

大连培训中心教材之一

管 理 经 济 学

中国工业科技管理大连培训中心 编

企业管理出版社

A2A23



2 017 1900 6

大连培训中心教材之一

管 理 经 济 学

MANAGERIAL ECONOMICS

中国工业科技管理大连培训中心 编



企业管理出版社

大连培训中心教材之一

管理经济学

中国工业科技管理大连培训中心 编

*

企业管理出版社出版

石家庄地区印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

*

787×1092毫米 32开本6.625印张130,000字

1981年8月第1版 1981年8月第1次印刷

统一书号: 4207·018 定价0.65元

600 70628
27

前 言

这一套丛书，是中国工业科技管理大连培训中心的教材。共八册。

国家经委、教育部和国家科委，为了培训我国企业管理干部，与美国合作，举办了大连培训中心。课程由美国纽约大学、夏威夷大学和加利福尼亚大学等著名高等院校的有关教授、专家讲授。学员们普遍反映，讲课内容丰富，理论与实践结合，系统地反映了现代化企业管理的基本知识。本社特将这些教材编译出版，作为在职干部培训和高等院校有关专业的参考。

这套教材的翻译工作，由大连培训中心邀请有关高等院校和科研单位的教授、专家担任。

企业管理出版社

一九八一年八月

目 录

第 一 讲	绪论——经济学中的若干基本概念(一)	(1)
第 二 讲	绪论——经济学中的若干基本概念(二)	(13)
第 三 讲	需求、供给和均衡价格 (一)	(23)
第 四 讲	需求、供给和均衡价格 (二)	(32)
第 五 讲	需求弹性和供给弹性 (一)	(46)
第 六 讲	需求弹性和供给弹性 (二)	(58)
第 七 讲	收益与成本	(63)
第 八 讲	完全竞争下价格和产量的决策	(79)
第 九 讲	垄断竞争下价格和产量的决策	(92)
第 十 讲	寡头垄断的形成, 完全垄断下价格和产量的决策	(98)
第十一讲	寡头垄断下价格和产量的决策 (一)	(118)
第十二讲	寡头垄断下价格和产量的决策 (二)	(124)
第十三讲	关于垄断企业价格决策的若干问题	(138)
第十四讲	定价实践 (一)	(147)
第十五讲	定价实践 (二)	(159)
第十六讲	定价实践 (三)	(168)
第十七讲	定价实践 (四)	(179)

第十八讲	定价实践 (五)		(189)
附录	习题之一		(198)
	习题之二		(202)

第一讲 绪论——经济学中的 若干基本概念 (一)

经济学具有悠久的历史，最早创自古代希腊哲学家亚里士多德。当时，他研究的是如何管理家庭。经济学并不是一门新的课程，但对在座的学员来说则是新的。因为据我所知，你们过去学的基本上是政治经济学，这是与西方的经济学不同的。

我们认为，政治经济学是与大量的政治价值相联系的。所谓政治价值，在西方叫规范价值，处理的是带有社会政治目的的个人和集体的观念，诸如我们“应该做什么”之类的问题。而经济学则是研究实证的经济原则，它试图确定经济现象的客观规律，它研究“是什么”的问题，而不是“应该做什么”的问题。

管理经济学的主要研究对象是：企业、价格和利润。它的主要目的在于阐述和综合经济学各个不同领域的原理与概念，阐述和综合企业活动各方面的原理与概念，重点放在企业内部管理决策的确定和政策的制定，以及对整个社会引起的后果上。

管理经济学研究怎样用最有效的方式来达到预期的目标。这样做时，它要考虑各种明显的和含蓄的限制因素。因而，本课程将研究如何把一般的经济理论应用于私人和国营

企业所面临的决策问题；首先与西方经验对比，然后与中国经验对比。本课程的重点在于提供必要的工具和理论，以分析、解决、应用和利用我们在其它课程中所学到的技术，着眼于对企业有显著成果的问题（不管这些企业是厂商、学校、部门还是机关），把这些工具和理论应用于企业内部，理解它们对整个社会的重要意义。

管理就是企业中有效地进行决策。为此，人们不仅应了解本企业的情况，还应了解企业经营的外部环境及其对企业的限制。我们不仅要研究企业如何更有效地经营，而且要研究经济学家所谓的“Externality”，即企业的决策对企业外部的影响。

