

華信 創新 系列
經管



Managerial Economics

管理经济学

(第2版)

秦树东 黄 毅 周 颖 杨 雪 编著



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>



创新系列

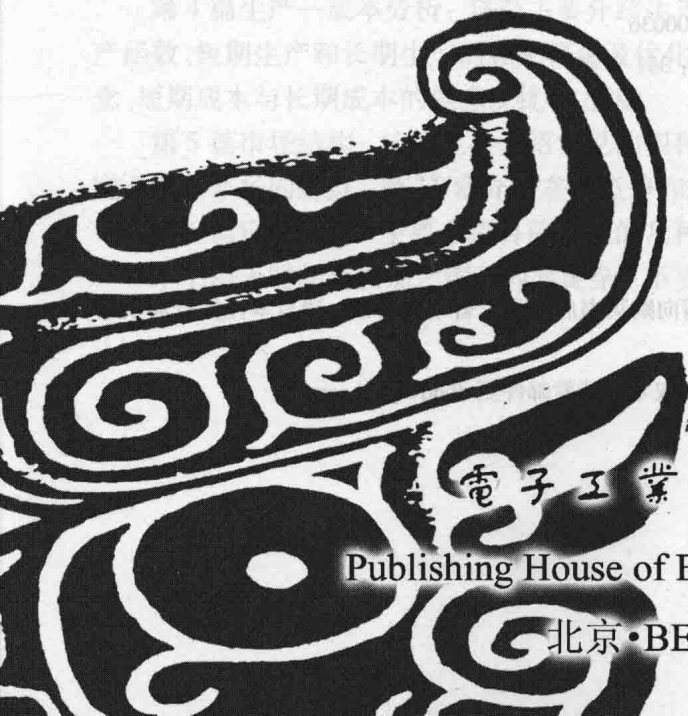


Managerial Economics

管理经济学

(第2版)

秦树东 黄毅 周颖 杨雪 编著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书介绍了管理经济学的基本原理与方法,内容包括管理经济学的内涵、市场主体的行为、需求与供给的关系、生产与成本的优化、市场结构的分析以及价格的制定等。全书共6篇12章,每章均有大中小案例若干,并配有形式多样的习题。

本书适合作为工商管理类专业的管理经济学教材,也可作为企业管理人员的参考用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/秦树东等编著. —2版. —北京:电子工业出版社,2017.3

(华信经管创新系列)

ISBN 978-7-121-30864-2

I. ①管… II. ①秦… III. ①管理经济学-高等学校-教材 IV. ①C93-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第019841号

策划编辑:王赫男 石会敏

责任编辑:石会敏

印 刷:三河市良远印务有限公司

装 订:三河市良远印务有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开 本:787×1092 1/16 印张:13.75 字数:351千字

版 次:2015年3月第1版

2017年3月第2版

印 次:2017年3月第1次印刷

定 价:36.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式:wanghn@phei.com.cn。

前言

管理经济学是应用经济学的一个分支,是联系经济学和管理决策科学的一门新兴科学,它把微观经济学的基本原理和方法应用于企业管理决策实践,是管理类专业本科生的必修课程。管理经济学的教学目的在于使学生把经济学知识、管理学原理与方法融会贯通,提高管理决策能力,实践证明它是一门很有实用价值、很受学生欢迎的课程。编著者在多年教学基础上,汲取国内外相关教材精华,力图结合企业市场经济的具体实践,编写一本适应我国应用型本科教学所需要的、既有较系统的经济与管理理论又密切联系企业管理实际的、具有实践意义的教材。

本教材以系统的管理经济学知识为基础,力求理论联系实际,突出实用性和案例分析,兼顾适用性和超前性。教材的内容安排如下介绍。

第1篇总论:主要介绍管理经济学的内涵与特点、管理经济学的基本分析方法及一些重要的概念。

第2篇行为主体分析:该篇主要分析市场主体、企业行为以及个人行为在经济活动中的表现。其中,第2章主要介绍市场主体的概念及其之间的相互关系;第3章主要介绍企业行为目标和行为约束;第4章介绍个人行为的偏好、预约约束以及主体均衡——效用最大化。

