

سایت کنکوری ها

www.konkuryha.ir

دانلود سوالات و پاسخ تشریحی کنکور سراسری تمامی رشته ها

دانلود رایگان برترین جزوات آموزشی از اساتید برتر کشور

دانلود سوالات و پاسخ تشریحی کنکورهای آزمایشی

گاج، قلمچی، گزینه دو، سنجش و...

دانلود برنامه های فرصت برابر

منتظر خدمات جدید سایت باشید

بازار فصل ۲

بازار چیست؟

- ۱- کدام جمله ضرورتاً در مورد اصطلاح «بازار» در علم اقتصاد صحیح نیست؟
 (۱) ارتباط مجموعه‌ی خریداران و فروشندگان کالاها است.
 (۲) نحوه‌ی رفتار و عکس‌العمل خریداران و فروشندگان کالاها است.
 (۳) مکان خاصی است که افراد برای تأمین نیازهای خود به آن جا می‌روند.
 (۴) وضعیت خریداران و فروشندگان کالاها و منطقی که بر رفتارشان حاکم است.
 (سنجش ۸۳)
- ۲- رفتار اقتصادی چیست؟
 (۱) عکس‌العمل تولیدکنندگان نسبت به تغییرات وضعیت اقتصادی
 (۲) عکس‌العمل اقتصاددانان نسبت به تغییرات وضعیت اقتصادی
 (۳) عکس‌العمل تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان نسبت به وضعیت اقتصادی (۴) افزایش یا کاهش قیمت‌های کالاها در طول زمان
 (سنجش ۸۳)
- ۳- تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان به ترتیب با چه هدفی وارد بازار می‌شوند؟
 (۱) رفع نیاز، کسب سود (۲) کسب سود، کسب سود
 (۳) رفع نیاز، رفع نیاز (۴) کسب سود، رفع نیاز

بررسی رفتار اقتصادی مصرف‌کنندگان

- ۴- تصمیم مصرف‌کنندگان در مورد خرید کالا از کدام عامل تأثیر نمی‌پذیرد؟
 (۱) سود آور بودن کالا (۲) قیمت کالا (۳) قیمت سایر کالاها (۴) سلیقه‌ی فرد
 (سنجش ۸۳)
- ۵- با افزایش قیمت گوشت قرمز، مصرف گوشت مرغ و ماهی به ترتیب از راست به چپ و می‌یابد.
 (۱) افزایش، کاهش (۲) افزایش، افزایش (۳) کاهش، کاهش (۴) کاهش، افزایش
- ۶- کدام گزینه در ارتباط با عوامل مؤثر بر رفتار اقتصادی مصرف‌کنندگان صحیح نیست؟
 (۱) با افزایش قیمت کالا، مصرف کالاها مکمل آن نیز بیشتر می‌شود.
 (۲) با کاهش قیمت یک کالا مصرف آن کالا افزایش می‌یابد.
 (۳) با افزایش درآمد، مصرف کالا افزایش می‌یابد.
 (۴) افزایش قیمت یک کالا معمولاً باعث صرفه‌جویی در مصرف آن کالا می‌شود.
 (سنجش ۸۳)
- ۷- مصرف یک کالای خاص با و رابطه‌ی عکس دارد.
 (۱) درآمد، قیمت کالای مشابه
 (۲) قیمت آن کالا، مصرف کالاهای مشابه
 (۳) مصرف کالای مشابه، قیمت کالای مشابه
 (۴) قیمت کالا، درآمد
- ۸- با افزایش قیمت چای، مصرف قهوه افزایش می‌یابد، زیرا:
 (۱) سلیقه‌ی مردم تغییر می‌کند.
 (۲) مصرف کالای مشابه با مصرف کالای اصلی رابطه‌ی عکس دارد.
 (۳) قیمت کالای مشابه با مصرف کالای اصلی با مصرف کالای مشابه رابطه‌ی مستقیم دارد.
 (۴) قیمت کالای اصلی با مصرف کالای مشابه رابطه‌ی مستقیم دارد.
- ۹- اگر سلیقه‌ی فردی به سمت مصرف کالای X افزایش یابد و از طرف دیگر درآمد او کاهش یابد، با فرض آن که Y کالای مشابه X است؛ آن‌گاه
 (۱) مصرف‌کننده نسبت به قبل بیشتر X مصرف می‌کند
 (۲) مصرف‌کننده نسبت به قبل بیشتر Y مصرف می‌کند
 (۳) مصرف Y و X مصرف‌کننده افزایش می‌یابد
 (۴) ممکن است مصرف X کم‌تر یا بیشتر شود

منحنی تقاضا

- ۱۰- منحنی تقاضا نشان‌دهنده‌ی چگونگی رفتار اقتصادی است و حالت دارد.
 (۱) مصرف‌کنندگان - صعودی (۲) مصرف‌کنندگان - نزولی (۳) تولیدکنندگان - نزولی (۴) تولیدکنندگان - صعودی
- ۱۱- نزولی بودن منحنی تقاضا به دلیل آن است که
 (۱) با کاهش قیمت هر کالا، میزان تولید آن در بازار توسط تولیدکنندگان کاهش می‌یابد
 (۲) با افزایش قیمت هر کالا، مصرف‌کنندگان سعی می‌کنند نیازهایشان را با کالای مشابه برطرف کنند
 (۳) با کاهش قیمت هر کالا، تولیدکنندگان بیشتر آن را تولید می‌کنند
 (۴) با افزایش قیمت هر کالا، نیاز مصرف‌کنندگان به مصرف آن کالا کاهش می‌یابد

- ۱۲- در رابطه با نزولی بودن منحنی تقاضا کدام مورد نادرست است؟
 (۱) کالاهای غیرلوکس منحنی تقاضایشان حالت نزولی ندارد.
 (۲) با افزایش قیمت، مقدار تقاضا کاهش می‌یابد.
 (۳) با کاهش قیمت، مقدار تقاضا افزایش می‌یابد.
 (۴) رابطه‌ی تقاضا و قیمت یک رابطه‌ی معکوس است.
- (سنجش ۸۳)
- ۱۳- منحنی تقاضا، نشان‌دهنده‌ی چگونگی رفتار اقتصادی کدام گروه است؟
 (۱) مصرف‌کنندگان (۲) خرده‌فروشان (۳) تولیدکنندگان (۴) عمده‌فروشان
- (سنجش ۸۳)
- ۱۴- منحنی تقاضای مصرف‌کنندگان است. یعنی با قیمت کالا، تقاضای مصرف‌کنندگان می‌یابد.
 (۱) نزولی، افزایش، افزایش (۲) نزولی، کاهش، افزایش (۳) صعودی، افزایش، کاهش (۴) صعودی، کاهش، کاهش
- ۱۵- اگر قیمت کالایی از ۱۰۰ به ۱۵۰ ریال برسد، با ثابت ماندن سایر عوامل، کدام تغییرات تقاضا امکان ندارد؟
 (۱) مقدار تقاضای کالا از ۲۰۰ به ۱۰۰ می‌رسد.
 (۲) مقدار تقاضای کالای مکمل از ۳۰۰ به ۸۰۰ می‌رسد.
 (۳) مقدار تقاضای کالای مشابه از ۸۰۰ به ۱۰۰۰ می‌رسد.
 (۴) مقدار تقاضای کالا از ۱۰۰۰ به ۵۰۰ می‌رسد.

بررسی رفتار تولیدکنندگان

- ۱۶- کدام عبارت در ارتباط با عوامل مؤثر بر رفتار اقتصادی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان صحیح است؟
 (۱) سلیقه هم بر رفتار تولیدکننده تأثیر می‌گذارد، هم بر رفتار مصرف‌کننده
 (۲) قیمت سایر کالاها، هم بر رفتار تولیدکننده تأثیر می‌گذارد هم بر رفتار مصرف‌کننده
 (۳) هزینه‌های تولید، هم بر رفتار تولیدکننده تأثیر می‌گذارد هم بر رفتار مصرف‌کننده
 (۴) قیمت کالا، هم بر رفتار تولیدکننده تأثیر می‌گذارد هم بر رفتار مصرف‌کننده
- (سنجش ۸۴)
- ۱۷- کدام یک از عوامل زیر، همگی تصمیم یک تولیدکننده را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟
 (۱) قیمت آن کالا، سلیقه‌ی تولیدکنندگان
 (۲) افزایش جمعیت، میزان فروش
 (۳) پیش‌بینی آن‌ها از رونق و رکود، هزینه‌های تولید
 (۴) قیمت سایر کالا، هزینه‌های تولید
- ۱۸- تولید یک کالایی توسط یک تولیدکننده افزایش یافته است، کدام مورد نمی‌تواند صحیح باشد؟
 (۱) قیمت آن کالا افزایش یافته است.
 (۲) سودآوری آن کالا افزایش یافته است.
 (۳) هزینه‌های تولید آن کالا افزایش یافته است.
 (۴) در آینده بازار این کالا با رونق روبه‌رو می‌شود.
- ۱۹- هزینه‌های تولید یک کالایی کاهش یافته است. اما تولیدکنندگان پیش‌بینی کرده‌اند در آینده بازار این کالا با رکود مواجه خواهد شد. کدام گزینه نادرست است؟
 (۱) اگر عامل هزینه از عامل پیش‌بینی قوی‌تر باشد تولید این کالا افزایش می‌یابد.
 (۲) اگر عامل هزینه از عامل پیش‌بینی ضعیف‌تر باشد تولید این کالا کاهش می‌یابد.
 (۳) احتمال عدم تغییر تولید این کالا وجود ندارد.
 (۴) این دو عامل روی تولید تأثیر عکس می‌گذارند.
- ۲۰- بازار کالایی با رکود مواجه است، کدام عامل می‌تواند باعث شود تا تولید این کالا کم نشود؟
 (۱) در هر صورت تولید این کالا کاهش می‌یابد.
 (۲) کاهش هزینه‌های تولید
 (۳) کاهش قیمت
 (۴) تغییر سلیقه‌ی تولیدکنندگان

منحنی عرضه

- ۲۱- صعودی بودن منحنی عرضه به چه معنی است؟
 (۱) با افزایش عرضه، قیمت کالا کاهش می‌یابد.
 (۲) با افزایش قیمت، عرضه‌ی کالا افزایش می‌یابد.
 (۳) با افزایش قیمت، تقاضای کالا کاهش می‌یابد.
 (۴) با کاهش قیمت، عرضه‌ی کالا افزایش می‌یابد.
- ۲۲- صعودی بودن منحنی عرضه به چه دلیل است؟
 (۱) چون با افزایش قیمت، سوددهی بیشتر می‌شود.
 (۲) چون با افزایش قیمت، عرضه بیشتر می‌شود.
 (۳) چون با افزایش قیمت، صرفه‌جویی بیشتر می‌شود.
 (۴) چون با افزایش قیمت، تقاضا کم می‌شود.
- (سراسری ۸۴)
- ۲۳- منحنی عرضه است. یعنی با قیمت، عرضه می‌یابد.
 (۱) نزولی، افزایش، افزایش (۲) صعودی، افزایش، کاهش (۳) نزولی، کاهش، افزایش (۴) صعودی، کاهش، کاهش
- (سنجش ۸۳)
- ۲۴- منحنی «عرضه» نشان‌دهنده‌ی چگونگی رفتار اقتصادی کدام گروه است؟
 (۱) مصرف‌کنندگان (۲) خرده‌فروشان (۳) تولیدکنندگان (۴) عمده‌فروشان
- ۲۵- اگر قیمت کالایی از ۱۰۰ به ۱۵۰ ریال برسد کدام تغییر امکان ندارد؟
 (۱) عرضه $\frac{5}{4}$ برابر می‌شود. (۲) تقاضا $\frac{4}{5}$ برابر می‌شود. (۳) عرضه از ۸۰ به ۷۵ کیلو می‌رسد. (۴) تقاضا از ۸۰ به ۷۵ کیلو می‌رسد.

تبادل و قیمت تعادلی

۲۶- کدام مورد بیانگر «قیمت تعادلی و مقدار تعادلی» است؟

- (۱) قیمت: ۱۵۰، مقدار تقاضا: ۶۰، مقدار عرضه: ۱۵۰
 (۳) قیمت: ۲۵۰، مقدار تقاضا: ۲۵۰، مقدار عرضه: ۳۰۰

(فارج از کشور ۸۶)

- (۲) قیمت: ۲۰۰، مقدار تقاضا: ۵۰، مقدار عرضه: ۵۰
 (۴) قیمت: ۳۰۰، مقدار تقاضا: ۲۰۰، مقدار عرضه: ۳۰۰

۲۷- هرگاه قیمت به دلیل کمبود «یعنی فزونی تقاضا بر عرضه» به سمت قیمت تعادلی پیش برود، قیمت در بازار در چه وضعیتی است؟ (سراسری ۸۵)

- (۱) در حال افزایش است.
 (۲) در حال کاهش است.
 (۳) در وضع «ثابت» است.
 (۴) وضع بازار در حالت «تورم رکودی» است.

(سراسری ۸۶)

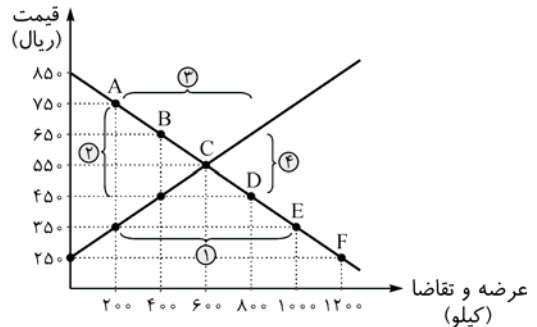
۲۸- عامل هماهنگی و ایجاد تعادل در «رفتار اقتصادی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان» کدام است؟

- (۱) ارزش و قیمت کالا
 (۲) ارزان بودن کالا
 (۳) فزونی عرضه بر تقاضا
 (۴) فزونی تقاضا بر عرضه

۲۹- با توجه به جدول و نمودار زیر، به ترتیب از راست به چپ، «کمبود عرضه»، «نقطه‌ی تعادلی قیمت و مقدار»، «مازاد عرضه» کدام است؟

(سراسری ۸۷)

قیمت به ریال	۲۵۰	۳۵۰	۴۵۰	۵۵۰	۶۵۰	۷۵۰	۸۵۰
مقدار تقاضا کیلو	۱۲۰۰	۱۰۰۰	۸۰۰	۶۰۰	۴۰۰	۲۰۰	۰
مقدار عرضه کیلو	۰	۲۰۰	۴۰۰	۶۰۰	۸۰۰	۱۰۰۰	۱۲۰۰



۲-D-۴ (۴)

۱-A-۳ (۳)

۴-B-۲ (۲)

۳-C-۱ (۱)

(سراسری ۸۸)

۳۰- در کدام شرایط اتفاق زیر رخ می‌دهد؟

«افزایش قیمت تا سطحی ادامه می‌یابد که در آن فاصله‌ی بین «عرضه و تقاضا» از بین برود و تعادل در بازار برقرار شود. این سطح قیمت همان قیمت تعادلی است.»

- (۱) وقتی در بازار، قیمت از سطح «قیمت تعادلی» بالا برود و «مازاد عرضه» به وجود آید.
 (۲) هنگامی که در بازار، کمبود اتفاق می‌افتد و قیمت از سطح قیمت تعادل پایین‌تر باشد.
 (۳) زمانی که از یک سو مصرف‌کنندگان مقدار خرید خود را افزایش دهند و از سوی دیگر تولیدکنندگان از مقدار خود بکاهند.
 (۴) موقعی که گروهی از تولیدکنندگان موفق نشوند کالاهایشان را بفروشند و حاضر شوند آن را با قیمتی پایین‌تر به فروش برسانند.

