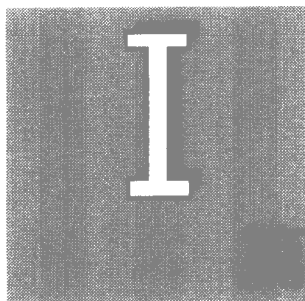
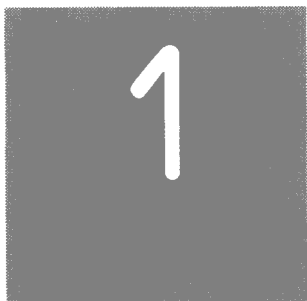




导言

- 绪论
- 基本训练



绪论

- 前言
- 经济活动的循环流动
- 企业的性质
- 经济利润的概念
- 市场体系中的利润
- 经济学与决策
- 本章提要
- 讨论与练习
- 附录 现值分析



前言

在多数场合，经济学可以分为两大类：微观经济学和宏观经济学。宏观经济学研究经济体系的总体。它是对总产量、总就业、消费者价格指数、失业率和进出口的变化进行分析的技术。它要回答的是：投资、政府开支、税收政策、产量、就业水平和价格水平的变化可能带来什么影响。它考虑的只是这些变量的总水平，但在这些总数据的背后，隐匿着千万家企业产量的变化、无数消费者消费决策的变化，以及每一种特定物品和服务价格的变化等。

尽管宏观经济学的问题和政策在报纸和电视上常受人们的关注，但是微观的经济问题也是重要的。因为在经理们所面临的日常问题中，更多的是这类问题。微观经济学研究经济中单个行为主体的行为：企业、个人及其在市场中的相互作用。

管理经济学可以认为是一门应用微观经济学。也就是说，管理经济学是微观经济学中经理们最感兴趣的和对他们来说最重要的部分的应用。属于这类专题的有：需求、生产、成本、定价、市场结构和政府管制等。精通和掌握这些原理（它们决定着企业和个人的经济行为）乃是一种重要的管理才能

一般来说，管理经济学对于目标—导向型的经理来说，可以用于两个方面：第一，如果现有经济环境给定，管理经济学原理能为评价资源在企业内部的有效配置提供分析框架。例如，经济学能帮助经理确定，把雇员从市场营销部门调到生产线上，能否为企业增加利润。第二，这些原理能帮助经理们对各种经济信号做出反应。例如，假如已知产品价格上涨，或发展了一种新的低成本的生产技术，在管理上的恰当反应就应是增加产量。又例如，假如一种投入要素，比如说，人工的价格上涨了，就可能是用其他投入要素，诸如资本，在生产过程中替代人工的信号。

在以后各章中，我们将通过对经理决策时所用的分析框架的详尽讨论，使经济学这一工具能够用来提高决策水平。因此，可以这样说，懂得管理经济学原理的应用，就能使企业和经理的价值都得到提高。

为了后面更好地展开对管理经济学技能的讨论，在这一章中我们将：首先，概要地介绍在市场经济中消费者、企业和资源所有者之间的相互关系其次，探讨企业的性质、目标和利润作为企业对消费者需求做出反应的一种激励因素的重大意义。第三，讨论经济学在决策中的作用。



经济活动的循环流动

个人和企业是市场经济的基本参与者。个人拥有或控制对企业有用的资源，因为后者是生产过程所必需的投入。这些资源一般可分为劳动力、资本和自然资源。当然，每种资源又可分为许多种类和等级。劳动力的类别可以多到

从清道夫到外科医生。资本物品的范围则可以从扫帚到电子计算机。大多数人都拥有可供出售的劳动力资源，许多人拥有资本或自然资源，企业通过租、借或购买它们，把它们作为投入用于生产过程。个人通过出售这些资源而得到的钱称为生产要素支付。对个人来说，这笔收入就可用来满足对物品和服务的消费需求。

个人和企业之间的相互作用发生在两个不同的领域：首先，有一个产品市场，产品和服务就在这里买卖。其次，有一个生产要素市场，劳动力、资本和自然资源就在这里进行交易。这些关系见图 1—1，它说明市场经济中收入、产出、资源和生产要素支付的循环流动。

