

فهرست مطالب

۱۳. مقدمه: یک شرکت معمولی به نام زندگی

۱۴. دست‌های نامرئی

۱۵. سود من، ضرر تو

۱۶. زمان‌های خوب، زمان‌های بد

۱۶. حرکت روبه جلو

۱۷. موتور برای اکتشاف

۱۹. فصل یکم: اصول اولیه علم اقتصاد

۲۰. اصولی که با انتخاب‌های فردی پیوند

خورده‌اند: هسته اصلی علم اقتصاد

۲۰. انتخاب‌های ضروری و گریزناپذیر هستند

چرا که منابع محدود و کمیاب هستند

۲۰. هزینه واقعی هر چیزی همان هزینه

فرصت آن است

۲۱. «چقدر» تصمیمی است که در حاشیه

است و همه چیز نیست

۲۲. افراد معمولاً نسبت به محرک‌ها پاسخ

می‌دهند و به دنبال بهره‌گیری حداکثری از

فرصت‌ها هستند

۲۵. دادوستد سودمند است

۲۶. بازارها به سمت تعادل حرکت می‌کنند

۲۷. منابع باید به شکلی اثربخش و کارا

مورد استفاده قرار گیرند تا اهداف جامعه

تحقق پیدا کنند

۲۸. بازارها به طور معمول به کارایی و

کارآمدی منجر می‌شوند

۲۹. زمانی که بازارها به کارایی و کارآمدی

منتهی نشوند، دخالت دولت‌ها می‌تواند

موجب بهبود رفاه جامعه شود

۳۱. ارتباطات در سطح اقتصاد

۳۲. خرج کردیک فرد درآمد فردی دیگر است

۳۲. مخارج کلی در یک اقتصاد گاهی

اوقات با ظرفیت تولیدی آن اقتصاد

مطابقت ندارد

۳۳. سیاست‌های دولت می‌تواند مخارج

را تغییر دهد

۳۹. فصل دوم: مدل‌های اقتصادی: انتخاب‌ها و تجارت

۴۰. مدل‌هایی در علوم اقتصادی: چند

نمونه مهم

۴۱. مرز امکانات تولید

۴۳. کارایی و کارآمدی

۴۳. هزینه فرصت

۴۴. رشد اقتصادی

۴۶. مزیت‌های رقابتی و دستاوردها از تجارت

۴۹. مزیت رقابتی و تجارت بین‌الملل در

دنای واقعی

۴۹. استفاده از مدل‌ها

۵۲. اقتصاد اثباتی در برابر اقتصاد دستوری

۵۲. وقتی اقتصاددانان با هم موافق نیستند

۶۱. فصل سوم: عرضه و تقاضا

۶۱. عرضه و تقاضا: مدلی برای بازارهای رقابتی

۶۲. منحنی تقاضا

۶۳. برنامه تقاضا و منحنی تقاضا

۶۶. جابه‌جایی منحنی تقاضا

۶۷. درک جابه‌جایی‌های منحنی تقاضا

۶۸. تغییرات در قیمت کالاها و

سرویس‌های مرتبط

۶۹. تغییرات در درآمدها

۶۹. تغییرات در ذائقه‌ها و سلیقه مردم

۷۰. تغییرات در انتظارات

۷۰. تغییرات در تعداد مصرف‌کنندگان

۷۰. منحنی تقاضای فردی

۷۴. منحنی عرضه

۷۵. برنامه عرضه و منحنی عرضه

۷۶. جابه‌جایی‌ها در منحنی عرضه