(سراسری ۸۹)

۳۱- با توجه به نمودار زیر، به ترتیب از راست به چپ:

(الف) «مازاد عرضه» و «کمبود عرضه» کدام است؟

(ب) «مازاد عرضه» و «کمبود عرضه» در کدام موقعیت از «نقطه‌ی تعادلی» قرار دارند؟

(ج) «نقطه‌ی تعادلی، قیمت و مقدار» کدام است؟

(د) منحنی «تقاضا - قیمت» و «عرضه - قیمت» به ترتیب کدام است و هر یک در کدام وضعیت است؟

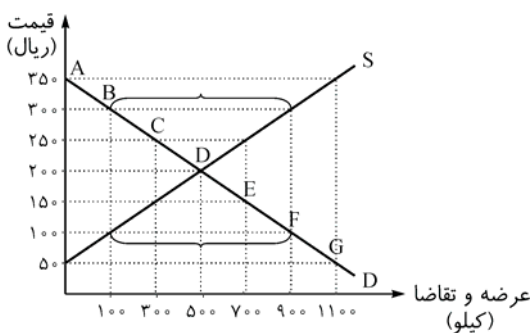
(ه) مقدار «قیمت تعادلی»، «تقاضای تعادلی» و «عرضه‌ی تعادلی» کدام است؟

(۱) الف) ۹۰۰ و ۳۰۰ - ۱۰۰ و ۹۰۰ (ب) مازاد عرضه زیر منحنی تقاضا و کمبود عرضه روی منحنی تقاضا (ج) نقطه‌ی E (د) S, D - صعودی و نزولی (ه) ۵۰۰ و ۲۰۰، ۵۰۰

(۲) الف) ۹۰۰ و ۳۰۰ - ۹۰۰ و ۱۰۰ (ب) مازاد عرضه زیر منحنی تقاضا و کمبود عرضه روی منحنی تقاضا (ج) نقطه‌ی E (د) S, D - صعودی و نزولی (ه) ۵۰۰ و ۲۰۰، ۵۰۰

(۳) الف) ۳۰۰ و ۹۰۰ - ۱۰۰ و ۹۰۰ (ب) مازاد عرضه بالای نقطه‌ی تعادلی و کمبود عرضه پایین نقطه‌ی تعادلی (ج) نقطه‌ی D (د) S, D - نزولی و صعودی (ه) ۵۰۰ و ۵۰۰، ۲۰۰

(۴) الف) ۳۰۰ و ۹۰۰ - ۹۰۰ و ۱۰۰ (ب) مازاد عرضه بالای نقطه‌ی تعادلی و کمبود عرضه پایین نقطه‌ی تعادلی (ج) نقطه‌ی D (د) S, D - نزولی و صعودی (ه) ۵۰۰ و ۵۰۰، ۲۰۰



۳۲- با توجه به جدول «تقاضا، عرضه و قیمت» ذیل، در کدام سطح قیمت و در کدام ردیفهای جدول، بازار با «مازاد عرضه» روبه‌رو است؟

ردیف	قیمت (به ریال)	مقدار تقاضا (به کیلو)	مقدار عرضه (به کیلو)
۱	۱۰۰	۱۲۰۰	۰
۲	۱۵۰	۱۰۰۰	۲۰۰
۳	۲۰۰	۸۰۰	۴۰۰
۴	۲۵۰	۶۰۰	۶۰۰
۵	۳۰۰	۴۰۰	۸۰۰
۶	۳۵۰	۲۰۰	۱۰۰۰
۷	۴۰۰	۰	۱۲۰۰

(فارج از کشور ۱۵)

(زیرا به دلیل گران‌بودن کالا، تولیدکنندگان، که به دنبال سود بیشتر هستند به تولید می‌پردازند در حالی که «مصرف‌کنندگان» به خرید و مصرف این کالای گران به آن مقدار تمایل نشان نمی‌دهند). (سراسری ۹۰)

(۱) در سطح قیمت پایین‌تر از ۲۵۰ ریال - ردیف‌های ۱، ۲، ۳

(۲) در سطح قیمت بالاتر از ۲۵۰ ریال - ردیف‌های ۱، ۲، ۳

(۳) در سطح قیمت پایین‌تر از ۲۵۰ ریال - ردیف‌های ۵، ۶، ۷

(۴) در سطح قیمت بالاتر از ۲۵۰ ریال - ردیف‌های ۵، ۶، ۷

۳۳- کدام یک از موارد زیر در مبحث «قیمت تعادلی» نادرست است؟

(۱) وقتی در بازار، قیمت از سطح قیمت تعادلی پایین‌تر بیاید، مازاد عرضه به وجود می‌آید.

(۲) در بازار هنگامی کمبود اتفاق می‌افتد که قیمت از سطح قیمت تعادلی پایین‌تر باشد.

(۳) در حالت کمبود عرضه، قیمت بالا می‌رود و فاصله‌ی بین عرضه و تقاضا کاهش می‌یابد.

(۴) با پایین‌آمدن قیمت، تولیدکنندگان از مقدار تولید خود می‌کاهند.

۳۴- در جدول عرضه و تقاضای نوعی کالا، قیمت تعادل برابر ۹۰ واحد پولی و مقدار تقاضا با این قیمت برابر ۱۰۰ واحد بوده است. از فروش‌شده در صورت عرضه «کدام مقدار» می‌توان انتظار کاهش قیمت را داشت؟

(تزار ۸۳)

۱۱۰ (۴)

۱۰۰ (۳)

۹۰ (۲)

۸۰ (۱)

۳۵- کدام گزینه در ارتباط با مازاد عرضه‌ی کالا صحیح است؟

(۱) کاهش قیمت، وضعیت مازاد عرضه‌ی نوعی کالا را به سمت قیمت تعادلی آن پیش می‌برد.

(۲) افزایش مقدار تولید، وضعیت مازاد عرضه‌ی نوعی کالا را به سمت قیمت تعادلی آن پیش می‌برد.

(۳) افزایش قیمت، وضعیت مازاد عرضه‌ی نوعی کالا را به سمت قیمت تعادلی آن پیش می‌برد.

(۴) کاهش مقدار خرید، وضعیت مازاد عرضه‌ی نوعی کالا را به سمت قیمت تعادلی آن پیش می‌برد.

۳۶- کمبود عرضه و کمبود تقاضا به ترتیب از راست به چپ در کدام قسمت نمودار زیر وجود دارد؟

۲ (۲) و ۴

۱ (۱) و ۳

۱ (۴) و ۳

۲ (۳) و ۴

۳۷- هرگاه در بازار کالایی، کمبود یا مازاد مشاهده نگردد.....

(۱) قیمت کالا ارزان است

(۲) قیمت کالا ثابت است

(۳) قیمت کالا تعادلی است

(۴) قیمت کالا گران است

(سنپش ۸۴)

۳۸- هرگاه در بازار، قیمت کالایی در حال افزایش باشد، در چه وضعیتی قیمت به سمت «قیمت تعادلی» پیش می‌رود؟

(۲) فزونی عرضه بر تقاضا

(۱) اگر قیمت کالایی در حال کاهش باشد.

(۴) چون عوامل متعددی در آن تأثیرگذار است حکمی نمی‌توان داد.

(۳) فزونی تقاضا بر عرضه

۳۹- اگر تولیدکنندگان بیشتر از مقدار خرید مصرف‌کنندگان کالا تولید کنند، موفق به فروش آن مقدار اضافی نخواهند شد. هم‌چنین اگر مصرف‌کنندگان بخواهند به مقداری بیشتر از آن چه تولیدکنندگان عرضه کرده‌اند کالا خریداری کنند دچار مشکل خواهند شد برای اجتناب از آن باید..... (سنپش ۸۴)

(۱) تولیدکنندگان کالا بیش از مقدار تقاضا عرضه کنند

(۲) رفتار اقتصادی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان با یکدیگر هماهنگ شود.

(۳) قیمت کالاها در یک حد متعادل توسط دولت تثبیت شود

(۴) مصرف‌کنندگان کالا کم‌تر از مقدار عرضه، تقاضا داشته باشند

(سنپش ۸۴)

۴۰- هرگاه قیمت کالایی در حال «کاهش» باشد، در این حالت، دلیل پیشروی قیمت به سمت «تعادل» چیست؟

(۲) فاصله‌گیری «عرضه و تقاضا» از هم

(۱) تبدیل وضع موجود بازار به «حالت تورم رکودی»

(۴) وجود مازاد یعنی «فزونی عرضه بر تقاضا»

(۳) وجود کمبود یعنی «تقاضا بر عرضه»

۴۱- چه زمانی در بازار یک کالا کمبود اتفاق می‌افتد؟

(۱) زمانی که عرضه بر تقاضا فزونی یابد.

(۲) زمانی که قیمت از سطح قیمت تعادلی پایین‌تر بیاید.

(۳) زمانی که قیمت از سطح قیمت تعادلی بالاتر رود.

(۴) زمانی که تولیدکنندگان رغبت بیشتری برای عرضه دارند.

۴۲- کدام عامل باعث کاهش قیمت یک کالای خاص نمی‌شود؟

(۱) فزونی تقاضا بر عرضه‌ی آن کالا

(۲) بیش از حد نیاز تولیدکردن آن کالا

(۳) بالاتر بودن قیمت آن کالا از قیمت تعادلی

(۴) تغییر سلیقه‌ی مردم به سمت کالاهای دیگر

۴۳- در حالت مقدار از بیشتر است و قیمت در حال است.

(۱) مازاد عرضه، تقاضا، عرضه، نزدیک‌شدن قیمت به تعادلی

(۳) مازاد عرضه، عرضه، تقاضا، نزدیک‌شدن به قیمت تعادلی

(۲) مازاد تقاضا، تقاضا، عرضه، دورشدن از قیمت تعادلی

(۴) مازاد تقاضا، عرضه، تقاضا، دورشدن از قیمت تعادلی

۴۴- وقتی در بازار یک کالای خاص از قیمت تعادلی بالاتر برویم

- (۱) مازاد تقاضا به وجود می‌آید (۲) کمبود عرضه به وجود می‌آید (۳) همواره در تعادل قرار داریم (۴) مازاد عرضه به وجود می‌آید
- ۴۵- بازار یک نوع کالا، بر اثر چه حالتی با افزایش قیمت و کاهش فاصله‌ی بین عرضه و تقاضا روبه‌رو می‌گردد؟ (فارج از کشور ۸۶)
- (۱) انحصار (۲) کمبود عرضه (۳) رقابت (۴) مازاد عرضه
- ۴۶- در بازار هنگامی مازاد عرضه اتفاق می‌افتد که قیمت از سطح قیمت تعادلی بالاتر برود. کدام یک نتیجه‌ی این پدیده نیست؟ (فارج از کشور ۸۸)
- (۱) با پایین آمدن قیمت از یک سو مصرف‌کنندگان، مقدار خرید خود را افزایش می‌دهند و از سوی دیگر، تولیدکنندگان از مقدار تولید خود می‌کاهند.
 (۲) گروهی از مصرف‌کنندگان، موفق به خرید کالای مورد نیاز خود نشده و برای خرید کالا حاضرند مبلغ بالاتری بپردازند و این امر سبب افزایش قیمت کالا می‌شود.
 (۳) چون گروهی از تولیدکنندگان، موفق نمی‌شوند کالایشان را بفروشند، حاضر خواهند بود آن را با قیمتی پایین‌تر به فروش برسانند؛ در نتیجه قیمت پایین می‌آید.
 (۴) در حالت وجود مازاد عرضه قیمت کاهش می‌یابد و فاصله‌ی بین میزان عرضه و تقاضا کم‌تر می‌شود. این حالت تا سطحی ادامه می‌یابد که در آن، فاصله‌ی بین میزان عرضه و تقاضا از بین می‌رود.

انواع بازار

۴۷- قدرت انتخاب در بازار است.

- (۱) مصرف‌کنندگان، انحصاری، بیشتر (۲) مصرف‌کنندگان، رقابتی، بیشتر (۳) تولیدکنندگان، انحصاری، کم‌تر (۴) تولیدکنندگان، رقابتی، کم‌تر
- ۴۸- یکی از پیامدهای «بازار محصولی با تعداد تولیدکنندگان هر چه زیادتر» چیست؟ (آزار ۸۴)
- (۱) پایین آمدن نسبی قیمت (۲) متضرر شدن مصرف‌کنندگان (۳) پایین آمدن کیفیت (۴) ایجاد اتحاد تولیدکنندگان
- ۴۹- کاهش تعداد تولیدکنندگان در یک بازار مشخص، ممکن است موجب
- (۱) افزایش منافع خریداران شود (۲) افزایش بهبود کیفیت محصول شود
 (۳) افزایش اتحاد بین فروشندگان شود (۴) افزایش رقابت شود
- ۵۰- بازار انحصار خرید بازاری است که در آن
- (۱) تنها یک تولیدکننده کالا را تولید می‌کند (۲) تنها یک مصرف‌کننده در آن بازار وجود دارد
 (۳) یک تولیدکننده کالا را تولید می‌کند و یک مصرف‌کننده آن را مصرف می‌کند (۴) چند تولیدکننده و چند مصرف‌کننده وجود دارد
- ۵۱- ویژگی بازار است.
- (۱) انتخاب مصرف‌کننده، انحصاری (۲) انتخاب مصرف‌کننده، رقابتی (۳) انتخاب تولیدکننده، رقابتی (۴) انتخاب تولیدکننده، انحصاری
- ۵۲- دو نقطه‌ی مقابل هم در بازار کدام‌اند؟
- (۱) عرضه و تقاضا (۲) قیمت و مقدار (۳) رقابت و انحصار (۴) خرده‌فروشی و عمده‌فروشی
- ۵۳- هر چه مقدار تولیدکنندگان در بازار زیادتر باشد
- (۱) اتحاد و همکاری بین آن‌ها بیشتر می‌شود (۲) اتحاد و همکاری آن‌ها کم‌تر است
 (۳) بازار حالت «انحصاری» پیدا می‌کند (۴) حالت «رقابتی» بازار کاهش پیدا می‌کند
- ۵۴- در حالت رقابت، کیفیت، قیمت و سهم‌بری از بازار مدنظر است.
- (۱) افزایش، افزایش، بیشتر (۲) افزایش، کاهش، بیشتر (۳) کاهش، کاهش، کم‌تر (۴) کاهش، افزایش، کم‌تر
- ۵۵- در رابطه با این مطلب «هرگاه تولیدکنندگانی تصمیم بگیرند با هم کنار آمده و دست از رقابت بردارند» کدام مورد نادرست است؟
- (۱) این وضع به هر حال به خاطر ثبات قیمت‌ها به نفع مصرف‌کنندگان نیز است.
 (۲) تلاش برای بهبود کیفی کالاها نیز ضرورتی نخواهد داشت.
 (۳) در این صورت تولیدکنندگان از شرایط بهتری برخوردار خواهند شد.
 (۴) دیگر مجبور نمی‌شوند کالایشان را ارزان بفروشند.
- ۵۶- در چه وضعیتی «خریدار» باعث می‌شود که فروشندگان مجبور شوند کالاهای خود را با قیمتی که خریدار تعیین می‌کند به او بفروشند؟
- (۱) بازار کالاهای غیرحساس (۲) در بازاری که تولیدکننده‌ی رقیب «بسیار کم» است.
 (۳) در بازار کالایی که مورد نیاز اکثریت جامعه است. (۴) در بازار کالایی خاص که فقط یک خریدار وجود داشته باشد.
- ۵۷- اگر در بازار فقط یک تولیدکننده باشد
- (۱) انحصارگر مجبور است قیمت خود را پایین بیاورد (۲) منابع بیشتری نصیب مصرف‌کنندگان می‌شود
 (۳) تلاش برای بهبود کیفیت چندان ضرورتی ندارد (۴) انحصارگر سعی می‌کند مشتریان بیشتری را به خود جلب کند
- ۵۸- کدام یک از عبارت زیر در ارتباط با وضعیت رقابت در بازار کالا نادرست است؟
- (۱) رقابت بین تولیدکنندگان به نفع مصرف‌کنندگان است.
 (۲) در وضعیت رقابت، مصرف‌کنندگان می‌توانند کالایی با کیفیت مناسب‌تری و قیمت نسبتاً پایین‌تر تهیه کنند.
 (۳) همکاری بین تولیدکنندگان و عدم رقابت بین آن‌ها به ضرر مصرف‌کنندگان تمام می‌شود.
 (۴) هر قدر تعداد تولیدکنندگان کم‌تر باشد، منافع بیشتری نصیب مصرف‌کنندگان می‌شود.

