

21世纪高等院校经济学类教材新系

总主编 胡代光 顾问 高修国

管理经济学 (第二版)

Managerial Economics

(Second Edition)

张利庠 李宝山 主编

(中国人民大学)

21世纪高等院校经济学类教材新系

总主编 胡代光 顾问 高鸿业

管理经济学 (第二版)

Managerial Economics
(Second Edition)

张利庠 李宝山 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press
大连

© 张利庠 李宝山 2008

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学 / 张利庠, 李宝山主编. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2008. 5

(21 世纪高等院校经济学类教材新系)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 301 - 9

I. 管… II. ①张…②李… III. 管理经济学 - 高等学校 - 教材
IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 061000 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连海大印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 359 千字

印张: 18 1/4

2008 年 5 月第 2 版

2008 年 5 月第 7 次印刷

责任编辑: 孙 平

责任校对: 众 力

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 301 - 9

定价: 28.00 元

作者简介

李宝山 1944年5月出生，中共党员，北京市人。1968年中国人民大学工业经济系本科毕业，先在基层企业担任车间主任、厂长，后在国家机关任职。1978年回校学习，1981年获经济学硕士学位，留校任教。现任中国人民大学商学院教授、博士生导师，并兼任中国企业管理研究会常务理事、北京首都科技集团公司等企业管理顾问。研究方向：管理系统工程（企业策划）。曾获国家教委国家级优秀奖、北京市爱国立功标兵奖。享受政府专家待遇。

主要著作有《技术市场导论》、《管理经济学》、《集成管理》、《企业资源配置》、《企业策划学》、《管理经济学》。

1997—2001年在《当代财经》、《经济理论与经济管理》、《科技日报》等刊物或报纸上共发表论文60多篇。

负责国家自然科学基金（1994—1996）、国家社会科学基金（1998—1999）、国家教委博士点基金（1997—2000）、北京市社会科学基金（2001—2003）等多项理论研究课题。

治学思想是“人脑+电脑”。通过理性设计提高企业的经济效益和管理效率。主张“做人之道”与“经营之道”教育结合，“创新能力”与“务实能力”培养共举。

张利庠 1966年12月出生。管理学博士，中国人民大学农业与农村发展学院院长助理兼培训中心主任、教授、博士生导师。全国十佳企业培训师、全国十佳策划师、中国人民大学十大教学标兵。

社会兼职有：中国公共关系协会学术委员会副主任、标准委员会秘书长；中国饲料经济委员会副理事长；中国渔业经济委员会副理事长；中国策划专业委员会理事长；兼任清华大学、上海交通大学、北京大学、复旦大学EMBA授课导师。

先后获得史学学士、哲学硕士和管理学博士学位。曾担任多家跨国公司、民营企业的管理总监、营销总监，在管理现场和市场前沿实际操作，积累了多年的管理顾问经验。主张理论联系实际，追求学以致用。

总 序

编写适合全国高等院校财经类专业教学需要，反映当前理论研究成果的经济学类课程教材，是一项意义深远、任务艰巨的工程。

为适应高等院校经济学类专业教学需要，我们长期从事经济学课程教学的同仁，组成 21 世纪高等院校经济学类教材新系编审委员会，邀请了部分全国知名高校的专家、教授，经过反复讨论和研究以及多次修改与完善，陆续完成了教材的编写，并交付出版社出版。参与这套教材编写的作者，分别来自北京大学、清华大学、中国人民大学、北京交通大学、复旦大学、南开大学、华中科技大学、上海财经大学等高校。

在编写过程中，我们强调了五点要求：第一，要按照教育部规定的教学基本要求编写教材；第二，要注意吸收经济学已公认的最新研究成果；第三，要将经济理论与我国社会主义市场经济建设的实践紧密结合，努力解释和解决现实问题；第四，理论讲解要深入浅出，避免晦涩冗长和平淡无味；第五，篇章结构科学合理，内容形式生动活泼。

