

21 世纪

★★★★★ 高等院校系列教材

GUANLI
JINGJI
XUE

管理经济学

冯 俭 段云程 编著

西南财经大学出版社

SOUTHWESTERN UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

21 世 纪

高 等 院 校 系 列 教 材



GUANLI
JINGJI
XUE

管理经济学

冯 俭 段云程 编著

Feng Jian Duan Yuncheng
Bianzhu

西南财经大学出版社

SOUTHWESTERN UNIVERSITY OF FINANCE & ECONOMICS PRESS

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/冯俭,段云程编著. —1版. —成都:西南财经大学出版社,2006.1

ISBN 7-81088-000-4

I. 管... II. ①冯...②段... 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(2005)第 088777 号

管理经济学

冯俭 段云程 编著

责任印制:杨斌

责任编辑:邓康林

封面设计:大涛视觉传播设计事务所

出版发行:	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址:	http://press.swufe.edu.cn
电子邮件:	xcpress@mail.sc.cninfo.net
邮政编码:	610074
电 话:	028-87353785 87352368
印 刷:	成都科刊印务有限公司
成品尺寸:	148mm×210mm
印 张:	10.5
字 数:	254 千字
版 次:	2002 年 8 月第 1 版
印 次:	2006 年 1 月第 2 次印刷
印 数:	5001—8000 册
书 号:	ISBN 7-81088-000-4/F·001
定 价:	20.80 元

1. 如有印刷、装订等差错,可向本社发行中心调换。
2. 版权所有,翻印必究。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

修订本前言

管理经济学是西方微观经济学在企业经营管理决策中的应用，是连接理论经济学和企业管理学的桥梁。它已成为工商管理专业学生的必修课程之一。上世纪 80 年代以来，国内一些院校开始陆续引进这门课程。我们于 1995 年为本校本科生和硕士研究生编写了《管理经济学》，关于 1996 年出版。经过几年来的使用，原版《管理经济学》收到了较好的效果，深受读者欢迎。为了满足广大读者的需要，我们对原版《管理经济学》进行了修订，出版此修订版。

这次修订主要是对原版中的一些疏漏进行了订正，同时在每章后面增加了复习思考及作业题，以帮助学生们更好地掌握各相关章节的主要内容。本书原版由冯俭、段云程编著，冯俭撰写第三章、第四章、第五章、第六章和第七章；段云程撰写第一章、第二章、第八章和第九章。本书修订由冯俭、刘泳、张篮中执笔完成。

尽管我们在本书的修订过程中做出了努力，但由于水平有限，书中错误和不当之处仍在所难免，欢迎读者批评指正。

2002 年 7 月

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 管理经济学的性质与内容.....	(1)
第二节 管理经济学的分析原理与方法.....	(8)
第二章 企业行为理论	(27)
第一节 社会经济系统中的企业	(27)
第二节 企业行为目标	(32)
第三节 企业行为约束	(49)
第三章 需求理论与市场需求分析	(61)
第一节 市场供求及运行机制	(61)
第二节 需求弹性	(74)
第三节 需求估计方法	(86)
第四章 生产理论与生产决策分析	(98)
第一节 生产函数和生产分析	(98)
第二节 生产要素投入决策.....	(121)
第三节 线性规划在生产计划中的应用.....	(136)
第四节 技术进步与全要素生产率.....	(141)
第五章 成本理论与成本利润分析	(149)
第一节 若干相关成本概念.....	(149)
第二节 成本函数.....	(157)
第三节 成本函数估计与成本预测.....	(169)
第四节 成本利润分析方法.....	(180)

第六章	市场结构与企业的价格—产量决策	(196)
第一节	市场结构及其基本类型	(196)
第二节	完全竞争市场上企业的产量决策	(200)
第三节	完全垄断市场上企业的价格和产量决策	(207)
第四节	垄断性竞争市场上企业的价格和产量决策	(212)
第五节	寡头垄断市场上企业的价格和产量决策	(215)
第七章	若干其他定价问题	(233)
第一节	多产品定价	(233)
第二节	差别定价	(238)
第三节	调拨价格	(244)
第四节	成本加成定价和增量分析定价	(253)
第八章	营销决策分析	(259)
第一节	企业营销与市场需求	(259)
第二节	营销资源配置优化	(268)
第三节	营销要素决策分析	(281)
第九章	投资决策分析	(294)
第一节	投资与投资决策	(294)
第二节	投资方案的变量测定	(300)
第三节	投资方案评价方法	(313)
第四节	投资决策的风险分析	(320)
附录	主要参考文献	(330)