第3篇供求机制:该篇主要分析市场的供求关系及均衡。其中第5章主要介绍需求的概念、影响因素及弹性;第6章介绍供给的概念、影响因素及弹性;第7章主要介绍需求与供给的均衡,包括形成的原因以及均衡的变动。

第4篇生产—成本分析:该篇主要介绍生产及成本的优化。其中,第8章主要介绍生产函数、短期生产和长期生产的相关概念及优化方法;第9章主要介绍成本与成本函数的概念、短期成本与长期成本的概念及优化方法。

第5篇市场结构:该篇主要介绍常见的四种市场结构。其中,第10章介绍完全竞争与完全垄断市场的特点,第11章介绍垄断竞争和寡头垄断市场的特点。

第6篇定价策略:主要介绍目前常用的几种市场定价方法。

本书由于时间仓促加之编写内容庞杂,不妥之处在所难免,还望广大读者指正为盼。

编 著 者

目 录

第1篇 总 论

第1章 绪论..... 2

1.1 管理经济学的内涵与特点/3

1.1.1 管理经济学的内涵/3

1.1.2 管理经济学的特点/5

1.1.3 学习管理经济学的价值和意义/6

1.2 管理经济学的研究对象与主要内容/7

1.2.1 管理经济学的研究对象/7

1.2.2 管理经济学研究的主要内容/7

1.3 管理经济学的基本分析方法/9

1.3.1 最优化方法/9

1.3.2 边际分析法/9

1.3.3 均衡分析法/11

1.3.4 经济模型法/11

1.4 相关重要概念/13

1.4.1 稀缺性与竞争/13

1.4.2 选择与机会成本/13

1.4.3 时间价值、贴现率和净现值/13

1.4.4 利润/14

1.4.5 完全信息与不对称信息/14

1.4.6 隐藏特征与隐藏行为/14

1.4.7 逆向选择与道德风险/14

1.4.8 信号与筛选/15

1.4.9 市场失灵与政府失灵/15

本章小结/15

案例分析/16

讨论与练习/17

第2篇 行为主体分析

第2章 市场主体 20

2.1 市场主体的基本概念/21

2.1.1 市场主体的概念/21

2.1.2 市场主体的特征/21

2.1.3 市场主体的类型/22

2.2 市场主体的相互关系/23

2.2.1 社会微观经济系统的基本模型/23

2.2.2 社会微观经济三大循环流程/24

2.2.3 经济运行的载体和社会性质/25

2.2.4 企业的地位与性质/25

本章小结/28

案例分析/28

讨论与练习/29

第3章 企业行为 30

3.1 企业的行为目标/31

3.1.1 利润最大化目标/31

3.1.2 股东价值最大化目标/38

3.1.3 其他目标/39	
3.2 企业的行为约束/42	
3.2.1 基本约束/42	
3.2.2 市场竞争/44	
3.2.3 政府干预/45	
本章小结/48	
案例分析/48	
讨论与练习/49	
第4章 个人行为	50
4.1 主观愿望——偏好与效用/51	
4.1.1 偏好/51	
4.1.2 效用/52	

4.1.3 无差异曲线/55	
4.2 客观条件——预算约束线/59	
4.2.1 预算约束线/59	
4.2.2 收入和价格影响下的预算约束线/60	
4.3 主体均衡——效用最大化/61	
4.3.1 消费者的最优选择/62	
4.3.2 消费者选择的变动/63	
本章小结/67	
案例分析/67	
讨论与练习/68	

第3篇 供求机制

第5章 需求分析	70
5.1 需求分析的相关因素/71	
5.1.1 需求和需求量/71	
5.1.2 需求的影响因素/72	
5.1.3 需求量的变动与需求的变动/72	
5.2 需求函数和需求曲线/73	
5.2.1 需求函数/73	
5.2.2 需求表和需求曲线/74	
5.3 需求弹性/75	
5.3.1 需求的价格弹性/75	
5.3.2 需求的收入弹性/78	
5.3.3 需求的交叉弹性/79	
本章小结/80	
案例分析/81	
讨论与练习/82	
第6章 供给分析	84
6.1 供给与供给量/85	
6.1.1 供给与供给量的概念/85	
6.1.2 供给与供给量的变动/85	
6.2 供给的影响因素/86	
6.3 供给函数/87	