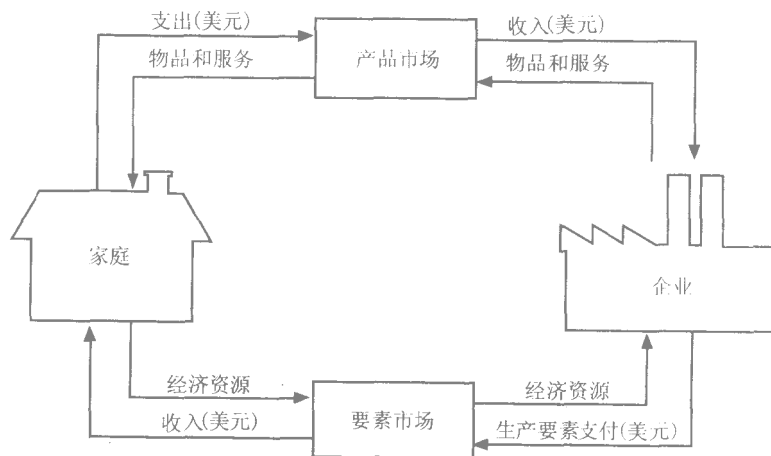


图 1—1 收入、产出、资源和生产要素支付的循环流动

在图 1—1 顶部的产品市场中，个人为了满足其消费需要而对物品和服务提出需求。^[1]他们通过在产品市场中为这些物品和服务出价，而让这些需求为人所知。企业为了追求利润，对这些需求做出反应，即向市场供应这些物品和服务。企业的生产技术和要素的价格决定供给的条件，而消费者的选择和收入（即支付能力）则决定需求条件。供给和需求的相互作用决定出售的价格和数量。在产品市场里，购买力（通常以货币形式表现）从消费者流向企业同时，物品和服务按相反方向流动——从企业流向消费者。

在图 1—1 的底部显示生产要素市场，这里流动的方向和产品市场恰好相反。个人是要素市场的供给者。他们向企业提供人工服务、资本和自然资源，以便企业用来生产物品和提供服务。企业通过在市场上出价来表明自己迫切需要这些投入要素的程度。货币的流动是从企业到个人，而生产要素则从个人流向企业。生产要素的价格就是在这个市场里确定的。

价格和利润被用来作为在要素市场中调节货币和资源流动，和在产品市场中调节货币和物品流动的信号。例如，80 年代微机行业较高的价格和利润，就是告诉生产者要增加生产，以更多的产品供应产品市场。为了增产微机，就需要有更多的劳动力和资本。为此，企业就提高要素市场中这些资源的价格，即向资源拥有者发出信号，让他们知道现在已有可能获得更多的利润。这样，资源就会从其他行业转移过来，从而导致微机工业的迅速发展。90 年代初期，

这一市场的竞争更为激烈，价格大幅度下跌。尽管总销售量增加了，但每台计算机的利润却减少了，有的企业只好力求把总利润维持在一个可以接受的水平上。消费者因得到质量越来越好、价格越来越低的计算机而大大得益。

在这样循环流动的市场经济里，个人和企业高度相互依赖，每个参与者都需要别人。例如，在市场上，一个人的劳动不会有价值，除非有企业愿意雇用他；同样，企业没有理由生产，除非有的消费者想购买它的产品。结果是，所有的参与者都有一种动力去满足别人的需要。他们都能自愿参与，因为他们都能从参与中得到某些东西。企业能得到利润；个人的消费需求能得到满足；资源所有者能得到工资、租金和利息。如果个人在这些市场里未能通过买卖而得益，就是不需要他去这样做。这样，人们就能保证：通过在这些要素和产品市场中的自愿交易，任何个人的情况都不会变得更坏。实际上，这就是市场经济的实质所在。

企业的性质

为了获得利润，企业把生产要素组织起来，以生产物品和提供服务，来满足个人消费者和其他企业的需要。企业的概念在管理经济学的理论和实践中起着中心作用。这本教材的相当部分内容就是围绕着企业的生产、成本和组织来展开的。它们构成经济学中人们所称的企业（厂商）理论的基础。了解企业为什么要存在、它在国民经济中所起的特定作用以及它的目标，就是为更好地学习这一理论提供背景知识。

企业存在的理由^[2]

在自由市场经济中，把生产者（企业）和消费者组织起来，并使它们相互发生作用的工作是由价格体系来完成的。这里不需要来自政府的任何中央指令或中央控制和计划。然而，在企业内部，把生产要素组织起来的工作一般是由一个或几个经理所代表的中央控制来完成的。例如，工人在工作期间几乎必须完全服从管理当局。因此，在市场经济中，生产的组织存在着两种明显不同的情况。价格体系指导着消费者与企业之间的联系，而中央计划和控制则指导着企业内部的组织工作。这就产生下面的问题：为什么价格信号不能完全用来指导所有生产体系呢？也就是说，为什么在市场经济中还要有企业存在呢？

从本质上看，企业作为一个组织之所以存在是因为它生产产品的总成本，要比如果企业不存在所生产产品的成本低。成本低的原因是指：

第一，通过价格体系来组织生产是需要支付费用的。例如，在生产过程的每一阶段，为获得价格信息、讨价还价进行谈判和签订合约所发生的成本往往是很高的。而在企业里，则可以根据协议长期雇佣工人，这种协议只要规定对工人的工作要求和向他支付的每天或每小时的工资率就可以了。也就是说，一个总的合约，就可以覆盖业主和工人之间通常发生的大量交易。不需要为工人每分派一次新任务，双方就签订一次新合约。由此引起的交易成本的节约使双