第一章

绪论

第一节 管理经济学的性质与内容

一、管理经济学的性质与特点

管理经济学是一门研究如何把西方传统经济学的理论与分析方法应用于企业管理实践的学科。该学科致力于运用经济学的概念、原理和分析工具来分析和解决企业的各种经营管理决策问题。因此，管理经济学被普遍认为是联系经济理论和企业管理实践的一座桥梁。

管理经济学是在第二次世界大战以后产生和发展起来的。一方面，由于企业本身规模的扩展，劳动分工的深化和工作过程的复杂化，另一方面，企业外部经营环境也日趋复杂多变。这两方面因素促使日益增多的企业开始聘请职业经济学家来帮助分析和解决企业的决策问题。经济分析日渐盛行于企业实践，这为管理经济学的形成与发展准备了条件。1951年，美国经济学家乔尔·丁（Joel Dean）发表了第一本管理经济学著作。这本书的问世，提高了经济学家和企业对经济理论和方法应用于企业管理实践的认识和兴趣，从而结束了传统经济学的经院式研究时代，开创

了经济学实际应用的新领域。经过广大学者和实际工作者的长期努力和不断探索,目前管理经济学已形成相对独立的学科体系。

纵观该门学科的历史发展和现状,可以概括出它的若干主要特点。

1. 管理经济学是一门应用经济学。它不研究过于抽象的纯理论问题,也不打算另起炉灶建立自己独立的理论体系。它主要致力于研究如何把既有的经济学理论尤其是微观经济学的理论应用于企业管理的决策实践。它是理论经济学的有关概念、原理和分析方法等在企业管理领域的实际应用。

2. 管理经济学是一门规范研究与实证研究相结合的经济学。对经济活动的研究可以划分为实证研究和规范研究两种基本的类型。实证研究力图描述客观事物的本来面目,揭示客观存在物“是什么”,其结论的正确与否将通过经验事实来进行检验;规范研究则以特定的价值判断为基础,提出事物运动应当遵循的规范或标准,指明事物“应该是什么”而无须经过经验事实的检验。管理经济学关注于揭示制约企业经营管理决策的多种规律,充分利用微观经济学及其他经济理论所确立的规范模型与结论,以此来分析企业行为并预测其结果,力图用客观事实来验证其分析结论的正确性。因此,它是一门规范研究与实证研究相结合的经济学。

3. 管理经济学是一门以数理分析为基本手段的经济学。它大量地引进和借助微观经济学和其他数理经济学中的多种经济数量模型,用以描述和分析企业经营所须涉及的各经济变量之间的函数关系。用简明的数学语言来揭示经济现象之间的因果或相互联系,为企业经营决策提供一套具有较强逻辑性和精确性的分析工具,是管理经济学的重要特色。

4. 管理经济学是一门综合性和边缘性经济学。它的基本经

济概念、原理及方法主要来自微观经济学。但由于它所研究的现实企业通常是在环境十分复杂、信息很不确定的情况下进行经营,企业活动本身也要涉及广泛的业务领域。这种情况要求管理经济学在研究企业决策时,还要借用其他相关学科的概念和分析工具。这些学科包括:数学、运筹学、决策学、统计学、会计学、市场学、投资学等等。因此,管理经济学又是一门跨多种学科的综合性的经济学,它把多门学科的有关原理、概念和方法有机地结合在一起,为企业经营管理决策服务。

5. 管理经济学是企业管理科学的有机组成部分。企业管理涉及到一整套科学、系统的知识体系。企业作为商品生产经营者,须履行一系列基本的专业职能,这就形成了生产管理、营销管理、财务管理、人事管理等专业管理知识子系统;企业在进行这些专业管理活动和实施总体综合管理的过程中,须要行使计划、组织、控制等一般管理职能,从而形成了指导这种一般管理行为的管理原理知识子系统;而所有这些管理活动,都要追求效率、讲究节约、谋求最佳的经济效益,因而又需要专门为管理活动提供经济分析的管理经济学这一知识子系统。管理经济把管理科学和经济科学有机地联接起来,构成企业管理科学体系基础性的组成部分。

二、管理经济学与微观经济学的关系

管理经济学是微观经济学向企业管理实践领域的应用性延伸。管理经济学的诸多概念、原理与方法均来自于微观经济学,因此它们二者之间有着千丝万缕的联系。但正因为管理经济学是微观经济学在企业管理实践领域的应用性延伸,所以二者又有明显的区别。

