

第4版

Fourth Edition



Performance Evaluation

Decision Rights Assignment

Rewards

Brickley / Smith / Zimmerman

Managerial Economics & Organizational Architecture

管理经济学与 组织架构

詹姆斯·布里克利

[美] 克利福德·史密斯 著

张志强 王春香 张彩玲 译

杰罗尔德·齐默尔曼



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

第4版

管理经济学与组织架构

詹姆斯·布里克利

[美] 克利福德·史密斯 著

杰罗尔德·齐默尔曼

张志强 王春香 张彩玲 译

人民邮电出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学与组织架构: 第4版/ (美) 布里克利, (美) 史密斯, (美) 齐默尔曼 著; 张志强, 王春香, 彩玲 译. - 北京: 人民邮电出版社, 2014. 1

ISBN 978 - 7 - 115 - 33099 - 4

I. ①管… II. ①布… ②史… ③齐… ④张… ⑤王… ⑥张… III. ①管理经济学 ②企业 - 组织结构
IV. ①F270 ②F272. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 218627 号

James A. Brickley, Clifford W. Smith, Jr, Jerold L. Zimmerman

Managerial Economics and Organizational Architecture, Fourth Edition

ISBN 0 - 07 - 352301 - 1

Copyright 2007 by McGraw - Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw - Hill Education (Asia) and Posts & Telecom Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan province.

Copyright 2014 by McGraw - Hill Asia Holdings (Singapore) PTE. LTD and Posts & Telecom Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳 - 希尔 (亚洲) 教育出版公司和人民邮电出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内 (不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾省) 销售。

版权 2014 由麦格劳 - 希尔 (亚洲) 教育出版公司与人民邮电出版社所有。

本书封底贴有 McGraw - Hill Education 公司和人民邮电出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

北京市版权局著作权合同登记号: 01 - 2007 - 4976

管理经济学与组织架构 (第4版)

◆ 著 [美] 詹姆斯·布里克利 克利福德·史密斯 杰罗尔德·齐默尔曼
译 张志强 王春香 张彩玲

策 划 刘 力 陆 瑜

责任编辑 徐向娟

装帧设计 陶建胜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市东城区夕照寺街14号A座

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

电话 (编辑部) 010 - 84937150 (市场部) 010 - 84937152

(教师服务中心) 010 - 84931276

三河市李旗庄少明印装厂印刷

新华书店经销

◆ 开本: 787 × 1092 1/16

印张: 39.25

字数: 773千字 2014年1月第1版 2014年1月第1次印刷

著作权合同登记号 图字: 01 - 2007 - 4976

ISBN 978 - 7 - 115 - 33099 - 4/F

定价: 128.00元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系 电话: (010) 84937153

内 容 提 要

本书译自 Brickley、Smith 和 Zimmerman 所著的 *Managerial Economics and Organizational Architecture* 的第 4 版。

本书利用微观经济学分析工具（需求、生产和成本、定价、博弈论等）来分析和解决有关公司治理、激励冲突、经理人薪酬以及公司并购等管理问题，其视角是公司内部结构而非外部市场。本书大量借鉴了有关组织的研究去探讨改进组织的治理状况。

全书共 23 章，内容包括：行为的经济学观点；市场、组织以及知识的作用；需求；生产和成本；市场结构；具有市场控制力的定价；战略经济学：创造和获取价值；战略经济学：博弈论；激励冲突与合约；组织架构；决策权：授权程度；决策权：组合任务形成工作和子单元；吸引和留住合格的员工；激励性薪酬等。

本书适合于 MBA、EMBA 学生以及管理学、经济学、商务学高年级本科生和研究生，也适合于管理咨询和相关企业培训。

Dedicated to our children——

Erica, Nic, Alexander, Taylor, Morgan, Daneille, and Amy.

