

870

工商管理培训系列教程

管理经济学

王建民 编著

北京大学出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/王建民编著. — 北京:北京大学出版社, 2002.2
工商管理培训系列教程
ISBN 7-301-05373-8

I. 管… II. 王… III. 管理经济学—教材 IV. F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 084956 号

书 名: 管理经济学

著作责任者: 王建民

责任编辑: 符 丹

标准书号: ISBN 7-301-05373-8/F·0465

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村 北京大学校内 100871

网 址: <http://www.pup.com.cn> 电子信箱: zpup@pup.pku.edu.cn

电 话: 出版部 62752015 发行部 62754140 编辑部 62752027

排 版 者: 北京高新特激光照排中心 62637627

印 刷 者: 北京飞达印刷厂

经 销 者: 新华书店

890 毫米×1240 毫米 A5 开本 10.25 印张 260 千字

2002 年 2 月第 1 版 2002 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 18.00 元

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,翻版必究

编委会名单

顾 问：袁宝华 吴用可

主 任：方富楼 彭松建

副主任：周景勤 李启明

编委会委员(按姓氏笔画排序)：

王建民 刘 杰 刘东红 刘伯安

严 力 李为民 符 丹 曾 强

韩玉珍 韩庆祥

序

随着加入世界贸易组织,我国的经济将更加开放,企业间的竞争将更加激烈,竞争的领域和方式也日益呈现多元化。拥有一支高素质的员工队伍,尤其是拥有高水平的经营管理队伍,已经成为企业决胜市场的关键。所以从战略的高度认识我国企业经营管理人才队伍的建设,进一步注重人才培养,把企业变成一个学习型组织,已经成为我国经济管理部门和企业界亟待解决的问题。

“十五”是我国经济和社会发展的关键时期,也是我国进行国民经济结构战略性调整、完善社会主义市场经济体制和对外全面开放的关键时期。我们将以毛泽东思想和邓小平理论为指导,按照“三个代表”的重要思想,努力建设一支政治业务素质高、系统掌握现代管理知识和现代科技专业知识、经营管理能力强的企业经营管理队伍;建设具有创新精神,适应国际竞争需要的企业家队伍。为此,必须根据任务的需要和形势的变化,在企业各种层次和各类人员中深化培训,改革培训的方式、内容、方法和手段,探索与现代企业制度相适应的培训机制。

北京市经济管理干部学院是全国 1000 多家企业高级经营管理人员工商管理培训试点单位,多年来为中央企业和北京市及其他省市区培养和培训了一大批经济管理和企业经营管理人才。他们不断以创新的精神,积极探索培训和教学的有效方式、方法和途径,收到了良好的效果,积累了丰富的经验,受到了企业和社会各界的肯定和赞赏。此次,他们组织编写的工商管理培训系列教材,是多年培训教学经验的结晶。北京大学出版社出版这套教材,对推动工商管理培训具有积极作用。这套教程理论联系实际,注重

吸收工商管理培训的成果,吸收了新的管理案例和知识点。在选编教材时他们结合培训的需要和培训纲要的要求,对课程进行了精选,从课程的选取、内容体系的设计到最后的定稿和出版,都凝结着广大教师、培训工作者和出版者的辛勤劳动和汗水。北京市经济管理干部学院编写这部工商管理培训教材,对工商管理培训工作将是一个有力的推动和贡献。

