

外国工业经济管理

第一分册

管理 经济学

吴德庆 编

中国人民大学出版社





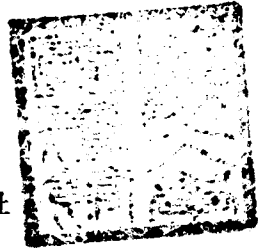
外国工业经济管理

第一分册

管理经济学

吴德庆 编

中国人民大学出版社



外国工业经济管理
第一分册
管理经济学

吴德庆 编

*

中国人民大学出版社出版发行
(北京西郊海淀路39号)
中国人民大学出版社印刷厂印刷
(北京鼓楼西大街石桥胡同61号)
新华书店经销

*

开本: 850×1168毫米32开 印张: 8.875
1987年10月第1版 1987年10月第1次印刷
字数: 213,000 册数: 35,000

*

ISBN 7-300-00176-9 / F·58

书号: 4011·575 定价: 1.90元

说 明

为了适应经济体制改革的新形势，不断提高我国工业管理水平，我们不仅要总结自己的管理经验，同时也要吸收和借鉴国外的工业管理理论和实践。为此，我们编写了这套《外国工业经济管理》教材。现先出版三个分册。第一分册：《管理经济学》；第二分册：《美国企业经营管理学》；第三分册：《南斯拉夫工业经济管理学》。它们可作为高等院校（包括电视大学和函授大学）财经各系外国工业经济管理课的教材，也可供企业管理人员和经济管理机关干部自学之用。

需要说明的是，在外国工业管理的理论和实践中，有一些对我们并不适用。希望读者在阅读时能结合我国情况，吸取其有益的东西，而不能一切照搬。

由于我们水平有限，书中不妥之处一定在所难免，希望读者批评指正。

中国人民大学工业经济系
外国工业管理教研室

1987年4月20日

编 者 的 话

管理经济学是二次大战后在国外发展起来的一门新兴学科。它把西方微观经济学的一些原理和分析方法用于企业管理决策的实践，所以是沟通经济学与管理决策科学的桥梁。西方微观经济学尽管是资产阶级的经济学，但是它也有一些具体的经济原理、分析方法和概念则是科学的，把它们用之于管理决策，就能提高我们经营决策的科学水平。特别是当前我国正在发展有计划的商品经济，在西方经济学中，有些关于市场经济方面的知识还是可供我们借鉴的。正因为这样，学习管理经济学，对于我们的经济管理干部来说，就很有必要。

本书是在《简明管理经济学》（吴德庆、徐祖兴编，中国人民大学出版社1986年版）一书基础上经过修改、增补而成的。其中完全新增的章节有：

第三章的第五节：生产函数和技术进步；第四章：生产决策分析——产品产量的最优组合问题；第八章：广告和推销决策分析；第九章的第四节：投资决策方法在某些具体情况下的应用；第九章的第六节：敏感性分析。此外，对作业题也作了一些修改和补充。

本书在内容上注意理论和应用的结合，在文字上则力求简明扼要、深入浅出。修改、增补后，更加突出了管理经济学作为一门应用学科的特色。

由于编者水平有限，书中错误和不妥之处在所难免，衷心欢迎读者批评指正。

中国人民大学工业经济系 吴德庆

1987年4月

目 录

绪 论	1
第一节 管理经济学的对象与范围	1
第二节 管理经济学的决策准则	5
第三节 管理经济学的基本方法	12
第一章 供求法则和需求—供给分析	17
第一节 有关需求的若干概念和影响需求的因素	18
第二节 有关供给的若干概念和影响供给的因素	24
第三节 需求—供给分析	28
第二章 需求分析和需求估计	36
第一节 需求弹性	36
第二节 需求估计	52
第三章 生产决策分析——投入要素的最优组合问题	64
第一节 单一可变投入要素的最优利用	65
第二节 多种投入要素的最优组合	74
第三节 规模对收益的关系	88
第四节 科布—道格拉斯生产函数	93
第五节 生产函数和技术进步	95
第四章 生产决策分析——产品产量的最优组合问题	105
第一节 产品产量最优组合决策的理论方法	105
第二节 产品产量最优组合决策的实用方法—— 线性规划法	110

