

工 · 商 · 管 · 理 · 精 · 要

经营经济学

THE ESSENCE
OF BUSINESS ECONOMICS

© J·G·纳理斯 D·帕克 / 著



中 信 出 版 社 西 蒙 与 舒 斯 特 国 际 出 版 公 司



图书在版编目(CIP)数据

经营经济学/(英)J·G·纳理斯,(英)D·帕克著;张建译.-北京:
中信出版社,1998.2

(工商管理精要)

书名原文: Business Economics

ISBN 7-80073-172-3

I. 经… II. ①纳… ②张… III. 经营经济学 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(97)第24600号

Joseph G. Nellis & David Parker · The Essence of Business Economics

Authorized translation from the English language edition published by
Prentice Hall International (UK) Limited.

Copyright© 1992 by Prentice Hall International (UK) Limited.

All rights reserved For sale in China only

本书中文简体字版由中信出版社与美国西蒙与舒斯特国际出版公司合作出版,未经出版者书面许可,本书的任何部分不得以任何方式复制或抄袭。

本书封底贴有 Prentice Hall 防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,翻印必究。

工商管理精要

经营经济学

著者	J·G·纳理斯 D·帕克	开本	850×1168mm 1/32
译者	张建	印张	8.25
出版者	中信出版社 西蒙与舒斯特国际出版公司	字数	178千字
承印者	北京新魏印刷厂	版次	1998年2月第1版
发行者	中信出版社 (北京朝阳区 新源南路6号京城大厦 邮编100004)	印次	1998年2月第3次印刷
经销者	新华书店北京发行所	ISBN 7-80073-172-3	
		书号	F·124
		批号	京权图字01-97-0832
		印数	00001-10000
		定价	17.00元

版权所有·翻印必究

中文版前言

搞好企业，人才是关键。培养大批高素质经营管理人才，是把建设有中国特色社会主义事业推向 21 世纪的必要条件。为此，中共中央组织部和国家经贸委联合发出了《“九五”期间全国企业管理人员培训纲要》。《纲要》提出：“九五”期间对企业管理人员普遍进行一次工商管理培训，国有企业，特别是大中型企业领导人员及其后备人员，“九五”期间都应参加不少于三个月的工商管理培训。据此，中信出版社为满足社会的需要，和西蒙与舒斯特国际出版公司联合推出了《工商管理精要》系列丛书。

本丛书原版是九十年代以来在西方出版发行的新作，简明系统地介绍了工商管理的各个方面。他山之石，可以攻玉。出版本丛书是为了介绍市场经济条件下的现代企业管理知识，为创建新型企业和现代管理体制提供经验，为改进和提高现有企业的经营管理水平提供借鉴，为我国正在成长的新型企业家和专业管理人员提供新知识。

现代工商管理体系庞杂，涵盖广泛。无论关于企业经营管理的活动研究，诸如战略、计划、组织、领导、生产、营销，还是涉及人员、资金、财务、信息的管理，都属于管理学的范畴。本丛书选择了管理学的主要领域和我国读者感兴趣的课题，分两批出版，第一批十种是：《财务会计》、《财务管理》、

《管理会计》、《人员管理》、《战略管理》、《竞争战略》、《国际商务》、《经营管理》、《组织行为学》和《信息系统》；第二批十种是：《宏观经济》、《经营经济学》、《国际货币》、《市场营销》、《服务营销》、《营销调研》、《兼并与收购》、《小型企业》、《人力资源管理》和《有效沟通》。本丛书主要特点有三：一是针对性，为适合我国读者的实际需要，经专家遴选推出，益于培训辅导使用。二是实用性，丛书介绍了战略、商务、人事、财会、营销、并购诸方面的实用知识。三是简约性，丛书每册十余万字，深入浅出、言简意赅，并配有适当的图表与实例，易于读者学习掌握。

本丛书第一批推出后受到广大读者的首肯和好评，为回报社会各界的厚爱，我们又精心出版了第二批，以饷广大读者。本丛书的出版得到了中国国际信托投资公司领导和同仁的热情支持，得到了各位译者、审校者的鼎力帮助，借此一并谢忱。我们企盼本丛书对我国企业的管理者、专业人员、大专院校师生和对此关心的广大读者有所裨益。

