

工商管理类教材

GUANLIJINGJIXUE

管理经济学

主编 / 杨杰 副主编 李雪灵



吉林大学出版社

吉林大学研究生教材

管理经济学

MANAGERIAL ECONOMICS

主 编：杨 杰

副主编：李雪灵

吉林大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学/杨杰主编. —长春: 吉林大学出版社,
2003. 9

ISBN 7-5601-2914-5

I. 管... II. 杨... 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 (2003) 第 064208 号

管理经济学

主编 杨 杰

责任编辑、责任校对: 张显吉

封面设计: 张沐沉

吉林大学出版社出版
(长春市明德路 421 号)

吉林大学出版社发行
长春市永昌福利印刷厂印刷

开本: 850×1168 毫米 1/32

2004 年 6 月第 1 版

印张: 14.25

2004 年 6 月第 1 次印刷

字数: 268 千字

印数: 1—1000 册

ISBN 7-5601-2914-5/F·471

定价: 15.00 元

前 言

管理经济学是应用经济学的一个分支，是联系经济学和管理决策科学的一门新兴科学，它把微观经济学的基本原理和方法用于企业管理决策实践。是管理类专业高年级学生、研究生、MBA学员的选修课或必修课程。教学目的在于使学生把经济学知识、管理原理与方法、预测与决策技术融会贯通，提高管理决策能力。80年代中期，我国首先在研究生教学中引进该课程，以后又将该课程列为MBA教学和企业经理人员培训的核心课。实践证明它是一门很有实用价值、很受学员欢迎的课程。编著者在多年研究生和MBA教学基础上，汲取国内外相关教材精华，力图结合我国社会主义市场经济具体实践，编写一本适应我国研究生和MBA教育以及高级经济管理人员培训需要的、既有较系统的经济与管理理论又密切联系企业管理实际的具有现代意识的《管理经济学》。

本教材以系统的管理经济学知识为基础，力求理论联系实际，突出实用性和案例分析，兼顾适用性和超前性。教材内容安排上具有如下特点：

一、集思广益，博采众长，适当引进国内外管理经济学最新研究成果，形成具有时代特点的、具有超前意识的新体系。

二、管理经济学是经济学与管理学结合体，本书力求避免对经济学理论方法和管理理论的简单论述，而是以经济与管理理论为基础，重点放在经济学与管理学两者的结合上。

三、突出强调案例教学的作用，应用大量国内外经典案例，使学员通过案例分析掌握和活用管理经济学理论与方法。

四、立足国情，以我国社会主义经济体制改革和现代化建设为中心，着眼于对实际问题的思考与解决，在具体内容上尽量采用我国的实例。

五、为便于教材使用者掌握各章的重点内容，本书各章后面附有小结、主要概念和综合案例以及适当数量的复习思考题。

本书适用于管理类各专业高年级本科生、研究生、MBA教学，也可作为管理人员培训参考书。

本书由吉林大学管理学院杨杰教授主编，李雪灵同志任副主编，第1、2、4、5、9、10、12章由杨杰编写，第3、6、8、9、11章由李雪灵编写。最后由杨杰统稿。研究生曹应峰、封伟强、李薇提供了许多资料并作了文稿校对。由于编者水平所限，加之经济管理理论与实践发展日新月异，因此本书难免存在疏漏和错误，诚恳希望学界同仁、管理者及广大读者批评指正。

编 者

2002年10月于长春

目 录

第 1 章 企业的目标	(1)
1.1 管理经济学的研究对象与研究方法	(1)
1.2 企业的性质与目标	(6)
1.3 企业利润的性质	(16)
1.4 企业的决策程序	(20)
案例：谋求企业价值最大化	(22)
本章小结	(23)
基本概念	(24)
复习思考题	(24)
第 2 章 需求分析	(26)
2.1 企业的需求函数	(27)
2.2 需求弹性	(35)
2.3 消费者选择行为	(47)
案例：煤气灶的需求函数	(57)
本章小结	(58)
基本概念	(59)
复习思考题	(59)
附录 2A 需求估计	(63)
第 3 章 企业的生产决策	(88)
3.1 生产系统与生产函数	(88)
3.2 单个投入要素生产函数	(91)
3.3 多种投入要素生产函数	(101)
3.4 投入要素最佳组合	(107)

