

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اقتصاد مدیریت پیشرفته

تالیف: دکتر محمدرضا حمیدی زاده
عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی

سرشناسه : حمیدی زاده، محمدرضا، ۱۳۳۵ -
 عنوان و پدیدآور : اقتصاد مدیریت پیشرفته / تألیف محمدرضا حمیدی زاده.
 وضعیت ویراست : ویراست ۲، با تجدیدنظر و اضافات
 مشخصات نشر : تهران: حامی، ۱۳۸۹.
 مشخصات ظاهری : ۳۹۲ ص. : مصور، جدول، نمودار.
 شابک : ۸۵۰۰۰ ریال: ۱۹-۲-۵۹۶۲-۶۰۰-۹۷۸-۹
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 موضوع : اقتصاد مدیریت - - راهنمای آموزشی (عالی).
 موضوع : اقتصاد مدیریت - مسائل، تمرین ها و غیره (عالی).
 رده بندی کنگره : ۱۳۸۹ الف ۷ ح ۸ / ۲۲ / ۳۰ HD
 رده بندی دیویی : ۶۵۸ / ۱۵۰۷۶ :
 شماره ی کتابشناسی ملی: ۲۱۸۳۴۹۴

انتشارات حامی

نام کتاب :	اقتصاد مدیریت پیشرفته (همراه با مسائل حل شده)
مؤلف :	محمدرضا حمیدی زاده
ناشر :	"انتشارات حامی" - ۲۲۱۲۶۷۰۱ - ۱۹۶۲۷۱۶ - ۰۹۱۲
سال و نوبت :	نوبت دوم ۱۳۸۹ / با تجدیدنظر کامل و اضافات / نوبت اول / ۱۳۸۷
تیراژ :	۱۰۰۰ نسخه
قیمت :	۸۵/۰۰۰ ریال
چاپ و صحافی :	مهارت / جدی
مرکز پخش :	۶۶۴۱۱۱۷۳ - ۶۶۴۱۶۵۴۸ - ۶۶۴۱۷۳۴۶ - ۶۶۹۵۳۴۶۲ - ۸۸۳۰۰۹۷۳

کلیه حقوق چاپ و نشر این اثر برای ناشر محفوظ می باشد. نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است.

فهرست

عنوان

صفحه

پیشگفتار ۷-۸

بخش اول: ماهیت اقتصاد مدیریت و ساختار بازار ۹-۹۰

فصل اول: اقتصاد مدیریت: هدف و روش‌شناسی ۱۱-۳۸

مقدمه - نظریه‌های اقتصادی و اقتصاد مدیریت - روش‌شناسی و اقتصاد مدیریت - متغیرهای هدف و ابزار - اهداف بنگاه‌های اقتصادی - اهداف دستوری بنگاه‌های بخش خصوصی و انتفاعی: سودآوری - سازوکارهای سودآوری: سودآوری براساس ریسک - سودآوری براساس تعادل پویا - سودآوری براساس انحصار - سودآوری براساس نوآوری - سودآوری براساس اثربخشی مدیریت: قوانین تصمیمات نهایی - نواقص هدف حداکثرسازی سود - اهداف توصیفی بنگاه‌های بخش خصوصی و انتفاعی: مطلوبیت مدیریت - معیارهای رشد - فعالیت دراز مدت - رضامندی و استانداردهای بازدهی؛ اهداف دستوری بنگاه‌های بخش عمومی و غیرانتفاعی: تحلیل منفعت و هزینه - قوانین تصمیمات نهایی؛ هدف‌های دستوری مؤسسات غیرانتفاعی - هدف‌های توصیفی در مؤسسات عمومی - هدف‌های توصیفی برای مؤسسات غیر انتفاعی - تمرین

فصل دوم: ساختار بازار و بخش‌بندی بازار ۳۹-۵۶

مقدمه - منحنی‌های تقاضای فرد، بنگاه‌های اقتصادی و بازار - ساختارهای بازار - بازارهای صنعتی - طبقه‌بندی محصولات و خدمات - بخش‌بندی بازار - راهبرد کلی بخش‌بندی بازار - استراتژی‌های بخش‌بندی بازارهای صنعتی - بخش‌بندی بازار صنعتی و بازار مصرفی - تمرین

فصل سوم: فرایند و روش‌های بخش‌بندی بازار ۵۷-۹۰

مقدمه - فرایند مرحله‌ای: گام اول: سازوکار بخش‌بندی، گام دوم: هدف‌گیری، گام سوم: موضع‌یابی

- روش‌های بخش‌بندی بازارهای صنعتی - بخش‌بندی خرد و کلان - بخش‌بندی کلان - بخش‌بندی خرد - ویژگی‌های موقعیت خرید - ویژگی گروه خریدار - رفتار اختصاصی خریدار - ترکیب دو روش کلان و خرد - روش لاتهای - بازارهای بالغ - تمرین

