیه آن کالا فقط باید به آن تولید کننده یا فروشنده منحصر به فرد بروند.

انحصارگر



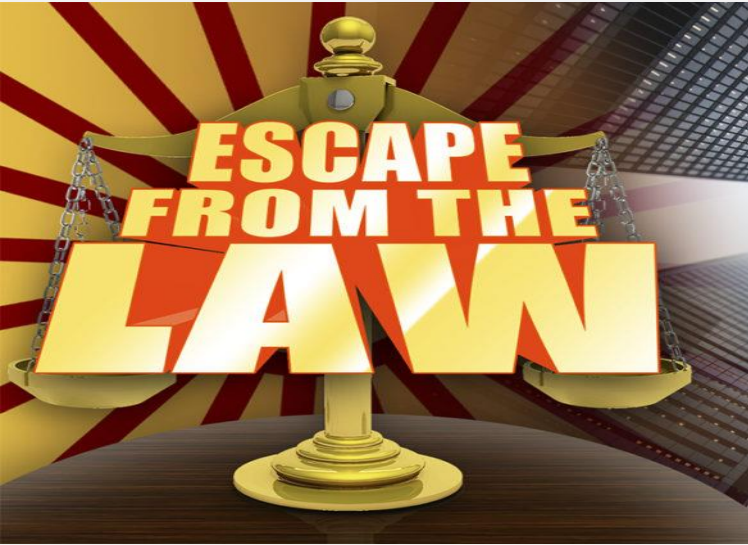
- تولید کننده یا فروشنده منحصر بفرد نیز که رقیبی ندارد انحصارگر نامیده می شود.



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

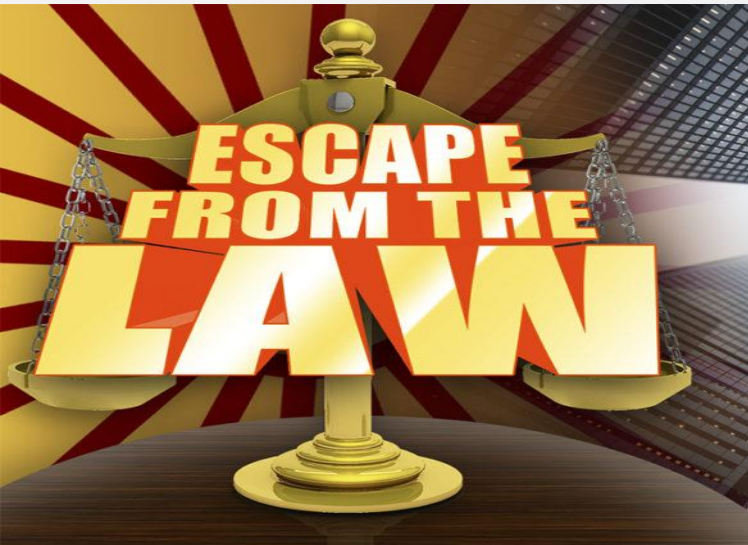
- در ایران شرکت توانیر به دلیل طبیعی و شرکت های خودرویی به دلایل قانونی **انحصارگر در فروش** کالای خودبه شمار می روند.
- شرکت پخش و پالایش فرآورده های نفتی از یک سو تنها **خریدار** و از سوی دیگر تنها **فروشنده محصولات نفتی** است.

انحصارگر غیرقانونی



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.

انحصارگر طبیعی و قانونی



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

انواع بازار در قالب حراجی ها

مناقصه و مزایده

انواع بازار از نظر
حراجی

مناقصه

مزایده

مزایده



مزایده مانند
فروشندهگان آثار هنری در نمایشگاه‌ها و حراجی‌ها
می باشد.

مناقصه



مناقصه مانند
خریداران عمده کالا و خدمات (مثل خریدهای دولتی)
می باشد.

بنده یک مفت خور محترم هستم که صرفاً با قوانین بازار کار می‌کنم!

من از همان جنس آدم‌هایی هستم که یک شبه پول دار شده‌اند. داستان من ساده است. با چند نفر از دوستانم که در یکی از سازمان‌های دولتی مشغول به کار بودند، زدوبند کردیم و با دور زدن قانون، چند ماشین لوکس وارد کردیم و تقریباً سه برابر قیمت خرید، فروختیم. البته عرض کنم، روزی که ما این کار را کردیم، دور زدن قانون ممنوع نبود، بعدها ممنوع شد! یک روز هم که از همان دوستان عزیز خبرهایی به دستم رسید که قیمت آهن‌آلات قرار است گران شود، مقدار زیادی آهن خریداری کردم و در یک جای بزرگ، انبار کردم و هنگامی که آهن گران شد، به قیمت روز فروختم. این هم غیرقانونی نبود؛ یک خرید و فروش معمولی بود، آن هم به قیمت بازار و کاملاً سازگار با قانون عرضه و تقاضا. فکر می‌کنم با این توصیف نیازی به درس خواندن نداشته باشید! حاضرم در صورت نیاز، بیشتر راهنماییتان کنم. البته اکنون از کشور متواری شده‌ام؛ ولی شاید برگردم!

سه چیز پایدار نماند: مال بی تجارت و علم بی بحث و ملک بی سیاست

(گلستان سعدی، باب هشتم)