

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اقتصاد مدیریت و استراتژی کسب و کار

نوشته:

میشل آر. بای

انتشارات بین المللی مک گرو هیل (چاپ ششم)
(جلد اول)

ترجمه:

عبداله رحیم لوی بنیس

سرشناسه	بای، مایکل آر، ۱۹۵۸-م. Baye, Michael R.
عنوان و نام پدیدآور	اقتصاد مدیریت و استراتژی کسب و کار ۲/ نوشته میشل آر. بای؛ [ترجمه] عبدالله رحیم‌لوی‌بنیس.
مشخصات نشر	تهران: مؤسسه کتاب مهریان نشر، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	۲۸۸ص: جدول، نمودار.
شابک	۹-۷۶-۵۸۲۳-۶۰۰-۹۷۸
یادداشت	Managerial economics and business strategy, 6th ed.
موضوع	عنوان اصلی: اقتصاد مدیریت
موضوع	برنامه‌ریزی استراتژیک
شناسه افزوده	رحیم لوی بنیس، عبدالله، ۱۳۵۰- مترجم
رده بندی کنگره	۱۳۰/۲۲/۳۰ HD
رده بندی دیویی	۳۳۸/۵۰-۲۲۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۲۰۵۶۵۱۶



عنوان: اقتصاد مدیریت و استراتژی کسب و کار

جلد ۲

مؤلف: میشل آر. بای

مترجم: عبدالله رحیم لوی بنیس

ناشر: مؤسسه کتاب مهریان نشر

حروفچینی: خانم کاظمی

طراح جلد: خانم احسانگر

چاپ: اول زمستان ۱۳۹۱

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹-۷۶-۵۸۲۳-۶۰۰-۹۷۸

Email: Mehraban_book@yahoo.com

www.MehrabanPub.com

«کلیه حقوق چاپ و نشر محفوظ و متعلق به مؤلف است»

نشانی: تهران، خ انقلاب، خ ۱۲ فروردین، خ لبافی نژاد، پلاک ۱۸۹

فکس: ۶۶۴۸۳۱۴۵

تلفن: ۶۶۹۷۳۱۷۵-۶

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هر کسی تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش و عرضه کند، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

فهرست مطالب



عنوان	صفحه
فصل هشتم: مدیریت در بازارهای رقابتی، انحصاری و رقابت انحصاری	۱۵
اهداف یادگیری:	۱۵
مقدمه:	۱۶
رقابت کامل	۱۷
تقاضا در سطوح بنگاه و بازار	۱۸
تصمیمات ستانده در کوتاه‌مدت	۲۰
سود بیشینه شده	۲۰
اثبات مسأله ۸-۱	۲۵
کمینه‌سازی زیان	۲۶
اثبات مسأله ۸-۲	۳۱
منحنی عرضه صنعت و بنگاه در کوتاه‌مدت	۳۲
تصمیمات بلندمدت	۳۵
انحصار	۳۸
قدرت انحصار	۳۸
منابع قدرت انحصارگر	۴۰
مقیاس اقتصادی	۴۱
دامنه اقتصادی	۴۲
هزینه‌های مکمل	۴۲
حق انحصاری و دیگر موانع قانونی	۴۳
بیشینه‌سازی سود	۴۴

۴۵	درآمد نهایی
۴۶	اثبات مسأله ۸-۳
۴۸	اثبات مسأله ۸-۴
۴۹	تصمیم ستانده
۵۳	اثبات مسأله ۸-۵
۵۴	عدم وجود منحنی عرضه
۵۴	تصمیمات چند کارخانه‌ای
۵۶	اثبات مسأله ۸-۶
۵۷	کارکردهایی از موانع ورود
۶۰	رقابت انحصاری
۶۰	شرایط رقابت انحصاری
۶۱	بیشینه سازی سود
۶۴	تعادل بلندمدت
۶۹	مفاهیم تفکیک محصول
۷۱	تصمیمات بهینه تبلیغاتی
۷۳	اثبات مسأله ۸-۸
۷۴	پاسخ به عنوان فصل
۷۵	خلاصه
۷۵	نکات کلیدی و مفاهیم
۷۶	سؤالات محاسباتی و مفهومی
۸۰	مسائل و کاربرها
۸۷	ضمیمه
۸۷	محاسباتی از بیشینه‌سازی سود
۸۷	رقابت کامل

