



经济与管理经典译丛

BUSINESS ECONOMICS

企业经济学

第 2 版

〔英〕玛丽亚·莫斯坎瑞斯 (Maria Moschandreas)/ 著

柯旭清 廖君 / 译

李明志 校



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

企业经济学

Business Economics

本书是专门为商学院本科生而写的教科书。它综合了传统的和现代的企业理论，特别是交易成本方法和企业的代理理论，建立了一个系统的分析框架来解决与企业经营和管理实践直接相关的问题，并阐明经济学概念和分析工具在制定和实施企业决策时所起的重要作用。与第1版相比，本书进行了扩充，许多地方重新组织，大部分进行了修改和必要的更新。主要增加了公司治理、战略联盟、实践中的定价以及博弈论等内容。

本书有别于管理经济学领域的其他教材，主要特色如下：

1. 在本书的分析过程中贯穿着大量的例子和经验数据，这些例子和经验数据的来源广泛，来自于英国、欧洲和其他国家，包括了小型和大型企业，国内和跨国公司。
2. 在每一章的小结之后是应用部分，由短小的案例分析所构成，它们来自于对不同国家的企业和产业的经验调查，并在学术期刊和其他相关出版物中发表过。
3. 本书尽量较少使用数学，而是大量使用图表和表格，以保证阐述的清晰性。
4. 本书配有非常详细的教师手册和网页材料。

本书处于中级水平，针对企业经济学、经济研究、会计和其他应用经济学课程的二年级和三年级本科生而编写。另外，本书所采用的分析方法、源自不同公司的短小案例和实际例子的运用都使得本书适合MBA课程使用，或者是作为传统的管理经济学课本的补充。



责任编辑\王煜玲 林君秀

封面设计\张虹

ISBN 7-301-06415-2/F·0655

定价：47.00元

企业经济学

BUSINESS ECONOMICS

第 2 版

〔英〕玛丽亚·莫斯坎瑞斯 (Maria Moschandreas)/ 著

柯旭清 廖君 / 译

李明志 校



北京大学出版社

PEKING UNIVERSITY PRESS

北京市版权局著作权合同登记图字: 01-2003-5516 号

图书在版编目(CIP)数据

企业经济学/(英)莫斯坎瑞斯(Moschandreas, M.)著;柯旭清,廖君译. —北京:北京大学出版社,2004.1
ISBN 7-301-06415-2

I.企… II.①莫…②柯…③廖… III.企业经济—经济理论 IV.F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第057837号

Maria Moschandreas
Business Economics (2nd Edition)
EISBN: 1-86152-538-9

Copyright © 2000 by 图书品牌, a division of Thomson Learning

Original language published by Thomson Learning (a division of Thomson Learning Asia Pte Ltd). All Rights reserved.

本书原版由汤姆森学习出版集团出版。版权所有,盗印必究。

Peking University Press is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权北京大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

