

经
济
科
学
译
库

PEARSON
Prentice
Hall

Economics
for
Managers

管理者 经济学

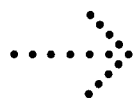
保罗·G·法尔汉 / 著

Paul G. Farnham

曹平等 / 译

中国人民大学出版社

PEARSON
Education

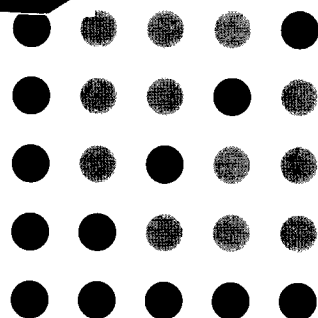


经济科学译库

F01/95

2008

管理者 经济学



保罗·G·法尔汉 / 著

Paul G. Farnham

曹平等 / 译

Economics
for
Managers

 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理者经济学/法尔汉著;曹平等译.

北京:中国人民大学出版社,2007

(经济科学译库)

ISBN 978-7-300-08768-9

I. 管…

II. ①法…②曹…

III. 企业管理—经营决策

IV. F272.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 186676 号

经济科学译库

管理者经济学

保罗·G·法尔汉 著

曹平 等译

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 河北涿州星河印刷有限公司

规 格 185mm×260mm 16 开本

版 次 2008 年 1 月第 1 版

印 张 38.25 插页 2

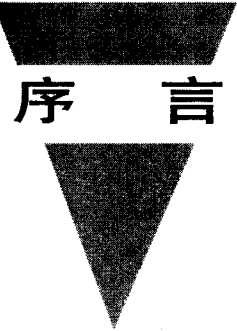
印 次 2008 年 1 月第 1 次印刷

字 数 851 000

定 价 68.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换



序 言

《管理者经济学》一书的目的是提供一些微观经济学及宏观经济学的基本理念，然后以一个适用于一个学期课程的框架把两者从管理决策的角度整合起来。由于企业被其中每一个领域的力量所影响，管理者既需要深入理解微观经济学，也需要理解宏观经济学。本教材的方法将有助于回答许多 MBA 及 EMBA 学生在其学位项目中包含的必修经济学课程中所遇到的第一个疑问：为什么管理者应该学习经济学？这些学生多数不是经济学家，也不想在该领域有所发展，但在一般情况下，他们不得不选修一两门经济学入门课程，然而他们通常会发现这些课程充满着与工作和生活联系不大的抽象的模型和理论。

经济学教授对人们形成的这些印象负有一定的责任，因为他们经常没有意识到商科学生与自己的不同。当经济学教授欣赏以逻辑分析和演绎来构造体现该学科主要特征的模型并且进行假设检验时，商科学生通常只想了解这些基础经济学概念与这些概念如何能被用来分析和解释商业环境中发生的事件之间的相关性和实用性。不幸的是，经济学经常是从抽象理论的角度来授课，以至于当前以及潜在的管理者根本不知道这些学科如何能够用于制定决策。佐治亚州立大学的调查显示，学生们对他们的 MBA 经济学课程被以传统理论以及数学的角度来讲授极其不满，但他们对那些包括众多结合了基础层次理论的应用及图表的课程反应却很积极。

多数微观或管理经济学以及偏向中观的宏观经济学教材是为经济学学生而写的，这些学生将用一整个学期来学习这些教材。本书对细节的描写程度以及写作

的风格不太适合商科的学生，也不太适合长度为一个学期的课程，然而，商科学生需要的不仅是对这些主题进行经济学原理的分析，因为他们经常会接触到那个层面的资料。考虑到微观及宏观经济学覆盖的领域，以及本书所包含的补充应用和案例，《管理者经济学》提供了超出经济学原理层面的经济理论，但也没有像标准的中观经济学教材那样深入细节，或有如此强的理论性。