第一,管理经济学和微观经济学都是以市场经济中的微观主

体及其行为为主要研究对象，但它们各自的分析角度、关注的范围和层次等又有所不同。

首先，微观经济学站在比较超脱的角度来考察活动于市场中的全部微观主体，包括企业、公众、政府和其他非营利机构；而管理经济学则主要从企业经营决策者的角度集中考察企业如何在市场及其相关约束下合理地决策和有效地运行。换句话说，管理经济学的研究对象范围比微观经济学更窄、更集中。

其次，微观经济学所研究的企业是抽象的、理论上的存在，其研究的目的意在通过对企业行为的分析来揭示市场经济运行的机理，为人们认识社会微观经济活动提供一般的理论指导；管理经济学的企业则是现实的，具有明确利益目标的客观实体，其研究目的意在为企业谋取现实的利益目标提供决策方面的经济分析。后者正因此表现出强烈的实用性和功利性。

第二，管理经济学承袭了微观经济学的诸多假定和前提，但为了更接近客观实际，又作了各种程度的放宽和突破。例如，微观经济学通常假定企业行为的唯一目标是追求利润最大化。但现实中的企业由于受诸多因素的限制，其目标只能是有条件地谋求尽可能满意的利润；而且除了利润目标外，企业还可能具有扩大市场份额、承担社会责任等多元化的目标。这就使得管理经济学在以利润最大化准则分析企业行为的同时，还得兼顾其他目标函数。又如，微观经济学假定理论研究中的企业能够无偿地获得全部的市场信息，但现实中的企业几乎都是在信息不确定和不对称的条件下进行经营的。这又需要管理经济学广泛借用其他学科的概念和工具，以利于搜集必要的信息，并在不确定条件下选择最优方案。这又成为管理经济学向综合性和边缘性学科发展的重要动因。

第三，管理经济学同微观经济学一样，在分析企业行为时广

泛使用多种经济模型,尤其是数量模型,但二者运用模型分析的目的不尽相同。微观经济学主要把有关数理经济模型作为分析经济系统运行机理的抽象化工具。管理经济学引进和使用这些模型则是同企业的决策行为密切相关的,管理经济学通过这些模型为企业决策者提供分析和观察问题的思路,帮助制订和评价多种行动方案。因此,同样的模型在管理经济学里具有更为具体和实际的目标和内容。

三、管理经济学的研究对象与主要内容

前面的讨论实际上已经指明了管理经济学的研究对象和范围。管理经济学是从企业经营者的角度研究和分析企业经营管理决策所涉及的经济数量关系和经济规律问题。因此,它又常常被人们称为企业经济学。

企业作为社会组织单位和微观经济实体,其管理决策涉及多方面的问题和因素。比如,它既可能涉及纯粹的工程技术问题,又可能涉及组织与人员的社会和文化因素,在特定时期甚至还涉及政治方面的因素。不过,由于企业主要是一个经济单位,它主要是因为经济的原因而产生和存在,它是一个以谋求经济利益为基本目标的社会组织体,因此,有关经济方面的决策对于企业是更为基本的决策。管理经济学正是研究企业关于经济方面的管理决策,对企业管理决策所涉及的经济关系尤其是经济数量关系及其相关规律提供分析的一门学科。

管理经济学是研究企业管理决策的经济学。因此它仍须奉行经济学的基本宗旨,即研究如何使有限的资源投入获得最大的经济产出,或者在某一既定产出水平条件下如何节约经济资源的投入。与一般经济学不同的仅在于,管理经济学把这种资源利用经济性的研究范围集中定位于具体的企业实体,为其决策方案的制

订和优化提供经济学上的指导。

具体而言,管理经济学研究的主要内容包括如下一些方面。

1. 企业行为理论。首先须对企业在社会经济系统中的地位、性质、作用以及它同其他微观经济实体的关系有一个基本的认识;其次须明确了解企业的行为目标模式,包括利润最大化的行为准则和非利润最大化的选择等;再次,则应了解企业行为的约束因素,包括需求、资源、预算三种基本约束和政府管理等。这三层内容的研究有助于建立起对企业行为及其管理决策最基本的认识框架。

2. 供求理论和需求分析。主要研究企业运行的市场机制,在分别定义需求函数和供给函数的基础上建立市场供求的均衡模型。因为企业是为市场生产商品的,因而认识和分析需求是其经济决策的首要任务。需求方面的特性分析,对企业决策特别有意义的主要是需求的弹性问题,包括需求的价格弹性、收入弹性和交叉弹性等。

