

۳۳۳ نکته مهم خلاصه
کتاب اقتصاد خرد
(محسن نظری)

تهیه و تنظیم : فرهاد ارزنلو

* مقدمه *

- (۱) علم اقتصاد : علم تخصیص بهینه منابع کمیاب است ، **کمیابی** مهمترین موضوع علم اقتصاد می باشد.
- (۲) منظور از تخصیص بهینه در علم اقتصاد ، تخصیصی است که ما را به هدف یا اهدافمان بیشتر نزدیک نماید.
- (۳) بهینه بودن تخصیص به اهداف هر **فردی** بستگی دارد.
- (۴) **منابع اقتصادی** : به منابعی گفته می شود که **کمیاب** باشد (نشانه **قیمت** داشتن یک محصول).
- (۵) **منابع غیر اقتصادی** : به منابعی گفته می شود که **فراوان** باشند (نشانه **رایگان** بودن یک محصول).
- (۶) **منابع غیر اقتصادی** در **اقتصاد بررسی نمی شوند**، زیرا لازمه بررسی اقتصاد یک مسئله **کمیاب** بودن آن است.
- (۷) محور مرکزی بحث های اقتصادی **کارایی** است.
- (۸) **نظام اقتصاد آزاد** : نظامی است که مبتنی بر مکانیسم عرضه و تقاضا (قیمت) ، مالکیت خصوصی ، رقابت ، آزادی فعالیت اقتصادی و نقش **محدود دولت** است.
- (۹) **نظام اقتصاد متمرکز** : نظامی است که همه **تصمیم ها توسط دولت** اتخاذ می گردد.
- (۱۰) **نظام اقتصاد مختلط** : نظامی است که مکانیسم بازار را قبول دارد ولی به دخالت دولت برای بهبود توزیع درآمد و تهیه کالاهای مطلوب جامعه معتقد است.
- (۱۱) از نظر این نظام اقتصادی، در درجه اول پاسخ ۳ سؤال باید توسط مکانیسم بازار پاسخ داده شود ولی دولت نیز در مواردی که توزیع درآمد یا ثروت مطلوب برقرار نمی باشد ، در مکانیسم بازار دخالت محدود می کند.

* فصل اول *

- (۱۲) **تعریف تقاضا** : مقدار کالا یا خدمتی است که با توجه به قیمت و سایر عوامل در هر دوره خریداری می کنیم.
- (۱۳) **عوامل مؤثر بر تقاضا** : قیمت کالا (P_x) ، درآمد (I) ، قیمت سایر کالا ها (P_y) ، تبلیغات (A) ، انتظارات (E) و
- (۱۴) **رابطه قیمت و مقدار تقاضا** ، معمولاً **رابطه ای معکوس است** ، شیب منحنی تقاضا **منفی** است که به قانون ((**منفی بودن شیب منحنی تقاضا**)) معروف است،
$$(P \uparrow \rightarrow D \downarrow)$$
- (۱۵) منحنی که رابطه مصرف و درآمد را با فرض ثابت بودن سایر عوامل نشان می دهد، **منحنی انگل** است.
- (۱۶) منحنی تقاضا برای بنگاه رقابت کامل : **افقی** می باشد و اگر **کالا گیفن باشد منحنی تقاضا** ، **شیب مثبت** پیدا می کند.
- (۱۷) **تعریف عرضه** : مقدار کالا یا خدمتی است که به ازای قیمت معین و ثابت بودن سایر عوامل ، بنگاهها به بازار ارائه می کند.
- (۱۸) **عوامل مؤثر بر عرضه** : قیمت کالا (P_x) ، هزینه های تولید (TC) ، تکنولوژی (T) ، و انتظارات عرضه کنندگان (E) .

- (۱۹) منحنی عرضه معمولاً شیب مثبت دارد، یعنی رابطه قیمت و مقدار عرضه، رابطه ای مستقیم می باشد $(P \uparrow \rightarrow S \uparrow)$.
- (۲۰) **حالت خاص**: در دوره کوتاه مدت منحنی عرضه ممکن است **عمودی** باشد یا منحنی عرضه نیروی کار ممکن است در حائیهایی خاص **شیب منفی** پیدا کند و یا منحنی عرضه ای که رو در روی یک مصرف کننده خاص است، **حالت افقی** پیدا کند.
- (۲۱) در حالت اضافه عرضه انگیزه دارند عرضه کنندگان تا **قیمت محصول را کاهش دهند** تا کالاهایشان را بفروشند.
- (۲۲) در حالت اضافه تقاضا، انگیزه برای **افزایش قیمت** است.
- (۲۳) **شرط تعادل**: برابری عرضه با تقاضا می باشد $(D = S)$.
- (۲۴) عرضه و تقاضا هر دو به سمت راست انتقال یعنی **افزایش**: مقدار تعادلی **افزایش**، ولی قیمت تعادلی ممکن است، **افزایش یا کاهش یا ثابت بماند که به مقدار اندازه انتقال منحنی ها بستگی دارد.**
- (۲۵) **قیمت سقف**: به **حداکثر** قیمتی گفته می شود که تعیین می شود و اجازه داده نمی شود که قیمت از حد تعیین شده بالاتر رود، قیمت سقف برای اینکه مؤثر واقع شود باید **پایین تر** از قیمت تعادلی تعیین شود و باعث **اضافه تقاضا یا کمبود عرضه** در بازار می شود.
- (۲۶) قیمت سقف برای **حمایت از مصرف کنندگان** تعیین می شود.
- (۲۷) **تعادل پایدار**: از نقطه تعادلی خارج شود، دوباره به آن باز می گردد.
- (۲۸) **تعادل ناپایدار**: از نقطه تعادلی خارج شود، دیگر بر نمی گردد به آن نقطه و دورتر می شود.
- (۲۹) **قیمت کف**: **حداقل** قیمتی که تعیین می شود و اجازه داده نمی شود که قیمت از حد تعیین شده پایین تر بیاید.
- (۳۰) قیمت کف، باعث اضافه عرضه می شود و برای **حمایت از عرضه کنندگان** است.
- (۳۱) اگر منحنی تقاضا **عمودی** و یا عرضه **افقی** باشد، همه مالیات را مصرف کننده می پردازد.
- (۳۲) اگر منحنی تقاضا **افقی** و یا عرضه **عمودی** باشد، همه مالیات را عرضه کننده می پردازد.
- (۳۳) هنگام دریافت مالیات دولت، منحنی عرضه به اندازه **نرخ مالیات (t)** به سمت بالا یا چپ انتقال می یابد.
- (۳۴) هر چه شیب منحنی تقاضا بیشتر و یا شیب منحنی عرضه کمتر باشد، **سهم مصرف کننده بیشتر** است و هر چه شیب منحنی عرضه بیشتر و تقاضا کمتر **سهم عرضه کننده بیشتر** است.
- (۳۵) سهم مصرف کننده از مالیات یا مقدار انتقال مالیات توسط تولید کننده به مصرف کننده $(\Delta P/t \times 100)$ است.
- (۳۶) اگر قیمت به اندازه نرخ مالیات (t) افزایش یابد، همه مالیات به **مصرف کننده** انتقال و سهم عرضه کننده **صفر** است.
- (۳۷) مدیران بنگاهها علاقه مند هستند که منحنی تقاضای محصولات آنها به **حالت عمودی نزدیکتر** باشد.
- (۳۸) اگر دولت به کالای مستقل از درآمد، یارانه بدهد، همه گروهها درآمدی به **طور یکسان** از آن بهره مند می شوند.

(۳۹) در صورتی که قیمت کالا صفر باشد، تقاضا برابر با نیاز می باشد.

(۴۰) کالای گیفن، یک نوع کالای پست است، بنابراین، منحنی انگل برای این کالا شیب منفی خواهد داشت.