3.5 生产规模扩展路径	(116)
3.6 生产规模弹性	(120)
3.7 企业技术进步	(121)
3.8 生产函数的经验估计	(126)
案例: 科技 + 规模 + 管理 = 效益	
——某药业公司成功之路	(129)
本章小结	(131)
基本概念	(133)
复习思考题	(133)
第4章 企业的成本和利润分析	(135)
4.1 成本类型	(136)
4.2 长期成本函数	(137)
4.3 短期成本函数	(141)
4.4 成本函数与生产函数间的关系	(146)
4.5 规模经济与规模不经济	(157)
4.6 成本函数的经验估计	(159)
4.7 企业利润最大化	(167)
4.8 盈亏平衡分析	(173)
4.9 贡献分析	(176)
案例: 邯钢的成本倒推法	(178)
本章小结	(180)
基本概念	(181)
复习思考题	(182)
附录4A 线性规划在生产中的应用	(186)
第5章 市场结构与企业决策	(194)
5.1 完全竞争市场的企业决策	(194)
5.2 完全垄断市场的企业决策	(205)
5.3 不完全竞争市场的企业决策	(212)
5.4 市场结构的比较分析	(231)

案例: 蓝鲸吞下大鲨鱼——波音兼并麦道公司	(233)
本章小结	(240)
基本概念	(241)
复习思考题	(241)
附录 5A 寡头分析中的博弈论	(243)
第 6 章 企业定价实践	(246)
6.1 多种产品企业的决策	(246)
6.2 差别定价	(258)
6.3 利润最大化方案	(266)
6.4 新产品定价	(268)
6.5 其他定价方法	(270)
案例: 彩电价格大战——长虹集团的价格策略	(272)
本章小结	(273)
基本概念	(274)
复习思考题	(274)
第 7 章 企业投资决策	(277)
7.1 资金预算与项目成本概述	(278)
7.2 简单投资项目分析	(284)
7.3 项目收益率	(287)
7.4 资金预算分析中的项目排队	(288)
7.5 资金成本与贴现率	(292)
本章小结	(294)
基本概念	(294)
复习思考题	(295)
附录 7A 复利和贴现	(298)
第 8 章 投资项目的风险分析	(305)
8.1 经济分析中的不确定性与风险	(305)
8.2 概率分析在风险分析中的应用	(310)
8.3 收入——风险流评价	(317)

8.4	组合方案的概率分析	(318)
8.5	风险分析的简化方法	(319)
8.6	项目评价中的外部经济性	(322)
8.7	风险分析技术	(326)
8.8	化解风险的策略	(334)
	案例 1: 保险性国外投资	(338)
	案例 2: “吃休克鱼”与“克隆海尔鱼” ——海尔集团的扩张风险防范	(340)
	本章小结	(343)
	基本概念	(344)
	复习思考题	(344)
第 9 章	公共部门决策	(349)
9.1	公共物品提供与资源配置	(349)
9.2	成本效益分析——公共项目评价	(355)
9.3	公共项目评价中贴现率确定	(363)
9.4	成本——效益分析存在问题与前景	(367)
	案例: 城市消防系统消防车配置	(371)
	本章小结	(374)
	基本概念	(375)
	复习思考题	(375)
第 10 章	信息不对称与企业行为	(377)
10.1	信息不完全性与信息不对称性	(377)
10.2	道德风险问题	(379)
10.3	逆向选择与信号显示	(384)
10.4	委托——代理问题	(390)
10.5	合资与合伙经营问题	(401)
	案例: 经理契约设计	(406)
	本章小结	(406)
	基本概念	(407)

复习思考题	(407)
第 11 章 市场失灵与政府政策	(410)
11.1 市场效率与帕累托最优	(410)
11.2 市场失灵	(414)
11.3 政策对价格与市场准入的管制	(417)
11.4 政府矫正外部性的政策	(422)
11.5 政府矫正分配的政策	(425)
11.6 信息不对称的矫正	(426)
11.7 政府对企业的扶持	(426)
11.8 公共物品提供	(428)
综合案例：中国的稽察特派员制度	(436)
本章小结	(440)
基本概念	(440)
复习思考题	(441)
参考文献	(442)

