

# اقتصاد خرد ۲

ترتیب اسامی مؤلفین بر اساس فصول اول تا پنجم نوشته شده است.

تألیف:

**دکتر حسن دلیری**

دانشگاه گلستان

مؤلف فصل دوم

بازار انحصار کامل

**دکتر حمیدرضا فعالجو**

دانشگاه ارومیه

مؤلف فصل چهارم

بازار انحصار دو یا چند جانبه

**دکتر سهیلا کاغذیان**

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

مؤلف فصل پنجم

بازار عوامل تولید

**دکتر مجید افشاری راد**

دانشگاه خوارزمی

مؤلف فصل اول

بازار رقابت کامل

**دکتر محمدشریف کریمی**

دانشگاه رازی

مؤلف فصل سوم

بازار رقابت ناقص

**دکتر یزدان نقدی**

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

مؤلف فصل پنجم

بازار عوامل تولید

|                 |                                                                                                        |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه         | افشاری راد، مجید - ۱۳۶۰.                                                                               |
| عنوان و پدیدآور | اقتصاد خرد ۲ / مجید افشاری راد، حسن دلیری، محمد شریف کریمی، حمیدرضا فعالجو، یزدان نقدی، سهیلا کاغذیان. |
| مشخصات نشر      | تهران، نور علم.                                                                                        |
| مشخصات ظاهری    | ۱۵۰ ص. نمودار، جدول.                                                                                   |
| شابک            | ۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۵۷۴-۲                                                                                      |
| موضوع           | اقتصاد خرد ۲                                                                                           |
| موضوع           | اقتصاد خرد - بازارها.                                                                                  |
| یادداشت         | دلیری، حسن، مولف.                                                                                      |
| یادداشت         | کریمی، محمد شریف، مولف.                                                                                |
| یادداشت         | فعالجو، حمیدرضا، مولف.                                                                                 |
| یادداشت         | نقدی، یزدان، مولف.                                                                                     |
| یادداشت         | کاغذیان، سهیلا، مولف.                                                                                  |
| رده بندی کنگره  | HG ۶۲۷                                                                                                 |
| رده بندی دیویی  | ۳۳۳/۴                                                                                                  |

نشر نور علم: تهران - انقلاب - خ ۱۲ فروردین - پلاک ۲۹۰ - تلفن: ۶۶۴۰۵۸۸۰ و ۶۶۹۵۷۰۲۱  
 فروشگاه: خ ۱۲ فروردین - پلاک ۲۹۰ - کتاب چرتکه و نور علم -- ۰۹۱۲۲۰۷۹۸۴۹ - ۶۶۱۷۴۹۱۰  
 پخش: قلم سینا - انقلاب - ۱۲ فروردین - ساختمان ۲۸۶ واحد ۴ تلفن ۶۶۹۵۷۰۲۱ و ۶۶۹۵۷۱۲۰

## عنوان کتاب: اقتصاد خرد ۲

مؤلفین: دکتر مجید افشاری راد، دکتر حسن دلیری،  
 دکتر محمد شریف کریمی، دکتر حمیدرضا فعالجو،  
 دکتر یزدان نقدی، دکتر سهیلا کاغذیان.

ناشر: نور علم

شمارگان: ۲۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۶۹-۵۷۴-۲

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۲

چاپ و صحافی: سورنا

قیمت: ۹۵۰۰۰ تومان

در صورت عدم دسترسی به کتابهای این انتشارات، از طریق تماس با  
 ۰۹۱۲۳۳۳۴۲۲۹ کتابها با پست به تمام نقاط ایران ارسال می شود.

