

# اقتصاد خرد

---

فصل دوم (تئوری تبیین قیمت) - جلسه چهارم

استاد معصومه کیا احمدی

شماره واتساپ ۰۹۱۱۲۶۹۰۵۷۶

## عوامل موثر بر تقاضا

---

همانطور که در جلسه پیش عوامل موثر بر تقاضا را برایتان نام بردیم، این بار می خواهیم بیشتر برایتان نحوه ی اثر گذاری این عوامل بر تقاضا را نشان دهیم.

# درآمد

درآمد یک خانوار شامل حقوق، دستمزد، سود و اجاره است که در دوره زمانی معینی به دست می‌آورد. خانوارهایی که در سطح درآمدی بالاتری قرار دارند از قدرت انتخاب بیشتری برخوردار هستند و قادر خواهند بود کالاهای بیشتر و متنوع‌تری را خریداری نمایند. برای اکثر کالاها می‌توان انتظار داشت که با افزایش درآمد، تقاضای آن کالا نیز افزایش یابد. چنین کالاهایی را که تقاضای آنها با درآمد رابطه مستقیم دارد، **کالای معمولی** می‌نامیم. به عبارت دیگر کالای معمولی به کالایی اطلاق می‌شود که با افزایش درآمد تقاضا برای آن کالا افزایش یافته و با کاهش درآمد، تقاضا کاهش می‌یابد. این اثر باعث جابه‌جایی منحنی تقاضا خواهد شد.

البته رابطه گفته شده در بالا همیشه صادق نیست، بلکه در برخی موارد افزایش درآمد موجب کاهش تقاضای برخی از کالاها می‌شود که اصطلاحاً این کالاها را «**کالاهای پست**» می‌نامیم.

کالای پست به کالایی اطلاق می‌شود که با افزایش درآمد، تقاضای کالا کاهش یابد و با کاهش درآمد، تقاضا برای آن افزایش یابد.

# کالاهای معمولی را به دو دسته می توان تقسیم کرد؛

---

الف) کالای ضروری:

به کالاهایی اطلاق می شود که با افزایش یک درصد درآمد خانوار، تقاضا برای آن کالاها کمتر از یک درصد افزایش می یابد.

ب) کالاهای لوکس:

شامل کالاهای معمولی است که با افزایش یک درصد درآمد خانوار، تقاضا برای آن کالاها بیش از یک درصد افزایش یابد.

# نکات ضروری در بررسی اثر درآمد بر تقاضای کالا

---

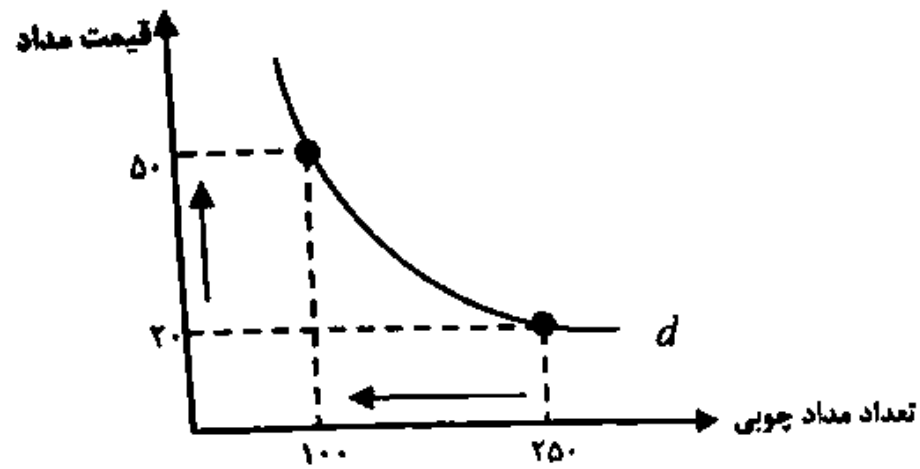
- یک کالا ممکن است بین یک طبقه درآمدی، کالای پست یا معمولی باشد ولی در بین طبقه درآمدی دیگر کالای لوکس. برای مثال تخم مرغ
- یک کالا ممکن است در یک مقطع زمانی کالای معمولی، در مقطع زمانی دیگر کالای پست باشد.
- پست و معمولی بودن یک مفهوم نسبی است. پست، معمولی و لوکس بودن کالاها در مقابل یکدیگر مفهوم دارد نه به تنهایی.



