

# اقتصاد خرد

مؤلف:

دکتر وید، اوانلی

استاد اقتصاد

و

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بوشهر

|                     |                                                                             |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : واعظی، ویدا، ۱۳۴۸ -                                                       |
| عنوان و نام پدیدآور | : اقتصاد خرد / مولف ویدا واعظی.                                             |
| مشخصات نشر          | : تهران : کتاب پاز مهریان، ۱۳۹۳.                                            |
| مشخصات ظاهری        | : ۲ج. مصور (بخشیرنگی).                                                      |
| شابک                | : دیورده ۲-۱۲-۷۵۳۶-۶۰۰-۹۷۸-۰۱ : ۱-۷۵۳۶-۶۰۰-۹۷۸-۰۱ ج ۲: ۱۱-۷-۷۵۳۶-۶۰۰-۹۷۸-۰۱ |
| فینا                | : فینا                                                                      |
| موضوع فهرست نویسی   | : اقتصاد خرد.                                                               |
| موضوع               | : اقتصاد خرد - مسائل، تمرین ها و غیره (عالمی)                               |
| رده بندی کتفهره     | : ۱۸- / ف ۲ و ۳۱۳۹۳                                                         |
| رده بندی دیویی      | : ۵۳۳۸                                                                      |
| شماره کتبیاناسی ملی | : ۴۵۷۹۲۲۱                                                                   |



## شناسنامه کتاب

- ❖ نام کتاب: اقتصاد خرد و توسعه در ایران
- ❖ مؤلف: دکتر ویدا واعظی
- ❖ ویراستار ادبی: مهوش زارعی و شیوا بوشهری
- ❖ ویراستار فنی: ویدا واعظی - شیما مریدی
- ❖ طراح جلد: ویدا واعظی - محمد ساکی
- ❖ صفحه‌آرایی: ویدا واعظی - محمد ساکی
- ❖ ناشر: کتاب یار مهربان
- ❖ چاپ اول: ۱۳۹۳
- ❖ تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه
- ❖ شابک جلد اول: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۳۶-۱۰-۰
- ❖ شابک دوره‌ای: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۳۶-۱۲-۴
- ❖ تعداد صفحات: ۲۰۹
- ❖ قیمت: ۲۰۰۰۰ ریال

انتشارات کتاب یار مهران: تلفکس: ۶۶۹۷۶۲۴۲ صندوق پستی: ۱۳۱۴۵-۱۷۳۴

## فهرست مطالب

### فصل اول: مفهوم علم اقتصاد و کاربرد آن

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| مقدمه                                                  | ۱۳ |
| ۱- موضوع اقتصاد                                        | ۱۵ |
| ۱-۱- فرآیند اقتصاد                                     | ۱۷ |
| ۱-۲- تقسیم‌بندی علم اقتصاد به اقتصاد خرد و اقتصاد کلان | ۱۸ |
| ۲-۱- اقتصاد خرد                                        | ۱۹ |
| ۳-۱- اقتصاد در برابر اقتصاد اثباتی                     | ۲۰ |
| ۴-۱- مفهوم علم اقتصاد و کاربرد آن                      | ۲۰ |
| ۵-۱- مبنای رفتار اقتصادی بشر                           | ۲۳ |
| ۶-۱- عوامل تولید                                       | ۲۴ |
| ۷-۱- زمینه‌ی تفکری در اقتصاد                           | ۲۵ |
| ۱-۷-۱- کمیایی                                          | ۲۶ |
| ۲-۷-۱- انتخاب                                          | ۲۷ |
| ۳-۷-۱- هزینه‌ی فرصت                                    | ۲۹ |
| ۴-۷-۱- نهایی‌گرایی                                     | ۳۰ |
| ۵-۷-۱- بازارهای کارآمد                                 | ۳۱ |
| ۸-۱- مسائل اساسی اقتصادی                               | ۳۱ |
| ۹-۱- ممنحنی امکانات تولید                              | ۳۲ |
| ۱۰-۱- رشد اقتصادی                                      | ۳۷ |
| خودآزمایی فصل اول                                      |    |

## فصل دوم: سیستم‌های اقتصاد

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| مقدمه                                  | ۴۹ |
| ۱-۲- اقتصاد برنامه‌ریزی متمرکز         | ۴۹ |
| ۲-۲- اقتصاد بازار آزاد                 | ۵۰ |
| ۳-۲- سیستم اقتصادی مختلط، بازار و دولت | ۵۲ |
| ۱-۳-۲- عدم کارایی                      | ۵۳ |
| ۲-۳-۲- توزیع مجدد درآمد                | ۵۶ |
| ۳-۲-۲- ایجاد ثبات اقتصادی              | ۵۷ |
| حرفه‌نمایی فصل دوم                     | ۵۸ |

## فصل سوم: تقاضا و عرضه

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| مقدمه                                                                   | ۶۱ |
| ۱-۳- خانوارها و بازارها                                                 | ۶۲ |
| ۲-۳- بازار ستاده‌ها و نهاده‌ها                                          | ۶۲ |
| ۳-۳- تقاضا در بازار محصولات                                             | ۶۵ |
| ۱-۳-۳- جدول تقاضا                                                       | ۶۶ |
| ۲-۳-۳- قانون تقاضا                                                      | ۶۷ |
| ۳-۳-۳- تابع تقاضا                                                       | ۶۷ |
| ۴-۳-۳- منحنی تقاضا                                                      | ۶۷ |
| ۵-۳-۳- دلایل شیب منفی منحنی تقاضا                                       | ۶۸ |
| ۶-۳-۳- دو مشخصه دیگر از منحنی تقاضا                                     | ۷۲ |
| ۷-۳-۳- عوامل مؤثر بر تقاضا                                              | ۷۳ |
| ۱-۷-۳-۳- درآمد و ثروت                                                   | ۷۳ |
| ۱-۱-۷-۳-۳- تقسیم‌بندی کالاها با توجه به رابطه‌ی میان درآمد- مقدار تقاضا | ۷۴ |
| ۲-۷-۳-۳- قیمت کالاها و خدمات دیگر                                       | ۷۶ |