方都受益，所以工人和管理当局双方都自愿寻求这样的安排。

第二，政府对市场的有些干预，只适用于企业之间的交易，而不适用于企业内部。例如，营业税通常只适用于企业之间的交易。在美国有的州，一家建筑公司如果要从独立的橱柜制作者那里购买一个橱柜，就必须交纳营业税。但如果该公司雇用这个工人，这笔税就可以免去。这样，生产成本就可以降低。所以，本来会受政府干预的企业，如果把有些交易内部化，就有可能降低成本。不过，这只是第二位的原因，即使没有政府干预，企业也会存在，但这个原因可能会使企业数目增多、规模变得更大。

既然在企业内部把生产要素组织起来能降低生产成本，那么，为什么不把企业的规模无限扩大，比如，建立一个诸如像通用汽车公司那样的大企业，甚至生产整个国民经济所需要的产品和服务呢？这里至少有两个原因：第一个原因是：随着企业规模越来越大，在企业内部组织交易活动的成本也会随之上升。所以，当企业的规模增加到某一点，这时企业内部的交易成本与市场上的交易成本相等时，企业规模的扩大就会停止。例如，世界上所有汽车制造商都从专门生产橡胶制品的公司那里购买轮胎。可以肯定，福特和通用汽车公司一定都考虑过是否要自己设厂生产轮胎。可以想象，经营一种自己所不熟悉的产品和管理甚至更大、更复杂的企业所要花费的成本，一定会高于继续从别的公司购买轮胎的成本。

另一个例子是法律服务。通常，律师代理业务并不是生产过程不可分割的部分，它只是有时候需要。如果许多公司都聘请专职律师，而实际上他们并不经常需要，就会使成本提高。所以，企业与其聘请专职律师，不如跟某些律师签约，在需要的时候再找他们。这样安排，对多数企业来说，成本就较低。当然，有些大企业，由于经常需要法律服务，就可以有自己专门从事法律事务的职员。

限制企业规模的第二个因素是：企业家的组织才能总是有限的。如果企业的规模超过了经理人员管理企业的能力，企业内部的资源就不可能得到有效配置。为了克服这一问题，许多大公司就设有分公司，即所谓的“利润中心”。每个分公司谋求本分公司的利润最大。这样，一家大公司下面就有许多独立的较小的分公司，经理人员管理能力有限的问题，至少可以部分得到解决。

上面关于企业规模是有限度的两个原因，归根到底，是由经济学家所谓的“管理回报递减”原理决定的。换句话说，由于经理人员的管理能力是有限的，所以，随着企业规模的不断扩大，单位产量的生产成本就会提高。

正因为这样，许多大企业认识到企业规模过大的危害，就在企业中实行分权，建立许多独立经营的分公司或利润中心。

关键概念

- 在市场经济中，个人和企业之间的相互作用可以用通过产品和要素市场的货币、物品、服务和资源的循环流动来说明。
- 企业之所以存在是因为，与企业不存在相比较，它的生产成本较低，劳动力和资本的所有者得到的回报较高。
- 企业规模是有限度的，这是因为随着企业规模扩大，企业内部的交易成本就会提高，还因为人的管理能力是有限的。

□ 企业的目标

本书是从有效管理企业的角度来研究微观经济学的。为了实现企业的有效或最优决策，就必须确定企业的目标。就是说，对管理决策的评价，只能根据企业所要达到的目标来进行。从传统上说，经济学家假定企业的目标是利润最大化，即经理们做决策始终是为了实现利润最大化。但是哪个时期的利润？今年的？还是以后 5 年的？人们注意到，有的经理做决策，是为了增加将来的利润，宁可减少当前的利润。研究和开发费用、新设备投资和重大的市场营销项目，就是几个会减少当前利润，然而却能大大增加以后几年利润的活动的例子。^[3]

由于当前的和将来的利润都是重要的，所以，人们假定企业的目标应当是谋求未来全部利润的现值（贴现值）最大。^[4]用方程表示，企业的目标函数应为：

求最大：

$$PV(\pi) = \frac{\pi_1}{1+r} + \frac{\pi_2}{(1+r)^2} + \cdots + \frac{\pi_n}{(1+r)^n} \quad (1-1)$$

这里， π_t 是指第 t 期的利润， r 是指适当的贴现率，它用来把将来的利润折算成现值。用希腊字母 Σ 说明把方程右侧各项加在一起。这样，目标函数可写成：

$$\text{求最大：} PV(\pi) = \sum_{t=1}^n \frac{\pi_t}{(1+r)^t}$$

未来全部利润的现值也可以解释为企业的价值。它是指，如果有人要购买这家企业，他愿意为此支付的价格。因此，谋求将来全部利润的贴现值最大，也就是谋求企业的价值最大。在本书以后各章中，利润最大化和价值最大化这两个术语是可互换的。

