

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَصَلَّى اللَّهُ عَلَى مُحَمَّدٍ وَآلِهِ الطَّاهِرِينَ

مبانی اقتصاد برای کسب و کار

[جلد اول]

مؤلفان:

جان سلومن

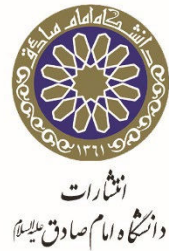
الیزابت جونز

مترجمان:

سید محمد هادی سبحانیان

عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی

ابوالفضل عباسی دره بیدی



عنوان: مبانی اقتصاد برای کسب و کار (جلد اول)

مؤلفان: جان سلومن و الیزابت جونز

مترجمان: دکتر سیدمحمدهادی سبحانیان و ابوالفضل عباسی دره‌بیدی

ناشر: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام

صفحه‌آرا: رضا عبداللہی بجندی

طراح جلد: احمد قائمی مهدوی

نمایه‌ساز و ناظر نسخه‌برداری و چاپ: رضا دیبا

چاپ و صحافی: چاپ سپیدان

چاپ اول: ۱۴۰۲

قیمت: ۳/۸۰۰/۰۰۰ ریال

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۲۵۹-۷۳-۷

فروشگاه مرکزی: تهران: خیابان انقلاب، بین خیابان فخررازی و خیابان دانشگاه، مجتمع پارسا، همکف، واحد ۳ و ۲
تلفن: ۶۶۹۵۴۶۰۳ - تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۰۶۰۶۷۴۱۱
فروشگاه کتاب صادق: تهران: بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، ضلع شمالی دانشگاه
صندوق پستی ۱۵۹-۱۴۶۵۵ • کد پستی: ۰۱۴۶۵۹۴۳۶۸۱ • تلفکس: ۸۸۳۷۰۱۴۲
فروشگاه اینترنتی: <https://press.isu.ac.ir> • E-mail: pub@isu.ac.ir

سرشناسه: اسلومن، جان، ۱۹۴۷ - م

عنوان و نام پدیدآور: مبانی اقتصاد برای کسب و کار / جان سلومن و الیزابت جونز؛ ترجمه سیدمحمدهادی سبحانیان و ابوالفضل عباسی دره‌بیدی.

مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۴۰۲.

مشخصات ظاهری: ۲ ج.

شابک ج ۱: ۹۷۸-۶۲۲-۵۲۵۹-۷۳-۷

شابک ج ۲: ۹۷۸-۶۲۲-۵۲۵۹-۷۴-۴

عنوان اصلی: Essential Economics for Business 5th

موضوع: اقتصاد

موضوع: کسب و کار

شناسه افزوده: جونز، الیزابت، ۱۹۸۴-

شناسه افزوده: سبحانیان، سیدمحمدهادی، ۱۳۶۴- مترجم

شناسه افزوده: عباسی دره‌بیدی، ابوالفضل، ۱۳۶۸- مترجم

شناسه افزوده: دانشگاه امام صادق (ع)

رده‌بندی کنگره: HB ۱۸۰

رده‌بندی دیویی: ۳۳۰

شماره کتابشناسی ملی: ۹۱۶۳۲۲۶

تمام حقوق محفوظ است، هیچ بخشی از این کتاب بدون اجازه مکتوب ناشر قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی از جمله چاپ، فتوکپی، انتشار الکترونیکی، فیلم و صدا و انتقال در فضای مجازی نمی‌باشد.
این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

فهرست مطالب

۲۳ سخن ناشر
۲۵ پیشگفتار
۲۵ سخنی با دانشجویان
۲۷ سخنی با معلمان و اساتید
۲۸ ویژگی های خاص کتاب
۳۰ منابع تکمیلی
۳۰ سایت اخبار اقتصادی
۳۱ وبسایت دانشجویان
۳۱ منابع مختص اساتید
۳۳ تشکر و قدردانی

بخش اول. مقدمه

۳۷ فصل ۱. کسب و کارها و محیط اقتصادی
۴۸ ۱-۱. سازمان دهی کسب و کار
۴۸ بنگاه به عنوان یک شخصیت حقوقی
۴۹ شرکت ها
۵۱ تعاونی ها
۵۱ ساختار درون سازمانی بنگاه
۵۱ ساختار نوع U
۵۳ ساختار نوع M
۵۳ سازمان های مسطح

۵۴	شرکت هلدینگ
۵۵	اهداف بنگاه
۵۶	جدایی مالکیت از کنترل
۵۶	رابطه کارفرما - کارگزار
۵۸	بقا در کسب‌وکار
۶۰	۱-۲. محیط بیرونی کسب‌وکار
۶۰	ابعاد محیط بیرونی کسب‌وکار
۶۴	جهانی‌شدن و تغییر محیط کسب‌وکار
۶۶	طبقه‌بندی صنایع
۷۱	طبقه‌بندی تولید
۷۲	طبقه‌بندی بنگاه‌ها براساس صنعت
۷۳	طبقه‌بندی استاندارد صنعتی
۷۶	تغییرات ساختار اقتصاد بریتانیا
۷۶	ساختار - رفتار - عملکرد
۸۱	۱-۳. رویکرد اقتصاددانان به کسب‌وکار
۸۱	مواجهه با مسئله کمیابی
۸۲	عرضه و تقاضا
۸۳	انتخاب
۸۴	انتخاب و هزینه فرصت
۸۵	انتخاب‌های عقلایی
۸۶	هزینه‌های نهایی و منافع نهایی
۸۷	انتخاب‌ها و بنگاه

بخش دوم. بازارها، تقاضا و عرضه

۹۵	فصل ۲. سازوکار بازارهای رقابتی
۹۶	۲-۱. کسب‌وکار در يك بازار رقابت کامل
۹۶	سازوکار قیمت در شرایط رقابت کامل
۹۷	نحوه کارکرد سازوکار قیمت

فهرست مطالب □ ۷

۹۹	اثر تغییرات عرضه و تقاضا.....
۹۹	تغییر تقاضا.....
۹۹	تغییر عرضه.....
۱۰۰	۲-۲. تقاضا.....
۱۰۰	رابطه بین تقاضا و قیمت.....
۱۰۱	منحنی تقاضا.....
۱۰۵	سایر عوامل تعیین کننده تقاضا.....
۱۰۶	حرکت در امتداد منحنی تقاضا و جابه جایی آن.....
۱۰۹	۲-۳. عرضه.....
۱۰۹	عرضه و قیمت.....
۱۱۱	منحنی عرضه.....
۱۱۲	سایر عوامل تعیین کننده عرضه.....
۱۱۴	حرکت در امتداد منحنی عرضه و جابه جایی آن.....
۱۱۶	۲-۴. تعیین قیمت و مقدار محصول.....
۱۱۶	قیمت و مقدار تعادلی.....
۱۱۸	منحنی عرضه و تقاضا.....
۱۱۹	حرکت به سمت یک تعادل جدید.....
۱۱۹	تغییر تقاضا.....
۱۲۰	تغییر عرضه.....
۱۲۵	۲-۵. کشش عرضه و تقاضا.....
۱۲۵	کشش قیمتی تقاضا.....
۱۲۶	تعریف کشش قیمتی تقاضا.....
۱۲۸	عوامل تعیین کننده کشش قیمتی تقاضا.....
۱۳۰	کشش قیمتی تقاضا و مخارج مصرف کننده.....
۱۳۹	سایر کشش ها.....
۱۴۱	کشش درآمدی تقاضا ($Y_{\epsilon D}$).....
۱۴۲	کشش متقاطع قیمتی تقاضا ($C_{\epsilon Dab}$).....
۱۴۴	کشش قیمتی عرضه ($P_{\epsilon S}$).....

