

# 管理经济学

21世纪高等学校经济类管理类系列教材



主 编：王 群  
副 编：李 群  
平 小 年：陈 明

杨俊青 梅莉 编著

责任编辑：王效端  
责任校对：李俊英  
责任印制：尹小平

### 图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学 (Guanli Jingjixue) / 杨俊青, 梅莉编著. —北京: 中国金融出版社, 2007.10

(21 世纪高等学校经济类管理类系列教材)

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4530 - 3

I. 管… II. ①杨…②梅… 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 (2007) 第 155001 号

出版 **中国金融出版社**  
发行

社址 北京市广安门外小红庙南里 3 号

市场开发部 (010) 63272190, 66070804 (传真)

网上书店 <http://www.chinafph.com>

(010) 63286832, 63365686 (传真)

读者服务部 (010) 66070833, 82672183

邮编 100055

经销 新华书店

印刷 保利达印务有限公司

尺寸 169 毫米 × 239 毫米

印张 16.75

字数 338 千

版次 2007 年 10 月第 1 版

印次 2007 年 10 月第 1 次印刷

印数 1—5000

定价 27.00 元

ISBN 978 - 7 - 5049 - 4530 - 3/F.4090

如出现印装错误本社负责调换 联系电话 (010) 63263947



经济类管理类

## 出版说明

随着教学改革的深入和实践领域的不断发展,推出内容充实、体系更新、紧跟时代步伐的教材精品已成为教学界、理论界和出版界的共识。中国金融出版社在“建设精品教材”的思路指引下,继成功推出“21世纪高等学校金融学系列教材”之后,经过对高等院校学科发展变化、课程设置和教材使用情况的深入调查和充分酝酿,推出了面貌全新的“21世纪高等学校经济类管理类系列教材”。

“21世纪高等学校经济类管理类系列教材”旨在适应新世纪对教学的新要求和学生学习方式变化的新需要,在原有教材的基础上有所突破和创新。具体来讲,系列教材将突出以下四个特点:第一,恰当处理教材的学术性和适用性的关系,既注意及时纳入那些较为成熟的、得到公认的理论成果,也适当考虑学生的水平和层次,突出实践性,实现理论知识与实践发展的充分结合。第二,借鉴国内外优秀教材的特点,改变以往教材生硬、死板的面孔,尽可能以丰富的案例来突出知识的实用性,增强可读性,并在编写体例上有所创新。第三,在课后练习方面有所创新,改变传统问答题的形式和死记硬背的答题方式,力争使题型活泼多变,知识生动实用,提高学生运用理论知识解决实际问题的能力。第四,除文字教材外,进一步开发教学课件,部分教材提供容量较大的题库,形成立体化教材,既便于教师备课和学生掌握重点,也便于学生自测和教师考核。

精品教材需要高水平的作者。为落实该套教材的策划思路,中国金融出版社在较高层次上遴选作者队伍。系列教材的主编主要以相应学科的重点学科院校为主(侧重于财经类院校),邀请年富力强、视野开阔的中青年教授担任主编,由主编联合相关院校,组织人员编写。这些作者既有深厚的理论功底,又有丰富的教学实践;既有开放性的创新思维,又有良好的文字能力。这些特点较好地保证了该套教材的编写质量。

“21世纪高等学校经济类管理类系列教材”涵盖经济类、管理类专业的主要课程,以经济类管理类专业的本科生为主要读者,为学生进一步开展专业方向的学习奠定基础,其他门类学科的学生也可选用。

广大师生在使用中对该系列教材有何意见和建议,请与中国金融出版社教材





经济类管理类

## 编写说明

管理经济学是一门应用经济学，是工商管理专业的一门专业理论课。它主要以微观经济学的基本理论为基础，借助于决策科学的各种方法和工具，指导企业工作者高效率地完成决策任务。