## فهرست مطالب

| عنوان                                                                               | صفحه |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|
| فصل ۱: بازار رقابت کامل .....                                                       | ۵    |
| ۱-۱- مقدمه .....                                                                    | ۵    |
| ۱-۲- ویژگی‌های بازار رقابت کامل .....                                               | ۵    |
| ۱-۲-۱- تعداد زیاد عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان .....                                 | ۵    |
| ۱-۲-۲- همگنی محصول .....                                                            | ۶    |
| ۱-۲-۳- شفافیت اطلاعات .....                                                         | ۶    |
| ۱-۲-۴- آزاد بودن ورود و خروج به بازار .....                                         | ۶    |
| ۱-۳- شرط تعادل بازار رقابت کامل در کوتاه‌مدت .....                                  | ۷    |
| ۱-۴- روش هندسی حداکثر سود در کوتاه‌مدت .....                                        | ۱۲   |
| ۱-۵- حداکثر کردن سود اقتصادی در بلندمدت در بازار رقابتی .....                       | ۱۴   |
| ۱-۵-۱- نقطه یا مرز تعطیلی بنگاه رقابت کامل .....                                    | ۱۵   |
| ۱-۵-۲- تعادل بلندمدت بازار رقابت کامل .....                                         | ۱۷   |
| ۱-۵-۳- صنعت با هزینه‌های ثابت، صعودی و نزولی .....                                  | ۱۸   |
| ۱-۶- بررسی اثر برقراری مالیات بر تولید بنگاه در بازار رقابت کامل در کوتاه‌مدت ..... | ۱۹   |
| ۱-۷- نقطه تعادل جدید پس از برقراری مالیات‌ها .....                                  | ۲۱   |
| ۱-۸- تأثیر برقراری مالیات .....                                                     | ۲۲   |
| ۱-۹- تأثیر مالیات بر رفاه مصرف‌کننده و تولیدکننده .....                             | ۲۲   |
| ۱-۱۰- اثر مالیات بر واحد فروش .....                                                 | ۲۲   |
| ۱-۱۱- مالیات منفی بر واحد یا سوبسید بر واحد فروش در بازار رقابتی .....              | ۲۵   |
| ۱-۱۲- انواع سوبسید .....                                                            | ۲۵   |
| ۱-۱۲-۱- سوبسید مستقیم .....                                                         | ۲۵   |
| ۱-۱۲-۲- سوبسید غیرمستقیم .....                                                      | ۲۶   |
| ۱-۱۲-۳- سوبسید نقدی .....                                                           | ۲۶   |
| ۱-۱۲-۴- سوبسید جنسی .....                                                           | ۲۶   |
| ۱-۱۳- سوبسید بر واحد در یک بازار رقابتی .....                                       | ۲۶   |
| ۱-۱۴- سهم سوبسید متقاضی و عرضه‌کننده .....                                          | ۲۸   |

|        |                                                       |    |
|--------|-------------------------------------------------------|----|
| ۱۵-۱   | تأثیر کشش منحنی‌های عرضه و تقاضا بر وقوع و سهم سوبسید | ۲۸ |
| ۱۶-۱   | مالیات و سوبسید در بازار رقابتی و اثرات تخصیص منابع   | ۳۰ |
| ۱۷-۱   | مالیات و سوبسید بر قیمت فروش در بازار رقابتی          | ۳۲ |
| ۱-۱۷-۱ | مالیات بر قیمت فروش                                   | ۳۲ |
| ۱۸-۱   | تأثیر کشش منحنی‌های عرضه و تقاضا                      | ۳۴ |
| ۱۹-۱   | سوبسید بر قیمت فروش                                   | ۳۵ |
| ۲۰-۱   | جمع‌بندی فصل                                          | ۳۶ |
| ۳۷     | تمرین‌های فصل                                         |    |

## فصل ۲: بازار انحصار کامل..... ۳۹

|       |                                                        |    |
|-------|--------------------------------------------------------|----|
| ۱-۲   | مقدمه                                                  | ۳۹ |
| ۲-۲   | مفهوم انحصار کامل                                      | ۳۹ |
| ۱-۲-۲ | دلایل ایجاد انحصار                                     | ۴۱ |
| ۳-۲   | تقاضا در شرایط انحصار کامل                             | ۴۴ |
| ۱-۳-۲ | ارتباط بین کشش قیمتی تقاضا، درآمد نهایی و قدرت انحصاری |    |
| ۴۶    | انحصارگر                                               |    |
| ۴-۲   | تعادل کوتاه‌مدت در شرایط انحصار کامل                   | ۴۸ |
| ۵-۲   | منحنی عرضه کوتاه‌مدت در شرایط انحصار کامل              | ۶۰ |
| ۶-۲   | قدرت انحصاری انحصارگر                                  | ۶۰ |
| ۷-۲   | تعادل کوتاه‌مدت انحصارگر با چند کارخانه                | ۶۳ |
| ۸-۲   | تعادل بلندمدت در شرایط انحصار کامل                     | ۶۷ |
| ۹-۲   | تبعیض قیمت در شرایط انحصار                             | ۷۱ |
| ۱-۹-۲ | تبعیض قیمت درجه سوم                                    | ۷۲ |
| ۲-۹-۲ | تبعیض قیمت درجه دوم                                    | ۷۵ |
| ۳-۹-۲ | تبعیض قیمت درجه اول                                    | ۷۶ |
| ۱۰-۲  | مقایسه تعادل رقابت کامل و انحصار کامل                  | ۷۸ |
| ۱۱-۲  | تمرینات پایان فصل                                      | ۸۱ |

