

管理经济学概论

(讲义)

许惠渊编

北京市农业管理干部学院印

一九九〇年一月

G 714
f2

目 录

导言	-----	1
第一讲 市场供求分析	-----	5
第二讲 生产决策分析	-----	4 5
第三讲 成本利润分析	-----	7 1
第四讲 市场结构与价格理论	-----	9 3
第五讲 定价方法	-----	1 1 5
第六讲 投资决策	-----	1 2 2

导 言

《管理经济学》是美国等发达资本主义国家在二次大战后发展起来的一门新兴学科，是现代企业科学管理经验的总结。它的创始人是美国经济学家乔尔·J(Joe Dea)，他于1951年发表了第一本管理经济学著作，以后又有许多人在这一科学领域作了许多研究，近年来，在这一方面的著作中最有影响的要算由美国威斯康星大学教授帕帕斯和佛罗里达大学教授布里格姆合著的《管理经济学》。这本著作作为大学教科书，在短短的几年里重版四次之多。在我国，中国工业科技管理大连培训中心首先开设这门课，目前，全国已有一些高等院校的工业企业管理专业开设这门课或举办讲座，有许多人在从事这一学科的研究，总之，这一学科不管在国内或国外都已普遍得到重视。

那么，什么是《管理经济学》？它的研究对象，范围是什么？它与别的经济学科是个什么关系？我想这一定是大家首先想要知道的问题，现在我就来简单地回答以上这几个问题，通过介绍，使同志们对《管理经济学》的概貌有个初步了解。

一、什么是管理经济学

管理经济学是把经济学的理论与方法应用到企业管理实践的一门学科。具体地说，它是运用西方传统的经济学理论和经济分析的工具和技术去分析和解决企业各种经营管理决策问题的学科。

传统西方经济学有微观和宏观之分。所谓微观经济学，就是着重研究个别消费者和个别企业的经济行为、需求和供给，研究如何最大限度地满足消费者需求，企业如何取得最大的利润以及市场垄

断和竞争等问题。所谓宏观经济学则是把注意力集中在经济单位的集合体、特别是整个国民经济上面，依靠许多总量的概念，如总消费、总投资、总所得，就业量、货币供给量，一般物价水平等来对国民经济进行分析研究。过去，西方经济学不过是局限在大学校园与理论圈子的“学问”，叫作“经院科学”，很少解决实际问题。后来，为适应国家垄断资本主义的发展与经济学自身的生存的需要，情况有变化，在二十世纪三十年代以凯恩斯为代表的宏观经济学走上历史舞台，为解救经济危机与失业问题献计献策。以后，到了第二次世界大战末期，由于美国国会通过就业法案，要求总统每年提出经济报告，于是设立总统经济顾问机构，经济学家们把它们的理论用于国家经济政策实践，因而，经济学的地位和重要性便十分引人注目了。在微观领域，当时，经济理论的作用虽不那么引人注目，但大公司雇用经济学家的现象不断增多，使战后的美国出现了企业经济学这一新的学科。特别是乔尔·S的管理经济学问世，开创了经济学在企业管理实践中具体应用的新领域。从以上介绍我们可以看出，西方传统经济学是一门理论科学，而管理经济学则是一门应用科学。犹如在自然科学中，数学、物理、化学都是理论科学，把它们应用到各个工程技术领域就有机械工程、冶金工程、化学工程、无线电工程等等，在社会科学中，把经济学理论用于社会经济的各个领域，也就有各种各样的应用经济学，如农业经济学、工业经济学、贸易经济学、教育经济学、旅游经济学等等，这其中当然也包括管理经济学。因此，管理经济学是一门把西方传统经济学（主要是微观经济学）应用于企业管理决策这一特定领域的学科。这门学科既讲经济学，又讲管理学，既讲原理又讲应用，在理论与

实践之间架起一座桥梁，特别是学科中所阐述的一些概念和方法，如需求弹性、边际分析、机会成本、盈亏平衡分析、货币的时间价值等，对我们分析现实经济状况，搞好企业经营管理，提高经济效益，是会有很好的启发和帮助的。