981-243-373-2

丛书策划:彭松建 张文定 林君秀 郭咏雪

书 名:企业经济学

著作责任者:[英]玛丽亚·莫斯坎瑞斯 著 柯旭清 廖君 译

责任编辑:王煜玲 林君秀

标准书号:ISBN 7-301-06415-2/F·0655

出版发行:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区中关村 北京大学校内 100871

网 址:<http://cbs.pku.edu.cn> 电子信箱:em@pup.pku.edu.cn

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752926

排 版 者:北京高新特打字服务社 51736661

印 刷 者:北京大学印刷厂

经 销 者:新华书店

850毫米×1168毫米 16开本 30.25印张 670千字

2004年1月第1版 2004年1月第1次印刷

定 价:47.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,翻版必究

出版前言

现代独立学科上的经济学诞生于 18 世纪。1776 年, 亚当·斯密发表了《国民财富的性质和原因的研究》, 建立了古典经济学的理论体系。与尔后出版的李嘉图的《政治经济学及赋税原理》(1817)、马克思的《资本论》(1869) 和马歇尔的《经济学原理》成为 20 世纪前经济学的四部经典著作。20 世纪, 经济学得到了长足发展, 从 E. 张伯伦的《垄断竞争理论》(1933)、琼·罗宾逊的《不完全竞争经济学》(1933) 到凯恩斯的《就业、利息和货币通论》(1939), 从哈罗德的《动态经济学》(1948) 到萨缪尔森的《经济学》、斯蒂格里茨的《经济学原理》以及曼昆的《经济学原理》等一批标志性的著作与优秀教材相继问世, 这些经典著作所蕴藏的知识价值、思想财富为各国学界所公认, 为人类的社会经济活动提供了理论的依据, 极大地推动了世界经济的发展和经济学的研究与教学活动, 培育了一代又一代的经济学者。

长期以来, 由于中国的传统文化中有重文轻商的传统, 中国人关注和评介西方经济学理论和著作直到 20 世纪初才开始。据不完全统计, 从 1900 年至 1976 年, 中国断断续续译介的外国经济学著作不到 200 种(包括从日文转译的西文著作以及较多的前苏联的作品); 20 世纪 80 年代后, 中国译介外国经管类图书的热情方兴未艾, 一批经典作品得以出版, 一批优秀的大学教科书、经济管理前沿学科的著作更是在很短的时间内就能与中国读者见面, 引进版的经管类图书成为中国图书市场的一个亮点, 每年引进的经管类图书的品种超过 1000 种。这些译作开阔了中国人的视野, 促进了中国的对外开放和经济体制改革, 也为大学的经管类教学提供了新理论和研究方法。

21 世纪, 面临着经济全球化的挑战, 中国将建立完善的社会主义市场经济体系, 全面进入小康社会, 并将在本世纪中叶在经济上达到中等发达国家水平。经济与管理活动将成为本世纪人类最主要的活动, 人们将更加关注经济理论的发展以及经济管理人才的培养, 尤其会更关注国外的经济与管理理论研究的进展。

近年来, 北京大学出版社重视经管类图书的出版, 先后推出了“全美最新工商管理教材系列”(中译本)、曼昆的《经济学原理》(第二版) 等一批经管类图书译作, 受到读者的欢迎。我社经管图书事业部此次推出经济与管理经典译丛, 将选择经典的著作、权威的教材、前沿理论的讨论和实用与可操作性的作品, 译介成中文, 奉献给读者。“经典、权威、前沿、实用”是我们这套译丛组稿的宗旨。时代赋予了我们责任, 我们责无旁贷; 历史给了我们机遇, 我们机不可失; 读者对我们有期待, 我们绝不辜负。我们一定努力, 力争把最佳的版本、最好的译作奉献给广大的读者。

在本套丛书的翻译出版过程中, 得到很多学者与老师的支持和帮助, 他们热情地推荐优秀书目, 并积极参与翻译工作, 在此表示诚挚的感谢。

由于我们缺乏经验和水平所限, 我们推出的图书中还存在着不少疏漏, 恳请广大读者提出批评建议, 让我们一起共同把这套丛书做得更好。

2003 年 10 月 17 日

关于本书

本书得到清华大学经济管理学院李明志老师的特别推荐。

适用对象

本书处于中级水平,针对企业经济学、经济研究、会计和其他应用经济学课程的二年级和三年级本科生而编写。另外,本书所采用的分析方法、源自不同公司的短小案例和实际例子的运用都使得本书适合 MBA 课程使用,或者是作为传统的管理经济学课本的补充。

内容简介

本书是专门为商学院本科生而写的教科书,它主要考察企业的性质、范围和运作。本书综合了传统的和现代的企业理论,特别是交易成本方法和企业的代理理论,建立了一个系统的分析框架来解决与企业经营和管理实践直接相关的问题,并阐明经济学概念和分析工具在制定和实施企业决策时所起的重要作用。

