

به نام خدا

# اقتصاد مدیریت

مولفان :

سید حسن شمس لاهرودی

ثریا پاهنگ

انتشارات بامن

(با همکاری سازمان چاپ و نشر ایران - ۱۴۰۲)

نسخه الکترونیکی این اثر در سایت سازمان چاپ و نشر ایران و اپلیکیشن کتاب رسان موجود می باشد

chaponashr.ir

سرشناسه: شمس لاهرودی، سید حسن، ۱۳۵۷ -  
عنوان و نام پدیدآور: اقتصاد مدیریت / مولفان سید حسن شمس لاهرودی، ثریا پاهنگ.  
مشخصات نشر: انتشارات بامن، ۱۴۰۲.  
مشخصات ظاهری: ۳۰۸ ص.  
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۸۳۰۰-۹۳-۱-۱  
وضعیت فهرست نویسی: فیبا  
موضوع: اقتصاد مدیریت  
شناسه افزوده: پاهنگ، ثریا، ۱۳۶۶  
رده بندی کنگره: GV۷۳۸  
رده بندی دیویی: ۸۴۷  
شماره کتابشناسی ملی: ۹۵۱۴۱۵۷  
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا

نام کتاب: اقتصاد مدیریت  
مولفان: سید حسن شمس لاهرودی - ثریا پاهنگ  
ناشر: انتشارات بامن  
صفحه آرایی، تنظیم و طرح جلد: پروانه مهاجر  
تیراژ: ۱۰۰۰ جلد  
نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۲  
چاپ: زیرجد  
قیمت: ۲۷۸۰۰۰ تومان  
فروش نسخه الکترونیکی - کتاب رسان:  
<https://chaponashr.ir/ketabresan>  
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۸۳۰۰-۹۳-۱-۱  
تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۲۰۲۳۹۲۵۵  
[www.chaponashr.ir](http://www.chaponashr.ir)



تقدیم به

خانواده‌ام با بهترین آرزوها



## پیشگفتار

یکی از پرکاربردترین شاخه‌های علم اقتصاد، اقتصاد مدیریت است. این شاخه با استفاده از مفاهیم، تئوری‌ها، ابزارها و روش‌های اقتصادی، اقدام به حل مشکلات اجرایی مدیریت در بنگاه‌های اقتصادی می‌نماید و با ایجاد پیوند میان مباحث تئوری و کاربردی، به مدیریت در تصمیم‌گیری‌ها کمک می‌نماید. این حوزه از علم در جستجوی آن است که قواعد و اصولی را به‌منظور تسهیل دسترسی به اهداف اقتصادی موردنظر مدیریت ایجاد نماید. این اهداف اقتصادی به هزینه، درآمد و سود مربوط می‌شود و برای سازمان‌های تجاری و غیرتجاری اهمیت دارد. اقتصاد مدیریت با تمرکز بر بازدهی و بهبود سودآوری برای مدیران این امکان را فراهم می‌آورد با تأثیرات تغییرات اقتصادی بر بنگاه‌ها، سازمان‌ها و بازارها به نحو مطلوب‌تری آشنا گردند. درک صحیح مدیران از مفاهیم اقتصادی باعث می‌شود که برنامه‌ریزی‌ها و راهبردهای تجاری خود را با توجه به نوسانات اقتصادی بهبود بخشند و از فرصت‌ها و چالش‌های اقتصادی به بهترین نحو استفاده نمایند. اقتصاد مدیریت راه‌حل‌های مناسبی را برای مشکلات مدیریتی ارائه می‌کند. مشکلات مربوط به بخش‌های مختلف در یک بنگاه مانند تولید، تقاضا، قیمت‌گذاری بر محصول، کسب و حساسیت بازار نسبت به قیمت و میزان عرضه، نحوه رقابت بنگاه‌های اقتصادی، مسائل زیست‌محیطی تجارت داخلی و بین‌المللی، هزینه‌های اجتماعی و تأثیر سیاست‌های دولت بر اقتصاد بنگاه در اقتصاد مدیریت مورد بررسی علمی قرار می‌گیرد. اقتصاد مدیریت به مدیران بنگاه‌های اقتصادی این امکان را فراهم می‌بخشد که بتوانند در حوزه‌های انتخاب منطقه کسب‌وکار، انتخاب محصول، تعیین خروجی بهینه، ارتقاء فروش، ریسک سرمایه‌گذاری، بودجه‌بندی سرمایه‌ای و تقریباً هر بخش از حوزه‌های اقتصادی کسب‌وکار سازمان از تکنیک‌های تجزیه و تحلیل مرتبط استفاده نموده و تصمیم‌گیری مناسبی را اتخاذ نمایند. در کتاب حاضر سعی شده است با تشریح علم اقتصاد مدیریت در ده فصل، بر کاربردها و سیاست‌های اقتصادی عقلایی مدیران تأکید بیشتری گردد و با نگرشی متفاوت و ابتکاری نسبت به موضوعات مهم و کاربردهای مفهوم اقتصاد و تعادل بنگاه اقتصادی برای مدیران توجه نماید. همچنین این کتاب یک فصل را به‌صورت اختصاصی به مدیریت اقتصاد دیجیتال که از مباحث نوین اقتصاد مدیریت است را تشریح نموده است.