我衷心地祝贺此系列教材在新世纪的第二个春天出版。

是为序。



2002年1月于北京

前 言

自国家开展企业厂长、经理工商管理培训以来,笔者一直承担着繁重的《管理经济学》课程的教学任务。在教学过程中,有幸结识了许多大大小小知名的或不知名的、国有的或民营的企业家。在与这些企业家的交流中,笔者发现他们身上既有成功的智慧、胆略与眼光,也有无可奈何的惆怅、困惑与迷茫。无论是成功还是失败,他们似乎都隐隐约约地感到自己身上好像缺少点什么?作为培训教师,我们也在琢磨,他们究竟缺少什么呢?从实践、实战经验来看,他们似乎什么都不缺少,都是久经“沙场”的老将。但仔细思考不难发现,这些厂长、经理们大多是学理、学工或学文的“本色演员”,而不是“术业有专攻”的经济管理科班出身的“专业演员”。当环境急剧变化令他们目不暇接、甚至感到步履艰难的时候,他们才深深地感到,系统化的工商管理知识才是自己最缺的一课。我最近看到一本采访企业家的书,记者在书中不无感慨地写到:“他们当中不乏精明能干之人,不乏聪颖过人之人,不乏理想壮怀之人,可是,他们都有一个共同的弱点,即管理上的欠缺,思维上的欠缺。当他们自觉不自觉地把自己思维上、理念上的欠缺带到企业中去,在管理经济的支点上会有意或无意地放大这些缺陷,这正是中国企业始终做不大或无法长久或成长缓慢的最根本的一个原因。”这真是一语破的!

时下,经济管理已日益深入人心,人们对《经济管理学》似乎比较熟悉,但对《管理经济学》却比较陌生。有的人甚至把《管理经济学》当成《经济管理学》。其实这是两门完全不同的课程,它们之间既有联系又有区别。如果用一个不太恰当的比喻,那就是经济管

理学仅仅教你如何学会做饭,而管理经济学则告诉你怎样才能成为一个出色的厨师。

考虑到厂长、经理们强于实践、弱于理论,强于理解、弱于记忆的特点,本书在编写风格上,力求避开传统的教材编写方式,不求系统,但求实用;不求精确,但求规范。全书从对象出发,从问题出发,从实际出发,用比较通俗的语言,鲜活的案例,整合的理念,向厂长、经理们打开一扇管理经济的窗口,旨在为厂长、经理们提供一道有滋有味的“知识快餐”。

本书作为工商管理培训教材,适合于广大企业经营管理者、经济工作者、经济管理教学人员阅读参考;同时也可作为工商管理、市场营销、人力资源管理专业的教材或教学参考书。

本书在编写过程中,得到了我的导师和朋友们的无私帮助。在这里,尽管“感谢”一词难以容纳我对他们的深深谢意,但我仍禁不住要略说几句。首先要感谢我的博士导师汪星明、李宝山、施礼明教授,他们渊博的学识、高尚的学品和人品,以及在为学、做人上的谆谆教诲,使我没齿难忘,尤其是导师们在《现代生产管理》和《管理经济学》内容上高屋建瓴的把握、系统整合的思想启迪,使我能够从容地走上了企业领导人员培训的讲坛,并受到企业领导的一致好评和认可。我要感谢我院培训部主任李启明教授,他在百忙之中仔细审阅了初稿,提出了许多宝贵建议,并且在内容设计、写作风格等方面都给予了悉心的帮助和指导。我还要感谢我院方富楼院长、周景勤副院长,正是在他们的热情鼓励和全力支持下,才保证了编写工作的顺利进行。我院科研处曾强处长不辞辛苦、积极进行内外联络、上下沟通协调,做了大量的幕后组织工作,确实令人感动。最后,我还要感谢北京大学出版社的责任编辑,没有他们的大力帮助,本书不可能如此顺利地和大家见面。此外,本书在编写过程中,参考了许多报刊杂志和书籍,吸纳了许多人的思想观点和论点,引用了大量的案例和模型,由于篇幅有限不能一一列出,在此也一并表示感谢。

由于笔者水平有限,书中肯定存在许多弊漏和错误。恳请专家、读者给予批评指正。

编者

2002 年 1 月

目 录

第一讲 经济管理与管理经济的比较分析

一、对经济管理的全面认识	(3)
(一) 经济与资源配置	(3)
(二) 管理与效率	(5)
(三) 经营与买卖关系	(8)
(四) 现代大生产理念	(9)
二、对管理经济的全面理解	(12)
(一) 管理是一种资源	(12)
(二) 管理是重要的生产力	(15)
(三) 管理是一种职业	(16)
三、对管理问题的深层思考	(16)
(一) 思想认识上的误区	(16)
(二) 管理体制上的障碍	(19)
(三) 管理模式上的经验型倾向	(22)
综合案例:发展中的管理困惑	(24)