۱۶۱	فصل ۳. تقاضا و مصرف‌کننده
۱۶۲	۳-۱. تقاضا و بنگاه
۱۶۳	۳-۲. شناخت رفتار مصرف‌کننده
۱۶۴	مطلوبیت نهایی
۱۶۵	مازاد مصرف‌کننده
۱۶۶	مطلوبیت نهایی و منحنی تقاضا برای یک کالا
۱۶۶	منحنی تقاضا برای یک فرد
۱۶۷	منحنی تقاضای بنگاه
۱۶۸	مسئله اطلاعات ناقص
۱۷۰	بیمه: روشی برای حذف ریسک‌ها
۱۷۰	توزیع ریسک‌ها
۱۸۱	۳-۳. اقتصاد رفتاری
۱۸۱	تبیین انتخاب‌های «غیرعقلایی» مصرف‌کنندگان
۱۸۱	چگونگی شکل‌گیری گزینه‌ها
۱۸۲	انتخاب از میان گزینه‌های متعدد
۱۸۲	عقلانیت محدود
۱۸۲	نسبت‌ها مهم‌اند
۱۸۳	رفتار گله‌ای و «تفکر گروهی»
۱۸۴	هزینه‌های برگشت‌ناپذیر
۱۸۴	غلبه احساسات
۱۸۵	کاربرد در سیاست‌گذاری اقتصادی
۱۸۸	۳-۴. تخمین و پیش‌بینی تقاضا
۱۸۹	روش‌های جمع‌آوری داده در زمینه رفتار مصرف‌کننده
۱۸۹	مشاهدات بازار
۱۹۰	نظرسنجی‌های بازار
۱۹۱	آزمایش‌های بازار
۱۹۲	پیش‌بینی تقاضا
۱۹۳	تحلیل ساده سری‌های زمانی

۱۹۳	تجزیه مسیره‌های زمانی
۱۹۵	پیش‌بینی بارومتری
۱۹۷	۳-۵. تحريك تقاضا
۱۹۸	متمایزسازی محصول
۱۹۸	ویژگی‌های یک محصول
۱۹۹	بخش‌بندی بازار
۲۰۰	بازاریابی محصول
۲۰۰	راهبرد محصول - بازار
۲۰۲	آمیخته بازاریابی
۲۰۸	تبلیغات
۲۱۰	تبلیغات و وضعیت اقتصاد
۲۱۹	فصل ۴. تصمیمات عرضه در بازار رقابت کامل
۲۲۰	۴-۱. تولید در کوتاه‌مدت
۲۲۰	تغییرات کوتاه‌مدت و بلندمدت در تولید
۲۲۱	کوتاه‌مدت
۲۲۱	بلندمدت
۲۲۲	تولید در کوتاه مدت: قانون بازده نزولی
۲۲۵	هزینه فرصت
۲۲۵	اندازه‌گیری هزینه‌های فرصت بنگاه
۲۲۷	هزینه‌ها و نهاده‌ها
۲۲۸	هزینه متوسط و نهایی
۲۳۸	۴-۲. تولید و هزینه در بلندمدت
۲۳۸	مقیاس تولید
۲۴۰	صرفه‌های ناشی از مقیاس
۲۴۴	عدم صرفه‌های ناشی از مقیاس
۲۴۵	اندازه کل صنعت
۲۴۶	هزینه متوسط بلندمدت
۲۴۸	مفروضات زیربنای منحنی هزینه متوسط بلندمدت

۲۴۸.....	هزینه‌های مبادلاتی.....
۲۵۲.....	هزینه‌های مبادلاتی و مقیاس و گستره بنگاه.....
۲۵۸.....	۳-۴. درآمد.....
۲۵۹.....	درآمد کل، متوسط و نهایی.....
۲۵۹.....	درآمد کل (TR).....
۲۵۹.....	درآمد متوسط (AR).....
۲۵۹.....	درآمد نهایی (MR).....
۲۶۰.....	منحنی‌های درآمد متوسط و نهایی.....
۲۶۴.....	۴-۴. حداکثرسازی سود.....
۲۶۴.....	معنای «سود».....
۲۶۶.....	حداکثرسازی سود در کوتاه‌مدت.....
۲۶۹.....	تبادل بلندمدت بنگاه.....
۲۷۱.....	آیا رقابت کامل به نفع بنگاه‌ها و مصرف‌کنندگان است؟.....

بخش سوم. محیط اقتصاد خرد کسب و کار

۲۸۵.....	فصل ۵. تصمیم‌گیری در مورد قیمت‌گذاری و تولید محصول در بازارهای رقابت ناقص.....
۲۸۶.....	۵-۱. انواع ساختارهای بازار.....
۲۸۶.....	عوامل اثرگذار بر میزان رقابت.....
۲۸۶.....	تعداد بنگاه‌ها.....
۲۸۷.....	آزادی بنگاه‌ها برای ورود به و خروج از صنعت.....
۲۸۷.....	ماهیت محصول.....
۲۸۷.....	شکل منحنی تقاضا.....
۲۸۸.....	ساختارهای بازار.....
۲۹۰.....	ساختار بازار و رفتار و عملکرد بنگاه‌ها.....
۲۹۴.....	۵-۲. انحصار کامل.....
۲۹۴.....	انحصار کامل به چه معنا است؟.....
۲۹۵.....	موانع ورود به بازار.....
۲۹۸.....	حداکثرسازی سود در شرایط انحصار کامل.....

فهرست مطالب □ ۱۱

۲۹۸	درآمد متوسط و نهایی
۳۰۰	مقدار محصول و قیمت حداکثرکننده سود
۳۰۰	مقایسه شرایط انحصار کامل با رقابت کامل
۳۰۹	۳-۵. انحصار چندجانبه
۳۰۹	وابستگی متقابل بنگاه‌ها
۳۱۰	رقابت و تبانی
۳۱۱	انحصار چندجانبه با تبانی
۳۱۱	کارتل
۳۱۳	تبانی پنهان
۳۱۴	عوامل تسهیل‌کننده تبانی
۳۱۵	عناصر رقابت در شرایط انحصار چندجانبه با تبانی
۳۱۵	انحصار چندجانبه بدون تبانی
۳۱۶	منحنی تقاضای شکسته
۳۱۷	انحصار چندجانبه و مصرف‌کننده
۳۲۴	۴-۵. نظریه بازی
۳۲۵	بازی‌های تک‌حرکتی
۳۲۶	بازی‌های دارای راهبرد غالب
۳۲۹	بازی‌های پیچیده‌تر
۳۳۳	بازی‌های چندحرکتی
۳۳۴	اهمیت تهدیدها و وعده‌ها
۳۳۶	اهمیت زمان‌بندی: درخت‌های تصمیم
۳۳۹	۵-۵. سایر اهداف بنگاه‌ها
۳۴۰	سایر متغیرهای هدف برای حداکثرسازی
۳۴۰	حداکثرسازی درآمد حاصل از فروش
۳۴۱	حداکثرسازی رشد
۳۴۳	پیگیری اهداف متعدد
۳۴۳	نظریه‌های رفتاری بنگاه: تأمین سود رضایت‌بخش و تعیین اهداف
۳۴۴	نظریه‌های رفتاری بنگاه: ظرفیت مازاد سازمانی