管理经济学的主要内容可分为经济理论、优化方法和管理决策三部分。这三部分内容是经理人员大量科学地作出各种经济决策所必须具备的理论知识和分析工具。经济理论主要包括需求理论、生产和成本理论、市场结构理论。优化方法主要是从决策科学领域内吸收的相关内容，包括高等数学优化方法、统计估计方法和预测方法、线性规划优化技术等。管理决策是市场经济条件下企业一般都要面对的经营决策，包括定价决策、风险决策以及针对政府管制的决策等。

本书撰写的目的是为管理人员在经济学和管理学之间搭建一个平台，能够针对管理问题运用经济学理论和知识进行科学决策。特别是通过对市场经济运行机制的全面、系统了解，能用现代经济学的基本观点分析和解决问题，掌握企业经营目标优化的方法和工具，熟悉企业常见经营决策的一般规律和过程，能根据基本经济原理和具体经营环境制定出科学的企业经营决策。

作者撰写本书的总体思想是按照企业经营管理的思考程序，循序渐进、由浅及深地进行理论阐释，配以案例分析，企图通过加强读者理性思维能力的锻炼，提高管理水平。

作者在管理经济学的教学实践中始终认为，学习任何一门知识，是为了学以致用，因此在撰写本书的过程中，作者阅读了大量的相关书籍，借鉴了很多学者的观点，才使得本书难易适中、通俗易懂。本书的出版得到山西财经大学工商管理学院和中国金融出版社的大力支持，在此一并表示感谢！

本书由山西财经大学工商管理学院杨俊青教授总体设计和最终修改审核。全书共十三章，具体写作分工是：第一、三、八、十一、十三章由山西财经大学工商管理学院杨俊青教授撰写，其余各章由山西财经大学工商管理学院梅莉副教授

## 2 管理经济学

撰写。本书只是作者多年的教学体会和实践总结，难免有不妥之处，请专家和读者批评指正，作者将不胜感激！

作者

二〇〇七年六月

于山西财经大学工商管理学院



经济类管理类

# 目 录

|    |                             |
|----|-----------------------------|
| 1  | 第一章 管理经济学概览                 |
| 1  | 第一节 经济管理、管理与管理经济            |
| 1  | 一、经济管理                      |
| 10 | 二、对管理经济的全面理解                |
| 12 | 第二节 管理经济学及其与相关学科的关系         |
| 12 | 一、管理经济学释义                   |
| 13 | 二、管理经济学与传统经济学               |
| 13 | 三、管理经济学与决策科学                |
| 14 | 四、管理经济学与企业管理学的关系            |
| 14 | 五、管理经济学的立足点                 |
| 14 | 六、管理经济学的分析工具                |
| 19 | 本章小结                        |
| 19 | 思考题                         |
| 19 | 案例 资源配置成功之星——北汽福田公司超常规发展三级跳 |
| 23 | 第二章 管理经济学的预备知识——供求曲线        |
| 23 | 第一节 有关市场                    |
| 23 | 一、市场的含义                     |
| 24 | 二、市场的核心                     |
| 24 | 第二节 需求规律——买者买的规律            |
| 24 | 一、需求量                       |
| 24 | 二、影响需求量的因素                  |
| 25 | 三、需求函数                      |
| 27 | 四、需求规律                      |
| 28 | 第三节 供给规律——卖者卖的规律            |