□ 最大化和满意化

这个假定的企业目标是否合乎现实？人们是有争议的。有的经济学家认为，在现实生活中，经理的行为不一定总符合利润最大化目标。有时其他目标至少也看作与利润最大化同样重要。其他目标有：总收入最大、经理任期最长和部门预算最多、经理薪水最多、满意的利润水平和经理个人的效用函数最大，以及在保证获得满意利润的条件下，市场份额最大等。事实上，已经有专门的著作^[5]来论证“满意化”而不是“最大化”的管理目标。

有人对利润最大化的假设提出批评，认为它是不现实的。因为经理们对他们可能采取的策略，会带来什么样后果的信息是不完全和不确定的，而他们却必须在这种信息不完全和不确定的环境中做决策。所以实际上，他们并不能真正谋求利润最大化。经济学家弗列兹·麦契路普（Fritz Machlup）把管理企业与驾驶汽车相比较来回答这一批评。在双车道的公路上，当要决定是否要超车时，司机必须考虑各种条件，其中包括：他自己车的车速、被超车的车速、对面来车的车速、道路状况、前面是否有拐弯或交叉路口以及路面的照明条件等。显然，如果在超车前要对这些情况作全面分析，就可能要使用计算机和花

费好几个工作日。

然而，一般的司机都是凭感觉，仅在几秒钟内来评估这些条件并做出决策的。麦契路普认为，经理们为了谋求利润最大化，也只是凭感觉对各种条件做出反应。这些条件与超车时的情况一样，也是属于不完全的和不确定性的信息。因此尽管有可能出现新的信息会使利润增加，经理只能根据现在可得到的有限信息，谋求尽可能多的利润。

所以，尽管有些经理的会有其他目标，对利润最大化假设的批评，多数是不适当的。经济学的主要兴趣不是在于有些经理的决策实际是如何做出的，而是在于了解经理们决策的环境，尤其是要为他们根据环境的变化做出反应提供思维框架。

从这个意义上说，麦契路普认为，担心在实际生活中经理们实际会如何做，以及他们的目标实际是怎样的并没有必要。真正的问题在于：如果我们假定企业谋求利润最大，那么从目标函数推导出来的经济学原理还能不能解释实际生活中的企业行为呢？回答是：能！如果假设的目标不完全符合实际，也没有关系。例如，假定有两家企业 A 和 B。除了 A 的经理每天工作 16 小时，每周工作 7 天；而 B 的经理每周只工作 4 天，并且每天在午餐后要打一會兒高尔夫球这一点区别外，两家企业完全相同。由于 A 经理勤于工作，企业 A 的利润可能会大于企业 B，但这不是问题所在。基本的问题在于：当经济条件变化时，两位经理是否会做出同样反应？如果他们的产品价格提高了，是不是双方都会增加产量以谋求利润最大？A 的经理可能会首先采取行动，因为他在工作岗位上时间最多，但两家企业做出的反应应当是相同的。

多数经济学家都同意这样的看法，管理经济学原理确实能帮助人们准确做出管理决策，而在这方面，利润最大化是一个有用的假设。事实上，还没有一种已经得到证明的一般理论，能够像利润最大化模型那样准确地预测企业的决策。因此，在这本书里，我们假定企业的目标是利润最大化，或者换一个说法，即企业价值的最大化。

□ 有约束条件下的决策

经济科学的精髓在于根据约束条件确定最优行为。正如刚才讨论过的，利润最大化要受经理只能得到有限信息的约束。一般来说，管理决策中的约束条件有：法律上的、道德上的、契约上的、财务上的和技术上的。法律上的约束条件包括：联邦和州的部署，以及所有公民（个人和公司）都必须服从的地方法律。经理们在法律上常会遇到问题的领域有：环境法，特别是与污染和废料处理有关的法律，和雇佣法，包括错误地中止雇佣合同和性骚扰等。道德上的约束条件适用于一些考虑不周的行为，这些行为虽然不是非法的，但不符合人们通常能接受的行为准则。契约上的约束条件会限制企业的行为例如，某建筑物事先已有一个长期租约；或企业已与代表工人的工会签有合约。

最后是财务和技术上的约束条件。财务上约束条件的例子是，当企业的一个部门的预算已经确定，指示经理在不超出这一预算的前提下，力争产量最大。技术上的约束条件就是确定特定设备或工人技术上允许的单位时间的产量极限。在下面各章中，我们将会看到，根据财务和技术上的约束条件来做最优

决策，是管理经济学基本内容的组成部分。

案例

亚当·斯密与看不见的手

人们把 18 世纪的哲学家亚当·斯密看作是现代经济学之父。他清楚地知道，仅有很少一点（如果有的话）外界管制的分权化的市场经济是怎样发挥作用的。特别是他看到，只要这种经济的每一个参与者都谋求自身利益的最大化，他们就能取得符合社会需要的结果。在他的著作《国富论》中，斯密写道：

我们期待得到晚餐，不是根据屠夫、酿酒商或面包师的仁慈，而是因为他们都关心自己的利益。我们要关注的不是他们的仁慈，而是他们对自己的爱；从来也不用向他们说我们需要什么，只要向他们说什么是他们的利益所在。