6.4 供给的价格弹性/87	
6.4.1 供给的价格弹性概念及其计算方法/87	
6.4.2 供给弹性的影响因素/88	
本章小结/89	
案例分析/89	
讨论与练习/91	
第7章 市场均衡分析	92
7.1 市场均衡/93	
7.1.1 市场均衡的形成/93	
7.1.2 价格上限和价格下限/95	
7.1.3 征税对均衡的影响/96	
7.2 均衡的变动/97	
7.2.1 供给不变,需求发生变动/97	
7.2.2 需求不变,供给发生变动/97	
7.2.3 需求与供给同时发生变动/98	
7.3 社会福利/99	
7.3.1 消费者剩余/99	
7.3.2 生产者剩余/100	
本章小结/101	
案例分析/101	
讨论与练习/104	

第4篇 生产—成本分析

第8章 生产优化	108	第9章 成本优化分析	125
8.1 生产函数及其相关概念/109		9.1 成本概念与成本函数/126	
8.1.1 生产函数/109		9.1.1 成本的基本概念/126	
8.1.2 短期生产和长期生产/110		9.1.2 成本函数/127	
8.1.3 规模收益/110		9.2 短期成本函数/127	
8.2 一个可变投入要素生产/112		9.2.1 总成本、平均成本及边际成本/128	
8.2.1 总产量、平均产量和边际产量/113		9.2.2 总成本、平均成本及边际成本之间的关系/129	
8.2.2 总产量、平均产量和边际产量的关系/113		9.3 长期成本函数/130	
8.2.3 边际收益递减规律/116		9.3.1 长期总成本/131	
8.2.4 生产的三个阶段/116		9.3.2 长期平均成本/132	
8.2.5 最优投入量的确定/117		9.3.3 长期边际成本/134	
8.3 两个可变投入要素生产/117		9.4 盈亏平衡/136	
8.3.1 等产量曲线/117		9.5 规模经济、范围经济和学习曲线/137	
8.3.2 等成本曲线/120		9.5.1 规模经济/137	
8.3.3 最优投入要素的确定/122		9.5.2 范围经济/137	
8.3.4 扩展线/122		9.5.3 学习曲线/137	
本章小结/123		本章小结/138	
讨论与练习/123		讨论与练习/138	

第5篇 市场结构

第10章 完全竞争与完全垄断	142	10.3.2 市场价格的决定/149	
10.1 市场结构/143		10.3.3 短期决策准则/150	
10.1.1 买方和卖方的数量和规模/143		10.3.4 长期决策准则/154	
10.1.2 产品差异/144		10.3.5 完全竞争市场的效率与公平/157	
10.1.3 市场壁垒/145		10.3.6 完全竞争市场的局限性/157	
10.1.4 市场信息/146		10.4 完全垄断/158	
10.2 市场集中度/146		10.4.1 不完全竞争市场/158	
10.2.1 绝对集中度/146		10.4.2 完全垄断的特点/158	
10.2.2 相对集中度/147		10.4.3 市场势力和垄断势力/159	
10.2.3 赫芬达尔指数/148		10.4.4 垄断势力的来源/159	
10.3 完全竞争/148		10.4.5 短期和长期决策准则/161	
10.3.1 完全竞争的特点/149		10.4.6 垄断的福利损失/163	

