



工商管理系列教材

管理经济学

GUANLIJINGJIXUE

李静江 编著
刘治兰

华文出版社

管 理 经 济 学

李静江 刘治兰 编著

华 文 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/李静江,刘治兰编著. -北京:华文出版社,2002.10

ISBN 7-5075-1387-4

I. 管… II. ①李…②刘… III. ①管理经济学-高等学校-教材②管理经济学-成人教育;高等教育-教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 075629 号

华 文 出 版 社

(邮编:100800 北京市西城区府右街 135 号)

网址:<http://www.hwbs.com>

电子信箱:webmaster@hwbs.com

电话(010)83086853 (010)66035914 (010)63097990

新华书店经销

深泽县印刷厂印刷

850×1168 32 开本 9 印张 210 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

印数:0001—9000 册

定价:15.00 元

工商管理系列教材编委会

主 任 王树林

副主任 朱晓青 曾宪植

成 员 (按姓氏笔划为序)

王 昊 王虎成 王 梅 王嘉武

刘治兰 刘思尚 吴晓荧 孙玉秀

余存龙 李静江 金国利 张隆华

郭 榛 钟 勇 贺 艳 高小辉

薛文平

序

为适应综合类大学和成人教育工商管理专业教学以及本专业人员工作实践的需要，我们编写了这套工商管理系列教材。

我们设定工商管理专业的培养目标，是培养德才兼备、视野开阔、勇于开拓创新、适应工商企业和经济管理部门需要的务实型、综合型管理人才。根据这一培养目标，我们在这套教材的编写过程中遵循以下原则：

第一，安排上注意“宽、新、实”结合。“宽”，即尽量扩大知识面，使学员开阔视野，在掌握较广泛知识的基础上，提高分析问题、解决问题的能力；“新”，即尽量介绍国内外企业经营管理的动向、新做法、新经验，突出创新和时代特色；“实”，即强调理论联系实际，理论上的阐述尽可能简明、扼要，重视案例分析与实证分析。工商管理教材和传统企业经营管理教材的一个重要区别在于：它注重案例分析。我们在这套教材编写中力求体现这一特点。

第二，在体系上注意系统性。一方面，各门课程之间内容的衔接力求紧密，内在逻辑关系清楚；另一方

面，尽可能减少相关课程之间在内容上的交叉、重叠。

第三，在深度的把握上注意难易适度。我们的教学对象培养的是本科学历的学员，因此这套教材编写的深度，是按照这一培养对象的实际水平和目标把握的。

由于时间仓促和我们的水平有限，这套教材肯定还存在不足之处，错误也在所难免，恳请读者批评指正。

作 者

2002 年 8 月

前 言

《管理经济学》是应用经济学的一个分支，在工商管理培训的各门课程中，属于基础理论性的课程，主要讲述企业经营决策中所依据的经济学原理。内容主要包括：市场供求分析、生产决策和成本利润分析、市场结构、定价实践、风险防范及政府与企业的关系等方面。

学习《管理经济学》的目的，是为了提高企业经营管理在市场经济条件下的经营决策能力。我国企业经营管理大多具有较为丰富的实践经验，但是对系统的经济学基本理论知识掌握不足，需要在这方面进行充实和提高。通过对《管理经济学》的学习，企业经营管理可以从总体上掌握有关企业经营决策的基本理论，并学会一些初步的运用方法。这样就可以将已有的实践经验与科学的经济学理论结合起来，使原有的经济管理知识在理论上得到升华，从而使企业经营管理上升到一个新的水平。

本书作为工商管理培训教材，适合于全国综合类大学和成人高等教育以及广大企业经营管理者 and 有志于从事企业经营管理工作学员和读者阅读。为了方便读者理解和把握本书的内容，在每一章的后面准备了一些习题和案例，供广大读者参考。