|          |                                                             |
|----------|-------------------------------------------------------------|
| ۸۳.....  | فصل ۳: رقابت انحصاری (رقابت ناقص)                           |
| ۸۳.....  | ۱-۳- مقدمه                                                  |
| ۸۴.....  | ۲-۳- تعریف بازار رقابت انحصاری                              |
| ۸۶.....  | ۳-۳- اصول بازار رقابت انحصاری از دیدگاه چمبرلین             |
| ۸۶.....  | ۱-۳-۳- فرضیات چمبرلین                                       |
| ۸۷.....  | ۲-۳-۳- مفهوم هزینه‌های فروش                                 |
| ۸۷.....  | ۳-۳-۳- تمایز محصول                                          |
| ۸۸.....  | ۴-۳-۳- مفهوم گروه تولیدی                                    |
| ۸۹.....  | ۴-۳- تقاضا در شرایط رقابت انحصاری                           |
| ۹۱.....  | ۱-۴-۳- تابع تقاضای تصویری                                   |
| ۹۴.....  | ۵-۳- تعادل کوتاه‌مدت در بازار رقابت انحصاری                 |
| ۹۵.....  | ۶-۳- تعادل بلندمدت در بازار رقابت انحصاری                   |
| ۹۵.....  | ۷-۳- رقابت انحصاری و کارایی اقتصادی                         |
| ۹۷.....  | ۸-۳- یک تحلیل جبری از مدل رقابت انحصاری                     |
| ۹۹.....  | ۹-۳- تبلیغات در بازار رقابت انحصاری                         |
| ۱۰۲..... | ۱۰-۳- مثال کاربردی: رقابت انحصاری در بازارهای نوشابه و قهوه |
| ۱۰۳..... | ۱۱-۳- تمرینات فصل سوم                                       |
| ۱۰۵..... | منابع                                                       |

|          |                                                 |
|----------|-------------------------------------------------|
| ۱۰۷..... | فصل ۴: بازار انحصار دو یا چندجانبه              |
| ۱۰۷..... | ۱-۴- مقدمه                                      |
| ۱۰۷..... | ۲-۴- فرضیات بازار انحصار دو یا چندجانبه         |
| ۱۰۸..... | ۳-۴- الگوهای بازار انحصار دو یا چندجانبه (فروش) |
| ۱۰۸..... | ۱-۳-۴- الگوی شبه رقابتی                         |
| ۱۰۹..... | ۲-۳-۴- الگوی شبه انحصاری                        |
| ۱۱۱..... | ۳-۳-۴- الگوی کورنو                              |
| ۱۱۳..... | ۴-۳-۴- الگوی اجورث                              |
| ۱۱۴..... | ۵-۳-۴- الگوی چمبرلین                            |

- ۱۱۶..... ۴-۳-۶- الگوی اشتاکلبرگ یا رهبری مقدار
- ۱۱۸..... ۴-۳-۷- الگوی رهبری قیمت
- ۱۱۹..... ۴-۳-۸- الگوی سوئیزی انعطاف‌پذیری قیمت‌ها
- ۱۲۱..... ۴-۳-۹- الگوی تعیین سهم بازار
- ۱۲۳..... ۴-۴- سؤالات چهارگزینه‌ای
- ۱۲۴..... ۴-۵- سؤالات و مسائل تشریحی
- ۱۲۶..... ۴-۶- منابع

## فصل ۵: بازار عوامل تولید..... ۱۲۷

- ۱۲۷..... ۵-۱- مقدمه
- ۱۲۹..... ۵-۲- بازار عوامل تولید و بازار کالا و خدمات هر دو رقابت کامل
- ۱-۲-۵- تقاضای عامل تولید با یک نهاده متغیر برای بنگاه در شرایط رقابت کامل..... ۱۲۹
- ۲-۲-۵- استخراج تقاضای بازار برای نهاده..... ۱۳۳
- ۳-۲-۵- تقاضای عامل تولید با بیش از یک نهاده متغیر برای بنگاه در شرایط رقابت کامل..... ۱۳۴
- ۴-۲-۵- کشش قیمتی تقاضای عامل تولید با یک نهاده متغیر..... ۱۳۵
- ۳-۵- بازار عوامل تولید رقابتی و بازار کالا و خدمات انحصار کامل..... ۱۳۶
- ۱-۳-۵- تقاضای عامل تولید با یک نهاده متغیر برای بنگاه در شرایطی که بازار عوامل تولید رقابتی و بازار کالا انحصاری است..... ۱۳۷
- ۴-۵- بازار عوامل تولید انحصاری و بازار کالا و خدمات رقابت کامل..... ۱۴۰
- ۵-۵- بازار عوامل تولید و بازار کالا و خدمات هر دو انحصاری..... ۱۴۴
- ۱۴۷..... منابع