目标读者

本书的设计思路是传授那些能够指导 MBA 或 EMBA 学生制定决策的经济学。它包括能够适合在半个学期或一个学期内讲授的基础微观经济学和宏观经济学主题，它也可以与其他读物及案例相结合用于跨度为一个学年的课程。本书书名被特地定为《管理者经济学》，而不是《管理经济学》，目的是强调本书不是另一本占用大量篇幅介绍线性规划、多元回归分析以及其他定量分析工具的应用微观经济学教材。本书专门为商科学生所写，这些人中的大多数将不会再选修其他的经济学课程，但他们将在受到本书所涉及的经济力量作用的企业和行业工作中。

理论上，使用本书作为教材的课程将要求选修者学习过微观经济学和宏观经济学，然而本书进行了精心的安排，使得读者无须满足这些前提条件也可使用。本书所覆盖的内容的确要求学生要有相当程度的主动性和相关知识基础，然而，其写作风格及内容范围将有助于读者适应课程的学习，并对书中涉及的问题产生兴趣，这些兴趣将在课程结束后还会继续存在。

《管理者经济学》可与其他行业案例分析教材一起使用，例如沃尔特·亚当斯和詹姆斯·布罗克所著的《美国产业结构》（该书已由中国人民大学出版社出版——译者注），该书从经济学的角度针对行业细节提供了范围广阔的讨论。虽然它们主要侧重微观经济及管理方面的问题，但它们可以与《管理者经济学》一起使用来将更广阔的宏观环境与各个企业及行业的微观经济进行分析。

本书内容的组织

本书由三个部分构成。第一部分是微观经济分析，关注在市场经济中个人消费者与商业如何互动。第二部分是宏观经济分析，讨论经济的部门的行为总和，以确定这些部门中任何一个部门行为的变化如何影响经济活动的总水平。最后，第三部分是框架的整合，寻找第一部分与第二部分的联系。

虽然其他教科书也以相似的方式来讨论许多微观经济与宏观经济方面的问题，本书则强调框架之间的联系，尤其在第1章与最后几章更是如此。宏观经济变量的变化——例如利率，汇率以及收入总水平，经常会通过微观变量——例如

消费者收入,生产投入品价格,企业销售收入——对企业产生影响。管理者必须有能力分析那些同时与市场竞争以及总体经济环境变化有关的因素,这样才能为企业开发出最好的竞争战略。

为了在一本书中涵盖所有这些内容,许多在其他宏、微观经济书籍中包含的细节被删除,这些细节中的大部分与 MBA 学生无关。本书中没有微积分,只有一些基本的代数和图表。代数计算案例保持最少的数量,只是在以实例来直观地介绍了基本概念后才出现。本书也在非常基础的层面涉及统计学工具和计量经济学工具,特别是在需求预测方面,同时提供相关问题的参考文献。本书比其他书籍更重视管理者如何使用非统计学战略来对其产品的需求做出决策,并寻求统计方法与非统计方法之间的联系。

《管理者经济学》几乎不包含正式的投入或资源市场的分析,无论是从标准的边际效率理论的角度,还是从有关组织、产权及控制、人力资源管理等方面的经济学文献的角度。后者是其他书籍中所涉及的有趣问题,但焦点差别很大。本书的宏观经济部分内容忽略了许多可供选择的宏观经济理论细节,这部分内容将在其他地方讨论。本书向学生提供一些基本工具,以便帮助他们理解某些商业信息来源——例如《华尔街日报》——所提供的宏观经济情况,这些信息源关注中央政府及美联储如何管理经济以实现充分就业、稳定物价和促进经济增长。

各章内容分解

第 1 章提供第一个新闻案例引出宏观及微观经济问题。该文帮助建立一个能够将第一部分和第二部分联系起来的框架。第 2 章通过需求和供给两个方面来描述消费者和生产厂商之间的基本的互动,清楚地描述影响消费者和生产者行为的变量。第 3 章首先从概念上讨论不同的需求弹性,并描述价格弹性、价格变化以及收入影响之间的相互联系,然后提供对不同弹性的经验预测,这些预测从经济学研究以及营销研究中导出,并讨论价格及广告弹性如何影响企业的竞争战略。消费者选择的标准经济学模型会在第 3 章的附录中给出。

