

公司 经济学

工商管理硕士
(MBA) 教材新系

Economics
of the Firm

MBA

毛蕴诗 主编



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

工商管理硕士
(MBA) 教材新系

公		司
经	济	学

毛蕴诗主编

东北财经大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

公司经济学/毛蕴诗主编. —大连: 东北财经大学出版社,
2002.6

工商管理硕士 (MBA) 教材新系

ISBN 7-81084-103-3

I. 公… II. 毛… III. 公司-企业经济-经济理论
-研究生-教材 IV. F276.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 049055 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 4710523

营销部: (0411) 4710525

网 址: <http://www.dufep.com.cn>

读者信箱: dufep@mail.dlptt.ln.cn

大连海事大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

开本: 890 毫米 × 1240 毫米 1/16 字数: 495 千字 印张: 21 1/4

印数: 1—3 000 册

2002 年 6 月第 1 版

2002 年 6 月第 1 次印刷

责任编辑: 孙晓梅

责任校对: 司 吟

封面设计: 段 绪

版式设计: 刘瑞东

定价: 32.00 元

“工商管理硕士 (MBA) 教材新系” 编写指导委员会

主任

吴世农 厦门大学管理学院院长, 教授

副主任

席西民 西安交通大学副校长, 教授

徐二明 中国人民大学管理学院院长, 教授

秘书长

于立 东北财经大学 MBA 中心主任, 教授

委员

(以姓氏笔画为序)

王方华 上海交通大学管理学院常务副院长, 教授

李维安 南开大学国际商学院院长, 教授

李一军 哈尔滨工业大学管理学院院长, 教授

陈荣秋 华中理工大学管理学院院长, 教授

陈收 湖南大学国际商学院院长, 教授

杨德礼 大连理工大学系统工程研究所所长, 教授

赵曙明 南京大学商学院院长, 教授

赵锡斌 武汉大学管理学院副院长, 教授

赵景华 山东大学管理学院院长, 教授

高闯 辽宁大学工商管理学院院长, 教授

蓝海林 华南理工大学工商管理学院院长, 教授

魏明海 中山大学管理学院院长, 教授

总序

我国 1991 年开始试办 MBA 教育并正式设立工商管理硕士 (MBA) 学位。自全国首批招生不足百人到 2000 年招生逾万人, MBA 已经成为当今社会上频繁出现的名词, 其地位和重要性也逐渐得到社会的承认和重视。

为巩固 MBA 教育的良好基础和发展形势, 2000 年国务院学位委员会委托“中国研究生教育发展中心”, 组织专家对授予试办资格的前两批共 26 所院校进行 MBA 教育教学合格评估, 2001 年又对第三批 28 所院校进行了教学合格评估。从评估的效果和结果看, 我国的 MBA 教育已经取得了丰富的经验和长足的发展, 并成为我国培养高层次管理人才的重要渠道。

尽管如此, 中国现有的 MBA 规模与整个国家的人口规模和经济发展的要求还很不相称。特别是在经济日益全球化的今天, 中国的 MBA 和 MBA 教育如何在与世界接轨的过程中, 充分地体现出自己的优势和特色, 无疑是一个新的挑战 and 机遇。现在, 中国已经加入了世界贸易组织 (WTO), 如何迅速培养出适合我国需要又符合国际标准的 MBA 对我国今后的经济发展至关重要。

在 MBA 的培养过程中, 教材建设 (包括案例建设) 是个重要环节。全国 MBA 教育指导委员会和具有 MBA 学位授予资格的院校对此给予了高度的重视。东北财经大学出版社曾经在引进国际权威 MBA 教材方面做出了卓有成效的工作, 在我国 MBA 教育界产生了重大影响。现在, 该社又聘请国内著名专家组成编写指导委员会, 并遴选国内著名院校具有丰富 MBA 教学经验 (并且有博士学位) 的骨干教师, 编写出版了这套“工商管理硕士 (MBA) 教材新系”。

丛书的编写过程, 充分体现了 MBA 教育的特点, 并在以下的几个方面进行了有益的尝试:

1. 力求兼顾各方面需要。既考虑 MBA 教学的特点, 又考虑授课教师的需要, 同时也尽量适用于企业管理者自学。因此, 教材强调理论体系的清晰完整, 同时也突出其实践性和实用性, 争取做到二者完美的结合, 最大限度地增加教材中的案例、专栏和实验, 使教材具有相当的深度和广度。