由于笔者水平有限，书中肯定存在许多疏漏和错误，恳请广大读者予以批评和指正。

作者

2002 年 7 月

目 录

前 言	(1)
第一章 导论	(1)
第一节 管理经济学的基本概念与原理	(1)
一、什么是管理经济学	(1)
二、管理经济学的理论基础	(2)
三、管理经济学与微观经济学的关系	(3)
四、管理经济学的研究内容	(5)
第二节 管理经济学的基本分析方法	(12)
一、边际分析法的数学原理	(13)
二、边际分析法与管理决策优化	(15)
三、边际分析法在管理决策中的地位	(21)
习 题	(25)
第二章 市场供求机制分析	(26)
第一节 消费需求分析	(26)
一、需求函数	(26)
二、需求曲线	(27)
三、需求规律	(28)
四、需求的变动	(29)
第二节 供给分析与市场均衡	(30)
一、供给函数与供给曲线	(30)
二、供给的变动	(31)
三、市场均衡、短缺与过剩	(32)
四、需求变动和供给变动对市场均衡的影响	(34)

第三节 需求分析和需求弹性	(36)
一、需求的价格弹性	(36)
二、需求的收入弹性	(43)
三、需求的交叉弹性	(45)
第四节 市场需求估计	(46)
一、市场调查法	(47)
二、统计分析法	(49)
【案例】	(51)
习题	(57)
第三章 生产决策分析	(59)
第一节 生产和生产函数	(59)
一、生产与生产要素	(59)
二、生产函数	(60)
第二节 单一可变生产要素的最优利用	(61)
一、总产量、平均产量和边际产量的相互关系	(62)
二、边际报酬递减规律	(65)
三、生产的三个阶段	(66)
四、确定单一可变投入要素的最优投入量	(68)
第三节 多种投入要素的最佳组合	(70)
一、等产量曲线	(71)
二、等成本曲线	(75)
三、多种投入要素的最佳组合	(76)
四、价格变动对投入要素最优组合的影响	(80)
五、生产扩张路线	(81)
六、规模与效益	(82)
第四节 技术进步与生产函数	(83)
一、技术进步导致生产函数的改变	(84)
二、技术进步的类型	(85)

三、技术进步作用的测定	(86)
四、生产函数的基本类型	(87)
【案例】	(90)
习 题	(93)
第四章 成本利润分析	(96)
第一节 成本的基本概念和成本函数	(96)
一、管理决策中几个重要的成本	(96)
二、成本函数	(103)
第二节 短期成本分析	(104)
一、短期总成本	(104)
二、短期平均成本	(106)
三、短期边际成本	(108)
四、总成本、平均成本与边际成本之间的关系	(109)
第三节 长期成本分析	(112)
一、长期总成本	(112)
二、长期平均成本	(115)
三、长期边际成本	(117)
第四节 成本利润分析	(120)
一、损益平衡分析	(120)
二、边际分析法	(125)
三、贡献分析法	(126)
四、成本曲线的应用	(128)
【案例】	(130)
习 题	(136)
第五章 市场结构与企业经营决策	(138)
第一节 完全竞争市场的企业经营决策	(138)
一、完全竞争的市场结构	(138)
二、完全竞争条件下的企业需求曲线和行业需求曲线 ...	

.....	(139)
三、完全竞争条件下的企业收益线	(140)
四、企业的短期均衡和短期供给曲线	(141)
五、企业的长期均衡	(143)
六、完全竞争市场的经济效率	(144)
第二节 完全垄断市场的企业经营决策	(145)
一、完全垄断的市场结构	(145)
二、完全垄断条件下的企业需求和收益	(147)
三、完全垄断条件下的企业价格和产量决策	(147)
四、垄断利润	(149)
五、价格歧视	(150)
六、对垄断企业和反垄断法的不同评价	(150)
第三节 垄断竞争市场的企业经营决策	(152)
一、垄断竞争的市场结构	(152)
二、垄断竞争的短期均衡	(153)
三、垄断竞争的长期均衡	(154)
四、非价格竞争手段	(155)
五、垄断竞争市场的经济效率	(157)
第四节 寡头垄断市场的企业经营决策	(158)
一、寡头垄断的市场结构	(158)
二、拐折的需求曲线	(159)
三、价格领导	(160)
四、卡特尔价格协议	(161)
五、博弈论	(162)
六、企业不同行为模式的比较	(164)
七、寡头垄断市场的经济效率	(165)
【案例】	(166)
习题	(170)