第 1 章 企业的目标

管理经济学是经济理论与管理实践结合的产物,提供为企业和政府部门决策的方法和工具。一方面,经济学的现成理论方法应用于管理决策,使决策建立在严密的经济理论上,同时,管理中出现的新问题又需要经济理论去解释,从而又推动经济理论的发展。管理经济学与企业理论和经济理论具有密不可分的关系。本章要点是:

1. 管理经济学与管理学和经济学的关系
2. 企业的性质和目标,企业与公共部门决策准则
3. 企业利润的性质及类型

1.1 管理经济学的研究对象与研究方法

管理经济学是 20 世纪中叶发展起来的一门新兴学科。美国经济学家乔尔·丁(Joel·Dean)于 1951 年出版了第一本《管理经济学》(Managerial Economics)著作,该书的问世标志经济学在管理领域获得了实际应用。

1.1.1 管理经济学的研究对象

管理经济学是经济学的一个分支。经济学从研究领域可分为宏观经济学和微观经济学。宏观经济学是研究经济总体的经济行为,主要研究一国总产出水平、通货膨胀、就业、国际收支问题,研究的主题是如何提高一国资源的利用程度。微观经济学是研究个体的经济行为,例如消费者的行为,厂商的行为。研究

产品和生产要素价格及产量的决定,微观经济学的主题是研究有限资源的合理配置问题,使资源效率配置达到最优化。微观经济学研究的主要问题包括:消费者行为,生产者决策等。

经济学按其研究问题特性又分为理论经济学和实用经济学。理论经济学是研究宏观和微观经济内在运动规律,例如供需均衡规律,经济增长规律,经济要素投入规模与产出之间规律,经济量之间关系。偏重于实证研究,从经济现象和数据总结演义出具有普遍意义的定律和法则。实用经济学偏重于经济规律与实际的结合,例如与国家经济政策分析的结合及与企业决策活动的结合。

管理经济学属于一门主要应用微观经济理论分析解决企业经济活动的实用性经济学。管理经济学从微观经济理论中汲取概念和方法,使企业管理者高效率地配置和组织资源,在特定环境下对企业的策略作出有效的反应。

管理经济学的研究对象是以企业微观经济活动为重点。企业作为一个基本的生产经营单位,如何以市场需求为依据,以合理的方式投入各种生产要素并合理组织生产,使产品的价值转化为使用价值。在这个过程中企业随时面临生产什么产品,生产多少产品,产品的价格水平,以及如何开拓市场等一系列重大决策问题。这些问题必需用市场需求与经济分析,生产与成本分析,不同市场结构特征与价格决策分析。企业又是在特定的外部环境中生存和发展,必然要受到宏观经济环境的影响和制约。因此管理者也需要了解一国的经济发展趋势,国家的产业政策、物价变化趋势、利率、税收和汇率等。因此管理经济学也涉及宏观经济学方面的相关理论,不过管理经济学与微观经济学的关系更直接,更密切。

经济学研究的基本假设是“制度不变”,“市场出清”,“经济理性人”,“完全信息”,即市场上每一个从事经济活动的个体是在自由竞争市场经济条件下,在价格和工资自由变化条件下从

事经济活动。市场的经济主体是谋求个人经济利益,并且是理性的经济人,而且是在信息高度充分、完善情况决定自己的经济行为。很多经济规律、模型都是在这些前提下推演得到的。而市场经济条件下的企业面临极其复杂多变的市场环境,在企业内部又呈现极为复杂的各种各样的关系,这种环境复杂性、多变性以及信息的不完善性和非对称性等决定了企业的决策者不能简单套用经济学的原理和方法。这就要求管理经济学在研究企业决策问题时,要借用宏观经济学和微观经济学以外的、其它学科的理论方法和工具,例如管理原理、市场学、统计学、会计学 and 运筹学的相关概念和方法工具,以便收集和分析整理必要的信息,并且在信息不确定条件下,选择最优方案,因此从这种意义上考虑,管理经济学又是经济学与管理学的交叉、横跨多种学科的综合性学科。管理经济学是沟通经济理论与管理实践的桥梁。