2. 尽量按现代 MBA 教学模式进行编写。这套教材首先保证贯彻科学合理的思考方法, 然后是传授知识, 尽可能地提供各种教学支持和其他便利, 并与先进的教学方法相适应。

3. 力求既要符合国际惯例, 又要适合我国国情, 在整体上适应更高层次的需要。中国加入世界贸易组织 (WTO) 之后, 不仅国内的 MBA 学生需要更多地了解国际惯例, 而且会有越来越多的外国人攻读中国的 MBA 学位或参加有关培训。因此, 我们自己编写的教材应该在管理文化与法律环境等方面充分

体现中国特色，在“国际化”的同时，坚持“本土化”，保证其良好衔接与融合。

总之，基于这套教材的上述特点，加之参编院校及各位作者在 MBA 教育教学方面的雄厚基础，以及东北财经大学出版社引进出版国际权威 MBA 教材的成功运作经验，我们相信它的出版必将对我国 MBA 教育产生积极的推动作用。当然，书中不可避免会存在一些疏漏甚至谬误，诚恳地欢迎有关专家和读者提出批评建议。

《工商管理硕士（MBA）教材新系》编委会
2001 年 12 月

编写说明

我于 1980—1983 年在比利时天主教鲁文大学 (Catholic University of Leuven) 攻读 MBA 学位, 第一年统一学习 9 门课程, 22 学分。第二年进行选课。我的主修方向为管理经济学 (Managerial economics), 副修方向为经济计量学与管理定量方法 (Econometrics and quantitative methods), 按规定要求在主修方向中修满 8 学分, 副修方向修满 6 学分, 选修课 8 学分, 共 22 学分, 并覆盖 6 个方向。然后再用半年的时间撰写 MBA 硕士论文。

1983 年, 我回国到武汉大学任教, 曾为本科生、研究生讲授“管理经济学原著选读” (Selected Readings in Managerial Economics) 等课程。1993 年调入中山大学后, 开始为研究生开设“管理经济学”, 并于 1994 年出版《公司经济学: 企业经营理论与实践》。1996 年后, 中山大学开始招收 MBA 学生, 授课又增加了新的对象。近几年国内大量引进国外 MBA 教材, 包括许多英文原版教材, 亦有优劣。

一段时间以来, 许多学校宣传全英文教学、双语教学, 吸引 MBA 考生。以我的经验, 如果这些 MBA 学员将来仍然要在中国企业工作或在国内的合资企业工作, 大多数专业课程仍应采用母语教材、母语教学。为此, 我一直在为编写一本既能兼顾企业国际化经营、又能考虑中国企业特定环境的管理经济学教材而努力。

基于多年的授课实践和研究积累, 我们编写了这本公司经济学, 并在东北财经大学出版社的支持下得以出版。本书是面向 MBA 编写的, 但经过教师适当取舍, 也非常适合经济管理专业本科高年级学生使用。

中山大学管理学院符正平副教授编写了本书的第 9 章, 中山大学管理学院宋耘讲师编写了本书第 10 章第 1 节, 其余章节均由我编写。此外, 我今年所授课的 2000 级 EMBA 班的一些学员为本书提供了若干现实的材料、生动的实例, 在此一并致谢。

编 者

2002 年 6 月于中山大学

目录

导 言	1
0.1 公司经济学简介	1
0.2 管理经济学在管理学科中的地位	3
0.3 管理经济学与经济学的联系与区别	4
0.4 管理经济学与产业经济学的关系	6
0.5 公司经济与公司经济学	6
0.6 本书的特点	6
第1章 企业性质与环境	8
□ 本章目标	8
1.1 企业性质与经营活动	9
1.2 企业环境的概念和内容	15
□ 本章小结	26
□ 关键概念	27
□ 思考题	27
第2章 企业目标	28
□ 本章目标	28
2.1 关于公司目标的一般理论	28
2.2 公司目标的经验研究	40
□ 本章小结	48
□ 关键概念	48
□ 思考题	48
第3章 商品需求分析	49
□ 本章目标	49
3.1 需求及其分类	49
3.2 需求的形成与实现	51
3.3 需求的衡量与需求函数	66
□ 本章小结	70
□ 关键概念	71
□ 思考题	71
第4章 市场需求估计与经营分析	72
□ 本章目标	72