这套经济学教材，注意了不同层次读者的情况，读者可根据需要学习其中的内容。其既适合全国高等院校财经类专业教学使用，也适合各类管理人员及其他读者学习或研究使用。

我们希望这套教材能够给使用者带来方便，并成为广大读者的良师益友。书中不妥及疏漏之处，欢迎读者批评指正和提出宝贵意见。

胡代光

北京大学

高鸿业

中国人民大学

第二版前言

《管理经济学》问世以来，诚蒙读者垂青，使编者略感欣慰。不断发展和开放的中国经济越来越需要经济学和管理学武装头脑，但林林总总的经济学和管理学理论面对现实经济（尤其是企业管理）问题，更像是象牙塔里的专利，而管理经济学不仅是沟通经济学理论与企业管理的桥梁，而且它直接面对的就是管理决策。

西蒙说：“管理就是决策。”本书力图帮助读者建立理性思考的决策框架，而且我们将一以贯之。散之于法，流散无穷；统之于道，则无二致。市面上先进的、卓越的管理（决策）方法各领风骚，你未唱罢它又登台，学习者（管理者）很容易成为“救火队员”。我们不是说具体方法不重要，而是更强调思维框架，也许这就是一种“道”。学习是这样，工作是这样，我们的人生历程又何尝不是如此？

本书第二版主要是对第一版的个别错误之处进行了修正，并对部分内容作了调整，整体上保留了第一版的内容和特色。我们将很快推出全新的第三版，敬请读者期待。

学习是一种攀登，对于本书，要实现不断超越，也需要攀登，让我们保持攀登的姿势，在这一刻，在人生的每一刻！

编者
2008.3

第一版前言

当前市场竞争日趋国际化，中国企业面临着一场经济的世界大战，要“用小米加步枪，打败飞机加大炮”，不仅取决于企业资源的数量规模，而且取决于资源配置的科学水平。理论是行动的指南，“会道者，一线藕丝牵大象；盲修者，千钧铁棒打苍蝇”。形势的发展，要求管理者从知道怎么做（know how）转变为知道为什么（know why），从把事做正确（do the thing right）转变为做正确的事（do the right thing），学习和掌握科学管理的理论，已经成为当务之急。

管理经济学是应用经济学的一个分支，是沟通经济学理论与企业管理决策的桥梁，属于应用理论性课程。教学目的是使企业管理人员通过对市场经济基本理论、分析方法的学习，提高在管理决策过程中理性思考、理性创新及“用经济方法管理经济”的能力。

本教材以介绍管理经济学的理论知识为基础，一方面力求理论的系统性和突出重点二者兼顾；另一方面力求实用性和一定程度的超前性兼顾。此次编写，我们在思路上进行了一些新的探索：

第一，突出时代要求。

知识经济已初见端倪，电子网络发展迅猛，企业竞争的游戏规则也在发生变化，国外新版教材已加入了信息经济、全球化等内容。本次编写以“新经济、新规律、新对策”为主线，介绍摩尔定律、梅特卡夫定律、马太效应、数字经济等概念及对中国企业管理决策影响的分析。

第二，突出理性框架。

管理经济学是为企业管理决策中的市场、生产、成本等职能管理奠定一个共同的理论平台，而不是有关理论的简单拼凑、叠加。因此，本次编写注意了：横向将传统的职能管理理论加以“链接”，纵向将业务知识、方法知识、哲理知识加以“升华”，追求理论的组合放大效应、“分析框架”的提炼，以理论集成运用，促进集约决策能力的提高。

第三，突出立足国情。

“以当代中国社会主义改革开放和现代化建设实际问题为中心”，“着眼于对实际问题的理论思考”。^① 借鉴美国企业界提出的管理职能的4个层次：数据→信息→知识→智慧，本次编写不仅案例基本上选自中国企业，而且加以点评，力求把学习知识与掌握智慧结合起来，为提高企业管理人员运筹帷幄的根本素质，造就一批中国的

^① 《用科学方法论指导经济工作》，载《经济日报》，1997-08-25，江泽民同志在中央党校省部级干部进修班毕业典礼讲话。

“智本家”打好理论基础。

本教材以在校本科生为主要对象，也可以作为企业管理干部的参考读本。建议大家在学习中注意培养三个观念，以求从根本的思维哲理和基本的工作方法上提高基础理论性课程的学习效果：