|    |                         |
|----|-------------------------|
| 28 | 一、供给量                   |
| 30 | 二、供给规律                  |
| 31 | 第四节 供求规律——市场配置资源的基本规律   |
| 31 | 一、供求规律                  |
| 32 | 二、价格机制的作用               |
| 33 | 三、供求规律的应用               |
| 33 | 本章小结                    |
| 34 | 思考题                     |
| 34 | 案例 1 中国 2007 年猪肉涨价背后的原因 |
| 36 | 案例 2 欧洲航空公司的空中争夺战       |
| 42 | 第三章 管理经济学的主要服务对象——企业    |
| 42 | 第一节 工商企业的概念与特征          |
| 42 | 一、企业的概念                 |
| 43 | 二、企业的特征                 |
| 43 | 三、企业的功能                 |
| 44 | 第二节 企业理论                |
| 44 | 一、企业价值的定义               |
| 46 | 二、各种约束条件与企业理论           |
| 46 | 第三节 企业组织变革方向：虚拟企业       |
| 46 | 一、虚拟企业的概念               |
| 47 | 二、虚拟企业的特点               |
| 48 | 第四节 企业利润与决策             |
| 48 | 一、利润的作用及产生途径            |
| 49 | 二、利润的类型                 |
| 51 | 三、企业的重要决策               |
| 52 | 本章小结                    |
| 53 | 思考题                     |
| 53 | 案例 创造虚拟企业，加速自身发展        |
| 55 | 第四章 企业行为的前提——消费者的需求     |
| 55 | 第一节 个人需求与需求曲线           |

|    |                         |    |
|----|-------------------------|----|
| 55 | 一、需求表                   | 55 |
| 56 | 二、需求法则和供给法则             | 56 |
| 57 | 第二节 整个市场的商品需求           | 57 |
| 57 | 一、整个市场消费者的商品需求分析        | 57 |
| 57 | 二、整个市场的需求曲线             | 57 |
| 57 | 三、企业所面临的商品需求            | 57 |
| 58 | 第三节 需求的弹性分析             | 58 |
| 58 | 一、需求的价格弹性               | 58 |
| 60 | 二、需求的收入弹性               | 60 |
| 61 | 三、需求的交叉价格弹性             | 61 |
| 63 | 四、需求的弹性分析在管理经济学中的应用     | 63 |
| 63 | 本章小结                    | 63 |
| 64 | 思考题                     | 64 |
| 65 | 案例 联通 CDMA 之痛           | 65 |
| 70 | 第五章 企业分析市场的技术——需求的估计和预测 | 70 |
| 70 | 第一节 需求曲线的鉴别             | 70 |
| 71 | 第二节 需求函数参数的估计           | 71 |
| 71 | 一、调查法                   | 71 |
| 71 | 二、市场实验法                 | 71 |
| 71 | 三、回归分析法                 | 71 |
| 75 | 本章小结                    | 75 |
| 75 | 思考题                     | 75 |
| 76 | 案例 某农场有关小麦的一场争论         | 76 |
| 79 | 第六章 企业以利润最大化为目标的生产      | 79 |
| 79 | 第一节 生产与生产函数             | 79 |
| 79 | 一、生产与生产要素               | 79 |
| 80 | 二、生产函数                  | 80 |
| 81 | 三、短期和长期                 | 81 |
| 82 | 第二节 一种可变要素的生产函数         | 82 |

|     |                    |
|-----|--------------------|
| 82  | 一、总产量、平均产量和边际产量    |
| 85  | 二、边际报酬递减规律         |
| 86  | 三、生产三阶段与企业的理性选择    |
| 87  | 四、单一可变要素的最优利用      |
| 88  | 第三节 两种可变要素的生产函数    |
| 88  | 一、等产量线             |
| 89  | 二、边际技术替代率          |
| 91  | 第四节 投入要素的最优组合      |
| 92  | 一、等成本线             |
| 92  | 二、生产要素的最优投入组合      |
| 95  | 三、利润最大化            |
| 96  | 第五节 规模报酬           |
| 97  | 第六节 生产函数的经验估计      |
| 97  | 一、生产函数经验估计的方法与步骤   |
| 98  | 二、几种常用的经验生产函数      |
| 99  | 本章小结               |
| 100 | 思考题                |
| 100 | 案例 天津药业有限公司的规模收益   |
| 106 | 第七章 企业生产的成本理论      |
| 106 | 第一节 成本的测度          |
| 106 | 一、经济成本与会计成本        |
| 107 | 二、显性成本和隐性成本        |
| 108 | 三、增量成本与沉淀成本        |
| 109 | 第二节 短期成本函数         |
| 109 | 一、短期总量成本函数及单位成本函数  |
| 111 | 二、短期成本曲线           |
| 113 | 第三节 长期成本曲线         |
| 113 | 一、长期总成本曲线          |
| 114 | 二、长期成本曲线与短期成本曲线的关系 |
| 115 | 第四节 规模经济与范围经济      |
| 115 | 一、规模经济与规模不经济       |