中信出版社

一九九八年二月

前 言

经理不是经济学家，而且没有必要成为经济学家。为此，本书的目的不是创造经济学家，而是为经理和见习经理介绍经营经济学的精髓。作者相信：在掌握经济学家工具箱中的经营经济学的概念、理论以及思维以后，经理不但能够了解他们所面临的竞争环境，而且能够做出合理的反应。因此，作者特地撰写本书献给企业的经理们。因为经营经济学是管理专业的一门必修课，所以本书不仅适用于工商管理硕士（MBA）的教学，而且也适用于管理证书（DMS）的教学。其次，本书对那些继续深造经营经济学的在职管理人士也非常适用。本书还适用于大学、综合工程学院和其它高等学府的学生学习普通经济学课程和进行经营研究。

本书特别研究了不同竞争市场中消费需求的本质和生产成本；在深入研究成本的时间行为和产量变化的同时，还研究了那些影响需求的因素以及预测需求的方法。本书不仅回顾了不同企业的管理目标，而且解释了管理目标对合理定价与投资政策的不同含义。最后，作者综述了：政府对企业经营环境的影响；企业在宏观环境中的成长与消亡；产业政策、竞争政策和地区政策的精髓；宏观经济政策的实施与宏观需求的管理。对于那些想深入研究宏观经济课题的有志之士，请阅读本书的姐妹篇——《经济的本质》（The Essence of the Economy）。

再次衷心感谢克里斯廷·威廉斯 (Christine Williams) 女士为本书打字和校稿。尽管有时底稿看不清楚，但她还是想方设法地完成了任务。还要感谢普伦蒂斯-霍尔 (Prentice Hall) 出版公司的凯茜·佩克 (Cathy Peck) 女士的耐心和鼓励。因为我们两人不仅是具有独立思维能力的作家，而且经常拖稿，所以她的工作难度的确很大。我们还想感谢克兰菲尔德管理学院 (Cranfield) 工商管理系的硕士生们。我们既是本书的作者，也是他们的讲师。他们不仅为我们创造了一个挑战性的写作环境，而且经常提出很有价值的思想。此外，还要感谢同事们的支持；特别需要感谢我们的朋友——弗兰克·菲什威克 (Frank Fishwick) 博士。他具有超人的能力，因此为我们提出许多宝贵的意见。

最后，应该感谢我们的妻子和孩子们。他们不仅承担了我们撰写本书给家庭生活带来的损失，而且还经常给我们的写作带来欢乐。

J·G·纳理斯 (Joseph G. Neillis)

D·帕克 (David Parker)

于英国克兰菲尔德管理学院

目 录

中文版前言

前言

一、总论

1. 经营经济学的本质	1
2. 经营经济学的基本概念	2
3. 竞争环境	14
4. 结束语	18

二、消费需求分析

1. 消费需求的本质	20
2. 市场需求曲线	22
3. 消费盈余	25
4. 决定需求的因素	26
5. 产品分类	30
6. 弹性的概念	32
7. 价格弹性与销售收入的关系	40
8. 结束语	44

三、生产成本分析

1. 生产成本的本质	47
2. 生产函数	48
3. 可变成本与固定成本	50

经营经济学

4. 长短期生产的决定	52
5. 生产收益递减率	53
6. 利润最大化与生产决定	57
7. 规模经济与非规模经济	59
8. 经验曲线	67
9. 最佳生产规模与 X 型低效率的生产规模	69
10. 企业的供给曲线	72
11. 供给弹性	76
12. 结束语	78

四、竞争环境

1. 竞争环境的本质	79
2. 竞争战略	79
3. 完全竞争市场	83
4. 垄断市场	87
5. 垄断竞争市场	96
6. 寡头市场	99
7. 竞争优势	107
8. 结束语	113

五、管理目标与企业

1. 管理目标的本质	115
2. 代理理论	120
3. 管理理论	123
4. 行为理论	129
5. 结束语	132

六、定价战略

1. 定价战略的本质	134
2. 定价与企业的管理目标	135
3. 一般价格政策	139
4. 定价与竞争环境	146
5. 市场营销组合与产品生命周期	149
6. 价格歧视经济学	154
7. 多产地和多产品企业的定价	157
8. 高峰定价	161
9. 价格政策与政府的作用	162
10. 结束语	165

七、投资评估

1. 投资评估的本质	166
2. 选择投资的过程	167
3. 现金流量的预测	169
4. 投资项目的评估与排列	171
5. 成本效益分析	177
6. 结束语	179

八、劳动力市场

1. 劳动力市场的本质	181
2. 劳动力的需求	182
3. 劳动力的供给	187
4. 团体的讨价还价	192
5. 结束语	194

九、政府与企业

1. 简介	195
2. 国家干预经济的原则	198
3. 宏观经济政策	200
4. 产业政策	204
5. 竞争法	209
6. 地区政策	213
7. 结束语	217