作者简介

Maria Moschandreas 女士早年在雅典和伦敦经济学院求学,主修经济学。在开始进行学术研究之前,她曾从事了四年的审计和咨询工作。她曾给许多本科生和研究生教授过企业经济学的课程,本书就是她在米德尔塞克斯大学商学院教授“经济学原理”时所著的。

译者简介

廖 君: 2002 年毕业于清华大学经济管理学院经济系,获学士学位;现为清华大学经济管理学院经济系硕士研究生,主修西方经济学。

柯旭清: 2002 年毕业于清华大学经济管理学院经济系,获学士学位;现为清华大学经济管理学院经济系硕士研究生,主修西方经济学。

李明志: 清华大学经济管理学院副教授,美国得克萨斯大学奥斯汀分校经济学博士(1999)。主要教学和研究领域:微观经济学、产业组织理论、电子商务。

主要特色

与第 1 版相比,本书进行了扩充,许多地方重新组织,大部分进行了修改和必要的更新。主要增加了公司治理、战略联盟、实践中的定价以及博弈论等内容。

本书有别于管理经济学领域的其他教材,主要特色如下:

1. 在本书的分析过程中贯穿着大量的例子和经验数据,这些例子和经验数据的来源广泛,来自于英国、欧洲和其他国家,包括了小型和大型企业,国内和跨国公司。
2. 在每一章的小结之后是应用部分,由短小的案例分析所构成,它们来自于对不同国家的企业和产业的经验调查,并在学术期刊和其他相关出版物中发表过。

3. 本书尽量较少使用数学,而是大量使用图表和表格,以保证阐述的清晰性。
4. 本书配有非常详细的教师手册和网页材料。

网 址

<http://www.thomsonlearning.co.uk/economics/moschandreas2/index.htm>

简要目录

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 第一章 绪论和提纲 | 第十章 可供选择的企业目标 |
| 第二章 产业结构和市场结构 | 第十一章 公司治理 |
| 第三章 企业的性质和企业的出现 | 第十二章 多市场企业 |
| 第四章 企业内部组织 | 第十三章 理论上与实践中的多市场企业定价 |
| 第五章 企业家精神和企业利润 | 第十四章 企业所有权和资本结构 |
| 第六章 生产和成本 | 第十五章 人力资源管理经济学 |
| 第七章 消费者行为 and 市场需求 | 第十六章 竞争政策、私有化和解除管制 |
| 第八章 不同市场结构下的企业行为 | 计算题答案 |
| 第九章 企业的战略行为 | 参考文献 |

译者序

企业经济学是一门专门研究企业的目标、规模及其生产、经营、管理、投资和发展战略的经济学分支学科。它把微观经济学中的厂商理论和需求理论,同管理学和市场营销学等密切地结合起来。

从 20 世纪 80 年代末开始,关于企业经济学的著作逐渐引入国内。呈现在读者面前的这本《企业经济学》是玛丽亚-莫斯坎瑞斯女士在米德尔塞克斯大学商学院教授“经济学原理”时所著,本书是其 2000 年第 2 版的中译本。

本书的第一章是导论,介绍了企业经济学的研究范围和全书的结构。第二章介绍了产业和市场结构。第三章论述企业的出现及企业的性质。第四章介绍企业的内部组织结构及企业行为。第五章论述了企业家精神和利润的含义。第六章和第七章运用微观经济学理论分析了生产与成本、消费者行为与市场需求。第八章介绍了不同市场结构下的企业行为。第九章论述了企业的战略行为。第十章介绍了不同的企业目标。第十一章是有关公司治理的内容。第十二章介绍了多市场企业。第十三章论述了理论上和实践中的企业定价。第十四章介绍了企业的所有权和资本结构。第十五章介绍了人力资源管理经济学。第十六章是竞争政策、私有化和放松管制。书后附有习题答案。

