

企业经济学

〔美〕亚瑟·A·汤普森 著

杨君昌 杨 良

周 邠 曹立瀛

**ECONOMICS OF THE FIRM
THEORY AND PRACTICE
THIRD EDITION
ARTHUR A. THOMPSON**

责任编辑 倪为国

企 业 经 济 学

〔美〕亚瑟·A·汤普森 著

杨君昌 杨 良 译

周 邵 曹立瀛 校

上海人民出版社出版、发行

（上海绍兴路54号）

新华书店上海发行所经销 常熟市新华印刷厂印刷

开本 850×1156 1/32 印张 23 插页 2 字数 549,000

1990年9月第1版 1990年9月第1次印刷

印数 1-2,000

ISBN 7-208-00081-6/F·24

定价 12.10 元

译者的话

本书是我在比利时鲁汶大学攻读企业管理硕士时学习的一本经济学著作，许多国家的大学都用它作为企业管理课程的教科书，几经出版，颇受好评。它对西方微观经济理论应用于企业经营管理问题作了较为全面的综合和论述，可以说介乎于微观经济学与管理经济学之间，可供我国财经理论工作者和经济类大专院校师生参考，也适宜于我国工商企业的厂长、经理和管理人员阅读。

本书主要内容包括消费者行为理论、商品需求理论、弹性理论、生产成本函数理论、企业目标模式、竞争的多种模式、定价原理和方法、不同市场格局的效益比较、资源投入最佳配置和利用，以及生产者、消费者与整个经济的平衡等。

除理论阐述之外，这本书还提供了三十个应用案例。实例介绍使理论与实践建立了桥梁，不仅有利于读者对企业经营管理理论的理解，而且有助于对现实问题的思考。此书与其他西方经济学著作一样，许多地方采用了数理分析方法，但内容並不深奥，读者只要具备一些微积分的基础知识就能看懂，缺乏数学知识的人，可以跳过某些数学公式的推导介绍而把握全书的主要内容。本人也是通过通读本书开始系统学习西方经济学的。我在编撰《看不见的

手——微观经济学》一书(由四川人民出版社出版)时,曾参考了本书的一部分内容。现将该书全部译出出版,以飨读者。我相信,学习这本书的内容,读者可以较系统、较全面地了解西方企业管理的基本指导思想和经营决策依据。当然,由于社会制度不同,书中有的内容不尽适合我国的情况,但有分析地看待资本主义经济理论的具体模式和分析方法,不仅对于我们开阔视野,活跃思想,深入进行经济体制改革是有益的;而且对于我们运用马克思主义观点进一步发展我国企业管理的理论和方法,以适应有计划的商品经济,也是很有价值的。

本书是按英文原版第三版翻译的。除三章(第九、十六、十八章)由杨良翻译外,本人翻译了其余十五章。初译之后,周邻教授校了第一章至第三章和第十三章至第十八章(共九章),曹立瀛教授校了第四章至第八章(共五章),本人对第九章至第十二章(共四章)作了复校。特别值得一提的是曹立瀛教授和周邻教授均年逾古稀,但对我们年青人十分关怀,在百忙中抽出时间,对拙稿逐句校译,悉心指导,纠正了不少误译和疏漏之处,在此深表敬意。

上海人民出版社欧阳仲华、黄明辉同志对本书的翻译和出版经常给予关心。责任编辑倪为国同志对译稿悉心审阅,倾注了大量的精力,纠正了许多错漏,使本书增色不少。我的家人和朋友们为誉清译稿作出了辛勤的努力。在此,我一并表示感谢。

值此译稿付印之际,我深感起初承担翻译任务时实有点自不量力,尽管几经努力,翻译水平有所提高,但可以肯定译文中仍有不足之处,这些当由译者自行负责,並期待着读者的匡正。

杨君昌

一九八六年十月

目 录

第一章 微观经济学导论：分析的范围和方法	(1)
第一节 什么是微观经济学?	(2)
第二节 经济分析的方法	(3)
第三节 理论构造和模式建立的过程	(4)
第四节 什么是理论?	(10)
第五节 假定的现实主义	(14)
应用摘要 过分简单化的术士：一则寓言	(17)
第六节 结论	(20)
 第二章 企业和市场在微观经济中的作用	(21)
第一节 企业如何符合微观经济学的描述	(22)
第二节 企业家的出现	(23)
第三节 现代企业的结构	(27)
第四节 企业和市场	(30)
应用摘要 为什么市场是一个冷酷无情的监工：一个卖者的看法	(36)
第五节 企业和它的经营策略	(37)
第六节 策略的相关性和重要性	(39)
应用摘要 通用电气公司放弃计算机业务的策略原因	(41)
第七节 企业概念的重新考虑	(44)