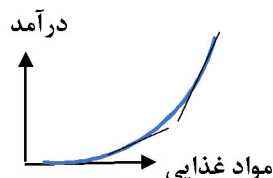
(۴۱) ممنوعیت ورود کالای خارجی باعث افزایش قیمت آن و در نتیجه قیمت کالای جانشین افزایش و در نهایت منحنی تقاضای یکسان به سمت راست می رود.

(۴۲) مقدار عرضه تأثیری در مقدار تقاضای یک فرد ندارد.

(۴۳) کاهش هزینه های تولید باعث می شود که منحنی عرضه به سمت راست حرکت کند و منتقل شود.

(۴۴) افزایش قیمت اتومبیل وارداتی باعث افزایش قیمت کالای جانشین پیکان می شود و در نهایت منحنی تقاضای پیکان افزایش می یابد.

(۴۵) اگر قیمت سقف پایین تر از قیمت تعادلی است، مازاد تقاضا وجود دارد، یعنی کمبود عرضه هست و اگر بالاتر از قیمت تعادلی باشد بی اثر است.



(۴۶) اگر قیمت کف بالاتر از قیمت تعادلی تعیین گردد، مازاد عرضه وجود دارد.

(۴۷) مواد غذایی، در ابتدا دارای کشش درآمدی است و سپس کشش

درآمدی آنها کمتر شده و به سمت صفر می رود.

(۴۸) اگر عرضه افقی باشد (یعنی کاملاً باکشش) ← تغییر تقاضا نقشی در قیمت کالا ندارد.

(۴۹) اگر تقاضا افقی باشد (یعنی کاملاً باکشش است) ← تغییر عرضه نقشی در قیمت کالا ندارد.

(۵۰) افزایش عرضه به معنی افزایش تولید است، ولی افزایش تقاضا، ممکن است به دلیل عمودی بودن منحنی عرضه به افزایش تولید منجر گردد.

(۵۱) سطوح زیر منحنی تقاضا ← حداکثر پولی است که حاضریم بپردازیم.

(۵۲) در تابع تقاضا اگر متغیرها مضربی از هم بودند ($Q_X = -2P_X P_Y^{-1}$) باید به توان عامل توجه کنیم که رابطه با تقاضا

مستقیم یا غیر مستقیم است، ولی در این مثال باید به علامتهای + یا - توجه کنیم. ($Q_X = 50 - P_X - 4P_Y$).

(۵۳) کالاهای ضروری و لوکس کالای عادی هستند، اگر کشش درآمدی تقاضای کالایی بیشتر از ۱ باشد آن کالا لوکس و اگر بین (۰ و ۱) باشد آن کالا ضروری می باشد.

(۵۴) تابع عرضه صنعت از جمع تابع عرضه بنگاهها به دست می آید ($S = S_1 + S_2 + \dots$).

(۵۵) مازاد تقاضای مصرف کننده ← همان مازاد رفاه مصرف کننده است.

(۵۶) مازاد عرضه تولید کننده ← همان مازاد رفاه تولید کننده است.

دانلود سوالات آزمون

راهنمای کامل آزمون

- (۵۷) اضافه رفاه مصرف کننده: تفاوت بین پولی است که حاضریم بپردازیم با پولی که می پردازیم (قیمت بازار).
- (۵۸) اگر عرضه و تقاضا در جهت مخالف منتقل شوند، قیمت تعادلی هم جهت تقاضا تغییر می کند.
- (۵۹) تابع تقاضای بازار: از جمع افقی تابع تقاضای افراد به دست می آید. $(Q = Q^A + Q^B + Q^C)$ (بازار)
- (۶۰) یک بازار ضرورتی به وجود مکانی جهت ملاقات خریداران و فروشندگان ندارد.
- (۶۱) اگر قیمت TV پارس تغییر کند، روی منحنی تقاضای TV پارس حرکت می کنیم و باعث جابجایی منحنی تقاضا نمی شود.
- (۶۲) تقاضای بازار از جمع تقاضای افراد بدست می آید، برای یک بازار ۱۰ نفر متقاضی $\leftarrow D = 10(Q_X)$ (بازار) $Q =$
- (۶۳) مکانیسم بازار به شرایط و ترتیبی گفته می شود که عرضه کنندگان و تقاضا کنندگان با یکدیگر رابطه برقرار کنند حتی از راه تلفن، ..
- (۶۴) بیکاری فصلی باعث کاهش درآمد کشاورزان می گردد.

*** فصل دوم ***

- (۶۵) کشش: درصد تغییرات دو متغیر نسبت به یکدیگر می باشد.
- (۶۶) کشش قیمتی تقاضا (E_{xp}): درصد تغییرات مقدار تقاضای کالا، تقسیم بر درصد تغییرات قیمت کالا می باشد.
- (۶۷) کشش قیمتی تقاضا: به ازای یک درصد تغییر در قیمت کالا، تقاضا برای آن چند درصد تغییر می کند.
- (۶۸) در تفسیر مقدار کشش، کلمه درصد را حتماً به کار ببرید.
- (۶۹) کشش همان واکنش یا حساسیت مقدار تقاضا به قیمت کالا می باشد.
- (۷۰) درآمد کل (TR): قیمت ضربدر مقدار فروش $(TR = P \times Q)$.
- (۷۱) (TR): مخارج کل مصرف کننده برای کالای X نیز می باشد.
- (۷۲) درآمد نهایی (MR): درآمد حاصل از آخرین واحد فروش کالا ست
- (۷۳) کشش درآمدی تقاضا (E_I): درصد تغییرات مقدار تقاضا (Q_X)، تقسیم بر درصد تغییرات درآمد (I) را گویند.
- (۷۴) کشش درآمدی تقاضا: به ازای یک درصد تغییر درآمد، مقدار تقاضا چند درصد تغییر می کند.
- (۷۵) رابطه درآمد و مقدار تقاضا (مصرف) را منحنی انگل نشان می دهد، بنابراین کشش درآمدی تقاضا را می توان از طریق منحنی انگل اندازه گیری کرد.
- (۷۶) اگر تابع انگل به شکل $(Q = AI^a)$ باشد، کشش درآمدی برابر با (a) است.

(۷۷) کشش قیمتی عرضه (Q_X^S) : درصد تغییرات مقدار عرضه کالا، تقسیم بر درصد تغییرات قیمت کالا (P_X).

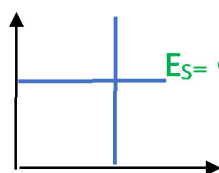
(۷۸) محاسبه کشش قیمتی عرضه شبیه اندازه گیری کشش درآمدی است.

(۷۹) هر چه مقدار کشش متقاطع بیشتر باشد از (نوع +) به معنی آن است که دو کالا جانشین بهتری برای هم می باشند.

(۸۰) کشش متقاطع (ارتباطی، ضربدری) (Q_{xy}) : درصد تغییرات یک کالا، تقسیم بر درصد تغییرات قیمت کالای دیگر، اگر

$$E_{XP} = +$$

(P_Y) قیمت کالای (Y) و (Q_X) مقدار مصرف کالای (X) باشد.



(۸۱) اگر تابع عرضه به صورت $Q_X = PA_X^a$ باشد، کشش قیمتی عرضه برابر با (a) می باشد. $E_S = \infty$

(۸۲) منحنی تقاضا شیب مساوی یا ثابت ولی کشش آن متغیر است.

(۸۳) فردی بدون توجه به بلیط سینما، همواره در ماه ۸۰۰۰ تومان صرف رفتن به سینما می کند، بنابراین سینما کشش واحد دارد.

(۸۴) اگر در تکنولوژی تولید کالایی یک بهبود صورت گرفته باشد، درآمد فروشندگان آن بازار، بستگی به کشش قیمتی تقاضا دارد.