本书处于中级水平,针对企业经济学、经济研究、会计和其他应用经济学课程的二年级和三年级本科生而编写。另外,本书所采用的分析方法、源自不同公司的短小案例和实际例子的运用都使得本书适合 MBA 课程使用,或者是作为传统的管理经济学课本的补充。本书的序言、第八、九、十一、十二、十三、十六章由柯旭清翻译,第一至第七、第十、十四、十五章由廖君翻译。清华大学经济管理学院李明志副教授对全文进行了校稿。译文如有不妥之处,谨望广大读者不吝指正。

译者

2003 年 10 月

序 言

经济学方法论作为阐述现实问题解决办法的一种方式,是商学院教育中必不可少的工具之一,因此经济学以这样或那样的形式出现在所有商学院本科生的教学计划中。然而,一般公认的经济理论在研究现代社会中普遍存在的企业时,却有着严重的局限性。经济学假设普遍确定性和无信息成本,企业被看成是一种将投入转化为产出的精确工具,这与日常的观察和体验完全矛盾,所以要使学生对这样一门看上去不考虑现实生活中复杂企业组织的学科产生兴趣并保持兴趣是非常困难的。学生对此的反应是认为经济学这门学科太抽象和不切实际,因此对现实经济没有任何用处。然而,通过展示过去 20 年来企业理论的学术发展,学生的兴趣得到了提高。这些理论发展通过强调完美知识的缺乏、信息获取和交流过程中成本的存在、个人的有限理性和企业家的作用,极大地促进我们对于企业领域内存在的问题和运作力量的理解。从而我们有可能探询导致企业存在和多样化的推动力,内部组织结构的影响以及它们对企业行为的作用、企业战略的形成以及企业与顾客和供应商之间的关系。但是,对这些不同理论发展的综合以及将它引入教科书中,是一个非常缓慢的过程。

因此,现在还缺乏专门为商学院本科生所写的此类教科书,即严格分析与企业利益直接相关的问题,试图在分析中引入现实主义,从而阐明经济学在制定和实施企业决策时所起的作用和力量。本书力图填补这一空白做出自己的贡献。

本书是我这些年来在教授 Middlesex 大学商学院的学生“企业经济学”这门课程中形成的。虽然学生们对这门课的反映一直都令人鼓舞,但是学生们对课程日益增长的兴趣也总是伴随着对辅助材料的需求,而从大量不同的地方收集信息是一项非常繁重的任务。我希望本书能够在一定程度上满足他们的需求。

本书所采用的分析方法包括了传统观点和新企业理论的综合,特别是交易成本方法和企业的代理理论。这种方法强调了导致企业出现和发展的因素实际上并不仅仅是技术。企业不是一个“黑箱”;它是一种制度结构,开始存在的目的是为了节约执行某些交易的成本。企业组织和行动的方式取决于人力和环境特征。通过适当的组织结构和激励机制可以减少人类自身局限性和信息缺乏所产生的成本。因此,组织和行为问题与生产效率是一样重要的。

本书处于中级水平,针对企业经济学、经济研究、会计和其他应用经济学课程的二年级和三年级本科生而编写。另外,本书所采用的分析方法、源自不同公司的短小案例和实际例子的运用都使得本书适合 MBA 课程使用,或者是作为传统的管理经济学课本的补充。

学习本书事先需要一些经济学知识,初级微观经济学课程就足够了。虽然数学能力对于所有商学院和经济学院的学生来说都是一项必要的技能,但是本书需要的

数学水平非常有限。因此,总体来说,本书除了文字阐述外,辅助使用了大量的图表以及许多现实例子和经验数据。本书中只包含了非常简单的数学例子和少数的代数变换。然而,对数学更感兴趣的读者偶尔可以在注解和附录中发现进一步的数学证明和简单的微积分。在恰当的地方还给出了解决某些问题的高等数学方法的参考文献指南。

与第一版类似,本书的第二版利用了传统的和新的企业理论的综合,为的是表明经济学方法论和分析工具如何帮助我们理解导致企业存在和多样化的推动力,内部组织结构的影响以及它们对企业行为的作用、战略联盟的形成以及企业与金融家、顾客和供应商之间的关系。