1. 整合分析观念。企业管理决策必须破除企业本位，实现从面向问题到面向全局的升华。市场经济中突出的问题表现为买方与卖方利益矛盾，解决的出路在于从全局出发，化对立为统一，实现买卖双方利益的整合，即“用户满意，企业赚钱”是企业管理决策的基点。
2. 比较分析观念。教材中列举一些简单案例，目的并非给出正确答案，而是提供比较分析的素材，以利于开阔思路，挖掘产生差距的理性根源，重新评价现行的管理方式，扬长补短，选择或创造本企业新的、更有效的管理途径。
3. 定量分析观念。教材中涉及到一些坐标图和函数表达式，只要有初等数学知识就可以看懂。管理中运用数学模型表示经济运行规律，有利于我们对问题实质的理解，纲举目张，提高工作效率，有利于“心中有数”，措施得当，从而提高管理决策的科学水平。

本教材编写过程中，得到国家经贸委汪浩同志，中国人民大学工商管理学院吴德庆教授、马月才教授、李平教授，首都经贸大学郑海航教授、黄津孚教授，北京经济管理干部学院李启明教授，中核培训中心于怀主任及东北财经大学出版社孟耀编辑的指导与支持。台湾省林玉莲老师、许铭尊同学多次出资为我们购买并邮寄国外最新学术书刊，在此一并表示衷心的感谢！

本书由中国人民大学工商管理学院李宝山教授主编，参加本书编写的还有施小斌、黎斌、王建军、张利庠、钟荔五位同志。原维平老师、巢昱老师参加了资料收集、整理工作。由于我们水平有限，形势发展日新月异，肯定存在不尽完善之处，恳请广大读者给予批评指正。

本书由中国人民大学工商管理学院李宝山教授主编，参加本书编写的还有施小斌、黎斌、王建军、张利庠、钟荔五位同志。原维平老师、巢昱老师参加了资料收集、整理工作。由于我们水平有限，形势发展日新月异，肯定存在不尽完善之处，恳请广大读者给予批评指正。

本书由中国人民大学工商管理学院李宝山教授主编，参加本书编写的还有施小斌、黎斌、王建军、张利庠、钟荔五位同志。原维平老师、巢昱老师参加了资料收集、整理工作。由于我们水平有限，形势发展日新月异，肯定存在不尽完善之处，恳请广大读者给予批评指正。

本书由中国人民大学工商管理学院李宝山教授主编，参加本书编写的还有施小斌、黎斌、王建军、张利庠、钟荔五位同志。原维平老师、巢昱老师参加了资料收集、整理工作。由于我们水平有限，形势发展日新月异，肯定存在不尽完善之处，恳请广大读者给予批评指正。

201	封面	1
201	封底	1
101	前言	1
	目 录	
811	第1章 绪论	1
811	学习目标	1
130	1.1 管理经济学概述	2
130	1.2 边际分析方法	12
131	1.3 企业利润	21
131	典型案例与分析	27
132	本章小结	28
132	本章基本概念	29
140	复习思考题	29
140	推荐阅读材料	29
	第2章 供求函数	30
141	学习目标	30
141	2.1 供求法则	31
141	2.2 效用与弹性	45
141	2.3 市场需求估计	57
141	典型案例与分析	67
141	本章小结	69
141	本章基本概念	70
141	复习思考题	70
141	推荐阅读材料	71
	第3章 生产函数	72
141	学习目标	72
141	3.1 要素组合	73
141	3.2 产品产量组合	90
141	3.3 规模经济性分析	98
141	典型案例与分析	101
141	本章小结	102
141	本章基本概念	104
141	复习思考题	104
141	推荐阅读材料	104

第4章 成本函数	105
学习目标	105
4.1 面向趋势分析	106
4.2 成本函数	112
4.3 集成管理	118
典型案例与分析	128
本章小结	129
本章基本概念	130
复习思考题	130
推荐阅读材料	130
第5章 市场结构	131
学习目标	131
5.1 市场结构分类	132
5.2 完全竞争与完全垄断	135
5.3 垄断竞争与寡头垄断	149
典型案例与分析	159
本章小结	159
本章基本概念	161
复习思考题	161
推荐阅读材料	161
第6章 企业的机遇与风险分析	163
学习目标	163
6.1 机遇管理	164
6.2 企业风险管理	179
6.3 变革工程	192
典型案例与分析	203
本章小结	206
本章基本概念	206
复习思考题	206
推荐阅读材料	207
第7章 展望新经济	208
学习目标	208
7.1 竞争新规则	209
7.2 走向数字企业	219
7.3 知识创业	228
典型案例与分析	237