۷۷. درک جابه‌جایی‌های منحنی عرضه

۷۸. تغییرات در قیمت نهاده‌های ورودی

۷۸. تغییر در قیمت کالاها یا سرویس‌های

مرتبط

۷۸. تغییرات در تکنولوژی

۷۹. تغییرات در انتظارات

۸۰. تغییرات در تعداد تولیدکنندگان

۸۳. عرضه، تقاضا و تعادل

۸۳. پیدا کردن قیمت تعادل و کمیت تعادل

۸۴. چرا تمام فروش‌ها و خرید‌ها در یک

بازار با قیمت مشابهی انجام می‌شوند؟

۸۵. چرا قیمت بازار در صورتی که بالاتر از

قیمت تعادل باشد کاهش پیدا می‌کند؟

۸۶. چرا قیمت بازار در صورتی که پایین‌تر

از قیمت تعادل باشد افزایش پیدا می کند؟
 ۸۷. استفاده از تعادل برای توصیف بازارها
 ۸۷. تغییرات در عرضه و تقاضا
 ۸۸. وقتی منحنی تقاضا جابه جا می شود
 چه اتفاقی می افتد؟
 ۸۹. وقتی منحنی عرضه تغییر می کند چه
 اتفاقی می افتد؟
 ۹۰. جابه جایی هم زمان منحنی های عرضه
 و تقاضا
 ۹۳. بازارهای رقابتی و سایر بازارها

۹۹. فصل چهارم: مازاد مصرف کننده و تولیدکننده

۱۰۰. مازاد مصرف کننده و منحنی تقاضا
 ۱۰۰. تمایل به پرداخت و منحنی تقاضا
 ۱۰۱. تمایل به پرداخت و مازاد مصرف کننده
 ۱۰۴. تغییرات قیمتی چگونه بر مازاد
 مصرف کننده تأثیر می گذارند؟
 ۱۰۶. مازاد تولیدکننده و منحنی عرضه
 ۱۰۶. هزینه و مازاد تولیدکننده
 ۱۱۰. تغییر قیمت ها چگونه بر مازاد
 تولیدکننده تأثیر می گذارد؟
 ۱۱۲. منافع ناشی از تجارت
 ۱۱۳. کارآمدی بازارها
 ۱۱۳. تخصیص مجدد مصرف بین
 مصرف کنندگان
 ۱۱۴. تخصیص مجدد بین فروشندگان
 ۱۱۴. تغییر مقدار مبادلات

۱۱۶. یک اقتصاد بازار آزاد
 ۱۱۷. چرا بازارها معمولاً خوب کار می کنند؟
 ۱۱۸. چند یادآوری مهم

۱۲۳. فصل پنجم: کنترل قیمت ها: دخالت در بازارها

۱۲۴. چرا دولت ها قیمت ها را کنترل
 می کنند؟
 ۱۲۵. سقف قیمتی
 ۱۲۵. مدل سازی برای یک سقف قیمتی
 ۱۲۷. سقف قیمتی چگونه موجب
 ناکارآمدی می شود؟
 ۱۳۰. تخصیص نامناسب و غیرمؤثر منابع به
 مصرف کنندگان
 ۱۳۰. منابع هدررفته
 ۱۳۱. کیفیت پایین
 ۱۳۱. بازار سیاه
 ۱۳۱. پس چرا سقف های قیمتی وجود دارند؟
 ۱۳۳. کف قیمت
 ۱۳۵. کمیت پایین و غیرمؤثر
 ۱۳۶. تخصیص غیرمؤثر فروش بین
 فروشندگان
 ۱۳۶. اتلاف منابع
 ۱۳۶. کیفیت بالای ناکافی
 ۱۳۶. پس چرا کف های قیمتی وجود دارند؟
 ۱۳۷. کنترل کمیت
 ۱۳۸. آناومی کنترل کمیت
 ۱۳۹. هزینه های کنترل کمیت