|          |                                                                          |
|----------|--------------------------------------------------------------------------|
| ۷۷.....  | ۳-۷-۲-۱- تقسیم‌بندی کالاها با توجه به رابطه‌ی میان قیمت کالای X در مقابل |
| ۷۸.....  | ۳-۷-۳- سلیقه و برتری‌ها                                                  |
| ۷۹.....  | ۳-۷-۴- انتظارات                                                          |
| ۸۰.....  | ۳-۷-۵- تبلیغات                                                           |
| ۸۰.....  | ۳-۷-۶- جمعیت                                                             |
| ۸۱.....  | ۳-۷-۷- آب و هوا                                                          |
| ۸۱.....  | ۳-۷-۸- جایابی منحنی تقاضا و حرکت روی منحنی تقاضا                         |
| ۸۸.....  | ۳-۷-۹- عرضه‌ی (تولیدات) در بازار محصولات                                 |
| ۸۸.....  | ۳-۷-۱۰- قانون عرضه                                                       |
| ۸۹.....  | ۳-۷-۱۱- جدول عرضه                                                        |
| ۸۹.....  | ۳-۷-۱۲- تابع عرضه                                                        |
| ۹۰.....  | ۳-۷-۱۳- منحنی عرضه                                                       |
| ۹۱.....  | ۳-۷-۱۴- دلایل مثبت بودن منحنی عرضه                                       |
| ۹۴.....  | ۳-۷-۱۵- جایابی منحنی عرضه و حرکت روی منحنی عرضه                          |
| ۹۷.....  | ۳-۷-۱۶- منحنی عرضه‌ی یک بنگاه و منحنی عرضه‌ی بازار                       |
| ۱۰۰..... | ۳-۷-۱۷- بازار و تعادل در بازار                                           |
| ۱۰۰..... | ۳-۷-۱۸- شرط تعادل                                                        |
| ۱۰۵..... | ۳-۷-۱۹- انواع تعادل                                                      |
| ۱۰۶..... | ۳-۷-۲۰- قیمت‌های سقف و قیمت‌های کف                                       |
| ۱۰۷..... | خودآزمایی فصل سوم                                                        |

## فصل چهارم: رفتار مصرف‌کننده و مطلوبیت

|          |                                                                        |
|----------|------------------------------------------------------------------------|
| .....    | مقدمه                                                                  |
| ۱۲۸..... | ۴-۱- نظریه‌ی رفتار مصرف‌کننده براساس مطلوبیت قابل‌اندازه‌گیری با اعداد |
| ۱۳۵..... | ۴-۱-۱- خط بودجه                                                        |

|     |                                                                      |
|-----|----------------------------------------------------------------------|
| ۱۴۰ | ۴-۱-۲- انتقال خط بودجه                                               |
| ۱۴۲ | ۴-۱-۳- چرخش (دوران) خط بودجه                                         |
| ۱۴۷ | ۴-۲- نظریه‌ی رفتار مصرف‌کننده براساس مطلوبیت رتبه‌بندی               |
| ۱۴۸ | ۴-۲-۱- نظریه‌ی اردینالی                                              |
| ۱۴۸ | ۴-۲-۲- رجحان مصرف‌کننده                                              |
| ۱۵۰ | ۴-۲-۳- منحنی بی‌تفاوتی                                               |
| ۱۵۲ | ۴-۲-۴- استخراج منحنی بی‌تفاوتی                                       |
| ۱۵۳ | ۴-۲-۵- ویژگی‌های منحنی‌های بی‌تفاوتی                                 |
| ۱۵۴ | ۴-۲-۶- نرخ نهایی جانشینی $X$ به جای $Y$ ( $MRS_{x \text{ for } y}$ ) |
| ۱۵۸ | ۴-۲-۷- تعادل مصرف‌کننده                                              |
| ۱۶۳ | ۴-۴- علل تغییر تعادل مصرف‌کننده                                      |
| ۱۶۴ | ۴-۴-۱- اثر تغییر در درآمد مصرف‌کننده بر تعادل مصرف‌کننده             |
| ۱۶۸ | ۴-۴-۱-۱- منحنی انعطاف                                                |
| ۱۷۱ | ۴-۴-۲- تغییر قیمت دو کالا                                            |
| ۱۷۴ | ۴-۴-۳- اثر تغییرات قیمتی از کالاهای درآمدی                           |
| ۱۷۶ | ۴-۴-۳-۱- اثر درآمدی و جانشینی برای کالاهای عادی                      |
| ۱۷۹ | ۴-۴-۳-۲- اثر درآمدی و جانشینی برای کالاهای لوکس                      |
| ۱۸۲ | ۴-۶- استخراج تقاضای مصرف‌کننده                                       |
| ۱۸۵ | ۴-۷- کالاهای جانشین و مکمل                                           |
| ۱۸۶ | ۴-۸- تفکیک اثرات جانشینی و درآمدی برای کالای نرمال معمولی            |
| ۱۸۸ | ۴-۸-۱- تفکیک اثر درآمدی و جانشینی برای کالای گiffen                  |
| ۱۹۳ | خودآزمایی فصل چهارم                                                  |