۹۱	فصل نهم: مدل‌های اصلی انحصار چندجانبه
۹۲	مقدمه:
۹۲	شرایط برای انحصار چندجانبه
۹۳	نقش باورها و تعاملات راهبردی
۹۵	اثبات مسأله ۹-۱
۹۵	اثبات مسأله ۹-۲
۹۶	سود بیشینه شده در چهار حالت انحصار چندجانبه
۹۶	انحصار چندجانبه سونی‌ری
۹۹	انحصار چندجانبه کورنو
۱۰۰	عملکرد واکنشی و تعادلی
۱۰۲	اثبات مسأله ۹-۳
۱۰۵	اثبات مسأله ۹-۴
۱۰۷	منحنی‌های سود برابر
۱۱۰	اثبات مسأله ۹-۵
۱۱۲	تغییرات در هزینه‌های نهایی
۱۱۴	تبانی
۱۱۷	انحصار چندجانبه استاکلبرگ
۱۲۱	اثبات مسأله ۹-۶
۱۲۲	انحصار چندجانبه برتراند
۱۲۵	مقایسه مدل‌های انحصار چندجانبه
۱۲۶	استاکلبرگ
۱۲۷	برتراند
۱۲۷	تبانی
۱۲۹	بازار قابل اعتراض

۱۳۱	پاسخ به عنوان.....
۱۳۳	خلاصه.....
۱۳۴	سؤالات محاسباتی و مفهومی.....
۱۳۸	مسائل و کاربردها.....
۱۴۳	فصل دهم: تئوری بازی در حوزه انحصار چند قطبی.....
۱۴۳	خطوط هوایی به دنبال مقررات دولتی برای حمل بار است:.....
۱۴۴	مقدمه.....
۱۴۵	بازنگری بازی‌ها و تفکرات راهبردی.....
۱۴۷	بازی‌های حرکت هم‌زمان و حرکت تک مرحله‌ای.....
۱۴۷	تئوری.....
۱۵۰	اثبات مسأله ۲-۱۰.....
۱۵۱	اثبات مسأله ۳-۱۰.....
۱۵۲	کاربرد بازی‌های تک مرحله‌ای.....
۱۵۴	تصمیمات تبلیغات و کیفیت.....
۱۵۵	اثبات مسأله ۴-۱۰.....
۱۵۶	تصمیمات هماهنگ‌کننده.....
۱۵۸	کنترل و نظارت بر کارکنان.....
۱۶۰	چانه‌زنی نش:.....
۱۶۱	اثبات مسأله ۱۰-۵.....
۱۶۲	بازی‌های بی‌نهایت تکرارشونده.....
۱۶۲	مرور ارزش فعلی.....
۱۶۳	پشتیبانی تبانی با استفاده از راهبرد آغازین (ماشه‌ای).....
۱۶۷	اثبات مسأله ۶-۱۰.....
۱۶۸	عوامل مؤثر تبانی در بازی‌های قیمت‌گذاری.....

۱۶۹	تعداد بنگاه‌ها
۱۶۹	اندازه بنگاه
۱۷۱	تاریخچه بازار
۱۷۱	مکانیزم‌های مجازات
۱۷۲	یک مورد کاربرد بازی‌های بی‌نهایت تکرارشونده در کیفیت محصول
۱۷۴	بازی‌های تکرارشونده محدود:
۱۷۴	بازی‌هایی با زمان پایانی نامشخص
۱۷۸	اثبات مسأله ۷-۱۰
۱۷۹	بازی تکرارشونده با یک دوره پایانی معلوم:
۱۸۱	اثبات مسأله ۸-۱۰
۱۸۱	کاربردهای مسأله مرحله پایانی:
۱۸۲	تسلیم و تلافی
۱۸۳	فروشنده پادزهر
۱۸۴	بازی‌های چندمرحله‌ای
۱۸۸	کاربردهای بازی‌های چندمرحله‌ای
۱۸۹	نوآوری
۱۸۹	اثبات مسأله ۹-۱۰
۱۹۱	چانه‌زنی متناوب
۱۹۲	اثبات مسأله ۱۰-۱۰
۱۹۵	پاسخ به عنوان فصل
۱۹۸	نکات و مفاهیم کلیدی
۲۰۳	مسائل و کاربردها
۲۱۳	فصل یازدهم: راهبردهای قیمت‌گذاری برای بنگاه‌های با قدرت بازار
۲۱۳	سرفصل