第二讲 管理经济学的学科界定

一、管理经济学的学科性质	(31)
(一) 管理经济学的学科定位	(31)
(二) 管理经济学的主要目的	(32)
(三) 学习管理经济学的要求	(33)
二、管理经济学要解决的问题	(35)
(一) 管理经济学的研究对象	(35)
(二) 正确决策的条件	(37)



(三) 正确决策的准则	(38)
三、管理经济学的分析方法	(40)
(一) 边际分析法的概念	(40)
(二) 管理中常用的边际值	(40)
(三) 利用边际值进行管理决策优化	(43)
(四) 边际分析法的意义	(46)
四、从管理经济学角度对企业的认识	(47)
(一) 交易费用与企业的产生	(47)
(二) 企业目标与企业价值最大化	(49)
(三) 企业组织变革方向: 虚拟企业	(51)
(四) 企业利润透视: 经济利润	(53)
五、企业的重要决策问题	(56)
(一) 为谁生产、生产什么	(56)
(二) 生产多少	(57)
(三) 怎样生产最为经济	(57)
综合案例: 北内集团的管理决策	(58)

第三讲 市场定位决策分析

一、市场定位的次序	(67)
(一) 市场定位的基本内涵	(67)
(二) 市场定位的关键	(68)
(三) 市场定位的次序	(68)
二、顾客定位	(70)
(一) 顾客对象研究——消费者细分	(70)
(二) 消费者购买行为规律	(71)
(三) 消费者购买心理分析	(75)
三、产品定位	(77)
(一) 产品的构成	(77)
(二) 产品定位的核心	(78)
(三) 产品细分	(78)

(四) 产品定位的策略	(79)
四、消费者消费商品的规律	(79)
(一) 消费者为什么消费商品	(80)
(二) 边际效用递减规律	(80)
(三) 消费规律对企业管理决策的启示	(82)
五、企业多元化经营决策	(84)
(一) 企业多元化经营的成因	(84)
(二) 企业多元化经营的类型	(85)
(三) 企业多元化经营应注意的问题	(86)
(四) 多元化经营失败的原因	(86)
六、价格定位	(87)
(一) 定价目标	(87)
(二) 影响定价的主要因素	(90)
(三) 主要定价方法	(94)
(四) 企业定价策略	(98)
(五) 企业定价的误区	(100)
综合案例:以市场定位取胜的香港港丽酒店	(102)

第四讲 市场供求机制分析

一、市场供求规律	(107)
(一) 市场的核心	(107)
(二) 需求规律——买者买的规律	(108)
(三) 供给规律——卖者卖的规律	(113)
(四) 供求规律	(116)
二、需求的弹性分析	(119)
(一) 需求弹性的概念	(119)
(二) 需求的价格弹性	(119)
(三) 需求的收入弹性	(122)
(四) 需求的交叉弹性	(125)
三、市场需求估计	(127)



(一) 市场调查法	(128)
(二) 统计分析法	(130)
(三) 市场需求预测	(131)
综合案例:肯德基进军“东方之珠”	(133)

第五讲 生产与成本决策分析

一、生产决策分析	(141)
(一) 生产函数的概念	(141)
(二) 单一可变要素最优投入量的确定	(142)
(三) 多种投入要素的最优组合	(146)
(四) 规模经济性分析	(150)
二、成本决策分析	(153)
(一) 管理决策中的成本概念	(153)
(二) 成本函数	(155)
(三) 短期成本函数	(158)
(四) 长期成本函数	(161)
三、生产函数与成本函数的应用	(162)
(一) 生产函数与技术贡献的测定	(162)
(二) 盈亏平衡分析	(165)
综合案例:邯钢的“模拟市场”机制	(170)

第六讲 市场结构与企业行为分析

一、市场结构分析	(175)
(一) 买方市场与卖方市场	(175)
(二) 市场结构的划分标准	(176)
(三) 市场运行规则	(178)
(四) 企业生产决策的一般原理	(178)
二、完全竞争市场分析	(180)
(一) 如何判断完全竞争市场	(180)