۱۴۹. فصل ششم: کشش

۱۵۰. تعریف و اندازه گیری کشش
 ۱۵۰. محاسبه کشش قیمتی تقاضا
 ۱۵۲. یک راه جایگزین برای محاسبه
 کشش ها: روش نقطه میانی
 ۱۵۵. تفسیر کشش قیمتی تقاضا
 ۱۶۰. کشش قیمتی در طول منحنی تقاضا
 ۱۶۱. عوامل تعیین کننده کشش قیمتی
 تقاضا کدام اند؟
 ۱۶۲. ضروری بودن یا لوکس بودن کالا
 ۱۶۲. وجود جایگزین مناسب و مشابه
 ۱۶۲. سهم از درآمد مصرف کننده که او باید
 برای تهیه آن کالا صرف کند
 ۱۶۲. مدت زمان سپری شده از آخرین زمان
 افزایش قیمت کالا
 ۱۶۴. سایر کشش های تقاضا
 ۱۶۴. کشش متقابل قیمتی تقاضا
 ۱۶۵. کشش درآمدی تقاضا
 ۱۶۷. کشش قیمتی عرضه
 ۱۶۷. سنجش و اندازه گیری کشش قیمتی
 عرضه
 ۱۶۸. کدام عوامل تعیین کننده کشش قیمتی
 عرضه هستند؟

۱۷۷. فصل هفتم: مالیات ها

۱۷۸. مسائل اقتصادی مالیات ها: یک
 نگاه اجمالی
 ۱۷۸. تأثیر مالیات بر فروش، کمیت و قیمت

۱۸۱. کشش های قیمتی و نعلن واقعی مالیات
 ۱۸۲. هنگامی که مالیات بر فروش عمدتاً توسط مصرف کنندگان پرداخت می شود
 ۱۸۳. هنگامی که مالیات بر فروش عمدتاً توسط تولید کنندگان پرداخت می شود
 ۱۸۷. مزایا و هزینه های مالیات
 ۱۸۷. درآمد ناشی از مالیات
 ۱۸۸. نرخ مالیات و درآمد
 ۱۸۹. هزینه های مالیات
 ۱۹۲. کشش ها و رفاه ازدست رفته ناشی از مالیات ها
 ۱۹۵. دو مفهوم کلیدی در ارتباط با منصفانه بودن مالیات ها
 ۱۹۸. برابری، کارایی و مالیات های تصاعدی

۲۰۹. فصل هشتم: تجارت بین الملل

۲۱۰. مزیت رقابتی و تجارت بین الملل
 ۲۱۱. امکانات تولید و مزیت رقابتی
 ۲۱۳. سود پیردن از تجارت بین الملل
 ۲۱۴. مزیت رقابتی در برابر مزیت مطلق
 ۲۱۶. منابع مزیت رقابتی
 ۲۱۷. پیامدهای واردات
 ۲۲۰. پیامدهای ناشی از صادرات
 ۲۲۱. تجارت بین الملل و دستمزدها
 ۲۲۵. پیامدهای ناشی از تعرفه
 ۲۲۸. پیامدهای سهمیه وارداتی
 ۲۲۸. استدلال هایی برای توجیه حمایت های تجاری
 ۲۲۹. سیاست های حمایت تجاری
 ۲۲۹. موافقت نامه های تجارت بین الملل و سازمان تجارت جهانی
 ۲۳۰. چالش های بر سر راه جهانی شدن
 ۲۳۱. جهانی سازی و نابرابری
 ۲۳۲. برون سپاری

۲۳۷. فصل نهم: تصمیم گیری اشخاص و شرکت ها

۲۳۸. هزینه ها، مزایا و سود
 ۲۳۸. هزینه های آشکار در برابر هزینه های پنهان
 ۲۴۰. سود حسابداری در برابر سود اقتصادی
 ۲۴۱. تصمیم گیری این یا آن
 ۲۴۳. نقش تحلیل نهایی
 ۲۴۳. هزینه نهایی
 ۲۴۴. فایده نهایی
 ۲۴۶. تحلیل های حاشیه ای (نهایی)
 ۲۵۱. اقتصاد رفتاری
 ۲۵۱. منطقی و معقول و در عین حال انسانی
 ۲۵۲. نامعقول بودن: یک دیدگاه اقتصادی
 ۲۵۲. مدل های معقول برای افراد نامعقول