۲۱۳	بعد از اتمام این فصل شما باید بتوانید؛
۲۱۴	مقدمه:
۲۱۶	مروری بر قانون اصلی بیشینه‌سازی سود
۲۱۶	اثبات مسأله ۱-۱۱
۲۱۷	یک قانون قیمت‌گذاری ساده در شرایط انحصاری و رقابت انحصاری
۲۱۸	فرمول: درآمد نهایی برای بنگاهی با قدرت بازار
۲۲۰	اثبات مسأله ۲-۱۱
۲۲۲	یک گزینه ریاضی
۲۲۴	اثبات مسأله ۳-۱۱
۲۲۴	راهبردهایی که موجب سودهای بیشتری می‌شوند
۲۲۵	به‌دست آوردن مازاد از مصرف‌کنندگان
۲۲۵	تبعیض قیمت
۲۳۱	اثبات مسأله ۴-۱۱
۲۳۶	اثبات مسئله ۵-۱۱
۲۳۷	قیمت‌گذاری کلی
۲۴۰	اثبات مسأله ۶-۱۱
۲۴۰	مجموعه کالایی
۲۴۴	اثبات مسأله ۷-۱۱
۲۴۵	راهبردهای قیمت‌گذاری برای ساختارهای خاص تقاضا و هزینه
۲۴۵	قیمت‌گذاری بر مبنای بار حداکثر
۲۴۸	اثبات مسأله ۸-۱۱
۲۴۸	کمک مالی متقابل (یارانه جانبی)
۲۵۰	قیمت‌گذاری انتقالی
۲۵۳	راهبردهای قیمت‌گذاری در بازارهای با رقابت قیمتی شدید

۲۵۴	 تطبیق قیمت
۲۵۶	 القای وفاداری نام تجاری
۲۵۷	 قیمت‌گذاری تصادفی
۲۵۹	 پاسخ به عنوان
۲۶۰	 خلاصه
۲۶۱	 مفاهیم و واژه‌های کلیدی:
۲۶۱	 پرسشهای مفهومی و محاسباتی:
۲۶۵	 مسائل و کاربردها:
۲۷۳	 فصل دوازدهم: اقتصاد اطلاعات
۲۷۳	 سرفصل: رفع نگرانی بنگاه نسبت به مزایای حلیف رادیویی FCC
۲۷۴	 اهداف یادگیری:
۲۷۴	 مقدمه:
۲۷۵	 میانگین و واریانس
۲۷۸	 اثبات مسأله ۱-۱۲
۲۷۹	 عدم اطمینان و رفتار مصرف‌کننده
۲۷۹	 مخالف خطرپذیری
۲۸۰	 تصمیم‌گیری مدیریتی در مورد مصرف‌کنندگان مخالف خطرپذیری
۲۸۰	 کیفیت محصول
۲۸۲	 فروشگاه‌های زنجیره‌ای:
۲۸۳	 بیمه
۲۸۳	 جستجوی مصرف‌کننده
۲۸۷	 بنگاه و عدم اطمینان
۲۸۷	 مخالف خطرپذیری
۲۸۹	 اثبات مسأله ۲-۱۲

۲۹۲	جستجوی تولیدکننده
۲۹۳	اثبات مسأله ۳-۱۲
۲۹۳	پیشینه کردن سود
۲۹۴	اثبات مسأله ۴-۱۲
۲۹۵	عدم اطمینان و بازار (بی ثباتی)
۲۹۸	انتخاب نامساعد
۳۰۰	خطر عادی
۳۰۲	علامت دهی و غربال گری
۳۰۵	اثبات مسأله ۵-۱۲
۳۰۶	مزایده
۳۰۷	انواع مزایده
۳۰۷	مزایده انگلیسی
۳۰۸	مزایده قیمت اول به روش پیشنهاد لاک و مهر شده
۳۱۰	مزایده قیمت دوم با روش پیشنهاد لاک و مهر شده
۳۱۰	مزایده هلندی
۳۱۱	ساختارهای اطلاعاتی
۳۱۲	ارزش های محرمانه مستقل
۳۱۳	برآورد ارزش هم بسته
۳۱۴	راهبردهای ارائه پیشنهاد بهینه برای پیشنهاد دهندگان خطرپذیر
۳۱۴	راهبردهایی برای مزایده ارزش های محرمانه مستقل
۳۱۸	اثبات مسأله ۶-۱۲
۳۱۹	راهبردهایی برای مزایده های حقوق معنوی هم بسته
۳۲۱	درآمدهای مورد انتظار در انواع روش های مزایده
۳۲۵	اثبات مسأله ۷-۱۲

