



北京市高等教育精品教材立项项目

21世纪清华MBA精品教材

清华大学精品课教材

管理经济学

(第三版)

◀ 陈章武 编著 ▶

MBA

Managerial Economics



清华大学出版社



北京市高等教育精品教材立项项目

21世纪清华MBA精品教材

清华大学精品课教材

管理经济学

(第三版)

陈章武 编著

Managerial Economics

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书试图以企业承担社会经济责任为目标,以追求利润为手段展开讨论。保持微观经济学理论框架基本完整性前提下,侧重研究企业经营管理决策所依据的经济学原理;保持经营管理决策科学的严谨性,开始注意决策的艺术性;注重实证研究的同时,也注重规范研究;注意定性研究和定量研究相结合;注意市场经济一般理论和中国国情相结合,全部采用中国案例。

为了帮助读者更好地理解 and 消化课程的基本概念,每章结束时都安排了相应的内容提要 and 复习题、练习题,同时配套出版了学生学习指导用书,教师可以从出版社免费获取教学指导用书电子版。

本书是为工商管理硕士(MBA)核心课程“管理经济学”编写,也同样适合作为工商管理类专业本科生“管理经济学”或者“微观经济学”课程的教材,也可以作为各种百战归来再读书的企业经营管理人员在职培训教材 and 有兴趣读者的自学参考书。为了能使没有一定高等数学基础的读者同样顺利阅读,第三版《管理经济学》同时出版简明版。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/陈章武编著.--3版.--北京:清华大学出版社,2014

(21世纪清华MBA精品教材)

ISBN 978-7-302-36366-8

I. ①管… II. ①陈… III. ①管理经济学—研究生—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第094396号

责任编辑:刘志彬

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印刷者:清华大学印刷厂

装订者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:25.25 字 数:589千字

版 次:1996年2月第1版 2014年6月第3版 印 次:2014年6月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:48.00元

产品编号:056933-01

管理

经济学

第三版序

PREFACE

早在1996年,笔者编著了《管理经济学》第一版,那是出于当时的客观需要,我国建立社会主义市场经济体制的目标刚刚确立,主要是照着讲:照着在发达国家已经有成熟体系的“微观经济学”讲,照着为阐明企业经营管理决策的经济学原理而设置的“管理经济学”讲。

2010年,笔者编著了《管理经济学》第二版。期盼由“Economics”,其原意“算计”,向“经纶天下,济世救人”的经世济民学转化;由“Managerial Economics”,其原意“企业赢利学”,向企业应全面承担社会经济责任的“管理经济学”转化。在《管理经济学》第二版里,努力尝试处理好“管理经济学”与“Managerial Economics”的关系;处理好“管理经济学”与“微观经济学”的关系;处理好“定量分析”与“定性分析”的关系;处理好“经济学一般理论”与“中国企业实情”的关系,并全部采用了中国案例。虽也已经作出了努力,由于笔者的水平有限,还是十分肤浅。

2013年11月,中国共产党召开了十八届三中全会,审议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》,为中国的社会主义市场经济改革进一步指明了方向,以促进社会公平正义、增进人民福祉为出发点和落脚点。笔者鼓起勇气,决定动笔再次将《管理经济学》改版。试图努力探讨市场是怎样决定资源的配置的呢?市场决定的资源配置是优化配置吗?市场决定的资源优化配置是社会公平正义的优化配置吗?社会公平正义要求的资源优化配置是怎样决定的呢?

笔者曾接受了相当扎实的物理学和数学的基础训练,后服从组织安排,转到经济学的教学领域,自然对经济学的定量分析得心应手,情

有独钟。但后来越学越教,越深切地感受到经济学不是数学,如果说“Economics”,原意“算计”,与数学还贴得近一点的话,而以经世济民为己任的“经济学”与数学就有相当距离了。社会的公平正义,人民的福祉,就很难用数学的模型来表述。大量现实社会经济生活中的经济社会的指标不可观察、无从定量,需要在多重目标中兼顾、综合、权衡,兼顾、综合、权衡需要科学性,更需要艺术性。因此,“经济学”既具有科学性,也具有艺术性,是科学性与艺术性的结合,是实证研究与规范研究的结合。“管理经济学”同样也是如此。

