

01緒論：經濟與管理

Managerial Economics

經濟學在管理的應用

1.1 甚麼是管理經濟學

- 管理經濟學(managerial economics)：是一門研究如何使用有限資源，以達到成本效率管理(cost-efficient management)的科學。
- 針對資源有限的問題，利用管理經濟學的原則，來作出有效率的決策，而這些決策可能對顧客、供應商、競爭對手或企業內部組織有關。

1. 基本觀念

- 管理經濟學(Managerial Economics)：研究如何有效率使用企業與組織的資源，以達到管理目標的一門科學。
- 將經濟學應用到管理上，稱之。
- 複習經濟學，一頁經濟學。
- Q：在以下的個案中，用到哪些經濟學的觀念？
- 成本：
- 收益：
- 利潤：經濟學假設生產者追求最大利潤

14 1.4 傳統經濟與新企業模式

- 傳統經濟學討論的是財貨(goods)與服務(service)。
- 將財貨與服務簡單化的分析模式。

- 但是，自網路時代(web)與行動裝置(mobile device)興盛之後，改變了消費者與生產者的競爭態勢(議價力量，bargaining power)。

- 買賣雙方；透過網路改變了消費、生產與交換的機能。
- 1.消費：消費者為王(事實上是零售通路主導，以往)
- 2.生產：市場結構的產業組織
- 3.交換：價格機能

14 1.4 傳統經濟與新企業模式

■ 市內電話vs.行動電話、數據語音電子時代與傳統 Skype的誕生

- Q：舉例說明，**傳統科技在網路興起後的改變**。
- Q：誰會願意購買Skype？QQ，騰訊？
- A：2005年9月，eBay以41億美元買下skype。

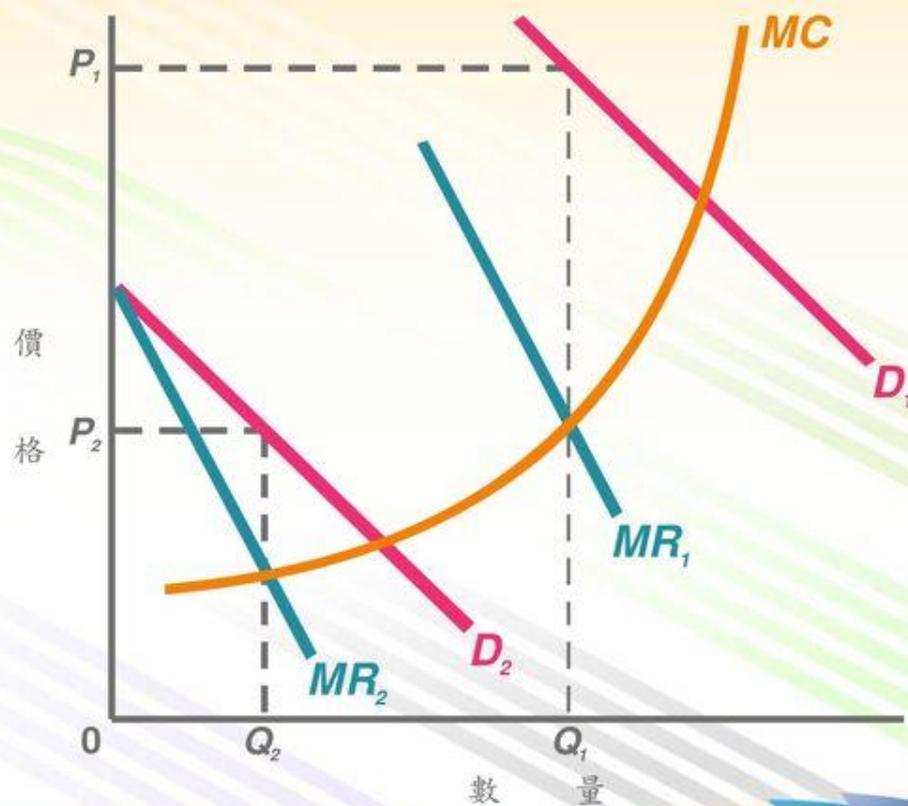
■ 行動時代：語音與數據的戰爭！通訊軟體之[號碼]

- 相較於提供加值的網路交易，數據提供者已經變成缺乏附加價值的產業。
- [討論]line、QQ等通訊軟體的功能？

8-9 差別訂價

■ 尖峰訂價

消費者在尖峰時段對商品或服務的需求非常大。廠商在尖峰時期索取高價不僅能帶來較多利潤且較有效率。



個案

■ 書店產業

亞馬遜網路書店(網路銷售與實體配送)與傳統書店的競爭

- 亞馬遜網路書店已經擴充到多個國家，販賣的商品也增加到包羅萬象。
- 網路vs.實體，何者較具有“規模經濟”？
- 網路改變[經濟學]的理論。

■ [問題] 阿里巴巴與亞馬遜，終須一戰！

美國之亞馬遜已經發展成電子商務大公司；相對地，中國的阿里巴巴也是。中美兩大電子商務龍頭領導新的商業模式的發展。

18 3. 音樂產業的變革與挑戰

■ 服務(service)產業的商業模式

- CD一片賣多少錢？
- Q：從固定成本與變動成本來思考，音樂產業的改變。
- [騎馬舞]PSY的收入來源？
- A：(自行查詢網路)
- 經濟學(沒有網路、沒有行動裝置的時代所發展出來的經濟理論，在網路、行動世代，必須改寫；必須賦予新的解釋與應用！)
- 若是傳統的經濟學稱之為經濟學；那麼，新的經濟學就是[數位經濟學]。今日，我們檢視經濟學，必須牢記！