译者序

不知道从什么时间起，主流经济和管理研究已经演变为基于一套特定数据的假设检验和回归分析，即实证研究，美其名曰“用数据说话”，实际是探讨经济和管理“现象”之间的“统计”关系。与传统的理论和应用研究不同，实证研究不深究经济和管理决策的本质机理，除了研究上较为简单容易，也不会挑战或动摇权威的地位，所以在目前的学术领域备受欢迎。而且通过检验大大小小的权威提出的“假说”或“假设”，还可以提高相应权威及其“假设”的知名度，“为权威争光”。其实，所谓的“假设”也就是一种主观猜测。目前看，这种猜测正确与否还在其次，关键是形成了为发表文章或迎合权威喜好而进行猜测式研究的风气，缺少深度思考和专业灵感，缺少理论和实际意义。

实际上，“用数据说话”的方式很多，“用数据说话”并不等于实证研究，实证研究也未必是最有效的“用数据说话”的方式。特别是，数据还会“说不同的话”。在有关问题的实证研究中，样本数据选择和处理不同，变量定义和计量不同，都会导致不同甚至相反的结论。在这种情况下，应该相信哪个结论呢？所以，应该明白，如果不探究事物的本质，表面的“数据”未必是可靠的。试想，如果一个人每天都统计是地球围绕太阳转，还是太阳围绕地球转。其过程和结果必然是，第1天太阳围绕地球转，第2天太阳围绕地球转，……，第365天太阳围绕地球转。第1年太阳围绕地球转，第2年太阳围绕地球转，……，第n年太阳围绕地球转。于是，在“大样本”数据的支持下，只能得出结论——“太阳围绕地球转”。因此，无论你是否身处科学研究领域内还是外，都不要为表面现象或数据所迷惑。

科学研究要探究事物的本质，而不是表面现象或数据。特别重要的是，经济和管理科学也是科学！我们欣喜地看到，布里克利、史密斯、齐默尔曼三位教授的《管理经济学与组织架构》基本没有受主流研究偏差的影响，不以主观猜测为依据，也不玩八股的数据游戏，坚持揭示经济和管理问题的本质，并以理论创新为基础推演出有效的管理决策工具和方法。这是真正的科学研究，这在目前的学术领域是非常难得的。目前的学术考核注重发表论文的篇数和申请到的科研经费的金额。显然，写一本有理论和应用价值的好书会占用作者很多时间和精力，不利于提高作者自己的学术地位，但只有这样的研究才真正有利于学科发展，有利于企业改进管理，有利于社会经济发展。《管理经济学与组织架构》10余年来在国际和国内都一版再版，深得国际和国内读者的厚爱而畅销不衰，足见其理论和应用价值。

成为《管理经济学与组织架构》的译者深感荣幸。通过一版又一版的翻译、校对，我们感

受到这部作品的日益完善，也感受到作者在其中倾注的心血。与出版者的合作，令我们感到愉快，心中常常感念上天赐予的这份缘分。说到缘分当然还有与读者的缘分。希望新版的读者继续给予支持，多提宝贵意见。

谢谢！

张志强 王春香 张彩玲

前言

由于受安然、安达信、环球电讯、世通以及爱迪菲尔等公司的爆炸性丑闻的影响，企业的经营环境发生了巨大变化。现在，“公司治理”已经成为公司董事会、资本市场和政府机构的常用语。经理人现在要面临更多的政府监管，如果披露误导大众的信息，他将受到更为严厉的惩罚，并且受到投资人更多的质疑。人们的共识是，过去的惨重失败是由品质不良的人造成的，而更多的政府监管有助于解决这些问题。但我们不敢苟同。我们认为，这场企业界的灾难是由于设计不佳的组织架构造成的。这些公司毁灭的前景已经植根于公司组织的 DNA 之中。本书探讨了组织应该如何通过公司控制机制，使管理者有动力去创造而不是毁损公司的价值。对于任何已经或将要身居管理职位的人来说，我们所探讨的问题都是至关重要的——无论他们的组织是营利性组织还是非营利性组织。

