

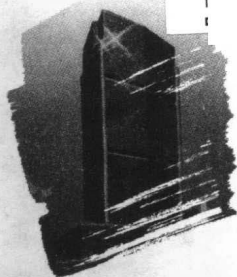
高等财经教育工商管理系列教材

企业经济学

● 熊胜绪 / 主编

湖北科学技术出版社





高等财经教育工商管理系列教材

企业经济学

●熊胜绪/主编

湖北科学技术出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业经济学 / 熊胜绪主编. — 武汉: 湖北科学技术出版社, 1998.3

高等财政教育工商管理系列教材

ISBN 7-5352-2087-8

I. 企… II. 熊… III. 企业经济 - 经济理论 - 高等教育教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 04628 号

高等财经教育工商管理系列教材

企业经济学

©熊胜绪主编

策 划: 李慎谦

封面设计: 秦滋宣

责任编辑: 刘 虹

出版发行: 湖北科学技术出版社

电话: 6782508

地 址: 武汉市武昌东亭路 2 号

邮编: 430077

印 刷: 湖北少年儿童出版社印刷二厂

邮编: 433300

督 印: 苏江洪

850 × 1168mm 32 开 13.75 印张 1 插页

336 千字

1998 年 3 月第 1 版

1998 年 3 月第 1 次印刷

印数: 00001-8000

定价: 17.50 元 (简精)

ISBN 7-5352-2087-8/F · 330

本书如有印装质量问题 可找承印厂更换

总 序

为了适应发展社会主义市场经济的要求,现在有不少高等学校兴办了工商管理学院,大力强化对工商管理高级专门人才的培养。但是,要办好工商管理学院,真正培养出合格的工商管理高级专门人才并不是一件容易的事。从我国工商管理高等教育的发展情况来看,当前突出的问题是确保和提高教育质量。这除了首先要从根本上树立一个端正的办学思想外,还需要从各相关方面扎实工作,作出艰苦努力。其中一个重要的方面就是进行系统的教材建设,这同时也是为工商管理的学科建设打基础。

工商管理是现代管理科学学科体系中的一门主要学科,是一门与现代经济学交叉、综合而衍生发展并带有一定边缘性的学科,对我们来说它又是一门新兴学科,它本身包括若干相对独立的系统知识单元,或者说分支学科。它们是随着现代市场经济的不断发展而逐步形成和发展起来的。因此,它在市场经济发达的西方国家,已存在有较长的历史,并获得了较充分的发展。我国现正处在社会主义初级阶段,必须长期实行社会主义市场经济。这是一种与社会主义基本制度相结合的市场经济,是在人类历史上还从未有过的一种新型的现代市场经济。这种市场经济既与资本主义市场经济有其共性的一面,又具有自己的本质特色。因此,我们在从事我国工商管理学科建设时,要坚持以马克思关于管理两重性的原理为指导,一方面要放开手脚广泛借鉴和吸收资本主义国家在工商管理方面所积累的丰富经验和科学知识,另一方面又要从中国国情出发,采取“以我为主,博采众长,融合提炼,自成一家”的方

针,着力于创建和发展具有中国特色的现代工商管理科学。

现在摆在读者面前的,是中南财经大学工商管理学院按照上述指导思想组织编写的一套系统教材。这套教材的各位主编,除个别老教授外,其余全是中青年教授、副教授,大部分人已获得硕士、博士学位。他们也都积累了多年从事管理教育的经验,特别是近十多年来,为适应我国社会主义改革开放的要求,在改造、创新和发展我国管理科学和管理教育方面,他们都进行了大量的探索,思想活跃,很有开拓精神,取得了不少成果。从而为这套教材的编写提供了有利条件。这套教材共 10 本,除了属于基础性的《企业经济学》和《现代企业制度概论》外,其余几本则覆盖了企业各个基本方面的管理工作,它们的特点是注意了广泛吸收国内外较成功的经验,特别是当代的最新经验,分析了新的发展趋向,论述了一些重要的数量分析方法,内容比较充实,突出了实用性,有利于复合型人才的培养。当然各门教材的情况不尽平衡。

应该指出的是,教材不同于专著,高校的教材建设与科研领域的学科建设有所不同,它要考虑与教学计划中的课程安排相衔接。共推出这 10 本,更多地也是为了满足近期教学的需要。从学科建设的高度来看,如何形成一个完备的教材系列,充分反映工商管理学科内在的科学系统性,是还需要进一步深入展开科学研究的问题,而且这方面的研究应与我国工商管理实践和工商管理教育实践的发展进程紧密结合,因而是需要经历一个较长的过程才能逐步完善的。这套教材也只能说是在这方面有了一个新的起步。

这套教材,无论从总体设计上,还是从各个本本上都难免会有疏漏、缺点甚至错误之处,我相信教材的主编和作者们是真诚欢迎和感谢读者的批评、帮助和指正的。

李贤沛

1997 年 6 月 7 日

前 言

本书是在中南财经大学工商管理学院工商管理系列教材编委会的指导下写成的。它既可作为工商管理本科生的学习教材，也可供我国财经理论工作者和经济管理类大专院校的师生参考，还适宜于我国各类工商企业的厂长、经理和管理人员阅读。

企业经济学是一门新兴的学科，其内容介于微观经济学和管理经济学之间，它是为企业的经济决策服务的。它以企业为核心，从企业与市场及市场机制的关系开始，逐步深入地研究企业的实质及市场经济中的企业行为，直到政府对企业行为的有效管制。由此构成了一个完整的理论体系。

本书的主要内容包括企业与市场的关系、产品的供求原理、企业的生产理论和成本理论、市场结构与企业的价格及产量的决定理论、企业的定价实践和方法、企业所需资源投入的最佳配置和利用、企业的风险分析和资本预算原理、政府对企业行为的管制等等。在工商管理知识结构中，这是一门综合性的基础课程。

本书的撰写注意了理论与应用的结合，除了分析和阐述理论之外，有些章节还专门介绍了有关理论和分析方法的应用问题。同时，少数章节的末尾还附了一个阅读性材料，以帮助读者加深对某些理论和应用问题的理解。本书采用了理论分析和数理分析相结合的方法，但数理分析内容并不深奥，读者只要具备一些微积分、概率论和线性规划的初步知识就能读懂全书。缺乏数学知识的人可以跳过某些数学公式的推导和数学分析的介绍而把握全书的基本内容。

作为一门新兴的学科，目前国内外企业经济学的著作和教科书极少，本书是在参考了许多西方经济学，特别是微观经济学著作的基础上写成的。

本书在撰写中得到了博士生导师李贤沛教授和邬义均教授的指导。中南财经大学工商管理学院图书资料室的余虹老师为本书有关资料的准备做了大量工作，在此一并致谢。由于作者水平有限，书中一定还存在许多疏误和不足，作者热忱地欢迎理论界和企业界的读者批评指正。

编者

1998年2月

高等财经教育工商管理系列教材
编审委员会

周坚卫	张代重	杨卫东	李 勇
李贤沛	林友孚	李晓丹	郭跃进
陶维国	熊胜绪		

推 荐 说 明

中南财经大学工商管理学院负责组织编写的高等财经教育工商管理系列教材：《现代企业制度概论》、《企业经济学》、《企业人力资源开发与管理》、《企业理财原理与方法》、《企业物流管理》、《企业生产管理》、《企业营销管理》、《企业科技管理》、《企业国际化经营》、《企业证券管理》，经我们审查，认为该系列教材体系结构合理，内容取舍得当，可供工商管理专业的本科生及相关专业的学生使用，也可作为培训在职工商管理教材的教材。故特向社会各界推荐。

财政部教材编审委员委

1997年6月26日

目 录

第一章 企业经济学导论	1
第一节 企业家与企业经济学.....	1
第二节 企业经济理论与模型.....	5
第三节 企业经济学的分析方法	14
[附录] 过分简化的术士:一则寓言.....	18
第二章 企业与市场	21
第一节 市场和市场机制	21
第二节 企业的性质和类型	24
第三节 企业的目标与环境	33
第三章 企业的产品供求原理	47
第一节 消费者的需求分析	47
第二节 企业的产品供给分析	65
第三节 市场的供求均衡分析	71
第四节 供求原理的运用	82
第四章 企业的生产原则	91
第一节 生产和生产函数	91
第二节 短期生产函数分析	94
第三节 长期生产函数分析.....	104
第四节 常用生产函数及其应用.....	120
第五章 企业的成本分析	130
第一节 成本的性质和成本函数.....	130
第二节 短期成本分析和应用.....	135

第三节	长期成本分析和应用	151
[附录]	边际成本在发送电力中的应用	168
第六章	企业的收益和利润	171
第一节	企业的收益	171
第二节	企业的利润	184
第七章	企业的价格和产量的决定	196
第一节	完全竞争企业的价格和产量的决定	196
第二节	完全垄断企业的价格和产量的决定	209
第三节	垄断竞争企业的价格和产量的决定	220
第四节	寡头垄断企业的价格和产量的决定	230
第八章	企业的定价实践	245
第一节	常用的定价方法和价格策略	245
第二节	差别定价法	258
第三节	结转定价和地区性定价	267
第九章	企业生产要素投入的决定	277
第一节	要素价格和雇佣量的决定	277
第二节	土地资源的投入	289
第三节	劳动资源的投入	298
第四节	资本的投入	309
第十章	企业的风险分析	313
第一节	风险的度量	313
第二节	效用函数和风险偏好	317
第三节	企业的风险资产	330
[附录]	农业:一种风险行业	343
第十一章	企业的资本预算	346
第一节	企业资本预算的基本原理	346
第二节	企业资本预算中现金流量的计算方法	351
第三节	企业资本投资计划的选择标准	357

第四节	投资的资金来源、资本成本和资本结构	369
第十二章	企业与政府	385
第一节	市场机制的局限和政府的作用	385
第二节	政府对企业垄断行为的管制	400
第三节	政府对企业行为外部性的管制	408
第四节	政府对公共品的供给	416
第五节	政府对信息不对称的干预	423

第一章 企业经济学导论

企业经济学是 20 世纪 30 年代从微观经济学中分离出来的一门应用经济学科,其内容介于微观经济学和管理经济学之间。这一学科的产生,开创了经济学为企业经营决策服务的新领域。从此,经济学和企业家以及企业的经营管理结下了不解之缘。

第一节 企业家与企业经济学

一、经济资源的有效配置需要企业家

经济学家说的经济资源(Economic Resource)又叫经济品(Economic Goods),指的是数量稀缺,需要通过劳动或其他代价才能取得的物品。和经济资源相对应的两种物品是自由品和废品。所谓自由品,指的是数量丰富、不需支付任何代价就能取得的物品。废品是人类不仅不需要,而且需要支付一定的代价去掉的物品。由于经济资源是稀缺的,因此在人类的经济活动中,人们都希望最有效地利用经济资源,也就是以最小的经济资源的投入取得最大的产出。一定量的经济资源的投入与取得的产出之比叫经济效率,追求最大的经济效率是人类一切经济活动的经济原则。

经济学家说经济资源是稀缺的,既不是说经济资源的可以耗尽和不可再生,也不是说经济资源的绝对量稀少,而是相对于人们的欲望来说的。由于人们的欲望是动态发展的,相对而言,满足人们欲望的手段总是有限的,经济资源的供给量总是相对不足的。绝

对富裕的经济大国是不存在的,美国、日本是当今世界经济强国。在我们看来,这些国家的国民有了生活必需的一切物品,但相对于这些国家的国民欲望而言,其物质财富的丰裕程度还远远没有达到他们所期望的水平。

人类的欲望比满足欲望的手段增长得更快,因此人类的欲望不可能全部满足,充其量只能是在现有条件下达到最大满足。为此,人类在经济活动中必须进行选择:“尽我们所有的,做我们最好的”。具体来说,就是要对“生产什么”、“如何生产”、“生产多少”和“为谁生产”四个基本经济问题作出妥善的决策。这四个基本问题既是经济学研究的核心问题,也是人类的经济活动必须解决的现实问题。

企业作为物质产品的生产者,其社会存在是由于它在配置经济资源中的经济效率,而这一经济效率又是通过企业家(Entrepreneur)的创造性劳动实现的。资源的稀缺性是企业家社会存在的前提,如果企业生产所需的一切资源均为自由品,那么无论什么产品只要技术上可行就可以生产,没有必要去研究如何组织生产、去斤斤计较如何合理有效地配置资源。同样,如果没有经济资源的稀缺性,也没有那么多的分配问题了。然而,现实中的经济资源是稀缺的,这就使得有效的配置经济资源变得至关重要了。

不同的社会经济环境中的资源配置方式是不同的。在古典经济学家那里,市场是完全竞争的,信息是充分的,企业是在一个确定的环境中经营。这种确定性环境中的企业类似一个生产函数,企业的经理人只需对供求信息、价格信号、企业内外环境和条件作综合运算,就可对“生产什么”、“如何生产”、“生产多少”和“为谁生产”的问题作出准确回答,使经济资源的配置达到最优。然而,在现实的市场经济中,企业的经营环境是不确定的,直接或间接影响企业活动的内部因素和外部条件往往是不可充分和准确加以观察和测定的。这种不确定性从根本上否定了企业获得充分信息的可能,

因此企业不可能在完备信息的基础上,通过仔细计算进行理性决策,而只能以有限的信息对环境及变动进行分析、判断和推测,作出相应的决策。同时,企业的行为与行为结果之间也不存在已知的、唯一的对应关系,企业的行为往往对应着分布广泛的结果集,任何决策都包含着成功和失败的可能。正如肯尼思·阿罗(Aryow)所说:“在决策过程中——无论是在经济领域或在其他方面,对我们来说,可能得到的机会及我们决策的后果,都是不完全确知的。”^①