در انتهای پیش‌گفتار لازم می‌دانیم از حمایت معنوی هیئت‌مدیره شرکت افق پیشگامان خرد که با در اختیار قرار دادن سال‌ها تجربیات خود در حوزه سرمایه‌گذاری و مشاوره کسب‌وکار ابزار لازم را جهت تهیه و انتشار این کتاب فراهم نمودند تشکر و قدردانی نماییم. بر این عقیده هستیم که هر متن علمی

عاری از نواقص و کاستی‌ها نیست؛ لذا از خوانندگان و فرهیختگان محترم خواهشمند است نظرات، دیدگاه‌ها و پیشنهادات ارزشمند خود را پیرامون این کتاب به آدرس [shams.lahroodi@gmail.com](mailto:shams.lahroodi@gmail.com) ارسال نمایند تا در نسخ آتی، کسور کتاب اصلاح و رفع گردد.

**سیدحسین شمس لاهرودی، ثریا پاهنگ**

## فهرست

- فصل ۱: مقدمه‌ای بر اقتصاد مدیریت..... ۱۸
- ۱-۱- تعریف اقتصاد مدیریت ..... ۱۸
- ۲-۱- ارتباط اقتصاد مدیریت با علوم دیگر ..... ۲۰
- ۳-۱- تفاوت اقتصاد مدیریت با اقتصاد خرد ..... ۲۱
- ۴-۱- نقش مدیران در بنگاه‌های اقتصادی ..... ۲۱
- ۵-۱- رابطه بین اقتصاد مدیریت و اقتصاد سنتی ..... ۲۲
- ۶-۱- رابطه اقتصاد مدیریت و مدیریت بازرگانی ..... ۲۳
- ۷-۱- اقتصاد مدیریت و جامعه ..... ۲۴
- پرسش‌های فصل ۱ ..... ۲۵
- منابع فصل ۱ ..... ۲۵
- فصل ۲: عرضه ..... ۲۷
- ۱-۲- عرضه چیست؟ ..... ۲۷
- ۲-۲- اصول عرضه ..... ۲۸
- ۳-۲- تاریخچه عرضه ..... ۲۸
- ۴-۲- هزینه و عرضه بنگاه ..... ۲۹
- ۵-۲- هزینه‌های ثابت و متغیر ..... ۳۵
- ۶-۲- ماهیت بنگاه ..... ۳۶
- ۷-۲- عرضه صنعت ..... ۳۸
- ۸-۲- منحنی عرضه و تغییرات در عرضه ..... ۴۱
- ۹-۲- مدیریت زنجیره عرضه از دیدگاه مسئله لجستیک ..... ۴۳
- ۱۰-۲- مدیریت زنجیره عرضه از دیدگاه ارزش افزوده ..... ۴۵