۳۴۵ منافع مصرف‌کننده
۳۴۹ ۵-۶. تعیین قیمت
۳۴۹ قیمت‌گذاری مبتنی بر هزینه
۳۴۹ انتخاب اضافه‌بها
۳۵۱ انواع اضافه‌بها
۳۵۱ تبعیض قیمت
۳۵۲ شرایط لازم برای اجرای تبعیض قیمت
۳۵۳ مزیت‌های تبعیض قیمت برای بنگاه
۳۵۴ قیمت‌گذاری و چرخه حیات محصول
۳۵۶ مرحله رونمایی
۳۵۶ مرحله رشد
۳۵۷ مرحله بلوغ
۳۵۷ مرحله افول
۳۶۷ فصل ۶. راهبرد و رشد کسب و کار
۳۶۸ ۶-۱. تحلیل راهبردی
۳۶۸ تحلیل راهبردی محیط کسب و کار بیرونی
۳۶۹ مدل نیروهای پنج‌گانه رقابت
۳۷۴ تحلیل راهبردی درونی: تحلیل زنجیره ارزش
۳۷۵ فعالیت‌های اصلی
۳۷۷ فعالیت‌های پشتیبانی
۳۷۸ ۶-۲. انتخاب راهبردی
۳۷۸ انتخاب‌های راهبردی محیط‌محور یا بازارمحور
۳۷۹ راهبرد رهبری هزینه
۳۸۳ راهبرد متمایزسازی
۳۸۳ راهبرد تمرکز
۳۸۴ انتخاب‌های راهبردی مبتنی بر منابع داخلی
۳۸۴ توانمندی‌های اصلی
۳۸۵ آیا امکان حفظ توانمندی اصلی وجود دارد؟

فهرست مطالب □ ۱۳

۳۸۶	واکنش رقبا
۳۹۳	۳-۶. راهبرد رشد
۳۹۴	رشد از طریق گسترش درونی
۳۹۴	تأمین منابع مالی برای رشد درونی
۳۹۶	انواع گسترش درونی
۳۹۷	رشد از طریق یکپارچه‌سازی عمودی
۴۰۲	رشد از طریق متنوع‌سازی
۴۰۳	رشد از طریق ادغام
۴۰۴	چرا ادغام؟
۴۱۲	رشد از طریق ائتلاف راهبردی
۴۱۳	ائتلاف‌های راهبردی در چه قالب‌هایی قابل انجام است؟
۴۱۶	۴-۶. تأمین مالی رشد و سرمایه‌گذاری
۴۱۶	منابع تأمین مالی کسب‌وکار
۴۱۹	بازار سهام
۴۱۹	نقش بورس لندن
۴۲۰	مزایا و معایب استفاده از بازار سهام برای تأمین سرمایه
۴۲۱	آیا بازار سهام کارا است؟
۴۲۳	۵-۶. کسب‌وکارهای کوچک
۴۲۴	مزیت رقابتی در بنگاه‌های کوچک
۴۲۵	مشکلات پیش روی کسب‌وکارهای کوچک
۴۲۶	نقش کارآفرین
۴۲۸	دیدگاه‌ها در مورد کارآفرینی در بریتانیا
۴۳۷	فصل ۷. شرکت‌های چندملیتی و راهبرد کسب‌وکار در اقتصاد جهانی
۴۳۸	۷-۱. شرکت‌های چندملیتی
۴۳۹	تنوع در شرکت‌های چندملیتی
۴۴۳	روندهای جاری در سرمایه‌گذاری شرکت‌های چندملیتی
۴۴۵	بریتانیا و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی
۴۴۷	سایر کشورها

۴۵۵	۷-۲. راهبرد کسب و کار در اقتصاد جهانی
۴۵۵	انواع روش‌های گسترش کسب و کارهای چندملیتی
۴۵۸	ورود به عرصه جهانی با هدف کاهش هزینه‌ها
۴۶۲	ورود به عرصه جهانی با هدف دستیابی به بازارهای جدید
۴۶۷	چرخه حیات محصول و بنگاه‌های چندملیتی
۴۷۱	۷-۳. مشکلات پیش روی بنگاه‌های چندملیتی
۴۷۳	حفظ موازنه در راهبرد جهانی
۴۷۴	۷-۴. شرکت‌های چندملیتی و کشور میزبان
۴۷۴	مزیت‌ها
۴۷۴	اشتغال
۴۷۵	تراز پرداخت‌ها
۴۷۵	انتقال فناوری
۴۷۶	مالیات
۴۷۶	معایب
۴۸۷	فصل ۸. نیروی کار و اشتغال
۴۸۸	۸-۱. تعیین نرخ دستمزد و اشتغال توسط بازار
۴۸۹	بازارهای کار کامل
۴۹۱	عرضه نیروی کار
۴۹۱	کشش عرضه نیروی کار در بازار
۴۹۵	تقاضا برای نیروی کار: نظریه تولید نهایی
۴۹۵	رویکرد حداکثرسازی سود
۴۹۶	محاسبه هزینه و درآمد نهایی نیروی کار
۴۹۷	سطح اشتغال حداکثرکننده سود برای یک بنگاه
۴۹۸	استخراج منحنی تقاضای بنگاه برای نیروی کار
۴۹۹	تقاضای بازار و کشش آن
۵۰۰	دستمزد و سود تحت شرایط رقابت کامل
۵۰۲	۸-۲. قدرت در بازار نیروی کار
۵۰۲	بنگاه‌های دارای قدرت

۵۰۴	نقش اتحادیه‌های کارگری.....
۵۰۵	اتحادیه‌های مواجهه با بنگاه‌های رقابتی.....
۵۰۶	انحصار دوجانبه.....
۵۰۷	چانه‌زنی جمعی.....
۵۱۴	۸-۳. حداقل دستمزد.....
۵۱۵	حداقل دستمزد در بریتانیا.....
۵۱۶	حداقل دستمزد در بازار نیروی کار رقابتی.....
۵۱۷	حداقل دستمزد در حالت وجود بنگاه‌های دارای قدرت انحصاری در استخدام نیروی کار.....
۵۱۹	شواهدی از اثرات حداقل دستمزد.....
۵۲۰	۸-۴. بنگاه انعطاف‌پذیر و بازار نیروی کار.....
۵۲۷	مدل ژاپنی.....
۵۲۸	۸-۵. بازار نیروی کار و مشوق‌ها.....
۵۲۹	دستمزد کارایی.....
۵۳۰	مسئله کارفرما - کارگزار در بازار نیروی کار.....
۵۳۱	پرداخت‌های مدیریتی.....
۵۳۲	ماهیت پاداش‌های مدیریتی.....
۵۳۵	آیا مشوق‌ها اثربخش است؟.....
۵۴۵	فصل ۹. دولت، بنگاه و بازار.....
۵۴۶	۹-۱. شکست بازار.....
۵۴۶	بازارها و اهداف اجتماعی.....
۵۴۷	انواع شکست بازار.....
۵۴۷	آثار خارجی.....
۵۵۲	کالاهای عمومی.....
۵۵۷	قدرت بازاری.....
۵۵۹	اطلاعات ناقص.....
۵۵۹	حفاظت از منافع افراد.....
۵۶۱	۹-۲. اخلاق کسب‌وکار و مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها.....

۵۶۱	تغییر دیدگاه‌های کسب و کار؟
۵۶۳	مسئولیت اجتماعی و سودآوری
۵۶۹	۹-۳. مداخله دولت در بازار
۵۶۹	مالیات و یارانه
۵۷۰	قانون‌گذاری و نظارت
۵۷۱	تأمین کالا توسط دولت
۵۷۲	۹-۴. سیاست زیست‌محیطی
۵۷۲	مالیات و یارانه سبز
۵۷۳	انتخاب نرخ مالیاتی
۵۷۸	مزیت‌های مالیات و یارانه
۵۷۹	معایب مالیات و یارانه
۵۸۰	قوانین و مقررات
۵۸۳	سیستم مبادله کربن اتحادیه اروپا
۵۸۴	ارزیابی سیستم مجوزهای قابل خرید و فروش
۵۹۱	۹-۵. سیاست رقابتی و رفتار کسب و کار
۵۹۱	رقابت، انحصار و منفعت عمومی
۵۹۳	سیاست رقابتی بریتانیا
۵۹۴	سیاست اقدامات محدودکننده بریتانیا
۵۹۶	سیاست انحصار بریتانیا
۵۹۷	سیاست ادغام بریتانیا
۶۰۱	۹-۶. تنظیم‌گری در کسب و کارها
۶۰۱	تنظیم‌گری در صنایع خصوصی‌شده
۶۰۱	تنظیم‌گری در عمل
۶۰۳	ارزیابی سیستم تنظیم‌گری در بریتانیا
۶۰۵	تنظیم‌گری در برابر رقابت