综上所述,可将管理经济与经济学、管理学等的关系描述如图 1.1 所示。

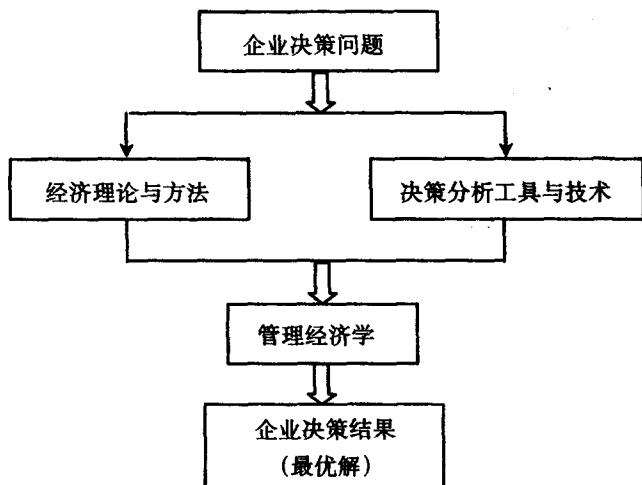


图 1.1 管理经济学含义

1.1.2 管理经济学的研究方法

1. 实证研究与规范研究

管理经济学注重实证研究,所谓实证研究是从客观的经济现象出发,提出解释经济现象的模型,再由事实检验模型,根据这一模型研究各经济量之间的相互关系,进而作出发展趋势判断,是根据历史寻求规律,不涉及价值判断。

管理经济学研究问题又不能抛开价值判断,企业的决策是为实现具体目标的活动,离开了目标也就失去决策前提,例如企业产量与价格决策,其目标就是在特定市场条件下实现利润最大化,利润最大化就是准则,也是目标;而产量与价格决策是为实现这一目标服务的。因此管理经济学也需要,甚至在某种程度上更需要规范研究方法,即对经济活动进行价值判断的方法,也就是对经济活动的结果的好、坏、利、害进行分析。尽管规范的价值判断标准可能很困难,很难有一个统一标准,但是不能因为标准难于统一就忽视价值判断。

2. 数量分析法

数量分析与性质分析是一对范畴。性质分析又称定性分析,它研究事物的性质、素质、作用、特征等方面。数量分析又称定量分析,它研究事物的数量、规模、程度、范围等方面,研究事物内部因素间数量元素、数量变化及其规律性。马克思有一句至理名言“一种科学,只有在成功的运用数学时,才算达到了真正完善的地步”,说明数量分析在经济活动分析中的重要性。企业管理问题面对的恰恰是大量的数据:规模、产量、价格等等,几乎处处是数字,因此更注重数量分析法。管理经济学必须坚持以定量分析为主这个基本准则,避免哲理化、逻辑化倾向。不能简单的把因素间的关系描述为“相互作用、相互制约”,“有计划,按比例,协调发展”为止。而是通过数量关系研究、分析要素间怎样相互作用、作用形式、作用强度、相互影响制约强度等。一

般讲,缺乏数量分析,论证是苍白无力的。

管理经济学在进行决策分析时,特别注重边际分析方法。所谓边际分析,是指经济函数的自变量(影响因素)变化时引起因变量(被影响因素)的增量变化情况。也即自变量的变化与因变量变化之间关系,实际就是将数学中的微分方法引入经济问题分析,使经济问题定量分析更精确、更科学,经济界称之为“边际革命”不为过分。

另外,管理经济学在进行经济分析时,也特别注意弹性分析。例如分析产品价格变化对需求的影响强度的需求价格弹性,生产中投入要素变化对产品产量变化的影响强度的生产弹性等。经济学界认为弹性分析是经济学的“精华”,说明其重要理论意义和实用价值。