第五章	成本利润分析	117
第一节	管理决策中几个重要的成本概念	117
第二节	成本函数	122
第三节	收入函数	133
第四节	成本利润分析方法	136
第五节	成本函数的估计	151
第六章	市场结构与企业的价格和产量决策	162
第一节	完全竞争条件下企业的产量决策	162
第二节	完全垄断条件下企业的价格和产量决策	173
第三节	垄断性竞争条件下企业的价格和产量决策	176
第四节	寡头垄断条件下企业的价格和产量决策	180
第七章	定价实践	188
第一节	成本加成定价法	189
第二节	增量分析定价法	190
第三节	差别定价法	192
第四节	多产品定价法	195
第五节	新产品定价法	200
第六节	调拨价格的确定	202
第八章	广告和推销决策分析	209
第一节	在不考虑竞争者反应的条件下确定最优广 告支出	210
第二节	在企业之间互相依赖的情况下确定广告费 支出	219
第三节	把广告当作投资进行决策	221
第四节	在实践中制定广告预算的方法	222
第九章	长期投资决策	227
第一节	投资决策概论	227
第二节	数据的收集和估计	230

第三节	投资方案的评价方法	240
第四节	投资决策方法在某些具体情况下的应用	248
第五节	在投资决策中考虑风险	255
第六节	敏感性分析	268

绪 论

管理经济学是国外在二次大战后发展起来的一门新兴学科。它的创始人是美国经济学家乔尔·丁 (Joel Dean)。他于1951年发表了第一本管理经济学 (Managerial Economics) 著作。在这以前, 西方的传统经济学 (特别是微观经济学) 基本上停留在学院式的讨论上, 很少解决实际问题。乔尔·丁的管理经济学著作的问世, 开创了经济学实际应用的新领域, 进一步提高了人们对经济理论和经济方法用于企业管理实践的认识和兴趣, 从而推动了管理经济学这门学科的迅速发展。

第一节 管理经济学的对象和范围

一、管理经济学的研究对象

管理经济学是一门研究如何把西方传统经济学的经济理论和经济分析方法应用于企业管理决策实践的学科。所以, 管理经济学与西方传统经济学的关系十分密切。西方传统经济学是一门理论科学, 而管理经济学则是一门应用科学。犹如在自然科学中, 数学、物理学和化学都是理论科学, 把它们应用于各个工程技术领域就有机械工程学、冶金工程学、化学工程学、电子工程学等等。在社会科学中, 把经济学理论应用于社会经济的各个领域, 也就有各种各样的应用经济学, 如农业经济学、工业经济学、贸易经济学、发展经济学、计量经济学、区域经济学、教育经济

学、环境经济学和旅游经济学等等，其中当然也包括管理经济学。

管理经济学的经济原理与方法，主要来自微观经济学。但是管理经济学不是简单借用微观经济学中一些现成的原理和结论，而主要是应用在推导这些原理和结论时所使用的经济分析方法。这是因为微观经济学研究的是抽象的企业，它所涉及的决策问题大多只属于价格、产量决策。而在现实管理中，要决策的问题多种多样，如企业的生产技术、生产规模、产品组合、广告和投资等等。显然，要依靠微观经济学得出的用来研究抽象企业的现成原理和结论来解决这么多的现实问题是很不够的。所以，管理经济学在进行经济决策时，必须着重应用最基本的分析方法，这个方法就是微观经济学的边际分析法。

微观经济学对企业行为的研究，是以企业的唯一目标是追求最大限度的利润为前提的。但现实的企业不同，它的目标只能是有条件地谋求尽可能多的利润。这首先是因为，现实的企业的经营活动要受到一定的限制，例如，资源条件的限制、政府法令的限制等等，企业不能为所欲为。其次，现实企业的目标总是多样化的，除了利润之外，还可能把扩大市场份额、发展新产品和承担社会责任等等作为一定时期的目标。这是因为企业的经营活动不能离开股东、顾客、职工、政府和公众，如果企业不能适当满足这些人的要求，企业本身就会很难发展。所以，管理经济学在应用微观经济学的经济分析方法从事管理决策时，尽管首先也要以利润的多少作为决策的准则，但是管理者在最后决定之前，还必须兼顾其他目标和条件，这样作出的决策得到的就可能是满意的利润，而不是最大的利润。