企业的经营,就是在这种风险与机会并存的不确定环境中的风险决策活动。企业家的责任就是要通过自己的风险决策,使经济资源在不确定性的环境中实现最有效的配置。正是在这个意义上,熊彼特(Joseph A. Schumpeter)将企业家定义为创新者;卡森(M. C. Casson)引入企业家判断这一概念,将企业家定义为专门就稀缺资源的配置做出判断性决策的人。这两个定义本质上是同一的,创新也就是引入了未曾预见的新事物,如果没有不确定性,未来的一切都充分预见到了,也就没有创新。判断性决策的本质在于:决策中不可能采用一条明显正确的,而且只使用可获得信息的规则,决策的结果取决于决策者。

企业家是善于驾驭风险的创新者,是能够在千变万化的市场风云中实现各种生产要素的最优组合,使有限的经济资源的投入取得最大产出的决策者。市场经济中,经济资源的有效配置需要企业家。

二、企业家需要懂得企业经济学

理论是实践的总结,也是实践的先导。企业经济学是经济学中

^① 肯尼思·阿罗著,何宝玉等译。信息经济学(The Economics of Information)。北京:北京经济学院出版社,1989。

的一个分支,它是在微观经济学中的厂商理论上建立起来的一门应用经济学科。这一学科性质决定了它与企业家存在着密切的联系。

从研究对象来看,企业经济学研究的是企业行为。企业的行为在很大程度上是企业家行为,在市场经济中,企业家的决策行为要受各种主观和客观条件的制约,同时要受市场法则的支配。企业经济学要研究企业行为的目标、企业的内外环境、产品市场上的消费者需求、要素市场上的要素供给等。企业经济学通过对这些问题的研究所揭示的经济现象和内在规律性联系,对企业家的经营活动无疑是重要的。

从研究的物质客体看,企业经济学研究的是工商企业。虽然它不直接研究工商企业的人财物和供产销等具体经济活动,但它能为企业的经营管理者对这些具体的生产经营活动进行有效的管理决策提供一套基本原理。掌握这些原理,有利于提高决策者的整体素质和制定决策的能力。当今西方国家的很多大公司都聘用了一些受过高级训练,被称为企业经济学家的专家,为企业搜集和分析资料,并帮助企业决策者制定决策,目的就在于提高企业的决策水平。

从研究的具体问题看,企业经济学研究的主要是企业的经营决策问题。例如,它要研究企业确定生产的产品和产量水准;要研究如何降低企业的生产成本,如何确定企业的规模经济水平;在生产者和消费者之间,它还要研究各种市场形态的特点,以及各种市场形态中的产品价格和产量的决策原则及竞争策略,等等。上述这些重大问题,显然都是企业家面临的关系到企业经营成败的重大问题。企业经济学虽然不能直接告诉企业家每个具体的决策应当怎样做,但它能给企业家提供一种分析各种决策问题的思路和基本方法。

第二节 企业经济理论与模型

一、企业经济理论与经济模型的关系

企业经济理论是对企业经营实践的理论概括。它是在若干基本假定前提之下,从可观察的资料中,经过对影响企业行为的诸因素与企业行为的关系的综合分析和推理而建立的某些有待实践检验的经济法则。这些经济法则可分为两个大类:一类是分析性或论证性的经济法则;另一类是经验性或归纳性的经济法则。前者是从某些假定中经过分析和逻辑推理而得出的某些结论。例如,从完全竞争的市场假定,经过逻辑分析,就能得出在长期竞争中会把产品价格推到企业平均成本的最低点的结论。后者是从观察到的大量实际资料中得出的某种结论。例如,经过大量观察表明,价格下降会引起产品需求量的增加,由此可以得出一个经验性的法则:价格与需求量反向变动。

企业经济模型是对企业经济理论的简明表达,它是分析企业经济现象和企业行为规律的一种工具。它通过语言文字、几何图形、数学符号、方程和公式阐述经济理论的内涵。从这个意义上说,企业经济模型是企业经济理论的同义语。

1838年法国经济学家古尔诺(A. Cournot)首次运用数学函数表达了供求关系,19世纪70年代经济学的研究方法发生“边际革命”以后,数学模型被全面引入了微观经济分析。因此,在20世纪30年代从微观经济学中独立出来的企业经济学一开始就采用了经济模型作为表述企业经济理论的工具。运用模型分析企业经济理论有表述简练、概念精确,可以运用许多数学定理,便于处理几个变量的一般情况的优点。模型的适用性和科学性有赖于适当的假定以及其内含的经济原则。就是说,经济模型是表述经济理论,