

تولید و بازار

فصل ۱ تولید

جلسه پنجم: صفحات ۴۴-۳۴

هدف کلی: آشنایی با تولید و عوامل آن

هدف‌های جزئی:

- آشنایی با تولید و نقش آن در اقتصاد

- آشنایی با عوامل تولید و اهمیت آن

- آشنایی با تولیدکنندگان و انگیزه آنان

- آشنایی با هزینه، درآمد و سود

هدف‌های رفتاری: از دانش‌آموز انتظار می‌رود، پس از پایان درس

بتواند:

- تولید را تعریف کند.

- درباره فعالیت دو گروه تولیدکنندگانی که محصولاتشان به صورت

مستقیم و غیرمستقیم به مصرف مردم می‌رسد، توضیح دهد.

- انگیزه تولیدکنندگان را از تولید بیان کند.

- هزینه‌های تولید را تعریف کند.

- درآمد را تعریف کند.

- سود را تعریف کند.

- نحوه محاسبه سود را بیان نماید.

- عوامل تولید را تعریف کند.

- سرمایه را تعریف کند.

- مفاهیم اجاره مزد و حقوق را بیان کند.

- کارگر غیرماهر، نیمه‌ماهر و ماهر را با ذکر مثال شرح دهد.

- هزینه‌های یک واحد تولیدی را با ذکر مثال بیان کند.

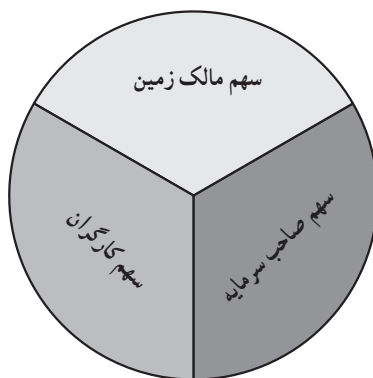
دانشتنی‌های معلم

(← ۴۰)

فرض کنیم فردی با اجارهٔ یک معدن از مالک آن و با استخدام نیروی کار اقدام به استخراج معدن و به فروش رساندن مواد می‌کند. اگر فعالیت مالی یک سالهٔ وی را بررسی کنیم، احتمالاً با ارقام زیر برخورد خواهیم کرد:

- | | |
|---|--------------------|
| ۱- دریافت بابت فروش مواد استخراج شده | یک میلیارد ریال |
| ۲- پرداخت بابت اجارهٔ معدن به مالک | سیصد میلیون ریال |
| ۳- پرداخت بابت حقوق کارگران | چهارصد میلیون ریال |
| ۴- پرداخت بابت هزینهٔ سرمایه و ماشین آلات | سیصد میلیون ریال |

به طوری که ملاحظه می‌شود، کل ارزش محصول یعنی یک میلیارد ریال به سه بخش و بین مالک معدن، کارگران شاغل و فردی که سرمایه و ماشین آلات لازم را تأمین کرده تقسیم شده است. مطابق شکل زیر:



می‌توان گفت صاحبان سه عامل تولید (معدن یا زمین، نیروی کار و سرمایه) با کمک هم در طول سال کیکی را تولید کرده‌اند که همان درآمد حاصل از فروش مواد استخراج شده است. سپس صاحب هر عامل تولید برش یا قاچی از آن کیک را برای خود برداشته است.

سهم مالک معدن، «اجاره»، سهم کارگران، «دستمزد» و سهم صاحب سرمایه، «سود» نامیده

می‌شود.

پس کلّ کیک تولیدی به سه قاچ اجاره، مزد و سود تقسیم می‌شود. ممکن است گفته شود که کل دریافتی تولیدکننده بابت فروش کالای تولید شده فقط به این سه بخش اختصاص نمی‌یابد بلکه بخشی از آن صرف تأمین مواد و ملزومات تعمیر دستگاه‌ها، خرید لوازم یدکی و ... می‌شود. باید توجه داشت که این موارد نیز یا به صورت خرید خدمات است (مثل خدمات تعمیرکاران) که به آنان دستمزد (مزد) پرداخت می‌شود یا به صورت خرید کالاهاست که آن کالاها نیز از بنگاه تولیدی دیگری خریداری می‌شود و درآمد آن بنگاه نیز به نوبه خود میان مزد، اجاره و سود تقسیم می‌شود. این تحلیل همچنان در مورد بنگاه فروشنده کالا به مدیر معدن، صادق است؛ بنابراین در یک نگاه کلی می‌توان گفت کلیه درآمدهای جامعه در نهایت یا به عنوان «مزد» کسب شده‌اند یا به عنوان «اجاره» یا به عنوان «سود».