管理经济学与传统微观经济学的区别，还在于传统经济学研究的企业是以它们所处环境的全部信息为已知的和确定的为假设的。但是管理经济学所研究的现实的企业则通常是在一个环境十

分复杂、信息很不确定的情况下经营的。这种情况，要求管理经济学在研究决策时，还要借用来自其他学科的各种分析工具和概念，以便收集必要的信息，并在不确定的条件下选择最优的方案。这些学科诸如有：数学、统计学、运筹学、会计学、市场学等等。从这个意义上说，管理经济学又是一门跨多门学科的综合学科，它在制定经济决策的总框架下，把许多学科中的有关方法和概念集中到一起来了。

管理经济学既然是一门应用科学，当然要研究企业管理经济决策的实践，并把这些实践与经济学的理论联系起来。例如，怎样确定产品的最优价格？从经济理论上讲，应该使用边际分析法，即当边际成本等于边际收入时的价格才是最优的。^①但在实践中，人们常用成本加成法和其他方法。管理经济学应当对这种经济决策的实践，尽量作出理论上的解释，从而成为经济理论与管理实践之间的桥梁。

二、管理经济学的研究范围

管理经济学研究如何把西方传统经济学的理论与方法用于企业管理决策的实践。这也就指出了这门学科的研究范围是企业管理的决策。决策就是选择，就是在许多可行方案中选择最优的方案。从这个意义上说，管理经济学也就是研究如何对可供选择的方案进行比较分析，从中找出最优方案的一门学科。企业管理中要决策的问题是很多的。例如，人事决策（包括配备、选拔和培训干部等）、组织决策（包括组织设计等）、财务决策（包括如何筹集资金等），以及销售决策（包括如何确定销售战略、建立销售渠道等）等等。管理经济学当然不可能涉及企业管理中所有这些决策问题，它涉及的只是经济决策方面。属于这方面的主要

^① 请参阅本书第六、七章。

有：价格和产量决策、生产技术决策和长期投资决策等，以及为了进行上述决策而必须进行的对一些经济函数的分析与估计，如需求分析和对需求函数的估计、生产分析和对生产函数的估计以及成本利润分析和对成本函数的估计等。

三、学习管理经济学的意义

人们也许会问，西方经济学是资产阶级的经济学，它的理论体系毋庸置疑是为资产阶级利益服务的，是维护剥削制度的。那么，我们为什么还要研究它呢？我们认为主要理由如下。

第一，管理经济学是一门应用经济学。它所要解决的资本主义企业的管理决策问题，多数也是社会主义企业经常遇到的问题。社会主义企业与资本主义企业的根本区别在于生产关系的性质不同。但是，企业作为一个生产经营单位，却有许多共同之处。任何企业都需要不断以市场需求为依据，投入各种适量的生产要素，合理地组织生产，最后把产品及时地销售出去。在这个循环往复的生产总过程中，随时掌握市场信息，生产适销产品，节约消耗，降低成本和增加利润是每个企业都应为之奋斗的目标。资本主义企业为了最大利润，需要这样做，社会主义企业为了满足人民的物质文化需要和为国家积累资金，更需要这样做。而这些问题正是管理经济学所要探讨的。

第二，尽管西方经济学的一些基本理论是资产阶级的，但是它有许多具体经济理论和方法对于社会主义社会也同样适用。而在管理经济学中用来解决管理决策问题的，除了基本的经济分析方法外，恰恰主要是这些具体经济理论与方法。诸如：供给需求分析法，机会成本概念，弹性概念，边际收益递减规律等等。这些具体理论和方法贯穿管理经济学课程的始终，是分析问题和进行决策的科学工具。当前，这些分析工具对于我们许多管理干部来说，还是很陌生的。学习它们，对于我们开阔眼界，打开思路，

