

教育部高等学校工商管理类学科专业教学指导委员会推荐教材

华 章 国 际 经 典 教 材

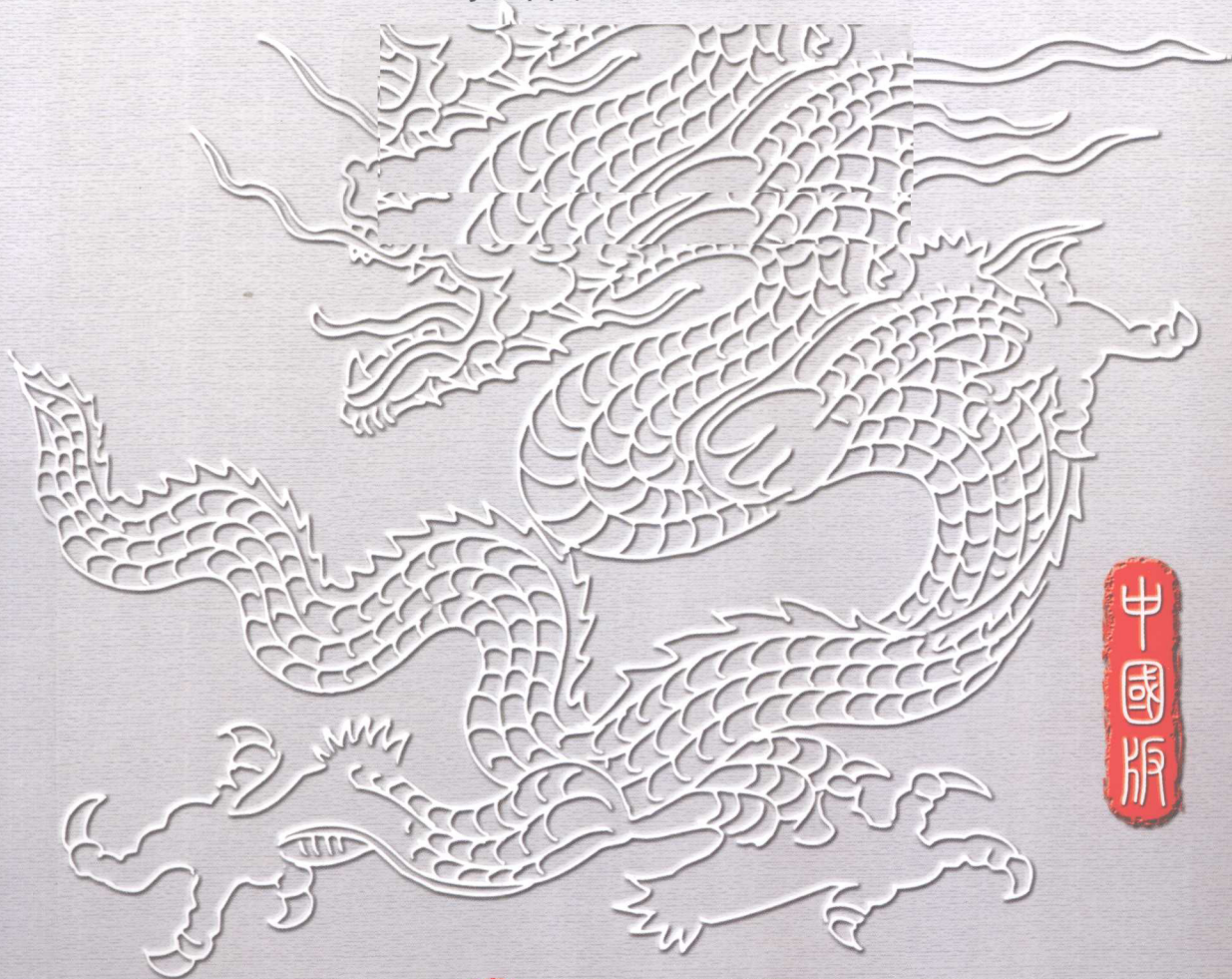


管理经济学

(原书第9版)

Managerial Economics (9th Edition)

(美) 克里斯托弗 R. 托马斯 (Christopher R. Thomas) (南佛罗里达大学)
S. 查理斯·莫瑞斯 (S. Charles Maurice) (得克萨斯A&M大学) 等著
(中) 刘延平 (北京交通大学)
李红昌 (北京交通大学)



中國版



机械工业出版社
China Machine Press

华 章 国 际 经 典 教 材

管理经济学

(原书第9版)

Managerial Economics (9th Edition)

(美) 克里斯托弗 R. 托马斯 (Christopher R. Thomas) (南佛罗里达大学)

S. 查尔斯·莫瑞斯 (S. Charles Maurice) (得克萨斯A&M大学)

等著

(中) 刘延平 (北京交通大学)

李红昌 (北京交通大学)



机械工业出版社
China Machine Press

本书在《管理经济学》第9版的基础上做了适当增减与改写,使之更贴近于中国国情。本书理论体系完整,内容广泛丰富,不仅涵盖了管理经济学所涉及的主要内容,而且加入了大量经济理论的前沿研究和企业经营管理中的最新实践,特别增加了适合中国读者的内容和案例,具有本土性、针对性、操作性、实践性等特点。

本书适用于工商管理及其他相关专业本科生、研究生、MBA学生,以及企业经营管理人員和相关领域研究人員。

Christopher R. Thomas, S. Charles Maurice. Managerial Economics, 9th ed.