۶۱۳ پیوست وب

- ۶۱۳ A. منابع خبری عمومی
- ۶۱۴ B. منابع داده‌های اقتصادی و مرتبط با کسب‌وکار
- ۶۱۶ C. سایت‌هایی برای دانشجویان و اساتید اقتصاد
- ۶۱۶ D. مدل‌ها و شبیه‌سازی‌های اقتصادی
- ۶۱۷ E. سایت‌های دولت بریتانیا و سازمان‌های بریتانیایی
- ۶۱۸ F. داده‌های پولی و مالی
- ۶۱۸ G. اتحادیه اروپا و منابع مرتبط با آن
- ۶۱۹ H. سازمان‌های بین‌المللی
- ۶۲۰ I. سایت‌های مرتبط با جستجو و لینک‌های اقتصادی
- ۶۲۰ J. موتورهای جستجوی اینترنتی

۶۲۱ ایده‌های کلیدی

۶۲۲ تعریف واژگان تخصصی

فهرست جدول‌ها

جدول ۱-۱: طبقه‌بندی استاندارد صنعتی، ۲۰۰۷.....	۷۴
جدول ۲-۱: طبقه‌بندی تولیدکننده قالبی منگوله‌باف.....	۷۵
جدول ۳-۱: تولید و اشتغال در بریتانیا به تفکیک صنعت در سال ۲۰۱۴ (=۱۰۰=۱۹۹۰).....	۷۵
جدول ۱-۲: تقاضا برای سیب‌زمینی (ماهانه).....	۱۰۲
جدول ۲-۲: عرضه سیب‌زمینی (ماهانه).....	۱۱۱
جدول ۳-۲: عرضه و تقاضای سیب‌زمینی در بازار (ماهانه).....	۱۱۶
جدول ۱-۴: هزینه‌های بنگاه X.....	۲۳۰
جدول ۲-۴: افزایش کوتاه‌مدت و بلندمدت در محصول.....	۲۳۹
جدول ۱-۵: ویژگی‌های ساختارهای چهارگانه بازار.....	۲۸۹
جدول ۲-۵: درآمدهای یک بنگاه انحصار کامل.....	۲۹۹
جدول ۱-۶: کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از منظر اتحادیه اروپا.....	۴۲۴
جدول ۱-۷: مقایسه ده شرکت چند ملیتی بزرگ دنیا (برحسب درآمد ناخالص) و کشورهای منتخب (تولید ناخالص داخلی)، سال ۲۰۱۴.....	۴۴۰
جدول ۱-۹: انواع مالیات‌ها و عوارض زیست‌محیطی.....	۵۷۴

فهرست شکل‌ها

- شکل ۱-۱: سازمان‌دهی کسب‌وکار در ساختار نوع U ۵۲
- شکل ۲-۱: سازمان‌دهی کسب‌وکار در ساختار نوع M ۵۳
- شکل ۳-۱: تولید بخش‌های صنعتی (درصد از تولید ناخالص داخلی) ۷۰
- شکل ۴-۱: اشتغال برحسب بخش صنعتی (درصد از کل اشتغال) ۷۰
- شکل ۵-۱: پارادایم ساختار - رفتار - عملکرد ۷۷
- شکل ۱-۲: منحنی تقاضای بازار برای سیب‌زمینی (ماهانه) ۱۰۳
- شکل ۲-۲: اثر افزایش در تقاضای کالای X ۱۰۷
- شکل ۳-۲: منحنی عرضه بازار برای سیب‌زمینی (ماهانه) ۱۱۴
- شکل ۴-۲: تعیین تعادل بازار (سیب‌زمینی، ماهانه) ۱۱۷
- شکل ۵-۲: اثر تغییر در منحنی عرضه و تقاضا: الف) اثر تغییر در منحنی تقاضا؛ ب) اثر تغییر در منحنی عرضه ۱۱۹
- شکل ۶-۲: عرضه و تقاضای بازار ۱۲۷
- شکل ۷-۲: اثرات تغییر قیمت بر مخارج کل، حالت تقاضای پرکشش قیمتی ۱۳۱
- شکل ۸-۲: اثرات تغییر قیمت بر مخارج کل، حالت تقاضای کم‌کشش قیمتی ۱۳۲
- شکل ۹-۲: کشش قیمتی تقاضا و مخارج کل: الف) تقاضای باکشش بین دو نقطه، ب) تقاضای بی‌کشش بین دو نقطه ۱۳۳
- شکل ۱۰-۲: تقاضای دارای کشش واحد ۱۳۴
- شکل ۱۱-۲: دو منحنی عرضه با کشش‌های قیمتی متفاوت ۱۴۴
- شکل ۱-۳: منحنی تقاضای بازار برای یک بنگاه منفرد تحت شرایط رقابت کامل ۱۶۳
- شکل ۲-۳: منحنی تقاضای یک فرد ۱۶۸
- شکل ۳-۳: فروش (فرضی) پلیورهای پشمی ۱۹۴
- شکل ۴-۳: مؤلفه‌های بردار رشد ۲۰۱
- شکل ۵-۳: اثر تبلیغات بر منحنی تقاضا ۲۰۹
- شکل ۱-۴: هزینه‌های متوسط و نهایی ۲۳۱
- شکل ۲-۴: یک منحنی هزینه متوسط بلندمدت نوعی ۲۴۷

- شکل ۴-۳: استخراج منحنی درآمد متوسط و درآمد نهایی برای یک بنگاه قیمت‌پذیر ۲۶۱
- شکل ۴-۴: تعادل کوتاه‌مدت صنعت و بنگاه در حالت رقابت کامل ۲۶۶
- شکل ۴-۵: حداقل‌سازی زیان در شرایط رقابت کامل ۲۷۰
- شکل ۴-۶: تعادل بلندمدت در شرایط رقابت کامل ۲۷۱
- شکل ۵-۱: منحنی‌های درآمد متوسط (AR) و درآمد نهایی (MR) برای بنگاهی مواجه با منحنی تقاضای نزولی ۲۹۸
- شکل ۵-۲: حداکثرسازی سود در حالت انحصار کامل ۳۰۱
- شکل ۵-۳: حداکثرسازی سود در حالت وجود کارتل ۳۱۱
- شکل ۵-۴: منحنی تقاضای شکسته برای بنگاهی در شرایط انحصار چندجانبه ۳۱۷
- شکل ۵-۵: سود بنگاه‌های X و Y به‌ازای قیمت‌های مختلف ۳۲۷
- شکل ۵-۶: سود بنگاه‌های X و Y به‌ازای قیمت‌های مختلف ۳۳۰
- شکل ۵-۷: یک درخت تصمیم ۳۳۵
- شکل ۵-۸: قیمت و مقدار حداکثرکننده درآمد حاصل از فروش ۳۴۱
- شکل ۵-۹: انتخاب مقدار محصول و اضافه‌بهای سود ۳۵۰
- شکل ۵-۱۰: تبعیض قیمت ۳۵۴
- شکل ۵-۱۱: مراحل چرخه حیات یک محصول ۳۵۵
- شکل ۶-۱: مدل نیروهای پنج‌گانه پورتر ۳۷۱
- شکل ۶-۲: زنجیره ارزش ۳۷۶
- شکل ۶-۳: انواع راهبردهای رشد ۳۹۵
- شکل ۶-۴: ائتلاف‌های راهبردی در شرکت‌های هواپیمایی، سال ۲۰۱۵ ۴۱۲
- شکل ۶-۵: فعالیت‌های نوپای کارآفرینی کل (به صورت درصدی از جمعیت بزرگسال، سال ۲۰۱۵) ۴۲۸
- شکل ۷-۱: جریان‌های ورود سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (میلیارد دلار، قیمت‌ها و نرخ ارز به ارزش جاری) ۴۴۴
- شکل ۷-۲: ورود و خروج سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی برای بریتانیا، ۱۹۹۰-۲۰۱۵ ۴۴۷
- شکل ۸-۱: یک بازار کار رقابت کامل ۴۹۰
- شکل ۸-۲: سطح اشتغال حداکثرکننده سود ۴۹۷
- شکل ۸-۳: استخراج منحنی تقاضای بنگاه برای نیروی کار ۴۹۸