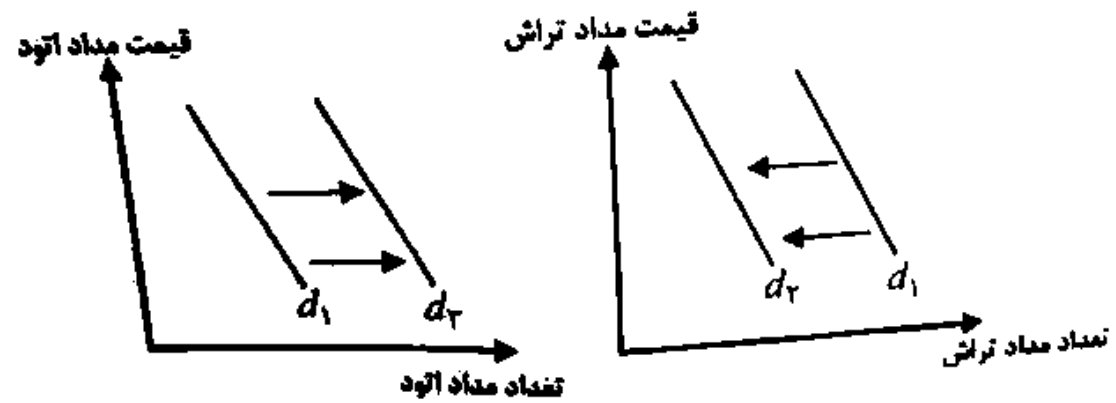
## قیمت کالاهای مرتبط

---

- از آنجا که یک خانوار نیازهای متعدد و از طرقی درآمد محدود دارد، لذا تصمیم گیری در خرید یک کالا، به تصمیم در خرید کالاهای دیگر ارتباط پیدا میکند؛ به این ترتیب وقتی قیمت یک کالا افزایش و یا کاهش می یابد تقاضای کالاهای دیگر نیز متاثر از آن تغییر خواهد کرد. گاهی افزایش قیمت یک کالا، تقاضای کالای مرتبط را افزایش و کاهش قیمت آن نیز تقاضای کالای مرتبط را کاهش می دهد و به عبارت دیگر، یک رابطه مستقیم و مثبت بین تقاضای یک کالا و قیمت کالای مرتبط وجود دارد که در این صورت می گوئیم دو کالای مذکور جانشین یکدیگر هستند. مثل چای و قهوه
- همچنین گاهی افزایش قیمت یک کالا، تقاضای کالای مرتبط را کاهش و کاهش قیمت آن نیز تقاضای کالای مرتبط را افزایش می دهد. در این حالت می گوئیم دو کالای مذکور مکمل هستند. مثل چای و قند



شکل (۲-۶): منحنی تقاضای مداد.



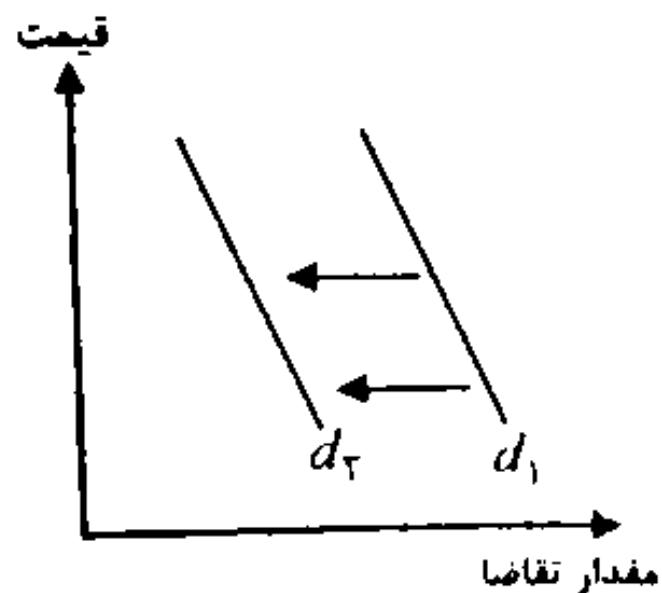
شکل (۲-۷) منحنی تقاضا مداد تراش (مکمل) شکل (۲-۸) منحنی تقاضا مداد اتود (جانشین)