本章小结/164

讨论与练习/164

第11章 垄断竞争与寡头垄断 166

11.1 垄断竞争/167

11.1.1 垄断竞争的特点/167

11.1.2 短期决策准则/168

11.1.3 长期决策准则/169

11.1.4 产能过剩/170

11.2 寡头垄断/171

11.2.1 寡头垄断的特点/171

11.2.2 寡头垄断模型/172

11.2.3 合作行为/176

本章小结/179

讨论与练习/179

第6篇 定价策略

第12章 定价 182

12.1 定价目标/183

12.1.1 企业的定价目标/183

12.1.2 影响产品定价的主要因素/185

12.2 成本加成定价法/186

12.2.1 成本加成定价法的定义及使用/186

12.2.2 成本加成率的确定/187

12.2.3 成本加成定价法的优缺点/188

12.3 增量分析定价法/189

12.4 创造更多利润的定价策略/190

12.4.1 差别定价/190

12.4.2 两部定价(或两步定价、分步定价)/192

12.4.3 批量定价/193

12.4.4 捆绑定价/194

12.4.5 高峰定价/195

12.4.6 在激烈的价格竞争市场上的定价策略/196

12.4.7 多产品定价策略/197

12.5 其他定价策略/204

12.5.1 竞争导向定价法/204

12.5.2 新产品定价法/205

12.5.3 心理定价法/205

本章小结/206

案例分析/207

讨论与练习/207

参考文献 209

第1篇 总 论

管理经济学是研究如何通过最有效率地配置资源来达到既定的管理目标的科学。它把经济学的理论和方法应用于私人部门(个人和机构)所面对的决策问题,帮助决策者实现高效率地配置资源、规划公司战略和实施有效策略。本篇是全书的开篇,主要是对管理经济学的基本概念,管理经济学与经济学的关系,管理经济学的主要研究内容、主要分析方法、基本的术语进行介绍,为后续的学习打下基础。

第1章 绪论

经济学既是一门研究财富的学问，也是一门研究人的学问。

——阿尔弗雷德·马歇尔

导入案例

被解职的管理者

软件巨人 Amcott 公司公布了年度运营情况：亏损 350 万美元。据报道，170 万美元的亏损来自于它的外国语言分部。

Amcott 使用其 2000 万美元的留存收益购买 Magicword 软件包 3 年的所有权，这个软件包可以将普通的法文文件转换为英文，当时的短期利率为 7%。该软件第一年的销售收入虽是 700 万美元，但是由于随后卷入了 Foreign Inc 公司的侵权诉讼，该软件的销售即被停止了。Amcott 公司输掉了这场官司并支付了 170 万美元的赔偿金。业内人士说该软件的侵权案的赔偿金只占 Magicword 软件销售收入的一个很小的比例。

Ralph 作为 Amcott 公司的经理在此次事件之后被解职。媒体引用他的话说，“我只不过是 (Amcott 公司的) 律师们的替罪羊，他们在购买 Magicword 软件的所有权时没有做好他们的功课。我已经设计了 3 年年销售额为 700 万美元的计划，并且从预算的数字来看，实现了我的目标。”

你知道为什么 Ralph 会被解职吗？

资料来源：迈克尔 R. 贝叶. 管理经济学，原书第 6 版. 机械工业出版社. 2009.

● 知识目标

- ◆ 掌握管理经济学的概念与特征
- ◆ 了解管理经济学与经济学的关系
- ◆ 熟悉管理经济学的研究对象和内容
- ◆ 理解管理经济学部分重要的基础概念，如稀缺性、机会成本、不完全信息等

● 能力目标

- ◆ 熟悉并初步掌握最优化方法、边际分析方法、均衡分析方法和经济模型方法
- ◆ 说明经济学理论对企业决策的意义
- ◆ 理解并说明学习管理经济学的价值

1.1 管理经济学的内涵与特点

1.1.1 管理经济学的内涵

什

么是管理学？什么是经济学？什么是管理经济学？要理解管理经济学的内涵，我们需要对这三个问题逐一介绍和了解。

1. 管理学

要了解管理学，首先得知道什么是管理，管理是人们为实现一定目的而进行的一种活动。管理是共同劳动的产物。在集体劳动的前提下，为使劳动有序地进行，获得人们期望的劳动成果，就必须搞好协作，进行组织与协调，于是就产生了管理。对于管理的概念，管理学者从不同的角度出发有不同的认识，有的强调管理是由计划、组织、领导、控制等职能组成的作业过程；有的强调管理的核心环节，认为管理就是决策；有的强调对人的管理，认为管理就是通过别人把事情做成的行为；有的强调管理者个人的作用，认为管理就是领导；有的强调管理的本质，认为管理就是协调活动；等等。这些不同的观点，虽然在认识上有所差别，但都丰富和发展了管理理论，对人们加深对管理的认识大有裨益。我们认为，管理就是管理者在特定的环境下对其所辖范围内的组织资源以及可以采用的资源，有目的地进行计划、组织、指挥、协调、控制，通过组织资源的优化配置，从而有效实现组织目标的社会活动。

