

工商管理经典译丛·管理专业通用教材系列

管理经济学

(第6版)

〔美〕 多米尼克·萨尔瓦多/著
(Dominick Salvatore)
冷德荣 王伟等/译



Managerial Economics
In a Global Economy

清华大学出版社



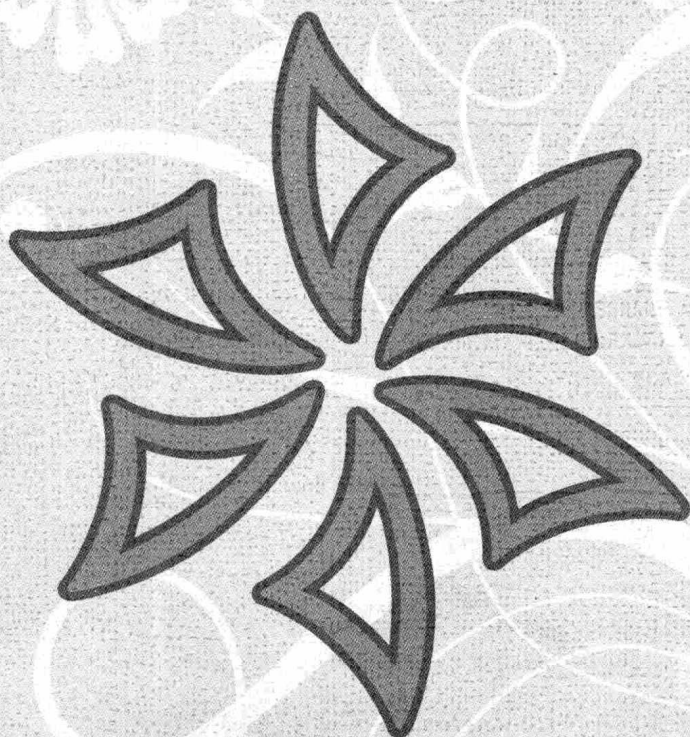
工商管理经典译丛·管理专业通用教材系列

管理经济学

(第6版)

〔美〕 多米尼克·萨尔瓦多/著
(Dominick Salvatore)
冷德荣 王伟等/译

Managerial Economics In a Global Economy



清华大学出版社
北京

Authorized translation from the English language edition, entitled [MANAGERIAL ECONOICS], [6th ed.], [9780195307191] by [DOMINICK SALVATORE], published by Oxford University Press, Inc. Copyright © [2007].

All Rights Reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Oxford University Press, Inc. CHINESE SIMPLIFIED language edition published by **TSINGHUA UNIVERSITY PRESS** Copyright ©[2009].

本书中文简体翻译版由牛津大学出版社授权给清华大学出版社出版发行。未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

北京市版权著作合同登记号 图字:01-2009-3084

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学:第6版/(美)萨尔瓦多(Salvatore,D.)著;冷德荣,王伟等译.——北京:清华大学出版社,2009.7

(工商管理经典译丛·管理专业通用教材系列)

书名原文:Managerial Economics

ISBN 978-7-302-19071-4

I. 管… II. ①萨… ②冷… III. 管理经济学—高等学校—教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第001438号

责任编辑:刘志彬

责任校对:王荣静

责任印制:何芋

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京市世界知识印刷厂

装 订 者:三河市李旗庄少明装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:33.5 插 页:1 字 数:888千字

版 次:2009年7月第1版 印 次:2009年7月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:59.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:029126-01

前 言

本书是为管理经济学——绝大多数商业和经济课程计划都会涉及的传统课程准备的教科书。本书结构和涵盖的主题既遵循了传统的授课方式,又在许多新的方面有很大拓展,以反映现代管理工具和方法的最新进展。

本书的主要目标是:

围绕厂商理论,提供制定管理决策的统一的主题。本书展示了管理经济学不是研究孤立的主题,而是经济学、决策科学和企业管理各个职能领域的综合,研究企业在约束条件下,试图实现最优化决策的过程中,这些方面是如何相互作用的。