تست‌های تکمیلی

۵۹- فرض کنید شما مشاور اقتصادی دولت هستید، دولت قصد دارد به ازای هر واحد کامپیوتری که در بازار فروخته می‌شود ۱۰۰ ریال از تولیدکننده مالیات دریافت کند. اگر شما بدانید که قیمت کامپیوتر در ماه تیر ۱/۵ برابر قیمت در مرداد و ۲ برابر قیمت در شهریور و ۲/۵ برابر قیمت در مهر است، چه ماهی را برای گرفتن مالیات به دولت پیشنهاد می‌کنید؟ (فرض کنید عرضه با کمبود مواجه نمی‌شود.)

(۱) تیر (۲) مرداد (۳) شهریور (۴) مهر

۶۰- اگر دولت قصد داشته باشد فرهنگ صرفه‌جویی را در مصرف نان ترویج دهد و هم‌چنین قصد حمایت از خانوارهای با درآمد پایین را داشته باشد کدام سیاست را اعمال کند بهتر است؟

(۱) آرد را به قیمت ارزان به نانواهایی‌ها بفروشد تا قیمت نان کاهش یابد.

(۲) آرد را به قیمت آزاد به نانواهایی‌ها بفروشد.

(۳) به هر خانوار با درآمد پایین ماهانه مقداری پول بدهد و هم‌چنین آرد را به قیمت ارزان به نانواهایی‌ها بفروشد.

(۴) به هر خانوار با درآمد پایین ماهانه مقداری پول بدهد و آرد را به قیمت آزاد به نانواهایی‌ها بفروشد.

۶۱- با افزایش قیمت انگور و ثابت‌بودن قیمت پوشاک، تقاضای پوشاک انگور کاران تاکستان می‌شود.

(۱) کمتر (۲) بدون تغییر (۳) بیشتر (۴) صفر

۶۲- اگر یک دولت اروپایی قصد داشته باشد درآمد مالیاتی از طریق وضع ۱ یورو مالیات برای فروش ۱ واحد نوشیدنی در زمستان کسب کند بهتر است کدام نوشیدنی را انتخاب کند؟

(۱) قهوه (۲) چای (۳) نوشابه (۴) تفاوتی ندارد.

۶۳- نصف مردم یک منطقه گرایش به مصرف چای و نصف دیگر تمایل به خوردن قهوه‌ی تلخ دارند. به علت نامساعدبودن وضع آب و هوایی در سال ۹۰ مقداری از محصولات مزارع نیشکر از بین رفته است. تولیدکننده‌ای در این منطقه، قصد انتخاب محصولی را برای فروش دارد و برای او میزان فروش مهم است (نه میزان سود). این تولیدکننده کدام محصول را برای فروش انتخاب می‌کند؟

(۱) چای (۲) قند (۳) قهوه (۴) شیر

۶۴- نزولی‌بودن منحنی تقاضای مرغ به چه علت است؟

(۱) به علت افزایش تقاضای گوشت قرمز وقتی مرغ گران شود.

(۲) به علت کاهش درآمد مردم وقتی مرغ گران شود.

(۳) به علت تغییر سلیقه‌ی مردم وقتی مرغ گران شود.

(۴) به علت کاهش تولید مرغ وقتی مرغ گران شود.

۶۵- صعودی‌بودن منحنی عرضه به چه علت است؟

(۱) چون انگیزه‌ی تولیدکنندگان کسب سود است.

(۲) چون منحنی تقاضا نزولی است.

(۳) چون با افزایش قیمت هزینه‌ی تولید کاهش می‌یابد.

(۴) چون با افزایش قیمت احتمالی صرفه‌جویی افراد بیشتر می‌شود.

۶۶- بعد از هدفمندکردن یارانه‌ها قیمت برق افزایش پیدا کرده است. بنابراین اگر سایر شرایط تولید ثابت مانده باشد، امکان ندارد

(۱) مصرف بستنی $\frac{1}{p}$ برابر شود (۲) تولید بستنی $\frac{1}{p}$ برابر شود (۳) مصرف بستنی $\frac{6}{5}$ برابر شود (۴) تولید بستنی $\frac{6}{5}$ برابر شود

۶۷- «جام جهانی ۲۰۱۴ در کشور برزیل برگزار می‌شود. بنابراین تولیدکنندگان مواد غذایی در برزیل انگیزه دارند در آن دوره تولیدات خود را افزایش دهند» در جمله‌ی بالا کدام مورد به ترتیب روی تقاضا و تولید تأثیر می‌گذارد؟

(۱) قیمت، افزایش، هزینه (۲) قیمت سایر کالا، کاهش هزینه (۳) سلیقه، قیمت (۴) جمعیت، پیش‌بینی

۶۸- اگر بین شما و فردی توافقی مبنی بر خرید هم‌اکنون اتومبیل او با قیمت موجود در بازار برقرار شود؛ اگر بازار در حالت باشد، شما قطعاً سود بیشتری می‌برید.

(۱) مازاد تقاضا (۲) تعادل (۳) مازاد عرضه (۴) نوسان قیمت

۶۹- اگر شما بخواهید اتومبیلتان را هم‌اکنون با قیمت موجود در بازار به فردی بفروشید، در کدام شرایط بازار شما سود بیشتری برده‌اید؟

(۱) مازاد تقاضا (۲) تعادل (۳) مازاد عرضه (۴) نوسان قیمت

۷۰- اگر معادله‌ی عرضه به صورت مقابل باشد $3 + 4p = \text{عرضه}$ ، و معادله‌ی تقاضا به صورت $5 - 2p = \text{تقاضا}$ ، (p = قیمت) آن‌گاه در قیمت ۲ ریال:

(۱) ۱۲ واحد اضافه تقاضا وجود دارد. (۲) ۱۰ واحد اضافه تقاضا وجود دارد. (۳) ۱۲ واحد اضافه عرضه وجود دارد. (۴) ۱۰ واحد اضافه عرضه وجود دارد.

۷۱- اگر معادلات عرضه و تقاضا به شکل سؤال قبل باشد قیمت تعادلی چند ریال است؟

(۱) $\frac{1}{3}$ (۲) $\frac{2}{3}$ (۳) $\frac{4}{3}$ (۴) $\frac{5}{3}$

۷۲- اگر دولت بخواهد کیفیت خدمات‌دهی شرکت‌های هواپیمایی را افزایش دهد باید

(۱) فقط خودش خدمات مسافربری هوایی را عرضه کند (۲) شرایط بازار مسافربری هوایی را رقابتی کند

(۳) اجازه‌ی رقابت شرکت‌های گوناگون را ندهد (۴) نظارت خود را بر شرکت‌های هواپیمایی شدیدتر کند

۷۳- اگر کشورهای عضو اوپک بخواهند سود بیشتری کسب کنند باید

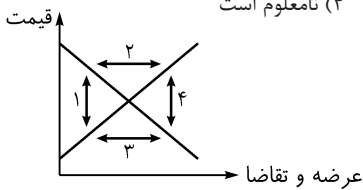
- (۱) از آپک خارج شوند
 (۲) به توصیه‌ی مدیران اوپک گوش دهند
 (۳) سعی کنند با کشورهای عضو رقابت کنند
 (۴) قیمت نفت را خودشان بالا ببرند

۷۴- با وارد شدن شرکت ایرنسل به ایران رفاه مصرف‌کنندگان سیم‌کارت تلفن همراه شد چون بازار سیم‌کارت به حالت نزدیک‌تر شد.

- (۱) افزایش، انحصاری
 (۲) کاهش، رقابتی
 (۳) کاهش، انحصاری
 (۴) افزایش، رقابتی

۷۵- اگر تمام شرکت‌های خودروسازی دولتی شود احتمالاً رفاه خریداران خودرو

- (۱) افزایش می‌یابد
 (۲) ثابت می‌ماند
 (۳) کاهش می‌یابد
 (۴) نامعلوم است

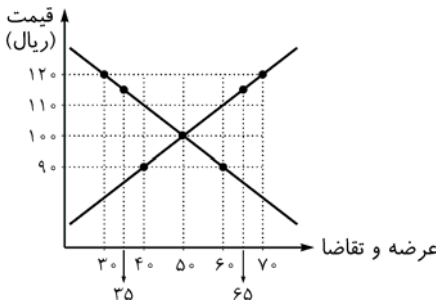


۷۶- در کدام ناحیه، هم احتمال کمبود تقاضا وجود دارد هم احتمال کمبود عرضه؟

- (۱) ۱
 (۲) ۲
 (۳) ۳
 (۴) امکان ندارد.

۷۷- در کدام قیمت اضافه عرضه بیشتر است؟

- (۱) ۱۱۰
 (۲) ۱۲۰
 (۳) ۱۰۰
 (۴) ۹۰



۷۸- اگر قیمت تعادل سکه‌ی طلا ۴۰۰ هزار تومان باشد در کدام قیمت اضافه تقاضای بیشتری وجود دارد؟

- (۱) ۵۰۰ هزار تومان
 (۲) ۳۰۰ هزار تومان
 (۳) ۳۵۰ هزار تومان
 (۴) ۲۵۰ هزار تومان

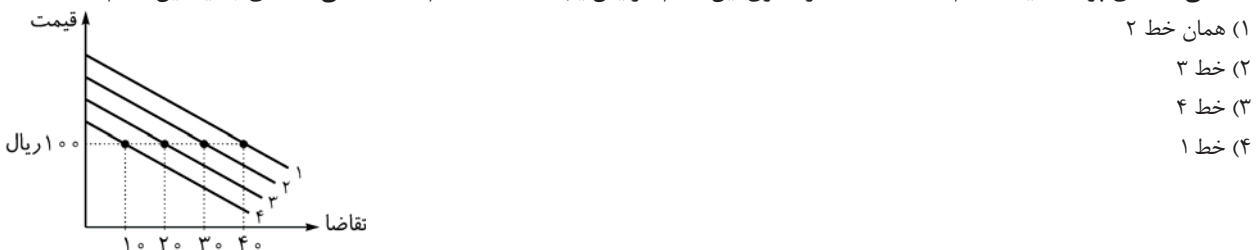
۷۹- فرض کنید شما ۵ سکه‌ی طلا و ۵۰۰ هزار تومان پس‌انداز دارید و می‌خواهید با این دارایی‌ها سود به دست بیاورید. در مجله‌ی اقتصادی می‌خوانید که بازار سکه‌ی طلا در وضعیت اضافه تقاضا قرار دارد. با این دارایی‌ها چه اقدامی می‌کنید تا سود بیشتری به دست آورید؟ (قیمت سکه الان ۵۰۰ هزار تومان است.)

- (۱) با پس‌انداز سکه می‌خرید و بعد از این‌که بازار سکه به تعادل رسید آن‌ها را می‌فروشید.
 (۲) سکه‌ها را می‌فروشید و به پس‌اندازتان اضافه می‌کنید.
 (۳) اقدامی نمی‌کنید و دارایی‌هایتان را به همان وضعیت نگه می‌دارید.
 (۴) نمی‌توان به اطمینان گفت کدام راه‌حل بهتر است.

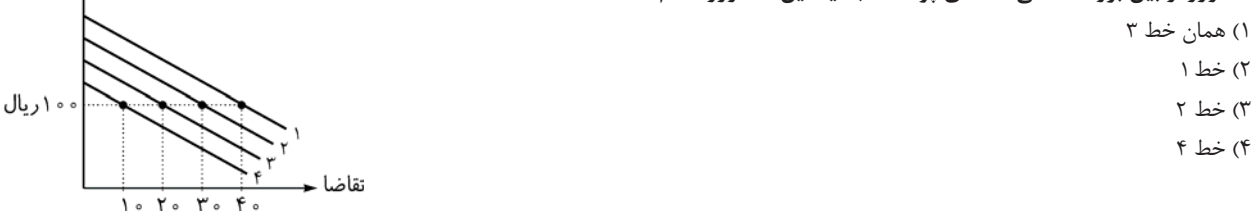
۸۰- فرض کنید قیمت سکه ۱۰۰۰ تومان و نیم‌سکه ۵۰۰ تومان و ربع‌سکه ۲۵۰ تومان باشد و شما ۱۰۰۰ تومان پول دارید. در مجله‌ی اقتصادی می‌خوانید بازار سکه در وضعیت تعادل، بازار نیم‌سکه در وضعیت مازاد عرضه و ربع‌سکه در وضعیت مازاد تقاضا قرار دارد. کدام خرید و فروش سوددهی بیشتری دارد؟

- (۱) خرید ۱ سکه و فروختن آن در آینده
 (۲) خرید ۲ عدد نیم‌سکه و فروختن آن در آینده
 (۳) خرید ۴ عدد ربع‌سکه و فروختن آن در آینده
 (۴) هیچ فرقی نمی‌کند.