简要地说,本书的目的在于建立一个连贯的分析框架来解决与企业问题和管理实践直接相关的问题。然而,自从第一版出版以后,企业经济学的理论基础——交易成本经济学得到进一步发展,研究和应用的领域也进一步扩展。此外,公司董事应该(或者事实上是尽力)使利润或股东财富最大化,并且通常来说照顾股东利益、对股东负责,这种假设受到了企业相关利益者理论的严重质疑。经济全球化也对企业间合作协议和战略联盟造成重要影响。

为了体现和详细说明这些理论发展中最重要的一部分,本书进行了扩充,许多部分重新组织,大部分进行了修改和必要的更新。因此,本书增加了两个新的章节和若干小节。新的部分包括关于公司治理的一章,企业目标的扩展包括企业相关利益者理论,战略联盟的研究,存在大量交易成本情况下的转让定价,实践中的定价以及对博弈论的介绍,这些是为了更好地理解有关企业战略的补充材料。例子和经验数据的数量显著增加。本书增加了 11 个新的案例研究(其中 7 个出现在每章结尾的应用部分,剩下的 4 个包含在“实践中的定价”这一节当中)。为了便于自学,数学习题的答案附在本书后面。另外,本书采用了新的版面设计,更便于读者使用。最后,也是最重要的,第二版拥有非常详细的教师手册和网页材料。

本书的特色

本书主要关心企业经济学。它试图表明经济学方法论如何帮助我们理解企业运作的方式。同样的,它和该领域内其他教科书也有很大的不同,那些教科书通常关注的是企业运作策略的描述。本书和管理经济学教科书也有较大区别,管理经济学教科书通常采用技术性更强、范围更窄的方法来研究企业决策制定。本书的其他特色可以总结如下:

1. 本书采用的分析方法是企业传统和现代分析方法的综合。新的分析概念和工具作为传统分析方法的补充,为的是建立一个连贯的分析框架来解决与企业问题和管理实践直接相关的问题。

“交易成本经济学”以及“代理理论”提供了现代的分析概念,这些与传统的方法相结合,以建立企业行为和战略的理论分析基础。

2. 分析中贯穿着现实的例子和经验数据。这些例子和经验数据的来源广泛,来自于英国、欧洲和其他国家等。它们包括小型或大型企业,国内或跨国公司和产业。

3. 每一章之后是应用部分,该部分详细阐述或者是扩充了正文中引用的材料。这些应用部分共有 20 个,全部都是短小的案例研究,对现实中的商业问题、策略或者其他方面进行了调查研究。它们来自于对不同国家的企业和产业的经验调查,并在学术期刊和其他相关出版物中发表过。虽然由于版面所限,一些例子被大量地删减缩写,但是对于那些对某个案例感兴趣,需要进一步信息的读者,或者是根据某门课程需要,想要更详细案例的教师,我们将尽可能地提供参考信息。

4. 本书将数学的使用限制到最少,它由少数的数学例子和简单的代数变换构成。然而,我们希望通过图表和表格的大量使用来保证阐述的清晰性。

5. 每一章的结尾是对本章中提出的主要问题的简要总结,接着是应用部分,然后给出了其他阅读材料的指南。

6. 每一章之后都有一些问题和习题,它们主要有双重作用。首先,它们的目的在于阐明经济学思维如何帮助解决企业问题,从而提高学生的分析能力和解决问题的技能。第二,它们的目的还在于促进学术讨论或被用作课外作业的论文题目。因此,虽然某些章节的习题是为了帮助理解本章中介绍的分析工具和概念,但是我们希望大部分习题能够清楚地阐明经济学方法论对于企业决策的有用性。本书中共有 106 道问题和习题,大部分已经被用于课堂上学生讨论和作为分析材料,结果是令人鼓舞的。

