

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# اقتصاد خرد

تألیف : نادر مهرگان

عضو هیئت علمی دانشگاه بوعلی سینا

HB

مهرگان، نادر، ۱۳۴۴ -

۱۸۰

اقتصاد خرد / تألیف نادر مهرگان -

۱۳۸۳ ف / ۲۳۹

همدان: انتشارات شوق دانش، ۱۳۸۳.

۲۲۷ ص.: شابک ۵ - ۸ - ۹۴۵۱۲ - ۹۶۴

۱. اقتصاد خرد. الف. عنوان.

۳۳۸/۵

نام کتاب : اقتصاد خرد

مؤلف : نادر مهرگان

تیراژ : ۵۰۰۰ جلد

ناشر : شوق دانش

سال انتشار : ۱۳۸۳

نوبت چاپ : اول

چاپ : فردوسی

شابک : ۵ - ۸ - ۹۴۵۱۲ - ۹۶۴

قیمت : ۲۰۰۰ تومان

|    |                                                  |
|----|--------------------------------------------------|
| ۵  | مقدمه                                            |
| ۷  | فصل اول : مقدمه ای بر علم اقتصاد                 |
| ۸  | ۱-۱- سابقه علم اقتصاد                            |
| ۱۰ | ۱-۲- تعریف اقتصاد                                |
| ۱۱ | ۱-۳- امکانات و عوامل تولید کمیاب                 |
| ۱۲ | ۱-۴- خواست و نیازمندی بشر                        |
| ۱۲ | ۱-۵- انتخاب                                      |
| ۱۳ | ۱-۶- هزینه فرصت                                  |
| ۱۵ | ۱-۷- منحنی امکانات تولیدی                        |
| ۱۷ | ۱-۸- منحنی امکانات تولیدی و رشد اقتصادی          |
| ۱۸ | ۱-۹- منحنی امکانات تولیدی و رشد اقتصادی در آینده |
| ۲۱ | ۱-۱۰- منحنی امکانات تولیدی و تقسیم کار           |
| ۲۲ | ۱-۱۱- منحنی امکانات تولیدی و انتخاب              |
| ۲۳ | ۱-۱۲- نقش بازار                                  |
| ۲۴ | ۱-۱۳- اقتصاد هنجاری                              |
| ۲۵ | ۱-۱۴- بازار آزاد                                 |
| ۲۶ | ۱-۱۵- اقتصاد مختلط                               |
| ۲۷ | ۱-۱۶- اقتصاد اثباتی در مقابل اقتصاد دستوری       |
| ۲۹ | ۱-۱۷- اقتصاد خرد و اقتصاد کلان                   |
| ۳۱ | تمرینات فصل اول                                  |
| ۳۵ | فصل دوم : تئوری تعیین قیمت                       |
| ۳۷ | ۲-۱- تقاضا                                       |
| ۳۸ | ۲-۲- قانون تقاضا                                 |
| ۳۸ | ۲-۳- جدول تقاضا                                  |
| ۳۹ | ۲-۴- منحنی تقاضا                                 |
| ۴۰ | ۲-۵- معادله تقاضا                                |
| ۴۱ | ۲-۶- دلایل نزولی بودن منحنی تقاضا                |
| ۴۲ | ۲-۷- تفاوت میان تغییر تقاضا و تغییر مقدار تقاضا  |

|     |                                            |
|-----|--------------------------------------------|
| ۴۳  | ۲-۸- عوامل مؤثر بر تقاضا                   |
| ۵۰  | ۲-۹- منحنی تقاضای بازار                    |
| ۵۲  | ۲-۱۰- نظریه عرضه                           |
| ۵۲  | ۲-۱۱- جدول عرضه                            |
| ۵۳  | ۲-۱۲- منحنی عرضه                           |
| ۵۳  | ۲-۱۳- معادله عرضه                          |
| ۵۴  | ۲-۱۴- دلایل صعودی بودن منحنی عرضه          |
| ۵۵  | ۲-۱۵- جابجایی عرضه                         |
| ۵۵  | ۲-۱۶- عوامل تعیین کننده عرضه               |
| ۵۸  | ۲-۱۷- منحنی عرضه بازار                     |
| ۶۰  | ۲-۱۸- تعادل                                |
| ۶۲  | ۲-۱۹- انتقال منحنی های عرضه، تقاضا و تعادل |
| ۶۲  | ۲-۲۰- اثر مالیات بر تعادل بازار            |
| ۶۴  | ۲-۲۱- سیاست تثبیت قیمت (سقف قیمت)          |
| ۶۵  | ۲-۲۲- سیاست تضمین قیمت (کف قیمت)           |
| ۷۱  | ۲-۲۳- ضعفهای نظام قیمت                     |
| ۷۵  | تمرینات فصل دوم                            |
| ۸۳  | فصل سوم: کشش تقاضا و عرضه                  |
| ۸۴  | ۳-۱- کشش قیمتی تقاضا                       |
| ۸۸  | ۳-۲- محاسبه هندسی کشش نقطه ای              |
| ۹۰  | ۳-۳- محاسبه کشش قیمتی معادله تقاضا         |
| ۹۰  | ۳-۴- انواع مختلف کشش قیمتی تقاضا           |
| ۹۳  | ۳-۵- کشش قیمتی تقاضا و شیب                 |
| ۹۴  | ۳-۶- رابطه بین کشش و درآمد کل              |
| ۱۰۰ | ۳-۷- عوامل مؤثر در کشش تقاضا               |
| ۱۰۲ | ۳-۸- کشش درآمدی تقاضا                      |
| ۱۰۴ | ۳-۹- کشش متقابل تقاضا                      |
| ۱۰۵ | ۳-۱۰- کشش عرضه                             |