市场经济中的协调机制（价格体系）被亚当·斯密描述为一只“看不见的手”，它指导着每个人都能按照对社会有利的方式进行决策：

每个人都力求运用他的资本，生产出最大的价值。一般而言，他既不算促进公共利益，也不知道促进多少。他只考虑自己的安全、自己的所得。正是这样，他被一只看不见的手所引导，实现着他自己并不打算实现的目标。通过追求他自己的利益，他常常能够，与有意去促进相比，更加有效地促进社会的公益。

除了不受外界（政府）影响和控制的体系原理外，斯密关于“针”的大量生产带来高效率的例子，也加深了我们对市场经济中企业的作用和大量生产的优点的认识。

举一个制针行业的例子。工人是未经训练的，也不知道如何使用机械，他们即使十分勤劳，也很难一天做出 1 根针来，更不可能一天做 20 根了。但如果现在把这个制针的活计进行分工：一个人拔丝；另一个人拉直；第三个人切断；第四个人磨针尖；第五个人抛光；另外制作针头需要两到三个工序……这样，制针作业被分为 18 个不同的工序……我看到在一家小工厂里，只有 10 个工人，但按此方式生产，一天就可以做出 48 000 根针来。如果按人计算，相当于每人一天可以生产 4 800 根针。但如果他们各自独立制作，没有分工，也不经任何训练，肯定每天每人做不到 20 根，甚至连 1 根也做不出来。

早在 1776 年，亚当·斯密就已经看到了建立在每个参与者自我利益基础上的经济体系的优点，也看到为了实现低成本的大量生产，把工人和资本组织起来建立企业的优点。



关键概念

- 我们假定企业的目标是谋求未来所有利润的现值最大化。
- 管理决策要受法律、道德、契约、财务和技术上的条件的约束。
- 管理经济学原理使我们有可能在企业或其他组织中准确地做出决策。

经济利润的概念

企业的目标是利润最大化这一点确定之后，就要对利润（Profit）这一概念进行定义。利润在传统上的意思比较简单：利润可以定义为收入减去成本。但是对经济学家和对会计师来说，成本的定义有很大差别。假如有一个已经获得 MBA 学位的人，打算在一家零售商店投资 200 000 美元，并由自己来管理。会计师编制的预期的年度损益表如下：

销售收入（美元）		90 000
减 售出货物的成本(美元)		<u>40 000</u>
毛利		50 000
减 广告	10 000	
折旧	10 000	
水、电、煤气	3 000	
财产税	2 000	
杂费	5 000	30 000
净会计利润(美元)		20 000

这一会计利润（Accounting profit）就是发表在诸如《华尔街日报》上和每年度或每季度企业财务报表上的利润。要指出的是，也只是在这些场合，利润的这一概念才有意义，超出这些场合，使用这一概念有可能导致错误的决策。

经济学家还使用别的成本，被定义为内含成本（Implicit cost）。内含成本不反映企业的现金支出。它是由放弃机会引起的。这种成本不包括在会计报表里，但任何理性的决策工作都必须考虑它。在上例中，有两笔重要的内含成本。

第一笔，老板在企业中投资 200 000 美元。假如使用这笔钱的另一种最佳方法是把它存入银行，利率为 5%，那么这笔投资有可能每年回报 10 000 美元。这 10 000 美元就应当视作在零售商店投资 200 000 美元的内含成本或机会成本（Opportunity cost）。

第二笔内含成本是经理的时间和才能的支出。一个具有 MBA 学位的人的年薪一般为 40 000 美元。现在老板没有为别人工作，而是自己管理商店，这 40 000 美元就是他自己管理商店的内含成本。这样，为了计算经济利润，损益表就要作以下修改：

销售收入（美元）		90 000
减：出售货物的成本（美元）		<u>40 000</u>
毛利		50 000
减：外显成本（美元）		
广告	10 000	
折旧	10 000	
水电煤气	3 000	
财务税	2 000	

杂费	5 000	30 000
会计利润 (美元)		20 000
(考虑内含成本前的利润)		
减：内含成本 (美元)		
200 000 美元存入银行的回报	10 000	
放弃的薪水	40 000	50 000
净经济利润 (美元)		- 30 000

可见，从更广的视野看，这家商店第 1 年将亏损 30 000 美元。在把所有的“相关”成本都考虑进去之后，20 000 美元会计利润就消失了。显然，如果报告的财务信息是这样的话，是否要建这家商店的决策就会完全不同。还可以从另一角度来看这个问题，假定 200 000 美元是按 5% 的利率借来的，这位 MBA 毕业生是用每年 40 000 美元雇来经营这家商店的。在这种情况下，内含成本就变为外显成本 (Explicit profit)，会计利润就与经济利润 (Economic profit) 相同 (即 - 30 000 美元)，因为所有的相关成本都已经包括进去了。