第三章 消费者需求的基础:基数效用模式	(46)
第一节 效用的概念	(48)
第二节 总效用函数	(50)
第三节 边际效用的概念	(53)
数学摘要1 确定边际效用递减点和饱和率:数学最大值和最小值概念的一种应用	(61)
数学摘要2 确定多种产品总效用函数的边际效用	(63)
第四节 市场上的消费者行为	(65)
数学摘要3 确定在收入制约条件下的多种产品最大效用的组合	(75)
第五节 市场上的消费者主权:是虚构,还是现实?.....	(77)
应用摘要 广告是怎么能影响消费者需求的?	(79)
第六节 综述与结论	(81)
第四章 消费者需求的基础:无差异曲线模式	(83)
第一节 无差异曲线的概念	(84)
第二节 无差异曲线的形状	(87)
第三节 典型无差异曲线的特征	(90)
第四节 边际替代率.....	(91)
数学摘要4 边际替代率、无差异曲线的凸性和递减边际效用	(94)
第五节 消费者的预算制约条件	(95)
第六节 满足最大化	(99)
第七节 收入变化对消费者购买的影响	(102)
第八节 价格变动对消费者购买的影响	(105)
第九节 收入和替代效应	(107)
第十节 市场需求曲线	(113)

应用摘要 哪个负担轻一些——是所得税,还是销售税?.....	(114)
第十一节 综述与结论	(116)
第五章 需求函数、销售收入函数和弹性	(119)
第一节 影响市场需求的变量	(119)
第二节 某些另外的需求决定因素	(122)
第三节 需求函数的概念	(124)
第四节 平均、总的和边际销售收入	(126)
第五节 需求弹性	(138)
应用摘要 什么时候是一个企业能确信为提高价格的 时机	(150)
数学摘要5 线性需求函数中间点的需求弹性	(153)
应用摘要 “无附加服务”(NO FRILLS)的飞机票价	(156)
应用摘要 汽油价格上涨是否使需求减少?	(161)
应用摘要 为什么有些买者比其他买者缺乏价格敏感性?	(165)
数学摘要6 需求的偏弹性:一种更为严格的需求弹性 概念	(172)
第六节 综述	(174)
第六章 企业和技术变革	(176)
第一节 生产的概念	(176)
第二节 生产活动:把投入转化为产出	(177)
第三节 生产活动的基本型式	(178)
第四节 生产函数	(181)
第五节 技术进展对生产函数的影响	(184)
第六节 技术变革对生产过程的影响	(185)
第七节 技术进步的特征	(188)
第八节 研究和开发支出与企业规模	(190)

应用摘要 通用汽车公司是怎样安排其研究和开发计划的?	(191)
第九节 革新的动力和压力	(195)
应用摘要 固体电路技术威胁着泰梅克斯 (TIMEX)	(197)
第十节 综述	(200)
第七章 生产分析和最佳投入组合	(202)
第一节 不变和可变投入	(202)
第二节 短期和长期	(203)
第三节 短期生产函数	(204)
数学摘要7 当生产函数是由若干可变投入构成时, 确定其边际产品	(213)
数学摘要8 一种投入的边际和平均产品之间的关系	(214)
第四节 生产的阶段	(222)
第五节 决定最佳投入比例	(228)
数学摘要9 确定最佳资源组合	(242)
第六节 规模收益	(250)
数学摘要10 从生产函数中确定规模收益	(258)
应用摘要 福特汽车公司的里弗路杰工厂: 一个规模递减收益的例子	(261)
第七节 综述与结论	(262)
第八章 成本函数和规模经济性	(264)
第一节 成本的概念	(264)
第二节 成本的多种含义	(266)
第三节 成本—产出关系	(270)
第四节 在短期中的成本—产出关系	(271)
应用摘要 使用边际成本概念发送电力	(297)