|     |                                                        |
|-----|--------------------------------------------------------|
| ۱۰۹ | تمرینات فصل سوم                                        |
| ۱۱۵ | فصل چهارم : نظریه رفتار مصرف کننده                     |
| ۱۱۶ | ۴-۱- روش مطلوبیت                                       |
| ۱۱۶ | ۴-۲- مطلوبیت تربیتی در مقابل مطلوبیت عددی              |
| ۱۱۷ | ۴-۳- مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی                        |
| ۱۲۳ | ۴-۴- از مطلوبیت نهایی به منحنی تقاضای فرد              |
| ۱۲۴ | ۴-۵- اصل بهینه یابی مصرف کننده                         |
| ۱۲۶ | ۴-۶- مدل تعمیم یافته : دو کالا و بیشتر                 |
| ۱۳۲ | تمرینات فصل چهارم                                      |
| ۱۳۵ | فصل پنجم : تحلیل رفتار مصرف کننده                      |
| ۱۳۶ | ۵-۱- منحنی بی تفاوتی                                   |
| ۱۳۹ | ۵-۲- خصوصیات منحنی بی تفاوتی                           |
| ۱۴۳ | ۵-۳- نرخ نهایی جانشینی                                 |
| ۱۴۵ | ۵-۴- تابع مطلوبیت                                      |
| ۱۴۶ | ۵-۵- حالت‌های خاص منحنی بی تفاوتی                      |
| ۱۴۷ | ۵-۶- محدودیت بودجه                                     |
| ۱۴۹ | ۵-۷- انتقال خط بودجه                                   |
| ۱۵۷ | ۵-۸- عوامل مؤثر بر تعادل مصرف کننده                    |
| ۱۶۴ | - نتیجه                                                |
| ۱۶۵ | تمرینات فصل پنجم                                       |
| ۱۶۹ | فصل ششم : نظریه تولید                                  |
| ۱۷۰ | ۶-۱- تابع تولید                                        |
| ۱۷۱ | ۶-۲- نهاده های ثابت در مقابل نهاده های متغیر           |
| ۱۷۳ | ۶-۳- تولید کل در مقابل تولید نهایی                     |
| ۱۷۴ | ۶-۴- قانون بازده نزولی                                 |
| ۱۷۴ | ۶-۵- تولید نهایی در مقابل تولید متوسط                  |
| ۱۷۶ | ۶-۶- توصیف نموداری تولید کل، تولید نهایی و تولید متوسط |
| ۱۷۸ | ۶-۷- سه مرحله تولید                                    |
| ۱۸۱ | ۶-۸- تابع تولید با دو نهاده متغیر                      |

|     |                                            |
|-----|--------------------------------------------|
| ۱۸۵ | ۹-۶- خط هزینه یکسان                        |
| ۱۸۷ | ۱۰-۶- نقطه بهینه تولید کننده               |
| ۱۸۸ | تمرینات فصل ششم                            |
| ۱۹۱ | فصل هفتم: هزینه های تولید                  |
| ۱۹۳ | ۱-۷- نظریه هزینه کوتاه مدت                 |
| ۱۹۳ | - کل هزینه ثابت                            |
| ۱۹۵ | - کل هزینه متغیر                           |
| ۱۹۵ | - هزینه کل                                 |
| ۱۹۶ | - منحنی های هزینه در کوتاه مدت             |
| ۱۹۶ | - تابع هزینه در مقابل تابع تولید           |
| ۱۹۸ | - هزینه های متوسط و نهایی                  |
| ۲۰۲ | - منحنی هزینه های متوسط و نهایی            |
| ۲۰۴ | - منحنی هزینه نهایی                        |
| ۲۰۴ | ۲-۷- منحنی هزینه متوسط بلند مدت            |
| ۲۰۷ | تمرینات فصل هفتم                           |
| ۲۱۱ | فصل هشتم: ساختار بازار و تعیین قیمت        |
| ۲۱۲ | ۱-۸- بازار رقابت کامل                      |
| ۲۱۲ | - شرایط بازار رقابت کامل                   |
| ۲۱۵ | - حداکثر رساندن سود                        |
| ۲۱۸ | - سود یا زیان و منحنی عرضه بنگاه کوتاه مدت |
| ۲۲۰ | ۲-۸- بازار انحصار کامل                     |
| ۲۲۲ | خلاصه کلام                                 |
| ۲۲۳ | تمرینات فصل هشتم                           |
| ۲۲۶ | نماگرهای اقتصاد خرد                        |
| ۲۲۷ | فهرست منابع و مآخذ                         |