3. 生产决策分析。生产是企业最基本的经济活动。企业生产既受特定技术关系的制约,更涉及到投入产出的经济性问题。从经济方面看,企业生产决策所关注的首先是产品产出量同生产要素投入量之间的变动关系,以便确定企业生产的合理数量或规模;其次,则须分析投入要素的合理替代和产品产量的合理组合问题;最后,还应对技术进步的经济影响作一些考察。

4. 成本决策分析。企业最基本的成本分析是围绕生产活动进行的。当把生产要素的采购供应价格引入前述生产分析模型中,以技术关系为主的生产分析就转变成了成本分析。企业的成本决策分析通常按短期和长期两种情况来进行。它们分别解决企业的短期生产量和长期规模的优化问题。

5. 市场结构与竞争战略分析。企业作为特定产品的生产供

应者将同本行业其他企业形成特定的市场竞争关系，这就是市场结构问题。现实企业的产品产量和价格决策都将受市场结构的制约和影响。因此，分析市场结构的类型，探讨企业在不同市场结构条件下的竞争战略决策，就有重要的实际意义。

6. 价格理论与定价决策分析。价格历来是微观经济学关注的重要问题。而价格不仅仅是市场机制问题，更是企业行为问题。定价决策对于企业实现利润最大化的目标具有重要的影响。因此，如何利用传统经济学中的价格理论来分析和探讨现实的企业定价决策问题，就成为管理经济学的重要任务之一。

7. 营销决策分析。在竞争普遍发展的条件下，加强营销努力已成为企业扩大产品销售，实现利益目标的重要活动内容。营销努力同样需要解决资源的合理投入和配置，以及取得最佳营销效果等问题。对营销决策进行经济分析，成为管理经济学发展的新内容。

8. 投资决策分析。企业为长期生存和发展，常需扩展新的经营领域，投入新的经济资源。企业新增投入资源的配置和使用，必须解决其经济性、合理性和安全性等方面的问题。从经济学的角度对企业的投资行为及投资方案进行评价和分析，成为管理经济学发展的另外一个重要方面。

除了上述主要的企业行为及管理决策问题，其他如分配问题、生产系统区位布局、企业兼并、政府管制等等都可以纳入管理经济学的范畴来给予系统研究。

第二节 管理经济学的分析原理和方法

一、经济分析的基本方法

管理经济学作为经济科学的一个分支，同样要承袭和遵循经济分析的基本方法。尽管不存在刻板的经济分析方法，但是经济学家们在构造和运用理论时却遵循着一些约定俗成的程序。它们大致由五个主要的步骤所组成。

1. 明确问题。这是经济分析的首要环节。人类的经济活动是各种因素相互交叉依赖和影响的复杂体系。经济学家常常需要首先明确自己感兴趣或需要重点给予研究的主要问题，以便把它们从现实复杂的经济关系中相对地分离出来，集中力量给予单独的考察和处理。正是由于不同的经济学家集中于研究不同的经济现象和问题，使得经济学发展出多种不同的学科分支。即是在同一分支经济学中，经济学家仍然需要在同一个大的经济问题中分离和明确若干小的问题作为特定阶段的研究对象，以此不断深化对复杂经济现象的认识。例如，以企业经营管理决策问题为研究对象的管理经济学还要明确和划分出生产决策、成本决策、定价决策等范围更小的问题。只有问题的边界十分明确，才能引导更深入的分析，并且也可以避免同其他相关问题重叠，以至引起结论的混乱。

2. 制定假设。即使确定了研究的集中点，但经济变量之间的复杂联系仍然使得研究工作十分复杂和困难。为了使复杂的社会经济现象易于得到集中的分析处理，常常需要制定和运用假设。所谓假设，是对众多变量中的某些因素预先作出的限制性规

定，或者对若干变量相互关系的尝试性说明。使用假设的目的在于简化问题，使问题变得易于处理。比如，经济学家在分析某两个主要经济变量之间的相互关系时，通常假设所有其他相关因素保持不变，以便能清晰地说明主要变量之间的相互关系。合理地制定假设，对于正确地分析问题有着重要意义。因此，假设的制定应符合两方面的要求。一是有足够的现实性。假设应能合理地代表现实世界的情况，符合现实经济现象最基本的或最大量的事实。如果假设对现实作了过分的简化，则可能使整个分析得出的结论完全无法解释现实而归于失败。二是假设又不宜太繁太细。假设过分的繁复和详细，尽管可能很符合现实，但则可能因没有起到简化的作用，而无法建立起模型来分析和处理确定的问题。