ISBN 978-0-07-340281-8

Copyright © 2008 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) and China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2008 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and China Machine Press.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

All rights reserved.

本书中文简体字翻译版由机械工业出版社和麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。

版权 © 2008 由麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司与机械工业出版社所有。

此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。未经出版人事先书面许可,对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播,包括但不限于复印、录制、录音,或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本书封底贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

封底无防伪标均为盗版

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号:图字:01-2009-6555

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学(原书第9版)/(美)托马斯(Thomas, C.R.)等著. —北京:机械工业出版社, 2010.9

(华章国际经典教材)

书名原文: Managerial Economics

ISBN 978-7-111-31879-8

I. 管… II. 托… III. 管理经济学-教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第178761号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:许可 版式设计:刘永青

北京京北印刷有限公司印刷

2010年10月第1版第1次印刷

184mm×260mm·22.5印张

标准书号:ISBN 978-7-111-31879-8

定价:48.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线:(010) 88379210; 88361066

购书热线:(010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线:(010) 88379007

读者信箱:hzjg@hzbook.com

序 言

从学科分类上来看,管理经济学是应用经济学的一个分支,它为经营管理决策提供了一种系统性、逻辑性和知识性的分析方法。从课程体系上来看,管理经济学是一门把经济学原理和管理实践相结合,依托管理实际但又高于管理实际的课程。从教学目标上来看,管理经济学一方面重视抽象和简化地认知复杂的管理世界,另一方面又强调理论分析的现实性、针对性和操作性,力图做到弗里德曼意义上的抽象性和可操作的和谐统一。从国情背景上来看,任何管理经济学理论和方法都必须内嵌于特定的政治、经济、文化、社会、科技、伦理道德等的框架,脱离国情约束的理论只能是形而上的,缺乏解释和解决现实问题的能力。从产业背景上来看,管理经济学既要讲授一般性的管理经济学知识,还要照顾到不同行业的特点,结合学生的知识背景,因地制宜地拓展管理经济学的内涵与外延。

本书是在《管理经济学》第9版基础上翻译、增减、改写而成的,具有本土性、针对性、操作性、实践性等特点。对《管理经济学》重新进行整合,主要基于以下几个方面的考虑。第一,中国学生的知识结构因素。北京交通大学经济管理学院长期的教育实践表明,研究生和MBA学生源对经济学和管理学往往缺乏总体性认识,需要教师花大量时间补充微观经济学、宏观经济学、产业经济学、博弈论、制度经济学、计量经济学、管理学发展历程、组织理论、激励理论、精益管理、六西格玛管理、BPR、全面质量管理等理论与方法的知识,因此我们充分考虑到了学生知识结构因素的重要性,补充完善了相关知识点。第二,案例教学的本土化因素。我国大多管理经济学教材是由外版图书直接翻译出版的,其中大量案例是作者根据国外经验编写的,中国学生普遍反映翻译的教材存在国外案例过多、中国案例过少、国外案例不适用于中国国情等问题。基于此,在增减本书内容时,我们删减了大量国外案例,只保留了部分经典案例,适当增加了一些国内案例。第三,管理经济学的理论化和数学化因素。很多学生甚至教师都认为,管理经济学就是微观经济学或数学工具的集合体,把管理经济学承载的功能和目标与基础经济学教学混淆了。微观经济学和数学工具毕竟是实现管理优化的工具和手段,而不能把工具当成目



标,把手段当成归宿。基于此,我们缩减了《管理经济学》过于理论化和数学化的内容,而把它们当做经济学、统计学和计量经济学要讲授的内容,并且我们把相关数学类和统计类的知识尽量集中到某些章节集中讲授。第四,管理经济学知识体系的一般性和特殊性因素。管理经济学总体上是向学生传授如何通过经济学的思维方式,把握复杂多变的管理世界中的稳定变量,即在长期内起支配性作用的慢变量因素,构建起具有内在逻辑稳定性的知识结构体系,再把这些知识点与具体产业、个性案例、特殊问题、约束信息等结合起来,就会保证决策不会出现大的错误。当然,我们不能保证错误一定不会出现,但却可以保证正确判断的概率得到大幅度提升。我们的教学实践表明,通过与学生的深入互动,构建产、学、研相结合的教育平台载体,我们对房地产、交通运输、快递物流、产业安全、企业组织等的判断准确度得到了较好印证。我们近期的研究方向之一是企业竞争力与组织理论,多维审视下的组织理论对企业组织管理等进行了深入探讨,把相关内容纳入本书当中,也是本书的特色之一。

