

管理经济学

许长新 著



河海大学出版社

谨以此书献给：

学习、研究、传授、应用管理经济学的朋友



作者 1997 年夏季摄于 Maryland 大学。

“各竭一己之能力，
各得一己之所需，
各守一己之权界，
各固一己之自由，
各本其人类相固之感情。”

——与读者共勉

作者简介

许长新,男,1963年生于江苏江都,1983年本科毕业于东南大学,1990年研究生毕业于上海财经大学,获经济学硕士学位,1993年在河海大学评为经济学副教授,1994年在世界银行经济发展学院(EDI)作研究访问,1997年在马里兰大学(UMCP)作暑期研究访问,现任河海大学国际工商学院副院长,投资经济专业方向硕士研究生导师。

十多年来,作者积极参加经济体制改革的理论与实践活动,在国内外经济学杂志公开发表学术论文六十余篇,出版论著四本,主持部、省级以上科研课题十多项,曾获部、省级以上科技进步奖三项。

作者当前主要的研究领域为管理经济学、数量经济学、经济伦理学。

序言

面临世纪之交,以中国为中心的大中华经济圈马力强劲,已成为世界经济的推进器。随着我国对外开放的深入,社会主义市场经济体制的逐步建立,进入世界贸易组织(WTO)进程的加快,特别是香港的顺利回归与持续发展,我国将需要数以百万计的高素质工商管理人才。管理经济学作为工商管理知识体系中最重要的基础学科,是成为工商管理硕士、步入市场经济贵族阶层的第一阶梯,也是叩开工商精英(Business Elite)殿堂大门的金钥匙。

管理经济学是把经济学的基本理论和方法应用于企业管理实践而形成的一门新兴应用科学。其特点表现在既为企业管理提供基本的理论依据,又注重应用企业管理中可资借鉴的实用方法,因而兼具了理论经济学和应用经济学的双重性质。从某种意义上讲,管理经济学建立了传统经济学和经营管理决策学的联系,并使后两者都得到了更新意义上的发展。

本书对管理经济学的主要内容和研究方法作了比较全面系统的讨论和分析。其目的:一是为企业的管理决策实践提供经济理论和经济分析的思维框架;二是使读者了解企业在市场经济体制中的地位,使企业的决策能更好地适应市场体系的要求。其服务领域:一是作为工商管理和相关专业领域本科学和研究生教材;二是供其他专业人士,特别是供欲成为复合型工商精英者自学用。本书与其说是告诉读者管理经济学说了些什么,不如说是帮助读者形成市场经济条件下管理决策的新观念。读者也可以从书中提供的一系列专栏中

发现这一意图。

本书的写作,从构思到完稿,前后经历了三年多时间。1994年,作者在世界银行经济发展学院作研究访问时,就管理经济学的内容及体系与世行高级经济专家 Isabelle Tsakok 教授进行过深入的座谈,并收集到大量资料。回国后就着手准备这方面的素材,并形成了初稿。

本书初稿曾在三峡开发总公司工商管理硕士研究生班、河海大学国际工商学院管理工程专业 94、95、96 级硕士研究生的教学中进行过使用,部分内容在国际工商学院 96 级本科各专业进行了试用,效果显著。在使用中收集到的意见已综合反映到本书现在的各章节中,这对完善本书的结构体系,充实本书的内容起到了一个关键性的作用。

在写作过程中,作者还参考或引用了中外专家学者的各种论著,在文后的参考文献中难以一一列出,在此谨表谢意。

本书的出版,得到了河海大学出版社责任编辑史虹女士的大力支持和辛勤工作。

在书稿交付出版之际,特向以上为此书做出各种贡献的朋友表示由衷的感谢。

由于作者水平有限,文中可能有若干错误,敬请惠阅者指正。

许 长 新

1997 年 11 月于南京清凉山

管理经济学(第二版)

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 管理经济学的一般描述	(2)
一、管理的起源与含义	(2)
二、经济学的定义	(5)
三、对管理经济学的理解	(6)
四、管理经济学的研究对象	(8)
五、管理经济学的研究内容	(9)
六、管理经济学与相关学科的关系	(10)
第二节 本书的结构安排	(12)
一、目标体系	(12)
二、框架结构	(12)
第二章 企业及其经营机制	(15)
第一节 企业的制度演变	(16)
一、企业制度	(16)
二、现代企业制度的特点与类型	(20)
第二节 企业的性质	(25)
一、企业性质的两种著名论述	(25)
二、古典企业组织与现代企业组织的特征	(29)