多数决策者都懂这个概念。木匠作为一个独立的承包者 (而不是另一家企业的雇员)，懂得他的机会成本是木匠的市场工资率。当他哀叹“我在这一活计中亏了”，意思可能是他的会计利润为每天 100 美元，而如果他在别处为别人干活本来可以每天得到 150 美元。

这一点之所以重要，是因为如果我们使用的是经济利润概念，就会向管理人员提供完全不同的信号。有时经济上无利可图的经营活动在继续，就是因为不懂得或未能正确考虑内含成本。理性的决策要求考虑所有的相关成本，包括外显的和内含的。经济利润概念就是考虑了所有的成本，因而，它与一般使用的会计利润概念相比，对管理者来说，是一种更加有用的工具。在下面各章中，我们使用的利润都是经济利润，而成本则包括所有的相关成本，即既包括外显的，也包括内含的成本。

例题

机会成本

夏隆·斯密是一名整天很忙的家庭主妇，同时也是手艺很高的女裁缝。几年前，她以每码 5 美元的价格购买了一块布料。现在由于涨价，把这块布料卖回给商店的价格为每码 15 美元。夏隆打算用这块布料做衣服，卖给她的朋友和邻居。她估计每件衣服需用 4 码布料和 4 个工时，她估计每个工时的价值为 10 美元。如果每件衣服能卖 90 美元，问：夏隆通过制作和销售衣服能否赚得经济利润？

解：这个决策的关键是正确计算夏隆的时间价值 (每小时 10 美元) 和布料的真正的机会成本 (每码 15 美元，即她把它卖回给商店能收到的货币数)。每件衣服的利润可计算如下：

收入 (美元)	90
减：工时费	40
(4 个工时，每个工时按 10 美元计)	
材料费	60

(4码, 每码按 15 美元计)

经济利润 (美元) - 10

显然, 制作这种衣服是无利可图的。

如果夏隆不考虑时间的价值, 并使用历史价格 (每码 5 美元) 来计算布料的成本, 她就会有 70 美元的“利润”, 即:

收入 (美元)	90
减: 材料费	20
(4 码, 每码按 5 美元计)	
“利润”(美元)	70

在计算利润时, 不考虑夏隆的时间价值和布料的机会成本是不对的。因为她只要把两者出售, 就能比制作衣服赚更多的钱。

市场体系中的利润

除非有的人完全信奉利他主义, 向社会提供产品的人, 总是希望得到支付。每天, 许多人自愿为雇主工作, 是因为他们能得到工资。拥有土地和建筑物的人, 愿意别人使用他的资源, 是因为使用者会支付租金。资金的所有者愿意把资金借给别人, 是因为能得到利息作为回报。

每年, 在美国国民经济的总收入中, 工资约占 73%; 租金占 2%; 利息收入约占 10%。利润, 虽然只占国民收入的 15%, 在经济体系中起着两个重要作用: 第一, 利润对生产者来说, 是一种改变产量或进入 (退出) 一个行业的信号。第二, 利润是鼓励企业家把生产要素组织起来并承担风险的一种回报。

一个行业的高利润通常是一个信号, 说明购买者要求这个行业生产更多的产品。这些利润将激励企业生产更多的产品, 也激励新企业进入这个行业; 反之, 低利润也是一个信号, 说明消费者对产品的需求减少, 或生产方法效率不高。当产品需求减少时, 企业就减产, 资源就可转用于生产其他需求增加了的产品。如果低利润是由生产效率不高, 而不是需求不足引起的, 管理当局就要改进生产过程和降低成本。

多数经理和企业家的目标是利润, 这一点人们似乎都是清楚的。尽管有时候对利润的追求是贪婪的、甚至是完全违法的, 但它推动着市场经济的运行。对利润的追求不比对高工资的追求更为自私。利润是收入扣除了各种生产要素费用之后的剩余。出售劳动力的人希望在最终产品卖给消费者之前就得到支付。一般来说, 他们不愿分担风险。因此, 企业家不会把自己的时间和资源投入有风险的活动, 除非有希望赚钱。利润的一个功能就是对企业家因做出经营决策而承担风险进行回报。事实上所有这些决策都有亏损的可能。显然, 如果有机会亏损, 必须也要有机会获得利润, 不然, 人们就不会去承担这种风险。

有些企业似乎经常能赚得超出正常利润的利润。他们常在发展新产品、降低现有产品生产成本、或为顾客提供优质服务方面不断创新。虽然其他企业会跟着模仿, 但随着时间的推移, 创新的企业又会推出更新的产品和生产技术,