自2003年,北京交通大学经济管理学院采用了机械工业出版社中英文版本的《管理经济学》,用于各类MBA和研究生教育。从第6版开始,一直到目前的第9版,托马斯和莫瑞斯的这本教材的体系和内容一直处于不断调整之中,其主旨就是要不断增强经济学理论的先进性、案例授课的典型性和适用性,从而在经济学和管理学之间架起一座沟通桥梁。北京交通大学经济管理学院提出了基于“MBA人”的MBA人才培养体系,意在制度构建、资源配置、师资团队、课程体系、教材建设、生源优化等方面的综合平衡,把MBA和研究生培养提升到更高层次。“管理经济学”是MBA和研究生教育培养的核心课程之一,通过翻译、整合、增减和改写内容,使《管理经济学》中国版更加符合我国MBA和研究生教育的实际需要。

北京交通大学经济管理学院的刘延平、李红昌、彭兆祺、冯华、霍翠凤、阮加等老师参与了本书的翻译和改写工作,刘延平教授和冯华教授负责第1章和第18章,李红昌副教授负责第2章、第6章、第8章和第15章,彭兆祺副教授负责第3章、第7章、第12章和第14章,霍翠凤老师负责第4章、第9章、第11章和第13章,阮加老师负责第5章、第10章、第16章和第17章。在充分吸收“管理经济学”教学活动的有益经验基础上,我们编写了与托马斯和莫瑞斯《管理经济学》第7版和第8版相配套的电子讲义,并整理了若干案例,现在又进一步对《管理经济学》第9版内容进行翻译和改写。相信随着时间的推移,相关的内容和案例会进一步得到完善和提高。我们接受机械工业出版社的委托,把相关章节内容、典型案例进行了整理。由于时间有限,编著工作肯定存在缺陷和不足,文责自负。我们的目的是抛砖引玉,希望同行在我们的基础上进一步提高教学内容的丰富性和适用性,不断提高我国MBA和研究生教育的水平。

刘延平 教授

北京交通大学经济管理学院

2010年5月6日

目 录

序 言

第 1 章 管理学和经济学理论 1

- 1.1 管理经济学理论 1
- 1.2 经济学理论 2
- 1.3 管理学理论 5
- 1.4 管理经济学与相关学科的关系 10
- 1.5 小结 11
- 关键词 13
- 练习题 13

第 2 章 管理者、利润与市场 14

- 2.1 企业家与管理才能 14
- 2.2 经济利润的度量和最大化 15
- 2.3 所有权与控制权的分离 21
- 2.4 市场结构和管理决策 23
- 2.5 小结 27
- 关键词 27
- 练习题 28

第 3 章 需求、供给与市场均衡 30

- 3.1 需求 30
- 3.2 供给 40

- 3.3 市场均衡 45
- 3.4 衡量市场交易的价值 47
- 3.5 市场均衡的变动 50
- 3.6 限制价格与支持价格 54
- 3.7 小结 55
- 关键词 57
- 练习题 59

第4章 企业决策所处的宏观环境 62

- 4.1 宏观环境分析 62
- 4.2 产业环境分析 66
- 4.3 影响企业决策的因素 69
- 4.4 小结 73
- 关键词 74
- 练习题 74

第5章 经济学的思维方式 75

- 5.1 边际收益与边际成本 75
- 5.2 均衡与博弈 76
- 5.3 无条件约束下的最优化 82
- 5.4 有约束条件下的最优化 83
- 5.5 优化理论的数学分析 83
- 5.6 小结 85
- 关键词 86
- 练习题 87

第6章 消费者行为理论 90

- 6.1 消费者的偏好与效用 90
- 6.2 无差异曲线 94
- 6.3 消费者预算约束 100
- 6.4 效用最大化 105
- 6.5 实验经济学和消费者行为 111
- 6.6 替代效应和收入效应 113