介绍许多在其他的管理课程中根本不提或者只是简单提及的新主题和新型管理工具。主要包括公司结构、创造型企业的改革、波特战略模型、虚拟企业、关系企业、企业治理、商业道德、电子商务、信息经济学、国际化风险、新(国际化)的规模经济、学习曲线、全面质量管理、流程再造(重组)、标杆管理、学习型组织、新的数字化工厂、捆绑销售、商业决策中税收的作用和互联网的商业用途。

在管理经济学中引入国际化以反映当今世界偏好、生产和分配的全球化。其他教科书只是包含了管理经济学国际化方面的几个孤立的例子或者章节,但是本书,在每一章、每一节都详细地综合和讨论了在当今的全球化形势下,管理经济学的国际化分支。这是非常必要的,因为我们消费的多数商品是进口的,并且企业也从海外购买大量要素并向海外销售更多的商品。更重要的是,美国国内的企业面临着国外企业越来越激烈的竞争。

展示在现实世界中,管理决策是如何制定的。本书包括 100 多个真实案例分析(远远多于其他教科书),在本书中还包含 6 个篇幅较大的综合案例,分布在每篇的最后。这些案例内容充实,涉及行业比其他同类书籍丰富。管理经济学实际上是门应用科学,这个特点并非言过其实。本书的案例包括多个方面:电子商务、eBay 和网络竞争、施乐(Xerox)的标杆管理、通用电气的流程再造(重组)、吉列(Gillette)引入 Sensor 和 Mach 3 刀片、虚拟管理、通用汽车认为小得更好、美国的全新数字企业、企业如何获取新技术、惠普的物流管理、欧元和欧洲企业的国际化竞争、美元汇率和美国企业的营利性、沃尔玛的抢先市场战略、多国企业的转移定价、康-爱迪生公司(Con Edison)的价格歧视、Priceline 网站的定价方式、微软的反垄断案、风险矩阵系统、通过资产组合分散风险,以及安然-安达信和其他金融灾难。



其他特色

本书还具有以下的特色：

- 涵盖了实际管理决策和任何管理经济学课程的全部主题。因此，在课程内容的选择上为教师提供了极大的灵活性。
- 不论是否具备微积分知识，都可以使用本书。第 2 章的选学部分深入讨论了管理经济学用到的最优化技术。最优化的微积分方法只在大部分章节后面的数学附录以及脚注中用到。
- 尽管本书本质上是应用性的，但却建立在充分的理论基础上。这就解决了对这一学科的一般批评：要么过度理论化，要么纯粹应用性的而理论基础薄弱。

第 6 版新增之处

新增加的部分包括：关于决策制定过程的 1.2 节，关于虚拟购物和虚拟管理的 4.2 节，关于创新过程的 6.8 节，关于波特战略模型的 9.3 节，关于创造性企业发展的 9.6 节，关于商务决策里税收效应的 12.7 节，有关委托代理问题和拍卖的 13.8 节，第 4 章和第 5 章新增了附录，介绍如何使用 Excel 进行一元和多元回归分析以及利用时间序列数据预测波动情况。

本书中超过 100 个案例中的近四分之一是全新的，其余的案例有一半进行了修改和更新，更贴近时代。这些新案例是：案例 1-1 彼得·德鲁克——管理学之父，案例 1-11 咖啡价格及其需求和供给的变化，案例 4-3 大宗市场逐渐消失背景下的销售，案例 8-3 美元汇率和美国企业的盈利能力，案例 9-6 汽车工业的全球化，案例 11-5 发达国家的转移定价，案例 12-9 世界各地的企业税收，案例 12-10 美国边境税和出口补贴，案例 13-9 金降落伞是在奖励失败吗，案例 13-10 无线电的拍卖。