3. 构造模型。所谓构造模型，是企图用一种简单易懂、简便易行的方法来说明一个特定体系的基本特征，而它又紧密联系实际，以帮助得出有实际意义的结论。构造模型的方法，在多种学科的研究中得到广泛运用。模型是人们研究分析客观过程的重要工具，它是人们对客观过程的理论抽象，利用它可以推断或演绎客观过程的发展变化及其规律性。当然，这里也要注意，模型的构建只是人们针对特定问题并依据一系列假设而对实际的客观过程进行的一种模拟，模型本身并不等于客观过程，而仅是对客观过程在某种程度上的近似。模型的构造要求在制定正确假设的条件下进行适度的抽象。抽象度过低，可能会使模型过于琐碎具体而不能清晰地揭示或描述客观过程的主要特征；抽象度过高，则可能使模型脱离客观现实。两种倾向都不利于经济分析的进行。根据研究的对象以及研究方法的不同，人们可以构造不同类型和不同形式的模型，比如逻辑模型、行为模型、理论描述模型、数学分析模型等等。在经济分析中，常常综合地使用多种形式的模型。

4. 推断预言。人们针对特定问题制定的假设和构造的模型结合在一起,就构成了所谓的理论。一种理论包含着对现实世界中现象或行为的可以接受的解释或指导。理论在特定的假设下,通过模型确认了各种变量之间的因果关系和逻辑联系,因此它应当具有对现实世界的解释能力和预言能力。尤其是后者。经济学家建立模型或理论的目的,不仅注重于对现实世界的解释,更关注于对现实世界未来发展的预测。因此,运用假设和模型来推断和预言某一经济现象的未来发展或一般趋势,就成为经济分析另一个重要的环节。

5. 检验评价。一种理论是否正确,必须受到检验。当一种理论通过制定假设、构造模型并得出预言后,对其的多阶段检验评价过程也就开始了。能够评价预言的准确性是构造正确扎实的假设和模型的基本特征。如果理论提出的预言与所观察的事实相符,说明该理论的假设和模型是合理的,可以成立的。如果所观察的事实与预言相矛盾,则表明假设不成立或者模型不合理。这就需要根据来自经验的证据对假设或模型进行修改。这种检验与修改的过程可能多次地继续下去,直到理论能够以足够的准确性说明所观察到的事实为止。其所以应该这样,是因为经济研究的主要目的就是要增进认识、解释和预言现实世界经济现象的能力。

二、边际分析原理与方法

在管理经济学众多的模型中,一个最基本的模型是建立在所谓边际这一概念基础上的分析模型。

边际分析是基于各种经济现象之间存在一定函数关系基础之上的。在企业生产经营决策中,总是大量存在着某一因变量依存于一个或几个自变量的函数关系。所谓边际分析,就是借助这种

函数关系,研究因变量随着自变量的变化而变化的程度,以比较经济效果的一种分析方法。

传统的经营决策,一般采用平均分析的方法。它根据业已发生的事实,计算出自变量与因变量之间联系的平均值,然后以这种反映过去的平均值来推断将来出现的情况。它是对过去既成事实的总结,是一种对过去的分析。只有当因变量同自变量总是成正比例变化时,这种方法才是有效的。但事实上,经济现象中因变量与自变量之间的变化很多都是非正比的。因此,用过去的平均值来分析和决定现实问题,造成失误的可能性很大。而边际分析,正克服了这一缺点。人们决策时,主要应当考虑的是由于决策而引起的投入量新变动的边际产出或边际效果。这种边际值才能准确反映决策的直接后果,它应是决策分析的主要依据。边际分析区别于传统的决策分析方法,成为管理经济学最基本的分析工具。

(一) 边际的概念

要掌握边际分析的原理和方法,首先应准确理解和掌握边际的概念。边际的概念可以从它的经济含义与数学含义及其结合上来加以理解。

1. 边际的经济含义。所谓边际,英文为 Margin,就是边缘、额外、追加之意。它被人们用来揭示两个具有因果或相关联系的经济变量之间的动态函数关系。当某一经济函数中的自变量发生一个微小单位的数量变化时,因变量因此而发生的相应的数量变化值,被称为该因变量的边际值。例如,企业的销售收入是其产品销售量的函数,在某一既定的销售水平上,产品销售量再增加或减少一个单位可能使销售收入增加或减少的货币额,就称为在特定销售量条件下的边际销售收入。可见,边际在经济分析中是特定经济函数关系的产物,它揭示的是某一经济变量在相关变量