第 4 章是关于如何理解消费者需求和行为,其中包括一个简单的 Excel 案例,说明如何利用回归分析来预测消费者需求函数。然后讨论一个关于汽车需求的实证研究,说明真实世界需求预测的额外复杂性。本章还包括一个非统计营销方法的描述,管理者可以以之来确定消费者偏好,以及其他经济变量如何影响其产品的需求。由于许多统计分析的基础是消费者数据及其他市场研究数据,而这些管理者都经常使用,所以上述两种方法是相互关联的。

第 5 章和第 6 章分别关注短期和长期内的生产及成本问题。这两章关注基本技术与最终生产成本的关系,它们还显示真实世界的生产及成本函数如何有别于理论模型,第 6 章的附录中对等产量模型进行了介绍。

第 7、8、9 章介绍了四种基本的市场结构模型——完全竞争,垄断竞争,寡头垄断,垄断。第 7 章介绍的完全竞争聚焦于不同的农业产品。然而,本章论述

了有多少个这些行业试图通过产品差异化取得某种程度的市场力量。市场力量的来源和使用作为主题贯穿于第8章所介绍的垄断和垄断竞争的全过程,该章还简要介绍反托拉斯政策对竞争战略的影响。第9章深入探讨一些基本的寡头模型的相互依赖的战略行为,接着以真实世界的寡头垄断行为的案例和描述来介绍原理。该章的附录(可以在本书的配套网站上找到)可以用于分析不同企业和行业行为的纸版和电子版数据来源。

第10章着重分析管理中如何利用加成定价和价格歧视战略来提高利润。本章利用了所有先前的微观经济分析,而且提供了不少“新经济”的案例。本章还讨论了为什么当需求和成本条件发生变化时,管理者也许不会立即调整价格应对。

第二部分是宏观经济分析。第11章首先介绍环流模型,同时从概念和实证的角度来定义宏观经济学的框架。第11章的附录(可以在本书的配套网站上找到)概述了宏观经济分析的数据来源。第12章讨论在真实产品及服务上的支出以及IS曲线。第13章讨论货币市场以及LM曲线。第14章讨论完全总量宏观经济模型,包括IS-LM分析以及总需求(AD)及总供给(AS)。本章的目的是在没有繁复理论细节的条件下描述模型的基本因素,这样学生就能够借助固定价格(IS-LM)以及弹性价格(AD-AS)两个框架,看清楚真实产品和服务市场与货币市场的关系。文中将总量宏观经济模型与用于衡量相关政策变量的经济指示器结合起来,以及与《华尔街日报》的政策讨论结合起来。阅读完这些章节后,学生将对于不同经济变量的变化如何影响宏观经济政策目标如充分就业、物价稳定、经济可持续发展等,有一个较好的理解。

虽然在本书的第二部分中已经将外资部门对国内经济的影响的内容集成在一起,第15章补充了国际组织以及国际收支平衡表问题的讨论。本章描述了进出口流量以及国际金融流量之间的关系,介绍了用于计算国际交易总额的国际收支平衡表(BP)核算系统,还开发了一个简单的外汇兑换市场模型,来说明固定汇率系统和弹性汇率系统的影响。它还包括更复杂、更真实的案例,这些案例显示了国际收支平衡表是如何影响国内外政策制定者的决策,以及管理者和企业应对国际经济环境变化的竞争战略。

第三部分是对各个框架进行集成。我们回到第1章中最先讨论的问题,即微观经济对管理决策的影响与宏观经济对管理决策的影响两者之间的关系,第16章提供了两个案例来说明这些影响。第一个案例是第1章中关于巴西的外国投资案例的延续,并做了进一步的讨论。我们显示2000年至2002年间巴西的宏观环境变化如何影响了企业的竞争战略。由于在前面的章节中已经介绍了所有微观和宏观分析的内容,现在学生可以有更好的条件来分析这些问题。第二个案例研究快餐行业和麦当劳公司,它们在上述期间也经历了很大的变动。尽管宏观经济因素对快餐行业也产生影响,但是这个案例更关注消费者需求、定价和成本,以及市场环境等微观经济因素的变化。

