



جزوه آموزشی اقتصاد خرد و کلان



موسسه آموزش عالی آزاد فن پردازان

عنوان: جزوه آموزشی اقتصاد خرد و کلان

مؤلف: شورای تحقیق و پژوهش موسسه آموزش عالی آزاد فن پردازان

چاپ: بهار ۱۳۹۸

آدرس وب سایت: www.fanpardazan.com

آدرس پست الکترونیکی: info@fanpardazan.com

آدرس و تلفن: اصفهان ، اصفهان ، خیابان فرایبورگ ، نبش کوچه چهاردهم ، موسسه آموزش عالی آزاد فن پردازان

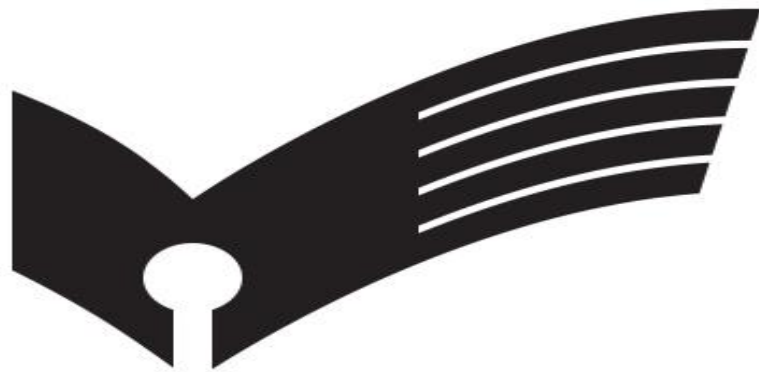
031-95020264-65

کلیه حقوق این اثر متعلق به موسسه آموزش عالی آزاد فن پردازان است و متخلفین طبق قوانین مدنی تحت پیگرد قانونی قرار میگیرند

اقتصاد خرد و کلان

مدرس:

دکتر ابوالفضل جنتی





مفهوم تقاضا ← تقاضا مقدار کالایی است که مصرف کننده در قیمت مشخص قادر و مایل است تا مصرف نماید.

دو نکته مهم از این تعریف: قیمت آن پایه مشخص باشد و فرد قادر به خرید کالا باشد زمانی می توانیم بگوئیم که تقاضای خرید کالایی داریم که قادر به برآورده کردن آن باشیم.

نیاز برآورده شد را تقاضا می گوئیم.

قیمت مشخص: اگر قیمت یک کالا تغییر کند یا سایر عوامل هم تغییر کند مقدار تقاضا هم تغییر می کند.

عوامل موثر بر تقاضا:

(۱) اولین عامل موثر بر تقاضا قیمت کالا می باشد.

**رابطه قیمت و تقاضا ← رابطه بین قیمت و تقاضا منفی می شود یعنی اگر قیمت کالا تغییر کند مصرف هم تغییر می کند و رابطه بین آنها معکوس است.

(۲) دومین عامل درآمد است.

رابطه بین درآمد و تقاضا مثبت است.

(۳) سومین عامل قیمت سایر کالاها می باشد.

سایر کالاها به ۲ دسته کالاهای مکمل و جانشین دسته بندی می شوند.

کالاهایی که ما به ص ورت همزمان استفاده می کنیم مثل قند و چایی که این نوع کالاها را کالاهای مکمل گویند.

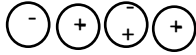
کالاهای جانشین ← کالاهایی هستند که می توان جانشین همدیگر کرد مثل گوشت قرمز و سفید- قهوه و چایی

اگر ۲ کالا داشته باشیم که این دو کالا مکمل هم باشند اگر قیمت یکی از کالاها افزایش یابد مصرف آن یکی از کالا کاهش می یابد. رابطه بین این دو رابطه منفی است.



اگر دو کالا داشته باشیم که جانشین هم هستند اگر قیمت یکی از کالاها بالا رود مصرف کالای دیگر افزایش می یابد رابطه بین آنها مثبت است (مثل گوشت قرمز و سفید)

(۴) چهارمین عامل سلیقه (یا الگوی مصرف) است.



$$Q_x^d = f(P_x, P_y, I, Z, \dots)$$

قیمت واقعی کالا = قیمت ذهنی (ارزش)

وقتی ارزش ذهنی کالایی برای فرد بزرگتر یا مساوی قیمت (ارزش) واقعی کالا باشد فرد آن کالا را خریداری می کند.

رفتارها سه دسته هستند.

۱. رفتارهای عاداتی

۲. رفتارهای سنتی

۳. رفتارهای عقلانی

رفتارهای عقلانی سه دسته هستند:

۱. فلسفی (معنی داری)

۲. آئینی (عرفی)

۳. ابزاری

سه توصیه مهم برای پولدار شدن:

۱. هیچ وقت وام نگیرید.

۲. اول ۱۰٪ پس انداز کنید بعد مصرف

۳. منابع درآمدی خود را افزایش دهید.

دو نیاز داریم:

(۱) نیازهای واقعی: مثل مسکن - خوراک و پوشاک

(۲) نیازهای اکتسابی

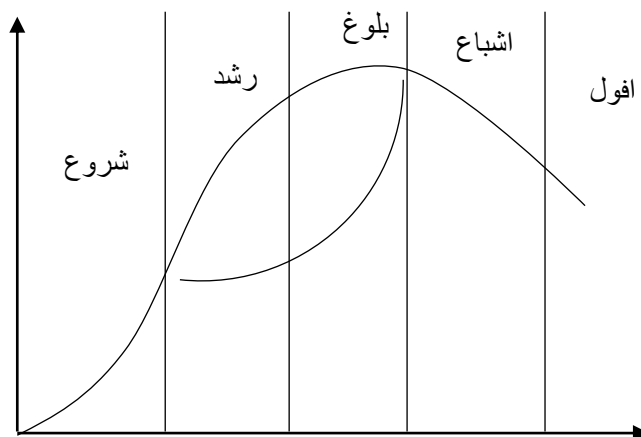




** به نیازهای اکتسابی برج می گویند و به نیازهای واقعی خرج

** اگر در زندگی نیازهای اکتسابی را بتوانیم مهار کنیم می توانیم در زندگی موفق باشیم.

منحنی چرخه عمر محصول



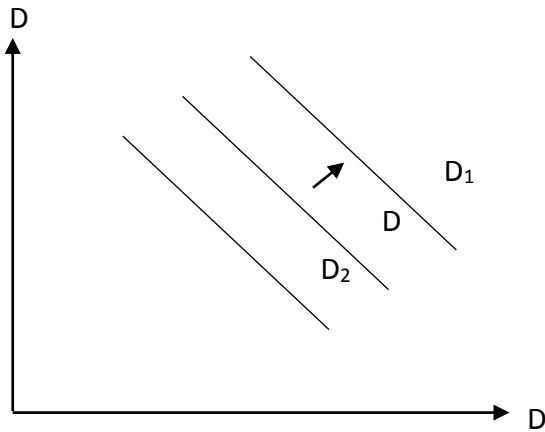
محصول شرکت وقتی به مرحله بلوغ رسید باید سعی شود یک محصول جدید تولید و به بازار ارائه نماید.

شرکت ها باید در تکنولوژی های که عمر بالا دارند سرمایه گذاری کنند زیرا سرمایه گذاری در تکنولوژیها با عمر بالا امکان موفقیت بالاتری را برای شرکت بوجود می آورد.

در زندگی باید روی عقل فلسفی (معنی داری) کار کنیم وقتی تونستیم این کار را انجام دهیم می فهمیم نیازهای ما چیست.

اگر بخواهیم سرنوشت بهتری از دیگران داشته باشیم باید کارهایی را انجام دهیم که دیگران انجام نداده باشند.