فهرست مطالب □ ۲۱

شکل ۸-۴: دستمزدها و مازاد بنگاه نسبت به دستمزد	۵۰۱
شکل ۸-۵: انحصار خرید	۵۰۴
شکل ۸-۶: اتحادیه انحصارگر مواجه با تولیدکنندگان در شرایط بازار رقابت کامل	۵۰۵
شکل ۸-۷: حداقل نرخ دستمزد ساعتی (۲۰۱۴-۲۰۱۵)	۵۱۵
شکل ۸-۸: حداقل دستمزد در حالت وجود استخدام‌کننده انحصاری نیروی کار	۵۱۸
شکل ۸-۹: بنگاه انعطاف‌پذیر	۵۲۲
شکل ۹-۱: هزینه‌های خارجی در تولید	۵۵۰
شکل ۹-۲: تولید انحصاری در سطحی کمتر از سطح بهینه اجتماعی	۵۵۸
شکل ۹-۳: استفاده از مالیات به منظور کاهش انتشار آلودگی	۵۷۹
شکل ۹-۴: حداکثرسازی سود در شرایط انحصار کامل	۵۹۳

«بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ»
وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُودَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
فَضَّلَنَا عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ
(قرآن کریم، سوره مبارکه النمل / آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

رسالت و مأموریت دانشگاه امام صادق (علیه السلام) «تولید علوم انسانی اسلامی» و «تربیت نیروی درجه یک برای نظام» (که در راهبردهای ابلاغی مقام معظم رهبری مدظله تعیین شده) است. اثرپذیری علوم انسانی از مبانی معرفتی و نقش معارف اسلامی در تحول علوم انسانی، دانشگاه را بر آن داشت که به طراحی نو و بازمهندسی نظام آموزشی و پژوهشی جهت پاسخ‌گویی به نیازهای نوظهور انقلاب، نظام اسلامی و تربیت اسلامی به عنوان یک اصل محوری برای تحقق مأموریت خویش پردازد و بر این باور است که علم توأم با تزکیه نفس می‌تواند هویت جامعه را متأثر در مسیر تعالی و رشد قرار دهد.

از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل‌ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام پژوهش‌های علمی و بهره‌مندی از نتایج آن‌هاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق (علیه السلام) در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که هم‌اکنون ثمرات نیکوی آن در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیان‌گذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود با اتکاء به تأییدات الهی و تلاش همه‌جانبه اساتید، دانشجویان و مدیران دانشگاه، بتواند به مرجعی تمام‌عیار در گستره جهانی تبدیل گردد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه السلام) با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آنها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه مندان می گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند - درک کاستی ها و اصلاح آنها است تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق (علیه السلام) را در گستره بین المللی به همراه خواهد داشت. (ان شاء الله)

ولله الحمد
معاونت پژوهشی دانشگاه

پیشگفتار

سخنی با دانشجویان

مجموعه‌ای که پیش روی شما قرار دارد، پنجمین ویرایش از کتاب مبانی اقتصاد برای کسب‌وکار است (که قبلاً اقتصاد و فضای کسب‌وکار نام داشت). اگر شما دانشجوی کسب‌وکار یا مدیریت هستید و بخشی از سرفصل‌های آموزشی شما شامل اقتصاد می‌شود، این کتاب برای شما نوشته شده است. این سرفصل‌ها می‌تواند تحت عنوان محیط کسب‌وکار یا زمینه کسب‌وکار باشد یا ممکن است صرفاً تحت عنوان مقدمه‌ای بر اقتصاد یا مقدمه‌ای بر اقتصاد کسب‌وکار باشد. از طرف دیگر ممکن است در حال مطالعه MBA باشید و نیاز به پیش‌زمینه‌ای در مورد مفاهیم پایه اقتصادی و نحوه کاربرد آنها در محیط کسب‌وکار داشته باشید.

در این کتاب، آن دسته از مبانی اقتصاد پوشش داده شده است که ممکن است شما به عنوان یک دانشجوی کسب‌وکار نیاز داشته باشید، اما علاوه بر آن، موضوعات متنوع دیگری در رابطه با کسب‌وکار نیز پوشش داده شده است که به طور معمول در یک کتاب درسی مقدماتی برای اقتصاد آورده نمی‌شود. این مفاهیم شامل عناصر سازمان‌دهی کسب‌وکار و راهبرد کسب‌وکار می‌شود.

در سراسر کتاب حاضر، علاوه بر استفاده از مثال‌های گوناگون مرتبط با کسب‌وکار، کادریایی نیز برای مطالعه موردی (جمعاً ۶۲ مورد) آورده‌ایم. در این کادرها توصیف می‌شود که چگونه می‌توان اقتصاد را برای فهم مسائل کسب‌وکار یا ابعاد مشخصی از فضای کسب‌وکار استفاده نمود. در بسیاری از این مطالعات موردی، مسائلی پوشش داده شده است که احتمالاً شما نیز در روزنامه‌ها درباره آنها خوانده‌اید. در برخی از این کادرها مسائل عمومی کسب‌وکار پوشش داده شده و در برخی دیگر، بعضی از شرکت‌های خاص مورد توجه قرار گرفته است. علاوه بر این کادرها، در وبسایت کتاب نیز ۱۰۸ مطالعه موردی دیگر آورده شده است. این مطالعات موردی به همراه ارجاعاتی که به انواع وبسایت‌های مفید شده است، در انتهای هر یک از بخش‌های چهارگانه کتاب آورده شده است.

امیدواریم که با به‌کارگیری این کتاب، شما نیز همچون ما شیفته اقتصاد شوید. اقتصاد، حوزه‌ای است که کاربرد زیادی در دنیایی که در آن زندگی می‌کنیم، دارد. برای مشاهده اهمیت آن کافی است نگاهی به اخبار و وقایع جهانی بعد از وقوع بحران مالی ۲۰۰۸ داشته باشید. بسیاری از نیازهای ما توسط کسب‌وکارها (در قالب استخدام نیروی کار یا تولید کالاها و خدمات) تأمین می‌شود. شما پس از فارغ‌التحصیل شدن احتمالاً در یک کسب‌وکار مشغول به کار خواهید شد. داشتن یک پیش‌زمینه از اصول اقتصادی و ارتباط آنها با دنیای کسب‌وکار، نقش ارزشمندی در تصمیماتی که شما برای کسب‌وکار اتخاذ می‌کنید خواهد داشت.

هدف ما در سراسر کتاب این است که فهم این موضوع جذاب را برای شما روشن و تا حد امکان آن را برای شما به عنوان یک دانشجوی کسب‌وکار، کاربردی سازیم.

سبک نوشتار، کاملاً مستقیم و سراسر است و پاراگراف‌ها کوتاه نوشته شده‌اند تا به درک سریع آن کمک نماید. تعریف تمام واژگان کلیدی در کادرهایی ارائه شده و درون متن نیز به صورت برجسته آورده شده‌اند. همچنین درون متن ۲۹ ایده کلیدی را برجسته کرده‌ایم که مفاهیمی بنیادی برای «اندیشیدن همچون یک اقتصاددان» هستند. هر گاه که این مفاهیم در طول متن تکرار شده‌اند به آنها ارجاع داده‌ایم. این کار کمک می‌کند تا شما مشاهده کنید که مفاهیم اقتصادی چگونه در هم گره خورده‌اند و همچنین به شما کمک می‌کند تا مجموعه‌ای از مفاهیمی را جمع‌آوری کنید که می‌توانند در زمینه‌های کاملاً متفاوتی مورد استفاده قرار گیرند.