第三节 企业经营机制	(32)
一、企业经营机制的含义	(32)
二、企业经营目标	(33)
三、企业经营机制的内容	(36)
附录 A: 合伙企业及其法律界定	(42)
第三章 市场供求及其运行机制	(53)
第一节 市场及其市场机制	(54)
一、市场的定义	(54)
二、市场的本质	(54)
三、市场机制的特征	(57)
四、市场机制的功能	(58)
第二节 市场需求	(62)
一、需求的含义	(62)
二、需求表、需求曲线和需求函数	(63)
三、影响市场需求的因素	(65)
第三节 需求弹性及其估计	(67)
一、弹性的一般概念	(67)
二、需求的价格弹性	(68)
三、需求的收入弹性	(70)
四、需求的交叉弹性	(70)
第四节 市场供给	(72)
一、供给的含义及其表示方法	(72)
二、供给表、供给曲线和供给函数	(72)

三、影响供给的基本因素·····	(75)
第五节 市场均衡与比较动态分析·····	(77)
一、市场均衡·····	(77)
二、局部均衡与一般均衡·····	(81)
三、动态的蛛网理论·····	(82)
四、政府价格管制:支持价格与最高限价·····	(84)
第四章 需求分析和需求估计·····	(89)
第一节 效用与消费者需求·····	(90)
一、需要或欲望·····	(90)
二、消费者偏好·····	(92)
三、效用·····	(93)
第二节 效用基数论·····	(94)
一、基本观点·····	(94)
二、边际效用及其递减规律·····	(95)
三、消费者均衡的实现·····	(97)
四、消费者剩余·····	(99)
第三节 效用序数论与无差异曲线分析·····	(101)
一、效用序数论·····	(101)
二、无差异曲线及其分析·····	(102)
三、消费可能线·····	(105)
四、消费者均衡点的确定·····	(106)
五、消费者选择理论的应用·····	(107)
第五章 生产决策分析·····	(115)

第一节 生产和生产函数	(116)
一、生产要素	(116)
二、生产函数	(117)
三、短期和长期生产函数	(118)
四、规模报酬	(123)
第二节 总产量、平均产量、边际产量的短期分析	(126)
一、总产量、平均产量、边际产量	(126)
二、总产量、平均产量、边际产量曲线及基本关系	(127)
三、生产三阶段	(128)
四、边际报酬递减规律	(130)
第三节 多元投入的生产情形	(130)
一、等产量曲线	(131)
二、等成本曲线	(136)
三、生产要素的优化配置	(137)
第四节 多元产出的生产情形	(141)
一、生产可能性曲线分析	(142)
二、等收益线	(145)
三、多元产出的最优数量组合	(146)
附录 B: 运筹学简介	(148)
第六章 成本收益分析	(153)
第一节 成本的概念及其分类	(154)
一、相关成本的概念	(154)

二、机会成本	(155)
三、外显成本和内含成本	(156)
四、交易成本	(157)
第二节 短期成本理论	(159)
一、总成本、平均成本、边际成本	(159)
二、短期成本的解释及图示	(160)
第三节 长期成本理论	(164)
一、长期成本曲线与短期成本曲线的区别	(164)
二、长期成本曲线	(164)
三、规模经济分析	(166)
第四节 成本收益分析	(171)
一、收益的概念及种类	(171)
二、确定最佳产量水平的一般条件	(172)
第五节 损益平衡分析	(176)
一、损益平衡图	(176)
二、损益平衡的线性代数分析	(177)
三、经营杠杆率及其测度	(178)
第七章 生产决策分析	(181)
第一节 市场结构	(182)
一、市场结构的决定因素	(182)
二、市场结构的分类	(183)
第二节 完全竞争市场的量价决策	(184)
一、完全竞争市场的概念与特征	(184)

二、短期均衡分析	(185)
三、长期均衡与行业均衡	(190)
四、完全竞争的社会效率	(194)
第三节 完全垄断市场的量价决策	(195)
一、完全垄断市场的特征	(195)
二、完全垄断厂商的收益函数与收益曲线	(197)
三、最大利润的确定与短期均衡	(199)
四、长期均衡	(201)
五、垄断市场形态和完全竞争市场形态的比较	(205)
第四节 垄断竞争市场的量价决策	(205)
一、垄断竞争市场的形成及其基本特征	(206)
二、垄断竞争市场的短期均衡决策	(208)
三、垄断竞争市场的长期均衡决策	(209)
四、垄断竞争市场的资源配置	(210)
第五节 寡头垄断市场的量价决策	(211)
一、寡头垄断市场	(211)
二、独立行动	(212)
三、互相勾结	(213)
附录 C 几种寡头垄断模型	(220)
第八章 企业定价实践	(243)
第一节 成本加成定价法	(244)
一、成本加成定价法的含义与步骤	(244)
二、采用成本加成定价法的理由	(246)

第二节 增量分析定价法	(247)
第三节 价格歧视	(250)
一、价格歧视的定义	(250)
二、实行价格歧视的前提条件	(251)
三、价格歧视的程度	(251)
第四节 多种产品定价	(257)
一、需求的相互联系	(257)
二、生产的相互关系	(258)
第五节 其他定价法	(263)
一、目标收益定价法	(263)
二、需求导向定价法	(264)
三、竞争导向定价法	(265)
第六节 企业定价策略	(265)
一、产品生命周期定价策略	(266)
二、用户心理定价策略	(267)
三、折扣价格策略	(268)
四、地区价格策略	(269)
五、商品品质的价格策略	(269)
第九章 要素市场中的企业决策(1):人力资源、区位	(273)
第一节 要素市场概述	(274)
一、生产要素的需求	(274)
二、生产要素的供给	(276)

三、要素市场的供求均衡	(276)
第二节 劳动力市场中的企业决策	(277)
一、工资的种类	(277)
二、完全竞争条件下工资的决定	(279)
三、竞争性工资率	(283)
四、工会模型	(284)
第三节 企业劳动力经济运行机制	(288)
一、运行结构与环境	(288)
二、运行目标与动力	(291)
第四节 土地市场中的企业区位决策	(294)
一、土地与地租	(294)
二、级差地租与绝对地租	(296)
三、准地租和经济地租	(297)
四、地租与地价	(299)
第五节 企业区位决策	(300)
一、影响企业区位的一般因素	(300)
二、区位理论简介	(302)
三、区位决策行为	(311)
四、区位决策范围	(312)
第十章 要素市场中的企业决策(2):投资、创新	(315)
第一节 投资决策与项目分析	(316)
一、资本与利率	(316)
二、资本的时间价值	(317)

三、投资项目的选择	(318)
四、固定资产重置投资	(324)
第二节 投资风险分析	(327)
一、投资的风险性	(327)
二、风险分析	(328)
第三节 创新理论与企业家	(331)
一、熊彼特的创新理论	(331)
二、企业家	(334)
第四节 企业创新理论的扩展	(342)
一、模仿论	(342)
二、扩散模式论	(343)
三、市场结构论	(343)
四、企业规模论	(344)
五、线型序列论	(345)
六、源泉论	(345)
七、制度论	(347)
第五节 企业创新活动的种类与内容	(350)
一、产品创新	(350)
二、生产技术创新	(351)
三、科学研究创新	(351)
四、组织和管理创新	(352)
五、市场创新	(352)
六、人才创新	(353)
七、文化创新	(354)

附录 D: 投资项目的可行性研究规范	(359)
附录 E: 信息经济学引论	(363)
第十一章 企业与政府的关系	(369)
第一节 市场机制的缺陷与政府调节	(370)
一、帕累托效率	(370)
二、市场机制的缺陷	(373)
三、政府在市场经济中的作用	(374)
第二节 反托拉斯政策: 以美国为例	(377)
一、1890 年的谢尔曼法	(377)
二、1914 年的克莱顿法和联邦贸易委员会法	(378)
三、1936 年的罗宾逊-帕特曼法	(379)
四、1950 年塞勒-凯弗维尔反合并法	(379)
五、反托拉斯行动的经济分析	(380)
第三节 外在效应的内生化的过程	(387)
一、经济的外在效应	(387)
二、外在效应内生化的庇古税	(389)
第四节 政府管制失灵及其出路	(392)
一、公共选择理论	(392)
二、政府失灵	(394)
三、重新创造市场	(396)
附录 F: 规范经济学简介	(400)
跋: 管理决策中的理性观念与非理性现实	(404)
参考文献	(413)