管理学就是一门研究人类社会管理活动中各种现象及规律的学科，是在近代社会化大生产条件下和自然科学与社会科学日益发展的基础上形成的。

管理学是在自然科学和社会科学两大领域的交叉点上建立起来的一门综合性交叉学科，涉及数学（概率论、统计学、运筹学等）、社会科学（政治学、经济学、社会学、心理学、人类学、生理学、伦理学、哲学、法学等）、技术科学（计算机科学、工业技术等）、新兴科学（系统论、信息科学、控制论、耗散结构论、协同论、突变论等），以及决策科学、未来学、创造学等。

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。事实上，无论是在东方还是在西方，我们均可以找到古代哲人在管理思想方面的精彩论述。现代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》(1911年)以及法约尔(H. Fayol)的名著《工业管理和一般管理》(1916年)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，管理学的研究者、学习者，管理学方面的著作文献等均呈指数上升，显示了作为一门年轻学科勃勃向上的生机和兴旺发达的景象。进入21世纪，随着人类文明的进步，管理学仍然需要大力发展其内容和形式。

2. 经济学

要了解经济学，我们首先得理解“经济”一词。在现代汉语中至少有两个定义，一个定义是指节省、有效率，以较少的人力、物力、时间获得较大的成果。例如，人们说“经济地

利用自然资源”。另一个定义则用来统称人类社会生产、消费、交换等活动，及其组织这些活动的制度、系统，如工业经济、国民经济、计划经济、市场经济等。经济一词的这两种定义存在内在的联系。任何经济活动，从个人消费、企业生产到整个国民经济，都必须考虑如何以最少的耗费来达到最大的收益。

在英文中，Economy(经济)一词源于希腊文，原义指管理家庭，特别是指家庭收支方面的管理。乍一看，这个起源似乎有些奇特，事实上，家庭和经济有着许多共同之处。一个家庭面临着许多决策，例如，谁做饭？谁洗衣服？谁打扫卫生？因此在管理家庭的时候，应该考虑到每个家庭成员的愿望和能力，以便在家庭成员中合理地配置资源。和家庭一样，社会也面临着许多同样的问题，怎样在社会中合理地配置资源成为经济研究的核心问题。而且，那时的家庭也是社会重要的经济单位。因此，经济学应该是一门用来研究人类社会经济活动的科学。

迄今为止，并不存在一个被所有的经济学家一致接受的有关经济学的定义。较为普遍而且为多数经济学家所接受的定义是：经济学是研究个人、企业、政府以及其他组织如何在社会内进行选择，以及这些选择如何决定稀缺资源的有效使用的科学。

经济学传统上分为微观经济学和宏观经济学。微观经济学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)等所作的决策。宏观经济学的重点是指整个经济和一般经济均衡条件。管理经济学家在决策过程中从这两个经济学分支中吸取内容。

3. 管理经济学

管理经济学主要是把经济学两大分支所提供的一些分析问题的工具、方法和理论应用到企业管理的决策实践中去。管理经济学从经济理论中吸取的概念和方法能使决策者选择正确的战略方向，高效率地配置组织的资源，并对策略问题做出有效的反应。从这个角度来看，管理经济学是把经济学理论和管理学原理融为一体的一门学科，学习这门学科的重点是提高分析问题的能力。

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做出上述决策显然是有用的。当管理者力图根据影响整个经济的各种因素预测未来的需求时，宏观经济学也进入了决策过程。

在长期中，必须制定有关增加或减少生产和分销设施，开发和推广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。

管理经济学研究的是把微观经济理论和方法应用于私人、公共和非营利机构所面对的决策问题。1951年美国学者乔尔·迪安教授的著作《管理经济学》的问世标志着管理经济学的诞生。在过去的半个世纪以来，管理经济学领域经历了迅速的发展。这种发展反映了一个现实：分析人员、领导者和高层经理都可运用经济理论来制定与组织目标相一致的决策。管理经济学从经济学尤其是微观经济理论中吸取的概念和方法能使决策者高效率地配置组织资源，能对策略问题做出有效的反应。