最后以强调主题的方式来结束本书的内容:宏观环境的变化通过需求、生产、成本和收益率等微观经济因素,影响单个企业和行业。企业要么适应这些变化,要么采取措施努力改变环境本身。

本书的独特之处

每章都以案例开头以供分析

《管理者经济学》的每一章都从一个供分析的案例开始，该案例是一篇从当前的新闻媒体中摘取的文章，与本章涉及的问题有关。这样，学生们就能够从一个具体、真实、突出相关经济问题的案例来开始每章的学习，随后将以适当的经济学理论来解释这些问题。例如，第2章的开头案例是一篇《华尔街日报》中关于铜产业的文章，这篇文章描述了市场的供给与需求双方的力量，它们能够影响铜的价格，而且已经使其价格随时间而发生了变化。这些例子直接引出了关于需求与供给函数及曲线、均衡价格及数量、均衡改变的讨论。在此讨论中，还引用了许多真实的案例。最后通过回顾如何将正式需求及供给分析与介绍性的新闻文章相结合的方式结束每一章的内容。通过这种方式，学生经由具体的案例，接触到了相关经济理论，最后又回到了真实世界的事例。

管理决策的角度

《管理者经济学》一书是从企业及行业制定决策的角度来写的。因此，包含需求及弹性内容的那些章节关心会对定价政策产生影响的弹性的含义，而不是抽象的消费者行为模型。为了论述生产和成本的基本模型，本书聚焦于企业经常采用的削减成本和提高生产率战略的案例。它利用案例直接讨论投入替代的概念，但把正式的等产量模型放到第6章的附录中。它还比较了不同的市场行为模型，将关于市场力量的衡量和使用的讨论和案例结合起来，其中的大部分来自于近期新闻媒体和行业组织的报告。

在所有各章中，你都能找到“管理的拇指法则”，它们提供了捷径以便能够使用具体的概念和简要描述来处理对于管理者很重要的问题。例如，第3章包含了几个确定价格和收入需求弹性的快捷方法，第4章包含一些可供管理者参考的关键点，以便在使用不同的方法来理解消费者行为时帮助管理者做出判断。

宏观经济学对管理者提供了一个特殊的挑战，因为传统上该学科是从决策者——美联储，美国国会或白宫政府——的角度来写的。虽然《管理者经济学》覆盖了某些与政策制定有关的模型，它还探讨了这些政策制定者的行为如何影响不同企业及行业的管理者做出决策。这种强调很重要，因为大多数学习MBA经济学课程的学生将永远不会为联邦储备局或美国政府工作或制定决策，但他们正在或将受雇于企业，这些企业受到上述机构的决策及政策影响。

每一章结尾的练习

正如你所看到的，第1章结尾的练习中的一部分是简单的计算题，例如，要求学生计算需求—供给均衡、价格弹性，以及利润最大化的产出水平。然而，许多练习要对摘自新闻媒体的案例做范围更广的分析。这些练习与正文中的案例有相似之处，即都从管理角度出发，目标是使学生意识到管理决策通常包括远远超出单纯数字计算或数学优化的分析工作。在每一章后面的练习中有一个练习与该章开头提供的案例相关。

互联网资源

《管理者经济学》通过配套网站 (www.prenhall.com/farnham) 与网络资源相连，学生可以上网下载相关的数据资源，以便对特定的企业及行业进行分析，例如，第9章的附录提供了网址和搜索引擎。这些网址还包括一些代理机构及组织的网页（例如经济分析局，联邦储备系统以及美国经济研究局，它们提供了一些数据及分析），还包括第11章附录中所讨论的宏观数据来源。