|     |                         |
|-----|-------------------------|
| 116 | 二、经营规模经济的原因             |
| 117 | 三、超大规模不经济的原因            |
| 118 | 四、范围经济                  |
| 119 | 第五节 学习曲线                |
| 120 | 第六节 损益平衡分析与经营杠杆率        |
| 120 | 一、损益平衡分析                |
| 122 | 二、经营杠杆率                 |
| 123 | 第七节 成本函数的经验估计           |
| 123 | 一、短期成本函数估计              |
| 127 | 二、长期成本函数估计              |
| 129 | 本章小结                    |
| 129 | 思考题                     |
| 130 | 案例 成本决策四则               |
| 135 | 第八章 企业面对的市场结构：完全竞争与完全垄断 |
| 135 | 第一节 完全竞争市场              |
| 135 | 一、市场结构分析                |
| 140 | 二、完全竞争市场                |
| 142 | 第二节 完全垄断市场              |
| 142 | 一、完全垄断市场的特征             |
| 142 | 二、完全垄断市场的产生原因           |
| 142 | 三、完全垄断企业的需求曲线和短期决策      |
| 143 | 四、完全垄断竞争结构的评价           |
| 143 | 本章小结                    |
| 144 | 思考题                     |
| 144 | 案例 2007 年中国市场方便面串通涨价事件  |
| 148 | 第九章 企业面对的市场结构：垄断竞争和寡头垄断 |
| 148 | 第一节 垄断竞争市场              |
| 148 | 一、垄断竞争市场的特征             |
| 148 | 二、垄断竞争企业的需求曲线           |
| 149 | 三、垄断竞争企业的短期决策           |

|     |                       |
|-----|-----------------------|
| 149 | 四、垄断竞争企业的长期决策         |
| 149 | 五、垄断竞争企业的非价格竞争        |
| 150 | 第二节 寡头垄断市场            |
| 150 | 一、寡头垄断的特征             |
| 151 | 二、寡头垄断市场形成的原因         |
| 151 | 三、寡头垄断市场模型            |
| 153 | 第三节 博弈                |
| 153 | 一、博弈概述                |
| 156 | 二、企业博弈决策——市场进入与阻止进入   |
| 159 | 三、对寡头垄断市场经济效率的评价      |
| 159 | 本章小结                  |
| 160 | 思考题                   |
| 160 | 案例 宝洁公司的“囚徒困境”        |
| 163 | 第十章 企业的价格决策           |
| 163 | 第一节 企业的市场定位           |
| 163 | 一、市场定位                |
| 165 | 二、顾客定位                |
| 170 | 三、产品定位                |
| 172 | 四、消费规律对企业管理决策的启示      |
| 173 | 第二节 企业定价              |
| 173 | 一、定价中的实际问题            |
| 178 | 二、企业定价方法              |
| 190 | 本章小结                  |
| 191 | 思考题                   |
| 191 | 案例 松下公司的定价分析          |
| 195 | 第十一章 企业运行的经济体制与宏观经济政策 |
| 195 | 第一节 经济体制的一般理论         |
| 196 | 第二节 两种典型的经济体制剖析       |
| 196 | 一、计划经济体制剖析            |
| 196 | 二、典型（古典）市场经济体制剖析      |