تابع تقاضا: تابعی است بین قیمت و مقدار



اگر قیمت کاهش و افزایش یابد مقدار تقاضا بر اساس خود تابع تقاضا مشخص می شود.

اگر عوامل دیگری مثل درآمد- سلیقه کالاهای مکمل یا جانشین تغییر کند خود تابع تقاضا شیفت پیدا می کند.

کشش قیمتی تقاضا: کشش قیمتی تقاضا در حقیقت میزان تغییر در مقدار تقاضا نسبت به درصد تغییر در قیمت است.

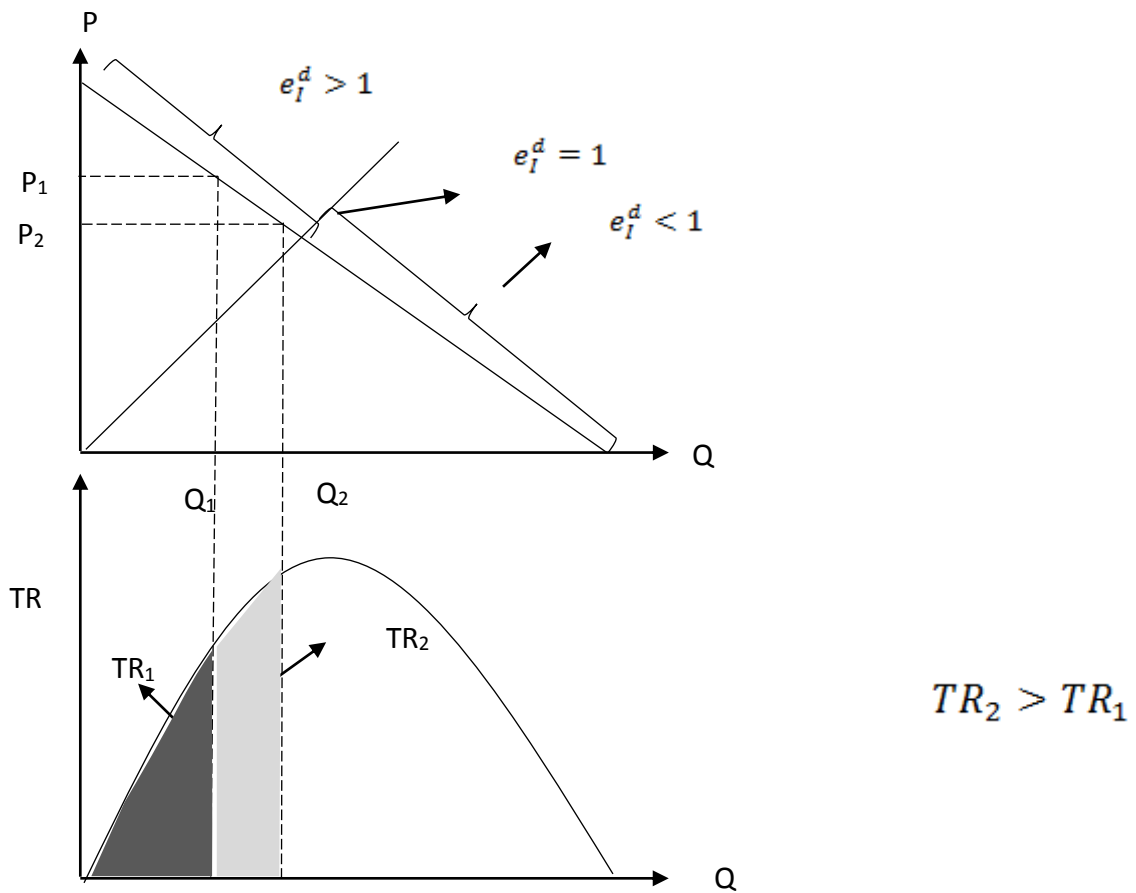
$$\sum_p^d e_p^d = \frac{\text{درصد تغییر در مقدار}}{\text{درصد تغییر در قیمت}} =$$

$$\frac{\frac{\% \Delta Q}{Q}}{\frac{\% \Delta}{p}} = \frac{\Delta Q}{\Delta p} = \frac{p}{Q}$$





از تغییر کشش تقاضا: می توانیم درآمدمون و تغییرات درآمدمون را مدیریت کنیم.

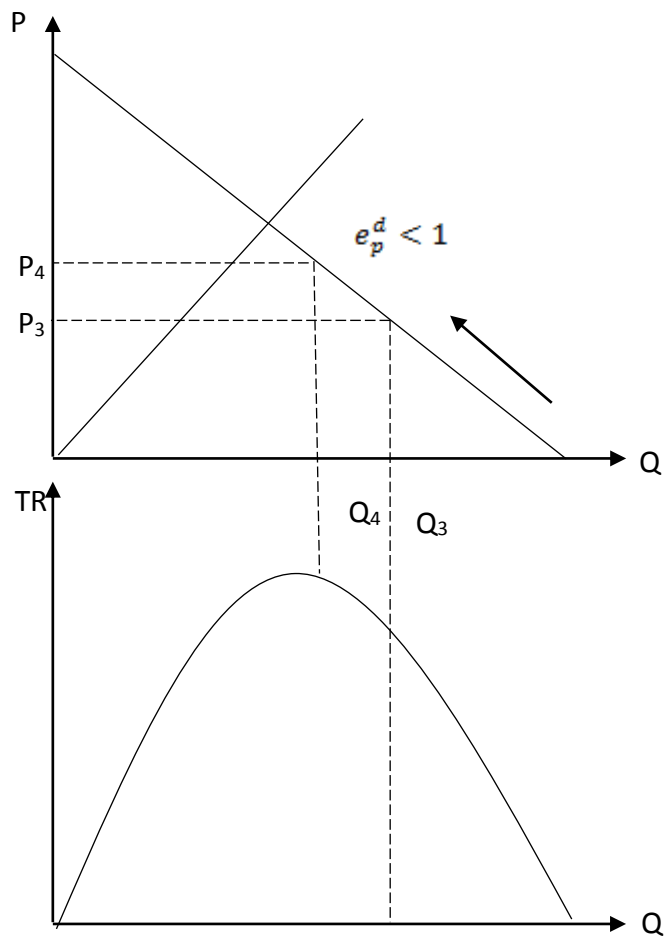


در صورت کاهش قیمت درآمد ما افزایش می یابد.

اگر کشش تقاضا بزرگتر از یک باشد یعنی اینکه اگر قیمت یک درصد افزایش پیدا کند تغییرات مقدار تقاضا بیشتر از یک درصد کاهش پیدا می کند.



اگر تابع تقاضا ما با کشش باشد و کشش قیمتی تقاضا بزرگتر از یک باشد برای درآمد برخلاف تصور باید قیمت را کاهش داد.



$$\left. \begin{array}{l} TR_3 = P_3 \cdot Q_3 \\ TR_4 = P_4 \cdot Q_4 \end{array} \right\} \Rightarrow TR_4 > TR_3$$

قیمت نسبی P_1
شاخص قیمت P_2 :





وظایف قیمت:

مهمترین کارکردهای قیمت که باید ارزش غفلت کرد.

(۱) برابری

(۲) عامل قدرت خرید

(۳) جهت دهی به عاملین اقتصادی

(۴) عامل توزیع درآمد

(۵) تسویه سازی (بازارها را تسویه می کند).

در اقتصاد قیمت نسبی دارای اهمیت است و قیمت مطلق مهم نیست.

سه نوع سرمایه داریم: سرمایه انسانی و فیزیکی، اجتماعی

وقتی افزایش قیمت اتفاق می افتد بعضی کالاها زودتر افزایش قیمت می یابد و بعد کالاهای دیگر و در بلند مدت همه کالاها به یک نسبت افزایش قیمت پیدا می کند.