不管是追求盈利的厂商中的经理人,还是经济中公共部门和非营利部门的管理者,都可以应用管理经济学的工具,因为各类组织中的管理者都要面对一系列共同的问题。尽管管理问题的复杂程度不同,但一般都遵循以下形式:确定实现既定目标的不同方案,然后选出以最节省资源的方式实现目标的方案,同时要考虑竞争者的行动和反应。

管理经济学定义:管理经济学是把经济学尤其是微观经济学的理论与方法应用于组织经济决策的一门应用经济学科。在理解管理经济学含义时应正确把握以下几点。

(1)管理经济学是一门应用经济学,它运用经济学所揭示的原理和方法,研究解决企业的经营决策问题,但它并不是提供解决具体现实问题的具体方案,而仅是提供在决策制定过程中的经济思维,这是由社会科学的属性决定的。

(2)管理经济学是一门实证经济学,它致力于研究组织尤其企业经营决策中的各种规律和数量关系。

(3)管理经济学通过对经济学与管理决策学的融合,强化组织或企业决策者在管理中的理性思考与理性创新,有利于实现组织或企业目标。

由于本教材的读者未来多在工商企业工作,所以后面更多的是从企业经营管理角度来使用这个概念。

1.1.2 管理经济学的特点

管理经济学是经济学向企业管理实践领域的应用性延伸。管理经济学的诸多概念、原理与方法均来自于经济学,因此它们之间有着千丝万缕的联系。

首先,经济学是从第三者的角度来观察和研究市场主体的经济行为,包括企业、个人、政府和其他非营利组织;而管理经济学则主要从企业管理者的角度来思考企业如何在各种约束条件下合理地决策和有效地运行。也就是说,管理经济学的研究对象范围比经济学的更集中。另外,经济学的研究目的在于通过对市场主体行为的分析来揭示经济规律和经济运行机理,为人们认识社会经济活动提供一般的理论指导,而管理经济学的研究目的在于为企业实现经济目标进行决策提供经济分析方法和工具。正因为这样,后者具有强烈的实用性和功利性。

其次,为了便于分析,经济学理论都包含诸多假定和前提。但为了更接近客观实际,管理经济学在继承这些假定和前提的过程中,又做了各种程度的放宽和突破。例如,经济学通常假定企业行为的唯一目标是追求利润最大化,但现实中的企业由于受诸多因素的限制,其目标除了利润目标外,还可能具有扩大市场份额、承担社会责任等多元化的目标。这就使得管理经济学在以利润最大化准则分析企业行为的同时,还必须兼顾其他企业目标的要求。又如,在许多情况下,经济学理论假定企业拥有完全的市场信息,但现实中的企业几乎都是在不完全信息的条件下经营和运作的。这就要求管理经济学广泛借用其他学科的概念和工具,以帮助企业收集必要的信息,并在不确定条件下选择最优方案。这又成为管理经济学向综合性和边缘性学科发展的重要动因。

最后,同经济学一样,在分析企业行为时管理经济学也广泛使用多种经济模型,尤其是数量模型,但二者运用模型分析的目的不尽相同。经济学主要把经济数量模型作为分析经济系统运行机理的抽象化工具。管理经济学对这些模型的引进和使用则是同具体企业的

决策过程和行为密切相关的,管理经济学通过这些模型为企业决策者提供分析和观察问题的思路,帮助制定和评价多种决策方案。因此,经济模型在管理经济学里具有更为具体和实际的目标和内容。

从管理经济学的发展过程和现状,可以总结出它的几个主要特点。

1. 基础性

企业管理涉及一整套科学、系统的管理体系。在生产经营活动中,企业需要履行一系列基本的专业职能,这就形成了生产管理、营销管理、财务管理等专业管理子系统。企业在进行这些专业管理活动和实施总体综合管理的过程中,需要行使计划、组织、控制等一般管理职能,从而形成了一般管理子系统。而所有这些管理活动,由于企业的经济性,都具有一个共同的要求,都要追求效率、谋求最佳经济效益,因而需要为所有这些管理活动提供经济分析的管理经济学知识。管理经济学把管理科学和经济科学有机地联系起来,为其他所有的企业管理活动决策提供指导,这体现了管理经济学的基础性。