|     |                             |
|-----|-----------------------------|
| 197 | 第三节 宏观经济政策                  |
| 197 | 一、宏观经济政策概述                  |
| 198 | 二、宏观经济政策的主要内容               |
| 203 | 本章小结                        |
| 203 | 思考题                         |
| 203 | 案例 民用陶瓷厂的兴建                 |
| 204 | 第十二章 企业面对的市场失灵与政府的作用        |
| 204 | 第一节 市场失灵与政府调节               |
| 204 | 一、市场效率                      |
| 205 | 二、“看不见的手”是怎样失灵的             |
| 211 | 三、“看得见的手”的调控作用              |
| 216 | 第二节 政府失灵及其矫正                |
| 216 | 一、政府失灵的原因                   |
| 219 | 二、避免政府失灵的对策                 |
| 220 | 本章小结                        |
| 220 | 思考题                         |
| 220 | 案例 1 猪肉涨价后的政府举措             |
| 222 | 案例 2 综合案例：康柏公司兼并数据设备公司      |
| 236 | 第十三章 企业决策应进一步学习的西方经济学前沿理论概览 |
| 236 | 第一节 外在性问题与产权                |
| 236 | 一、外在性问题概述                   |
| 237 | 二、外在性问题的定义                  |
| 237 | 三、外在性问题的特征                  |
| 237 | 四、外在性与资源配置效率                |
| 238 | 五、治理外在性问题的措施                |
| 239 | 第二节 公共产品问题                  |
| 239 | 一、公共产品与私人产品的概念              |
| 239 | 二、公共产品的特征                   |
| 240 | 三、公共产品的分类                   |

|     |                    |     |
|-----|--------------------|-----|
| 240 | 四、公共产品的决定程序        | 240 |
| 240 | 五、公共产品与公共选择理论简介    | 240 |
| 243 | 第三节 寻租理论(活动)       | 243 |
| 243 | 一、租与寻租             | 243 |
| 243 | 二、寻租的例证            | 243 |
| 244 | 三、寻租理论的意义          | 244 |
| 244 | 四、寻租理论的应用          | 244 |
| 245 | 第四节 企业组织理论         | 245 |
| 245 | 一、新制度经济学对企业产生的原因解释 | 245 |
| 246 | 二、企业理论的相关内容        | 246 |
| 247 | 第五节 经济机制设计理论       | 247 |
| 247 | 一、经济机制设计理论的产生      | 247 |
| 248 | 二、经济机制设计理论的基本内容    | 248 |
| 248 | 第六节 信息经济学          | 248 |
| 249 | 第七节 产业组织经济学        | 249 |
| 249 | 一、产业及产业组织概念阐释      | 249 |
| 249 | 二、产业组织经济学的诞生       | 249 |
| 249 | 三、产业组织经济学包含的核心内容   | 249 |
| 249 | 四、传统产业组织理论的缺陷      | 249 |
| 250 | 五、现代产业组织经济学的发展方向   | 250 |
| 250 | 第八节 自然垄断与政府管制      | 250 |
| 250 | 一、自然垄断             | 250 |
| 251 | 二、政府管制和自然垄断的关系     | 251 |
| 251 | 本章小结               | 251 |
| 251 | 思考题                | 251 |
| 252 | 讨论                 | 252 |
| 253 | 参考文献               | 253 |



经济类管理类专业

# 第一章

## 管理经济学概览

### 学习目的

1. 了解经济管理、管理经济、管理与管理经济学的区别与联系
2. 掌握管理经济学的主要表述与分析方法

### 关键词

经济管理 管理经济 管理经济学 经济资源 资源配置 边际关系

近年来,管理经济学被广泛用来指导、解释、解决企业管理的各种问题,它已成为经济与管理类专业的必修课。究竟何谓管理经济学?经济管理与管理经济有何区别?管理经济学的表述与研究方法主要有哪些?这些构成本章要探讨的主要问题。