本章小结.....	238
本章基本概念.....	239
复习思考题.....	239
推荐阅读材料.....	239
第8章 市场失灵	240
学习目标.....	240
8.1 政府调控	241
8.2 公共产品	254
典型案例与分析.....	270
本章小结.....	271
本章基本概念.....	272
复习思考题.....	272
推荐阅读材料.....	272
中英文名词对照	273
复习思考题参考答案	275

第1章

绪论

学习目标

学习本章之后，你应该能够：

1. 了解建立理性决策思路和管理决策分析框架所依据的经济学原理和方法。
2. 掌握利用边际值判断总值、平均值变化趋势的基本方法。
3. 了解虚拟企业的基本思路，掌握扩大企业资源优化配置的范围、借用外力、加速自身发展的基本做法。



时代在发展，生活在进步。20 世纪 60 年代中国百姓追求的三大件是“自行车、手表、缝纫机”；70 年代是“冰箱、彩电、洗衣机”；80 年代是“空调、音响、摄像机”；90 年代是“汽车、住房、计算机”。进入 21 世纪，虽然对新三大件还没有完全一致的看法，但人们的需求日趋高科技化、智能化、人性化则是确信无疑的，已经有人把保险（服务产品）纳入新三件范畴。市场需求的变化，引发了企业的盛衰。透过这种现象的表面，我们就会发现，企业盛衰与“生产什么”、“如何生产”、“为谁生产”这三个经济学的基本问题有着密切的联系。所以，提高运用经济学原理，指导企业对自己有限的资源（人力、设备、资金等）进行有效配置的管理水平，有着重要的现实意义。

一切经济问题都产生于资源有限性而又必须做出选择，因此企业资源配置的基本原则是企业利润现值总和的最大化。在激烈的市场竞争中，并非是简单的“两军相逢强者胜”，要以少胜多、以弱胜强，资源配置定位十分重要，正如《孙子兵法》中指出的：“善战者，胜于易胜之地。”对于资源处于“小米加步枪”水平的中国企业，寻求自己的“易胜之地”是赢得竞争优势的关键一步。本章在阐述经济学通常所要回答的主要问题的基础上，提出了“虚拟企业”实现超速发展的运作模式，在一般横、纵坐标值定位的基础上，提出管理定位的思路，介绍了体现集约发展要求的边际值及具体应用规则。

1.1 管理经济学概述

随着社会生产力的发展，生产社会化程度的提高，企业间的竞争日益激烈，对于运用经济理论和分析方法，指导企业管理实践，也提出了越来越高的要求。1951 年，美国经济学家吉尔·帝恩（Joel Dean）出版了第一本管理经济学专著，揭开了运用经济学基本理论与方法，指导企业在经营管理中进行理性思考、理性创新的新篇章。管理经济学是指导企业管理实践的科学，因此，又被称为企业经济学或经营经济学。

1.1.1 基本概念

管理经济学类似于工业经济学、贸易经济学、发展经济学、计量经济学等，是把经济学理论应用于某一社会经济领域的应用经济学的一个分支。管理经济学与经济学和管理学有着密切的联系，是一门综合交叉性的学科。

什么是经济学？

“从斯密、马克思到当代经济学家，他们所研究和分析的主题准确地说是什么呢？下面是经济学的一些定义：

- 经济学探讨生产什么物品、如何生产这些物品和为谁生产这些物品。
- 经济学分析经济总体的运动——价格、产量、失业和外贸的趋势。一旦理解了这些趋势，经济学便可以帮助政府制定能够改进经济业绩的政策。
- 经济学研究国家之间的贸易。它有助于理解各个国家为什么出口某些物品和

