

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

صنایع شبکه ای و اطلاعاتی:

رویکرد اقتصادی

محمد جعفر تارخ

علی حبیبی بدرآبادی

محبوبه حبیبی بدرآبادی

بهار ۱۳۹۰

سرشناسه	: تاریخ، محمدجعفر، ۱۳۳۸-
عنوان و نام پدیدآور	: صنایع شبکه ای و اطلاعاتی: رویکرد اقتصادی/محمدجعفر تاریخ، علی حبیبی بدرآبادی، محبوبه حبیبی بدرآبادی.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۰ص.: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۵۰۰۰۰ ریال 978-964-8703-91-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه .
یادداشت	: واژه‌نامه .
یادداشت	: نمایه.
موضوع	: شبکه‌های اطلاع‌رسانی
موضوع	: شبکه‌های اطلاع‌رسانی -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات -- جنبه‌های اقتصادی
شناسه افزوده	: حبیبی بدرآبادی، محبوبه، - ۱۳۵۹
شناسه افزوده	: دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی
شناسه افزوده	: حبیبی بدرآبادی، علی، - ۱۳۶۲
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۰ ت ۱۶ص ۵/۸/۲۵۸
رده بندی دیویی	: ۲۰۳/۳۸۳۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۳۸۱۶۹

نام کتاب: صنایع شبکه ای و اطلاعاتی: رویکرد اقتصادی

مولف: دکتر محمدجعفر تاریخ، عضو هیئت علمی دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی خواجه

نصیرالدین طوسی، علی حبیبی بدرآبادی، محبوبه حبیبی بدرآبادی

ناشر: انتشارات دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

نوبت چاپ: اول

تاریخ چاپ: اردیبهشت ۱۳۹۰

تیراژ: ۱۲۰۰ جلد

قیمت: ۵۰۰۰ تومان

کد کتاب: ۲۷۷

ISBN: 978-964-8703-91-7

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۸۷۰۳-۹۱-۷

تلفن مرکز بخش و فروش: ۸۸۷۷۲۲۷۷

صحافی: گرنامی

لیتوگرافی و چاپ: پایان

(حق چاپ برای ناشر محفوظ است)

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: مقدمه ای بر اقتصاد شبکه ای
۲	۱-۱-۱- مکمل بودن، سازگاری و استانداردها
۴	۱-۲- اثرات خارجی
۵	۱-۳- قفل شدگی و هزینه های تعویض
۷	۱-۴- حجم تولید توجیه پذیر از نظر اقتصادی
۸	۱-۵- رفاه عمومی
۸	۱-۵-۱- مداخله ی دولت (سازمان های تنظیم مقررات)
۹	۱-۵-۲- انحصار ذاتی در مقابل قیمت گذاری بر حق دستیابی
۱۳	فصل دوم: سخت افزار کامپیوترهای شخصی
۱۶	۱-۲- دیدگاه اثرات خارجی شبکه
۱۷	۱-۱-۲- فروش انحصاری و مصرف کنندگان یکسان
۲۶	۱-۲-۲- بازار تک قطبی با وجود مصرف کنندگان متفاوت
۳۲	۱-۳-۲- بازار دوقطبی و مصرف کنندگان متفاوت
۴۴	۱-۴-۲- مروری بر اثرات خارجی شبکه در صنعت رایانه های شخصی
۴۶	۲-۲- دیدگاه مولفه ای
۴۹	۱-۲-۲- سیستم های غیرسازگار
۵۲	۲-۲-۲- سیستم های سازگار
۵۴	۲-۳-۲- سازگاری در مقابل عدم سازگاری

- ۵۶ ۴-۲-۲- مروری بر دیدگاه مولفه ای در صنعت رایانه های شخصی
- ۵۶ ۳-۲- یافته های عملی در خصوص اثرات خارجی شبکه
- ۵۷ ۱-۳-۲- سازگاری صفحه کلید و اثرات خارجی شبکه
- ۵۸ ۲-۳-۲- رایانه های بزرگ
- ۵۸ ۳-۳-۲- اثرات خارجی شبکه در بازار نرم افزارهای صفحه گسترده
- ۶۳ فصل سوم: صنعت نرم افزار
- ۶۴ ۱-۳- اصول تولید نرم افزار
- ۶۷ ۲-۳- تعیین تنوع نرم افزاری
- ۷۲ ۳-۳- تنوع نرم افزاری با وجود رقابت سخت افزاری
- ۷۴ ۱-۳-۳- سیستم های غیرسازگار
- ۷۷ ۲-۳-۳- سیستم های سازگار
- ۷۸ ۴-۳- تنوع نرم افزاری و سازگاری جزئی
- ۸۰ ۱-۴-۳- تعیین تنوع نرم افزاری برای یک نشان تجاری خاص
- ۸۲ ۲-۴-۳- تاثیر تغییر درجه ی سازگاری بر روی تنوع نرم افزاری
- ۸۳ ۵-۳- سرقت نرم افزاری
- ۹۲ ۶-۳- قیمت گذاری نرم افزار و بخش بندی بازار
- ۹۷ ۷-۳- یافته های کاربردی
- ۹۷ ۱-۷-۳- سیستم های عامل و تنوع نرم افزاری
- ۹۸ ۲-۷-۳- بخش کننده های لوح فشرده (CD) و تنوع عناوین CDها
- ۹۹ ۳-۷-۳- سرقت نرم افزاری
- ۱۰۰ ۴-۷-۳- آینده ی صنعت نرم افزار