6.7 小结 119

关键词 120

练习题 120

第7章 弹性与需求 122

7.1 需求价格弹性 122

7.2 价格弹性和总收益 124

7.3 影响需求价格弹性的因素 125

7.4 计算需求价格弹性 126

7.5 边际收益、需求和价格弹性 130

7.6 其他需求弹性 134

7.7 小结 139

关键词 139

练习题 140

第8章 管理经济学估计技术 143

8.1 回归模型 143

8.2 多元线性回归模型 151

8.3 多元非线性回归模型 157

8.4 多元统计分析方法 161

8.5 其他计量工具 163

8.6 小结 164

关键词 164

练习题 166

第9章 成本对企业管理的重要性 167

9.1 各种类型的成本 167

9.2 并购战略与成本节约 170

9.3 精益生产与成本节约 172

9.4 流程再造与成本节约 178

9.5 现代物流与成本节约 182

9.6 小结 185

关键词 186

练习题 187

第 10 章 短期和长期生产与成本理论 188

10.1 生产理论的基本概念 188

10.2 短期生产与成本 189

10.3 短期生产与成本的关系 193

10.4 等产量线、等成本线与长期生产均衡 195

10.5 短期成本与长期成本的关系 198

10.6 规模经济和网络经济 200

10.7 小结 202

关键词 203

练习题 204

第 11 章 几种典型产业的生产和成本分析 207

11.1 运输产业的生产和成本 207

11.2 汽车制造业的生产与成本 212

11.3 房地产业的生产和成本 217

11.4 小结 221

关键词 222

练习题 222

第 12 章 生产和成本估计 223

12.1 短期生产函数规范 223

12.2 短期生产函数估计 224

12.3 短期成本估计：有关成本度量的一些问题 226

12.4 短期成本函数的估计 227

12.5 小结 229

关键词 229

练习题 229

第 13 章 企业面临的各種市场结构 232

13.1 产业组织与市场结构 232

13.2 哈佛学派的市场结构分析 234

- 13.3 芝加哥学派的市场结构分析 235
- 13.4 经济全球化和市场结构的国际化 237
- 13.5 小结 241
- 关键词 242
- 练习题 243

第14章 完全竞争市场上的管理决策 244

- 14.1 完全竞争市场的特征 244
- 14.2 价格接受企业所面临的需求 245
- 14.3 短期利润最大化 246
- 14.4 长期利润最大化 254
- 14.5 利润最大化的要素投入量 262
- 14.6 利润最大化产出决策的应用 265
- 14.7 小结 266
- 关键词 267
- 练习题 267

第15章 具有市场力的企业的管理决策 270

- 15.1 市场力的度量 271
- 15.2 市场力的决定因素 274
- 15.3 垄断条件下的利润最大化：产量和定价决策 278
- 15.4 利润最大化的投入要素 282
- 15.5 垄断竞争 284
- 15.6 实施利润最大化产量及定价决策 290
- 15.7 多工厂企业 292
- 15.8 小结 293
- 关键词 294
- 练习题 294

第16章 寡头垄断市场的决策策略 297

- 16.1 寡头垄断 298
- 16.2 寡头垄断的几种模型 299
- 16.3 博弈论与寡头垄断 302

16.4	同步决策和顺序决策	304
16.5	重复决策中的合作策略	309
16.6	小结	311
	关键词	311
	练习题	312

第 17 章 不确定条件下的企业决策 315

17.1	风险和不确定性	315
17.2	企业化解风险的方法	315
17.3	信息的价值	317
17.4	对称信息与信息不对称	318
17.5	知识产权与经济发展	321
17.6	小结	325
	关键词	325
	练习题	326

第 18 章 企业组织与资源整合 328

18.1	企业组织类型	328
18.2	企业内部组织变革的趋势	332
18.3	市场竞争机制的引入	333
18.4	扁平化组织	336
18.5	资源整合	339
18.6	小结	342
	关键词	343
	练习题	343

参考文献 344

第 1 章

管理学和经济学理论

当今世界,科学技术突飞猛进,以信息科学、生命科学、互联网技术等为代表的新科技的广泛应用正在引起人类社会的快速而巨大的变化,信息经济、知识经济、全球化经济、网络经济、体验经济、创意经济等一系列新经济现象正在出现,经济运行方式和生产、生活方式也在迅速变化,从而给企业、家庭和个人的生存、发展带来了机遇和挑战。如何捕捉和发现各种机会,对经济现象的本质做出准确判断,快速做出正确决策,从而使自己能够在经济交易和管理活动中处于优势地位呢?这就有必要学习管理经济学这门课程。

1.1 管理经济学理论

1.1.1 什么是管理经济学

管理经济学是把经济学理论和分析方法应用于决策,解决管理问题的经济学。它是经济学的一个重要分支,是沟通经济学理论和管理实务的一门学科。它着重运用经济分析来阐明各种问题,分析和比较各种备选的行动方案,为现在也为将来的管理决策提供一种系统的、有逻辑的分析方法。

1951年,美国人迪安出版了第一本名为《管理经济学》的教科书。半个多世纪以来,管理经济学的面貌已经发生了很大变化,从最初以分析企业经营决策为主,到如今它所使用的方法和所阐述的观点已经广泛地应用到非营利组织和公共机构的管理工作。中国在20世纪80年代伴随经济改革和市场经济发展引入了管理经济学,经过20多年的快速发展,中国的管理经济学理论与实践迅速与国际接轨,已经成为管理类专业的学位课程。