3. 计算机模拟技术

许多管理决策问题是在不确定条件下进行的,这类问题很难用一个或一组数学模型描述,这时就需要借助计算机模拟方法解决。例如,某纺织厂的建设成本还不能准确计算出来,估计约为 15000 万元,如果建设过程中不发生意外困难,投资可较低,约为 12500 万元,但是,如果发生意外困难,例如原材料涨价,技术上出现问题,会使投资增加,高达 22500 万元。新厂将可能运营若干年,其产品的销售收入与该地区人口和居民收入增长情况,同行业竞争程度,合成纤维研究与开发以及国外纺织品进口,或国内纺织品出口情况等有关。其经营成本则取决于生产效率,原材料价格和工人工资水平的变化。可见销售收入和经营成本都是不确定因素,于是企业的利润也就不确定。如果能估计出每个影响收入的因素的发生概率和影响经营成本的发生概率,就可编制一个计算机程序,模拟可能发生的事件。实际上是从事件的有关分布中任取一值,将其与其它分布中选出的其它值结合起来,估计利润额,进而计算出利润率。计算机程序可以进行类似的多次试算,从而得到不同利润率出现的频数,

为决策提供依据。一般在风险分析问题的决策中常使用计算机模拟方法。

4. 系统分析法

所谓系统,就是由两个或两个以上具有特定功能的、相互间具有有机联系的要素构成的有机整体。自然界大到银河星系,小到原子结构都可能说是一个系统。经济与社会问题同样是由若干要素构成的系统。企业的决策就某一问题,其影响因素复杂,既有内部因素,又有外部因素,既有可以测度的因素,又有不易测度的随机因素,因此科学的决策需要对企业决策问题划定边界,进行分析。实际上关于“系统”的概念,是管理泰斗泰勒于20世纪20年代在《科学管理》一书中首次提出的。此后,在40年代,比利时哲学家贝塔朗菲的《一般系统论》的发表,标志着系统论的诞生。可见系统分析方法实际上是在企业决策实践中诞生的。系统分析就是对系统的构成要素、组织结构、信息交换、机制功能和调节控制等方面进行总体的、全面的、精细的分析研究,从而达到最优设计、最优操作、最优控制、最优管理的目标。说“系统分析是软科学的革命”也不算言过其实。

1.2 企业的性质与目标

1.2.1 企业的性质

马克思主义认为,企业是商品经济发展和社会化生产的产物。人类从自给自足的产品经济或自然经济发展到以交换为主要动机的商品经济,需要社会分工,而机器的出现推动了工业发展,进而要求社会化生产,原始的家庭或家族式的生产组织方式已不能适应经济社会的发展,于是出现了生产的新的组织形式——企业。企业是经济社会中一个重要组织形式,企业利用经

济资源生产出供人们消费的产品和服务。现代社会,企业形式多种多样,有独资小企业、合伙企业、有限责任公司和股份公司以及我国特有的股份合作公司等等。新制度经济学的观念认为,企业的存在是因为生产者权衡市场交易和内部交易利弊的结果,是市场交易与内部交易的选择,也就是科斯的交易成本概念(*transaction costs*)。所谓交易成本,从狭义看就是一项交易所花的时间、精力和实际支付。从广义上分析,包括信息搜寻成本、签约成本和监督执行成本。是搜寻签约监督过程中各种资源的使用,包括谈判所需的信息费用,所花的时间,以及防止对方欺骗行为所花的费用。科斯认为生产组织形式从根本上来讲是产权。他认为“只要交换的交易成本为零,法定权力的初始分配从效率角度上看是无关紧要的”。对于这一论断的解释就是,如果交易成本为零,则无论如何安排生产和交换,资源配置效率没有差异。因此也就根本无必要对产权进行任何调整 and 安排;反之,如果交易成本不为零,也就是市场交易成本大于内部交易成本时,就有必要进行产权的重新安排,以提高配置效率,企业也就产生了,或者扩展或者收缩。企业的产生、扩展或收缩均在交易成本的比较中决定。

现代经济和管理理论认为,企业是以营利为主要目标的、从事生产和经营活动、为社会提供经济商品和服务的经济组织,是社会的经济细胞,是具有独立核算、独立法人资格的经济实体。而公共实体和其它非营利组织,例如慈善机构,只是经济活动的补充,从严格意义上讲并不是企业。所谓提供经济性产品和服务就把提供对社会有害的,例如毒品生产和黄色服务等排除在外,当然关于经济产品的范围各国有不同的标准,因此经济产品范围也不尽相同。

1.2.2 虚拟企业

企业一般是一种完整的经济实体。但是,随着经济发展的