(二) 完全竞争市场的需求曲线	(181)
(三) 完全竞争企业的短期产量决策	(182)
(四) 完全竞争企业的长期决策	(185)
(五) 完全竞争市场的评价	(188)
三、完全垄断市场分析	(189)
(一) 如何判断完全垄断市场	(189)
(二) 完全垄断市场是怎样产生的	(189)
(三) 完全垄断企业的需求曲线	(190)
(四) 完全垄断企业的短期决策	(191)
(五) 完全垄断企业的长期决策	(192)
(六) 完全垄断企业的价格歧视	(192)
(七) 完全垄断市场的弊端和政府的干预	(193)
四、垄断竞争市场分析	(194)
(一) 如何判断垄断竞争市场	(194)
(二) 垄断竞争企业的需求曲线	(195)
(三) 垄断竞争企业的短期决策	(196)
(四) 垄断竞争企业的长期决策	(197)
(五) 垄断竞争企业的非价格竞争	(198)
五、寡头垄断市场分析	(199)
(一) 如何判断寡头垄断市场	(199)
(二) 寡头垄断市场理论分析上的困难	(200)
(三) 曲折的需求曲线模式	(200)
(四) 价格领导模式	(202)
(五) 卡特尔模式	(203)
(六) 博弈论模式	(204)
(七) 对寡头垄断市场经济效率的评价	(206)
综合案例: 日联盟赶超 IBM	(207)

第七讲 企业风险决策分析

一、风险含义和特点	(213)
------------------------	-------

(一) 风险与机会	(213)
(二) 风险的构成要素	(216)
(三) 风险的一般特征	(217)
(四) 风险产生的原因	(218)
(五) 企业风险的分类	(219)
二、企业风险识别	(221)
(一) 风险识别的内容	(221)
(二) 风险识别的程序	(222)
(三) 风险识别的方法	(223)
(四) 企业风险大小的判定	(225)
三、风险影响分析	(227)
(一) 风险成本与风险收入	(227)
(二) 风险价值链	(229)
(三) 风险效用	(230)
四、企业风险防范	(233)
(一) 风险防范的整体思路	(233)
(二) 风险防范的重点环节	(236)
综合案例:海尔集团的扩张风险防范	(241)

第八讲 市场失灵与政府政策分析

一、市场效率	(249)
(一) 市场效率的概念	(249)
(二) 帕累托最优	(249)
二、“看不见的手”是怎样失灵的	(251)
(一) 无效率引起的市场失灵	(251)
(二) 市场经济的痼疾——不公平	(255)
(三) 经济周期与市场失灵	(257)
三、“看得见的手”的调控作用	(259)
(一) 政府在市场经济条件下的作用	(259)
(二) 政府在增进效率方面的政策	(260)

(三) 政府在维护公平方面的政策	(264)
(四) 政府在保持稳定方面的政策	(265)
四、“看得见的手”失灵及其矫正	(267)
(一) 政府失灵的原因	(267)
(二) 避免政府失灵的对策	(272)
综合案例:中国的稽察特派员制度	(273)

第九讲 企业投资决策分析

一、投资及其决策过程	(281)
(一) 投资决策的特点	(281)
(二) 投资决策的基本过程	(282)
二、货币的时间价值	(284)
(一) 单一款项的现值	(284)
(二) 不均匀现金流系列的总现值	(285)
(三) 年金系列的总现值	(285)
三、现金流量的估计	(286)
(一) 计算现金流量的原则	(286)
(二) 现金流量的计算	(288)
四、资金成本估计	(290)
(一) 债务成本	(291)
(二) 权益资本成本	(291)
(三) 加权平均资金成本	(293)
五、投资方案的评价方法	(294)
(一) 返本法	(294)
(二) 净现值法	(295)
(三) 盈利指数法	(296)
(四) 内部收益率法	(296)
六、投资决策原理与方法的应用	(297)
(一) 企业最优投资规模的确定	(297)
(二) 追加投资的动态评价	(298)



(三) 寿命不同的投资方案比较	(299)
(四) 企业兼并价格的确定	(300)
综合案例:中国银行业兼并重组第一浪	(305)
主要参考书目	(309)
后记	(310)

第一讲 经济管理与管理经济的比较分析

❏ 什么是经济管理？它到底解决什么问题？管理能不能产生效益？如果不能产生效益，要管理做什么？

❏ 什么是管理经济？它又解决什么问题？管理经济与经济管理有什么区别和联系？