تورم مثل موج می ماند و اثر بلند مدت بر روی همه کالاها دارد.

قیمت رابطه مبادله نسبت قیمت ۲ کالا را با هم نشان میدهد.

مثال:

قیمت کالاهای کشاورزی را به کالاهای صنعتی می سنجد.

$$\text{رابطه مبادله} = \frac{\text{قیمت کالاهای کشاورزی}}{\text{قیمت کالاهای صنعتی}}$$

عوامل موثر بر کشش قیمتی تقاضا:





(۱) سهم کالا در درآمد: هر چه کالایی که ما مصرف می کنیم سهم بیشتری از درآمد ما را به خود اختصاص میدهد دارای کشش قیمتی است و برعکس.

مثال: کشش قیمتی نمک کمتر از نون و کشمش قیمتی نون کمتر از برنج و ... هر چه کالایی سهم بیشتری از درآمد ما را به خود اختصاص می دهد آن کالا کالای لوکس است.

(۲) کالاهای جانشین: هر چه کالایی جانشین کمتری داشته باشد کشش قیمتی آن کمتر است (مثل نمک- ادویه و ...)

(۳) مدت زمان مصرف (مصرف محصول): یعنی هر چه یک کالا زمان بیشتری از مصرفش بگذرد. کشش قیمتی تقاضا آن افزایش می یابد.

کشش درآمدی تقاضا: میزان تغییر در درصد مصرف کالا نسبت به درصد در تغییر در میزان درآمد

$$e_I^d = \frac{\text{درصد تغییر در مقدار تقاضا}}{\text{درصد تغییر در درآمد}} = \frac{\frac{\% \Delta Q}{Q}}{\frac{\% \Delta I}{I}} = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \times \frac{I}{Q}$$

$$e_I^d > 1 \quad e_I^d < 0$$

کالاهای پست کشش درآمدی آن منفی است.

کشش درآمدی

$$e_I^d > 1 \rightarrow \text{کالاهای لوکس}$$

$$e_I^d < 0 \rightarrow \text{کالاهای پست}$$

$$0 < e_I^d < 1 \rightarrow \text{کالاهای ضروری}$$

$$e_I^d = 0 \rightarrow \text{کالاهای مستقل از درآمد}$$





ساختار بازارها:

بازارها به چهار دسته می‌شوند که هر کدام از این بازارها دارای ویژگیهای هستند.

۱. بازار رقابت کامل
۲. رقابت انحصاری
۳. اعضا چند جانبه
۴. اعضا کامل

بنابراین می‌توان گفت بازارها از رقابت کامل هستند تا اعضا کامل

بازارها در رقابت کامل گیرنده قیمت هستند در اعضا کامل قیمت گذار (دهنده) قیمت هستند.

در بازار رقابت کامل سهم بازار هر بنگاه ناچیز است ولی در اعضا کامل یک بنگاه تمام سهم بازار را دارد.

بازار در رقابت انحصاری قیمت گذاری (رهبری) گیرنده قیمت (پیرو) و سهم بازار هر بنگاه را مقیاس تولید و فروش تعیین می‌کند.

در انحصار چند جانبه قیمت به استراتژی بنگاه‌ها بستگی دارد و سهم بازار بر اساس استراتژیهای قیمت یا مقدار مشخص می‌شود.

رقابت کامل و انحصاری کامل دو حالت انتزاعی هستند ولی کمتر اتفاق می‌افتد.

بازار رقابت کامل ۴ ویژگی اصلی و اساسی دارد:

۱. کالاها همگن هستند (یعنی هیچ گونه تمایزی بین کالاها وجود ندارد).
۲. آزادی ورود و خروج (بی هزینه بودن ورود بنگاه به بازار)
۳. تعداد بنگاه‌ها زیاد باشد.
۴. اطلاعات آزاد (در دسترس بودن اطلاعات)

اگر این ۴ شرط برقرار باشد به تبع آن شرط پنجمی ایجاد می‌شود. و این شرط، شرط ضمنی است که این شرط عبارت است که قیمت‌ها برای همه بنگاه‌ها مشخص و داده شده است.



$$P=MC$$

هزینه قیمت

در این شرط قیمت باید بر اساس هزینه نهایی تعیین شود.

هزینه نهایی: هزینه آخرین واحد تولید را هزینه نهایی گویند.

در بازار رقابت کامل بنگاه ها گیرنده قیمت هستند.

ویژگیهای بازار رقابت انحصاری: در این بازار تعداد بنگاه ها زیاد است ولی نه به اندازه بازار رقابت کامل.

در این بازارها قیمت را بنگاه های تعیین می کند که رهبر باشد. ویژگی های مهم این بازارها عبارتند از:

۱. تمایز داشتن (برند بودن)

همواره بسته بندی و تفاوت داشتن با دیگر محصولات برای بدست آوردن سهم بازار مهم است.

برای متمایز بودن و کسب بیشتر بازار می توان از تبلیغ استفاده کرد و با تبلیغ کردن می توان هم تقاضا برای محصول را برای بنگاه را افزایش داد و هم ابعاد بازار را زیاد کنیم.

در بازار رقابت انحصاری ما کالا نمی خریم بلکه برند می خریم.

بازار انحصار چند جانبه یا دو جانبه: تعداد بنگاه ها خیلی محدود است مثل خدمات تلفن همراه-ایرانسل-رایتل و

...

تعداد بنگاه ها در این بازارها فوق العاده کم و محدود است.

در بازار انحصار چند جانبه این که یک بنگاه رهبری قیمت داشته باشد یا رهبری مقداری (فروش) مهم است یا این که مهم است بنگاه دارای استراتژی همکاری است یا استراتژی تقابل.

بازار انحصار کامل: در این بازار شرکت هایی فعالیت می کنند که ارائه دهنده خدمات هستند مثل شرکت آب و فاضلاب و برق و گاز.





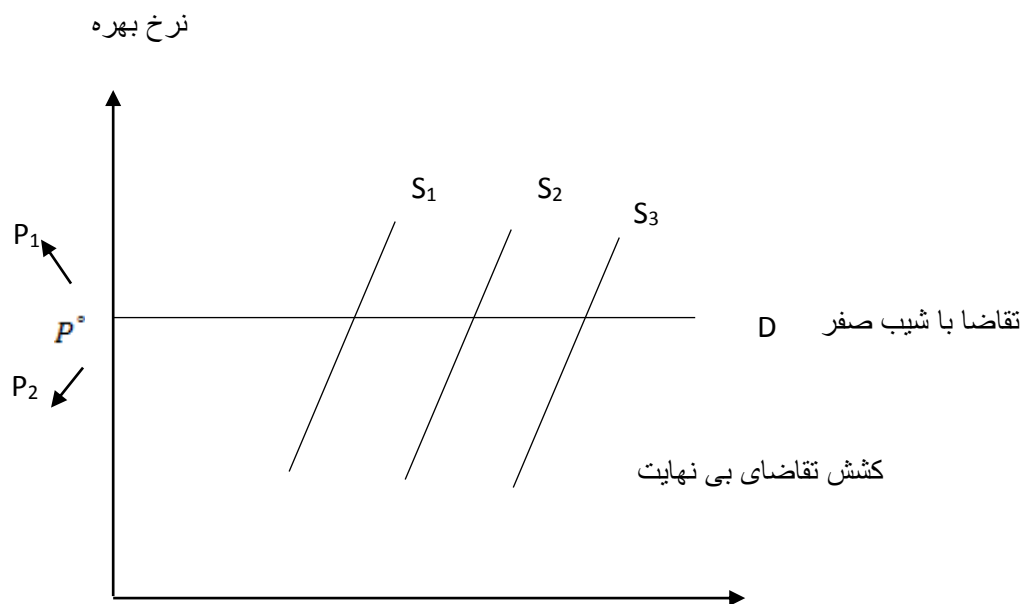
ویژگی این نوع بنگاه ها داشتن هزینه و متوسط ثابت کننده و هزینه های ثابت بسیار بالا.