30 年前，给商学院学生讲授的管理经济学实际上是一门“枯燥乏味的学科”。许多学生拒绝学习标准的经济学工具，比如边际分析、生产理论以及市场结构等，因为他们觉得这些太过深奥，与他们将会遇到的实际商业问题不相关。许多学生希望他们在公司中负责定价决策。他们谋求大公司的职位，最终希望掌管公司的运营管理、市场营销、财务管理和信息系统管理。传统的经济学课程对上述职位提供的帮助很少。但是，新一代的经济学家却开始应用传统的微观经济学工具来解决有关公司治理、激励冲突、经理人薪酬以及公司并购等问题。这些经济学家着重考虑的是公司的内部结构，而不是公司的外部市场。本书大量借鉴了这些关于组织的研究，探讨如何应用这些成果改进组织的治理状况。

新的需求：教学中强调相关性但又不失严谨

今天的学生除了要理解市场是如何运行的以及供给和需求的原理，还要理解得更多。他们还必须理解组织内相互作用的自我利益团体，以及如何通过公司治理机制控制这类相互作用。随之，今天的管理经济学课程必须包含更为宽泛的议题，因为对于有抱负的经理人去面对后安然时代来说，这些议题变得更为重要。当然，为了更好地满足学生的需求，提供相关的知识和材料不能以牺牲学科的严谨性为代价。学生必须学会如何符合逻辑地思考市场和组织的问题。对于他们在其职业生涯中很可能遇到的各种商业问题的严谨分析而言，经济学的基本工具为学生提供了必要的分析技能。

全球竞争和快速的技术变革，除了使人们对公司治理的兴趣提高，也促使公司进行了重大的组织重组、行业进行了重新调整。公司现在广泛采用集中攻关的跨职能小组来解决有关的问题。许多公司从职能型组织结构（生产、营销以及分销）变为更为扁平的、以流程为导向的组织。而且，这种变化的步伐没有任何放慢的迹象。今天的学生已经认识到这些问题。他们想要掌握更多的技能，使得他们能够成为有效的管理者，能够管理组织的变化。

针对这些变化，商学院的教学计划也随之变化。在单一职能领域的狭窄的技术专长（无论是运营、会计、财务、信息系统还是市场营销）是不够的。在新的环境中，要成为有效的管理者必须掌握跨职能的技能。为应对这些挑战，商学院的课程设计变得更为综合。管理者所面临的问题不再仅仅是财务问题、运营问题或者市场营销问题。相反，绝大多数的商业问题涉及的因素牵扯到多个传统的职能领域。由于这一原因，学校的课程设置必须鼓励学生综合应用他们在各个学科所学到的各种概念和理论。

本书为管理经济学和组织经济学提供了多学科和跨职能的方法。我们认为这至关重要。作为作者，我们的兴趣范围涉及经济学、财务、会计、信息系统以及金融机构。这使得我们可以从多个职能领域搜集实例，来说明基础经济框架对于分析管理者常面对的各种问题所起的作用。

我们非常感激读者对于《管理经济学与组织架构》前三版给予的肯定和接受。许多采用本书的教师告诉我们，本书的前几个版本帮助他们将自己的课程变成了所有课程中最受欢迎的课程。除组织经济学课程外，本书还在微观经济学、人力资源管理以及战略管理课程中广泛使用。在前三版中，读者可以发现，在管理者进行组织设计去激励以个人利益为先的员工做出有利于公司价值增值的选择方面，经济学工具有着很强的分析力。本书的第四版继续强调市场和组织设计的基础重要性。我们通过安然公司（第1章）、安达信公司（第22章）以及爱迪菲尔公司（第10章）的失败作为学习案例，说明组织架构设计不佳会导致灾难性后果。其他的教科书很少提供本书所涉及的设计有效的组织架构方面的重要管理议题，包括业绩评估系统以及薪酬计划；在员工之间分配决策权力；管理和协调各部门间转移定价的争议。鉴于公司治理的重要性日益增加，缺少这方面的知识一直是个严重的问题。我们在写作本书时所确立的一个主要目标是：为目前有抱负的管理者提供解决组织问题的严密、系统、综合的框架。从这一目标出发，我们致力于用简单直观的术语介绍基本的理论概念，并通过各种实例（绝大多数实例都是来自于实际的公司实践）应用做进一步的说明。

