

21世纪高等继续教育精品教材·工商管理系列

王春香◎编著

管理经济学



中国人民大学出版社

21 世纪高等继续教育精品教材·工商管理系列

管理经济学

王春香 编著

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学/王春香编著

北京: 中国人民大学出版社, 2008

21 世纪高等继续教育精品教材·工商管理系列

ISBN 978-7-300-09717-6

I. 管…

II. 王…

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 140987 号

21 世纪高等继续教育精品教材·工商管理系列

管理经济学

王春香 编著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东方圣雅印刷有限公司

规 格 170 mm×228 mm 16 开本

版 次 2008 年 10 月第 1 版

印 张 21.25

印 次 2008 年 10 月第 1 次印刷

字 数 421 000

定 价 33.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总 序

21 世纪, 科学技术发展日新月异, 发明创造层出不穷, 知识更新日趋频繁, 全民学习、终身学习已经成为适应经济与社会发展的基本途径。近年来, 我国高等教育取得了跨越式的发展, 毛入学率由 1998 年的 8% 迅速增长到 2004 年的 19%, 已经进入到大众化的发展阶段, 这其中高等继续教育发挥了重要的作用。同时, 高等继续教育作为“传统学校教育向终身教育发展的一种新型教育制度”, 对实现“形成全民学习、终身学习的学习型社会”、“构建终身教育体系”的宏伟目标, 发挥着其他教育形式不可替代的作用。

目前, 我国高等继续教育的发展规模已占全国高等教育的一半左右, 随着我国产业结构的调整、传统产业部门的改造以及新兴产业部门的建立, 各种岗位上数以千万计的劳动者, 需要通过边工作边学习来调整自己的知识结构、提高自己的知识水平, 以适应现代经济与社会发展的要求。可见, 我国高等继续教育的发展, 既肩负着重大的历史使命又面临着难得的发展机遇。

我国的高等继续教育要抓住机遇发展, 完成自己的历史使命, 从根本上说就是要全面提高教育教学质量, 这涉及多方面的工作, 但抓好教材建设是提高教学质量的基础和中心环节。众所周知, 高等继续教育的培养对象主要是已经走上各种生产或工作岗位的从业人员, 这就决定了高等继续教育的目标是培养能适应新世纪社会发展要求的动手能力强、具有创新能力的应用型人才。因此, 高等继续教育教材的编写“要本着学用结合的原则, 重视从业人员的知识更新, 提高广大从业人员的思想文化素质和职业技能”, 体现出高等继续教育的针对性、实用性和职业性特色。

为适应我国高等继续教育发展的新形势、培养应用型人才、满足广大学员的学习需要, 中国人民大学出版社邀请了国内知名专家学者对我国高等继续教育的教学改革与教材建设进行专题研讨, 成立了教材编审委员会, 联合中国人民大学、中国政法大学、东北财经大学、武汉大学、山西财经大学、东北师范大学、华中科技大学、黑龙江大学等 30 多所高校, 共同编撰了“21 世纪高等继续教育

精品教材”，计划在两三年内陆续推出百种高等继续教育精品系列教材。教材编审委员会对该系列教材的作者进行了严格的遴选，编写教材的专家、教授都有着丰富的继续教育教学经验和较高的专业学术水平。教材的编写严格依据教育部颁布的“全国成人高等教育公共课和经济学、法学、工学主要课程的教学基本要求”；教材内容的选择克服了追求“大而全”的现象，做到了少而精，有针对性，突出了能力的训练和培养；教材体例的安排突出了学习使用的弹性和灵活性，体现“以学为主”的教育理念；教材充分利用现代化的教育手段，形成文字教材和多媒体教材相结合的立体化教材，加强了教师对学生学习过程的指导和帮助，形象生动、灵活方便，易于保存，可反复学习，更能适应学员在职、业余自学，或配合教师讲授时使用，会起到很好的教学效果。