۳۲۵	پاسخ به سرفصل
۳۲۶	خلاصه
۳۲۸	سؤالات مفهومی و محاسباتی
۳۳۱	مسائل و کاربردها
۳۳۵	برای مطالعه بیشتر
۳۳۷	فصل سیزدهم: مباحث پیشرفته در راهبرد کسب و کار
۳۳۸	اهداف یادگیری
۳۳۹	مقدمه
۳۴۰	قیمت‌گذاری محدود راهی برای جلوگیری از ورود به صنعت
۳۴۱	مبانی نظری قیمت‌گذاری محدود
۳۴۲	قیمت‌گذاری محدود ممکن است اثرات از ورود جلوگیری نماید
۳۴۴	مرتبط ساختن قیمت پیش از ورود با سردهای بعد از ورود
۳۴۴	سازوکار (تعهد)
۳۴۷	اثرات منحنی یادگیری
۳۴۸	اطلاعات ناقص
۳۵۰	تأثیرات اعتبار (شهرت)
۳۵۰	ملاحظات پویا:
۳۵۳	اثبات مسأله ۱-۱۳
۳۵۴	قیمت‌گذاری تهاجمی برای کاهش رقابت
۳۵۶	اثبات مسأله ۲-۱۳
۳۵۷	افزایش هزینه‌های رقبا جهت کاهش رقابت
۳۵۸	راهبردهایی توأم با هزینه نهایی
۳۶۰	راهبردهایی توأم با هزینه‌های ثابت
۳۶۱	راهبردهایی برای بنگاه‌های ادغام عمودی شده

۳۶۲		جلوگیری از ادغام عمودی
۳۶۲		فشار هزینه - قیمت
۳۶۳		تبعیض قیمت در نقش یک ابزار راهبردی
۳۶۴		تغییر زمان‌بندی تصمیمات یا توصیه حرکات
۳۶۴		مزیت حرکت‌کننده اول
۳۶۷		مزایای حرکت‌کننده دوم
۳۶۸		اثبات مسأله ۳-۱۲
۳۶۹		قیمت‌گذاری نفوذی برای غلبه بر تأثیرات شبکه
۳۶۹		شبکه چیست؟
۳۷۱		آثار خارجی شبکه
۳۷۲		مزایای اولین حرکت‌کننده ناشی از توسعه مصرف‌کننده
۳۷۷		کاربرد اثر قیمت‌گذاری نفوذی در تغییر بازی
۳۷۸		اثبات مسأله ۴-۱۳
۳۷۹		پاسخ به سرفصل
۳۸۰		خلاصه
۳۸۰		مفاهیم و اصطلاحات کلیدی
۳۸۱		سؤالات محاسباتی و مفهومی
۳۸۵		مسائل و کاربردها
۳۸۷		فصل چهاردهم: توصیه‌های مدیریتی به دولت در زمینه بازار
۳۸۷		سرفصل: کمیسیون تجاری فدرال، ادغام را مشروط به دریافت ۱۰/۳۰ میلیون دلار تأیید نمود ...
۳۸۸		اهداف یادگیری
۳۸۸		مقدمه
۳۸۹		ورشکستگی‌های بازار
۳۸۹		قدرت بازار

۳۹۱	سیاست ضد تر است
۴۰۲	اثبات مسأله ۱-۱۴
۴۰۳	آثار خارجی
۴۰۶	قانون هوای پاک
۴۰۹	اثبات مسأله ۲-۱۴
۴۱۰	کالاهای عمومی
۴۱۰	اثبات مسأله ۳-۱۴
۴۱۴	اثبات مسأله ۴-۱۴
۴۱۵	اطلاعات ناقص
۴۲۴	اثبات مسأله ۵-۱۴
۴۲۴	سیاست‌های دولت و بازارهای بین‌المللی
۴۲۵	سهیمه‌ها
۴۲۶	اثبات مسأله ۶-۱۴
۴۲۷	تعرفه‌ها
۴۲۸	تعرفه مقطوع (کلی)
۴۲۹	تعرفه مالیات غیرمستقیم
۴۳۱	پاسخ به سرفصل
۴۳۲	خلاصه
۴۳۳	سؤالات مفهومی و محاسباتی
۴۳۹	مسائل و کاربردها
۴۴۳	تمرینهای مسأله محور
۴۴۴	نکات مورد توجه مؤلف درباره قضیه
۴۴۷	قضیه
۴۴۷	چالش در تایم وارنر

۴۴۷	پیشینه تاریخی
۴۴۹	مروری در صنعت و عملیات تایم وارنر
۴۵۱	فیلم‌های سرگرمی
۴۵۲	تولید و پخش تصویر متحرک
۴۵۳	صنعت فیلم‌سازی
۴۵۷	تولید برنامه‌های تلویزیونی
۴۵۸	پخش ویدئو خانگی
۴۵۸	انتشارات
۴۵۹	انتشار مجله
۴۶۱	یادداشت (۱)
۴۶۲	یادداشت (۲)
۴۶۳	یادداشت (۳)
۴۶۴	یادداشت (۴)
۴۶۵	یادداشت (۵)
۴۶۶	یادداشت (۶)
۴۶۷	یادداشت (۷)
۴۶۸	یادداشت (۸)
۴۶۹	پیوست A
۴۷۳	واژه نامه