二、管理经济学的研究范围

如前所述，管理经济学是把西方传统的经济学理论和方法应用于企业管理的实践之中，从而达到管理优化的目的，因此，管理经济学一般说包括两个部分：一是理论部分，一是应用部分，应用部分就是决策的工具和方法。经济学为管理经济学提供理论结构和骨架，而决策学则为管理经济学提供分析工具、方法和手段。当然，对企业管理实践有用的经济理论不限于微观部分，任何企业都不能不受宏观经济状况的影响，如企业的前景预测就有赖于对整个商情的预测，有赖于对整个国民经济的预测，而后者就属于宏观经济研究的范围。不过，管理经济学的基础主要是微观经济学。尽管美国管理经济学教科书的版本很多，但他们所研究的主要论题不外乎以下这些内容：需求分析和需求估计；生产理论和生产决策分析；成本利润分析和成本预测；价格理论和定价实践；投资预算和投资决策。等等，通过对以上这些问题的研究，来回答企业应当生产什么？生产多少？怎样生产？产品如何销售？如何利用经济资源？等等。

三、管理经济学与其他学科的关系

这个问题其实我们在上面已经作了一些回答，就是说管理经济学是微观经济学和宏观经济学在企业管理中的具体应用，除了经济学知识外，为了进行决策选优，还需要懂得财务会计，才能利用企

业的原始资料来进行决策分析，需要运用最优化方法（其中包括微分学等数学工具）来寻求最优方案；需要运用概率论和数理统计知识，以便对各种变量关系做出经验估计，等等，总之，学好用好管理经济学，需要多门课的综合知识做基础。

西方企业管理专业设置的学科，粗一点说可分为基础课和专业课两大类，但细一点说，则可分为四大类：职能课（即专业课），工具课（即基础课）、特殊课与综合课。职能课包括生产管理，销售管理（或叫市场学），组织人事学，财务管理，这四门课，人称企业管理的四大支柱。工具课（基础课包括会计学，行为科学，计算机学，定量分析（如运筹学）统计、管理原理，管理经济学。特殊课如银行学、保险学、运输学等。综合课包括管理原理、管理经济学、企业政策的与策略、综合案例讨论等等。所以管理经济学在企业管理研究中起着双重作用，第一，它起工具、基础的作用，它所包含的学科内容（理论和方法）为专业课的学习提供预备知识，打下专业基础，如需求、预测、定价等部分与销售管理密切相关，投资预算与投资决策与财务管理密切相关。第二，它起综合作用，即把不同职能领域或不同专业课程结合起来，说明它们之间的相互关系。以及如何相互配合以达到企业的目标。不仅分析企业内部条件，而且分析了企业所处的经营环境、力求内外的动态平衡以达到企业目标。

第一讲 市场供求分析

需求和供给是西方经济学家们进行经济理论研究的出发点，也是西方经济学的中心问题。在市场经济条件下，企业财产私有制，获取利润是企业唯一目的，生产要素和产品全部可以自由地在市场上选购和销售，经济体系的运行完全受价格的牵制，各生产单位和生产者全面地开展市场竞争，政府的经济管理职能有限。所谓市场机制实质上是价格机制，即市场中需求和供给的相互关系决定产品价格和生产要素的价格。价格机制对企业生产什么，怎样生产和为谁生产取决定作用。生产什么取决于消费者的需求和生产者的供给，怎样生产取决于企业之间的竞争，为谁生产取决于生产要素市场上需求和供给的相互作用。因此，管理经济学的研究从需求开始进而转到供给方面，然后把这两方面结合起来，为企业经营决策提供依据。

一、需求的概念和影响需求的因素

对企业产品的需求是决定企业盈利水平最重要的也是最直接的因素。一个企业，无论其生产过程如何高效率，也无论它的管理人员如何精明能干，如果所生产的产品缺乏社会需求，那么它迟早是经营不下去的。如果社会需求比较稳定，那么企业便可以安排长期的连续的生产过程，如果需求经常波动，那就必须采用灵活的生产方式以保持大量的库存。所以，对未来需求的估计便成了企业全部经营决策与计划活动的关键。