第五节 在现实世界中的短期函数:经验证据	(300)
第六节 在长期中的成本—产出关系	(303)
应用摘要 管道企业的规模经济	(315)
应用摘要 降低安群的高成本	(317)
第七节 综述与结论	(320)
第九章 企业与它的目标	(322)
第一节 含糊不清的利润定义	(323)
第二节 利润理论	(325)
第三节 利润的社会效益	(330)
第四节 企业的利润记录	(332)
第五节 企业追求利润最大化吗?	(333)
应用摘要 企业管理者是怎样规定“合理的”利润的?	(336)
第六节 非利润最大化的多种选择	(342)
应用摘要 国际商业机器公司(IBM)的利润策略	(354)
第七节 综述与结论	(358)
第十章 市场作用:完全竞争的模式	(360)
第一节 完全竞争的特征	(362)
第二节 在完全竞争的市场中一个企业的短期平衡 ...	(364)
第三节 完全竞争企业的短期供应曲线	(376)
第四节 完全竞争行业的短期供应曲线	(379)
第五节 在完全竞争市场中一个企业的长期平衡	(380)
应用摘要 农业市场:对完全竞争某些特点的介绍	(390)
第六节 完全竞争模式的含义和意义	(393)
第十一章 市场作用:垄断性竞争的模式	(396)
第一节 垄断性竞争市场的特征	(396)

第二节 垄断性竞争企业的价格和产出决策·····	(399)
第三节 产品变化决策·····	(413)
第四节 推销开支决策·····	(416)
数学摘要11 确定最大利润产出率和广告开支水平·····	(419)
应用摘要 医生行业:竞争越多越好的一个例子·····	(420)
第五节 垄断性竞争模式的小结·····	(422)
第六节 多数间竞争——实际情况·····	(423)
 第十二章 市场作用:寡头垄断的多种模式 ·····	 (430)
第一节 寡头垄断的特征·····	(432)
第二节 寡头垄断行为的多种模式·····	(434)
应用摘要 寡头垄断企业竞争和军事策略·····	(463)
应用摘要 公开宣布价格变动是否应该作为非法?·····	(469)
第三节 公司价格和产出决策的特征·····	(471)
数学摘要12 价格差别的数学·····	(487)
应用摘要 石油工业中的垂直结合·····	(496)
第四节 综述与结论·····	(499)
 第十三章 市场作用:垄断的情况 ·····	 (501)
第一节 垄断企业价格和产出的决策·····	(502)
应用摘要 商标和牌子的垄断力量:制药工业的例子·····	(506)
第二节 长期调整·····	(508)
第三节 关于垄断行为的流行神话·····	(508)
第四节 垄断企业市场力量的限制·····	(509)
第五节 双边垄断·····	(511)
应用摘要 政府调节:总统经济事务顾问委员会的意见·····	(514)
第六节 调节垄断·····	(516)

应用摘要 卡车运输业: 调节已经导致价格上涨	(521)
第七节 综述与结论	(523)
第十四章 竞争强度的分析	(525)
第一节 竞争策略的各个方面	(525)
应用摘要 一个竞争策略的典型例子: 可口可乐与百事 可乐	(532)
第二节 其他重要的竞争力量	(534)
第三节 竞争力量的集合图景	(541)
第四节 影响竞争强度的诸因素	(542)
第五节 综述与结论	(546)
第十五章 企业定价的做法和多种目标模式	(548)
第一节 企业定价的做法	(548)
应用摘要 通用汽车公司的定价策略	(560)
第二节 企业行为的多种目标模式	(562)
应用摘要 经验曲线: 寻求较高销售、利润和市场份额的 途径	(577)
第三节 综述与结论	(581)
第十六章 竞争和市场表现的评价	(582)
第一节 评价企业行为的标准	(584)
第二节 竞争的多种尺度	(585)
第三节 竞争行为对照: 多数企业的竞争对少数企业 的竞争	(586)
应用摘要 广告: 它的影响和经济意义	(610)
第四节 垄断权力的结果	(613)