下面从经济学的基本概念讲起。在经济学中，有一个重要的概念：“稀缺性（Scarcity）”。正因为物品稀缺，使人间与天堂区别开来。在世界上，人的物质需要是没有止境的，而用来满足需要的资源则是有限的。在天堂，想要什么就有什么；什么时候想要，什么时候就有。在现实世界上，任何人、任何国家则必须在一系列选择中做出取舍，而在各种选择之间又往往是互相排斥的。选择了这种可能性，就会排斥另外的可能性。正如你用工资多买了黄瓜，买白菜的钱就少了。对一个国家来说，如果更多的资源用于购买枪炮和机器，那么购买黄油和其它生活必需品的资源就会减少，至少在目前是这样。当然，有了机器设备，将来可能生产更多的生活用品，但那是以后的事。总之，在生产和使用某种东西时，你必然放弃另一种东西，你所要放弃的另一种东西，就是你生产这种东西的真正成本，这在经济学上叫做机会成本。

由于稀缺性的客观存在，经济学家才有事可做，才有必要来研究生产什么，如何生产和为谁生产的问题。首先，在社会资源稀缺的情况下，社会不能什么都生产，而必须有所选择，这就有个生产什么的问题。其次，对某种产品和它的一定数量来说，会有多种生产方法，究竟用什么方法进行生产呢？还有，生产出来的产品怎样分配，谁获得这些产品，即为谁生产的问题。任何社会都要解决这三个问题，美国也好，中国也好，都不例外。

但正如我们看到的，由于社会制度、组织结构不同，在不同国家解决这三个问题的方法也是不同的。一般地说，在主要的高度发展的工业化国家，这些问题是通过企业、公众以及政府机构、代表之间的相互作用来解决的。下面我们来看看，至少在美国，解决这三个问题所用的方法。由于美国是混合经济，政府经营的企业远不如中国的多，这些方法需要经过修正才能用来研究中国的经济问题。

周总理在五十年代说过，对于外国经验，首先是学，接着是批、用、改，最后是创。也许通过这种方法，你们可能较好地建立一套概念结构，去整理中国的管理经验。

我们则先考察市场的概念。我们从一种极端的情况谈起，在那里没有政府，决策是通过家庭，个别地或集体地、与生产单位或企业在市场中相互作用而确定的。

再解释一下名词。商品稀缺究竟是什么意思？那就是说，不是所有的人想要得到这种商品都能得到它的。它与阳光、空气、水不同，为了获得阳光、空气，我们一般不需要放弃任何东西，因而它们是没有价值的。而其它物品如自行车、汽车、房子、食品等都要付出代价才能取得。买了这

些物品，就没有钱买其它物品，也就是说，买其它物品的可能性就被放弃了。事实上，一种物品的价值，就是你为了取得它而必须放弃的东西。如果信息是充分的，商品的价值会在价格中反映出来。这就是经济学中所谓的“Value”或“Worth”(价值)。这个“Value”在经济学中专指交换价值。在沙漠地带一杯水的价值可以比一杯宝石还大，但这种情况在市场经济中是不会出现的。我们现在所讲的不是产品固有的价值，而是讲的市场价值或交换价值。遗憾的是，我们对人有时也是这样说的。如果有人问你：“What are you?”

（“你是什么人？”），你常常会用市场价值来回答，说我是经理、建筑师、医生、教授等等。你不会说我是男人、女人、有希望、有欲求、有恐惧、有眼睛、有耳朵，等等。当别人问你：“What's your worth?”（“什么是你的价值？”）你就会回答我每月挣100元，或回答我是教授。这样又把固有价值 and 交换价值混淆起来了。很久以前，马克思就认识到这一点。他谈到过工业化社会中人的异化（Alienation）问题。马克思说，市场社会是那样不具人性，以致人们失去了固有的价值。处于大发展前的国家，应该对这种将来可能发生的现象保持警惕。

现在我们回到生产的三个问题上来，即生产什么、如何生产和为谁生产的问题上来。让我们从理想的、虚构的经济开始，在这里，公众、家庭等消费单位在市场上是与厂商等生产单位连结在一起的。你们将看到这些问题或好或坏地通过市场来解决。在这里，市场就是指生产、交换和分配商品的有组织的体系。通过市场上的价格机制，消费单位和生产单位之间的相互作用，使这三个问题得到解决。顺便谈一下，