پاسخ فعالیت‌ها

فعالیت ۱-۲

مراحل تهیه نان : ۱- آماده کردن زمین، کاشتن بذر گندم، آبیاری، سمپاشی و برداشت : ۲- نگهداری گندم‌ها در سیلوها؛ ۳- تبدیل گندم به آرد؛ ۴- رساندن آرد به نانوایی‌ها؛ ۵- پخت نان و فروش آن.

فعالیت ۲-۲) لاستیک اتومبیل، ورق آهن، لامپ تصویر تلویزیون، آجر ساختمان و آنتن تلویزیون.

فعالیت ۲-۳) کسب سود، خدمت به جامعه و کسب رضای خداوند.

قسمت دوم فعالیت بحث برعهده کلاس است.

فعالیت ۲-۴) کارخانه تولید دستمال کاغذی :

الف) هزینه‌های ساختمان، ماشین‌آلات، نیروی انسانی و مواد اولیه.

ب) ارائه تولید با کیفیت خوب، تبلیغ، بسته‌بندی زیبا و بهداشتی و تنوع تولید.

فعالیت ۲-۵) این فعالیت به عهده دانش‌آموزان است.

پاسخ پرسش‌ها

سؤال ۱) به کلیه فعالیت‌هایی که برای تبدیل منابع و امکانات به کالاهای مورد نیاز به کار گرفته می‌شود، «تولید» می‌گویند.

سؤال ۲) خیر؛ چون، بعضی از محصولات مثل سنگ آهن، ورقه‌های فلزی و ... مورد استفاده مستقیم افراد قرار نمی‌گیرند؛ بلکه مورد استفاده مؤسسات تولیدی دیگر قرار می‌گیرند که از آنها برای تولید ماشین، یخچال و ... استفاده می‌شود.

سؤال ۳) اگر میزان درآمد تولیدکننده از هزینه‌اش بیشتر باشد، می‌گوییم تولیدکننده سود برده است. سود عبارت است از تفاوت بین درآمد و هزینه؛

هزینه - درآمد = سود

سؤال ۴) تولیدکنندگان برای جلوگیری از ضرر، هزینه‌های خود را تا حد ممکن کاهش می‌دهند؛ مثل جلوگیری از استخدام نیروی انسانی غیرضروری، صرفه‌جویی در مصرف مواد اولیه و جلوگیری از ریخت و پاش.

سؤال ۵) ابتدا کالاهایشان را با قیمت کمتر عرضه می‌کنند و به جای صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید سعی می‌کنند کالایشان را با کیفیت بهتر عرضه کنند. در این صورت، ممکن است سود فعلی آنها کاهش یابد ولی مشتریان بیشتری را جذب می‌کنند و می‌توانند در سال‌های آینده فروش بیشتر و بهتری داشته باشند.

سؤال ۶) منابع طبیعی - نیروی انسانی - سرمایه

سؤال ۷) نیروی انسانی؛ چون، بدون انسان منابع تولید دیگر بدون استفاده می‌ماند.

سؤال ۸) اجاره، مزد و حقوق، سود

بخش ۲

تولید و بازار

فصل ۲

بازار

جلسه ششم: صفحات ۴۵-۵۰

هدف کلی: آشنایی با برخی مفاهیم اساسی در اقتصاد

هدف جزئی: آشنایی با مفاهیم عرضه و تقاضا و نحوه ارتباط آن

با قیمت

هدف‌های رفتاری: از دانش‌آموز انتظار می‌رود، پس از پایان

درس بتواند:

- عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری فرد برای خرید یک کالا را بیان

کند.

- رابطه قیمت یک کالا و مقدار خرید آن به وسیله مصرف‌کنندگان

را بیان کند.

- مفهوم تقاضا را توضیح دهد.

- جدول و منحنی تقاضا را رسم کند.

- انگیزه تولیدکنندگان را از تولید بیان کند.

- رابطه قیمت یک کالا و مقدار عرضه آن را شرح دهد.

- مفهوم عرضه را توضیح دهد.

- جدول و منحنی عرضه را رسم کند.