7. 为了帮助读者自学,数学习题的答案附在本书后面。

8. 本书还配有教师手册,该手册提供了课程单元结构的建议、论文式题目的指导答案以及数学习题的详细解答。

致谢

我要感谢我的学生,他们鼓舞我完成本书的第一版并充当测试新教学材料的试验者,而且还发现本书第一版中出现的几处印刷错误。我也非常感谢所有阅读本书并不吝宝贵时间为本书第一版提出意见和建议的人士。我只希望这一版在一定程度上能够符合他们的建议。我同样要向 George Green 先生表达我诚挚的谢意,他为本书第二版准备了许多材料。没有他的合作,就不可能有教师指导手册或网页材料的面世。我还要向 Middlesex 大学商学院的图书馆管理员致谢,尤其是 Pauline Hollis 和 Dom Davies 先生,他们经常尽职尽责地帮助寻找信息来源。我也要感谢 Guy Liu 为博弈论部分提供的有用的建议,还有编辑 Maggie Smith 女士在本书的出版计划过程中的热情合作。最后,特别感谢我的丈夫和女儿,是他们的支持和鼓励促成了本书的面世。

目 录

第一章 绪论和提纲	(1)
引言	(1)
企业经济学的范围	(2)
本书的安排	(4)
使用本书的一些建议	(6)
第二章 产业结构和市场结构	(7)
引言	(7)
市场和产业	(8)
市场结构	(11)
产业集中度	(11)
产品差异化	(26)
进入壁垒	(27)
进入壁垒和市场可竞争性	(31)
对 SCP 模型的争议	(32)
小结	(34)
应用部分:英国速溶咖啡市场	(35)
其他阅读材料	(39)
习题	(39)
附录 2.1:集中度和“寡头程度”	(40)
注解	(41)
第三章 企业的性质和企业的出现	(42)
引言	(42)
企业	(43)
企业出现的原因之一——团队生产	(45)
解释企业出现的又一方法——交易成本法	(46)
市场失灵(产生交易成本)的因素	(47)
与市场失灵相应的内部组织	(51)
平等群体与层级结构企业	(53)

小结	(55)
应用部分:美国航天和运输行业中的资产专用性	(56)
习题	(57)
注解	(57)
第四章 企业内部组织	(59)
引言	(59)
U形(Unitary Form)企业	(60)
M形(Multidivisional Form)企业	(62)
组织结构和企业行为	(64)
检验 M 形企业假设	(66)
小结	(68)
应用部分:铁路企业	(68)
其他阅读材料	(69)
习题	(69)
注解	(70)
第五章 企业家精神和企业利润	(71)
引言	(71)
企业家	(71)
企业家的作用和职能	(73)
企业家市场和利润含义	(81)
小结	(84)
应用部分:三个企业家管理案例	(84)
其他阅读材料	(86)
习题	(87)
注解	(87)
第六章 生产和成本	(88)
引言	(88)
生产技术	(88)
生产成本	(96)
多产品企业中的规模经济和范围经济	(105)
对成本证据的一个注释	(110)
小结	(112)
应用部分 1:汽车行业中的规模经济和范围经济	(113)
应用部分 2:佛兰德中学的规模经济和范围经济	(114)
其他阅读材料	(116)

习题	(116)
注解	(117)
第七章 消费者行为 and 市场需求	(119)
引言	(119)
确定性情况下消费者选择的无差异曲线分析	(120)
消费者对收入 and 价格变化的反应	(124)
消费者需求曲线	(127)
不同市场结构下的市场需求 and 企业需求	(130)
弹性	(131)
风险状态下的消费者行为	(136)
与风险有关的效用函数 and 预算线	(136)
小结	(142)
应用部分: 欧洲市场的医疗保健需求	(143)
其他阅读材料	(144)
习题	(144)
附录 7.1: 需求分析的基本数学方法	(146)
注解	(147)
第八章 不同市场结构下的企业行为	(149)
引言	(149)
不同市场结构下的生产和定价	(149)
合谋协议	(166)
小结	(173)
应用部分: 英国建筑行业的卡特尔	(174)
其他阅读材料	(175)
习题	(176)
附录 8.1: 两工厂垄断厂商的均衡	(178)
附录 8.2: 价格歧视的等边际收益法则推导	(178)
附录 8.3: 古诺寡头垄断模型的数学解	(179)
注解	(179)
第九章 企业的战略行为	(181)
引言	(181)
进入遏制的 B-S-M 模型	(181)
博弈论	(186)
进入遏制的博弈论分析方法	(192)
寡头垄断市场的可竞争性	(198)