在《管理经济学》第三版中,除保持了第二版的基本构架,维持企业经营管理决策的科学严谨性外,开始注意决策的艺术性。在侧重实证研究的同时,也注重规范研究,尝试探索实证研究与规范研究的结合。主要修改的地方如下。

- 第一章增加了实证研究与规范研究。实证研究为规范研究提供科学证据,规范研究为实证研究提供理论指引,两者不可分离。在讨论收益分配时更需要采用规范研究的方法。
- 第一章还增加了企业社会责任。企业作为社会经济活动的重要主体,要尽企业社会责任,企业社会责任归结为经济责任、法律责任、道德责任、慈善责任。四方面责任紧密相连、顺序发展。
- 第三章增加了一点忠告。要注重经济学的定量研究,不断推动经济学学科科学性的进展,但不能迷信。人类社会经济活动的不确定性是客观规律,过去未必一定能解释未来,要注意决策的科学性与艺术性的巧妙结合。
- 第四章增加了讨论劳动报酬在初次分配中的比重。在市场充分竞争的条件下,劳动报酬在初次分配中的比重只与要素的产出弹性有关,与劳动工资率无关。
- 第四章还增加要给予子孙后代留下天蓝、地绿、水净的美好家园,根本办法是统筹兼顾。
- 第九章增加了社会人假定与经济博弈分类。经济学由经济人假定,到理性经济人假定、有限理性经济人假定、社会人假定是经济学理论的进步与发展。人只能是社会中的一员,不能离开社会讨论人。社会人假定就是要在共赢的前提下追求和实现自身的利益,在合作的基础上进行优胜劣汰的竞争。在日趋完善的制度约束下,自然人决策可以趋于社会人决策。
- 第九章还增加讨论博弈各方从所有相关者的利益考虑,实现双赢或多赢的途径。讨论了重复博弈的策略,诚信是市场交易的基石。
- 第十章增加讨论最低工资制度不利于从事简单劳动的劳动者就业,应注重劳动者的技能培训,提高劳动投入的产出弹性,推行企业工资集体协商制度,保护劳动者权益。
- 第十二章增加讨论更好发挥政府作用。政府是市场竞争的管理者:保障公平竞争,加强市场监管,维护市场秩序;是市场效率的维护者:弥补市场失灵;是市场发展的引领者:保持宏观经济稳定,加强优化公共服务,推动可持续发展;是市场使命的担当者:促进共同富裕。进一步讨论了初次分配、再分配和三次分配。

全书对涉及的相关经济社会数据,在可得的基础上进行了更新。对第二版中的38个专栏进行了全面修改,替换了其中7个专栏,新增加了4个专栏。

学习管理经济学是帮助读者用经济学的分析思维方法,提高在企业日常经营中的管理决策能力。其中,最重要的是帮助读者掌握经济学的基本概念和决策方法。为了能使没有高等数学基础的读者同样顺利阅读,第三版《管理经济学》同时出版简明版。简明版中,在保持经济学基本概念清晰的前提下,尽量采用文字叙述,将复杂一些的数学模型、曲线,推导、演绎删除;保留每章的摘要和复习题,删除练习题,每章增加关键词和术语。这样,第三版有两个版本提供读者自由选择,既适合工商管理硕士(MBA)的核心课程《管理经济学》作为教材;也适合各种百战归来再读书的企业经营管理人员在职培训作为教材;配合由笔者编著清华大学2011年出版的《管理经济学学习指导用书》,也可供读者自学。

《管理经济学》第三版的修订完全是在笔者退休以后完成的,笔者仍继续承担一些企业高层管理人员在职培训的教学,并还在几所大学为EMBA讲授管理经济学。活跃的课堂交流和讨论,大大丰富了第三版《管理经济学》的内容,在此一并表示感谢。同时还要感谢清华大学出版社责任编辑刘志彬先生,他为第三版《管理经济学》的出版提出了大量建设性的意见。

笔者决定将《管理经济学》第三版的版税捐给甘肃兴华青少年助学基金会,为帮助贫困山区的寒门学子完成高中阶段的学业尽一点绵薄之力。

陈章武

2014年春节于清华大学经济管理学院舜德楼

管理 经济学

前言

FOREWORD

《管理经济学》(第一版)自1996出版以来,已重印20多次,累计印数也早已超过10万册。但目前来看,教材的内容和结构都已经很不适应我国经济的发展和教学的需要,因此迫切需要对其进行一次全面的修订。

《管理经济学》(第一版)的编著是出于时代的客观需要。写作资料主要准备于1994年、1995年。那时,我国建立社会主义市场经济体制的目标刚刚确立;同时,借鉴世界上许多发达国家培养企业高层次管理人才的经验,在我国引入工商管理硕士(MBA)学位也只有短短的几年时间。《管理经济学》(第一版)的编著主要是照着讲:照着在发达国家已经有成熟体系的微观经济学讲;照着为阐明企业经营管理决策的经济学原理而设置的管理经济学讲。虽也力求以马克思主义经济理论为指导,努力结合中国企业经营的实情,但无论是个人的能力和知识,还是我国社会主义市场经济实际运行的情况,都决定了那种结合是十分肤浅的。

14年过去了,我国社会主义市场经济的运行已经初步积累了丰富的经验,在政府宏观调控下,市场机制对资源配置的基础性作用日益显现。现代企业制度的改革也在不断深化,开始形成了以公有制为主体、多种所有制共同发展的基本经济制度,企业日益成为拥有完善的法人治理结构的企业。基于此为企业经营决策管理服务的管理经济学也需要从当初的照着讲,开始考虑向接着讲转变。

中国工程院院士、工程院工程管理学部副主任郭重庆教授提出:“中国管理学的发展思路很像冯友兰先生对中国哲学发展思路的表述:

中国哲学应从‘照着讲’转到‘接着讲’。中国管理学不也是从对外来管理文化‘照着讲’的阶段,走向‘接着讲’的阶段。”并援引类似北京大学汤一介先生关于中国哲学“接着讲”的路径,提出中国的管理学应当“接着中国传统文化讲;接着西方管理学讲;接着中国近现代管理实践讲”。

中国引入经济学要比管理学有着更长的历史。最早是近代著名学者严复将西方经济学的圣经——亚当·斯密的《国富论》译作《原富》引入我国,而将 Economics 译为“计学”。他在给梁启超先生的一封信里还特别说明:“计学之名,乃从 Economics 字祖义著想……又见中国古有计相计偕,以及通行之国计、家计、生计诸名词。窃以谓欲立一名,其深阔与原名相副者,舍计莫从。”^①最初日本人将 Economics 译作经济学,取义是“经世济民”的学问,后来该词基本都被改译为“产经”,即产业经营。无论是“计学”还是“产经”,其深阔都与原名相符。而“Economics”一词经由孙中山先生推荐后,在中国一直被译作“经济学”,这就说明了中国学者对“Economics”的期待很高,期盼着“Economics”能经邦济世;期盼着“Economics”能经纶天下、济世救人,能用来管理好国家,造福于人民,而不是只为一部分人、一个利益集团“算计”;期盼着将“Economics”与中国的文化相结合,与中国的国情相结合,使之能成为一门经世济民的学问。

那么,将“Managerial Economics”译为“企业赢利学”是其深阔与原名相符。而众多的“Managerial Economics”方面的教科书也确实围绕着企业利润最大化为目标展开的。而一旦称之为“管理经济学”,就不应单纯围绕企业利润最大化展开,而应当围绕企业的社会经济责任展开。

企业作为社会经济活动中的一个独立实体,追求利润无可厚非。如果一个企业没有利润,就没有能力承担自己的社会经济责任,而追求利润是更好地承担社会责任的手段,也是企业运行的目标。这次修订,再版《管理经济学》,就是试图以企业追求利润为手段,以担当社会经济责任为目标展开讨论,作为“管理经济学”接着讲的一个初步尝试。

尝试处理好“管理经济学”与“Managerial Economics”的关系。大量的“Managerial Economics”是以企业赢利为目标展开讨论,管理经济学则仍以企业赢利为主线展开,赢利是企业运行的目标,但不是仅考虑股东和投资者的利益,而是要考虑所有相关者的利益,乃至整个社会福利的企业社会经济责任。其主线仍是企业赢利,不赢利就不能有效地承担社会经济责任,但强调赢利的目的变了。

尝试处理好“管理经济学”和“微观经济学”的关系。管理经济学是在微观经济学的基础上发展起来的应用经济学,注重为企业经营者提供经济分析工具。在《管理经济学》(第一版)中,考虑到当时大多数读者并没有机会系统学习微观经济学,因此大体上保留了微观经济学理论的完整性,注意突出与企业分析决策相关的经济学原理。而今,微观经济学,特别是初级微观经济学的学习已经有了相当程度的普及,因此,本教材第二版在注意到微观经济学系统构架的基础上,更加注重企业的分析决策工具的应用。例如,消费者的效用函数、企业的生产函数,在企业经营决策时很少用到,因此就应该基本不讲,或尽量少讲。而要素市场中的资本市场的相关内容,考虑到 MBA 课程体系中另有专门课程讲授,

① 王栻主编,《严复集》(第三册书信),摘自 1902 年《新民丛报》第七期。

因此也没有将其包含在本教材中。要素市场中的土地市场的相关内容,因其涉及面较小,也没有包含在本教材中。而政府对企业的管制政策,本教材则对此作了比较详细的讨论。之所以保留了微观经济学的基本构架,是为了让没有学习过初级微观经济学的读者也能对微观经济学有一个基本的了解。

尝试处理好定量分析和定性分析的结合。为了企业决策的实用性,在理解基本概念的基础上,本教材尽量充分引入定量分析的工具,并注意最大限度地避免数学推导的烦琐性,将部分稍为复杂的数学推导放在各章的附录中,供对此有兴趣的读者学习。为了加强对定性分析的理解和切身感受,将对需求函数的估计和预测独立作为第三章,侧重对估计和预测方法的介绍和应用,以缩短读者与经济模型和现实经济现象之间的距离,而避免估计预测方法的数学推导。在整个课程中,突出弹性的应用,特别是突出弹性在企业经营决策中的应用。而弹性是定量分析和定性分析很好的结合点。

尝试处理好经济学一般理论与中国企业实情之间的关系。在注意到中国社会主义市场经济理论探讨的领先性、企业改革的渐进性的基础、市场经济对资源配置的一般性特点以及企业作为独立法人的基本特征的同时,又注意到政府的宏观调控,同时也充分注意到我国经济是以公有制为主体、国有经济为主导的国情。在教材的编写过程中,应用了大量与中国国情密切相关的实例,并将其作为专栏分布在各个章节,全书共 38 个专栏。书中的例子和采用的数据也都与中国的社会经济现象直接相关。当然,在教学过程中,还应注意结合当时的热点问题展开讨论。

书中,将第一次出现的关键词、术语用黑体字印出。为了帮助读者更好地理解和消化课程的基本知识,每章结束时都安排了内容提要和复习题,复习题近 200 道。复习题中通常都没有所谓的标准答案,主要用来帮助读者系统回顾和检查各章学习的主要概念和知识。一般来说,读者学习采取两种主要方式:一是被动学习;二是主动学习。听老师讲课和自己读书基本上都属于被动学习,被动学习是必要的,可以较快地获取知识。但还要进行主动学习,主动学习就是用获取的知识自己来思考和解决问题。在各章后面还安排了 150 多道练习题,包括选择题 88 道和计算题 69 道。这些练习题用来帮助读者主动学习,尝试用被动学习获取的知识来思考和解决问题,以更好地提高解决实际问题的能力。被动学习是为主动学习服务的,随后我们还将出版相应的教师用教学指导书,教师用教学指导书可由从事管理经济学教学的教师直接向清华大学出版社免费索取。另行编著密切配合学生学习用的指导书,将公开出版发行。在教师用教学指导书中提供全部练习题的答案,而在学生用学习指导书中只提供部分练习题的答案。

虽然本教材是为工商管理硕士(MBA)的核心课程“管理经济学”编写的,但也完全适合工商管理类专业本科生学习,它是微观经济学最好的替代教材。目前国内也有许多学者主张:在工商管理类专业本科生的核心课程中安排学习管理经济学比学习微观经济学更恰当。同时,本书也可作为各种百战归来再读书的企业经营管理人员在职培训教材,以及自学参考书。

清华大学经济管理学院自 1991 年以来,开设管理经济学已经有近 20 年的时间。先后有黎诣远教授、宁向东教授、平新乔教授、杨之曙教授、李明志副教授、曹静助教授等参加了管理经济学的教学工作。我们经常在一起讨论管理经济学的教学内容,研究教学方

法,改进教学手段,这对我完成本教材的编著有着十分重要的帮助。同时,我还先后7次参加了由MBA教育指导委员会组织的全国高等院校管理经济学教学研讨交流会,兄弟院校老师的教学经验也给了我很大的启示,在此一并表示感谢。

在过去的近20年时间里,我一直从事MBA管理经济学的教学,直接教授的学生已经有3000人左右。同时,管理经济学还是清华大学经济管理学院高级培训中心对企业在岗人员培训的核心课程,我直接参与教学的已有近百个班次,其中有近7000多位在职的企业中高层管理人员参加学习。此外,管理经济学课程教学还推广到清华大学继续教育学院的远程教学,先后有4300多人通过远程教学学习了管理经济学。这些学生中,绝大多数都有丰富的企业经营管理经验,他们不断地对我的教学内容及方法提出讨论、质疑,为我这次再版《管理经济学》,提供了极为丰富的养分,在此也一并表示感谢。

这里,我还要感谢一个人,那就是清华大学出版社的刘志彬编辑。他不断地向我反馈广大读者对我第一版《管理经济学》的批评与建议,同时,还一次又一次地催促我尽快修订再版,而我也一次又一次地找借口推辞。2009年5月,在我刚刚离开学院管理岗位几天后,他再次来到我的办公室,商谈《管理经济学》再版的事宜。这次我无法推脱,只得应承下来,这样才有了半年多后《管理经济学》的修订稿。

《管理经济学》的修订,尽管得到如此众多人的关心和指点,也几乎倾注了自己半生教学的心血,但对经济学领域来讲,我仍是一个半路改行者,水平有限,书中也还存在许多不足之处,我将继续期待着广大读者的批评指正。

陈章武

2010年2月于清华大学经济管理学院舜德楼

教学支持说明

尊敬的老师:

您好! 为方便教学, 我们为采用本书作为教材的老师提供教学辅助资源。鉴于部分资源仅提供给授课教师使用, 请您填写如下信息, 发电子邮件或传真给我们, 我们将会及时提供给您教学资源或使用说明。

(本表电子版下载地址: http://www.tup.com.cn/sub_press/3/)

课程信息

书 名			
作 者		书号 (ISBN)	
课程名称		学生人数	
学生类型	<input type="checkbox"/> 本科 <input type="checkbox"/> 研究生 <input type="checkbox"/> MBA/EMBA <input type="checkbox"/> 在职培训		
本书作为	<input type="checkbox"/> 主要教材 <input type="checkbox"/> 参考教材		

您的信息

学 校			
学 院		系/专业	
姓 名		职称/职务	
电 话		电子邮件	
通信地址		邮 编	
对本教材建议			
有何出版计划			

_____年____月____日



清华大学出版社

E-mail: tupfuwu@163.com

电话: 8610-62770175-4903

地址: 北京市海淀区双清路学研大厦 B 座 506 室

网址: <http://www.tup.com.cn/>

传真: 8610-62775511

邮编: 100084

目 录

CONTENTS

前言	I
第一章 绪论	1
第一节 管理经济学与经济学理论	1
第二节 企业与企业运行目标	6
第三节 社会主义市场经济体制	12
本章提要	21
复习题	22
练习题	23
第二章 需求与需求函数分析	25
第一节 需求函数	25
第二节 需求弹性分析	35
第三节 需求弹性的计算	43
第四节 需求弹性在管理决策中的应用	46
本章提要	52
复习题	53
练习题	53
第三章 需求函数的估计和预测	56
第一节 需求函数估计回归分析法	56
第二节 需求函数估计的直接调查法	65

第三节 需求的预测	67
本章提要	70
复习题	71
练习题	71
第四章 生产函数分析	73
第一节 企业生产	73
第二节 一种可变投入生产函数	76
第三节 两种可变投入生产函数	82
第四节 经验生产函数	95
第五节 技术进步与测定	97
本章提要	102
复习题	103
练习题	104
附录	106
第五章 成本函数分析	111
第一节 经济成本	111
第二节 短期成本函数	116
第三节 长期成本函数	121
第四节 动态成本函数和学习效应	124
第五节 成本函数弹性分析	128
第六节 成本函数的估计	130
本章提要	135
复习题	136
练习题	136
附录	139
第六章 完全竞争市场企业经营决策分析	141
第一节 市场竞争与结构	141
第二节 完全竞争市场上的短期经营决策	144
第三节 完全竞争市场上的长期经营决策	150
第四节 竞争市场分析	154
本章提要	172
复习题	173
练习题	174

第七章 完全垄断市场的企业经营决策分析	177
第一节 垄断市场的条件和成因.....	177
第二节 垄断市场上的企业经营决策.....	180
第三节 垄断市场分析.....	186
第四节 买方垄断企业的决策分析.....	191
第五节 价格管制和反垄断法.....	194
第六节 垄断力的定价.....	197
第七节 内部转移定价.....	210
本章提要.....	220
复习题.....	221
练习题.....	222
附录.....	225
第八章 垄断竞争与寡头垄断市场企业经营决策分析	227
第一节 垄断竞争市场的经营决策.....	227
第二节 价格竞争与非价格竞争.....	232
第三节 寡头垄断市场的经营决策.....	239
第四节 寡头垄断企业的策略行为.....	242
第五节 定价实践.....	252
本章提要.....	264
复习题.....	265
练习题.....	266
附录.....	269
第九章 博弈论与企业竞争策略	271
第一节 社会人假定与经济博弈分类.....	271
第二节 三种基本博弈策略.....	274
第三节 一次性同时博弈.....	282
第四节 重复博弈.....	287
第五节 次序博弈.....	291
第六节 威胁、承诺的策略性博弈.....	294
第七节 拍卖中的博弈策略.....	300
本章提要.....	305
复习题.....	306
练习题.....	307

专栏 6-3	稀土出口 配额管理	168
专栏 6-4	贸易摩擦不断如何积极应对	169
专栏 7-1	钨矿定价权的争夺	179
专栏 7-2	中国医改步入深水区	189
专栏 7-3	“厂网分开 竞价上网”的中国电网	193
专栏 7-4	发改委开出反垄断的重罚单	197
专栏 7-5	中国移动的自选套餐	209
专栏 7-6	苹果公司跨国逃税 转移定价惯用手法	219
专栏 8-1	今日格兰仕	233
专栏 8-2	同方威视威视四方	234
专栏 8-3	差异化赢回市场	235
专栏 8-4	“成也萧何,败也萧何”秦池酒厂的跌宕起伏	237
专栏 8-5	OPEC 是卡特尔组织吗?	248
专栏 8-6	“逗(豆)你玩”玩不得	249
专栏 9-1	应试教育与素质教育的困境	279
专栏 9-2	中国光伏产业的艰辛博弈	288
专栏 9-3	人类历史的一次核战争边缘	297
专栏 10-1	切实保障被派遣劳动者合法权益	325
专栏 10-2	我国高等教育面临的尴尬	331
专栏 11-1	大蒜遭遇甲流感	340
专栏 11-2	食品质量免检与三鹿牌奶粉	345
专栏 12-1	环保部推行大气污染许可证北京市交易启动	357
专栏 12-2	长江三峡工程的费用与效益	363
专栏 12-3	“长江三鲜”们的命运	365
专栏 12-4	高收入者纳税额的思考	378
专栏 12-5	厚德载物 大爱无疆	380

绪 论

第一节 管理经济学与经济学理论

一、管理经济学内涵

管理经济学是应用经济学的重要分支,它作为工商管理硕士(MBA)的核心课程,主要是为立志成为企业经营者和决策者的读者提供一个有效的决策分析工具。通过对经济学基本原理的学习,提高分析和批判思维的能力,用经济学的方法观察和思考企业的经营决策。在外界条件约束下,通过将有限资源的有效配置,实现企业经营的目标。