第五节 综述与结论	(622)
第十七章 资源投入的定价和使用	(627)
第一节 一些基本的考虑	(628)
第二节 一个在完全竞争的产品和资源市场条件下 经营的企业资源投入决策	(629)
数学摘要13 在完全竞争的产品和资源市场条件下决定 利润最大化的投入率	(637)
第三节 一个在不完全竞争的产品市场和完全竞争的资 源市场的条件下经营的企业资源投入决策	(653)
第四节 一个在不完全竞争的产品和资源市场的 条件下经营的企业资源投入决策	(660)
第五节 对投入定价和使用的边际生产力方法的一种 评价	(670)
第六节 最低工资法律对于劳动市场的影响	(671)
应用摘要 最低工资是怎样破坏就业的?	(673)
第七节 工会的一些经济影响	(679)
应用摘要 失业补偿救济金是否减少了劳动的供应?	(686)
第八节 综述与结论	(687)
第十八章 平衡:消费者、企业、经济	(688)
第一节 全面经济的静态平衡	(689)
第二节 动态增长平衡	(701)
第三节 综述与结论	(708)
附录一 符号说明	(710)
附录二 译名中英对照	(712)

第一章 微观经济学导论： 分析的范围和方法

G·肖伯纳是公认为善于观察的,他认为,任何一个讲话不结巴,能鹦鹉学舌的聪明人,都能学习经济学,只要教会他说“需求”和“供应”就行了。这一语道破了经济学最关重要的真实:社会的物质欲望总量远远超过满足这些欲望的合用的经济资源。的确,经济分析围绕着一个基本经济问题,就是在供应商品和服务方面怎样最好地使用稀缺的经济资源(土地、劳动、资本商品、管理人才),以达到最大限度地满足社会的无限需要的目的。

但是,在揭示社会如何能尽其经济上最大的努力以做好其所应做的种种经济工作的详情细节上,情况就显得颇为模糊和复杂了。举例来说,有无数的个人和家庭要决定怎样将其有限的收入安排于食品、衣服、住房、医疗、运输和其他商品和服务。也有无数的工商企业要作出决策,用多少时间、财力和人力,以致力于生产经营、新产品研究和开发,投资于更清洁和更便宜的生产技术,促进销售、探求新的市场机会、改进它们的市场地位,等等。有成千上万个政府机构和非营利组织从事于供应人们所需要的,并且能给他们带来好处的公共商品和服务。所有这些,都是以这种或那

种方式汲取社会可用的资源储备。

再者,每一个个人、家庭、企业,或者公共机构的活动大多是独立自主、互不相涉,并且都各有其不同的价值标准、偏好和优先考虑的。一个城市家庭的生活方式和消费格局总是不同于乡村的家庭。一个食品加工企业的业务和产品市场的情况显然不同于一个公用电力企业的情况。纽约州政府面临的经济问题不同于得克萨斯州,而且很可能采取不同的经济政策来解决这些问题。总之,每个经济单位都是或多或少根据不同的情况、偏好、价值标准和目标,作出其自身的经济决策。在实际进程中,既没有一个为之指导的宏伟经济计划可资借鉴,甚至不存在这样一个全面的计划。其结果成了一个千丝万缕的经济行动和型式的网状系统,它需要经过系统的分析,方能得到透彻的理解。

第一节 什么是微观经济学?

研究经济学有两个基本不同的标准。微观经济学是论述具体的经济单位——个人、家庭、企业和产业的经济行为和经济活动的。微观经济学集中研究的是这样一类经济变量,诸如特定企业和产业的价格和产出,消费者个人和家庭的开支,工资率,竞争和市场。焦点是树木,不是森林。而宏观经济学关注的中心问题是整个经济和组成整个经济的主要经济部门。宏观经济分析倾向于把所有家庭,所有企业,所有州、地方和联邦机构看作是一个单位(即相应的家庭部门,企业部门,政府部门),力图得到一个关于整个经济的结构和运转的总体看法。宏观经济的一些基本变量包括产出总量、就业总数、收入总量、支出总量和全面的价格水平。