## 第一节 经济管理、管理与管理经济

### 一、经济管理

#### (一) 经济与资源配置

西方经济理论认为:所有的经济资源(包括劳动力资源)都是稀缺的。即任何资源都是有限的,因而经济人在对有限资源的投入方向进行选择时会发现,任何一种选择都既有收益,又有成本,因为任何一种选择都要以放弃另一种选择为代价。正是这一前提假设,决定了经济学的研究对象——对有限的经济资源在既定目标下的有效利用,即如何将有限资源加以合理配置,用最小的花费得到最大效益。经济学的基本命题是现实经济中产生的一对不可回避的矛盾:经济资源的稀缺性与人类需求的无限性之间的矛盾。

1. 不可回避的矛盾:欲望无限与资源稀缺。人类自诞生以来便面临着许多

矛盾和问题，人们也一直在探索解决这些矛盾和问题的途径和方法。其中一个任何人都无法回避的重要问题就是人的生存问题。不管其国籍、性别、年龄，人对生存的欲望都是十分强烈的。既然要生存，就需要有各种各样的资料满足人们生存的需要，而获取这些生存资料的最简单办法就是从自然界直接索取，如原始社会里，人们想吃肉直接去狩猎，想吃鱼直接去捕捞，想吃野果直接去采摘，不需要去饲养和种植。直到今天，虽然人们的生存资料来源已变得十分广泛，但人类依赖自然资源生存的方式依然没有改变。在从自然界获取生存资料的过程中，人们发现：自身的欲望是没有止境的，既想吃饱更想吃好，既想穿暖更想穿好；而能够满足人们生存需求的自然资源又是有限的，因此，如何用有限的自然资源来满足人类自身的无限欲望，就成为人们不容回避的矛盾和问题。那么，怎样去解决这个问题呢？一方面，自然资源是有限的，它不可能无限度地增加，无限度地增加自然资源不符合客观规律；另一方面，欲望与需求是无限的，它又不可能无限度地减少或降低，无限度地减少或降低人的欲望与需求不符合人类生存与发展的根本目的。既然有限的资源不可能无限度地增加，无限的欲望又不可能无限度地减少或降低，这就决定了人们在欲望无限性与资源稀缺性之间需架起相互联系的桥梁。经过长期的实践探索，人们终于找到了解决欲望无限性与资源稀缺性矛盾的基本途径，这就是依靠人类自身实现资源的有效利用与节约。只有这样，才能用有限的自然资源最大限度地满足人类的无限欲望和需求。

2. 经济的使命：合理配置资源。在从自然界获取生存资料的过程中，人们发现个体的力量十分弱小，获取生存资料的能力有限，只有形成一定的群体，才能增强人们从自然界获取生存资料的能力。于是人们在长期生产实践中，便自发地形成了组织，如原始社会里出现的狩猎组织、捕鱼组织等。但组织产生之后，也存在一个问题，即组织与组织之间为了争夺有限的自然资源常常发生冲突。为了协调组织之间的利益关系，又产生了一个更大的组织，这个更大的组织就是国家。因此，解决欲望无限性与资源稀缺性的矛盾，实现资源的有效利用与节约，就成为个人、组织、国家共同面对的课题。要实现资源的有效利用与节约，就需要合理地配置资源，即将有限的资源用在最有效的地方，以最大限度地满足人的需要。由此决定了合理配置资源的主要任务是：（1）研究在人和企业共存的系统里，如何在满足人的需求和企业的发展目标的条件下，实现对资源的有效利用与节约，即微观经济问题；（2）研究在人和国家共存的系统里，如何在一个国家的范围内满足人的需求，实现资源的有效利用与节约，即宏观经济问题。但不管是微观经济还是宏观经济，都是研究资源的合理配置问题，其目的都是要达到资源的有效利用与节约。

3. 资源配置方式：计划与市场。经济学的核心问题是揭示欲望无限和资源稀缺的矛盾，探索资源合理配置的规律、途径和方法，从而实现资源的合理配置