ما یک سری انحصاری داریم بنام انحصار طبیعی هستند و در ذات طبیعت هستند مثل گاز، آب، برق و انرژی هسته ای

در بازار رقابت کامل شیب تقاضا صفر است و کشش تقاضای بی نهایت است.

کشش تقاضای بی نهایت اگر قیمت به یک مقدار جزئی تغییر پیدا کند میزان تقاضا بسیار زیاد تحت تاثیر قرار میگیرد.

برای مثال در نمودار زیر سطح تقاضا صادر قیمت P_1 ثابت است اگر بنگاهی قیمت خود را P_1 که بیشتر از P_0 است تعیین کند هیچ کالایی را نمی توان بفروش رساند ولی اگر قیمت خود را در P_2 تعیین کند که به طور جزئی بیشتر از P_1 است می توان کل بازار را جذب کند.



در بازار رقابت کامل

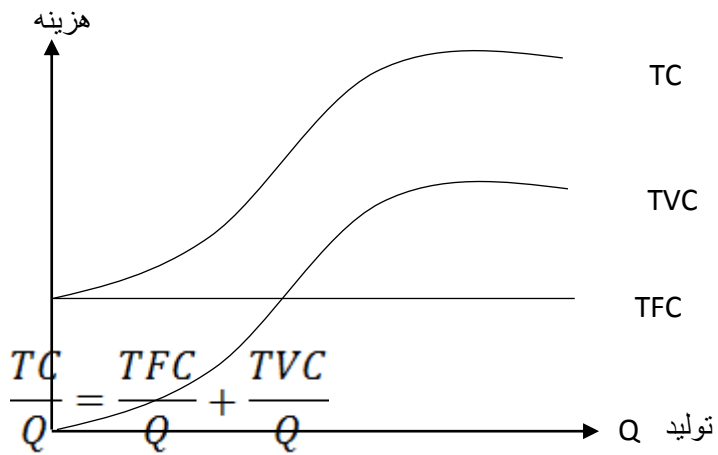
$$P=MC$$



هزینه کامل=قیمت

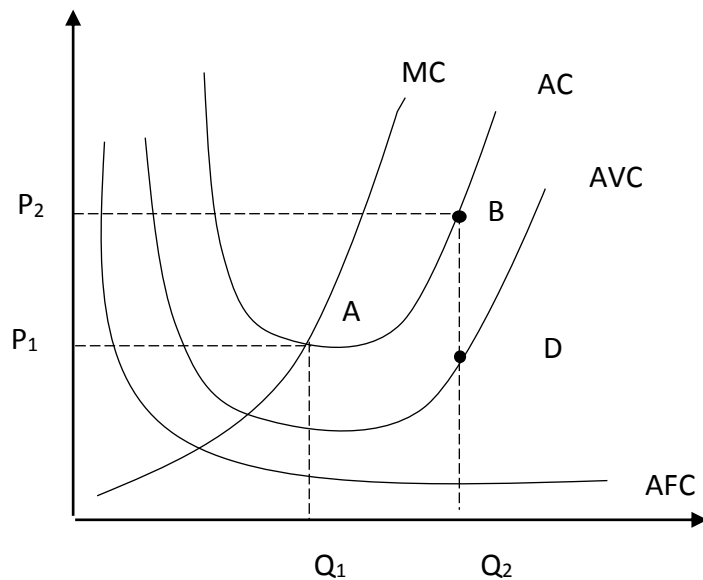
$$TC=TFC+TVC$$

هزینه متغیر هزینه ثابت هزینه کل



$$AC = AFC + AVC$$

هزینه متوسط متغیر هزینه متوسط ثابت هزینه متوسط



نمودار MC باید از MinM نمودار AC و AVC (هزینه متوسط متغیر (کل) بگذرد.





مثال:

$$TC = Q^3 - 4Q^2 + 2Q + 100$$

$$\underbrace{\hspace{10em}}_{\text{2VC}} \quad \text{TFC}$$

$$AVC = Q^2 - 4Q + 2$$

$$AFC = \frac{100}{Q}$$

در نقطه P_1 و Q_1

$$TR = OP_1AQ_1 \quad TC > TR$$

$$TC = OPBQ_1$$

در نقطه P_2 و Q_2

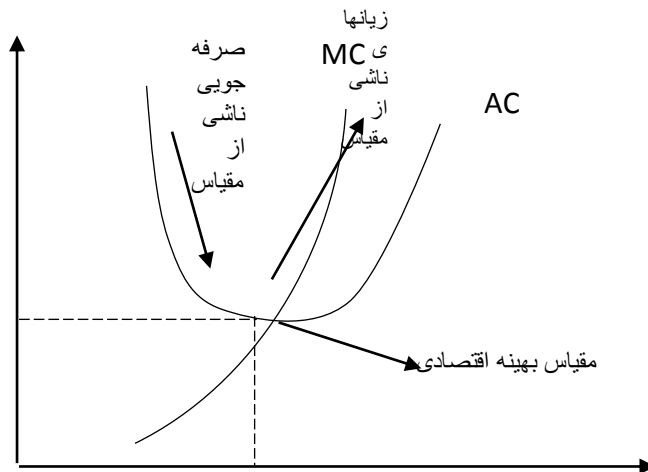
$$TR = OPCQ_2$$

$$TC = OP_2DQ_2 \quad TR > TC$$

تبادل پایدار: نقطه تعادلی است که اگر به شرایطی از آن نقطه دور شویم و مجدداً نیروها را به آن نقطه برگردانند باید به آن نقطه تعادل پایدار گویند.



تعادل پایدار تعادلی است که عوامل بازار به هر دلیلی باعث شوند ما از نقطه تعادل دور شویم تغییرات بازار به نحوی باشد تا ما مجدداً به همان نقطه اولیه برگردیم به این تعادل، تعادل پایدار گفته می‌شود.



$$MEC = \frac{MC}{AC} = 1$$

$MEC > 1$ زیان های ناشی از مقیاس

$MEC < 1$ صرفه های ناشی از مقیاس



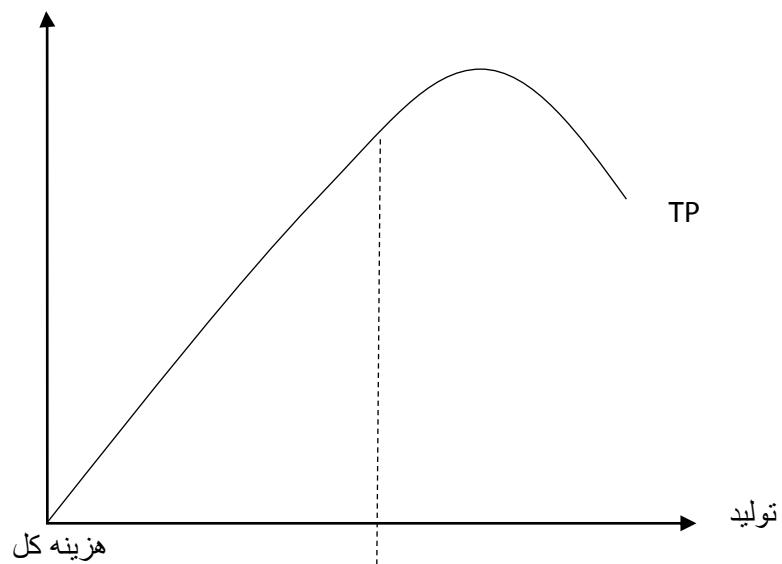


دلایل وجود صرفه های ناشی از مقیاس:

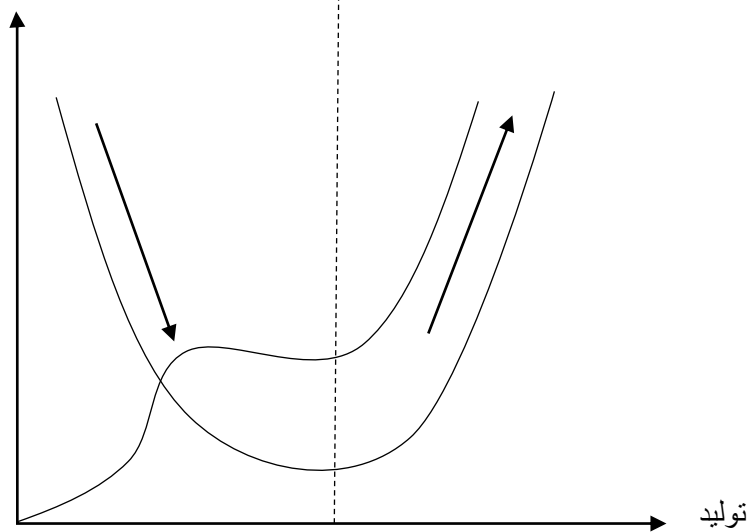
۱. قوانین فیزیکی
۲. دسترسی به منابع مالی و مواد اولیه و پشتیبانی
۳. نوآوری و اختراع: این نوآوری می تواند نوآوری فرآیندی باشد (همین فرآیند را به نحوی تغییر دهیم که هزینه های تولید را کاهش داد) یا نوآوری تکنولوژی باشد. با استفاده از تکنولوژی های جدید ما را قادر می سازد که کالاها را با هزینه های سربار کمتر تولید کنیم).
۴. ادغام: یعنی شرکت ها در همدیگر ادغام شوند که این ادغام می تواند افقی یا عمودی باشد. ادغام عمودی یعنی اینکه یک زنجیره تولید کامل را یک بنگاه داشته باشد. مثل فولاد مبارکه. ادغام افقی: یعنی تولیدات متفاوت داشته باشد.
- اگر فقط ادغام عمودی و افقی داشته باشیم هزینه های سربار کاهش می یابد و هم افزایی صورت می گیرد که این باعث صرفه جویی ناشی از مقیاس برای شرکت می شود.
۵. تولید یا خدمت همزمان: می تواند برای ۲ خدمت متفاوت از آن استفاده کرد که این منجر به صرفه جویی ناشی از مقیاس می گردد.
۶. تغییر و نگهداری و موارد اضطراری (پشتیبانی کمتر)



هزینه کل



هزینه کل



این دو نمودار نشان می‌دهد که اگر ما بخواهیم تولید بیشتر داشته باشیم تا به نقطه‌ای صرفه جویی ناشی از مقیاس داریم.

لزوماً تولید بیشتر به معنای سود بیشتر نیست.





شاخص لرنر :

$$\text{لرنر} : \frac{P - MC}{P}$$

هرچه شاخص لرنر به صفر نزدیکتر باشد اثرگذاری کمتر و هرچه از صفر دورتر باشد اثرگذاری بیشتر.

سود در واحد محصول را نشان میدهد P-MC

در بازار رقابت کامل بدلیل اینکه P-MC است شاخص لرنر صفر است بنابراین اگر ما ۲ تا بنگاه داشته باشیم بنگاهی که قیمت و هزینه های کمتری باشد و به روی بازار تأثیر بیشتری دارد یا به اصطلاح امکان رقابت پذیری بیشتری دارد.

مثال :

$$P = 100 \quad MC_1 = 80 \quad MC_2 = 90$$

$$L_1 = \frac{P - MC_1}{P} = \frac{100 - 80}{100} = \%20$$

$$L_2 = \frac{P - MC_2}{P} = \frac{100 - 90}{100} = \%10$$

بنگاهی که MC بالاتری دارند امکان رقابت پذیری قیمت بالاتری دارند و سهم بازار بیشتری را در بازار بدست می آورند.

شاخص لرنر بیان می دارد که یک بنگاه تا چه میزان می تواند در صنعت اثر گذار باشد در مقابل رقبا تا چه حد قابلیت رقابت دارند.

MC: اهمیت بهای تمام شده را نشان میدهد و نشان میدهد که قیمت چقدر تو سود سهم

بازار ما تأثیر دارد.

یکی از موارد مهمی که بنگاه ها می توانند به ام توجه داشته باشند کاهش بهای تمام شده است که منجر به سود آوری بیشتر می شود.

شاخص H که از ۲ اسم دو نویسنده ها هر فیریندال و هریشمن گرفته شده است.



این شاخص از تمرکز ناشی می شود.

شاخص تمرکز به ما حساسیت نشان می دهد که ما هر چه میزان یک یا چند بنگاه و عرضه کننده وابستگی داریم و اگر این وابستگی برای یک بنگاه بالای ۵۰٪ و برای ۲ یا سه بنگاه بالای ۸۰٪ باشد این وابستگی می تواند خطری بالقوه برای بنگاه یا صنعت باشد.

چهار بخش: ۱- خانواده ۲- بنگاه ها ۳- دولت ۴- دنیای خارجی

$$GCP = C + I + G + (X - M)$$

C: مصرف خاص I: سرمایه گذاری G: مخارج دولت X: صادرات M: واردات

$$y_d = c + s$$

y_d ← درآمد قابل تصرف

C ← میل نهایی به مصرف

S ← میل نهایی به پس انداز

معمولاً از سه روش یکی برای محاسبه تولید ناخالص داخلی استفاده می شود که عبارتند از:

(۱) روش ارزش افزوده (۲) روش مخارج (۳) روش درآمد

تولید ناخالص داخلی یا به قیمت ثابت است یا به قیمت بازار یا جاری

در قیمت ثابت ← اثر تورم در آن جای ندارد و قیمت ثابت است.

در قیمت بازار یا جاری ← تورم در آن جای دارد.

برای بررسی قیمت ثابت ۲ شاخص وجود دارد: ۱- پاشر ۲- لاسپیرز

سال پایه: سالی است که نسبت قیمت ها را بر اساس آن می سنجیم. سال پایه معمولاً به روز می شود.





آدم اسمیت پدر اقتصاد کلان است که اقتصاد کلاسیک را بوجود آورد آدم اسمیت نظام سرمایه داری را مطرح کرد در این کتاب بحث شد چگونه ملل می توانند سرمایه خود را افزایش دهند.

آدم اسمیت (اقتصاد کلاسیک)

۱- نظام سرمایه داری (۱- دست نامرئی بازار ۲- قدرت رقابت)

۲- اقتصاددانان خوش بین

۳- اقتصاددانان بدبین

در سال ۱۸۶۷ ← مارکس (سرمایه) ← مارکسیسم

در سال ۱۸۷۷ ← استالین ← اینین ← اپریالیسم

مکتب فیزیوکراتها (طبیعیون) از فرانسواکنه ← جریان اقتصادی را مطرح کرد و معتقد بود که جریان اقتصاد همانند جریان خون در بدن است.

آدم اسمیت فلسفه اخلاق کالونیسیستی (تقدیر) را مطرح کرد

فلسفه شیسم ← فلسفه ساعت ساز

فلسفه خردگرایی (اومانیسم) ← هر فرد به دنبال حداکثر کردن منابع خودش است.

اقتصاددانان طرف عرضه ← معتقدند که اگر عرضه را درست کنند تقاضا بوجود می آید.