管理经济学最初以企业管理决策为研究对象,就是把经济学的理论与方法运用于私人、公共和非营利性机构所面临的决策问题,帮助决策者高效率配置稀缺资源、规划公司战略和实施有效策略。它主要以微观经济学原理为基础,综合运用宏观经济学、产业经济学、博弈论、新制度经济学、行为经济学等各种前沿理论,侧重于企业日常运行面临的主要经济问题,为其决策提供经济学原理,这些经济问题包括:产量决策、定价决策、广告投入量决策与广告策略、竞争策略、技术发展战略、工资报酬确定等。

伴随经营环境发生的快速而深刻的变化,管理经济学所涉及的学科范围和内容都已经大

大扩展,具体表现在如下三个方面:首先,研究对象在传统的供求、生产、成本、市场结构理论的基础上,把企业的目标、产业竞争、信息不对称条件下的逆向选择、委托代理、信号传递、现代博弈、企业组织形式和最优设计、交易费用等众多理论都广泛纳入管理经济学的研究领域;其次,在优化方法方面,引进了估计与预测、线性与非线性规划等方法,逐步在理论与模型的基础上向注重实施步骤和与计算机相结合的方向发展;最后,在管理决策方面,对企业的价格产量决策、定价决策、投资决策、风险决策等都从新经济的背景出发做出了新的分析,并且将企业的技术变革、布点、税收、激励、拍卖竞标、政府管制等都纳入了管理经济学的决策研究。

1.1.2 像经济学家一样思考管理问题

企业家和企业决策者必须具有独特的眼光,善于捕捉和发现盈利机会,然后敢于承担决策风险,并最终取得成功。管理经济学的重要作用在于训练管理者的经济思维,从而像经济学家一样发现多种可能性,并做出最有利的选择。

众所周知,管理最重要的就是决策,决策最重要的是选择。企业的首要目标是实现盈利,利润在哪里呢?经济学家看到,利润一直在社会经济运行的不同产业、不同行业、不同产品之间不断地转移,并且越来越快。一个小寓言故事说,两只老鼠约翰和吉米像走迷宫一样在错综复杂的道路网中寻找食物,约翰学好了管理经济学,选择了正确的道路,沿着最近的路线跑到一个大粮仓,毫不费力就吃到美味佳肴,吃得白白胖胖。吉米没学好管理经济学,走了一程又一程,不断地走到荒野或者杂物间,花费了很大力气勉强填饱肚子。现实的情况是,大部分企业很辛苦,但不赚钱或者赚钱较少,少部分企业赚大钱,这就是不同企业决策不同的结果。在新的经济背景下,利润转移背后的原因是什么呢?请看经济学家的新观察(见专栏1-1)。

总之,管理经济学是一门把经济学理论和经济分析方法应用于管理决策实践的科学,它是一门将西方经济学与管理学相结合的学科。若要把握它的发展动态,必须把它放在以经济学为横轴,以管理学为纵轴的坐标系中,才能找准它的位置。

1.2 经济学理论

人类的欲望是无穷无尽的,相对于人的需要的无限扩展,可以利用的资源总是稀缺的,于是就产生了经济问题。经济学就是研究一个社会如何利用稀缺的资源生产有价值的物品和劳务以满足人类的需要,并将它们在不同的社会成员中间进行分配的一门科学。经济学是研究人的经济行为的,作为一种思想,伴随着人类有目的、有意识的经济活动而产生;作为一门系统化的科学,1776年亚当·斯密出版《国民财富的性质和原因的研究》(简称《国富论》)标志着经济学体系的诞生,至今不足300年的历史。

经济学的发展大体经历了四个阶段。

1. 第一阶段:重商主义

在古代,不论东西方,中国、希腊和罗马,由于社会分工以及商品经济的发展,就已出现了农业生产、商品交换等问题的研究和论述。中国先秦的管仲已经有明确的分工思想,古希腊的色诺芬在其《经济论》中第一次提出了经济学这个词,柏拉图和亚里士多德等均在其著作中或多或少地涉及了经济学的一些理论和概念。他们的经济学思想经古代罗马人、早

期基督教和欧洲中世纪经院学派的继承与发展,到了资本主义早期发展阶段时,产生了一个有较大影响的思想流派,即重商主义。

重商主义产生并盛行于西欧封建社会的晚期和近代资本主义社会的初期,大致在15~17世纪中叶,其代表人物包括英国人约翰·海尔斯、托马斯·孟,法国人让·博丹、安托万·德·孟克列钦以及让·巴蒂斯特·柯尔贝尔等。重商主义最初是作为国家政策出现的,重商主义者站在国家和政府立场上,以增加国家财富和权力为目标。他们认为,金银(货币)是财富的代表或唯一的形态,国家一切经济活动的目的,都是为了获取金银。国家为了致富,必须发展对外贸易,遵循多卖少买、多收入少支出的原则,以求在对外贸易中实现顺差,实现国家财富的积累。为此,他们主张国家应积极干预经济生活,采取各种措施和政策鼓励出口、限制或禁止进口,同时对外汇进行管制,使货币尽量多地流入国内而尽量少地流向国外。