此外增加了两个篇幅较长的综合案例，“迈克尔·戴尔的教育”和“eBay 和网络竞争”，以及其他案例研究，补充阅读和互联网网址也都全部修改和拓展了。

管理经济学的主旨

管理经济学是指运用经济学和决策科学的分析工具，研究企业如何在它所面临的约束条件下，作出最优化管理决策。

本书适用于大多数商业和经济管理课程计划中的管理经济学课程，适用于高年级本科生和研究生。本书通过厂商理论把经济理论（微观经济学和宏观经济学）、决策科学（数理经济学和计量经济学）、商业的基础领域（会计、金融、营销、人力资源管理和生产管理）综合和联系在一起，阐述了这些部分如何成为管理决策的关键主题。企业管理的各个职能领域分析了企业的经营环境，同样地，它们也提供了管理决策的背景。经济理论提供了最优化决策的理论框架，决策科学提供了最优化和估计经济关系的工具。作为综述性课程，管理经济学综合和联系起所有这些主题，并展示了它们对管理决策的重要性。

正如上面所述，本书具有四个特色：第一，把厂商理论作为研究管理决策过程的统一主题；第二，在管理经济学中引入全球观点，以反映快速全球化的世界中偏好、生产、分配和竞争的国际化；第三，在管理经济学中引入了许多令人兴奋的主题，比如，公司结构、创造型企业的发展、波特战略模型、商业道德、电子商务、风险管理、国际规模经济、虚拟企业、企业再造、标杆管理、学习型组织和数字工厂；第四，通过 100 多个案例分析（比其他教科书都多）和 6 个更广泛的综合案例展示了管理决策实际上是如何制定的。

本书的组织结构

本书包括五篇：

- 第一篇（第 1~2 章）论述了管理经济学的性质和范围，介绍了厂商理论，回顾了最优化技



术。第1章以更清晰且更令人信服的方式,阐述了厂商理论如何提供了管理决策研究的统一主题,以及在当今世界偏好、生产、分配和竞争快速国际化的趋势下,管理经济学的全球观点为什么是必需的,还包括需求和供给的基本概念和原理;第2章回顾了最优化技术或者说企业在一定的约束条件下,寻求最有效地实现目标的方式,同时,也讨论了几种新型管理工具。

- 第二篇(第3~5章)分析了需求。各章分别讨论了需求、对需求的经验估计、需求预测。对这些重要的主题,其他的教科书一般很少分章节独立讨论,并因此缺乏综合性。
- 第三篇(第6~7章)介绍了厂商生产理论和成本理论及其度量,也介绍了线性规划及其在管理经济学中的应用。第6章介绍了生产中的要素替代,第7章论述了长期生产曲线和短期生产曲线,比任何其他课本要更完整和清晰。有关线性规划的新章节在本书的网站上可以找到。
- 第四篇(第8~11章)把需求分析(第二篇介绍的)与生产和成本分析(第三篇论述的)结合在一起,分析在各种市场结构中,价格和产量是如何决定的。第8章讨论了完全竞争、垄断和垄断竞争;第9章论述了寡头垄断和企业结构;第10章介绍了博弈论和战略行为;第11章论述了在各种市场结构中的定价行为。
- 第五篇(第12~14章)论述了管制和反垄断、政府在经济中的角色、风险分析、长期投资决策和资本预算。

教学特征

除了100多个现实的案例分析(每章6~11个),每篇末尾提供的扩展性综合案例分析是对该部分论述的管理决策类型的综述。

本书具有如下教学特征:

- 为了使用方便,每章都分成若干节。
- 文中给出全书所有曲线图和图表的详细解释,并在标题中加以提炼和总结。
- 图表是按照数学比例制作的,使得答案是真实的数字而非简单的例子。
- 书中一些重要的术语按字母排序列在书后。

每一章也包括如下所示的教学帮助:

1. 提纲,以及每章介绍的主要术语,给出了全章的概述。
2. 本章小结,回顾了每章的主要知识点。
3. 练习题,每章后面的15个问题要求学生能够实际运用所学到的知识来解答。用星号(*)标记的练习题答案在书后给出,这是一种有效学习所必需的及时反馈。
4. 补充阅读材料,这包括本章涉及的所有主题最重要的参考资料。
5. 互联网网址,为每章提到的主题提供了最重要的互联网站点。