۱۰۳	فصل چهارم: تحول فناوری و استانداردسازی
۱۰۳	۱-۴- پذیرش فناوری جدید: رویکرد ایستا
۱۰۶	۲-۴- تحولات فناوری: رویکرد پویا
۱۰۹	۱-۲-۴- ارتقاء فناوری
۱۱۱	۲-۲-۴- مصرف کنندگان و تغییر فناوری ها
۱۱۳	۳-۲-۴- پذیرش فناوری جدید
۱۱۵	۴-۲-۴- محاسبه ی عمر فناوری ها
۱۱۸	۳-۴- استاندارد سازی بین المللی
۱۱۹	۱-۳-۴- کلیات استانداردسازی در سطح بین المللی
۱۲۰	۲-۳-۴- مدلی با در نظر گرفتن اثرات خارجی شبکه ی بین المللی
۱۲۷	فصل پنجم: ارتباطات از راه دور
۱۲۸	۱-۵- خدمات ارتباط از راه دور
۱۲۹	۱-۱-۵- تقاضا برای خدمات ارتباط از راه دور
۱۳۳	۲-۱-۵- ارائه دهندگان انحصاری خدمات ارتباط از راه دور
۱۳۴	۳-۱-۵- شرایط بهینه بودن خدمات ارتباط از راه دور از نظر اجتماعی
۱۳۵	۴-۱-۵- ورود شرکتهای جدید به صنعت ارتباطات
۱۳۸	۵-۱-۵- بررسی بازار با در نظر گرفتن سه نوع مصرف کننده
۱۳۹	۲-۵- تجزیه و تحلیل ریاضی بازار ارتباطات از راه دور
۱۴۰	۱-۲-۵- تقاضا برای خدمات ارتباط از راه دور
۱۴۴	۲-۲-۵- بازار تک قطبی: حالتی که هزینه ی اتصال برابر با صفر باشد
۱۴۶	۳-۲-۵- بازار تک قطبی: حالتی که هر اتصال برای اپراتور هزینه دارد

- ۱۴۷-۴-۲-۵ ورود بنگاه های جدید به صنعت ارتباطات از راه دور
- ۱۵۰-۳-۵ اتصال داخلی
- ۱۵۳-۱-۳-۵ قیمت گذاری بر حق دستیابی: روش های پایه
- ۱۵۶-۲-۳-۵ تعیین حق دسترسی دوجانبه با وجود بازارهای محلی تک قطبی
- ۱۶۴-۳-۳-۵ نرخ های تسویه حساب تماس های تلفنی بین المللی
- ۱۷۰-۴-۳-۵ آینده ی صنعت تلفن بین المللی
- ۱۷۱- فصل ششم: پخش برنامه های رادیو و تلویزیونی
- ۱۷۲-۱-۶-۱ پخش برنامه های رادیو و تلویزیونی و تلویزیون های کابلی
- ۱۷۲-۱-۱-۶ رقابت و زمان بندی برنامه ها
- ۱۸۴-۱-۲-۶ رقابت بر سر نوع برنامه ها
- ۱۸۹-۳-۱-۶ تلویزیون های کابلی: تاثیر بازار تک قطبی منطقه ای
- ۱۹۲-۲-۶ تخصیص طیف امواج
- ۱۹۳-۱-۲-۶ قرعه کشی
- ۱۹۷-۲-۲-۶ مزایده
- ۲۰۰-۳-۶ همگرایی دیجیتالی
- ۲۰۳-۱-۳-۶ پیش از آزادسازی (پیش از حذف نظارت)
- ۲۰۴-۲-۳-۶ آزادسازی جزئی
- ۲۰۶-۳-۳-۶ آزادسازی کامل (حذف کامل نظارت)
- ۲۰۹- فصل هفتم: بازار اطلاعات
- ۲۱۰-۱-۷ باز تولید اطلاعات
- ۲۱۰-۱-۱-۷ انواع باز تولید اطلاعات

۲۱۲	۲-۱-۷- جلوگیری از نسخه برداری: دیجیتال در مقابل غیردیجیتال
۲۱۴	۳-۱-۷- محافظ توکار برای رسانه های چاپی
۲۱۶	۴-۱-۷- مزاد جذب شده و جذب نشده ی ناشی از نسخه برداری
۲۱۸	۲-۷- اقتصاد کتابخانه ها
۲۱۸	۱-۲-۷- یک کتابخانه چیست؟
۲۲۰	۲-۲-۷- چگونه ارزش یک کتابخانه تعیین می گردد
۲۲۱	۳-۲-۷- قیمت گذاری بر خدمات کتابخانه
۲۲۶	۳-۷- اینترنت
۲۲۶	۱-۳-۷- تاریخچه ی توسعه ی اینترنت
۲۲۸	۲-۳-۷- قیمت گذاری بر خدمات اینترنتی: یک تحلیل جبری
۲۳۳	۳-۳-۷- تجارت اینترنتی
۲۳۴	۴-۳-۷- پرداخت مالیات برای تجارت اینترنتی
۲۳۷	۴-۷- قیمت گذاری بر کالاهای اطلاعاتی
۲۴۱	فصل هشتم: سرویس های وب
۲۴۵	۱-۸- توافقنامه سطح سرویس
۲۵۱	۲-۸- قیمت گذاری بهینه
۲۵۲	۱-۲-۸- پیشرو سرویس خود را با سطح $H$ ارائه کند
۲۶۴	۲-۲-۸- پیشرو سرویس خود را با سطح $L$ ارائه کند
۲۷۱	۳-۸- استراتژی های تعادل
۲۸۳	منابع