



جمع بندی کورس آموزشی مبانی پایه علم اقتصاد

لینک مقاله: <https://mlmarketing.ir/?p=164827>

نویسنده مقاله: سید علی اکبر موسوی

تاریخ انتشار مقاله: ۱۳۹۶/۰۲/۲۸

برای شروع کورس آموزشی مبانی پایه علم اقتصاد ، نیاز است که مقاله های قبلی این کورس آموزشی را نیز مطالعه نمایید:

مروری بر سری آموزش های پایه ای اقتصاد – مبانی اقتصاد

اقتصاد چیست ؟ مبانی اقتصاد: بخش اول

حداکثر ظرفیت تولید، رشد، هزینه فرصت و تجارت – مبانی اقتصاد: بخش دوم

عرضه و تقاضا چیست؟ مبانی اقتصاد: بخش سوم

مطلوبیت چیست؟ تعریف و تشریح – مبانی اقتصاد: بخش چهارم

کشش یا الاستیسیته در بازار چیست؟ – مبانی اقتصاد: بخش پنجم

رقابت، انحصار و انحصارگرایی چند جانبه چیست؟ – مبانی اقتصاد: بخش ششم

تورم ، بیکاری و تولید ناخالص داخلی – مبانی اقتصاد: بخش هفتم

اقتصاد نئوکلاسیک چیست؟ و جایگزینی برای آن – مبانی اقتصاد: بخش هشتم

با ورود یا ثبت نام در کورس آموزشی ویژه ام ال مارکتینگ همراه ما باشید

ام ال مارکتینگ امیدوار است که این سری آموزشی در مورد مبانی علم اقتصاد، چشم اندازی کلی راجع به علم اقتصاد را به شما داده باشد.

در این مقاله، قصد داریم مروری کنیم برآنچه که در بخش های مختلف این سری آموزشی گفته شد.



بهترین تعریف برای علم اقتصاد این است که بگوییم:

مطالعه رفتار مردم، در مواجهه با منابع محدود جهت برآورده ساختن خواسته ها و نیازهای بی انتهای بشر.

- **کمیبایی یا کمیبود (Scarcity)**، به منابع محدود در اقتصاد اشاره دارد، اقتصاد کلان، مطالعه اقتصاد در سطح کلی است، اقتصاد خرد، تحلیل فرد به فرد مردم و شرکت ها می باشد، که مجموعا اقتصاد کل را تشکیل می دهند.

- **حداکثر ظرفیت تولید (Production Possibility Frontier (PPF))** به ما اجازه می دهد که تخمین بزنیم چطور یک اقتصاد می تواند منابعش را در راستای رسیدن به یک خروجی بهینه به کار بگیرد. دانستن این موضوع، کشورها را به این سمت خواهد برد، که هر کشور به صورت تخصصی و با توجه به نیروی کار و متخصص و نیز منابع موجود، اقدام به تولید محصولاتی خاص کرده و نهایتا از طریق تجارت با کشورهای دیگر محصولات مورد نیاز خود را تامین و محصولات تولیدی خود را صادر کنند، و قاعدتا این حالت بسیار بهینه تر از آن است که هر کشور بصورت خودکفا اقدام به تولید تمام محصولات مورد نیاز خود کند.

- **عرضه و تقاضا (Demand and supply)**، به ارتباط بین قیمت با مقدار تقاضای مصرف کنندگان و نیز مقدار تولید فروشندگان اشاره می کند. بنحوی که افزایش قیمت، مقدار تقاضا را کاهش داده و در نقطه مقابل نیز مقدار عرضه بیشتر خواهد شد.

- **تئوری کشش یا الاستیسیته (Elasticity)** نیز بیان می کند که چه اندازه از مقدار تقاضا یا عرضه شده بر اثر تغییری در قیمت، افزایش یا کاهش خواهد داشت. هرچه بیشتر تغییرات در مقدار عرضه یا تقاضا اتفاق بیافتد، آن محصول یا سرویس دارای کشسانی بیشتری خواهد بود. کالاها یا خدماتی که در اثر تغییر قیمت، تغییر محسوسی در مقدار مورد عرضه یا تقاضای آنها اتفاق نیفتد، محصول غیر کشسان نامیده خواهند شد.

- **مطلوبیت (Utility)** مقدار فایده یا نفعی است که یک مصرف کننده از محصول یا سرویس خریداری شده، بدست خواهد آورد. اقتصاددانان از تئوری مطلوبیت برای تخمین زدن این مهم بره می برند که چطور یک شخص می تواند فارغ از منابعی که در اختیار دارد، به حداکثریت رضایت از خرید کالا یا خدمات مورد عرضه برسد.

بازارهای اقتصادی اینطور در نظر گرفته می شوند، که تعداد بسیاری از خریداران و فروشندگان، رقابت بالا و تعداد زیادی محصولات جایگزین را در خود جای داده اند.

انحصارگرایی (Monopolies) توصیف می کند صنایعی که تولید کننده‌ی انحصاری محصولی هستند قیمت‌ها را مشخص می کنند، و موانع خیلی زیاد که در این نوع بازارها وجود دارد، رقبا را از ورود به بازار دور نگاه می دارد.

انحصارگرایی چند جانبه (Oligopolies) نیز صنایع و بازاری متشکل از تعداد کمی شرکتهای به هم وابسته معنا می شود.

رقابت کامل (Perfect competition) اقتصادی را تشریح می کند که در آن تعداد زیادی از کسب و کارها در حال رقابت با همدیگر بوده، تا بتوانند رضایت و بهره‌ی بیشتری را برای مصرف کنندگان ایجاد کرده و از این طریق سهم بیشتری از بازار را در اختیار بگیرند.

– اندازه گیری فعالیت های اقتصادی در سطح ملی، با استفاده از شاخص هایی نظیر تولید ناخالص داخلی (Gross Domestic Product (GDP)، نرخ بیکاری (The rate of unemployment)، و تورم (Inflation) اندازه گیری می شود.

– نمونه تئوری هایی که جایگزین جریان اصلی تئوری علم اقتصاد هستند عبارتند از: **بازارهای ناقص (imperfect markets)**، **اقتصاد رفتاری (behavioral economics)**، **اقتصاد نامتعارف (heterodox economics)** و **جامعه شناسی اقتصادی (economic sociology)** می باشد.

امیدواریم اولین کورس آموزشی علم اقتصاد که بیشتر جهت آشنایی شما با مفاهیم پایه ای علم اقتصاد ارائه گردید، مورد توجه شما عزیزان واقع گردیده باشد.



با ورود یا ثبت نام در کورس آموزشی ویژه ام ال مارکتینگ همراه ما باشید

ام ال مارکتینگ، معتقد است که اگر علاقه ای ندارید تا به کامیابی مالی و زندگی مرفه تر برسید، پس زبان پول و بازاریابی را فرا نگیرد.

با ما همراه باشید با آموزش های بیشتری از زبان پول و بازاریابی...