为教师

1. 幻灯片演示。那些在一般课堂讲座上希望使用本书中的图表的教师,可以从网站获得现成的幻灯片形式的图表,也可以访问牛津大学的网站并下载。所有的幻灯片都可以根据老师们的课堂需要和要求编辑。

2. 网络教师资源。网站上包括可下载幻灯片形式的教师必要资源。本书中所有重要的表格、图形和讲座笔记里的手绘图形都有幻灯片,并且还提供了线性规划的网络章节。



致谢

这本书来源于我在纽约的 Fordham 大学和 Vienna and Krems 经济和管理大学 20 多年的本科生和研究生管理经济学课程授课经验。我很幸运有很多优秀的学生,他们的问题和意见大大增加了本书的清晰性和解释能力。

我为拥有写成此书的知识而深深感谢我早先的导师们,他们是: William Baumol(纽约大学和普林斯顿大学), Victor Fuchs(斯坦福大学和国家经济研究局), Jack Johnston(加利福尼亚大学欧文分校)和 Lawrence Klein(宾夕法尼亚大学和沃顿商学院)。作为这些优秀的经济学家和永远活在我心中的导师们的学生,能够得到的无数见识。

Fordham 大学商学院和经济系的许多同事们以及本书的众多审读者对本书提出了许多有价值的建议,对于提高本书的质量有很大帮助。在此一并表示感谢!此外,我非常感谢已故的 Sir Ronald A. Fisher, F. R. S. 的遗产的文字执行人,还有 Frank Yates 博士 F. R. S., 以及 Longman Group Ltd., London, 他们许可我从他们的书里翻印表 C-2, *Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research*, 第 6 版, 1974 年。

最后,我将对牛津大学出版社的全体人员表示感谢,特别是对 Terry Vaughn 和 Catherine Rae 的友好和专业上的帮助,对 Noel Hernandez、Meghan Hennessy 和 Candace Marriott(我的助教)表示感谢。感谢 Angela Bates 和 Josephine Cannariato (Fordham 部门秘书)的效率和令人愉悦的安排。

多米尼克·萨尔瓦多
(Domick Salvatore)



目 录

前言 1

第一篇 导 论

第 1 章 管理经济学的性质和研究范围	3
1.1 管理经济学的研究范围	3
1.2 决策的基本过程	6
1.3 厂商理论	8
1.4 利润的性质和作用	11
1.5 商业道德	14
1.6 国际管理经济学的框架	17
1.7 管理经济学与互联网	20
本章小结	21
讨论题	22
练习题	23
第 1 章附录：需求、供给和均衡的基本概念	24
补充阅读材料	29
互联网网址	30
第 2 章 最优化技术和新的管理工具	31
2.1 表述经济关系的方式	31
2.2 总量、平均和边际之间的关系	32
2.3 最优分析	35
2.4 约束条件下的最优	37
2.5 最优化的新管理工具	38
2.6 其他管理工具	44
2.7 新的管理工具和职能特殊化	45
本章小结	47



讨论题	47
练习题	48
补充阅读	49
综合案例 1 迈克·戴尔的教育	52
迈克·戴尔的发迹	53
戴尔进军打印机领域	54

第二篇 需求分析

第 3 章 需求理论	59
3.1 产品的需求	59
3.2 需求的价格弹性	65
3.3 需求的收入弹性	72
3.4 需求的交叉弹性	74
3.5 弹性在管理决策中的应用	77
3.6 偏好的国际化融合	78
3.7 电子商务	80
本章小结	85
讨论题	86
练习题	87
第 3 章附录	89
补充阅读材料	94
互联网网址	95
第 4 章 需求估计	96
4.1 识别问题	96
4.2 需求估计的销售调研方法	98
4.3 回归分析的引入	103
4.4 简单回归分析	105
4.5 多元回归分析	112
4.6 回归分析中的问题	116
4.7 通过回归分析的需求估计	118
4.8 估计美国进出口的需求	121
本章小结	124
讨论题	125
练习题	126
第四章附录：用 EXCEL 做的回归分析	129
补充阅读材料	132
互联网网址	132
第 5 章 需求预测	134
5.1 定性预测	135
5.2 时间-序列分析	137
5.3 平滑技术	144