دانستنی‌های معلم

(۴۵←)

● از نظر اقتصادی هر واحد تولیدی یا خدماتی که در آن با استفاده از نیروی کار افراد (در صورت نیاز کاربرد ماشین‌آلات و مواد اولیه) کالا یا خدماتی تولید و ارائه می‌شود، یک «بنگاه اقتصادی» محسوب می‌شود؛ به‌عنوان مثال، کارخانه شیر پاستوریزه یک بنگاه است که لبنیات تولید می‌کند و می‌فروشد. خواربار فروشی محل، یک بنگاه است که خدمات موردنیاز اهل محل را ارائه می‌کند؛ یعنی، کالاهایی را که تولید کنندگان تولید کرده‌اند، تهیه و توزیع می‌کند. مدرسه غیرانتفاعی یک بنگاه است که خدمات آموزشی ارائه می‌کند. کتاب‌فروشی، نانواپی و ... نیز یک بنگاه است. تاکسی هم یک بنگاه است که خدمات موردنیاز مردم را ارائه می‌کند و راننده تاکسی هم مدیر این بنگاه تلقی می‌شود و

پاسخ فعالیت‌ها

فعالیت ۲-۶

زمان	قیمت گوجه‌فرنگی به ریال	مقدار تقاضا
فروردین، اردیبهشت و خرداد	۲۰۰۰	ابتدای تولید گوجه‌فرنگی کاهش نسبی تقاضا
تیر، مرداد و شهریور	۱۰۰۰	فصل تولید گوجه‌فرنگی (فراوانی) افزایش تقاضا
مهر، آبان و آذر	۱۵۰۰	ماه‌های آخر تولید گوجه‌فرنگی کاهش نسبی تقاضا
دی، بهمن و اسفند	۳۰۰۰	استفاده از تولیدات انباری کاهش تقاضا

بخش ۲

تولید و بازار

فصل ۲

بازار

جلسه هفتم: صفحات ۵۵-۵۰

هدف کلی: آشنایی با برخی مفاهیم اساسی در اقتصاد

هدف‌های جزئی:

- آشنایی با مفاهیم عرضه و تقاضا و نحوه ارتباط آنها با قیمت

- آشنایی با مفهوم رقابت و انحصار

هدف‌های رفتاری: از دانش آموز انتظار می‌رود، پس از پایان درس

بتواند:

- مفهوم تعادل را بیان کند.

- قیمت تعادلی را تعریف کند.

- بازار یک کالا را تعریف کند.

- مفهوم بازار رقابتی را بیان کند.

- مفهوم انحصار را بیان کند.

● در کشور ما خدماتی مانند ارائه برق، آب، پست و مخابرات، به صورت انحصاری عرضه می‌شوند؛ یعنی، چنین نیست که دو شرکت، برق تولید کنند و در سطح شهرها عرضه کنند و برای جلب مشتری بیشتر با هم رقابت کنند اما، مثلاً، فروشندگان پوشاک در یک مجتمع تجاری رقیب هم هستند و برای جلب مشتری سعی می‌کنند با تزئین مغازه‌هایشان، برخورد خوب با مشتریان و گاهی با کاهش قیمت‌ها میزان فروش خود را افزایش دهند. اگر در یک محله فقط یک خواربار فروشی وجود داشته باشد و تا فاصله نسبتاً زیاد، مغازه دیگری نباشد، او نیز به گونه‌ای حالت انحصاری پیدا می‌کند؛ یعنی، هر چند مغازه‌های دیگر هم همان کالاها را عرضه می‌کنند اما اگر کسی بخواهد سراغ آنها برود وقت و هزینه قابل توجهی باید صرف کند؛ از این رو، تنها خواربار فروش محله نیز بدون رقیب فعالیت می‌کند و به انحصارگر تبدیل می‌شود.

● وقتی می‌گوییم، بازار کالای خاصی «رقابتی» است، یعنی فروشنده‌های زیادی همان کالا را دارند و عرضه می‌کنند و آنها برای جلب مشتری بیشتر سعی می‌کنند کارشان را بهتر انجام دهند و مشتریان بالقوه (یعنی مشتریان فروشندگان دیگر) را به سوی خود بکشند اما، رقابتی بودن درجات مختلف دارد؛ مثلاً، ممکن است تعداد فروشنده‌ها کم بوده یا این که فروشنده‌ها به نوعی با هم متحد باشند و با توافق‌های پنهان یا آشکار حاضر به تخفیف دادن و جلب مشتری نباشند. در این صورت، درجه رقابتی بودن پایین می‌آید. همچنین، ممکن است فروشنده‌ها بسیار زیاد باشند و با هم توافق نداشته و متحد نباشند که در این صورت، درجه رقابتی بودن بازار بالاتر است.

معمولاً، فروشندگان با توافق‌های پنهان یا آشکار سعی می‌کنند با هم متحد شوند و رقابت را محدود کنند؛ چون، همه آنها می‌دانند این توافق‌ها به نفع خودشان است و اگر بخواهند با هم رقابت کنند، در اصل باید کالاها را به قیمت ارزان‌تر به مشتریان بفروشند و در نتیجه، سودشان کم می‌شود.