十、业务与经济预测

1. 业务与经济预测的本质	218
2. 收集消费者行为的信息	220
3. 使用统计方法预测需求关系	224
4. 预测需求	232
5. 结束语	240

十一、经营经济学——经理必备清单

经营成功的必备清单	243
-----------------	-----

附录：经营经济学的信息来源

1. 英国信息来源	249
2. 国际信息来源	252
参考文献	253

一、总 论

1. 经营经济学的本质

今天，经济、政治和社会环境都在发生前所未有的变化。因此，企业的成功不仅取决于经理预测变化的能力，而且取决于经理适应变化的能力。首先，经理必须从两个角度澄清企业经营环境的特性：

- 微观经济环境。

- 宏观经济环境。

微观经济环境包括产品定价、产品收益、生产成本、企业雇工等因素。这些微观因素影响着一个企业在市场上的经营与运作。反之，宏观经济环境不仅包括社会条件和总体教育水平，而且还包括影响单个企业经营的国内外政治、法律、经济等宏观因素。因为单个企业仅是宏观经济环境的一个组成部分，所以决不可能以微观的方法（例如，控制垄断企业）管理宏观经济运行。

宏观经济环境在本书的姐妹篇《经济的本质》（The Essence of the Economy）中得到了详细的论述。虽然图 1-1 描述了国内外经济运行对企业管理的影响，但是本书仅研究企业的中观经济环境，即经营经济学。

本书的目的是满足经理日常决策的需求。在决策之前，经理不但需要全面了解企业经营的各种基本关系，而且要以此指导解决实际工作中的问题。经营经济学的基本概念，不仅是企业制定最佳经济决策的基础，而且也广泛地应用于市场营销、战略管理和金融等其它领域。

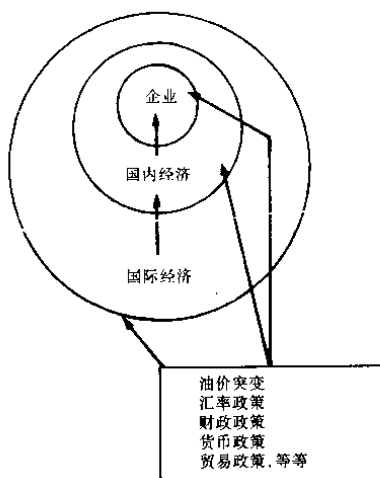


图 1-1 企业的经营环境

2. 经营经济学的基本概念

经营经济学和企业决策学有许多基本概念，其中最重要的

概念如下：

- 资源分配。
- 机会成本。
- 边际收益递减率。
- 边际分析。
- 经营目标。
- 时间因素。
- 外延因素。
- 贴现因素。

首先，简单地叙述每个概念和经营经济学的关系。

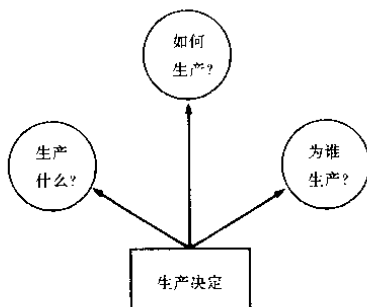


图 1-2 生产决定

(1) 资源分配

在购买生产原材料、雇佣工人、进行投资的时候，经理就在分配资源。由于社会上的资源是稀缺的，所以企业应该有偿

使用资源。因此，经理一般需要做出三种决定：

- （WHAT）用有限的资源生产哪种商品和劳务
- （HOW）如何搭配有限的资源生产不同的商品，提供不同的劳务
- （FOR WHOM）为谁提供不同的商品和劳务

图 1-2 解释了生产决定与上述决定（三种生产要素如何搭配的决定）之间的内在关系。这些决策通常称为社会面临的分配、生产和销售决策。经营经济学将要讨论价格机制与这些决策之间的关系。

站在传统经济学的角度上讲，价格机制是制定生产计划的主要因素，其中包括生产什么、如何生产和为谁生产的问题。然而，价格机制的作用在前东欧的计划经济或指令经济中不如在市场经济中明显。随着时间的推移，不同经济体制的企业都会变得日益成熟。资源既按指令分配，也按价格分配。例如，在经营的过程中，国际商业机器公司（IBM）、卜内门公司（ICI）、丰田公司（TOYOTA）都需要在企业内分配资源。再比如，确定厂址也取决于供选择厂址的成本（价格）。同样地，管理人员还可以通过非价格因素主观选择厂址（“这是一个居住舒适的地方”）。