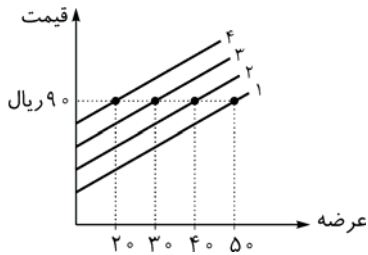
۸۱- منحنی تقاضای پوشاک یک معلم خط ۲ است. اگر حقوق این معلم افزایش یابد، احتمالاً کدام خط منحنی تقاضای جدید این معلم است؟



۸۲- منحنی تقاضای پوشاک یک کشاورز به شکل خط ۳ است. اگر در سال جاری به علت وضعیت بد آب و هوایی مقداری از محصول کشاورزی این کشاورز از بین برود منحنی تقاضای پوشاک جدید این کشاورز کدام خط است؟



۸۳- اگر منحنی عرضه بستنی یک تولیدکننده به شکل خط ۳ است. اگر قیمت شیر افزایش یابد کدام خط می تواند منحنی عرضه‌ی جدید این تولیدکننده باشد؟



- (۱) همان خط ۳
- (۲) خط ۱
- (۳) خط ۲
- (۴) خط ۴

۸۴- اگر قیمت قهوه افزایش بیابد، هم‌چنین اگر سلیقه‌ی مصرف‌کنندگان به سمت مصرف قهوه برود، آن‌گاه تقاضای قهوه

- (۱) افزایش می‌یابد
- (۲) کاهش می‌یابد
- (۳) ثابت می‌ماند
- (۴) معلوم نیست

۸۵- اگر قیمت مبل کاهش یابد، درآمد خانواده‌ی حسینی افزایش یابد و قیمت فرش افزایش یابد، آن‌گاه تقاضای مصرف مبل خانواده‌ی حسینی

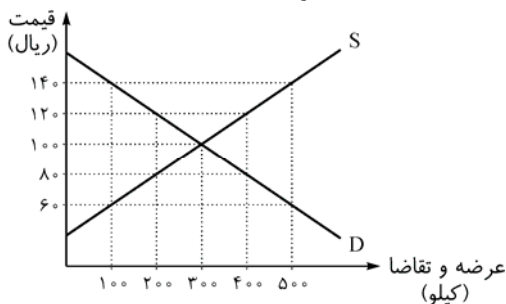
- (۱) افزایش می‌یابد
- (۲) کاهش می‌یابد
- (۳) ثابت می‌ماند
- (۴) معلوم نیست

۸۶- قیمت دوغ کاهش یافته و درآمد خانواده‌ای ثابت مانده است، آن‌گاه تقاضای نوشابه‌ی این خانواده

- (۱) کاهش می‌یابد
- (۲) افزایش می‌یابد
- (۳) ثابت می‌ماند
- (۴) معلوم نیست

۸۷- اضافه تقاضای کدام گزینه بیشتر است؟

- (۱) عرضه: ۲۰۰، تقاضا: ۳۰۰
- (۲) عرضه: ۳۰۰، تقاضا: ۶۰۰
- (۳) عرضه: ۵۰۰، تقاضا: ۴۰۰
- (۴) عرضه: ۱۲۰۰، تقاضا: ۱۴۰۰



۸۸- با توجه به نمودار زیر به ترتیب از راست به چپ:

- (الف) مازاد تقاضا در کدام قیمت بیشتر است؟
- (ب) مازاد عرضه در کدام قیمت بیشتر است؟
- (ج) مقدار تعادلی کدام است؟

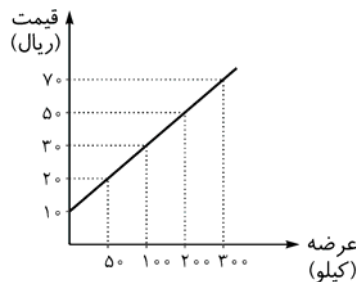
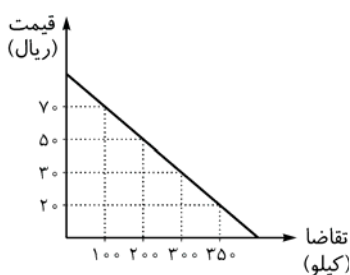
- (۱) الف (۶۰ ب) ۱۴۰ ج) ۳۰۰
- (۲) الف (۶۰ ب) ۱۲۰ ج) ۱۰۰
- (۳) الف (۸۰ ب) ۱۲۰ ج) ۳۰۰
- (۴) الف (۸۰ ب) ۱۴۰ ج) ۱۰۰

۸۹- با توجه به نمودار مقابل به ترتیب از راست به چپ:

- (الف) مازاد عرضه در قیمت ۲۵ ریال چه قدر است؟
- (ب) کمبود عرضه در قیمت ۱۰ ریال چه قدر است؟
- (ج) جمع قیمت و مقدار تعادلی چه قدر است؟

- (۱) الف (۴۰ ب) ۴۰ ج) ۴۰
- (۲) الف (۲۰ ب) ۲۰ ج) ۴۰
- (۳) الف (۴۰ ب) ۲۰ ج) ۵۵
- (۴) الف (۲۰ ب) ۴۰ ج) ۵۵

۹۰- منحنی‌های عرضه و تقاضای کالایی به شکل زیر است. با توجه به این منحنی‌ها:



(الف) قیمت تعادلی کدام است؟

(ب) مقدار تعادلی کدام است؟

(ج) در کدام قیمت مازاد عرضه داریم؟

- (۱) الف (۳۰ ب) ۳۰ ج) ۳۰
- (۲) الف (۵۰ ب) ۲۰ ج) ۷۰
- (۳) الف (۵۰ ب) ۲۰ ج) ۲۰
- (۴) الف (۳۰ ب) ۳۰ ج) ۶۰

۱- گزینه‌ی «۳»

کادر ۱ بازار

بازار هر کالایی در اقتصاد از ارتباط بین دو گروه تشکیل می‌شود. گروه اول «مصرف‌کنندگان» یا همان «خریداران» هستند که به خاطر «تأمین نیازهایشان» وارد بازار می‌شوند. گروه دوم «تولیدکنندگان» یا همان «فروشنده‌گان» هستند که برای «کسب سود» وارد بازار می‌شوند. یادتون باشه که هدف این دو گروه از وارد شدن به بازار کاملاً با هم فرق می‌کند. یک نکته‌ی دیگه این‌که، معنی کلمه‌ی «بازار» با اون چیزی که توی ذهن مردم عادی هست، فرق می‌کنه. پس هر وقت کلمه‌ی «بازار» رو شنیدید فکر نکنید که توی یه جای شلوغی هستی که پر از مغازه، پاساژ و ویترین و ... است. (منظور از «بازار» عکس‌العمل و رفتار خریداران (مصرف‌کنندگان) و فروشنده‌گان (تولیدکنندگان) نسبت به اتفاقاتی هست که رخ می‌دهد). به عنوان مثال، تصور کنید که دو تا مغازه‌ی بستنی‌فروشی نزدیک هم وجود داره و بستنی‌های هر دو مغازه یک‌جوره، حالا اگر فروشنده‌ی اول بستنی‌هاشو ۱۰۰ تومن بفروشه و فروشنده‌ی دوم ۵۰ تومن، چه اتفاقاتی می‌افته؟؟؟

خوب واضحه که هر کی بخواد بستنی بخره پا می‌شه می‌ره توی مغازه‌ی دوم. مغازه‌دار اولی می‌مونه و یه عالمه بستنی که رو دستش باد کرده. این همون عکس‌العمل و رفتاریه که توی چند خط بالاتر ازش حرف زدیم. توی این مثال، عکس‌العمل مصرف‌کنندگان نسبت به این اختلاف قیمت، خرید کردن از فروشنده‌ی دوم بود. البته فروشنده‌ی اول هم وقتی می‌بینه همه می‌رن از فروشنده‌ی دوم بستنی می‌خرن، از خودش عکس‌العمل نشون می‌ده و قیمت بستنی‌هاشو کم می‌کنه تا اون هم مشتری داشته باشه. به این عکس‌العمل فروشنده‌گان بستنی و مصرف‌کنندگان بستنی رفتار اقتصادی گفته می‌شه.

۲- گزینه‌ی «۳»

عکس‌العمل و اقداماتی که خریداران و تولیدکنندگان نسبت به تغییرات بازار نشان می‌دهند را «رفتار» اقتصادی می‌گویند. مثلاً در مثال کادر ۱، رفتار اقتصادی مصرف‌کنندگان این بود که از فروشنده‌ی اول بستنی نخرند و رفتار بستنی‌فروش اول هم این بود که قیمت بستنی‌هایش رو پایین بیاره.

۳- گزینه‌ی «۴»

دوباره تأکید می‌کنم که هدف تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان از ورود به بازار کاملاً با هم متفاوت است؛ هدف مصرف‌کنندگان تأمین نیاز و هدف تولیدکنندگان کسب سود است.

۴- گزینه‌ی «۱»

کادر ۲ رفتار اقتصادی مصرف‌کننده

وقتی یک مصرف‌کننده بخواد چیزی را بخرد به یک سری عوامل دقت می‌کند. یعنی یک‌سری عوامل تصمیم این مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در این‌جا به تعدادی از این عوامل که اهمیت بیشتری دارند اشاره می‌کنیم:

۱- قیمت کالا: حتماً دیدید که تقریباً همه‌ی افراد وقتی می‌خواهند کالایی را بخرند، اولین سؤال آن‌ها از فروشنده این است که قیمت این کالا چه قدر است؟ حتی افراد ثروتمند هم خیلی وقت‌ها این سؤال را می‌پرسند. این مطلب به این خاطر است که مهم‌ترین عامل در تصمیم‌گیری یک مصرف‌کننده، «قیمت» کالا است. تجربه نشان داده است که اگر قیمت یک کالا افزایش یابد، میزان مصرف آن کم‌تر می‌شود.

مثلاً در سال‌های قبل که قیمت سیم‌کارت و تلفن همراه گران بود، تعداد کم‌تری از افراد اقدام به خرید آن می‌کردند. (حتی خیلی‌ها به خریدش فکر هم نمی‌کردند!!!) به هر حال زمان گذشت و الان می‌بینیم قیمت این کالا خیلی کم‌تر شده و نتیجه این شده که اگر کسی را ببینیم که تلفن همراه ندارد خیلی تعجب می‌کنیم. تازه خیلی از بچه‌های دبستان هم موبایل دار شدند و حتی بسیاری از آدم‌ها دو تا موبایل دارند.



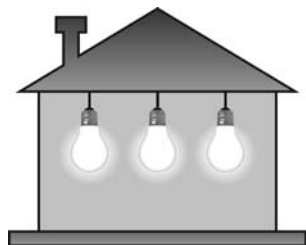
مصرف تلفن همراه در حال حاضر



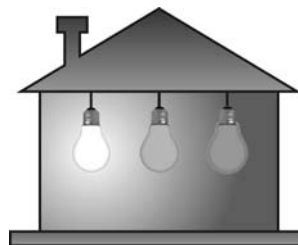
مصرف تلفن همراه در ۵ سال پیش

نتیجه: با کاهش قیمت تلفن همراه، مصرف آن افزایش یافت.

برعکس جمله‌ی بالا هم درست است. یعنی با افزایش قیمت یک کالا، مصرف آن کالا کم‌تر می‌شود. یک نکته‌ی جالب این‌که وقتی قیمت یک کالا افزایش یابد، مصرف‌کنندگان انگیزه‌ی بیشتری برای صرفه‌جویی و درست مصرف کردن آن کالا دارند. مثلاً: سال‌ها بود که در تبلیغات تلویزیون، بابا برقی می‌خواست به ما یاد بدهد که در مصرف برق صرفه‌جویی کنیم. هر شب می‌اومد و هی می‌گفت «هرگز نشه فراموش، لامپ اضافی خاموش، بیچاره دست به هر کاری می‌زد و متوسل به آهنگ، شعر، داستان و ... می‌شد که ما یاد بگیریم اما نشد که نشد. بالاخره علم اقتصاد به کمک این بابا برقی ما اومد و با اجرای طرح هدف‌مند کردن یارانه‌ها و افزایش قیمت برق حالا می‌بینیم که مردم خودشون به شدت در مصرف برق صرفه‌جویی می‌کنند. بابا برقی هم دیگه سروکله‌اش پیدا نیست!!



مصرف برق قبل از هدف‌مند کردن یارانه‌ها
(قیمت پایین)



مصرف برق بعد از هدف‌مند کردن یارانه‌ها
(قیمت بالا)

همه‌ی این چیزا رو گفتیم تا تأکید کرده باشیم که قیمت کالا روی تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارد.

۲ درآمد: با افزایش درآمد، تمایل افراد برای خرید کردن بیشتر و با کاهش درآمد، تمایلشان کم‌تر می‌شود.

مثال: علی‌آقا دو سال پیش یه سوپرمارکت کوچولو تأسیس کرد که ماهانه ۵۰۰ هزار تومان درآمد داشت. حالا بعد از دو سال پیشرفت کرده و سوپرمارکت علی‌آقا تبدیل به یک فروشگاه بزرگ شده که ماهی ۲ میلیون تومان درآمد داره. حالا این افزایش درآمد چه نتیجه‌ای داشت، یکیش این‌که خانواده‌ی علی‌آقا بیشتر لباس می‌خرند.



میزان خرید لباس این خانواده
وقتی درآمدشان ماهی ۵۰۰ هزار تومان بود.



میزان خرید لباس این خانواده
وقتی درآمدشان ماهی ۲ میلیون تومان است.

البته می‌دونیم که افزایش مصرف لباس یکی از تأثیرات افزایش درآمد این خانواده است. مسلماً مصرفشان از کالاهای دیگر هم زیاد می‌شود. مثلاً مسافرت رفتنشون بیشتر می‌شود، مصرف مواد خوراکشون و ...

۳ سلیقه: این‌که آدمای بیشتری می‌خرند و چی کم‌تر می‌خرند به سلیقه‌ی افراد هم بستگی دارد.

مثال: در ایران نوشیدنی مورد علاقه‌ی مردم چای است. اما سلیقه‌ی اروپایی‌ها بیشتر به سمت مصرف قهوه است.



مصرف چای در ایران



مصرف قهوه در ایران

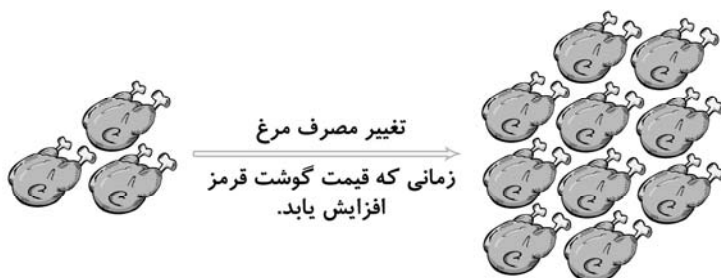
مثال‌های دیگر هم می‌توان آورد. مثلاً در قدیم سلیقه‌ی مردم بیشتر به سمت استفاده از ظروف مسی بود اما با تغییر سلیقه‌ی مردم امروزه مصرف و خرید ظروف مسی کاهش یافته و در مقابل مصرف ظروف چینی و پیرکس افزایش یافته است.

۳ قیمت سایر کالاها: قیمت سایر کالاها نیز روی تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان برای خرید تأثیر می‌گذارد. مثلاً فرض کنید فردی می‌خواهد برای پذیرایی از مهمانان میوه بخرد، او به قصد خرید ۲ عدد هندوانه به بازار میوه و تره‌بار می‌رود اما مشاهده می‌کند قیمت «طالبی» ارزان‌تر است. بنابراین تصمیم می‌گیرد به جای خرید ۲ عدد هندوانه، ۱ عدد طالبی و ۱ عدد هندوانه بخرد. در این جا قیمت طالبی (سایر کالاها)، مصرف کالای موردنظر ما را (هندوانه) کاهش داده است.

قیمت سایر کالاها دو اثر متفاوت روی مصرف کالای موردنظر دارد:

(البته این توضیحات به این صورت در کتاب درسی نیامده. بنابراین اگر وقت یا حوصله‌ی خواندنش ندارید این کادر رو نخونید هم‌چنین سؤال‌های ۵، ۶ و ۸، ۶۳، ۸۶، ۸۳، ۸۲ و ۸۱ مربوط به این قسمت است. پس اگر این کادرو نخوندین این سؤال‌ها رو هم حل نکنید.

حالت اول: اگر کالاها جایگزین هم باشند (مثلاً گوشت قرمز و مرغ): وقتی که دو کالا را بتوان به جای یکدیگر استفاده کرد، در اصطلاح می‌گوییم دو کالا جایگزین هم هستند. در این صورت با افزایش قیمت کالای جایگزین، مصرف کالای موردنظر افزایش می‌یابد و با کاهش قیمت کالای جایگزین، مصرف کالای موردنظر کاهش می‌یابد. مثلاً وقتی قیمت گوشت قرمز افزایش می‌یابد، تمایل مردم به مصرف گوشت مرغ بیشتر می‌شود و با کاهش قیمت گوشت قرمز تمایل مردم به مصرف گوشت مرغ کم‌تر می‌شود.