在网址中，你还能够找到书中参考文章的更新版本，尤其那些在每一章开头转载的文章。这将能让学生在最早的文章出版后，去跟踪影响这些企业及行业的后续事件。

致 谢

如同任何一个大型项目一样，我要对很多曾经在本书编写过程中帮助过我的人表示由衷的感谢。

首先我要感谢我的朋友和同事 Jon Mansfield。在组织本书的材料过程中他与我并肩战斗。在过去的六年里，我和 Jon 一起讨论如何将微观经济学与宏观经济学整合在一起以便适合 MBA 学生的需要，因为我俩都在讲授一门交叉 (combined) 课程中尝试过新的思路。我们甚至共同为 EMBA 学生讲授同一门课程，这样我们就能够直接从对方受益。Jon 是一个很棒的教师，在探索本书的写作方法时他所提供的帮助对我来说是无价之宝。

接着我要感谢佐治亚州立大学中上过我课的各年级学生，不光是 MBA 以及 EMBA 学生，还包括 MPA 学生，以及健康管理专业硕士研究生。尽管这些学生愿意学习理论，他们有时强烈地坚持，理论必须总是能够运用到真实的管理条件之中去。

我还要感谢我的同事 Harvey Brightman 和 Yezdi Bhada。他们现在已经从

佐治亚州立大学罗宾逊商学院退休，感谢他们的教学研讨会对我的启发，感谢他们支持我在本书中所采取的写作方法。我一直知道，商科学生以及其他职业学生的学习方式不同于经济学学生，Harvey 和 Yezdi 对我的这一观察提供了佐证。

佐治亚州立大学安德鲁·杨政策研究学院信息中心的 Gardner Neely，以及佐治亚州立大学普伦图书馆的政策研究联络图书馆员 La Loria Konata，整理了第 9 章和第 11 章的数据附录，这些内容已经放到本书的配套网站上。我感谢他俩为本书的重要组成部分所付出的时间。

我还要感谢几位佐治亚州立大学经济系资助的作为研究助理的研究生所做出的贡献，他们是 Mercy Mvundura, Mona Badran, Panupong Panudulkitti, 以及 Jie Qui。他们在寻找本书所需的各种材料的过程中提供了大量的帮助。

Prentice Hall 的编辑们当然为完成本书的出版提供了巨大的支持，我尤其要感谢经济学编辑 Rod Banister 和 David Alexander，管理学编辑 Gladys Soto，经济学项目经理 Marie McHale，谢谢他们对我的鼓励和支持。值得特别指出的是开发编辑 Shannon Leuma，他将我那些粗糙的想法转变成教材资料，否则我将永远不可能完成本书。我还想要感谢 Prentice Hall 公司的当地代表 Mary Fernandez，是她促使我认真思考是否要写这本书。

我还希望感谢所有帮助我找寻和处理素材的人。SUNY Geneseo 的 Leonie Stone 教授为本书微观部分的每一章最后的问题提供了帮助，James E. Payne 教授以及伊利诺依州立大学的 Jeffrey Lon Carlson 准备了试题库以及练习思考题，学生们可以在配套网站上获取。伊利诺依卫斯理大学的 Risa Kumazawa 教授准备了教师手册，Clarendon 学院的 Jimidene Murphey 教授帮助建立了本书的配套 PowerPoint 课件。