经济物品（稀缺物品）要求自己的价格大于零，而且越稀缺价格越高，要是价格没有受到人为的限制的话。非经济物品（或叫自由物品），如阳光、空气、水等的价格则等于零。还有一些令人讨厌的、不需要的东西，人们称之为“恶劣的东西”（“bads”），它们的存在可以从负价值中得到证明。经济学家把要求负价格的物品定义为“废物”（Wastes），把它们排除掉是要花钱的。

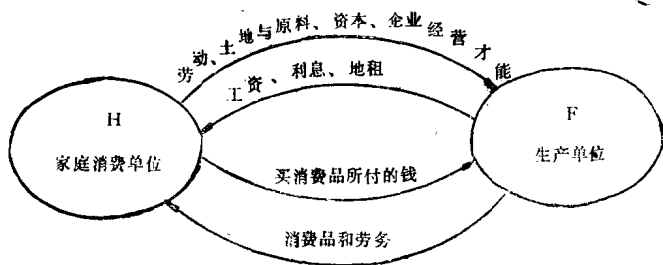


图 1—1

请参看图 1—1。在受限制的私人企业经济市场中，家庭和厂商是通过资源和货物，即生产要素的投入（工地、劳力、原料、资本、企业家才能），从家庭流向厂商而连接起来；与这种流向相对应，产出（消费品和劳务）则从生产单位流向消费单位。投入产出的实际流量是用货币的反向流量表示出来的。与家庭和公众劳务对厂商提供投入量相对应，产生货币工资和其它收入的流动。消费单位依靠这些收入作为购买消费品的货币支出，花在商品和劳务上。

下面讲一下生产的三个问题是怎样通过市场解决的。

资源的流动是一个不断循环的过程，既没有头，也没有尾。现在让我们从这开始：有一定货币收入的消费者（不管收入是从哪里来的）来到一个有各种商品和劳务的市场。按萨缪尔森书上的说法，他是带着货币选票来的，钱越多，他的选票越多（这当然是不民主的）。由于收入有限，选了这个商品，选其它商品的可能性就小了。某些商品适合消费者的需要，受到顾客的欢迎，它们得选票就多。这些商品一般能给生产者带来较高的利润。商品的生产者可能以各种方式来反映这种情况，他或是增加生产，或是提高价格，更通常是两种方法同时采用。在这种有许多厂商的社会中，顾客统治一切。顾客通过花更多的钱，就能得到更多他所需要的商品，不管是自行车、枪炮，还是可口可乐。对那些不受消费者欢迎、消费者不投票的商品，将会促使生产者降低价格，或生产越来越少，甚至停止生产。

按这种方式来决定生产什么产品，并没有一个对整个社会是否有益的问题，只有一个对消费者个人与生产者个人来说什么是最适宜的问题。如果消费者能明智地行动而不受限制，他们会求得物质与最大限度的满足。如果生产者也能明智地行动而不受限制，那么他们就会最大限度地取得利润。十八世纪当重商主义盛行时，亚当·斯密就认为：这种资本主义个人利益的追求，会给整个社会带来更大的福利。

再看第二个问题。假定有10万码优质棉布投放市场，消费者可以任意选购。我们的技术人员能想出许多不同的方案来生产这些数量的优质棉布，如用手工织布，还是用机织；用高档原料，还是用普通原料等等。究竟采用哪种方案，要取决于具体情况。这就是如何生产的问题。在竞争的资本主

义社会，因为许多资本家都会生产相同的产品，只有成本最低的企业才能生存。成本低，价格才能低，而一般顾客对同样的产品肯定会选择价格最低的。从经济学的观点看，成本低就是效率高。当生产一定质量的产品时，富余的资源用得大方些，稀缺的资源用得慎重些，这就是高效率的生产。对一定数量和产品的质量来说，效率反映为最低的生产成本。但是，一个私人生产者未必理解这个效率，以及为什么应当慎重而有效地使用社会资源。他是被迫正视这个问题的。在理想的竞争的市场经济中，他不得不考虑这个效率问题，否则就不能生存。如竞争对手大大超过你，你就会被挤垮，或是被吞并。因此，竞争促使你提高效率，竞争保证了效率的提高。