重商主义的这些主张反映了原始积累时期资本主义经济发展的要求。但是,作为对资本主义的最初探讨,重商主义还不了解货币的起源与本质,还难以从本质上说明财富的真正源泉,也不能科学地解释利润的产生。总体来看,重商主义并未形成完整的理论体系,由于他们的研究领域主要集中于流通领域,因而,还不能称之为真正的经济学。但重商主义的思想与政策,在实践中促进了相关国家经济的发展和国势的强盛,在理论上也为资产阶级古典政治经济学的产生提供了历史前提。

2. 第二阶段:古典经济学

一般认为,古典经济学是指18~19世纪中叶西方的主流经济思想,其代表人物包括亚当·斯密、边沁、大卫·李嘉图、萨伊、约翰·斯图亚特·穆勒等。1776年,英国经济学家亚当·斯密发表其代表作《国富论》,比较全面地总结了资本主义发展初期主要发达国家资本主义发展的经验,批判地吸收了包括重农主义在内的许多重要的经济理论,在人类历史上第一次对社会经济生活进行系统地分析和描述,使经济学成为一门独立的学科,该书也因此成为现代西方经济学的奠基之作。

古典经济学认为,人的本性决定了其行为都是追求自身利益的。古典经济学家认为在市场经济中,个人追求自身利益的行为也会使整个社会的利益得到增进。他们还提出了许多定律或规律,如边际收益递减规律、萨伊定律、货币数量理论等,这些规律或定律成为经济分析的重要基础。如何增加国民财富也是古典经济学研究的重要问题,他们认为,财富是物质产品而不仅仅是货币,一切经济资源和经济行为,包括土地、劳动、资本、农业、商业、国际贸易等,都可以增加一国财富。分工和交易的深化可以提高劳动生产率,资本积累和劳动力增加促进经济增长。他们推崇市场的作用,提出了“看不见的手”(市场机制)会引导人们的行为,妥善地处理各种经济问题。因此在政策主张上,古典经济学主张自由放任,即政府不干预经济。自由放任是古典经济学的核心,反映了自由竞争时期经济发展的要求。

3. 第三阶段:新古典经济学

新古典经济学是在古典经济学的基础上发展而来的。该学派是指19世纪70年代“边际革命”出现以后直至20世纪30年代“凯恩斯革命”之前的如剑桥学派、洛桑学派、奥国学派等许多经济学派的统称。从狭义上说,它专指以马歇尔为首的英国剑桥学派。新古典经济学继承了古典经济学的核心要义,但也提出了与古典经济学有重大区别的新概念与新方法,如门格尔、杰文斯、瓦尔拉斯分别提出的边际效用价值理论,克拉克提出的边际生产力分配理论,帕累托提出的序数效用论,瓦尔拉斯提出的一般均衡理论,维克塞尔的“累积过程”

理论,等等。作为新古典经济学的集大成者,马歇尔将这些成果综合起来,构建了均衡价格理论,形成了一个综合的、折中的经济学理论体系,构建了现代微观经济学的基本理论支架。

新古典经济学将经济学的研究重点从生产转向消费和需求,将资源配置作为经济学研究的中心,核心理论是讨论价格机制如何调节经济以实现资源的最优配置,因而也被称为价格理论。

4. 第四阶段:现代经济学

20世纪20年代末的经济大危机给市场机制调节经济的神话以致命的打击,新古典经济学理论面对新的问题显得无能为力。在这种背景下,1936年凯恩斯出版了其代表作《就业、利息和货币通论》(简称《通论》)。《通论》突破了传统的充分就业均衡理论,打破了自由放任的经济学传统思想;把国民收入的决定作为中心理论问题,同时以总需求分析为中心,用总供给与总需求的矛盾运动关系来分析国民收入的决定;突破了传统经济学实物经济与货币两分的传统,对实物经济和货币进行总体分析;在政策实践上,明确提出国家干预经济生活的政策主张。凯恩斯对现代经济理论发展所作出的开创性贡献,被称为“凯恩斯革命”。“凯恩斯革命”标志着现代宏观经济学的产生。

在凯恩斯经济理论的指导下,战后西方各国都加强政府干预,并在一段时期内取得辉煌的成果。在理论上,希克斯、汉森、萨缪尔森等人进一步完善和发展了凯恩斯的理论。其中萨缪尔森把凯恩斯的宏观经济学与新古典的微观经济学结合在一起,形成了新古典综合派,该学派也成为20世纪五六十年代的主流经济学派别。20世纪70年代初期以后西方国家出现的“滞胀”问题动摇了新古典综合派的主流地位,刺激了非凯恩斯主义理论的发展,导致了自由放任思想的再度复兴,其中最重要的是以弗里德曼为首的货币主义和以卢卡斯为主要代表的理性预期学派。