第六章 价格决策	(171)
第一节 定价目标的选择	(171)
一、企业目标与定价目标	(172)
二、价格目标的设置程序	(173)
三、定价目标的优化	(175)
四、定价目标的种类	(177)
第二节 定价因素分析	(179)
一、成本因素	(179)
二、市场因素	(180)
三、自然因素	(181)
四、社会因素	(182)
第三节 定价方法	(183)
一、成本加成定价法	(183)
二、目标收益定价法	(184)
三、认知价值定价法	(186)
四、增量分析定价法	(188)
五、差别定价法	(189)
六、随行就市定价法	(194)
第四节 定价策略	(195)
一、新产品定价策略	(195)
二、心理定价策略	(197)
三、产品组合定价策略	(198)
四、地区性定价策略	(199)
【案例】	(200)
习 题	(203)
第七章 风险与投资决策	(205)
第一节 企业风险概述	(205)
一、风险的种类及特点	(206)

二、风险识别	(208)
第二节 风险评估与风险影响分析	(210)
一、风险评估	(210)
二、风险影响分析	(215)
第三节 投资组合理论	(217)
一、组合投资的期望收益率	(218)
二、组合投资的风险	(218)
三、二项投资组合	(222)
第四节 风险防范	(225)
一、战略风险控制	(225)
二、技术开发的风险控制	(227)
三、产品风险防范	(230)
【案例】	(233)
习题	(236)
第八章 市场失灵与政府干预	(238)
第一节 市场失灵	(238)
一、市场效率和帕累托最优	(238)
二、市场失灵及其原因	(240)
第二节 政府干预	(248)
一、政府在市场经济中的作用	(248)
二、政府的提高效率政策	(249)
三、政府的增进公平政策	(262)
四、政府的稳定经济政策	(263)
五、政府管制失灵	(264)
【案例】	(266)
习题	(270)
后记	(271)
参考书目	(272)

第一章 导 论

管理经济学作为一门独立的学科是20世纪50年代首先在美国兴起的。20世纪50年代美国经济学家乔尔·丁发表了第一部《管理经济学》专著，宣告了这门学科的诞生。尔后，管理经济学日渐发展和完善，成为现代经济学体系中的一个重要分支。改革开放以后，管理经济学被引入我国，为企业管理者更好地适应市场，进行经营决策提供了重要的理论指导和工作方法。

在本章中，主要讨论管理经济学的基本概念与理论基础、管理经济学与微观经济学的关系、管理经济学的研究内容和基本方法等有关管理经济学的一些基本问题。

第一节 管理经济学的基本概念与原理

一、什么是管理经济学

一般认为，管理经济学是一门研究如何把传统经济学的原理

和经济分析方法应用于企业管理决策实践的学科。

作为一个企业决策者，最根本的职责就是为企业制定发展目标，这并不是一件容易的事。首先，企业追求的目标本身可能不一致，甚至相互矛盾。在制定决策的每个关键之处，抉择的过程都是复杂的，甚至会得出含糊不清的结论。其次，制定决策所依赖的信息几乎是不完全的，而要获得这些信息还必须付出昂贵的代价。再者，管理工作可以说是个无底洞，很难尽善尽美，常使人感到心有余而力不足。

为了应付这些困难，就需要用一个概念框架来组织思想、激发想象和清理纠缠在一起的经营难题。概念是组成理论的基本内容，概念框架也就是理论的系统框架。如管理经济学中的供求函数、生产函数、成本函数三个基本概念及其相互关系，就是它的理论框架。这个理论框架为进行企业的经营决策分析提供了理性思考的指导。管理问题的复杂性，决定了进行管理实践必须运用系统的分析方法，掌握从整体上把握和解决问题的技巧。管理经济学的目的，是为了使企业经营管理人员树立在市场经济条件下决策思维过程的概念框架，提高用科学方法管理和驾驭经济的能力，而不是提供解决现实问题的一整套现成的方法。学习管理经济学，有助于我们了解市场经济规律，强化理性思考与理性创新的理念，在管理中自觉地循规借势，加快企业改革步伐，提高经济决策水平。