بخش دوم: تحلیل اقتصادی ساختار بازارها ۹۱ - ۱۹۸

فصل چهارم: ساختار رقابتی ۹۳ - ۱۳۰

مقدمه - منحنی تقاضا و عرضه - سود و ثبات اقتصادی - تعادل در ساختار رقابتی - سودآوری در ساختار رقابتی بازار - تأثیر مالیات بر قیمت‌ها - ویژگی‌های منحنی عرضه - اثرات اقتصادی بازار رقابتی: حداقل کردن هزینه سطر - منابع اجتماعی - تخصیص منابع و کارایی یکسان - سود اقتصادی - نوآوری - بهینگی رقابت بازار - شکست رقابت و ساختار رقابتی: صرفه‌جوئی‌های ناشی از محیط برونی - صرفه‌جوئی‌های ناشی از مقیاس درونی - امکانات تولید، بهینه پارتو در عوامل تولید - امکانات مصرف - توزیع نابرابر درآمد - تمرین

فصل پنجم: انحصار کامل ۱۳۱ - ۱۵۲

مقدمه - شرایط بروز انحصار - تعادل و سود - آثار اقتصادی انحصار - حداکثرسازی سود و کشش قیمتی تقاضا - سازوکار اثرگذاری مالیات - تمرین

فصل ششم: رقابت انحصاری ۱۵۳ - ۱۷۲

مقدمه - تعادل و حداکثرسازی سود - عوامل مؤثر بر اندازه ضریب کشش قیمتی تقاضای محصول - تخصیص منابع در ساختار رقابت انحصاری - آثار اقتصادی رقابت انحصاری: تخصیص نادرست منابع - وجود رقابت غیرقیمتی - اثر منفی تبلیغات زیاد - بهره‌گیری کمتر از حد مقیاس مناسب بنگاه اقتصادی؛ مخارج فروش و ترویج - الگوی تعیین مخارج فروش - نقش تبلیغات - انحصار خرید - تمرین

فصل هفتم: انحصار چند جانبه ۱۷۳ - ۱۹۸

مقدمه - مدل کورنات - مدل برتراند - مدل اچ. ورت - مدل چمبرلین - مدل سوئیزی - مدل کارتل - کارتل متمرکز شده - رهبری قیمت - تعادل بلند مدت در شرایط انحصار چند جانبه - آثار اقتصادی انحصار چند جانبه - تمرین

بخش سوم: قیمت گذاری ۲۶۸ - ۱۹۹

فصل هشتم: روش های قیمت گذاری اقتصادی ۲۳۰ - ۲۰۱

مقدمه - قیمت گذاری محصولات چندگانه با تقاضاهای وابسته - قیمت گذاری محصولات با تولیدات مشترک - تبعیض قیمت - قیمت گذاری انتقالی - قیمت گذاری در عمل - کشش قیمتی تقاضا و بهای اضافه بر هزینه - تمرین

فصل نهم: روش های قیمت گذاری استراتژیک و براساس تقاضا ۲۵۲ - ۲۳۱

مقدمه - روش های قیمت گذاری استراتژیک: قیمت گذاری براساس بهای بیشتر - قیمت گذاری سربر - قیمت گذاری براساس نرخ بازده - قیمت گذاری براساس هزینه متغیر - قیمت گذاری براساس حداکثر ظرفیت؛ قیمت گذاری براساس تقاضا؛ حداکثرسازی سود - حداکثرسازی درآمد - حداکثر نمودن واحد کالا - کشش ها - کشش ها و مخارج - تمرین

فصل دهم: روش های قیمت گذاری محصولات جدید و براساس عوامل محیطی ۲۶۸ - ۲۵۳

مقدمه - قیمت گذاری محصولات جدید: قیمت گذاری سودگرانه - قیمت گذاری نفوذی - قیمت گذاری واسط؛ قیمت گذاری براساس عوامل محیطی؛ قیمت گذاری براساس خطوط تولید - قیمت گذاری براساس شبکه توزیع - قیمت گذاری براساس وضعیت رقبا - قیمت گذاری براساس مناقصه - قیمت گذاری براساس تبعیض قیمت - قیمت گذاری قریب آمیز - قیمت گذاری براساس نمایشگاه های تجاری - قیمت گذاری اقلام کالا؛ قیمت گذاری و تورم - تمرین