5.4 气压法	148
5.5 经济模型	151
5.6 投入-产出的预测	156
本章小结	156
讨论题	157
练习题	158
第5章附录：利用电子表格进行时间序列分析来预测波动	161
补充阅读材料	165
互联网网址	166
综合案例2 美国电力需求的估计和预测	168

第三篇 生产和成本分析

第6章 生产理论与估计	173
6.1 生产组织和生产函数	173
6.2 一种可变生产要素的生产函数	176
6.3 可变要素的最优使用量	180
6.4 两种可变要素的生产函数	182
6.5 最优的生产要素组合	186
6.6 规模报酬	191
6.7 经验生产函数	194
6.8 创新过程	196
6.9 创新和全球竞争	199
本章小结	202
讨论题	203
练习题	204
第6章附录：生产的微积分分析	206
补充阅读材料	208
互联网网址	209
第7章 成本理论和估计	211
7.1 成本的性质	211
7.2 短期成本函数	212
7.3 长期成本曲线	215
7.4 厂房大小和规模经济	219
7.5 学习曲线	221
7.6 最小化国际性成本——新型规模经济	223
7.7 物流或供应链管理	226
7.8 本—量—利分析和经营杠杆	228
7.9 成本函数的经验估计	231
本章小结	237
讨论题	238
练习题	239

第7章附录：成本分析计算	241
补充阅读材料	243
互联网网址	244
综合案例3 石油工业的生产和成本函数	245

第四篇 市场结构与定价实践

第8章 市场结构：完全竞争、垄断和垄断竞争	251
8.1 市场结构和竞争程度	251
8.2 完全竞争	252
8.3 全球经济中的完全竞争	259
8.4 垄断	262
8.5 垄断竞争	268
本章小结	273
讨论题	274
练习题	275
第8章附录：微积分法求解利润最大化	277
补充阅读材料	278
互联网网址	279
第9章 寡头垄断和企业架构	281
9.1 寡头垄断和市场集中度	281
9.2 寡头垄断模型	285
9.3 寡头垄断的收益及效率的含义	291
9.4 销售额最大化模型	295
9.5 全球寡头的进行曲	296
9.6 理想企业架构和创造性公司	300
9.7 虚拟企业和关系企业	303
本章小结	306
讨论题	307
练习题	308
第9章附录：应用数学方法研究寡头理论	309
补充阅读材料	315
互联网网址	317
第10章 博弈论和战略行为	318
10.1 战略行为和博弈论	318
10.2 占优战略和纳什均衡	320
10.3 囚徒困境	323
10.4 价格和非价格竞争，卡特尔欺骗与囚徒困境	324
10.5 重复博弈和针锋相对战略	326
10.6 战略措施	327
10.7 战略行为与国际竞争	330
10.8 连续博弈和决策树	332



本章小结	334
讨论题	335
练习题	335
补充阅读材料	337
互联网网址	338
第 11 章 定价实践	340
11.1 多种产品定价法	340
11.2 价格歧视	347
11.3 国际价格歧视与倾销	353
11.4 转移定价	354
11.5 定价实践	360
本章小结	367
讨论题	368
练习题	369
第 11 章附录：使用微积分的三级价格歧视	371
补充阅读材料	373
互联网网址	374
综合案例 4 eBay 和网络竞争	375
综合案例 5 设计飞机票价的艺术	377

第五篇 管制、风险分析和资本预算

第 12 章 管制与反托拉斯：政府在经济中的作用	383
12.1 支持企业,保护消费者、工人以及环境的政府管制	383
12.2 外部性和管制	388
12.3 公共事业管制	392
12.4 反托拉斯：政府对市场结构和行为方式的管制	394
12.5 反托拉斯法的实施和放松管制运动	396
12.6 对国际竞争的管制	403
12.7 企业决策的税收效应	405
本章小结	407
讨论题	408
练习题	409
补充阅读材料	411
互联网网址	412
第 13 章 风险分析	414
13.1 管理决策中的风险和不确定性	414
13.2 用概率分布度量风险	416
13.3 效用理论和风险厌恶	422
13.4 调整风险的评估模型	425
13.5 结合风险进行决策的其他技术	429
13.6 不确定性下的决策	431