企业策略的交易成本经济学(TCE)分析方法	(199)
战略联盟	(202)
小结	(208)
应用部分:麦当劳的特许经营战略	(208)
其他阅读材料	(211)
习题	(212)
注解	(212)
第十章 可供选择的企业目标	(214)
引言	(214)
股权分散和所有权与控制权的分离	(215)
所有权与控制权分离对公司目标的影响	(216)
企业行为理论	(217)
企业行为利益相关者的研究方法	(217)
企业管理理论	(221)
企业的成长	(228)
企业的代理理论	(235)
小结	(242)
应用部分 1:作为利益相关者的 Shell International	(243)
应用部分 2:石油和天然气勘探合作关系中的利益冲突和缓和	(244)
其他阅读材料	(245)
习题	(245)
附录 10.1:销售收入最大化	(246)
附录 10.2:威廉姆森的管理任意性模型	(247)
附录 10.3:增长和股票估价	(248)
注解	(249)
第十一章 公司治理	(251)
引言	(251)
公司治理的本质和范围	(252)
作为委托人和代理人的经理	(256)
经理自主权的控制	(258)
英国公司治理体系及其国际比较	(263)
对英国体系的评价以及改进措施的建议	(273)
小结	(277)
应用部分 1:公司治理对日本和美国汽车生产商影响的比较	(278)
应用部分 2:M&S 首席执行官的选拔	(280)
其他阅读材料	(281)

习题	(281)
注解	(281)
第十二章 多市场企业	(282)
引言及多市场企业的例证	(282)
垂直一体化	(284)
多样化和兼并	(294)
跨国企业	(301)
小结	(312)
应用部分:国际铝行业的垂直一体化	(312)
其他阅读材料	(314)
习题	(315)
附录 12.1:跨国公司的传统模型	(315)
注解	(316)
第十三章 理论上与实践中的多市场企业定价	(318)
引言	(318)
转让定价	(318)
多样化企业的定价和生产决策	(330)
联合产品	(335)
高峰定价	(340)
实践中的定价	(343)
小结	(350)
应用部分:转让定价策略;Rousseau 公司以及 Bacon 和 Bentham 有限公司的案例	(351)
其他阅读材料	(353)
习题	(353)
附录 13.1:转让定价的数学例子	(355)
注解	(357)
第十四章 企业所有权和资本结构	(359)
引言	(359)
所有权	(359)
企业的资本结构	(364)
企业最优资本结构的交易成本和代理成本研究方法	(372)
总结性评论	(377)
小结	(377)
应用部分:日本企业中的所有权结构和债务融资	(378)

其他阅读资料	(380)
习题	(381)
注解	(381)
第十五章 人力资源管理经济学	(382)
引言	(382)
要素需求的边际生产力理论	(382)
理论和实际中的工资决定	(384)
新人力经济学	(385)
工会的作用	(394)
小结	(399)
应用部分:英国建筑行业的人事管理	(400)
其他阅读资料	(402)
习题	(402)
注解	(402)
第十六章 竞争政策、私有化和解除管制	(404)
引言	(404)
竞争政策的经济学基础	(405)
竞争政策	(415)
私有化	(420)
解除管制和特许经营	(428)
小结	(430)
应用部分 1:英国供电行业的私有化	(431)
应用部分 2:控制垄断势力:避孕套的案例	(432)
其他阅读材料	(434)
习题	(434)
注解	(434)
计算题答案	(435)
参考文献	(437)