这样，它始终能保持超正常利润。这时，利润起着一种有用的社会功能：鼓励企业去发展新产品、降低生产成本和提供良好的服务。

在另一些情况下，企业获得超正常利润是由于它们在市场上有垄断力。即由于某些原因，其他企业无法提供和出售同样的产品或服务，这就使该企业有可能保持较高的价格和利润。例如，国际利索特公司（Resorts International Inc.）是第一家在新泽西州大西洋城在 1978 年被批准从事赌博的企业。在三年时间里，企业赚得大量利润。但一旦也允许其他企业经营时，竞争出现了，利索特公司的利润就下降了 50% 以上。另一个例子是博士伦公司（Bausch & Lomb）公司，它是一家精密镜片的制造商，经美国食品和药品管理局（FDA）批准，生产和销售隐形眼镜。头几年由于其他企业都没有获得 FDA 的允许，所以它曾经是一家垄断企业。在这期间，它的镜片价格很高，从而利润也很高。但一旦其他企业进入市场，它的价格和利润也就都下降了。

诸如上面例子中的超正常利润是对社会不利的。事实上，具有垄断性的企业，在降低价格和生产成本、发展新产品或为顾客提供优质服务方面，与竞争行业的企业相比，积极性要低得多。然而，在有些行业，其生产成本所以很低，就是因为在这个行业里只有一家企业。发电行业就是这样的例子。在美国的多数地区，政府允许一家电力企业在一个地区实行垄断，但政府要对其价格进行管制，以保证其合理的价格和公平的利润。这样做的好处是实现最低的生产成本（规模经济性），同时不让其因具有垄断性而攫取超正常利润。

有些对资本主义制度持批评态度的人认为，利润不过是资本家碰运气发的横财，因此，应当用征税的办法把它抽走，因为它是不应该得的。然而，即使利润是碰运气得到的横财，这一点也是正确的，自由企业制度没有利润就无法运行。就是说，如果不能以利润形式获得回报，谁也不会来参加这场“游戏”（在企业中投资）了。

在许多企业互相竞争的市场里，超正常利润是一种重要信号，但它不一定能保持很久。也就是说，现有企业会通过增加产量来对高利润作出反应，新的企业也会因此而进入市场，结果就会使产品的供给增加、价格下降，最后也使利润下降。所以，在竞争性市场里，（经济）利润是一种重要信号，但它多少具有短暂的性质。

案例

盖茨是怎样发家的

几年前，威廉·亨利·盖茨（William Henry Gates）的财产只不过几亿美元。可是到 1992 年，盖茨 36 岁时，他的财富估计已经增长到 63 亿美元，超过唐纳德·曲伦普和罗斯·皮洛特等人，被《福布斯》（Forbes）杂志列为美国最富有的人。自由企业制度是如何帮助他成为巨富的呢？

盖茨 1973 年毕业于西雅图的一所中学，之后进了哈佛。在那里，他得知微机还处于发展阶段。他就离开学校，全身心地投入到设计微机操作系统（用来协调硬件和软件的程序）的工作中去。这个系统称为 MS-DOS（微软磁盘操作系统），它是如此之好，以致 IBM 同意在他们生产的微机上采用。随着 IBM 建立工业标准，其他计算机制造商也很快采用了。今天，人们估计世界上所有微机的 80% 使用这一系统。盖茨的企业（微软公司）1992 年的

销售收入为 28 亿美元，净利润为 7.08 亿美元。企业规模在该行业中排第三位，仅次于 IBM 和休利特·帕卡特公司（Hewlett-Packard）。盖茨个人持有约 9 000 万股普通股，为该公司股份总数的 33%。

微软公司还生产文字处理和其他许多软件。盖茨最近的一个举措是向全世界的博物馆和图书馆购买成千件艺术和摄影作品的复制权，它们将用来作为他的交互式家庭娱乐系统计划的一个组成部分。

由于勤奋、有一个善于创造的头脑和愿意承担风险，盖茨向人们显示，市场是怎样向一名成功的企业家提供回报的。他能生产出消费者想要的东西，按消费者愿意支付的价格出售。结果是他和消费者的福利都得到了改善。这就是自由市场经济体系的实质所在。

经济学与决策

在管理决策工作中，是怎样应用微观经济学原理的？诺贝尔奖金获得者赫伯特·西蒙（Herbert Simon）认为决策工作主要由四部分组成：

1. 寻找决策的时机；
2. 确定可能的行动方案；
3. 评价每个方案的收入和成本；
4. 从中选择最能满足企业目标（企业价值最大）的方案作为最优方案。

所以，管理经济学的主要作用是对每个方案做出评价，并从中选择最优方案。

从这个意义上说，决策是最优化行为的需要。市场营销副总裁力求销售收入最大；生产经理力求成本最低或产量最大；分公司总裁的目标是使利润最大。正如上面讲过的，这些管理目标要受与该决策有关的其他参数的约束。例如，不生产产品也能使生产成本最低，但这不符合企业利润最大化的目标。生产经理的目标一般是在生产出一定数量产品的条件下，使成本最低。市场营销副总裁的目标是在给定广告预算的条件下使销售量最大。

有效的和理性的管理的实质在于有约束条件下的最优化。实际上所有的选择和决策都要受一定的限制，这正是管理经济学这一工具的用武之地。如果尽管有这些限制，经理们仍能把工作做好，作为回报，就可以得到高工资、购股选择权和其他福利。