نکته‌ی بسیار مهم در شکل بالا این است که این شکل به هیچ وجه به این معنی نیست که وقتی قیمت گوشت قرمز بالا می‌رود تعداد افرادی که گوشت مرغ مصرف می‌کنند، بیشتر از تعداد افرادی است که گوشت قرمز مصرف می‌کنند. بلکه تنها می‌توان گفت مصرف مرغ بیشتر شده است (البته ممکن است هنوز مصرف گوشت قرمز بیشتر از مصرف گوشت مرغ باشد).

حالت دوم: اگر کالاها مکمل هم باشند (قند و چای): وقتی دو کالا با هم مصرف می‌شوند، می‌گوییم دو کالا مکمل هم هستند. در این صورت افزایش قیمت کالاهای مکمل باعث کاهش مصرف کالای موردنظر می‌شود و برعکس. مثلاً وقتی قیمت قند افزایش می‌یابد، مصرف چای مردم کاهش می‌یابد.

یا وقتی قیمت بنزین پایین است، تمایل مردم به خرید اتومبیل بیشتر است چون بنزین و اتومبیل کالای مکمل هم هستند.

البته عوامل دیگری نیز وجود دارند که در تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارند. اما به علت اهمیت کم‌تر، از توضیح بیشتر آن‌ها خودداری کرده‌ایم. مثلاً:

آب و هوا: مصرف چتر در استان مازندران بیشتر از استان تهران است.

سن: مصرف CD در سالخورده‌گان کم‌تر از نوجوانان است.

عقاید مذهبی: مصرف شیر و خرما در ماه مبارک رمضان بیشتر است.

ارتباط عوامل مختلف با مصرف خریداران در جدول زیر آمده:

میزان مصرف	عامل
↓	↑ قیمت کالا
↑	↑ درآمد
↑	↑ سلیقه به سمت مصرف کالایی
↓	↑ قیمت کالاهای مکمل
↑	↑ قیمت کالاهای جایگزین

- ۵- گزینه‌ی «۲» گوشت قرمز، مرغ و ماهی کالاهای جایگزین برای یکدیگر هستند یعنی می‌توانند تا حدودی به جای هم مصرف شوند. بنابراین با افزایش قیمت گوشت قرمز، مردم تا حدودی به سمت مصرف گوشت مرغ و ماهی تمایل پیدا می‌کنند.
- ۶- گزینه‌ی «۱» اگر یادتون مونده باشه تأثیر سایر کالاها روی مصرف یک کالای خاص را در ۲ حالت بررسی می‌کردیم: (۱) وقتی کالاها مکمل باشند، مثل قند و چای. (۲) وقتی کالاها جایگزین (مشابه) باشند مثل چای و قهوه. بنابراین اگر در گزینه‌ی (۱) به جای «کالاهای مکمل» می‌گفتیم «کالاهای جایگزین» این گزینه هم صحیح بود. سایر گزینه‌ها رو هم که توی کادر ۲ بررسی کرده بودیم.
- ۷- گزینه‌ی «۲» تک‌تک موارد را یک بار دیگه بررسی می‌کنیم.
- درآمد: با افزایش درآمد (↑) مصرف کالا زیاد (↑) می‌شود. پس رابطه‌ی مستقیم وجود دارد.
- قیمت کالا: با افزایش قیمت یک کالا (↑) مصرف آن کالا کم (↓) می‌شود. پس رابطه‌ی عکس وجود دارد.
- قیمت کالای مشابه: با افزایش قیمت کالای مشابه (↑) مصرف کالای موردنظر زیاد (↑) می‌شود. پس رابطه‌ی مستقیم وجود دارد.
- مصرف کالای مشابه: با افزایش مصرف کالای مشابه (↑) مصرف کالای موردنظر کم (↓) می‌شود، پس رابطه‌ی عکس وجود دارد.
- ۸- گزینه‌ی «۴» اولاً یادتون باشه که اگر قیمت کالایی مثلاً چای افزایش یا کاهش پیدا کند هیچ تأثیری روی سلیقه‌ی افراد برای انتخاب این کالا نمی‌گذارد. مردم همچنان به همون اندازه از خوردن چای یا قهوه لذت می‌برند. اما به دلایل دیگری ترجیح می‌دهند انتخاب خود را عوض کنند. پس تکلیف گزینه‌ی (۱) معلوم شد. گزینه‌های (۲، ۳ و ۴) هم در سؤال قبل توضیح داده شد.
- ۹- گزینه‌ی «۴» در این‌گونه مسائل که چند عامل تصمیم‌گیری مصرف‌کننده (یا تولیدکننده) را تحت تأثیر قرار می‌دهند، ابتدا باید تأثیر تک‌تک عوامل را بررسی کرد:
- عامل سلیقه: با افزایش سلیقه (↑) مصرف کالای X افزایش (↑) می‌یابد.
- عامل درآمد: با کاهش درآمد (↓) مصرف کالای X کاهش (↓) می‌یابد.
- همان‌طور که می‌بینید یک عامل مصرف X را افزایش می‌دهد و یک عامل مصرف X را کاهش می‌دهد. پس اگر تأثیر عامل اول بیشتر از عامل دوم باشد، مصرف کالای X افزایش (↑) می‌یابد و اگر تأثیر عامل دوم بیشتر از عامل اول باشد، مصرف کالای X کاهش می‌یابد. اگر هم تأثیر عامل اول و دوم یکسان باشد، میزان مصرف کالای X مانند قبل باقی می‌ماند.

کادر ۳ منحنی تقاضا

در کادر ۱ توضیح دادیم که مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در هنگام مبادلات، عکس‌العمل‌هایی را از خودشان نشان می‌دهند. اگر خواهیم توضیحات کادر ۲ را به زبان ریاضی بیان کنیم باید از «منحنی تقاضا» کمک بگیریم. در واقع منحنی تقاضا هیچ مطلب جدیدی به مطالب کادر ۲ اضافه نمی‌کند و فقط همون توضیحات را به زبان ریاضی تکرار می‌کند. پس اول «منحنی تقاضا» را تعریف می‌کنیم.

منحنی تقاضا: این منحنی نشان می‌دهد که مصرف‌کننده در هر قیمت حاضر است (تمایل دارد) چه مقدار از کالا را مصرف (خریداری) کند. درسته که این تعریف کوتاهه اما نکته‌های خیلی خیلی مهمی توی این تعریف وجود داره. خط‌هایی که زیر بعضی کلمات کشیده شده به خاطر این است که این کلمه‌ها نقش مهمی را در تعریف منحنی تقاضا بازی می‌کنند:

(۱) **مصرف‌کننده:** این منحنی مخصوص مصرف‌کننده است. (رفتار تولیدکننده با منحنی عرضه نمایش داده می‌شود که در کادر شماره‌ی ۵ به آن خواهیم پرداخت).

(۲) **حاضر است:** یعنی این منحنی رفتار (عکس‌العمل) مصرف‌کننده را نشان می‌دهد.

(۳) **قیمت و کالا:** یعنی وقتی می‌خواهیم روی دستگاه مختصات این منحنی را ترسیم کنیم، محورهای افقی و عمودی به ترتیب مقدار و قیمت کالا را نمایش می‌دهند. (بقیه‌ی عوامل مؤثر بر منحنی تقاضای فرد، ثابت در نظر گرفته می‌شوند).

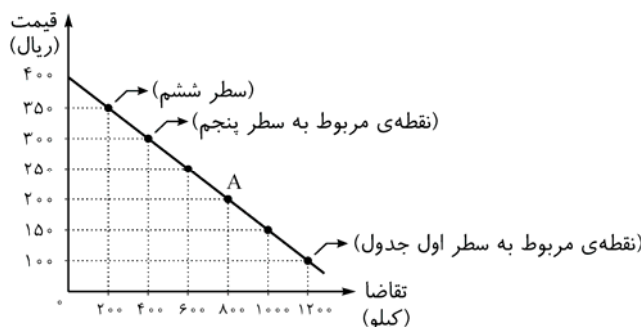
(۴) **هر:** یعنی در تک‌تک قیمت‌ها، مقدار کالا باید مشخص باشد.

قبلاً گفته بودیم با افزایش قیمت یک کالا، مقدار مصرفش کم می‌شود. واضح است که این خصوصیت در منحنی تقاضا هم باید برقرار باشد، بنابراین این منحنی حالت نزولی دارد. البته نزولی بودن منحنی تقاضا دلیل اقتصادی نیز دارد و دلیلش این است که: (۱) اگر قیمت یک کالا افزایش یابد (مثلاً گوشت قرمز گران شود)، مردم سعی می‌کنند نیازهاشون رو با کالاهای مشابه (مثلاً مرغ) برطرف کنند. بنابراین با افزایش قیمت، مصرف کم می‌شود. (۲) دلیل دیگر صرفه‌جویی مصرف‌کنندگان هنگام افزایش قیمت کالا است.

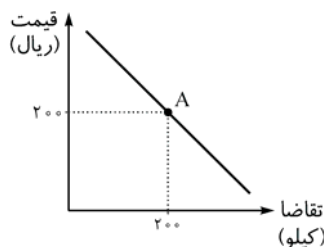
نحوه ترسیم منحنی تقاضا:

جدول زیر میزان تقاضای گوشت قرمز را در قیمت‌های مختلف نشان می‌دهد. مثلاً سطر سوم جدول نشان می‌دهد که اگر قیمت گوشت قرمز ۲۰۰ ریال باشد، مقدار تقاضا برای خرید ۸۰۰ کیلو است. اگر دستگاه مختصاتی را در نظر بگیریم که محور افقی آن «مقدار تقاضا» و محور عمودی آن «قیمت» گوشت قرمز باشد، هر کدام از سطرها جدول را می‌توان به صورت یک نقطه در این دستگاه نشان داد (مطابق شکل زیر). با وصل کردن این نقاط به هم، منحنی تقاضا به دست می‌آید.

قیمت (به ریال)	مقدار خرید (به کیلو)	
۱۰۰	۱۲۰۰	۱
۱۵۰	۱۰۰۰	۲
۲۰۰	۸۰۰	۳
۲۵۰	۶۰۰	۴
۳۰۰	۴۰۰	۵
۳۵۰	۲۰۰	۶
۴۰۰	-	۷



اگر یک نقطه روی منحنی تقاضا را انتخاب کنیم و از آن نقطه دو خط عمود بر محور افقی و عمودی رسم کنیم، یک قیمت و یک مقدار تقاضا به دست می‌آید؛ در واقع آن نقطه نشان می‌دهد که در آن قیمت، مصرف‌کنندگان چه میزان از آن کالا را تقاضا می‌کنند (چه قدر تمایل دارند تا از آن کالا مصرف کنند).



مثلاً اگر در شکل زیر از نقطه‌ی A خطوط عمود را رسم کنیم درمی‌یابیم که مصرف‌کنندگان حاضرند در قیمت ۲۰۰ ریال مقدار ۸۰۰ کیلو کالا را تقاضا کنند.

جهت فهم بهتر نزولی بودن، نمودار تقاضا را بررسی می‌کنیم. وقتی قیمت از ۱۵۰ به ۲۵۰ ریال افزایش می‌یابد، مقدار تقاضا از ۱۰۰۰ کیلو به ۶۰۰ کیلو کاهش می‌یابد و وقتی قیمت از ۳۵۰ به ۲۰۰ ریال کاهش می‌یابد، مقدار تقاضا از ۲۰۰ کیلو به ۸۰۰ کیلو افزایش می‌یابد.

۱۰- گزینه‌ی «۲»

ربوع به کار ۳

۱۱- گزینه‌ی «۲»

نزولی بودن منحنی تقاضا به نوع کالا بستگی ندارد و برای همه‌ی کالاها منحنی تقاضا نزولی است.

۱۲- گزینه‌ی «۱»

منحنی تقاضا مخصوص مصرف‌کننده است.

۱۳- گزینه‌ی «۱»

ربوع به کار ۳

۱۴- گزینه‌ی «۲»

منحنی تقاضا نزولی است. یعنی با افزایش قیمت از ۱۰۰ به ۱۵۰ مقدار تقاضا باید کاهش بیابد، پس امکان رخ دادن گزینه‌ی

۱۵- گزینه‌ی «۲»

(۱) و (۴) وجود دارد. از طرف دیگر با افزایش قیمت کالا مصرف‌کالای مشابه هم کاهش می‌یابد که در گزینه‌ی (۳) رعایت شده. اما با افزایش قیمت کالا مصرف‌کالای مکمل باید کم شود که در گزینه‌ی (۲) رعایت نشده. پس این گزینه امکان ندارد.

کادر ۴ رفتار اقتصادی تولیدکننده

تولیدکنندگان وقتی کالایی را تولید می‌کنند که از تولیدش سود به دست بیاورند، یعنی انگیزه‌شان کسب سود است، یک سری عوامل دیگری نیز وجود دارد که تصمیم تولیدکنندگان را در مورد تولید تحت تأثیر قرار می‌دهد:

۱ قیمت کالا: تجربه نشان می‌دهد که اگر قیمت یک کالا بالا برود، تولیدش زیاد می‌شود. چون با بالا رفتن قیمت، سوددهی تولید این کالا بالا می‌رود. البته این افزایش تولید از ۲ راه ایجاد می‌شود: (۱) تولیدکنندگان موجود در بازار تولید خود را افزایش می‌دهند. مثلاً وقتی قیمت فرش افزایش یابد کارخانه‌ای که قبلاً روزی ۵ فرش تولید می‌کرد الان روزی ۸ فرش تولید می‌کند. (۲) افراد جدیدی تصمیم می‌گیرند کارخانجات تولیدی تأسیس کنند. مثلاً با افزایش قیمت فرش، یک سری افراد تصمیم می‌گیرند کارخانه‌ی فرش تولید تأسیس کنند تا سود به دست آورند.

۲ هزینه‌های تولید: هر چه قدر هزینه‌های تولید یک کالا بیشتر شود، تولید (عرضه‌ی) آن کالا کاهش می‌یابد. به خاطر این که با افزایش هزینه، سود کاهش می‌یابد.

مثال: معمولاً دامداری‌ها برای گرم کردن فضای دامداری از گازوئیل استفاده می‌کنند. با افزایش قیمت گازوئیل بعد از هدف‌مند کردن یارانه‌ها تعدادی از دامداری‌ها به علت کم شدن سودشان تولیدی خود را تعطیل کردند.

۳ پیش‌بینی تولیدکنندگان در مورد رونق یا رکود بازار: اگر تولیدکنندگان پیش‌بینی کنند در آینده بازار کالایی رونق پیدا می‌کند، تولید خود را زیاد می‌کنند. مثلاً تولیدکنندگان مرغ می‌دانند در ماه رمضان مصرف مرغ افزایش می‌یابد (رونق) پس در ماه‌های قبل تولید جوجه‌ی خود را زیاد می‌کنند. به عنوان مثال دیگر، اگر هواشناسی یک استان اعلام کند امسال بارندگی خیلی بیشتر می‌شود، در نتیجه تولیدکنندگان چتر، تولید خودشان را زیاد می‌کنند. هم‌چنین اگر تولیدکنندگان پیش‌بینی کنند در آینده بازار وارد رکود می‌شود، تولید خود را کاهش می‌دهند. مثلاً چون تولیدکنندگان لوازم‌التحریر می‌دانند در تابستان مشتریان کم‌تر می‌شوند و به اصطلاح رکود ایجاد می‌شود، تولید خود را در تابستان کم می‌کنند.