# انتظارات از قیمت‌های نسبی آینده

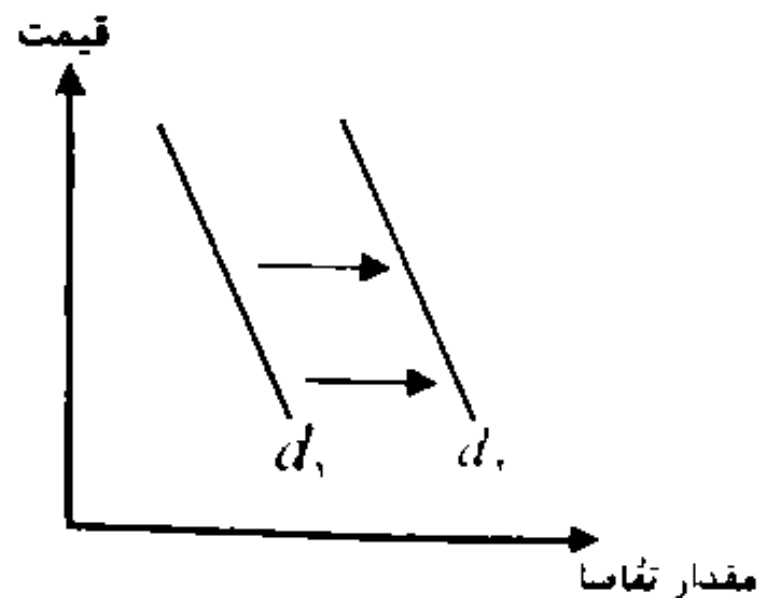
---

- انتظارات خانوارها از قیمت نسبی کالاها در آینده بر مقدار تقاضای زمان حال تاثیر می‌گذارد. در صورتی که خانوارها انتظار داشته باشند قیمت کالای مورد نظر در آینده افزایش یابد، در آن صورت بدون اینکه قیمت کالا در زمان حال تغییر کند، تقاضای کالا در زمان حال افزایش می‌یابد.
- بدین ترتیب اگر خانوارها نسبت به آینده خوشبین باشند و انتظار داشته باشند که قیمت‌ها در آینده کاهش می‌یابد، تقاضای کالا کاهش خواهد یافت، و به تبع منحنی تقاضای کالای مورد نظر به طرف پایین و داخل منتقل می‌شود. بالعکس اگر خانوارها نسبت به آینده بدبین باشند، منحنی تقاضای کالا به طرف بالا و بیرون جابه‌جا می‌شود.





شکل (۲۰-۱۰). منحنی تقاضای خانواری که نسبت به آینده خوشبین است.



شکل (۲۰-۹). منحنی تقاضای خانواری که نسبت به آینده بدبین است.

## سلیقه و رجحان

---

- سلیقه و رجحان خانوارها در تقاضای کالا تاثیر می گذارد، به گونه ای که وقتی سلیقه و رجحانات خانوارها به سمت مصرف یک کالا سوق پیدا می کند و به عبارت دیگر آن کالا مُد می شود، در آن صورت بدون اینکه قیمت کالا تغییر کند تقاضای کالا افزایش می یابد و متاثر از آن، تقاضا به سمت بالا و راست جابه جا می شود.

## تبلیغات

---

- تبلیغات فروشندگان کالا بر سلیقه و ترجیحات مصرف کنندگان اثر می گذارد و در نتیجه تقاضای آن محصول نیز تغییر می کند، به گونه ای که انتظار می رود با تبلیغات بر روی کالای مذکور، تقاضای آن کالا افزایش یابد. همچنین انتظار می رود که تبلیغات یک کالا تقاضای کالاهای جانشین را کاهش و تقاضای کالای مکمل را افزایش می دهد.

## جمعیت

- غالباً افزایش جمعیت در یک کشور، منحنی تقاضا را برای بیشتر کالاها به سمت راست و بالا انتقال می دهد؛ زیرا افزایش جمعیت به شمار خریداران می انجامد. بر عکس، کاهش جمعیت، اغلب منحنی تقاضا را به سمت چپ، تغییر مکان می دهد. البته عوامل دیگری از جمله شرایط آب و هوایی، سیاست های دولت، طراحی و بسته بندی کالا، مراکز فروش کالا و انتظارات درآمدی نیز در تعیین تقاضای یک کالا موثرند.