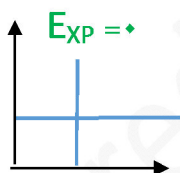
(۸۵) فردی سیگاری علیرغم تغییر قیمت سیگار همیشه ۵ درصد بودجه خود را صرف خرید سیگار می کند، بنابراین کشش قیمتی سیگار برای فرد صفر است.

(۸۶) اگر تابع تقاضا خطی باشد، تابع درآمد نهایی (MR) دارای عرض از مبدأ مساوی تابع تقاضا ولی شیب آن ۲ برابر شیب

تابع تقاضاست، در روش تستی تابع تقاضایی که بر حسب (P) بود ($P = ۱۲ - ۲Q$) ← ($MR = ۱۲ - ۴Q$)

(۸۷) اگر معادله ما بر حسب (Q) بود نکته مهم این است که اول باید آن معادله را بر حسب (P) نوشته بعد از روش بالا

$$E_{XP} = +$$



استفاده کنید.

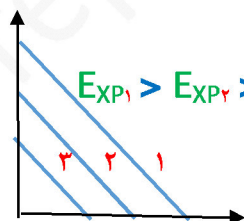
$$E_{XP} = \infty$$

(۸۸) منحنی تقاضای بنگاه رقابت کامل، افقی است و دارای کشش بی نهایت است.

(۸۹) مخارج مصرف کننده = درآمد کل (TR).

(۹۰) کشش قیمتی تقاضا با حرکت روی منحنی تقاضا نشان داده می شود، ولی کشش درآمدی تقاضا با انتقال منحنی تقاضا

نشان داده می شود.



(۹۱) در منحنی تقاضا هرچه منحنی بالاتر باشد نسبت به بقیه کشش قیمتی آن بیشتر است. $E_{XP1} > E_{XP2} > E_{XP3}$

(۹۲) کشش قیمتی تقاضا در کوتاه مدت، کوچکتر از کشش قیمتی تقاضا در بلند مدت است.

*** فصل سوم ***

- (۹۳) **مطلوبیت**: احساس خشنودی و یا رضایت خاطری است که از مصرف کالاها و خدمات بدست می آوریم.
- (۹۴) **مطلوبیت کل** (TU): **مطلوبیتی** است که از مصرف کالا یا خدمتی بدست می آوریم.
- (۹۵) **مطلوبیت نهایی** (MU): **مطلوبیتی** است که آخرین واحد کالا ایجاد می کند و به **مطلوبیت کل** اضافه می شود.
- (۹۶) هنگامی که TU به حداکثر خود رسیده است و یا به عبارت دیگر MU برابر صفر شده است، **نقطه اشباع مصرف کننده نام دارد.**
- (۹۷) **منحنی بی تفاوتی**: مکان هندسی ترکیبات مختلف کالاها است که **مطلوبیت یکسانی** را برای شخص ایجاد می کند.
- (۹۸) در همه نقاط روی یک منحنی بی تفاوتی **مطلوبیت کل یکسان** است.
- (۹۹) **کالای بد**: کالایی است که MU آن **منفی** است، مثل آلودگی هوا، اگر یکی از کالاها بد باشد، **منحنی بی تفاوتی شیب مثبت پیدا می کند.**
- (۱۰۰) **تعریف خط بودجه**: مکان هندسی ترکیباتی مختلف کالاها است که با بودجه ای معین می توانیم خریداری کنیم.
- (۱۰۱) **چرخش خط بودجه**: وقتی قیمت یکی از کالاها تغییر کند، مثلاً کاهش یابد خط بودجه به سمت راست چرخش می نماید.
- (۱۰۲) اگر کالای X **مجانی** باشد، خط بودجه **موازی محور X** و اگر کالای Y **مجانی** باشد خط بودجه **موازی محور Y** می باشد.
- (۱۰۳) اگر با افزایش خرید کالای X، قیمت کالای X کاهش یابد **خط بودجه محدب** می شود.
- (۱۰۴) **شرط تعادل مصرف کننده**: هنگامی برقرار است که **منحنی بی تفاوتی و خط بودجه** با یکدیگر **مماس** شوند.
- (۱۰۵) در تعادل ضروری نیست که MU کالاها برابر باشد، بلکه MU تقسیم بر قیمت برای همه کالاها باید برابر باشد.
- (۱۰۶) **دو کالا مکمل**، نقطه تعادل در زاویه منحنی بی تفاوتی قرار دارد.
- (۱۰۷) **استخراج منحنی انگل از (ICC)** است، (ICC) **منحنی درآمد مصرف می باشد.**
- (۱۰۸) **استخراج منحنی تقاضا از (PCC)** است، (PCC) **منحنی قیمت مصرف می باشد.**
- (۱۰۹) اگر دو کالا مکمل باشند (ICC) خطی است که از **مبدأ مختصات می گذرد و شیب مثبت** دارد، بعبارت دیگر هر دو کالا **عادی** هستند.
- (۱۱۰) اگر دو کالا کاملاً جانشین یکدیگر باشند، (ICC) بر یکی از محورهای X و یا Y منطبق می شود و یکی از کالاها **عادی و دیگری مستقل از درآمد** است.
- (۱۱۱) اگر (PCC) نزولی باشد، کالای X **باکشش**، اگر صعودی باشد کالای X **بی کشش** و اگر افقی باشد، کالای X **کشش واحد (۱)** و اگر عمودی باشد، کشش قیمتی کالای X صفر می باشد.
- (۱۱۲) اگر درآمد مصرف کننده افزایش یابد، مصرف کالای X ممکن است افزایش، کاهش و یا ثابت بماند که بستگی به عادی یا پست و یا مستقل بودن کالا دارد.

(۱۱۳) اگر تقاضا خطی باشد که محور P_x و X را قطع کند **PCC** آن ابتدا **نزولی** و سپس **صعودی** است. $E > 1$ $E = 1$ $E < 1$

(۱۱۴) اثر جانشینی (**S.E**) همیشه **منفی** است، بدین معنی که تقاضای X و P_X/P_Y رابطه **معکوس** دارند. X

(۱۱۵) اثر درآمدی (**IE**) می تواند مثبت، منفی و یا صفر باشد. ((مثبت (عادی)، منفی (پست) و صفر (مستقل از درآمد)).

(۱۱۶) اثر کل (**TE**) جمع اثر جانشینی و درآمدی کالا می باشد.

(۱۱۷) اگر کالا **عادی** باشد، اثر جانشینی و درآمدی در یک جهت بر مصرف کالای X اثر می گذارد.

(۱۱۸) اگر کالا **پست** باشد، اثر جانشینی $\uparrow$ و اثر درآمدی $\downarrow$ برخلاف جهت یکدیگر عمل می کنند (۳ حالت)

(۱۱۹) **کالای گیفن**، کالای **پستی** است که اثر درآمدی اش، بر اثر جانشینی آن غلبه می کند و **تنها موردی که تقاضا شیب مثبت پیدا می کند، کالای گیفن است.**

(۱۲۰) منحنی تقاضای کالای عادی، **حتماً شیب منفی** خواهد داشت.

(۱۲۱) منحنی تقاضای کالای پست می تواند (شیب منفی (حالت اول)، شیب مثبت (حالت دوم کالای گیفن) و عمود باشد (حالت سوم).

(۱۲۲) اگر بودجه مصرف کننده افزایش یابد، مصرف همه کالاها افزایش نمی یابد.

(۱۲۳) اگر کالای X **مجانی** باشد، در تعادل MRS_{xy} (نرخ نهایی جانشینی X به جای Y) مساوی **صفر** می باشد.

(۱۲۴) اگر فردی نقطه اشباع نداشته باشد، **مطلوبیت کل همیشه در حال افزایش** است.