4.1	需求弹性在经营分析中的应用	72
4.2	中外消费品需求估计	85
4.3	中国需求导向的消费品零售总量模型	93
☐	本章小结	97
☐	关键概念	98
☐	思考题	98
第5章	生产理论与生产函数	99
☐	本章目标	99
5.1	生产过程与生产函数	99
5.2	理论分析	105
☐	本章小结	121
☐	关键概念	121
☐	思考题	122
第6章	生产函数及其应用	123
☐	本章目标	123
6.1	两种典型的生产函数及其特性	123
6.2	生产函数用于资源投入最优决策分析	126
6.3	经验生产函数及其应用	129
6.4	中国煤炭市场供给导向模式研究 (1979—1995 年)	132
☐	本章小结	139
☐	关键概念	140
☐	思考题	141
第7章	短期成本分析	142
☐	本章目标	142
7.1	成本的概念	142
7.2	短期成本曲线	144
7.3	短期成本的确定	152
☐	本章小结	164
☐	关键概念	164
☐	思考题	164
第8章	规模经济性——长期成本分析	166
☐	本章目标	166
8.1	规模的经济性	166
8.2	规模经济性的决定因素	173
8.3	规模经济性的衡量方法	178
8.4	中外规模经济性的经验研究结果	186
☐	本章小结	197

☐ 关键概念	198
☐ 思考题	198
第 9 章 博弈论与信息经济学	199
☐ 本章目标	199
9.1 博弈论基本概念	199
9.2 序贯博弈与承诺行动	205
9.3 委托—代理理论	207
9.4 逆向选择与信号传递	212
☐ 本章小结	213
☐ 关键概念	214
☐ 思考题	214
第 10 章 企业选址与物流优化	215
☐ 本章目标	215
10.1 企业布点的影响因素	215
10.2 企业系统中的资源配置	220
10.3 多个市场的物流优化模型	225
10.4 地区间最终产品、中间产品的供需与生产规模优化模型	232
10.5 厂址选择与生产规模优化模型	236
☐ 本章小结	238
☐ 关键概念	239
☐ 思考题	239
第 11 章 企业竞争	241
☐ 本章目标	241
11.1 企业竞争的特点与分类	241
11.2 企业竞争强度与企业在竞争中的地位	246
11.3 企业竞争的内容	251
11.4 企业竞争专题与实例	263
☐ 本章小结	275
☐ 关键概念	276
☐ 思考题	276
第 12 章 企业的扩展与战略选择	277
☐ 本章目标	277
12.1 企业扩展的四种分析方式与扩展动因	277
12.2 企业扩展的动因	294
12.3 长期投资决策分析	306
12.4 企业扩展实例	318
☐ 本章小结	325

☐ 关键概念	325
☐ 思考题	326
参考文献	328

导 言

0.1 公司经济学简介

公司经济学 (Economics of the Firm) 是工商管理硕士 (MBA) 课程中的综合基础课程, 它属于应用经济学科的范畴。

公司经济学有若干不同的名称, 较为常见的名称是:

- (1) 管理经济学 (Managerial Economics);
- (2) 企业经济学 (Economics of Enterprise);
- (3) 经营管理经济学 (Business Economics); 有时也称经营管理决策分析。

实际上, 许多差别是语义学上的, 真正理解这门学科还在于认识其本身的内容、方法, 它在管理领域中的地位, 以及和其他学科 (包括传统的经济学科) 的联系与区别。

企业是指以盈利为目的的经济实体。企业包括个人企业、合伙企业和股份公司三种形式。不过就其从事盈利性目的的活动看, 二者并无本质区别。因此, 本书中企业和公司也是交替使用的。

盈利性企业经营管理的的基本职能是实现组织的目标。为了完成这一任务, 经理必须对各种各样的经营管理问题, 从日常工作的问题直到制定未来计划等作出决策。作出正确的经营管理决策需要对据以决策的技术与环境状况有清楚的了解。把经济理论用来解释与分析有关的技术条件和企业所处的环境将会对合理决策起很大作用。因此, 经济理论对于分析经营管理的现实问题有着广泛的应用。随着企业环境的日益复杂, 经济理论作为一种分析工具和它对决策过程所起的作用已经得到了广泛的承认。