总的来看,现代经济学已经是一个综合了微观经济学和宏观经济学的庞大理论体系。虽然在这一理论体系内部不同学派分歧巨大,但是我们可以根据其经济哲学思想将他们划分为两大派别:一派是新古典主义经济学,也称新自由主义经济学,他们坚持了古典经济学和新古典经济学的传统,主张自由放任,政府不干预或少干预经济;另一派是新凯恩斯主义经济学,他们继承和发展了凯恩斯的经济学理论,主张政府干预经济的运行,也称新干预主义经济学。

20世纪后期,计量经济学、新制度经济学、信息经济学推动了微观经济学发展。计量经济学是在分析和解释经济数据和经济理论中产生的微观经济学重要分支,它发现经验知识的条件性,定义了精炼经济模型中的因果参数,认识了模型中市场主体所受资源、市场条件的约束,从数据中分析因果参数,以及确定因果参数在政策评价和政策效应预测中的作用。科斯等建立的新制度经济学在20世纪70年代以后将制度、规则、产权、社会行为与人的意识纳入经济学视野,发展了微观经济理论。例如,以科斯为代表的产权理论和企业理论推动了新古典经济学和福利经济学的革新。20世纪80年代以后,道格拉斯·诺思出版《经济史中的结构与变迁》、《制度、制度变革与经济绩效》,开创运用产权理论研究经济史的先河,将微观经济学发展到制度创新与制度变革阶段。信息经济学是20世纪60年代初形成的微观经济学分支,它认为包括价格在内的很多其他方式可以传递经济信息,比如人们的行为可以传递信息,而信息又会影响行为,这就使仅靠价格传递信息的传统消费者和厂商理论有时不能正确描述消费者和厂商的某些行为。信息经济学还集中研究两个核心问题:特征鉴别(选择问题)和行为监督问题(激励问题)。信息经济学推翻了马歇尔提出的某些权威理论。比如,通常情况下,在边际报酬递减条件下,非凸性是不会出现的。在信息经济学中,信息与非凸性存在

固有联系,不连续性是大量存在的。信息经济学还推翻了与竞争市场相关的基本均衡的存在性和福利定理,以及存在多个企业的市场经济基本特征的定理。信息经济学还深刻认识了市场的有效性:不是每个人都需要知道反映资产市场中准确反映资产真实价值的价格信息。信息经济学突破了传统微观经济理论的局限性,积极推进了20世纪后期微观经济学的发展。

1.3 管理学理论

管理是指组织中的管理者,通过实施计划、组织、人员配备、领导、控制等职能来协调他人的活动,是他人同自己一起实现既定目标的活动过程。管理活动自有人群出现便有之,与此同时管理思想也就逐步产生。人类的管理实践已有6 000多年的历史,古人留下的宏伟建筑——埃及的金字塔和中国的万里长城,都足以证明人类的管理能力。

管理学作为系统研究管理活动的基本规律和一般方法的科学,是适应社会化大生产的需要在19世纪末20世纪初产生的。管理学的诞生是以弗雷德里克·温斯洛·泰勒(Frederick Winslow Taylor)的名著《科学管理原理》以及亨利·法约尔(Henri Fayol)的名著《工业管理和一般管理》为标志。现代意义上的管理学诞生以来,管理学有了长足的进步与发展。

1.3.1 管理学理论的发展概况

管理学理论经历了100多年的发展历程,发展过程如表1-1所示。

表1-1 管理经济学理论发展过程列表

年代	发展阶段	代表人物	主要理论
19世纪末~20世纪初	古典管理理论	泰勒、法约尔	这一阶段的代表理论主要有泰勒的“科学管理原理”和法约尔的“管理职能与一般管理”。古典管理理论的主要特点是摒弃了经验管理,它将管理引向了科学化、规范化,其着眼点是提高企业内部的劳动生产率
20世纪30~50年代	行为科学理论	梅奥、罗特利斯伯格、马斯洛	这一阶段的代表理论主要有梅奥和罗特利斯伯格的“人际关系论”、马斯洛的“人类需要层次理论”等。行为科学理论的特点主要是研究了人的需求与行为,人与人之间的相互关系,其着眼点是调动人的积极性,进而提高劳动生产率
20世纪50~80年代	现代管理理论	西蒙、德鲁克、孔茨等	这一阶段是管理理论大发展时期,其中最具代表性的有西蒙的“管理决策理论”、德鲁克的“有效管理理论”、孔茨的“管理过程理论”等。这个阶段管理理论的主要特点是流派林立,从不同角度、不同领域研究了管理学,其着眼点都是为了实现管理手段、管理方法、管理决策、管理组织的进一步现代化
20世纪90年代至今	现代管理理论的新发展	波特、普拉哈拉德、哈默尔、沙因等	这一阶段的代表理论主要有波特的“战略管理理论”、普拉哈拉德和哈默尔的“核心能力理论”、沙因的“组织文化理论”等。这一阶段理论的特点主要是强调了管理的综合、软化,以及对知识经济管理的探索,其着眼点是以更高的管理境界和管理方式来提高企业内部的凝聚力和外部的竞争能力