进一步提高管理决策的科学水平，是很有帮助的。

第三，更重要的是我国当前正在进行经济体制的改革，《中共中央关于经济体制改革的决定》明确地提出，社会主义计划经济必须自觉依据和运用价值规律，是在公有制基础上的有计划的商品经济。这就为我们提出了一系列迫切需要解决的新课题，诸如：在有计划的商品经济下，怎样运用价格、税收等经济杠杆来刺激或抑制各种经济活动？如何利用竞争来提高经营效率？在新形势下，如何进行企业的经营决策以求达到最好的经济效益？等等。完全解决这些问题当然主要靠社会主义的实践，但是，西方管理经济学中提供的一些具体理论和方法，无疑对这些问题的解决是有参考和借鉴意义的。

需要指出的是：我们提出应当学习西方的管理经济学，一点也不意味西方管理经济学可以在中国照搬照用。但是，我们认为，通过对西方管理经济学的学习，一定会有助于建立我国自己的管理经济学。我们相信，随着我国经济改革的展开，随着有计划的商品经济继续向前发展，一门有中国特色的社会主义的管理经济学一定会很快诞生。

第二节 管理经济学的决策准则

管理经济学既然研究企业如何决策，这就首先要确定决策的准则。而这又关系到对企业的目标的认识。

一、企业目标和决策准则

长期以来，西方传统经济学是以企业的目标是追求最大利润的假设为基础的。根据这个假设，只有利润最大的方案才是最优的方案。这个假设在100多年前可能是合理的。因为那时候，资本家本人就是经理，他们为了追求最大的收入，就要谋求最大的

利润。但是今天的情况不同了。今天，特别是对许多大公司来说，投资者在很大程度上已经和经理分开。一家大公司有许多股票持有者，其中最大的股东也往往只占有公司股票总额的很小份额，他们对公司的控制力量已经大大削弱。公司主要控制在专职经理手中。专职经理的薪水一般相对固定，他们除了谋求较高的薪水收入外，还致力于追求自己的社会地位、声望和权力等。这就不能不影响到企业的目标，也就是说，它促使大企业在利润之外，去追求其他多种目标。如有的追求最大销售量和最大的市场份额，有的追求企业资产的最大增长，有的还要考虑履行社会责任和改善公众关系等等。因为实现这些目标和更好地满足经理们提高自己的声望和扩大自己的权力的需要是一致的。所以，现在西方许多经济学家认为，利润，特别对大企业来说，已经不是企业的唯一目标了。

但是，尽管如此，利润依旧是西方大企业追求的主要目标。这是因为：

第一，企业必须有一定数量的利润，才能使股东满意，才能吸引人们购买它的股票。

第二，有些目标从短期看，似乎不追求利润最大化，但从长期看，仍然是为了追求利润最大化。例如，有些企业把占领市场、改进产品质量、承担社会责任作为短期目标，恰恰是为了使长期利润能够最大。

可见，西方大企业的目标尽管趋于多样化，但利润仍然是一个主要目标。因此，管理经济学在进行决策时，仍然要以利润的多少作为经济分析的准则。但由于利润并不是企业的唯一目标，所以，决策过程就需要分两步走：第一步，单纯从经济上分析，即把利润多少作为选择的准则，在许多可供选择的方案中选出最优和次优的方案来；第二步，结合企业的其他目标（这些目标往往不能用同一标准来计量，或者根本不能用数量来表示），经过

主管人员的判断，在上述最优和次优的方案中，做出最后的选择。而这最后决定的方案，不一定是利润最大的方案。

上面介绍的是西方经济学家关于企业目标和决策准则的看法。我们认为，在社会主义国家里，企业的生产目的已经根本变化，但还要使用利润指标。利润所反映的生产关系虽已发生了质变，但由于它反映了劳动者对社会创造的新价值，利润愈多，说明劳动者对社会的贡献愈大，这个指标也应是用来评价企业经营效果和投资效果的一个重要指标（当然不是唯一的）。考虑到社会主义企业的目标更是多方面的，因此，我们的经济决策过程也应当分两步走，第一步，单纯从经济上分析；第二步，再结合企业的其他目标对方案做最后的抉择。

二、会计利润 (Accounting Profit) 和经济利润 (Economic Profit)