管理经济学与整个企业管理学科一样, 具有跨学科交叉性、应用性的特

点。埃文·J. 道格拉斯 (Evan J. Douglas, 1992) 认为: “管理经济学是对会计、财务、市场营销有关概念在经济学意义上的综合, 是应用上述概念、统计方法于需求估计、成本分析和竞争策略研究的综合性课程。”^①

管理经济学是研究通常用来解决现实经营管理问题的经济理论、逻辑推理和方法的一门学科。因此, 管理经济学是由作为分析经营管理的合理决策问题的那部分经济知识或理论所组成的。有的学者认为: “管理经济学是有关经济概念和经济分析用于系统提出合理决策问题的学科。”

通过考查管理职责的特点与经济理论在帮助管理完成这一职责上的作用, 可以获得对管理经济学特点的一个全面认识。如前面所指出的那样, 管理的基本职能是依据某些预定要实现的目标来作决策和执行这些决策, 正确的决策是成功经理的首要诀窍。

管理经济学所着重, 是经济理论中与企业管理决策最有直接关系的那些部分。在这一意义上说, 管理经济学可以说是传统经济学与企业管理决策两者之间的一道桥梁。企业经济学在企业经营管理决策中的作用示意图 0.1 表示了上述管理经济学与经济理论、经济分析方法之间的关系, 及其在解决企业经营管理的典型问题和现实问题中的桥梁作用。

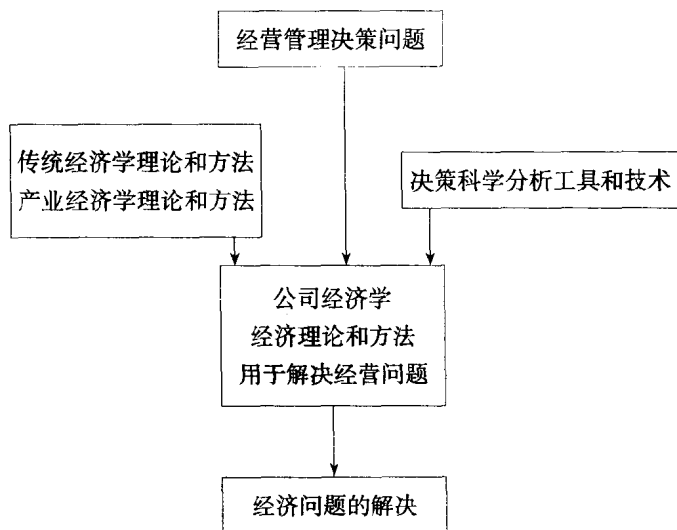


图 0.1 公司经济学及其在企业经营管理决策中的作用示意图

^① Evan J. Douglas, *Managerial Economics, Analysis and Strategy*, 4th Edition, Prentice-Hall International, Inc. 1992, 扉页。

0.2 管理经济学在管理学科中的地位

如表 0—1 所示,管理学科的课程一般分为五大类。第一类是与公司管理活动中的资源和内部职能有关的课程。随着企业环境的变化、人们对企业认识的深化,企业资源(内部要素)是不断拓展的,企业的职能活动是不不断拓展的。例如,过去把企业的职能活动简单地说成是产、供、销,认为企业的资源是人、财、物。而在知识经济、信息时代的今天,人们都承认信息、知识,甚至管理技能都是重要的资源,因而企业的职能活动范围也有所扩展。事实上,按职能划分部门已成为一种很普遍的企业部门划分方式。另外,管理学院一般都设有这些部门或系。

表 0—1 企业管理学的学科与课程分类表

(1) 职能课程: 会计 财务管理 市场营销 筹供管理 人力资源管理 运作管理 技术(R&D)管理 信息管理 公共关系 (2) “工具”课程: 会计 行为科学 计算机与应用 管理沟通 管理经济学 定量分析(包括运筹学)	(3) 专门领域课程: 银行管理 保险管理 国际企业经营管理 不动产经营管理 运输管理 项目管理 非盈利组织管理 (4) 综合课程: 战略管理 产业组织 企业文化 企业伦理 (5) 综合基础课程: 管理组织行为学 管理经济学
--	--