什么是需求？经济学里所讲的需求（demand）是指消费者在一定价格条件下对商品的需要。需求须具备两个条件：一是消费者

愿意购买；二是消费者有支付能力。如果只是消费者想买而并无购买能力，那么只能被看成是欲望或需要，而不是需求。因为根本就不可能购买的需要对企业来说毫无意义。例如某一地区有一地区有一万户，居民对彩色电视机的需要是每户一台，但在一定的价格条件下，这个地区只有十分之一的居民对彩色电视机有支付能力，这样，该地区对彩色电视机的需求量将是一千台，而不是一万台。需求量是指在特定时期内（如一年），在一定的条件下（如产品的价格，消费者的平均收入等）消费者能够购买某种商品或劳务的数量。

影响需求的因素是多方面的，概括说来，包括政治、经济、社会、自然、科学等五大方面。政治方面如国家的方针、政策、法令等；经济方面如国民收入、人均收入水平、价格变动等；社会方面如人口数量和构成的变化、社会风尚、宗教、人民的文化教育水平等；自然方面如地理位置、气候季节变化等；科学方面如产品工艺水平的提高，材料的变化等等。对企业产品的需求，一般来说，主要的直接的影响因素是：

(一) 产品的价格。通常情况下，价格上涨，消费者的需求就减少；价格下降，消费者的需求就增加，例如，我国棉布提价，化纤降价后，对棉布的需求量就减少，对化纤布的需求量就增加，使消费者的购买结构发生了变化。

(二) 相关产品的价格和需求量。产品之间相关性大体有以下几种：一是互带关系；二是配套关系；三是连贷关系。具有以上三种关系的相关产品的价格和需求量的变化都会影响到产品需求量的变化。例如，在这一时期内，如果肥皂缺少了或其价格提高了，就会增加对洗衣粉的需求，因为两者可以替代。又如，自行车和自行车

零件，自行车的价格降低或需求量增加了，自行车零件的需求量也会随之增加。因为两者具有配套关系；又如，液化气增加了，就要相应地增加对液化气罐的需求。又如，照相机的价格上升，就会致使胶卷的需求量减少，等等。因为两者具有连带关系。

(三) 消费者的收入。消费者收入与产品需求量的关系可能是正向也可能是负向。一般说来，消费者个人收入增加，对产品的需求就会增加；反之就会减少。例如，近几年来，农民对电视机的需求量增加很快，就因为农民的收入增加了。但对个别商品，主要是一些低级产品，个人收入增加反而会导致对产品需求的减少。例如：随着人们收入水平的提高，对粗粮的需求会越来越来少。

(四) 广告与推销费。广告和其他的推销费用对需求会起一定的影响。一般说来，在合理的限度内，广告推销费支出越多，人们对产品的需求也越大。同时，相关产品的广告推销费用的变化对需求也会起一定影响，互代（或叫竞争）产品的广告推销费增加会对产品的需求量起消极影响；而配套、连货等互补产品的广告推销费增加则可能对产品的需求发生积极影响。

(五) 消费者的爱好和期望。由于消费者爱好的不同和变化，对产品的需求也会发生正向或反向的影响。例如，现在越来越多的人喜欢红皮鸡蛋，因此，红皮鸡蛋的需求量就越来越大。对工业品来说，消费者的爱好和期望对需求影响，如产品技术革新。人们预期某产品的价格近期将上涨，或者人们了解到某产品的原料缺乏等都会促使需求量的增加。反之，如果技术上有所改进的消息已经传开，消费者可能预期产品未来的式样、质量更好，则对产品的现时需求会产生消极的影响。

影响需求的因素是多方面的。但是上述这些因素对不同企业不同产品的需求所产生的影响是不同的。如对消费品的需求，主要受人口和消费者收入水平变化的影响。当然某一产品需求的影响因素往往不只是一个两个，而是多个。如人们对羊毛衫的需求，不仅受收入水平的影响，而且受到价格的影响，还受到季节以及人们的爱好等因素的影响，同时，各影响因素之间总是存在着互相联系和互相制约的关系，例如人们的收入水平和产品价格就有着紧密的联系。

二、需求函数与需求曲线

如前所述，产品的需求量受到许多因素的影响。为了更好地研究产品的需求规律，以便对未来产品的需求作出比较正确的估计，我们有必要借助数学工具，把产品需求和影响需求的因素之间的关系用数学模型表示出来。通常所用的数学模型有函数表达式、表格和直角坐标图等。例如，购买某一种家俱，当每套价格1000元时，市场需求量是1500套；每套价格900元时，需求量2200套，每套价格800元时，需求量是2500套；每套价格700元时，需求量3000套。如果把这种关系用表格列出，便是一张需求表。（见表1-1）