- ۱۱-۲- ویژگی‌های زنجیره عرضه در صنعت خودرو..... ۴۶
- ۱۲-۲- مدیریت تأمین کنندگان قطعات در صنعت خودرو..... ۴۸
- ۱۲-۲-۱- استراتژی ..... ۴۸
- ۱۲-۲-۲- ساختار ..... ۵۰
- ۱۲-۲-۳- عملکرد..... ۵۱
- ۱۳-۲- استراتژی سازمان در قبال زنجیره عرضه..... ۵۲
- پرسش‌های فصل ۲ ..... ۵۳
- منابع فصل ۲ ..... ۵۳
- فصل ۳: تقاضا** ..... ۵۵
- ۱-۳- مفهوم تقاضا ..... ۵۵
- ۲-۳- عوامل مؤثر بر تقاضا ..... ۵۶
- ۱-۲-۳- قیمت ..... ۵۶
- ۲-۲-۳- درآمد خریدار ..... ۵۸
- ۳-۲-۳- تبلیغات و بازاریابی..... ۵۸
- ۴-۲-۳- انتظارات در مورد قیمت آینده..... ۵۹
- ۵-۲-۳- اندازه و ترکیب جمعیتی ..... ۵۹
- ۶-۲-۳- سیاست‌های دولت..... ۵۹
- ۳-۳- قانون تقاضا..... ۶۰
- ۴-۳- مفهوم عرضه و تقاضا..... ۶۱
- ۵-۳- اهمیت عرضه و تقاضا در تعیین سود بانکی..... ۶۲
- ۶-۳- عرضه و تقاضا به‌عنوان پایگاه عدالت..... ۶۴
- ۷-۳- پیامدهای ناشی از تورم و راه‌های مقابله با آن..... ۶۷
- ۸-۳- هنر، عرضه و تقاضا..... ۶۸

۷۰	۹-۳- قانون تقاضا.....
۷۰	۳-۹-۱- جدول تقاضا.....
۷۱	۳-۹-۲- منحنی تقاضا.....
۷۳	۳-۹-۳- تابع تقاضا.....
۷۴	۳-۱۰- سایر عوامل مؤثر بر منحنی تقاضا.....
۷۵	پرسش‌های فصل ۳.....
۷۷	منابع فصل ۳.....
۷۹	فصل ۴: کشش.....
۸۰	۴-۱- کشش قیمتی تقاضا.....
۸۳	۴-۲- محاسبه کشش قیمتی معادله تقاضا.....
۸۴	۴-۳- انواع مختلف کشش قیمتی تقاضا.....
۸۷	۴-۴- کشش قیمتی تقاضا و شیب.....
۸۸	۴-۵- رابطه بین کشش و درآمد کل.....
۹۴	۴-۶- عوامل مؤثر در کشش تقاضا.....
۹۶	۴-۷- کشش درآمدی تقاضا.....
۹۸	۴-۸- کشش متقابل تقاضا.....
۹۹	۴-۹- کشش عرضه.....
۱۰۲	پرسش‌های فصل ۴.....
۱۰۴	منابع فصل ۴.....
۱۰۶	فصل ۵: تولید و هزینه.....
۱۰۶	۵-۱- تکنیک تولید.....
۱۰۷	۵-۲- نهاده ثابت و متغیر.....
۱۰۷	۵-۳- دوره کوتاه‌مدت و بلندمدت.....

۱۰۷	۴-۵- تابع تولید
۱۰۸	۵-۵- نهاده‌های ثابت در مقابل نهاده‌های متغیر
۱۰۹	۶-۵- تولید کل در مقابل تولید نهایی
۱۱۰	۷-۵- قانون بازده نزولی
۱۱۱	۸-۵- تولید نهایی و تولید متوسط
۱۱۲	۹-۵- توصیف نموداری تولید کل تولید نهایی و تولید متوسط
۱۱۴	۱۰-۵- منحنی تولید نهایی و تولید متوسط
۱۱۴	۱۱-۵- سه مرحله تولید
۱۱۷	۱۲-۵- کشش عوامل تولید
۱۱۸	۱۳-۵- تابع تولید با دو نهاده متغیر
۱۲۱	۱۴-۵- خط هزینه یکسان
۱۲۲	۱۵-۵- نقطه بهینه تولیدکننده
۱۲۳	۱۶-۵- هزینه تولید
۱۲۴	۱۷-۵- نظریه هزینه کوتاه‌مدت
۱۲۸	۱۸-۵- هزینه‌های متوسط و نهایی
۱۳۲	۱۹-۵- منحنی هزینه‌های متوسط و نهایی
۱۳۳	۲۰-۵- منحنی هزینه نهایی
۱۳۴	۲۱-۵- منحنی هزینه متوسط بلندمدت
۱۳۶	پرسش‌های فصل ۵
۱۳۷	منابع فصل ۵
۱۳۹	فصل ۶: تحلیل و مدیریت رفتار مصرف‌کننده
۱۳۹	۱-۶- روش مطلوبیت
۱۴۰	۲-۶- مطلوبیت ترتیبی در مقابل مطلوبیت عددی