در سال ۱۹۷۰ تورم رکودی بوجود آمد که منجر به بحران مهمی شد که بعد از این مرحله مکتب شیکاگو یا پول گرایان بوجود آمد. پول گرایان معتقد بودند آنقدر پول در اقتصاد مهم است که نباید به آن دست بزنییم این گروه معتقد بودند متغیرهای اسمی را فقط باید تغییر داد مثل سطح عمومی قیمت ها و متغیرهای واقعی را نباید تغییر داد.

پس اقتصاددانان نئوکلاسیک بوجود آمد این اقتصاددانان همان کلاسیک ها بودند که نظریات آدم اسمیت را به روز کردند پس اقتصاددانان نهادگرایان بوجود آمدند



(داکلاس نورث و پل سامونلسون)

۱۸۶۷ ← مکتب مارکسیس بوجود آمد - هگ پدر فلسفوی مارکسیس است.

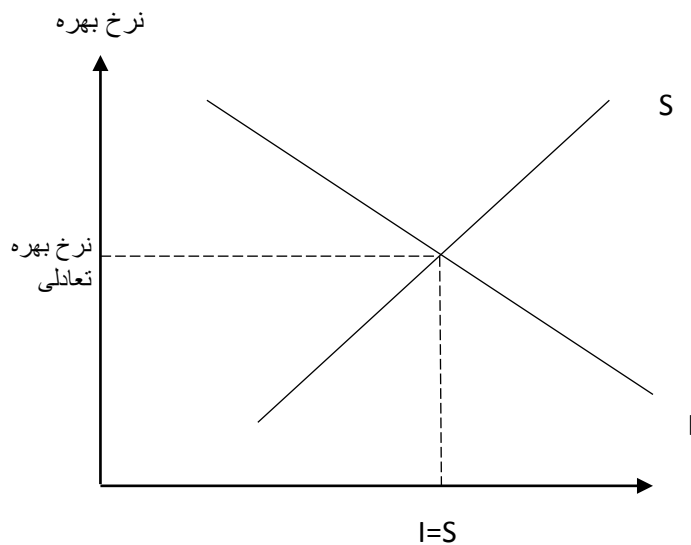
ماتریالیسم ها معتقدند که تمام تغییرات جهان بر اساس ماده است که هر ماده هم سه جزء دارد تز ، آنتی تز و سنتز.

ماتریالیسم ها ایده آل گرا هستند.

۱۸۶۷ ← مارکسیس ← جامعه اولیه ← کمون های اولیه ← نئودالی ← سرمایه داری ← مارکسیسم.

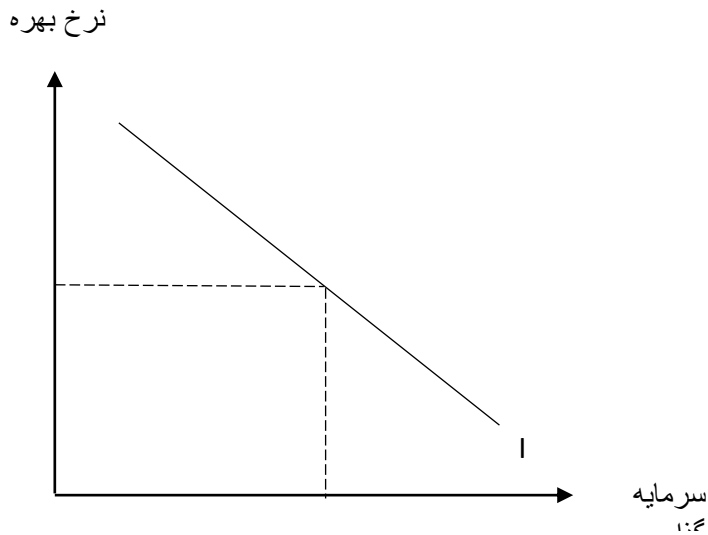
در سال ۱۹۱۷ ← انقلاب کبیر فرانسه رخ داد ← لنین ← امپریالیسم را نام برد.

بررسی نرخ بهره:





هر چه نرخ بهره در اقتصاد بالاتر باشد سرمایه گذاری کمتر است ولی برای پس انداز هر چه نرخ بهره بالاتر باشد بیشتر تمایل به پس انداز وجود دارد پس انداز بخش قابل توجهی است که مصرف نمی شود.

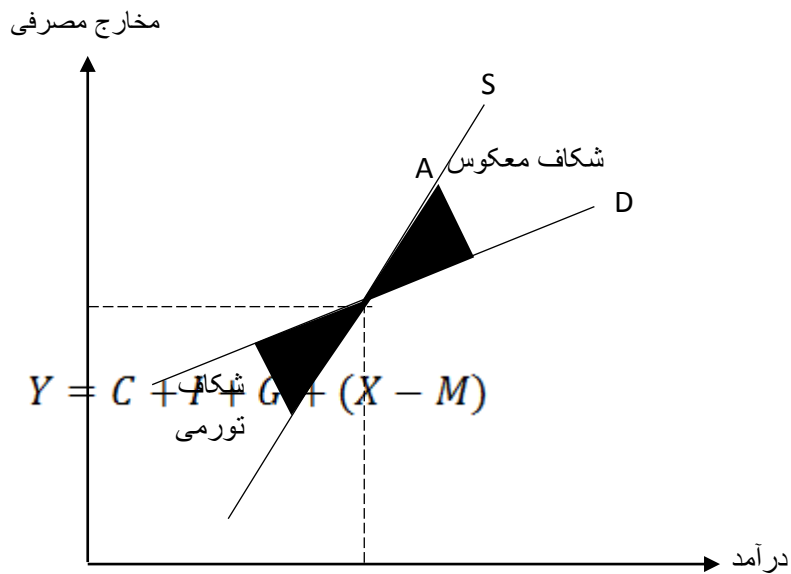


$r \geq i$ نرخ بهره بازده داخلی

$$\underbrace{MPC}_{\text{میل نهایی مصرف}} = \frac{\Delta C}{\Delta rd}$$

$$\underbrace{MPS}_{\text{میل نهایی پس انداز}} = \frac{\Delta S}{\Delta rd}$$

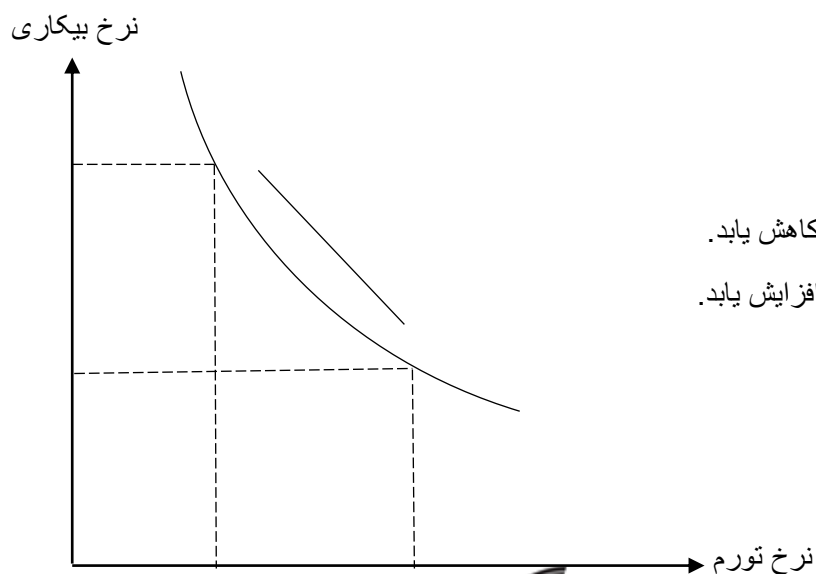
$$V = C + I + G + (X - M)$$



تورم رکودی ← یک حالت خاص از اقتصاد است.