二、管理经济学的理论基础

管理经济学的理论基础主要是微观经济学。

经济学上所说的宏观，是指对社会经济的总量分析，是以国民生产总值、国民收入、总消费、总投资以及就业水平、工资水平、物价水平等为研究对象，研究总体的经济行为。与此相对，微观是指对经济个量的分析，是以个人、家庭、企业的经济活动

为研究对象，研究个体的经济行为。

微观经济学的最重要的目的之一，就是帮助人们理解价格体系的运行和作用。这里的价格是指商品、劳务、生产要素等的相对价格，而不是绝对价格即价格水平。相对价格调节着个体经济单位的经济行为，从而调节着资源的配置与产品的产量。因此微观经济学又被称为价格理论。

微观经济学对个体经济单位的研究从三个层次逐步深入。第一个层次是分析单个消费者和单个生产者的经济行为。研究单个消费者是如何进行最优的消费决策以获得最大效用的；单个生产者是如何进行最优的生产决策以取得最大利润的，第二个层次是单个市场的价格决定。这种单个市场的价格决定，是作为单个市场中所有消费者和所有生产者的最优经济行为的共同作用的结果而出现的；第三个层次是分析所有单个市场的价格的同时决定。这种决定是作为所有单个市场相互作用的结果而出现的。

微观经济学对企业最优生产决策、资源最优配置、定价方针、风险对策等很多企业管理问题都可以提供理论指导。作为现代企业管理决策的理论基础，微观经济学可以帮助我们加深对各种强有力的管理决策工具的理解。美国经济学家西蒙认为，管理就是决策。正确的决策主要受四个方面的影响：目标与准则、信息的掌握、决策者的素质、科学的理论方法。微观经济学提供了思考这些有价值问题的方法。因此，了解微观经济学在管理决策中的地位和作用，对于我们学习和把握管理经济学的要点，是有很大的帮助的。

三、管理经济学与微观经济学的关系

微观经济学是管理经济学所依据理论的重要来源。管理经济学的目标是把微观经济学原理和分析方法应用于企业管理实践。微观经济学是一门理论科学，而管理经济学是一门应用科学，因

此二者在研究范围及假设条件等方面都存在着一些不同之处。

管理经济学的经济原理和方法主要来自于微观经济学。但是管理经济学不是简单借用微观经济学中一些现成的原理和结论，更重要的是应用在推导这些原理和结论时所使用的分析方法。这是因为微观经济学研究的是抽象的企业，它所涉及的决策问题大多属于抽象价格、理想产量等的决策。而在现实管理中，市场价格随时波动，产品产量的确定要考虑生产技术、规模效益、品种组合等众多因素，此外还有投资风险、竞争策略等一系列问题需要企业直接面对。对于这些众多的现实问题，要依靠微观经济学得出的用于研究抽象企业的原理和结论来解决是很不够的。所以管理经济学在进行经济决策时，应着重于把握和应用微观经济学的基本分析方法。因为企业面临的具体问题层出不穷，千变万化，掌握了有效的分析方法，就能以不变应万变，提高工作效率和决策水平。

微观经济学理论的建立，是以一定的假设条件为前提的，其中一个基本假设条件就是“经济人”。所谓“经济人”是对经济生活中一般人的抽象，是以利己为动机，力图以最小的经济代价获得最大的自身经济利益的人。但现实中的企业经营目标，大多是有条件地谋求尽可能多的利润。这是因为企业经营活动是在一系列约束条件下进行的，如资源的数量、市场需求的变动、法律政策的调整等。从短期来看，企业要实现的目标是多重的。除了利润之外，还可能把扩大市场占有率，提高产品质量，开发新产品和承担社会公益责任作为一定时期的目标。所以，管理经济学在应用微观经济学的经济分析方法进行管理决策时，尽管首先要以利润的多少为目标，但同时必须兼顾其他目标，因此获得的不是最大利润，而是满意的利润。

微观经济学的另一个基本假设是“完全信息”，即假设市场上每一个从事经济活动的个体，都对有关的经济情况拥有完全的