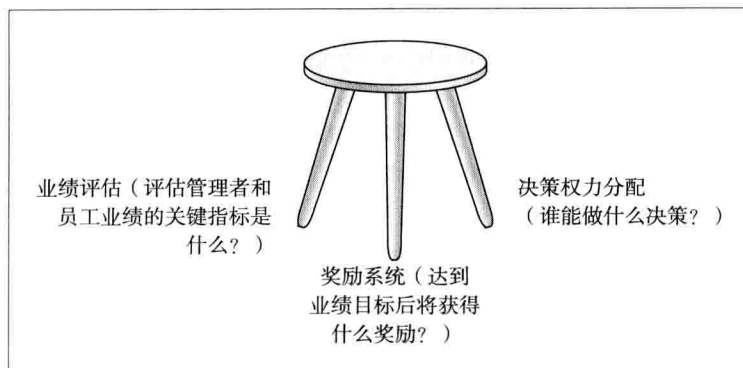
概念框架

尽管主流媒体和组织研究文献充斥着相关专业术语——全面质量管理（TQM）、业务流程再造、外包、团队、风险、授权以及公司文化等等，但并没有为管理者提供一种系统的综合框架，帮助他们解决组织问题。本书运用经济学的分析来建立这种框架，并运用这种框架来组织和综合重要的组织问题，因此，使各种讨论议题更具有可读性。

通过本书的学习，读者可以掌握经济学的基本工具，以及如何运用这些工具解决重要的管理问题。在涵盖了标准管理经济学关于定价和生产的决策问题的同时，本书还特别论述了组织问题。具体而言，本书有助于读者更好地理解：

- 企业的环境（在投入要素和产品市场方面的技术、管制和竞争）如何驱动其战略选择。
- 企业的环境和战略如何影响组织设计的选择——我们称为组织架构。
- 企业的组织架构如何像其DNA一样重要。企业最终的成败都可以追溯到其组织架构，因为组织架构将影响组织中的人如何行为，也就是将有利于还是不利于企业的价值增值。

- 企业的各种政策，比如战略、融资、会计、营销、信息系统、运营、薪酬以及人力资源等政策之间如何相互联系，因此，这些政策之间的相互协调就非常重要。
- 管理者如何通过组织架构的三大特征——决策权力分配、奖励系统、业绩评估系统——的设计来达到理想的结果。



组织架构的三个部件正如一个凳子的三条腿。对每家公司来说，凳子的任何一条腿都要与另外两条腿相协调，凳子才能起作用。而且，每家公司的架构都必须与其战略相匹配。一个平衡的凳子在不恰当的环境中照样难以发挥作用。矮凳子在库房中也许很好用，但酒吧的老板可能更愿意买高凳子。

采用本书的理由

本书着重论述了我们认为目前对管理者最为重要的议题。例如，它提供了对传统微观经济学（需求、供给、定价以及博弈论）和公司治理（决策权的分配、集权与分权、业绩评估与激励、外包以及转移定价）议题的深度讨论。我们认为，与经济学教科书典型的议题（比如公共政策方面的最低工资法、反托拉斯法以及收入再分配的讨论）相比，我们所选择的议题对于管理者是更有价值的。还有其他重要的特征使本书区别于现有的其他教科书，例如：

- 本书提供了可以用于分析组织问题的综合的、跨职能的框架。我们在介绍有关知识时，描述和总结了多个职能领域的相关研究成果，然后说明如何应用我们的框架来分析具体的组织问题。
- 本书综合了有关战略和组织架构的议题。学生可以学习到经营环境的因素（技术、竞争以及管制）如何驱动公司的战略选择，以及公司的战略选择与组织架构之间的相互作用。
- 教师、学生以及一般读者会发现本书的前三版具有可读性和趣味性。本书采用了大量直观的描述和简单的例子。
- 摘自商业类出版物的大量实例再加上我们的经验，可以更为直观地说明理论和概念。例如：在第4章中，我们描述了9·11恐怖袭击对于需求曲线的影响；在第14章中，我们讨论了一家位于世贸大厦的受到重创的公司如何做出反应。这些实例说明（许多是通过专栏单独编排）进一步强化了对基础原理的理解，并帮助读者更形象地应用抽象的概念。每一章都从一个具体的案例开始，并通过引例贯穿全章的始终，将有关的知识连成一体，从而帮助