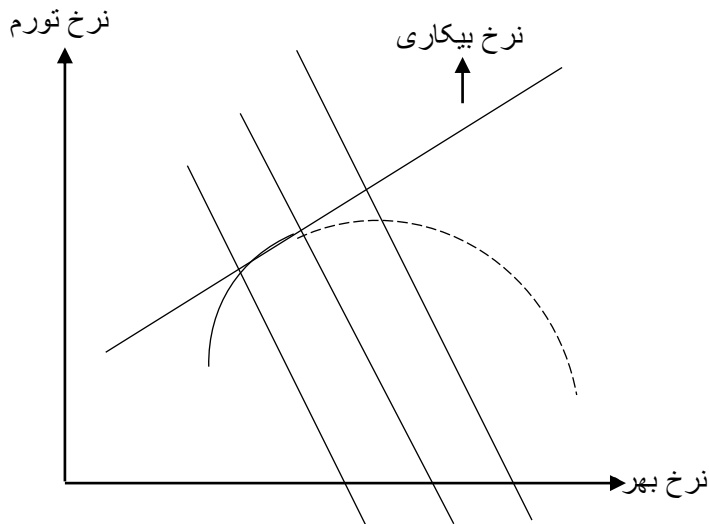
ما یک رابطه داریم بنام رابطه فیلیپس که در سال ۱۹۵۴ توسط آقای فیلیپس مطرح شد. آقای فیلیپس از داده های کشور انگلستان استفاده کرد که اگر بخواهیم در اقتصاد رکود کمتری داشته باشیم باید تورم بیشتری داشته باشیم.

برای کاهش یک درصد نرخ بیکاری باید ۳٪ نرخ تورم افزایش پیدا کند.





ما چهار نوع بیکاری داریم: ۱. بیکاری اصطکاکی ۲. بیکاری اتفاقی ۳. بیکاری فصلی ۴. بیکاری ساختاری



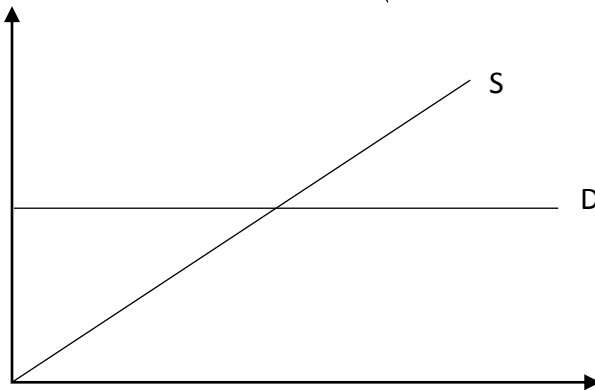
در اقتصاد کلان ۲ سیاست وجود دارد:

اقتصاد مالی (تقاضا):

۱. تغییر در خود مالیات

۲. تغییر در نرخ مالیات

۳. تغییر در مخارج عمومی دولت



$$D \uparrow \rightarrow \frac{T}{t} \downarrow \rightarrow y_d \uparrow \rightarrow D \uparrow$$

$$D \downarrow \rightarrow \frac{T}{t} \uparrow \rightarrow y_d \downarrow \rightarrow D \downarrow$$

اگر بخواهیم تقاضا افزایش یابد باید مالیات (t, T) کاهش یابد و بالعکس اگر بخواهیم تقاضا کاهش یابد مالیات باید (t, T) را افزایش دهیم.



اگر بخواهیم تقاضا را افزایش دهیم مخارج دولت \uparrow می یابد و بر عکس اگر تقاضا را کاهش دهیم مخارج دولت کاهش می یابد.

$$D \uparrow \rightarrow G \uparrow \rightarrow y \uparrow$$

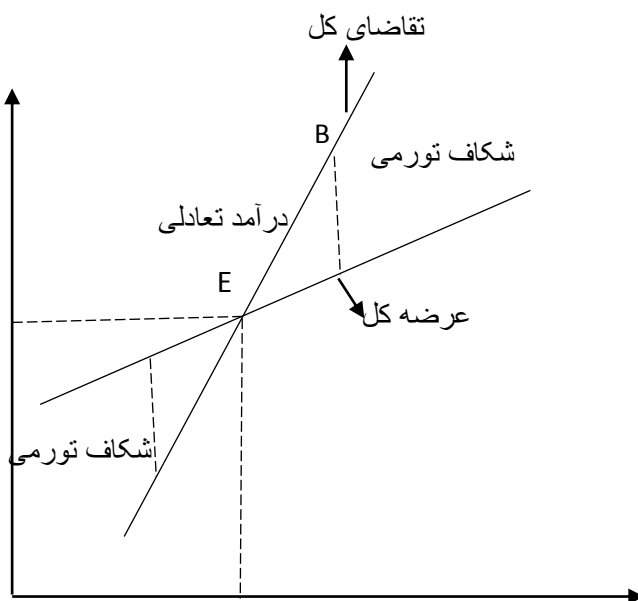
$$D \downarrow \rightarrow G \downarrow \rightarrow y \downarrow$$

$$B = T - G$$

$B > 0 \rightarrow$ مازاد بودجه

$B < 0 \rightarrow$ کسری بودجه

$B = 0 \rightarrow$ بودجه متوازن



تقاضا $>$ عرضه در نقطه A

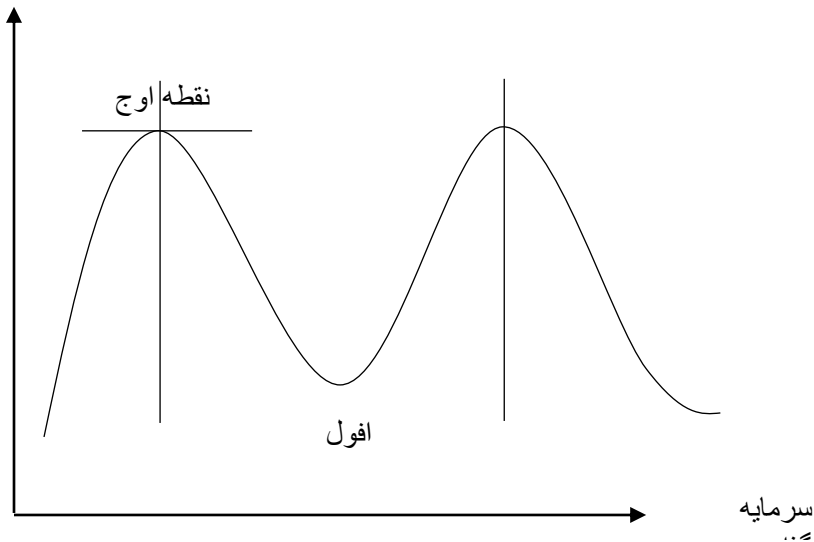
عرضه $>$ تقاضا در نقطه B



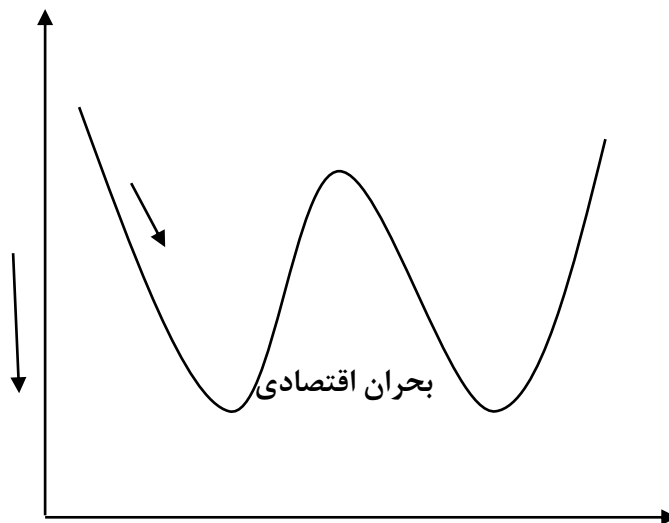


در نقطه A عرضه و تقاضا تعیین کننده شکاف تورمی و شکاف رکوردی می باشد و در نقطه E درآمد تعادلی داریم.