(۱۲۵) اگر درآمد مصرف کننده افزایش یابد و مصرف کننده دو کالای X و Y را مصرف کند، حداقل مصرف یکی از کالاها افزایش می یابد.

(۱۲۶) برای یک کالای گیفن: **منحنی انگل دارای شیب منفی و منحنی تقاضا دارای شیب مثبت است.**

(۱۲۷) اگر دو کالا در مصرف **مکمل** یکدیگر باشند، **اثر جانشینی صفر می باشد.**

(۱۲۸) اگر همزمان قیمت کالاها و درآمد مصرف کننده نصف شود، مطلوبیت کل مصرف کننده **ثابت** باقی می ماند.

(۱۲۹) در صورتی که منحنی **PCC** و **ICC** لزوماً از مبدأ مختصات می گذرند و شیب مثبت دارند که **دو کالا مکمل** یکدیگر باشند.

(۱۳۰) در کالای بد مقدار کمتر آن به مقدار بیشتر آن ترجیح می دهند.

(۱۳۱) **خط بودجه**: نشان دهنده اطلاعات در مورد، مصرف کننده، قیمت کالاها و مقدار خرید کالاها می باشد.

(۱۳۲) اثر جانشینی برای همه کالاها **منفی و در یک حالت ((مکمل بودن کالاها)) صفر است و هیچگاه مثبت نمی باشد.**

(۱۳۳) علامت اثر جانشینی **منفی** است و اگر علامت اثر درآمدی هم منفی باشد، کالا **پست** است.

(۱۳۴) اگر منحنی درآمد مصرف از مبدأ مختصات بگذرد، کشش درآمدی هر ۲ کالا برابر با ۱ است، بنابراین مجموع کشش های درآمدی برابر ۲ است.

(۱۳۵) اگر مطلوبیت نهایی مثبت و در حال افزایش باشد، مطلوبیت کل با نرخ افزایشی، افزایش می یابد، ولی اگر مطلوبیت نهایی مثبت و در حال کاهش باشد، مطلوبیت کل با نرخ کاهشی افزایش می یابد.

(۱۳۶) اثر جانشینی همیشه منفی یا صفر است (اگر دو کالا در مصرف مکمل هم باشند، اثر جانشینی آنان صفر می باشد).

(۱۳۷) منحنی بی تفاوتی سلیقه مصرف کنندگان را نشان می دهد، بنابراین شکل آن و شیب آن به سلیقه مصرف کنندگان بستگی دارد.

*** فصل چهارم ***

(۱۳۸) تابع تولید: تابعی است که رابطه بین مقدار عوامل تولید و مقدار محصول تولید شده را با فرض ثابت بودن سطح تکنولوژی نشان می دهد.

(۱۳۹) اگر از هر نقطه روی منحنی تولید کل، خطی به مبدأ مختصات وصل کنیم، شیب آن خط برابر با تولید متوسط (AP) در آن نقطه می شود.

(۱۴۰) تولید کل (TP): مقدار تولید به ازای هر سطح از عامل تولید.

(۱۴۱) تولید متوسط (AP): تولید کل تقسیم بر عامل تولید.

(۱۴۲) تولید نهایی (MP): تغییر در تولید کل تقسیم بر تغییر در عامل تولید.

(۱۴۳) تولید نهایی هر عامل تولید، تولید آخرین واحد آن عامل تولید است.

(۱۴۴) از هنگامی که MP عامل متغیر شروع به کاهش می نماید، گفته می شود که قانون بازدهی نزولی شروع به عمل نموده.

(۱۴۵) کشش عوامل تولید: درصد تغییر در تولید کل، تقسیم بر درصد تغییر در آن عامل تولید.

(۱۴۶) در توابع تولید کاب داگلاس: $Q = AL^a K^B$ ((a = کشش تولیدی نیروی کار) و B = کشش تولیدی

سرمایه) می باشند.

(۱۴۷) به $(a + B)$ درجه همگنی یا ضریب تابع نیز گویند.

(۱۴۸) منحنی های بی تفاوتی تولید: مکان هندسی ترکیبات مختلف عوامل تولید می باشند که تولید یکسانی را ایجاد می نمایند.

(۱۴۹) در همه نقاط روی منحنی بی تفاوتی، مقدار تولید کل TP برابر است.

$$((w = P_L \text{ و } r = P_K))$$

۱۵۰) در تابع تولید کاب داگلاس اگر $(a + B = 1)$ باشد، بازدهی نسبت به مقیاس (ثابت) می باشد.

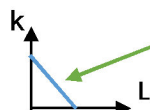
۱۵۱) در تابع تولید کاب داگلاس اگر $(a + B > 1)$ باشد، بازدهی نسبت به مقیاس (صعودی) می باشد.

۱۵۲) در تابع تولید کاب داگلاس اگر $(a + B < 1)$ باشد، بازدهی نسبت به مقیاس (نزولی) می باشد.

۱۵۳) $MRTS_{LK}$: (نرخ نهایی جانشینی فنی، تکنیکی L به جای K) و به عبارتی برابر (قدرمطلق شیب منحنی بی تفاوتی تولید) معمولاً نزولی است، یعنی قدر مطلق شیب منحنی بی تفاوتی نزولی است پس نتیجه می گیریم که منحنی بی تفاوتی تولید محدب است.

۱۵۴) خط هزینه یکسان: مکان هندسی ترکیبات مختلف L (نیروی کار) و K (سرمایه) است که به صرف بودجه ای (هزینه ای) معین بنگاه می تواند استخدام نماید.

۱۵۵) همه ترکیبات بالای خط هزینه یکسان قابل استخدام نیست، ولی ترکیبات روی خط و پایین خط قابل دسترسی می باشد و اگر روی خط را کاملاً استخدام کنیم، هزینه کل (TC) همه هزینه می شود.



۱۵۶) چرخش خط هزینه یکسان: زمانی اتفاق می افتد که قیمت یکی از عوامل تولید تغییر کند.

۱۵۷) اگر نیروی کار مجانی باشد، خط هزینه یکسان موازی محور L و اگر سرمایه مجانی باشد، خط هزینه یکسان موازی محور K خواهد بود.

۱۵۸) اگر با افزایش نیروی کار، دستمزد افزایش یابد، خط هزینه یکسان مقعر و اگر کاهش یابد، خط هزینه یکسان محدب است.

۱۵۹) تعادل تولید کننده: به وضعی اطلاق می شود که تولید کننده از هزینه کردن پول خود و استخدام عوامل تولید، حداکثر محصول را تولید نماید.

۱۶۰) شرط تعادل تولید کننده: این است که منحنی بی تفاوتی تولید و خط هزینه یکسان با هم مماس باشند.

۱۶۱) در حالت تعادل، تولید نهایی هر عامل تولید تقسیم بر قیمت آن باید برای همه عوامل تولید برابر باشد.

۱۶۲) افزایش (TC) ← خط هزینه یکسان موازی بالا می رود.

۱۶۳) مسیر توسعه بنگاه: مکان هندسی نقاط تعادل تولید کننده است که با تغییر در (TC) ایجاد می شود.

۱۶۴) شکل مسیر توسعه به عادی یا پست بودن عوامل تولید بستگی دارد، ((هر دو عادی)) ← (صعودی) و ((یکی پست)) ← (نزولی) می باشد.

۱۶۵) کشش جانشینی عوامل تولید: درصد تغییرات در K/L تقسیم بر درصد تغییرات در w/r با فرض ثابت بودن تولید است.

(۱۶۶) اگر دو عامل تولید مکمل یکدیگر باشند، $\partial LK = 0$ (سیگما) (کشش جانشینی عوامل تولید) چون شیب k/r با تغییر w/r تغییر نمی کند.

(۱۶۷) اگر دو عامل تولید کاملاً جانشین یکدیگر باشند، $\partial LK = \infty$ است.

(۱۶۸) در تابع تولید کاب داگلاس $\partial LK = 1$ است.

(۱۶۹) اگر همه عوامل تولید لاتدا (λ) برابر (λ) عددی مثبت و مخالف ۱ می باشد (کنیم و تولید بیشتر از λ برابر شود

(بازدهی نسبت به مقیاس صعودی)، و تولید کمتر از λ برابر شود (بازدهی نسبت به مقیاس نزولی است)، و تولید λ برابر شود (بازدهی نسبت به مقیاس ثابت است).

(۱۷۰) اگر (TC) افزایش یابد، تولید کل قطعاً افزایش می یابد.

(۱۷۱) از وقتی که (MP) عامل تغییر شروع به کاهش می کند گویند قانون بازده نزولی شروع شده است.

(۱۷۲) در تابع تولید کاب داگلاس، تابع تولید نهایی، مساوی تابع تولید متوسط می باشند.

(۱۷۳) در منطقه اقتصادی تولید، کشش عوامل تولید بین (۱ و ۰) می باشد.

(۱۷۴) چون عوامل تولید دیگر ثابت اند پس در کوتاه مدت است، (نسبت بازده نهایی سرمایه به بازده متوسط سرمایه)

(۱۷۵) ابتدای مرحله دوم اقتصادی تولید، جایی است که تولید متوسط نیروی کار حداکثر می باشد.

(۱۷۶) برای حداکثر کردن (AP_L) می توان از آن مشتق گرفته و مساوی صفر قرار دهیم.

(۱۷۷) در منطقه اقتصادی تولید، کشش عوامل تولید بین صفر (جایی که $MP_L = 0$) و یک (یعنی حداکثر AP_L ، جایی که $MP_L = AP_L$) می باشد.

(۱۷۸) هنگامی که قانون بازده نزولی شروع می شود، نرخ تغییرات تولید کل و تولید نهایی در حال کاهش است.

(۱۷۹) تابع تولید با فرض ثابت بودن تکنولوژی رسم می شود، بنابراین اگر تکنولوژی تغییر کند (مثلاً بهبود یابد) تابع تولید به سمت راست می رود.

(۱۸۰) بلند مدت: دوره ای که همه عوامل تولید، متغیر باشند و کوتاه مدت: به دوره ای زمانی اطلاق می گردد، که حداقل یکی از عوامل تولید ثابت باشد.

(۱۸۱) تابع تولید: نشاند دهنده حداکثر مقدار تولیدی است که می توان از ترکیبات مختلف نهاده به دست آورد.

(۱۸۲) بازدهی نزولی: به این دلیل است که از عامل تولید متغیر، نسبت به عامل تولید ثابت، بیشتر استفاده کنیم.

۱۸۳) اگر تکنولوژی پیشرفت کند، منحنی های هم مقداری (بی تفاوتی) تولید به سمت پایین تغییر مکان می یابد (با همان واحد محصول L و k کمتری نیاز است).

۱۸۴) دو کالای مکمل یعنی با هم جانشین نمی شوند در نتیجه MRS_{xy} و MRS_{yx} صفر است.

۱۸۵) تابع تولید: تابعی است که مقدار محصول را به عوامل تولید ارتباط می دهد.

* فصل پنجم *

۱۸۶) هزینه از نظر اقتصادی: هزینه هر کالا یا خدمتی از نظر علم اقتصاد، همه کالاها و یا خدماتی است که از دست می دهیم تا آن کالا یا خدمت را به دست آوریم که به هزینه فرصت یا فرصت از دست رفته نیز مشهور است.

۱۸۷) هزینه های پولی را هزینه های آشکار یا صریح و هزینه عوامل تولیدی که متعلق به خود ماست، هزینه های پنهان یا ضمنی می نامند، در حالی که هزینه به مفهوم حسابداری بیشتر بر هزینه های آشکار تکیه دارد.

۱۸۸) هزینه های اقتصادی = هزینه های آشکار + هزینه های پنهان

۱۸۹) منحنی امکانات تولید: مکان هندسی ترکیبات مختلف کالاهاست که با استفاده از عوامل تولید موجود در جامعه می توان تولید کرد.

منحنی امکانات تولید

۱۹۰) اگر از همه عوامل تولید در جامعه استفاده کنیم، می توان یا X از کالای X و یا Y از کالای Y تولید نمود.

۱۹۱) نقاط بالای منحنی قابل دسترسی نیست و اگر در داخل منحنی امکانات تولید باشیم، به مفهوم

این است که همه عوامل تولید به کار رفته نشده اند و در حالت عدم اشتغال کامل عوامل تولید قرار داریم،

ولی اگر روی منحنی امکانات تولید قرار داشته باشیم، از همه عوامل تولید در حالت اشتغال کامل استفاده می کنیم.

۱۹۲) افزایش عوامل تولید (نیروی انسانی و سرمایه و...) و بهبود تکنولوژی بالا رفتن بهره وری عوامل تولید، باعث انتقال منحنی امکانات تولید به سمت راست می شود.

۱۹۳) هزینه تولید کالای X عبارت است از شیب منحنی امکانات تولید.

۱۹۴) شکل منحنی امکانات تولید بستگی به هزینه تولید دارد که اگر هزینه های تولید کالا صعودی یا فزاینده باشد، منحنی امکانات تولید مقعر می شود، اگر هزینه های تولید کالاها، کاهش یا نزولی باشد، منحنی امکانات تولید محدب خواهد شد و اگر هزینه های تولید ثابت باشد، منحنی امکانات تولید، خطی نزولی و با شیب ثابت خواهد شد.

۱۹۵) (TFC) هزینه ثابت کل، (TVC) هزینه متغیر کل، (TC) هزینه کل، (AFC) هزینه متوسط ثابت،

(AVC) هزینه متوسط متغیر، (ATC) هزینه متوسط کل، (MC) هزینه نهایی.

۱۹۶) فاصله بین TC و TVC همیشه مقدار ثابت و برابر با TFC است.

(۱۹۷) TFC همیشه خطی موازی محور مقدار تولید می باشد و AFC همیشه نزولی و شکل آن یک تابع هزلولی قائم می باشد.

(۱۹۸) MC را از TC یا TVC می توان استخراج کرد.

(۱۹۹) منحنی TVC که تعیین کننده شکل بقیه منحنی های هزینه است ، بستگی به شکل منحنی های تولید دارد.

(۲۰۰) TC دقیقاً مشابه TVC فقط عرض از مبدأ آن مثبت و برابر TFC است.

(۲۰۱) MC از نقطه حداقل AVC و ATC می گذرد.

(۲۰۲) از حداقل MC قانون بازده نزولی شروع به عمل می کند.

(۲۰۳) شکل منحنی های هزینه به شکل منحنی های تولید بستگی دارد.

(۲۰۴) رابطه بین MP_L و MC معکوس است.

(۲۰۵) رابطه بین AP_L و AVC معکوس و رابطه بین AP_L با ATC شبیه با رابطه AP_L و AVC نیست.

(۲۰۶) به منحنی های هزینه بلند مدت ، منحنی های برنامه ریزی یا طراحی گفته می شود.

(۲۰۷) به منحنی های هزینه کوتاه مدت ، منحنی های عملیاتی گفته می شود.

(۲۰۸) بنابراین اگر TP_L خطی باشد ، TVC نیز خطی خواهد بود و اگر TP_L با نرخ افزایشی ، افزایش یابد ، TVC با نرخ کاهشی افزایش می یابد و اگر TP_L با نرخ کاهشی ، افزایش یابد ، TVC با نرخ افزایشی ، افزایش می یابد.

(۲۰۹) LAC منحنی پوش منحنی های SAC است.

(۲۱۰) منحنی LTC نیز منحنی پوش STC هاست.

(۲۱۱) در همه نقاط روی LAC و هزینه های بلند مدت ، شرط تعادل تولید کننده برقرار است ، $(MP_L / MP_K = w/r)$.

(۲۱۲) هرگاه $SAC = LAC \longrightarrow SMC = LMC \longrightarrow STC = LTC$

(۲۱۳) در سطح تولیدی که $SAC = LAC$ باشد $SMC = LMC$ است.

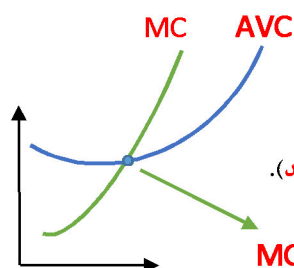
(۲۱۴) هزینه نهایی از حداقل هزینه متوسط می گذرد ، این اصل هم در کوتاه مدت و هم در بلند مدت است.

(۲۱۵) قانون بازدهی نزولی ، از نقطه عطف منحنی هزینه کل بنگاه شروع می شود.

(۲۱۶) اگر AP_L در حداکثر باشد AVC در حداقل است.

(۲۱۷) در مرحله دوم تولید ATC اول کاهش سپس افزایش ، ولی AVC افزایش است.

(۲۱۸) اگر TP_L با نرخ کاهنده افزایش TVC با نرخ فزاینده افزایش TVC موازی TC پس TC با نرخ فزاینده افزایش می یابد.

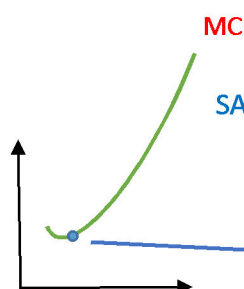


(۲۱۹) هزینه اقتصادی و سود اقتصادی (بزرگتر و کوچکتر از هزینه و سود حسابداری است).

(۲۲۰) از هنگامی که قانون بازدهی نزولی شروع می شود (تولید کل با نرخ کاهنده افزایش می یابد).

(۲۲۱) در نقطه $\min AVC$ وقتی $MC = 20$ یعنی $AVC = 20$ است. $MC = AVC$

(۲۲۲) شکلی منحنی LAC بستگی به بازدهی نسبت به مقیاس دارد.



(۲۲۳) بهترین تشکیلات تولیدی وقتی است که LAC با SAC مماس باشد، یعنی $SAC = LAC$

(۲۲۴) TC یا TVC هیچگاه کاهش نمی یابد.

(۲۲۵) دلیل اینکه MC از نقطه ای افزایش می یابد (قانون بازدهی نزولی است).

(۲۲۶) اگر نهادها افزایش یا سطح تکنولوژی افزایش یا بهره وری تولیدی نهادها بیشتر شود، منحنی امکانات تولید به سمت راست می رود.

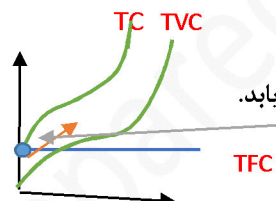
(۲۲۷) اگر تابع تولید همگن از درجه ۲ باشد، یعنی بازدهی نسبت به مقیاس صعودی است.

(۲۲۸) هزینه متوسط همان ATC است.

(۲۲۹) با افزایش تکنولوژی منحنی امکانات تولید به سمت راست می رود.

(۲۳۰) نقطه $AVC \min$ به مرز تعطیلی بنگاه رقابت کامل معروف است، یعنی اگر قیمت از این نقطه پایین تر باشد، بنگاه تعطیل می شود و اگر بالاتر باشد، بنگاه به تولید ادامه می دهد حتی اگر ضرر کند.

(۲۳۱) فاصله بین AVC و ATC برابر AFC می باشد، در نتیجه با افزایش تولید کاهش می یابند چون AFC با افزایش تولید کمتر می شود.



(۲۳۲) از نقطه اشاره شده قانون بازدهی نزولی شروع و قبل از آن TVC با نرخ کاهشی افزایش می یابد.

(۲۳۳) پیشرفت تکنولوژی باعث می شود منحنی تولید کل به سمت بالا

(با یک سری نهاد تولید افزایش یابد)، منحنی هزینه کل به سمت پایین (باعث می شود همان مقدار محصول را با هزینه کمتر تولید کنیم).

(۲۳۴) $\text{نرخ بهره} \times \text{ارزش جاری زمین}$ ، برابر هزینه فرصت نگهداری است.

(۲۳۵) هزینه کل (TC) با افزایش تولید رابطه مستقیم دارد بقیه نه.

(۲۳۶) اگر قیمت عامل تولید ثابت، افزایش یابد (باعث انتقال TFC ، AFC ، ATC به سمت بالا می شود) و بقیه ثابت اند.

(۲۳۷) اگر در توابع گویند هزینه متوسط را بیابید همان ATC است.

(۲۳۸) در توابع TC عدد ثابت همان TFC و بقیه عبارت نیز TVC است،
 $TC = 36 + Q - Q^2 + 8Q^3$

(۲۳۹) در $TC = 36 + 8Q + Q^2$ عبارت ثابت را هم باید تقسیم بر Q کرد در ATC $ATC = 36/Q + 8 + Q$

* فصل ششم *

(۲۴۰) ویژگی های بازار رقابت کامل: قیمت پذیر، سیال بودن، شرط همگن بودن، شفافیت.

(۲۴۱) بازار رقابت انحصاری: بازاری است که عرضه کننده و تقاضا کننده زیاد ولی کالاهای بنگاهها غیر همگن می باشند.

(۲۴۲) شرط تعادل (حداکثر شدن سود) بنگاههای رقابتی در کوتاه مدت ($P = MC$) است.

(۲۴۳) بنگاه رقابتی، بنگاهی است که در بازار رقابت کامل فعالیت می کند.

(۲۴۴) $P = MC$ (شرط تعادل کوتاه مدت بنگاه رقابتی)، $P > MC$ (باید تولید افزایش یابد)، $P < MC$ (باید تولید کاهش یابد).

(۲۴۵) تولید بنگاه رقابتی وقتی تغییر می کند که P یا MC تغییر کند، زیرا شرط تعادل بنگاه رقابتی در کوتاه مدت $P = MC$ می باشد.

(۲۴۶) ویژگیهای بنگاه رقابت کامل: قیمت پذیر است، تابع تقاضای بنگاه افقی است و کشش بی نهایت دارد، MR بر تابع تقاضا منطبق است.

(۲۴۷) تابع درآمد کل (TR) بنگاه رقابتی، تابعی خطی و صعودی می باشد.

(۲۴۸) به حداقل (AVC) نقطه یامرز تعطیل بنگاه رقابتی گویند، که همان $P = AVC$ است.

(۲۴۹) منحنی عرضه بنگاه رقابت کامل (S)، (آن قسمت از منحنی هزینه نهایی بنگاه (MC) است که بالای AVC قرار دارد).

(۲۵۰) بنگاههای رقابتی در تعادل بلندمدت بازار در حداقل LAC تولید می کنند و قیمت در این بازار نیز در بلند مدت برابر با حداقل LAC است.

(۲۵۱) در بلند مدت، سود اقتصادی بنگاهها صفر است ولی بنگاهها سود حسابداری بدست می آورند.

(۲۵۲) تعادل بنگاه رقابت کامل در بلند مدت ($P = LMC = SMC$).

(۲۵۳) تابع عرضه بنگاه رقابتی ($P = MC$) می باشد، زیرا بنگاه رقابتی طبق این شرط تولید و عرضه می کند.

(۲۵۴) شرط تعادل یا حداکثر شدن سود بنگاه رقابتی در تعادل بلند مدت ($P = LMC = SMC$).

(۲۵۵) تعادل بلند مدت بنگاه و بازار (صنعت رقابتی) $\leftarrow (P = LMC = SMC = LAC = SAC)$.