我还要感谢对本书各稿提供过帮助的所有评审者，他们是：

Burton A. A. Brams, Delaware 大学

Howard Cochran, Belmont 大学

Antony Davies, Duquesne 大学

Eric Drabkin, 夏威夷太平洋大学

Martine Duchatelet, Barry 大学

Tran H. Dung, Wright 州立大学

Sanja Grubacic, 南加州州立大学

Carl Gwin, Baylor 大学

Lester Hadsell, 纽约州立大学 Albany 分校

Tori Knight, Carson—Newman 学院

Dimitrius J. Kraniou, Point Park 学院

Maryfane Lenon, Providence 学院

George Palumbo, Canisius 学院

Alan Parkman, 新墨西哥大学

Mary Ann Pevas, Winona 州立大学

Cynthia Saltzman, Widener 大学

David N. Wetzel, Auburn 大学 Montgomery 分校

James N. Wetzel, 弗吉尼亚英联邦大学

Lawrence J. White, 纽约大学

最后,我还要感谢我的妻子 Lynn 和我的女儿 Ali 和 Jen,在我竭尽全力的日子里,她们对我的宽容。我承诺,本书一完成,我将即刻整理干净我的办公室。

——保罗·法尔汉

目 录

第一部分	微观经济分析	1
	第 1 章 管理者与经济学	3
	关于巴西复苏的跨国豪赌：通用汽车及诺基亚期待	
	可持续的扩张	4
	案例分析：微观及宏观经济对巴西企业的影响	5
	两个视角：微观经济学及宏观经济学	6
	微观经济对管理者的影响	7
	市场	8
	管理者所受到的宏观经济影响	11
	小结	14
	练习	15
	第 2 章 需求、供给和均衡价格	18
	铜价底线：还能降到多低？	19
	案例分析：铜行业中的需求及供给	21
	需求	22
	影响需求的非价格要素	22
	需求函数	26
	需求曲线	26

需求数量的变化及需求的变化	27
个人需求曲线与市场需求曲线	29
线性需求函数及曲线	30
需求函数的一个数学例子	30
供给	31
影响供给的非价格要素	31
供给函数	33
供给曲线	34
供给数量的变化及供给的变化	34
需求函数的一个数学例子	36
需求及供给要素小结	37
需求、供给和均衡	37
价格均衡和数量均衡的定义	37
低于均衡的价格	38
高于均衡的价格	39
均衡的数学计算案例	40
均衡价格和数量的变化	41
均衡变化的数学例子	44
小结	46
练习	46
第3章 需求弹性	52
较高的原油价格几乎没有改变驾车者的习惯	53
案例分析：需求弹性及美国的汽油消费者	55
需求弹性	56
需求的价格弹性	56
价格弹性对管理决策的影响	57
价格弹性值	58
弹性与总收益	58
需求价格弹性的决定因素	61
替代品数量	61
消费者用于购买产品的支出占其收入的比率	62
时间间隔	62
产品的可靠性	62
弹性、价格及收入的一个数学案例	63
计算价格弹性	63
数学案例	64
需求函数	65
其他与需求相关的函数	65
弧价格弹性及点价格弹性的计算	66
价格弹性与需求曲线的斜率	67

需求弹性, 边际收益和总收益	67
垂直与水平需求曲线	69
垂直需求曲线	70
水平需求曲线	71
收入及需求交叉价格弹性	71
需求收入弹性	72
需求交叉价格弹性	73
弹性估计: 经济学文献	74
弹性与鸡肉和农产品	76
弹性与啤酒	76
弹性与航空业	76
弹性与烟草业	77
弹性与卫生保健	77
弹性与宾馆客房属性	78
弹性问题: 营销文献	78
文献 1: Tellis (1988) 的营销研究	79
文献 2: Sethuraman 及 Tellis (1991) 的营销研究	80
文献 3: Hoch 等人 (1995) 的营销研究	82
小结	82
附录 3A 消费者选择的经济模型	83
消费者爱好和偏好	83
预算约束	86
消费者最大化问题	88
收入变化	88
价格变化	90
练习	91
第 4 章 理解消费者需求及行为的技术	97
用杂合型车来检验通用汽车公司改进后的汽车设计系统	97
案例分析: 消费者行为方式和通用汽车公司的汽车	99
理解消费者需求及行为: 营销的方法	100
专家意见	100
消费者调查	101
试销和价格实验	102
人口普查及其他历史数据分析	102
非常规方法	103
评价方法	103
消费者需求及行为: 经济学方法	104
一个独立变量与一个非独立变量的关系: 简单回归分析	105
一个因变量与多个独立变量之间的关系: 多元回归分析	110
其他函数形式	113