بخش چهارم: موقعیت یابی، دانش و ریسک ۳۴۶ - ۲۶۹

فصل یازدهم: موقعیت یابی استراتژیک بنگاه های اقتصادی ۳۰۰ - ۲۷۱

مقدمه - نقشه ارزش - خلق ارزش: خلق ارزش و فرصت های کسب و کار - خلق ارزش و مزیت رقابتی - خلق ارزش و توزیع مجدد ارزش - جذب ارزش و نقش اقتصاد صنعتی؛ مزیت هزینه ای و مزیت منفعتی؛ استراتژی های ژنریک - منطق استراتژیک مزیت هزینه ای - منطق استراتژیک مزیت منفعتی - منطق استراتژیک کشش قیمتی تقاضا - موقعیت میانی؛ تعهدات استراتژیک - مکمل ها و

جانشین‌های استراتژیک - محرک‌های استراتژیک برای ایجاد تعهد - تعهدات انعطاف‌ناپذیر در مقابل تعهدات انعطاف‌پذیر؛ مفهوم‌شناسی استراتژیک‌های تعهد - چارچوب تحلیل تعهدات - مزیت‌های رقابتی نوین - انگیزه‌های نوآوری - رقابت نوآورانه - اقتصاد تکاملی - محیط - رهیافت‌ها - تمرین.

فصل دوازدهم: رویکرد دستیابی به اقتصاد دانش محور ۳۲۰ - ۳۰۱

مقدمه - چشم‌انداز - دانش به عنوان منبع - دانش و قابلیت‌ها - اقتصاد الکترونیکی - استراتژی‌های دانش محور - زنجیره ارزش دانش - مدل دانش محور - رهیافت‌ها - تمرین

فصل سیزدهم: ریسک: شاخص‌ها و مطلوبیت ۳۴۸ - ۳۲۱

مقدمه -- تعریف و انواع ریسک - توزیع‌های احتمال - مقدار متوسط - انحراف معیار - ضریب تغییرات - توزیع احتمال نرمال - ریسک و زمان - گرایش به ریسک و نظریه مطلوبیت -- تمرین

حل مسائل ۳۸۰ - ۳۴۹

منابع ۳۸۸ - ۳۸۱

جدول ۱. مقادیر توزیع نرمال استاندارد شده Z ۳۹۰ - ۳۸۹

جدول ۲. توزیع مقادیر t- استیودنت ۳۹۱

واژگان ۳۹۲

پیشگفتار

اقتصاد مدیریت به نحوی نظام‌مند؛ چارچوب، روش‌های اصلی تجزیه و تحلیل و ابزارهای شناخت تصمیم‌گیری اقتصادی بنگاه را برای هدایت بهتر فعالیت در محیط، فراهم و ارائه می‌کند. بنگاه‌های اقتصادی نیازمند بهره‌گیری از اقتصاد مدیریت برای ارتقای مهارت‌های سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری در ساختارهای بازار هستند. مدیران، کارشناسان و اقتصادشناسان مدیریت در تبیین، تحلیل و پیش‌بینی رفتارهای بنگاه‌های اقتصادی به کاربرد همزمان نظریه‌های تقاضا، عرضه، تولید، مخارج، روش‌های قیمت‌گذاری و حتی سیاست‌های اقتصادی در چارچوب نوع منتخب ساختار بازار نیازمند هستند. بهره‌گیری از این علم و دانش آنچنان به آنها قدرت تیزبینی، افق و ارتفاع فکری و چشم‌انداز موضوع‌ها و مسائل اقتصادی در سطح بنگاه، بازار و حتی کلان اعطاء می‌کند که می‌توانند شاهد جلوه‌ ظهور دانش اقتصاد مدیریت در هدایت رفتارهای اقتصادی‌شان باشند. این کتاب به منظور دستیابی به هدف‌های مذکور و برای نهادینه کردن رشته اقتصاد مدیریت در کشور نوشته شده است.

هر چند اینجانب به تحصیل رشته اقتصاد مدیریت در دوره دکتری در امریکا پرداخته‌ام، لیکن از سال ۱۳۶۴ با ترجمه کتاب اقتصاد مدیریت اثر: مویر و همکاران، به تدریس آن در مقاطع لیسانس و فوق لیسانس در تعدادی از دانشگاه‌های کشور پرداختم و در سال ۱۳۷۱، کتاب مدلسازی در اقتصاد مدیریت را نشر دادم اما این کتاب اصولاً، مباحث پیشرفته و نوین اقتصاد مدیریت را در چهار بخش و سیزده فصل در برمی‌گیرد. هدف اولیه آن نه تنها ارائه مباحث کاربردی و تحلیلی از موضوع‌های منتخب رشته اقتصاد مدیریت با دیدگاه نوین است بلکه در تکمیل دروس بنیادی رشته اقتصاد مدیریت نوشته شده تا پایه‌ای برای ایجاد رشته اقتصاد مدیریت در دانشگاه‌های کشور هم قلمداد شود.

و من الله التوفیق

دکتر محمدرضا حمیدی‌زاده

عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی