



商务部十二五规划教材

全国高等院校财经类专业统编教材

管理经济学

GUANLI JINGJIXUE

主 编 王 君 于善波



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

GUANLI JINGJIXUE

管 理 经 济 学

主 编 王 君 于善波
副主编 刘宇会 唐文萍

中国商务出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学 / 王君, 于善波主编. —北京: 中国
商务出版社, 2015. 7

商务部十二五规划教材 全国高等院校财经类专业统
编教材

ISBN 978-7-5103-1321-9

I. ①管… II. ①王… ②于… III. ①管理经济学—
高等学校—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 181373 号

商务部十二五规划教材
全国高等院校财经类专业统编教材

管理经济学

主 编 王 君 于善波

副主编 刘宇会 唐文萍

出 版: 中国商务出版社

发 行: 北京中商图出版物发行有限责任公司

社 址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮 编: 100710

电 话: 010-64515141 64515210 (编辑三室)

010-64266119 (发行部)

010-64263201 (零售、邮购)

网 址: <http://www.cctpress.com>

网 店: <http://cctpress.taobao.com>

邮 箱: cctpress@163.com

照 排: 北京科事洁技术开发有限公司

印 刷: 北京密兴印刷有限公司

开 本: 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张: 15.75 字 数: 293 千字

版 次: 2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-1321-9

定 价: 40.00 元

版权所有 侵权必究

盗版侵权举报电话: 010-64245984

如所购图书发现有印、装质量等问题, 请及时与本社出版部联系, 电话: 010-64248236

前言

“管理经济学”是经济学应用于微观组织管理而形成的一门学科，它研究如何配置资源以便最有效率地实现组织目标。管理经济学以经济学理论为基础，借助决策方法和数学工具，帮助管理者分析和制定能实现企业管理决策。本书深入浅出地对管理经济学的理论和方法进行了系统的讨论，并运用这些理论和方法分析了管理者所经常面对的各类管理决策问题，阐述了相应的决策思路和分析框架。本书可作为高等院校工商管理、公共管理、农林经济管理及其他相关专业本科学生、专科学生教材，也适合于相关专业的教师、企业经营管理人员、各级行政干部及相关领域研究人员作为参考之用。

我们编写这本教材的目的有两个：一是向读者介绍微观经济学的基本理论和方法；二是探讨怎样把这些理论和方法用于企业管理决策的实践。这两个目的是互相联系、相辅相成的。但管理经济学是一门应用经济学，我们更着重于突出它的应用性。在本书中，经济学理论的探讨力求从实际需要出发，少而精，重点放在市场机制运行的基本原理和在市场竞争条件下企业行为的一些基本规律上。运用经济学的理论，结合企业内外的具体环境探讨如何进行管理决策，是本书的中心。

本书在文字上力求深入浅出，清晰易懂。在数学上最高不超过初步微分，许多地方用的是简单的算术。在如何决策上，尽量做到理论上的探讨与实用的方法相结合。每章都增加了数量不等的案例，以帮助读者更具体地了解管理经济学的一些重要原理在现实生活中的表现和运用。这些案例大多是根据一些报章书刊上的有关资料整理、改写或节录的。在这里，谨向上述资料的作者表示深深的谢意。



本书共分为八章，第一章绪论，第二章市场供求机制分析，第三章生产与成本决策分析，第四章市场结构与企业经营决策分析，第五章企业竞争战略与管理决策，第六章企业定价与广告决策，第七章风险与投资决策分析，第八章政府管制与企业决策，其中，第一章、第三章由于善波编写，第四章由刘宇会编写，第五章由唐文萍编写，第二章、第六章、第七章和第八章由王君编写，最后由王君统稿。

编 者

2015 年 4 月

目 录

第一章 绪论	1
内容提要	1
关键词和术语	1
导入案例	1
第一节 管理经济学与基本经济理论	2
第二节 管理经济学的基本分析方法	5
第三节 管理者、企业与市场	8
第四节 管理经济学与企业管理决策	16
本章小结	18
案例讨论	19
第二章 市场供求机制分析	21
内容提要	21
关键词和术语	21
导入案例	21
第一节 市场供求规律	22
第二节 需求弹性分析	31
第三节 市场需求估计和需求预测	36
本章小结	49
案例讨论	50

第三章 生产与成本决策分析	51
内容提要	51
关键词和术语	51
导入案例	51
第一节 生产决策分析	52
第二节 成本决策分析	56
第三节 生产函数与成本函数	66
本章小结	74
案例讨论	74
第四章 市场结构与企业经营决策分析	76
内容提要	76
关键词和术语	76
导入案例	76
第一节 市场结构分析	77
第二节 完全竞争市场分析	82
第三节 完全垄断市场分析	88
第四节 垄断竞争市场分析	92
第五节 寡头垄断市场分析	94
本章小结	103
案例讨论	104
第五章 企业竞争战略与管理决策	106
内容提要	106
关键词和术语	106
导入案例	106
第一节 竞争环境与企业竞争战略理论	107
第二节 企业竞争战略的选择与实施	113
第三节 竞争优势的保持与管理决策	122

本章小结	130
案例讨论	130
第六章 企业定价与广告决策	134
内容提要	134
关键词和术语	134
导入案例	134
第一节 企业定价概述	135
第二节 企业常用的定价方法	140
第三节 企业常用的其他定价策略	146
第四节 企业广告决策	157
本章小结	162
案例讨论	162
第七章 风险与投资决策分析	163
内容提要	163
关键词和术语	163
导入案例	163
第一节 风险的度量	164
第二节 期望效用函数与风险偏好	178
第三节 企业投资概述	186
第四节 资金成本的计算	194
第五节 投资决策的评估方法	202
第六节 投资决策的风险防范	207
本章小结	210
案例讨论	210
第八章 政府管制与企业决策	211
内容提要	211

关键词和术语	211
导入案例	211
第一节 市场效率	212
第二节 市场失灵与政府管制	216
第三节 政府管制理论	224
第四节 政府管制与管制方式	229
本章小结	237
案例讨论	237
 主要参考文献	 239

第一章 绪 论

内容提要

管理经济学是应用经济学的分支。它以微观经济学为理论基础，运用一定的分析方法，将管理者、企业是市场紧密联系在一起，为管理者做出正确的企业决策奠定理论基础。

关键词和术语

管理经济学 机会成本 市场 企业管理决策

导入案例

【案例】企业面临的基本决策：当一家企业决定要生产某种新产品之前，面临的基本决策问题如下：

1. 生产出来的产品有没有市场需求？需求取决于哪些因素？
2. 如何生产？
3. 生产多少？
4. 价格定多少？

运用经济学原理和方法来思考上述问题就是管理经济学。

第一节 管理经济学与基本经济理论

管理经济学是应用经济学的一个分支，这些经营决策关注于既影响日常决策，也影响长期计划决策的经济力，是微观经济学在管理实践中的应用，是沟通经济学理论与企业管理决策的桥梁。

一、微观经济学、管理学与管理经济学

（一）微观经济学

微观经济学即在特定的假定之下如何有效地配置稀缺的资源，是研究个人选择的理论，即由某特定消费单位（如某个人）或某个生产单位（如某个工商企业）等所做出的决策。虽然宏观经济学的一些理论也是管理经济学所借鉴的内容，但管理经济学主要运用微观经济学的理论进行分析。管理者制定的决策通常涉及在组织内短期和长期配置资源的问题。在短期内，管理者感兴趣的是估计需求关系和成本关系，以便制定产品价格和生产数量的决策。研究需求理论、生产和成本理论的微观经济学对于制定上述决策显然是有用的。在长期中，必须制定有关增加或减少生产和分销设施，开发和营销新产品以及可能收购其他企业的决策。从根本上讲，这些决策都与规模的经济性（或不经济性）有关，一般都需要组织进行资本支出，也就是说，期望当期的支出能在未来产生收益。经济学家们已建立了一种资本理论，可用于决定是否进行具体的资本支出。

1. 经济学的基本命题

有效配置稀缺性的经济资源。管理经济学是经济学的一个分支。在学习管理经济学之前，我们必须先了解经济学的产生机制。经济学的基本命题是现实经济中产生的一对矛盾：经济资源的稀缺性与人类需求的无限性之间的矛盾。

在这个世界上，所有的经济资源都是有限的，而人们的生产和生活的需求则是无限的。任何社会或个人都无法得到所想要的一切东西。怎样使有限的经济资源最大限度地满足人们的生产和生活需求？这就是经济学这一门学科产生的前提。

也许有人会对“所有的经济资源都是有限的”这一说法提出质疑——空气、海水不就是大量存在的吗？回答这个问题，必须了解成为经济资源需要满足的三个条件：

2. 经济资源的三个条件

（1）经济资源是人类已经发现的资源。现在，人类已经探明的地球上的石油、煤炭、铁矿等资源的储量都是有限的。而且，这些资源都属于非再生资源。也许经过一

段时间，当我们耗尽了这些资源以后，人类的生产和生活需求就会遭遇到很大的难题。乐观的人认为，不必为这种问题担心，在今天的资源用完之前，人类完全有可能已经发现了新的替代资源。但是，经济工作必须立足于现实——人类将来的确可能发现新的资源来替代今天的石油、铁矿和煤炭，但这是未知的、不确定的。我们可以统计到经济资源目录里的是人类今天已经发现的资源，而那些没有被发现或将来可能被发现

的资源，都不能列入经济资源的目录。这是衡量是否属于经济资源的首要条件。

(2) 经济资源应具有使用价值，也就是“有用”。因为没有使用价值的物质，是没有经济性的，也就不能成为经济资源。

(3) 经济资源是有价值的。商品学告诉我们，物品的价值体现在其参与交换的过程中。而一种物品能够被交换的基本前提就是它的产权是明确的。空气、海水尽管是大量存在的，但是它们没有明确的归属，不能参与交换。也就是说，它们不具有价值，所以，不属于经济资源的范畴。

现在我们可以毫无疑问地说，凡是符合以上三个条件，能够被列入经济资源目录的所有的物质，都是有限的、稀缺的。这就证明了经济学的基本命题：经济资源的稀缺性与人类的需求的无限性之间的矛盾是存在的。



图 1-1 经济学的中心命题

【思考】

请你回答下列问题：

- (1) 你如何理解“经济资源的稀缺性”？
- (2) 尽可能列出你的企业在生产活动中应用到的经济资源。

(二) 管理学

管理是规划、组织、领导与控制组织成员的行为表现，善用各种组织资源，以达到组织预定目标的过程。管理是一种动态性交互作用的过程。管理者必须善用组织内所有资源。管理必须达到组织预定的目标。因此，管理主要研究决策活动的有效性——如何制定不同方案并选择其中最佳的一个方案以实现组织的目标。所谓决策，就是在许多可行方案中选择最佳方案。步骤包括：①确立目标：在进行决策时，首先

要明确我们要获得一个什么样的结果；②提出可选方案：达到一个目标，可以有多条途径，我们的任务就是尽可能提出所有可能的方案；③选出最优方案：这是关键的一步，我们要对所有的方案进行比较，选出最为可行的方案，使这个方案的实施最有可能达到以较小的投入获得最大产出的目的。

（三）管理经济学

管理经济学即如何把微观经济理论应用于企业以及各种非营利机构的管理决策实践的学科。管理经济学帮助决策者（经理人员）高效率地配置稀缺资源、规划公司战略和实施有效策略。

在解决“生产什么”“生产多少”和“怎样生产”三个问题时，管理经济学起到了什么样的作用呢？实际上，这三个问题的解决就是一个决策的过程（如图1-2所示）。

（1）决策。所谓决策，就是在许多可行方案中选择最佳方案。

①确立目标。在进行决策时，首先要明确我们要获得一个什么样的结果。

②提出可选方案。达到一个目标，可以有多条途径，我们的任务就是尽可能提出所有可能的方案。

③选出最优方案。这是关键的一步，我们要对所有的方案进行比较，选出最为可行的方案，使这个方案的实施最有可能达到以较小的投入获得最大产出的目的。

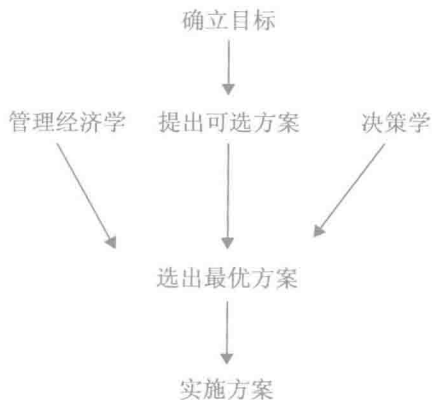


图1-2 决策过程

（2）管理经济学在决策过程中的作用。管理经济学研究如何对可供选择的方案进行分析比较，从中找出最有可能实现企业目标的方案。在这个决策过程中，管理经济学的作用就是提供了相关的分析工具和分析方法。

（3）管理经济学的性质。管理经济学是微观经济学与管理实践相结合的一门学科，服务于管理者的三个基本任务（如图1-3所示）的解决：

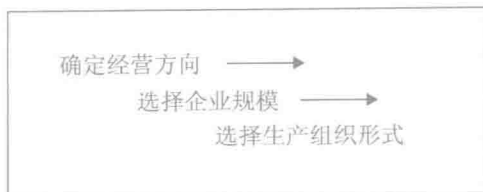


图 1-3 三个基本任务

【思考】

你的企业在面临困惑时，你如何去寻求科学（比如管理经济学）的支持？

二、基本经济理论

管理经济学为企业决策和管理提供分析工具和方法，其理论主要是围绕需求、生产、成本、市场等因素提出的。

（一）需求理论

需求理论主要分析不同价格水平的产品的需求量，以及在价格、收入和相关商品的价格发生变化时，及国民经济水平发生变化时的需求改变率。它的作用是支持企业的价格决策和市场预测，帮助企业确定需求量和价格之间的关系。

（二）生产理论

生产理论主要涉及的内容是生产组织形式的选择和生产要素的组合。

（三）成本理论

成本理论涉及的内容是各个不同成本的性质，成本函数，包括规模经济的选择和最佳产量的选择。

（四）市场理论

市场理论分析在不同性质的市场条件下，企业选择什么样的行为能够达到自己预期的目标。

第二节 管理经济学的基本分析方法

一、管理经济学发挥作用的前提

管理经济学在决策过程中能够发挥其提供分析工具和方法的作用有两大前提。

1. 企业要承认市场有配置资源的作用

市场通过供给和需求的变化来影响价格，价格变动引导资源在各产业部门之间的

流动,体现为由经济效益低的部门流向经济效益高的部门,从供给过剩的部门流向供给不足的部门,从而达到资源的合理配置(如图1-4所示)。

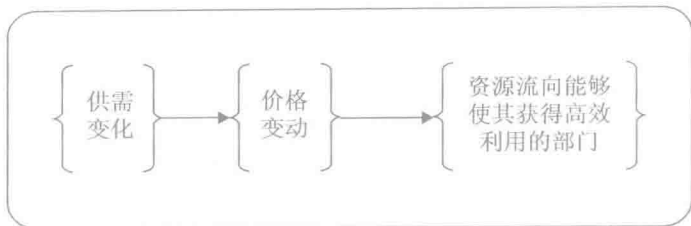


图 1-4 市场的资源配置作用图

在分析各个方案可能产生的利弊时,要把企业放在市场经济的条件下。管理经济学着眼于市场经济条件下,企业处在市场竞争的条件下怎么确定价格;怎么选择产量;怎么实现最大限度的利润。也就是说,是在市场经济的环境条件下分析价格、产量、成本等市场因素和企业的市场行为。偏离了市场经济这个大的经济环境,管理经济学的很多问题就很难讨论。所以,我们必须明确,市场具有配置资源的作用,这是管理经济学存在的基本前提。

2. 假定企业的第一目标是追求利润最大化

企业是经济组织,它之所以存在是因为它可以把各种各样的要素通过生产和经营完成形态和功能上的转换,并获得盈利。如果一个组织同时承担了政治职能或者社会职能,那么这个组织的经济成本就可能会超过它在完成转换的过程后所获得的经济效益。而一家企业如果成本大于效益,它就很难在竞争激烈的市场上获得持续的发展,最终结果就是没有盈利或者亏损。追求利润最大化,是企业的最重要的经济职能。管理经济学正是服务于企业的这一目标。

二、管理经济学的分析方法

(一) 均衡分析方法

均衡是指获得最大利益的资源组合和行为选择。企业的行为必然要受多种因素的约束,而这些因素往往是相互制约的。均衡分析方法就是在考虑这些制约的条件下,确定各因素的比例关系,使其最有利于企业的发展。均衡分析方法的主要应用方向如下。

1. 制定价格。企业在制定价格的时候,并不是定得越高越好。价格的高低直接影响销售收入,价格太高,必然会降低销售量,销售收入不一定就高;同样,为了达成更多的销售量,企业必然要以较低的价位来刺激购买力,如果价位过低,也不能达到较高的销售总额。所以,企业在定价的时候,总是要面对这样一个矛盾:提高价格可能会减少销售量,扩大销售量就必然要降低价格。如何既保持一定的市场占有率,同时又能使企业获利?这就涉及“均衡”问题。肯定有一个价格水平,能够使销售总收

人达到最大。在这个价格之上或之下，都会使企业的收益减少。管理经济学就为企业提供了均衡分析的方法，帮助企业制定合适的价格。

2. 产量（规模）决策。企业规模的大小会影响其生产、销售及各种成本，进而影响投入和产出的关系。小规模生产的企业，可能致力于产品的质量，以较高的价格获得盈利。而大规模的企业则以较低的成本和较低的价格取胜。如何选择一个适合自身发展的规模，就要用到均衡分析的方法。