13.7 外汇风险和对冲保值	435
13.8 信息和风险	437
本章小结	442
讨论题	443
练习题	444
补充阅读材料	448
互联网网址	450
第 14 章 长期投资决策：资本预算	451
14.1 资本预算：概述	451
14.2 资本预算过程	455
14.3 资本配给与盈利指数	460
14.4 资本成本	461
14.5 实施投资项目后的评价	465
14.6 资本成本与国际竞争力	466
本章小结	468
讨论题	469
练习题	469
补充阅读材料	472
互联网网址	473
综合案例 6 撤销管制、风险、资本预算与电信危机	475
电话线之战	475
不要挂断电话	476
结语	477
附录 A 复利计算、折现和现值	478
A.1 终值和复利计算	478
A.2 现值和折现	480
A.3 年金终值	480
A.4 年金现值	481
A.5 复利计算和折现周期	482
A.6 确定利率	483
A.7 永续年金	484
附录 B 利息系数表	485
附录 C 统计表	494
附录 D 挑选的(加星号的)练习题答案	501
译后记	525

管理经济学的性质 和研究范围

本章将介绍管理经济学的性质和研究范围。首先,介绍管理经济学的定义,讨论管理经济学与其他研究领域的关系。其次,介绍厂商理论,主要内容包括:厂商存在的原因以及它们的作用;厂商的价值;厂商面临的约束以及厂商理论的局限性,包括所谓的委托—代理问题。

再次,通过区分经济利润和商业(正常)营业利润,以及分析它们在自由市场经济中的作用,解释利润的性质,并接着讨论商业道德。最后,分析在管理经济学中引入国际化因素以反映当今世界的生产和销售(分配)全球化的重要性,以及互联网作为管理经济学信息和数据的一种关键来源的重要性。附录中,我们回顾需求、供给和论衡的基本概念。

本章的每节都包含一个或者多个真实的案例分析,用来明确地解释该部分提到的主要概念。这是非常重要的一章,因为本章定义了管理经济学的主旨,清楚地展示了管理经济学与其他研究领域的关系,阐述了在经济全球化环境下,管理经济学对商务、经济决策和计划的重要性和实用性。

1.1 管理经济学的研究范围

这一节中,我们将定义管理经济学的作用,阐述管理经济学与经济学、管理决策科学以及企业管理的职能领域的关系。

管理经济学定义

管理经济学*是指经济学和决策科学的分析工具在研究组织如何最有效地实现目标上的应用。这个概念可以借助图 1-1 清楚地说明。

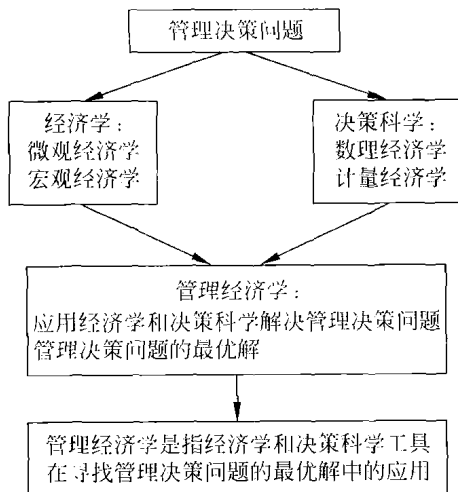


图 1-1 管理经济学的含义

不论是企业还是非营利组织(医院或者大学)或政府机构,当它在一定的约束条件下寻求实现某些目标的时候,管理决策问题(图 1-1 的最上部)就产生了。例如,在既定的要素限制和法律约束下,企业可能寻求利润最大化;医院可能在以既定的“物质”(医生、技术人员、护士、设备、床位)资源和预算,提供“尚可的”医疗服务水平的限制下,寻求治疗尽可能多的病人;大学的目标可能会是,在一定的物质和资金约束下,为尽可能多的学生提供足够的教育;同样地,政府机构可能寻求尽可能低的成本为尽可能多的人提供某种特殊服务(工商企业不能有效地提供的服务)。在所有的例子当中,组织在寻求实现一定约束条件下的目标的过程中,都面临管理决策问题。也许每个例子当中的目标和约束都不同,但是基本的决策过程都是一样的。