进口另一些物品，并分析在国家边界设置经济障碍的影响。

● 经济学是关于选择的科学。它研究人们如何进行选择，以便使用稀缺的或有限的生产资源（如劳动、设备、技术知识）来生产各种物品（如小麦、大衣、音乐和导弹），并分配这些物品以供消费。

● 经济学研究货币、银行、资本和财务。

这是一个很不错的清单，你还可以把它加长好几倍。但是，如果我们把所有这些定义进行提炼，那么，我们会发现一个共同的主题：

经济学研究社会如何使用稀缺资源来生产有价值的商品，并把它们在不同人之间进行分配。

在我们的分析中，我们将区分宏观经济学和微观经济学。“宏观经济学研究经济作为一个总体的功能；微观经济学则分析单个部分，如行业、企业和居民户的行为。”^①

经济学的核心是资源的有效配置，既包含微观经济学的基本问题——资源的最优配置，也包含宏观经济学的基本问题——资源的充分利用。因此，“经济学就是研究资源配置的全过程及决定和影响资源配置的全部因素的科学”^②。

什么是管理（学）？

“广义而言，管理可定义为：规则、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。根据此定义，管理内涵包括几点要点：

- 管理是一种动态性交互作用的过程。由时间横断面透视组织，只能够了解该时间的组织概况，一旦时间点转移，组织特性、管理者核心任务可能产生重大改变。

- 管理者必须善用组织内所有资源。人力，无疑是组织内最基本的资源，然而，尽管有最佳的人员组合，仍必须配合其他相关资源才能发挥最大功效。举例来说，如果管理者希望能增加生产量，则不应只激励员工的工作士气，还须增添现代化的生产设备。此外，财务资源也是重要的考虑要素。

- 管理需能达到组织预定目标。“任何管理人员皆有其特定目标；组织间也因预定目标不同，而展现各自独特的特性。”^③

“有关管理的定义不胜枚举，但归纳起来可以得到两个相当重要的基本概念。第一个概念是：管理只存在于正式的组织当中，它是涉及人与人之间的一种规律的互动关系。第二个概念是：管理工作本身即含有指挥别人工作的意味在里面。”^④

社会科学与自然科学不同，属于描述性科学，而不是精确性科学。“管理学可能是社会科学中最不精确的一门学科了。”^⑤“有效的管理总是一种随机制宜的，因情况而异的管理。”^⑥ 管理既是科学，也是艺术，所以我们在管理学的“学”字上加了一

① [美] 保罗·A. 萨缪尔森：《经济学》，胡代光等译，5页，北京，北京经济学院出版社，1996。

② 魏杰：《经济学》，5页，北京，高等教育出版社，1995。

③ [美] 克劳帝·罗林斯：《管理学导论》，郭建志等译，3页，台北，台湾桂冠图书股份有限公司，1995。

④ [美] 爱德蒙·格雷等：《管理学》，刘明德等译，6页，台北，台湾桂冠图书股份有限公司，1995。

⑤ [美] 哈罗德·孔茨：《管理学》，吴德庆、杨文士等译，14页、28页，贵阳，贵州人民出版社，1982。

⑥ 同上。

个括号，也就是提示我们在学习中，一方面要注意掌握学科理论的系统架构，以提高以“理”来“管”的水平；另一方面要注意不能把“理”变成空中楼阁，只有灵活地、创造性地应用，才能取得更大的实效。

综上所述，作为管理经济学的两大源泉理论都是描述性的，所以如果我们对于管理经济学的概念列出更多的见解，也是不难理解的。但是，我们学习的出发点不是学术研究，而是掌握理论之精华，指导应用，因而就可在概念描述的文字推敲上省些笔墨了。

什么是管理经济学？

一般认为，“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”^①。

发展社会主义市场经济是一项开创性的社会经济系统工程。从传统计划经济条件下的执行型管理到市场经济条件下的自主决策型管理的转变，对企业领导提出了更高的要求。当好经理，一方面要有一定实践经验，但另一方面也不能事事全靠自己总结经验，那样学费交得太多，代价太大，必须自觉运用经济管理理论，提高自己的工作水平。