۱۶- گزینه‌ی «۴» عاملی که هم رفتار تولیدکننده و هم رفتار مصرف‌کننده را تحت تأثیر قرار می‌دهد قیمت کالا است. حتماً می‌دانید که با افزایش قیمت، مصرف کم‌تر و عرضه بیشتر می‌شود.

۱۷- گزینه‌ی «۳» دقت کنید که سلیقه‌ی تولیدکنندگان روی تولید اثر نمی‌گذارد، چون سلیقه روی سوددهی کالا بی‌تأثیر است. قیمت سایر کالاها هم همان‌طور که در کادر ۳ دیدیم روی تقاضا اثر می‌گذارد. نکته‌ی دیگر این‌که با افزایش جمعیت تعداد کسانی که یک کالای خاص (مثلاً اتومبیل) را می‌خواهند زیاد می‌شود، پس تقاضای کالا بالا می‌رود نه عرضه‌ی کالا.

۱۸- گزینه‌ی «۳» با افزایش هزینه‌های تولید، تولید کالا کاهش می‌یابد. بنابراین این گزینه نادرست است. گزینه‌های (۱، ۲ و ۴) هر سه باعث افزایش تولید می‌شوند.

۱۹- گزینه‌ی «۳» کاهش هزینه‌های تولید، تولید یک کالا را افزایش می‌دهد، از طرف دیگر رکود بازار در آینده، تولید کالا را کاهش می‌دهد، بنابراین این دو عامل تأثیر عکس روی تولید می‌گذارند و براساس این‌که کدام عامل قوی‌تر است گزینه‌های (۱ و ۲) اتفاق می‌افتد. هم‌چنین اگر تأثیر این دو عامل یکسان باشد، تولید کالا بدون تغییر باقی می‌ماند. بنابراین گزینه‌ی (۳) نادرست است.

۲۰- گزینه‌ی «۲» رکود باعث می‌شود تولیدکنندگان، تولید خود را کاهش دهند. بنابراین باید عامل دیگری در خلاف جهت رکود در بازار این کالا به وجود بیاید. کاهش هزینه و افزایش قیمت می‌توانند نقش این عامل را بازی کنند.

۲۱- گزینه‌ی «۲»

کادر ۳ منحنی عرضه

حتماً خودتون حدس می‌زنید که منحنی عرضه چه جور منحنی‌ای است. توی کادر ۳ توضیح دادیم که منحنی تقاضا می‌خواهد به زبان ریاضی، رفتار مصرف‌کننده را توضیح بده. این‌جا هم همون داستان‌ها تکرار می‌شه. یعنی منحنی عرضه می‌خواهد رفتار عرضه‌کننده (تولیدکننده) را به زبان ریاضی بیان کنه. چیزی به اطلاعاتی که در مورد تولیدکننده تا حالا یاد گرفتید اضافه نمی‌شه و فقط به جای استفاده از زبان شفاهی، از زبان ریاضی (نموداری) استفاده می‌کنیم. بی‌خودی نترسید، چون قرار نیست چیز عجیب و غریبی یاد بگیرید. خیلی هم ساده و آسونه.

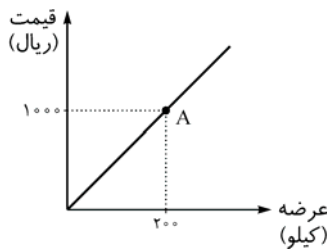
منحنی عرضه: این منحنی نشان می‌دهد عرضه‌کننده در هر قیمت، حاضر است (تمایل دارد) چه مقدار از کالا را عرضه کند (به فروش برساند). (این تعریف را با تعریف منحنی تقاضا در کادر ۳ مقایسه کنید. همه چیز معادل همدیگر است، فقط اون‌جا موضوع مصرف‌کننده بود، این‌جا موضوع تولیدکننده)

برای رسم منحنی عرضه، مثل رسم منحنی تقاضا عمل می‌کنیم.

قیمت (به ریال)	مقدار عرضه (به کیلو)
۱۰۰	۰
۱۵۰	۲۰۰
۲۰۰	۴۰۰
۲۵۰	۶۰۰
۳۰۰	۸۰۰
۳۵۰	۱۰۰۰
۴۰۰	۱۲۰۰



مثلاً این منحنی نشان می‌دهد در قیمت ۲۵۰ ریال عرضه‌کننده حاضر است ۶۰۰ کیلو کالا عرضه کند یا در قیمت ۳۵۰ ریال حاضر است ۱۰۰۰ کیلو کالا عرضه کند.



اگر یک نقطه روی منحنی عرضه انتخاب کنیم و از آن نقطه دو خط عمود بر محور افقی و عمودی رسم کنیم، یک قیمت و یک مقدار عرضه به دست می‌آوریم که نشان می‌دهد در آن قیمت، عرضه‌کننده چه مقدار از کالا را عرضه می‌کند. (چه مقدار تمایل دارد کالا را عرضه کند) مثلاً اگر از نقطه‌ی A دو خط عمود بر محورها رسم کنیم، قیمت ۱۰۰۰ ریال و مقدار ۲۰۰ کیلو به دست می‌آید. یعنی عرضه‌کننده در قیمت ۱۰۰۰ ریال حاضر است ۲۰۰ کیلو کالا عرضه کند.

حتماً فهمیدید که منحنی عرضه صعودی است. دلیل اقتصادی صعودی بودن این است که با افزایش قیمت، سوددهی بیشتر می‌شود. راستی، به مطلب مهم یادتون باشه. به وقت ازتون می‌پرسند صعودی بودن منحنی عرضه به چه دلیل است؟ به وقت می‌پرسند صعودی بودن منحنی عرضه به چه معنا است؟ جواب این دو تا سؤال تا حدودی با هم فرق دارد. پس واسه این‌که مطمئن بشید همه‌ی این‌ها رو اشتباه نمی‌کنید ۴ تا سؤال زیر رو خوب یاد بگیرید.

۱) صعودی بودن منحنی عرضه به چه دلیل است؟ چون با افزایش قیمت کالا سود دهی بیشتر می‌شود.

۲) صعودی بودن منحنی عرضه به چه معنا است؟ با افزایش قیمت، عرضه نیز افزایش می‌یابد.

۳) نزولی بودن منحنی تقاضا به چه دلیل است؟ چون با افزایش قیمت، مصرف‌کنندگان سعی می‌کنند نیازهای خود را با کالاهای مشابه تأمین کنند. هم‌چنین صرفه‌جویی آن‌ها بیشتر می‌شود.

۴) نزولی بودن منحنی تقاضا به چه معنا است؟ با افزایش قیمت، تقاضا کم می‌شود.

۲۲- گزینه‌ی «۱» حواستون هست دیگه؟ گزینه‌ی (۲) معنی صعودی بودن عرضه است نه دلیل صعودی بودن اون.

۲۳- گزینه‌ی «۴» ربوع به کار ۵

۲۴- گزینه‌ی «۳»

۲۵- گزینه‌ی «۳» هزار بار گفتیم که منحنی عرضه صعودی است. یعنی وقتی قیمت افزایش می‌یابد، عرضه هم افزایش می‌یابد. پس نباید

عرضه از ۸۰ به ۷۵ کیلو برسد و این گزینه به هیچ وجه امکان ندارد.

کادری تعادل اقتصادی

تعادل در اقتصاد یک مفهوم خیلی خیلی مهمیه. اگر بخواهیم به‌طور ساده تعادل را تعریف کنیم، می‌گیریم هر وقت مقدار عرضه با مقدار تقاضا با هم یکسان باشد، تعادل شکل می‌گیرد. در این صورت به قیمتی که در آن مقدار عرضه مساوی مقدار تقاضا باشد، قیمت تعادلی می‌گوییم.

اگر در یک وضعیتی باشیم که تعادل وجود نداشته باشد، یک سری اتفاقات می‌افته که به سمت وضعیت تعادلی می‌رویم و در آخر به تعادل می‌رسیم. مثلاً فکر کنید که مقدار عرضه‌ی نوشابه ۶۰۰ عدد است (یعنی تولیدکنندگان ۶۰۰ نوشابه تولید می‌کنند) و مقدار تقاضای نوشابه ۴۰۰ عدد است (یعنی مصرف‌کنندگان ۴۰۰ عدد نوشابه خریداری می‌کنند) هم‌چنین قیمت کل نوشابه‌ها ۱۰۰۰ ریال است. حالا چه اتفاقی می‌افته؟ معلومه که قیمت ۱۰۰۰ ریال، قیمت تعادلی نیست چون مقدار عرضه مساوی تقاضا نیست. پس در تعادل نیستیم. از ۶۰۰ تا نوشابه‌ای که تولید می‌شود ۴۰۰ تا رو مصرف‌کنندگان می‌خرند. حالا ۲۰۰ تا نوشابه (۶۰۰-۴۰۰=۲۰۰) روی دست تولیدکننده‌ها باد می‌کنه و نمی‌تونن این ۲۰۰ تا رو بفروشند. به این وضعیت توی علم اقتصاد اضافه (مازاد) عرضه یا همون کمبود تقاضا گفته می‌شود. در این وضعیت قیمت کاهش می‌یابد. مثلاً قیمت به ۸۰۰ ریال می‌رسد. در ۸۰۰ ریال مثلاً مقدار عرضه ۵۵۰ عدد و مقدار تقاضا ۴۵۰ عدد است، باز هم مقدار عرضه بیشتر از مقدار تقاضا است، یعنی باز هم باید قیمت کاهش یابد. این قدر این کاهش قیمت ادامه پیدا می‌کند که مقدار عرضه مساوی مقدار تقاضا بشه. مثلاً قیمت به ۷۵ ریال می‌رسد و مقدار عرضه ۵۰۰ عدد و مقدار تقاضا ۵۰۰ عدد می‌شود. پس قیمت ۷۵ ریال، قیمت تعادلی است.

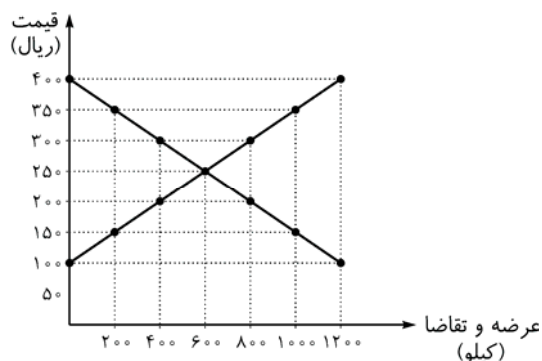
برعکس وضعیت مازاد عرضه، مازاد تقاضا است. در مازاد تقاضا (یا کمبود عرضه) مقدار تقاضا بیشتر از مقدار عرضه است. یعنی مثلاً مصرف‌کنندگان ۶۰۰ تا نوشابه می‌خواهند اما تولیدکنندگان ۳۰۰ تا نوشابه تولید کرده‌اند.

وقتی مازاد تقاضا داریم، یک سری از مصرف‌کننده‌ها نمی‌توانند نوشابه تهیه کنند. در این شرایط قیمت نوشابه افزایش می‌یابد، مثلاً به ۱۱۰۰ ریال می‌رسد.

در قیمت ۱۱۰۰ ریال مصرف‌کننده‌ها کم‌تر مصرف می‌کنند. (حتماً می‌دانید چرا دیگه؟) مثلاً ۵۰۰ عدد نوشابه می‌خواهند، اما تولیدکننده‌ها ۴۰۰ عدد نوشابه تولید می‌کنند. باز هم به اندازه‌ی ۱۰۰ عدد مازاد تقاضا یا کمبود عرضه دارید (۵۰۰-۴۰۰=۱۰۰) بنابراین باز قیمت بالا می‌رود. تا جایی این افزایش قیمت ادامه دارد که مقدار عرضه با مقدار تقاضا مساوی شود. مثلاً در قیمت ۱۲۰۰ ریال. پس اگر تعادل نداشته باشیم یا مازاد تقاضا داریم یا مازاد عرضه. در هر دو حالت قیمت تغییر می‌کند تا تعادل شکل بگیرد. پس عامل هماهنگی (مساوی کردن عرضه و تقاضا) قیمت است.

اگر منحنی عرضه و تقاضا را روی یک دستگاه مختصات رسم کنیم حرف‌های گفته‌شده در بالا را می‌توانیم روی منحنی هم ببینیم. جدول مقابل را در نظر بگیرید. (جدول ۳). همان‌طور که می‌دانید می‌توان نمودار ۳ را هم‌ارز جدول ۳ رسم کرد.

قیمت (به ریال)	مقدار تقاضا (به کیلو)	عرضه (به کیلو)
۱۰۰	۱۲۰۰	۰
۱۵۰	۱۰۰۰	۲۰۰
۲۰۰	۸۰۰	۴۰۰
۲۵۰	۶۰۰	۶۰۰
۳۰۰	۴۰۰	۸۰۰
۳۵۰	۲۰۰	۱۰۰۰
۴۰۰	۰	۱۲۰۰



اکنون می‌خواهیم با کمک نمودار نشان دهیم که «قیمت» تعیین‌کننده‌ی تعادل در بازار و هماهنگی (برابری) عرضه و تقاضا است. مثلاً فرض کنید قیمت گوشت قرمز ۱۵۰ ریال باشد. همان‌طور که در نمودار مشخص است، در قیمت ۱۵۰ ریال مقدار عرضه برابر با ۲۰۰ کیلو است (نقطه‌ی C) از طرفی تقاضا در این قیمت برابر با ۱۰۰۰ کیلو است (نقطه‌ی B) در نتیجه مازاد تقاضا (اضافه تقاضا) به اندازه‌ی ۸۰۰ کیلو (۱۰۰۰ منهای ۲۰۰) وجود دارد. این اضافه تقاضا منجر به افزایش قیمت می‌شود و قیمت به ۲۰۰ ریال می‌رسد. در قیمت ۲۰۰ ریال عرضه برابر با ۴۰۰ کیلو است (نقطه‌ی E) و تقاضا برابر با ۸۰۰ کیلو است (نقطه‌ی D). بنابراین هم‌چنان مازاد تقاضا به اندازه‌ی ۴۰۰ کیلو (۸۰۰ منهای ۴۰۰) وجود دارد. (توجه شود مازاد تقاضا نسبت به حالت قبل کم‌تر شده) و قیمت هم‌چنان افزایش می‌یابد. این افزایش قیمت تا ۲۵۰ ریال ادامه دارد تا در ۲۵۰ ریال مقدار عرضه و تقاضا با هم برابر می‌شود (هر دو ۶۰۰ کیلو). این قیمت (۲۵۰ ریال) و مقدار (۶۰۰ کیلو)، قیمت و مقدار تعادلی نامیده می‌شود (نقطه‌ی A). بنابراین قیمت باعث تعادل در بازار و هماهنگی عرضه و تقاضا شده است.

نکته‌ی مهم:

به نمودار ۳ نگاه کنید. قیمت تعادلی محل برخورد منحنی‌های عرضه و تقاضا (۲۵۰ ریال) است. اگر قیمت بالاتر از قیمت تعادلی باشد، (مثلاً ۳۰۰ ریال) اضافه عرضه وجود دارد. هم‌چنین اگر قیمت کم‌تر از قیمت تعادلی باشد (مثلاً ۱۵۰ ریال) اضافه تقاضا وجود دارد. واسه این‌که بهتر موضوع را بفهمید و این مسائل منظم‌تر در ذهنتان شکل بگیرد، جدول زیر که خلاصه‌شده‌ی حرف‌های این کادر است را با دقت بخوانید و با دانسته‌های خودتان مقایسه کنید.