## منحنی تقاضای بازار

---

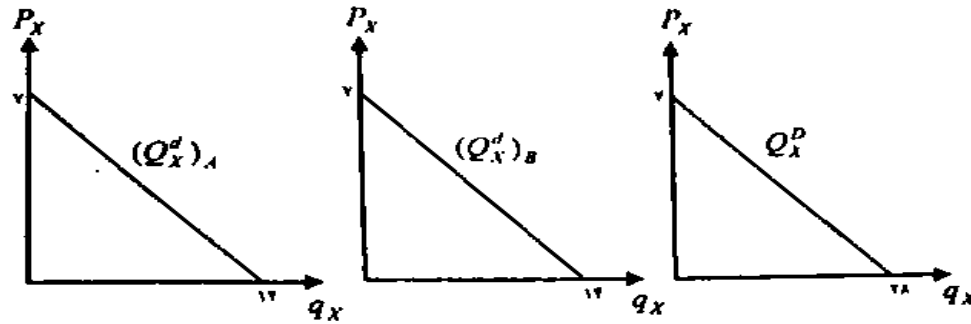
- تقاضای بازار ( همه افراد) برای یک کالا، مقادیر مختلف تقاضا شده از یک کالا را در هر لحظه از زمان و در قیمت های مختلف بازار نشان می دهد. از نظر هندسی، منحنی تقاضای بازار برای یک کالا از جمع افقی منحنیهای تقاضای افراد برای آن کالا به دست می آید.
- برای مثال، اگر فقط دو فرد **A** و **B** که از نظر مصرف، مشابه به هم عمل می کنند، در بازار باشند و هر کدام برای کالای **X** دارای جدول تقاضا به صورت زیر باشند، تابع تقاضای آنها به صورت  $(P_x = 7 - \frac{1}{2} Q_x^d)$  باشد؛ انگاه تابع جبری تقاضای بازار به صورت زیر خواهد بود، توجه داشته باشید که ابتدا تابع باید بر حسب مقدار تقاضا فرمول نویسی شود و سپس با یکدیگر جمع شوند.



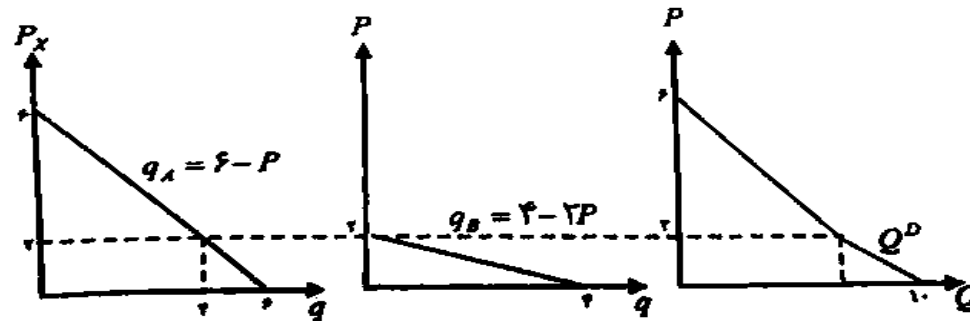
جدول (۲-۳): مقادیر تقاضا شده توسط افراد و بازار به ازای قیمت‌های مختلف

$P_X$	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
$(Q_x^d)_A$	۱۲	۱۰	۸	۶	۴	۲	۰
$(Q_x^d)_B$	۱۲	۱۰	۸	۶	۴	۲	۰
$Q_x^D$	۲۴	۲۰	۱۶	۱۲	۸	۴	۰

$$Q_X^D = (Q_X^D)_A + (Q_X^D)_B = 14 - 2P_X + 14 - 2P_X = 28 - 4P_X$$



شکل (۲-۱۱): جمع منحنی تقاضای دو فرد (مثال اول)



شکل (۲-۱۲): جمع منحنی تقاضای دو فرد (مثال دوم)

مثال: تابع تقاضای فرد **A** به صورت  $q_a = 6 - p$  و تابع تقاضای فرد **B** به شکل  $q_b = 4 - 2p$  است. تابع تقاضای بازار را پیدا کنید.

---

• تابع تقاضای بازار از جمع دو تابع انفرادی به دست می آید که برای مقادیر قیمت کمتر از ۲ برابر با

$$Q^D = q_a + q_b = 6 - p + 4 - 2p \Rightarrow Q^D = 10 - 3p \text{ یا } p = \frac{10}{3} - \frac{1}{3}Q$$

و برای مقادیر قیمت بیشتر از ۲ برابر است با

$$Q^D = 6 - p \text{ یا } p = 6 - Q$$

بدیهی است که تابع تقاضای یک کالا در جامعه، از جمع تابع تقاضای تک تک افراد آن جامعه برای کالای مورد نظر به دست می آید.