ادوار تجاری



در مرحله افول دچار بحران اقتصادی می شویم در این مرحله رشد GDP منفی می شود.





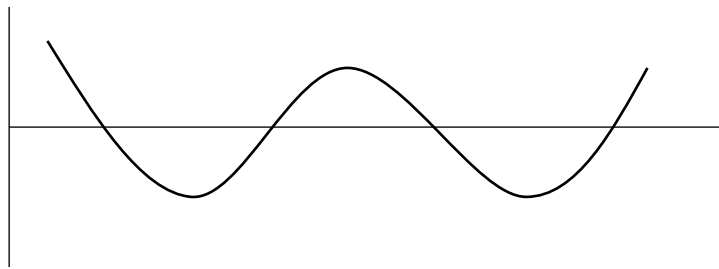
۱- بحران مالی

۲- بحران در رکودهای سمت عرضه مثل افزایش قیمت نفت

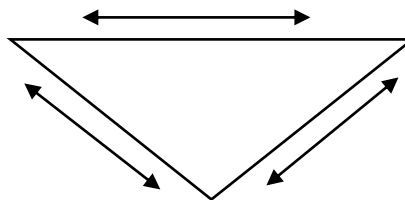
۳- بحران های سمت تقاضا

عمده ترین بحرانی که جوامع باهاش روبه رو می شوند بحران مالی است.

بحران اقتصادی ذات اقتصاد است. در اقتصاد سالم هم بحران اقتصادی وجود دارد. در اقتصادهای سالم دوره رکود بین ۶ تا ۸ فصل طول می کشد (یعنی ۱/۵ تا ۲ سال) و یک سیکل تجاری معمولاً بین ۸ تا ۱۰ سال طول می کشد.



تامین کننده نیروی انسانی



تولید

تامین کننده مواد اولیه

این چرخه در شکل بالا با یکدیگر رابطه دارند.

درآمد در اقتصاد





$$y = \underbrace{C}_{\text{مصرف}} + \underbrace{I}_{\text{سرمایه}} + \underbrace{X}_{\text{صادرات}} - \underbrace{M}_{\text{واردات}}$$

$$S = I$$

سرمایه = پس انداز

$$S > I$$

اگر سرمایه گذاری به حد کافی صورت نگیرد تولید افزایش نمی یابد.

ضریب تکاثری خلق پول

تقاضای پول: ۱- تقاضای مبادلات ۲- تقاضای احتیاطی ۳- تقاضای سفته بازی

فرمول ضریب تکاثر:

$$\frac{1}{1 - .1} = 1.1$$

ضریب تکاثر $\frac{1}{1 - \text{قانونی ذخیره}}$

یعنی هر ۱۰۰ تومان می تواند ۱۰ تا ۱۰۰ تومان پول خلق کند

نظریه مقداری پول:

$$MV = P \cdot Q$$

MV: پول (حجم نقدینگی)

D: سطح قیمت ها

ابن فرمول رابطه بین نقدینگی و تولید ملی را نشان میدهد و اگر این رابطه بهم بخورد تورم ایجاد می شود.

نظریه مقداری پول در سال ۱۹۲۰ توسط فیشر مطرح شد.

$$M^o + V^o = P^o + Q^o$$

رشد حجم پول، $\leftarrow V^o$ ، رشد سرعت گرفتن پول ، $\leftarrow P^o$ ، رشد قیمت ها ، $\leftarrow Q^o$ ،
رشد تولید.



رشد تولید + رشد قیمت ها = رشد حجم نقدینگی

رشد حجم نقدینگی یا تورم بوجود می آورد یا رشد تولید

تورم هدف ← رشد حجم نقدینگی باید با رشد بهره وری نیروی کار یا با رشد اقتصادی برابر باشد.

خطای گشتالتی ← یعنی باید همه چیز را در زمان و مکان مقایسه کنیم.

خطای ترکیب ← یعنی یک چیزی می تواند برای یک نفر مفید باشد ولی برای جمع بد باشد.

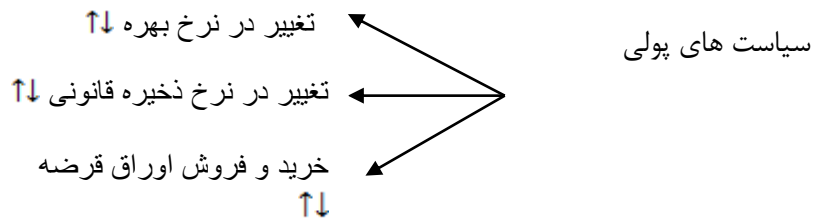
پول گرایان: ۱- فقط بر روی متغیرهای اسمی تأثیر می گذارد مثل نرخ قیمت ها

۲- بر روی متغیرهای واقعی تأثیری ندارد. مثل اشتغال

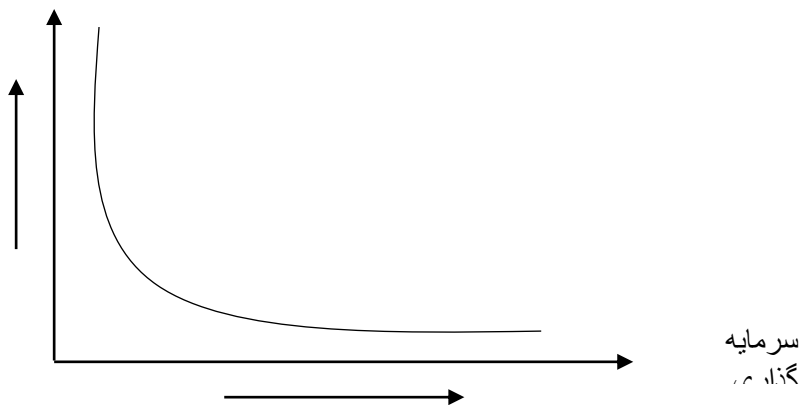
بانک مرکزی سیاست های پولی را وضع می کند.

دولت سیاست های مالی را وضع می کند.

سیاست های ولی به ۲ صورت انبساطی و انقباضی می باشد.



نرخ بهره رابطه مستقیمی دارد با سرمایه گذاری





اگر دولت نرخ ذخیره قانونی را افزایش دهد سیاست انقباضی است ولی اگر نرخ ذخیره قانونی را کاهش دهد سیاست انبساطی است.

زمانی که نرخ ذخیره قانونی کاهش می یابد منابع بانک افزایش می یابد و بانک ها قادر به دادن تسهیلات بیشتری هستند و به عکس اگر نرخ ذخیره قانونی افزایش یابد منابع بانک کاهش می یابد و بانک ها کمتر می توانند تسهیلات بدهند.

خرید و فروش اوراق قرضه یک سیاست انبساطی و انقباضی یا سیاست پولی است.

بیکاری و اشتغال:

بیکاری طبیعی ← در اقتصاد هیچ وقت نباید آشکار بیکاری صفر درصد داشته باشیم.

بیکاری دوره ای ← در این نوع بیکاری یک سری ها در دوران بحران اقتصادی بیکار می شوند.

بیکاری اصطلاحی ← یعنی همواره یک سری افراد وجود دارند که همواره به دنبال شغل بهتر هستند.

بیکاری فصلی مثل کشاورزی و دامداری

بیکاری ساختاری ← یعنی وقتی ساختار اقتصاد را تغییر دادمی بیکاری بوجود آید.