作为单纯的经济分析，利润可以作为决策的准则。利润的计算有会计利润和经济利润两种算法，而决策时所使用的利润，则必须是经济利润。

在企业里，通常用两种指标来表示利润的多少，一是利润率，一是利润额。计算公式为：

$$\text{利润率} = \frac{R_t - C_t}{C_t}$$

$$\text{利润额} = R_t - C_t$$

式中： R_t ——一定时期内企业的销售收入；

C_t ——一定时期内企业的产品成本。

这两个公式本身是简单明了的。问题在于成本 (C_t) 包括的是什么内容。如果所用的成本是会计成本，那么计算出来的利润叫做会计利润。如果所用的成本是机会成本（也称经济成本）；那么计算出来的利润叫做经济利润。会计成本是会计师在帐面上

记录下来的成本，是一种历史成本，它反映企业的实际支出。会计利润就是企业的实际收入大于实际支出多少，它反映企业实际有多少净收入。会计师计算会计利润的目的是向别人报告企业的损益情况。但经济学家不同，经济学家计算利润的目的是为了做决策，他要根据利润的大小来判断未来某个方案或资源的某种用途是否可取，也就是说，他们把利润看成是决策的基础，这种利润应能表明企业主的资金投于这一用途所得的利润，比投于其他次好的用途可能得到的利润将多多少。这样的利润就叫经济利润。经济利润等于销售收入减去机会成本。所以，如果我们知道机会成本这个范畴的含义，经济利润就好计算了。

机会成本 (Opportunity Cost) 也称经济成本。它是管理经济学的一个很重要的概念。使用机会成本的目的是为了进行决策，因为会计成本不适合决策的需要。什么是机会成本？如果一项资源，既能用于甲用途，又能用于其他用途（由于资源的稀缺性，如果用于甲用途，就必须放弃其他用途），那么资源用于次好的、被放弃的其他用途可能得到的净收入，就是资源用于甲用途的机会成本。因为它用于甲用途后，就丢失了用于其他次好用途可能得到收入的机会，丢失这笔可能的收入是他把资源用于甲用途所付出的代价。这笔代价是经济学家在做决策（进行方案比较）时真正要考虑的。对经济学家来说，只有机会成本（即经济成本）才是真正的成本。

下面是在几种特殊场合下，机会成本的计算方法。

1. 业主用自己的资金办企业的机会成本，等于他把这笔资金如果借给别人可能得到的利息。

2. 业主自己兼任经理（自己管理企业）的机会成本，等于他如在别处从事其他工作可能得到的薪水收入。

3. 机器如果原来是闲置的，现在用来生产某种产品的机会成本是零。

4. 机器如果原来是生产产品A, 可得一笔利润收入, 现在改用来生产产品B的机会成本, 就是它生产产品A可能得到的利润收入。

5. 过去买进的物料, 现在市价变了, 其机会成本就应当按市价来计算(即这批物料如不用于生产, 而用于出售可能得到的收入)。

6. 使用按目前市场价购进的物料、按目前市场工资水平雇佣的职工以及按目前市场利息率贷入的资金的机会成本与它们的会计成本是一致的。

7. 机器设备折旧的机会成本是该机器设备期初与期末可变卖价值之差。

下面举例说明机会成本的计算和应用。

例1: 甲用自己的钱1 000元办工厂(如果这笔钱借出去, 每年可得利息100元)。乙则从银行借钱1 000元办同样的工厂, 每年支付利息100元。问甲、乙的会计成本、机会成本各是多少?

答: 甲: 会计成本 = 0, 机会成本 = 100元;

乙: 会计成本 = 100元, 机会成本 = 100元。

就是说, 如果从会计观点看, 甲的会计成本低于乙, 甲的方案似乎比乙的好。但从经济观点看, 两个方案的机会成本相等, 说明两个方案是一样的。

例2: 甲自己当经理管理工厂, 不拿工资, 但如果他在其他单位工作, 每月可得工资120元。乙聘请别人当经理来管理工厂, 每月付工资120元, 问甲和乙管理工厂的会计成本和机会成本各为多少?

答: 甲: 会计成本 = 0, 机会成本 = 120元;

乙: 会计成本 = 120元, 机会成本 = 120元。

就是说, 从会计观点看, 甲的管理费用低, 其方案似乎较优; 但从经济观点看, 两个方案机会成本相同, 说明两个方案不分优劣。