در انتهای هر بخش از هر فصل، خلاصه‌هایی (با عنوان «مرور کوتاه») آورده شده است. این خلاصه‌ها کمک می‌کند تا مطالبی که در آن بخش پوشش داده شده است را مرور کنید و با بازبینی آنها برای امتحانات آماده‌تر شوید. در پایان هر فصل و همچنین در انتهای هر کادر مطالعه موردی، مجموعه‌ای از سؤالات آورده شده است. این سؤالات می‌تواند برای بررسی فهم شما از آن فصل مفید باشد و به شما کمک می‌کند که ببینید مطالب مربوطه را چگونه می‌توان برای مسائل مختلف کسب‌وکار مورد استفاده قرار داد.

در سراسر کتاب، سؤالاتی نیز با عنوان «اندکی تأمل» آورده شده است. این سؤالات شما را ترغیب می‌کند تا به این فکر کنید که در حال آموختن چه چیزی هستید و مشاهده کنید که چگونه ایده‌ها و نظریه‌های مختلف در مسائل گوناگون اهمیت و کاربرد پیدا می‌کنند. پاسخ این سؤالات در وب‌سایت کتاب داده شده است.

امیدواریم که از این کتاب لذت ببرید و به نقش حیاتی اقتصاد در تمام زندگی ما و به ویژه در کسب‌وکار واقف شوید.

موفق و کامروا باشید. شاید این کتاب، شروعی برای یک علاقه ابدی به مسائل اقتصادی و نحوه کاربرد آن در دنیای کسب‌وکار (و همچنین در زندگی شخصی شما) باشد.

سخنی با معلمان و اساتید

هدف این کتاب، ارائه یک منبع خلاصه از اصول اقتصادی و نحوه کاربرد آنها در محیط کسب‌وکار است. این کتاب برای استفاده دانشجویانی طراحی شده است که باید اقتصاد را از چشم‌انداز کسب‌وکار بیاموزند و می‌تواند یک درس جداگانه در طول یک نیمسال تحصیلی یا بخشی از درس محیط کسب‌وکار باشد. این کتاب برای دانشجویانی مناسب است که در حال تحصیل در رشته‌های MBA، CMS، DMS و انواع دوره‌های حرفه‌ای می‌باشند.

در این کتاب، علاوه بر پوشش اصول اساسی اقتصادی، انواع موضوعات تخصصی کسب‌وکار نیز پوشش داده شده‌اند که به طور معمول در متون مقدماتی اقتصادی ارائه نمی‌شود. در ادامه، نمونه‌هایی از این موضوعات آورده شده است:

- سازماندهی‌های کسب‌وکار
- ساختار صنعتی
- تحلیل STEEPLE (به عنوان تعمیمی از تحلیل PEST)
- پارادایم ساختار - رفتار - عملکرد و محدودیت‌های آن
- کنترل قیمت‌ها (اضافه‌شده در ویرایش حاضر)
- شرکت‌های چندملیتی
- جهانی‌شدن و کسب‌وکار
- بازاریابی محصول
- تحلیل و انتخاب راهبردی
- تحلیل کارفرما - کارگزار و مسئله اطلاعات نامتقارن و کاربردهای آن در انواع موقعیت‌های کسب‌وکار
- مسائل انتخاب معکوس و مخاطره اخلاقی
- کاربرد نظریه بازی‌ها در موقعیت‌های کسب‌وکار
- مدل نیروهای پنج‌گانه پورتر
- راهبرد کسب‌وکار در دوران رکود
- تحلیل هزینه‌های معاملاتی
- تحلیل نسبت‌های مالی برای اندازه‌گیری موفقیت بنگاه (اضافه‌شده در ویرایش حاضر)

- انواع اهداف بنگاه‌ها
 - قیمت‌گذاری در عمل
 - چرخه عمر محصول
 - بخش بنگاه‌های کوچک
 - بازارهای نیروی کار انعطاف‌پذیر و بنگاه‌ها
 - اقتصاد کارآفرینی
 - اخلاق کسب و کار و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها
 - دولت و بنگاه، شامل مقررات و سیاست رقابت
 - محیط اقتصاد کلان کسب و کار، شامل اثر سیاست‌های اقتصاد کلان بر کسب و کار
 - تحلیل واکنش‌های سیاستی جهانی به بحران اعتبار و اثر آن بر کسب و کار (اضافه‌شده در ویرایش حاضر)
 - مزیت رقابتی کشورها
 - بلوک‌های تجاری، از جمله اثر بازار واحد اروپا بر کسب و کار
 - اتحادیه پولی، بحران در منطقه یورو و اثر آن بر کسب و کار
 - دلالت‌های تغییر نرخ ارز و جریان‌های سرمایه بین‌المللی برای کسب و کار
- کتاب حاضر به چهار بخش شامل ۱۳ فصل تقسیم شده است. هر فصل را می‌توان در یک هفته تدریس نمود و بدین ترتیب مطالب کافی برای یک نیمسال ارائه شده است. هر فصل به بخش‌هایی مجزا با یک خلاصه در انتهای آن بخش تقسیم شده است و بدین ترتیب در یک جلسه تدریس برای دانشجویان، پوشش مطلوبی از مطالب فراهم می‌شود. در انتهای هر فصل نیز مجموعه‌ای از پرسش‌ها برای مرور مطالب آورده شده است که می‌توان از آنها برای سمینار یا جلسه‌بحث‌ها استفاده نمود.
- در ۹ فصل اول، اقتصاد خرد و ارتباط آن با کسب و کار پوشش داده شده است. چهار فصل انتهایی نیز به محیط اقتصاد کلان کسب و کار اختصاص یافته است که هم شامل مباحث ملی و هم بین‌المللی می‌شود. قائل شدن اهمیت بیشتر به اقتصاد خرد، به دلیل آن است که در بیشتر دوره‌های اقتصاد کسب و کار یا محیط کسب و کار، اهمیت بیشتری به اقتصاد خرد داده می‌شود.

ویژگی‌های خاص کتاب

- کتاب حاضر، ویژگی‌های خاص زیر را دارد:
- سبک نوشتاری مستقیم و سراسر، که در آن پارگراف‌های کوتاهی به منظور کمک به درک

- سریع مطالب آورده شده است.
- طراحی جذاب و تمام‌رنگی. استفاده محتاطانه و هماهنگ از رنگ و سایه باعث می‌شود که کتاب برای دانشجویان جذاب‌تر شود و به دلیل داشتن علائم متناسب با ساختار متن، استفاده از آن آسان‌تر باشد.^۱
 - شکل‌ها و عناوین توضیحی. اکثر شکل‌ها، عناوینی دارند که ویژگی‌ها آنها را تبیین و ویژگی‌های کلیدی را برجسته می‌کنند.
 - ایده‌های کلیدی، هنگام اولین بیان، برجسته و توضیح داده شده‌اند. در مجموع ۲۹ ایده کلیدی وجود دارد که مفاهیم اساسی برای مطالعه دوره‌های اقتصاد کسب‌وکار هستند. دانشجویان می‌توانند این ایده‌ها را در سراسر کتاب مشاهده کنند. نشان دادن نحوه کاربرد این ایده‌ها در انواع زمینه‌ها کمک می‌کند تا دانشجویان «همچون یک اقتصاددان بیندیشند» و بخش‌های مختلف موضوع را به یکدیگر وصل کنند. تمامی این ۲۹ ایده کلیدی در بخش خاصی در انتهای کتاب تعریف شده‌اند.^۲
 - اندکی تامل، سؤالاتی که در سراسر کتاب آورده شده است. این سؤالات، دانشجویان را متوجه آن می‌سازند که چه چیزهایی تاکنون خوانده‌اند و باعث می‌شود فرایند یادگیری جذاب‌تر شود. پاسخ این سؤالات در وب‌سایت کتاب آورده شده است. در ویرایش حاضر نسبت به گذشته، سؤالات بیشتری در قالب اندکی تامل آورده شده است.
 - توضیحات مقدماتی برای هر بخش. در ابتدای هر یک از بخش‌های چهارگانه کتاب، مقدمه‌هایی آورده شده است که فضای بحث را توضیح می‌دهد و مطالب پوشش داده‌شده در آن بخش را معرفی می‌کند.
 - ارائه توضیحات مقدماتی هر فصل. در ابتدای هر فصل یک قسمت مقدماتی وجود دارد که در آن، مسائل کلیدی کسب‌وکار که قرار است در آن فصل پوشش داده شود، آورده می‌شود.
 - تمام واژگان فنی برجسته شده و به صورت شفاف در یک کادر تعریف شده‌اند. این ویژگی به طور خاص به هنگام مرور مطالب برای دانشجویان مفید است.
 - کادرهایی با مطالب کاربردی. تمام کادرها شامل سؤالاتی در مورد کاربرد مطالب آن فصل می‌باشد. استفاده گسترده از مطالب کاربردی باعث می‌شود یادگیری برای دانشجویان جذاب‌تر شود و کمک می‌کند که آنها حس زنده‌بودن را در مطالب داشته باشند. این به طور خاص برای