- ۱۴۱ ..... ۳-۶- مطلوبیت کل و مطلوبیت نهایی
- ۱۴۶ ..... ۴-۶- از مطلوبیت نهایی به منحنی تقاضای فرد
- ۱۴۷ ..... ۵-۶- اصل بهینه یابی مصرف کننده
- ۱۴۹ ..... ۶-۶- مدل تعمیم یافته دو کالا و بیشتر
- ۱۵۲ ..... ۷-۶- منحنی های بی تفاوتی
- ۱۵۵ ..... ۸-۶- خصوصیات منحنی های بی تفاوتی
- ۱۵۹ ..... ۹-۶- نرخ نهایی جانشینی (MRS)
- ۱۶۱ ..... ۱۰-۶- تابع مطلوبیت
- ۱۶۳ ..... ۱۱-۶- حالت های خاص منحنی بی تفاوتی
- ۱۶۴ ..... ۱۲-۶- محدودیت بودجه
- ۱۶۶ ..... ۱۳-۶- انتقال خط بودجه
- ۱۶۶ ..... ۱۳-۶-۱- اثر تغییر درآمد
- ۱۶۷ ..... ۱۳-۶-۲- اثر تغییر در قیمت
- ۱۶۸ ..... ۱۳-۶-۳- تعادل مصرف کننده
- ۱۷۲ ..... ۱۴-۶- عوامل مؤثر بر تعادل مصرف کننده
- ۱۷۲ ..... ۱۴-۶-۱- تغییرات در درآمد پولی
- ۱۷۳ ..... ۱۴-۶-۲- تغییرات در قیمت
- ۱۷۷ ..... ۱۴-۶-۳- تغییر در سلیقه مصرف کننده
- ۱۷۸ ..... پرسش های فصل ۶
- ۱۸۰ ..... منابع فصل ۶
- ۱۸۲ ..... فصل ۷: بازارها
- ۱۸۲ ..... ۱-۷- بازار چیست؟
- ۱۸۲ ..... ۲-۷- انواع بازار

۱۸۳	۷-۲-۱- بازار رقابت کامل.....
۱۸۵	۷-۲-۲- بازار رقابت غیرکامل (رقابت انحصاری).....
۱۸۶	۷-۲-۳- بازار انحصار کامل.....
۱۸۶	۷-۲-۴- انحصار دو یا چند جانبه.....
۱۸۷	۷-۲-۵- انحصار دوطرفه (مضاعف).....
۱۸۷	۷-۳- عوامل ایجاد کننده انحصار.....
۱۸۸	۷-۴- سود انحصارگر.....
۱۸۹	پرسش‌های فصل ۷.....
۱۹۰	منابع فصل ۷.....
۱۹۲	<b>فصل ۸: بازدهی اقتصادی.....</b>
۱۹۲	۸-۱- ارزش.....
۱۹۲	۸-۲- ارزش افزوده.....
۱۹۲	۸-۳- ارزش افزوده اقتصادی.....
۱۹۳	۸-۴- ارزش افزوده بازار.....
۱۹۳	۸-۵- سودآوری.....
۱۹۳	۸-۶- EPS.....
۱۹۳	۸-۷- P/E.....
۱۹۴	۸-۸- بازده حقوق صاحبان سهام.....
۱۹۴	۸-۹- نرخ بازده دارایی.....
۱۹۴	۸-۱۰- بازده سهام یا سرمایه‌گذاری.....
۱۹۴	۸-۱۱- اهرم مالی.....
۱۹۵	۸-۱۲- بازدهی سهام.....
۱۹۶	۸-۱۳- عوامل مؤثر بر بازدهی.....