在本书中,我们差不多专门集中于微观经济学,或者如有时称

之为“企业理论”。我们的议程包括很广：对于一个企业产品的需求将增强还是减弱，是受什么决定的？消费者对于价格上升及其可支配收入的增加大概会作出怎样的反应？企业怎样能够辨别其资源投入的使用是否有效率？什么是规模经济及其造成的原因？是不是达到了产出能力水平，单位成本就最低？什么是市场，它是怎样发挥作用的？各种市场彼此间是怎样区别的？竞争的意义是什么，它又怎样区别于垄断？大型公司是否就是垄断？在竞争的企业经济中，利润为什么重要？企业是否追求最大的利润？企业怎样决定其产品的价格？什么东西决定着人们劳动服务应该得到的工资？是工会使得工资高于不受工会影响的工资吗？较高的最低工资会造成失业吗？这些都是与微观经济学论点有关的问题，并几乎都以这样或那样的方式影响着每一个人。这里提出这些问题，不仅说明微观经济学是怎么回事，而且表明它与实际经济活动互相关联。

第二节 经济分析的方法

经济学家了解每天大量经济事件的方法，包括构造经济理论和建立以经验为根据的经济模式。的确，经济学家们足以在其“科学的”经济分析方法中充满了自豪，他们确信，如果要在理解经济变量的复杂工作和发展选择的经济政策方面取得进展，一种着重理论的建立模式的方法是必不可少的。作为我们开始研究微观经济学的序曲，让我们对于什么是模式和理论以及它们怎样适应分析的情况，作一简略的观察。

第三节 理论构造和模式建立的过程

虽然不存在刻板的经济分析方法,但是经济学家们(按照其他科学家的传统)在构造理论和建立模式中却遵循着一种约定俗成的程序。研究的方法是由五个不同阶段组成的:

- 1.规定问题的范围或者将要调查的确实现象。
- 2.制定一种关于相关变量之间关系的假设。
- 3.从假设中演绎出可以检验的结果和(或)预言。
- 4.参照经验数据,检验结论的适合性和(或)预言的准确性。
- 5.根据整理过的检验,接受或者修正理论或模式。

规定问题

规定问题包括分离出分析家感兴趣的确实的经济现象,和决定将要探索的特定问题。通常,调查研究是面向构成经济现象行为基础的一些原因,它们出现的所在环境和可能产生的影响。分析家也可能关心一批特定经济变量是怎样与宽广的经济知识主体结合成为一体的。

制定假设

下一阶段包括寻求所调查的经济现象中的规则性和秩序。当然,这是假定某种经济次序在事实上是存在的,经济事件是可以根据有规则的和可预见的行为的程度来排列的。这样一种假定是完全有理由的。知识的体系依赖于一种普遍秩序的概念,而且实际

上,科学工作就是区分同一行为的类别,然后又把它们互相联系起来的工作。即使在瞬息多变的时期,依然存在着某种程度的普遍秩序,这种秩序是可以与可辨认的变化趋势结合起来加以分类和分析的。

所以,一旦确定了研究的集中点,接着的工作就是发现哪些变量重要,哪些不重要,认识一些关键的变量是怎样相互联系的,并确认其因果关系——从而使分析家了解说明和预言将发生什么情况及其发生的原因。在这样的探索过程中,许多经济偶发事件和事实细节被弃置了,并且是应该被弃置的,因为它们和手边的问题没有什么重要的关系。但是,即使在相关的东西已经从不相关的东西中筛选出来之后,大量复杂的经济关系仍然使得不能马上动手探究所有相互关联的事件。于是,要把调查研究引向到易于处理的程度,就有赖于抽象和概括过程。

抽象包括筛选即提取、选择和限制所考虑的变量和信息,并尽力把不然会过于累赘的因素与细节压缩成能够处理和理解的精简材料。举例来说,抽象可以包括通过单独集中于一个易于处理的,但有代表性的分组或者符合要求的选样来简化研究工作。或者,它可以意味着作出某种简化的假定,详细说明分析家愿意集中研究的经济环境的基本特征,或者表示所调查的经济单位的基本行为特性。因此,许多企业行为的经济模式,是以企业行为好象就是追求最大利润的假定为根据的,其理论基础是:在所有各种推动企业决策的因素中,利润极大化可能是压倒一切的或者决定性的考虑。还有,通常在详细说明经济变量之间的关系时,习惯上假定所有其他相关的因素保持不变,以使这些因素可能有任何影响的话,也不会妨碍对首要的变量和关系的研究。

假定不必与现实完全相吻合。它们只要能合理地代表现实世界的情况就足够了。抽象的艺术之一就是运用假定,它们是:(1)