这套“21世纪高等继续教育精品教材”在策划、编写和出版过程中，得到教育部高教司、中国成人教育协会、北京高校成人高教研究会的大力支持和帮助，谨表深切谢意。我们相信，随着我国高等继续教育的发展和教学改革的不深入，特别是随着教育部“高等学校教学质量和教学改革工程”的实施，这套高等继续教育精品教材必将为促进我国高校教学质量的提高做出贡献。

杨干忠

前 言

管理经济学作为一门决策应用科学，自 20 世纪 50 年代产生以来，即深受企业界及其相关管理领域的欢迎与好评。短短几十年时间，其影响迅速扩大。现已成为各国大学中经济、管理类专业（包括 MBA 学生）的必设专业基础课。管理经济学被引入我国的时间不长，但其重要性及应用价值已受到实际应用部门与学术界多方重视。全国各大商学院几乎无一例外地将“管理经济学”列为 MBA 的核心课程之一，同时它也是成教系统工商管理等专业的必修课之一。

在多年的管理经济学教学实践中，我感到，国内各层次的学生和实业界对管理经济学的知识都有强烈需求。另一方面，尽管国内已经出版了多种版本的外国和国内学者编写的教材，但因受追求“高级”、“最新”、“案例”等的影响，许多教材缺少对基础知识的系统、细致讲解，虽然能够满足部分学生的“猎奇”需要，但往往通读全书后，不能获得全面、系统的管理经济学知识。而管理经济学是一门直接面向实际应用的课程，没有扎实的基础知识，就难以在复杂多变的环境中灵活应用。

为此，我比较研究了国内出版的有关著作，参考 Lila J. Truett, Dale B. Truett, S. Charles Maurice, James R. Mcguigan, R. Charles Meyer, Paul G. Keat, Philip K. Young, Larry C. Peppers, Paul G. Balls, Evan L. Douglas 等外国学者的管理经济学著作，结合自己多年的教学、研究与咨询的经验，编写了本书。

本书在正式写作之前经过了较长时间的酝酿与准备。我希望呈献给读者一本高质量的管理经济学著作——既保留国外管理经济学精华，又适合中国读者研读。首先，本书是针对成教系统的教学而编写的，特别适合那些经济学和数学基础都较弱的读者阅读；同时，本书也适合那些经济学和数学基础较好但刚开始接触管理经济学的读者阅读，可用作各类经济及管理专业学生（包括 MBA）的教材，也可作为有志于管理决策实践与学术研究人员自学或参考读物。但我深知，本书不是一本完美之作，由于水平所限，书中错误和不妥之处在所难免，我

热切地盼望着读者提出批评意见。

在开始阅读正文内容之前，本书的如下三个特色是读者应当注意到的，这也是我苦心准备与编写的体现。

其一，在全书的结构安排上，尽可能既照顾各章节之间的逻辑关联性，又保持由易到难的次序，便于读者阅读与理解。

其二，考虑到国内读者由于学历、经历不同，经济学与相关数学基础参差不齐，除了单独设置一章讲解有关必备的数学基础知识外，在涉及高等数学的问题的阐述中，尽可能采用数学表述与直观解释并行的方式，使数学与经济学基础欠缺的读者也可以理解并掌握基本的决策原理与应用技巧。

其三，管理经济学原理可以运用到所有行业、所有领域的经济决策中。考虑到国内读者不同的知识背景及学习目的（应用方向），本书在应用举例时尽量涉及各种行业，如工业、商业、金融、信息、服务、娱乐等。这样，既可引起更多读者的兴趣，又可对实际应用起到更强的示范效应。

全书共分六篇，第一篇是基础篇，之后的几篇是按照企业经营决策的几大方面设计的，其中组织篇是国内管理经济学教材较少涉及的内容，但却是企业经营决策中不可缺少的一大方面，因而组织篇的设计也算是本书的一大特色。数学基础较好的读者可略过第二章。本书将较多数学分析的内容都以章后附文的形式呈献给读者，数学基础好的读者可在阅读正文之后接着阅读附文，数学基础差的读者则可略过附文，但这并不影响对正文的理解。

最后，应该说明，本书得以较顺利地成稿与出版，实在是得益于许多老师与朋友的热心相助。中国人民大学的吴德庆教授是我最初接触这门课程并深深喜欢上这门课程的引路人，在我多年的教学生涯中，曾多次与吴教授讨论并在许多问题上受吴教授指导，使我获益匪浅，这也是本书许多部分得以顺利完稿的原因之一。中国人民大学出版社的李丽虹女士热心地鼓励我把自己多年的教学成果总结出来，并在结构安排、字数、格式等方面都提出了很好的建议。特别应提到的是，中国人民大学继续教育学院有关领导和同事的热心扶持与帮助，对本书的顺利出版起了决定性的作用。在此，我向所有曾直接、间接帮助过我的各方面人士表示衷心的感谢！

王春香

2008年6月于中国人民大学

目 录

基 础 篇

第一章 管理经济学与管理决策	(3)
第一节 什么是管理经济学.....	(3)
第二节 企业目标与管理决策.....	(6)
第三节 企业的外部环境	(14)
第四节 企业的内部条件	(18)
第五节 企业的社会责任	(20)
第六节 本书的结构	(24)
第二章 管理数学基础	(25)
第一节 管理决策过程与变量	(25)
第二节 代数基础	(28)
第三节 几何基础	(39)
第四节 微积分基础	(49)

市 场 篇

第三章 需求、供给与市场价格	(63)
第一节 需求	(63)
第二节 供给	(70)
第三节 市场均衡及其变动	(75)
第四节 政府干预对市场均衡的影响	(80)
第四章 需求弹性及其应用	(93)
第一节 需求的价格弹性	(93)
第二节 企业的收入函数(曲线)与价格弹性的应用.....	(101)

第三节	需求的交叉价格弹性	(109)
第四节	需求的收入弹性	(111)

生 产 篇

第五章	成本利润分析	(123)
第一节	利润目标与决策准则	(123)
第二节	机会成本分析与决策	(127)
第三节	贡献分析与决策	(131)
第四节	盈亏平衡分析法	(133)
第六章	生产函数与成本函数	(142)
第一节	生产函数	(142)
第二节	成本函数	(152)
第七章	利润最大化原理与最优决策	(169)
第一节	利润最大化法则	(169)
第二节	单一可变要素的最优利用	(170)
第三节	多种投入要素的最优组合	(171)
第四节	产品产量的最优组合	(181)
第五节	多工厂产量的最优组合	(187)
第六节	多个市场的最优分销决策	(188)

竞 争 篇

第八章	市场结构与竞争策略	(195)
第一节	完全竞争市场中企业的产量决策	(195)
第二节	完全垄断市场中企业的价格与产量决策	(204)
第三节	垄断性竞争市场中企业的价格和产量决策	(206)
第四节	寡头垄断市场中企业的价格和产量决策	(209)
第九章	定价决策	(215)
第一节	最优价格与可接受价格	(215)
第二节	成本加成定价	(219)
第三节	差别定价	(222)
第四节	联产品的定价	(228)
第五节	双重定价	(232)
第六节	转移价格	(235)

第七节 新产品定价	(241)
-----------	-------

投 资 篇

第十章 长期投资决策	(249)
第一节 货币的时间价值	(249)
第二节 货币时间价值与日常经营决策	(254)
第三节 投资决策的数据	(256)
第四节 投资方案的评价方法	(260)
第五节 几种典型的投资决策	(271)
第十一章 风险分析与决策	(276)
第一节 风险与风险态度	(276)
第二节 风险分析与评价	(280)
第三节 考虑风险的投资决策	(287)

组 织 篇

第十二章 组织与激励	(297)
第一节 代理问题	(297)
第二节 组织基础	(304)
第三节 激励基础	(314)
第四节 业绩评估	(319)
附录 A 现值系数表	(324)
附录 B 总现值系数表	(325)
参考文献	(326)

基础篇

第一章 管理经济学与管理决策

第二章 管理数学基础

管理经济学与管理决策

企业总是具备一定的条件，并处于特定的经济环境中，为求生存与发展，就必须适应环境与条件及其变动，及时、正确地作出多种决策。而为企业决策提供理论与方法，使决策更为科学和有效，正是管理经济学的主旨所在。

第一节 什么是管理经济学

一 管理经济学的概念

管理经济学是运用微观经济学的理论与方法进行管理决策的应用学科。企业管理的分析与决策是其主要应用领域；而传统微观经济学的理论与方法成为其主要特色。可以说，管理经济学是联结微观经济学与企业管理决策的桥梁，也可以说，西方经济学的巨大应用价值，通过管理经济学而得到开发和实现。

微观经济学作为一门基础学科，有几百年的发展和积累，为经济和管理决策提供了深厚的理论基础。从某种程度上讲，经济和管理决策合理与否，应该以经济学的标准为依据。正因为如此，许多管理学科都以经济学为其理论基础。管理经济学着重研究经济学理论与方法在企业管理决策中的应用，这就决定了管理经济学提出的决策方法和标准在理论上的合理性。而实际上，广阔的应用前景与丰厚的理论基础赋予了管理经济学强大的生命力和影响力。从 20 世纪 50 年代产生至今，短短几十年的时间，管理经济学从美国迅速传播到世界各国，深受理论界及实业界的欢迎与好评。许多大学的管理学院或商学院学生都通过学习管理经济学理解了管理的基本原理，建立起思考管理问题的正确思路，并掌握了各种实用的决策方法。

二 管理经济学的特点

企业管理的分工与发展，导致了多种管理学科的出现、分工和完善。至今，

与企业的各种专业化管理相适应，会计学、统计学、财务管理、市场营销、战略管理、人力资源等都已形成了自己独有的和较为完善的学科内容。

管理经济学作为一门新兴的管理学科，与其他管理学科一样，都是分析和解决企业管理问题的有力工具。但是，与其他管理学科相比，管理经济学又有其独特之处。主要表现在：

（一）定量分析

传统管理学多侧重于人和组织的行为特性的研究，可以说属于管理的基本问题，如人的本性是否好逸恶劳，处理问题应以人为中心还是以任务为中心，各种组织结构的优缺点等。除少数情况外，它往往仅提供一种基本思想或原则，不涉及具体决策方法。而管理经济学则要通过具体的数量计算，说明方案或项目的优劣或可行与否。而且管理经济学在分析和制定决策时，多借助于变量间的函数关系。对高等数学，特别是微积分和线性规划等数学方法的使用，是管理经济学有别于上述管理学科的重要特征。

（二）制定决策

会计学、统计学等虽然也进行定量分析，但会计学主要是研究如何记录（记账）才能更好地反映企业过去的经济活动及其结果；而统计学主要研究如何收集、整理资料，如何从资料中提取更准确的信息，如何根据过去的资料预测未来趋势等。从管理决策的角度看，这两者都非常重要，它们的作用都是为决策提供必要的信息；但管理经济学不同，它的作用是依据相关信息，直接制定决策。

（三）以经济学为基础

虽然许多管理学科都声称以经济学为其理论基础，如财务管理、战略管理等，但只有管理经济学是完全以经济学为依据研究管理决策的。另一方面，也有一些学科专门研究定量决策方法，比如，管理科学就是运用数学规划方法求各种决策问题的最优解，这样的研究可以得出具体环境下的最优决策。但如果没有建立在经济学理论之上的正确理念，基础条件、变量设计都有可能出遗漏和偏差。比如，如果没有考虑某项资源重要的机会成本（隐性成本），所谓的“最优解”可能就缺乏可行性或合理性。

（四）广泛应用性

有些管理学科主要应用于企业内特定的部门或领域。例如，财务管理主要应用于企业的财务部门；市场营销主要应用于企业的销售部门；人力资源主要应用于企业的人事部门；战略管理主要应用于企业的高层决策等。

管理经济学作为一种决策工具，适合于企业总经理及各部门经理在决策中使用。它可以用于寻找和判断机会（开发部门、销售部门），选择技术方案（生产部门、财务部门），选择定价、促销战略（销售部门、财务部门），优化产品品种与产量结构（销售部门、生产部门等），优化要素（人员、资金、设备）投入组合（人事、生产部门），等等。因此，管理经济学是企业内各部门通用的决策

工具。

三 管理经济学与微观经济学的关系

管理经济学是在微观经济学（而不是管理学）的基础上发展起来的，因此它与微观经济学具有非常密切的关系。微观经济学为管理经济学提供了理论基础和分析方法。但另一方面，管理经济学又不同于微观经济学。

1. 微观经济学是一门理论学科，而管理经济学是一门应用学科

作为一门理论学科，微观经济学以抽象的企业——厂商的决策为研究对象，研究最优价格与产量的确定。

作为一门应用学科，管理经济学研究现实的企业决策问题，包括生产技术、生产规模、产品组合、要素组合、各种具体的定价决策、广告和促销决策、投资决策等。

在分析和解决这些决策问题时，从过程和结果来看，管理经济学都符合微观经济学的基本原理和方法，但所解决的往往是微观经济学所不涉及的具体问题。

2. 微观经济学以利润为唯一决策目标，管理经济学可能要考虑其他决策目标

从全局和长期来看，利润往往是企业主要的或根本的目标。因此，微观经济学在作分析和研究时，通常假定企业以利润为唯一目标。但具体到某一段时间或某一项目的决策，企业可能追求市场份额最大，也可能追求风险最小，而愿意暂时放弃一部分利润。管理经济学在作决策分析时，通常就要考虑这种现实需要，同时兼顾其他必要的目标。现代企业在作决策时，对外应注意企业的形象，对内应照顾好各方面的利益，同时无论对内对外，在作决策时都要有长远的眼光。所以，管理经济学决策的结果，可能是一种满意利润而非最大利润。

3. 微观经济学着重研究信息完备的决策，而管理经济学不能回避信息不完备的决策

微观经济学的研究假定企业可以及时、准确、全面地掌握相关信息，即解决信息完备情况下的决策问题。而在现实中，企业在进行各个方面的决策时，往往没有甚至无法掌握充分的信息。正因为如此，管理经济学从现实出发，引入了一些其他学科的分析工具与方法，如概率论、线性规则、对策论等，研究信息不充分和存在风险情况下的决策问题。

4. 微观经济学着重于得出理论上的最优解，而管理经济学着重于解决实际问题

作为一门理论学科，微观经济学往往以理论上的最优解作为分析和研究的结论。这里的“最优”通常是利润最大化。而管理经济学着重于解决实际问题。除了求解利润最大化或成本最小化问题之外，管理经济学还常常进行方案之间的比

较，以选择切实可行的最优方案。不难理解，最后所选择的方案可能达不到理论上的“最优”。另外，管理经济学还致力于研究、分析、改进现实中一些流行的做法，如成本定价法、差别定价法等，使其兼具理论上的合理性和操作上的可行性。

5. 微观经济学有较为稳定的理论体系，而管理经济学的内容仍处于发展中

微观经济学的发展历史较长，至今已形成了较为稳定的理论体系。目前，微观经济学作为一门课程，一般包括：（1）供求理论，主要包括供求曲线、供求弹性、供求对价格及产量的决定；（2）消费理论，主要包括物品效用的计量、无差异曲线、消费者均衡及其变动等；（3）生产理论，主要包括生产函数、成本函数、边际产量、边际成本等；（4）市场理论，即完全竞争、垄断竞争、寡头垄断、完全垄断四种市场结构的分析；（5）分配理论——生产要素的价格；（6）一般均衡与福利经济理论；等等。

而管理经济学只有几十年的发展历史，其内容和体系仍处于不断发展与完善的过程中。关于管理经济学的内容，各位学者的阐述多有差别，但出现较为普遍的有供求理论、消费理论、生产理论、市场理论的应用。当然，在应用领域上差别也较大。