然而，在现代工业化的资本主义制度下，反映出的特点是更趋向垄断，特别是寡头垄断。有人认为，垄断利润的存在也许能保证经济生活的稳定。但是它排除了竞争，削弱了对生产效率的刺激。西方政府也不关心企业生产效率的提高。不过，这种趋势多少为国际间的竞争所削弱。

在企业中，管理人员要提出许多生产方案，会计人员要对这些方案进行核算，那种方法成本最低，从而选择成本最低的方案。

第三个问题是为谁生产，谁触得到这些产品，在这种竞争性的社会里，没有人关心谁有权得到这些产品，它关心的只是谁买得起这些产品，这决定于市场上各种集团、家庭、个人的收入。而一个人的收入取决于他的劳动时间乘上小时工资率。如果你出卖的是商品，那么卖出的商品单位数乘上商品价格就是你的销售收入。如果你出卖的是生产性劳务，则

卖出的劳务单位数（劳动时间）乘上它的价格（工资率）就是你的收入。这里，作决定的人、选择者，是生产单位。厂商对不同的个人与集团的生产性劳务投票。比较不受欢迎的生产性劳务的提供者在这样的社会中所能作出的反应，或是减少所提供的劳务，或是降低他们的要价或工资。这样他们的收入就降低。而那些较受欢迎的、或需要量较大的劳务供应者就会提供较多的数量并提高他们的要价，他们的收入就会增加。正因为这样，西格伦酒厂的总裁挣的钱为大学校长收入的三倍，因为美国花在威士忌酒上的费用是花在教育上的三倍。这显然是谁应有权得到什么的问题了。在这里，我们不谈论伦理学，萨缪尔森指出过洛克菲勒家族的狗可以得到一个穷人孩子应喝的牛奶。从伦理学的角度说，这是不合理的。但从经济上、效率上讲，则可能是合理的。经济制度并不提供伦理上的价值。社会、政治制度和组成社会的人才能提供伦理学方面的种种价值观念。他们利用经济机器来实现他们最好目标。我们在这里就是学习如何操纵经济机器，使之为我们的目标服务。

上面讲的是一个简单的经济模式。让我们再看一看较为复杂的图表，见图 1—2。

这里有供给和需求的关系（以后几课我们要讲需求和供给，以及价格是如何确定的）。从图的上方可以看到，消费者花钱表示出的需求同企业成本和供给决策在市场中的相互作用。这能帮助企业决定生产什么的问题。在图的下方，把企业对生产要素的需求，和公众提供的劳动和其它投入市场的生产要素结合起来，能帮助决定公众的工资、地租、利息和公共收入以及利润，这就是产品为谁生产的问题。企业在购买投

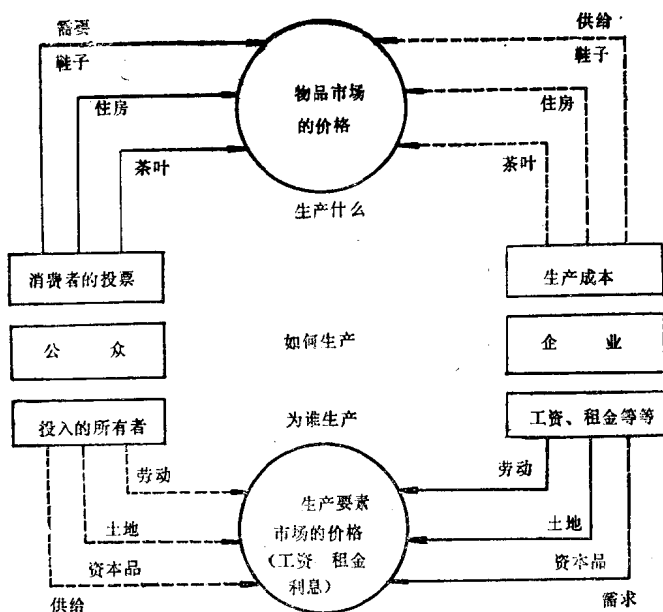


图 1 — 2

入生产的原料和最便宜地出售商品等方面的竞争，决定着产品如何生产的问题。各个部分互相联系一起，构成循环，是不可分割的。但这个制度也是有缺陷的。我们将看到完全垄断如何成为这个制度的一个缺陷。我们将看到外部影响引起的整个社会的社会成本的社会收益，不是市场机制所能控制的。对此，即使是资本主义国家的政府，也必须加以干预。