一个企业的经营管理者日常面临着大量的决策任务,如何在经营决策中尽量不犯或少犯错误,从根本上决定了企业经营目标能否实现。要想成为一个比较成熟的企业经营决策者、职业经理人,就应当具备两个基本条件。中国的文字非常巧妙,企业的经营决策者有一个共同的称谓,称为“经理”。这喻示着一个合格的职业经理人应当具备两个基本条件。一是要有“经”验,而经验的积累要靠悟性。“它是一个人学养、智慧、感觉、实践的综合体,是一种人本精神。”“它是一种善于对事物进行由表及里、由实及虚的融会贯通的思考和认识的能力,也是不断地对自身实践进行总结和升华的结果,是自己的思维由具体到抽象的过程。说透了,这是一个人综合素质,特别是思想素质的反映。悟性需要长期的实践和积累,只有从实践中去感悟,从积累中去融通。”^①悟性只有从实践中来感悟,从积累中来融通,很难用课堂传授的方法来得到。但仅有悟性还不行,单靠悟性就是凭感觉决策、凭经验决策。仅凭感觉决策、凭经验决策难免犯错误。在企业的职务越重要,犯错误造成的损失就越大,有人称之为交“学费”。这样的“学费”一点都不交是不可能的,但尽量少交一点还是有可能的。这就需要职业经理人具备另一个基本条件,那就是要有一定的理性、有理性的思维。理性的思维意味着科学性,通过符合逻辑的推理即得出结论、意见,作出决策。其特点具有概括性和间接性。因此,理性的思维是可以通过课堂学习的方式来训练、书本学习的方法来提高了。对于职业经理人而言,这个“理”最重要的是要了解社会主义市场经济运作应当遵循的基本原理,它通常是前人积累的经验 and 总结,且在实践中被证明了的具有共同性的客观规律性。通过学习,可以尽量避免犯前人类似的错误,减少不必要的损失。决策者只有实现了悟性和理性的结合,才可能成为一个成熟的职业经理人。

职业经理人需要学习社会主义市场经济运行的一些最基本的经济学原理,来帮助职

^① 范敬宜:“来自实践的悟性”,见《结合》,姬振海著,城市出版社,2002年12月第一版。

业经理人提高理性思维,在职业经理人应当具备的知识体系中,管理经济学就属于最主要的基础理论课程之一。当然,本课程不是泛泛地探讨理论,而是特别注重理论与实践的结合。

二、管理经济学与微观经济学

微观经济学主要研究在特定的外部环境下,经济活动个体的行为——包括消费者、投资者、劳动者、土地所有者、企业——以及它们的相互影响,进而组成市场的行为,并解释这些行为——自然人与法人——是如何作出经济决策的。这个过程中,一直在努力探索三个问题:

生产什么?

怎么生产?

为谁生产?

作为微观经济学,是从经济学活动主体的一般经济现象入手,侧重研究经济运行中均衡的理论分析,主要是描述性的,试图描述经济如何运行,通常不涉及应该怎样运行的问题。

管理经济学同样要努力回答这三个问题,所包含的内容和微观经济学相似。要从消费者的行为角度研究市场的需求,来回答“生产什么”;要从企业组织生产的过程研究生产与成本,来回答“怎么生产”;要从不同市场结构条件下研究产量决策与价格决策,通常用竞争的结果来回答“为谁生产”。因此,它也通常保持了微观经济学的严谨学术风格和基本的知识结构。

但管理经济学与微观经济学的出发点不完全一样,它是从企业经营者的角度出发。研究消费者行为的目的,是要了解市场对其产品的需求;研究投入与产出的生产过程与成本,是为了进一步提高生产效率;研究市场上特别是产品市场上的产量与价格决策,是为了实现企业经营的目标与理念。企业也总是在特定的宏观经济环境下作出决策,因此,也研究政府宏观调控的微观政策对企业的影响,以及企业的应对策略。投资者行为,以及在资本市场上的决策,也应是管理经济学研究的范畴,但通常因另有专门的课程来讨论投资者行为以及在资本市场上的决策,管理经济学一般不包含这方面的内容。

管理经济学主要是为企业实现目标提供决策的方法和依据,侧重于**实证研究**,努力去说明客观事物是什么。在研究消费者行为时,不去深入讨论消费者的效用函数,进而也就不去深入讨论无差异曲线如何用来帮助消费者作出决策,而侧重讨论影响市场需求的重要因素是什么,这些因素对需求影响的敏感程度怎样,以及弹性如何帮助企业经营者作出准确的决策。需求的弹性分析是这部分研究的重点。在研究投入与产出的关系时,不把重点放在生产函数上,而把重点放在成本函数的讨论上,尤其是把重点放在为决策而用的经济成本的一些重要概念的讨论上。为实现企业经营目标,不去重点关注在不同市场结构下一般性的定价方式,而是重点研究企业在不同市场结构条件下,应当怎样为产品定价,以及一些在实践中常用的定价方法。博弈论在决策中的应用是20世纪后半叶微观经济学最重要的发展,在管理经济学中则不去讨论博弈论中艰深而复杂的数学问题,而侧重说明如何用博弈论来理解市场的发展和运作,以及经营决策者应当怎样考虑他们不断面