تغییرات قیمت	قیمت	شرایط	نام دیگر	تعادل
قیمت ثابت	محل برخورد منحنی عرضه و تقاضا	مقدار عرضه = مقدار تقاضا	—	تعادل
قیمت در حال افزایش	پایین‌تر از قیمت تعادلی	مقدار تقاضا > مقدار عرضه	کمبود عرضه (اضافه تقاضا)	مازاد تقاضا
قیمت در حال کاهش	بالاتر از قیمت تعادلی	مقدار عرضه > مقدار تقاضا	کمبود تقاضا (اضافه عرضه)	مازاد عرضه

این جدول را خوب یاد بگیرید و به هیچ وجه سعی نکنید حفظش کنید. چون مطمئناً یادتون می‌ره. اما اگر این جدول را با حرف‌های صفحه‌ی قبل مطابقت بدهید و یاد بگیرید هیچ وقت فراموش نمی‌کنید.

۲۶- گزینه‌ی «۲» تنها در این گزینه مقدار عرضه مساوی مقدار تقاضا است. در سایر گزینه‌ها تعادل وجود ندارد. در گزینه‌ی (۱) اضافه عرضه به اندازه‌ی ۹۰ واحد ($۹۰ = ۶۰ - ۱۵۰$) در گزینه‌ی (۳) اضافه عرضه به اندازه‌ی ۵۰ واحد ($۵۰ = ۲۵۰ - ۳۰۰$) و در گزینه‌ی (۴) اضافه عرضه به اندازه‌ی ۱۰۰ واحد ($۱۰۰ = ۲۰۰ - ۳۰۰$) داریم.

۲۷- گزینه‌ی «۱» وقتی تقاضا بیشتر از عرضه باشد، در حالت مازاد تقاضا قرار داریم و می‌دانیم که وقتی مازاد تقاضا داریم قیمت از قیمت تعادلی کم‌تر است. بنابراین قیمت افزایش می‌یابد تا به قیمت تعادلی برسد.

۲۸- گزینه‌ی «۱» در کادر ۶ گفته بودیم که قیمت عامل هماهنگی در بازار است.

۲۹- گزینه‌ی «۱» یادتان باشد که نقطه‌ی برخورد منحنی عرضه و تقاضا، نقطه‌ی تعادل است که قیمت و مقدار تعادلی را به ما می‌دهد، یعنی نقطه‌ی C نقطه‌ی تعادل است. کمبود عرضه در قیمت‌های پایین‌تر از قیمت تعادلی (ناحیه‌ی ۱) و مازاد عرضه در قیمت‌های بالاتر از قیمت تعادلی (ناحیه‌ی ۲) به وجود می‌آید.

۳۰- گزینه‌ی «۲» چون قیمت در حال افزایش است می‌فهمیم که در حالت مازاد تقاضا قرار داریم. گزینه‌های (۱، ۳ و ۴) هر سه تا شرایط مازاد عرضه را بیان کرده‌اند که در آن قیمت کاهش می‌یابد تا به قیمت تعادل برسد.

۳۱- گزینه‌ی «۳»

۳۲- گزینه‌ی «۴» همواره در قیمت‌های بالاتر از قیمت تعادلی مازاد عرضه و در قیمت‌های پایین‌تر از قیمت تعادلی مازاد تقاضا وجود دارد. از آن جایی که در این سؤال در قیمت ۲۵۰ ریال مقدار عرضه و تقاضا با هم برابر است، قیمت تعادلی ۲۵۰ ریال است. پس در قیمت‌های بالاتر از ۲۵۰ ریال یعنی ردیف‌های ۵ و ۶ و ۷ مازاد عرضه داریم.

۳۳- گزینه‌ی «۱» (کمبود تقاضا) مازاد عرضه \Rightarrow قیمت تعادلی $>$ قیمت: اگر

(کمبود عرضه) مازاد تقاضا \Rightarrow قیمت تعادلی $<$ قیمت: اگر

۳۴- گزینه‌ی «۴» وقتی قیمت کاهش می‌یابد که مازاد عرضه داشته باشیم، یعنی مقدار عرضه بیشتر از مقدار تقاضا باشد.

۳۵- گزینه‌ی «۱» عامل هماهنگی در بازار قیمت است پس گزینه‌های (۲ و ۴) نادرست است. از طرف دیگر می‌دانیم در حالت مازاد عرضه قیمت کاهش می‌یابد. پس گزینه‌ی (۳) هم نادرست است.

۳۶- گزینه‌ی «۳» کمبود عرضه زمانی رخ می‌دهد که عرضه کم‌تر از تقاضا باشد که ما به آن مازاد تقاضا هم می‌گوییم و می‌دانیم که در قیمت‌های پایین‌تر از قیمت تعادلی (ناحیه‌ی ۴) رخ می‌دهد. کمبود تقاضا یا همان مازاد عرضه هم در قیمت‌های بالاتر از قیمت تعادلی (ناحیه‌ی ۲) رخ می‌دهد.

۳۷- گزینه‌ی «۳» وقتی مقدار عرضه مساوی تقاضا باشد، قیمت و مقدار، تعادلی است.

۳۸- گزینه‌ی «۳» اگر تقاضا بیشتر از عرضه باشد قیمت از قیمت تعادلی پایین‌تر است، بنابراین با افزایش قیمت به سمت قیمت تعادلی

می‌رویم:

۳۹- گزینه‌ی «۲» ربوع به کار ۶

۴۰- گزینه‌ی «۴» مازاد عرضه باعث می‌شود قیمت کاهش یابد تا به تعادل برسیم.

۴۱- گزینه‌ی «۲» ربوع به کار ۶

۴۲- گزینه‌ی «۱» افزونی تقاضا بر عرضه باعث افزایش قیمت می‌شود نه کاهش قیمت. گزینه‌ی (۲) حالت مازاد عرضه را نشان می‌دهد که باعث کاهش قیمت می‌شود. هم‌چنین در گزینه‌ی (۳) بالاتر بودن قیمت از قیمت تعادلی باعث می‌شود قیمت کالا کاهش یابد و به حالت تعادل نزدیک شود. در گزینه‌ی (۴) تغییر سلیقه‌ی مردم به سمت کالاهای دیگر باعث کاهش تقاضا می‌شود و در وضعیت کمبود تقاضا، قیمت کاهش می‌یابد.

۴۳- گزینه‌ی «۳» یادتان باشد که همواره در حالت مازاد عرضه یا مازاد تقاضا قیمت به سمت قیمت تعادلی می‌رود و از آن دور نمی‌شود.

پس گزینه‌های (۲ و ۴) نادرست هستند. از طرف دیگر در وضعیت مازاد عرضه، مقدار عرضه بیشتر از مقدار تقاضا است، پس گزینه‌ی (۱) هم نادرست است.

کادر ۲ بازارها

بازارها انواع مختلفی دارد. ما در این جا ۳ نمونه‌ی آن را توضیح می‌دهیم:

۱) بازار رقابتی: در این بازار فروشندگان برای فروختن کالاهای خود با یکدیگر رقابت می‌کنند. تمام تلاششان را می‌کنند تا مشتری بیشتری به سمت خود، جذب کنند. در این شرایط هر چه قدر مشتری بیشتری به دست بیاورند به همان اندازه، فروشندگان دیگر مشتری از دست می‌دهند. در این صورت فروشندگان سعی می‌کنند تا کیفیت کالاهای خود را بالا ببرند، خدمات بهتری ارائه دهند، مشتریان خود را راضی نگه دارند و ... چون می‌دانند اگر قدری مشتریان ناراضی شوند می‌توانند از تولیدکننده‌ی دیگری خرید کنند. مثلاً مراکز فروش میوه، تقریباً حالت رقابتی دارند. اگر شما برای خرید میوه به مغازه‌ای بروید و ببینید میوه‌هایش کیفیت مناسبی ندارد یا قیمت بالایی دارد به راحتی از مغازه بیرون می‌آیید و به مغازه‌ی دیگری می‌روید. بنابراین فروشندگان سعی می‌کنند کیفیت مناسب را حفظ کنند. در اصطلاح می‌گوییم مصرف‌کنندگان در بازار رقابتی قدرت انتخاب دارند و خودشان می‌توانند بین چندین فروشنده یکی را انتخاب کنند و کالاهای خود را از او بخرند.

۲) بازار انحصاری (انحصار فروش): درست در نقطه‌ی مقابل بازار رقابتی، بازار انحصاری وجود دارد. در این بازار فقط یک فروشنده وجود دارد. بنابراین مصرف‌کنندگان مجبورند از همین فروشنده خرید کنند و انتخاب دیگری ندارند. بنابراین خیال فروشنده راحت است که کالایش به فروش می‌رسد و نیازی به بالابردن کیفیت، ارائه‌ی خدمات بهتر، ارزان کردن کالا و ... ندارد. به قول معروف همین که هست، می‌خوای بخر، نمی‌خوای نخر. معمولاً بازارها کاملاً رقابتی یا کاملاً انحصاری نیستند. انحصار و رقابت دو نقطه‌ی مقابل همدیگر هستند. اگر انحصار نقطه‌ی A باشد، رقابت نقطه‌ی B است.



بازارهای مختلف بین این دو حالت پخش شده‌اند. مثلاً بازار اتومبیل نزدیک به حالت رقابتی است. مثلاً در نقطه‌ی C قرار دارد. بازار کامپیوتر از بازار اتومبیل رقابتی‌تر است. مثلاً در نقطه‌ی D قرار دارد. بازار سیم‌کارت تلفن همراه قبل از ورود شرکت ایرانسل و تالیا در انحصار شرکت مخابرات بود و در نقطه‌ی A قرار داشت، اما با ورود شرکت ایرانسل و تالیا از حالت انحصاری خارج شد و در نقطه‌ی E قرار گرفت. به نظر شما مصرف‌کننده‌ها دوست دارند بازارها در نزدیک نقطه‌ی A باشند یا در نزدیکی نقطه‌ی B؟ فروشنده‌ها چه‌طور؟ برای پاسخ به این سؤالات ویژگی‌های بازارهای رقابتی و انحصاری را بخوانید.

ویژگی‌های بازار رقابتی و انحصاری:

۱) کیفیت: در حالت رقابتی چون تولیدکنندگان می‌خواهند مشتریان بیشتری را به سمت خود جذب کنند در نتیجه سعی می‌کنند کالاهای خود را با کیفیت بالاتری تولید کنند. در صورتی که در حالت انحصار تولیدکننده نسبت به جذب مشتری نگرانی ندارد و لزومی به افزایش کیفیت کالا نمی‌بیند.

۲) قیمت: مجدداً به همان علت وجود رقابت بین تولیدکنندگان بازار رقابتی هر تولیدکننده سعی می‌کند قیمت خود را به نحوی کاهش دهد تا مشتریان بیشتری جذب کند. اما در بازار انحصاری، تولیدکننده مجبور به کاهش قیمت نیست. پس در کل، بازار رقابتی به نفع مصرف‌کنندگان است چون می‌توانند کالایی را با کیفیت بالاتر و قیمت پایین‌تر نسبت به بازار انحصاری تهیه کنند.

نکته: اگر در یک بازار تولیدکننده‌ها با هم متحد شوند، می‌توانند مانند یک بازار انحصاری عمل کنند و سود بیشتری را به دست آورند.

مثال: مثلاً بعضی از کشورهای تولیدکننده‌ی نفت در سال ۱۹۶۰ با هم متحد شدند و سازمان اوپک را تأسیس کردند و توانستند با بالابردن قیمت نفت، سود بیشتری را به دست آورند.

نکته: هر چه تعداد تولیدکنندگان افزایش یابد، امکان همکاری بین آن‌ها کم‌تر است.

مثال: اگر در یک بازار مثلاً ۳ تولیدکننده وجود داشته باشد، به راحتی می‌توانند با هم متحد شوند، اما اگر در یک بازار ۱۰۰ تولیدکننده وجود داشته باشد، نمی‌توانند با هم متحد شوند.

نکته: هر چه بازارها از حالت انحصاری خارج شوند و به حالت رقابتی نزدیک شوند، رفاه مصرف‌کنندگان بیشتر و سود تولیدکنندگان کم‌تر می‌شود.

مثال: اگر یادتان باشد، در سال‌های گذشته که هنوز شرکت‌های مخابراتی مانند ایرانسل و تالیا تأسیس نشده بودند قیمت سیم‌کارت همراه اول بسیار بالا بود. چون در آن زمان فروش سیم‌کارت تلفن همراه فقط در انحصار شرکت مخابرات بوده. با وارد شدن شرکت‌های ایرانسل و تالیا رقابت بین این شرکت‌ها به وجود آمد. در نتیجه قیمت سیم‌کارت همراه اول به مرور کاهش یافته از طرف دیگر کیفیت خدمات‌دهی نیز بیشتر شده. یعنی با تغییر حالت بازار از حالت انحصاری به بازار رقابتی، رفاه مصرف‌کنندگان افزایش یافته.

نکته: معمولاً در بازار رقابتی تعداد زیادی مصرف‌کننده و تولیدکننده وجود دارد.

۳) بازار انحصار خرید: ممکن است انحصار در طرف خریدار به وجود آید. یعنی چند تولیدکننده وجود داشته باشند، اما خریدار یکی باشد. مثل کالاهایی که تنها دولت آن‌ها را از تولیدکنندگان می‌خرد.

۴۵- گزینه‌ی «۲» وقتی در بازار کالایی کمبود عرضه یا مزاد تقاضا وجود داشته باشد قیمت افزایش می‌یابد تا بازار به تعادل برسد.

۴۶- گزینه‌ی «۲» اگر گروهی از مصرف‌کنندگان موفق به خرید کالا نشوند بازار با مزاد تقاضا یا کمبود عرضه مواجه می‌شود.

۴۷- گزینه‌ی «۲» هر چه قدر بازار به سمت رقابتی برود، انتخاب مصرف‌کننده بیشتر می‌شود و هر چه قدر بازار به سمت انحصار برود انتخاب مصرف‌کننده کم‌تر می‌شود. هم‌چنین سود یک تولیدکننده در حالت انحصار بیشتر است.

۴۸- گزینه‌ی «۱» وقتی در بازار محصولی تعداد تولیدکنندگان بیشتر شود، بازار به حالت رقابتی نزدیک می‌شود و تولیدکنندگان برای به دست آوردن مشتری بیشتر با هم رقابت می‌کنند. کیفیت کالا را بیشتر می‌کنند و سعی می‌کنند قیمت خود را کاهش دهند. این روند به نفع مصرف‌کنندگان است. از طرف دیگر با افزایش تعداد تولیدکنندگان اتحاد آن‌ها با هم سخت‌تر می‌شود.

۴۹- گزینه‌ی «۳» هر چه قدر تعداد تولیدکنندگان کم‌تر شود، آن‌ها راحت‌تر می‌توانند با هم متحد شوند.

۵۰- گزینه‌ی «۲» در گزینه‌ی (۱) انحصار فروش وجود دارد. در گزینه‌ی (۳) هم انحصار فروش و هم انحصار خرید وجود دارد که به این وضعیت، انحصار دوجانبه می‌گویند.