管理经济学与经济学的关系

组织可以通过应用经济学和决策科学工具解决它的管理决策问题。经济学是指微观经济学和宏观经济学。微观经济学研究自由市场经济中,单个决策单位,比如个体消费者、资源所有者和工商企业的经济行为。宏观经济学则把整个经济看作一个整体,研究产出、收入、就业、消费、投资和价格的总体水平。尽管(微观经济学)厂商理论是管理经济学唯一重要的组成部分,但是企业经营的宏观整体环境(例如,总需求水平、通货膨胀率和利率)也是非常重要的。

* 管理经济学是指应用经济学和决策科学工具求解管理决策问题的最优解。

经济学试图预测和解释经济行为,通常以模型开始。模型抽掉许多细节,只识别事件的几个最重要的决定性因素。例如,厂商理论假设厂商寻求利润最大化,在此基础上,厂商理论预测,在不同的市场结构和组织条件下,厂商应该生产的某种商品的数量。尽管厂商可能有其他的(多个)目标,利润最大化模型精确地预测了厂商的行为,因此我们接受它。所以,经济学(以及一般科学)的方法论是,如果一个理论或者模型预测准确而且预测是假设的逻辑结论,就接受它。^①

管理经济学与决策科学的关系

管理经济学与决策科学也有密切的关系。可以使用数理经济学和计量经济学工具(图1-1),构造和推测致力于决定企业最优行为(也就是企业如何最有效地实现目标)的模型。具体说来,数理经济学用于正式化(也就是用方程式的形式表达)经济学假设的模型。计量经济学对这些数据应用统计工具(尤其是回归分析),以估计经济学假设的模型并应用于预测。

举例来说,经济学假设商品的需求数量(Q)是其价格(P)、消费者收入(Y)、相关商品(即互补品和替代品)的价格(分别用 P_c, P_s 表示)的函数(或者说需求依赖于这些因素)。假定偏好不变,我们可以构造出如下正规(数学)模型:

$$Q = f(P, Y, P_c, P_s) \quad (1-1)$$

收集某种商品的 Q, P, Y, P_c 和 P_s 的数据,可以估计出经验(计量)关系,这是厂商能够确定的;当 P, Y, P_c 和 P_s 改变时, Q 应该改变多少,从而预测出该种商品未来的产量,这是管理部门最有效地实现利润最大化目标的必要信息。

总之,“管理经济学”就是运用经济学和决策科学工具寻找管理决策问题的最优解。

管理经济学与企业管理职能领域的关系

定义了管理经济学的主旨和作用后,现在开始研究管理经济学与企业管理职能领域的关系。后者包括会计、金融、市场营销、人力资源管理和生产,这些学科主要研究厂商经营的内部环境,这样,它们就提供了管理决策的背景。因此,管理经济学可以被看作融合了经济学、决策科学和企业管理职能领域的一般学科;它阐述了在厂商试图最有效地实现目标的过程中,这三者之间是如何相互作用的。

学习管理经济学的大部分学生,对本课介绍的一些主题和所用的分析工具可能都具备一定的知识(从其他课程上学到的)。在回顾这些主题以及研究新的内容的过程中,大家应该特别注意厂商借以实现目标的整个决策过程,因为这是管理经济学的最终目的。

简而言之,管理经济学不是研究许多孤立的主题,而是研究使用经济学和决策科学工具阐

^① M. Friedman, "The Methodology of Positive Economics," in *Essays in Positive Economics* (Chicago: University of Chicago Press, 1953); and M. Blaug, *The Methodology of Economics and How Economists Explain* (Cambridge, England: Cambridge University Press, 1980).