۱. در نسخه چاپی کتاب حاضر به دلیل محدودیت‌های هزینه‌ای، از چاپ سیاه و سفید استفاده شده، اما طراحی رنگی در نسخه الکترونیک کتاب حفظ شده است (مترجم).

۲. به منظور استفاده هر چه بیشتر خوانندگان، این ایده‌های کلیدی در انتهای هر دو جلد کتاب آورده شده‌اند (مترجم).

- دانشجویان کسب و کار مفید است که نیاز به دانستن کاربرد تئوری اقتصادی در سایر حوزه‌ها و به طور کلی در دنیای کسب و کار دارند. در ویرایش حاضر، کادرهای جدید و به‌روزشده بسیاری وجود دارد تا مطالب بیشتری با محوریت مطالعات موردی در اختیار خوانندگان قرار گیرد.
- وجود مطالعات موردی بیشتر در وبسایت کتاب. این موارد در انتهای هر یک از بخش‌های چهارگانه کتاب آورده شده‌اند. بیشتر این مطالعات موردی شامل سؤالاتی برای دانشجویان می‌شود تا در مورد آن فکر کنند و پاسخ‌های آنها نیز در سایت نویسنده موجود است.
 - خلاصه‌های مفصل در انتهای هر بخش. این خلاصه‌ها علاوه بر آنکه به دانشجویان امکان می‌دهد تا درک خود از مطالب آن بخش را بسنجند، اجازه می‌دهد که به صورت شفاف، مطالب مورد مطالعه را مرور کنند.
 - سؤالات مروری در انتهای هر فصل. این سؤالات برای آزمودن فهم دانشجویان از نکات اصلی فصل طراحی شده‌اند. این سؤالات را می‌توان برای سمینار استفاده کرد یا به عنوان تکلیف به عهده دانشجویان نهاد.
 - فهرستی از وبسایت‌های مرتبط در انتهای هر بخش ارائه شده است. جزئیات این وبسایت‌ها را می‌توان در پیوست وب در انتهای کتاب یافت. شما به سادگی می‌توانید از وبسایت اخبار اقتصاد (به نشانی www.pearsoned.co.uk/sloman) به هر یک از این وبسایت‌ها دسترسی پیدا کنید. وقتی وارد این سایت شدید، بر روی Hotlink موردنظر خود کلیک کنید. همچنین می‌توانید تمام این سایت‌ها را در فهرست پیوست وب در انتهای کتاب مشاهده کنید. بر روی هر موردی که می‌خواهید کلیک کنید و آن hotlink شما را مستقیماً به سایت مربوطه هدایت خواهد کرد.

منابع تکمیلی

سایت اخبار اقتصادی

- عبارت «اخباری اقتصادی سلومن» را جستجو کنید و سایت اخبار را مشاهده کنید. این سایت شامل حدود ۱۰ اخبار جدید در هر ماه می‌شود. در هر پست، یک موضوع مطرح در اخبار بررسی می‌شود که به اقتصاد مرتبط است و در آن یک مقدمه و توصیف از اقلام اخباری، لینک‌هایی به عناوین روزنامه‌های جهان، ویدئوها، فایل‌های صوتی و داده وجود دارد. در هر مورد، پرسش‌ها و ارجاعاتی به فصل‌های مرتبط با متن وجود دارد.
- همچنین hotlink هایی به انواع وبسایت‌ها وجود دارد، از جمله مواردی که در انتهای هر

یک از بخش‌های چهارگانه کتاب آمده است.

وبسایت دانشجویان

در وبسایت کتاب به آدرس www.pearsoned.co.uk/sloman، مجموعه کاملی از منابع آنلاین وجود دارد. به ازای هر خرید جدید از کتاب حاضر، یک دسترسی حاصل خواهد شد. منابع موجود در این وبسایت شامل موارد زیر می‌شود:

- انیمیشن‌هایی از مدل‌های اصلی به همراه توضیحات صوتی («انیمیشن صوتی»)
- ۱۰۷ مطالعه موردی به همراه سؤالاتی برای مطالعه خودخوان که به ترتیب و متناسب با هر بخش ارائه می‌شوند.
- فهرست به‌روزشده‌ای از بیش از ۲۵۰ hotlink به سایت‌های کاربردی اقتصاد.
- پاسخ به تمام پرسش‌های درون فصل‌ها (با عنوان اندکی تامل).
- Hotlink‌هایی به وبسایت‌های ارجاعی در انتهای هر یک از بخش‌های کتاب
- تعریف واژگان تخصصی
- فلش‌کارت‌هایی از واژگان کلیدی
- دسترسی به مقالاتی از سایت‌های خبری مرتبط با هر فصل.

منابع مختص اساتید

منابع زیادی برای معلمان و اساتید وجود دارد که می‌توان از مرکز منابع مختص اساتید^۱ دانلود نمود. این منابع که در ویرایش پنجم کتاب، به صورت جامع مورد بازبینی قرار گرفته‌اند، شامل موارد زیر می‌شود:

- اسلایدهای پاورپوینت به صورت کاملاً رنگی به منظور استفاده از طریق پروژکتور در کلاس‌های درس. این اسلایدها را می‌توان از طریق بارگذاری در یک شبکه محلی، در اختیار دانش‌آموزان قرار داد. انواع مختلفی از اسلایدها وجود دارد که شامل موارد زیر می‌شود:
- تمام شکل‌های درون کتاب و بیشتر جداول. هر شکل به صورت یک دنباله منطقی از اجزای تشکیل‌دهنده آن ساخته شده است و بنابراین اساتید می‌توانند هنگام تدریس، آنها را به صورت انیمیشن (متحرک) ارائه دهند. همچنین یک نسخه غیر متحرک برای چاپ و استفاده در پروژکتورهای سنتی نوع OHP وجود دارد.
- برنامه‌های درسی قابل سفارشی‌سازی. مجموعه‌ای از برنامه‌های درسی قابل انتخاب برای هر

فصل وجود دارد. هر یک از این موارد را می‌توان به سادگی ویرایش کرد و از طریق تیک‌هایی که وجود دارد، اضافه، حذف یا جابه‌جا نمود تا برنامه درسی مناسب ساخته شود. در اینجا رنگ‌آمیزی به صورت هماهنگی مورد استفاده قرار گرفته است تا نشان داده شود که بخش‌ها چگونه با یکدیگر گره خورده‌اند. این برنامه‌ها به شکل‌های متنوعی وجود دارند:

- برنامه‌های درسی به همراه شکل. این برنامه‌های درسی شامل جداول، نمودارها و شکل‌های متحرک در بخش‌های مناسب می‌شوند.