- ۱۹۷-۸- نوسانات بازده.....
- ۲۰۱-۸- بازخورد نوسانات.....
- ۲۰۲-۸- ترکیب اثر اهرمی و بازخورد نوسانات.....
- ۲۰۳-۸- تئوری فرا مدرن.....
- ۲۰۴-۸- رابطه بین نوسانات اضافی قیمت سهام با بازده مورد انتظار سهام.....
- ۲۰۵-۸- معیارهای ارزیابی عملکرد مالی شرکت.....
- ۲۰۶-۸- ۱-۱۹- معیارهای حسابداری.....
- ۲۱۰-۸- ۲-۱۹- معیارهای اقتصادی.....
- ۲۱۱-۸- ۲۰- تعریف ارزش افزوده اقتصادی.....
- ۲۱۱-۸- ۲۱- دلایل مطرح شدن ارزش افزوده اقتصادی.....
- ۲۱۴-۸- ۲۲- قیمت به سود هر سهم (P/E).....
- ۲۱۵-۸- ۲۳- عوامل تعیین کننده در ضریب قیمت به سود هر سهم (P/E).....
- ۲۱۵-۸- ۲۴- ضریب قیمت به سود هر سهم (P/E) و نرخ بازده.....
- ۲۱۶-۸- ۲۵- نسبت قیمت به سود هر سهم (P/E) با بازده سهام.....
- ۲۱۹- پرسش‌های فصل ۸.....
- ۲۲۰- منابع فصل ۸.....
- ۲۲۴- فصل ۹: مدیریت بنگاه و منابع انسانی.....
- ۲۲۴- ۱-۹- علت وجودی بنگاه‌ها چیست؟.....
- ۲۲۵- ۲-۹- اهداف بنگاه.....
- ۲۲۷- ۳-۹- تأثیر دولت در بنگاه.....
- ۲۲۸- ۴-۹- آموزش.....
- ۲۳۰- ۱-۴-۹- آموزش عمومی.....
- ۲۳۰- ۲-۴-۹- آموزش خصوصی.....

۲۳۲	..... ۵-۹- انگیزش
۲۳۳	..... ۶-۹- مدل رئیس-عامل
۲۳۳	..... ۷-۹- طرح پرداخت حقوق ثابت
۲۳۴	..... ۸-۹- طرح پرداخت بر اساس عملکرد (علاقه کارمند)
۲۳۵	..... ۹-۹- ایجاد انگیزه در مدیران
۲۳۵	..... ۱۰-۹- مسابقات رقابتی
۲۳۶	..... ۱۱-۹- ایجاد انگیزه در میان افرادی غیر از مدیر
۲۳۶	..... ۱-۱۱-۹- نرخ‌های زمانی و نرخ‌های کاری
۲۳۷	..... ۲-۱۱-۹- دستمزدهای معوق
۲۴۰	..... ۳-۱۱-۹- دستمزد بر مبنای کارایی
۲۴۰	..... ۱۲-۹- اتحادیه‌ها در سراسر جهان
۲۴۳	..... ۱۳-۹- نظریه چانه زنی جمعی رابین استین
۲۴۹	..... ۱۴-۹- اعتصابات و تعطیلی
۲۵۱	..... ۱۵-۹- تأثیر اتحادیه‌ها
۲۵۱	..... ۱-۱۵-۹- دستمزدها
۲۵۳	..... ۲-۱۵-۹- متغیرهای غیر دستمزدی
۲۵۴	..... پرسش‌های فصل ۹
۲۵۵	..... منابع فصل ۹
۲۵۷	..... فصل ۱۰: مدیریت اقتصاد دیجیتال
۲۵۷	..... ۱-۱۰- مفهوم اقتصاد دیجیتال
۲۵۸	..... ۲-۱۰- سیر دیجیتال شدن اقتصاد
۲۶۲	..... ۳-۱۰- سیر اقتصاد دیجیتال در سایر کشورها
۲۶۲	..... ۱-۳-۱۰- هند