第二类课程涉及管理技能、方法、技术、手段方面的内容,称为工具课程。考虑到管理经济学与决策科学和方法的关系,也把它列入此类课程。常常有的课程跨及两个领域。例如,会计——它是企业内部的一项职能,但又是企业任何部门都要使用的一种工具。因此,会计既列作职能课程,又被看作是工

具课程。

第三类是某些与专门业务领域有关的课程，如银行管理、保险管理等；它们本身与作为一类特殊企业的活动有关。专门业务领域课程的界限也相当分明，它们在管理课程中的地位比较明确。不同的管理学院因此侧重领域和特点不同的专门领域课程。

第四类课程可称为综合课程，包括战略管理、产业组织、企业文化、企业伦理等。这些内容对于企业的重要性越来越明显，但是企业内部不一定设置专门的有关部门。

第五类是综合基础课程，包括管理学与管理经济学。作为一门成熟的学科，必须有其赖以建立的理论基础并用以指导其发展。管理经济学和管理学在工商管理学科中就占有这样的地位。著名管理学家孔茨在其论文《管理理论的丛林再论》中，曾较系统地论述了管理理论在管理学科中所起的核心作用。

0.3 管理经济学与经济学的联系与区别

管理经济学与经济学的联系首先在于企业管理学科所获得经济理论的支持。从国外管理学院、系科的发展看，绝大多数最初只是经济学系里的一个部门（如部门经济教研室），其课程偏重应用与实务。后来，随着商科课程的不断扩增，终于另行成立管理学院（或称商学院）。管理学院成立之后，与经济理论的距离似乎愈来愈远。但是，今天，人们已日益认清这两者间的相互关系。很明显，经济学家要想描述企业经营活动并帮助企业管理确立规范性的目标，他们就必须对现实世界中的企业管理实务有深切的认识；与此同时，商学院的教授们也日益认识到经济学家在企业管理的很多方面提供了重要的理论贡献。因此在西方商学院的课程中，管理经济学有极为重要的地位。

经济理论对于管理经济学有三个方面的主要贡献。首先，经济理论对于管理科学最重要的贡献之一是建立分析模型，这一模型将有助于认识管理问题的结构，有助于抽去可能妨碍决策的次要因素和致力于主要问题。其次，经济理论为经营管理决策提供了一组分析方法，虽然这些方法不大能直接用于具体的问题，但它们确能增进管理人员的分析能力。再次，经济理论能澄清用于经营管理分析的各种概念，防止经理犯概念的错误。

需要稍加解释的是，图 0.1 中所示传统经济学理论中有关厂商的部分固然是公司经济学中的一个极为重要的成分。在某种意义上，可以将管理经济学视为应用微观经济学，或者说管理经济学吸收了微观经济学中对企业、经理而言是最为重要的应用部分。例如，需求、生产、成本、定价、市场结构等方面的内容。

但是，不能将微观经济学等同并替代管理经济学。因为公司经济学在分析起点上，把厂商视作一个经验上的实体（而非一个理论上的抽象构造），考虑理论模型在若干限制条件下的可实行性；在分析内容上，涉及风险（risk）与不确定（uncertainty）情况下的决策、投资、财务等问题，以及需求、生产与

成本函数的测定；在分析工具上，则包括统计决策理论、线性规划、博弈理论、计量经济学、模拟模型，以及电脑技术；所有这些，都非传统个体经济理论所能概括。

与微观经济学的描述性研究不同，管理经济学主要是规范性研究。规范性分析指明经济主体应当采取的行为方式，以达到所期望的目标。在管理决策方面，管理经济学的任务在于找出企业决策过程中的关键因素，提供答案，在管理方面作出较佳决策。但是，企业经济学家并不实际作出决策，而是经理在做决策。然而，应当指出，管理经济学必须从实证分析出发进行其研究。因为我们首先并且必须对所处的现实世界，诸如企业环境、制度环境等有一个清楚的认识。

经济学和管理经济学两者之间的不同，还特别体现在所研究问题上的差别。在经济学理论中，研究的重点是市场而不是企业。经济学所讨论的经济问题主要着重于生产资源如何经由市场上众多个别选择的交互作用，分配在整个社会的各种广泛用途上面（市场机能或自动性的分配过程）。