“经济学是很有趣的，我指的是真正的经济学，不是课堂上教的那种经济学，真正的经济学谈的是创业家、产品和企业的生与死，某种产品、服务起飞的特殊理由。经济学真正的精髓，在于它具有活力……对企业领导人来说，务实的观点是：不断利用精力充沛的想象，才能在这个迷糊疯狂的年代里，架设出正确的结构和策略。”^②

作为一个企业经理的最根本职责，就是为企业制定发展目标，这不是一件容易的事。首先，这些目标本身可能不一致，甚至相互矛盾。在制定决策的每个关键之处，抉择的过程都是复杂的，甚至会得出含糊不清的结论。其次，制定决策所依靠的信息几乎总是不完全的，而获得它们代价又很昂贵。总之，管理工作是个无底洞，很难尽善尽美，常使人们感到心有余而力不足。为了应付这些困难，就需要用一个概念框架组织思想，激发想象，理清纠缠在一起的经营难题。概念是组成理论的基本内容，概念框架也就是理论的系统架构，如在管理经济学中，供需函数、生产函数、成本函数三个基本概念及其相互关系，即理论框架，就为企业经济决策分析提供了理性思考的指导。管理问题的复杂性，决定了管理实践需要运用系统分析方法，掌握从整体上考虑和解决问题的技巧。管理经济学是为了使企业管理人员树立在市场经济条件下，制定思维的概念框架，提高用经济方法管理经济的能力，而不是提供解决现实问题的一整套现实方法。

学习管理经济学，有利于我们了解市场经济规律，在管理中自觉地循规借势，加快企业改革步伐，提高经济决策水平；有利于我们摆脱整天陷于具体业务，头痛医头，脚痛医脚，忙而低效的工作方式；有利于我们克服“别人干什么我干什么”、“领导让干什么我干什么”定势思维的影响。强化理性思考与理性创新观念，更好

① [美] H. 克雷格·彼得森：《管理经济学》，吴德庆译，16页，北京，中国人民大学出版社，1998。

② [美] 汤姆·彼得斯：《解放型管理》，鲁乐中译，39页，台北，台北时代文化出版社，1997。

地贯彻执行国务院企业管理指导委员会为推进我国企业管理创新工作，提出的“以我为主，博采众长，融合提炼，自成一家”的方针。学习管理经济学的思维框架如图1—1所示。

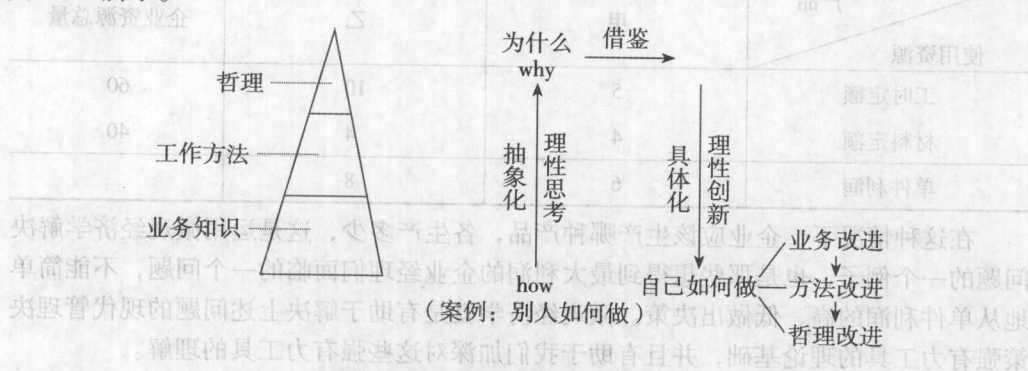


图1—1 学习管理经济学的思维框架

1.1.2 基本理论

管理经济学的理论基础主要是微观经济学。从科学性角度看，微观经济学有许多具体理论和方法，属于市场经济和社会化大生产的一般规律，是人类共同财富，我们应该积极学习、借鉴利用，为提高我国企业经营管理决策的科学水平服务。

1. 微观经济学简介

经济学上所说的宏观、微观，与通俗的对物理现象描摹为宏大与微小的意义是不同的。宏观是指对社会经济的总量分析，以国民总收入、总投资、总消费，以及就业水平、工资水平、物价水平等为研究对象，研究总体的经济行为。与此相对，微观是指以个体经济单位——个人、家庭、企业为研究对象，研究个体的经济行为。