表 1-1

价格(元)	1000	900	800	700
需求量(套)	1500	2000	2500	3000

如果把价格和需求量的这种关系用直角坐标图表示出来，就得到一条消费者对家俱的需求曲线。以纵轴P表示价格，横轴Q表示需求量，那么DD就是根据上述需求表得出的需求曲线。（见图1-1）

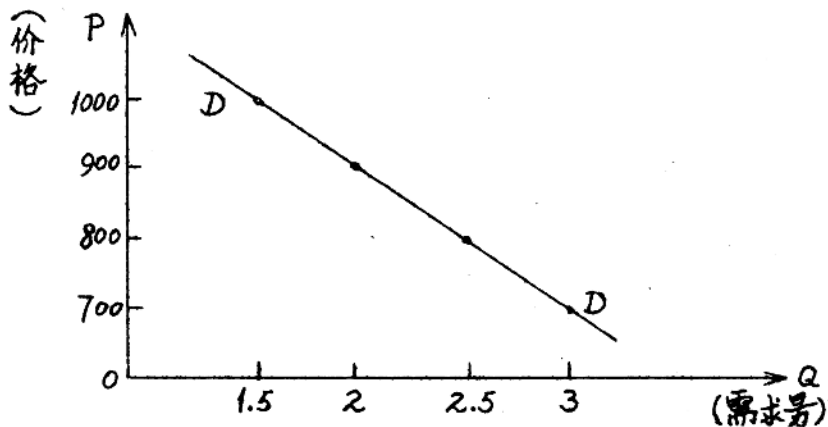


图 1-1

如果用函数式来表示，我们便可以把这种关系写成：

$$Q = f(P) \quad (1-1)$$

式中：Q 表示某产品的需求量

P 表示该产品的价格。

上式就是产品需求量对产品价格的函数，这是最简单的、最基本的需求函数。

在现实经济生活中，产品需求量的变化是很复杂的，受着多种因素的影响，在用于统计分析的数学模型中，为了更精确地分析、预测需求的变化，总是把尽可能多的、有关的主要影响因素包括在函数关系中。这样，需求函数就成为一个多元函数，形式如下：

$$Q = f(P_x, P_s, T, I, E, A, \dots) \quad (1-2)$$

式中：Q_x — 对某产品的需求量

P_x — 某产品的价格

P_s — 替代品的价格

T — 消费者的爱好

I—消费者的个人收入

E—对价格的期望

A—广告费

以上就是需求函数的最一般表示式。假定函数与自变量之间的关系为简单的线性关系，那么，需求函数便可以写成下面的形式：

$$Q_x = a - b_1 P_x + b_2 P_s + b_3 T + b_4 T + b_5 E + b_6 A + \dots \quad (1-3)$$

式中： $a, b_i (i=1, 2, \dots)$ 是参数

在企业管理决策中，对不同产品的需求量的估计，必须首先利用历史资料通过统计分析求出函数式的各个参数，然后才能计算求得需求量的预测值，例如某电风扇制造厂利用历年销售量资料采用回归分析法求得某地区对该厂电风扇的需求函数为：

$$Q_x = 10 - 15 P_x + 80 I + 0.2 A \quad (1-4)$$

上式中，10，-15，80，0.2都是参数。它意味着，当每台电风扇的价格增加1元时，该地区电风扇的需求将减少15台，居民收入每增加1元时，需求量增加80台；广告费每增加1元时，需求量增加0.2元。假定计划年度每台电风扇价格150元，居民收入为200元，广告费1000元，那么该电风扇厂的电风扇预计需求量为：

$$Q_x = 10 - 15 \times 150 + 80 \times 200 + 0.2 \times 1000 = 13960 (\text{台})$$

必须指出，在经济学中，需求曲线所反映的是除价格以外，其他因素均保持不变的条件下需求量与价格之间的关系。如上例，假定函数式(1-4)中，自变量(I, A)，即居民收入和广告费都固定不变，分别为200元和1000元，只有(P_x)，即电