正如罗伯逊（Robertson）教授所叙述的那样：“如果企业仅通过指令机制分配资源，而不通过市场机制分配资源，就可能在下意识合作的海洋中变成一个上意识孤独的小岛”（罗伯逊和邓尼森，1960 年）（Robertson and Dennison）。因此市场代表着众多买卖双方下意识合作的网络，同时企业和市场的界线经常随着企业合并、收购、撤资、买断企业经营权等等发生

变化。所以，企业不仅需要经常考虑自己的结构与战略，而且需要努力回答如下问题：是否应该进行纵向投资（收购供应商？）；或是否关闭或卖掉某些行业。例如，是否考虑让市场机制调节电脑行业中的软件开发？

经理需要经常在所谓的生产与购买之间作出抉择。美国经济学家奥利佛·威廉森（Oliver Williamson）把这种抉择称为企业边界的划定。企业将在哪里划出自己的边界呢？换句话说，管理人员主观能够决定哪些活动呢？哪些是市场下意识合作带来的负作用呢？企业经营与市场运行包含着稀缺资源在市场或在其不同层次中的分配。有时，企业从市场上购买比较便宜；有时，企业自己制造比较便宜。用经济学的术语来说，相对成本是资源分配的决定性因素。因此，经理不仅需要了解现时生产成本，而且也需要重视供给方式之选择成本。为此，我们将论证机会成本在经济学家中的概念。

（2）机会成本

企业决策包含着资源稀缺的因素。资源稀缺有多种表现形式：资金的短缺、人力的短缺、物力的短缺、时间的短缺。稀缺意味着决策或选择中包含着成本。经济学家所说的成本比会计学上所说的成本具有更加广阔的内涵。用经济学家的话来说，这些成本包括机会成本。

一种行为的机会成本就是把同一时间和资源移做另一最好用途的产出价值。

机会成本可以用图 1-3 加以解释。图 1-3 中的 PP 曲线

代表生产可能性曲线 (PPC)。

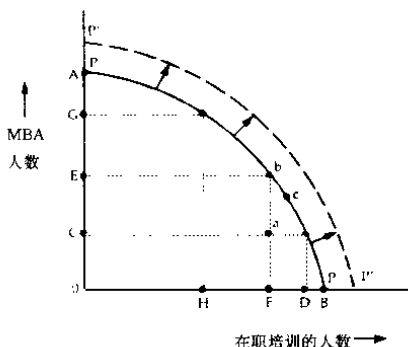


图 1-3 生产可能性曲线

生产可能性曲线显示在现有资源和生产力的制约下生产 (提供)两种商品或劳务的极限。

在现有生产要素 (一般而言, 生产要素包括土地、劳动力和资本。) 的制约下, 企业可以决定生产什么。例如, 假设有一家商学院既可以开设工商管理硕士课程, 又可以提供在职管理培训。这家商学院可以全部招收工商管理硕士 (0A); 或全部提供在职管理培训 (0B); 或在 PP 曲线上选择采用某种混合搭配。假设这家商学院目前的工商管理硕士人数在 0C 线段; 在职培训的人数在 0D 线段; 但决定把工商管理硕士的人

数扩充到 OE 线段。在现有资源的制约下，只有把在职管理培训的人数削减到 OF 线段，才能把工商管理硕士的人数相应地扩大到 OE 线段。换句话说，额外 OE 个工商管理硕士的机会成本就是削减在职培训的人数 DF。这两种行为间类似的替换可以在 PP 曲线上看到。曲线的形状反映了如下事实：随着企业的资源从一种行为转移到另一种行为，这种资源的增量就会相应地减少（上述例子中的工商管理硕士的人数就会下降）。这种现象与边际收益递减率有关。

（3）边际收益递减率

边际收益递减率的概念是指这样一种情况：只要一种投入（劳动力）相比另一种投入（资本或土地）的增量超过某一点后，实际产量就会逐步下降。

例如，在上述案例中，如果商学院把等量的资源从在职管理培训转移到工商管理硕士的课程上来，工商管理硕士的增量产出就会变得越来越小，因为工商管理硕士的教学比管理培训需要更高的技巧。倘若商学院继续按照一定比例增加招收工商管理硕士的人数，就必然相应地减少在职管理培训的人数。如图 1-3 所示，工商管理硕士的（EG）增量（ $EG = CE$ ）会导致管理培训的人数相应地减少（FH）。根据图中的显示，FH 大于 DF。

如果商学院在资源没有得到充分利用之前增加工商管理硕士的人数，就不用削减管理培训的人数，从而提高了商学院的工作效率（如图 1-3 所示，PP 曲线下方的 a 点上升到曲线上