(۲۵۶) اگر تغییرات D و P (عوامل تولید، هم جهت) $\leftarrow$ (صنعت با هزینه های صعودی است).

(۲۵۷) منحنی عرضه ی بلند مدت صنعت (LS) از برخورد نقاط تعادل E_1 و E بدست می آید.

(۲۵۸) اگر صنعت با هزینه های ثابت باشد، منحنی (LS) افقی، در حالت صنعت با هزینه های صعودی، صعودی است و در صورت هزینه های نزولی آن هم نزولی است.

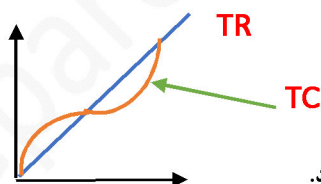
(۲۵۹) در حالت صنعت با هزینه های ثابت، تولید بنگاهها ثابت خواهد ماند و افزایش تقاضا، از طریق افزایش تعداد بنگاهها (بنگاههای جدید) پاسخ داده خواهد شد.

(۲۶۰) اثر برقراری مالیات ثابت در بازار رقابت کامل در کوتاه مدت (فقط هزینه های ثابت بنگاه را افزایش می دهد، یعنی بر MC و مقدار تولید بنگاه تأثیری ندارد، فقط سود بنگاه را کاهش می دهد) تولید بنگاه رقابتی هنگامی تغییر می کند که P یا MC تغییر کند).

(۲۶۱) اثر برقراری مالیات بر واحد (مالیات بر واحد، یعنی از هر واحد، تولید دولت مالیات دریافت کند، دریافت این نوع مالیات شبیه افزایش هزینه های متغیر بنگاه است و MC بنگاه را افزایش می دهد و باعث کاهش تولید بنگاه رقابتی خواهد شد و کاهش تولید و عرضه باعث افزایش قیمت در بازار خواهد شد.

(۲۶۲) اثر بر قراری مالیات بر فروش یا درآمد مانند، اثر برقراری مالیات بر واحد است.

(۲۶۳) اثر برقراری مالیات بر قیمت (به صورت درصدی از قیمت) شبیه مالیات بر واحد و اثر برقراری مالیات بر سود شبیه اثر برقراری مالیات ثابت خواهد بود.



(۲۶۴) تابع (TR) درآمد کل بنگاه رقابتی با نرخ ثابت، افزایش می یابد.

(۲۶۵) بنگاه رقابتی کامل، قیمت را نمی تواند تغییر دهد.

(۲۶۶) بنگاه در قسمت صعودی ATC که $P > ATC$ است سود بدست می آورد.

(۲۶۷) منحنی تقاضای بنگاه رقابت کامل افقی است.

(۲۶۸) منحنی تقاضای بازار رقابت کامل، نزولی است.

(۲۶۹) در تعادل بلند مدت بنگاه و بازار رقابتی سود اقتصادی صفر و سود حسابداری مثبت است.

۲۷۰) می توان شرط تعادل بنگاه رقابتی را اینگونه نوشت ($P = MR = AR = MC$).

۲۷۱) برای شرط تعادل بنگاه رقابتی: شرط لازم ($P = MC$) و شرط کافی (MC ، صعودی یا شیب مثبت دارد).

۲۷۲) بازار رقابت کامل (خالص) سود خالص و زیان خالص در بلند مدت صفر است.

۲۷۳) در رقابت کامل، کالایی که یک بنگاه تولید می کند، بنگاههای دیگر هم تولید و در نتیجه **جانشین های زیادی** دارد و **کشش ارتباطی یا متقاطع زیاد** است.

۲۷۴) بنگاه در بازار رقابت کامل در بلند مدت سود اقتصادی ندارد.

۲۷۵) در رقابت کامل در بلند مدت قیمت برابر حداقل هزینه متوسط ($P = LAC$).

۲۷۶) دلیل بی نهایت بودن کشش قیمتی تقاضا در بازار رقابت کامل برای یک بنگاه، **همگن بودن کالاها** می باشد.

۲۷۷) در بازار رقابت کامل (خالص) در بلند مدت، قیمتی که مصرف کننده برای کالا می پردازد برابر با حداقل هزینه متوسط است ($P = LAC$).

۲۷۸) در بلند مدت سود اقتصادی (غیر نرمال) صفر است.

۲۷۹) منحنی تقاضا برای محصولات یک بنگاه در بازار رقابت کامل افقی است.

۲۸۰) منحنی تقاضای بازار (که از جمع تقاضای بنگاهها بدست می آید) در بازار رقابت کامل **نزولی** است. MC

۲۸۱) مالیات بر هر واحد، هزینه نهایی را به **سمت بالا انتقال** می دهد، بنابراین باعث می شود که تولید بنگاه رقابتی **کاهش** یابد.

۲۸۲) منحنی عرضه برای هر بنگاه رقابتی بخشی از MC است که بالای AVC است.

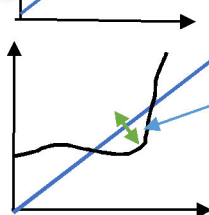
۲۸۳) در یک اقتصاد بازاری، تخصیص منابع بین فعالیت های مختلف تولیدی عمدتاً بوسیله الگوی مخارج مصرف کننده است.

۲۸۴) **آزادی ورود و خروج** به بازار باعث می شود که سود در تعادل بلند مدت، صنعت برای بنگاه در بازار رقابتی صفر شود.

۲۸۵) **ورود بنگاههای جدید به صنعت (بازار) باعث می شود، منحنی عرضه بازار به سمت راست حرکت (انتقال) یابد.**

۲۸۶) تابع تقاضای بنگاه رقابتی افقی می باشد (مانند $P=100$). (ضرر) TC منحنی عرضه بازار به سمت راست حرکت (انتقال) یابد.

۲۸۷) سود برابر فاصله بین دو نمودار TC و TR است. (سود)



* فصل هفتم *

۲۸۸) بازار انحصار کامل فروش، به بازاری گفته می شود که در آن تنها یک عرضه کننده وجود داشته باشد و برای کالای تولیدی بنگاه نیز جانشین نزدیکی وجود نداشته باشد.

۲۸۹) هر چه جانشین های کالایی که بنگاه انحصاری عرضه می کند کمتر باشد، قدرت انحصارگر بیشتر است.

۲۹۰) قدرت انحصاری با کشش قیمتی تقاضا رابطه معکوس دارد.

۲۹۱) شاخص لرنر (شاخص اندازه گیری قدرت انحصاری) است.

۲۹۲) منحنی تقاضای بنگاه انحصاری شیب منفی دارد، زیرا تقاضای بنگاه همان تقاضای بازار است.

۲۹۳) شرط تعادل (حداکثر شدن سود) بنگاه انحصار کامل $(MR = MC)$

۲۹۴) در حالت تعادل بنگاه انحصار کامل $(P > MR = MC)$.

۲۹۵) هنگامی TR و TC موازی اند، یعنی شیب آنها برابر است، حالت تعادل برقرار است، هم در رقابت کامل و هم انحصار کامل.

۲۹۶) در حالت تعادل $MR = MC$ اگر تولید بنگاه افزایش یا کاهش یابد، سود بنگاه کاهش می یابد.

۲۹۷) همیشه شیب MR ۲ برابر تابع تقاضای بنگاه انحصاری است.

۲۹۸) در تعادل بنگاه انحصاری $(P > MR = MC)$.

۲۹۹) در صورتی که بنگاه را تعطیل می کنیم، ضرر برابر با TFC است.

۳۰۰) تعادل بلند مدت بنگاه انحصاری $(MR = LMC = SMC)$ و $(LAC = SAC)$.

۳۰۱) بنگاه رقابتی حتماً از حداقل LAC تولید می کند، ولی بنگاه انحصاری ممکن است در حداقل LAC تولید کند (وقتی که MR انحصارگر از حداقل LAC می گذرد).