风扇的价格变动。那么函数式(1-4)就可以写成

$$Q_x = 16210 - 15P_x \quad (1-5)$$

其需求曲线如图(1-2)所示

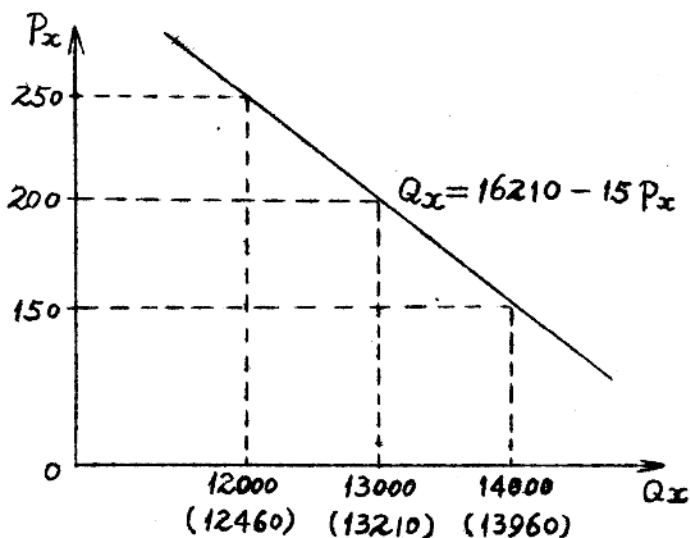


图 1-2

任何需求曲线都有一个共同的规律，就是需求曲线的斜率一般是负值。即它总是一条从左向右下倾斜的曲线（实际上，由于总需求曲线是个人需求曲线的水平加总，所以，它不一定是直线，而是曲线，但我们所关心的价格是价格和需求量的“相关范围”，为了分析的方便，往往把曲线画成近似成一直线）需求曲线从左向右下倾斜，这是由“需求定律所决定的。所谓需求定律是指：某种产品的价格越高，一般说来，人们愿意买或能够买它的数量就越小；反之，某种产品的价格越低，一般说来，人们愿意买或能够买它的数量就越多。这是由于某种产品价格下降了，人们的实际收入相对增

加了，他便可以购买更多的商品。同时，由于某种商品的价格下降使它比起其他商品来更吸引人去购买它。西方经济学里把前一原因叫“收入效应”，把后一原因称为“替代效应”。

三、需求曲线的位移

如前所述，需求曲线是反映除价格以外，其他因素均保持不变的条件下，需求量与价格之间的关系的曲线。在这种前提下，需求量是沿着需求曲线变动的。如图(1-2)，电风扇的价格从250元降到150元，则需求量从12460台增加到13960台，需求量的这种变动是沿着曲线 $Q_x = 16210 - 15P_x$ 变动的。因为在这种情况下函数式 $Q_x = 16210 - 15P_x$ 的截距并没有变化。而当非价格因素发生变动时，由于 $Q_x = 16210 - 15P_x$ 的截距发生变动了(这是因为16210这个值是由非价格因素，也就是居民收入和广告费等相加而来的，这些非价格因素变动了，就会引起截距16210的变动)。所以，需求曲线便会发生位移。又因为函数式 $Q_x = 16210 - 15P_x$ 的斜率并没有发生变化，因而需求曲线的位移是平行移动。我们仍用上面电风扇的例子来加以说明。

假定电风扇的需求函数 $Q_x = 10 - 15P_x + 80I + 0.2A$ 中，居民收入(I)为220元，广告费(A)为1100元，则需求函数为 $Q_x = 17830 - 15P_x$ 。如果居民收入(I)为180元，广告费为900元，则需求函数为：