需求预测问题	114
案例分析：汽车需求的统计学预测	114
消费者市场数据与计量经济需求研究的关系	118
案例研究 1：康乃馨公司的咖啡伴侣	118
案例研究 2：康乃馨公司的浓缩牛奶	120
案例研究 3：宾馆客房需求	121
小结	121
练习	122
第 5 章 生产及成本的短期分析	128
效率驱动：配备有计时器的快餐道速度加快了	128
案例分析：快餐行业的生产及成本分析	131
定义生产函数	132
生产函数	132
固定投入与可变投入	133
短期生产函数与长期生产函数	133
生产效率与快餐行业	134
短期生产函数模型	134
总产量	134
平均产量和边际产量	135
总产量、平均产量及边际产量的关系	136
短期生产函数的经济学解释	137
真实世界的企业和行业生产率问题	138
递减收益的其他例子	138
生产率及农业	139
生产率及汽车业	139
跨行业的生产率改变	140
短期成本函数模型	141
衡量机会成本：外部成本与隐含成本	141
会计利润度量与经济利润度量	142
定义短期成本函数	144
固定成本与可变成本	144
总成本、平均成本及边际成本的关系	145
短期生产与成本的关系	148
其他短期生产函数及成本函数	149
短期成本函数形状的实证案例	151
成本函数的计量经济预测	151
成本函数的调查结论	151
水平与上升的边际成本曲线	153
对管理者的启示	154

小结	155
练习	156
第6章 生产及成本的长期分析	162
美国港口在试图跟上海外贸易步伐的战争中正在走向失败	162
案例分析：航运业的生产及成本分析	166
长期生产函数模型	166
投入品替代	167
长期成本函数模型	173
长期平均成本曲线的推导	173
规模经济与规模不经济	174
引起规模经济和规模不经济的因素	175
影响长期平均成本曲线的其他因素	176
最小有效运营规模	177
长期平均成本及管理决策制定	181
小结	182
附录 6A：等产量分析	182
生产技术及投入品替代	182
等成本线	185
成本最小化	187
投入品替代	188
生产成本的改变	189
技术变革	190
练习	191
第7章 市场结构：完全竞争	197
马铃薯地头令人焦虑的日子：竞争力量威胁将爱达荷州	
推下头把交椅	198
案例分析：马铃薯行业的竞争	200
完全竞争模型	201
完全竞争模型的假设条件	201
行业或市场模型以及企业模型	202
短期内的完全竞争	208
完全竞争的长期调整：进入和退出	208
马铃薯产业的调整	210
完全竞争的长期调整：最优生产规模	210
竞争市场的其他例子	212
竞争与农业	212
竞争与炸子鸡行业	213
竞争与红肉行业	214
竞争与牛奶行业	215
竞争与汽车货运行业	215

小结	216
附录 7A 产业供给	217
供给弹性	217
农业供给弹性	217
练习	219
第 8 章 市场结构：垄断及垄断竞争	225
当 SBC 公司与监管部门争斗时，本地电话业务的竞争停滞了	225
案例分析：本地电话服务行业的市场力量	228
拥有市场力量的企业	229
垄断模型	229
垄断竞争与完全竞争的对比	231
市场力量之源：进入障碍	233
市场力量或垄断力量的变化	239
市场力量的衡量	241
反托拉斯问题	243
垄断竞争	248
垄断竞争的假设	248
垄断竞争的短期模型与长期模型	248
垄断竞争行为的例子	250
小结	251
练习	251
第 9 章 市场结构：寡头垄断	259
迅速崛起战略使其在强大竞争对手的友好天空中高飞	260
案例分析：航空业中的寡头垄断行为	262
寡头垄断行为的案例研究	262
航空业	263
软饮料业	264
多福饼业	265
包裹及速递业	266
寡头垄断模型	266
非合作寡头垄断模型	267
弯曲的需求曲线模型	267
博弈论模型	268
战略性进入威慑	272
掠夺性定价	273
合作寡头垄断模型	275
卡特尔	275
暗中勾结	279
固定成本对定价和合作行为的影响	281
小结	282