在市场机制下，企业和它的经营活动是由市场力量所支配的。市场检验企业的产出，企业必须对市场趋势作出反应，实现对资源的配置作用。这一作用的成立实际上隐含着一个重要的假定，即完全竞争的市场机制。在这一假定下，所有的企业都是同质的，并且是足够地多而小，因而企业对市场无法产生有意义的影响，而只能被动地对市场作出反应，听由市场决定其是。

与传统的经济理论相反，企业经济学理论研究的重点是企业而不是市场。企业经济学理论认为，市场是企业的外部环境因素，完全竞争的市场条件与企业的同质性在大多数环境下是不现实的。现实中的企业在规模、资源的占有、竞争能力、潜力、目标、行为等方面都存在明显差异。在决定企业做什么和不做什么方面，并不完全由市场决定。企业的决策目标、战略还要受其内部要素的制约。在企业 and 市场关系方面，二者之间存在相互作用。企业家、经理、企业的能动性表现在以下三方面：（1）企业对市场有着不同程度的支配作用。大企业凌驾于市场之上，使市场成为它的工具。（2）企业通过产品创新、制度创新创造市场，引导市场。（3）企业替代市场——企业的资源配置作用，即生产资源如何经由经理人员所作的、有目的的决策，在一个特定的厂商内分配（受到管理的分配过程）。

上面论及了管理经济学的理论体系和特点。由于管理经济学强调对实际企业管理问题的解决，强调经济理论和决策分析方法的应用，因而也是现代企业科学管理的经验总结。管理经济学作为一门应用经济学，其所要解决的经营管理决策问题，对于我国的管理理论的发展有重要的借鉴作用和参考价值，特别是在当前建立社会主义市场经济体制和进一步开放（如加入 WTO）的情况下更是如此。

0.4 管理经济学与产业经济学的关系

管理经济学的研究重点在于公司的运行环境与单个公司的决策；产业经济学的研究重点在于整个行业。在产业经济学中最为普遍采用的分析方法是结构（structure）—行为（conduct）—效果（performance）范式。

就结构方面所涉及的内容而言，主要包括：集中与分散的程度，进入障碍的大小，产品差异的程度，纵向一体化的程度。而就行为方面而言，则包括：公司目标，合作与竞争行为，定价策略，广告策略，竞争策略。就行业效果而言，最主要的内容包括：盈利性增长，生产率提高，出口效果与国际竞争。

如前所说，管理经济学与产业经济学的联系是十分密切的。上述结构—行为—效果（S-C-P）分析的主要方面在管理经济学中都要涉及。区别在于，二者强调的重点不同。在结构—行为—效果（S-C-P）分析中，产业结构是后两者的原因，对于后两者而言是外生的。例如，相当广泛的研究证实，行业中公司的集中程度越高，市场力量就越大，反映在利润上也就越高。一般来说，在进行产业分析时，要考虑公司的行为。而在对公司行为进行分析时，必须注意公司的环境，特别是行业结构与竞争行为。例如，在许多管理经济学书中，波特（Porter）的五种力量的竞争模型就是基于对行业的分析。又如，在工商管理硕士课程的管理经济学方向中，也包括有产业组织、产业分析的课程。这也是为什么本书中对行业的分析是研究重点的主要原因。

0.5 公司经济与公司经济学

尽管前面已提及，本书中企业与公司、企业经济学与管理经济学是同义的，和交替使用的，但是我们仍要在这里简要地指出它们之间的差别。

20 世纪 50 年代以来，特别是在 20 世纪六七十年代，西方大公司的规模获得很快发展，与此同时大公司的经营范围也得到很大扩展。这使得公司的大型规模与广泛的业务范围决定了国家商品与服务的重要份额由其提供。这些大型公司形成国家经济活动的主流与支配力量。这一特征使得可以将美国经济称之为“公司经济”（Corporate Economy, Arthur A. Thompson, 1981）。而这种大公司、公司经济的特点较多地体现在本书有关公司目标、公司扩展分析的章节之中。

0.6 本书的特点

本书的理论体系大体与西方管理经济学相同，也运用相同的经济分析方法。但是在许多问题包括重要的理论问题，例如，对企业性质的探讨，对公司