第二节 企业目标与管理决策

企业是市场经济中独立运营、自负盈亏的经济实体。因此，企业的根本目标是经济利益。这种经济利益往往以利润或财富价值为代表。企业是在一定的环境中，利用自身具备的条件，通过各种各样的决策和行动，努力实现其追求的目标。因此，企业的管理决策由五大要素构成，即决策领域（类型）、决策目标、企业外部环境、企业内部条件、决策方法。本节将对决策类型、决策目标作一简单的说明与探讨；接着，用两节的篇幅分别对企业的外部环境、内部条件作简单分析与说明，而关于决策的方法将是全书致力研究的内容。

一 企业的性质

（一）营利性组织与非营利性组织

企业是营利性组织，它区别于各种非营利性组织，如学校、医院、教会、博物馆、研究机构等。营利性组织往往追求经济目标，如利润等；非营利性组织往往追求特定的社会目标，不以盈利为目的。但两类组织都希望自己发展壮大。营利性组织通过其经济目标的实现，可以获得更多的经济资源，从而获得生存和发展的条件。非营利性组织通过其社会目标的追求，可以获得更多的私人捐助和政

府补贴，从而获得生存和发展的条件。

营利性与非营利性往往与行业有关，比如工业、商业、金融业组织往往属于营利性组织，即企业或公司，而教育、医疗等行业的组织则往往是非营利性组织。但也有例外，如医疗行业的医院虽然经营同样的业务，但有的是非营利性组织，有的则属于营利性组织。投资于营利性组织的投资人也称为股东，随着营利性组织盈利的增加和发展壮大，其股份所代表的财富也随之增加，并可通过市场交易将财富增值变现。一般来说，投资于非营利性组织的出资人不能分配组织的结余，也不能通过市场交易将非营利性组织中的财富增值变现；但非营利性组织的经营可以更多地获得政府的免税优惠和补贴。

同样，市场经济中的企业也有别于我国改革开放前计划经济中的企业。我国从建国到 20 世纪 70 年代一直实行计划经济，企业的采购、生产、销售、分配完全按照中央和地方以及行业的计划进行，企业没有人、财、物、产量、价格等各方面的自主决策权力。盈利的企业要上缴利润，亏损的企业可以享受国家补贴。企业内部的领导和员工都没有必要的经济激励。在某种程度上，这样的企业类似于非营利性组织，本质上不是真正的企业。虽然截至目前我国的市场经济还不够发达和完善，企业决策中还或多或少地存在政府干预过多的问题和带有计划经济的特征，但市场经济的地位已经确立，企业独立运营、自负盈亏的特性也得到承认。

因此，下面有关企业目标的探讨将以真正的企业为对象。本书后续部分也主要以真正的企业为对象探讨有关问题。但可以肯定的是，从提高管理决策的水平和效率的角度看，所讨论的原理、方法等也适用于非营利性组织的有关决策。

（二）有限责任企业与无限责任企业

企业对相关利益者负有责任，包括内部员工、出资人、外部客户、供应商、消费者、竞争者、政府以及与企业有影响关系的社会各界。从最狭义的含义上讲，企业负有如期归还债权人钱款的责任。企业可以采用有限责任的形式，也可以采用无限责任的形式。这两种组织形式下对归还债权人钱款的责任要求是不同的。

在有限责任形式下，企业以股东投入的资本对所承担的债务负责。如果发生不能如期归还债权人钱款的情况，企业将进入破产清算，即变卖企业的资产归还债权人钱款。但是，归还债权人钱款的数额以企业资产的变现额为限。在无限责任形式下，企业以创立人的全部资产对所承担的债务负责，包括创立人个人的家庭财产。如果发生不能如期归还债权人钱款的情况，企业将变卖资产归还债权人钱款，包括创立人投入企业的资本，也包括其个人的家庭财产。所以，在无限责任形式下，归还债权人钱款的数额不以企业资产的数额为限。

无限责任的企业直接按照经营所得缴纳个人所得税，没有企业所得税问题；但在无限责任形式下，企业筹集资金较为困难，因此，企业规模往往不大，而且