从表1-1可以看出,管理经济学理论可以分为如下四个阶段。

1. 第一阶段:古典管理阶段

泰勒的科学管理理论 19世纪末20世纪初,随着机器的广泛应用,工业发展,贸易扩大,要求企业进行大批量生产。因此,泰勒的科学管理理论应运而生。泰勒科学管理理论的要点包括:①科学管理的中心问题是提高劳动生产率;②为了提高劳动生产率,需要挑选和培训第一流的工人;③要使工人掌握标准化的操作方法;④采用刺激性的工资报酬制度激励

工人努力工作；⑤精神革命，工人和雇主变对立为合作，共同提高劳动生产率；⑥计划职能和执行职能分开，以科学工作方法取代经验方法；⑦实行职能工长制，细化生产过程管理；⑧管理控制中实行例外原则。日常事务授权部下负责，管理人员只对例外事项保留处置权利。泰勒的科学管理理论是历史上第一个系统化的管理理论，标志着管理学的正式形成。

法约尔的一般管理理论 泰勒的管理理论有历史的局限性，假定工人为“经济人”，把人当做机器，不重视人群社会的因素，过分关注操作过程和现场管理，没有解决企业作为一个整体该如何管理的问题。这些局限主要是由法国的亨利·法约尔补充完成的。法约尔在《工业管理和一般管理》中指出，任何企业都有技术、商业、管理、财务、核算、安全六种活动。其中，管理活动又包括计划、组织、指挥、协调、控制五种职能。他提出了管理的14条原则：①劳动分工原则；②权利与责任对等原则；③纪律原则；④统一指挥原则；⑤统一领导原则；⑥个人利益服从集体利益原则；⑦员工报酬原则；⑧集权原则；⑨等级链原则；⑩秩序原则；⑪公平原则；⑫人员稳定原则；⑬首创精神原则；⑭团结合作原则。法约尔的贡献是在管理的范畴、管理的组织理论、管理的原则方面提出了新观点，为以后管理理论发展奠定了基础。

2. 第二阶段：行为科学阶段

人际关系理论 行为科学理论开始于1924~1932年的霍桑试验，美国哈佛大学教授梅奥应美国西方电气公司的邀请，在该公司霍桑地区的工厂进行了著名的“霍桑试验”，1933年出版了《工业文明中人的问题》，开创了人际关系学说。霍桑试验说明：①工人不是单纯追求金钱和物质收入的“经济人”，而是有心理和社会需要的“社会人”，因此社会和心理因素对效率有更大影响；②企业存在“非正式组织”，通过不成文的规范影响和左右成员的感情和行为，“非正式组织”和“正式组织”相互依存，对效率提高有很大影响；③企业领导可以通过提高职工的满意度来提高士气，从而达到提高效率的目的。霍桑试验重视管理活动中人的心理因素，奠定了行为科学的理论基础。

行为科学学说 主要包括马斯洛的“需求层次理论”，赫兹伯格的“双因素理论”，麦格雷戈的“X理论-Y理论”，威廉·大内的“Z理论”，等等。马斯洛在1943年出版的《人类激励理论》一书中指出，人类有一系列需求，按照优先次序由低到高依次为生理的需求、安全的需求、社交的需求、尊重的需求和自我实现的需求，人的行为受到需求欲望的影响和驱动，企业管理者要根据管理对象的需求层次采取相应的管理措施。赫兹伯格1959年提出的“双因素理论”把影响职工行为的因素总结为“激励因素”和“保健因素”两大类。麦格雷戈把传统的管理理论称为“X理论”，对人性的假设包括人天生懒惰，缺乏进取心，不愿负责任，以自我为中心，漠视组织的需要等。他提出的“Y理论”对人性的假设与“X理论”相反，人并非天生懒惰，要求工作是人的本能，在适当的条件下人们愿意而且能够承担责任，人追求满足欲望的需要与组织需要没有矛盾，只要管理适当，个人目标和组织目标可以统一起来。以“Y理论”为指导的管理观点是企业要通过综合运用人、财、物来实现企业目标，人的行为管理在于安排有吸引力的工作，使个人目标与组织目标尽可能一致，重视人的自身特征和需求，鼓励人们参与目标制定和管理过程等等。威廉·大内在1981年出版了《Z理论》，综合了“X理论”和“Y理论”，比较并综合了日美企业管理的特点和优点，认为企业管理者与员工的利益是一致的，两者的积极性可以融为一体。

3. 第三阶段：现代管理理论丛林阶段

第二次世界大战以后，管理学呈现出“百花齐放、百家争鸣”的局面，管理学发展到