۲۵۹. فصل دهم: مصرف کننده معقول

۲۶۰. مطلوبیت و احساس رضایت
 ۲۶۰. مطلوبیت و مصرف
 ۲۶۰. اصل مطلوبیت نهایی کاهشی
 ۲۶۲. بودجه و مصرف بهینه
 ۲۶۲. محدودیت های بودجه ای و خط بودجه
 ۲۶۳. گزینه مصرف بهینه
 ۲۶۶. از مطلوبیت تا منحنی تقاضا
 ۲۶۷. مطلوبیت نهایی، اثر جایگزینی و قانون تقاضا
 ۲۶۸. اثر درآمد

۲۷۳. فصل یازدهم: پشت پرده منحنی عرضه و ورودی ها و هزینه ها

۲۷۴. کارکرد تولید
 ۲۷۴. ورودی ها و خروجی ها
 ۲۷۸. از کارکرد های تولید تا منحنی های هزینه
 ۲۸۲. دو مفهوم کلیدی: هزینه نهایی و

متوسط هزینه

۲۸۲. هزینه نهایی

۲۸۴. متوسط هزینه

۲۸۶. حداقل متوسط هزینه کل

۲۸۷. آیا منحنی هزینه نهایی همیشه رو به

بالاست؟

۲۹۰. هزینه های کوتاه مدت در برابر

هزینه های بلند مدت

۲۹۱. خلاصه ای از مبحث هزینه ها: کوتاه

مدت و بلند مدت

۲۹۷. فصل دوازدهم: رقابت کامل و منحنی عرضه

۲۹۸. رقابت کامل

۲۹۹. تعریف رقابت کامل

۲۹۹. دو شرط لازم برای رقابت کامل

۲۹۹. ورود و خروج آزاد

۳۰۰. تولید و سود

۳۰۱. استفاده از تحلیل نهایی برای انتخاب

میزان حداکثر سازی سود

۳۰۳. چه موقع تولید سودآور است؟

۳۰۶. تصمیم تولید کوتاه مدت

۳۰۷. هزینه ثابت متغیر

۳۰۹. منحنی عرضه صنعت

۳۰۹. منحنی عرضه کوتاه مدت صنعت

۳۱۰. منحنی عرضه بلند مدت صنعت

۳۱۷. فصل سیزدهم: انحصار

۳۱۸. انواع ساختارهای بازار

۳۱۹. معنای انحصار

۳۱۹. انحصارگران چه می کنند؟

۳۲۰. چرا انحصار شکل می گیرد؟

۳۲۳. یک انحصارگر چگونه دست به

حداکثر سازی سودش می زند؟

۳۲۳. منحنی تقاضا و هزینه نهایی

انحصارگر

۳۲۶. تولید حداکثرسازی سود انحصارگر
و قیمت

۳۲۸. انحصار: یک تصویر کلی

۳۳۰. انحصار و سیاست عمومی

۳۳۱. پیامدهای ناشی از انحصار بر رفاه

۳۳۲. مقابله با انحصار طبیعی

۳۳۹. فصل چهاردهم: انحصار

چند جانبه

۳۴۰. شیوع انحصار چند جانبه

۳۴۱. شناخت بهتر انحصار چند جانبه

۳۴۱. یک مثال از انحصار دوگانه

۳۴۳. تبانی و رقابت

۳۴۶. انحصار چند جانبه در عمل:

چارچوب‌های قانونی

۳۴۶. تبانی و سازش پنهانی و جنگ قیمت‌ها

۳۵۳. فصل پانزدهم: رقابت

انحصاری و متفاوت سازی محصول

۳۵۴. معنای رقابت انحصاری

۳۵۵. متفاوت سازی محصول

۳۵۵. رقابت انحصاری در کوتاه مدت

۳۵۶. رقابت انحصاری در بلندمدت

۳۵۹. رقابت انحصاری در برابر رقابت کامل

۳۵۹. قیمت، هزینه نهایی و متوسط

هزینه کل

۳۶۱. متفاوت سازی محصولات از طریق

تبلیغات و برندینگ

۳۶۱. نقش تبلیغات

۳۶۲. برندینگ و نام برند

۳۶۵. فصل شانزدهم:

پیامدهای خارجی

۳۶۶. هزینه‌ها و مزایای خارجی

۳۶۶. آلودگی: یک هزینه خارجی

۳۶۶. مقدار بهینه و اجتماعی آلودگی

۳۶۸. چرا یک اقتصاد بازار آزاد مقدار

بیشتری آلودگی تولید می‌کند؟

۳۶۹. سیاست‌های معطوف بر آلودگی

۳۷۰. استانداردهای زیست محیطی

۳۷۰. مالیات‌ها بر انتشار آلاینده‌ها

۳۷۰. مجوزهای قابل مبادله انتشار

۳۷۲. پیامدهای خارجی مثبت

۳۷۲. پیامدهای خارجی شبکه‌ای

۳۷۲. مزایای بیرونی پیامدهای خارجی

شبکه‌ای

۳۷۵. فصل هفدهم: کالاهای

عمومی و منابع مشترک

۳۷۶. کالاهای عمومی

۳۷۶. ویژگی‌های کالاهای

۳۷۷. کالاهای عمومی

۳۷۷. تامین کالاهای عمومی

۳۷۸. چه مقدار کالای عمومی باید

تولید شود؟

۳۷۹. تحلیل‌های سود و هزینه

۳۸۰. منابع مشترک

۳۸۱. استفاده موثر از منابع مشترک و حفظ

و نگهداشت آن

۳۸۲. کالاهایی که به طور مصنوعی کمیاب

هستند

۳۸۷. فصل هجدهم: مسایل

اقتصادی مرتبط با دولت رفاه

۳۸۸. فقر، نابرابری و سیاست عمومی

۳۸۸. روند فقر در آمریکا

۳۸۸. فقرا چه کسانی هستند؟

۳۸۹. عوامل به وجودآورنده فقر

۳۹۰. نابرابری درآمدی و ضریب جینی

۳۹۱. مباحثی در خصوص دولت رفاه

۳۹۲. مشکلات و چالش‌های پیرامون

دولت رفاه

۳۹۳. اثرات دولت رفاه بر فقر و نابرابری

۳۹۹. فصل نوزدهم: بازارهای

عوامل تولید و توزیع درآمد

۴۰۰. عوامل تولید در اقتصاد

۴۰۰. چرا بازارهای عوامل تولید مهم هستند:

تخصیص منابع

۴۰۱. درآمد‌های عوامل تولید و توزیع درآمد

۴۰۲. بهره‌وری نهایی و تقاضای عوامل تولید

۴۰۲. ارزش محصول نهایی

۴۰۴. ارزش تولید نهایی و تقاضای عوامل تولید

۴۰۵. تغییرات و جابه‌جایی منحنی عوامل تولید

۴۰۶. بازار برای زمین و سرمایه

۴۰۷. نابرابری‌های دستمزدی در عمل

۴۰۷. بهره‌وری نهایی و نابرابری دستمزدی

۴۰۹. عرضه نیروی کار

۴۱۰. کار در برابر تفریح

۴۱۰. دستمزدها و عرضه کار

۴۱۱. جابه‌جایی‌ها در منحنی عرضه کار

۴۱۷. فصل بیستم: ابهام،

ریسک و اطلاعات خصوصی

۴۱۸. مسائل اقتصادی ریسک‌گریزی

۴۱۸. انتظارات و ابهام

۴۱۸. بول‌پرداخت کردن برای اجتناب از ریسک

۴۱۹. خرید، فروش و کاهش ریسک

۴۲۰. مبادله کردن ریسک‌ها و انتقال ریسک

به دیگران

۴۲۰. قدرت متنوع سازی

۴۲۱. محدودیت‌های متنوع سازی

۴۲۲. اطلاعات خصوصی: آنچه شما

نمی‌دانید می‌تواند به شما لطمه بزند

۴۲۳. انتخاب بد و نادرست

۴۲۴. برای اجتناب از انتخاب‌های بد چه

می‌توان کرد؟

۴۲۴. آسیب‌های اخلاقی