۵۱- گزینه‌ی «۲» ربوع به کار، ۷

۵۲- گزینه‌ی «۳»

۵۳- گزینه‌ی «۲»

۵۴- گزینه‌ی «۲» ربوع به کار، ۷

۵۵- گزینه‌ی «۱» وقتی تولیدکنندگان با هم متحد شوند، می‌توانند مانند یک انحصارگر عمل کنند. این وضعیت به ضرر مصرف‌کنندگان است، چون تولیدکنندگان دیگر مجبور نیستند کالاهای خود را ارزان بفروشند و تلاش برای بهبود کیفیت کالا هم دیگر ضروری نیست و تولیدکنندگان از شرایط خوبی برخوردار خواهند شد.

۵۶- گزینه‌ی «۴» وقتی یک خریدار وجود دارد، تولیدکنندگان مجبورند که کالاهای خود را به قیمتی که خریدار می‌گوید بفروشند.

۵۷- گزینه‌ی «۳» در این وضعیت بازار انحصاری می‌شود.

۵۸- گزینه‌ی «۴» هر قدر تعداد تولیدکنندگان کم‌تر باشد، راحت‌تر می‌توانند با هم متحد شوند و به صورت یک انحصارگر عمل کنند، در نتیجه این وضعیت به ضرر مصرف‌کنندگان است.

۵۹- گزینه‌ی «۳» این تست مربوط به اثر قیمت روی تقاضای مصرف‌کنندگان است. می‌دانیم قیمت اثر معکوس روی تقاضا دارد. یعنی با افزایش قیمت، مصرف (خرید) مصرف‌کنندگان کاهش می‌یابد. بنابراین اگر سایر شرایط ثابت باشد چون قیمت کامپیوتر (همان‌طور که در صورت سؤال گفته شد) در شهریور نسبت به ۲ ماه دیگر کم‌تر است، میزان تقاضای مصرف‌کنندگان در این ماه بیشتر است و بنابراین دولت می‌تواند مالیات بیشتری بگیرد. بنابراین گزینه‌ی (۳) صحیح است.

۶۰- گزینه‌ی «۴» دولت برای کمک به حال خانوارهای کم درآمد ۲ راه دارد:

(۱) با فروش آرد ارزان به خانواده‌ها قیمت نان را کاهش دهد. (۲) مقداری پول به خانوارهای کم درآمد برای تأمین نان بدهد.

در هر دو حالت خانوارهای کم درآمد توانایی خرید نان را به دست می‌آورند. اما اگر از راه اول استفاده کند ممکن است به دلیل کاهش قیمت نان صرفه‌جویی انجام نشود و نوعی بریز و بپاش در مصرف نان به وجود آید. اگر آرد آزاد بفروشد قیمت نان بالا می‌رود و مردم در مصرف نان صرفه‌جویی می‌کنند.

۶۱- گزینهی «۳» این تست به تأثیر درآمد بر روی تقاضا مربوط می‌شود. با افزایش قیمت انگور، درآمد انگورکاران زیاد می‌شود. از طرف دیگر درآمد تأثیر مستقیم روی تقاضا دارد. یعنی با افزایش درآمد تقاضا نیز افزایش می‌یابد (چون قدرت خرید زیاد می‌شود) بنابراین تقاضای پوشاک آن‌ها زیاد می‌شود.

۶۲- گزینهی «۱» این تست مربوط به تأثیر سلیقه روی تقاضای مصرف‌کنندگان است. مردم اروپا سلیقه‌شان جوری است که بیشتر ترجیح می‌دهند در زمستان قهوه بنوشند. بنابراین دادوستد قهوه در زمستان بیشتر است و درآمد مالیاتی بیشتری دارد.

۶۳- گزینهی «۳» این تست مربوط به تأثیر قیمت سایر کالاها روی تقاضا است. با از بین رفتن محصولات نیشکر هزینه‌ی تولید قند افزایش می‌یابد و قیمت قند بالا می‌رود. پس تعدادی از مردم به سمت مصرف قهوه می‌روند بنابراین تولیدی قهوه باید فروش بیشتری داشته باشد.

۶۴- گزینهی «۱» نزولی بودن منحنی تقاضا به علت استفاده‌ی مردم از کالاهای مشابه دیگر به هنگام افزایش قیمت است. نکته: ممکن است برخی به اشتباه گزینهی «۳» را انتخاب کرده باشند. توجه شود که در هنگام افزایش قیمت مرغ، سلیقه‌ی مردم عوض نمی‌شود. یعنی کسانی که قبلاً مرغ را بیشتر از گوشت قرمز دوست داشتند الان هم همین نظر را دارند اما به علت افزایش قیمت به سمت گوشت قرمز می‌روند.

۶۵- گزینهی «۱» با افزایش قیمت، عرضه‌کنندگان سود بیشتری کسب می‌کنند.

۶۶- گزینهی «۴» این تست مربوط به تأثیر هزینه‌ی تولید روی عرضه است. با افزایش هزینه‌ی تولید یک کالا (افزایش قیمت برق) تولید آن کالا کاهش می‌یابد نه افزایش. پس $\frac{P}{P}$ برابر شدن (افزایش) امکان ندارد. مصرف بستنی علاوه بر قیمت بستنی به درآمد، سلیقه، ... هم بستگی دارد که نمی‌توان با قاطعیت در موردش حرف زد.

۶۷- گزینهی «۴» با برگزاری جا جهانی در یک کشور، جمعیت در آن دوره در آن کشور افزایش می‌یابد که باعث افزایش تقاضای مواد غذایی می‌شود. از طرف دیگر با پیش‌بینی این روند توسط تولیدکنندگان، تولید مواد غذایی در آن دوره افزایش می‌یابد.

۶۸- گزینهی «۱» اضافه تقاضا در زمانی رخ می‌دهد که قیمت پایین‌تر از قیمت تعادلی باشد. البته دانش‌آموزان توجه کنند که قیمت در این وضعیت در حال افزایش است و این حالت برای کسانی که در آینده می‌خواهند اتومبیل بخرند اصلاً شرایط خوبی نیست.

۶۹- گزینهی «۳» اضافه عرضه زمانی رخ می‌دهد که قیمت بالاتر از قیمت تعادلی باشد که این قضیه برای کسی است که در حال فروش اتومبیل خود است.

۷۰- گزینهی «۴» با قراردادن قیمت (۲ ریال) در معادله‌ی عرضه و تقاضا داریم:

$$\left. \begin{aligned} \text{عرضه} &= 3 + 4 \times (2) = 11 \\ \text{تقاضا} &= 5 - 2 \times (2) = 1 \end{aligned} \right\} \Rightarrow 11 - 1 = 10$$

۷۱- گزینهی «۱» در تعادل مقدار عرضه = مقدار تقاضا است، پس: $3 + 4P = 5 - 2P \Rightarrow 6P = 2 \Rightarrow P = \frac{2}{6} = \frac{1}{3}$ ریال

۷۲- گزینهی «۲» به وجود آوردن شرایط رقابتی باعث افزایش کیفیت محصولات می‌شود. چون تولیدکنندگان برای جذب مشتری ناچار هستند کیفیت را بالا ببرند.

دلیل رد گزینهی «۱»: با این کار بازار انحصاری می‌شود و کیفیت پایین می‌آید. دلیل رد گزینهی «۳»: کاهش رقابت باعث کاهش کیفیت می‌شود. دلیل رد گزینهی «۴»: اگر بازار به حالت رقابتی دربیاید دیگر نیاز به نظارت شدید نیست و خود شرکت‌ها برای سبقت‌گرفتن از رقیبانشان کیفیت را بالا می‌برند. نظارت شدید هزینه‌ی دولت را زیاد می‌کند.

۷۳- گزینهی «۲» با اتحاد تولیدکننده بازار به صورت انحصاری درمی‌آید که سود بیشتری دارد.

دلیل رد گزینه‌های «۱» و «۳»: در هر دو صورت شرایط انحصاری از بین می‌رود.

دلیل رد گزینهی «۴»: در این صورت مصرف‌کنندگان از کشورهای دیگر که نفت ارزان‌تری دارند خرید می‌کنند.

۷۴- گزینهی «۴» قبل از ورود ایرانسل، عرضه‌ی سیم‌کارت در انحصار شرکت مخابرات بود. اما با ورود ایرانسل شرایط انحصاری از بین رفت و رفاه مصرف‌کنندگان بیشتر می‌شد.

۷۵- گزینهی «۳» در این صورت بازار انحصاری می‌شود و دولت انحصار فروش را در اختیار می‌گیرد.

۷۶- گزینهی «۱» اگر قیمت بیشتر از قیمت تعادلی باشد، مازاد عرضه و اگر قیمت کم‌تر از قیمت تعادلی باشد، مازاد تقاضا داریم. ناحیه‌ی ۱ هم قیمت‌های بیشتر از قیمت تعادلی و هم قیمت‌های کم‌تر از قیمت تعادلی داریم. بنابراین در این ناحیه هم مازاد عرضه هم مازاد تقاضا داریم. در ناحیه‌ی ۲ فقط مازاد عرضه و در ناحیه‌ی ۳ فقط مازاد تقاضا داریم. شرایط ناحیه‌ی ۴ هم مانند شرایط ناحیه‌ی ۱ است.

۷۷- گزینهی «۲» هر چه قیمت از قیمت تعادلی بیشتر باشد، مازاد عرضه بیشتر است. هر چه قیمت از قیمت تعادلی کم‌تر باشد، مازاد تقاضا بیشتر است. همان‌طور که می‌دانید قیمت تعادلی ۱۰۰ ریال است. در قیمت ۹۰ ریال مازاد تقاضا و در قیمت‌های ۱۱۰ و ۱۲۰ ریال مازاد عرضه داریم. اما چون ۱۲۰ ریال اختلاف بیشتری از قیمت تعادلی (۹۰ ریال) دارد، در این قیمت (۱۲۰ ریال) مازاد عرضه‌ی بیشتری داریم.

۷۸- گزینهی «۴»

۷۹- گزینهی «۳» وقتی بازاری در وضعیت اضافه عرضه قرار داشته باشد، قیمت کالا کاهش می‌یابد تا به قیمت تعادلی برسد. پس اگر ما نیم‌سکه بخریم در آینده قیمت آن کاهش می‌یابد. از طرف دیگر وقتی بازاری در وضعیت اضافه تقاضا قرار داشته باشد، قیمت کالا افزایش می‌یابد تا به قیمت تعادلی برسد. بنابراین اگر ما ربع‌سکه بخریم می‌توانیم در آینده آن را با قیمت بیشتری بفروشیم. بازار سکه هم که در وضعیت تعادلی قرار دارد تغییر قیمت نمی‌دهد.

۸۰- گزینهی «۱» چون بازار سکه در وضعیت اضافه تقاضا قرار دارد، قیمت آن افزایش می‌یابد تا قیمت آن به تعادل برسد. بنابراین اگر سکه‌ها را در آینده بفروشیم بهتر از این است که الان بفروشیم.

۸۱- گزینهی «۴» وقتی درآمد افزایش می‌یابد، تقاضا نیز افزایش می‌یابد. بنابراین در قیمت‌های قبلی مقدار تقاضا افزایش می‌یابد. مثلاً در قیمت ۱۰۰ ریال قبلاً به اندازه‌ی ۳۰ واحد تقاضا وجود داشته و الان باید بیشتر از ۳۰ واحد تقاضا وجود داشته باشد.

۸۲- گزینهی «۴» اگر وضعیت آب و هوایی مناسب نباشد، بنابراین درآمد کشاورز کاهش می‌یابد. از طرفی با کاهش درآمد تقاضای این کشاورز باید کاهش یابد. بنابراین در همان قیمت قبلی، الان باید مقدار تقاضا کاهش یابد.

۸۳- گزینهی «۴» شیر از مواد اولیه‌ی تولید بستنی است. با افزایش قیمت شیر هزینه‌ی مواد اولیه‌ی تولید بستنی افزایش می‌یابد. بنابراین در همان قیمت‌های قبلی مقدار تولید باید کاهش پیدا کند. مثلاً وقتی قبلاً در قیمت ۹۰ ریال ۳۰ واحد عرضه وجود داشت، الان باید کم‌تر از ۳۰ واحد عرضه وجود داشته باشد.

۸۴- گزینهی «۴» در این سؤال ۲ عامل روی تقاضای قهوه تأثیر می‌گذارد:

(۱) قیمت قهوه = با افزایش قهوه، تقاضای قهوه کاهش می‌یابد.

(۲) سلیقه = با تغییر سلیقه‌ی مردم به سمت مصرف قهوه، تقاضای قهوه افزایش می‌یابد. عامل قیمت باعث کاهش تقاضا و عامل سلیقه باعث افزایش تقاضا می‌شود. بنابراین در کل نمی‌توان با قاطعیت گفت تقاضا کم می‌شود یا زیاد.

۸۵- گزینهی «۱» در این سؤال سه عامل روی تقاضای مبل خانوادگی حسینی تأثیر می‌گذارد:

(۱) قیمت = با کاهش قیمت مبل تقاضای مبل افزایش می‌یابد.

(۲) درآمد = با افزایش درآمد خانوادگی حسینی تقاضای مبل این خانواده افزایش می‌یابد.

(۳) قیمت کالاهای دیگر = با افزایش قیمت فرش تقاضای مبل افزایش می‌یابد.

چون هر سه عامل باعث افزایش تقاضای مبل می‌شوند، تقاضای مبل مطمئناً افزایش می‌یابد.

۸۶- گزینهی «۲» در این سؤال دو عامل روی تقاضای نوشابه تأثیر می‌گذارد:

(۱) قیمت سایر کالاها = با کاهش قیمت دوغ، تقاضا برای نوشابه کاهش می‌یابد.

(۲) درآمد = با ثابت ماندن درآمد، اثری روی تقاضای نوشابه وارد نمی‌شود.

یک عامل باعث کاهش تقاضای نوشابه می‌شود و عامل دوم تأثیری ندارد. بنابراین در کل تقاضای نوشابه کاهش می‌یابد.

$$\text{واحد } 100 = 200 - 300$$

$$\text{واحد } 300 = 300 - 600$$

$$\text{واحد } 200 = 1200 - 1400$$

۸۷- گزینهی «۲» اضافه تقاضا در گزینهی (۱):

اضافه تقاضا در گزینهی (۲):

اضافه تقاضا در گزینهی (۴):

در گزینهی (۳) اضافه عرضه وجود دارد.

۸۸- گزینهی «۱» هر چه قیمت پایین‌تر از قیمت تعادلی باشد مازاد تقاضا بیشتر و هر چه قیمت بالاتر از قیمت تعادلی باشد مازاد عرضه بیشتر است. با توجه به گزینه‌ها در قیمت ۶۰ ریال بیشترین مازاد تقاضا و در قیمت ۱۴۰ ریال بیشترین مازاد عرضه وجود دارد. قیمت و مقدار تعادلی به ترتیب ۱۰۰ ریال و ۳۰۰ کیلو است.

۸۹- گزینه‌ی «۳»

کیلو $60 - 20 = 40$ = مازاد عرضه در قیمت ۲۵ ریال

کیلو $50 - 30 = 20$ = کمبود عرضه در قیمت ۱۰ ریال

کیلو 40 = مقدار تعادلی
ریال 15 = قیمت تعادلی
→ جمع قیمت و مقدار تعادلی $= 40 + 15 = 55$

۹۰- گزینه‌ی «۲»

قیمت تعادلی جایی است که مقدار عرضه و تقاضا برابر باشند. تنها در قیمت ۵۰ ریال این اتفاق می‌افتاد. از طرفی

می‌دانیم در قیمت‌ها بالاتر از قیمت تعادلی مازاد عرضه وجود دارد.