3. 要素组合。企业在生产经营中，需要投入各种要素。其中有些要素可以相互替代。由于各种要素的价格不一样，组合起来的要素的成本是有差异的。选择哪一个方案，也需要利用均衡分析的方法。

（二）边际分析方法

在经济学上，边际是指每单位投入所引起的产出的变化。边际分析方法在管理经济学中有较多的应用。它主要分析企业在一定产量水平时，每增加一个单位的产品对总利润产生的影响。边际分析方法的两个重要概念：边际成本，即每增加一个单位的产品所引起的成本增量；边际收益，即每增加一个单位的产品所带来的收益增量。

企业在判断一项经济活动对企业的利弊时，不是依据它的全部成本，而是依据它所引起的边际收益与边际成本的比较。若前者大于后者，这项活动就对企业有利，反之则不利。边际分析方法应用的主要方向：

1. 确定规模。上文提到，规模的大小直接影响到企业的生产效益。当一个企业要扩大规模时，它就要分析每增大一个单位的规模，所可能带来的产出的增量，这就是边际分析。科学的边际分析方法可以使企业的规模确定在一个最合理的范围内。公式：

$$\pi = MR - MC$$

其中， π 代表边际利润，MR 代表边际收益，MC 代表边际成本。

当 $\pi > 0$ 时，增加一个单位的产品，获得的收益增量比引起的成本增量大，说明企业还没有达到能够获得最大收益的产量规模，此时，企业应该扩大产量；当 $\pi < 0$ 时，增加一个单位的产品，所引起的成本增量比所能获得的收益增量要大，说明企业应该减小产量；当 $\pi = 0$ 时，企业达到最优的产量规模。

2. 价格决策。每提高（或降低）一个单位的价格，对总收益会产生什么样的影响，这实际上也要用到边际分析方法，它可以帮助企业制定具有竞争力的价格战略。

3. 确定合理的要素投入。在确定生产中需要投入的各个要素的量时，我们需要分析每增加一个单位的某种要素时，对总的收益会产生什么影响，这也是边际分析。

4. 产品结构分析。多数企业都不只生产一种产品，各种产品生产的比例就是产品结构。确定各种产品生产多少的比例关系就可以运用边际分析方法——对各种产品的边际效益进行分析。所谓边际效益，就是对一种产品的生产增加一个单位的资金投入所引起的收益的变化量。如果把资金增量投入到各种产品，所能产生的边际效益是相

等的,那么这个企业的产品结构就是合理的;否则,其中必定有某种产品值得扩大规模,以带来更多的收益。针对产品结构进行边际分析,可以明确哪些产品需要增加投入,哪些产品需要缩小生产规模。

【思考】

边际分析法对你哪些方面的决策有帮助?

(三) 数学模型分析法

在经济学和管理学的发展中,越来越多地应用到计量分析的方法。数学模型就是一种计量分析工具,在管理经济学中大量应用。

数学模型本质上是对复杂现实的抽象,使问题简单化和直观化,以便准确把握事物之间的联系,认识事物的本质,从而有效地解决问题。在实践中,数学模型在用于管理决策和经济分析时是一个极为有效的方法。此外,值得注意的是,数学是一个非常有限的量的关系,现实经济中有很多复杂的问题,是单纯的数学模型不能表现的,还需借助于定性的分析方法。数学模型主要的应用方向:

1. 需求预测。企业在确定某种产品的生产规模之前,需要对市场的发展潜力进行预测,可以创建相关的数学模型,来表现影响市场发展的各种因素在量上的变化,进而分析这些变化对需求所产生的影响的大小。

2. 生产分析。生产要素的投入,生产组织形式的选择,以及产品结构的确定,都可以通过创建数学模型,进行分析和决策。

3. 成本决策。成本是直接影响利润的因素,是企业发展最为关注的一个焦点。当企业改变生产经营方向或者扩大规模时,在其追求利润最大化的目标下,应该确定一个什么样的成本水平,可以应用数学模型进行科学分析。

4. 市场分析。市场是经济学的一个基础概念,在实践中表现为多种多样的形态。创建数学模型,可以分析不同性质的市场条件下,企业所可能选择的规模、价格和竞争策略。

5. 风险分析。风险分析是对未来状态的预测。可以通过创建数学模型来表现在一项投资中,各种相关因素的量的大小以及量的变化所可能产生的对效益的影响。

第三节 管理者、企业与市场

一、管理者

管理者在管理过程中,所要面对的问题和经济学所需要解决的问题,或者说一个