读者回忆和应用该章的主要内容。

- 在这本书中，我们也讨论了一些非传统经济学的议题，包括战略、外包、领导力、组织形式、公司伦理以及管理创新的应用。商学院的课程设置经常受到批评，原因是课程的设置落后于目前最为热门的话题，比如公司治理等。本书的最后 6 章探讨了目前的管理趋势，并说明本书所提供的分析框架如何应用于理解和分析时下关注的问题。

将本书与商学院的教学相结合

本书对于各种类型的 MBA 学生、EMBA 学生以及管理类本科生都是有用的工具。尽管本书最初是作为罗切斯特大学 MBA 学生组织经济学的选修课程，但是，本书基本模式的设计使它被多专业广泛采用。据讲授创新管理的教师说，多个专业都采用了本书。除了微观经济学基础课程外，本书也是公司治理、战略管理以及人力资源管理专业的选修课程。有关管理经济学的基本知识在本书第一编和第二编中——前 10 章的内容。这些基本的工具对于理解和应用我们在本书中提供的组织架构是必要的，我们根据与管理相关的重要性对这些工具进行了筛选。根据我们的经验，对于那些具有丰富的工作经验及在本科学习时属于非经济学专业的学生来说，这些经济学工具有非常重要的价值。我们将有关需求、生产/成本、市场结构、定价以及战略管理的讨论设计为可以选读的内容。因此，如果读者不需要复习这些工具，可以跳过本书第 4 章到第 9 章的内容，而不会存在阅读障碍。

我们强力推荐和建议，所有的读者都阅读本书的第 1 章到第 3 章以及第 10 章。这几章提供了全书的基本工具和分析框架。正如我们上面所指出的，第 4 章到第 9 章，介绍了基本的管理经济学核心问题，即需求、成本、生产、市场结构、定价以及战略管理。第三编（第 11 章到第 17 章）建立了组织架构的基本分析框架。我们建议，读者可以顺序地阅读这几章。最后，第四编（第 18 章到第 23 章）探讨了几个管理专题：外包、领导力、管制、商业伦理以及管理创新的过程和管理组织的变化。这些是最后的章节——应用和说明了本书所提供的分析框架。教师在授课时可以根据他们的兴趣和教学时间选择这些章的内容。

第 4 版

本书致力于运用经济学去分析现实世界的管理问题。第 4 版仍然保持这一宗旨，但与前三版相比，第 4 版在以下几个方面有所不同。

- 加入了新的一章，即第 18 章“公司治理”，运用前面章节演绎出的组织架构分析框架分析了重要的公司治理问题。这章替换了第 3 版中的第 18 章——探讨公司如何选择组织的法律形式。
- 新版扩大了对微观经济学基础的讨论，并包括更详细地讨论和分析比较优势、消费者剩余和生产者剩余以及政府干预下的价格上限和下限的意义。
- 全书各个部分仍然尽力从目前的商业出版物中寻找合适的素材，从而生动有力地说明本书的理论框架如何用于解决现实问题。

- 第7章增加了一个小案例，是关于苹果公司对从 iTunes 音乐商店下载音乐的定价问题。
- 对于激励性薪酬和业绩评估的研究介绍做了更新。

顶级案例研究：安达信公司

本版还包括了安达信公司的案例研究，这家世界性的会计师事务所随着安然公司丑闻信息的披露而走向毁灭。案例描述了安达信公司从 1914 年建立起的历史，包括公司如何进入咨询领域，以及安达信咨询公司痛苦的分离，直到最后悲惨的结局——公司妨碍了证券交易委员会对安然公司的调查而犯下重罪，随后被禁止开展对上市公司进行审计的业务。安达信公司在 2002 年 8 月终止了审计业务。在 20 世纪 90 年代，安达信公司对其组织架构进行了大幅度的改变。这个案例形象地说明不成功的组织架构如何毁灭了一个曾经盛极一时的公司。这个案例在第三编的最后，它可以让应用本书的概念框架来分析：