$$Q_x = 12590 - 15P_x$$

将 $Q_x = 16210 - 15P_x$

$$Q_x = 17830 - 15P_x$$

$$Q_x = 12590 - 15P_x$$

三个函数式画出三条需求曲线如下：（见图 1—3）

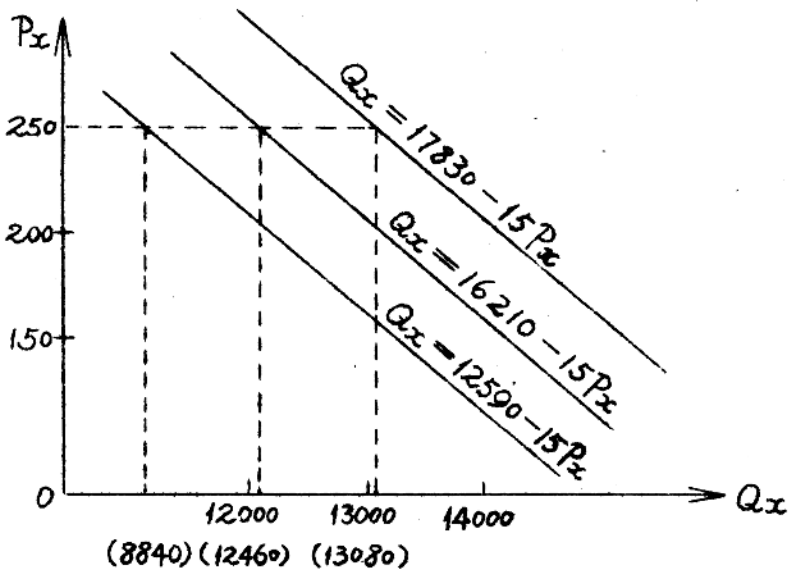


图 1—3

图（1—3）表示，由于非价格因素的变动，即使在同一价格水平下，需求量也会发生变化。如图所示，电风扇的价格都是 250 元，但在三种不同情况下，需求量分别为 8840 台，12460 台，13080 台。

区分需求量沿着需求曲线的变动和需求曲线的位移两种不同情形，就使我们能够正确地绘制需求曲线，分清楚价格以及其他因素对需求量的影响是在两种不同的特定条件下发生的，这对需求分析和需求估计是很重要的。

四、需求分析

（一）需求弹性

前面我们讲过，需求量的大小要受许多因素的影响，但是不同

的商品受影响的程度是很不相同的。例如食盐因价格下降而引起的需求量的变化肯定要小于电冰箱价格下降所引起的需求量的变化。为了比较不同产品的需求量因某种因素的变化而受到影响的程度。西方经济学里采用需求弹性这一指标。所谓弹性，是指一个变量对另一变量的变化的反应程度。更具体地说是自变量1%的变化所引起的因变量变化的百分数。需求弹性表示需求量对某种影响因素变化的反应程度。用公式表示就是：需求量变化的百分比与某影响因素变化的百分比之比：

$$E = \frac{Q \text{ 变化的百分比}}{X \text{ 变化的百分比}} \quad (1-6)$$

式中：E为需求弹性

Q为需求量

X为影响需求量的因素

由于影响需求量的因素有产品价格、居民收入、相关产品价格等等。因此，需求弹性可分为需求价格弹性、需求收入弹性、需求交叉弹性等等。下面我们着重介绍需求价格弹性，需求收入弹性和需求交叉弹性。

1、需求价格弹性

(1) 需求价格弹性的计算方法

需求价格弹性是指价格变动而引起需求变动的情况，即价格对需求的影响程度。它通常用需求价格弹性系数来表示，其计算公式为：

$$E_p = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q} \quad (1-7)$$

式中： E_p —需求价格弹性系数， ΔQ —需求变动量， ΔP —价格变动量， Q —原需求量， P —原价格。

(1-7)是计算需求价格弹性的一般公式。在具体计算价格弹性时又分为两种算法：一是算其点弹性，即计算需求曲线上某一点的弹性。另一种方法是计算需求曲线上两点之间的平均弹性。这种弹性称为弧弹性。

点弹性的计算公式为 如图：(1-4)

$$E_p = \frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q} \quad (1-8)$$

式中： $\frac{dQ}{dP}$ 是需求量函数对价格的

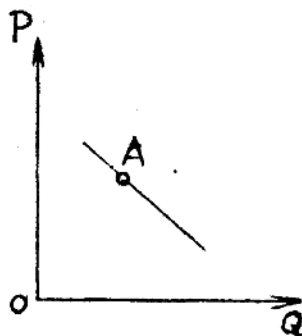


图 1-4

导数，它意味着 $\lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\Delta Q}{\Delta P}$ 即价格变

化趋于 0 时的需求量变动情况：

弧弹性的计算公式为

$$E_p = \frac{(Q_2 - Q_1) / \frac{(Q_1 + Q_2)}{2}}{(P_2 - P_1) / \frac{(P_1 + P_2)}{2}}$$

$$= \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \cdot \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2} \quad (1-9)$$

以上计算公式是(图 1-5)