2. 综合性

管理经济学研究与企业经营管理决策相关的各种经济规律,既讨论市场微观经济主体的行为规律,也分析宏观经济环境的发展和变化可能造成的影响,因此,它包含微观经济学和宏观经济学两方面的内容。管理经济学是一门规范研究与实证研究相结合的经济科学。

3. 实用性

管理经济学是经济学理论的有关概念、原理和分析方法等在企业管理领域的实际应用,希望能运用经济理论创造性地解决企业的管理决策问题。

4. 量化性

管理经济学利用经济学中大量的经济数量模型,用以描述和分析企业管理决策涉及的各项经济变量之间的函数关系。用简明的数字语言为企业经营决策提供一套具有较强逻辑性和精确性的分析工具,是管理经济学的重要特色。

5. 边缘性

管理经济学的基本概念、原理及方法来源于经济学,但它所研究的现实企业通常是在环境十分复杂、信息很不确定的情况下进行经营,这就要求管理经济学在研究企业决策时,还要借用其他相关学科的概念和方法。这些学科包括:数学、运筹学、决策学、统计学、营销学、组织行为学等。因此,管理经济学又是一门跨学科科学。

1.1.3 学习管理经济学的价值和意义

1. 对个人的意义

我们都渴望拥有成功、幸福和美好的人生,而人生中有许多事情需要作出决策。

学习管理经济学可以培养我们经济学的观念和思维方式,比如选择意识、机会成本意

识、边际分析思维等。这些科学理性的决策意识和方法,使我们面对职业选择、婚恋抉择、理财规划等这些重大决策事项时,能够作出明智的选择,使我们的人生更加高效,加速我们成功,避免不必要的损失。

2. 对企业的意义

企业的各项管理决策的背后,都有着经济学原理在起作用。管理经济学就是以经济学原理为基础,应用经济学的基本原理和分析方法解决管理决策实践中的问题。管理经济学主要是为企业管理决策者提供基本的经济学理论和经济学分析方法,使之建立理性的决策思路,从而在管理实践中对遇到的各种现实经济问题进行理性思考,促使管理决策从主观经验到科学化、现代化的质的转变。

3. 对我国社会主义现代化建设的意义

学习管理经济学,不仅有助于培养和造就高素质的经营管理队伍,提高我国整体经营管理水平,加快我国现代企业制度的建立,而且有助于加快实现我国经济增长方式的转变,提高我国企业在国际市场中的竞争力。

1.2 管理经济学的研究对象与主要内容

1.2.1 管理经济学的研究对象

就研究对象而言,管理经济学研究企业经营中所面临的各种决策问题,而这种研究是建立在经济学的理论和方法基础上的。经济学为管理经济学提供了最重要的分析基础和工具。经济学是管理经济学的基础,而管理经济学是经济理论在企业中的具体运用,管理经济学在管理决策制定方面为经济理论与管理实践之间架起了一座桥梁。

管理经济学是从经济学的角度来研究企业管理中所有的决策问题,是企业管理决策中的经济分析,包括企业生产经营决策系统的经济行为以及有关变量之间的相互依存关系,如:企业生产什么,企业生产多少,企业怎样生产,如何制定价格,怎样进行投资,以及为解决上述问题而进行的经济分析与估计。

为适应企业经营管理的需要,管理经济学从经济学理论中吸取概念和原理,建立了自己的知识框架,用以揭示企业管理决策所依据的经济变量间的关系和经济规律,为管理者的管理决策提供分析框架,为其决策方案的制定和优化提供经济学上的指导。掌握管理经济学的知识框架,是应用决策方法进行管理决策的基础。

1.2.2 管理经济学研究的主要内容

具体而言,管理经济学的知识框架包括如下内容。

1. 企业行为

首先,需要对企业在社会经济系统中的地位、性质、作用以及它同其他微观经济实体的关系有一个基本的认识;其次,需要了解企业的行为目标模式,包括利润最大化的行为准则和非利润最大化的选择等;最后,则应了解企业行为的约束因素,包括需求、资源、预