- 环境和战略变化对于安达信公司组织架构的影响。
- 安达信公司声明说，对于安然公司审计的问题是由组织中个别“品质不佳的合伙人”造成的。
- 安达信公司如何做才能够避免这场灾难。
- 在安达信公司的公司文化中“硬的”和“软的”因素之间的关系。

新的和改进的补充材料

www.mhhe.com/economics/brickley4

Kathryn Combs、Charles M. Gray 和 John Spry 对网页的内容从头到尾做了彻底的修订。教师和学生都可以在新的网页上找到许多配合本书第 4 版的新资源。教师可以找到在线的教师手册、PowerPoint 讲义、各章的总结和概要。我们还加入了教学提示和课堂练习，比如适合课堂练习的在线拍卖。学生可以从中找到更新的填空题和应用题（附有答案）、与商务报刊文章的链接、相关的网站链接，以及修订的推荐书目的资料。

致 谢

没有任何一本教科书是凭空产生的。本书的知识内容也深深地植根于数十人在发展、检验和应用组织理论方面的辛勤耕耘。正如我们在第一版的前言中所详细介绍的，该书的最初原型是 20 世纪 70 年代威廉·梅克林和迈克尔·詹森在罗切斯特大学所讲述的组织经济学课程。威廉和迈克尔的有关教学和研究激发了我们对于组织经济学的兴趣，从而促成了许多我们有关组织问题的研究，并对本书的内容和写作有着深远的影响。任何感谢和褒奖都不能充分表达我们对于他们直接或者通过作品所给予的鼓舞和激励的感激。

威廉和迈克尔强调组织设计的三个关键特征：（1）组织内决策权力的分配；（2）奖励；（3）业绩评估系统。我们把称之为组织架构的三个要素，作为本书最为重要的组织设计。正如读者们会看到的，这一结构提供了管理决策制定中大有用处的、丰富的知识内容。

有一大批学者对组织经济学的研究文献做出了重要贡献。通过这些人的辛勤工作，我们学到了很多。我们在罗切斯特大学的许多同事也对本书的完成做出了贡献。Ray Ball、Rajiv Dewan、Scott Keating、Stacey Kole、Andy Leone、Glenn MacDonald、Larry Matteson、David Mayers、Kevin Murphy、Mike Ryall、Greg Schaffer、Ronald Schmidt、Larry Van Horn、Karen Van Nuys、Ross Watts、Michael Weisbach 和 Ron Yeaple 都提供了大量富有启发性的评论和建议，有助于我们理清许多重要问题的思路。Don Chew 作为《应用公司财务杂志》的主编，在发表基于此书的一系列文章方面提供了极有价值的帮助。他在写作这些文章方面所提供的支持大大改进了本书的面貌。我们与 Janice Willett 合写了《从组织设计到创造价值——从战略到结构》，并因此丰富了我们对于许多重要问题的理解和阐述。

本书的写作同样还受益于许多人的努力。除了西蒙学院的各级学生外，在美国和海外的数十个同事也认真审阅了本书的手稿，¹并给了我们详细的反馈意见，对此我们深表谢意。本版更新部分的初稿得到如下教授的审阅：

¹ 前三版的初稿得到以下教授的审阅：John Brown, Thomas Cate, David Ciscel, Mark Cohen, Kathryn Combs, Michael Curley, Gordon Dash, Gary Ferrier, Luke Froeb, Michael Gibbs, Charles M. Gray, Philip Grossman, James Henderson, Ira Horowitz, Harvey James, Jr., Daniel LeClair, Creighton Long, Alejandro Manelli, Robert Maness, Stephen Margolis, Stanley Masters, J. Peter Mattila, Daniel McConaughy, Robert Michaels, Ron Necoechea, Seth W. Norton, Richard Pace, David Parker, Pedro F. Pellet, Farhad Rassekh, Rose M. Rubin, Steven Shapiro, Tim Sorenson, David St. Clair, Martin Stahl, Michael Sykuta, Steven Tomlinson, Roger Tutterow, Walter Verdon, Edward Weiss, Mike Williams, Robert Windle, Daryl Winn, Pan Yatrakis, Asghar Zardkoobi, and Huizhong Zhou.