۳۰۲) قیمت در بازار رقابت کامل برابر با حداقل LAC ولی در بازار انحصار از حداقل LAC بالاتر است.

۳۰۳) انحصارگر حتی در بلندمدت هم ممکن است سود بدست آورد، زیرا ورود به صنعت امکان پذیر نیست، برعکس رقابت کامل که در بلند مدت سود نیست.

۳۰۴) بنگاه رقابتی حتماً در حداقل LAC تولید میکند ولی بنگاه انحصاری ممکن است در حداقل LAC تولید کند.

۳۰۵) سیاست تبعیض قیمت: سیاست قیمتی گذاری که بنگاه کالای خود را به افراد مختلف یا در بازارهای مختلف به قیمت های متفاوت بفروش برساند.

۳۰۶) قیمت در صورتی تبعیض قیمت است که تفاوت قیمت به دلیل تفاوت در کیفیت کالا و یا هزینه تولید نباشد.

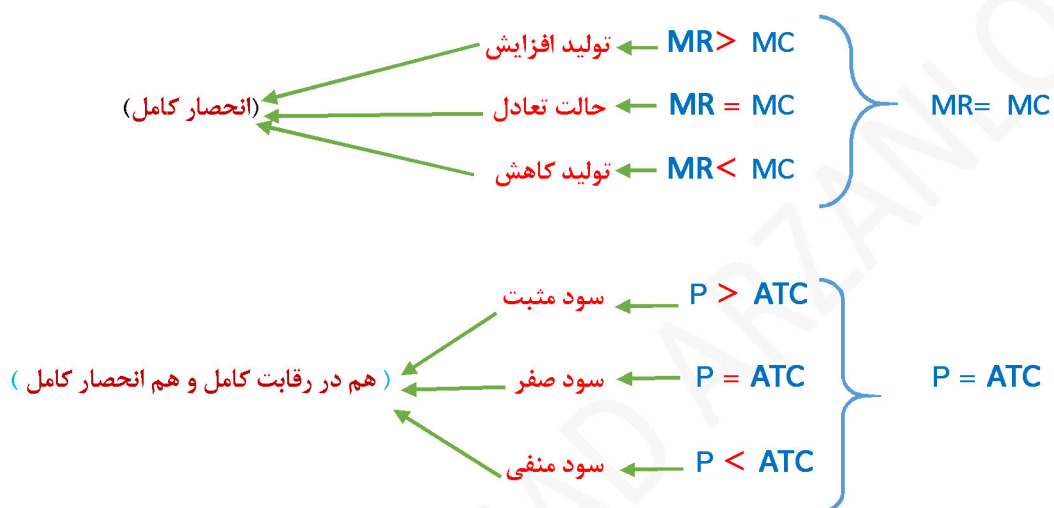
۳۰۷) هدف از اجرای سیاست تبعیض قیمت این است که بنگاهها سود خود را بیشتر کنند.

۳۰۸) بنگاه رقابت کامل به دلیل اینکه نمی تواند افراد را از یکدیگر جدا کند، قادر به اجرای سیاست تبعیض قیمت نمی باشد.

- ۳۰۹) مالیات ثابت منحنی های (ATC ، TC ، TFC) به سمت بالا و (TC ، TFC) موازی به سمت بالا ولی ATC غیر موازی.
- ۳۱۰) مالیات بر هر واحد (به شرط نرخ مالیات ثابت ($T - tQ$) منحنی های (MC ، AVC ، TC ، TVC) به سمت بالا انتقال که ATC و AVC و MC به اندازه نرخ مالیات موازی بالا می روند.
- ۳۱۱) همیشه مالیات را به (TC) بنگاه اضافه می کنیم.
- ۳۱۲) مالیات ثابت به میزان ۶ واحد یعنی ($T = 6$) و میزان ۲ واحد مالیات از بنگاه دریافت شد نیز یعنی ($T = 2Q$).
- ۳۱۳) انحصارگری که تبعیض قیمت درجه سوم را اعمال می کند، در بازاری که کشش بیشتر است (مقدار کمتری می فروشد، چون قیمت بیشتر کاهش یافته).
- ۳۱۴) اگر $MC = 0$ باشد، بنگاه انحصار کامل، مقداری تولید می کند که کشش قیمتی تقاضا واحد باشد.
- ۳۱۵) یارانه (سوبسید) = مالیات منفی اثر عکس مالیات دارد.
- ۳۱۶) انحصارگر حتماً سود بدست نمی آورد بلکه ممکن است بدست آورد.
- ۳۱۷) هر چه کشش قیمتی تقاضا در بازار بیشتر باشد، قیمت بیشتر کاهش می یابد.
- ۳۱۸) در تعادل بنگاه انحصاری، قیمت حتماً از هزینه نهایی MC و درآمد نهایی MR بیشتر است. ($P > MR = MC$).
- ۳۱۹) تابع تقاضای بازار و بنگاه انحصاری کامل فروش بر یکدیگر منطبق اند.
- ۳۲۰) اگر LAC (هزینه متوسط کل) دائماً نزولی باشد، بازار انحصار طبیعی است و بازدهی نسبت به مقیاس صعودی است.
- ۳۲۱) پرداخت یارانه بر هر واحد تولید انحصارگر باعث می شود که سود بنگاه افزایش یابد (اثر عکس مالیات).
- ۳۲۲) در بازار انحصار خالص، کشش ارتباطی یا متقاطع صفر است، زیرا جانشین نزدیکی برای کالای تولیدی وجود ندارد.
- ۳۲۳) در بازاری که کالا کم کشش تر است، قیمت بالاتر را تعیین می کنند، ولی اگر پرکشش تر باشد قیمت پایین تر تعیین می کنند.
- ۳۲۴) انحصارگر هیچگاه در قسمت بی کشش تابع تقاضا تولید نمی کند، و همیشه در قسمت باکشش تابع تقاضا تولید می کند. (قدر مطلق کشش قیمتی تقاضا)
- ۳۲۵) ($MR = P(1 + 1/e)$) وقتی MR مثبت است ریال یعنی e (کشش قیمتی تقاضا بیشتر از ۱ است).
- ۳۲۶) در بنگاه انحصاری، انحصارگر قیمت ها را افزایش و تولید را کاهش می دهد، پس بازار رقابت کامل به انحصار کامل تبدیل شود، قیمت ها افزایش و میزان تولید کاهش می یابد.
- ۳۲۷) در بنگاه رقابت انحصاری، قیمت همان درآمد متوسط است ($P = AR > MR$).
- ۳۲۸) در بنگاه رقابت کامل، قیمت همان درآمد متوسط است ($P = AR = MR$).
- ۳۲۹) مالیات ثابت (TFC ، ATC ، TC) را افزایش می دهد، ولی TVC و MC و AVC تغییر نمی کنند.
- ۳۳۰) هدف انحصارگر از تبعیض قیمت، حداکثر کردن سود است.
- ۳۳۱) وقتی بنگاه انحصاری در حداقل LAC تولید کند یعنی MR آن را قطع کن، پس ($MR = LMC = LAC$) می شود و سود دارد $P > LAC$.

(۳۳۲) در مورد بازار انحصاری، بنگاه سعی در حداکثر کردن سود کل دارد و یک انحصارگر باید قیمت محصولاتش را کاهش دهد تا بتواند مقدار بیشتری بفروشد و سود بدست آورد.

(۳۳۳) شرط تعادل بنگاهی که در دو بازار تبعیض قیمت اعمال می کند ($MC = MR_1 = MR_2$) و برای انحصارگری که دارای دو واحد تولیدی است و شرط حداکثر شدن سود ($MC_1 = MC_2 = MR$) .



*** با آرزوی موفقیت برای مدیران آینده ***

*** farhadarzanlo@yahoo.com ***