管理经济学的最优化原理在国民经济的非营利部门也是重要的。例如，大学在遵守年度预算的条件下，力求教学和科研成果的价值最大。关于学费水平、教师与行政人员的比例和教室与实验室之间的平衡配置等的决策，都会从作为经济学基础的有约束条件下的最优化原理的应用中得到好处。

关键概念

- 经济利润是指收入减去所有的相关成本，包括外显的和内含的成本。

- 利润在市场经济中起着两种作用：（1）利润的变化是一种信号，告诉生产者要改变产量；（2）利润是对企业家承担风险以及在发展新产品和降低成本方面创新的回报。
- 企业能获得经济利润，是因为它们在市场上有垄断力。一般来说，这种利润对社会是不利的。
- 管理经济学在决策中的主要作用是，在约束条件的限制下，确定最优行动方案。

本章提要

管理经济学可以视为微观经济学某些部分的应用。这些部分包括：风险、需求、生产、成本、定价和市场结构等。了解这些原理有助于建立理性的决策思路，为经理人员的管理决策提供分析框架。

个人和企业在产品 and 要素的两个市场中相互作用。投入要素和产品的价格是这些市场决定的，并指导着所有市场参与者的决策。企业是个经济实体，它把生产要素组织起来，以生产产品和服务来满足消费者和其他企业的需求。在市场体系中，个人和企业之间的相互作用不受中央的控制，是产品和生产要素的价格指导着他们之间的关系。但在企业内部，活动是由经理来指挥的。在企业内部所以要实行中央控制是因为可以降低交易和信息成本。企业的规模是有限度的，因为企业内部的交易成本会随企业规模的扩大而上升，因为管理能力是有限的。

人们假定企业的目标是实现企业价值最大化，或未来所有利润的现值最大化。这里利润是指收入减去全部成本，包括外显的和内含的成本。机会成本，诸如业主和经理在他们的人工和资本上所放弃的报酬和利息，必须作为成本包括在内，不考虑这些内含成本就会导致资源配置的低效率。利润最大化目标要受法律上、道德上、契约上、财务上和技术上的约束条件的限制。有些经济学家认为企业的目标应是满意的利润，而不是最大的利润。

在自由市场体系中，利润起两大作用：第一，它为生产者增、减产量或进、出一个行业提供信号。第二，利润是对企业家的活动，包括承担风险和创新的一种回报。在一个竞争性的行业里，经济利润是短暂的。一家企业的高利润常常导致该行业其他企业增加产量，从而导致价格和利润的下降。具有垄断力的企业可能在一个较长时期里获取超正常利润，这种利润在国民经济中不起好作用。

经济学在经营管理中的主要作用是在约束条件的限制下做最优决策。一般来说，管理经济学帮助经理们保证资源在企业内部的有效配置，和企业对经济环境的变化做出适当的反应。

讨论与练习

□ 讨论题

1. 请解释企业和个人在产品市场和要素市场中，是怎样参加和相互作用的。
2. 请说明会计利润概念和经济利润概念之间的差别。为了使财务报表能用于管理决策，应当如何改变会计实务。
3. 请解释指导企业和个人之间相互关系的自由市场经济学原理为什么也有可能用来指导大型的、多工厂企业内部的定价和资源配置决策。
4. 为什么明确企业的管理目标很重要？如果经理人员的实际目标是市场份额最大化或薪水最大化，那么，对管理人员目标的假设：利润最大化还是否有用？
5. 请问下面每一家非营利机构的目标是什么？
 - (1) 一个主要州立大学的工商管理学院；
 - (2) 市警察局；
 - (3) 医院急救室；
 - (4) 博物馆。
6. 请解释在自由市场经济体系中利润的作用。它在国民收入中所占份额不大（约 15%），但为什么对资源配置起这样重要的作用。
7. 举例说明会使近几年利润减少的管理决策，却能增加企业的价值。请解释之。
8. 有人认为企业应当“对社会负责”（如减少污染、雇用更多少数民族职工、不与非友好国家进行贸易、按低价向低收入阶层出售产品等）。请评价竞争性市场环境对为社会负责的企业的的影响。在竞争性的市场里，如果竞争者不对社会负责，一家企业能否做到对社会负责？请解释之。你愿意把你的相当部分的资源投于对社会负责的企业中吗？
9. 弗里德曼认为模型的现实性并没有像它的预测能力那样重要。也就是说，一种经济行为的模型，即使看起来不太合乎实际，但如能很好进行预测，也要比一种模型似乎合乎实际却不能很好预测的强。你同意这种看法吗？为什么？
10. 在有些大企业里，分公司经理必须每月（有些情况下，次数更多）报告盈利情况。有些经理称，月月报喜的压力往往使他们为了增加短期利润而牺牲长期利润。请问一名经理有可能采取什么样的行动来增加短期利润，但导致未来全部利润现值的减少？

□ 练习题

1. 一个最近毕业的学工程的毕业生，拒绝了一份每年 30 000 美元薪水的