Jill Caviglia-Harris, Salisbury University
 Kathryn Combs, University of St. Thomas
 Jayoti Das, Elon University
 Dal Dida, Jackson State University
 Bruce Domazlicky, Southeast Missouri State University
 Stephen Gohmann, University of Louisville
 Darren Grant, University of Texas at Arlington
 Charles M. Gray, University of St. Thomas
 Carl Raul Gwin, Baylor University
 Stella Koutroumanes Hofrenning, Augsburg College
 John Machnic, Webster University
 Stephen Magnum, Ohio State University
 Catherine Matraives, Michigan State University
 Roger Meiners, University of Texas at Arlington
 Thomas Merz, Michigan Technological University
 Ingmar Nyman, Hunter College
 Pedro Pellet, Nova Southeastern University
 Carol Reade, California Maritime Academy
 David St. Clair, California State University, East Bay
 Steven Shapiro, University of New Haven
 William F. Shughart II, University of Mississippi
 Kathryn Spier, Northwestern University
 Mark Thompson, Stephen F. Austin State University
 Edward G. Weis, National-Louis University

我们要特别感谢 Henry Butler、Luke Froeb、Mel Gray 以及 Chris James。他们都对本版的初稿提供了有见地的评论。同时，我们也要感谢完成我们多项调查的 500 名读者的反馈。他们的意见成为我们提高写作工作的依据。我们非常感谢 Kathy Jones 所做的努力，她提供了大量的秘书工作支持。最后，我们要感谢我们在 McGraw-Hill/Irwin 的同事——Gary Burk、Paul Shensa、Ellen Cleary 以及 Becca Hicks。对于我们完成本书写作的工作他们给予了充分的鼓励和支持。借助他们的视野和出版经验，他们为我们提供了重要的反馈意见和见解，以此在不改变我们写作宗旨的情况下，帮助我们扩大了本书的读者群。

本书代表了这个领域的最新发展。尽管如此，随着进一步的研究和我们的继续学习，发展还在继续。《管理经济学与组织架构》涉及一个令人振奋的、动态的领域。我们希望通过本书可以传达一部分令人振奋的信息。教师、学生以及书评人经常会提到本书的知识与企业经营的相关性、本书的可读性以及本书框架的逻辑性。然而，在最终的分析中，教师及其学生决定了我们在本书中所做的努力的真正价值。

我们感谢众多读者给我们的大量反馈。他们的慷慨评价对于本版的改进起了重要的作用。尽管我们在写作本书时已经形成了确定的目标，但是，对于虚心听取别人的建议，并向同我们有相似的研究方向但却有不同思路的人学习是非常重要的。尽管我们不太可能听取每个人的意见，我们还是要继续认真地考虑这些建议，对于与我们的追求一致的建议应给予积极的响应。如果读者要与我们分享阅读本书或者课堂经历的感受，欢迎随时与我们罗切斯特大学的 3 位作者联系。在此感谢各位的支持。

jim.brickley@simon.rochester.edu

cliff.smith@simon.rochester.edu

jerry.zimmerman@simon.rochester.edu

简要目录

第一编 基本概念 1

第1章 导论 3

第2章 关于行为的经济学家观点 15

第3章 市场、组织以及知识的作用 41

第二编 管理经济学 75

第4章 需求 77

第5章 生产和成本 104

第6章 市场结构 131

第7章 具有市场控制力的定价 154

第8章 战略经济学：创造和获取价值 181

第9章 战略经济学：博弈论 218

第10章 激励冲突与合约 241

第三编 设计组织架构 263

第11章 组织架构 265

第12章 决策权：授权程度 285

第13章 决策权：组合任务形成工作和子单元 310

第14章 吸引和留住合格的员工 329

第15章 激励性薪酬 357

第16章 个人绩效评估 381

第17章 部门绩效评估 406

第四编 组织架构的应用 433

第 18 章 公司治理 435

第 19 章 纵向一体化与外包 465

第 20 章 领导：激发组织内变革 494

第 21 章 理解经营环境：管制经济学 515

第 22 章 道德与组织架构 541

第 23 章 组织架构与管理创新过程 565

术语表 584

参考文献 601