微观经济学最重要的目的之一就是帮助人们理解价格体系的运行和作用，这里的价格是指商品、劳务、生产要素等的相对价格，而不是绝对价格即物价水平。相对价格调节个体经济单位的经济行为，从而调节资源的配置与产品的产量，因此，微观经济学又被一些经济学家称为价格理论。

微观经济学对个体经济单位的研究，分为三个层次逐步深入：第一个层次是分析单个消费者和单个生产者的经济行为。单个消费者如何进行最优的消费决策以获得最大的效用，单个生产者如何进行最优的生产决策以取得最大的利润。第二个层次是分析单个市场的价格的决定。这种单个市场的价格的决定，是作为单个市场中所有的消费者和所有的生产者的最优经济行为的共同作用的结果而出现的。第三个层次是分析所有单个市场的价格的同时决定，这种决定是作为所有单个市场相互作用的结果而出现的。

微观经济学对企业的生产计划、定价方针、风险对策等很多企业管理问题，都可提供理论指导。例如，某企业计划生产甲、乙两种产品，每件产品的工时定额、材料定额、单件利润以及企业现有工时、材料的总量如表1—1所示，要求拟订一个获利

最大的生产计划。

表 1—1 某企业产品使用资源、单件利润和资源总量情况

产品 使用资源	甲	乙	企业资源总量
工时定额	5	10	60
材料定额	4	4	40
单件利润	6	8	

在这种情况下，企业应该生产哪种产品，各生产多少，这是运用微观经济学解决问题的一个例子，也是那些想得到最大利润的企业经理们面临的一个问题，不能简单地从单件利润的高、低做出决策。微观经济学就是有助于解决上述问题的现代管理决策强有力工具的理论基础，并且有助于我们加深对这些强有力工具的理解。

美国著名经济学家、1978 年诺贝尔经济学奖获得者西蒙（Simon）认为，管理就是决策，正确的决策主要受四个因素的影响：正确的目标与准则；信息的掌握；决策者的素质；科学的理论方法。“虽然微观经济学很有价值，但它毕竟只是在这一领域中能发挥重要作用的许多学科之一”，“不应轻易认为微观经济学是一把钥匙，用它就可以打开当今许多重大社会问题的疑难之门”，“微观经济学像任何自然科学和社会科学的分支学科一样，是对观察到的现象进行解释和预测，而不考虑这些解释和预测是否可以马上运用于解决实际问题”，“微观经济学提供了思考这些有价值问题的方法”。^① 了解微观经济学在管理决策中的地位和作用，对于正确把握管理经济学与工商管理其他课程的关系，掌握学习管理经济学的要点，是有一定启示作用的。

2. 管理经济学与微观经济学的关系

微观经济学是管理经济学所依据理论的重要来源。管理经济学是把微观经济学原理和分析方法应用于企业管理实践。微观经济学是一门理论科学，而管理经济学是一门应用科学。具体来说，两者在研究范围及假设条件等方面都存在一些不同之处。

管理经济学的经济原理与方法，主要来自微观经济学，但是管理经济学不是简单借用微观经济学中一些现成的原理和结论，更重要的是应用在推导这些原理和结论时所使用的分析方法。这是因为微观经济学研究的是抽象的企业，它所涉及的决策问题大多属于抽象价格、理想产量等决策，而在现实管理中，市场价格随时波动，产品产量的确定要考虑生产技术、规模效益、品种组合等众多的因素，此外还有投资风险、竞争策略等一系列的问题，仅依靠微观经济学得出的用来研究抽象企业的现成原理和结论来解决众多的现实问题是很不够的。所以，管理经济学在进行经济决策时，必须着重应用最基本的分析框架方法，前面引文中已经提到“微观经济学提供了思考这些有价值问题的方法”。掌握思考方法，注意从决策的具体业务知识上升到决策分析的方法论，对于企业经理人员尤为重要，因为具体问题层出不穷、千变万化，掌握分

① [美] 曼斯菲尔德：《微观经济学》，钱国荣等译，6 页、8 页，北京，中国金融出版社，1992。