● سازمان «اوپک»^۱ یا سازمان کشورهای صادرکننده نفت، سازمانی است که توسط تعدادی از کشورهای صادرکننده نفت تأسیس شده است تا با ایجاد همکاری و توافق بین آنها در زمینه صادرات نفت، منافع آنها را حفظ کند. آنها برای این که بتوانند نفت خود را به قیمت بهتر بفروشند، با هم متحد شده‌اند و سعی می‌کنند با کاهش رقابت بین خودشان، منافع جمعی خود را حفظ کنند. اگر اعضای

۱- OPEC = Organization of Petroleum Exporting Countries

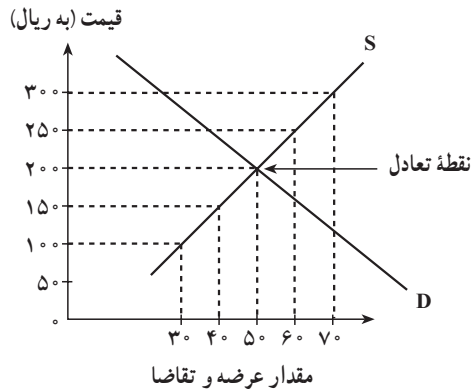
سازمان، اتحادشان را حفظ نکنند، قیمت نفت پایین می‌آید.

- اگر تعداد فروشندگان خیلی زیاد باشد، امکان توافق و ائتلاف بین آنها کاهش می‌یابد؛ در نتیجه، رقابت بین آنها گسترده‌تر می‌شود.

پاسخ فعالیت‌ها

فعالیت ۷-۲

مقدار عرضه (به کیلو)	مقدار تقاضا (به کیلو)	قیمت (به ریال)
۳۰	۷۰	۱۰۰
۴۰	۶۰	۱۵۰
۵۰	۵۰	۲۰۰
۶۰	۴۰	۲۵۰
۷۰	۳۰	۳۰۰



پاسخ پرسش‌ها

سؤال ۱) تولیدکنندگان هنگام افزایش قیمت یک کالای معین، عرضه آن کالا را می‌افزایند و مصرف‌کنندگان میزان مصرف و خرید خود را کاهش می‌دهند.

سؤال ۲) قیمت کالا، درآمد، سلیقه مصرف‌کننده و قیمت سایر کالاها.

سؤال ۳) رفع نیاز

سؤال ۴) کسب سود

سؤال ۵) در قیمت‌های پایین‌تر از قیمت تعادلی، بازار دچار کمبود عرضه می‌گردد؛ زیرا، به دلیل ارزان بودن کالا تقاضا برای آن زیاد است و تولیدکنندگان انگیزه‌ای برای تولید بیشتر ندارند. در قیمت‌های بالاتر از قیمت تعادلی، بازار دچار مازاد عرضه می‌گردد؛ چون، به دلیل گران بودن کالا، تولیدکنندگان به خاطر کسب سود بیشتر به تولید بیشتری می‌پردازند، در حالی که مصرف‌کنندگان به دلیل گران بودن به خرید و مصرف آن تمایلی ندارند.

سؤال ۶) زمانی که قیمت یک کالا از سطح قیمت تعادلی پایین‌تر می‌آید، بازار دچار کمبود عرضه می‌گردد و گروهی از مصرف‌کنندگان موفق به خرید آن کالا نمی‌شوند و برای به دست آوردن آن، حاضرند مبلغ بیشتری بپردازند؛ در نتیجه، قیمت آن افزایش می‌یابد. در این حالت، تولیدکننده به تولید بیشتر رغبت پیدا می‌کند و تولید خود را افزایش می‌دهد و فاصله بین عرضه و تقاضای آن کالا کاهش می‌یابد تا به قیمت تعادلی برسد.

سؤال ۷) در بازار رقابتی، تعداد خریداران و فروشندگان زیاد است و هیچ‌کدام نمی‌توانند شرایط خود را به دیگری اعمال کنند. در حالی که در بازار انحصاری، خریداران یا فروشندگان ممکن است به یک یا چند نفر محدود باشند که انحصارگر می‌تواند شرایط خود را به دیگری اعمال کند.

سؤال ۸) مزایای بازار رقابتی به انحصاری عبارت است از :

- ۱- در بازار رقابتی، خریدار پایین‌تر تهیه کند. در حالی که
- شرایط خود را به طرف مقابل تحمیل کند.
- ۲- در بازار رقابتی تولیدی خود می‌کنند و از سوی دیگر
- چنین نیست.