算三种基本约束和政府管理等。这三层内容的研究有助于建立起对企业行为及其管理决策最基本的认识。

2. 个人行为

通过引入无差异曲线和预算约束线的概念,在此基础上建立消费者均衡模型,分析商品价格和消费者收入是如何决定消费行为的。

3. 供求理论

主要研究企业运行的市场机制,在分别定义需求函数和供给函数的基础上建立市场供求的均衡模型。

4. 生产决策

生产是企业最基本的经济活动。企业生产既受特定技术关系的制约,更涉及投入产出的经济性问题。从经济方面看,企业生产决策所关注的首先是产品产出量同生产要素投入量之间的变动关系,以便确定企业生产的合理数量或者规模;其次,需要分析投入要素的合理替代和产品产量的合理组合问题;最后,还应对技术进步的经济影响作一些考虑。

5. 成本优化

企业最基本的成本分析是围绕生产活动进行的。当把生产要素的采购供应价格引入前述生产分析模型中,以技术关系为主的生产分析就转变成了成本分析。企业的成本决策分析通常按短期和长期两种情况进行,它们分别解决企业的短期生产量和长期的规模优化问题。

6. 市场结构

企业作为特定产品的生产供应者将同本行业其他企业形成特定的市场竞争关系,这就是市场结构问题。现实企业的产品产量和价格决策都将受到市场结构的制约和影响。因此,分析市场结构的类型,探讨企业在不同市场结构条件下的竞争战略决策,具有重要的实际意义。

7. 定价策略

价格历来是经济学关注的重要问题。价格不仅仅是市场机制的问题,更是企业行为问题。定价决策对于企业实现利润最大化目标具有重要的影响。因此,如何利用传统经济学中的价格理论来分析和探讨现实的企业定价决策问题,就成为管理经济学的重要任务之一。

8. 组织设计

企业中存在着与企业组织规模和结构相关的交易成本和代理成本。管理者经常需要做出组织决策,学会从经济学的角度对企业组织设计进行分析,是管理经济学发展的一个重要方面。

9. 营销管理

在竞争普遍发展的条件下,对营销决策进行经济分析,成为管理经济学发展的新内容。

10. 风险管理

管理经济学分析消费者对风险的反应,并对企业如何应对风险进行研究。

11. 投资分析

企业为了长期生存和发展,常常需要扩展新的经营领域,投入新的经济资源。从经济学的角度对企业投资行为及投资方案进行评价和分析,成为管理经济学发展的另一个重要方面。

1.3 管理经济学的基本分析方法

方法是思维方式的体现和反映,管理经济学传承了经济学的思维和方法。以下对管理经济学的基本分析方法加以介绍。

1.3.1 最优化方法

1. 定义

所谓最优化方法,就是一种求极值的方法,即在一种约束条件下,使系统的目标函数达到极值,即最大值或最小值。

2. 目标

管理经济学假定生产者在追求利润极大化(或成本最小化),而消费者在追求效用极大化。

3. 最优化模型三要素

- (1) 变量:指最优化问题中待确定的某些量。
- (2) 约束条件:指在求最优解时对变量的某些限制。
- (3) 目标函数:最优化有一定的评价标准,目标函数就是这种标准的数学描述。

4. 步骤

- (1) 提出最优化问题,收集有关数据和资料;
- (2) 建立最优化问题的数学模型,确定变量,列出目标函数和约束条件;
- (3) 分析模型,选择合适的最优化方法;
- (4) 求解,管理经济学中的最优化问题可以运用微积分中的极值原理或运筹学中的线性规划和非线性规划求解;
- (5) 最优解的检验和实施。

1.3.2 边际分析法

1. 定义

边际分析是运用边际概念,借助于经济现象间的函数关系,研究某一因变量随着自变量的变化而变化的程度,从而比较经济效果的一种分析方法。边际分析是经济决策中最有用的概念之一。资源配置决策一般都以边际条件的形式来表示,即为得到一个最优解而必须满足的条件。人们熟悉的厂商利润最大化规则就是这样一个例子,厂商确定的产量水平