现在再来看看有关稀缺性和成本的其它模式。先谈实际上的社会生产可能性。为了把分析简化和便于画图，我们假设社会只能生产两种产品，一种是苹果，一种是毛毯，以此

代表农产品和工业产品。苹果用筐计算，毛毯用捆计算。如果社会的一切资源（土地、劳力和资金）都用来生产苹果，能生产出200万筐苹果。如果社会的一切资源都用来生产毛毯，能生产100万捆毛毯。

或者我们把一部分资源用来发展苹果，一部资源用来发展毛毯。二者的结合，我们在线上用P点表示（见图1—3）以后，我们会知道这条曲线是不现实的，但现在我们只用它来帮助说明问题。这条曲线叫做生产可能性边界曲线。这条曲线是条最大量的曲线，不是最小量的曲线，也就是说生产量可以

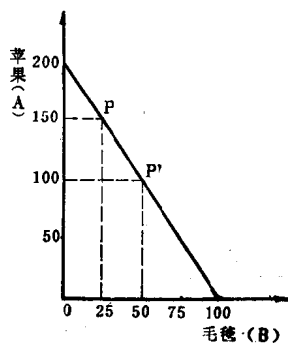


图 1—3

在线上任何一点，或在曲线内侧，但不能在曲线的外侧。曲线外侧的生产可能性是这个国家的资源所不允许的。如果在曲线内侧表明资源没有充分利用。

如果社会一开始只生产苹果，产量为200万筐，后来决定生产25万捆毛毯，这就把一部分资源用于生产毛毯。生产这25万捆毛毯的结果，使苹果产量从200万筐降低到150万筐，即图1—3中的P点。再假设我们需要更多的毛毯，再多生产25万捆，这就意味着社会再少生产50万筐苹果，即图

1—3中的P'点。可见，毛毯的相对成本 = $\frac{\Delta A}{\Delta B} = \frac{50}{25}$ ，这

是我们在经济学上讲的成本。为了增加一种产品的生产，必须把资源从别处转移到生产这种产品方面来。在同一时间增

加这种产品多了，必然意味着减少其它产品的生产。为多生产25万捆毛毯，必须放弃50万筐苹果的生产。同样，为了增加苹果的生产，也必须减少毛毯的生产。这条生产可能性曲线的斜率是： $\frac{\Delta A}{\Delta B} = -\frac{C_B}{C_A}$ （这里C代表成本， C_A 是A产品

的相对成本， C_B 是B产品的相对成本）。这样，产品的相对成本通过这条曲线的斜率表示出来。

但是，图上所画出的直线并不代表相对成本最典型的情况。把生产可能性边界画成直线说明的是这种情况：不管在线上哪一点，即不管毛毯与苹果是多少，每增加一个单位的毛毯都需要以两个单位的苹果为代价，或每增加一个单位的苹果都要以半个单位的毛毯为代价。在曲线的中间某处，这可能是正确的。但在实际生活中，我们经常碰到的是相对成本递增的情况。为了增加毛毯生产，你要把已投入苹果生产的资金与劳力转到毛毯生产上来。相反也是这样。从两个极端去考虑，就意味着把苹果园改建为毛毯厂或把电动毛毯织机改为苹果园。可以想见，从一种生产抽出资源去搞另一种生产，困难是越来越大的。

因此，比较现实的情况是：相对成本不是固定不变，而是变化着的。当一种产品的生产越来越多时，增加一个单位，它的边际成本也会逐渐增加，即为了它们的生产，你必须放弃越来越多的其它产品。比如，如果你继续多生产毛毯，开始时生产一捆毛

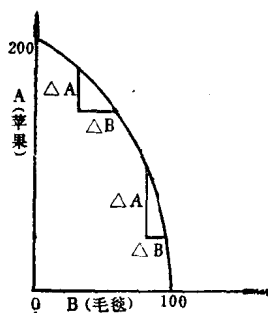


图 1—4