- برنامه‌های درسی به همراه شکل‌ها و پرسش‌ها. این برنامه‌ها مشابه با مورد بالا است اما شامل سوالات چندگزینه‌ای نیز می‌شود که باعث می‌شود دروس جذاب‌تر شوند. این برنامه‌های درسی را می‌توان به همراه سیستم پاسخ صوتی (ARS) یا بدون آن استفاده نمود. نسخه‌های سیستم پاسخ صوتی برای InterWrite PRS و TurningPoint دسترس هستند و آمادگی آن را دارند که از طریق «کلیک‌کننده»های مناسب، استفاده شوند.

- برنامه‌های درسی بدون تصویر. این برنامه‌ها به شما امکان می‌دهند که شکل‌های خاص خود را بر روی تخته سیاه یا تخته سفید رسم کنید یا از یک OHP استفاده کنید.

- مطالعات موردی. این مطالعات که بر روی وبسایت دانشجویان نیز موجود هستند را می‌توان بازتولید نمود و برای تمرینات کلاسی یا تکالیف دانشجویی استفاده کرد. پاسخ این موارد نیز وجود دارد (اما بر روی سایت دانشجویان موجود نیست).

- کارگاه. ۱۳ کارگاه (برای هر فصل، یک کارگاه) وجود دارد. این موارد در قالب فایل ورود هستند و آنها را می‌توان برای استفاده در گروه‌های بزرگ (حداکثر تا ۱۰۰ دانشجو) در یک تالار آموزشی یا یک کلاس درس بزرگ استفاده نمود. پیشنهادهایی برای استفاده از آنها در یک فایل پیوست ارائه شده است. پاسخ به تمام کارگاه‌ها در فایل‌های ورود جداگانه ارائه شده است.

- تجربیات اقتصادی. اینها شبیه‌سازی‌هایی است که می‌توان آنها را در کلاس استفاده نمود و موضوعاتی همچون بازارها، کنترل قیمت‌ها، مالیات و کالاهای عمومی را پوشش داد.

- ویدئوهای کسب و کار. مصاحبه‌هایی با مدیران ارشد در تعدادی از بنگاه‌ها و سایر سازمان‌ها که به بحث در مورد انواع مسائل اقتصادی مؤثر بر آنها می‌پردازند. به همراه آن، سؤالاتی وجود دارد که فهم دانشجویان از موضوعات ارائه‌شده را می‌سنجد.

- مطالعات موردی در مورد تدریس و یادگیری. ۲۰ مورد مطالعه از این نوع وجود دارد که رویکردهای مختلف به تدریس اقتصاد مقدماتی و راه‌های ارتقای یادگیری اقتصاد مقدماتی توسط دانشجویان را ارزیابی می‌کند.

■ پاسخ به سؤالات موجود در موارد زیر:

- تمام سؤالات انتهای فصل
- سؤالات اندکی تامل
- سؤالات کادرها
- سؤالات مطالعات موردی
- ۱۳ کارگاه

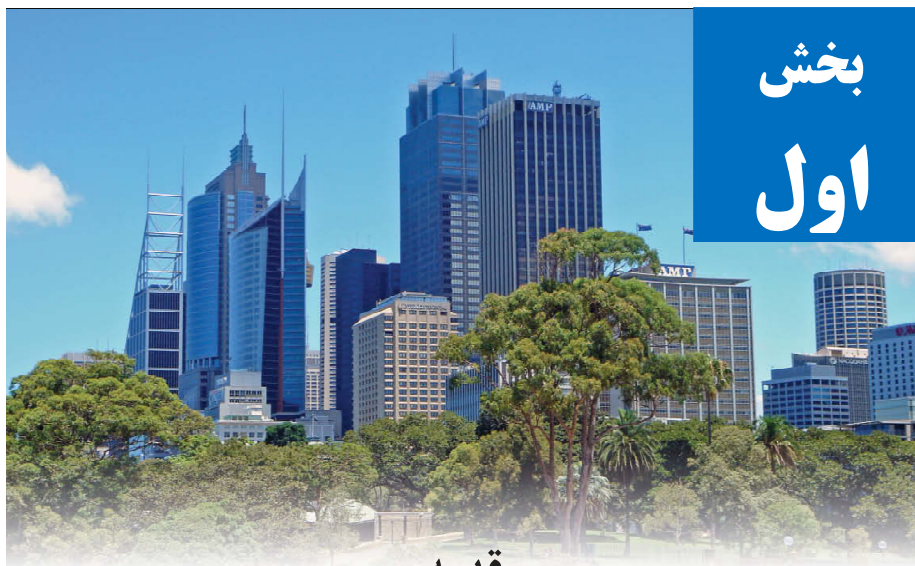
تشکر و قدردانی

پیش از همه، بسیار سپاسگزارم از الیزابت [جونز] بابت تمام تلاشی که در کمک به آماده کردن این ویرایش و اضافه نمودن بسیاری از مطالب جدید نمود. همچنین از تمام افرادی که متن حاضر (و متن ویرایش قبل) را بازبینی کردند، بسیار تشکر می‌کنم، چرا که توصیه‌های ارزشمندی برای بهبود کتاب به ما ارائه کردند. همچنین از تیم [انتشارات] پیرسون و به ویژه ناتالیا ژاکوزوک، کایتلین لیزله و اندریو مولر تشکر می‌کنم. سرانجام از تمام اعضای خانواده‌ام، به ویژه همسر، الیسون به دلیل شکیبایی، عشق و حمایت همیشگی او، مثل همیشه سپاسگزارم.

جان سلومن

یک بار دیگر، تشکر می‌کنم از جان سلومن بابت اینکه برای مرتبه دوم این فرصت خارق‌العاده را برای مشارکت در تدوین ویرایش این کتاب در اختیار من قرار داد. همچنین از تیم پیرسون بابت حمایت مداوم‌شان سپاسگزارم. من برای همیشه قدردان خانواده‌ام و به ویژه پدر و مادرم هستم که عشق و حمایت پایدار آنها امکان چنین اثری را فراهم کرد.

الیزابت جونز



مقدمه

این کتاب به دنبال آموزش نحوه استفاده از تحلیل‌های اقتصادی در فرآیند تصمیم‌گیری در کسب‌وکار، با در نظر گرفتن محیط اقتصادی پیرامون بنگاه‌ها است. در این راستا خواننده درک خواهد کرد که اقتصاددانان چگونه می‌اندیشند و همچنین انواع مفاهیمی که آنها در تحلیل مسائل کسب‌وکار استفاده می‌کنند را می‌آموزد.

اما سؤال اساسی این است که یک اقتصاددان کدام‌یک از جنبه‌های خاص از کسب‌وکار را مطالعه می‌کند؟ اساساً توجه بنگاه‌ها معطوف به استفاده از نهاده‌ها برای تولید محصول (ستانده) است. نهاده‌ها، هزینه‌بر و ستانده‌ها (محصولات) درآمدزا هستند. مابه‌التفاوت درآمد کسب‌شده و هزینه‌های متحمل شده، سود بنگاه را تشکیل می‌دهد. بنگاه‌های اقتصادی عموماً به دنبال کسب حداکثر سود ممکن هستند، یا حداقل اینکه سود رضایت‌بخشی را بدست آورند و از کاهش سود نیز جلوگیری نمایند.

به منظور دستیابی به این اهداف و سایر اهداف مشابه، مدیران باید دست به انتخاب بزنند: انتخاب در مورد نوع محصولاتی که باید تولید شوند، میزان تولید محصول و قیمت آن؛ انتخاب تکنیک‌های تولید مورد استفاده؛ انتخاب انواع و تعداد کارگرانی که باید استخدام شوند؛ انتخاب تأمین‌کنندگان مواد اولیه‌ای که باید با آنها همکاری شود، انتخاب تجهیزات و غیره. در هر یک از