## بسم الله الرحمن الرحيم

تقدیم به همسر  
و نور چشمانم علی و فاطمه  
و به یاد مجید

### مقدمه

امروزه همه مردم، کم و بیش، با مشکلات اقتصادی مواجه‌اند و برای رفع آنها به دنبال راه چاره هستند. فراگیری علم اقتصاد یکی از مهمترین راهها برای حل این مشکلات است. این مشکلات ناشی از خواسته‌های مادی و غیر مادی فراوان و نامحدود مردم است؛ حال آنکه امکانات قابل دسترس جهت تامین خواسته‌ها محدود است. بنابراین، به ناچار از میان نیازهای مختلف تنها برخی از آنها برگزیده و بدانها پاسخ می‌دهند. چگونگی انتخاب نیازها و پاسخگویی به آنها موضوع علم اقتصاد است.

در نظریه اقتصاد خرد رفتار انفرادی خانوارها و بنگاهها مطالعه می‌شود. قیمتها نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در انتخاب نیازها دارند. قیمتها نقش تخصیص منابع، توزیع کالاها و اطلاع‌رسانی از وضعیت امکانات و خواسته‌های جامعه را بر عهده دارد به طوریکه تولیدکنندگان با اطلاع از وضع قیمتها منابع را به سوی تولید کالاهای خاصی هدایت می‌کنند و مصرف‌کننده نیز متأثر از قیمتها، بین کالاهای مختلف بر خی را بر می‌گزینند. بدلیل نقش و اهمیت قیمت در جامعه، شاخه‌ای از علم اقتصاد (اقتصاد خرد) بدان پرداخته و با عنوان "نظریه قیمت" شهرت یافته است.

قیمت کالاها در بازار از منحنی عرضه و تقاضای کالا به دست می‌آید. منحنی تقاضا بانگر رفتار مصرف‌کنندگان، و منحنی عرضه بیان‌کننده کردار تولیدکنندگان یک جامعه است. بدین جهت، قیمت، مجموعه اطلاعات مربوط به رفتار مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان است. نگارنده در این کتاب کوشیده است نظریه قیمت را، که موضوع اقتصاد خرد است، به زبان ساده بیان نماید. در فصل اول برای آشنایی خواننده، کلیاتی از علم اقتصاد و اقتصاد خرد ارائه شده است. در فصل دوم تئوری و چگونگی تعیین قیمت و عوامل موثر بر آن بررسی شده است. فصل سوم عکس‌العمل مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را در قبال

تغییر قیمت، به صورت کمی نشان داده است. در فصل چهارم و پنجم رفتار مصرف کنندگان، با استفاده از روش مطلوبیت و روش منحنی‌های بی‌تفاوتی، تحلیل گردیده و به کمک این دو روش منحنی تقاضای فردی مصرف کنندگان استخراج شده است. فصل ششم و هفتم به نظریه تولید و هزینه تولید اختصاص یافته تا بر اساس آن رفتار تولید کنندگان تبیین شده و در شرایط بازار رقابت کامل، منحنی عرضه بنگاه را استخراج نمائیم. نهایتاً، در فصل هشتم ساختار بازار، از جمله بازار رقابت کامل و شرایط آن معرفی شده است.

در تدوین این کتاب از منابع مختلفی استفاده شده است. ( به ویژه منابع دروس اقتصاد خرد و کلیات علم اقتصاد) که گزیده منابع و ماخذ در پایان کتاب آمده است. در خاتمه لازم به یادآوری است که در چاپ جدید این کتاب پیشنهادات و انتقادات استادان، همکاران و دانشجویان مورد توجه نگارنده قرار گرفته است. نگارنده بدین وسیله از تمامی آنها سپاسگذاری می نماید.

نادر مهرگان